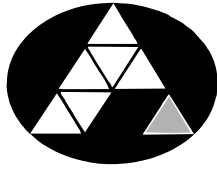


**POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU**  
Muotoilun koulutusohjelma

Sirpa Heponiemi

**UUSIOTUOTTEITA KIERRÄTETYSTÄ MATERIAALISTA JA UUSIOTUOTTEEN  
BRANDI**

Opinnäytetyö  
9/2010



POHJOIS-KARJALAN  
AMMATIKORKEAKOULU

## OPINNÄYTETYÖ Syyskuu 2010

### Muotoilun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A  
80100 Joensuu  
p. (013) 260 6890

Tekijä  
Sirpa Heponiemi

Nimeke  
Uusiotuotteita kierrätetystä materiaalista ja uusiotuotteen brandi

Toimeksiantaja  
Lahden kierrätyskeskus, Vihreä Sohva -projekti

#### Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoituksena oli perehtyä kierrätetyn materiaalin hyödyntämiseen tuotesuunnittelussa sekä ymmärtää uusiotuotteen brandia. Tavoitteena oli antaa yhteistyökumppanille uusia ideoita käyttää hyödyksi kierrätettyä materiaalia. Tarkoituksena oli myös muotoilijana hyödyntää työstä saatavaa tietoa tulevaisuudessa. Opinnäytetyö tehtiin yhteistyössä Lahden kierrätyskeskuksessa toimivan Vihreä Sohva – projektin kanssa.

Opinnäytetyön tavoitteena oli perehtyä kierrätettyyn materiaaliin. Työssä keskityttiin eri materiaaleille sopivien työmenetelmien etsimiseen kokeilun kautta. Lisäksi tarkoituksena oli tehdä kokeilujen kautta uusiotuotteita. Tuotteet esiteltiin kierrätyskeskuksessa pidettävässä näyttelyssä.

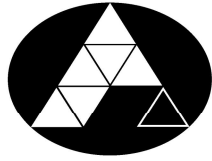
Näyttelyn yhteydessä tehtiin kysely asiakkaille. Kyselyn vastausten perusteella oli tarkoitus tarkastella työn onnistumista sekä saada tietoa uusiotuotteen brandista. Uusiotuotteen brandin tarkastelun avuksi haastateltiin uusiomuotoilun ammattilaista. Lisäksi pohdittiin omia näkemyksiä brandiin liittyen.

Tulokset osoittivat, että työmenetelmien valinnoissa oli onnistuttu. Uusiotuotteita pidettiin toimivina, esteettisinä sekä ekologisina. Kyselyn perusteella kierrätetyn materiaalin käytöllä oli onnistuttu kohottamaan työssä käytetyn materiaalin myyntiarvoa, jatkamaan materiaalin käyttöikä, tekemään kiinnostava tuote sekä antamaan ideoita kierrätetyn materiaalin hyödyntämiseksi. Kyselyllä ja haastattelulla saatiin uutta tietoa uusiotuotteen brandista.

Kieli  
Suomi

Sivuja 57  
Liitteet 4  
Liitesivumäärä 4

Asiasanat  
uusiomuotoilu, uusiotuote, brandi



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**THESIS**  
**September 2010**  
**Degree Programme in**  
**Design**  
Sirkkalantie 12 A  
FIN 80100 Joensuu  
FINLAND  
Tel. 358-13-260 6890

Author  
Sirpa Heponiemi

Title  
Redesigned Products from Recycled Materials and the Brand of a Redesigned product  
Commissioned by: Lahti Recycling Center, project Green Sofa

Abstract

The purpose of this thesis was to study the use of recycled materials in product design and the brand of a redesigned product. The aim was to give the cooperation partner new ideas how to use recycled materials. Goal of this study was to use the knowledge gained from this work as a designer in future. The whole working process was carried out in cooperation with the project Green Sofa.

The goal of this thesis was to study recycled material. The work concentrated on finding the right methods through experimenting. Another aim was to make redesigned products by experimenting, and to show these at an exhibition at the recycling center.

At the exhibition a questionnaire was handed out to the customers. Based on the given answers the aim was to study if the purposes set were reached and to get new information on the brand of a redesigned product. The visions concerning the brand were also reflected.

The results indicate that the working methods chosen were right. Redesigned products were considered functional, aesthetic and ecological. The questionnaire's answers showed that the use of recycled materials had raised the value of recycled material, prolonged the material's life span, made a product appealing to the consumer and given ideas how to use recycled material. The questionnaire and the interview gave new information about the brand of a redesigned product

Language  
Finnish

Pages 57  
Appendices 4  
Pages of Appendices 4

Keywords:  
re-designing, brand, a redesigned product

# SISÄLTÖ

|  |    |
|--|----|
| 1 JOHDANTO .....   | 5  |
| 2 TYÖN LÄHTÖKOHDAT .....   | 7  |
| 2.1 Viitekehys .....   | 7  |
| 2.2 Lähestymistapa .....   | 9  |
| 3 VASTUULLISTA MUOTOILUA .....                                       | 11 |
| 3.1 Ekologisuus .....  | 12 |
| 3.2 Uusiomuotoilu .....  | 14 |
| 4 TYÖN TOTEUTUS .....  | 17 |
| 4.1 Ruokapöytä ja tuolit .....                                       | 19 |
| 4.2 Kukkahyllyt .....  | 23 |
| 4.3 Peppupenkki .....  | 25 |
| 4.4 Narutuoli .....  | 27 |
| 4.5 Rahi .....   | 29 |
| 4.6 Naulakot .....   | 31 |
| 4.7 Näyttely .....   | 32 |
| 5 TYÖN ARVIOINTI .....   | 34 |
| 5.1 Esteettisyys, toimivuus ja ekologisuus .....                     | 36 |
| 5.2 Kierrätetyn materiaalin käytön onnistuminen .....                | 39 |
| 6 UUSIOTUOTTEEN BRANDI .....   | 42 |
| 6.1 Brandi .....   | 42 |
| 6.2 Ostopäätöksen tekeminen .....                                    | 44 |
| 6.3 Ammatillinen näkökulma .....                                     | 46 |
| 6.4 Yhteenveto uusiotuotteen brandiin vaikuttavista tekijöistä ..... | 48 |
| 7 POHDINTA .....   | 52 |
| 7.1 Pätevyys ja luotettavuus .....                                   | 52 |
| 7.2 Oppimiskokemukset .....  | 54 |
| LÄHTEET .....  | 56 |



## 1 JOHDANTO

Miltä kuulostaisi tuote, johon tarvittava puu on kaadettu laittomasti? Työläisinä ovat toimineet paikallisen armeijan työhön pakottamat kyläläiset. Tämä tuote komeilee hyvin tunnetun liikkeen hyllyllä tarjoushintaan. Ostaisitko sen, jos tietäisit, että se on viety edelleen laittomasti rajan yli ja lapsityöläisiä on käytetty osien valmistukseen. Näin havahduttavasti suunnittelija Edwin Datschefski oli jäljittänyt tarjoustuotteen alkuperän. (Brower, Mallory & Ohlman 2009, 8.)

Ekologisuus ja sosiaalinen vastuuntunto ovat onneksi nousseet muotoilussa esille. Eettiset ja ekologiset näkökulmat vaikuttivat suuresti aihevalintaani. Haluan omalta osaltani vaikuttaa nykyiseen kertakäyttökulttuuriin, toimimalla kestävän kehityksen periaatteella. Tulevaisuudessa haluan tehdä työssäni valintoja, jotka mahdollistavat tuotesuunnittelun kestävän kehityksen lähtökohdista.

Kierrätettyä, vanhaa ja jätettä? Jospa ei sittenkään. Uusiomuotoilu hyödyntää juuri sitä materiaalia, jota kukaan ei enää halua. Kierrätyskeskukseen päätyvät tuotteet lajitellaan joko myytäväksi tai purkuun. Hyödyttömäksi todetut materiaalit päätyvät edelleen jäte-  
lavalle. Jätelavalta voisi ehkä vielä pelastaa jotain, ajattelee vihreiden lasien läpi katseleva suunnittelija. Siitä tässä opinnäytetyössä on kysymys. Katsomisesta laatikon ulkopuolelle.

Kierrätetyt materiaalit ovat inspiroivia jo oman historiansa vuoksi. Suunnittelijana minua kiehtoo ajatus luoda uusi tuote jo käytetystä ja poisheitetystä materiaalista. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli etsiä kierrätetyille materiaalille hyödyntämismenetelmiä tuotesuunnittelun avulla sekä tarkastella uusiotuotteen brandia. Tavoitteena oli tarkastella kierrätettyä materiaalia. Työssä käytetyllä materiaalilla voi olla suunnitteluprosessin jälkeen eri funktio tai olomuoto.

Opinnäytetyön yhteistyökumppani Lahden kierrätyskeskus Patina on yksi Tuoterengaan tulosalue. Tuoterengas hallinnoi monia projekteja ja on osa Päijät-Hämeen koulutus-konsernia. Yksi näistä projekteista on Vihreä sohva – projekti, joka oli kanssani yhteis-

työssä opinnäytteen teon ajan. Vihreä sohva -projekti keskittyy sohvien ja muiden huonekalujen kierrättämiseen ja niistä saatavien materiaalien hyödyntämiseen.

Tavoitteena opinnäytetyössä oli hyödyntää poisheitettyä, kierrätettyä materiaalia tuotesuunnittelussa. Lisäksi tarkoituksena oli antaa yhteistyökumppanilleni uusia kehittämisideoita. Käytännössä tämä tarkoittaa uusia tapoja hyödyntää kierrätyskeskukseen päätyvää materiaalia. Koska työssä käytettävä materiaali oli juuri tuolloin saatavilla olevia tuotteita, ei niistä ollut tarkoitus tuottaa sarjatuotantoa. Tavoitteena oli suunnittelun ja työstön jälkeen saada aikaan toimiva ja esteettinen tuote. Tämä tarkoittaa myös materiaalin edelleenmyyntiarvon kohoamista.

Valmistuneista uusiotuotteista pidettiin näyttely Lahden kierrätyskeskus Patinan tiloissa. Näyttelyn yhteydessä oli kysely kuluttajille liittyen uusiotuotteisiin. Kyselyn tarkoituksena oli saada selville millaiseksi kuluttajat kokevat näyttelyn uusiotuotteet. Saatujen vastausten sekä alan ammattilaisen haastattelun avulla oli tarkoitus myös pohtia uusiotuotteen brandia.

## 2 TYÖN LÄHTÖKOHDAT

Työn tavoitteena oli saada tietoa kierrätysmateriaalien hyödyntämisestä tuotesuunnittelussa. Työn prosessien kautta tavoitteenani oli saada uutta tietoa kierrätetyn materiaalin käsittelystä sekä työstettävyydestä. Tarkoituksena oli myös saada tietoa uusiotuotteen brandin tarkasteluun. Lisäksi tavoitteena oli selvittää, onko suunnitteluprosessilla onnistuttu saamaan aikaan kuluttajaa kiinnostava tuote.

Tarkoituksena oli myös mahdollisuuksien mukaan tuottaa Lahden Kierrätyskeskukselle uusia ideoita kierrätysmateriaalin käyttöön. Hyödyn työstä myös henkilökohtaisesti tulevana muotoilijana. Ajatuksena olisi mahdollisesti tulevaisuudessa perustaa oma yritys, joka hyödyntäisi tätä uusiotuote – kehittelyä. Tulevaisuudessa tapahtuva yhteistyö kierrätyskeskuksen kanssa kiinnostaisi, joten jatkokehittelymahdollisuuksia on siten monia.

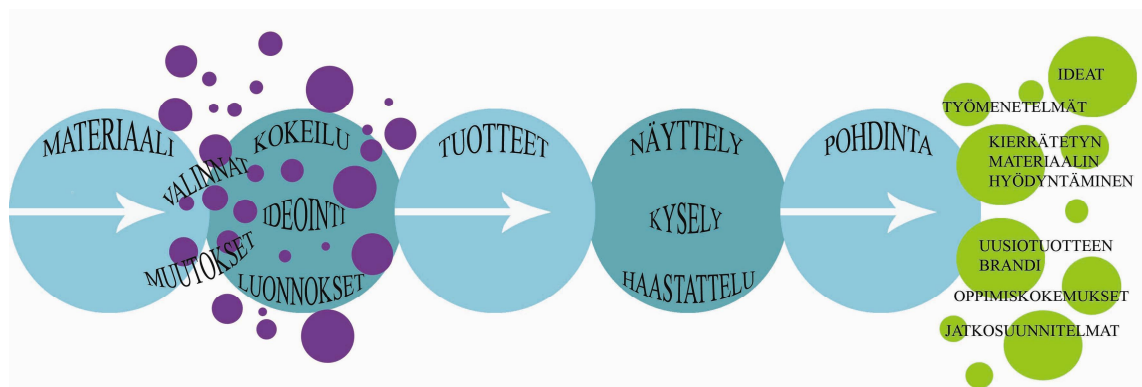
### 2.1 Viitekehys

Opinnäytetyöprosessi lähti kierrätetyn materiaalin tutkimisesta liikkeelle. Materiaali innoitti tekemään kokeiluja, ideointia sekä luonnoksia. Työn edetessä tein muistiinpanoja ja otin valokuvia työn eri vaiheista. Näiden havaintojen pohjalta pystyin kertamaan tekemiäni valintoja ja tekemään tarvittavia muutoksia. Anttilan (2007, 83) mukaan hyvin toimivassa kehittämistyössä on arvioiva työote, jolloin omaan työhön suhtaudutaan tutkivasti ja muuttavasti.

Muotoiluprosessi on edennyt eteenpäin vierien vaiheesta toiseen. Tutkimuksen toiminta-asetelma kuvaa tätä prosessia. Toiminta-asetelman pallot, joita itse kuvittelin vedeksi, kuvaavat eri työvaiheita (kuva 1). Elementtinä vesi kuvaa mielestäni hyvin koko ajan muuttuvaa prosessia, jossa liikutaan sulavasti suunnasta toiseen. Veden pinnan alla tapahtuu myös jatkuvaa liikettä. Näin prosessin jatkuvuus tulee hyvin esille liikkuvan veden vertauksessa.

Materiaalin vaihtuminen sen mukaan, mitä oli saatavilla, vaikutti suuresti työmenetelmien valintaan. Pienet violetit pisarat kuvaavat eri työvaiheita muotoiluprosessissa: havainnointia, ideointia, kokeiluja, valintoja ja muutosten tekoa tuotteisiin. Nämä vaiheet vuorottelivat prosessissa ja yksi vaihe johti aina toiseen.

Prosessin kautta syntyi uusiotuotteita, joista pidettiin näyttely Lahden kierrätyskeskus Patinassa. Näyttelyn yhteydessä suoritettiin kysely asiakkaille. Kyselyssä selvitettiin, oliko muotoiluprosessissa onnistuttu pääsemään asetettuihin tavoitteisiin. Lisäksi kyselyn, alan ammattilaisen haastattelun sekä omien näkemyksieni avulla oli tarkoitus tarkastella uusiotuotteen brandia. Lopuksi olen pohtinut opinnäytetyöprosessia ja esille nousseita havaintoja. Näitä kuvaan toiminta-asetelmassa pienillä ja suurilla vihreillä pisaroilla.



Kuva 1. Opinnäytetyön toiminta-asetelma.

Opinnäytetyön asiasanat ovat uusiomuotoilu, uusiotuote sekä brandi. **Uusiomuotoilulla** tässä työssä tarkoitetaan kierrätetystä materiaalista tapahtuvaa tuotteiden suunnittelua ja valmistusta. **Uusiotuotteella** tarkoitetaan tässä työssä kierrätetystä materiaalista valmistettuja tuotteita. **Brandi** merkitsee lyhyesti ilmaistuna mielikuvaa tuotteesta.

Uusiotuotteita näkyy markkinoilla todella paljon. Pelkästään Internetistä etsimällä löytyi niin paljon samanlaisia uusiotuotteisiin erikoistuneita yrityksiä, että mielenkiinto loppui kesken samanlaisia sivuja selaillessa. Kartoitus kaikista uusiotuotteista myyvistä yrityksistä on mielestäni mahdotonta ja hyödytöntäkin, koska se ei tuo tutkimukseen mitään uutta. Voisin kuitenkin väittää, ettei monessakaan yrityksessä, joka uusiomuotoilua harjoittaa, ole mietitty yrityksen brandin rakentamista. Mielipiteeni perustuu pelkästään omiin näkemyksiini eli ei ole yleistettävissä.

Miksi sitten brandin rakennus olisi tärkeää, jos markkinoilla on jo monia uusiotuotteita valmistavaa yritystä, joille tämä nähtävästi ei ole ollut pääasia? Sanoisin juuri siksi. On erotuttava joukosta ja osattava rakentaa vahva pohja, jolta ponnistaa kaikkien muiden joukossa. Sen vuoksi halusin selvittää juuri brandin rakentumista.

## **2.2 Lähestymistapa**

Opinnäytetyöni on kehittämistyö, joka sisältää ammatillista realistista arviointia. Arvioinnissa hyödynnetään kyselyn, ammattilaisen haastattelun sekä prosessin avulla saatuja tietoja. Anttilan (2007, 15.) mukaan kehittämistyö perustuu sille asetettuihin tavoitteisiin ja sen seikan arviointiin, missä määrin ja millä tavoin tavoitteet on saavutettu. Arviointia siis tehdään jonkin tavoitteen saavuttamiseksi.

Työhön lähdin materiaalikokeilujen kautta monien seikkojen vuoksi. Eräs tärkeimmistä asioista oli, etten aloittaessani ollut varma, mitä käyttökelpoista materiaalia löytäisin. Minulle oli myös tärkeää saada vapaasti kokeilla eri materiaaleja ja saada kokemusta työskentelystä eri materiaalien kanssa. Samalla sain haluamaani vapautta luovassa työskentelyssä.

Anttilan (2006, 425) mukaan luovan prosessin valmistelussa aloitetaan pätevän toimintamallin valinnalla. Materiaalin työstökokeilujen kautta ideoin uusia käyttötapoja kierrätetyille materiaalille. Materiaalina toimi pääasiassa kierrätyskeskukseen päättyneet tuotteet. Materiaali koostui lähinnä vanhojen huonekalujen osista ja suurin osa tästä oli levy materiaalia.

