



# Shop-in-shop- myymäläkalustesarja Finartelle

Opinnäytetyö

Ella Tapana

Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Muotoilun koulutusohjelma  
Sisustusarkkitehtuuri

kevät 2021

tekijä Ella Tapanan  
otsikko Shop-in-shop-myymläkalustesarja  
Finartelle  
sivumäärä 61 + liitteet  
päiväys 4.6.2021  
tutkinto Muotoilija (AMK)  
tutkinto-ohjelma Muotoilun koulutusohjelma  
suuntautumisvaihtoehto Sisustusarkkitehtuuri  
ohjaaja Pasi Pänkäläinen

avainsanat myymäläkalusteet, shop-in-shop,  
koottavat kalusteet, tilallinen brändäys

author Ella Tapanan  
title Shop-in-Shop Retail Furniture  
Collection for Finarte  
number of pages 61 + appendices  
date 4 June 2021  
degree Bachelor of Culture and Arts  
program Design  
field of specialization Interior Architecture  
instructor Pasi Pänkäläinen

keywords retail furniture, shop-in-shop,  
sectional furniture, spatial branding

## Tiivistelmä

Opinnäytetyö käsittelee sarjavalmisteen shop-in-shop-myymläkalustesarjan suunnitelmaa kotimaiselle design-kodintekstiiliyritys Finartelle. Projekti on toteutettava ja se jatkuu opinnäytetyöprosessin jälkeen. Metallirakenteiset myymäläkalusteet on suunniteltu Finarten pääasiallisten tuotteiden, eli mattojen, esillepanoon ja kalusteet on tarkoitettu Finarten jälleenmyyjien käyttöön. Kalustesarja koostuu kahdesta koottavasta irtokalusteesta, jotka postitetaan maailmanlaajuisesti jälleenmyyjien kivijalkamyymälöihin.

Myymläkalustesarjan halutaan yhtenäistävän Finarten yritysilmettä ja parantavan tuotteiden näkyvyyttä myymälöissä. Lisäksi suunnittelussa on huomioitu käytännöllisyys, sillä matot ovat tuotteina haastavia käsitellä. Myymäläkalusteet ovat stand-alone-irtokalusteita, eli ne eivät tukeudu tilan rakenteisiin. Vahvana perustana suunnittelutyölle ovat toimineet yrityksen toiveet sekä omat havainnot yrityksen työntekijänä esillepanojen visuaalisesta ilmeestä ja käytöstä.

Opinnäytetyö rajautuu myymäläkalustesarjan konseptointiin sekä muodon ja rakenteen suunnitteluun.

## Abstract

The topic of this final project is a shop-in-shop retail furniture collection for the Finnish home textile company Finarte. The project will be continued after this process, and the furniture collection is meant to be mass produced on a small scale. The tubular steel frame furniture is designed for showcasing rugs and it will be used by the retailers of the company. The furniture collection consists of two pieces of retail display furniture, which will be sent by post to retailers worldwide.

The goal of the collection is to further unify the visual identity of the brand and to emphasize Finarte's products in the shop environment. The displays must also be functional, as the products are difficult to handle due to their weight and size. The design of the furniture collection is largely based on the requirements defined by the company. I have also used my own observations as an employee of the company as a basis for my decisions.

The final project handles the concept design of a retail furniture collection and the design and structure of the furniture.



# SISÄLLYS

<b>1 Johdanto</b>	4	<b>5 Suunnittelu</b>	34
<b>2 Lähtökohdat</b>	5	5.1 Suunnitteluprosessin vaiheet	35
2.1 Aihe	6	5.2 Rakenteen suunnittelu	40
2.2 Aiheen rajaus	9	<b>6 Lopputulos</b>	41
2.3 Teoreettinen viitekehys	10	6.1 Myymäläkalustesarjan esittely	41
<b>3 Finarte</b>	11	6.2 Kalusteet tilassa	52
3.1 Yrityksen esittely	12	<b>7 Yhteenveto</b>	57
3.2 Yrityksen historia	13	7.1 Jatkokehittäminen	57
3.3 Yritysentiteetti	15	7.2 Johtopäätökset	58
<b>4 Taustoitutus</b>	20	Lähteet	59
4.1 Kivijalkamyymälöiden rooli	21	Liitteet	61
4.2 Brändi tilassa	22		
4.3 Shop-in-shop	24		
4.4 Tarvekartoitus	25		
4.5 Vertailuanalyysi	31		







Kuva 2. Finarten konseptimyymälän julkisivu.

# 1 JOHDANTO

Kivijalkamyymälöiden tulevaisuudesta on puhuttu jo pitkään. Verkkokaupat ovat vieneet asiakkaita fyysisistä myymälöistä, sillä ne tarjoavat helppoutta ja suuremman valikoiman tuotteita. Kuitenkin on havaittu, että kuluttajat kaipaavat edelleen mahdollisuutta aistia tuotteet konkreettisesti ennen ostopäätöksen tekemistä. Fyysisten myymälöiden tarjoamalle välittömälle tyydytykselle sekä sosiaaliselle kokemukselle on edelleen kysyntää. Sen sijaan, että siirryttäisiin kokonaan verkkokauppoihin, tulisi pohtia, millainen kivijalkamyymälän tulisi nyt ja tulevaisuudessa olla. Kivijalkamyymälöiden suunnittelussa olisi kannattavaa keskittyä entistä enemmän niihin palveluihin ja ominaisuuksiin, joita verkkokauppa ei voi tarjota.

Jokainen kohtaaminen brändin kanssa vaikuttaa siihen, miten kuluttaja kokee brändin. Yhtenäinen ja harkittu yritys ilme vahvistaa kuluttajan luottamusta brändiin, jolloin hän todennäköisemmin palaa ostoksille kyseisen yrityksen myymälään. Yrityksen olisi suotavaa käyttää hyödyksi kaikki ne tilat ja alustat, joissa se on esillä yhtenäisen brändin luomiseen.

Opinnäytetyö käsittelee toteutettavaa irtokalusteista muodostuvaa shop-in-shop-myymäläkalustesarjaa kotimaiselle design-kodintekstiiliyritys Finartelle. Kahdesta koottavasta kalusteesta muodostuva myymäläkalustesarja lähetetään Finarten jälleenmyyjäliikkeisiin yrityksen tuotteiden esillepanoa varten.

Keskeisinä tavoitteina ovat Finarten tuotteiden käytännöllinen, houkutteleva ja tilan muista tuotteista erottuva esillepano sekä niiden myötä mahdollisesti tapahtuva lisämyynti. Kalustesarjan elementtien tulee olla tilankäytön ja kustannusten kannalta tehokkaita, ja niiden tulee sopia yrityksen ilmeeseen nyt ja tulevaisuudessa. Myymäläkalustesarja siirtäisi vaikutusvaltaa jälleenmyyjältä Finartelle, kun Finarte pääsisi osallistumaan enemmän siihen, miten sen tuotteet ovat kussakin myymälässä esillä. Tuloksena olisi yhtenäisempi yritys ilme sekä muista brändeistä erottuva shop-in-shop-osasto.





Kuva 3. Matonkuteita.

## 2 LÄHTÖKOHDAT

Opinnäytetyön aihe on kaksiosainen teräsprofiilirakenteinen shop-in-shop-myymääläkalustesarja. Aihe valikoitui Finartella syksyllä 2020 suorittamani työharjoittelujakson kautta. Harjoittelun lopussa tuli puheeksi, että Finarte suunnittelee irtokalusteista koostuvaa sarjavalmisteista myymäläkalustepakettia, joka lähetettäisiin postitse jälleenmyyjien kivijalkamyymälöihin. Koska olen erityisen kiinnostunut kalustesuunnittelusta sisustusarkkitehtuurin osa-alueena, tuntui aihe mielenkiintoiselta sekä sopivalta opinnäytetyön laajuutta ajatellen, joten tartuin projektiin.

Sain Finartelta briefin, jossa he avasivat ajatuksiaan, tarpeitaan ja toiveitaan kalustesarjaan liittyen. Niiden pohjalta lähdin suunnittelemaan jälleenmyyjien kivijalkamyymälöihin tarkoitettua shop-in-shop-myymääläkalustesarjaa Finarten tuotteille ja lisämateriaalille. Yritys ei asettanut kalustesarjalle etukäteen budjettia tai erillistä aikataulua, ja suunnitteluprojektia jatketaan vielä opinnäytetyöprosessin jälkeen, kunnes kalustesarja on valmis tuotantoon.

Suunnitteluprosessin edetessä ohjaavat näkökulmat ovat hieman muuttuneet, kun tehtävä on selkeytynyt ja projektin laajuus on konkretisoitunut.



## 2.1 Aihe

Opinnäytetyön aiheena on sarjavalmistainen shop-in-shop-myymääläkalustesarja design-kodintekstiilirytykselle Finarten tuotteille. Finarte on vuonna 1985 perustettu suomalainen perheyrytyks, joka valmistaa pääasiassa design-mattoja ja muita kodinsisustustuotteita. Kalustesarja on tarkoitettu lähetettäväksi yrityksen jälleenmyyjien kivijalkamyymäälöihin, ja sen tavoitteena on yhtenäistää Finarten yritysilmettä, lisätä tuotteiden näkyvyyttä ja olla toiminnallinen kokonaisuus.

Kalustesarjan tarkoituksena olisi funktionaalisuuden lisäksi varmistaa, että Finarten tuotteet ovat houkuttelevasti ja johdonmukaisesti esillä myös jälleenmyyjien liikkeissä, mikä osaltaan voisi edistää myyntiä. Yrityksen ilmeen ja tuotteiden tunnettuutta halutaan myös lisätä maailmanlaajuisesti, sillä Finarte on kasvava design-alan yritys.

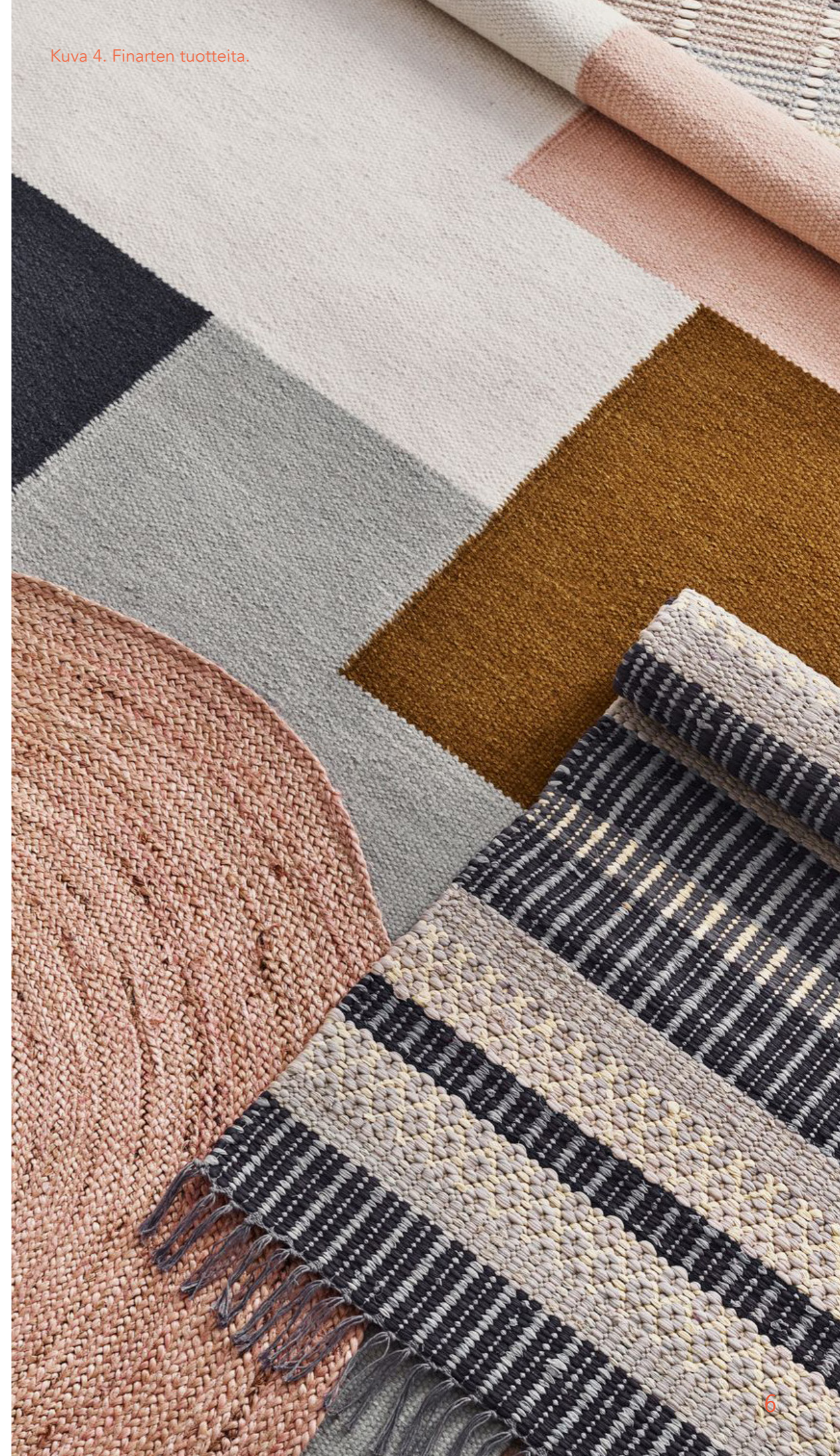
Myytävien tuotteiden lisäksi myymäläkalusteisiin halutaan sisällyttää tietoa yrityksestä sekä mattojen mallipaloja, joiden kautta kuluttaja voi tutustua Finarten ja sen koko valikoimaan myynnissä olevien tuotteiden lisäksi.

Roolini projektissa on kalustesarjan suunnittelutyö. Briefin tarkentuessa sopivaksi termiksi aiheelle valikoitui shop-in-shop-myymääläkalustesarja. Myymäläkalustesarjassa halutaan soveltaa Finarte Concept Store -kivijalkamyymäälässä käytössä olevia esillepanoja.

Kalustesarjan elementit ovat stand-alone-irtokalusteita, mikä tarkoittaa opinnäytetyön yhteydessä sitä, että ne eivät tukeudu myymälätilan seinä- tai kattorakenteisiin. Irtokalusteiden tulisi olla tuotteiden painon vuoksi tukevia, ja niitä tulisi voida käyttää keskellä tilaa molemmilta puolilta sekä seinän vieressä. Suunnitelmassa on kiinnitetty huomiota kustannustehokkuuteen niin valmistuksen kuin valmiiden kalusteiden postituksen kannalta.

Myymääläkalusteiden ilme ja toiminnot perustuvat vahvasti yrityksen toiveisiin, mutta saan opinnäytetyössä ilmaista myös omaa näkemystäni suunnittelijana. Suunnittelussa on huomioitu yrityksen visuaalinen ilme sekä kalusteiden rakenne ja valmistustekniset seikat. Opinnäytetyön tavoitteena on ollut käytännöllinen ja tuotteita korostava myymäläkalustesarjan suunnitelma, joka on taloudellisesti ja ekologisesti järkevä toteuttaa ja vaatii mahdollisimman vähän jatkokehittelyä opinnäytetyöprosessin jälkeen.

Kuva 4. Finarten tuotteita.







Kuva 5. Finarte.

## Aiheen ajankohtaisuus

Aihe on ajankohtainen, sillä Finarte on kasvava design-alan yritys, joka haluaa kartuttaa tunnettuuttaan maailmanlaajuisesti. Opinnäytetyön aiheena oleva shop-in-shop-myymääläkalustesarja on ollut yrityksen suunnitelmissa, mutta aikaa toteutukselle ei ole toistaiseksi ollut tarpeeksi.

Ilmeen ja arvojen määrittely on yrityksille yhä tärkeämpää, sillä kilpailijoista erottuminen on muun muassa sosiaalisen median vaikutuksen myötä entistä haastavampaa. Selkeä yritysilmie edesauttaa kuluttajan kiinnostusta ja luottamuksen syntymistä brändiä kohtaan.

## Suunnitteluongelma

Koska jälleenmyyjäliikkeiden työntekijät huolehtivat myymälöiden esillepanoista, ovat Finarten tuotteet epäjohdonmukaisesti esillä eri liikkeissä. Tällöin yritysilmie ei ole tunnistettava tai yhtenäinen, kuten yrityksen omassa liikkeessä. Matot taas ovat usein isoja ja painavia, joten tuotteiden esillepano ja tarkastelu tuottavat haasteita niin asiakkaille kuin työntekijöille. Esillepanojen käytettävyyteen halutaan siis myös parannusta.

## Tutkimuskysymys

Kuinka suunnitella toiminnallinen ja Finarten yritysilmieeseen sopiva shop-in-shop-osasto koottavien irtokalusteiden muodossa, jotta yrityksen tuotteet erottuvat edukseen?





## Tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on visuaalisesti yhtenäinen sekä yritysilmeeeseen sopiva koottavista elementeistä muodostuva myymäläkalustesarja, jossa Finarten tuotteet ja lisämateriaalit olisivat houkuttelevasti esillä sekä fyysisesti tiiviissä tilassa. Tärkeänä näkökulmana on käytettävyys, sillä tuotteet ovat kokonsa ja painonsa vuoksi usein hankalia käsitellä niin työntekijöille kuin asiakkaille.

Pyrin huomioimaan jo opinnäytetyövaiheessa kustannustehokkuuden, sillä kalusteita tullaan valmistamaan pieni erä. Kustannustehokkuuteen vaikuttavat sekä kalusteiden valmistus, joka sisältää materiaalin ja työn, että lopulliset lähetyskustannukset. Tavoitteena on suunnitella myymäläkalustesarja, jossa on huomioitu yrityksen toiveet parhaalla mahdollisella tavalla, ja johon sekä yritys että minä suunnittelijana voimme olla tyytyväisiä.

## Haasteet

Keskeisiä haasteita ovat ongelmien ratkominen keskenään ristiriitaisten vaatimusten, kuten koottavuuden ja tukevuuden, välillä. Koska tuotteet ovat suuria ja painavia, ne vaativat suuria ja tukevia kalusteita. Toiveena kuitenkin on, että kalusteet eivät tukeudu myymälätilan rakenteisiin ja että ne saisi pakattua kevyeen tai kompaktiin pakkaukseen lähetyskustannusten minimoimiseksi.

Myös aikataulu tuottaa haasteita, sillä kalusteiden suunnittelu tasolle, jolla niitä voidaan valmistaa sarjavalmistamisesta, vaatii yksityiskohtaisia ja hiottuja suunnitelmia. Ennen varsinaista tuotantoa on valmistettava prototyyppi, jotta kalusteiden toimivuudesta saadaan varmuus.



## 2.2 Aiheen rajaus

konseptointi

kalustesarjan elementtien suunnittelu  
muoto, materiaali, valmistusprosessi

hypoteettiset ratkaisut tilassa

Suunnitelma sisältää

Suunnitelma ei sisällä

Finarten yritysilmeen muokkaaminen

kustannusarvio

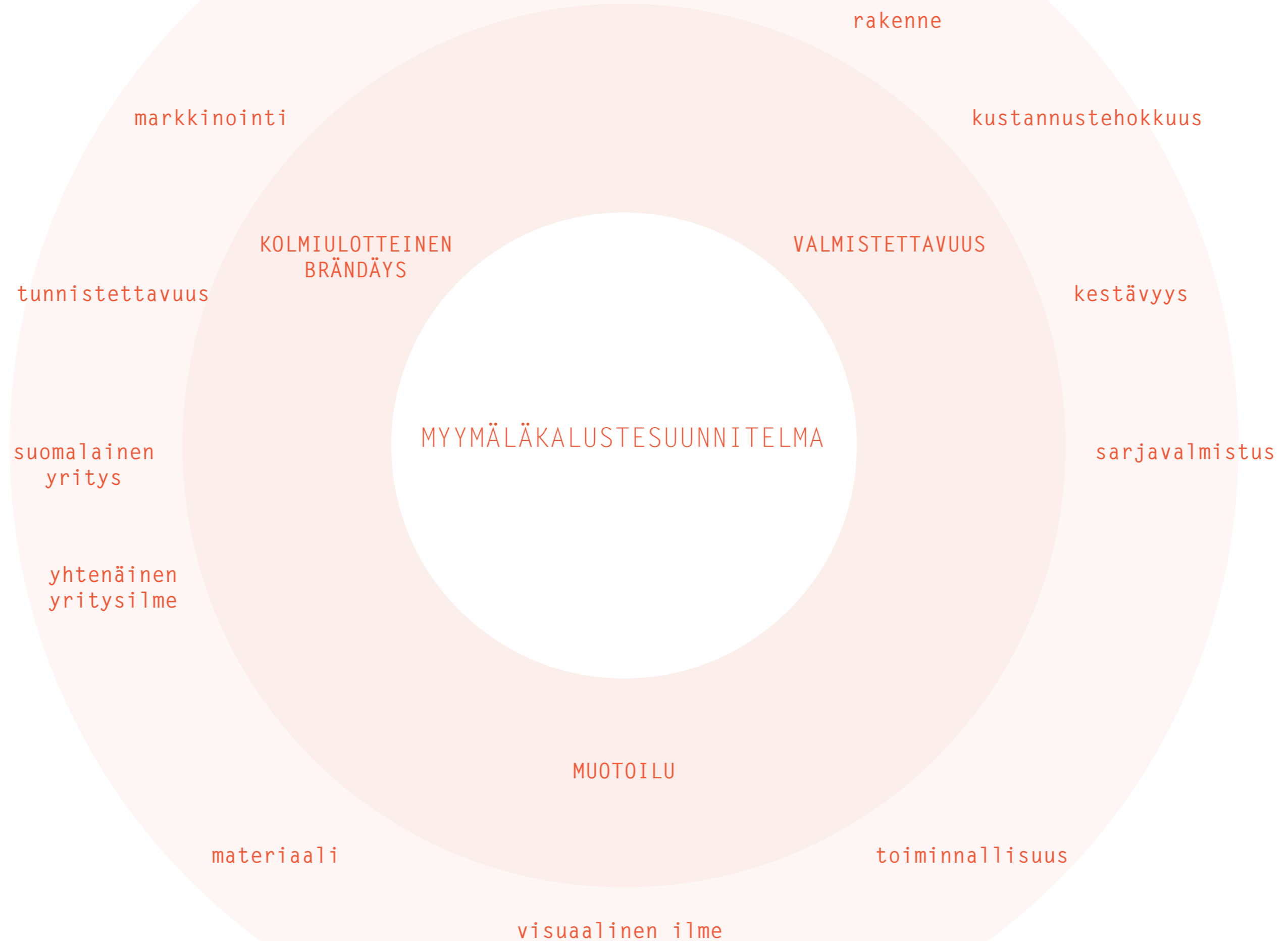
pakkauksen suunnittelu

sopivan kokonaisuuden määrittäminen ja sijoittelu kunkin jälleenmyyjän tilassa

muut kalusteiden lopullisten sijoituspaikkojen sisustukselliset ratkaisut



## 2.3 Teoreettinen viitekehys



Kuvio 1. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys.





Kuva 7. Finarte.



## 3 FINARTE

Opinnäytetyön myymäläkalustesarja on suunniteltu kotimaiselle design-kointekstiilyritykselle, Finartelle, joka valmistaa pääasiassa mattoja. Olen suorittanut toisen työharjoittelujaksoistani Finartella, joten yrityksen visuaalinen ilme, tuotteet ja toiminta ovat minulle ennestään tuttuja. Jotta lukija saa paremman käsityksen siitä, millaisesta yrityksestä on kyse, olen kertonut hieman yrityksen toiminnasta, historiasta ja yritysidentiteetistä. Lisäksi olen avannut yrityksen nykyistä yritysilmettä, sillä se on toiminut yhtenä ohjaavana tekijänä myymäläkalustesarjan suunnittelussa.

Kasvavana design-alan yrityksenä Finarte haluaa kehittää tuotteidensa esillepanoa lukuisissa jälleenmyyjäliikkeissään. Yritysilme on vahva ja harkittu, ja sitä halutaan ilmentää kaikissa liikkeissä, joissa tuotteita on esillä. Jälleenmyyjillä on jo valikoimissaan Finarten tuotteita, mutta tällä hetkellä Finartella on rajalliset mahdollisuudet vaikuttaa siihen, miten ne ovat myymälätilassa esillä. Myymäläkalustesarjalla pyritään ohjeistamaan muita myymälöitä tuotteiden esillepanoon ja sitä kautta yhtenäistämään Finarten yritysilmettä.



### 3.1 Yrityksen esittely



Kuva 8. Finarte.

Finarte on vuonna 1985 perustettu kotimainen design-kodintekstiileitä valmistava perheyritys. Finarte on kasvava design-alan yritys, joka haluaa tarjota rohkeita ja aikaa kestäviä tuotteita, jotka tuovat iloa käyttäjilleen. Finarten keskeinen ajatus on, että koti on paikka itseilmaisulle.

Tuotteissa yhdistyvät kotimainen design sekä intialainen käsityö. Kierrätysmateriaalien käytöllä on ollut tärkeä rooli yrityksen toiminnassa jo sen perustamisesta lähtien. Finarten tuotevalikoima koostuu pääasiassa matoista, mutta valikoimassa on myös muita sisustustuotteita, kuten tyynynpäällisiä, vilttejä, koreja ja julisteita. Finarte lanseeraa uuden malliston noin kaksi kertaa vuodessa, minkä lisäksi valikoimassa on pysyvämpiä malleja. Finartella on laaja valikoima eri materiaaleista ja eri kudontatekniikoilla valmistettuja mattoja. (Finarte 2021d.)

Yrityksen ovat perustaneet aikanaan tekstiilitaiteilija Eija Rasinmäki sekä hänen miehensä, liikemies Erkki Immonen. Nykyään yrityksen toimitusjohtajana toimii pariskunnan tytär, Larissa Immonen, jonka myötä yrityksen ilmettä on päivitetty. Nykyään mallistossa on tuotteita useilta nimekkäiltä kotimaisilta suunnittelijoilta, kuten Marianne Huotari, Saana ja Olli ja Eri Shimatsuka. (Finarte 2020.) Finarten tuotteet valmistetaan Intiassa pääasiassa kahdessa tehtaassa, joissa yrityksen tuotteita on valmistettu jo 1990-luvun alusta lähtien (Finarte 2019).

Finarte on noussut viimeisimpien vuosien aikana tunnetuksi design-kodintekstiiliyritykseksi etenkin nuorten sisustuksesta kiinnostuneiden aikuisten keskuudessa. Perustaja Eija Rasinmäki – jonka tuotteita Finarten valikoimasta löytyy edelleen – on tunnettu tekstiileistään etenkin vanhempien sukupolvien keskuudessa. Nuorempi ikäpolvi on valikoitunut pääkohderyhmäksi perheyrityksen sukupolvenvaihdon sekä sen jälkeen tapahtuneen brändiuudistuksen myötä. Yrityksen myymälä ja showroom, Finarte Concept Store, sijaitsee Helsingin keskustassa Fredrikinkadulla, ja hallinnolliset tilat sijaitsevat Kotkassa, jonne yritys on aikanaan perustettu. (Finarte 2020.)



## 3.2 Yrityksen historia



Kuva 9. Kutomo Rasinmäki Oitissa ja Eija Rasinmäen suunnittelema matto.

### Kutomo Rasinmäki

Finarten toinen perustaja, tekstiilitaiteilija Eija Rasinmäki, tunnetaan suomalaisen räsymaton uudistajana. Rasinmäellä on takanaan jo yli 50 vuoden ura tekstiilitaitteen parissa. (Finarte 2020.) Ensimmäisen yrityksensä - Kutomo Rasinmäki Ky:n - Rasinmäki perusti vuonna 1970. Kutomo on toiminut vuodesta 1978 Hausjärven Oitissa, missä se sijaitsee edelleen. (Sinervo 2021.)

Rasinmäen tuotannon suosion taustalla ovat olleet hänen kykynsä käyttää värejä sekä hänen ammattimainen kädenjälkensä (Finarte 2021). 1980-luvun alkuun mennessä Eija Rasinmäen tuotanto oli laajasti tunnettua. Tuolloin suurin osa yrityksen tuotannosta meni vientiin. Tuotteista 70 % vietiin Alankomaihin ja myös muut maat, kuten Saksa, Yhdysvallat, Italia ja Japani kiinnostuivat Kutomo Rasinmäen tuotteista huonekalumessujen myötä. Parhaimmillaan 1980-luvulla Kutomo Rasinmäki työllisti noin 30 henkeä. (Sinervo 2021.)

Kutomo Rasinmäellä on edelleen pienen mittakaavan tuotantoa tilaustöiden muodossa ja sen tiloissa järjestetään kursseja sopimuksen mukaan. (Sinervo 2021.)



## Finarten synty

Tekstiilitaiteilija Eija Rasinmäki perusti Finarten yhdessä aviomiehensä, liikemies Erkki Immosen kanssa Kotkaan vuonna 1985. Yritys syntyi halusta tarjota laadukkaita ja persoonallisia puuvillamattoja edulliseen hintaan, jotta ne olisivat saatavissa kaikille. (Helsinki Heroes 2021.) Sittenkin puuvillaräsymattojen rinnalle on tullut myös muista materiaaleista ja muilla kudontatekniikoilla valmistettuja mattoja sekä muita kodinsisustustuotteita.

Finarten hallinnolliset tilat sekä varasto toimivat edelleen yrityksen alkuperäisissä tiloissa Kotkansaarella, ja yrityksen kivijalkamyymälä, Finarte Concept Store, sijaitsee Helsingin keskustassa Fredrikinkadulla.

Finarten tuotteet on valmistettu ulkomailla yrityksen perustamisesta lähtien. Vuodesta 1985 matot tuotettiin yrityksen omalla mattokutomolla Portugalissa. 1990-luvun alussa Portugalin tehdas jouduttiin sulkemaan, ja Rasinmäen suunnitelmien mattojen tuotanto siirtyi Intiaan, sillä Madhu India -niminen intialainen mattovalmistaja oli kiinnittänyt huomiota Rasinmäen tuotantoon alan messuilla ja tarjosi hänelle mahdollisuutta yhteistyöhön. Intiassa Rasinmäki opetti paikallisille kutojille suomalaisia matonkudontatekniikoita. (Sinervo 2021.) Lähes kaikki Finarten tuotteet kudotaan edelleen Intiassa kahdessa tehtaassa – Induskleed ja Indian Art Gallery (IAG) – joihin Finartella on ollut tiiviit suhteet jo vuosikymmeniä (Finarte 2019).



Kuva 10. Mattojen valmistusta Intian tehtaalla.



### 3.3 Yritysidentiteetti



Kuva 11. Finarte Concept Store, näyteikkuna.

Finarte kertoo keskeisten arvojensa olevan ilo, aitous ja välittäminen. Finarte haluaa, että koti on paikka, jossa jokainen voi ilmaista itseään. Siksi se haluaa tarjota asiakkailleen kestäviä design-tuotteita, jotka tuovat iloa elämään. (Finarte 2021b.)

Käsintehty tuotteet ja kädentaitojen säilyttäminen ovat tärkeitä peruspilareita yrityksen toiminnassa. Kaikki Finarten tuotteet valmistetaan käsin Intiassa. Toinen tärkeä arvo, joka yrityksen toiminnassa on ollut läsnä jo sen perustamisesta lähtien, on kierrätysmateriaalien käyttö. Nykyään jo yli 62 % yrityksen käyttämistä materiaaleista on kierrätettyjä. Suuri osa malleista on kierrätysmateriaaleista käsinkudottuja puuvillaräsymattoja, mutta valikoimasta löytyy myös kudottuja ja tuftattuja villamattoja, käsinsolmittuja puuvillamattoja sekä juutista, viskoosista ja rPET-materiaalista kudottuja mattoja. (Finarte 2021d.) Finarten tuotteet sopivat mielestäni mainiosti kotiympäristöön, sillä harkitun muotoilun ja laadukkaan käsityön ansioista tuotteissa on lämpöä ja sielukkuutta, ja käsintehtyissä tuotteissa on aina pieniä yksilöllisiä eroja.



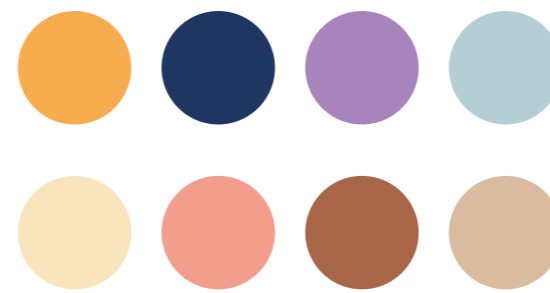
Murretut ja vaaleat sävyt sekä rohkeat kuviot ovat Finartelle ominaisia. Yrityksen ilme ja arvot ovat saaneet vaikutteita sekä pohjoismaisesta muotoilusta että tuotteiden valmistusmaan, Intian, kulttuurista. Koska yrityksen toinen perustaja – tekstiilitaiteilija Eija Rasinmäki – tunnetaan suomalaisen räsymaton uudistajana, ovat Finarten juuret perinteisessä suomalaisessa räsymatossa. Rasinmäki on opettanut Intiassa räsymattojen kudontaa Finarten tuotteita valmistaville artesaaneille, ja valikoimassa on edelleen kyseisellä kudontatekniikalla kudottuja puuvillaräsymattoja. (Finarte 2021d.)

