

KARELIAN AMMATTIKORKEAKOULU
Sisustusarkkitehtuuri ja kalustemuotoilu

Tiina Miikkulainen

UNELMA PIENTALOSTA –
TAPAUS CALLA TALO -TALOKIRJA

Opinnäytetyö
Tammikuu 2013



OPINNÄYTETYÖ
Tammikuu 2013
Muotoilun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
(013) 260 6900

Tekijä
Tiina Miikkulainen

Nimeke
Unelma pientalosta – Tapaus Calla Talo talokirja

Toimeksiantaja
Kauko E. Naumanen Oy

Tiivistelmä

Pientalojen yleisin rakennustapa Suomessa pohjautuu talopakettitoimitukseen. Tällä hetkellä talopakettien osuus pientaloista on noin 70 % määrän kasvaessa tasaisesti. Opinnäytetyöni teoreettisessa osassa valotetaan niitä taustoja, joiden keskellä käytännön talopakettikauppa tapahtuu. Työssä selvitetään myös millaisten vaiheiden kautta on tultu tämän päivän rakentamiseen, keitä ovat asiakkaat, sekä mihin tarpeeseen ja millä keinoin talokirjalla halutaan vastata.

Calla Talo on yksi uusista markkinoille tulleista talovalmistajista. Kyseistä tuotemerkkiä myydään K-Rauta Naumasen toimipisteissä Itä-Suomen alueella. Talopakettimyynnin tueksi haluttiin laatia talokirja, joka sisältää paitsi talojen pohjaratkaisut ja ulkonäön, myös viittauksen sisustuksellisiin asioihin ja erottuisi kilpailijoiden laajasta tarjonnasta. Pääpaino opinnäytetyössä oli talokirjan suunnitteluun ja konkreettiseen toteutukseen osallistuminen, joka sisälsi mm. ideointia, valokuvaamista, kuvien valintaa ja käsittelyä sekä yhteistyötä mainostoimiston kanssa. Prosessi kesti vuoden 2012 keväästä vuodenvaihteeseen saakka.

Lopputuloksena syntyi Calla Talon ensimmäinen talokirja. Yksi tärkeimmistä henkilökohtaisista tavoitteista oli saada elämän arki ja tunnelma näkymään kuvamateriaalissa.

Kieli
suomi

Sivuja 43
Liitteet 2 kpl
Liitesivumäärä 86

Asiasanat
asuminen, koti, visualisointi



THESIS
January 2013
Degree Program in design
Sirkkalantie 12 A
FI 80100 JOENSUU
FINLAND
(013) 260 6900

Author
Tiina Miikkulainen

Title
Dreaming of a house – a case study of Calla Talo kitset houses

Commissioned by
Kauko E. Naumanen Oy

Abstract

The most common method of building a free standing house in Finland is kitset construction. Currently 70 per cent of detached houses are kitset houses and this ratio is increasing steadily.

This thesis is divided into two main sections. In the theoretical part, the contractual basis of kitset house construction is explained. In the second part, the history of kitset house construction in Finland is reviewed, including customer types and the role of a house brochure in selling the product.

Calla Talo is one the most recent kitset house manufacturers to enter the market. Calla Talo kitsets are available for purchase from K-Rauta Naumanen hardware stores in Eastern Finland. To promote the selling of the product, the manufacturer wanted to create a house brochure which would not only include the different floor plan options and their outward appearance but also, unlike the competitors, would introduce design ideas for interiors and give a feeling of living in the house. My thesis describes the process of compiling the brochure for Calla Talo and my involvement in it which including design, photography, selection of photographic material, editing and cooperating with the advertising agency. This process took approximately eight months.

The end result was the completion of the first house brochure for Calla Talo. My aim for the brochure to emphasise and celebrate everyday life in the material.