Työ eteni kierrätettyä materiaalia tutkimalla. Materiaalin työstö kehittyi useiden kokeilujen kautta. Työn edetessä dokumentoin työtäni vaihe vaiheelta. Tässä käytin apunani digitaalista kameraa sekä kirjoitin ylös muistiinpanoja tärkeimmistä asioista. Anttilan mukaan (2007, 153) kehittämishankkeissa kiinnitetään hyvin usein päähuomio prosessin kulkuun. Silloin tulee kysymykseen systemaattisesti seurattavien, toistettavien, läpinäkyvien ja kuvattavissa olevien prosessien dokumentointi ja arviointi.

Dokumentoinnin tarkoituksena on ollut oma oppiminen, työmenetelmien vertailu sekä työn luotettavuuden vahvistaminen. Aktiivinen dokumentointi onkin de Freitasin (2002) mukaan keino saada kuva tehtyjen ratkaisujen pätevyydestä. Hänen mukaansa ne kehykset, joiden sisällä taiteilijat ja suunnittelijat luovat ja jalostavat työtään voivat tuoda ilmi paljon heidän työstänsä ja heille tärkeistä ydinasioista. De Freitas jatkaa, että asianmukaiset käytännön dokumentaatiot ovat parhaita yhdistelmätyökaluja kritiikille, strategiselle suunnittelulle, päätöksenteolle ja prosessin selittämiseksi. (de Freitas 2002.)

Anttila (2006, 426) sanoo aktiivisen dokumentaation olevan se keino, jolla näkymätön saadaan näkyväksi. Lisäksi sen avulla on helpompi huomata esille kohonneet ongelmat. Itse koin dokumentoinnin todella tärkeäksi työn etenemisen kannalta, koska en olisi muuten muistanut kaikkia työvaiheita. Aktiivisen dokumentoinnin avulla pystyin tekemään havaintoja ja valintoja työn edetessä.

### 3 VASTUULLISTA MUOTOILUA

Moderni ekologinen ajattelu käynnistyi muotoilussa oikeastaan kansainvälisen opiskelijaliikkeen aktiivisuuden seurauksena. Sodanjälkeinen kulutustavaratuotanto ja elintaso kasvoivat rivakasti 1950–60-luvuilla Yhdysvalloissa ja Britanniassa samalla kun tietoisuus kolmannen maailman olosuhteista levisi ympäri maailman. Kasvava elintasokont-rasti synnytti kritiikkiä opiskelijaliikkeessä, ja kysymykset teollisuusvaltioiden oikeutuksesta elintasoonsa nousivat esille. (Vihma 2009, 23.)

Amerikkalainen professori, muotoilija Viktor Papanek toi 1960-luvulla muotoilukes-kusteluun vähemmistöt, kolmannen maailman ja ekologian. Papanek toimi omalla lin-jallaan oman ideologiansa pohjalta. (Yle 1969) Papanek ehkä ensimmäisenä nosti esiin ajatuksen vastuullisesta muotoilusta (Vihma 2009, 30).

Vihman mukaan ympäristöasiat ja ekologisuus ovat nousseet kaikkialla esille, samalla kun tuotannon tehokkuus on kasvanut ennennäkemättömiin mittasuhteisiin. Valmistajat ja suunnittelijat kohtaavat hänen mukaansa yhä uusia energiatehokkuuteen ja kierrätet-tävyyteen sekä haittavaikutusten minimointiin liittyviä vaikutuksia. Nämä vastuut haas-tavat muotoilijoiden ammattikäytännön ja yksilölliseen ilmaisuun liittyvän toteutuksen. Suunnittelussa nousevat yhä enemmän esille tuotannon ja käytön seuraukset ympäristöl-le, tuotteiden elinkaari sekä maapallon energiavarat ja jäteongelmat. Se mitä, miten ja kenen toimesta tuotetaan ja kulutetaan, tulee usein ennen kysymystä ”minkä näköistä”. (Vihma 2009, 11.)

Kun tavaroita tuotetaan, jaetaan ja kulutetaan, energiankulutus ja jätteiden määrä kasva-vat ja niiden myötä ympäristöön kohdistuvat paineet (Vihma 2009, 13). Suuri maail-manlaajuinen uhka kiteytyy muotoilualallakin ympäristökysymykseen, ja sen ratkaisemiseen tulee aktiivisemmin paneutua (Vihma 2009, 284). Suomessa muotoilus-sa on hyvin näkyvillä luonnon vaikutus muotoiluun. Ympäristökysymysten ratkaisuis-sa tärkeänä Suomi muotoilee – näyttelyiden kirjoituksissa pidetään suhdetta luontoon (Ta-kala-Schreib 2000, 214).

### 3.1 Ekologisuus

Pavittin mukaan joka kerta kun ostamme jotain, sen vaikutukset väreilevät ympäristöön kuin vesirenkaat lammikossa jonkin osuessa veden pintaan. Hän kirjoittaa, että tuotteiden ostaminen ja omistaminen voidaan katsoa erottamattomaksi yksilön oikeudeksi sekä sisäisen itsenäisyyden osoitukseksi. Mutta meidän henkilökohtaisilla kulutusvalinnoilla voi olla vaikutuksia muihin, Pavitt jatkaa. (Pavitt 2000, 211.)

Kasvihuonekaasujen vähentämisellä jokainen meistä pystyy vaikuttamaan ympäristön tilaan. Antila kirjoittaa, että jokaista suomalaista kohden syntyy tällä hetkellä kasvihuonekaasuja noin 15 000 kiloa vuodessa. Hän jatkaa, että määrää pitäisi saada laskettua noin kymmenellä prosentilla vuodessa (tavoite vuosille 2008–2012). (Antila 2008, 10.)

Uusiutuvien luonnonvarojen ja energiankulutuksen mittaamiseen on kehitetty havainnollinen keino, josta käytetään nimeä ekologinen jalanjälki. Yhden ihmisen ekologinen jalanjälki on se pinta-ala, joka tarvitaan tuottamaan ne uusiutuvat luonnonvarat ja energia, jotka hän kuluttaa. Vastaavasti esimerkiksi Suomen ekologinen jalanjälki on se määrä maapallon pinta-alaa, joka tarvitaan tuottamaan ne luonnonvarat, jotka kaikki suomalaiset yhteensä kuluttavat. Ekologinen jalanjälki ei ole pelkkä laskentakaava, vaan se näkyy konkreettisesti planeettamme pinnalla. Esimerkiksi peräti 26 prosenttia planeettamme maapinta-alasta käytetään lihan, maidon ja munien tuottamiseen (Telkänranta 2006, 32–33.).

Ekologisen jalanjäljen koossa on suuria eroja eri maiden välillä. Osa niistä selittyy elintason eroilla, mutta eivät kaikki. Jalanjälkien kokoerojen takaa löytyy myös kulutustottumuksia, jotka tuhlaavat luonnonvaroja nostamatta kuitenkaan mainittavasti elintasoa. Kaikkein suurin ekologinen jalanjälki on nykyään Yhdistyneiden arabiemiirikuntien asukkailla, seuraavana tulevat Yhdysvallat sitten Australia. Sitten tuleekin jo kolmikko Ruotsi, Suomi ja Viro. Ekologinen jalanjälki on Suomessa henkeä kohti keskimäärin seitsemän hehtaaria. Kaikkien EU-maiden ekologisen jalanjäljen keskiarvo on 4,9 hehtaaria ja koko maailman keskiarvo 2,2 hehtaaria (Telkänranta 2006, 35–36.).

Kestävä kehitys ja kestävä kulutus ovat sisällöltään laajoja käsitteitä, joiden ymmärtämiseksi kuluttajalla pitäisi olla monipuolista tietoa lähtien luonnontieteellä ymmärrettä-



västä materiaalien elinkaaresta ja päätyen yhteiskuntarakenteiden ymmärtämiseen. Toiseksi kestäväan kulutukseen pyrkimisen täytyy tuntua merkitykselliseltä, jotta toiminta muuttuisi (Ahlqvist 2008, 287).

Kotitalouksien rakenteessa on viime vuosikymmeninä tapahtunut merkittäviä muutoksia. Väestörakenne on muuttunut, ikääntyminen ja kaupungistuminen sekä elämän yksityistyminen heijastavat siihen, millaisissa kotitalouksissa ihmiset elävät (Ahlqvist 2009, 62.). Kuluttaminen on jokaisen jokapäiväistä vaikuttamista. Yksityinen kulutus muodostaa puolet Suomen bruttokansantuotteesta, joten ihmisten kulutusvalinnat vaikuttavat suoraan tai välillisesti käytännössä kaikkiin ympäristöongelmiin. (Lyytimäki & Hakala 2008, 357).

Muutos ei tapahdu nopeasti, mutta itse tulevana muotoilijana haluan kehittää tapoja, joilla pystyisin tekemään oman osani. Tiedetoimittaja Leinon mukaan Suomen tavoitteet jätehuollossa ovat yleviä. Ensisijaisesti pitää estää jätteen synty, toiseksi pitää kierrättää, kolmanneksi hyödyntää muulla tavoin, esimerkiksi energiana, ja vasta viimeksi kasata kaatopaikalle. Hänen mukaansa Suomi rahtaa käytännössä yhä puolet jätteistään kaatopaikalle (Leino 2010)

Kierrätys on muodissa. Menossa oleva jätelain uudistushanke tähtää kierrätyksen lisäämiseen (Leino 2010). Uskon, että uusiomuotoilu tulee olemaan tulevaisuudessa yhä enemmän esillä. Myös muotoilija Susanna Salonen kertoo haastattelussaan, että kuluttajien kiinnostus uusiotuotteisiin on kasvanut selvästi, kuten myös toimijat alalla. Käytännössä hän on huomannut tämän esimerkiksi näytteilleasettajien kasvuna. Hän uskoo kestäväan kehityksen olevan tulevaisuuden suunta. Niin paljon puhutaan ilmaston muutoksesta ja ympäristövaikutuksista, että ihmisten kiinnostus tuskin näitä asioita kohtaan häviää, päinvastoin, Salonen sanoo. (Salonen 2010).

On myös tärkeää, että suurissa mittakaavoissa yritykset ryhtyisivät nostamaan ekologisia arvoja korkeammalle. Tästä yhtenä hyvänä esimerkkinä on Artek, joka on ostanut vanhoja huonekalujaan takaisin. Yritys on pistänyt tuotteensa uudelleen myyntiin liitteen tuotteeseen mahdollisuuden saada tietoa sen historiasta erityisen merkin eli tagin avulla. (Fairs 2009, 84.) On hienoa, että tällaisia rohkeita esimerkkejä löytyy suomalaisen muotoilun alalta.

### 3.2 Uusiomuotoilu

Käsitteenä uusiomuotoilu ei tunnu olevan laajemmin tunnettu ja itsekin törmäsin siihen ensimmäisen kerran Susanna Salosen opinnäytetyöhön tutustuessani. Hän kertoo työsäään uusiomuotoilu – käsitteen keksineen hänen opinnäytetyön ohjaajansa ja termin jääneen käyttöön siitä lähtien (Salonen 2006, 10.). Miellyin heti uusiomuotoilu – saanaan. Tässä työssä tarkoitan sillä kierrätetystä materiaalista tapahtuvaa tuotteen suunnittelua sekä valmistusta eli uudelleen muotoilua jo käytetystä, poisheitetystä esineestä, huonekalusta, tekstiilistä tai muusta materiaalista.

Uusiomuotoillut tuotteet ovat siis kierrätetystä materiaalista tehtyjä tuotteita. Ekologiseksi uusiotuotteen tekee käytettävä materiaali. Uusiotuotteen materiaali on siis jo parhaat päivänsä nähnyt. Kyseessä voi olla mikä tuote vain, jolle etsitään niin sanotusti uusi elämä. Näen uusiomuotoilun myös toimintana, jossa työmenetelmät sekä muut käytettävät materiaalit valitaan mahdollisimman ympäristöystävällisiksi. Opinnäytetyössäni olen esimerkiksi käyttänyt mahdollisimman vähän koneita työskentelyssä ja valinnut vesiohenteisiä maaleja.

Toimijoita uusiomuotoilun alalla on paljon. Ahlströmin mukaan (2009) suurin osa Suomessa valmistettavista redesigntuotteista on joko vaatteita, kangaslaukkuja, tai -pussukoita. Kartoituksensa perusteella hän väittää, että karkeasti arvioituna Suomessa valmistettavista redesigntuotteista 90 % on vaatteita ja asusteita. Myös Salonen (2010) kertoi haastattelussaan, että suurin osa uusiomuotoilun alalla toimijoista valmistaa tekstiilituotteita.

Kierrätys ja innovatiivisuus ovatkin hienosti näkyvissä tekstiilialalla. Etsiessäni muotoiluja uusiohuonekaluja, toimijat kutistuvat lähes olemattomiin. Yksittäisiä toimijoita Suomessa, jotka uudistaisivat muotoilemalla huonekaluja, on harvassa. Muotoilija Salonen sanoo myös haastattelussaan, ettei itsensä lisäksi tiedä ketään Suomessa, joka uusiomuotoilisi vain huonekaluja (Salonen 2010). Tämä ei tietenkään osoita, ettei asia näin ole, mutta ainakaan julkisuuteen tällaisia toimijoita ei siis ole tullut.

Tietoa vanhan ja kierrätetyn tuotteen uudistamisesta löytyy kaikkialta. Mietin kuitenkin, mikä erottaa uusiomuotoilun ja niin sanotun jokamiehen ”tuunailun” toisistaan. Periaat-

teessa kaikki vanhan korjaus sekä kierrätetyn tuotteen uudistaminen olisi uusiomuotoilua, jos pelkästään kierrätetyn materiaalin käyttö tuotteen tekemiseen riittäisi täyttämään käsitteen. Mutta mielestäni näin ei ole. Uusiomuotoilussa on mielestäni kyse muotoilusta, jossa materiaalina vain käytetään uuden sijasta kierrätettyä materiaalia.

Ruuhisen mukaan muotoilu on muodon, värin, ajatusten ja visuaalisen idean luomaa sisältöä ja esteettistä lisäarvoa tuotteissa ja pakkauksissa. Muotoilu ei ole kuitenkaan pelkkää estetiikkaa, joka ratkaistaan muodoilla ja väreillä, hän jatkaa. Muotoilu on ajattelua. Se on tietoa ja ilmaisutaitoa. Se on yrityksen ja asiakkaiden ymmärtämistä. Uusiin mahdollisuuksien tunnistamista. Oivaltamista, näkemistä ja hyödyntämistä. Muotoilun kohteena voi olla yksittäinen tuote tai koko yritys. Tai strategia ja toimintamalli. Kun kohteena on yksittäinen tuote, silloin puhumme tuotesuunnittelusta ja tuotteen muotoilusta. Näin kirjoittaa emeritustaiteilijaprofessori Erkki Ruuhinen ajatuksiaan muotoilusta (Vatanen 2008, 23.).

Muotoilu vaikuttaa vahvasti mielikuviin: asiakkaan kokemus tai elämys hänen ensi kertaan nähdessään tuotteen luo odotuksia esimerkiksi sen toimivuuden tai laadun suhteen (Vatanen 2008, 17). Muotoilussa tulisikin miettiä tarkkaan mitä haluaa muotoilulla tuoda ilmi. Onko tuote tarkoitettu lapsille, nuorille vai onko muotoilulla haettu jokin erityinen lisäarvo tuotteelle, kuten tuotteen monikäyttöisyys.

Vihman mukaan muotoilu ilmentää suunnittelijan tarkoitusta ja toisaalta se on prosessin lopputulos. Hän kertoo muotoilun yhden tavoitteen olevan löytää toimivia ratkaisuja erilaisiin tarpeisiin välineitä, esineympäristöjä ja tiloja suunnitteleamalla. Vihma jatkaa, että muotoilu tulee nähdä laajapohjaisena suunnitteluna, eri vaihtoehtojen tuottamisena. Itse ajattelen uusiomuotoilua juuri kuluttajille suunnattuna vaihtoehtojen luomisena, jossa ekologisuus on otettu huomioon (Vihma 2008, 11–19.).

Ukkonen (2009) sanoo, että muotoilijan on myös kyettävä havainnoimaan. Hänen on pidettävä kanavansa auki, nähtävä erilaisia vaihtoehtoja, oltava suvaitsevainen ja innostunut. Hänen on aistittava, mitä liikkuu ilmassa. On kyseenalaistettava ja lisättävä omaa ymmärrystään. Ukkosen mukaan muotoilijalla on suuri vastuu. Marcus Fairsin mukaan viime vuosina ekologisesta muotoilusta on tullut yksi tärkeimmistä keskustelun aiheista muotoilun alalla. Hän jatkaa sanoen muotoilijoiden tulleen tietoisimmiksi heidän työnsä

vaikutuksista ympäristöömme (Fairs 2009, 9-10.). Asioiden tarkempi tutkiminen synnyttää uskoa myös itselle, että ympäristön hyvinvointiin voi vaikuttaa pienilläkin asioilla.

Vihman mukaan ekologiset tuotteet ovat herättäneet laajaa kiinnostusta, ja yhä voimakkaammin kysyntä tulee vaikuttamaan myös teollisuuden ja kaupan asenteisiin. Vihma kertoo, että kestävän kehityksen mukainen suunnittelu ottaa suomalaisessa muotoilussa vasta ensiaskeleitaan, mutta muotoilija voi valinnoillaan vaikuttaa tuotteiden ympäristölaadun kehitykseen. Vaikka yksittäisten tuotteiden parantelu ei ole lopullinen ratkaisu ympäristöongelmiin, jostain on kuitenkin aloitettava, hän kiteyttää (Vihma 2009, 20–37.).