Selkeälinjaiset koneellisesti valmistetut myymäläkalusteet sopisivat mielestäni käsintehtyjen mattojen rinnalle, Ne voisivat tuoda mielenkiintoista kontrastia, jolloin tuotteet erottuisivat edukseen. Kalusteiden muotokieli on saanut inspiraationsa yrityksen oman kivijalkamyymälän – Finarte Concept Storen – ilmeestä, ja mattojen ripustustavat kalusteissa on sovellettu myymälän vastaavista. Myös kalusteiden värit sovelletaan Finarten brändiväreistä.

Ekologisuus suunnittelemissani myymäläkalusteissa näkyy materiaalivalinnoissa, rakenteen kannalta ylimääräisen materiaalin karsimisessa sekä postitettavan pakkauksen hukkatilan ja painon huomioimisessa. Ekologisuuden näkökulmasta on tärkeää, että kalusteet kestävät käyttöä ja että niitä voidaan käyttää uudelleen sellaisenaan ja kierrättää elinkaarensa lopussa.

Tutustuin itse Finarteen ensi kertaa vuoden 2017 Habitare-messuilla. Kompakti osasto teki minuun vaikutuksen nahkaremmeistä ripustetuilla matoillaan. Ihailin osaston yksinkertaisuutta ja selkeää yritysilmettä sekä ajankohtaisia mutta sielukkaita tuotteita. Pidin myös rosoisuudesta, jota käsityö toi tuotteisiin. Finarten osasto erottui mielestäni edukseen kauniilla tuotteillaan, selkeällä ilmeellään ja kilpailijoista erottuvalla mattotarjonnallaan.

Yrityksen työntekijänä olen saanut tutustua Finarten toimintaan. Mielestäni yrityksellä on vahvaa näkemystä siitä, mitä kuluttajat haluavat ja tulevat haluamaan. Finartella pyritään aina pysymään ajan hermolla ja yritystä halutaan jatkuvasti kehittää. Yrityksen arvot ja historia ovat toiminnassa vahvasti mukana. Finartella työskennellään tiiviinä tiiminä, ja siellä vallitsee mielestäni aidosti luova ilmapiiri; vaikka lopulliset ratkaisut ovat harkittuja, syntyvät ne rohkean ja avoimen ideoinnin kautta.



Kuva 12. Finarten brändivärejä.

Kuva 13. Finarten tuotteita.







Kuva 14. Toimitusjohtaja Larissa Immonen Finarten entisen kivijalkamyymälän edustalla.

## Yritysilmeen uudistus

Vuonna 2016 Finarten toimitusjohtajan paikka siirtyi Erkki Immoselta perustajajaparin tyttärelle, Larissa Immoselle (Finarte 2020).

Sukupolvenvaihdon aikaan Finarte eli suurten muutosten aikaa, kun muun muassa Anttilan kaltaiset liikekumppanit lopettivat toimintansa. Pitkän uran Finarten toimitusjohtajana tehnyt Erkki Immonen koki, ettei hänellä ollut enää valmiuksia sopeutua moderneihin nopeasti muuttuviin markkinoihin. Koska Larissa Immonen taas oli nuorena aikuisena Finarten tavoiteltua kohderyhmää, oli hänen luontevaa astua uuden toimitusjohtajan rooliin. (Helsinki Heroes 2021.)

Vuonna 2017 Finarten ilme päivitettiin, missä apuna toimi Agency Leroy (Karhu 2018.) Nykyinen yritys ilme on mielestäni moderni, persoonallinen ja rohkea, mutta kuitenkin lähestyttävä ja kodikas. Sittemmin myös malliston ilme on kokenut suuren muutoksen, kun Eija Rasinmäen suunnitteleminen mattojen rinnalle on tullut tuotteita nimekkäiltä kotimaisilta suunnittelijoilta, kuten Marianne Huotari, Saana ja Olli, Mifuko ja Eri Shimatsuka. Ensimmäinen yritys ilmeen muutoksen jälkeen valmistunut mallisto oli esillä vuoden 2017 Habitare-messuilla, ja Finarte onkin saanut tunnustusta onnistuneista Habitare-messuosastoistaan viime vuosien aikana (Karhu 2018).

Vaikka virallisesti yrityksessä on tapahtunut sukupolvenvaihdos, tekevät Larissa ja Erkki Immonen edelleen tiiviistä yhteistyötä kehittääkseen Finarten toimintaa. Heidän erilaiset vahvuusalueensa – Erkin kokemus alalta sekä Larissan luova ote ja kiinnostus tulevaisuuden trendeihin – täydentävät toisiaan yrityksen pyörittämisessä. (Helsinki Heroes 2021.)



## Finarte Concept Store

Finarte Concept Store eli Finarten konseptimyymälä toimii tällä hetkellä Finarten ainoana omana kivijalkamyymälänä. Myymälä on toiminut muutaman vuoden aikana kolmessa osoitteessa Helsingin keskustassa, ja nykyiseen Fredrikinkadulla sijaitsevaan liiketilaan se on muuttanut kesäkuussa 2020. Liikkeessä on esillä lähes koko tuotevalikoima. Liikkeen visuaalista ilmettä uudistetaan säännöllisesti malliston ja sesongin mukaan.

Konseptimyymälällä tarkoitetaan kivijalkaliikettä, joka pyrkii tarjoamaan asiakkailleen perinteistä kivijalkamyymälää elämyksellisempää ostokokemusta. Konseptimyymälässä on esillä tarkkaan valittu tuotevalikoima, jolla yhdessä myymälän visuaalisen ilmeen kanssa halutaan vedota tavoiteltuun kohderyhmään. Konseptimyymälässä voidaan kokeilla luovemmin uusien ideoiden toimitusta ennen niiden soveltamista muissa myymälämuodoissa. (Bardsley 2017.)

Yrityksellä on kivijalkamyymälän lisäksi verkkokauppa, josta lähes kaikki tilaukset toimitetaan Kotkassa sijaitsevalta varastolta. Kivijalkamyymälän etu kuitenkin on, että tuotteita pääsee katsomaan paikan päällä, jolloin tuotteen koon, värin, materiaalin ja pintatekstuurin pystyy aistimaan ennen ostopäätöksen tekemistä. Moni asiakas on vierailutkin Finarte Concept Storella vain nähdäkseen varsinaisen tuotteen ennen sen tilaamista verkkokaupasta (Finarte 2020).

Finarte Concept Storen visuaalinen ilme on Finarten silloisen tiimin käsialaa. Myymälätilassa on pyritty ilmentämään yrityksen ilmettä ja arvoja; tilassa on leikitelty väreillä ja somisteina on käytetty muun muassa kierrätettyjä kalusteita sekä maton kuteita. Tuotteet ovat tilassa pääosassa. Suuret matot ovat esillä seinillä sekä suurilla lavoilla keskellä myymälän suurinta tilaa. Niiden lisäksi huomio kiinnittyy seiniin maalattuihin muotoihin, messinkiseen palvelutiskiinkin sekä Finarten Habitare-messuosastolta tuotuun sermiin.

Finarte Concept Storen ja yrityksen oman verkkokaupan lisäksi Finarten tuotteita myydään myös useissa kotimaisten ja ulkomaisten jälleenmyyjien liikkeissä ja verkkokaupoissa. Finarte Concept Storen visuaalinen ilme on suunniteltu kuvastamaan Finarten yritysilmettä. Tilassa on showroom, toimisto ja varasto.

Myymälän materiaalit, värit ja muotokieli toimivat vahvana inspiraation lähteenä kalustesarjan suunnittelussa. Tavoitteena on tiivistää kivijalkamyymälän henki kalustesarjakokonaisuuteen.



Kuva 15. Finarte Concept Store, myymälätila.





Kuva 16. Finarte Concept Store, myymälätila.





Kuva 17. Finarte Concept Store, sisäänkäynti.

## 4 TAUSTOITUS

Opinnäytetyön myymäläkalustesarja on tarkoitettu lähetettäväksi Finarten jälleenmyyjien kivijalkamyymälöihin. Myymäläkalusteet voivat olla joko tilaan räätälöityjä tai sarjavalmisteisia. Opinnäytetyön aiheena ovat sarjavalmisteiset myymäläkalusteet, joiden tulee toimia useassa erilaisessa myymälätilassa.

Finarten tuotteita myyviä myymälöitä on ympäri maailman yli 200, joten eri tilojen yksilöllisten tarpeiden huomioimisen sijaan mahdolliset myymälätilakohtaiset erot on otettu huomioon irtokalusteiden mitoituksen, muodon ja määrän suunnittelussa (Finarte 2021c). Erilaiset tilat on huomioitu suunnitelmassa muun muassa siten, että kalusteita on kaksi erillistä kappaletta suuremman kokonaisuuden sijaan ja niiden viemä lattiapinta-ala on minimoitu, kuitenkin niin, että tuotteet ovat kalusteissa hyvin esillä. Kukin jälleenmyyjä voi valita joko yhden tai kaksi kalustetta riippuen myymälätilansa koosta sekä myymälässään olevan Finarten valikoiman suuruudesta. Myymälään valittujen kalusteiden ja niissä esiteltävien tuotteiden lopullinen kokonaisuus, sijoittelu ja ympäröivät elementit riippuvat kustakin jälleenmyyjästä.

Ohjaavina näkökulmina myymäläkalustesarjan suunnittelussa ovat toimineet yrityksen toiveet myymäläkalustesarjan toiminnallisista ja visuaalisista ominaisuuksista. Myös omat kokemukseni yrityksen työntekijänä ovat toimineet pohjana valinnoilleni. Olen tutkinut kivijalkamyymälöiden tarjoamia mahdollisuuksia, tilallista brändäystä sekä shop-in-shop-konseptia suunnitteluprosessin tueksi.



## 4.1 Kivijalkamyymälöiden rooli



Kuva 18. Nikkou-kivijalkamyymälä Australian Casuarinassa.

- 93 % ostopäätöksistä tehdään visuaalisen ilmeen perusteella
- 73 % ostopäätöksistä tehdään fyysisessä myymälässä
- 52 % asiakkaista ei palaa myymälään, jonka visuaalinen ilme ei miellytä

(Velasquez 2017)

Vaikka kivijalkamyymälöiden aikakauden päättymisestä on puhuttu pitkään, on niillä edelleen sijaa yrityksen toiminnassa. Kun aiemmin verkkokauppa ja kivijalkamyymälä on nähty kahtena erillisenä myymälämuotona, on nykyisin siirrytty enenevässä määrin keskustelemaan niiden välisestä suhteesta ja siitä, miten ne voivat tukea toisiaan (DesignCurial 2019).

Vahvasti digitalisoituvassa maailmassa kuluttajat kaipaavat edelleen kivijalkaliikkeen tarjoamaa sosiaalista kokemusta, välitöntä tyydytystä toimitusaikojen sijaan sekä mahdollisuutta aistia tuotteet konkreettisesti ennen ostopäätöksen tekemistä (Keane-Cowell 2017). Koska asiakkaat kuitenkin toisaalta ostavat yhä harvemmin tuotteita suoraan myymälästä, on myymäläesillepanoissa nykyisin alettu soveltaa showroom-tyyppistä mallia, jossa myymälätilassa olevien tuotteiden määrää on vähennetty ja tarkoitus on ohjata näin kuluttaja yrityksen verkkokauppaan (DesignCurial 2019). Showroom on myymäläkonsepti, jossa tuotteista on esillä mallikappaleet tai mallipalat, joiden kautta kuluttaja voi tutustua fyysiseen tuotteeseen ennen sen tilaamista verkosta (Ewen 2017). Suuren tuotevaraston sijaan enemmän painoarvoa on inspiroivalla ja moniaistillisen kokemuksen tarjoavalla myymälätilalla. (DesignCurial 2019).

Tulevaisuuden kivijalkamyymälä voisi siis olla ennen kaikkea brändi-identiteettiä konkretisoiva kolmiulotteinen ja visuaalinen kokonaisuus, jossa asiakkaat voivat kokea brändin tilan kautta.



## 4.2 Brändi tilassa



Kuva x. Finarte Concept Store, palvelutiski.

Yrityksen brändi koostuu arvoista, yrityksen herättämistä tunteista, tunnettuudesta alalla sekä visuaalisesta ilmeestä. Brändillä on keskeinen merkitys kilpailijoista erottumisessa ja sillä pyritään tarjoamaan kokemuksia sekä asiakkaille että yrityksessä työskenteleville. (Spatial Experience 2021.)

Kuluttajalle syntyy kokemus brändistä joka kerta, kun hän on tavalla tai toisella tekemisissä brändin kanssa – ei siis ainoastaan yrityksen omassa kivijalkamyymälässä, vaan myös esimerkiksi muissa yrityksen tuotteita myyvissä liikkeissä. Sen vuoksi yrityksen kannattaisi hyödyntää kaikki nämä tilat kokonaisvaltaisen brändielämyksen luomisessa. (Spatial Experience 2021.) Yrityksen tuotteille räätälöidyillä esillepanokalusteilla on tärkeä rooli brändin tilallisessa kokemuksessa, mutta kaikki myymälätilan elementit vaikuttavat osaltaan siihen, millaisen kuvan asiakas yrityksestä muodostaa, etenkin jos kyseessä on asiakas, joka ei tunne yritystä ennestään.

Tilallisen brändäyksen elementtejä ovat tilan arkkitehtuuri, sisustukselliset ratkaisut, kuten kaluste- ja materiaalivalinnat sekä valaistus, mutta siihen kuuluvat myös palvelumuotoilulliset elementit, kuten opasteet ja kulkureitit tilassa. Jälleenmyyjäliikkeissä on otettava huomioon, miten yrityksen brändi erottuu fyysisesti rinnakkaisista brändeistä. Tilakokemusta voi vahvistaa tarjoamalla asiakkaalle aistikokemuksia, esimerkiksi tuoksuja ja haptisuutta visuaalisten elementtien rinnalle. Kivijalkamyymälän merkittävä etu verrattuna verkkokauppaan onkin juuri mahdollisuus tutustua fyysiseen tuotteeseen ennen ostopäätöksen tekemistä. (Spatial Experience 2021.)



## Brändi-identiteetin ja brändi-imagon käsitteet

Brändi-identiteetti ja brändi-imago ovat keskeisiä käsitteitä puhuttaessa yrityksen brändistä. Brändi-identiteetillä tarkoitetaan sitä, miten yritys näkee itsensä eli viestiä, jonka yritys haluaa välittää brändistään. Brändi-imagolla taas tarkoitetaan kuluttajan kokemusta brändistä eli mielikuvia, joita brändi herättää kuluttajassa. Brändi-imago muodostuu ajan kanssa, ja siihen vaikuttavat kaikki kuluttajan ja brändin väliset kohtaamiset. Brändi-imago on kullekin asiakkaalle yksilöllinen kokemus, joten yrityksen mahdollisuus vaikuttaa siihen on rajallinen, kun taas brändi-identiteetti on kokonaan brändin omissa käsissä. (Pahwa 2021.)

Yrityksen brändi koostuu kaikista yritykselle ominaisista piirteistä, joilla yritystä pyritään määrittelemään ja joilla pyritään erottumaan kilpailijoista (Pahwa 2021). Yrityksen brändi muodostuu muustakin kuin visuaalisesta ilmeestä – se rakentuu yrityksen toiminnan myötä, ja siihen vaikuttavat muiden tekijöiden rinnalla yrityksen imago ja maine. Johdonmukainen brändi vahvistaa asiakkaan luottamusta yritystä kohtaan ja edistää siten asiakkaan uskollisuutta yritykselle. Hyvin rakennettu brändi voi antaa yrityksen tuotteille tai palveluille lisäarvoa, josta kuluttajat haluavat maksaa. (Kupli 2021.) Brändin herättämällä tunteilla ja merkityksellisellä vuorovaikutuksella on keskeinen rooli siinä, miten kuluttaja arvioi yritystä (Trotter 2016).

Läpi suunnitteluprosessin pidän mielessä Finarten yritysilmeen sekä arvot. Kalustesarjan tulee korostaa tuotteita – ei viedä niiltä huomiota, sillä Finarten yritysilme tulee parhaiten ilmi heidän tuotevalikoimastaan. Suosin kalusteiden muodossa selkeitä linjoja, sillä ne tuovat kontrastia käsintehdyille tekstiileille. Kalusteet soveltavat Finarte Concept Storella käytössä olevia ripustustapoja, jolloin yritysilmeestä saadaan helposti yhtenäinen ja tunnistettavampi. Yhtenäisyyttä lisäävät myös mattojen mallipalat, jotka laitetaan kalusteissa esille jokaisessa myymälässä. Mallipalat mahdollistavat sen, että kuluttaja voi tutustua myös muihin kuin myynnissä oleviin Finarten tuotteisiin ja muodostaa kokonaiskuvan yrityksen tuotetarjonnasta.

Toiminnallisuudella on iso painoarvo, sillä käytännölliset myymäläkalusteet kannustavat ylläpitämään siistejä esillepanoja. Tietyn kokoisilla tuotteilla on selkeät paikat kalusteissa, jotta niiden käyttö olisi yksiselitteistä ja kalusteet mahdollistaisivat osaltaan siistin esillepanon. Määrätyt paikat myös määrittävät sen, kuinka kaukana tuotteet ovat toisistaan, millä huolehditaan siitä, että kaikki tuotteet ovat aina näkyvillä ollessaan esillä myymäläkalusteissa.



### 4.3 Shop-in-shop



Kuva 20. A Bathing Ape -brändin shop-in-shop-osasto Osakassa, Japanissa.

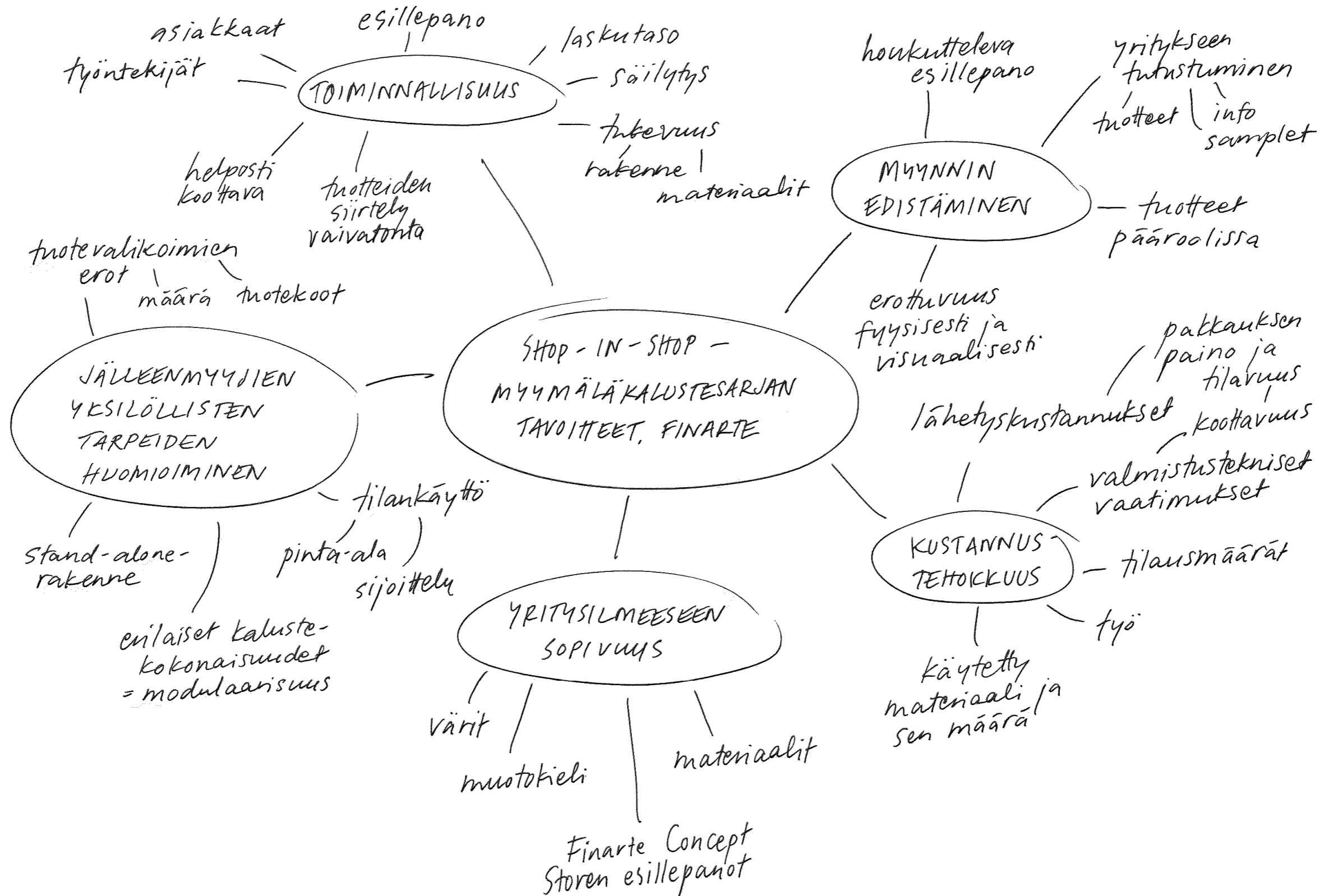
Shop-in-shop on konsepti, jossa yritys – eli alakauppias – rajaa toisen yrityksen – eli pääkauppiaan – myymälätilasta tai verkkokaupasta osaston omille tuotteilleen tai palveluilleen. Esimerkiksi tavaratalojen sisällä toimivien kosmetiikkabrändien osastot ovat shop-in-shop-osastoja. (Flame Analytics 2013.) Shop-in-shop-asetelma on kannattava sekä ala- että pääkauppiaille – siinä missä alakauppias saa omille tuotteilleen lisää näkyvyyttä, saa pääkauppias myymäläänsä laajemman valikoiman tuotteita ilman, että sen tarvitsee huolehtia tuotannosta tai maahan-tuonnista. (Checkout 2021.)

Kalustesarja on suunniteltu Finarten tuotteiden jälleenmyyjien kivijalkamyymälöiden käyttöön. Finartella ei ole useimmissa jälleenmyyjien liikkeissä tällä hetkellä omille tuotteille rajattuja shop-in-shop-osastoja, vaan tuotteet ovat muiden brändien tuotteiden joukossa ja liikkeiden työntekijät ovat vastuussa myymäläesillepanojen muokkaamisesta. Finarte ei ole toistaiseksi ohjeistanut jälleenmyyjä tuotteidensa esillepanossa. Yritys haluaisi tuotteidensa erottuvan näissä liikkeissä, ja tuomalla liikkeessä olevat Finarten tuotteet yhteen myymälässä, kuluttaja saisi nopealla katsauksella selkeämmän kuvan yrityksen tuotevalikoimasta. Myymäläkalustesarja sekä rajaisi liikkeestä tilan Finarten tuotteille että ohjeistaisi sen tuotteiden esillepanoon.

Myymäläkalustesarjan tavoitteena on luoda tilallinen vaikutelma shop-in-shop-osastosta muokkaamatta myymälöiden tai Finarten ja sen jälleenmyyjien välisiä toimintatapoja. Myymäläkalustesarjan suunnittelulla pyritään siirtämään Finarte Concept Storen konsepti jälleenmyyjien liikkeisiin. Tavoitteena on kokonaisuus, jossa on shop-in-shop-osaston sekä showroomin piirteitä ja joka yhdistää kunkin jälleenmyyjän valitseman tuotekokonaisuuden sekä Finarten määrittelemät lisäelementit Finarten yritysilmeseen sopiviin myymäläkalusteisiin. Lisäelementtejä ovat mattojen mallipalat sekä tiedot yrityksestä. Tällöin sellainenkin asiakas, joka ei jälleenmyyjän valikoimasta löydä sopivaa tuotetta, voisi tutustua yritykseen ja mahdollisesti siirtyä sen myötä tekemään ostoksia Finarten verkkokauppaan, mikäli jälleenmyyjäliikkeen valikoimasta ei löydy sopivaa tuotetta.



## 4.4 Tarvekartoitus





## Finarten jälleenmyyjät

Saadakseni käsityksen siitä, millaisiin tiloihin myymäläkalustesarjaa suunnittelen, kävin keskustelua yrityksen kanssa. Tutkin Finarten jälleenmyyjä tarkastelemalla heidän omia verkkosivujaan ja tuotevalikoimiaan. Finarten omilla verkkosivuilla on listattu yli 200 jälleenmyyjäliikettä ympäri maailman. Niistä suurin osa sijaitsee Suomessa ja Keski-Euroopassa, mutta jälleenmyyjä löytyy myös Japanista, Israelista ja Yhdysvalloista. (Finarte 2021c.)

Jälleenmyyjällä tarkoitetaan itsenäistä toimijaa, joka ostaa toiselta yritykseltä tuotteita ja myy niitä eteenpäin loppuasiakkaalle (Scarabattoli 2015). Suurin osa jälleenmyyjä koskevasta tiedosta on saatu Finarten edustajien kanssa käydystä keskustelusta sekä heidän jakamasta materiaalistaan, sillä pelkästään jälleenmyyjien omien verkkosivujen kautta on vaikea saada kokonaiskäsitystä itse myymälätiloista. Verkkosivujen tarkastelu antoi kuitenkin kattavamman kuvan siitä, minkälaisia ja minkä kokoisia tuotevalikoimia jälleenmyyjät saattavat tilata, mikä luonnollisesti vaikuttaa myymäläkalusteissa vaadittaviin toimintoihin.

Tärkeitä kotimaisia jälleenmyyjäliikkeitä ovat esimerkiksi Stockmann, Veke ja Asko, joilla on kullakin lukuisia kivijalkamyymälöitä. Finarten tuotteita löytyy Suomessa myös useista mattoihin erikoistuneista liikkeistä. Ulkomaisista jälleenmyyjäliikkeistä monet ovat erikoistuneet pohjoismaiseen designiin ja myyvät pääosin pohjoismaisia tai pohjoismaisesta muotoilusta inspiroituneita kodinsisustustuotteita. (Finarte 2021c.)

Monet niistä ulkomaisista jälleenmyyjistä, joilla on laajempi Finarten valikoima myynnissä, ovat pienehköjä yksittäisiä kivijalkamyymälöitä. Heillä on valikoimassaan ainoastaan kodinsisustustuotteita, esimerkiksi kodintekstiileitä ja pienesineitä monilta brändeiltä. Useimmilla on kivijalkamyymälän lisäksi verkkokauppa. Tilaa myymäläkalusteille on liikkeissä rajatusti. Varastotilaakin saattaa olla melko vähän, joten kalusteiden yhteyteen on toivottu säilytystilaa. Haastetta tuo se, etteivät Finarten valikoima ja myymälätilan koko välttämättä kasva samassa suhteessa, joten vaikka Finarten valikoima olisi melko laaja, voi tilaa myymäläkalusteille olla rajatusti.

Kuvio 2. Jälleenmyyjien tilaamat tuotekoot suosituimmuusjärjestyksessä.

tuotteen koko (cm)	osuus viennistä (%)	paino n. (kg)
140 x 200	24	3,4...9,8
160 x 230	8	4,4...7,4
Ø 100	8	6,3
170 x 240	6	8,2...10,2
80 x 150	6	1,4...3,0
50 x 80	6	0,7...1,4

Jälleenmyyjien tilaamat tuotteet, suosituimmat koot (Finarte 2021f).

Lähes neljäsosa jälleenmyyjien tilaamien tuotteiden kokonaismäärästä koostuu 140 x 200 cm:n kokoisista matoista. Kunkin jälleenmyyjän valikoima on kuitenkin yksilöllinen, eli tuotekoot, -tyypit ja -kokonaisuudet vaihtelevat.

Kyseisen kokoluokan matot ovat Finarte Concept Storella esillä lavalla sekä seinään asennetussa kourussa yhdestä kulmasta ripustettuna. Kulmaripustusta sovelletaan toisessa kalusteessa, sillä se on tilankäytön kannalta edullinen ripustustapa, ja mahdollistaa mattojen helpon tarkastelemisen. Haasteena on ripustustavan vaatima tila korkeussuunnassa. Kyseisten mattojen ristimitta on lähes 2,5 metriä, mikä voi olla yhtä korkea tai korkeampi kuin tilan huonekorkeus.

Seuraavaksi eniten on 160 x 230 cm:n ja halkaisijaltaan 100 cm:n kokoisia mattoja. Toinen kaluste suunnitellaan kuitenkin 80 cm leveille ja käytävämatoille, joiden osuus viennistä on 6 %. Syytä tähän on se, että sen levyisiä mattoja löytyy Finarten valikoimasta useita, ja kalusteissa halutaan esittää keskenään eri kokoisia tuotteita, jotta voidaan havainnollistaa Finarten valikoiman laajaa kirjoa. Kustakin kalusteesta löytyy säilytystilaa näistä koista poikkeaville matoille sekä kourut mallipaloille, joista voi tarkastella myös muiden kuin myynnissä olevien mattojen materiaalia ja väriä.





## Tuotteiden paino

Mattojen painoon vaikuttaa koko, materiaali sekä käytetyn materiaalin määrä. Koska tuotteet ovat käsintehtyjä, saattaa paino vaihdella hieman myös saman tuotteen sisällä. Finarten tuotteiden paino voi vaihdella koosta, materiaalista ja kudontatekniikasta riippuen 0,8 kilogrammasta 21 kilogrammaan. (Finarte 2021f.)

Jälleenmyyjät voivat valita Finarten valikoimasta mitä tahansa tuotteita, joten myymäläkalusteiden tulee soveltua myös painavien tuotteiden esittelyyn. Finarten suurin valikoimassa oleva mattokoko on 200 x 300 cm. Jälleenmyyjät kuitenkin harvoin tilaavat kyseistä kokoa, ja ylivoimaisesti suurin osa viennistä - 24 % - koostuu 140 x 200 cm -kokoisista matoista. (Finarte 2021.)

Suurimmat matot ovat painonsa vuoksi Finarte Concept Storella harvoin myymälän puolella, mutta lähes jokaisesta mallista on asiakastilassa esillä pienempi versio, jotta asiakas voi tarkastella maton kuviota ja tekstuuria. Tätä sovelletaan myös myymäläkalustesarjassa mahdollistamalla esillepanot pienemmille matoille sekä tuotteiden mallipaloille.

mattotyyppi	paino (kg/m <sup>2</sup> )
Puuvillaprinttimatot	1,2
Kudotut puuvillamatot	2,0-2,5
Ohuet villamatot	2,0
Tuftatut villamatot	3,5

Mattotyyppien painot (Finarte 2021f).

Kuvio 3. Mattojen neliöpainot mattotyypeittäin.



## Havainnot tuote-esillepanojen toimivuudesta

Tällä hetkellä Finarte Concept Storella käytetään neljää erilaista esittelytapaa matoille. Kalustesarjassa sovelletaan näitä tapoja. Olen pohtinut kunkin tavan hyviä ja huonoja puolia.

+ = etu  
- = haaste

### 1 yhdestä kulmasta ripustettuna

- + helppokäyttöinen asiakkaan näkökulmasta
- vaatii kiinnityksen rakenteeseen
- vie korkeussuunnassa paljon tilaa
- ripustuslenkin kiinnitys on hidasta

### 2 litteänä lavalla tai seinällä

- + matto näkyy kokonaisuudessaan, jolloin koon, tekstuurin ja kuvion hahmottaminen on helpointa
- pinon alimpien mattojen tarkastelu vaatii päällä olevien mattojen siirtelyä
- tilankäytön kannalta tehotonta (isot matot)



Kuva 23 ja 24. Finarte Concept Store, ripustustapa 1 ja 2.



### 3 vaakatangolle ripustettuna

- + toimiva keino esitellä maton kuvio, tekstuuri ja koko
- + toimiva pienille ja/tai kevyille matoille
- mattojen siirtely seinän vieressä haastavaa, vaatii tilaa syvyyssuunnassa
- tanko vaatii rakennetta, johon kiinnittää

### 4 rullana laatikossa

- + tilankäytön kannalta tehokasta, useita tuotteita mahdollista saada esille myymälän puolelle
- koon ja kuvion hahmottaminen vaatii mattojen avaamista ja uudelleen rullaamista



Kuva 25. Finarte Concept Store, ripustustapa 3 ja 4.



