

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma/tuoteviestintä

Heidi Korhonen

EKOLOGINEN LIKELAHJA KOUVOLAN KAUPUNGILLE

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tuoteviestintä

KORHONEN HEIDI

Ekologinen liikelahja Kouvolan Kaupungille

Opinnäytetyö

45 sivua + 9 liitesivua

Työn ohjaaja

Marjo Suviranta

Toimeksiantaja

Kouvolan Kaupunki

Toukokuu 2010

Avainsanat

Liikelahja, ekologinen, materiaali, linnunpönttö, etiketti

Opinnäytetyössäni olen suunnitellut ekologisen liikelahjan Kouvolan kaupungille. Ekologinen liikelahja sisältää linnunpöntön ja viinipullon etiketin. Opinnäytetyössäni olen myös etsinyt tarvittavat yhteistyöyritykset linnunpöntön tekemiseen sekä viini-tuottajat. Työn tarkoituksena on perehtyä suunnittelu prosessin etenemiseen painottaen produktiivista osaa.

Tutkimusosioni koskee liikelahjaa, sen käyttöä meillä ja muualla, ekologisen liikelahjan suunnittelua ja sen käytettävyyttä nykypäivänä. Tutkimuksessa viitataan lähdekirjallisuuteen, joka koostuu liikelahjan käytöstä sekä aiheeseen liittyvästä teoriasta, jota sovellan omaan työhöni. Ekologiseen liikelahjaan keräämäni aineisto koostuu haastatteluista, havainnointi- ja dokumentti aineistosta.

Suunnittelun lähtökohtina ovat keräämäni aineisto Kouvolan kaupungista, kaupungilta saamani aiheet sekä paikallisiin yrityksiin tutustuminen. Opinnäytetyön aiheita selostetaan ideoinnin ja suunnittelun kautta tuotteen toteuttaminen mallinnus-ohjelmilla sekä lopullisen tuotteen tekeminen.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

KORHONEN HEIDI

Ecological corporate gift to Kouvola town

Bachelor's Thesis

45 pages + 9 pages of appendices

Supervisor

Marjo Suviranta

Commissioned by

Kouvola

May 2010

Keywords

Corporate gift, ecological, material, birdhouse label

The Bachelor's thesis project I have designed is an ecological corporate gift for Kouvola town. The ecological corporate gift contains a birdhouse and wine bottle label. In this work I have also looked at corporations, what is needed in this work and wine production. Through this research I have become familiar with the process and highlighted productive parts.

In the research stage I focus on the corporate gift, its usability in Finland and globally. Other research included the gift's design and its present function. Secondary research contains references from literature, which consist of current corporate gifts usability and theory. The primary research consists of interviews, observation and documenting materials.

The bases of the design are material that I have collected from Kouvola town; what they have given me and exploring local entrepreneurship. The process of my work is in stages, starting with idea generation, concepts, and designs followed by modeling to give a final completed product.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	AIHEEN VALINTA	7
	2.1 Yhteistyöryitykset	7
	2.2 Työn tavoitteet	8
3	TAUSTAA SUUNNITTELULLE	8
4	TIEDONHANKINTA JA TUTKIMUS	10
	4.1 Tutkittavat aiheet ja menetelmät	10
	4.2 Mitkä asiat vaikuttavat liikelahjaan	12
	4.3 Imago	13
	4.4 Projekti suunnitelma	15
5	LIKELAHJA	16
	5.1 Millainen on hyvä liikelahja?	18
	5.2 Vieraita eri maista	20
	5.3 Ekologinen liikelahja on imagokysymys	22
	5.4 Ekologisuus	24
	5.5 Kuinka ekologisiin liikelahjoihin suhtaudutaan yrityksissä	26
	5.5.1 Eduskunta	26
	5.5.2 Tapiola-ryhmä	27
	5.5.3 Mainostoimisto Tasku Oy	27
	5.5.4 Artepro, liikelahjojen toimittaja	27
6	SUUNNITTELUPROSESSI	28
	6.1 Linnunpöntön tarkoitus	29
	6.2 Ajatus	30
	6.3 Ideointi	30
	6.4 Kokeiluja	32
	6.5 Mallinvalmistus	34
	6.6 Tuotteistaja	35
7	ETIKETTI	37

7.1	Etiketin ideointi	37
7.2	Etiketin eri elementit	37
7.3	Nimi viinille	39
7.4	Etiketin pohja	40
7.5	Valmis etiketti	41
8	TYÖSKENTELYN ARVIOINTI	42
	LÄHTEET	43
	KUVALUETTELO	
	LIITTEET	
	Liite 1. Haastattelunpohja A	
	Liite 2. Haastattelunpohja B	
	Liite 3. Perinteinen linnunpönttö	
	Liite 4. Linnunpönttöjen kokosuositukset	
	Liite 5. Luonnoksia	
	Liite 6. Mittakuvat	
	Liite 7. Katon värimallit	
	Liite 8. Etiketti luonnoksia	
	Liite 9. Tarrapohjat	

1 JOHDANTO

Liikelahjasta on tullut merkittävä tekijä yrityskuvan rakentamisessa sekä yrityksen viestinnässä. Liikelahja kertoo yrityksestä ja sen toimintamalleista sekä linjaa yrityksen identiteettiä. Yrityslahja on merkittävän väline saajan ja antajan välillä oli kyse sitten vierailusta, onnistuneen työn, merkittävän projektin tai pitkäaikaisen yhteistyön tuloksena annettu lahja.

Opinnäytetyössäni perehdyn liikelahjan suunnitteluun, yhteistyöyritysten kanssa työskentelyyn sekä tuotteen tuotteistamiseen. Suunnittelen Kouvolan Kaupungille liikelahjan, jonka tuotteistamisessa ja yhteistyöyrityksinä toimivat paikalliset yrittäjät. Liikelahjaksi suunnittelen linnunpöntön ja viinipullon etiketin.

Opinnäytetyössäni on esitelty aiheeni tutkimusmenetelmät, liikelahjan käyttöä meillä ja maailmalla sekä ekologisen liikelahjan suunnittelua ja sen käyttöä, sekä kuinka siitä on tulossa nouseva trendi. Produktion tavoitteena on yhtenäinen liikelahja kokonaisuus Kouvolan kaupungille.

Tutkimusosioni koskee liikelahjaa, sen käyttöä meillä ja muualla, ekologisen liikelahjan suunnittelua ja sen käytettävyyttä nykypäivänä. Pääongelmana on luoda uusi liikelahja Kouvolan kaupungille, joka tukisi uuden Kouvolan miellelyhtymiä. Alaongelmina ovat kuinka sovellan ekologista suunnittelua omaan työhöni sekä millaiset mahdollisuudet on käyttää paikallisia yrittäjiä liikelahjan toteuttamisessa.

Aihe syntyi asiakkaan toiveesta saada uusi liikelahja Uuden Kouvolan merkkipäiväksi 2010. Liikelahjan suunnitteluun sain vapaat kädet suunnitella tuotteen, jossa olisi mahdollista yhdistää Kouvolan alueen yrittäjien osaamista. Ekologisen liikelahjan suunnittelua tukee Kouvolan kaupungin markkinoiminen itseään viher- ja maaseutu-kaupunkina.

2 AIHEEN VALINTA

Opinnäytetyön aiheen sain Kouvolan kaupungilta, kun kävin kysymässä olisiko heillä mahdollisesti suunnitteilla olevaa projektia, joka vaatisi tuotesuunnittelua tai viestintäsuunnittelua. Ensimmäisessä asiakastapaamisessa sain pohdinnan alle mahdollisen uuden liikelahjan suunnittelun. Sain vapaat kädet suunnitella jotain uutta, jossa voitaisiin käyttää yhteistyössä paikallisia yrittäjiä.

Ensimmäisiä ajatuksia joita liikelahjan suunnittelusta sain, liittyivät ekologiaan. Olin aiemmin lukenut erilaisista ekologisista liikelahjoista. Mahdollisuus käyttää paikallisia yrityksiä, materiaalivaihtoehdot sekä tuotteen hyödynnettävyys olivat asiat, joita aloin miettiä suunnittelun alkuvaiheessa. Kouvolan alueelta löytyy niin käsityöyrittäjiä, viinintuottajia, puuseppiä kuin erilaisia kierrätysmateriaalien tuottajia.

2.1 Yhteistyöyritykset

Yhteistyöyrityksiä mietittäessä haluttiin tuoda Kouvolan alueen osaamista esille. Otin selvää alueen erilaisista yrittäjistä, joiden kanssa olisi mahdollista tehdä yhteistyötä. Kouvolan kaupungilla on ollut aiemminkin mielessä antaa liikelahjaksi alueen omaa viiniä, mutta siltä on puuttunut siihen kuuluva pakkaus sekä Kouvolan oma etiketti viinipulloon. Mustilan Viini sekä Verlan viinipulloon on mahdollista saada omanlainen etiketti. Kouvolan alueella toimii myös Parik-säätiö, joka on taas erikoistunut erilaisten projektien tekemiseen sekä palveluiden tuottamiseen.

Mustilan Viini valmistaa erilaisia viinejä, valikoimasta löytyy valkoista, punaista ja roséta. Raaka-aineet tulevat pääosin lähiseudun sopimusviljelijöiltä ja kotipuutarhoista, osa tulee suoraan villistä luonnosta kuten karpalosoilta. Mustilan Viini valmistaa myös väkevämpiä juomia kuten sponseja ja liköörejä. (Mustila, 2010)

Viini Verla valmistaa etupäässä viinimarjoista korkealaatuisia luonnonmukaisesti tuotettuja pöytäviinejä. He valmistavat myös kuohuviinejä perinteisellä samppanjamennelmällä, sekä valikoimaan kuuluu myös useita marjaliköörejä ja luomutäysmehuja. He valmistavat myös väkeviä juomia. (Verla, 2010)

Parik-säätiö tuottaa Kouvolan seudun alueella sosiaalisen työllistämisen palveluita työelämän tarpeisiin. Palveluita ostavat asiakkailleen muun muassa kunnat, työvoima-

hallinto, Kela ja vakuutusyhtiöt. Palvelutuotteiden toteuttamisen mielekkäällä tavalla mahdollistaa säätiön oma monipuolinen tuotanto. Pitkäaikaistyöttömille, nuorille ja vajaakuntoisille suunnattujen palveluiden tuottamisesta työn teon huolehtii säätiöllä 33 toimihenkilön moniammatillinen joukko ja palveluita käyttää vuosittain noin 600 henkilöä. Parik- säätiön toiminta-ajatuksena on yksilön omien kykyjen mukaisen ammatillisten ja sosiaalisten taitojen kasvun myötä tarjota mahdollisuus täyteen elämään työn, koulutuksen ja kuntoutuksen avulla. (Parik, 2010)

2.2 Työn tavoitteet

Opinnäytetyöni tavoitteena on suunnitella Kouvolan kaupungille liikelahjaksi linnunpönttö, joka toimii myös viinipullonpakkauksena sekä viinipullon etiketti. Mukaan suunnittelen mahdollisesti myös opastelehtinen linnunpöntön käytöstä ja hoidosta, joka sisältäisi myös pienen tarinan Kouvolasta. Tavoitteisiin kuuluu myös saada tuotteistaja linnunpöntölle sekä Mustilan Viini sekä Verlan Viini mukaan tähän projektiin.

3 TAUSTAA SUUNNITTELULLE

Kouvola on kasvanut Salpausselän metsäiselle harjulle, Kymijoen rannalle ja rautateiden risteysasemaksi. Puu, vesi ja tiet ovat yhä sen valtasuonet. Nimensä Kouvola sai ilmeisesti Kouvo-nimisiltä uudisasukkailta, joka 1400-luvulla muutti Kymijoen kulle. Kouvo sanan yksi merkitys on karhu. Karhusta on tullut Kouvolan tunnus ja maskotti. Paikalla on tänään Kouvolan kylä, jonne moni lähtijä on palannut juurilleen ja harva heistä enää viljelee peltoja tai kasvattaa karjaa. (Kouvolasta kotoisin 2005, 145.)

Nykyään Kouvola on kansainvälinen kaupunki, josta pääsee rautateitä pitkin suurkaupunkien sykkeeseen. Kouvolasta on lyhyt matka kaikkialle, Helsinkiin pääsee junnalla puolessatoista tunnissa ja Pietariin pääsee kolmessa tunnissa. (Kouvolasta kotoisin 2005, 145).

Kouvola, Kuusankoski, Anjalankoski, Elimäki, Valkeala ja Jaala yhdistyivät 2009 yhdeksi kaupungiksi. Asukasluvultaan uudesta Kouvolan kaupungista tuli 10. suurin

kunta. Kouvolan seudun kuntaliitoksen ulkopuolelle jäi Iitti, joka kuitenkin kuuluu Kouvolan seutuun. (Kouvolasta kotoisin 2005, 145.)

Kuntayhtymän seurauksen Uusi Kouvola on palvelevampi ja monipuolisempi kaupunki, joka tarjoaa yrittäjille ja asukkaille kilpailukykyisen ympäristön. Uutta Kouvola voidaan markkinoida Luonto-viher- ja maaseutu kaupunkina. Harvassa kaupungissa on kansallispuisto. Uusi Kouvolan seutu on myös saanut uuden kuntayhtymän kautta lisää maaseutualueita. Maaseutuperintö on vahvuus uuden Kouvolan alueella. (Kouvolasta kotoisin 2005, 145).