Uusiomuotoilu on mielestäni nähtävissä erilaisten vaihtoehtojen ja ratkaisujen etsintänä. Muotoilussa täytyy käyttää luovuutta ja nähdä materiaalin mahdollisuudet. Myös tietämys materiaalien käyttäytymisestä on tärkeää. Uusiomuotoilu kiehtoo haasteellisuutensa vuoksi. Se on monien asioiden yhteissumma, johon tarvitaan enemmän ponnisteluja. Tyydytys kierrätetyn materiaalin käytöstä työssä tulee taustalla olevan ideologian toteutumisesta tuotteen suunnittelussa. Kaiken taustalla uusiomuotoilussa on ekologisuus. Vihreisiin arvoihin panostaminen ja viestin perille vieminen työn sekä tuotteen välityksellä on mielestäni uusiomuotoilun ydin.

## 4 TYÖN TOTEUTUS

Ennen työn aloitusta tapasin marraskuussa 2009 Vihreä Sohva – projektin projektipäällikön Satu Liedeksen sekä projektin työntekijän Hely Korhosen. Haastattelin heitä tekemäni haastattelupohjan avulla (liite1) Lahden kierrätyskeskus Patinassa jo tehdyistä muutoksista ja uusiotuotteista.

Uusiotuotteita oli kehitelty kierrätyskeskuksessa varsin vapaasti. Pääasiassa oli tekstiilien hyötykäyttöä erilaisina kasseina ja säilytystuotteina. Lisäksi oli tehty erilaisia koruja hyödyntäen kierrätyskeskukseen päätynyttä kierrätettyä materiaalia. Huonekaluja uudistettiin mahdollisuuksien mukaan. Tulevaisuudessa oli tarkoitus palkata kierrätyskeskukseen verhoilija avuksi huonekalujen kunnostukseen (Liedes & Korhonen 2009). Koska ideointia oli jo ilokseni tehty paljon kierrätyskeskuksessa, päätin keskittyä siksikin opinnäytetyössäni lähinnä jättemateriaaliin, jotta ns. ”hukkamateriaalia” tulisi vähennettyä.

Työskentely lähti liikkeelle materiaalin etsinnällä Lahden kierrätyskeskuksesta. Materiaalin antaminen ilmaiseksi ulos on kiellettyä, joten maksoin saamastani materiaalista pienen korvauksen. Tämän hinnan sovimme Vihreä Sohva- projektipäällikön kanssa yhdessä materiaalien mukaan.

Jätelavat olivat suuria ja niiden penkomiseen kului aikaa. Pääasiassa materiaali oli poisheitettyä kalustelevyä. Niihin kuuluivat muun muassa vaneri- sekä mdf-levyjä (medium-density fibreboard) eli puolikovaa kuitulevyä. Täyspuutakin löytyi, mutta sitä tuli vain harvoin vastaan. Erilaisin menetelmin pinnoitetut levyt, kuten viilupintaiset kalustelevyt, koostivat suurimman osan joukosta. Lisäksi löysin kaikenlaista poisheitettyä tavaraa jätelavoilta. Kuvassa 2 näkyy jätelavoilta kerättyä materiaalia.



Kuva 2. Jätelavoilta kerättyä materiaalia.

Tavaran valitsemista rajoitti lähinnä oman auton koko, koska materiaali tuli kuljettaa sisätiloissa. Lisäksi valikoin tietenkin kestävyys- ja muun kunnan perusteella materiaaleja. Yritin pitää avoimen mielen valinnoissa. Valikoin sellaistakin mukaan, mistä minulla ei ollut aikaisempaa kokemusta tai joka näytti kolhiintuneelta, mutta pelastettava. Sekalaisesta tavarasta lähdin sitten kokeilemaan erilaisin työmenetelmin, miten olisi järkevin työstää mitään materiaalia.

Työmenetelmien valinnoissa tarkastelen erilaisia vaihtoehtoja niiden ekologisuuden huomioiden. Maaleissa ja lakoissa valitsin vesiohenteisiä vaihtoehtoja. Vesiliukoisten orgaanisten liuotteiden, kuten eräiden alkoholien ja lateksimaalien sisältämien glykoli- en, otsonia muodostava vaikutus on pienempi, sillä ne huuhtoutuvat sateen ansiosta helpommin ilmakehästä. Lähiympäristömme kohonneet otsonipitoisuudet saattavat ärsyttää hengitysteitä sekä olla haitaksi rakennusmateriaaleille ja kasvillisuudelle. Siksi on tärkeää yrittää alusta pitäen valita maaleja, joissa on mahdollisimman vähän lakkabensiiniä tai alifaattista liuotinbensiiniä (Tikkurila 2010).

Työn tein omalla työhuoneella. Työvälineet olivat omia, joten niistä ei koitunut kustannuksia. Minulla oli käytössäni hiomakone, porakone ja kuumailmapuhallin. Dokumentointi tapahtui omalla digitaalikameralla ja muistiinpanojen avulla jokaisen työvaiheen välissä. Tein luonnoksia ja kokeiluja myös luonnosten pohjalta. Työ eteni kokeilujen kautta edelleen uusiotuotteiksi.

Syntyneistä tuotteista kokosin näyttelyn Lahden kierrätyskeskus Patinan tiloihin. Näyttelyssä oli tarkoitus kartoittaa kuluttajien mielipiteitä uusiotuotteista. Kyselyn avulla keräsin tietoa suunnitteluprosessin onnistumisesta. Kyselyssä kohderyhmänä olivat kierrätyskeskuksen asiakkaat. Tavoitteisiin yltämisen arvioinnissa käytin apuna kyselyn vastauksia.

#### 4.1 Ruokapöytä ja tuolit

Löysin kierrätyskeskuksen jätelavalta naarmuuntuneen pöytälevyn. Kyseessä oli puuvii-  
luin päällystetty vanerilevy, joka näkyy kuvassa 3. Lähdin kokeilemaan miten pinnan saisi hiottua rikkomatta päällystettä. Ensin hioin pintaa käsin hiomapaperilla eri vahvuuksilla testatakseni viilun kestävyyttä. Tämän jälkeen päädyin käsihiomakoneen kokeiluun.



Kuva 3. Naarmuinen ja kolhiintunut pöytälevy ja pöytälevyn takapuoli oikealla.

Hiomakoneen jälki oli tasaisempaa ja naarmut alkoivat vähitellen tasoittua. Muutamien hiontakertojen jälkeen olin tyytyväinen tasaisuuteen lukuun ottamatta muutamaa sy-

vempää jälkeä pinnassa. Näihin päätin kokeilla vesiohenteista kalustekittiä. Tasoitteen kuivuttua hioin korjatut kohdat sileäksi, etteivät ne jäisi koholle.

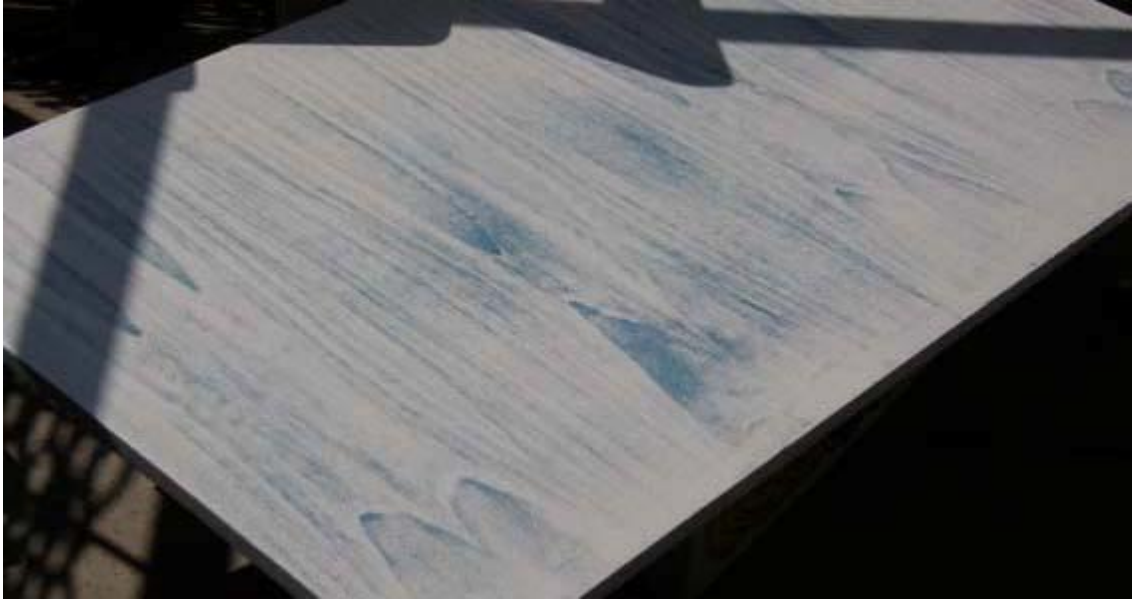
Pöytätason kaltaista viilutettua kalustelevyä oli jätelavalla paljon, joten pystyin tekemään kokeiluja levy materiaalille pienemmissä mittakaavoissa. Kokeilin maalausta, lakkautusta, päällystämistä tapetilla, kuvilla sekä erilaisilla esineillä. Kokeilujen kautta päädyin pöytälevyn maalaukseen kahdella värillä. Tarkoitukseni oli kuluttaa pintaa maalauksen jälkeen.

Maalasin levyn vaaleansinisellä vesiohenteisella kalustemaalilla. Maalin kuivuttua lisäsin vielä toisen kerroksen sinistä maalia. Halusin pinnasta eläväisen ja viilun puupinnan näkyviin, joten lisäsin pintaan vaaleamman sävyn. Ennen toisen sävyn lisäämistä hioin pinnan ohuesti tasaisen pinnan aikaansaamiseksi. Sinisen maalin päälle lisäsin valkoista vesiohenteista kalustemaalilla myös kaksi kerrosta.

Valkoisen kalustemaalilla kuivuttua ryhdyin hiomaan pintaa. Kokeilin pinnan kuluttamiseksi hiomista käsin, teräsharjalla harjaamista sekä hiomakoneella hiomista. Käsin hiominen ei kuluttanut tarpeeksi pintaa, joten kokeilin teräsharjalla harjaamista. Se ei kuitenkaan toiminut haluamallani tavalla. Hioin pintaa varovasti hiomakoneella saadakseni alemman kerroksen väriä esiin. Siirryin tämän jälkeen hiomaan käsin, ettei pinta kuluisi liikaa. Käsin hiomalla oli helpompi korostaa tiettyjä kohtia.

Pöytälevyn ollessa mielestäni hyvin hiottu, puhdistin sen huolellisesti. Tämän jälkeen lakkasin pinnan vesiohenteisella kalustelakalla. Lakkakerroksia tuli pöytään kolme. Lakkausten välissä jouduin tietenkin odottamaan lakan kuivumista. Pinnasta tuli lakkaamisen jälkeen mielestäni tasainen, kestävä ja kaunis (kuva 4).





Kuva 4. Valmis pöydän pinta.

Pöytälevyn valmistumisen jälkeen kiinnitin alapuolelle mustat, metalliset jalat. Ne olivat mielestäni tarpeeksi yksinkertaiset korostamaan pöydän pinnan kauneutta. Löysin jalat myös kierrätyskeskuksesta.

Ruokapöydän seuraksi etsin tuoleja. Mieleeni muistuivat vanhat tuolit kotivarastossani. Ne olivat olleet jo kauan huonokuntoisina. Tuolin malli oli yksinkertainen, joten se sopi hyvin pariaksi pöydälle. Lisäksi tämä antoi mahdollisuuden näyttää miten modernia ja vanhaa voi yhdistää.

Tuolien maalipinta oli lohkeillut pahasti. Mietin hionnan ja maalaamisen riittävän tuomaan niiden yksinkertaisen muodon hyvin esille. Ne toimisivat moderneina ”joka kodin tuoleina”, jotka olivat sopivat vanhahtavan pöydän kanssa. Väriksi valitsin puhtaan valkoisen, koska se toi selkeyttä ja yksinkertaisuutta näyttelytilaan, jossa tuli olemaan erilaisia huonekaluja esillä. Myös pöydässä oli käytetty valkoista, joten se satoi ryhmän yhteen.

Hionnassa käytin apuna hiomakonetta. Vaikeimmat kohdat olivat syvennykset siirryttäessä istuinosasta selkänojan puolelle. Koska tuolien aiempi väri oli voimakas vihreä, oli pinnasta kuitenkin saatava paljon pois (kuva 5). Työ vei aikaa, sillä hankalimmat kohdat oli hiottava käsin.



Kuva 5. Kulunut vihreä tuoli ennen hiontaa ja maalausvaiheessa.

Tuolien ja pöydän pinnan maalauksessa käytin apuna vaahtomuovitelaa ja pensseliä. Tuolit oli maalattava kolmeen kertaan, että pinnasta sai tasaisen ja peittävän. Vaikeimmat kohdat olivat tuolin selkänöjissä olevat aukot, joihin maalia pakkaantui huomattavasti. Aukkojen kohdalla tuli olla erityisen tarkka, ettei maalipintaan jäänyt kertymiä. Joitakin paakkuja jouduin poistamaan ja maalaamaan kohdan uudelleen. Lopputuloksesta tuli kuitenkin tasainen ja raikas.

Olin irrottanut tuolit jaloistaan hiontaa ja maalausta varten. Ajattelin ensin maalata tuolin jalat mustaksi, mutta valitsemani vesiohenteinen spraymaali ei toiminut. Se jäi poreilemaan pinnalle. Päätin hioa metallijalkoja hieman kulutetumman pinnan aikaansaamiseksi. Metallijalkojen pinnasta tulikin näin yksinkertaisen kaunis. Istuinosen maalin kuivuttua ruivasin jalat paikoilleen. Kuvassa 6 näkyy valmis pöytäryhmä.



Kuva 6. Valmis pöytäryhmä.

#### 4.2 Kukkahyllyt

Idean kukkahyllyihin antoi materiaali. Löysin jätelavalta hyväkuntoisia muovipinnoitettuja vanerisia hyllylevyjä (kuva 7). Hyllyjen sivu – sekä alalevyt olivat hyvässä kunnossa. Takalevyn sekä sisälle tulevat hyllylevyt tein kierrätyskeskuksen jätelavalta löytämästäni muusta levymateriaalista.



Kuva 7. Muovipinnoitetut hyllylevyt.

Sahasin aluksi hyllylevyt sekä taustalevyt sopivan kokoisiksi. Tämän jälkeen hioin kaikki levyt käsin tasaisen pinnan aikaansaamiseksi. Jouduin myös tasoittamaan sivulevyjen pinnan vesiohenteisella huonekalukitillä tasaiseksi. Tämän jälkeen hioin ylimääräisen kitin pois. Hionnan jälkeen maalasin hyllylevyt sekä pääty- että sivulevyt valkoisiksi vesiohenteisella kalustemaalilla.

Halusin hyllyihin taustalevyn, joka olisi erilainen. Levymateriaalina taustoissa toimivat löytämäni ohuet vanerilevyt. Ajattelin päällystää ne varastoistani löytyneellä tapetilla. Salonen (2006, 27–28) kertoo opinnäytetyössään kokeiluistaan päällystää kuvia liisterin ja lakan avulla. Hänen mukaansa vesiohenteinen sisälakka sopi paremmin kuvien päällystämiseen. Kokeilin tätä menetelmää onnistuneesti.

Valitsin tapetin kiinnitykseen siis vesiohenteisen sisälakan. Lakkasin ensin tapetin taustapuolen ja sitten tapetin kuviopuolen saadakseni tasaista jälkeä. Hyvänä apuna kiinnittämisessä oli muovinen tapettilasta. Olin kokeiluissani yrittänyt kiinnittää tapettia pensselillä, joka oli vienyt pinnan epätasaiseksi. Pinnan kuivuttua lisäsin vielä kaksi lakkakerrosta vahvistaakseni pintaa.

Toiseen taustalevyistä tuli virhe; reikä tapettiin. Tapettia ei ollut enää mahdollista irrottaa, joten mietin miten saisin vian paikattua. Päädyin ottamaan ylimääräisestä tapetista yhden uuden kukkakuvion ja leikkaamaan sen irti paperiveitsellä. Tämän ylimääräisen kuvion kiinnitin taustalevyyn. Mielestäni korjaus onnistui.

Kokosin hyllyt. Esteettisyyteen kaipasin vielä parannusta, joten päädyin tapetoimaan vielä hyllyjen sivulevytkin. Tein ne samalla tekniikalla kuin hyllyn takalevyn. Levyistä tuli siistit parin lakkakerroksen jälkeen. Tämän jälkeen kasasin hyllyt uudelleen ja nyt niiden ulkomuoto miellytti minua.

Olin löytänyt kierrätyskeskuksesta pieniä valkoisia hyllynkannattimia. Hyllyn sivulevyihin täytyi porata reiät kannattimille. Porattuani reiät huomasin poranneeni yhden sivulevyn väärin. Porasin reiät vielä oikeille paikoilleen ja päätin miettiväni ongelmaan ratkaisun myöhemmin.



Kokosin hyllyt ja kiinnitin taustalevyt. Hyllyt tuntuivat lujilta ja näyttivät kauniilta lukuun ottamatta yhden sivuseinän vikaa. Mietin miten saisin reiät peittoon. Ratkaisu olisi voinut olla yhden sivun uudelleen tekeminen, mutta se tuntui mielestäni turhalta. Niinpä päädyin käyttämään reikiä avuksi suunnitelmassa. Luonnostellessa esiin nousi idea yhdistää hyllyn sivulle koukkuja, jotka toisivat lisäsäilytysmahdollisuuksia tuotteelle. Tämä idea toimi hyvin. Kuvassa 8 on valmiiden hyllyjen kuvia.



Kuva 8. Valmiit kukkahyllyt seinällä. Oikealla näkyvät myös lisätyt säilytyskoukut.

### 4.3 Peppupenkki

Peppupenkin innoittajana olivat farkut. Jätetekstiilejä tutkiessani löysin paljon farkkuja. Yllätyin siitä, koska farkkukangas on hyvin kestävä. Halusin käyttää kangasta työssäni. Osittain kangas oli toki rispaantunut, mutta yleensä vain lahkeiden osuudelta. Farkuissa oli paljon hyödynnettävää kangasta. Olin löytänyt aiemmin kierrätyskeskuksen jätelavalta kahdet metalliset tuolin jalkakehikot (kuva 9). Olin tehnyt luonnoksia erilaisista tuoleista, mutta niiden pohjalta tehdyt kokeilut epäonnistuivat mielestäni.