Language
Finnish

Pages 43
Appendices 2
Pages of Appendices 86

Keywords

habitation, home, visualisation

SISÄLTÖ

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Johdanto..... | 5 |
| 2 | Viitekehys..... | 6 |
| 3 | Asuminen ja pientalot | 8 |
| 3.1 | Muutokset asumisessa | 8 |
| 3.2 | Mitä kodilta ja pientalolta vaaditaan tänä päivänä..... | 10 |
| 3.3 | Asiakas- ja asukassegmentit | 13 |
| 4 | Visualisoinnin mahdollisuudet | 17 |
| 4.1 | Kuvan käyttö painotuotteessa..... | 17 |
| 4.2 | Visuaalisen sanoman havainnointi..... | 19 |
| 4.3 | Kuvan merkitys mielikuvan luoja..... | 20 |
| 5 | Talokirjat myynnin välineenä –katsaus kilpailijoihin | 22 |
| 5.1 | Mikä on talokirja? | 22 |
| 5.2 | Dekotalo..... | 23 |
| 5.3 | Designtalo..... | 24 |
| 5.4 | Jukka-talo | 25 |
| 5.5 | Kannustalo..... | 26 |
| 5.6 | Kastelli | 27 |
| 5.7 | Älvsbytaló | 28 |
| 5.8 | Yhteenveto..... | 29 |
| 6 | Tapaus Calla Talo | 30 |
| 6.1 | Lähtökohdat | 30 |
| 6.2 | Suunnittelu- ja toteutusprosessi..... | 31 |
| 6.3 | Lopputulós | 35 |
| 7 | Pohdinta | 40 |
| | LÄHTEET..... | 43 |

LIITTEET

- Liite 1 Kysely sosiaalisessa mediassa
- Liite 2 Calla Talo -talokirja

1 Johdanto

Pientaloja rakennetaan Suomessa vuosittain 10 000 – 15 000, mikä on 40 % koko maan asuntotuotannosta. Talopakettien osuus pientalojen määrästä on noin 70 % määrän kasvaessa tasaisesti vuosittain. Kasvu selittyy mm. tiukentuneilla energiamääräyksillä ja taloille asetetuilla laatuvaatimuksilla, jotka vaativat rakentajalta hyvää tietotaitoa. Talopaketeissa nämä seikat on otettu huomioon jo talotehtaan puolesta. (Rautiainen 2010.)