Tällä hetkellä Kouvola on noin 90 000 asukkaan kaupunki. Kouvolassa elävät kaupunki ja maaseutu rinnatusten. Alueella on oma kansallispuistonsa, Repovesi ja Kouvolan luonto tarjoaa parhaita ulkoilu- ja mökkimaastoja vapaa-ajan virkistyskäyttöön. (Kouvolasta kotoisin 2005, 145).

Kouvola lukuina

- Sijaitsee Kaakkois-Suomessa, Kymenlaakson läänissä.
- Helsinkiin 135 km, Pietariin 285 km.
- Vanhan Kouvolan alueella oli noin 32 000 asukasta.
- Kouvola on seutunsa palvelukeskus. Kouvolan seudun muodostavat, Kouvola, Kuusankoski, Anjalankoski, Valkeala, Elimäki, Iitti ja Jaala. Yhteensä noin 100 000 asukasta.
- Kouvolan seudun suurimpia työnantajia, Vekaranjärven varuskunta ja Utin jääkäriyrykmentti, Metsätehollisuus (UPM-Kymmene oyj, Stora Enso, Myllykoski Paper oy), VR-yhtymä, valtion aluehallinnot ja kunnat, Osuuskauppa ympäristö, ÅF-CTS Oy, Recticel Oy.
(Kouvolasta kotoisin 2005, 145).

Kouvola 2016 slogan on: Kouvola - Kymijoen kaupunki

Kouvola 2016 toiminta-ajatus:

”Kouvolan kaupungin perustehtävänä on luoda laadukas elinympäristö ja hyvät edellytykset asukkaiden, yritysten ja yhteisöjen taloudelliselle, henkiselle ja sosiaaliselle hyvinvoinnille sekä osallisuuden vahvistumiselle”. (Uusi Kouvola 2010)

Kouvola 2016 visio

”Elinvoimainen osaajien ja monimuotoisen luonnon kaupunki, joka luo edellytykset turvalliseen ja terveelliseen elämään sekä luovaan yrittämiseen”. (Uusi Kouvola 2010)

Toiminta-ajatus on työstetty järjestelysopimuksen strategisten tavoitteiden perustalta. Slogan on syntynyt uuden kunnan nimeämisen yhteydessä. Visio on muodostettu strategisten tavoitteiden perustalta siten, että se kuvaa uuden kunnan tavoitetilaa vuonna 2016. (Uusi Kouvola 2010)

4 TIEDONHANKINTA JA TUTKIMUS

4.1 Tutkittavat aiheet ja menetelmät

”Tutkimusaiheesta täytyy löytää näkökulma, joka tekee tutkimuksesta mielekkään. Näkökulman löytäminen tarkoittaa sitä, että tutkija on saanut rajatuksi lähtökohtauongelman, jota voidaan nimittää pääongelmaksi. Pääongelman täsmentäminen johtaa siihen, että tutkimukseen saadaan osaongelmat. Osaongelmia kutsutaan myös alaongelmiksi. Alaongelmiin saadut vastaukset mahdollistavat myös pääongelmaan vastaamisen.” (Hirsjärvi 1986, 27.)

Tutkimusosuus työssä keskittyy suurelta osin liikelahjaan, sen käyttöä meillä ja muualla ja ekologisen liikelahjan suunnitteluun ja sen käytettävyyteen nykypäivänä. Ekologisesta liikelahjasta on tulossa nouseva trendi ympäri maailmaa. Pääongelmana on luoda uusi liikelahja Kouvolan kaupungille, joka tukisi Uuden Kouvolan miellelyhtymiä. Alaongelmina kuinka sovellan ekologista suunnittelua omaan työhöni sekä millaiset mahdollisuudet on käyttää paikallisia yrittäjiä liikelahjan toteuttamisessa.

Tutkimusmetodina käytän kehittämistutkimusta ja kvalitatiivista tutkimusta eli laadullista tutkimusta.

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Tällä tarkoitetaan ilmiön merkityksen tai tarkoituksen selvittämistä sekä kokonaisvaltaisen ja syvemmän käsityksen saamista ilmiöstä. Käytännössä tämä tarkoittaa usein tilan anta-

mista tutkittavien henkilöiden näkökulmille ja kokemuksille sekä perehtymistä tutkittavaan ilmiöön liittyviin ajatuksiin, tunteisiin ja vaikuttimiin. (Anttila 2002, 71.)

Ekologinen liikelahja on hyvin pitkälle ihmisten omiin tunteisiin ja näkökulmiin perehtynyt valinta. Ekologisuus on nouseva ilmiö, joka vaikuttaa monella eritasolla yritysten omaan kuvaan, jonka he haluavat tuoda esille. Ekologisuus ei rajoitu pelkästään liikelahjaan vaan myös yhtiöiden muihin ympäristö asioihin.

”Kehittämistutkimuksella, jolla tarkoitetaan tutkimuksen tuloksen ja /tai käytännönkokemuksen kautta saadun tiedon käyttäytymistä uusien aineiden, tuotteiden, tuotantoprosessien, menetelmien ja järjestelmien aikaan saamista tai olemassa olevien olennaisen parantamiseen. Tämäntapaiseksi tutkimukseksi kutsutaan esimerkiksi niin sanottu toimintatutkimus (action research), joka tuottaa suoraa tietoa siinä tilanteessa, jossa sitä myös sovelletaan, sekä projekteissa tapahtuvan tutkimus- ja kehittämistoimintoja.” (Anttila 2000, 72.)

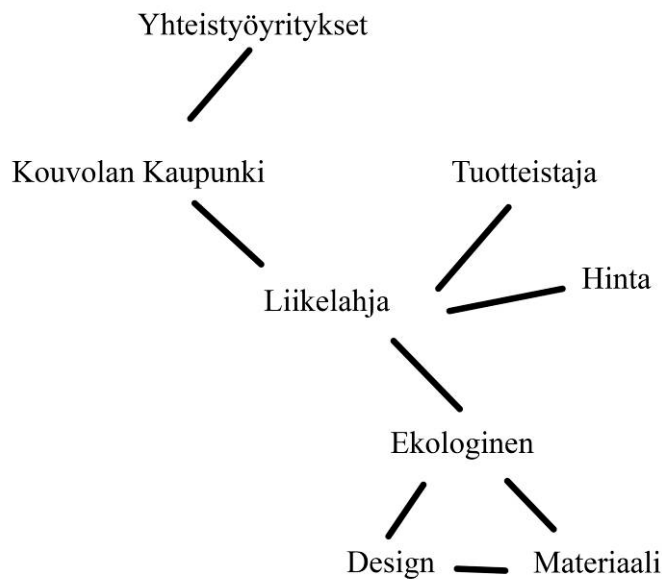
Toiminta tutkimuksen tarkoitus on tässä työssä tuoda esille uusia mahdollisuuksia käyttää ekologista liikelahjaa ja huomioida mahdollisuus käyttää paikallisia yrittäjiä liikelahjan tuottajana. Ekologisen liikelahjan ei sinänsä siis välttämättä saavuta esimerkiksi toiminnan tehostumista tai parantumista vaan tuloksena voi olla myös uusi tapa ajatella, jonka tehty muutos mahdollistaa purkaessaan tottumukseksi muodostuneita ajattelu- ja toimintamalleja.

”Vertaileva tutkimus on yleensä luonteeltaan niin sanottua ”ex post facto” eli aineisto kootaan valmiista tiedostoista tai sen jälkeen, kun ilmiö on jo tapahtunut. Tutkija valitsee yhden tai useamman selitettävän muuttujan (riippuvan muuttujan) ja tutkii aineistoa, löytyykö sieltä syitä, asioiden välisiä yhteyksiä, niiden merkityksiä ja niin edelleen.” (Anttila 2000, 176.)

Tutkimuksen haastattelu aineistona käytiin olemassa olevaa haastattelua Kouvola 2009- haastattelua sekä Liikelahja-lehden tekemää haastattelua ekologisista liikelahjoista. Lähetin haastattelun sähköpostina myös Suomessa toimiville ekologisten liikelahjojen toimittajille.

Dokumentti aineistoa tutkimuksessa ovat erilaiset tekstit, joita on koottu alan lehdistä ja valokuvat olemassa olevista ekologisista liikelahjoista. Ekologinen liikelahja on

vielä uusia asia Suomessa, jonka vuoksi lähdeoteoksia aiheesta tulisi olemaan hankala löytää.



Kuva 1. Viitekehys

Viitekehyksessä on monta vaikuttavaa tekijää: Mahdollinen tuotteistaja, hinta ja ekologinen (Kuva 1). Ekologisuuteen vaikuttaa materiaali, joka omalta osaltaan vaikuttaa tuotteen designiin. Liikelahjan arvo määrittelee myös tuotetta. Kouvolan kaupungin yhteistyöyritykset ovat myös vaikuttava tekijä, olemassa oleva vai uusi yritys.

4.2 Mitkä asiat vaikuttavat liikelahjaan

Liikelahja on paljon käytetty artikkeli Suomen yrityksissä, oli sitten kyseessä pieni tai suuri yritys. Tutkittavissa aiheissa halusin syventyä liikelahjan salaiseen maailmaan; Mitkä asiat vaikuttavat liikelahjan valintaan ja kuinka se vaikuttaa yrityksen imagoon?

Liikelahjan merkitys on muuttunut vuosien kuluessa, enää se ei ole pelkästään sattumanvaraisesti valittu esine tai tuote vaan nykyään sillä halutaan korostaa yrityksen imagoa ja sitä mitä yritys edustaa. Liikelahjalle on syntynyt tarina ja tarinat tukevat yrityksen imagoa.

Liikelahjan suunnittelussa on hyvä tutustua myös yritykseen ja siihen mitä se edustaa. Kouvolan kaupunki on muuttunut vuosien saatossa. Tutustuminen Kouvolan uuteen

kaupunkiin, kertoo millaisena asukkaat näkevät tämän päivän Kouvolan ja millaisen tulevaisuuden asukkaat haluaisivat.

Kouvolan kuntayhtymään tutustuessani käytin apuna Kouvola 2009- tutkimusta Uuden Kouvolan maineesta. Kyselyyn oli vastannut 292 asukasta Kouvolasta, johon kuului päättäjiä, yrittäjiä ja asukkaita. Kyselyyn vastanneista 31 oli yrittäjiä.

”Vastaajien mukaan Uudella Kouvolalla on useita vetovoima ja erottautumistekijöitä. Monet toivat esiin ajatuksen kaupungista, joka muodostuu useasta aktiivisesta kylästä, jotka tarjoavat turvallisen ja hyvän asuin- ja palveluympäristön. Toinen monissa vastauksissa toistunut erottuvuustekijä on Repoveden kansallispuisto kaupungissa. Kolmanneksi nostettiin esiin erinomaiset harrastusmahdollisuuden ja urheilujoukkueiden menestys, jotka kertovat aktiivisesta ja virikkeellisestä seudusta. Liikenneyhteyksien merkitystä korostettiin hyvin monissa vastauksissa, vaikka lentoyhteydet eivät olekaan vahvuus.

Visiot Kouvolan alueen tulevaisuudesta hajautuivat erilaisten näkemysten kesken. Osa vastaajista haluaisi alueen olevan tunnettu hyvin hoidetuista kuntapalveluistaan, osa houkuttelevana matkailukohteena ja osa kehittyvänä talousalueena.

(Kouvola 2009- tutkimus Uuden Kouvolan maineesta)

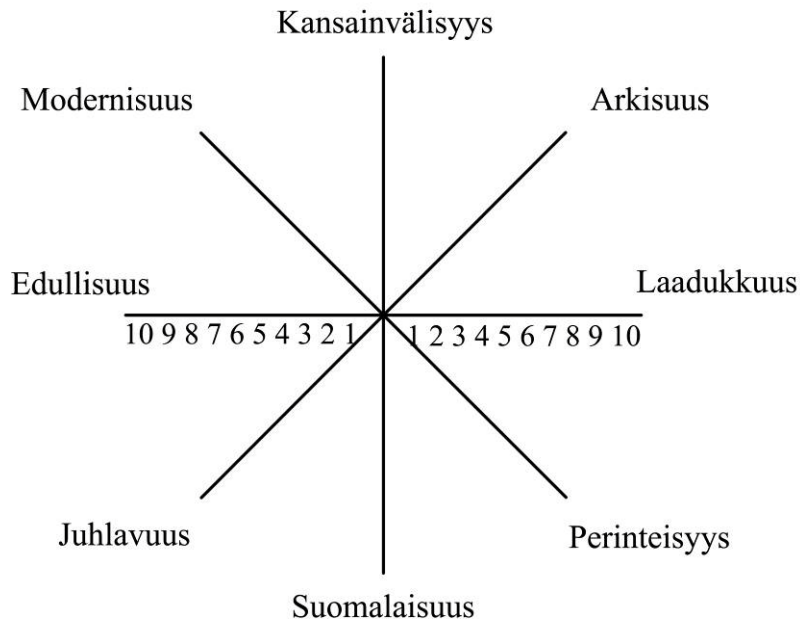
4.3 Imago

Imago on ihmisten kokemus, tietojen, asenteiden, tuntemusten ja uskomusten summa tarkasteltavasta asiasta. Kouvolan kaupunki tulee markkinoimaan itseään viherkaupunkina, joka on yksi kuntayhtymän uusista imagoajatuksista kaupungista.

Mielikuvallistaminen on markkinoinnin perustyötä. Yrityksen tavoittelema mielikuva on yrityksessä tehtävien ratkaisujen avulla saatava markkinoilla toteutumaan. Mielikuvallistaminen voidaan jakaa kahteen ryhmään: tuotetyöhön ja viestintätöihin. Kouvolan kaupungin viestintä vaikuttaa enemmän siihen millaisena kuva Kouvolasta saadaan. Ekologinen liikelahja muokkaa pieneltä osalta Kouvolan imagoa viherkaupunkina.