Kuva 9. Metalliset jalkakehikot.

Löysin myös osin rikkonaisia helminauhoja sekä ohutta vanerilevyä kierrätyskeskuksen jätelavoilta. Minulla oli kotonani käytöstä poistunut vanha sohva. Siitä sain sohvan verhoilutuotteita, kuten pehmusteita sekä vanua. Materiaaleja tutkiessani mieleeni tuli hauska ajatus peppupenkistä. Lähdin työhön ennakkoluulottomasti kokeillen.

Sahasin sopivan palan jätelavalta löytämästäni vanhasta kaapin ovesta, jonka hioin. Lähdin rakentamaan tuolia oven palasen päälle. Käytin istuinosaan vanhan sohvan selkänojan pehmustetta sekä vanua. Sidoin pehmusteen ja lakanakankaan niittaamalla levyn takapuolelle huolellisesti kiinni.

Sommittelin farkuista sopivia palasia istuinosan päällysteeseen, jonka ompelin ompelukoneella. Tikkasin ensin tiheällä siksakilla reunan kahteen kertaan kestävyuden varmistamiseksi ja leikkasin ylimääräiset osat reunoista pois. Tämän jälkeen ompelin suoralla ompeleella kahteen kertaan reunat ympäri tehden lähtö – ja päätöspisteeseen edestakaisin ompelua myös kestävyuden varmistamiseksi. Kankaan kiinnitin levyyn niittaamalla. Kankaan kiinnittäminen kiristi pehmusteosan hyvin levyyn ja penkki näytti hauskalta.

Takaosaan suunnittelin vielä maalatun levyn, jotta ilme olisi yhtenäinen. Maali oli vesiohenteista kalustemaalaa, turkoosin sävyistä. Aiemmin olin maalannut tuolin metallijalat turkoosilla maalilla. Hioin jalat kulutetun näköisiksi. Porasin valmiit reiät levyihin, jotta kiinnitys olisi helpompaa. Kiinnitin ohuemman levyn ruuveilla paksumpaan levyyn kiinni ja yhdistin jalat istuimeen ruuvaten ne istuinosaan. Istuinosa näytti hauskalta, mutta kaipasi mielestäni vielä jotain. Lisäsin vielä tuoliin löytämiäni helmiä

ommellen ne pehmusteosan reunoille. Jätin myös hieman helminauhaa irtonaiseksi, että penkin ilmettä pystyi itse hieman muuntelemaan (kuva 10).



Kuva 10. Peppupenkki.

#### 4.4 Narutuoli

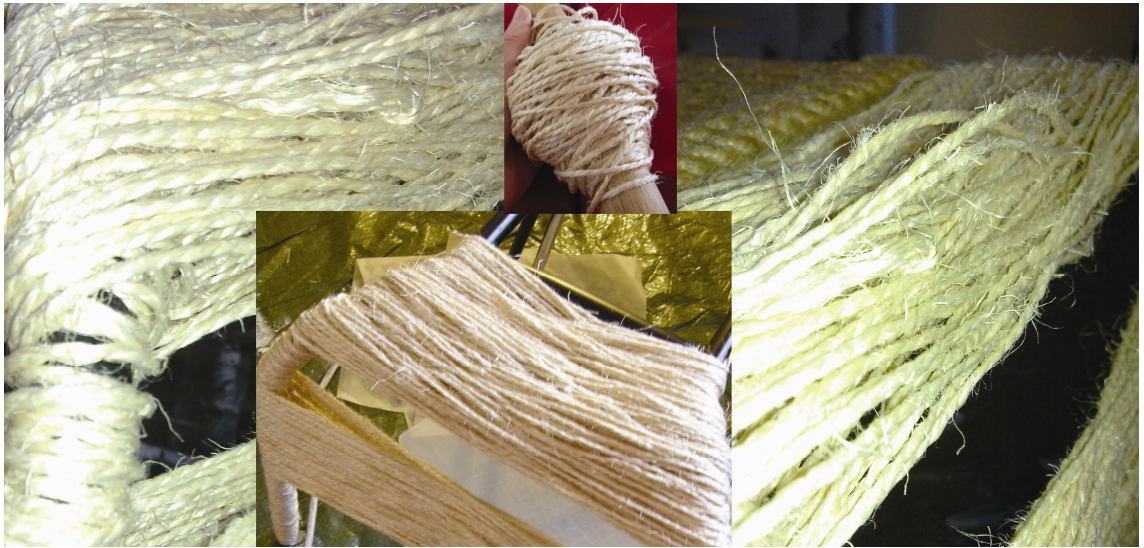
Narutuolin pohja oli samanlainen metallinen istuimen jalkakehikko kuin peppupenkissä. Ensin kokeilin kangasta tuolin rakentamisessa. Malleista tuli kuitenkin epäsiistejä, joten purin kankaan pois kehikon ympäriltä. Pidin kehikon muodosta ja halusin tuoda sen esille työssäni. Mietin narun tuovan muodon kauniisti esiin. Samalla se pehmentäisi metallisen kehikon ulkomuotoa.

Minulla oli varastoissani sisalnarua ja juuttiköyttä. Kokeilin narun kanssa työskentelyä. Kiersin ohutta sisal – narua kehikon ympärille. Työ oli vaivalloista ja siihen kului todella paljon aikaa. Lisäksi sisal – narusta irtosi helposti tikkumaisia kuituja käsiin. Koetin erilaisia apuvälineitä ja työmenetelmiä narun pujottamisen helpottamiseksi. Ripustin tuolin kehikon jopa narusta kattoon roikkumaan, jolloin kädet jäivät vapaaksi narun pujotteluun. Menetelmä ei toiminut, vaan kehikkoa oli työn aikana käännettävä käsissä tasaisen jäljen aikaansaamiseksi.

Olin aloittanut narun pujottamisen kehikon päältä ja kieritin sitä tasaisesti edelleen alaspäin. Kun pääsin pujottamaan narua yläosasta alaspäin jalkoja kohti, huomasin naruissa



löystymistä. Narut löystyivät edelleen ja jälki oli epätasaista. Pitkiä irtonaisia narulenkkejä ilmaantui sinne tänne (kuva 11). Minun täytyi purkaa työ kokonaan.



Kuva 11. Ennen työn purkamista narupinnasta otettu kuva. Narun pujotteluun käytetty apuväline kuvassa ylhäällä.

Seuraavalla kerralla lähdin järjestelmällisemmin liikkeelle. Päätin keskittyä pujottamaan narua tuolin jalkakehikon yläosaan vain pelkästään putkien ympärille. Aiemmin olin pujotellut narun putkien väliin jättäen pitkiä narupintoja tuoliin. Putkien päällystäminen onnistui tasaisesti ja työ oli nopeampaa. Halusin kuitenkin tuoliin myös laajempaa narumaista pintaa. Päätin pujottaa narun putkijalkojen välistä vain tuolin sivuilla. Muut kehikon metalliputket päällystin kierittämällä sisal-narua niiden päälle.

Päällystetty kehikko ei näyttänyt vielä tuolilta. Olin jo aiemmin suunnitellut lisääväni paksua juuttiköyttä tuoliin. Ajattelin käyttää köyttä istuinosana. Köysi oli pehmeää tekstuuriltaan ja hyvin paksua, joten se sopi tehtävään. Juuttiköyden toisessa päässä oli valmiina lenkki, jonka läpi pujotin köyden toisen pään. Köyden vapaaksi jääneen pään pujotin metallikehikon ympärille pujotetun juuttiköysi-istuimen sisään. Narutuoli oli valmis (kuva 12).

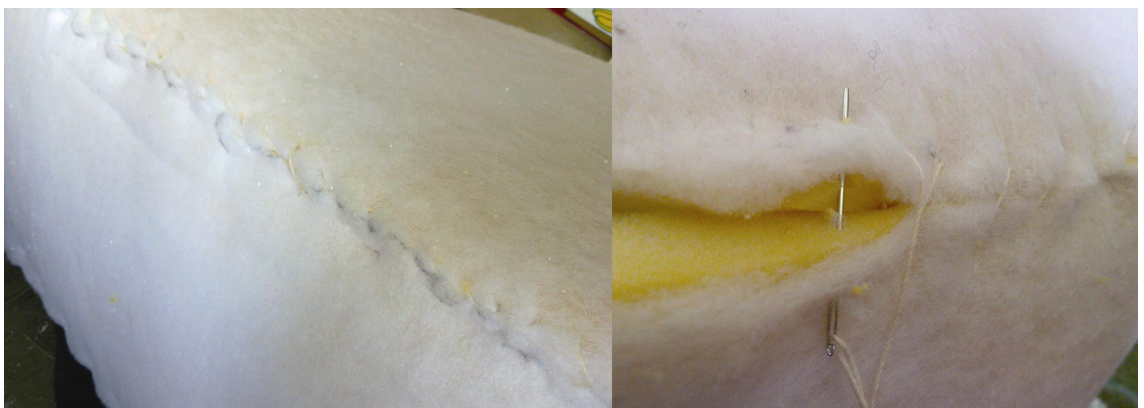




KUVA 12. Narutuoli valmiina.

#### 4.5 Rahi

Rahin suunnittelu alkoi myös materiaalista. Olin löytänyt jätelavalta lastulevystä sekä mdf - levystä valmistetun puolipyöreän ”aihion”. Materiaali oli kovaa ja hyvin säilynyt. Mielessäni syntyi kuva istuimesta, jota aloin rakentaa materiaalia tutkien. Muotin päällystämiseen pehmusteilla kuului monta eri vaihetta. Rahi valmistui kerroksittain kasaan, nidontaa ja ompelua avuksi käyttäen (kuva 13).



Kuva 13. Pehmusteen kokoamista käsin ommellen.

Minulla oli vanhan sohvani puhtaita verhoilu – tuotteita, joista kokosin pehmusteen aihion päälle. Leikkasin vanhaa pehmustetta sopiviksi paloiksi. Pian huomasin, ettei pehmuste ollut riittävän kokoinen yltämään tasaisesti aihion päälle. Alakerroksen

pehmusteen jouduin ompelemaan kasaan paloista. Jälki oli epätasaista. Jouduin kokoaamaan päälle uuden kerroksen, joka onnistui paremmin.

Pehmusterrosten päälle vedin lakanakankaan kireälle. Olin aiemmin niitannut pehmusteiden päälle vanun kaksi kertaa. Näiden kerrosten päälle niittasin vielä lakanakankaan. Pohjaa siistin leikkaamalla ylimääräiset kankaan ja vanun suikaleet pois. Kiinnitin pohjaan mustan vanhan sohvan alaosaista leikatun suojakankaan.

Olin valinnut päällyskankaaksi vanhat paksut verhot, jotka kestäisivät kulutusta. Kaikki työssäni käyttämät kankaat tietenkin pesin sekä silitin. Silityksen jälkeen leikkasin kankaan huolellisesti. Ompelin päällisosan ja sivuosan reunat siksakilla sekä suoralla ompeleella kahteen kertaan. Ompelin edestakaisin alku- ja päätöspisteessä, jotta ommel olisi kestävä. Silityksen jälkeen laitoin päällyskankaan rahin päälle. Vedin kankaan kireälle kohta kohdalta niitaten sen rahin alalevyyn kiinni. Siistin vielä ylimääräiset kankaanpalat saksilla leikaten.

Halusin alaosan olevan samaa kuosia päällisosan kanssa. Tämän vuoksi leikkasin samasta kankaasta alaosaan uuden suojakankaan. Käänsin kankaan reunat ja naputtelin kalustenauloilla kankaan kohta kohdalta kiristäen alalevyyn kiinni. Viimeiseksi lisäsin kalustenauloilla pieniä ”jalkoja” rahin alle tasaisin välimatkoin. Kuvassa 14 näkyy valmis rahi.



Kuva 14. Rahi valmiina.

## 4.6 Naulakot

Naulakot syntyivät kokeilujen kautta. Maalasin, hioin, lakkasin ja päällystin erilaisilla tavaroilla sekä kuvilla kalustelevyjä. Kokeilujen avulla syntyi idea käyttää poisheitettyä levyateriaalia naulakkoina.

Sahasin ensimmäiseksi levyistä samankokoisia paloja. Hioin levyjen reunat käsin. Tämän jälkeen maalasin kaikki levyt valkoisella kalustemaalilla kahteen kertaan. Pinta peittyi hyvin ja sain aikaiseksi ikään kuin ”tyhjiä kankaita”. Niihin oli helppo aloittaa kuvien sommittelu. Työnä syntyi yhteensä seitsemän naulakkoa.

Tein vapaasti sommitteluja ja suunnittelin jättäväni joitain pintoja koholle. Kuvien kiinnittämiseen käytin vesiohenteista kalustelakkaa. Kuvien sommittelussa täytyi olla tarkka ja reunat tuli jättää hieman toisen kuvan reunan alle. Joitakin kuvia kulutin vielä varovasti hioen saadakseni aikaan vanhan pinnan vaikutelmaa. Tämän jälkeen pinta tuli vielä lakata tasaisuuden ja kestävyuden takaamiseksi.

Kiinnittämisessä käytin apuna tapettilastaa sekä pensseliä. Tekniikka oli sama kuin kukkahyllyissä. Kiinnityksessä oli apuna muovinen tapettilasta suuremmissa kuvissa ja pienemmissä kuvissa lakkapensseli. Vaikeinta tekniikassa oli saada tasainen pinta. Pintaa lakkasin kiinnityksen jälkeen vielä kolme kertaa kestävyuden takaamiseksi.

Neljä naulakoista syntyi Audrey Hepburnin kuvien ympärille. Satuini löytämään kauniita näyttelijä Hepburnin kuvia. Pidin niistä ja päätin yhdistellä niihin kuvia muista vanhoista löytämistäni kirjoista ja lehdistä. Kuvia naulakoihin otin muun muassa vanhoista, rikkinäisistä kirjoista.

Audrey Hepburn -naulakoihin tuli erilaisia koukkuja. Koukut löysin kierrätyskeskuksesta tai omista varastoistani. Yhteen naulakoista laitoin kullanväriset koukut ja pujotin niiden ympärille muoviset renkaat. Lisäksi lisäsin yhteen naulakoista valkoisen helmi-kaulakorun, joka sekini löytyi kierrätyskeskuksen jätelavalta. Naulakosta tuli näin hieman erilaisempi ja ajattelinkin sen olevan hauska esimerkiksi kaulakorujen säilytykseen.



Kahteen naulakoista tuli valkoinen tausta, eli jätin maalattua pintaa esille. Halusin kiinnittää näihin kaksi vanhan romaanin sivua ja jättää pinnan rosoiseksi. Päätin kokeilla miten pinnan koholle jättäminen onnistuisi. Ensin sivu jäi ”löysäksi”, eikä pinnasta tullut sellainen kuin halusin. Nostin sivua varovasti lakaten sen uudelleen. Toisella lakka-kerroksella sivun jäi paremmin paikoilleen. Kolmas lakkauskerros viimeisteli pinnan kovaksi ja kiiltäväksi. Näihin naulakoihin en halunnut koukkuja ”sotkemaan” tunnelmaa. Valitsin koukuiksi mustat naulat. Näin koruton, vanha tunnelma säilyi naulakoissa.

Yksi ainokainen naulakko sai päällysteekseen tapetin jäänteitä. Käytin naulakkoon ylimääräisiä tapetin palasia ja leikkasin niistä tarkasti levyyn sopivia. Naulakosta tuli tavaltaan kukkahyllyihin sopiva naulakko, koska se koostui samasta kuviosta. Koukkuina naulakossa toimivat yksinkertaiset, modernit metallikoukut. Kuvassa 15 valmiita naulakkoja.



Kuva 15. Valmiita naulakkoja.

#### 4.7 Näyttely

Kierrätyskeskuksessa pidettiin ”Huhtikuun Hulinat” – päivät 14.–15.4. 2010. Päivillä oli tarjouksia ja arvonta kierrätyskeskuksen toimesta sekä myös kahvitarjoilua asiakkaille. Tapahtumasta ilmoitettiin Etelä-Suomen Sanomat – lehdessä. Lisäksi projektipäällikkö oli laatinut lehdistötiedotteen. Opinnäytetyönäyttelystä ilmoitettiin päivittäin kyseisessä lehdessä. Oma näyttelyni oli kierrätyskeskuksessa 14. – 23.4.2010.

Näyttelyn järjestämiseen sain apua opinnäytetyön yhteistyökumppanilta. Näyttelytila oli ilmainen Lahden kierrätyskeskus Patinassa. Projekti järjesti näyttelytilan verhoilun ja tarvittavat muut kalusteet. Lisäksi kierrätyskeskuksen henkilökunta auttoi käytännön asioissa. Olimme sopineet näyttelyalueen sijainnista projektipäällikön kanssa etukäteen. Näyttely sijoitettiin niin, että sen näki heti, kun astui sisälle kierrätyskeskukseen. Alueella oli myös kierrätyskeskuksen omia tuotteita.

Näyttelytila oli rajattu sermein ja yhdeltä sivulta pöydällä. Tilassa käytettiin yhtenäisen ilmeen saamiseksi mustaa kangasta verhoukseen. Sommittelin tilaan kalusteet itse. Lisäsin myös tilaan kuvin varustettuja selvityksiä valmistustavoista. Halusin myös selventää opinnäytetyön tarkoitusta esittämällä pääkohtia työn tarkoituksesta. Tekstit olivat lyhyitä ja ytimekkäitä, jotta ne olisi jaksanut ohitse mennessäkin vilkaista. Lisäksi esillä oli vastauslaatikko, kyselylomakkeita, kyniä sekä kirjoituslustoja. Kuvassa 16 on näyttelytila tuotteineen.



Kuva 16. Näyttely kierrätyskeskus Patinassa.

Näyttelyssä oli kaikki edellä kertamani tuotteet esillä ja niitä arvioitiin kyselylomakkeiden avulla. Ensimmäisenä päivänä olin paikalla ja keskustelin asiakkaiden kanssa tuotteistani. Sain positiivista palautetta ja kiitosta uusista ideoista. Moni kävijä sanoi saaneensa itselleen vinkkejä vanhojen huonekalujen uudistamiseen.