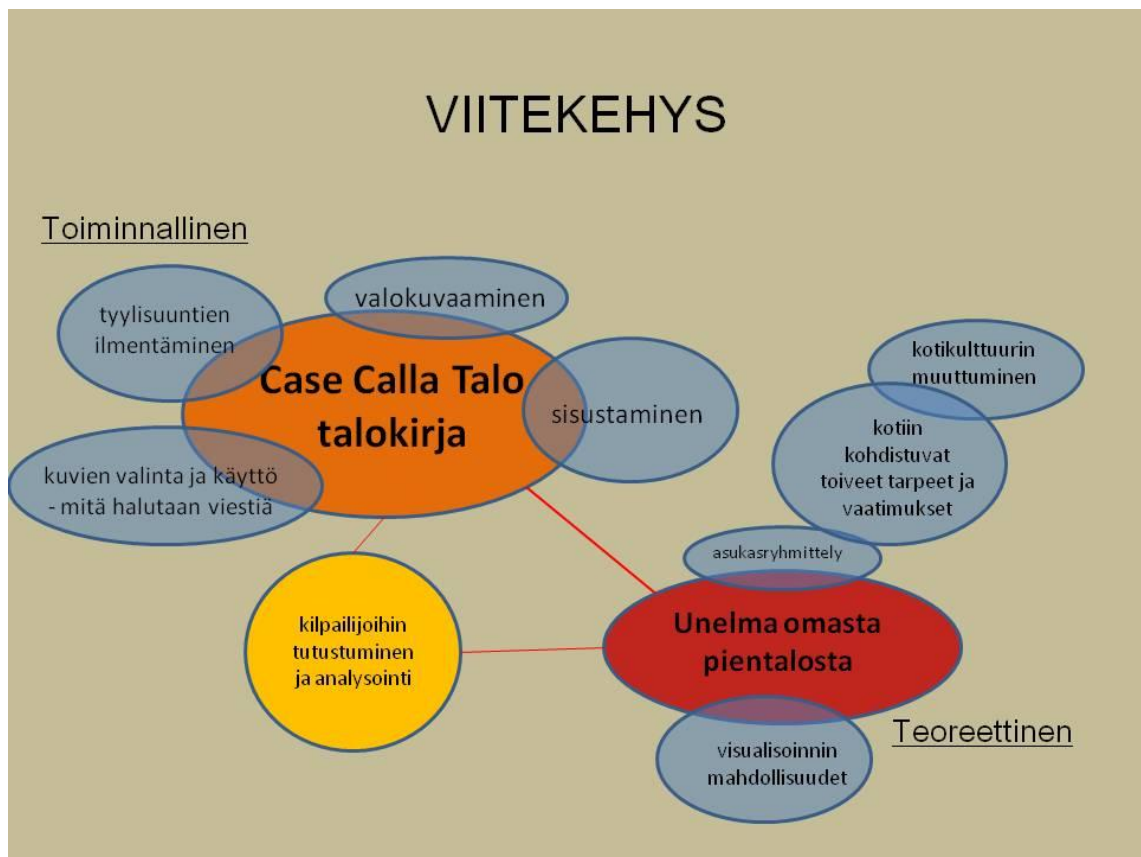
Perinteisesti talopaketeissa on mietitty valmiiksi talon ulkonäkö ja tilankäyttö sisällä. Kunkin talon suunnitteluvaiheeseen liittyy tai ainakin pitäisi liittyä ajatus tulevasta asukkaasta – sillä hetkellä vielä käsitteellisestä käyttäjästä (Saarikangas 2002, 22). Kuinka hyvin käsitteellisen käyttäjän tarpeet sitten kohtaavat todellisen asukkaan vaatimukset? Mitkä asiat ovat tämän päivän asukkaalle merkitseviä asuntoa hankittaessa? Muun muassa näihin kysymyksiin esittelen näkökulmia opinnäytetyössäni, jonka ensisijainen tavoite on ollut toteuttaa talokirja Naumanen Oy:n omalle talopakettimerkille Calla Talolle.

Sisustaminen on ollut jo pitkään nouseva trendi ja myös talovalmistajat ovat siihen jossain määrin heränneet. Talopaketin ostajalle voidaan luvata sisustus-suunnitteluapua ja talotyyppejä kategorioidaan yhä enemmän mielikuvia muodostavien sanojen avulla, jotka johdattavat ajatuksia myös sisustuksellisiin asioihin. Selvitän työssäni myös, millä tavoin sisustuksellisuus on näkyvissä olemassa olevissa talokirjoissa ja millainen on niiden antama yleisvaikutelma.

Oman pientalon rakentaja on siis suuren valintajoukon edessä haaveillessaan uudesta kodista. Vertailujen tekeminen on hankalaa ja aikaa vievää, koska talopakettitoimitusten sisältämät materiaalit ja valmiusasteet vaihtelevat. Kaikki talovalmistajat tarjoavat yhä pidemmälle vietyjä ratkaisuja ja korostavat mahdollisuutta helppoon rakentamiseen. Talopaketti on yksi kalleimmista yksittäisistä hankinnoista, jonka kuluttaja tekee elämänsä aikana ja jota varten on laadittu omat esitteet ns. talokirjat.