Määrittäessä tuotteeseen liitettäviä avainominaisuuksia on imagokoordinaatio eräs apuväline, jolla voidaan hahmottaa, kuinka ominaisuudet kytkeytyvät toisiinsa siten,

että kaikkia positiivia asioita ei saada tuotteeseen liitettyä. Tätä voidaan kuvata seuraavan kaavion avulla (Kuva 2). (Rope 2001, 107.)



Kuva 2. Imagokoordinaatiosta

Imagokoordinaatiston ajattelumalli pohjautuu siihen, että mielikuvamaailmassa on tiettyjä ominaisuuksia, jotka eivät voi olla yhtä vahvoja tuotteessa. Esimerkiksi erittäin korkeatasoinen ei voi olla halpa ja perinteinen ei voi olla moderni. Asteikkoa 1-10 käytettäessä yritys ei voi olla samanaikaisesti maksimaalisen laadukas ja maksimaalisen edullinen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että minkä laadussa voittaa, sen edullisuusmielikuvassa häviää.

Sama kaavio on hyödyllinen myös liikelahjan suunnittelussa. Samaan pakettiin ei voi saada samassa suhteessa perinteikkyyttä ja modernia. Ekologinen sana tuo mieleen laadun ja hinnan. Ekologisuus on asia, johon joutuu nykypäivänä panostamaan enemmän: Ekologinen ja edullinen eivät kulje käsi kädessä tällä hetkellä, johtuen ekologisen tuotteen materiaaleista ja niiden saatavuudesta.

Kouvolan kaupunki haluaa tuoda itseään julki kolmella erilaisella mielleyhtymällä.

- Kodikas Kouvola - Laadukkaat ja kehittyvät palvelut
- Ketterä kumppani - Kouvola on uudistuva ja kansainvälistyvä kaupunki
- Kiehtova kaupunki - Kouvola on luonto-, kulttuuri- ja liikuntamatkailijoiden kohtauspaikka

Kouvolan kaupunki uudistuvana ja kansainvälistyvänä kaupunkina tuo mieleen sanan moderni, kun taas luonto-, kulttuuri ja liikuntamatkailijoiden kaupunkina tuo mieleen sanan perinteinen. Ekologisen liikelahjan suunnittelussa Kiehtova kaupunki on ekologinen mielleyhtymä, jota käytän työssäni.

4.4 Projekti suunnitelma

Opinnäytetyössäni tulee olemaan useampia osatekijöitä: Mahdollinen tuotteistaja, viinintuottajat ja Kouvolan kaupungin väki. Projektin tarkoituksena on yhdistää Kouvolan kaupungin paikallisia yrittäjiä Kouvolan liikelahjan tuotteistajana tai osana liikelahjaa. Projektin tarkoituksena on yhdistää eri tekijöitä, jotka vaikuttavat liikelahjaan. Projektin kuluessa tarkentuvat sen eri osa-alueet, tekijät, yrittäjät ja tuotteistajat.

Projektisuunnitelman tulee antaa vastaus kolmeen peruskysymykseen:

1. Miksi projekti toteutetaan, mihin sillä pyritään ja mitä sillä tavoitellaan: mitkä ovat projektin tavoitteet ja miten niiden saavuttamista mitataan?
2. Mitä tuotoksia projektilla saadaan aikaan?
3. Miten projekti toteutetaan ja ketkä sen toteuttavat?

Hyvän projektisuunnitelman tulee olla selkeät ja realistiset. Projektisuunnitelma määrittelee projektin sisällön ja ero osapuolien roolit hankkeen toteutumisessa. Tavoitellulla projektilla tulee olla riittävät resurssit tavoitteiden saavuttamiseksi. (Kettunen 2001, 116.)

Hyvän tuotesuunnittelun perustoiminnot:

1. Tuotesuunnittelun ja valmistuksen kolme perustoimintoa on mielikuvan muodostaminen, tuotoksen aikaan saaminen ja testaaminen.
2. Kolmenlaisen informaation käyttäminen: heuristinen (keksivä, mielikuvista syntyvä tietorakenne), hermeneuttinen (tulkitseva, ilmiön tulkinnasta syntyvä tietorakenne) ja empiirisesti (todennetusta) saatu informaation eli testauksen tai mittauksen avulla saatu tietorakenne.
3. Tuotoksen vaihtuvat visiot, eli tuotoksen lopullista olemusta varten harkitaan monia vaihtoehtoja, sekä muotoilu prosessin tulee olla sarja vaihteita tai uusia luovia kierroksia.
4. Kohti hyväksyttävää ilmaisua, eli useista vaihtoehdoista valitaan ympäristön tai omien henkilökohtaisten kriteerien mukaan. Edellä olevat tekijät kertautuvat jokaisella kierroksella uudelleen. (Anttila 2000, 96.)

Produktiivisessa osassa on tarkoitus tehdä erilaisia protomalleja tuotteesta, sekä mahdollisesti Beta-prototyyppimalli, joka valmistetaan aiotuilla valmistusmenetelmillä ja lopullisilla työkaluilla. Suunnittelussa edetään osin havainnoinnin ja testaamisen kautta lopulliseen tuotteeseen.

5 LIIKELAHJA

Et koskaan saa toista tilaisuutta tehdäksesi hyvän ensivaikutelman.

– *Will Rogers*

Liikelahjoissa pätevät perinteiset lahjan antamisen periaatteet: Hyvin valittu ja laadukas lahja vahvistaa asiakassuhdetta ja kannustaa työntekijöitä parempiin suorituksiin. Moni liikelahjan antaja haluaisi antaa jotain kotiin kuuluvaa, jolloin mahdollisuudet ovat pienistä käyttö- ja koriste-esineistä hieman suurempiin. Millainen tuote on liikelahjana onnistunut? Hyvä liikelahja on sellainen, että sille on todella käyttöä ja käyttäessään lahjaa, lahjan saaja muistaa, mistä sen on saanut. Onnistuneista lahjavalinnoista

kertoo se, että lahjan saaja käyttää tuotetta ja kertoo mielellään, mistä sen on saanut. (Liikelahja-lehti 2009, 48).

Liikelahja heijastaa yrityksen identiteettiä. Liikelahja kertoo keitä me olemme ja mitä me edustamme. Liikelahjan tulisi edustaa yritystä ja sen imagoa, joka rakentaa myös lahjan saajan silmissä yrityksen identiteettiä. Liikelahja on osa yrityksen viestintää, joka päivittyy vuosien kuluessa, profiloi yrityksen keinoja olla muistettava lahjan saajan silmissä. Oma tuote on yrityksen kannalta paras, jos yritys valmistaa sellaista tuotetta, jonka voi antaa lahjaksi. Yleensä lahjan saava odottaakin saavansa yrityksen tuotteen mukaansa, mutta useimmiten yritykset joutuvat turvautumaan lahjatuotteisiin. Ellei sitten kysymyksessä ole merkkipurkkolaseja valmistava yritys tai muotoilua tuottava yritys. (Krabbe 2004, 96).

Liikelahjasta on tullut tarina, joka tukee yritystä ja sen ympäristöystävällisiä arvoja. Liikelahjan ei tulisi olla hätäisesti ostettu lahja vaan tarkasti harkittu tuotos, joka ohjaa yrityksen toimintaa ja ajatusmallia. Liikelahjan antaminen on tietoista vuorovaikutusta antajan ja saajan välillä. Perinteisen konservatiivisen yrityksen imago vaatii toisen tyylistä lahjaa kuin nuorekkaan, innovatiivisen ja rohkeutta viestittävän yrityksen. (Krabbe 2004, 97.)

”Kun annamme lahjan, muovaamme kuvaa, otamme huomioon omat ja vastaanottajan arvot, muuttuvan maailman. Kerromme keitä olemme, mikä on suhteemme muihin ja maailmaan. Tässä herkässä vuorovaikutuksessa on kysymys lahjan ekologisuudesta ja eettisyydestä on tänään yhä tärkeämpi, ytimekäs tekijä. Kyse ei ole vain ohi menevästä trendistä.” (Piri 2009, 45.)

Hyvä liikelahja on persoonallinen, vaikka liian henkilökohtainen lahja ei ole hyväksi. Mitä paremmat tiedot lahjan saajasta on, sen helpompaa on lahjan valinta. Saajan henkilökohtaiset intressit helpottavat lahjan valintaa, mutta kannattaa ottaa selville, jos antaa lahjan harrastusta varten, onko saaja vasta aloittanut harrastuksen vai onko hän harrastanut pidempään. Sopimaton lahja voi tehdä enemmän vahinko kuin se, ettei anna lahjaa ensinkään. Ja hyväkään lahja ei pelasta tilanteita jos vierasta on kohdeltu huonosti. Ystävällisyyden ja huomioon ottamisen arvoa ei voi rahassa mitata, pienten palvelusten tekeminen lasketaan myös tärkeämmäksi kuin fyysinen lahja. (Krabbe 2004, 97).

5.1 Millainen on hyvä liikelahja?

Suosi kotimaista. Suomalainen muotoilu on tunnettua kansainvälisillä markkinoilla ja Suomalaista muotoilua suositaan myös kotimaan liikelahjoissa. Varmista lahjan korkea laatu, suosi kansainvälisesti tunnettuja merkkituotteita. Rihkaman aika on ohi ja nykyään lahjaan panostetaan muotoilussa ja lahjan arvossa. Yritä antaa vastaavan tasoisia lahjoja kuin vieraasi. Sovelias arvo riippuu sekä lahjan saajasta että antajasta. Nyrkkisääntö on, että lahjan arvo voi olla maksimissaan 30 % saajan kuukausipalkasta. Tämä koskee aivan erityistapauksia, liikelahjat ovat yleensä halvempia ja on aina parempi, että saaja tietää lahjasta, että se ei ole aivan ylettömän kallis. (Krabbe 2004, 102).

Varmista, että lahja on helposti kannettava ja sen saa mahtumaan matkatavaroihin. Lentoliikenteen nykyaikaisten säännösten mukaan lentokoneeseen ei saa nykyään viedä esineitä, jotka luokitellaan teräaseiksi. Jos haluat antaa jotain isokokoista, tarjoudu lähettämään se lahjan saajalle. Muista merkitä tällöin myös mahdolliset verot ja tullimaksut lähettäjän maksettavaksi tai lahjasta voi tulla vastaanottajalle kallis. (Krabbe 2004, 102).

Vältä pilaantuvia ja helposti särkyviä lahjoja. Syötävät lahjat ovat sinällään hyväajatus, mutta kannattaa selvittää kansainvälisille vieraille annettaessa syötävä lahja millaiset ovat sikäläiset tullimääräykset. Kylmäsäilytystä vaativat lahjat tulisi antaa henkilökohtaisesti, ettei käy niin, että paketti lojuu toimistonpöydällä viikonlopun yli. Tarkista lahjan saajan kulttuuriin liittyvät tabut. Sovelias lahja vaihtelee kulttuurista toiseen. Japanissa numero 4 viittaa kuolemaan ja numero 9 tuskaan. Islamilaisille ei alkoholi käy lahjaksi ja kannattaa pitää huolta, ettei lahjassa ole myöskään käytetty siannahkaa. (Krabbe 2004, 102).

Kiinnitä huomiota siihen milloin lahja annetaan. Lahja annetaan mieluiten mahdollisimman julkisessa tilanteessa, niin sitä ei helposti kuvitella lahjukseksi. Kahden kesken lahjaa ei koskaan kannata antaa. Eri maissa on erilaiset säädöksen mihin aikaan tapaamisessa lahja tulisi antaa. Erilaisia vaihtoehtoja antaa lahja on heti saavuttaessa tai sitten hyvän sopimuksen allekirjoitettua. (Krabbe 2004, 99.)

Hyvissä lahjoissa ei yrityksen logoa ole ollenkaan tai se on sijoitettu mahdollisimman huomaamattomasti. Liikelahjan tarkoitus ei ole olla mainos vaan sen pitää viestiä ar-

vonantoa lahjan saajalle. Mieleisen lahjan saanut muistaa kyllä lahjan antajan vaikei-
siinä yrityksen logoa olisikaan. (Krabbe 2004, 96).

Liikelahjat voidaan jakaa seuraaviin ryhmiin:

1. Mainoslahjat ovat suurissa erissä jaettavat tavaroita eli niin sanottuja give away -
tuotteita. Tyypillisiä lahjoja tässä ryhmässä ovat esimerkiksi mainoskynät, mainoshei-
jastimet, avaimenperät, viivoittimet ja kirjeenavaajat. Niitä jaetaan näyttelyissä, mes-
suilla sekä vieraileville ryhmille. Yrityksen koosta riippuen niitä voidaan jakaa satoja
tai tuhansia vuodessa. Logo voi olla mainoslahjassa näkyvällä paikalla. Jaettavan esi-
neen arvo on keskimäärin 0,5-2 euroa. (Mikluha 1997, 42.)

2. Myynninedistämistuotteet ovat kädestä käteen annettavia tuotteita. Tyypillisiä
myynninedistämislahjoja ovat pipot, lippalakit, t-paidat, grillikintaat, rantapallot, sa-
teenvarjot ja niin edelleen. Uusimpia trendejä tässä kategoriassa ovat muun muassa.
UBS-muistitikut. Jakomäärä yrityksestä riippuen 500–2.000 kpl vuodessa ja lahjan ar-
vo 2,5-9 euroa. (Mikluha 1997, 42.)