## 5 TYÖN ARVIOINTI

Näyttelyyn valitsemiin tuotteisiin käytin työmenetelminä hiontaa, pinnan paikkausta tasoitteella, maalausta, lakkausta, pinnan päällystämistä sekä verhoilua. Opinnäytetyön tarkoituksena oli siis etsiä työmenetelmiä kierrätetyn materiaalin käyttöön. Tuotteen suunnitteluprosessiin lähdin materiaalia tutkien. Koska työssä käytettävä materiaali oli juuri tuolloin saatavilla olevia tuotteita, ei niistä ollut tarkoitus tuottaa sarjatuotantoa. Työmenetelmien valitsemista ohjasivat saatavilla oleva materiaali.

Minulla oli käytössäni pieni hiomakone, mutta suurimman osan hionnasta tein käsin. Pääosa käytössä olevasta materiaalista oli erilaista levymateriaalia, kuten jo aiemmin olen todennut. Hionta ja pinnan paikkaus olivat helppoja tapoja muuttaa kolhiintuneen levymateriaalin pintaa edelleen työstökelpoisemmaksi.

Levymateriaali oli usein pelkästään hionnan, pinnan paikkauksen ja toisen hionnan jälkeen käytettävissä edelleen. Tietenkin osissa levymateriaaleista oli suuria vikoja, joten levyistä piti sahata pienempiä levyjä. Näitä pienempiä levyjä käytin muun muassa valmistuneissa naulakoissa sekä hyllyissä.

Maalauksessa ja lakkauksessa käytin vain vesiohenteisia vaihtoehtoja. Levymateriaali muuttui hionnan ja pinnan paikkauksen jälkeen tasaiseksi. Maalauksen avulla levypinoista tuli siistejä ja käyttökelpoisia. Lakkausta käytin maalatun pinnan päällä esimerkiksi pöytälevyissä kestävyuden varmistamiseksi. Lakkausta käytin apunani myös pinnan päällystämässä kuvilla. Ekologisuuden vuoksi rajoitin pintakäsittelyaineiden määrää. En myöskään halunnut käyttää muita ympäristölle myrkyllisiä aineita.

Kuvilla päällystämiseen käytin vesiohenteista lakkaa. Kuvien reunat tuli jättää hieman toisen kuvan reunan alle, jotta ne asettuivat hyvin, eikä rakoja syntynyt. Päällystäminen työmenetelmänä vaati aikaa ja tarkkuutta. Lopputulos oli kuitenkin ehkä kaikista vaihtoehtoista elävin. Päällystäminen muutti pinnan sekä tuotteen olemusta enemmän kuin maalaus. Erilaiset muut päällystämismenetelmäkokeilut epäonnistuivat kestävyyydessään.

Narulla päällystäminen oli kaikista työmenetelmistä vaikein ja aikaa vievin. Menetelmän vaikeudesta huolimatta metallinen runko muutti täysin muotoaan päällystemateriaalin ansiosta. Työmenetelmä ei sovellu hitautensa vuoksi kierrätyskeskuksessa tehtäväksi.

Ammatillinen verhoilu ei toteutunut opinnäytetyössä. Tähän vaikutti työmenetelmän kokemuksen ja ammatillisen osaamisen puuttuminen. Kokeilin tätä vaihtoehtoa luodakseni lisämahdollisuuksia materiaalin työstölle. Verhoilussa käytin saatavilla olevia materiaaleja myös verhouksen tekemisessä. Siksi työ oli erittäin vaikeaa, koska esimerkiksi pehmuste täytyi kasata osista.

Työmenetelmien valinnassa on huomioitava käytettävissä oleva materiaali. Kierrätyskeskuksessa olevan jätemateriaalin kartoituksen jälkeen sopivien työmenetelmien valinta on helppoa. Levymateriaalista voitaisiin pilkkomalla saada pienempiä levyjä, joita voitaisiin käyttää esimerkiksi sisustustuotteisiin. Myös oma kokemukseni osoitti, että joitain suurempia levyjä voitaisiin pelastaa. Luovuudella levymateriaalista voitaisiin valmistaa erilaisia tuotteita myyntiin.

Levymateriaalin pinnan paikkaus ja hionta olisi suuremmissa erissä helposti tehtävissä. Levymateriaalit voitaisiin joko maalata tai pinnoittaa esimerkiksi vanhoilla lehdillä tai kuvilla. Narulla pinnoittamisen sulkisin kuitenkin kierrätyskeskukseen soveltuvista menetelmistä pois. Pinnan paikkaus, hionta sekä maalaus ovat helposti opeteltavia levymateriaalin kunnostustapoja.

Pinnoittamiseen tarvitaan hieman enemmän aikaa ja opettelua, mutta sekin olisi mahdollinen vaihtoehto kierrätyskeskuksessa tehtäväksi. Kyselyiden perusteella näyttelyn kiinnostavimpina tuotteina pidettiin ylivoimaisesti naulakoita. Tästä voi päätellä, että varsinkin päällystämällä saadaan aikaan kuluttajaa kiinnostava tuote. Työmenetelmä on siis toimiva kierrätetylle materiaalille.

Levymateriaalia voitaisiin hyödyntää paljon enemmän kuin tällä hetkellä. Kierrätyskeskus päättää kierrätysmateriaalin hyödyntämisestä itse. Tämä voisi kuitenkin olla tulevaisuudessa kehitettävä näkökulma. Näin voitaisiin ”hukkamateriaalin” osuutta pienentää.

Yleisesti olen tyytyväinen työmenetelmien kokeiluun. Kokeiluja oli paljon, joista nostin yhä edelleen jatkokehittelyyn erilaisia työmenetelmiä. Raportin rajauksen vuoksi kaikkia menetelmiä ei ole esitelty opinnäytetyössä. Mielestäni toin esille tärkeimmät ja käytökelpoisimmiksi havaitsemani menetelmät. Uskon näistä olevan apua tulevaisuudessa muotoilijan työssä.

### **5.1 Esteettisyys, toimivuus ja ekologisuus**

Kyselylomake oli näyttelyn yhteydessä asiakkaiden vapaaehtoisesti vastattavissa. Lomakkeet olivat näyttelytilan rajaavalla pöydällä kirjoitusalueiden, kynien sekä vastauslaatikon kanssa. Näyttelyn yhteydessä oli informaatiota opinnäytetyön tarkoituksesta sekä näyttelyn uusiutuotteiden valmistuksesta. Jokaisesta tuotteesta oli erikseen esitetty kuvin sekä lyhyesti kirjoitettuna työskentelytavat ja materiaali, mistä kyseinen tuote oli syntynyt.

Vastauksia kyselyihin sain 29 kappaletta, joista 9 lomaketta olivat puutteellisia eli kaikkiin kohtiin ei ollut vastattu. Puuttuvia tekijöitä näissä lomakkeissa olivat; sukupuoli, ikä tai numeroasteikolla tehtävässä arvioinnissa olevia puutteellisuuksia. Kyselyn kokonaisvastausmääräksi laskin 29. Kaikissa näissä kyselylomakkeissa oli silti joissain vastauskohdissa tutkimukselle merkittävää tietoa. Tämän vuoksi laskin erikseen jokaisesta kysymyksestä kuinka moni oli vastannut juuri siihen kysymykseen.

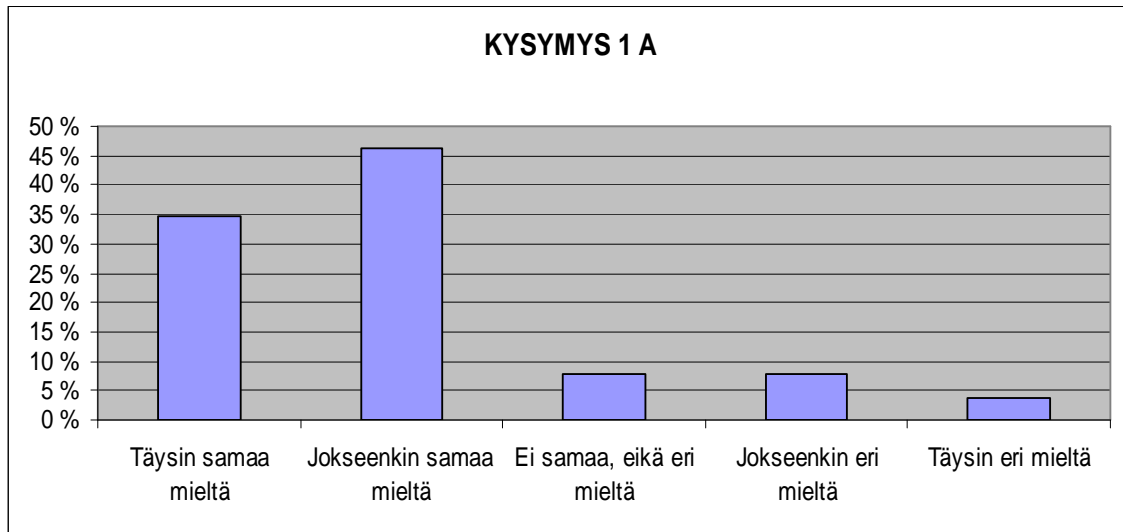
Vastaajista 19 oli naisia, 4 miehiä ja kuusi vastaajaa ei ilmoittanut sukupuoltaan. Vastaajien iät vaihtelivat 16 ikävuodesta aina 70 ikävuoteen asti. Keski-ikäsi muodostui 40 vuotta. Kaksi henkilöä ei ilmoittanut ikäänsä.

Kyselyn alkuosiossa oli annettulla asteikolla 5= täysin samaa mieltä, 4= jokseenkin samaa mieltä, 3= ei samaa eikä eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä, 1= täysin eri mieltä, tapahtuvaa arviointia (kysymys 1 ja kysymys 2). Näillä kysymyksillä lähdin selvittämään miten näyttelyssä vierailevat asiakkaat kokivat kyseiset uusiutuotteet.

Kysymys 1 oli jaettu kolmeen eri kohtaan, joissa sai valita a, b ja c kohtaan vastauksen annettulla asteikolla. Kysymys 2 oli jaettu neljään eri kohtaan, joissa sai valita a, b, c ja d



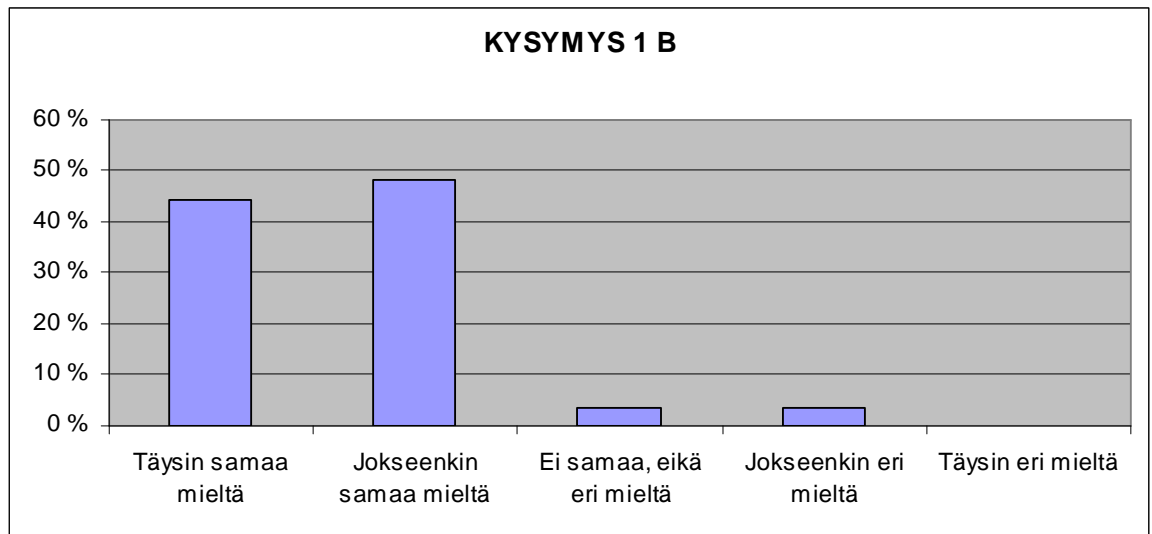
kohtaan vastauksen annetulla asteikolla. Kysymys 1 A:ssa kartoitettiin, olivatko näyttelyn uusiutuotteet asiakkaiden mielestä kauniita. Vastausprosentti oli 90, eli vastaajia oli 26 henkilöä (kuva 17).



Kuva 17. Kysymys 1 A. Näyttelyn uusiutuotteet ovat kauniita.

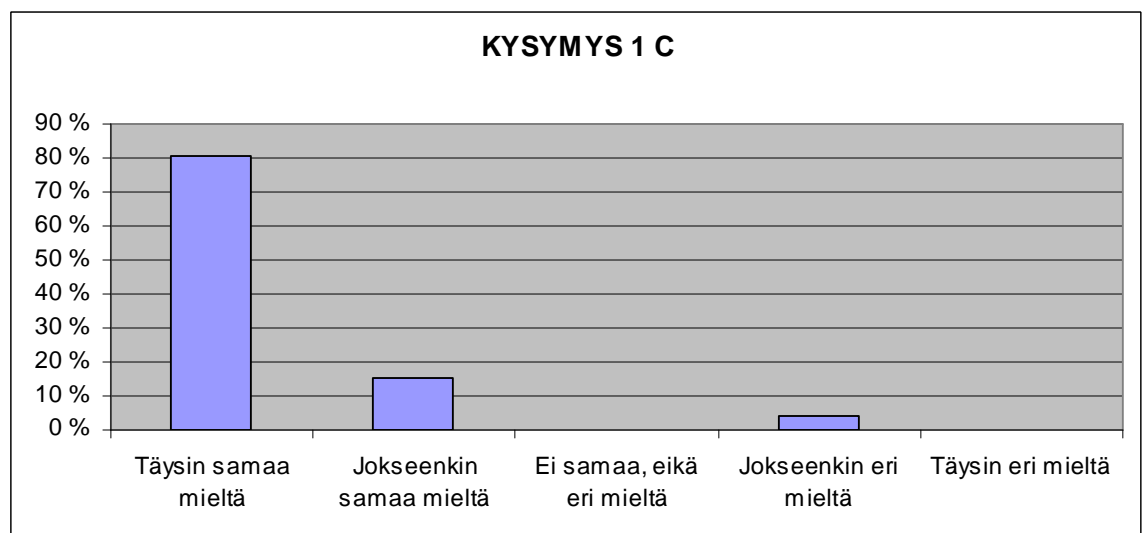
35 prosenttia vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 46 prosenttia jokseenkin samaa mieltä. Vastaajista 8 prosenttia valitsi vastaukseksi vaihtoehdon: ei samaa, eikä eri mieltä sekä 8 prosenttia jokseenkin eri mieltä. Täysin eri mieltä oli vastaajista 4 prosenttia. Näin voidaan päätellä, että asiakkaista 81 prosenttia oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä. Vastauksien perusteella tuotteet olivat asiakkaiden mielestä melko esteettisiä (kuva 17). Näin tavoitteisiin esteettisyyden osalta päästiin.

Kysymys 1 B kartoitti, olivatko tuotteet asiakkaiden mielestä toimivia (kuva 18). Kysymykseen vastasi 27 henkilöä. Vastausprosentti oli 93. Täysin samaa mieltä, eli tuotteita toimivina piti 44 prosenttia vastaajista. Jokseenkin samaa mieltä oli 48 prosenttia vastaajista. Ei samaa eikä eri mieltä oli vastaajista 4 prosenttia ja jokseenkin eri mieltä vastasi 4 prosenttia kyselyyn vastanneista. Täysin eri mieltä vaihtoehtoa ei valinnut kukaan. Täysin samaa tai jokseenkin samaa mieltä oli siis 92 prosenttia vastaajista. Tästä voidaan päätellä, että tuotteita pidettiin myös melko toimivina. Toimivuuden tavoitteeseen siis päästiin, joskin toimivuudessa olisi voinut vielä olla parannusta.



Kuva 18. Kysymys 1 B. Näyttelyn uusi tuotteet ovat toimivia.

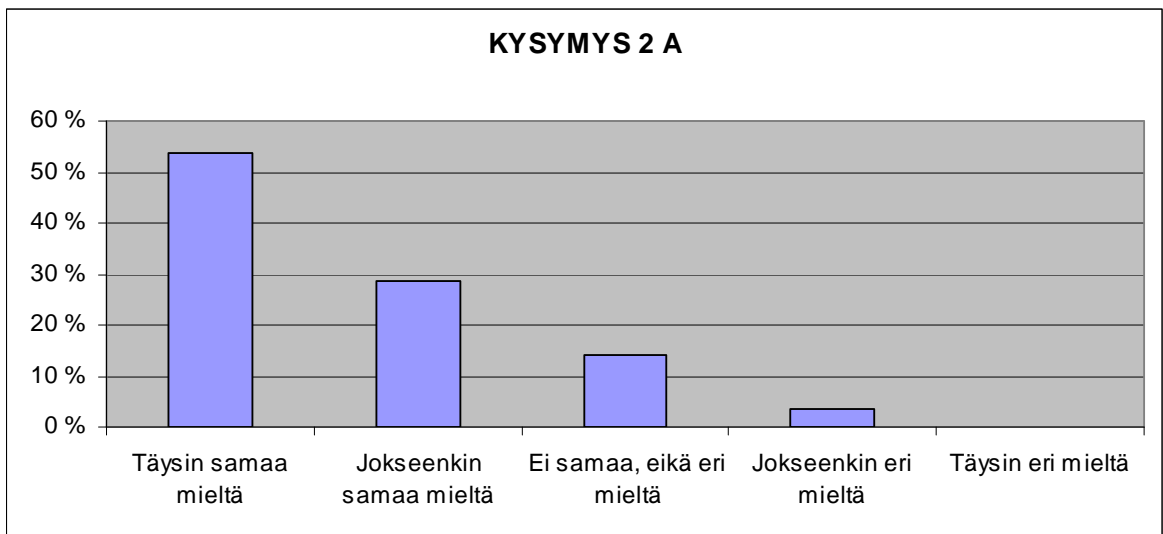
Kysymys 1 C kartoitti mielipiteitä tuotteiden ekologisuudesta. Kysymykseen vastasi 26 henkilöä ja vastausprosentiksi muodostui 90 (kuva 19). Jopa 81 prosenttia vastaajista oli täysin samaa mieltä tuotteiden ekologisuudesta. Jokseenkin samaa mieltä oli 15 prosenttia ja jokseenkin eri mieltä oli 4 prosenttia vastanneista. Muita vastausvaihtoehtoja ei kannatettu ollenkaan. Tästä voidaan päätellä, että tuotteita todella pidettiin ekologisina.