## Pohdinta

Kävimme keskustelua yhdessä yrityksen kanssa ennen suunnitteluprosessin alkua. Selvitimme, millaisia tuotteita ja tuotemääriä jälleenmyyjät yleisimmin tilaavat Finarten valikoimasta, sillä jokaisen jälleenmyyjän tuotevalikoima on erilainen. Useimpien jälleenmyyjien liikkeet ovat pienehköjä tiloja, joten Finarten tuotteita on liikkeessä harvoin suuria määriä. Tällöin myös kalusteiden koko on rajattu. Jälleenmyyjät tilaavat yleensä muutaman erilaisen tuotteen ja kustakin tuotteesta muutaman koon, ja valtaosa tuotteista on esillä liikkeen puolella. Tavoitteena olisi, että kalusteissa yhdistyisi sekä houkutteleva esillepano että varastointi, jotta jälleenmyyjien ei tarvitsisi jatkuvasti kuljettaa tuotteita asiakastilan ja varaston välillä, ja lisäksi tuotteita saisi siten enemmän esille myymälän puolelle.

Valitut ripustustavat perustuvat myöskin siihen, että niissä tilankäytön ja tuotteiden näkyvyyden suhde on hyvä. Kulmasta ripustus ja vaakatangoripustus eivät vie juurikaan lattiapinta-alaa, jolloin ripustustavat soveltuvat myös pieniin tiloihin. Haasteena on kulmasta ripustamisen viemä tila korkeussuunnassa. Kalusteen tulee olla korkea ja tukeva, mutta se ei saa viedä turhaa tilaa lattialta.

### Tarvittavat kalusteet

**KALUSTE 1** kulmasta ripustusta soveltava kaluste  
- suuret matot, 4 kpl  
- mallipalat, 4 kpl  
- säilytys rullille  
- yrityksen info

**KALUSTE 2** vaakatangolle ripustusta soveltava kaluste  
- pienet matot, 4 kpl  
- mallipalat, 4 kpl  
- säilytys rullille  
- yrityksen info



## 4.5 Vertailuanalyysi

Kuva 26-28. Mae Engelgeerin tekstiilitaidenäyttely Salone del Mobilessa, Studio Rene Siebum.



### 1 EXHIBITION MAE ENGELGEER, STUDIO RENE SIEBUM (2016)

Studio Rene Siebum suunnitteli ja tuotti tekstiilisuunnittelija Mae Engelgeerin YOU-KOSO-yksityisnäyttelyn esillepanon. Näyttely oli esillä Salone del Mobile -messuilla Milanossa vuonna 2016 (Studio Rene Siebum 2016.) Engelgeerin tekstiilit ovat näyttelyssä pääosassa. Pelkistetyt puiset rimarakenteiset kalusteet tukevat ja kehystävät teoksia. Erikokoiset kalusteet rytmittävät näyttelyä, ja suuretkin kalusteet ovat ilmeeltään keveitä.

Samankaltaiset kalusteet voisivat toimia shop-in-shop-osastona, sillä ne eivät vie liikaa huomiota esiteltäviltä elementeilta vaan korostavat niitä. Lisäksi ne rajaavat tilaa. Näyttelyn kalusteet ovat ilmeeltään yhtenäisiä ja ne näyttävät olevan helposti koottavissa ja purettavissa. Tosin koska kyseessä on näyttely, ei kalusteisiin kohdistu rasitusta, kuten myymäläympäristössä.



Kuva 29-31. Flow-vaaterekki, Paleworks.



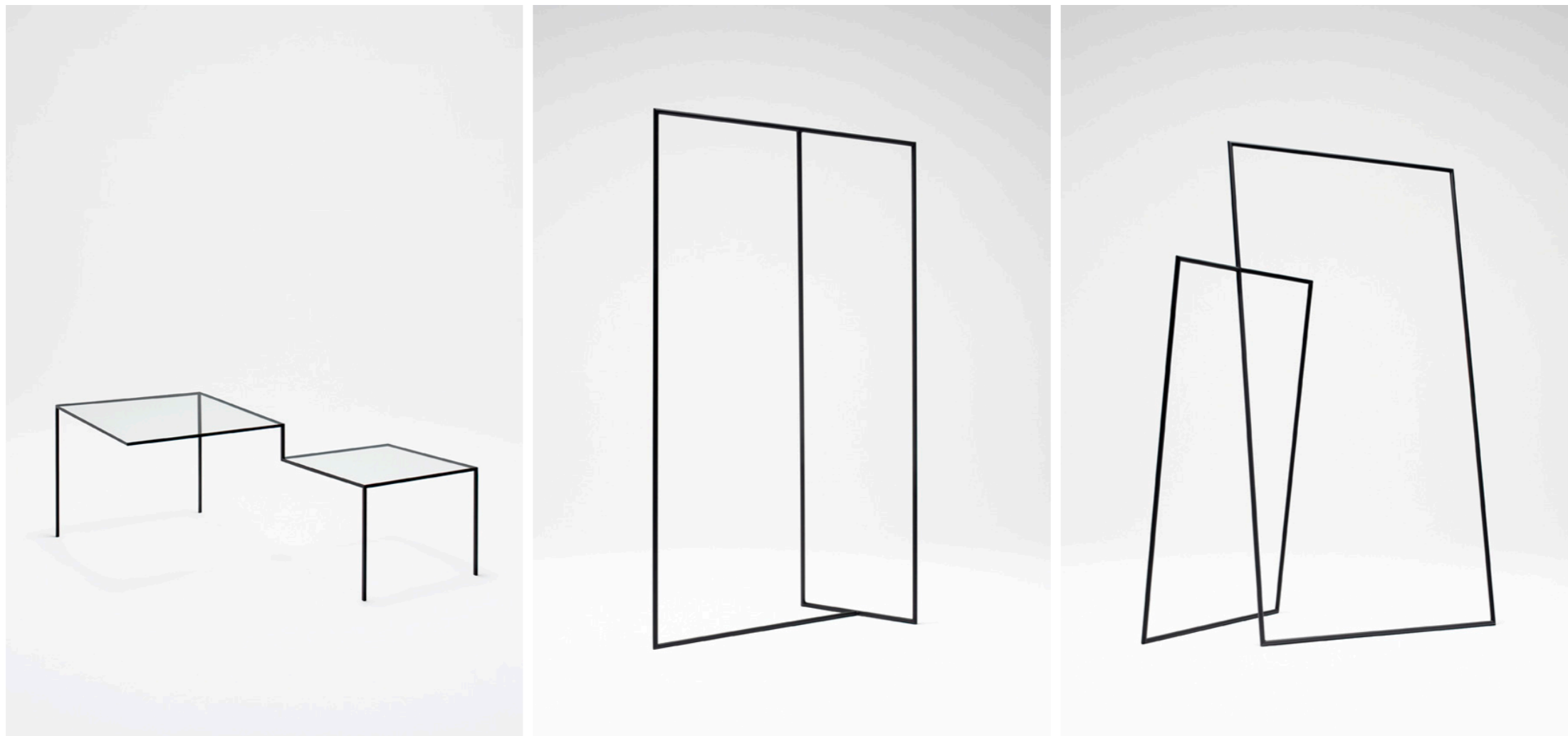
## 2 FLOW-VAATEREKKI, PALEWORKS (2019)

Flow on Paleworks-muotoilutoimiston suunnittelema modulaarinen vaaterekki. Teräsputkirakenteinen Flow on koottava ja se sopii sekä kotiin että julkitiloihin, kuten näyttely- tai myymäläkalusteeksi. Se on saanut inspiraationsa Bauhaus-suunnittelija George Nelsonin vuonna 1948 suunnittelemasta modulaarisesta näyttelykalusteesta, Struc-Tubesta. Flow-rekistä on saatavilla kolme erimuotoista versiota, minkä lisäksi sen kokoa ja muotoa voidaan muokata liittämällä moduuleja yhteen. (Paleworks 2020.)

Putkien jatkoliitokset mahdollistavat kalusteen purkamisen osiin, jolloin sen saa pakattua pienempään tilavuuteen. Modulaarisuus taas mahdollistaa kalusteen käytön monessa erikokoisessa ja -muotoisessa tilassa, sillä sitä voidaan muokata kunkin tilan tarpeisiin. (Paleworks 2020.) Koska vaaterekki on suunniteltu keveiden elementtien esittelyyn, vaatii mattojen esillepano luultavasti tukevampaa rakennetta.



Kuva 32-34. Nendo, Thin Black Lines.

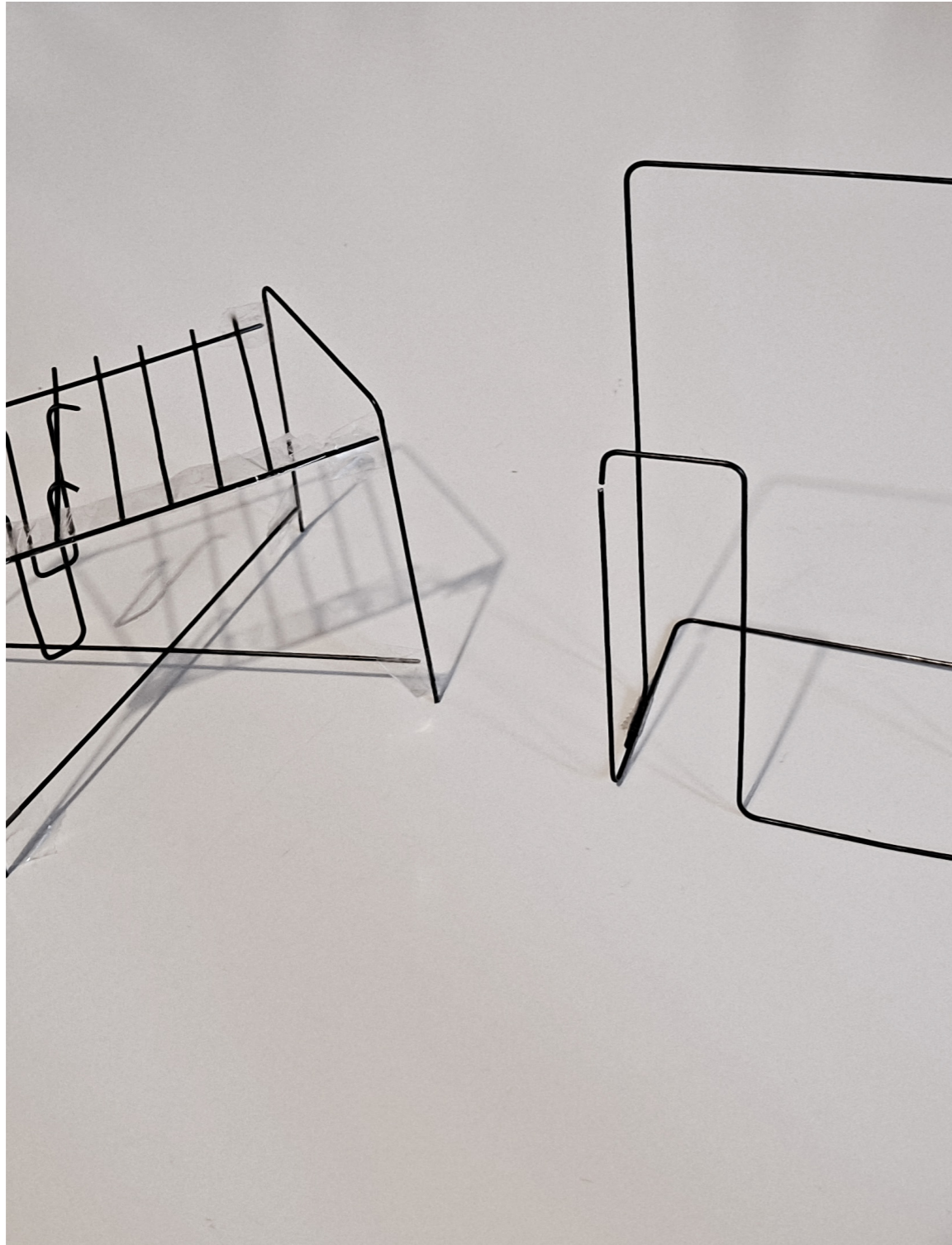


### 3 NENDO, THIN BLACK LINES (2010)

Thin Black Lines on Nendon yhteistyössä Phillips de Pury & Companyn kanssa syntynyt kalustekokoelma. Kalusteista koottu näyttely oli esillä Lontoon Saatchi Galleryssa vuonna 2010. (Etherington 2010.) Kalusteet on valmistettu ohuesta metalliprofiilista, ja ne ovat saaneet inspiraationsa ääri viivoista. Niiden muotoilulla on haluttu luoda vaikutelma ilmaan piirretyistä luonnoksista. (Etherington 2010.) Kalusteiden muotoa on vaikea heti hahmottaa, ja ne uhmaavat ulottuvuuksia.

Lopputulos näyttää vaivattomalta. Kalusteet ovat äärimmäisen pelkistettyjä, mutta kiinnostavia. Ääri viivamaiset kalusteet kehystäisivät esiteltäviä tuotteita, eivätkä välttämättä veisi niiltä liikaa huomiota. Toisaalta silloin kalusteiden muoto ei pääsisi oikeuksiinsa.





Kuva 35. Pienoismallit.

## 5 SUUNNITTELU

Olen lähestynyt myymäläkalusteiden suunnittelua myymäläsuunnittelun ja tilallisen brändäyksen näkökulmista. Ohjaavia näkökulmia suunnittelussa ovat olleet yrityksen toiveet, taustatiedon pohjalta syntyneet oivallukset sekä omat havainnot Finarten konseptimyymälän työntekijänä.

Suunnittelu eteni tavoitteiden asettamisesta ja referenssikohteiden etsimisestä luonnosteluun ja pienoismallien rakentamiseen ja sen jälkeen rakenteen suunnitteluun. Kalusteet on mitoitettu mallinnusohjelmien avulla. Vielä 3D-mallinnuksessa kalusteisiin tuli pieniä muutoksia, kun todelliset mittasuhteet konkretisoituivat.

Keskeisiä haasteita suunnittelussa olivat kaikkien yrityksen esittämien toiveiden huomioiminen, materiaalin valinta sekä aikataulu. Alun perin tavoitteena oli toteuttaa kalusteista prototyypit opinnäytetyöprosessin aikana, mutta se ei valitettavasti onnistunut aikataulun puitteissa. Lopulta prototyyppien valmistus olisi vaatinut ammattilaista kalusteiden vaatimien töjien ja kokoluokan vuoksi. Alustavasti suunnittelin toteuttavani prototyypit itse koulun metallipajalla. Prototyypit olisivat tarjonneet mahdollisuuden tarkastella fyysisiä kalusteita, mistä olisi voinut todeta niiden tukevuuteen ja massoiteluun liittyviä tekijöitä jatkokehittelyä varten.

Koska kyseessä on toteutettava projekti, olen suunnitellut kalusteet myös niiden rakenteen ja valmistusprosessin huomioiden. Opinnäytetyössä esitelty lopputulos on suunnitelma sarjavalmisteisesta shop-in-shop-myymäläkalustesarjasta.



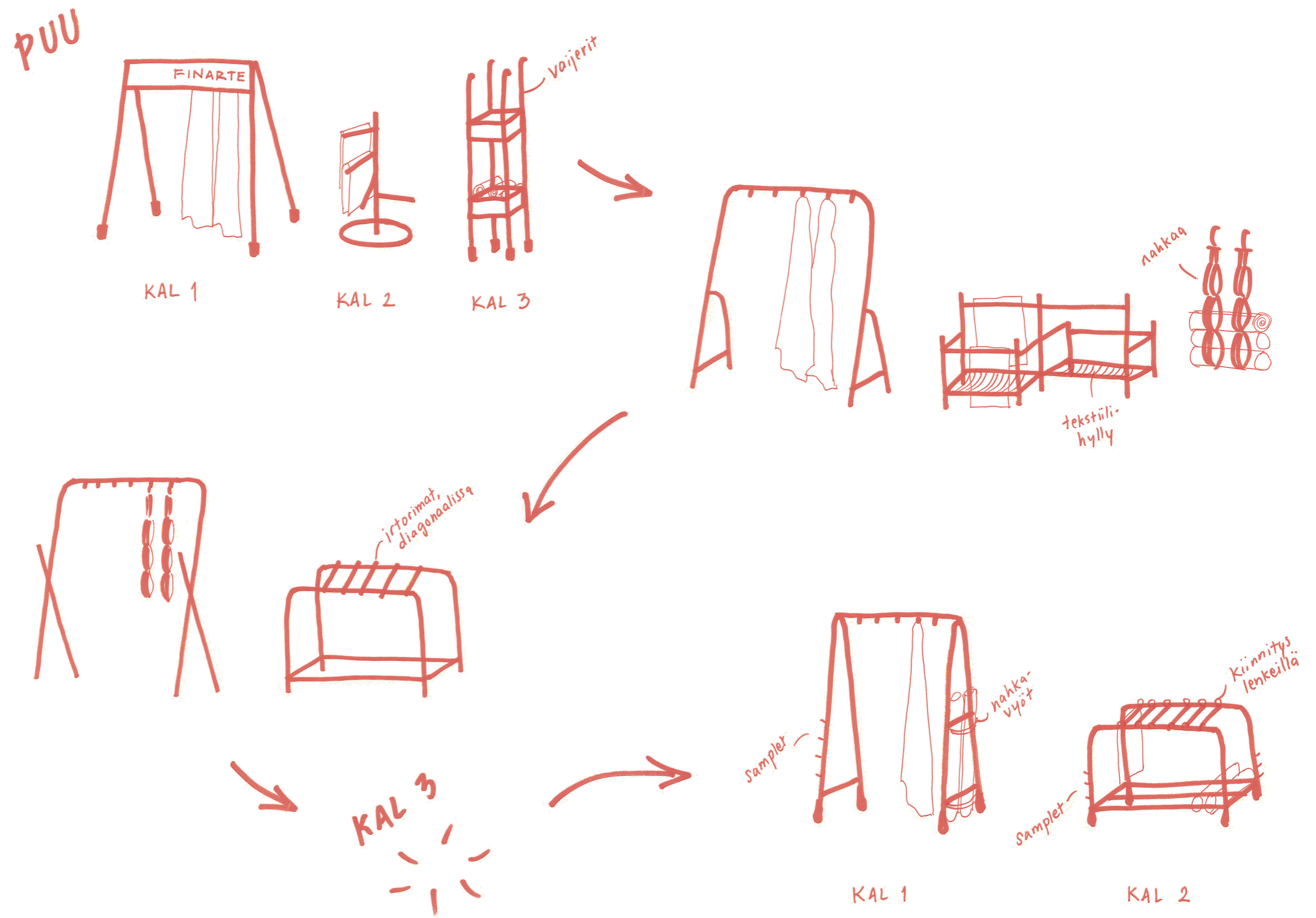
## 5.1 Suunnitteluprosessin vaiheet

### Luonnostelu

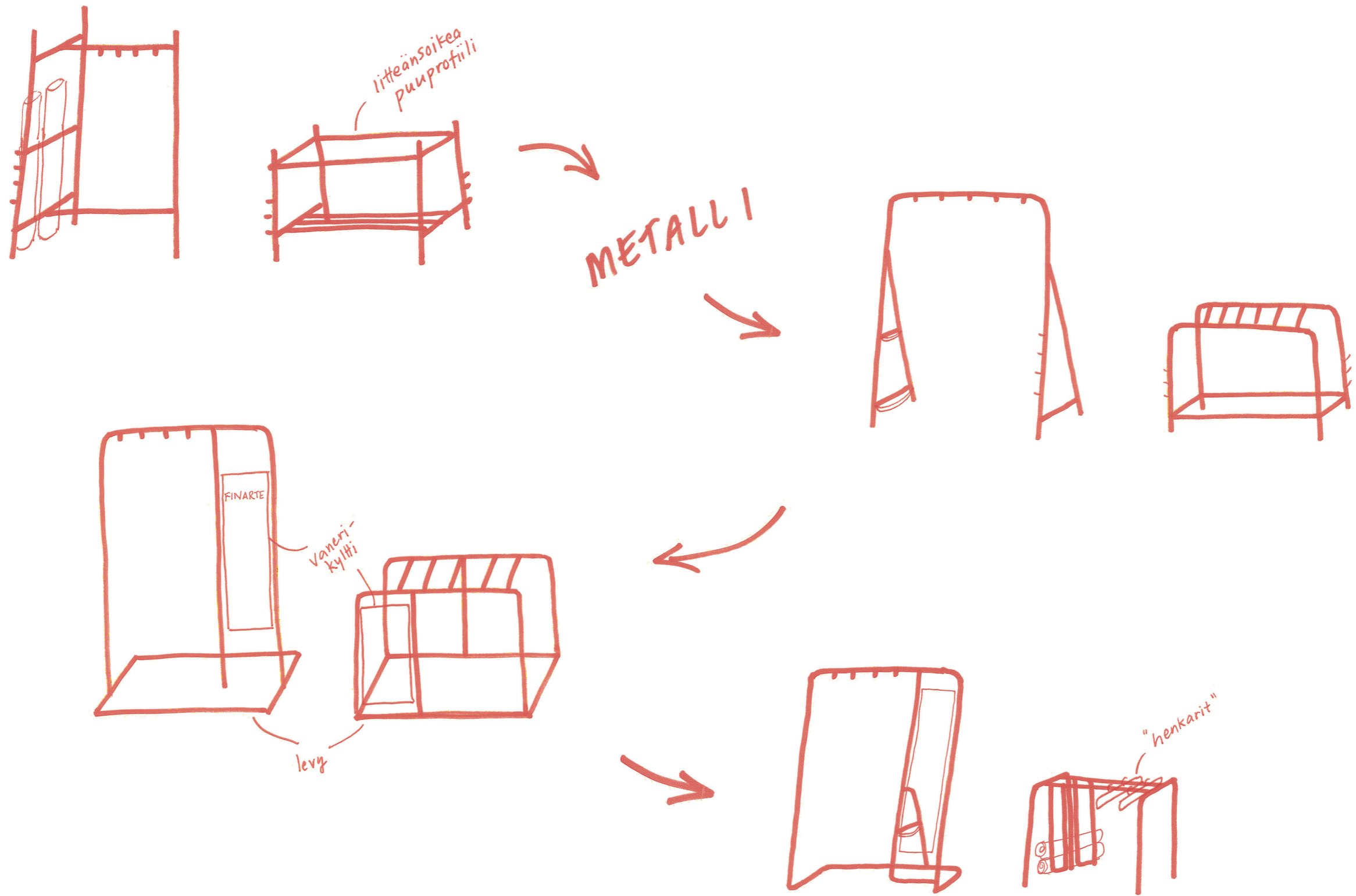
Käytin ison osan suunnitteluprosessin ajasta luonnosteluun. Vaikka opinnäytetyön aihe ja tavoitteet tuntuivat selkeiltä ja sopivan rajoituilta, koin hyvin haastavaksi valita kaikista ideoista sen, jota halusin lähteä kehittämään pidemmälle. Tein valtavan määrän nopeita luonnoksia ja pyrin suunnittelemaan kaluste-sarjan elementtejä yhtä aikaa. Siitä huolimatta kalusteiden keskinäinen ilme oli haastavaa saada yhtenäiseksi, sillä niiden dimensiot ja vaatimukset poikkeavat melko paljon toisistaan.

Kaluste 2:n muodon yleisilme löytyi melko varhaisessa vaiheessa, mutta hioin pitkään yksityiskohtia luonnostellen. Samanaikaisesti yritin saada Kaluste 1:n muotokieleltään sitä vastaavaksi. Aloitin kaikkien elementtien suunnittelun useaan otteeseen puhtaalta pöydältä, sillä en ollut tyytyväinen siihen, miten ne sopivat yhteen.

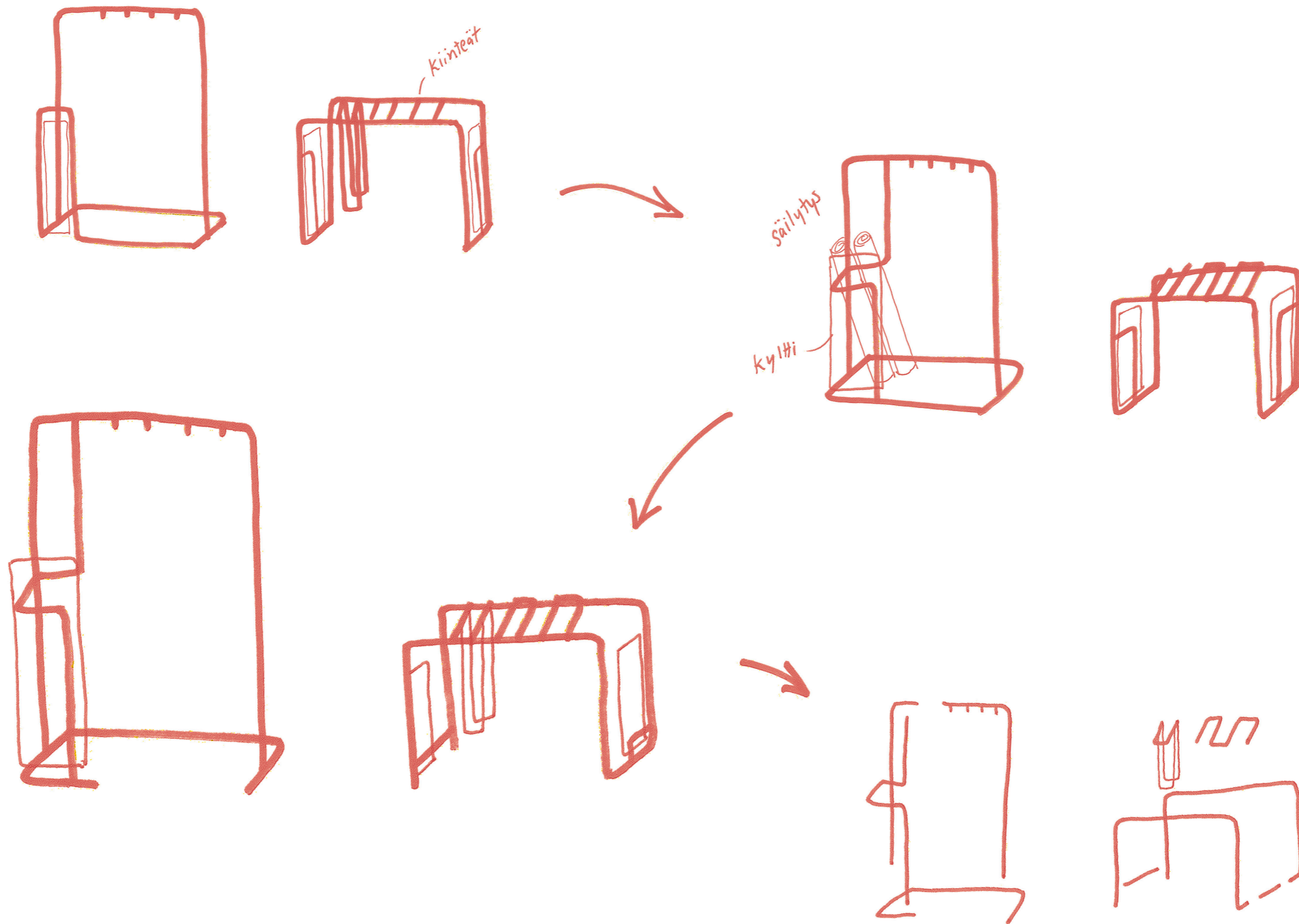
Pyrim jo luonnosteluvaiheessa huomioimaan kalusteiden rakenteen ja mahdollisen valmistuksen, sillä projekti on toteutettava ja kalusteista oli tarkoitus valmistaa opinnäytetyöprosessin aikataulussa prototyypit. Kalusteiden runkomateriaalikin vaihtui lopulta kesken luonnostelun, kun metalli alkoi tuntua luontevammalta materiaalilta kalusteisiin.











Kuva 38. Myymäläkalustesarjan vaiheet, luonnoksia. Alimpana valittu muoto ja sen ositus.