3. Liikesuhteen ylläpitämiseksi annettavat lahjat eli liikelahjat. Näistä lahjoista käyte-
tään myös nimityksiä yrityslahjat ja asiakaslahjat. Liikelahjoina kannattaa käyttää vain
korkealaatuisia merkkitavaroita. Suurin osa joululahjoista kuuluu tähän ryhmään. Näi-
tä annetaan yleensä 100–300 kpl vuodessa ja lahjan arvo on 14–30 euroa. (Mikluha
1997, 42.)

4. Avainasiakkaille annettavat liikelahjat eli lahjatavaroiden aateli. Näitä lahjoja kut-
sutaan yleisesti myös nimellä vip-lahjat sekä ”mustaleimalahjat”. Ryhmän tuotteet yri-
tys jakaa asiakasyritysten liikkeenjohdolle ja tärkeimmille asiakkaille. Yrityskohtainen
vuosikulutus noin 50 kpl ja lahjan arvo voi olla yli 50 € Merkkipäivänä annettavat
lahjat saattavat olla hyvinkin arvokkaita. (Mikluha 1997, 42.)

Asiakkaalla oli kahdenlaisia mielipiteitä suunnittelemani linnunpöntön määrän tuot-
teistamisesta. Anne Käki oli enemmän alle 100 kpl puolella kun taas Heli Lehti pohti
myös sellaista mahdollisuutta, että linnunpönttöä alettaisiin myydä mahdollisesti jos-
sain Kouvolan tuotteiden myyntipisteessä. Viinipullo olisi myös mahdollista antaa il-
man linnunpönttöä, koska se ei olisi teemaan sopiva talviaikaan. Näin viinipullon lu-
kumäärä jäi vielä pohdittavaksi.

5.2 Vieraita eri maista

Aina on otettava huomioon lahjan saajan kulttuuri sekä lahjojen antamiseen liittyvä tapa kulttuuri. Sovelias lahja vaihtelee kulttuurista toiseen. Ennen lahjan valintaa kannattaa aina selvittää erilaiset merkitykset ja säännöt. Kannattaako lahja antaa julkisesti vai yksityisesti? Onko olemassa tabuja, jotka tekevät lahjasta sopimattoman? Lahjojen sopivuus on kulttuurisidonnoista. Monissa maissa ja kulttuureissa teräaseiden antaminen on tabu. Teräase nimittäin voidaan tulkita vihamieliseksi eleeksi. Kun Suomessa puukko ja veitsi on hyvinkin mieluinen lahja, muissa kulttuureissa se voi johtaa ajatukset verikostoon tai itsemurhaan. Toinen ongelma teräaseiden kanssa on matkustaminen. Liikemiehet yleensä matkaavat vain käsimatkatavaroiden kanssa ja lentokoneeseen ei voi viedä nykymääräysten mukaan mitään mikä voidaan tulkita teräaseeksi, ei edes lahjapaketissa olevaa. (Krabbe 2004, 105.)

Kansainvälisiin vierailuihin valmistauduttaessa on muistettava, ettei stereotypioilta voi välttyä, kun on kyse eri maalaisista ihmisistä. Mitä enemmän ihmisistä tiedetään sitä turvallisimmilla vesillä ollaan lahjaa valittaessa. Ajattelutavat ovat hyvin kulttuurisidonnaisia ja mitä paremmin tuntee kulttuurin ja käytöstavat, sen helpompi on välttää virheitä, jotka vieraat voivat kokea loukkauksena. Mikään lista tai yleistyksen eivät korvaa syvempää tutustumista vieraaseen kulttuuriin. Jos on enemmänkin tekemisissä tietyn kulttuurin edustajien kanssa, on kohteliasta yrittää tutustua heidän kulttuuriinsa. (Krabbe 2004, 106).

”Ihmiset eivät koskaan ole pelkästään maansa edustajia, vaan he ovat myös oman sukupolvensa, sukupuolensa, yhteiskuntaluokkansa, uskontonsa, kotiseutunsa, ammattiryhmänsä ja yrityksen edustajia.” (Krabbe 2004, 105.)

Ruotsissa kohtuuhintaiset lahjat ovat parhaimpia ja pienet ja tyylikkäätsä lahjat arvostetuja. Viranomaisille ei tule antaa liian kalliita tai ylellisiä lahjoja. Lahjonnan vaikutus jää silloin pois. (Krabbe 2004, 106.)

Virossa suomalainen muotoilu on hyvin arvostettua. Palkat ovat hyvin alhaisia julkisella sektorilla ja sen vuoksi lahjatkin voivat olla hyvin vaatimattomia. Parhaimpia liikelahjoja ovat yleensä kauniit esineet. (Krabbe 2004, 107.)

Venäjällä henkilökohtaiset suhteet ovat hyvin tärkeitä. Pienet lahjat ovat omiaan tekemään suhteesta henkilökohtaisemman. Liikelahjoina ovat yleensä pienet lasiesineet. Kaupan päätteeksi venäläinen asiakas odottaa aina saavansa pienen lahjan. Puukko ei sovi lahjaksi. Tärkeimmät päivät Venäjällä ovat uusivuosi ja naistenpäivä, silloin on hyvä antaa kukkia. Lahjonta on yleistä venäjällä, mutta se ei tietenkään kuulu hyvään tapakulttuuriin ja lahjojen antamista kahden kesken tulee välttää. (Krabbe 2004, 109.)

Ranskassa esteettiset ja älylliset lahjat ovat sellaiset, joita he arvostavat, kuten kahvipöytäkirjoja. Lahjoja annetaan vähemmän kuin Suomessa, mutta joulun tienoilla on sopivaa antaa myös liikelahjoja. Keltainen väri symboloi petollisuutta, joten sitä kannattaa välttää kukissa ja muutenkin lahjoissa. (Krabbe 2004, 112.)

Italiassa tyylikkäitä ja laadukkaita lahjoja arvostetaan ja ne saavat olla näyttäviä ja erikoisia. Liikelahjojen vaihtaminen on alkanut yleistyä ja korkeatasoinen muotoilu on arvostettua. Silkki, puukot, rintakorut ja kynttilänjalat ovat olleet suosittuja lahjoja. Keltaisia ja valkoisia kukkia kannattaa välttää, koska ne yhdistetään hautajaisiin. (Krabbe 2004, 115.)

Britanniassa kulttuuriin ei kuulu tyypillisesti lahjojen antaminen, mutta jos saat lahjan, kannattaa vastalahjakin olla valmiina. Missään nimessä liikelahjaksi ei saa antaa solmiota. Joulukorttien lähettäminen on kohteliasta, mutta pidä huoli, että ne ovat perillä viikkoa ennen joulua. Liikelahjojen sijasta kannattaa ennemmin tarjota lounas, päivälinen tai jokin kulttuuritapahtuma. (Krabbe 2004, 116.)

Yhdysvalloissa kannattaa välttää liian henkilökohtaisia lahjoja, esimerkiksi vaatteet mielletään liian henkilökohtaisiksi. Liikelahjojen antaminen ei ole yleistä ja lahjoja ei missään tapauksessa anneta joka tapaamisella. (Krabbe 2004, 118.)

Arabimaissa alkoholi ei käy missään nimessä liikelahjaksi eivätkä myöskään alkoholia sisältävät makeiset. Siannahkaa sisältävät liikelahjat eivät ole soveliaita. Vihreä väri symboloi vehreyttä, joka sopii hyvin lahjojen väriksi. Liikelahjaa ei sovi antaa ensitapaamisella, mutta kuitenkin saavuttaessa yrityskäynnille. (Krabbe 2004, 121.)

Kiinassa lahjoissa tärkeintä ei ole arvo vaan ajatus. Kiinalaiset tuovat aina mukanaan lahjoja, yleensä jokaiselle ja tästä syystä olisi hyvä antaa heillekin aina jotain. Pikku- lahjat ovat yleensä onnea tuovia koriste-esineitä. Yritykselle annettavat lahjat ovat

yleensä arvokkaampia kuin henkilökohtaiset. Suomalainen design on hyvin haluttua, varsinkin eläinaiheiset esineet. Kiinalaisessa kulttuurissa on paljon sääntöjä värien ja lukujen mukaan. Valkoinen väri viittaa kuolemaan sekä luku neljä. Kumpaakin pitää välttää liikelahjaa valittaessa. Terävät esineet symboloivat ystävyuden katkaisemista. (Krabbe 2004, 123.)

Japanissa suomalainen muotoilu ja musiikki kuten Sibelius on hyvin suosittua Japanissa. Lahjan antaminen on hyvin tärkeä osa japanilaista liike – elämän kulttuuria. Japanilaisilla on aina itsellään mukana lahja ja he antavat sen kaksin käsin. Lahjat ovat yleensä vaatimattomia, mutta kallistakaan lahjaa ei pidetä lahjuksena. Rihkamaa ei pidä missään nimessä antaa ja lahjat pitää aina olla pakattuina. Numeroa neljä ja yhdeksän, kannattaa välttää. Parilliset lahjat tuovat onnea ja lahjat avataan aina yksityisesti. Valkoisia kukkia ei saa missään nimessä antaa tai veistä tai puukkoa, koska ne tulkittaisiin itsemurhavihjeeksi. (Krabbe 2004, 130.)

”Kouvola - Kymijoen kaupunki on Kymenlaakson maakunnan osana selkeästi osa Itämeren piirin liiketoimintakeskusta ja kehittyvää Pohjois-Euroopan talousaluetta. Kouvolan seutu on hyvin saavutettava alue, joka yhdistää ja kokoaa eri toimijoita ja toimii logistisena keskuksena. Lisäksi Kymenlaakson maakunta on aktiivisesti kehittänyt yhteyksiään erityisesti läheisen Pietarin alueen ja Baltian maiden alueiden kanssa. Kaupungin tulevan kehityksen kannalta sijainti Helsingin ja Pietarin metropolien kehityskäytävällä on strategisesti keskeinen lähtökohta.” (Kouvola info, 2010)

Kaupungin kansainvälistymiseen liittyvät merkittävät muutokset; maahanmuuttajat, investoinnit, globalisoitumisen haasteet, EU:n laajeneminen ja Venäjä. Nämä asiat tulevat korostumaan tulevaisuudessa. Yritystoiminta globalisoituu, yliopisto- ja muu koulutustoiminta kansainvälistyy ja maahanmuuttajien määrä tulee kasvamaan. Venäjän taloudellisella kasvulla ja yhteistyön kehittymisellä lähialueiden kanssa on olennainen merkitys Kouvolan kehitykselle. Venäjän ja Baltian maiden vierailijat ovat yksi suurin ryhmä ketkä vierailevat Kouvolan seudulla. (Uusi Kouvola, 2010)

5.3 Ekologinen liikelahja on imagokysymys

Markkinoilla olevat ekoliikelahjat ovat lisääntyneet. Kestävän kehityksen myötä yritykset ovat tulleet enemmän tietoisiksi ympäristöystävällisten arvojen merkityksestä yritykselle. Yritykset haluavat vastuuntuntoisemmalla ajattelutavalla tehdä vaikutuk-

sen asiakkaisiin, yhteistyökumppaneihin ja työntekijöihin. Yrityksen ekologisesta ajattelutavasta on helppo kertoa liikelahjan avulla. Ekologiset valinnat määrittävät yhä useamman yrityksen toimintamalleja oli sitten kyseessä kierrätys, energian säästäminen tai muut toiminnot, jolla yritys haluaa luoda vastuuntuntoisen ajatusmallin. (Liikelahja-lehti 2009, 13).

Muutamia vuosia sitten markkinoilla olevilla liikelahjoilla haluttiin panostaa näyttävyyteen ja ylellisyyteen. Luksusbrändit olivat vuosia merkittävässä roolissa liikelahjan valinnassa. Liikelahjan valinnassa ei ajateltu sen käytettävyyttä samalla tasolla kuin nykyään, vaan sen materiaalia ja hintaa. (Liikelahja-lehti 2009, 13).

Ekologisen liikelahjan kohdalla halutaan nykyään tietää myös sen elinkaaresta: Kuka sen on tehnyt, mistä materiaali on tullut, sen kierrätettävyydestä sekä kuinka pitkän matkan tuote on kulkenut valmistuspaikaltaan. Enää ei riitä pelkästään tieto siitä, onko pakkaus ja valmistusmateriaali ympäristöystävällinen. Kierrätysmateriaaleista valmistetut liikelahjat tai luontoon palautuvasta materiaalista valmistetut liikelahjat ovat materiaalivalikoimissa uusia. Bambusta on tulossa uusi materiaali liikelahjojen valmistuksessa sen monimuotoisista valmistusmahdollisuuksista johtuen. (Liikelahja-lehti 2009, 48).

Ekologisesta liikelahjasta on tullut merkittävä asia yrityksissä, jossa halutaan toimia kestävä kehityksen mukana. Ympäristöystävällisistä liikelahjoista on tullut myös kansainvälisesti vahva ja haluttu tuote. Ekologinen ajattelutapa on noussut lähes kaikissa yrityksissä, johtuen vuoden 2008 länsimaiden talouden haasteista. Ekologinen yritys lahja tuntuu myös sopivalta, ja sillä halutaan vaikuttaa lahjan saajan hyvinvointiin ja yhteisvastuulliseen toimintaan ympäristön puolesta. (Liikelahja-lehti 2009, 13.)