2 Viitekehys

Lähtökohtana viitekehysten muodostumiselle on ollut hyvin käytännönläheinen työ Calla Talo -talokirjan suunnitteluprosessissa. Calla Talo on uusi merkki talopakettimarkkinoilla ja kuluneen vuoden aikana sille on haluttu luoda omat nettisivut ja talokirja. Talokirjan haluttiin olevan ajanhenkinen ja jollain tavoin perinteisestä poikkeava. Esittelen tarkemmin Calla Taloa, toimeksiantajaa ja suunnitteluprosessia myöhemmin tässä opinnäytetyössä. Työni teoreettinen viitekehys (kuva 1) muodostuu kotikulttuurissa koetuista muutoksista ja asukkaiden ryhmitelystä, sekä kuvan mahdollisuuksista. Asuminen on sekä hyvin henkilökohtainen mutta samalla yhteiskuntapoliittinen asia. Käsittelen aihetta pääasiassa yksilön näkökulmasta sivuten suppeasti yhteiskunnallista puolta.



Kuva 1. Viitekehys.

Aluksi käsittelen niitä tapahtumia ja muutoksia asumisessa, jotka ovat johtaneet tämän päivän asumismuotoihin ja kotikulttuuriin. Tämä siksi, että historian juonteita on nähtävissä suomalaisessa asumisessa vielä tänäkin päivänä. Se, mitä suomalainen asuminen on nyt, ei täysin kohtaa asukkaiden tarpeita.

Esittelen työssäni yhden asukasryhmittelyn, mikä auttaa käsittämään asukkaiden asumiseen liittyviä kriteerejä. Asukasryhmittelyllä haluan lisäksi personoida mahdollisia asiakkaita helpommin ymmärrettäväksi ihmistyypeiksi. Tästä ryhmittelystä on myös löydettävissä pientaloasujille ominaisia piirteitä, joita voidaan hyödyntää markkinoinnin suunnittelussa ja erilaisten asioiden painotuksessa talokirjan toteutuksessa, esimerkiksi kuvallisen materiaalin valinnassa.

Visuaalisuuteen liittyvässä osiossa keskityn kuvan ominaisuuksiin, havainnointiin ja merkityksiin. Visualisoinnin mahdollisuudet ovat valtavat, teoreettinen kenttä suuri ja lähdeteosten näkökulma laajasti vaihteleva. Perustelen rajaukseni oman kiinnostukseni ja käytännön työnä syntyvän lopputuloksen eli talokirjan kautta. Katsoin mielenkiintoiseksi tutustua niihin ominaisuuksiin, joita kuvalla on suhteessa painotuotteeseen, sekä havainnointiin liittyvään teoreettiseen pohjaan, koska halusin selvittää onko sieltä löydettävissä joitakin merkittäviä lainalaisuuksia. Kirjoitan myös kuvan tutkimisesta, koska katsoin sen herättävän mielenkiintoa talokirjojen tai yleensäkin kuvallisen materiaalin syvällisempää tutkimista ajatellen.

Toiminnallinen viitekehys koostuu kaikesta siitä käytännön tekemisestä, joka on kohdistunut kuvallisen materiaalin tuottamiseen, valintaan ja käsittelyyn, liittyen talokirjan valmistumiseen. Käytännössä osallistuminen talokirjan tekemiseen on ollut ideointia, käytännön suunnittelua, vuoropuhelua eri yhteistyötahojen näkemysten kanssa ja toisaalta peilaamista olemassa olevaan, kilpailijoiden talokirjamateriaaliin ja kuluttajaluokitukseen. Kilpailijat sijoittuvat viitekehyksessä näin ollen teoreettisen ja toiminnallisen kentän välimaastoon. Valikoin tässä opinnäytetyössä esiteltävät kilpailijoiden talokirjat suuremmasta joukosta. Kaksi talovalmistajaa jätin pois siitä syystä, että yritys, jossa työskentelen, tekee yhteistyötä myös heidän kanssaan. Muutama talovalmistaja jäi pois samankaltaisuuksien tai pieniksi pilkottujen kokonaisuuksien vuoksi.