## Pienoismallityöskentely

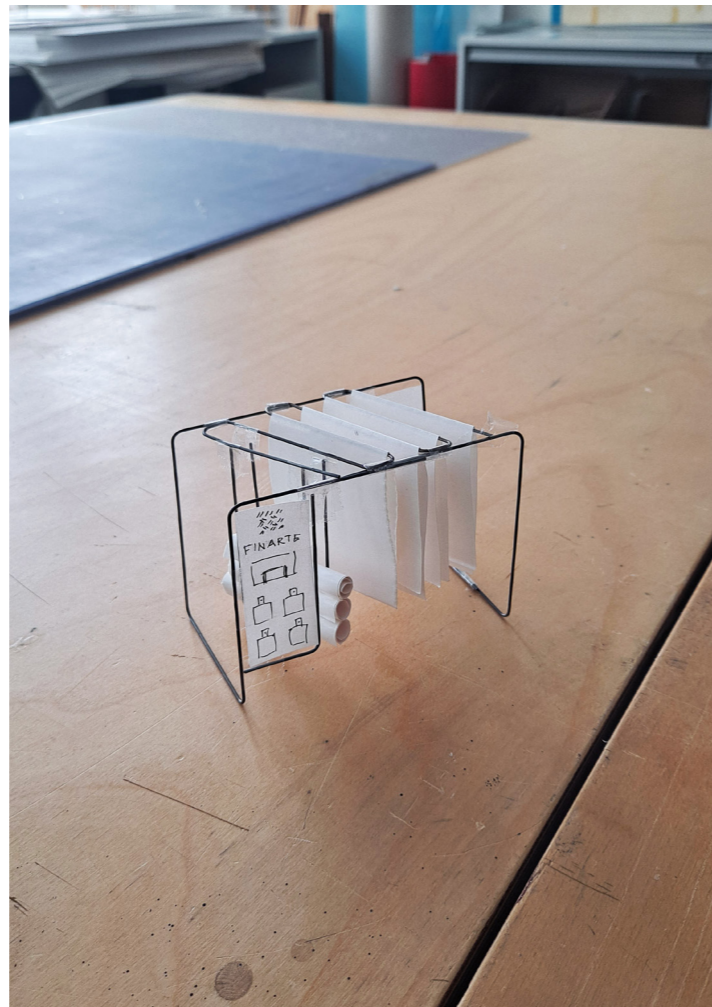
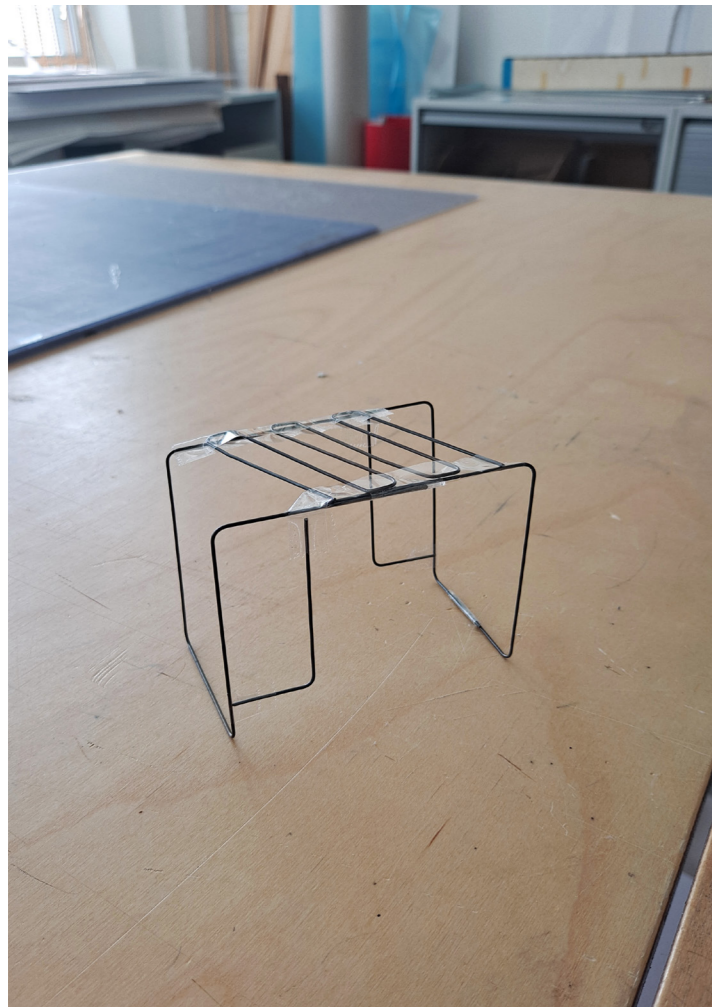
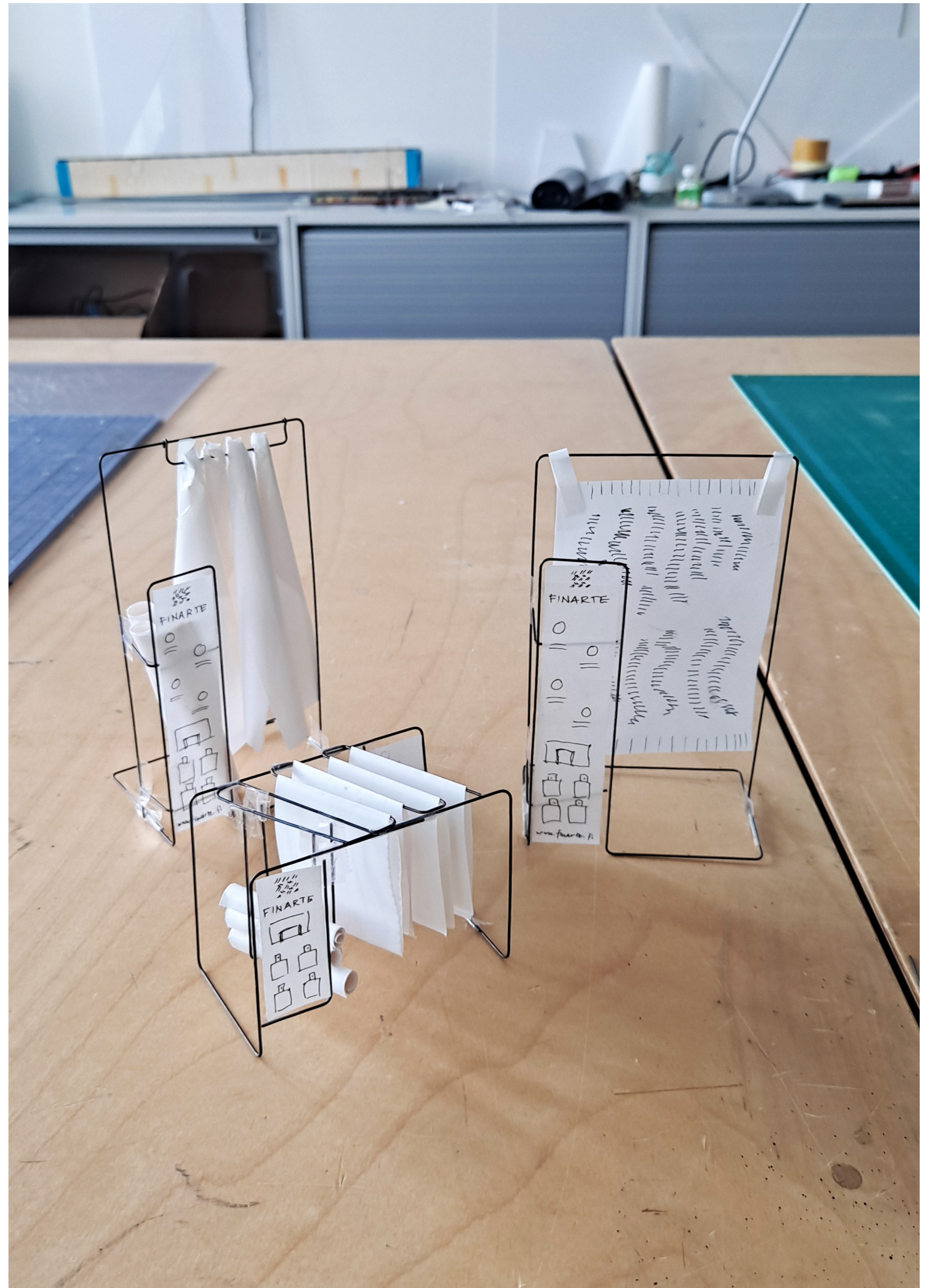
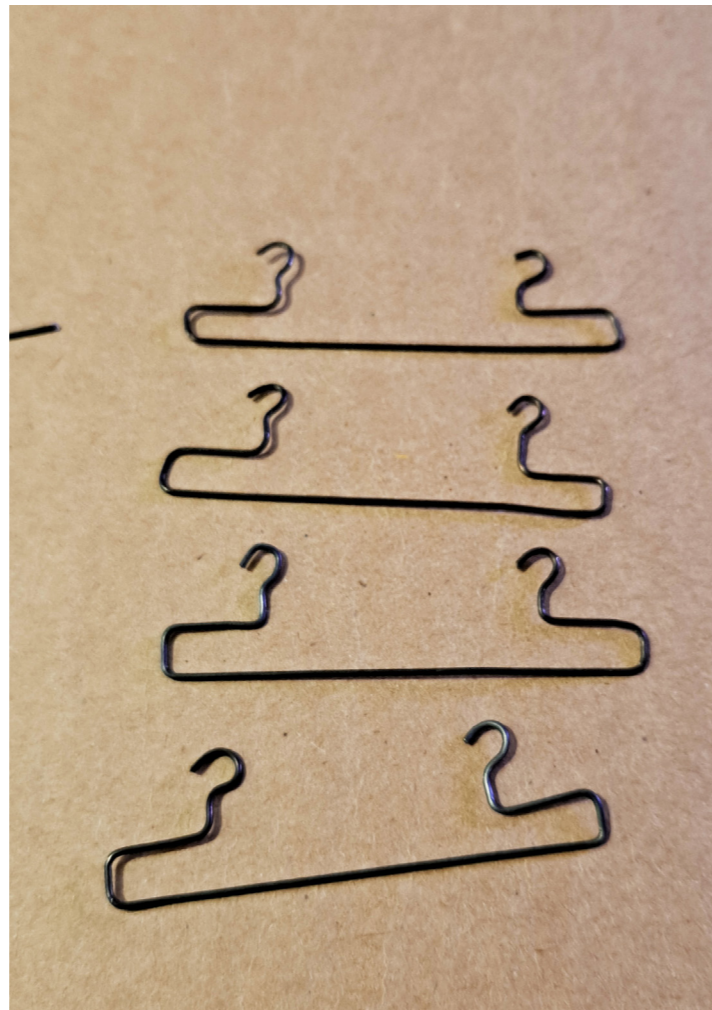
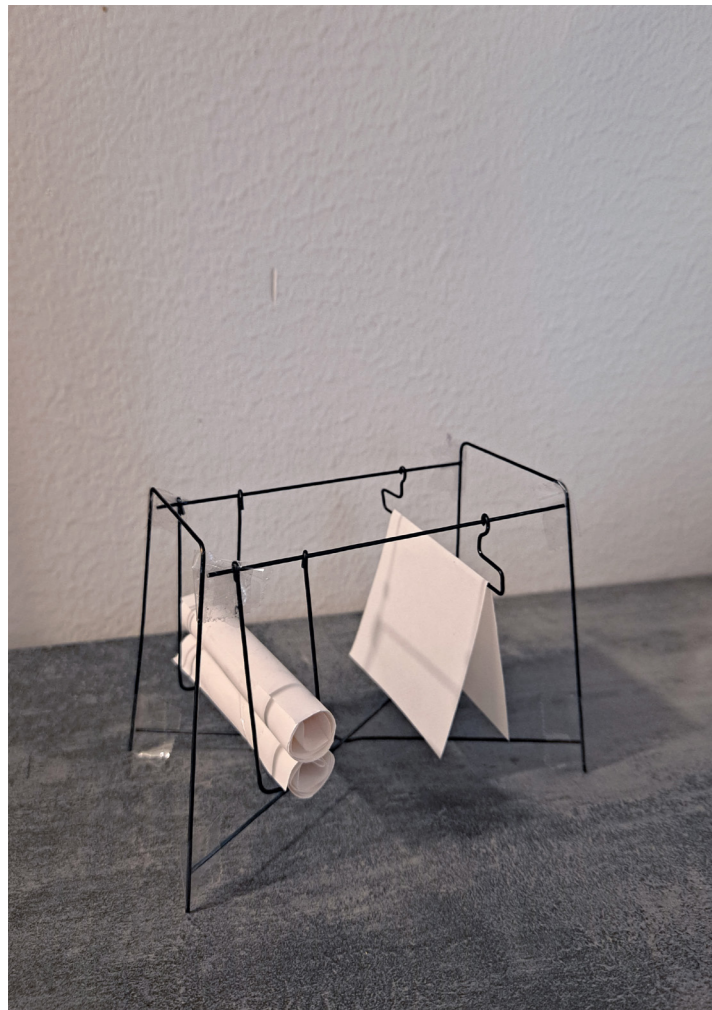
Kun kalusteiden materiaaliksi valikoitui metalli, siirryin luonnostelusta vähitellen pienoismallien tai niin sanottujen räkämallien rakentamiseen. Räkämallit ovat kuin kolmiulotteisia luonnoksia, joista voi nopealla katsauksella hahmottaa kalusteiden mittasuhteet. Niiden huomattava etu on myös se, että niitä voi tarkastella eri kulmista. Käytin malleihin pääasiassa rautalankaa, pahvia ja paperia. Rautalankaa oli miellyttävää käsitellä, ja siitä valmistetuista pienoismalleista sai käsityksen lopullisten kalusteiden putkien dimensioista ja mittasuhteista.

Pidin pienoismallityöskentelystä paljon, sillä se oli hyvin intuitiivista ja siinä hahmottuivat kalusteiden muodot ja eri osat huomattavasti luonnostelua konkreettisemmin. Pienoismallityöskentely vei nopealla tahdilla suunnitteluprosessia eteenpäin, minkä ansiosta pääsin pian sen jälkeen siirtymään kalusteiden mitoitukseen ja yksityiskohtien hiomiseen. Suunnitteluprosessi otti kussakin vaiheessa kuitenkin myös askeleita taaksepäin, ja ehdin kyseenalaistaa lähes jokaisen version, johon olin jossain vaiheessa ollut tyytyväinen.



Kuva 40 ja 41. Alkuvaiheen pienoismallityöskentelyä.





Kuva 42-46. Myymäläkalustesarjan vaiheet, pienoismallityöskentelyä.



## 5.2 Rakenteen suunnittelu

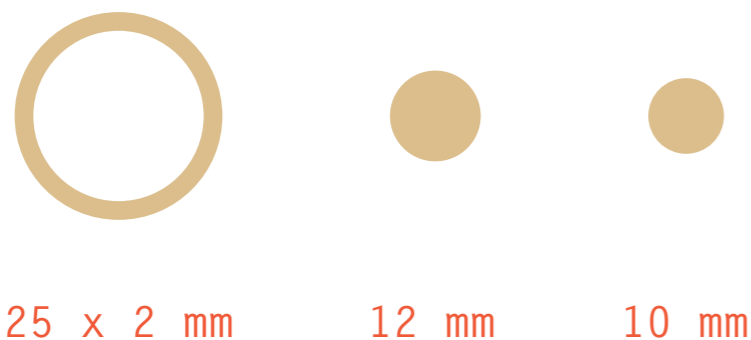
Rakenteen suunnittelussa oli kolme keskeistä näkökulmaa: rakenteen tulee kestää tuotteiden paino, sen ei tule tarvita tukea tilan seinä- tai kattorakenteista ja sen tulee olla koottava. Nämä vaatimukset olivat osittain ristiriidassa, sillä koottavuuden mahdollistavat ositukset ja liitokset heikentävät kalusteen tukevuutta. Rakenteen suunnittelu oli vahvasti mukana jo luonnostelun alkuvaiheesta lähtien, sillä en halunnut suunnitella kalusteita, jotka eivät olisi toteutettavia tai olisivat kalliita valmistaa.

Rakenteen suunnittelussa saamastani ohjauksesta oli valtava apu. Sain opinnäytetyöni ohjaajalta hyviä ja konkreettisia ratkaisuehdotuksia esimerkiksi kalusteiden ositusta ja liitoksia koskevissa ongelmissa. Ymmärryksen karttuessa myös muodon suunnittelusta tuli helpompaa, kun valmistettavuus loi tietyt puitteet muodolle, ositukselle ja dimensioille.

Koska prototyyppien valmistus koulun metallipajalla paljastui lopulta liian haastavaksi projektiksi, aloin selvittää, josko prototyyppit voisi valmistaa ammattilaisella. Yksi paja kiinnostui projektista. Kävimme puhelimitse muutamia keskusteluja suunnitelmistani. Käytyjen keskustelujen myötä selvisi, että kalusteissa käytettyjen teräsprofiilien dimensioita jouduttaisiin kasvattamaan, ja jatkoliitokset kaipaisivat lisämäärittelyä, sillä ruuvikiinnitysten toteuttaminen ohueen terästankoon voi olla haastavaa.

Vaikka suunnitelmani olisivat pienillä muutoksilla olleet toteutettavia, eivät kalusteet sellaiseenaan olisi olleet kustannustehokkaita sarjavalmisteisina. Niinpä tein päätöksen jättää prototyyppit pois opinnäytetyöstä, sillä halusin, että suunnitelmani olisivat tarkemmin määriteltyjä ennen prototyyppien valmistusta. Opinnäytetyön aikataulu ei kuitenkaan enää mahdollistanut suunnitelmien tarkentamista sarjavalmisteisten kalusteiden valmistusta vaativalle tasolle. Esitelen kalusteiden rakenteen tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

Tieto prototyypin valmistuksesta kuitenkin ohjasi suunnittelua konkreettisempaan suuntaan, minkä ansiosta koen, että opin valtavasti uutta irtokalusteiden valmistuksesta. Vaikka opinnäytetyöprosessi oli erilainen kuin kuvittelin, olen tyytyväinen siihen, miten paljon uutta tietoa prosessin aikana kertyi. Koen, että sain hyödyllistä tietoa projektin jatkoa ajatellen, vaikka prototyypeistä olisikin voinut helposti todentaa esimerkiksi tukevuuteen ja mittasuhteisiin liittyviä seikkoja.



Kuva 39. Valitut profiilien dimensiot (1:1) kalusteiden sävyssä RAL 1001.

### Materiaalin valinta

Aluksi ajatuksena oli valmistaa myymäläkalusteet puusta, sillä Finarte on käyttänyt puuta oman myymälänsä esillepanoissa, ja se sopii yritysilmeeseen ja yrityksen suomalaisuuteen. Kuitenkin muodon kehittyessä metalli alkoi tuntumaan luontevammalta materiaalilta, ja se sopisi maalattuna yrityksen ilmeeseen. Koska tuotteiden on tarkoitus olla pääosassa, sopi metalli kalusteisiin paremmin myös sen vuoksi, että se sallii ohuempien dimensioiden käytön.

Suunnittelu alkoi kalusteiden hahmon suunnittelusta. Vaikka materiaalina oli aluksi puu, huomasin suunnittelevani kalusteita, jotka olisi luontevampaa toteuttaa metallista. Sarjavalmisteiset myymäläkalusteet ovat usein metallisia, kenties kestävyys ja kevyemmän visuaalisen ilmeen vuoksi.

Puun vaatimat työstöt sekä sen eläminen tuntuivat haastavilta, ja alkoi vaikuttamaan siltä, että kalusteet olisivat kalliita valmistaa sarjavalmisteisesti. Myös puukalusteisiin tehtävät liitokset tuottivat päänvaivaa, ja kestävyys ja koottavuuden näkökulmasta metalli tuntui hyvältä ratkaisulta. Pintakäsittelyksi valikoitui pulverimaalaus RAL 1001 -sävyllä, sillä beige on ollut pitkään Finarten brändiväri. Ohut ja vaalea metallirunko ei veisi juurikaan huomiota tuotteilta, ja se olisi tukevampi ja kestävämpi valinta myymäläympäristöön. Metallin valinta ratkaisi myös koottavuuteen liittyviä ongelmia, sillä kalusteet voidaan jakaa harvempaan osaan taivutusten ansiosta.

Lopulta päädyin runkomateriaalin valinnassa teräkseen, koska se on rakenteellisesti kestävä, hieman joustava, helposti muovautuva sekä mahdollistaa monenlaiset muodot ja liitokset. Valitun putken dimensiot ovat 25 x 2 mm, jossa 25 on putken halkaisija ja 2 sen seinämävahvuus. Lisäksi ka-

lusteissa on käytetty umpinaista tankoa 12 ja 10 mm paksuisena. Teräsprofiilien lisäksi kalusteissa on vanerilevyä, joka toimii alustana yrityksestä kertovalle tekstille sekä mallipalojen kiinnitykselle.

Kalusteissa on käytetty teräsputkea ja terästankoa, joiden dimensiot vaihtelevat. Kalusteissa käytetyt teräsprofiilit on valikoitu kestävyys ja visuaalisen ilmeen perusteella. Samanpaksuinen profiili voi näyttää paksulta tai ohuelta riippuen käyttökohteesta.

Teräksellä tarkoitetaan raudan ja hiilen sekoitusta, jossa hiilen osuus on maksimissaan 2,1 %. Teräksen tyypilliseen koostumukseen lisätyllä aineella voidaan vaikuttaa tiettyyn teräksen ominaisuuteen, kuten lujuuteen. Tällöin puhutaan erikoisteräksestä. (Total Materia 2021.)

Teräs on kierrätetyin materiaali maailmassa. Terästä voidaan kierrättää lähes loputtomasti, sillä kierrättäminen ei juuri heikennä sen ominaisuuksia. Teräs kestää hyvin käyttöä, joten se on ekologinen myös pitkän käyttöikänsä vuoksi. (SSAB 2021.)

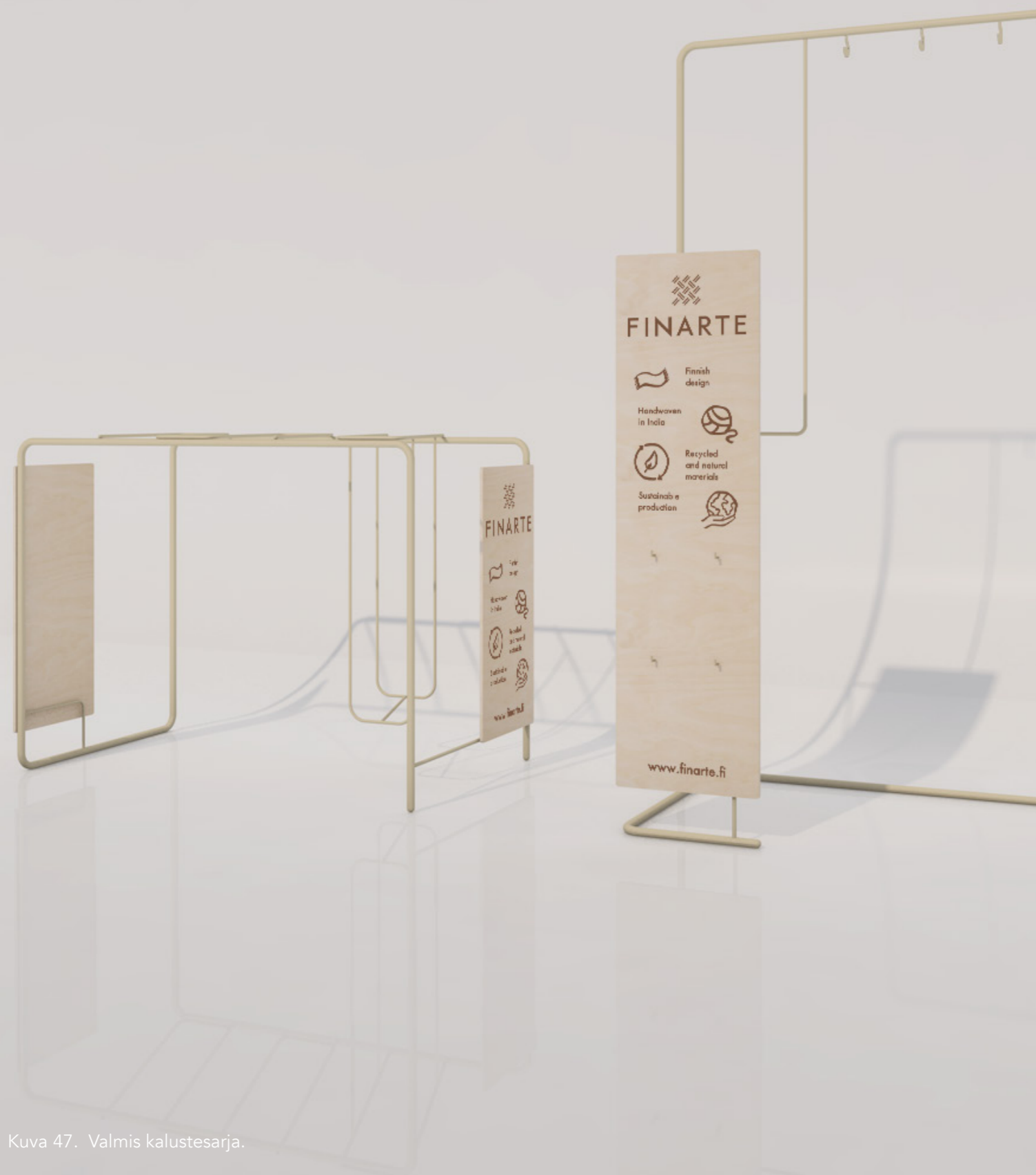
Teräsputkista ja -tangoista on saatavilla useita eri dimensioita ja profiileja. Maksimimita tangoille ja putkille on kuusi metriä, mikä on pitänyt ottaa huomioon suunnittelussa. (Tibnor 2021.) Suunnanvaihdokset teräsrakenteisissa kalusteissa voidaan toteuttaa joko taivuttamalla tai hitsaamalla kappaleita yhteen. Suosin myymäläkalusteissa teräsputken taivutusta, sillä se tuntui hyvältä vaihtoehdolta ylimääräisille liitoskohdille.



## 6 LOPPUTULOS

Opinnäytetyön lopputulos on kaksiosaisen teräsprofiilirakenteisen shop-in-shop-myymääläkalustesarjan suunnitelma, jossa on huomioitu yrityksen toivomien ominaisuuksien lisäksi kalusteiden valmistustekniset ja rakenteelliset vaatimukset kestävyuden ja koottavuuden näkökulmista. Tässä kappaleessa esittelen suunnitteluprosessin tulokset. Havainnollistan kalusteiden visuaalista ilmettä ja esittelen niiden toiminnot. Lisäksi esitän päämitat, joista ilmenevät kalusteiden sekä niissä käytettyjen materiaalien dimensiot. Olen visualisoinut myymäläkalustesarjan erilaisissa myymälätiloissa havainnollistaakseni kalusteiden erilaisia käyttötapoja ja -ympäristöjä.

Suunnitteluprosessin aikana tuli useita haasteita vastaan, ja lopulta prototyyppien valmistuksesta jouduttiin luopumaan aikataulusyistä. Prosessin aikana ilmeni useita ristiriitaisuuksia kalusteiden vaatimuksissa, jotka toivat suuria haasteita suunnitteluun. Lopputulos on kalustesarjan suunnitelma, jossa olen huomionnut yrityksen toiveet ja ohjaavat näkökulmat parhaani mukaan. Kustannustehokkuuden näkökulmasta kalusteita joudutaan vielä muokkaamaan ennen tuotantoa, sillä sarjavalmisteisissa kalusteissa mahdollisten erikoistyötojen kustannukset saattavat nousta korkeiksi.



Kuva 47. Valmis kalustesarja.





### Kaluste 1

lattiapinta-ala 1,35 m<sup>2</sup>, korkeus 2500 mm

Kaluste 1 on korkea rekkimäinen kaluste, johon 140 x 200 senttimetrin kokoiset matot ripustetaan yhdestä kulmasta. Vaihtoehtoisesti kalusteeseen voidaan myös ripustaa vain yksi kyseistä kokoa oleva matto yläkulmista. Matot ripustetaan kalusteeseen samankaltaisilla nahkaremmeillä, jotka ovat Finarte Concept Storella käytössä. Remmit ovat satulanahkaa, ja ne kiinnitetään nahkanauhalla, joka pujotetaan sekä maton että remmissä olevien reikien läpi. Kalusteen runko on 25 x 2 mm teräsputkea. Kaluste 1 mahdollistaa neljän maton esillepanon, minkä lisäksi vanerisen kyltin takana on säilytystilaa mattorullilla. Rullat voivat olla isompia kuin ripustettavat matot, kuitenkin maksimissaan 170 x 240 senttimetriä. Vanerinen kyltti ruuvataan teräsputkeen taustapuolelta. Kyltissä on Finarten logo ja verkkosivujen osoite, yrityksestä kertovat ikonit ja tekstit, sekä koukut mattojen mallipaloille.

Kalusteen suunnittelussa on huomioitu erityisesti tukevuus, sillä se on korkeussuunnassa suuri – 2500 mm. Kalusteessa roikkuvien mattojen paino suuntautuu alaspäin, mutta niiden katselu saattaa kohdistaa hieman räsytystä kalusteeseen. Lisäksi mattorullat nojaavat vain yhteen suuntaan.



## Kaluste 2

lattiapinta-ala 1,44 m<sup>2</sup>, korkeus 1200 mm

Kaluste 2:n esillepano on suunniteltu maksimissaan 90 senttimetrin levyisille matoille. Mattojen pituus voi olla 150 tai 200 senttimetriä. Suurin osa kyseisen koon matoista on puuvillaräsymattoja. Matot riipustetaan kaksinkerroin vaakatangojen varaan. Vaakatangot on asetettu kulmaan, jotta matot näkyvät myös suoraan edestä katsottuna ja jotta ne eivät peitä toisiaan kokonaan. Kalusteen vanerikylteissä on samat toiminnot kuin Kaluste 1:ssä, mutta ne on jaettu kahteen osaan kalusteen eri puolille kalusteen korkeuden vuoksi.

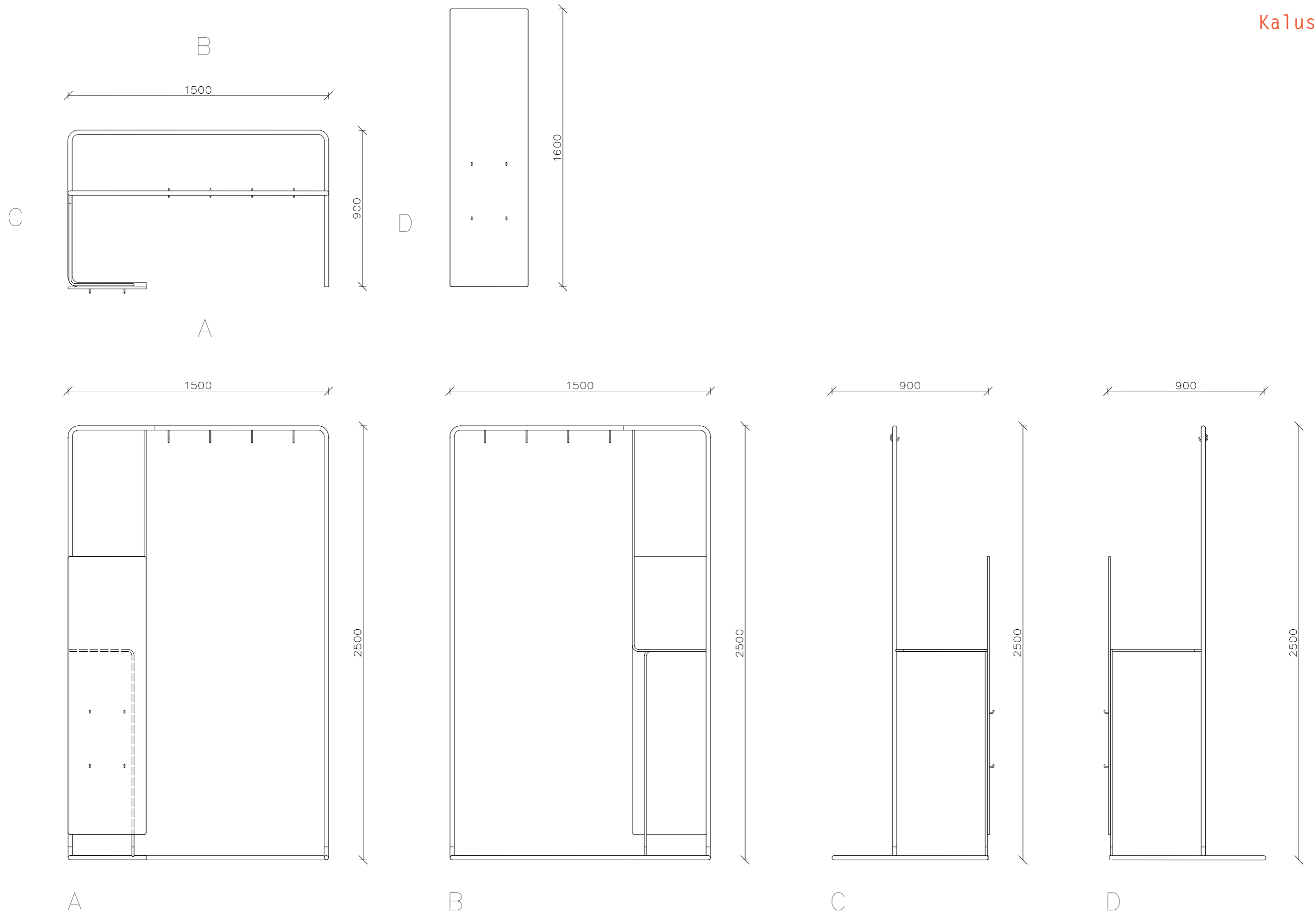
Esillepanon lisäksi kalusteessa on säilytystilaa monen kokoisille matoille. Säilytyksessä olevat matot voivat olla leveydeltään mitä vain 60 ja 100 senttimetrin väliltä ja pituudeltaan ne voivat olla jopa kolme metriä. Myös säilytyksessä olevat rullat ovat hyvin esillä kalusteessa, ja Kaluste 2:ssa esiteltävien mallien kuviot ovat useimmiten nähtävissä kokonaisuudessaan ilman, että rullaa tarvitsee avata. Kaluste 2:n korkeus on 1200 mm. Yrityksen toiveena oli, että matalampi kaluste toimisi hyvin myös laskutasona tuotteille, kun niitä esitellään asiakkaalle. Matalampaa en kuitenkaan kalusteesta halunnut tehdä, sillä silloin matot olisivat esillepanon kannalta liian matalalla ja niitä olisi vaikea tarkastella läheltä poistamatta niitä kalusteesta.

Molemmissa kalusteissa on huomioitu siivottavuus, sillä tekstiileistä irtoaa kuituja. Kalusteiden alta on helppo siivota, sillä Kaluste 1:n tukijalka ei ole umpinainen kehä ja Kaluste 2:n alle jää runsaasti tilaa siivousvälineille.

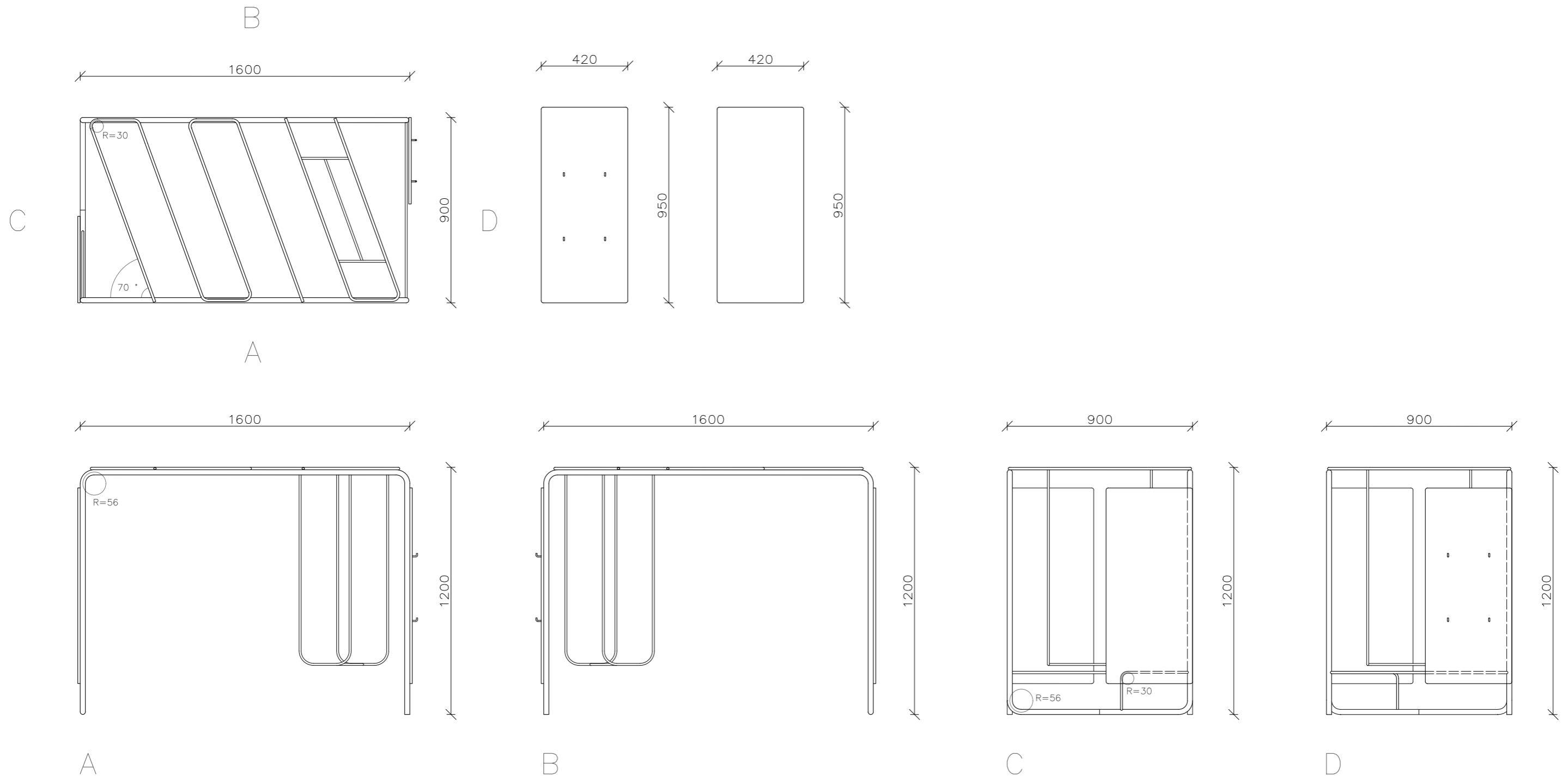


Kuva 49. Kaluste 2, visualisointi.