Ekologisen liikelahjan kohdalla ajatellaan myös sen käytettävyyttä, enää ei ole haluttua antaa liikelahjaa, joka on halpa ja kertakäyttöinen, vaan toiminnallinen ja käytännöllinen. Liikelahjamarkkinoilla edelleen suosituimmat ovat kynät ja mukit, mutta myös UBS- muistitikku on valtaamassa alaa. Kyseessä ovat hyödykkeet, joita voit käyttää päivittäin. Näistä suosituimmista liikelahjoista on tullut myös sittemmin ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja. (Liikelahja-lehti 2009, 13).

Liikelahjan suunnittelussa halusin sen olevan mahdollisimman ekologinen. Paikallisten yrittäjien käytöllä ja materiaalivalinnoilla pystyin vaikuttamaan tuotteeseen. Tuot-

teen elinkaari olisi myös selvillä: Missä se on tehty ja missä sen kierrätettäminen olisi mahdollista. Ekologisesta liikelahjasta halusin tehdä käytännöllisen ja toimivan tuotteen, joka sopisi Kouvolan kaupungille.

5.4 Ekologisuus

Tuotteiden ekologisuus voi perustua moneen asiaan; raaka-aineiden tuotantoon, kierrätykseen, uudelleenkäyttöön ja energiatehokkuuteen. Raaka-aineiden tuotannossa voidaan keskittyä esimerkiksi bambun kasvattamiseen. Bambu kasvaa nopeasti ja sopii erilaiseen materiaalien tarpeeseen. Bambusta saadaan valmistettua niin kangasta kuin rakennusmateriaalia. Kierrätyksen kautta jo käytetystä materiaalista tehdään uutta erilaisten tekniikoiden kautta. Kierrätyspaperi on tehty käytetystä paperista. Uudelleen käytössä tuotetta voidaan käyttää useamman kerran, esimerkiksi virvoitusjuomapullo. Energiatehokkaan tuotteen valmistuksessa voidaan energian lähteenä käyttää vastaavasti aurinko-, tuuli-, vesi- tai lämpövoimaa, joka on varastoitunut maa- ja vesi alueisiin eli lasketaan aurinko energian alamuotoihin. (Ekoliikelahjat 2010)

Kierrätysmateriaalia on monenlaisia, vaihtoehtoisesti sellaista, joka hajoaa luonnossa tai materiaalia, joka on jo kertaalleen käytetty. Paperi, puu, kierrätyspahvi, kierrätysmuovi ja kierrätyspaperi ovat yleisimpiä materiaaleja, joita käytetään ekologisissa liikelahjoissa. Ekologinen ajattelutapa on edennyt niin pitkälle, että vaihtoehtoista kestumuovia valmistetaan nykyään muun muassa maissista tai sokerijuurikkaasta. Erikoisempia kierrätysmateriaaleja, joista valmistetaan ekologistia liikelahjoja, ovat seuraavat materiaali.

PLA on kestumuovia, jota valmistetaan muun muassa maissi tai sokerijuurikkaasta. Suomessa biohajoavien tuotteiden raaka-aineina voidaan käyttää muun muassa perunaa tai viljatuotteita. PLA muovi tuntuu ja kestää aivan samalla tavalla kuin perinteinen muovi, mutta on täysin biohajoavaa. Lopulta se hajoaa täysin luontoon siirtyen elämän kiertokulkuun. (Ekoliikelahjat 2010)

Mater-Bi on edistyksellistä materiaalia, jolla on kaikki muovin ominaisuudet, mutta se on 100 % biohajoavaa. Siitä voidaan valmistaa esimerkiksi muovipusseja, jotka hajoavat jo yhden kompostointikierron aikana. (Ekoliikelahjat 2010)

PET-kuidusta voidaan tehdä kestäviä ja ekologisia kangasmateriaaleja valmistetaan sulattamalla virvoitusjuomapuolloista. Kuitujen kesto ei ole paras mahdollinen ja kuidut eivät kuitenkaan maadu. PET- kuidun ekologisuus perustuu kierrätykseen. (Ekoliikelahjat 2010)

Orgaanisen puuvillan tuotannossa ei käytetä ollenkaan keinotekoisia lannoitteita tai myrkkijä. Luonnon maaperän suojelemisen hoitavat ainoastaan linnut ynnä muut luontoon normaalisti liittyvät eläimet ja eliöt, eli myrkkijä ei käytetä vaan tuholaistorjunnan hoitavat linnut. Orgaaninen puuvilla on erittäin laadukasta ja kestävä kangasta, joka tuntuu hyvältä päällä. (Ekoliikelahjat 2010)

Bambu on valmistusmateriaalina erittäin ekologinen. Se ei kasvaakseen vaadi lainkaan lannoitteita tai keinokastelua. Bambua voidaan pitää nopeasti uusiutuvana materiaalina, sillä bambupuu voi kasvaa useita kymmeniä senttejä päivässä. Bambua voidaan käyttää paitsi kovien tuotteiden rakennusmateriaaleina, myös tekstiileissä. Bambusta valmistetut paidat ovat paitsi ekologisia myös erittäin mukavantuntuisia ja kestäviä. Bambu on luonnostaan antibakteerinen materiaali, joka imee kosteutta jopa 60% enemmän kuin puuvilla. (Ekoliikelahjat 2010)

Juutti on ympäristöystävällinen, kestävä ja tyylikäs. Juutti on kasvikuuitua, josta saadaan kasvista riippuen joko hienoa tai karkeaa tekstiiliä. (Ekoliikelahjat 2010)

Tiedossa oli, ettei kaupungilla olisi suuria summia sijoittaa mahdollisesti tähän uuteen liikelahjaan. Ekologisia liikelahjoja valmistetaan paljon erilaisista materiaaleista. Jos aikaa olisi ollut enemmän, olisin mahdollisesti valinnut jonkin uuden materiaalin näistä yllä esittelemistäni materiaaleista ja tutkinut niiden käyttömahdollisuuksia enemmän. Ekologisissa liikelahjoissa on hyvin paljon käytetty bambua sekä puuvillaa. Petkuitu ja PLA ovat uudempia materiaaleja, joita ei varsinaisesti käytetä liikelahjoissa, joista suunnittelu olisi aikaa vievää ja kokeilemista.

Ekologisista materiaaleista puu on helposti saatavilla eri muodoissa ja sitä on helppo käyttää suunnittelussa sen monimuotoisuuden takia. Paperi sekä pahvi ei tuo samantaisia mahdollisuuksia materiaalin käytössä kuin puu.

5.5 Kuinka ekologisiin liikelahjoihin suhtaudutaan yrityksissä

Ekologisia liikelahjoja arvostetaan yrityksissä. Liikelahjavalintoihin vaikuttavat suuresti laatu, kestävyys ja suomalaisuus. Nämä kolme kriteeriä ohittavat jopa ekologisuuden. Yritykset keskittyvät nykyisin vain laadukkaisiin lahjoihin, krääsän aika on ohitettu. (Liikelahja-lehti 2009, 17).

Yritykset ja monet tuotteiden käyttäjät kiinnittävät myös huomiota siihen miten tuotteet on valmistettu. Muotoilijan tai käsityöryrittäjän itse suunnittelema ja valmistama tuote kestää kriittisemmänkin tarkkailun. Oma ympäristö, kulttuuri ja juuret ovat nostaneet liikelahjan tuotannon arvoonsa: Kotimaisuus palkitsee. (Liikelahja-lehti 2009, 17).

Kiinnostus yksilöllisiin ja uniikkeihin tuotteisiin on noussut. Kun esineellä on tarina ja tausta, siihen kiintyy enemmän, eikä niitä haluta heittää pois. Hyvin muotoiltu tuote kestää aikaa ja sen arvo nousee ajan saatossa.

Otin selvää, miten paljon yritykset käyttävät ekologisia liikelahjoja, ja mitkä seikat vaikuttavat niiden valintaan. Ekologinen liikelahja on melko lailla uusi ilmiö Suomessa ja sen käyttö ei ole itsestään selvyys yrityksissä. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää onko ekologisella liikelahjalla mahdollisuuksia menestyä. Vaikuttavatko ekologiset ja eettiset arvot liikelahjan valintaan? Viimeisen viiden vuoden aikana nämä asiat ovat alkaneet painaa enemmän (Liite 1).

5.5.1 Eduskunta

Intendentti Liisa Lingren vastaa eduskunnan liikelahjojen hankinnasta. Heillä liikelahjojen hankintaan vaikuttavat ekologiset ja eettiset arvot, mutta valitettavasti käytännön seikat painavat heillä enemmän. Eduskunnan lahjat valitaan pääasiassa lentomatokailun ehdoilla, koska silloin on otettava huomioon muun muassa lahjojen koko ja paino. Eduskunnassa järjestettäviin kansainvälisiin kokouksiin he hankkivat täsmälahjoja, joissa tärkeimpänä on kaunis ajatus. Eduskunta on alkanut viime vuosien aikana kiinnittää enemmän huomiota liikelahjojen ekologisuuteen ja he kaipaavat laajempaa ekologisten liikelahjojen valikoimaa.

Muutama vuosi sitten he antoivat järjestämänsä kansainvälisen kongressin osallistujille suomalaisen muotoilijan Jouko Kärkkäisen suunnitteleman puukuution, jonka sisällä oli männyn ja kuusen siemeniä. Se herätti suurta ihastusta osallistujien kesken. (Lingren 2010)

5.5.2 Tapiola-ryhmä

Markkinointipäällikkö Marja-Leena Kajander Tapiola-ryhmästä kertoo, että heillä vastuullisuus on tärkeä tekijä liikelahjojen valinnassa. He pyrkivät hankkimaan vain laadukkaita käyttöesineitä ja tuotteiden turvallisuus on heille hyvin tärkeää. Tapiola-ryhmä suosii liikelahjoissaan luonnonmateriaaleja, kierrätysmateriaaleja ja -tuotteita sekä kotimaisuutta. Kriteereihin kuuluu muassa käytettävyys ja ajattomuus. He valitsevat pääasiassa suomalaisia tuotteita. Nykyisistä tuotteistaan muun muassa kotimainen Suomen Laatu puukon sieniveitsi ja ekopuuvillasta valmistettu Marimekon kylpy-pyyhe ovat hyviä esimerkkejä ekologisista lahjoista. (Kajander 2010)

5.5.3 Mainostoimisto Tasku Oy

Toimitusjohtaja Kaija Juden kertoo, että heillä ekologiset ja eettiset arvot vaikuttavat liikelahjojen hankintaa, kuten muissakin asioissa tänä päivänä. He pyrkivät valitsemaan tuotteita, jotka ovat tasokkaita ja kestäviä. On ekologisempaa hankkia laadukas esine kuin halpa ja kertakäyttöinen. Heillä on toimittu jo vuosia mahdollisimman ekologisesti ja eettisesti ja he vaativat samaa yhteistyökumppaneiltaan. He painattivat viime jouluna asiakkaille lahjaksi oman reseptikirjan johon jokainen työntekijä kirjoitti lempireseptinsä. Tasku Oy periaatteena on hankkia lahjoja jotka kestävät ja joille on käyttöä. (Juden 2010)

5.5.4 Artepro, liikelahjojen toimittaja

Lähetin lyhyen kyselyn sähköpostilla, (Liite 2), neljän eri ekologisten liikelahjojen toimittajalle Suomessa, joista ainoastaan Artepro vastasi.

Artepro on liikelahjojen toimittaja. Kyselin Arteproilta ekologisista liikelahjoista. Kari Saarelainen vastaili kysymyksiini ekologisten liikelahjojen kysynnästä ja materiaaleista. Heillä on tällä hetkellä noin 350 ekologista liikelahjaa, joista pääosa on ulkomaisia, mutta kotimaisten lahjojen osuutta he yrittävät lisätä jatkuvasti. Ekologisten liikelahjo-

jen kysyntä on heillä lisääntynyt viimeisen 5 vuoden aikana valtavasti. Suosituimmat materiaalit ekologisissa liikelahjoissa ovat bambu ja maissi, heidän suosituimmat tuotteensa ovat bambupaidat, maissikynät, non wowed- kassit, kotimaiset puutuotteet ja dynamolamput. Heidän mukaansa yrityksen koko ei niinkään vaikuta ekologisen liikelahjan valintaan kuin ostajan suhtautuminen ekologiaan.

6 SUUNNITTELUPROSESSI

Itsestään selvä on parempi kuin etsimällä etsitty.

– Dieter Rams

Kestävä kehitys on se suunnannäyttäjänä tulevaisuudessa, joka määrittelee yritysten toimintaa meillä kotimaassa ja muualla. Monia yrityksiä puhututtaa eettisyys ja ekologisuus ja he haluavat olla eturintamassa miettimässä kestävä kehityksen ajattelutapaa yrityksessään. Liikelahjojen kautta yritykset haluavat myös tuoda itseään esille vihreiden arvojen kannattajina.

Kouvolan kaupungin vahvuus on sitä ympäröivässä maaseudussa ja Repoveden kansallispuistossa. Kouvolan kaupunki tulee markkinoimaan itseään viherkaupunkina. Eettisyys ja ekologisuus yhtyvät luontevasti ympäristöystävällisen tuotteen suunnittelussa. Tuotteen tarinan tulee tukea tätä imagoa.