3 Asuminen ja pientalot

3.1 Muutokset asumisessa

Yksilöllisyyden ja mukavuuden korostuminen asumisessa on lähtöisin jo 1700-luvulta eurooppalaisen yläluokan käsitysten muuttuessa epämuodollisemmiksi (Sarantola-Weiss 2003, 11-12). Suomessa puukaupungit alkoivat muuttua kivi-kaupungeiksi 1800-luvun loppupuolella porvariston ja nousevan keskiluokan asuessa keskustan korkeissa kivitaloissa. Työväen asuinalueet löytyivät kaupungin laidoilta, aluejaon olematta kuitenkaan kovin jyrkkä, poikkeuksiakin löytyi. 1900-luvun alussa asuttiin hyvin erilaisissa asunnoissa, mutta asunnon koko ja tilajärjestelyt määräytyivät sosiaalisen aseman perusteella. Mistä lähtien asuntojen tilat on jaettu käyttötarkoituksen mukaan? 1800-luvun lopulla keskusteltiin paljon asumisen hygieenisyydestä ja turvallisuudesta. Samaan aikaan porvariston ja nousevan keskiluokan asumisessa näkyi muutos tilojen kolmijakoon – sosiaaliselle kanssakäymiselle, perheen yksityiselle olemiselle ja palvelijoille oli varattu omat erilliset osat asunnoista. Asuntojen tilojen jakaminen yksityisiksi ja julkisiksi oli yksi merkittävimmistä muutoksista asuntojen tilan käytössä 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa. (Saarikangas 2002, 127-144.)

Naisen asema oli muutoksessa 1920-30-luvulla. Itsensä elättävien naisten määrä lisääntyi, mikä johti kahdenlaisiin muutoksiin asuntopuunnittelussa lähinnä kotitaloustöihin liittyen. Nykytermein voisi puhua ulkoistamisesta ja tehostamisesta. Ulkoistaminen tarkoittaa tässä yhteydessä lyhytaikaista linjausta asuntopolitiikassa, mikä oli rakentaa asuinalueille keskuskeittiötaloja, joissa suoritettiin osa kotitaloustöistä, esim. tiskaus ja ruoanlaitto. Toinen suuntaus eli tehostaminen pyrki rationalisoimaan keittiötä ja kotitaloustöitä. (Saarikangas 2002, 203-204.) Funktionalismin vaikutukset asunnon tilajärjestelyihin alkoivat näkyä 1930-luvulla. Vuonna 1929 Frankfurtissa esiteltiin ensimmäisen kerran määritelmä minimiasunnosta. Se oli pienin mahdollinen perheasunto, jossa oli erillinen keittiö, arkihuone ja makuuhuone. Minimiasunnon pinta-ala oli 50-60 m² ja sen idea perustui toimeentulominimiin sekä tilan ja toiminnan ykseyteen. Tämä asunmalli on pohjalla nykyisen asunnon tilalliseen järjestymiseen. (Saarikangas 2002, 238.)

Vuonna 1945 Suomeen säädettiin maanhankintalaki, jonka toimeenpano jatkui 1960-luvulle saakka. Tämän lain johdosta maahan rakennettiin 75 000 asuintaloa tarkoituksena saada vakiintuneet asumisolot siirtolaisille, sotainvalideille, sotaleskille ja perheellisille rintamamiessotilaille. Tästä lienee peräisin myös tyyppitalolle annettu nimitys rintamamiestalo. Vaikka kaupunkien rakennukset olivat jo muuttuneet pääosin kivitaloiksi, maaseudun jälleenrakentamisessa tärkein materiaali oli puu, koska sitä oli riittävästi saatavilla. Tilankäytön peruslähtökohta oli hyvin samankaltainen kuin funktionalismin ihanteessa, minimiasunnossa, talossa oli keittiö, makuuhuone ja olohuone, pienemmissä yhdistetty keittiö ja huonetila. Tilojen koko suhteessa toisiinsa oli rintamamiestaloissa tassa-arvoinen. Pohja-alana toiminut neliö jaettiin neljään yhtä suureen osaan, jotka olivat keittiö, olohuone, makuuhuone ja eteinen. Erilliset tilat kietoutuivat talon keskelle rakennetun piipun ympärille. Huoneista oli kulku toisiinsa ja tyyppilistä oli esimerkiksi makuuhuoneen sijainti keittiön vieressä ja keittiön ja olohuoneen sijainti erillään toisistaan. Keittiö ja makuuhuone muodostivat näin talon yksityisen osan ja olohuone puolijulkisen tilan. Tyyppitalojen rakentumisen aikana myös Alvar Aalto suunnitteli oman standarditalonsa A-talon, jonka tilankäyttö poikkesi rintamamiestalosta huonetilojen sijoittumisen ja makuuhuoneiden koon suhteen sekä yhdistäen monesti keittiön ja arki- tai olohuoneen toisiinsa. (Saarikangas 2002, 350-375.)