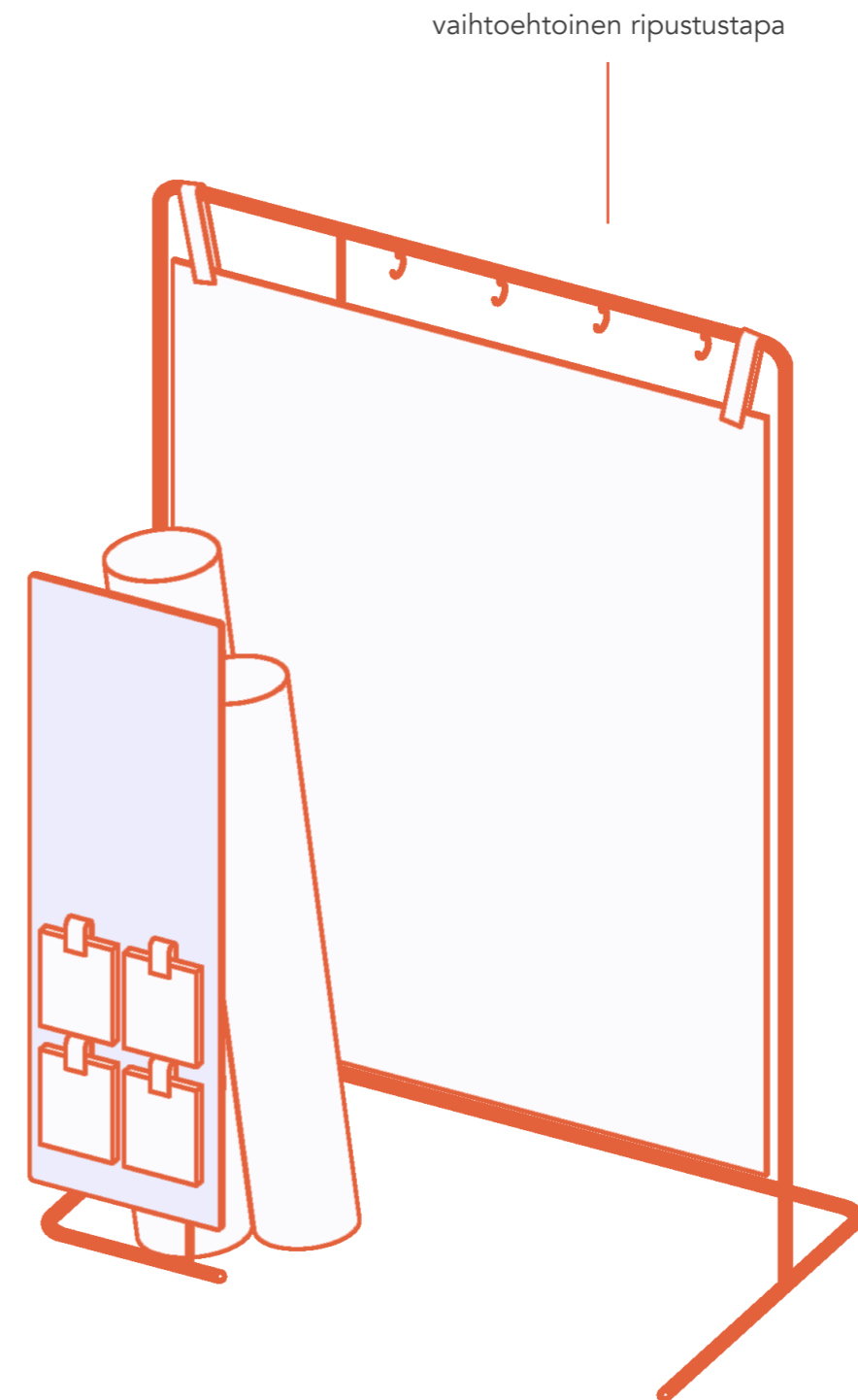
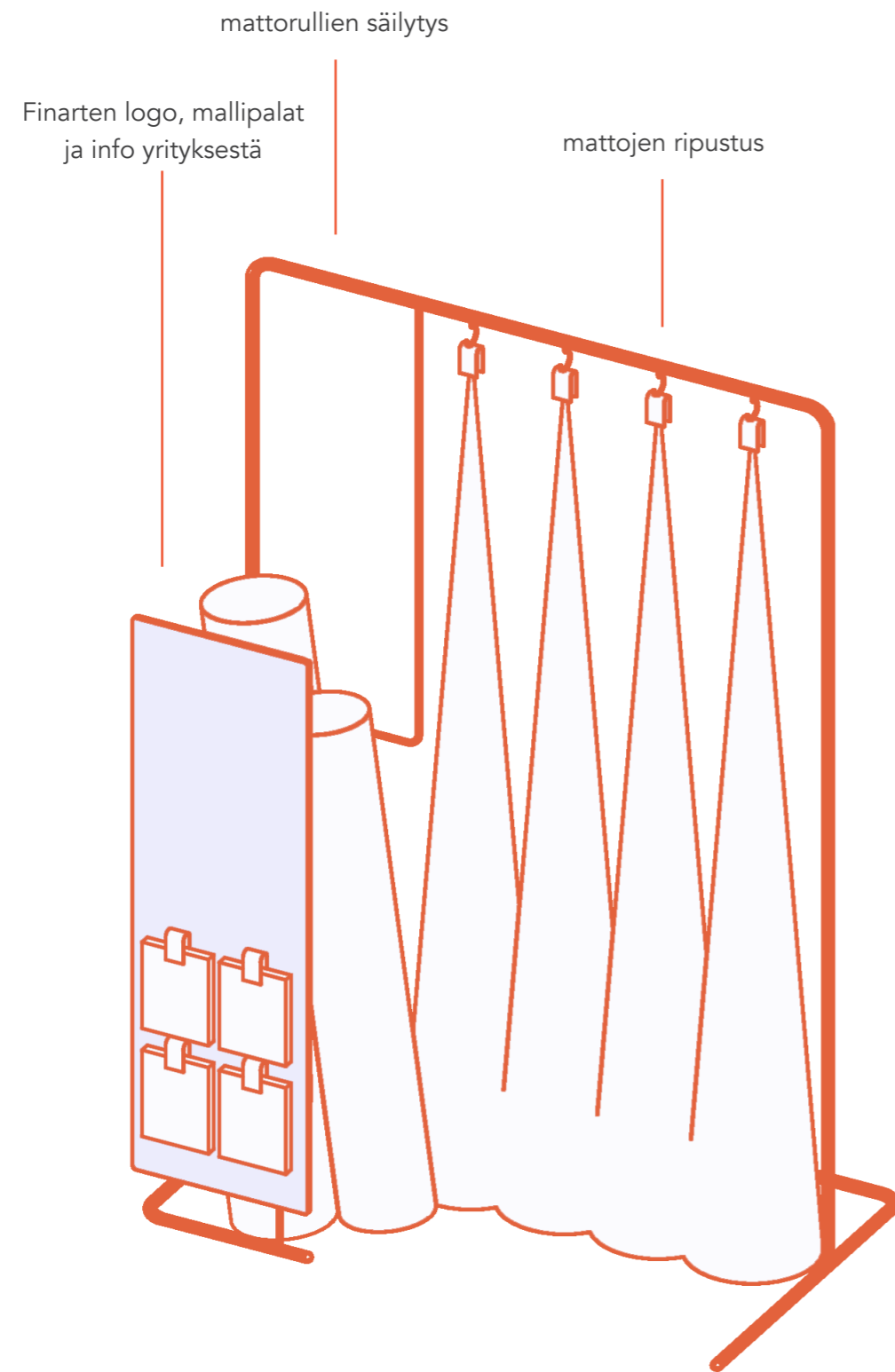




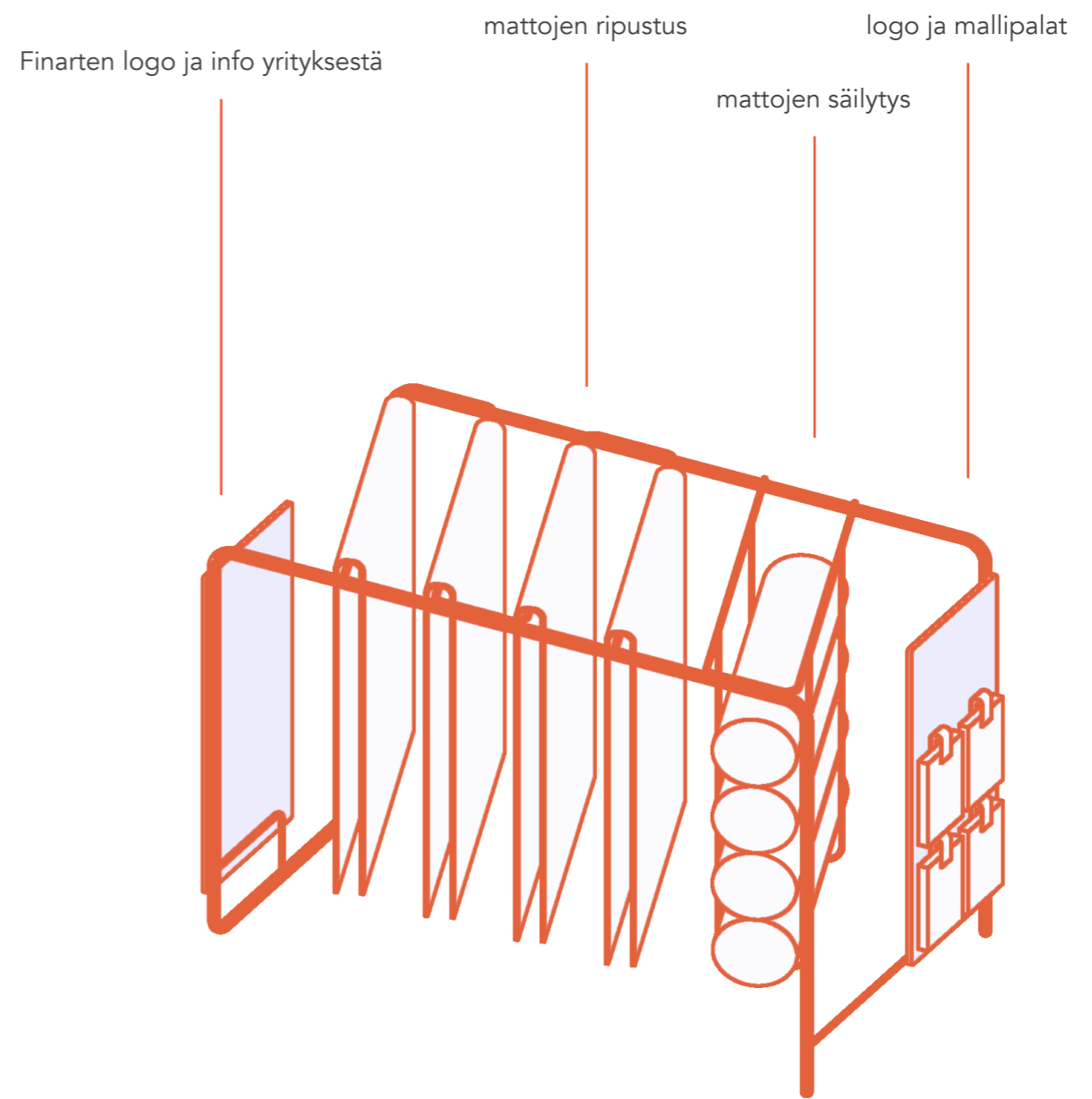


## Myymäläkalustesarjan toiminnot

Kaluste 1

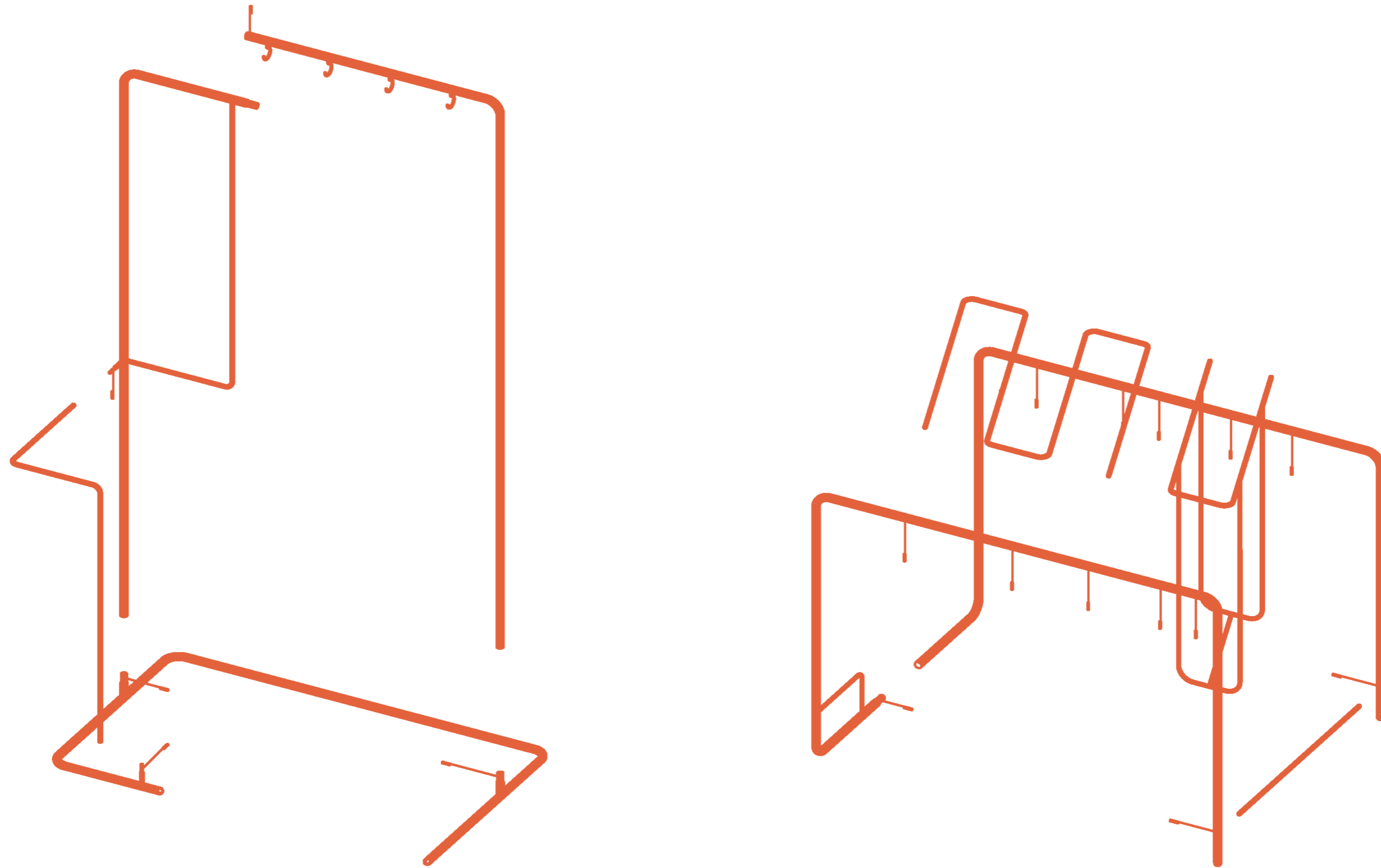






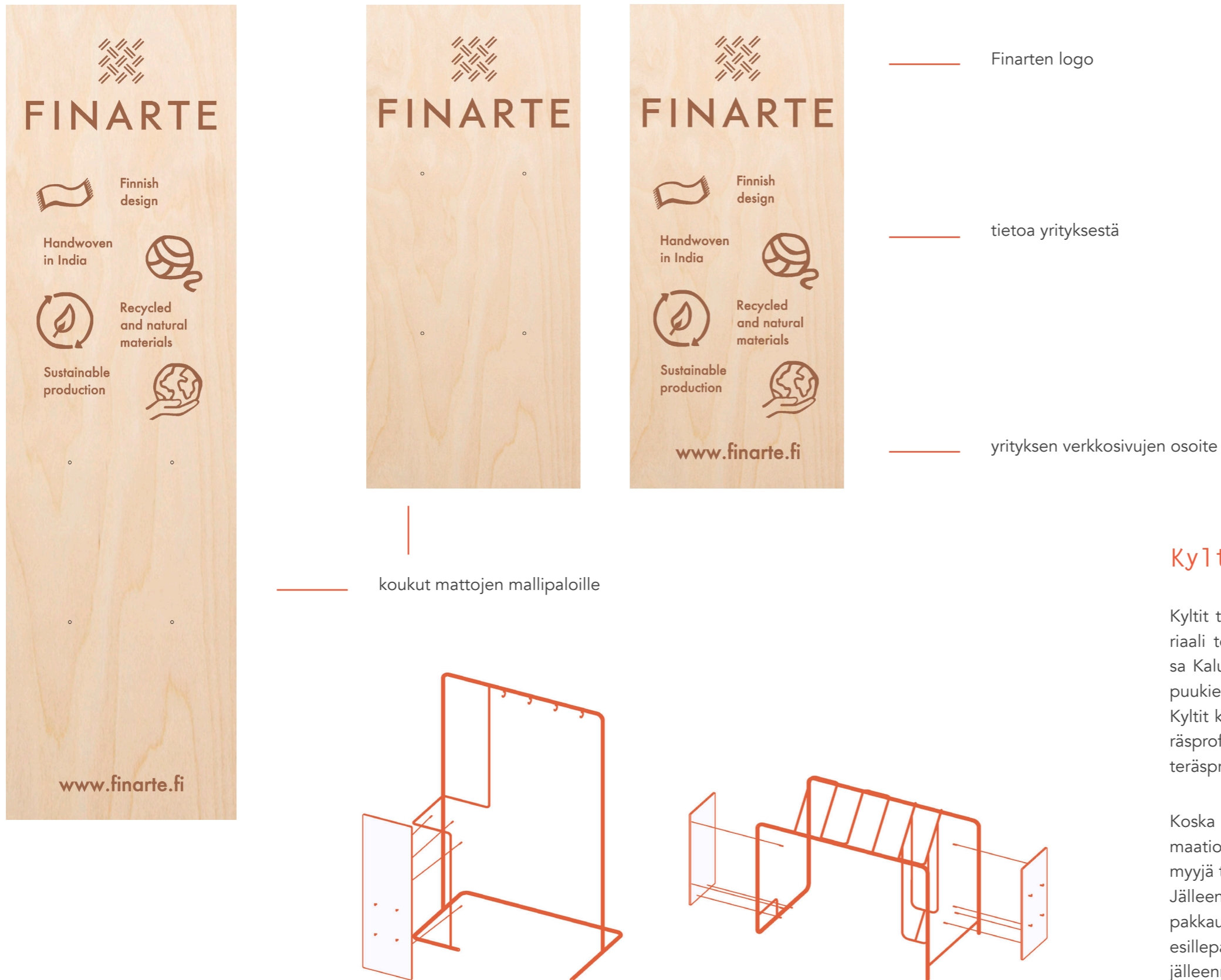


## Myymäläkalusteiden ositus



Kuva 55. Kalusteiden ositus ja kiinnitysruuvien sijoittelu, aksonometria.





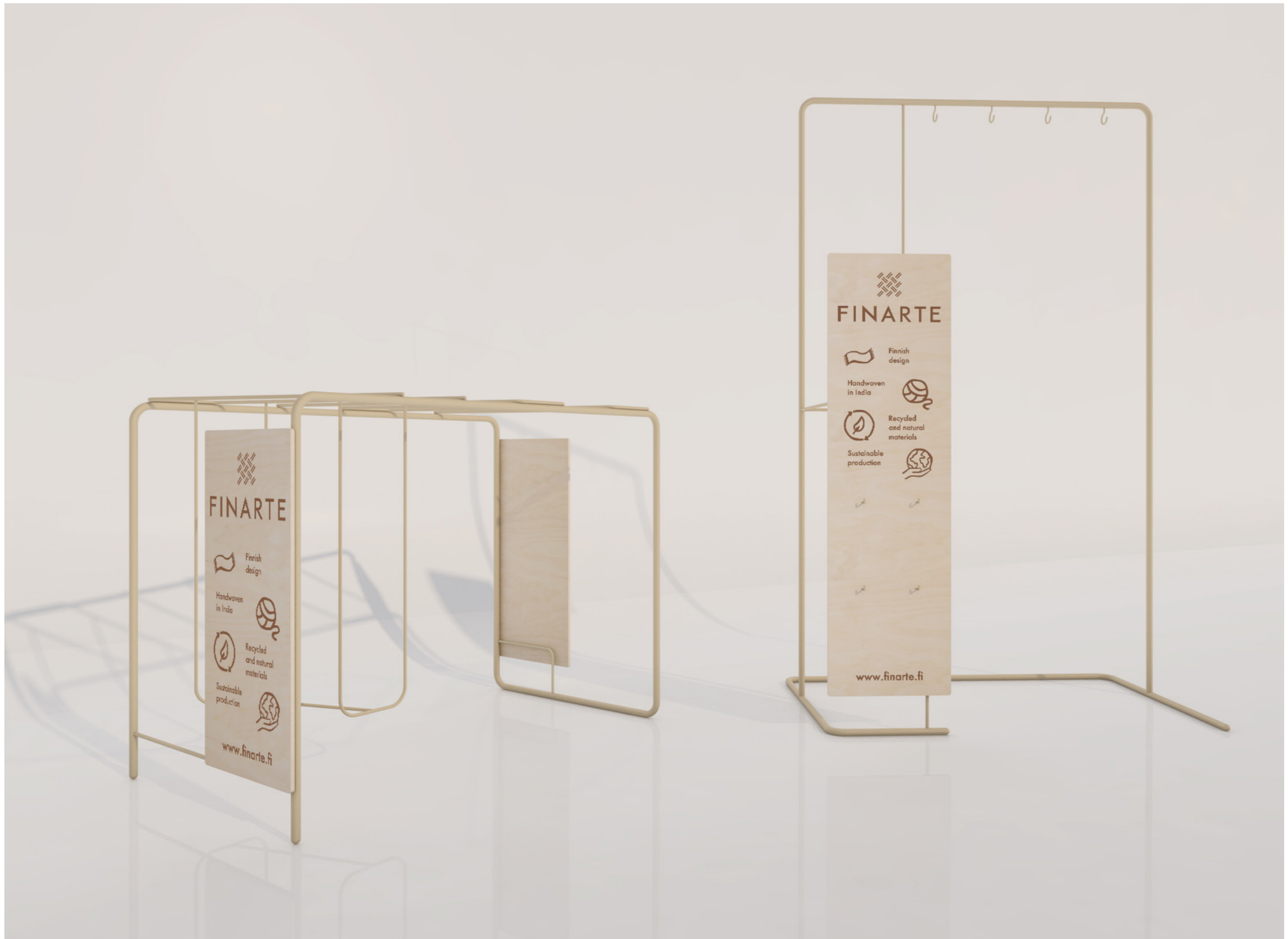
Kuva 59. Vanerikyyltit, kiinnitys.

## Kyltit

Kyltit toteutetaan viilutetulle havuvanerilevyille. Graafinen materiaali toteutetaan tulostamalla. Kaluste 1:n kyltissä sekä toisessa Kaluste 2:n kyltissä on neljä kappaletta L-koukkuja, joissa on puukierteet. Koukkuihin ripustetaan Finarten mattojen mallipalat. Kyltit kiinnitetään kalusteisiin ruuveilla, joita varten kalusteen teräsprofiileihin on porattava reiät. Kukin kyltti kiinnitetään kahteen teräsprofiiliin pysty- ja vaakasuunnassa.

Koska kahden kalusteen kyltit sisältävät keskenään saman informaation, voidaan Kaluste 2:sta jättää kyltit pois, mikäli jälleenmyyjä tilaa molemmat kalusteet ja ne asetetaan tilassa lähekkäin. Jälleenmyyjä voi ilmoittaa tilauksen yhteydessä, haluaako hän pakkaukseen myös toisen kalusteen kyltit. Jos kyltit jättää pois, on esillepano ilmavampi ja matot ovat paremmin näkyvissä. Toisaalta jälleenmyyjä saattaa haluta laittaa mallipaloja enemmän esille.



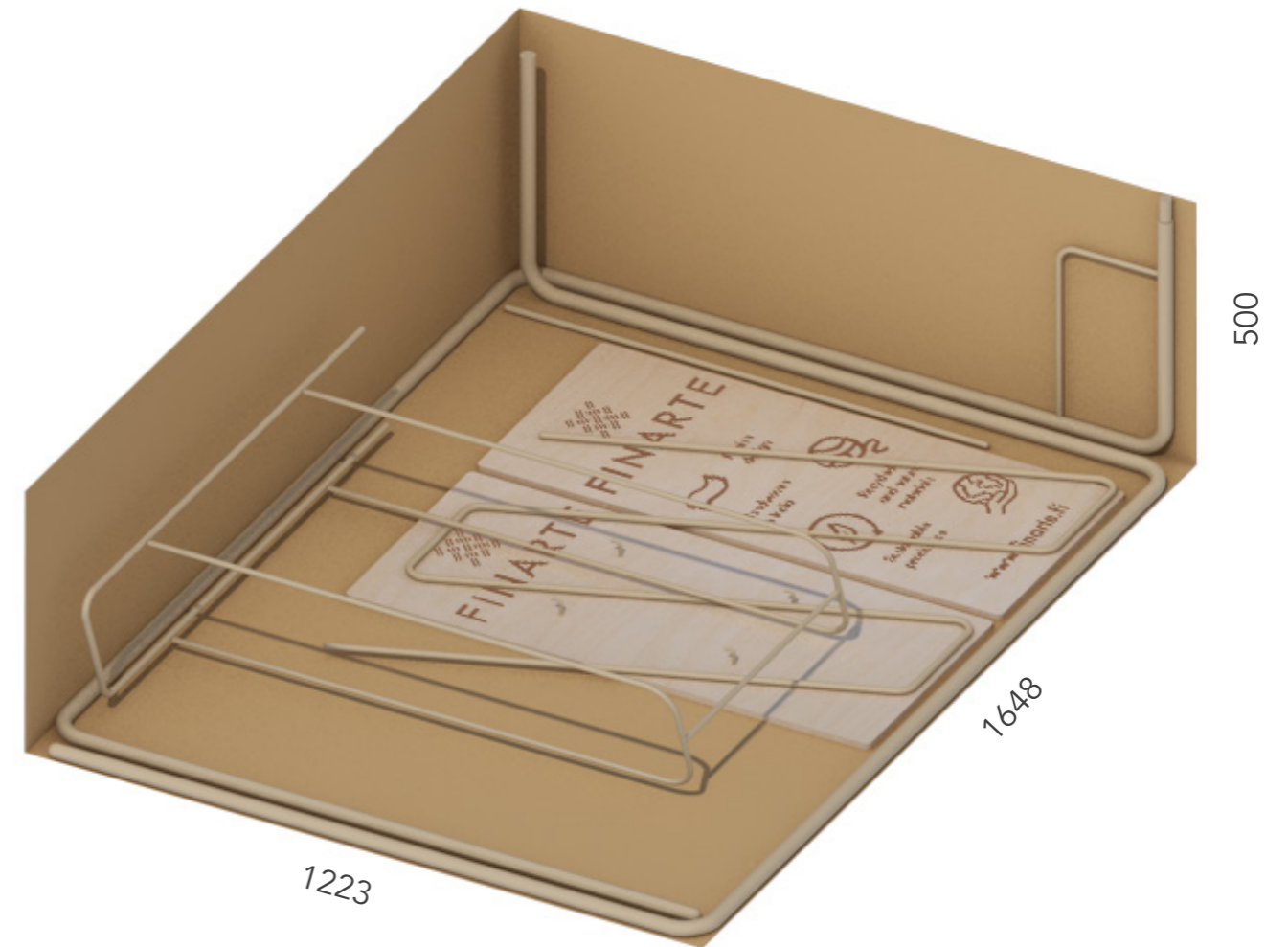
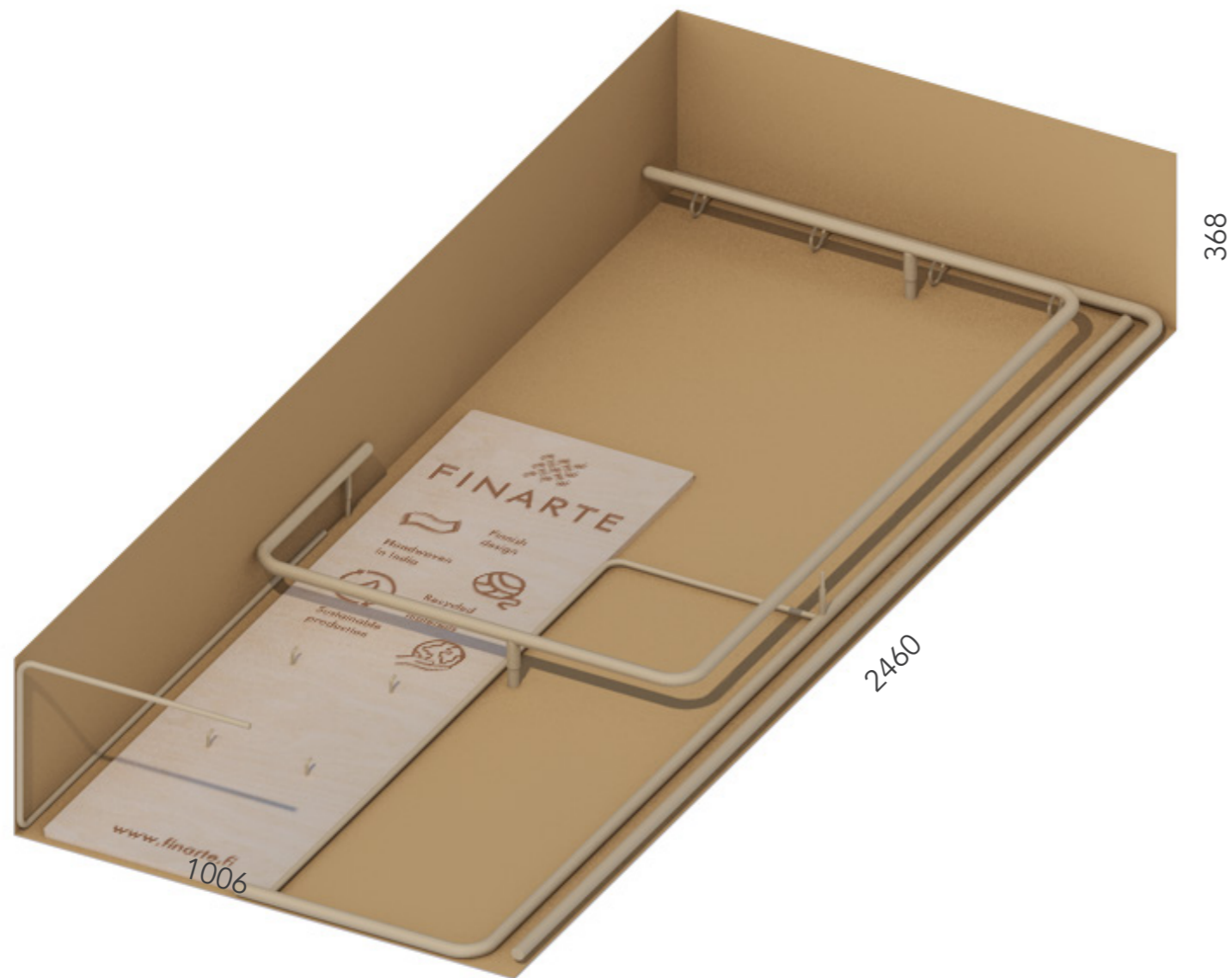


Kuva 60. Valmis myymäläkalustesarja.