Liikelahjaa suunnitellessa kävin läpi eri toteutus mahdollisuuksia. Viinipullo ja etiketti olivat ensimmäisiä ajatuksia, johtuen alueella olevista viinintuottajista. Muita mahdollisia liikelahjaideoita olivat esimerkiksi lyhty tai tuikkusarja, sieniveitsi, salaattiottimet, pöytäkasvi, jonka voisi itse kasvattaa sekä viinipullon mukaan annettavat 2 viinilasiasia. Sain myös ajatuksen Kouvolan omasta kalenterista, joka ei kuitenkaan soveltuisi liikelahjaksi mutta esitin sen kuitenkin kaupungin väelle. Kouvolassa on vuoden aikana melkein kolmesataa tapahtumaa, joista ei kuitenkaan ole tarpeeksi informaatiota. Kouvolan tapahtumakalenterissa olisi kaikki tapahtumat jo merkittynä kalenteriin, mikä helpottaisi tiedotusta tulevista tapahtumista.

Esitetyistä liikelahja ajatuksista viinintuottajien tuotteiden käyttö tuntui parhaimmalta idealta. Kouvolan alueen yrittäjät saivat näin mainosta myös omille tuotteilleen. Vii-

nipulloa ei kannattaisi alkaa suunnitella uudestaan, joten Kouvolan oma etiketti ja pakkaus viinipullolle olisivat lähtökohdat liikelahjalle. Aiheesta keskusteltuamme viinipullon pakkaukseksi valittiin linnunpönttö. Kevät olisi tulossa ja linnunpönttö sopisi Kouvolan vihreisiin arvoihin.

Linnunpöntön materiaalina on luontevasti puu. Mahdollisuudet käyttää siihen kierrätysmateriaalia ovat hyvät, koska erilaisia rakennusmateriaaleja jää yli ja toinen mahdollisuus on myös käyttää purettuja puumateriaaleja. Näin olisi mahdollisuus saada siihen kierrätys materiaalien käyttö mukaan.

Puu materiaalina on jo itsessään kierrätettävä materiaali, joka ei kuormita ympäristöä. Puu on myös luontainen materiaali linnunpöntöissä ja se antaa luonnollista elinympäristön tuntua linnunpöntöissä pesiville linnuille.

6.1 Linnunpöntön tarkoitus

Linnunpönttö on keinotekoinen, tyypillisesti lautarakenteinen pesimäsuoja kolopesiville linnuille. Pöntöt ovat tarpeen, koska nykyaikaisen tehometsätalouden seurauksena talousmetsissä vallitsee jatkuva pula ikääntyneistä kolopuista ja niiden tarjoamista pesäpaikoista. Pönttö suojaa pesää ja poikasia sateelta, tuulelta ja pedoilta. (Birdlife 2010)

Linnunpönttöjä on olemassa kymmeniä erikokoisia ja mallisia. Lintujen koko määrää niin aukon suuruuden kuin myös linnunpöntön koon näin voidaan myös suojella pienlintujen pesimärauhaa ja poikasten elonjäämismahdollisuuksia. Linnunpöntöissä saattaa mahdollisesti myös asua tai pesiä myös muitakin kuin lintuja. Liito-orava esimerkiksi voi käyttää linnunpönttöä myös omana pesänään samoin kuin erilaiset jyr sijät. Linnunpönttöön voi myös pesiä ampiais- tai mehiläisyhdyskunta, joka ei kuitenkaan pärjää talven yli. Talvisin myös erilaiset jyr sijät kuten oravat pitävät linnunpönttöjä yöpymispaikkoinaan. (Birdlife 2010)

Linnunpöntön perusrakenne on yksinkertainen. Se voi toimia jopa hätäisesti kyhättynä versiona, mutta pitkällä tähtäimellä olisi se hyvä tehdä kerralla huolellisesti. Linnunpönttöön on hyvä tehdä katto avattavaksi, jolloin se saadaan helposti puhdistettua ennen kevään pesimäaika. Pohjaa ei kannata tehdä avattavaksi, koska aikaa myöten se ei tule kestämään. Eniten käytettyjä materiaaleja linnunpöntössä ovat kuusilauta sekä

haapa puu. Eniten kuitenkin käytetään laudoista kasattua linnunpönttöä, koska se on helppo tehdä kotiooloissakin (Liite 3).

Linnunpöntössä on eri mitoitus erikokoisille linnuille ja ihannemitat minkä kokoinen olisi hyvä linnunpönttö millekin lajille. Sinitiainen kuuluu pienimpään luokkaan kokonsa puolesta, kuten useimmat tiaislajit (Liite 4). Linnunpöntön kokosuositusta pystyy hieman venyttämään, kunhan muistaa pitää lentoaukon mitassaan sekä lentoaukon etäisyyden katosta. (Birdlife 2010)

6.2 Ajatus

Teknologiaa merkittävämmäksi kilpailueduksi on nousemassa tarina: Se yritys voittaa jolla on paras tarina. Tarina kiihottaa mielikuvitusta, heijastaa sitä miten näemme itsemme ja miten haluamme muiden näkevän meidät. Kuluttajat arvostavat tuotetta, johon liittyy tarina ja joka luo elämystä. (Kettunen 2001, 52.)

Suunnittelen Kouvolan kaupungille liikelahjaksi linnunpöntön. Linnunpönttö tukee ajatusta uuden Kouvolan imagosta, jolla halutaan luoda ajatusmallia viherkaupungista. Ekologinen ajattelu korostuu liikelahjassa ja sille on olemassa tilaus.

Linnunpönttö, viinipullo, jossa on Kouvolan kaupungille suunniteltu etiketti ja lehti, muodostavat liikelahja kokonaisuuden. Kouvolan kaupungin kuntalintuna on sinitiainen, joten linnunpönttö on suunniteltu sinitiaiselle ja kaikissa osa-alueissa kulkee teemana sinitiainen. Kouvolan seudulla luonto on lähellä ja tämän tyyppinen liikelahja sopii myös kuntalaisten ostettavaksi. Hinta määräytyy rakennuskustannusten mukaan.

6.3 Ideointi

Linnunpönttöä suunnitellessani määritin ensimmäiseksi siihen vaikuttavat tekijät. Linnunpöntön tulisi toimia myös viinipullonpakkauksena. Viinipullon mitat ovat lähes standardit kaikissa normaali kokoisissa viinipulloissa. Linnunpönttö on perusmalliltaan mukautettavissa näihin mittoihin ja se edelleen toimisi myös päätarkoituksessaan linnunpesäpaikkana.

Perinteinen linnunpönttö on suorakaiteen muotoinen laatikko, joka on kasattu erillisistä osista. Linnunpöntön malli, rakenne ja materiaali rajoittavat hieman luovuuden

käyttöä, mutta pienillä yksityiskohdillakin saa linnunpönttöön omaa kädenjälkeä näkyviin. Sen lisäksi linnunpöntön pitää toimia funktionensa mukaan, viinipullon laatikkona, myös olla kaunis ja ”Kouvolan näköinen”.

Linnunpönttöjen materiaali on puuta. Vaihtoehtoisesti materiaali voisi myös olla keramiikkaa, mutta linnusto ja pesiä käyttävät nisäkkäät suosivat puuta. Puu on materiaalina luonnollinen elementti sekä linnuille että eläimistöille. Pieniin yksityiskohtiin voi käyttää erilaisia metalliosia, esimerkiksi saranoihin ja lukkoihin.

Mahdollisen kierrätys materiaalin käyttö linnunpöntöissä olisi ekologisesti ja eettisesti hienoa. Linnunpönttö on itsessään jo kestävän kehityksen suunnan mukainen ja luo hyvinvointia myös sen käytettävyyks ja toiminnallisuus korostuu, koska se on käyttöesineenä.

Luonnostelin ideoita, joita voisi käyttää linnunpöntössä; lentoaukon mallia, kattomallia, puunkuoren käyttöä tehosteena. Pienillä asioilla saa linnunpönttöön oman käden jälkeä (Liite 5). Ajatuksena on myös käyttää mahdollisimman vähän erikseen kiinnitettäviä elementtejä kuten saranoita ja lukkoja.

SolidWorks mallinnus ohjelmalla mallinsin linnunpöntön, jolloin oli helpompi hahmottaa viinipullon sopivuus linnunpönttöön. Ajatuksena olisi, että linnunpöntön katto pitäisi viinipulloa paikallaan. Katossa olisi viinipullon korkille menevä aukko (Kuva 3). Linnunpöntön sisälle mahtuisi standardi kokoinen viinipullo sekä kuohuviinipullo. Ensisijaisesti linnunpöntössä annettaisiin viinipullo, mutta mitoitus on suunniteltu sopivaksi myös kuohuviinipullolle.

Linnunpöntön katto pysyisi paikallaan katon sisäosan avulla, näin ollen kattoon ei tarvitsisi lisätä erikseen saranoita. Linnunpöntön katon kaltevuus auttaisi lumen ja veden pois, jolloin kosteudella ei olisi mahdollisuutta imeytyä pesän sisälle katon kautta. Mahdollinen kosteus linnunpöntössä poistuisi pohjassa olevien pienten reikien avulla. Puuhun kiinnitys tapahtuisi takaseinässä olevan kahden reiän kautta, jolla saadaan naru siististi puun ympärille.



Kuva 3. Viinipullo linnunpöntössä leikkauskuva

6.4 Kokeiluja

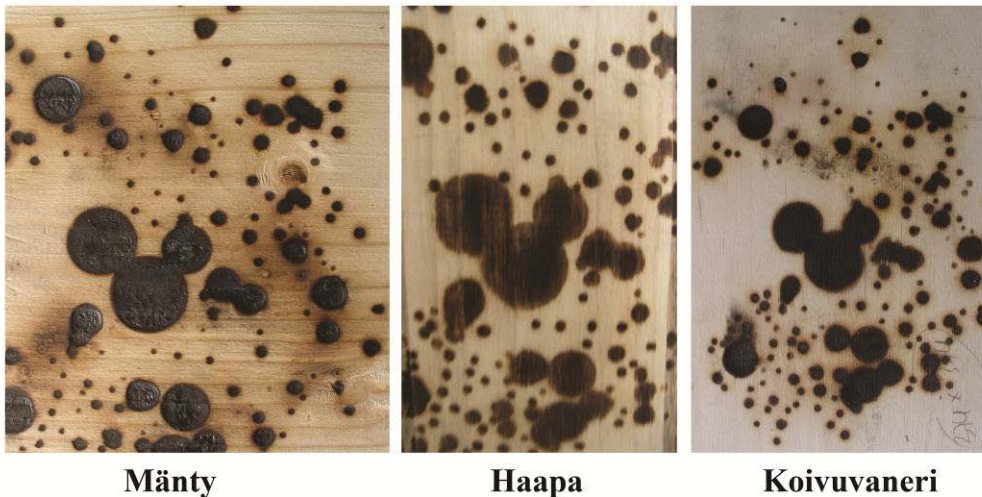
Asiakkaan kanssa keskusteltuamme, sain ajatuksen Kouvolan logon polttamisesta linnunpöntön kylkeen. Näin logo saisi hieman elävyyttä, ja merkintä tapa olisi luontoa säästävää.

Ajattelin tehdä kokeiluja polttamisesta puulle, miten eri puumateriaalit käyttäytyvät poltettaessa sekä miten paksu metallilevyn pitäisi olla, että se kestäisi polttamisen. Valitsin 2mm paksun metallilevyn, johon porasin Kouvolan kaupungin logon. Metallilevyn paksuus vaikuttaa siihen miten nopeasti levy kuumenee ja miten paljon se antaa periksi ja muuttaa muotoaan eli alkaa vääristyä. Kolmannen kuumennuskerran jälkeen metallilevy alkoi jo vääristyä, mikä tulisi hankaloittamaan useamman mallin tekemistä (Kuva 4).



Kuva 4. Metallilevy sabluuna.

Poltin logon, kolmelle eri puulajille, koivulle, männylle ja haapapuuhun. Mäntyyn polttokuvio syntyi helpoiten kuvion ja kaikista syvimmälle. Koivu ja haapa käyttäytyivät hyvin samalla tavalla; palokuvio jäi pintaan. Polttokuvion lisäksi metalli itsessään kuumentui nopeasti ja se jätti myös metallista kellertävän jäljen puuhun (Kuva 5).



Mänty

Haapa

Koivuvaneri

Kuva 5. Kokeiluversioita

Kouvolan logon polttaminen onnistui hyvin eri materiaaleihin. Ongelmaksi ei muodostunut puulaji eikä polttaminen vaan Kouvolan logo itsessään. Kouvolan logo poltettuna puupinnalle ei ensimmäiseksi tuonut ihmisille mieleen Kouvolan logoa.

Suunnittelin neljä erilaista linnunpönttöä, jotka kaikki edustivat erilaista tyyllilajia sekä kahta erilaista materiaalivaihtoehtoa. Materiaalina käytin kaikissa joko haapaa tai kuusta, koska nämä kaksi puulajia ovat eniten käytettyjä puulajeja linnunpönttöjä rakennettaessa. Haapa on puulajina kaikista kiinnostavin, koska sen kuorta voi käyttää myös suunnitteluelementtinä.

6.5 Mallinvalmistus

Linnunpöntön teon aloitin aihion teolla, läpimitta 12cm, kahdelle mallilleni. Kouvolan K-raudasta kävin ostamassa kuusipuun aihion, 10cmx10cm. Protomalleja en voinut tehdä 1:1, koska puupajalla ei ollut tarpeeksi isoa poranterää jolla tehdä keskusreikä linnunpönttöön. Niinpä tein malleista 20 % pienemmät. Aloitin haapa-aihioiden keski-reiän porauksesta, koska puu oli tuoretta ja sen poraaminen tulisi viemään aikaa. Kuusipuun ei ollut täysin tuoretta vaan se oli kuivunut jo jonkin aikaa mikä aiheutti sen, että se alkoi halkeilla vuorokaudessa porauksesta. Haapa ei reagoi lämmönvaihteluun aluksi ensinkään, mutta 2kk päästä se alkoi hieman reagoida - hiushalkeamilla.