Kuva 19. Kysymys 1 C. Näyttelyn uusi tuotteet ovat ekologisina.

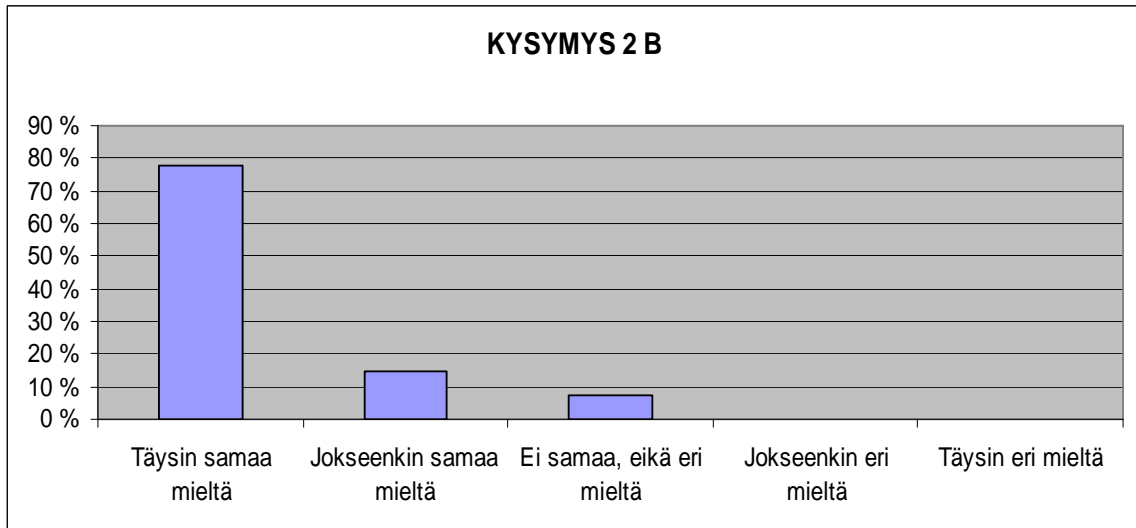
## 5.2 Kierrätetyn materiaalin käytön onnistuminen

Kysymys 2 A käsitteli kierrätetyn materiaalin käytön onnistumista kohottamaan kyseisen työssä käytetyn materiaalin myyntiarvoa. Vastaajia oli 28, jolloin vastausprosentti oli 97 (kuva 20). Yli puolet vastaajista, 54 prosenttia oli täysin samaa mieltä, että materiaalin myyntiarvo oli noussut. Jokseenkin samaa mieltä oli 29 prosenttia vastaajista. Ei samaa eikä eri mieltä oli 14 prosenttia ja jokseenkin eri mieltä oli 4 prosenttia. Täysin eri mieltä ei ollut kukaan vastaajista.



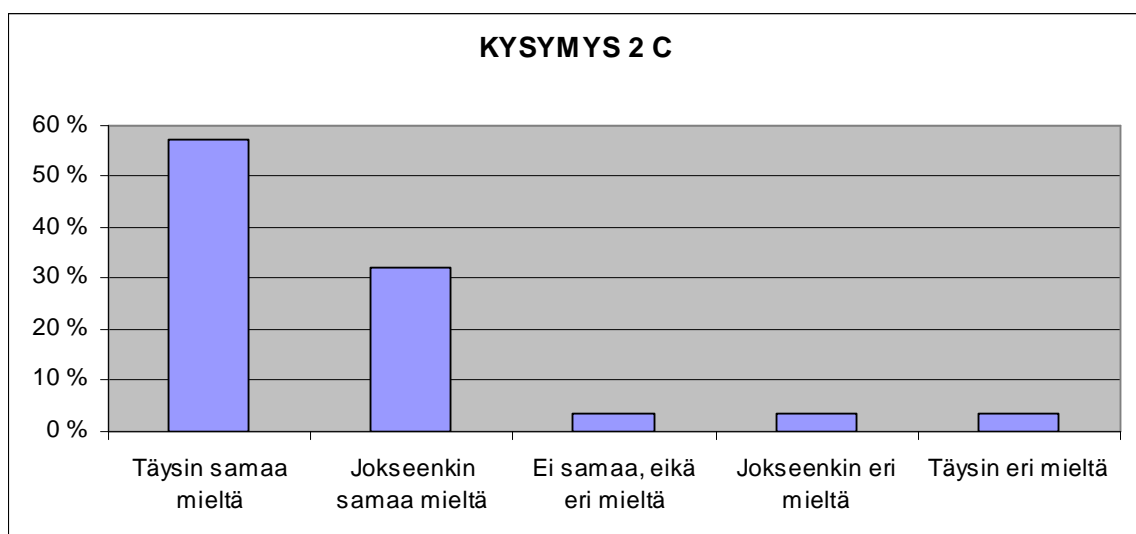
Kuva 20. Kysymys 2A. Kierrätetyn materiaalin käytöllä on onnistuttu kohottamaan kyseisen työssä käytetyn materiaalin myyntiarvoa.

Kysymys 2 B käsitteli käytetyn materiaalin käyttöään jatkamisen onnistumista. Täysin samaa mieltä oli 78 prosenttia vastaajista. Vastaajia oli 27 henkilöä, joten vastausprosentiksi muodostui 93. Jokseenkin samaa mieltä oli 15 prosenttia vastaajista. Yhteensä 83 prosenttia oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä materiaalin käyttöään jatkamisen onnistumisesta. Vain 7 prosenttia kaikista kysymykseen vastanneista valitsi; ei samaa, eikä eri mieltä. Muihin vaihtoehtoihin ei tullut vastauksia. Vastauksista on siis selvästi tulkittavissa, että vastaajien mielestä käytetyn materiaalin käyttöikää onnistuttiin jatkamaan (kuva 21).



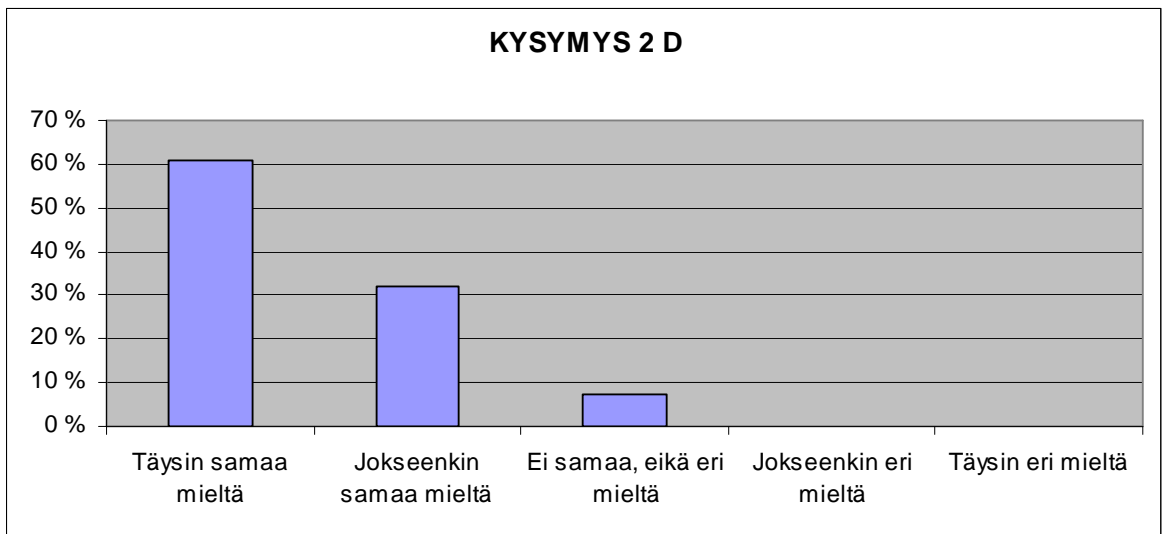
Kuva 21. Kysymys 2 B. Kierrätetyn materiaalin käytöllä on onnistuttu jatkamaan kyseisen käytetyn materiaalin käyttöikä.

Kysymys 2 C kartoitti onko kierrätetyn materiaalin käytöllä onnistuttu tekemään kiinnostava tuote. Tähän kysymykseen vastasi 28 henkilöä, jolloin vastausprosentiksi muodostui 97 (kuva22). Täysin samaa mieltä oli yli puolet vastaajista, 57 prosenttia. Jokseenkin samaa mieltä oli 32 prosenttia vastaajista. Näin 89 prosenttia vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä tuotteen kiinnostavuudesta. Asiakkaiden voidaan siis päätellä pitäneen tuotteita kiinnostavina. Ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin eri mieltä sekä täysin eri mieltä oli kaikissa vaihtoehdoissa kussakin 4 prosenttia.



Kuva 22. Kysymys 2 C. Kierrätetyn materiaalin käytöllä on onnistuttu tekemään kiinnostava tuote.

Kysymys 2 D kartoitti oliko onnistuttu antamaan ideoita kierrätetyn materiaalin hyödyntämiseksi. Kysymykseen vastasi 28 henkilöä, jolloin vastausprosentiksi muodostui 97 prosenttia (kuva23). Jopa 61 prosenttia vastaajista oli täysin samaa mieltä, 32 prosenttia jokseenkin samaa mieltä ja 7 prosenttia ei samaa eikä eri mieltä. Muihin vaihtoehtoihin ei tullut vastauksia. Asiakkaiden vastausten perusteella siis onnistuttiin antamaan ideoita kierrätetyn materiaalin hyödyntämiseksi.



Kuva 23. Kysymys 2 D. Kierrätetyn materiaalin käytöllä on onnistuttu antamaan ideoita kierrätetyn materiaalin hyödyntämiseksi.

## 6 UUSIOTUOTTEEN BRANDI

Uusiotuotteen brandi on varsin tutkimaton aihe, joka osaltaan lisäsi kiinnostustani tarkastella asiaa. Jenni Ahlström on tarkastellut opinnäytetyössään redesign – eli uusiomuotoiluja tuotteita sekä tarinan kerronnan käyttämistä uusiotuotteen brandin rakentamisessa. Hän on tehnyt opinnäytetyön uusiotuotteita valmistavalle SECCOLLE. Tämä opinnäytetyö oli ainoa löytämäni, joka käsitteli uusiotuotteen brandia. Ahlström on kuitenkin käyttänyt työssään tarinan kerronnan näkökulmaa brandin rakentamisessa. Itse halusin tarkastella yleisesti brandin rakentamista uusiotuotteelle.

Tässä osiossa tarkastelen uusiotuotteen brandia. Uusiotuotteen brandia lähdin selvittämään kyselyistä (kysymys 3) vastauksiksi saatujen seikkojen kautta. Lisäksi peilasin näitä asioita myös omiin ajatuksiini ostopäätöksiin vaikuttavista asioista ja yleensä brandin merkityksestä sekä rakentumisesta.

Halusin myös ammattilaisen mielipiteen asiasta. Tämän vuoksi haastattelin muotoilija Susanna Salosta, joka toimii uusiomuotoilun alalla. Kokosin haastattelupohjan, johon valitsin pääotsikoiksi uusiotuotteen markkinointi, uusiotuotteen brandi sekä uusiomuotoilun tulevaisuuden näkymät (liite 2). Kunkin otsikon alle kokosin kysymyksiä, joihin halusin saada vastauksia haastattelussa. Tämän haastattelupohjan sekä lisätietoa opinnäytetyöstä lähetin etukäteen haastateltavalle sähköpostitse.

### 6.1 Brandi

Brandi – sana on kotoisin Yhdysvalloista ja tarkoittaa karjan merkitsemistä polttamalla kuumalla raudalla eläimen nahkaan omistajan tunnuskuvio. Nimitys otettiin käyttöön teollisen valmistuksen suuressa rakenteellisessa muutoksessa. Se omaksuttiin kuvaamaan valmistajan omistusoikeutta tuotteeseensa, erottamaan tuote tunnistettavalla tavalla muusta tarjonnasta. Brandi on mielikuva, joka kertoo siitä kokemuksesta, jota asiakas voi tuotteelta odottaa. Brandi on siis kiteytettynä mielikuva tuotteesta. (Lindroos 2005, 20–21.)

Brandin rakentaminen on prosessi, jossa nimi ja maine liitetään johonkin tuotteeseen tai ihmiseen (Pavitt 2000, 21). Tuotteen myymiseen tarvitaan asiakasstrategia. Ruohomäki sanoo, että täytyy pohtia mistä löydetään oikeat asiakkaat, jotka tarvitsevat ja haluavat juuri tätä tuotetta – ja juuri oikeita määriä ja oikealla hinnalla. Hän jatkaa, että lähdeittäessä asiakkaan tarpeesta liikkeelle, päästään samalla pohtimaan mihin toimintoihin ja elämäntilanteisiin tuon tarpeen tyydyttämiseen liittyvät hankinnat sijoittuvat. Oikeiden asiakkaiden löytämiseksi on Ruohomäen mukaan hakeuduttava piireihin ja verkostoihin, joissa asiakas haluaa tarpeensa tyydyttää. Hän jatkaa, että tuote sinällään puhuu omaa kieltään materiaaleina, työtapoina käytettävyytenä ja kestävyyttenä, mutta paljon muutakin tarvitaan. (Ruohomäki 2000, 29–30.)

Yksinäinen, branditon tuote häviää massaan. Kukaan ei tunnista sitä, kukaan ei tiedä siitä mitään. Nimetön tuote on heikko. Tietomme joistain tuotteista voi olla hankittu jo kauan ennen kuin edes olemme koskettaneet itse tuotetta. Tiedämme mikä tämän brandin tuotteesta tekee laadukkaan, miksi se on ajankohtaisin, miksi hintansa väärsti. Näin kirjoittaa Alpo Keinänen, Muotoiluasema Oy:n Design Manager. (Vatanen 2008, 191.)

Brandin uskottavuus on yrityksille elintärkeää, ja sitä muokkaavat erityisesti muotoilijat (Vatanen 2008, 12). Brandin tulee näkyä yrityksen yhtenäisenä linjana. Siihen katsoisin kuuluvan muun muassa työssä käytettävän materiaalin, työskentelytavat, markkinointitavat, kohderyhmän ja koko yleisilmeen aina tuotteen pakkauksesta yrityksen logoon sekä asiakaspalveluun asti.

Koska markkinoilla toimijoita on paljon, tulee brandin rakentamisessa ottaa huomioon jokainen yksityiskohta. On oltava saatavilla ja esillä, vietävä rohkeasti omaa osaamistaan sekä omia arvojaan esille. Tallinnan yliopiston professori Kari Korpelainen kirjoittaa, että vahvan brandin luominen vaatii aikaa, ponnisteluja ja panostuksia, mutta samalla se voi olla palkitsevaa: monet vahvat brandit ovat olleet markkinoilla kymmeniä vuosia. Niihin liittyvät selkeät ydinarvot, joihin liiketoiminta ja brandi-identiteetti perustuvat. (Vatanen 2008, 17.)

## 6.2 Ostopäätöksen tekeminen

Kyselyn loppuosaan sai vastata vapaasti omin sanoin kirjoittaen (kysymys 3 ja kysymys 4). Näillä kysymyksillä kartoitin, kuinka yleistä kierrätettyjen tuotteiden ostaminen on ja mitkä seikat yleensä vaikuttavat asiakkaiden ostopäätöksiin. Lisäksi kysyin tarkemmin kommentteja opinnäytetyö-näyttelyn tuotteista.

Kyselyssä en ottanut tietoisesti esiin sanaa brandi tai tuotemerkki. En halunnut liikaa rajoittaa vastauksia, koska halusin laajemmin tietää ostopäätöksiin vaikuttavista tekijöistä. Tuotteen brandi rakentuu monista osatekijöistä. Siksi mielestäni oli tärkeämpää saada laajemmin tietoa ostopäätöksiin vaikuttavista asioista. Ne vaikuttavat edelleen tuotteen brandin rakentumiseen.

Vastauksista kysymykseen 3 sain paljon materiaalia siihen, mitkä seikat puolsivat kierrätettyjen tuotteiden ostamista. Näitä seikkoja olivat:

- Persoonallisuus
- Edullinen hinta
- Kestävyys
- Ekologisuus
- Yksilöllisyys
- Mielenkiintoisuus
- Vanhan patinan viehätys
- Joskus kauniimpia
- Elämää nähneitä
- Tuunauksen mahdollisuus
- Laatu voi olla parempi
- Erilaisuus
- Kodikkuus

Yleisesti tuotteiden ostamiseen vaikuttivat:

- Hinta
- Laatu
- Käyttöikä
- Käytännöllisyys
- Alkuperä (suomalaisuus)
- Ekologisuus
- Persoonallisuus
- Esteettisyys



Kokosin kyselyn vastauksista yhtenäisen kuvion (kuva 24). Vihreällä pohjalla on mustalla tekstillä kierrätettyjen tuotteiden ostamista puoltavat seikat ja valkoisella yleisesti ostopäätöksiin vaikuttavat asiat. Kuvioista voidaan nähdä osin samojen asioiden toistuminen vastauksissa.



Kuva 24. Kierrätettyjen tuotteiden sekä yleisesti ostopäätöksiin vaikuttavat seikat kyselyn perusteella.