## Pakkaukset

Kuvat havainnollistavat hypoteettisia pakkauksia suunnitelmassa esitetyille kalusteiden osille. Pakkauksen on toivottu olevan kevyt tai kompakti. Kuvissa ilmoitetut mitat ovat pakkausten minimimittoja. Kaluste 1 ja 2 pakataan erillisiin pakkauksiin. Kalusteiden osien lisäksi pakkauksessa lähetetään mattojen mallipalat, kiinnitysruuvit ja mahdolliset työkalut sekä kokoamisohjeet. Pakkauksiin jäävä hukkatila voitaisiin hyödyntää esimerkiksi tuotteiden postitukseen. Kalusteita voitaisiin vaihtoehtoisesti osittaa lisää, mutta profiilien katkaisu heikentää rakenteen tukevuutta.





## 6.2 Kalusteet tilassa

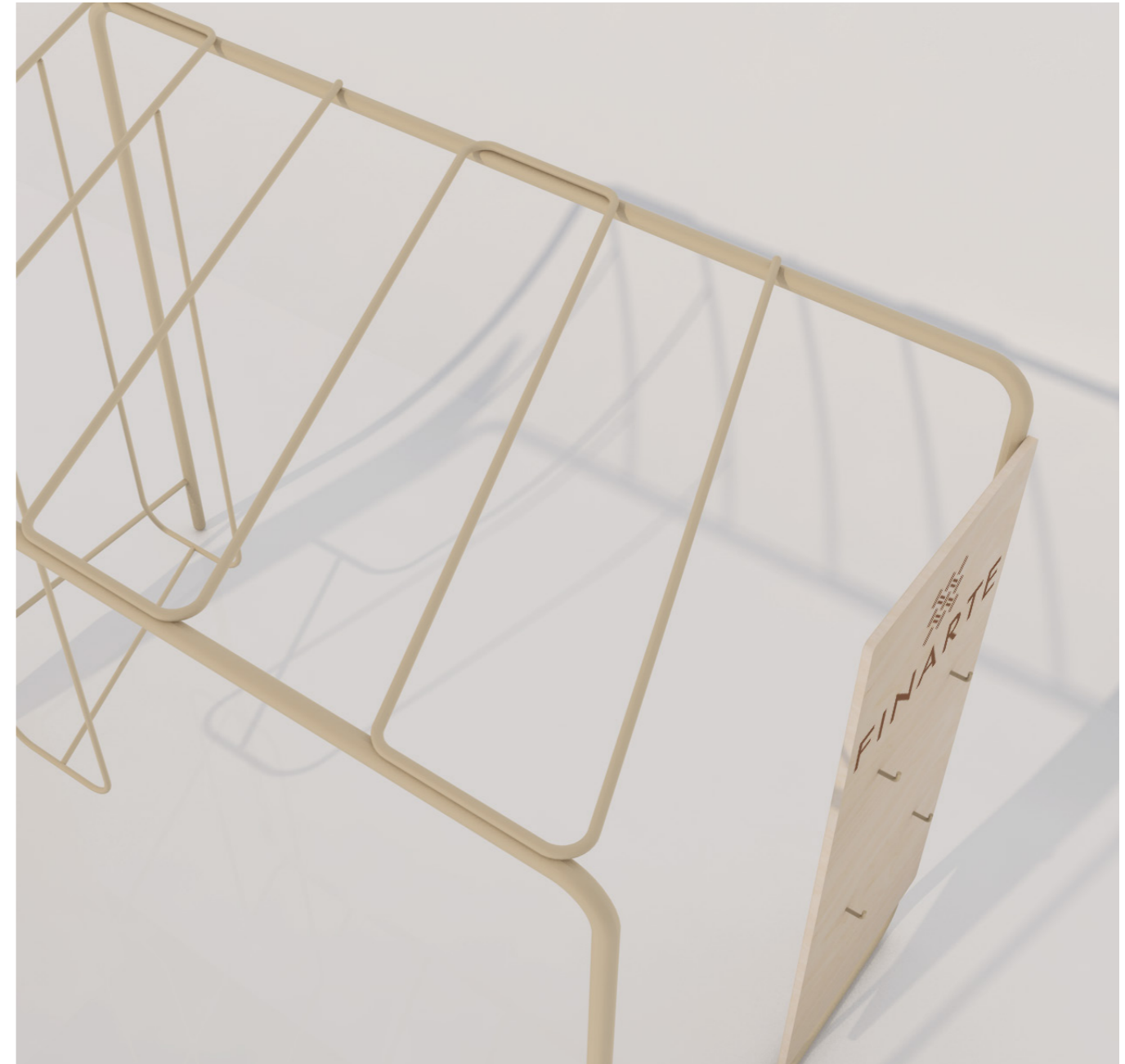


Kuva 62. Myymäläkalustesarja visualisoituna myymälätilassa.





Kuva 63. Kaluste 2 visualisoituna myymälätilassa.



Kuva 64. Kaluste 2, yksityiskohta.





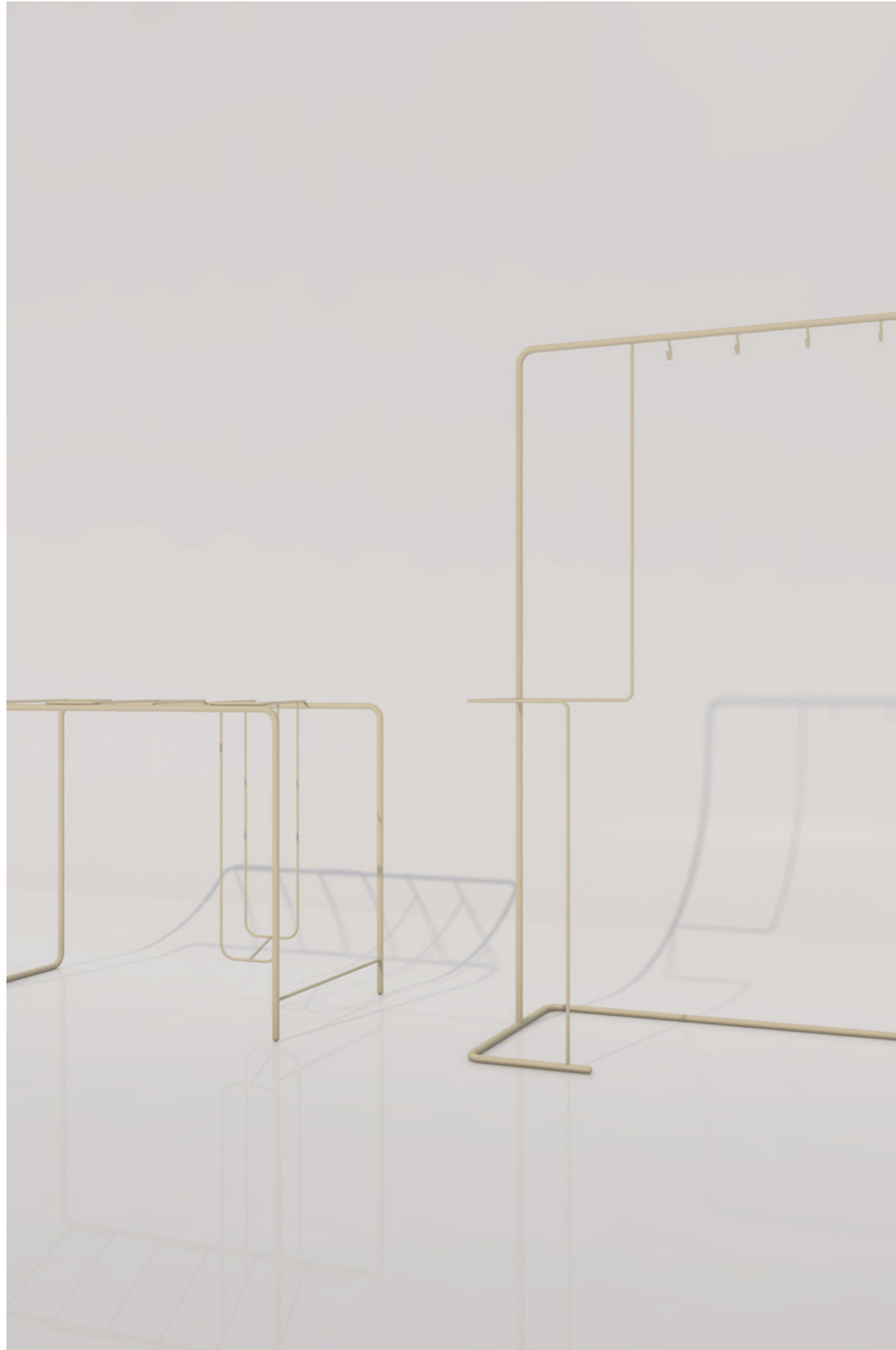
Kuva 65. Myymäläkalustesarja visualisoituna myymälätilassa.





Kuva 66. Myymäläkalustesarja visualisoituna myymälätilassa.





Kuva 67. Myymäläkalustesarja, teräsprofiilien muoto.



Kuva 68. Myymäläkalustesarja visualisoituna myymälätilassa.



# 7 YHTEENVETO

## 7.1 Jatkokehittely

Myymäläkalustesarjan suunnittelu jatkuu opinnäytetyöprosessin jälkeen. Nautin toteutettavan projektin rajaavista tekijöistä ja niiden tuomista haasteista, mutta ongelmat tulivat vastaan idean ja konseptin saattamisessa valmistettaviksi ja rakenteellisesti kestäviksi sarjavalmistetuiksi kalusteiksi. Huomasin suunnitteluprosessin aikana, että kalustesarjan vaatimukset olivat osittain ristiriidassa, ja tuotevalikoiman paino- ja koko-ominaisuudet asettivat valtavia vaatimuksia kalusteiden rakenteellisille tarpeille, jotka taas kärsivät kalusteiden osituksesta.

Jatkokehittelyvaiheessa keskustelen Finarten kanssa havainnoistani suunnitteluprosessin aikana, mikä jälkeen myymäläkalustesuunnitelmaan tehdään tarvittavat muutokset. Koen, että esimerkiksi tukevuutta on kehitettävä koottavuuden kustannuksella. Mielestäni tukevuus on koottavuutta ratkaisevampi, kun kyse on painavista ja suurista tuotteista. Sen vuoksi suosisin joko myymälän rakenteiden hyödyntämistä kalusteiden tukemisessa tai kalusteiden postittamista suurempina kokonaisuuksina, jolloin pakkauksen tilavuutta joudutaan kasvattamaan. Toisin sanoen on valittava kompaktin ja kevyen pakkauksen tai stand-alone-rakenteen väliltä.

Kalusteiden on toivottu olevan koottavia, jotta lähetyskustannukset pysyvät maltillisina. Koottavuus kuitenkin vaatii työstöjä, jotka ovat kalliimpia kuin esimerkiksi kiinteät hitsatut liitokset. Kalusteita on niiden koon vuoksi hyvä osittaa hieman, jotta niitä on helpompi käsitellä ja niiden kuljetus tilaan onnistuu, mutta osien määrä kannattaisi minimoida kustannustehokkuuden ja tukevuuden näkökulmasta.

Lisäksi arvioisin uudelleen, onko lisämateriaalia tarpeellista sisällyttää kalusteisiin, vai voisiko ne eriyttää omaksi kalusteekseen esimerkiksi a-standin muodossa, jotta itse tuotteet saisivat kalusteissa enemmän tilaa ja esillepanot olisivat ilmavampia. Kylttien poistaminen ei välttämättä vaatisi muutoksia kalusteiden teräsrakenteeseen, ja kokoamisvaiheessa säästyttäisiin niiden kiinnittämiseltä. Jos lisämateriaalit olisivat erillisessä kalusteessa, täytyisi kaikkiin kalustesarjan elementteihin sisällyttää toisella tapaa Finarten logo, jotta kalusteita käytettäisiin ainoastaan Finarten tuotteille.

Vaikka projektin aikana tuli vastaan paljon haasteita koen, että sain suunnitteluprosessin aikana valtavasti uutta ja konkreettista pohjatietoa rakenteellisista ja valmistusteknisistä vaatimuksista, mitä voin hyödyntää kalustesuunnitelman jatkokehittämisessä opinnäytetyöprosessin jälkeen sekä mahdollisissa tulevilla projekteilla. Uuden tiedon myötä lopullisen kalustesarjan ulkoilme ja toiminnalliset ominaisuudet saattavat muuttua jonkin verran. Opinnäytetyöni lopputulos on myymäläkalustesarjan suunnitelma, jossa on huomioitu kalusteiden rakenne sekä yrityksen esittämät toiveet kalusteiden toiminnallisista ominaisuuksista ja visuaalisesta ilmeestä.



## 7.2 Johtopäätökset

Suunnitteluprosessi oli erittäin opettavainen ja koen, että sarjavalmistesteiden irtokalusteiden tuotantoprosessi konkretisoitui tehtävän myötä erittäin paljon, kuten olin toivonutkin. Koska kyseessä oli toteutettavaksi suunniteltu projekti, asetti se suuria vaatimuksia sekä kalusteiden toimivuudelle että suunnitelmien valmiusasteelle. Käytin valtavan osan ajasta suunnitteluun – niin muodon kuin rakenteen ja valmistettavuuden näkökulmista. Onnistuin kuitenkin mielestäni huomioimaan yrityksen toiveet ja koen olevani tyytyväinen prosessiin ja lopputulokseen, vaikka tiedostan, että kalusteet vaativat vielä jatkokehittelyä ennen varsinaista tuotantoa. Kehityin prosessin aikana suunnittelijana ja opin omasta suunnitteluprosessistani paljon. Mielestäni suunnitelmassa näkyy kädenjälkeni.

En ehtinyt valmistaa tai valmistuttaa prototyyppejä suunnitelmien pohjalta, kuten alun perin oli tarkoitus. Koen kuitenkin, että tieto niiden mahdollisesta valmistuksesta ohjasi suunnittelua käytännölläisempään suuntaan, sillä jouduin ottamaan kalusteiden valmistustekniset seikat tarkasti huomioon. Suunnitelman mukaiset kalusteet olisivat sellaisenaan toteutettavia yksittäiskappaleina, mutta niitä on hiottava vielä sarjavalmistuksen näkökulmasta kustannusteknisistä syistä. Prototyyppien valmistus tämänhetkisten suunnitelmien pohjalta ei olisi tuntunut taloudellisesti kannattavalta, sillä kalusteiden yksityiskohdat vaativat hieman tarkempaa määrittelyä ennen tuotantoa.

Koska kyseessä on opinnäytetyöni, asetin itselleni myös ankarat vaatimukset kalustesarjan visuaalisen ilmeen suhteen, sillä halusin, että ne olisivat kiinnostavia myös ilman tuotteita. Yritin hioa suunnitelmat siihen pisteeseen, että prototyypit voisi valmistaa opinnäytetyön aikataulussa. Minulla kesti kuitenkin liian kauan päästä muodon kannalta tyydyttävään lopputulokseen. Sen vuoksi ohjaajien ja asiantuntijoiden kanssa käyty keskustelut valmistusteknisistä seikoista tulivat ajankohtaisiksi vasta opinnäytetyöprosessin loppuvaiheessa. Kyseisten keskustelujen myötä ilmeni haasteita, joiden vuoksi suunnitelmiin olisi pitänyt tehdä vielä pieniä muutoksia. Niinpä tein aikataulutussyistä valinnan rajata prototyyppien valmistuksen pois opinnäytetyöstä, sillä suunnitelmien hiominen sarjavalmistesteiden kalusteiden valmistuksen kannalta riittävälle tasolle olisi vaatinut enemmän aikaa. Keskenään suunnitelmien pohjalta valmistettu prototyyppi taas olisi aiheuttanut yritykselle ylimääräisiä kustannuksia.

Kaikesta huolimatta opinnäytetyöprosessin aikana vahvistui tunne siitä, että myymäläesillepanojen ja irtokalusteiden suunnittelu sisustusarkkitehtuurin osa-alueina kiinnostavat minua. Oivalsin prosessin aikana monia uniikkien ja sarjavalmistesteiden kalusteiden valmistukseen liittyviä eroja. Opinnäytetyön aikataulun kannalta tiettyyn myymälätilaan räätälöidyt uniikit kalusteet olisivat olleet sopivamman laajuinen projekti. Kustannustehokkuuden näkökulmasta valikoima sarjavalmistesteiden kalusteiden työstöistä on rajallinen, ja manuaaliset työstöt saattavat vaikuttaa kalusteiden kokonaishintaan merkittävästi.

Koen, että opin prosessissa paljon irtokalusteiden suunnittelusta ja valmistuksesta ja tiedän, miten etenen myymäläkalustesarjan suunnittelussa, jotta päästään toteutettavaan lopputulokseen.



Kuva 69. Valmis myymäläkalustesarja.



## Lähteet

Bardsley, Chris 2017. What is a successful concept store? [verkkosivu] <<https://www.unibox.co.uk/news-inspiration/what-makes-successful-concept-store>> (luettu 5.5.2021)

Checkout 2021. Shop-in-shop-kauppapaikat – miksi ja kenelle? [verkkosivu] <<https://www.checkout.fi/vinkkipankki/shop-in-shop-kauppapaikat-miksi-kenelle>> (luettu 18.3.2021)

Design Curial 2019. A Paradigm Shift for the Future of Retail Design. [verkkosivu] <<http://www.design-curial.com/news/paradigm-shift-for-future-of-retail-design-7050105/>> (luettu 18.3.2021)

Etherington, Rose 2010. Thin Black Lines by Nendo. [verkkosivu] <<https://www.dezeen.com/2010/09/07/thin-black-lines-by-nendo/>> (luettu 12.5.2021)

Ewen, Lara 2017. Why retailers are trying on showrooms. [verkkosivu] <<https://www.retaildive.com/news/why-retailers-are-trying-on-showrooms/439990/>> (luettu 8.5.2021)

Finarte 2019. Kuka valmisti mattosi? [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/kuka-valmisti-mattosi/>> (luettu 15.3.2021)

Finarte 2021a. Eija Rasinmäki. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/eija-rasinmaki/>> (luettu 6.3.2021)

Finarte 2021b. Finarte. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/finarte/>> (luettu 6.3.2021)

Finarte 2021c. Jälleenmyyjät. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/jalleenmyyjat/>> (luettu 23.3.2021)

Finarte 2021d. Läpinäkyvyyskatsaus. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/lapinakyvyysraportti/#1560334669563-c67f49cc-64c4>> (luettu 15.3.2021)

Finarte 2021e. Vastuullisuus. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/vastuullisuus/>> (luettu 6.3.2021)

Finarte 2021f. Yksityisesti jaetut tiedostot (saatu 29.1.2021 ja 2.3.2021)

Flame Analytics 2013. What is shop in shop in retail? [verkkosivu] <<https://flameanalytics.com/en/news/shop-shop-retail/>> (luettu 19.3.2021)

Helsinki Heroes 2021. Finarte: Our warp and weft. [verkkosivu] <<https://helsinkiheroes.com/finarte/>> (luettu 6.3.2021)

Karhu, Roosa 2018. 10 x parasta vuodessa 2017. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/parasta-vuodessa-2017/>> (luettu 10.5.2021)

Keane-Cowell, Simon 2017. Talking Shop: Nendo on Retail Design. [verkkosivu] <<https://www.architonic.com/en/story/simon-keane-cowell-talking-shop-nendo-on-retail-design/7001737>> (luettu 19.3.2021)

Kupli 2021. Yrityksen brändi – mitä sillä tarkoitetaan? [verkkosivu] <<https://www.kupli.fi/yrityksen-brandi-mita-silla-tarkoitetaan/>> (luettu 19.3.2021)

Nuotio, Unja 2020. Finarte Concept Store – inspiroiva ja palveleva sisustusliike Helsingissä. [verkkosivu] <<https://finarte.fi/fi/finarte-concept-store-inspiroiva-ja-palveleva-sisustusliike-helsingissa/>> (luettu 15.3.2021)

Pahwa, Aasish 2021. What Is Brand Image? – Importance & Examples. [verkkosivu] <<https://www.fee->

[dough.com/brand-image-explanation-examples/](https://www.fee-dough.com/brand-image-explanation-examples/)> (luettu 19.3.2021)

Paleworks. 2020. Flow. [verkkosivu] <<https://www.paleworks.com/flow>> (luettu 10.5.2021)

Scarabattoli, Pauliina 2015. Jälleenmyynti- ja edustussopimuksen erot pähkinänkuoressa [verkkosivu] <<https://www.tek.fi/fi/jalleenmyynti-ja-edustussopimuksen-erot-pahkinankuoressa>> (luettu 23.3.2021)

Sinervo, Tarja 2021. Matontekijän koko tarina. [verkkosivu] <<https://www.eijarasinmaki.fi/design-eija-rasinmaki/matontekijan-koko-tarina/>> (luettu 6.3.2021)

Spatial Experience 2021. Unpacking Spatial Branding. [verkkosivu] <<https://www.spatial-experience.com/spx-lab-article/unpacking-spatial-branding>> (luettu 19.3.2021)

SSAB 2021. Teräksen elinkaari. [verkkosivu] <<https://www.ssab.fi/ssab-konserni/kestava-kehitys/kesta-va-tuotevalikoima/teraksen-elinkaari>> (luettu 10.5.2021)

Studio Rene Siebum 2016. Exhibition Mae Engelgeer. [verkkosivu] <<http://studiorenesiebum.nl/projects/exhibition-mae-engelgeer/>> (luettu 10.5.2021)

Tibnor 2021. Putket, rakenneputket ja profiilit [verkkosivu] <[https://www.tibnor.fi/fi\\_FI/tuotteet/putket-rakenneputket-ja-profiilit](https://www.tibnor.fi/fi_FI/tuotteet/putket-rakenneputket-ja-profiilit)> (luettu 23.3.2021)

Total Materia 2021. Teräksen koostumus. [verkkosivu] <<https://www.totalmateria.com/page.aspx?ID=SteelComposition&LN=FI>> (luettu 10.5.2021)

Trotter, Kate 2016. How to use retail design to impact customer experience and increase sales [verkkosivu] <<https://www.insider-trends.com/how-retail-design-impacts-the-customer-experience/>> (luettu 19.3.2021)

Velasquez, Ingrid 2021. Retail Experience is the Future, and It's Here (The Psychology of Retail Store Interior Design, Part 3). [verkkosivu] <<https://www.fohlio.com/blog/retail-experience-design-psychology-of-retail-store-interior-design/>> (luettu 19.3.2021)

### MUUT LÄHTEET:

Finarte 2020. Työharjoittelujakso Finartella 3.8.–9.10.2020.

Finarte 2021. Keskustelut Finarten toimitusjohtaja Larissa Immosen kanssa Finarte Concept Storella 14.1.2021, 29.1.2021, 10.3.2021 ja 27.3.2021.



## KUVALÄHTEET:

Muut kuin alla mainitut kuvat ja kuviot ovat opinnäytetyön tekijän tuottamia.

**Kuva 1.** Finarten tuotteita. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 2.** Finarten konseptimyymälän julkisivu. Kuva Finarten. Valokuvaaja Maybelle Jones-Nettey. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 3.** Matonkuteita. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 4.** Finarten tuotteita. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 5.** Finarte. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 6.** Finarten tuotteita. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 7.** Finarte. Kuva Finarten. Valokuvaaja Unto Rautio. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 8.** Finarte. Kuva Finarten. Valokuvaaja Unto Rautio. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 9.** Kutomo Rasinmäki Oitissa ja Eija Rasinmäen suunnittelema matto. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 10.** Mattojen valmistusta Intian tehtaalla. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 11.** Finarte Concept Store, näyteikkuna. Kuva Finarten. Valokuvaaja Maybelle Jones-Nettey. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 13.** Finarten tuotteita. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 14.** Toimitusjohtaja Larissa Immonen Finarten entisen kivijalkamyymälän edustalla. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 15 ja 16.** Finarte Concept Store, myymälätila. Valokuvaaja Maybelle Jones-Nettey. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 17.** Finarte Concept Store, sisäänkäynti. Valokuvaaja Roosa Karhu. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 18.** Nikkou-kivijalkamyymälä Australian Casuarinassa. Kuva Vogue Living Australia. Saatavissa <<https://www.vogue.com.au/vogue-living/design/this-new-homewares-and-clothing-store-near-bryon-bay-deserves-a-spot-on-your-itinerary/image-gallery/e4d47dfa49bce84cd1ebd3aea350bc37>> (katsottu 25.5.2021)

**Kuva 19.** Finarte Concept Store, palvelutiski. Valokuvaaja Roosa Karhu. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 20.** A Bathing Ape -brändin shop-in-shop-osasto Osakassa, Japanissa. Kuva Superfuture. Saatavissa <<https://superfuture.com/2020/04/new-shops/osaka-bape-shop-in-shop-opening/>> (katsottu 25.5.2021)

**Kuva 22.** Finarten tuotteita. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 23 ja 24.** Finarte Concept Store, ripustustapa 1 ja 2. Valokuvaaja Maybelle Jones-Nettey. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 25.** Finarte Concept Store, ripustustapa 3 ja 4. Valokuvaaja Maybelle Jones-Nettey. Kuva Finarten. Yksityisesti jaettu tiedosto. (Saatu 8/2020.)

**Kuva 26-28.** Mae Engelgeerin tekstiilitaidenäyttely Salone del Mobilessa, Studio Rene Siebum. Kuva Studio Rene Siebum. Saatavissa <<http://studiorenesiebum.nl/projects/exhibition-mae-engelgeer/>> (katsottu 25.5.2021)

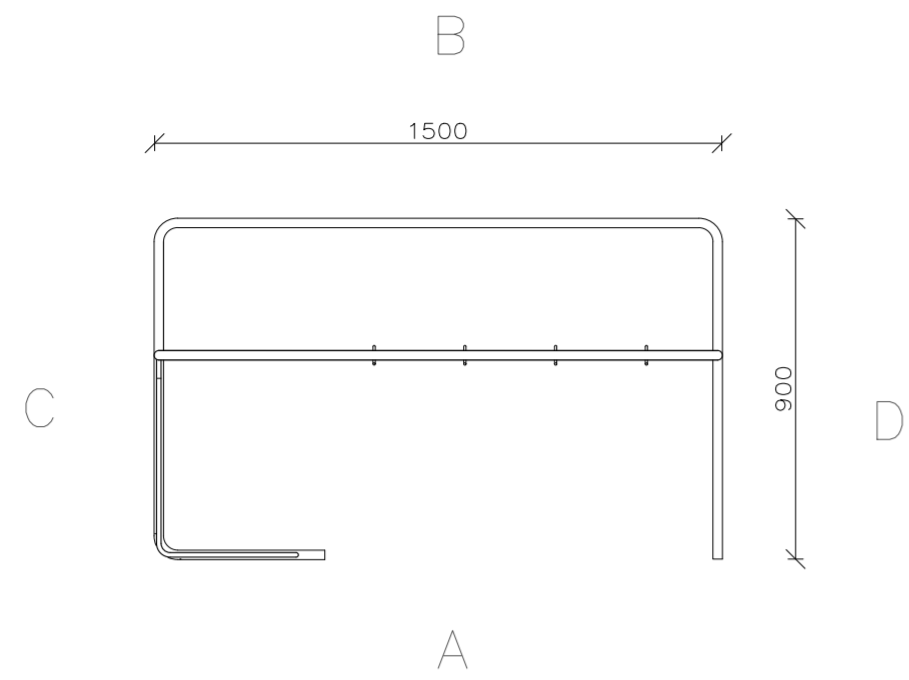
**Kuva 29-31.** Flow-vaaterekki, Paleworks. Kuva Paleworks. Saatavissa <<https://www.paleworks.com/flow>> (katsottu 25.5.2021)

**Kuva 32-34.** Nendo, Thin Black Lines. Kuva Nendo. Saatavissa <<http://www.nendo.jp/en/works/thin-black-lines/>> (katsottu 25.5.2021)

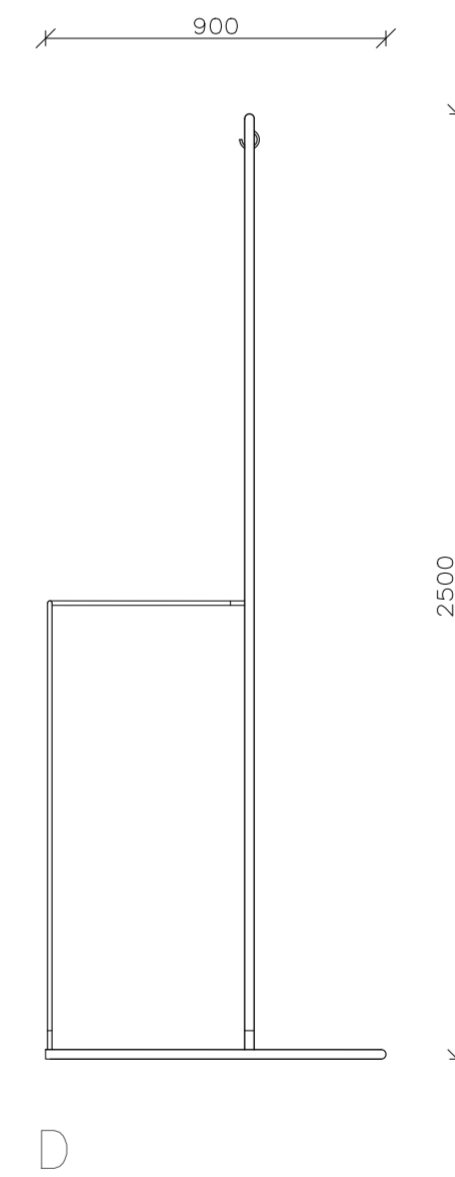
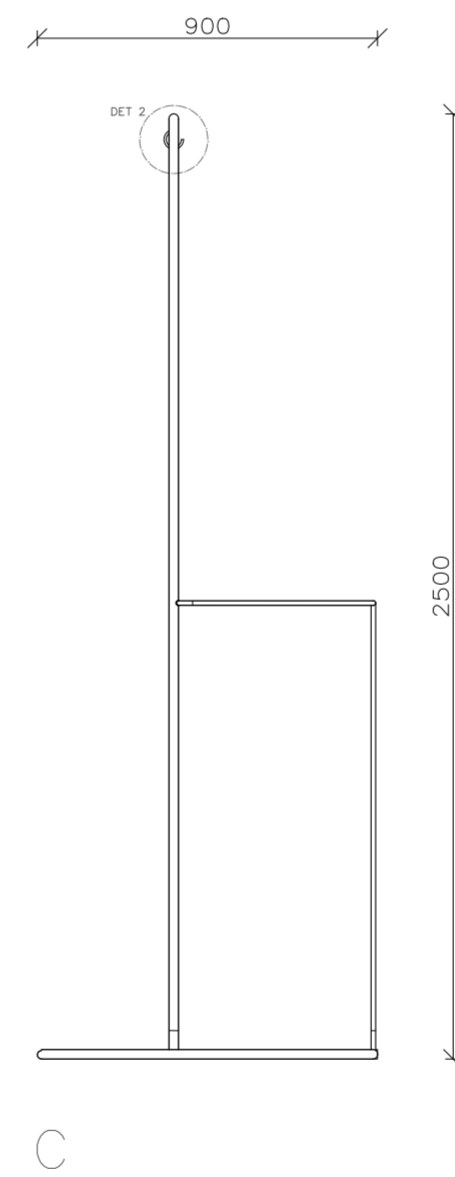
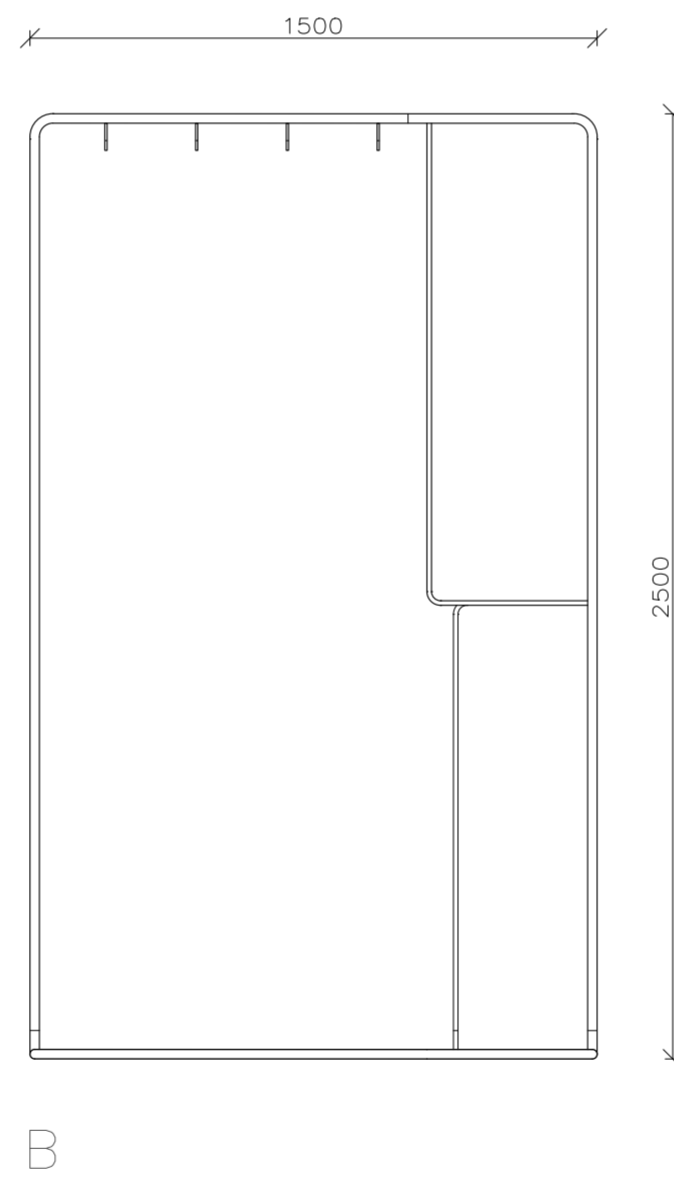
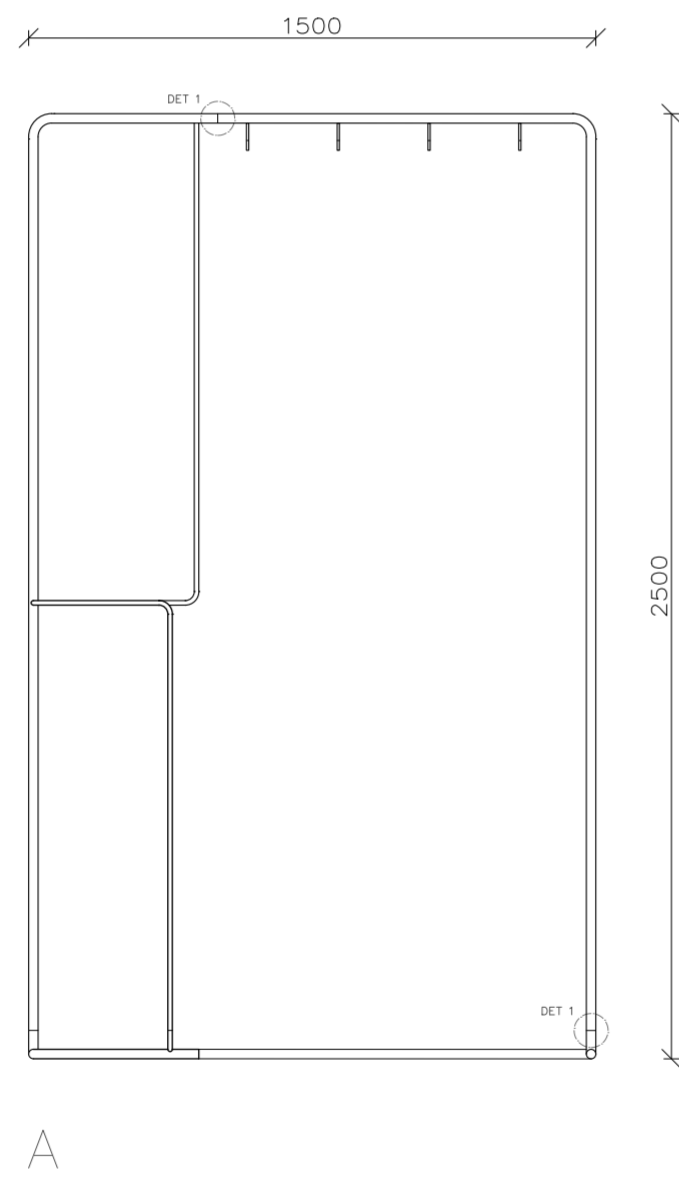