Kuva 6. Neljä mallia

Asiakkaalle esittelin neljä erityylistä linnunpönttömallia, joista he sitten valitsivat kaksi mallia (kuva 6). Kaksi vasemman puoleista mallia oli valitut mallit. Olin alustavasti kysellyt Parik-säätiöltä heidän mahdollisuuttaan osallistua tähän projektiin. Kävin heidän luonaan viikolla 51 esittelemässä mallit ja mahdolliset määrät. Koska he ovat

tehneet aiemminkin Kouvolan kaupungille liikelahjoja, he laskisivat tarjouksen perustuen 200kpl, mutta tarvittaessa he tekisivät myös pienemmän määrän Kouvolan kaupungin tarpeisiin.

Tarjousta odotellessa suunnittelin etikettiä viinipulloon. Lintu silhuettiin käyttö myös linnunpöntössä antaisi kokonaisuudelle yhtenäisyyttä ja korvaisi Kouvolan logon polttokuvion. (Kuva7 .)



Kuva 7. Lintu- silhuetti linnunpöntössä.

6.6 Tuotteistaja

Helmikuun alussa sain sitten hinnat Parik - säätiöltä, rakentaminen ja tarvikkeet maksavat 6€ linnunpönttö. He suosittelivat ennemmin kuusipuusta tehtyä mallia, koska se ei kuivaisi ja halkeilisi. Tästä asiasta olin eri mieltä, koska olin pitänyt linnunpönttömalleja mukana erilaisissa lämpötiloissa seuratakseni, miten puu käyttäytyy siirrettäessä -30 asteesta huoneenlämpöön. Haapapuu reagoi vähiten lämmönvaihteluun. Joten omalta puolelta suosittelin haapapuusta tehtyä linnunpönttöä ja Heli Lehti sekä Anne Käki pitivät enemmän myös haapapuisesta mallista. Kouvolan logo vaihdettiin myös lintu silhuettiin. He halusivat ensin 20 kpl erän linnunpöntöstä. Ilmoitin tästä Pa-

rik - säätiölle ja he ilmoittivat minulle, etteivät lähde tekemään niin pientä määrää. Uuden tuotteistajan etsiminen oli aikaa vievää ja paikallisilla puusepillä ei ollut välineitä linnunpönttöjen tekemiseen, joten lähin puuseppä löytyi paikkakunnan ulkopuolelta.

Haapapuumateriaalin saisi ostettua Metsänhoitoyhdistyksen kautta, jotka suorittavat erilaisia harvennus hakkuuta. Metsänhoitoyhdistyksellä oli jo maaliskuussa tiedossa tulevia hakkuu maita, joista voisi tarvittavat määrät löytyä. Haapa puuta ei siis tarvitsisi erikseen lähteä kaatamaan vaan ne saataisiin suunniteltujen harvennusten yhteydessä, joka säästäisi luontoa.



Kuva 8. Valmis linnunpönttö

Suunnittelemani linnunpöntön maalattu katto toimii myös parempana suojana estämään kosteuden pääsyä katon läpi. Ylhäältä päin katsottuna katon profiili on pyöreä mikä tuo mielikuvan Kouvolan kaupungin logosta, jossa on pallokuvioita (Kuva 8). Luonnostelin kaikki värit linnunpönttöön, murrettu vihreä toimii parhaiten kesällä ja talvella (Liite 7).

7 ETIKETTI

7.1 Etiketin ideointi

Asiakkaalta sain vapaat kädet suunnitella viinipullon etikettiä. Ajatuksena oli pitää etiketissä samoja piirteitä kuin linnunpöntössäkin. Näin saataisiin kahteen eri tuotteen yhteenkuuluvuuden tunnetta. Etiketissä halusin säilyttää mielikuvan Kouvolan kaupungissa käyttäen Kouvolan logoa suurena elementtinä kuten myös logon värejä.

Mielikuva jota lähdin hakemaan etiketissä, toisi sille enemmän viinimäistä piirrettä ja laadun tuntua. Viinipullon etiketti edustaisi Kouvolan kaupunkia, joten halusin tuoda logoa ja ”Kouvola – Kymijoen kaupunki” - slogaania esille. Viinipullo etiketteineen edustaisi Kouvolan kaupunkia, mikä on tarkoitus liikelahjoissa, joissa halutaan tuoda yritystä esille.

Etikettiä luonnostellessa halusin pitää sen yksinkertaisena käyttäen vain muutamaa erilaista elementtiä, kuten lintua tai höyhentä mikä kuvastaisi sinitiaista. Etiketin tulisi myös sisältää ainakin Kouvolan logo, Mustilan Viinin/Verlan viinin - logo, alkoholipitoisuus ja litra koko, jotka ovat pakollisia kaikissa etiketeissä. Valmistajan logo on myös hyvä olla. Etiketin koko olisi 80mm x100mm, joka sopisi myös kuohuviinipullon.

7.2 Etiketin eri elementit

Elementtejä etikettiin luonnostellessa halusin pitää sen mahdollisimman neutraalina sillä Kouvolan kaupungin logo on itsessään hyvin värikäs. Sinitiaista luonnostellessa päätin piirtää siitä silhuetin, joka toisi esille pikkulinnun keveyden ja muodon. Toisena vaihtoehtona suunnittelin höyhentä, joka kuvastaisi sinitiaisen värejä. Lintu silhuetti tuntui paremmalla vaihtoehdolta jo luonnoksissa ja mustana se antaisi enemmän tilaa Kouvolan logon väreille. Kouvolan logo toimii parhaiten valkoisella pohjalla, joten hyvin nopeasti luovuin värillisistä etiketin pohjista. Etiketissä lähdin hakemaan pikkulinnun tuomaa keveyttä sekä antamaan eri elementeille tilaa, jolloin kuvilla on mahdollisuus hengittää. Pyrin hallitun valkoisen tilan käyttöön, joka antaa etiketille ilmavuutta (Kuva 9).

Sinitäinen on Kouvolan kuntalintu. Sinitäisen silhuetti tuntui toimivan parhaiten, koska viinipullo annettaisiin linnunpöntössä. Kouvolan tunnusta, karhua, ei tullut mieleenkään käyttää, koska etiketti olisi osa linnunpönttöä, joten niissä kahdessa tulisi olla yhdistävä tekijä. Yleisesti on käytetty kymijokea tai rautatieasemaa kuvastamaan Kouvolan kaupunkia. Kouvola tulee markkinoimaan itseään ”viherkaupunkina”, mikä luonnollisesti antoi minulle idean käyttää lintua tai lintusilhouetteja etiketissä. Fonttivalintoja miettiessäni halusin tuoda esille viinin hienostuneisuutta ja antaa viinille fontin kautta enemmän arvokkuutta. Calligraphy tyylliset fontit sopivat paremmin etikettiin tuomaan haluamaani hienostuneisuutta ja viinin henkeä.



Kuva 9. Ensimmäisiä luonnoksia

7.3 Nimi viinille

Suunnitellessani etikettiä eteenpäin mietin myös nimivaihtoehtoja viinille. Kyseessä tulisi olemaan hedelmäviini, jonka jo olemassa nimi korvattaisiin Kouvolan kaupungin liikelahja pulloihin. Aloitin suunnittelemalla Sinitiainen, etikettiluonnoksiin, mutta nimeä pohtiessa käänsin sinitiaisen latinaksi, *Parus Caeruleus*. Latinaksi käännettynä nimi kuulostaa paremmin viiniltä. Tein kahdeksan eri etiketti vaihtoehtoa, josta sitten valitsin neljä. Viedessäni etikettiä eteenpäin linnun silhuetti näytti kaikista muista elementeistä erotettuna parhaalta, joten käytin sitä etikettivaihtoehdoissa, joita esittelin asiakkaalle. Etikettivaihtoehdot, jotka hylkäsin, olivat hyvin samankaltaisia, mutta ne eivät olleet tarpeeksi hienostuneita (Kuva 10, Liite 8).



Kuva 10. Etikettivaihtoehdot

7.4 Etiketin pohja

Etiketin paperivaihtoehtoiksi valitsin normaalin tarrapaperin lisäksi myös pari erikoispaperia, koska paperivalinnalla halusin myös vaikuttaa mielikuvaan, jonka pullosta saisi pelkän etiketin perusteella. Etiketin materiaali vaikuttaisi myös siihen, käsin-tehtypaperi luo ekologista ilmettä ja metallinhohtoinen paperi tuo enemmän hienostuneisuutta etikettiin.

Tulostusvaiheessa selvisi, ettei pari tarravaihtoehtoa tulisi toimimaan, koska viinipullo-
lot ovat molemmilla viinintuottajilla vihreitä. Esittelin etiketit asiakkaalle viinipulloon
liimattuina, koska näin etiketistä saisi oikeamman käsityksen (Kuva 11). Läpinäkyvällä
pohjalla oleva etiketti ei erottuisi pullosta. Kokeilin etikettiä viidelle erilaiselle tar-
rapohjalle. (Liite 9.)



Kuva 11. Etikettivaihtoehdot viinipulloissa

7.5 Valmis etiketti

Etikettiin Heli Lehti ja Anne Käki halusivat pieniä muutoksia ja nimeä aloitin miettimään uudestaan, koska nimen tulisi kuvastaa Kouvolan kaupunkia. Etikettiin nimeksi vaihdettiin Kiehtova Kouvola mikä kuulostaa paremmalta kuin Ketterä Kumppani (Kuva 12). Etiketin nimivaihtoehtoja olivat myös Lintuviini, Sinitäinen ja Parus Caeruleus.



Kuva 12. Valmis etiketti

Valmiissa etiketissä yhdistyvät kaikki suunnittelemani elementit. Asiakas halusi tuoda etikettiin enemmän väriä logon kautta, jota sitten toteutettiin isompana elementtinä. Valmiissa etiketissä toteutuu haluamani keveys sekä hallitun tyhjän tilan käyttö, joka tuo etikettiin keveyttä.

Mustila Viini sekä Verlan Viini olivat innostuneita. Näin heidän tuotteensa pääsivät paremmin esille sekä saivat hyvää mainosta. Koska alueella on kaksi viinintuottajaa, Mustila Viiniltä tulisi hedelmäviini ja Verlan Viiniltä kuohuviini. Näin ollen molemmat saivat edustusta tuotteilleen.

8 TYÖSKENTELYN ARVIOINTI

Ekologisen liikelahjan suunnittelu oli haastavaa. Produktiivisen osan monipuolisuus ja eri osa alueet toivat työhön oman haastavuutensa. Minulla oli aikaa suunnitella ja mallintaa tuotteet, joista pystyi siten helpommin hahmottamaan kokonaisuuden. Kun asiakkaan lisäksi on muitakin projektiin liitettäviä yrityksiä, tiedonkulku on aina haasteensa. Aikaa kului oletettua enemmän odottaessa yritysten palautetta, joka vaikutti projektin etenemiseen.

Saavutin tutkimuksessa määrittelemäni tavoitteet. Suunnittelin Kouvolan kaupungille ekologisen liikelahjan, jonka yhteydessä on myös käytetty paikallisia yrityksiä. Mustilan viini ja Verlan viini olivat innolla mukana. Opastelehtinen jäi ajan puutteen takia lopussa tekemättä, johtuen siitä, että aikaa meni linnunpöntön uuden tuotteistajan etsimiseen.

Olen tyytyväinen siihen, että käytin aikaa ekologisen liikelahjan tutkimiseen nykypäivänä ja siihen millaisia ovat sen tulevaisuuden näkymät. Ekologisesta ja eettisestä ajattelusta on syntymässä uudenlainen meriitti yrityksissä, mikä mahdollistaa ekologisten liikelahjojen menestymisen markkinoilla. Oli hyvä huomata, ettei pelkästään materiaali vaikuta tuotteen ekologisuuteen vaan myös sen kotimaisuus, energia muoto, jota tuotteeseen on käytetty sekä paikallisten yrittäjien käyttö. Omassa tuotteessani pystyin käyttämään materiaalia, joka on kierrätettävissä sekä tuotteen toisessa osassa paikallisia yrittäjiä.

Tuotetta voisi kehittää vielä ekologisemmaksi materiaalivalinnoilla. Viinipullon etiketti voisi olla tehty kierrätyspaperista tai käsintehdyistä paperista.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet:

Anttila Pirkko. 2000. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Hamina: Akatiimi oy.

Hirsjärvi Sirkka 1986. Tutkimus ja sen raportointi. Helsinki: Kirjayhtymä.

Kettunen Ilkka. 2001. Muodon palapeli. Helsinki.WSOY.

Kouvolan kaupunki. 2005. Kouvolasta kotoisin. Helsinki. Otavan Kirjapaino Oy.

Krabbe Katariina. 2004. Suhdetoiminnan käsikirja. Helsinki.

Mikluha Arja. 1995. Lahjat ja liikelahjat eri maissa. Tampere. Tammer-Paino oy.

Rope Timo. 2005. Markkinoilla menestykseen. Hämeenlinna. Inforviestintä.

Rope Timo, Methner Jari. 2001. Tavoitteena menestysbrandi. Porvoo. WSOY.