Kyselyn vastausten perusteella ostopäätöksiin vaikuttavat monet asiat. Kyselyistä korostuivat kierrätetyn tuotteen **ekologisuus, persoonallisuus sekä kestävyys**. Yhdessä vastauksista ei mainittu tuotteen nimeä tai merkkiä ostopäätökseen vaikuttavana tekijänä.

### 6.3 Ammatillinen näkökulma

Halusin uusiotuotteen brandin tarkastelun avuksi ammattilaisen näkökulman, joten haastattelin muotoilija Susanna Salosta. Kysyin häneltä uusiotuotteen markkinointiin ja brandin rakentamiseen liittyviä asioita. Salonen on perustanut Uusi.O – nimisen, uusiotuotteita valmistavan yrityksen vuonna 2006. Uusi.O on harvinaisuus uusiotuotteita myyvien yritysten joukossa, koska se on keskittynyt huonekaluihin.

Muotoilija Salonen kertoi yrityksen toiminnan lähteneen liikkeelle opinnäytetyö – näyttelystä. Hän teki ensimmäisestä näyttelystä lehdistötiedotteen kaikkiin mahdollisiin lehtiin, erityisesti sisustuslehtiin. Salonen sanoi, että kuvien laatuun on kiinnitettävä erityistä huomiota. Huonolaatuiset kuvat antavat yrityksestä huonon kuvan.

Salosen mukaan markkinoinnissa on tärkeää, että yrityksen ilme on kasassa. Hän jatkaa, että tulisi olla yksi yhtenäinen idea ja suunta asioille. On oltava liikkeellä, oltava mukana tapahtumissa, joista ihmiset löytävät tuotteet. Lehtijuttujen perusteella ihmiset ovat ottaneet yhteyttä muotoilija Saloseen. Myös Internetin kautta on tullut yhteydenottoja ja palautetta. Ihmiset ovat löytäneet lehdistä hänen tuotteensa ja sitä kautta tilaustöitä on kertynyt. Juttuja oli alussa noin 1-2 kuukauden välein, joten töitä kertyi niiden kautta mukavasti.

Hinnoitteluun Salonen kehotti pyytämään ulkopuolista apua, sillä se on toimeentulon vuoksi tärkeä seikka. Tuotteiden hinnat tulisi laskea harkiten, ettei alihinnoittele tuotteitaan, kuten hänelle alussa kävi. Laatuun on panostettava ja arvostettava työtään. Uusiotuotteen kohdalla on erityisen tärkeää, että uusiotuote erottuu selvästi käytetystä tuotteesta.

Salonen on kokenut saavuttaneensa tietyn aseman tuotteilleen, koska tuotteet ovat helposti tunnistettavissa. Muotoilija Susanna Salosen tuotteilla on yksi yhtenäinen linja ja ulkoasu. Kukaan muu ei tee samanlaisia tuotteita. Brandi onkin Susannan mielestä helpompi tuoda esille, jos on jotain uutta, mitä tuoda markkinoille. Salonen sanoi, että brandin rakentamisessa on tärkeää oma selkeä mielikuva tuotteista ja koko konseptista. Täytyy tietää mitä tekee, että voi tuoda omaa työtään esille. Suunnittelu töiden takana on tärkeää, ettei työ ole ns. ”askartelua”, jota jokainen voi tehdä kotonaan. Tuotteiden

tulee olla tyylikkääitä ja ammattimaisesti toteutettuja. Tuotteen tulee olla esteettinen, laadukas ja kestävä.

Omista tuotteistaan Salonen kommentoi, että tuotteiden ideana on kokea arkisten asioiden yllättävän, ilostuttavan ja riemastuttavan. Lisäksi tuotteiden taustalla on tärkeänä punaisena lankana ekologisuus ja kestävä kehitys. Aina ei tarvitse ostaa uutta, vaan vanhaa voi kierrättää ja tehdä siitä samalla persoonallista. Hän kokee, että omien tuotteiden kohdalla sanoma on välittynyt asiakkaille. Tuotteessa on ”vanha tarina” takana, johon tuodaan uutta muotoilemalla.

Kokosin havainnollistamisen helpottamiseksi muotoilija Salosen mainitsemista asioista kuvion, joka on kuvassa 25. Tästä näkyvät hänen tärkeinä pitämiään seikkoja uusiotuotteen brandin rakentamisessa.

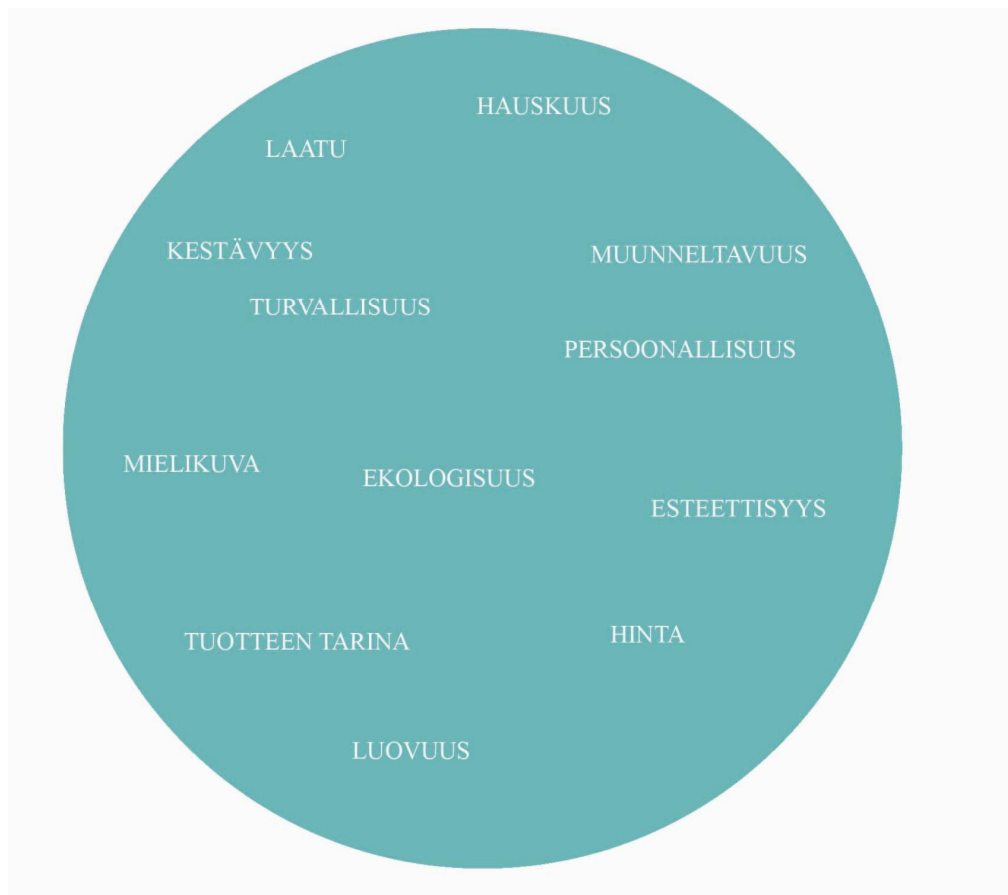


Kuva 25. Muotoilija Susanna Salosen haastattelun tuloksia.

#### 6.4 Yhteenveto uusiotuotteen brandiin vaikuttavista tekijöistä

On selvää, että juuri uusiotuotteen brandin yhtenä osatekijänä on vihreä ideologia eli ekologisuus. Brandi rakentuu mielestäni yritykselle tärkeistä asioista. Se on kuin viesti asiakkaille, josta tulee heti aistia, mitä yritys haluaa tuotteillaan tuoda esille.

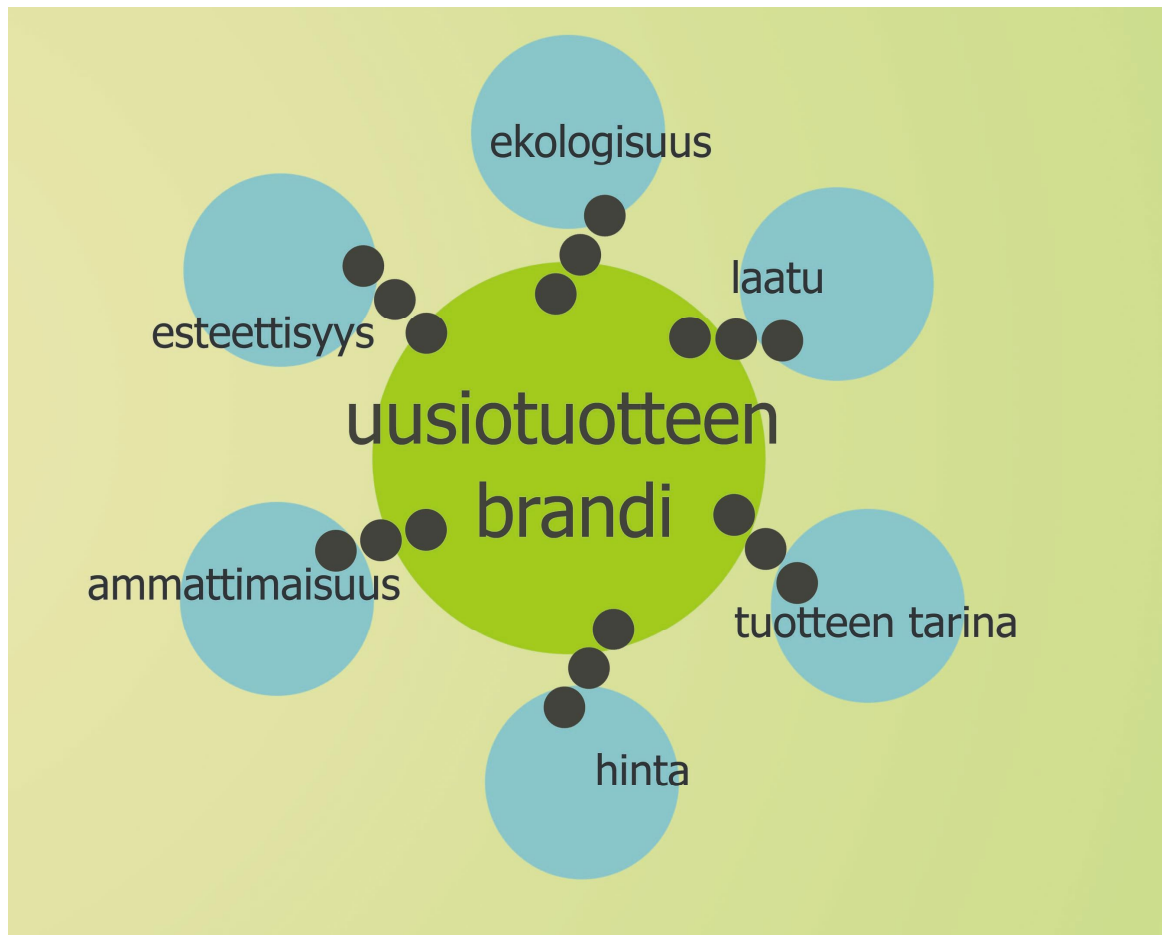
Mietin ostopäätöksiini vaikuttavia asioita ja yleisesti brandille tärkeitä asioita. Mielestäni niitä olivat ekologisuus, kestävyys, laatu, luovuus, persoonallisuus, esteettisyys, hauskuus, tuotteen tarina, muunneltavuus, turvallisuus, hinta ja mielikuva (kuva 26).



Kuva 26. Oma näkemys ostopäätöksiin sekä brandiin vaikuttavista asioista

Halusin tarkastella kyselystä saamiani vastauksia ammattilaisen vastauksiin sekä omiin näkökulmiini. Yhdistin asiakkaiden kyselyn vastaukset, ammattilaisen haastattelun vastaukset sekä peilasin näitä omiin ajatuksiini brandista. Tuloksena syntyi uusiotuotteen brandiin vaikuttavien tekijöiden jaottelu.

Kuva 27 kertoo kyselyn vastausten, muotoilija Susanna Salosen haastattelun sekä omien näkökulmien yhdistämisestä. Jaoteltujen tekijöiden luokat pieneivät työn edetessä ja kriittisesti tarkastellessa. Päädyin kuuteen aluejakoon tarkan harkinnan jälkeen (katso tarkempi jako liite 4).



Kuva 27. Uusi tuotteen brandiin vaikuttavat asiat.

**Tuotteen tarinaan** sisällyttiin seuraavia tekijöitä: persoonallisuus, hauskuus, luovuus, erilaisuus, mielenkiintoisuus, mielikuva, vanhan patinan viehätys, tuotteen tarina, tuunauksen mahdollisuus, yksilöllisyys, alkuperä (suomalaisuus), kodikkuus, muunneltavuus sekä elämää nähneitä.

Tuotteen tarina pitää sisällään uusi tuotteessa itsessään olevan tarina. Siihen vaikuttaa materiaalin alkuperä sekä erilaiset vaiheet valmistuksessa. Tuotteen tarinan avulla kuluttajalle muodostuu selkeämpi kuva mistä tuote on peräisin ja miten se on tehty. Tuotteen

tarina voi lisätä sen arvostusta ja antaa lisäarvoa tuotteelle. Tuotteen tarinan merkitys on suuri, sillä ostopäätökset tehdään mielikuvien perusteella. Tuotteesta saatava mielikuva vaikuttaa tuotteen haluttavuuteen.

Kyselystä sekä haastattelusta **ekologisuus** nousi tuloksissa vahvasti esille. Ekologisuus ja kestävä kehitys ovat uusiomuotoilun perusajatuksia. Sitä voisi kutsua uusiotuotteen brandin kivijalaksi. Ekologisuus on mielestäni tärkein rakennusosa uusiotuotteen brandille. Vihreiden arvojen tulee näkyä koko valmistusprosessissa sekä yrityksen toiminnassa.

**Esteettisyys** eli tuotteen ulkonäköön vaikuttavat seikat ovat aina tärkeitä. Jos tuotteen ulkonäkö miellyttää, nostaa se tuotteen arvoa. Esteettisyyden tulee aina liittyä myös laatutekijöihin. Pelkkä kaunis kuori ei myy.

Esteettisyys tulee huomioida niin tuotteessa, kuin koko yrityksen kuvassa. Se tarkoittaa mielestäni loppuun asti viimeisteltyä yhteistä linjaa yrityksessä. Esimerkiksi pakkauksiin ja markkinointiin liittyvä esteettisyys on tärkeää tuotteiden myyntiä ajatellen.

**Laatutekijöihin** sisällytin seuraavia tekijöitä: laatu, kestävyys, turvallisuus, käytännöllisyys ja käyttöikä. Kestävyys ja laatu ovat tärkeitä mille tahansa tuotteelle. Kestävä tuote on ekologinen pitkän käyttöikänsä ansiosta.

Laatukriteereissä tulisi huomioida mihin käyttöön tuote on tarkoitettu. Uusiotuotteissa erityisen tärkeää on selvittää materiaalin alkuperä ja varmistaa, että se on turvallinen käytössä. Lisäksi työmenetelmissä tulee ottaa huomioon käytettävien aineiden soveltuvuus materiaalille sekä käyttäjälle.

Käytännöllisyys on mielestäni myös laadun yksi tekijä. Tuotteen ollessa laadukas, se on myös käytännöllinen. Uusiotuotteen tulee mielestäni myös täyttää tämä kriteeri. Vaikka saatava materiaali tuo haasteita tuotteen valmistukseen, on valmistettava tuote oltava käyttöön sopiva. Käytännöllisyys ja laatu takaavat myös omalta osaltaan tuotteen käyttöiän jatkumisen.

**Ammattimaisuuteen** keräsin seuraavia asioita: oltava esillä, ammattimaisuus, muotoilun avulla uuden tuominen, markkinoinnin laatuun panostaminen sekä yhtenäinen linja ja ulkoasu. Mielestäni haastattelun avulla sain tärkeää tietoa juuri ammattilaisen näkökulmasta uusiotuotteen brandin rakentamisesta.

Ammattimaisuudella tarkoitan sen näkymistä kuluttajalle. Ammattimaisuus tulee uusiotuotteessa hyvin helposti esille. Onko saatavilla oleva materiaali hyödynnetty oikein? Onko yrityksen toiminnassa ammattimainen ote? Mitä yrityksen tuotteet viestivät? Näihin kaikkiin kuluttaja kiinnittää huomiota ostopäätöstä tehdessään. Ammattimaisuus on toki osa laatua, nehan kuuluvat yhteen. Halusin kuitenkin nostaa ammattimaisuuden omaksi alueekseen, koska pidän sitä tärkeänä uusiotuotteen menestymiselle.

Ammattimaisuus on mielestäni omasta työstään sekä asiakkaistaan välittämistä. Työn tekeminen ammatillisesti näkyy koko yleiskuvassa. Ammattimaisuus on myös arvostusta omaa työtään kohtaan, joka taas saa muut arvostamaan sitä. Siksi ulospäin välittyvä kuva yrityksestä, sen toiminnasta ja tuotteista tulee olla ammattimainen. Brandissa on hyvin pitkälle kyse arvostuksesta. Arvostusta saava brandi huomataan.

Uusiotuotteen **hinnan** arviointi on vaikea tehtävä. Hinta tulisi olla työkustannukset kattava, mutta myös kuluttajalle sopiva. Hinta ei saa halventaa suunnittelijan tekemää työtä eikä tuotetta, mutta sen ei tulisi myöskään karkottaa ostajia.

Uusiomuotoilussa työssä käytettävä materiaali on kierrätettyä, mutta siihen käytetty työ on ihan samoin hinnoiteltavaa suunnittelutyötä, kuten muukin suunnittelutyö. Kierrätetyn materiaalin kanssa suunnittelija itse asiassa joutuu mielestäni suurempiin haasteisiin. Materiaalin saatavuus, työstettävyys sekä syntyvät uniikit työt tuovat oman lisänsä hinnoittelun vaikeuteen. Mielikuva tuotteesta syntyy ulkonäön, mutta myös muiden tuotteesta saatavien tietojen perusteella. Hinnan tulisi vastata tätä mielikuvaa.

Uusiotuotteen hinnan arvioimiseen kannattaa käyttää asiantuntija-apua, kuten muotoilija Susanna Salonen kertoi haastattelussaan. Näin voidaan välttää yli – tai alihinnoittelu sekä siitä tuotteen brandille koituvat haitat.