LIITTEET:

KAL-01	Kaluste 1, mitat	1:20
KAL-02	Kaluste 2, mitat	1:20
KAL-03	Kaluste 1, mitat	1:20
KAL-04	Kaluste 2, mitat	1:20
KAL-05	Kaluste 1, osat	1:20
KAL-06	Kaluste 2, osat	1:20
DET-01	Sorvattu jatkoliitos	1:1
DET-01	Kaluste 1, koukut	1:1



päältä



materiaalit:

25 x 2 mm putki, teräs

12 mm tanko, teräs

6 mm tanko (koukut 4 kpl), teräs

25 mm putken taivutukset R=56 tai vastaava

12 mm tangon taivutukset R=30 tai vastaava

SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA  
FINARTELLE

Ella Tapana

5 / 2021

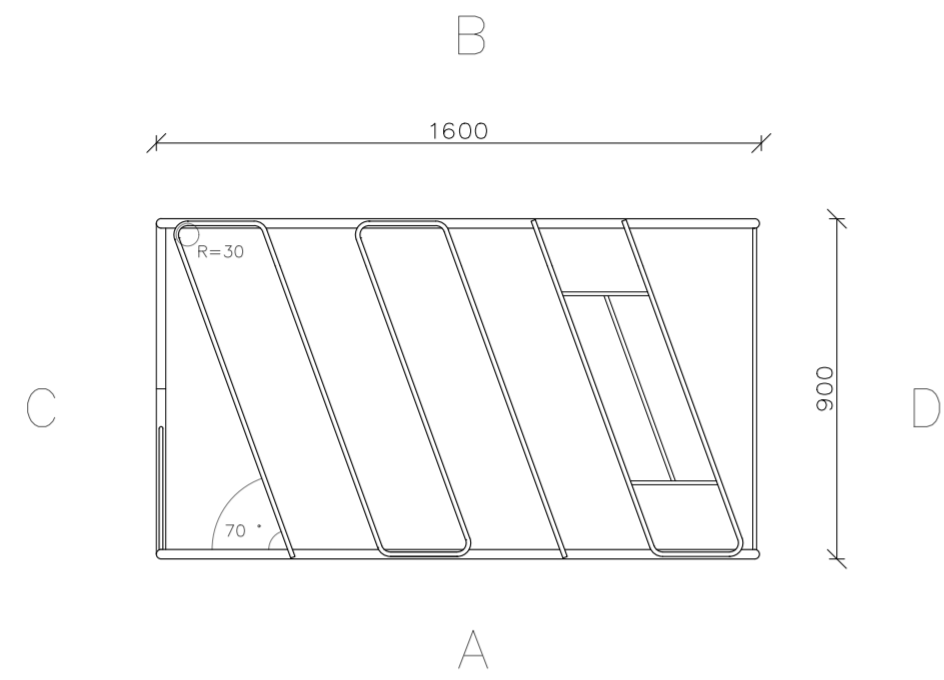
Kaluste 1, mitat

KAL-01

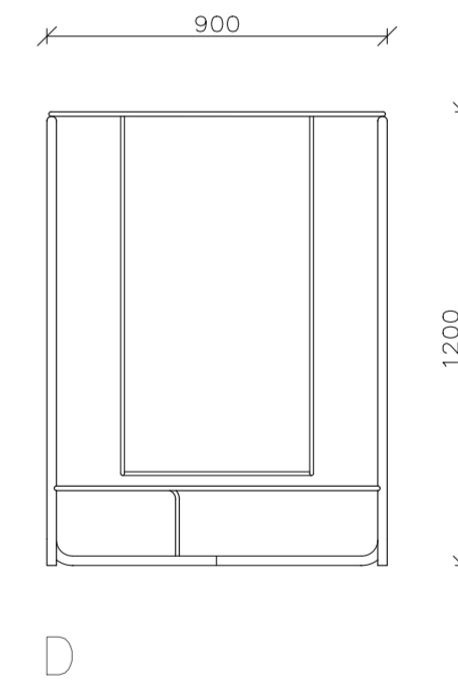
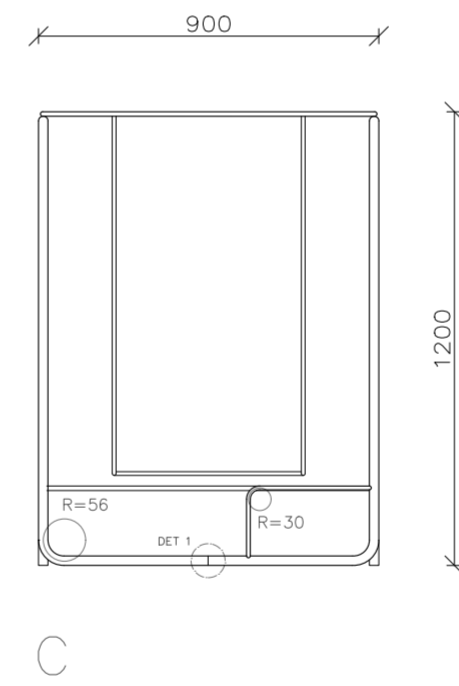
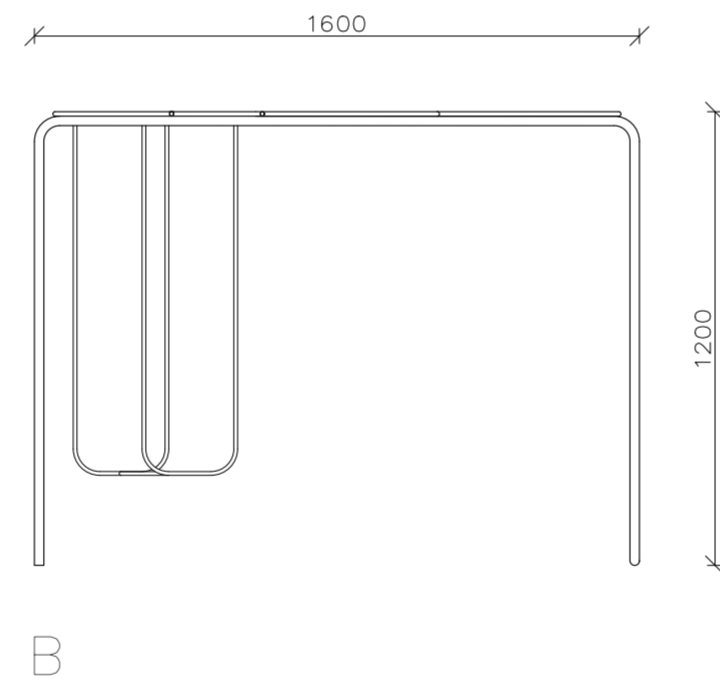
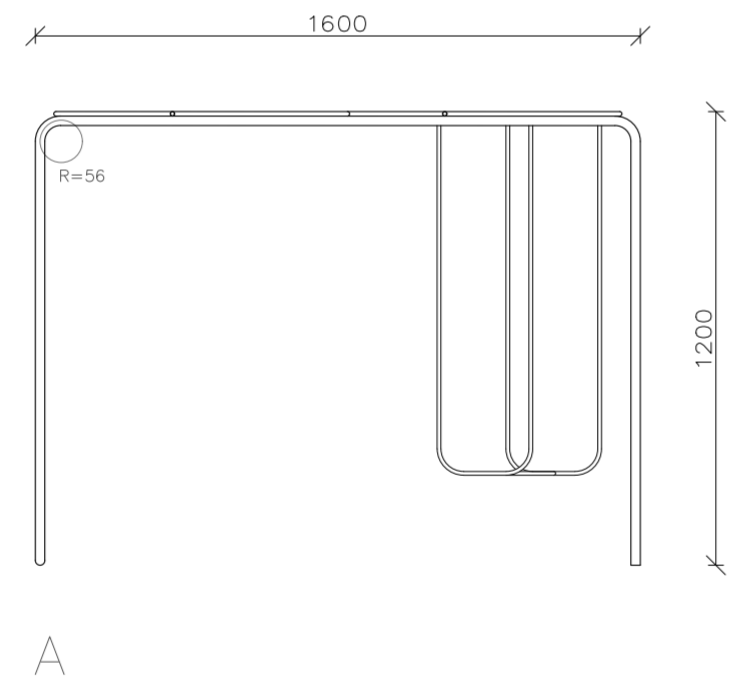
1:20

1/8





päältä



materiaalit:

25 x 2 mm putki, teräs  
 12 mm tanko, teräs  
 10 mm tanko, teräs

25 mm putken taivutukset R=56 tai vastaava  
 12 ja 10 mm tangon taivutukset R=30 tai vastaava

SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA  
 FINARTELLE

Ella Tapana

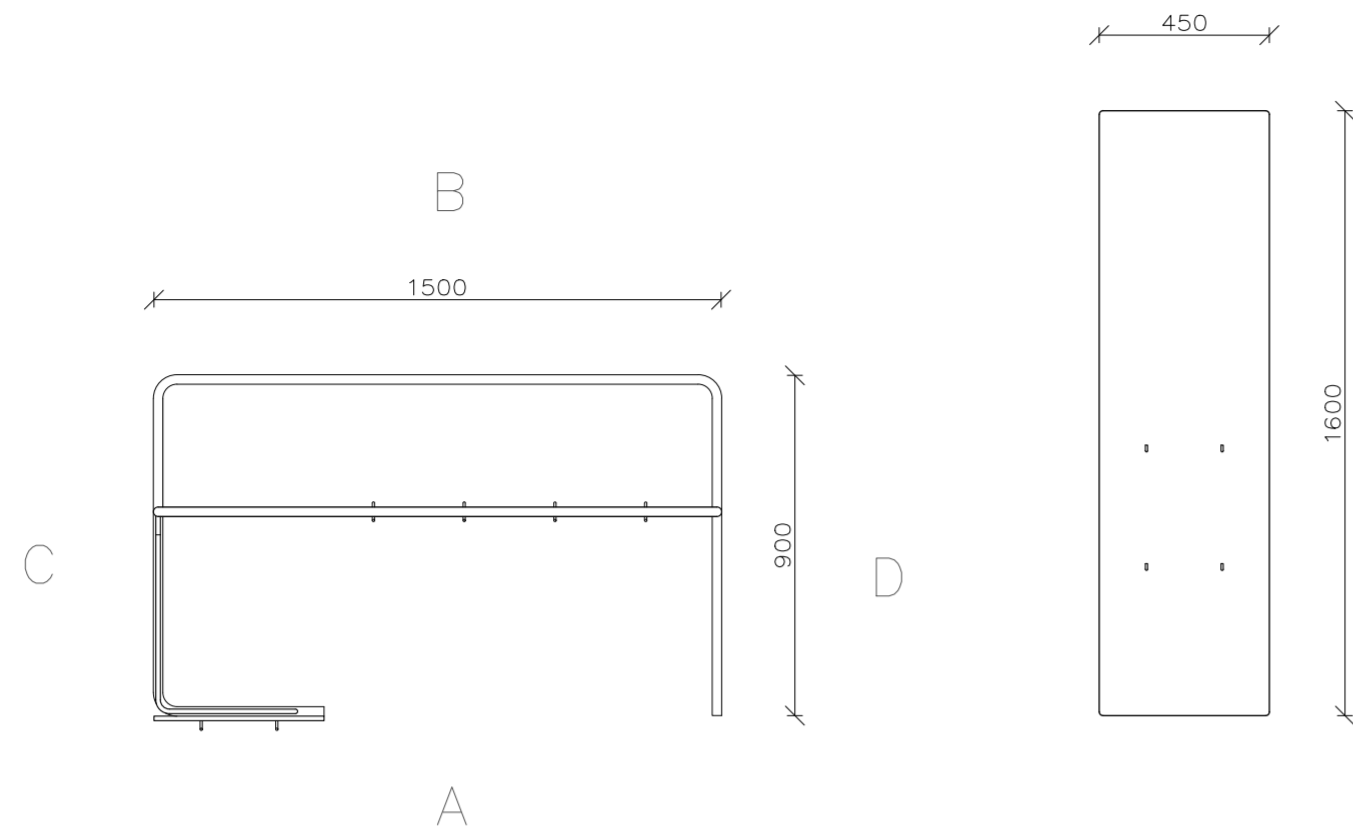
5 / 2021

Kaluste 2, mitat

KAL-02

1:20

2/8



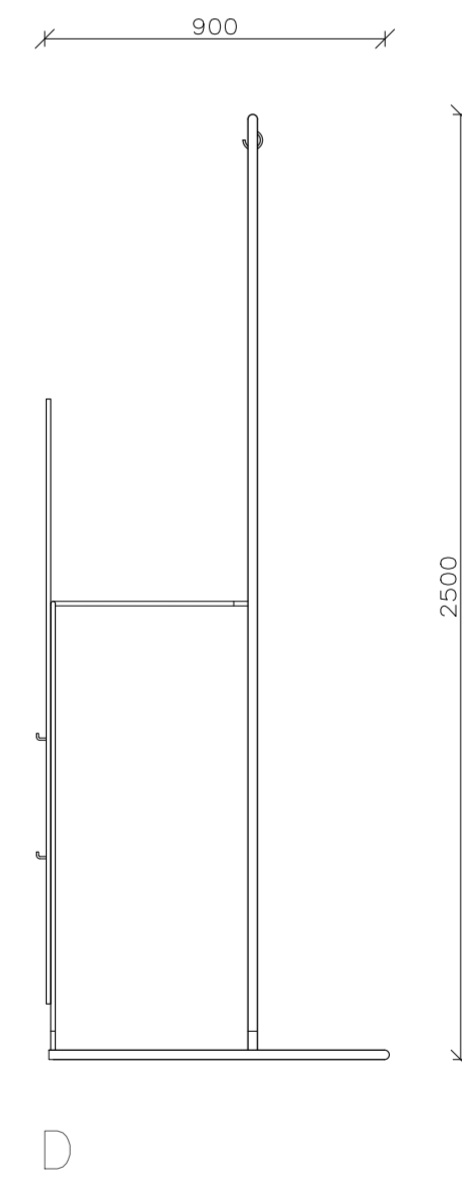
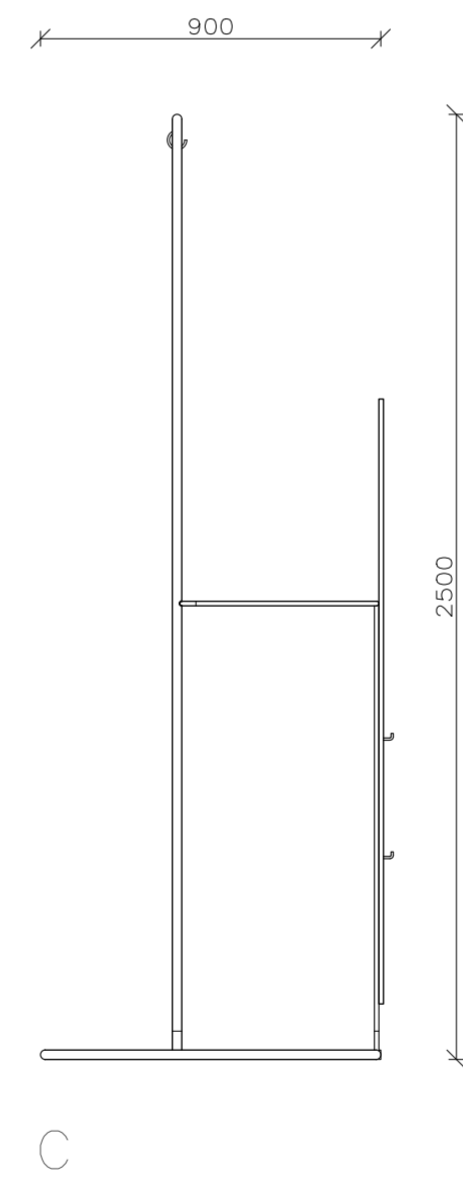
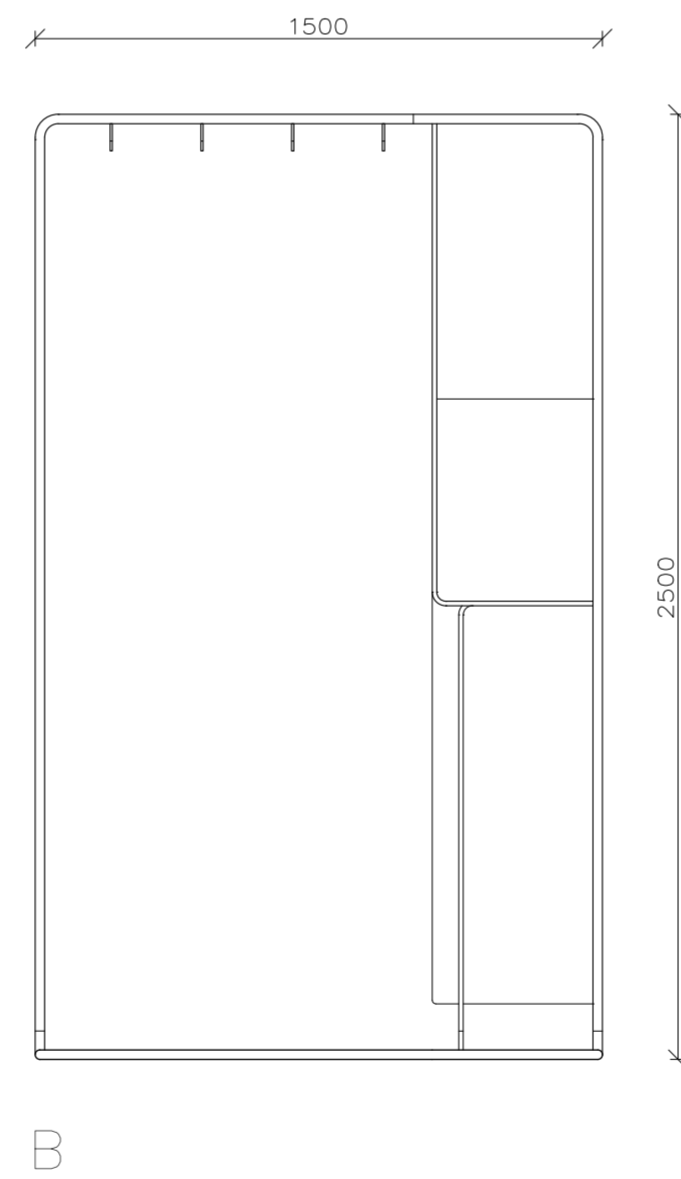
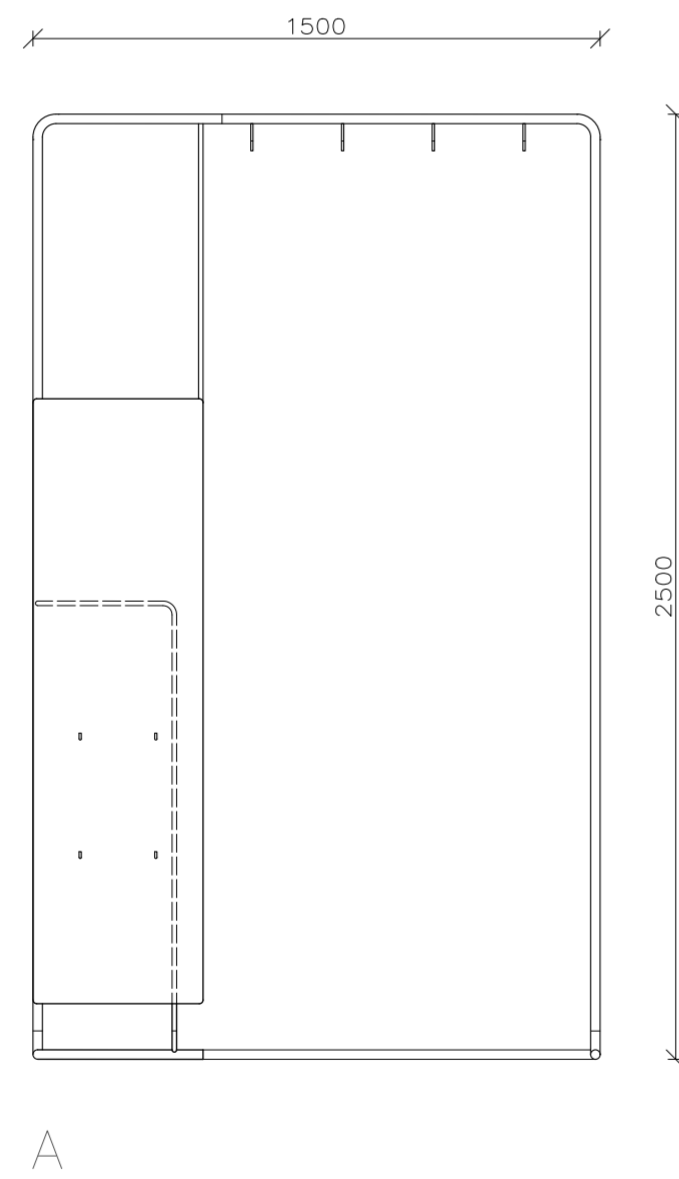
päältä

materiaalit:

25 x 2 mm putki, teräs  
 12 mm tanko, teräs  
 6 mm tanko (koukut 4 kpl), teräs

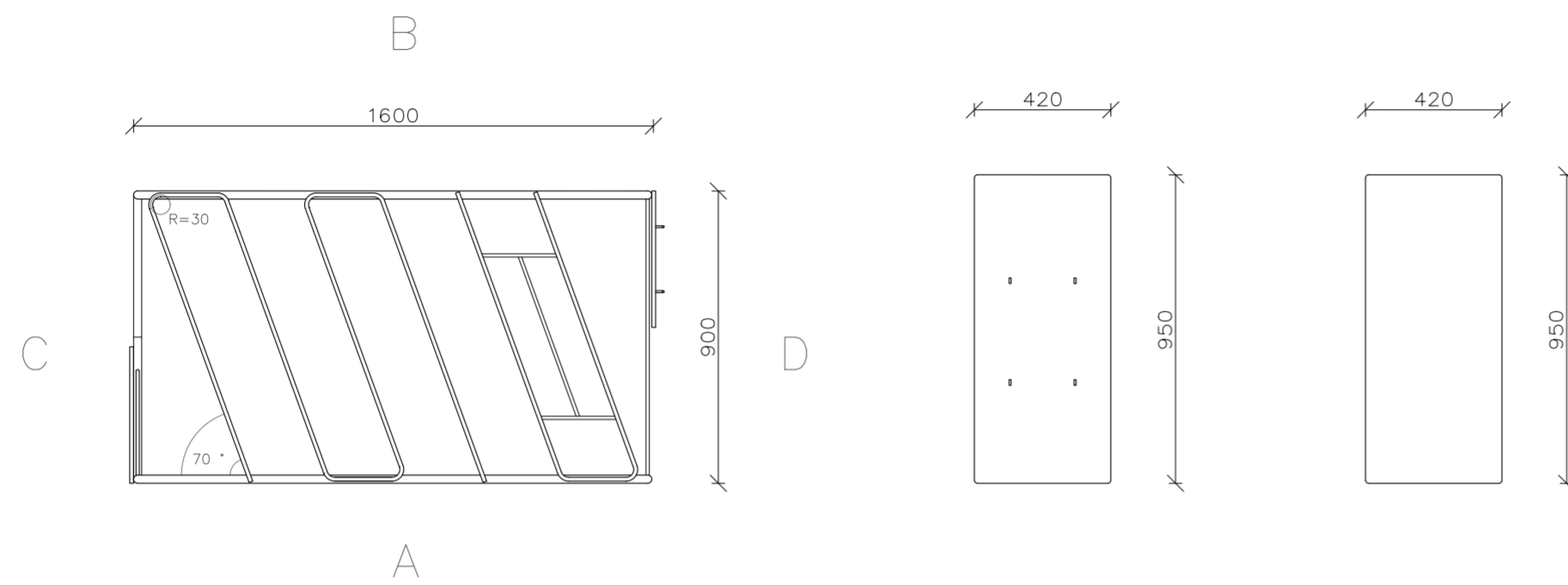
koivuvaneri 12 mm

25 mm putken taivutukset R=56 tai vastaava  
 12 mm tangon taivutukset R=30 tai vastaava



SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA FINARTELLE		
Ella Tapana	Kaluste 1, mitat	1:20
5 / 2021	KAL-03	3/8





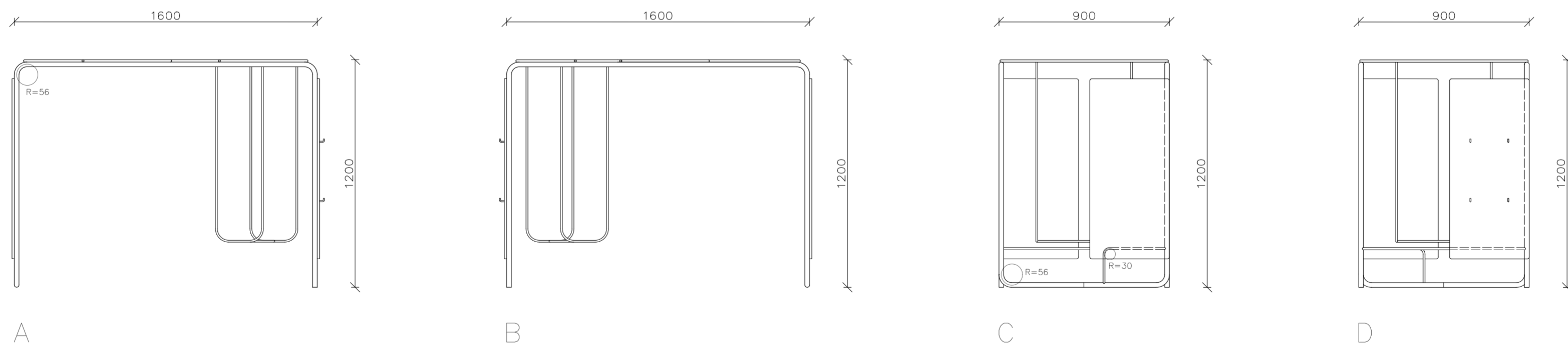
päältä

materiaalit:

25 x 2 mm putki, teräs  
 12 mm tanko, teräs  
 10 mm tanko, teräs

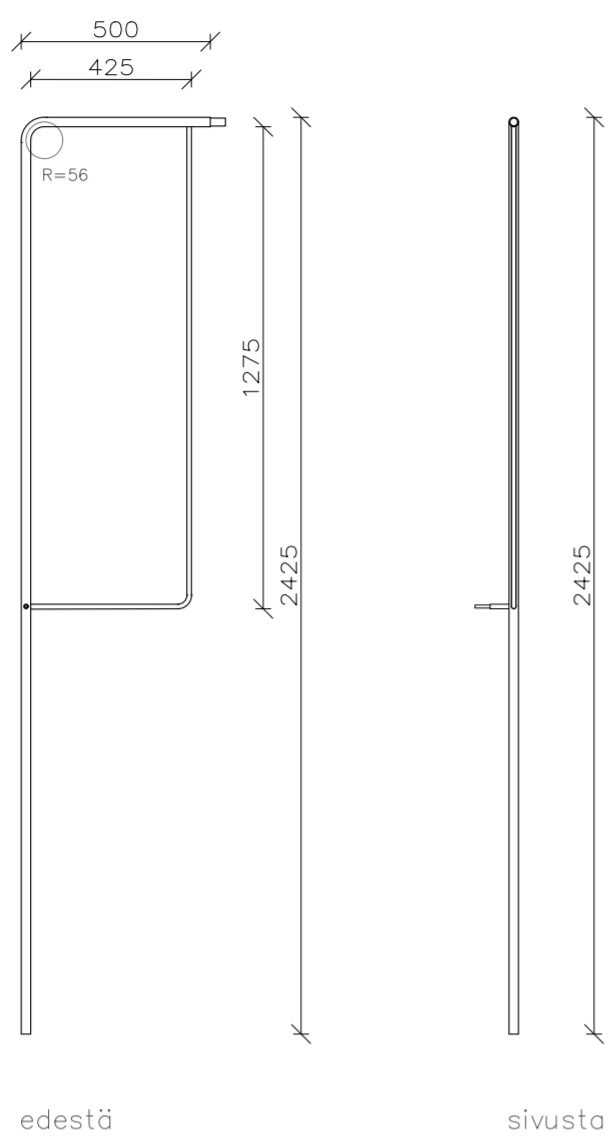
koivuvaneri 12 mm, 2 kpl

25 mm putken taivutukset R=56 tai vastaava  
 12 ja 10 mm tangon taivutukset R=30 tai vastaava