Sähköiset lähteet:

Ekoliikelahjat: <http://www.ekoliikelahjat.fi> [Viitattu 20.2.2010]

Birdlife: <http://www.birdlife.com> [Viitattu 20.11.2009]

Mustila: <http://www.mustilanviini.com> [Viitattu 3.3.2010]

Parik: <http://www.parik.fi> [Viitattu 10.1.2010]

Verla: <http://www.verla.fi> [Viitattu 3.3.2010]

Uusi Kouvola: <http://www.kouvola2009.fi/uusikouvola/perustietoa.html> [Viitattu 15.1.2010]

Kouvola info: <http://www.kouvola.fi/kouvolainfo/kansainvalinenkouvola.html> [Viitattu 15.1.2010]

Muut lähteet:

Kouvola 2009- tutkimus Uuden Kouvolan maineesta. Kouvola.

Liikelahjat- lehti 1/2010. Art-Print Oy. Kauhava.

Liikelahjat-lehti 10/2009. Art-Print Oy. Kauhava

KUVALUETTELO

Kuva 1. Viitekehys. Kuvan piirtäjä: Heidi Korhonen

Kuva 2. Imagokoordinaatio. Rope, Mether, 2001. s.107

Kuva 3. Linnunpöntön leikkauskuva. Kuvan piirtäjä: Heidi Korhonen

Kuva 4. Metallilevy. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 5. Kokeiluja. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 6. Neljä mallia. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 7. Lintu silhuetti linnunpöntössä. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 8. Valmis linnunpönttö. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 9. Ensimmäisiä luonnoksia. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 10. Etikettivaihtoehdot. Kuvan piirtäjä: Heidi Korhonen

Kuva 11. Etiketit viinipulloissa. Kuvaaja: Heidi Korhonen

Kuva 12. Valmis etiketti. Kuvan piirtäjä Heidi Korhonen

Haastattelun pohja. Liikelahja – lehdestä, 1/2009.

1. Vaikuttavatko ekologiset ja eettiset arvot liikelahjojen hankintaan?
2. Millä ekologisilla kriteereillä valitsette lahjanne?
3. Tarkastatteko lahja tuotetta hankkiessanne esimerkiksi sen alkuperämaan, valmistusprosessin tai mahdollisen ympäristösertifikaatin?
4. Miten yrityksenne liikelahjojen hankintaperusteet ovat muuttuneet viime vuosien aikana?
5. Mikä on ekologisim liikelahjanne?

Oma sähköpostihaastattelun pohja ekologisten liikelahjojen toimittajille.

Hei,

olen Kymenlaakson amk opiskelija ja teen opinnäytetyötäni ekologisesta liikelahjasta, olen laittanut tämän kyselyn muutamille yrityksille, jotka toimittavat ekologistia liikelahjoja, jos teillä olisi pieni hetki aikaa vasta kyselyyni, siitä olisi suuresti apua minulle.

Kiitos.

1. Kuinka suuri valikoima ekologistia liikelahjoja teillä on?
2. Ovatko ekologist liikelahjat teillä kotimaisia vai ulkomaisia?
3. Yleisin/suosituin materiaali ekologisissa liikelahjoissa?
4. Onko ekologisten liikelahjojen kysyntä muuttunut viimeisen 5 vuoden aikana?
5. Suosituimmat tuotteet top 5?
6. Vaikuttaako yritysten koko ekologisten liikelahjojen valintaan?

Perinteisiä linnunpönttöjä.

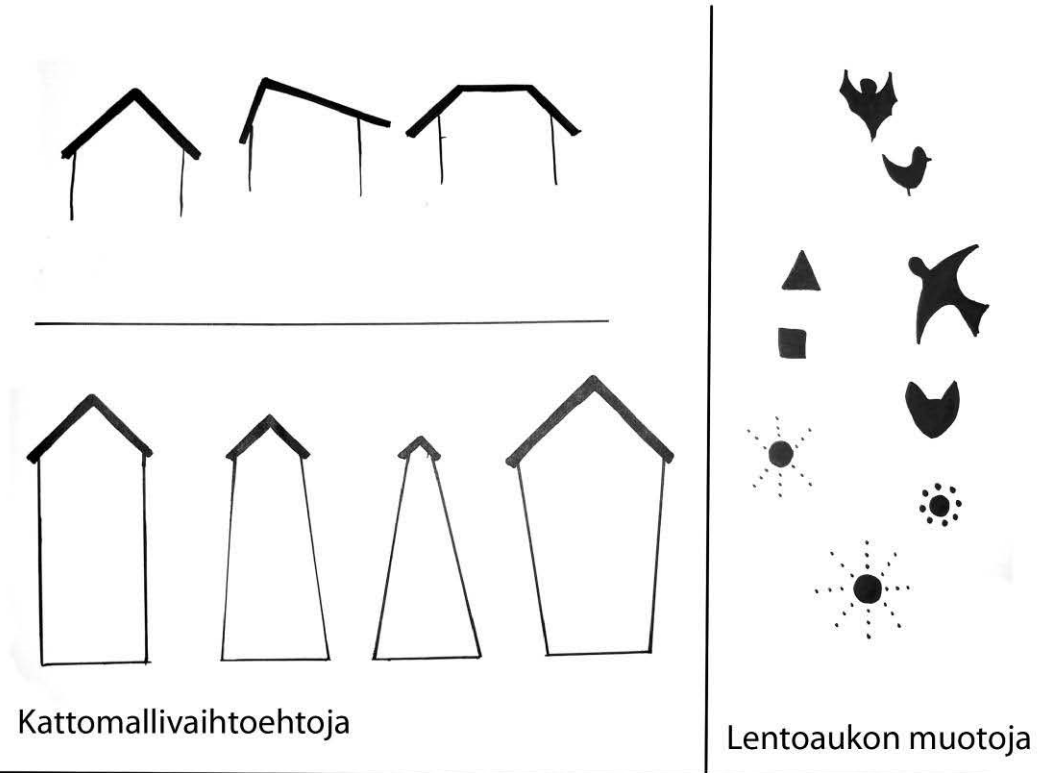


LIITE 4.

Linnunpönttöjen kokosuosituksen lintukohtaisesti.

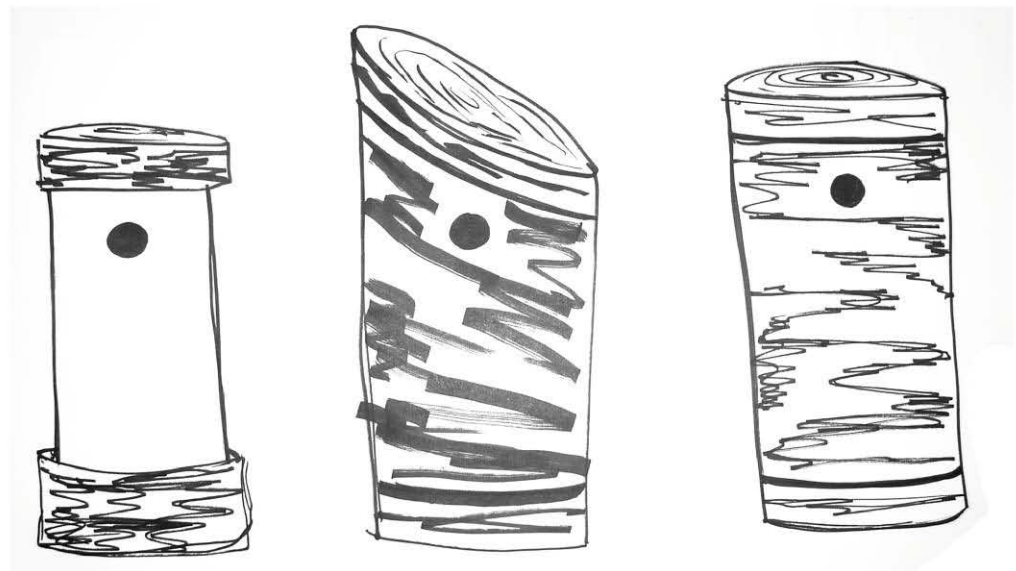
Laji	Lentoaukon halkaisija cm	Pöntön sisäsivun pituus cm	Pöntön ulkoseinän korkeus cm	Lentoaukon keskipisteen etäisyys katosta cm
Sinitiainen, Hömötiainen, Töyhtötiainen, Kuusitiainen	2,8	10	25	7
Kirjosieppo, Talitiainen, Lapintiaisen	3,2	10-12,5	30	8
Leppälintu, Käki	7	12,5-15	28	8
Kottarainen, Käenpiika, Varpunen, Tervapääsky	5,0	12,5-15	35	8
Liito-orava	4,6	15-18	60	20
Helmipöllö, Naakka, Uuttukyyhky	8,5	18-20	50	10
Telkkä, Uivelo	11,5 (uivelo: 7,5)	22-24	55	14
Lehtopöllö	13	26	60	13
Viirupöllö	18	30-35	60-70	15
Erikoispöntöt				
Pikkuvarpunen	talitiaisien pönttö vaaka-asennossa			
Harmaasieppo, Västäräkki	-	12,5-15	18	etuseinä puolet pöntön korkeudesta
Puukiipijä	3-6	6-10	35	8
Koskikara	-	20	22	etuseinä puolet pöntön korkeudesta
Tukkakoskelo	15	30-40	25	-
Isokoskelo	13	26	70	22
Varpuspöllö	4,6	15-18	60	20 (etuseinä vähintään 5 cm paksu)
Tuulihaukka, Hiiripöllö	-	26-30	40	etuseinä puolet pöntön korkeudesta

Luonnoksia.



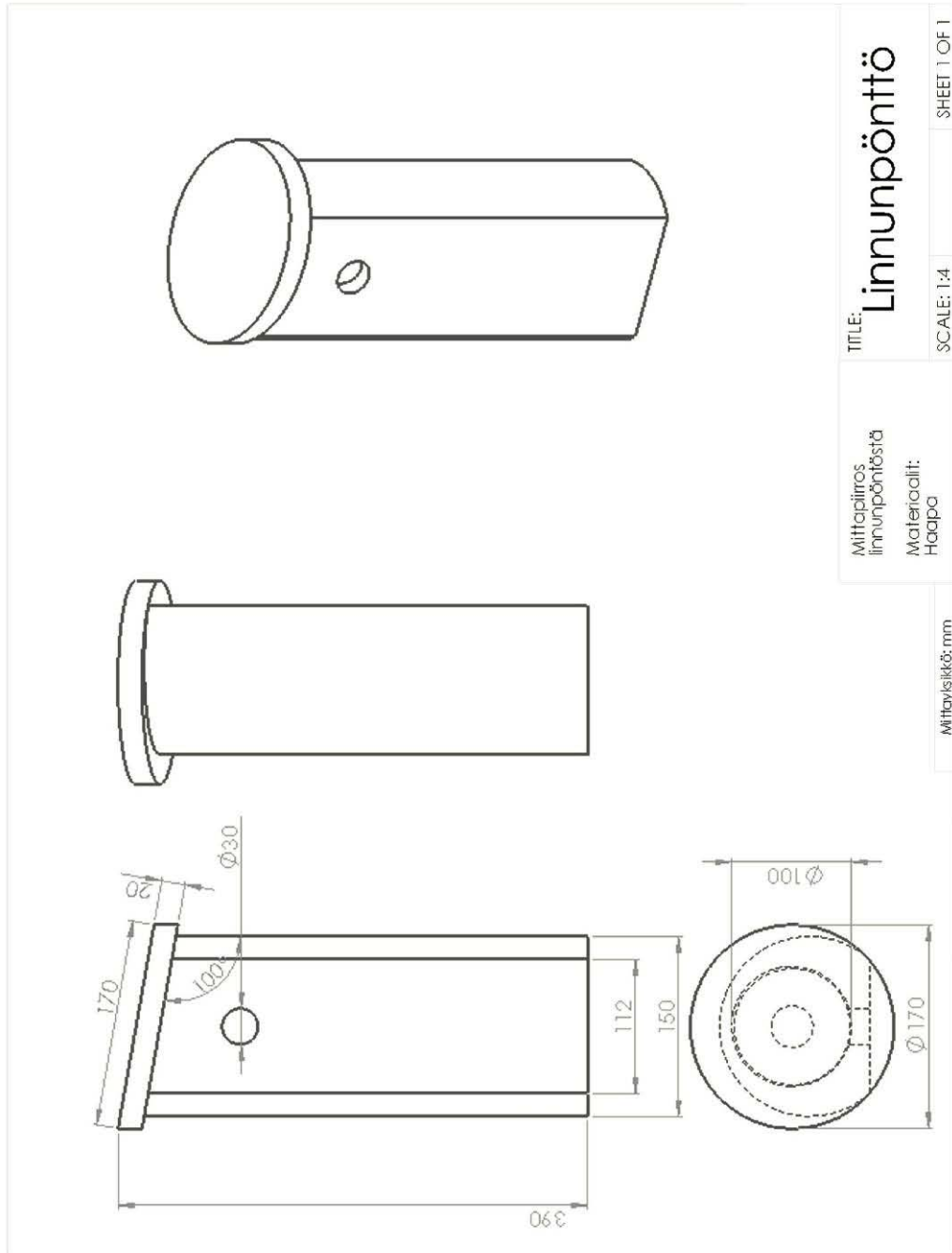
Kattomallivaihtoehtoja

Lentoaukon muotoja



Linnunpönttö luonnoksia

Mittakuva.



Katon värimallit.



Etiketti luonnoksia Verlan viinin logolla.



Tarrapohjat Mapsuomelta

- Fascal 440 läpinäkyvä, ei toimi vihreässä pullossa
- Fascal 420 valkoinen
- Fasson Acetate Satin Cloth valkoinen, 75g
- Fasson Tyvek valkoinen 75g
- Fasson Acetate Satin Cloth matt läpinäkyvä 115g, ei toimi vihreässä pullossa