## 7 POHDINTA

### 7.1 Pätevyys ja luotettavuus

Opinnäytetyössä on käytetty kehittämistyön näkökulmaa. Kehittämistyöllä tarkoitetaan Anttilan (2007, 12) mukaan aktiivista, tavoitteellista, parempiin tuloksiin tähtäävää toimintaa. Opinnäytetyössä oli tarkoituksena löytää uusia hyödyntämismenetelmiä kierrätetylle materiaalille. Työn avulla löysin yhteistyökumppanille kierrätetyn materiaalin hyödyntämismenetelmiä. Tuloksiin päädyin kokeilun, arvioinnin ja valintojen kautta.

Anttila (2007, 64.) sanoo, että arviointiin myönteisesti suhtautuvassa kehittämistyössä on kyse evaluaalisesta työotteesta. Tällä tarkoitetaan omaan työhön suhtautumista tutkivasti ja kehittämismielessä muuttavasti. Anttila sanoo myös, että aineistojen, esimerkiksi havaintojen tulisi koskea niitä asioita, joita oli tarkoitus arvioida. Johtopäätösten tulisi olla selkeitä ja perusteltuja. (Anttila 2007, 146.) Opinnäytetyön tulokset osoittivat, että asetetut tavoitteet täyttyivät. Kyselystä ja haastattelusta saatujen vastausten avulla saatiin tietoa uusiotuotteen brandin rakentumisesta. Omien näkemysten peilaaminen saatiin vastauksiin toi myös lisätietoa työhön.

Työssä tarkoitukseni oli löytää uusia ideoita kierrätyskeskukselle. Työskentelin kierrätetyn materiaalin kanssa, josta suunnittelin uusiotuotteita. Lisäksi tarkastelin uusiotuotteen brandia työn tulosten avulla. Suurin tiedon hyödyntämisen haaste Anttilan (1997, 147) mukaan koskee sitä, osataanko arviointimateriaalia käyttää hankkeen etenemisen aikana johtopäätösten tekemiseen. Työmenetelmien valinnassa suoritin kriittistä karsintaa ja vain hyödyllisimmiksi katsomani menetelmät pääsivät jatkokehittelyyn. Olen myös arvioinut työmenetelmien onnistumista totuudenmukaisesti työssäni.

Luotettavuuteen oman työni osalta olen vaikuttanut aktiivisella dokumentoinnilla. Olen kirjannut ja kuvannut työni kehittymistä eri vaiheissa. Tämän avulla olen saanut tarkasteltua työmenetelmien vaiheita. Myös päätöksen teko työmenetelmien sekä materiaalien karsimisesta on ollut helpompaa aktiivisen dokumentoinnin avulla. Opinnäytetyön teos-



sa on täytynyt tehdä rajausta, jonka vuoksi karsintaa on tehty moneen otteeseen työn edetessä.

Tulosten luotettavuuteen olen panostanut mielestäni hyvin. Tulokset perustuvat saatujen vastausten analyysiin, haastattelun analyysiin sekä omiin näkemyksiini. Opinnäytetyöhön vaikuttavat omat näkemykseni, mutta se on tiedostettu osa työtä. Opinnäytetyössä on osioita, jotka voidaan ottaa jatkossa tutkittaviksi. Uusiotuotteen brandista esimerkiksi ei löydy tietoa kirjallisuudesta.

Omien mielipiteiden sekä kokemusten vaikutus työssä tulee ilmi. Olen yrittänyt tarkastella asioita kuitenkin kriittisesti. Vihreä ideologia on suuresti vaikuttanut opinnäytetyöhöni ja työssä on näkyvissä tekijän kädenjälki. Mielestäni se on perusteltua, koska sen olen tietoisesti valinnut osaksi työtäni ja tiedostanut asian opinnäytetyötä tehdessäni.

Kyselyn luotettavuus on hyvä, koska asiakkaat ovat itse saaneet vastata omassa rauhasaan kysymyksiin. Olen tyytyväinen saamiini vastauksiin, koska niistä nousi esille tärkeitä asioita opinnäytetyötä ajatellen. Kyselyn analyysi on myös tehty niin, että vastauksista on käytetty hyväksi mahdollisimman paljon aineistoa. En hylännyt vastattuja kyselyitä siksi, että niihin oli vain osittain vastattu, jos niissä oli kuitenkin tutkimukselle tärkeää tietoa. Näin tein analyysin tarkasti laskemalla kyselyistä erikseen jokaiseen kohtaan vastaajien lukumäärät.

Mäkisen mukaan asianmukainen viittaaminen lähteisiin on osoitus tutkimuksen tieteellisyydestä ja laadusta. Hän pitää sitä myös arvostuksen osoituksena lukijaa kohtaan, koska se antaa mahdollisuuden tarkistaa kirjoittajan väitteet ja etsiä käsiinsä hänen käyttämänsä lähteet. Mäkinen jatkaa, että lähteiden tasosta kertoo myös niiden ajankohtaisuus. Hänen mukaansa tietolähteiden luotettavuuden arvioinnin lisäksi tulisi suhtautua kriittisesti myös omaan työhönsä. (Mäkinen, 2006, 130.)

Tietolähteitä olen mielestäni käyttänyt runsaasti. Työn edetessä olen päivittänyt tietojani ja etsinyt alalta löytyvää uutta materiaalia. Olen myös yrittänyt seurata yleisesti mediaa opinnäytetyötä ajatellen. Yleiseksi ongelmaksi lähteiden osalta koitui joidenkin lähdekirjojen saatavuus asuinpaikkakunnaltani. Tämän ongelman ratkaisin kaukolainoilla. Olen yrittänyt merkitä lähteen mahdollisimman tarkasti ja käyttänyt mielestäni uutta

kirjallisuutta. Ekologisuudesta ja muotoilusta kertovia lähteitä on ilmestynyt opinnäytetyön tekemisen aikana yhä uusia ja uusia, joista olen yrittänyt etsiä hyödyllisimmät työtäni ajatellen.

## 7.2 Oppimiskokemukset

Opinnäytetyön tarkoituksena on yhdistää ammatin tietoperusta ja taidollinen, ammatillinen osaaminen yhteen uutta luovan, työelämää hyödyntävän toteutuksen kanssa. (Anttila 2007, 152). Työn kautta ammattitaitoni kehittyi prosessin eri vaiheiden läpikäynnin kautta. Työmenetelmien hallinta työn edetessä parani huomattavasti. Pehdyin myös kierrätettyyn materiaaliin laajalti. Saamani kokemus ja positiivinen palaute vahvistivat itsetuntoani ryhtyä ammattilaisena uusiomuotoilun alalle. Sain paljon uutta tietoa ympäristön tilasta, kuluttamisesta sekä yleensä brandien maailmasta. Se on vaikuttanut minuun niin tulevana muotoilijana kuin kuluttajana. Vihreät lasit ovat siis edelleen käytössä ja näkymä on entistä kirkkaampi.

Oppimiskokemukseni opinnäytetyöstä ovat myönteiset. Opinnäytetyöaihe kiinnosti minua, joten motivaatio tehdä työtä on ollut korkealla työn edetessä. Ekologisuus on osa elämäni. Kaikissa ratkaisuissa pyrin tekemään valintoja ympäristön parhaaksi. Aina se ei onnistu, eikä aina ole saatavilla sitä ekologisempaa vaihtoehtoa. Vaihtoehtojen luominen, erilaisten ja uusien ratkaisumallien löytäminen oli yhtenä syynä opinnäytteen teolle.

Vanha ja kierrätetty tuote kiinnostaa minua jo sen sisältämän tarinan vuoksi. Uusiomuotoilu on kiinnostava ala, joka on koko ajan kasvussa. Ekologisuus on muotoilun avainsanoja tänä päivänä ja kuluttajat osaavat vaatia yhä enemmän tietoa tuotteistaan. Ekologisuuteen onkin selvästi panostettu monilla eri aloilla

Tulevaisuudessa tulen kehittämään kierrätetyn materiaalin hyötykäyttöä suunnittelussa. Tässä työssä tekemiäni töitä pidän ikään kuin esiasteina, joiden kautta olen oppinut työmenetelmistä paljon. Jo opinnäytetyö -näyttelyssä sain tuotteista ostotarjouksia. En halunnut myydä tuotteitani vielä, koska itse en tuntenut olevani valmis siihen.

Työni kautta haluan tulevaisuudessa keskittyä juuri brandin rakentamiseen uusiotuotteille. Toivon toimivani uusiomuotoilun alalla ammattimaisesti valmiilla konseptilla. Yhteenvetoni uusiotuotteen brandin rakentumisesta on tässä opinnäytetyössä saatujen tulosten pohjalta tehty. Lisäksi tuloksiin on vaikuttanut niiden peilaaminen omaan näkökulmiini. Opinnäytetyöllä on kuitenkin merkityksensä uusiotuotteen brandin tarkastelussa. Aihe on uusi ja lähes tutkimaton. Tulevaisuudessa uusiomuotoilun sekä ekologisuuden noustessa muotoilussa näitä asioita varmasti ryhdytään laajemmin selvittämään.

## LÄHTEET

- Ahlqvist, K. 2004. Ihanne ja todellisuus: näkökulmia kulutuksen muutokseen. Helsinki:Edita Prima Oy.
- Ahlqvist, K. & Ylitalo, M. 2009. Kotitalouksien kulutus 1985–2006. Helsinki: Multiprint.
- Ahlqvist, K. 2008. Kulutuksen pitkä kaari: niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin. Helsinki: Yliopistopaino.
- Ahlström, J. 2009. Suomalainen redesign : Tarinat ja imago SECCOLle toteutetun tuotesuunnitteluprojektin pohjana. Opinnäytetyö. Metropolia AMK. Muotoilun koulutusohjelma.  
<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3151/the-sus.pdf?sequence=1>. 3.6.2010.
- Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos – suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Anttila, P. 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Hamina: AKATIIMI Oy.
- Anttila, P. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisuus, teos, tekeminen. Hamina: AKATIIMI Oy.
- Anttila, P. 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. Hamina: AKATIIMI Oy
- Brower, C, Mallory, R & Ohlman, Z. 2009. Experimental eco design. Mies: Roto Vision.
- De Freitas, N. 2002. Towards a definition of studio documentation: working tool and transparent record. Working Papers in Art and Design 2 [http://sitem.herts.ac.uk/artdes\\_research/papers/wpades/vol2/freitasfull.html](http://sitem.herts.ac.uk/artdes_research/papers/wpades/vol2/freitasfull.html) ISSN 1466-4917. 15.10.2009.
- Fairs, M. 2009. Green Design. Creative, sustainable designs for the twenty-first century. Dubai: Carlton Books Limited.
- Lindroos, S. 2005. Kirkas brandi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Leino, Raili. 19.5.2010.  
<http://www.tekniikkatalous.fi/kommentit/uutiskommentti/article406943.e>  
e. 15.8.2010.
- Lyytimäki, J & Hakala, H. 2008. Ympäristön tila ja suojele Suomessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Mäkinen, O. 2006. Tutkimusetiikan ABC. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Pavitt, J. 2000. Brand. new. London: V&A Publications.

Ruohomäki, H. 2000. Käsintehty brandi. Käsi- ja taideteollisuusyrittäjän käsikirja. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Salonen, S. 2006. Uusiomuotoilu – käyettyjen huonekalujen tuotekehitys. Opinnäytetyö. Pohjois-Karjalan AMK. Muotoilun koulutusohjelma.

Takala-Schreib.V. 2000. Suomi muotoilee: unelmien kuvajaisia diskurssien vallassa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Telkänranta, H. 2006. Elävä planeetta. Ratkaisuja maailman ympäristöongelmiin. Helsinki: Edita Prima Oy.

Tikkurila, 2010.[http://www.tikkurila.fi/ammattilaiset/ymparisto/maalien\\_raaka-aineet/liuotteet\\_ja\\_ohenteet/](http://www.tikkurila.fi/ammattilaiset/ymparisto/maalien_raaka-aineet/liuotteet_ja_ohenteet/). 1.7.2010.

Ukkonen, Arja. 17.1.2009.<http://www.tekniikkatalous.fi/tyo/article205832.ece>.7.8.2010.

Vatanen, A. 2008. Suomalainen design. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Vihma, S. 2008. Suomalainen muotoilu - käsityöstä muotoiluun. Helsinki: Weilin+Göös.

Vihma, S. 2009. Suomalainen muotoilu – kohti kestäviä valintoja. Helsinki: Weilin+Göös.

Yle, 20.4.1969. <http://www.yle.fi/elavaarkisto/?s=s&g=4&ag=24&t=222&a=1334> Keskustelu Papanekin merkityksestä, 20.4.1969. 1.7.2010.

#### SUULLISET LÄHTEET:

Liedes, Satu & Korhonen, Hely. Vihreä Sohva -projektin projektipäällikkö ja projektin työntekijä. Lahden kierrätyskeskus, Lahti. 24.11.2009.

Salonen, Susanna. Uusio.O. Yrityksen perustaja, muotoilija. Helsinki. 12.8.2010.

Lahden kierrätyskeskus Patina 11/2009 Esikartoitus-haastattelupohja

## Kierrätettyjen materiaalien uusiokäyttö

Mitä työmenetelmiä jo käytössä, mitä uusiotuotteita jo on?

Kohderyhmä- ketkä ovat asiakkaita?  
Tyypillinen asiakas kierrätyskeskuksessa?

Mitä tutkittu jo projektin puitteissa, mitä tehty konkreettisesti?

Olisiko innostusta uusiotuotteiden laajempaan myyntiin/suunnitteluun?

Onko jokin materiaali(t), joista kierrätyskeskus toivoo jatkokehittelyä uusiotuotteiksi?

Pohjois-Karjalan AMK / Teollisen muotoilun koulutusohjelma / Sirpa Heponiemi/ Opinnäytetyö: ”Uusiotuotteita kierrätystä materiaalista ja uusiotuotteen brandi” / Kysely Patinan asiakkaille opinnäytetyö – näyttelystä 14 – 23.4.2010

**TAUSTATIEDOT: MIES / NAINEN (ympyröi oikea vaihtoehto)**

**IKÄ:** \_\_\_\_\_

**Arvioi annetulla asteikolla näyttelyn tuotteita:**

**5=täysin samaa mieltä, 4=jokseenkin samaa mieltä,**

**3=ei samaa eikä eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 1=täysin eri mieltä**

**Ympyröi mielipidettäsi vastaava numero kysymyksen kohdalla.**

**KYSYMYS 1: Näyttelyn uusiotuotteet ovat**

- |    |            |           |
|----|------------|-----------|
| a) | kauniita   | 5 4 3 2 1 |
| b) | toimivia   | 5 4 3 2 1 |
| c) | ekologisia | 5 4 3 2 1 |

**KYSYMYS 2: Kierrätetyn materiaalin käytöllä on onnistuttu...**

- |    |  |           |
|----|--|-----------|
| a) | kohottamaan kyseisen työssä käytetyn kierrätetyn materiaalin myyntiarvoa | 5 4 3 2 1 |
| b) | jatkamaan käytetyn materiaalin käyttöikä                                 | 5 4 3 2 1 |
| c) | tekemään kiinnostava tuote   | 5 4 3 2 1 |
| d) | antamaan ideoita kierrätetyn materiaalin hyödyntämiseksi                 | 5 4 3 2 1 |

**VASTAA SEURAAVIIN KYSYMYKSIIN OMIN SANOIN:**

(Voit halutessasi jatkaa vastaustasi tai kirjoittaa muita mielipiteitäsi näyttelystä paperin kääntöpuolelle)

**KYSYMYS 3: Ostatko mieluummin uusia vai kierrätettyjä tuotteita? Mitkä seikat vaikuttavat ostopäätöksii-**

**si?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**KYSYMYS 4: Mikä opinnäytetyö-näyttelyn tuote kiinnosti sinua eniten ja miksi? Kuvaile tuotetta ja mitä ajatuksia se sinussa herätti.**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

—

**SUURET KIITOKSET VASTAUKSESTASI!**

## **Muotoilija Susanna Salosen haastattelupohja**

### **Brandi (mielikuva tuotteesta)**

## **Haastattelupohja / Avoimen haastattelun tueksi**

Muotoilija Susanna Salonen 12.8.2010

### **Uusiotuotteen markkinointi**

- Mitä otettava huomioon?
- Mitä tiedotusvälineitä ja keinoja käyttänyt?
- Millaisiin mielikuviin on törmännyt omia tuotteita markkinoidessa?
- Ihmisten suhtautuminen (yleiset havainnot) uusiomuotoiltuihin tuotteisiin?

### **Uusiotuotteen brandi**

- Mikä on brandi (oma mielipide)?
- Onko itse saavuttanut mielestään tiettyä asemaa tuotteilleen?
- Miten rakennetaan brandi uusiotuotteelle?
- Mitä seikkoja otettava huomioon brandin rakentamisessa?
- Mitä itse haluaisi omien tuotteiden kuvastavan ja onko pystynyt luomaan tämän mielikuvan asiakkailleen?

### **Uusiomuotoilun tulevaisuuden näkymät**

- Kuluttajien kiinnostus uusiomuotoiluun tällä hetkellä?
- Onko uusiomuotoilu kasvanut alana?
- Onko kiinnostus kasvanut kuluttajien osalta?
- Oman yrityksen tilanne?
- Tulevaisuuden haaveet koskien omaa yritystä?





Liite 4 Uusiotuotteen brandi.

Kuvassa kyselystä, haastattelusta sekä omista näkökulmista yhdistetty jaottelu.

- Kuvassa näkyy mustalla tekstillä kyselystä esiin nousseet kierrätettyjen tuotteiden ostamista puoltavat asiat.
- Oranssilla tekstillä on havainnollistettu kyselystä saatuja yleisesti tuotteiden ostamiseen vaikuttavia seikkoja.
- Punertavalla sävyllä on uusiomuotoilun ammattilaisen haastattelun vastauksia uusiotuotteen brandin rakentamiseen vaikuttavista asioista.
- Omat näkemykset on tuotu esiin sinisellä tekstillä.