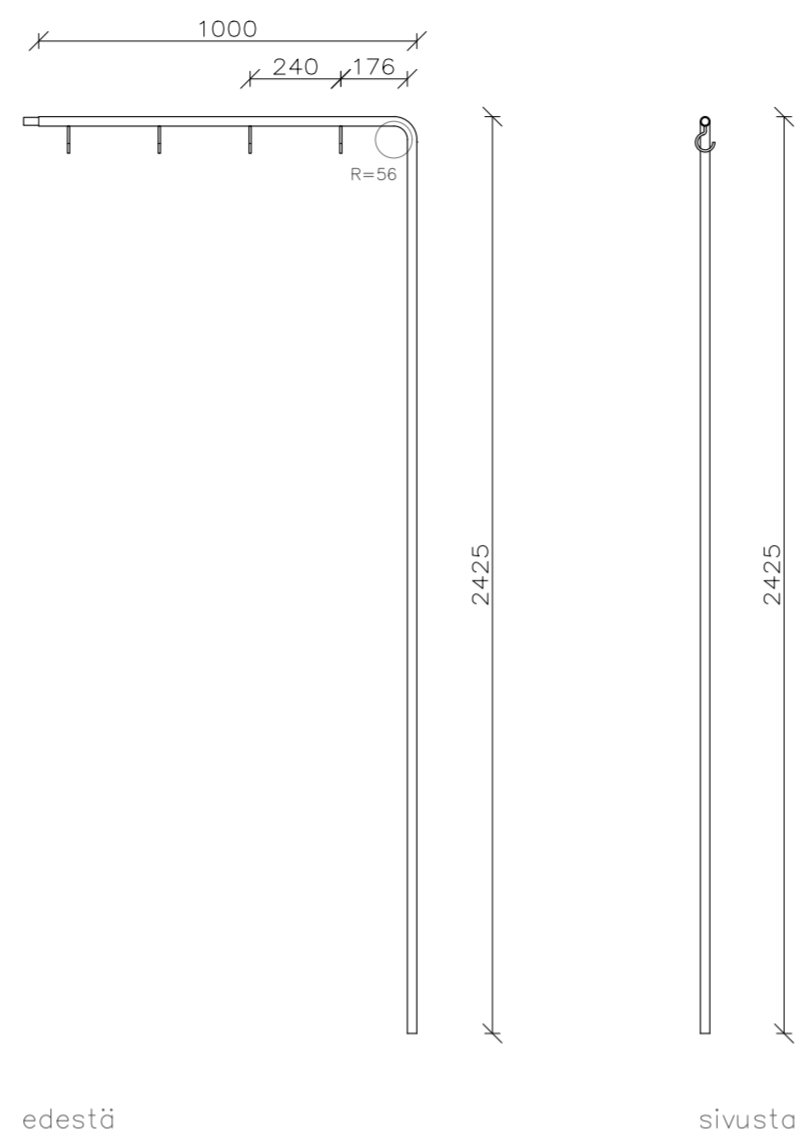


SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA FINARTELLE		
Ella Tapanen	Kaluste 2, mitat	1:20
5 / 2021	KAL-04	4/8

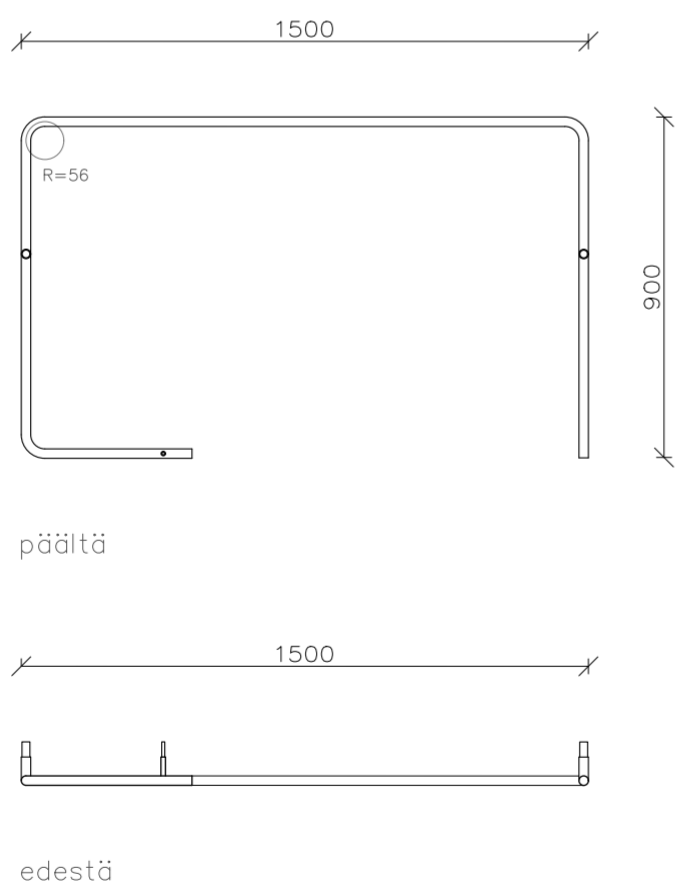
OSA 1



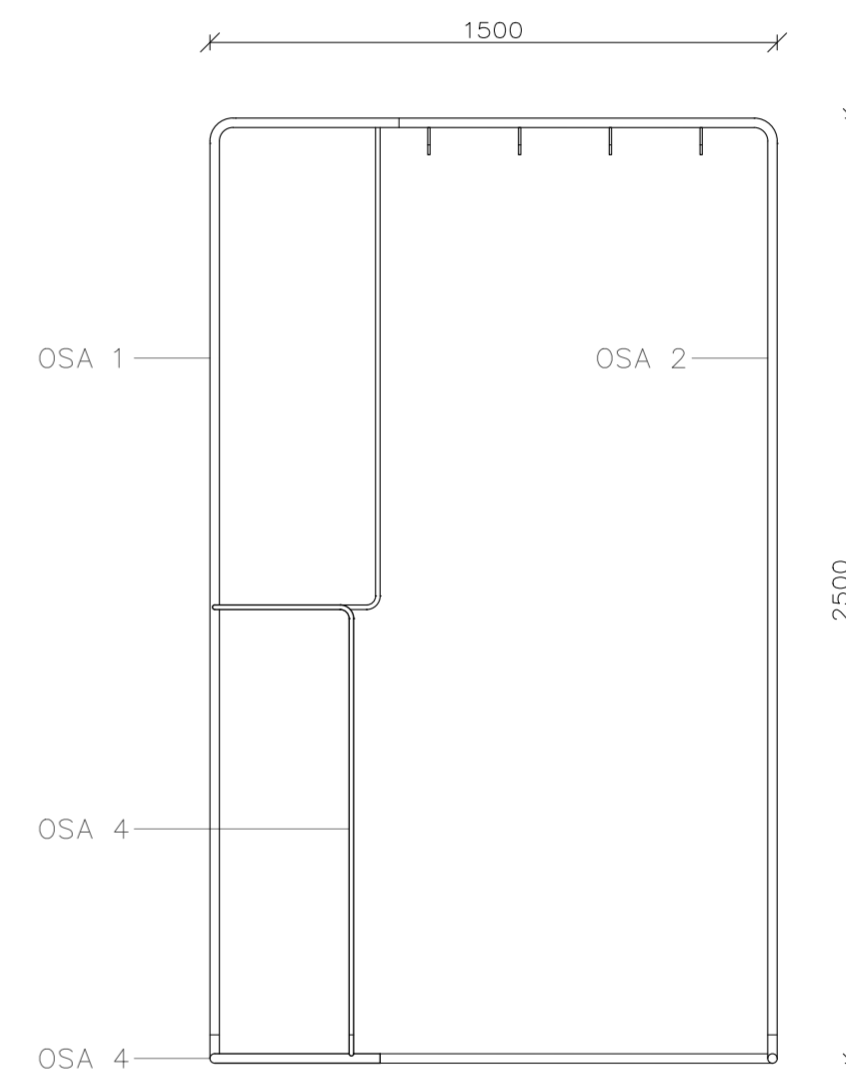
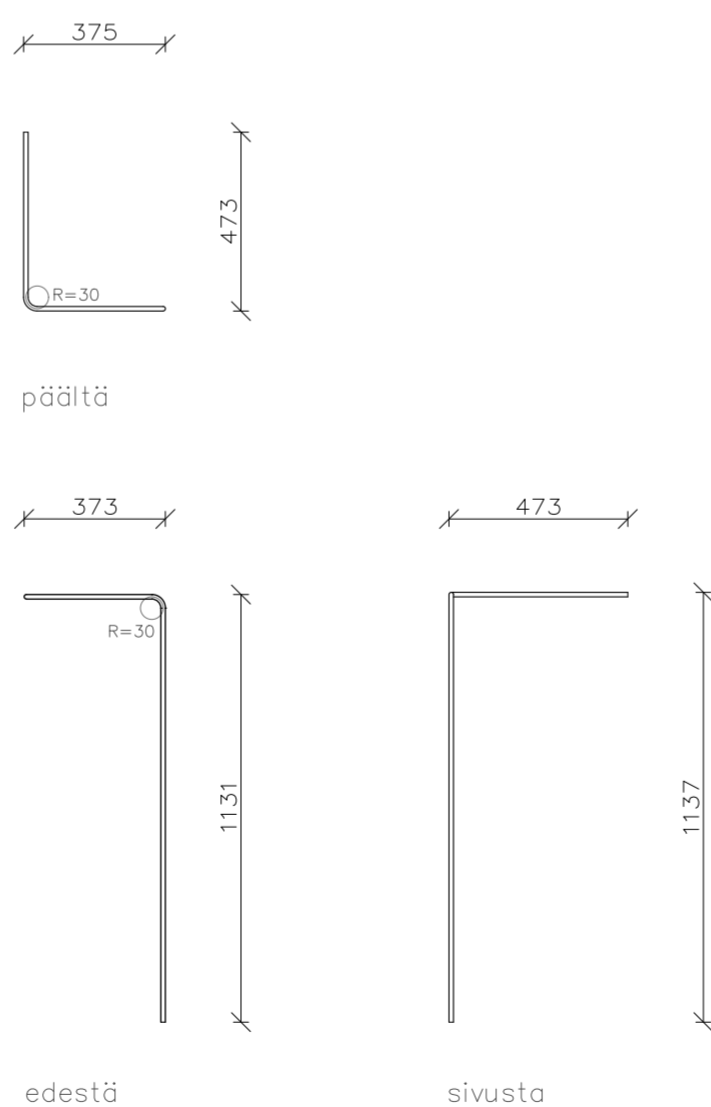
OSA 2



OSA 3



OSA 4



SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA  
FINARTELLE

Ella Tapana

5 / 2021

Kaluste 1, osat

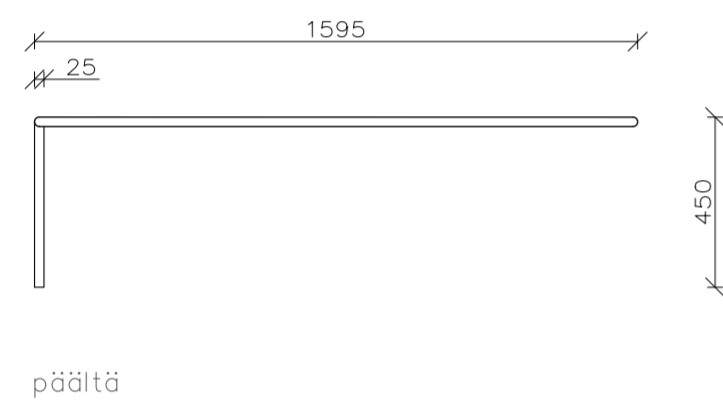
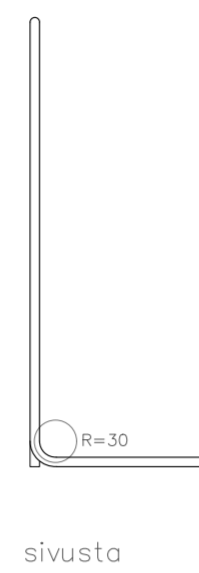
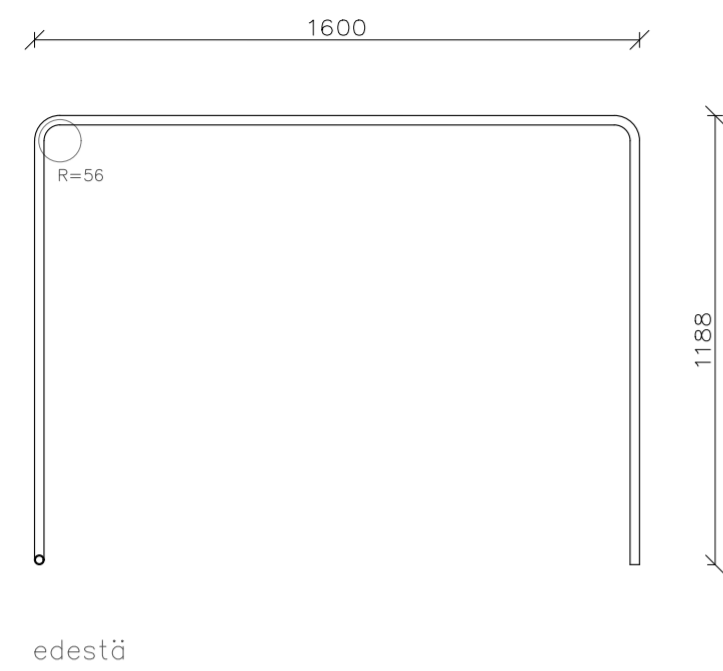
KAL-05

1:20

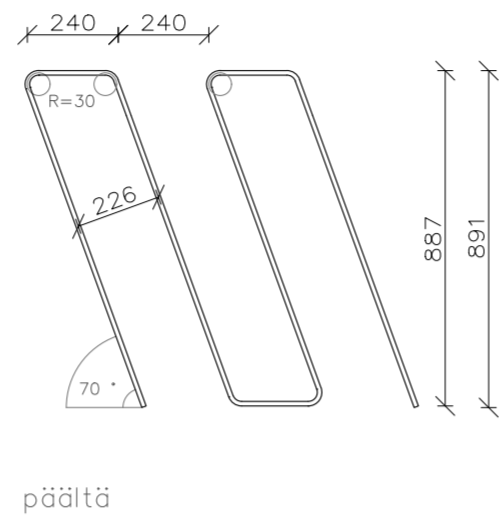
5/8



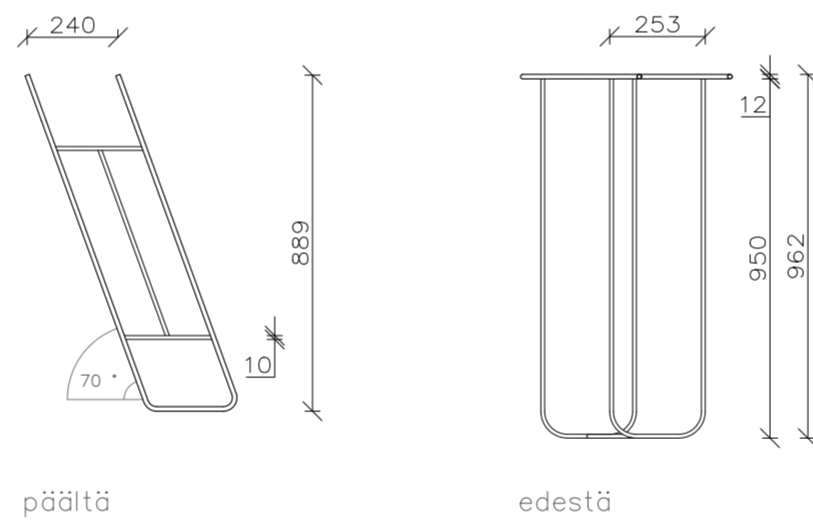
OSA 1



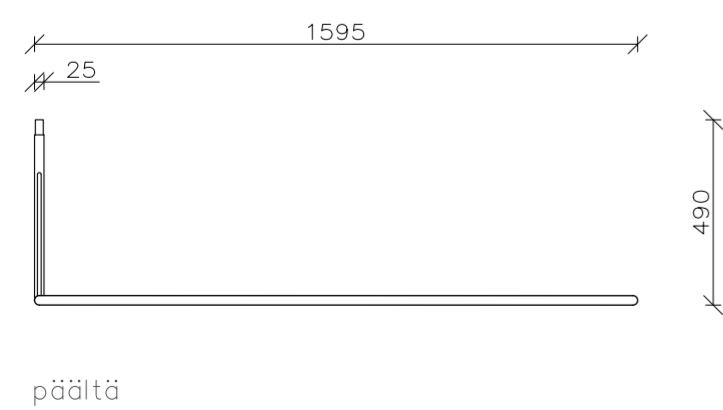
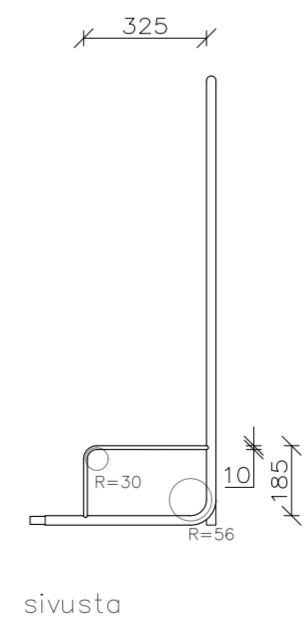
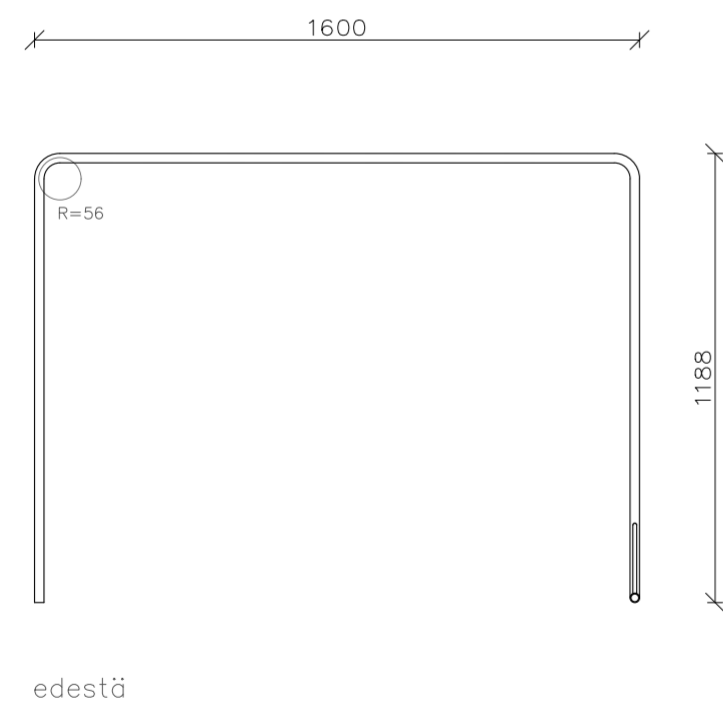
OSA 3



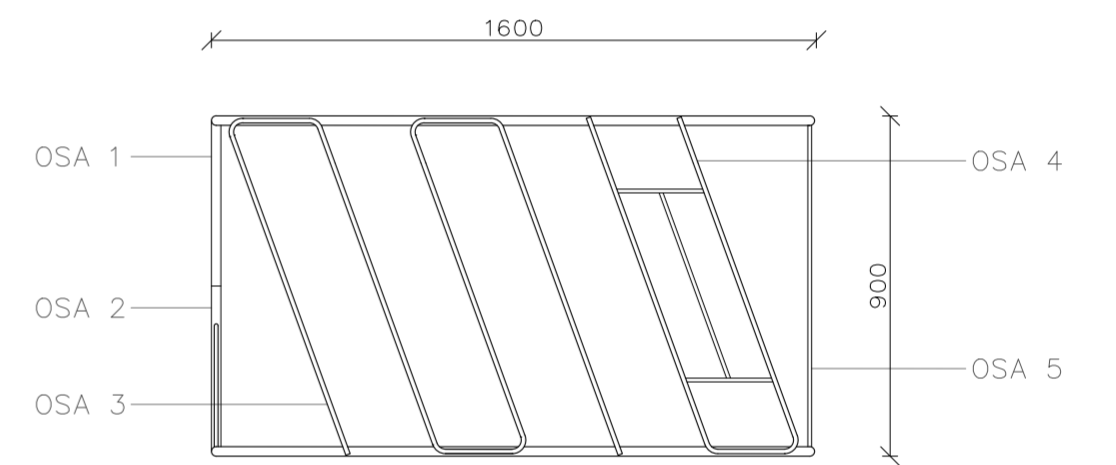
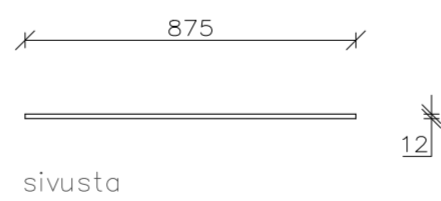
OSA 4



OSA 2



OSA 5



SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA  
FINARTELLE

Ella Tapana

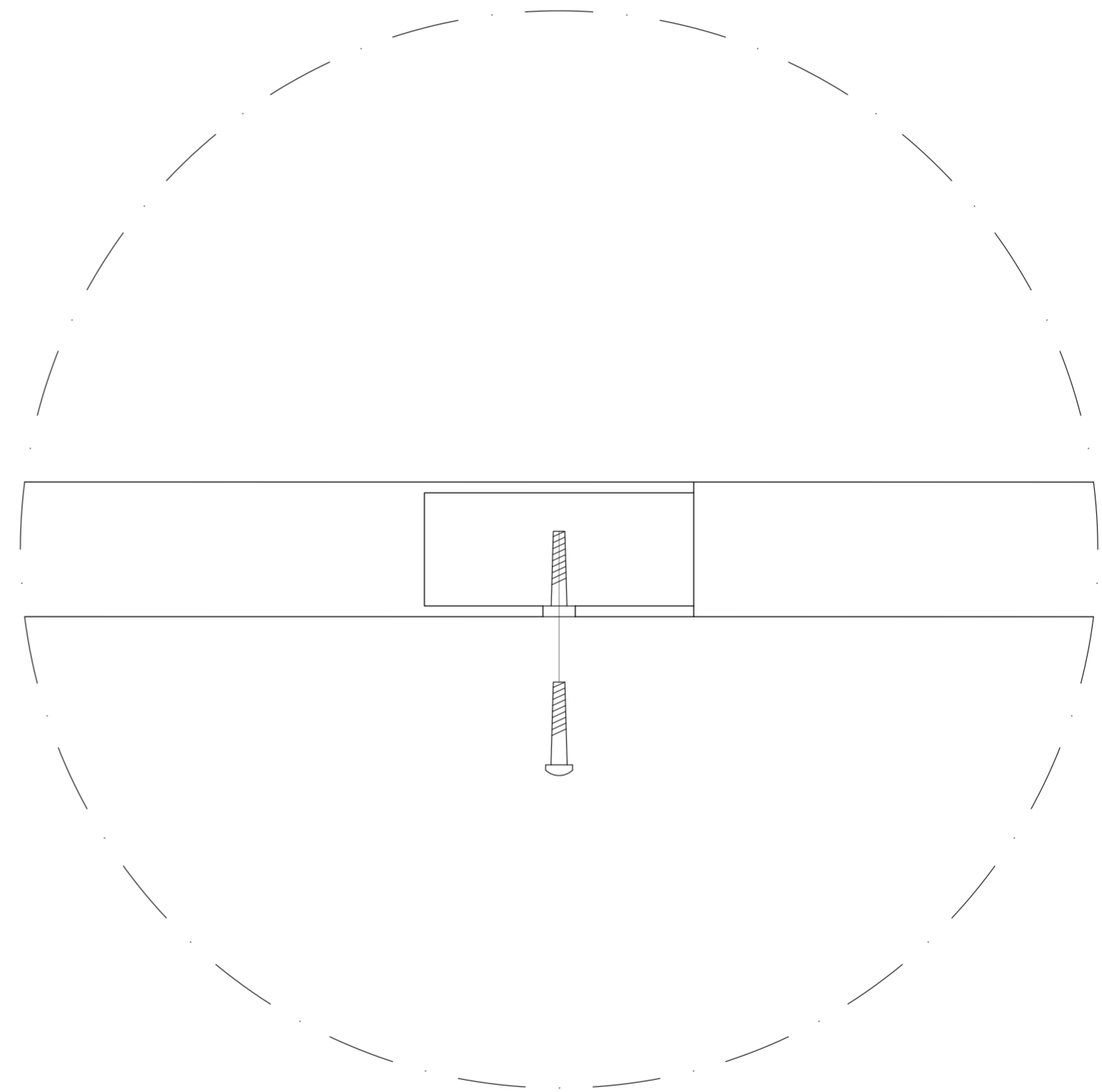
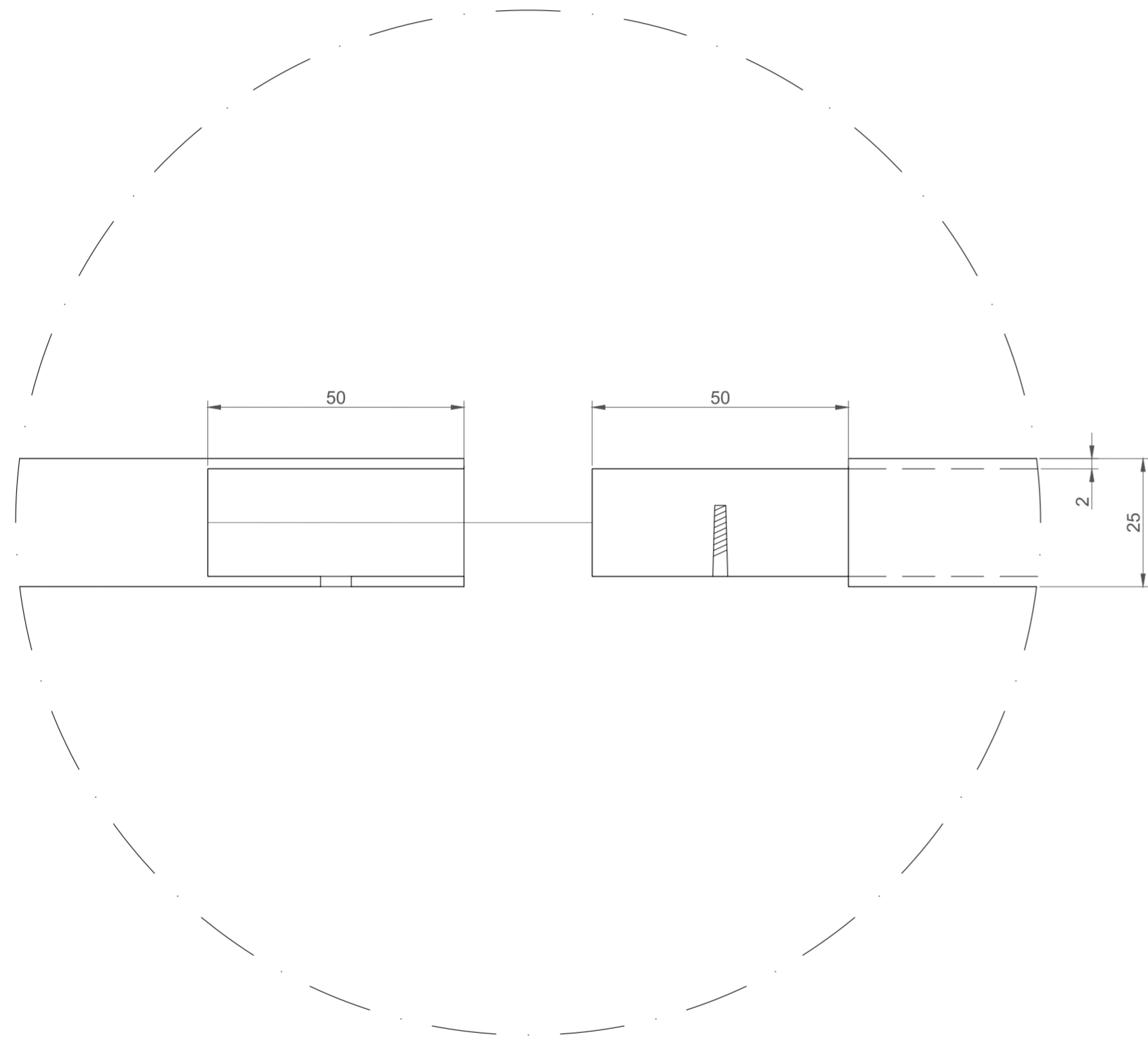
5 / 2021

Kaluste 2, osat

KAL-06

1:20

6/8



SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA  
FINARTELLE

Ella Tapana

5 / 2021

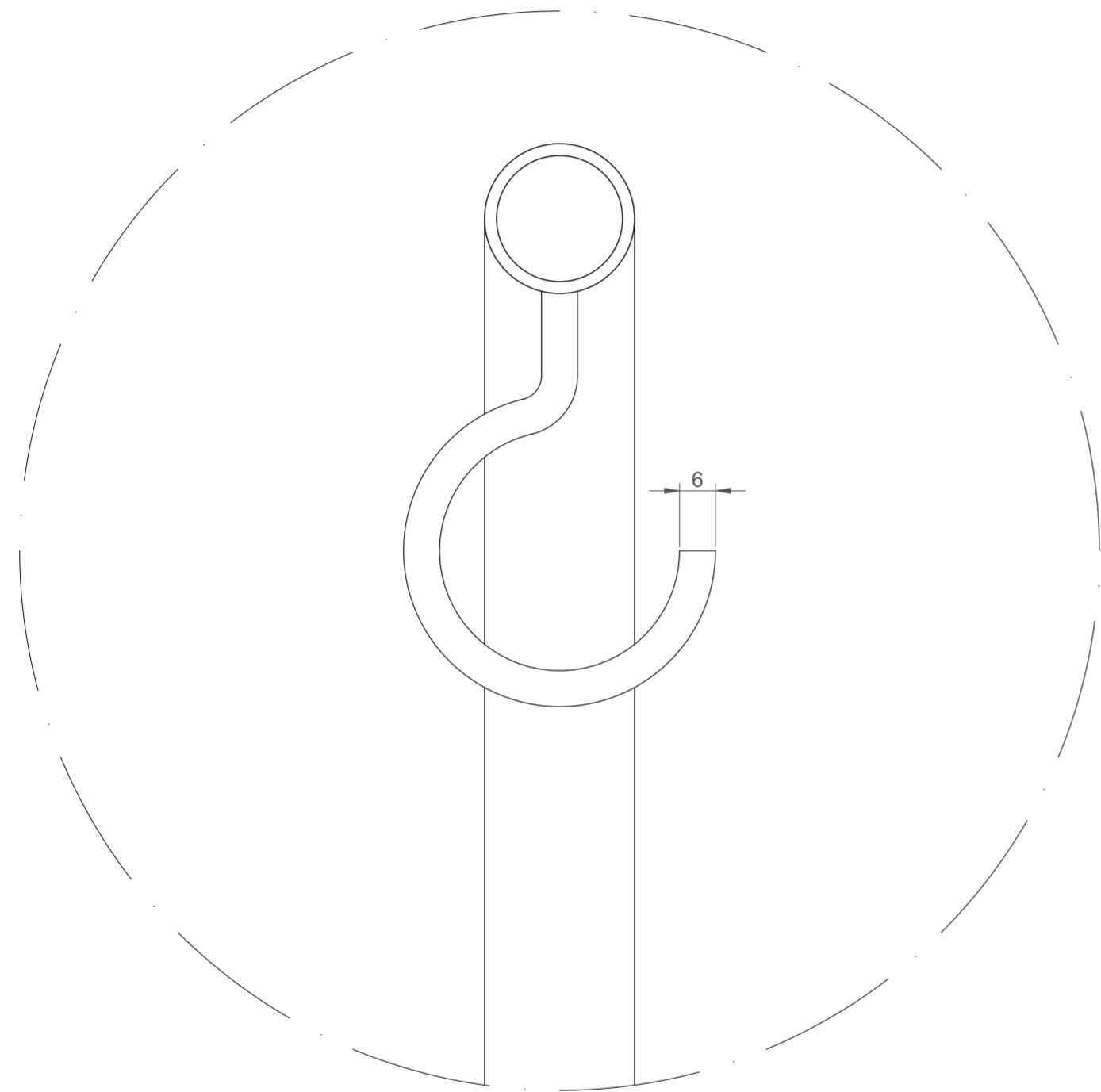
Sorvattu jatkoliitos

DET-01

1:1

7/8





materiaalit:

teräsputki 25 x 2 mm

6 mm terästanko: koukut 4 kpl, R=23 tai vastaava

SHOP-IN-SHOP-MYYMÄLÄKALUSTESARJA  
FINARTELLE

Ella Tapana

5 / 2021

Kaluste 1, koukut

DET-02

1:1

8/8