Suomen teollistumisen kausi oli vahvaa elementtirakentamisen aikaa (Juntto 2010, 10). Talojen sisäpuolella se vaikutti eniten olohuoneiden sisustukseen ja tilankäyttöön. 1970-luvulla vakiintui 40 tunnin viikoittainen työaika, mikä lisäsi ihmisten vapaa-aikaa. Samanaikainen viihde-elektroniikan yleistyminen asetti omat tarpeensa, sillä perheiden yhdessäolo muodostui monesti television katse- lusta. Suuren muuton vuosina 1965 - 1975 maahamme rakennettiin puoli miljoonaa asuntoa. Tästä ajasta puhutaan kaupungistumisena, mikä oli oikeastaan esikaupungistumista, koska suurin osa asunnoista rakennettiin taajamiin tai hieman niiden ulkopuolelle. (Sarantola-Weiss 2003, 16-23.) Omakotitaloja rakennettiin paljon valtion arava-lainojen tuella, hartiapankki periaatteella (Hautajärvi, 23). Ne saivat oman leimansa tarkoista säädöksistä, jotka koskivat mm. talojen pinta-alaa, materiaaleja, kustannusarviota suhteessa asukaslukuun, eristeiden ja ikkunoiden lämpöarvoja ja myös ikkunoiden määrää.

Ensimmäinen suomalainen sisustuslehti oli Kaunis Koti, joka ilmestyi 1948 lähtien sulautuen Avotakkaan 1971. Sisustuslehdet yleistyivät 1960 luvulla. Ne levivätkä tehokkaasti ihanteita ja unelmia moderneista omakotitaloista ja sisustuksesta. Ajan henkeen kuuluivat avotakat, vähäeleiset sohvaryhmät, jalopuusta tehdyt huonekalut, voimakkaat värit, muovi ja suurikuvioiset painokankaat. Tyyli tavoitti lähes koko kansan jollakin asteella esimerkiksi television myötämielisellä vaikutuksella. Tähän päivään mennessä sisustuslehtien määrä on moninkertaistunut. (Hautajärvi 2011, 27-28.) Nyt sisustusvinkkejä annetaan monien lehtien lisäksi useiden televisio-ohjelmien muodossa ja internet on pullollaan sisustusaiheisia blogeja. Niin kuin kaikilla muillakin aloilla tiedon määrä on valtava ja sen luotettavuuden arviointi hankalaa.

3.2 Mitä kodilta ja pientalolta vaaditaan tänä päivänä

Asuminen on samalla sekä julkinen että yksityinen kysymys. Julkisenä kysymyksenä asumiseen liittyy kaupalliset, taloudelliset ja tekniset näkökohdat. Ne ovat siis vahvasti asuntotuotantoon liittyviä asioita, joihin tulevilla asukkailla ei ole kovinkaan suurta vaikutusvaltaa. Yksityisenä kysymyksenä asuminen on hyvin henkilökohtainen asia toiveineen ja tuntemuksineen. Näiden kahden toisistaan erillään olevan tahon kohtaamattomuudesta johtuen omakotitalossa asuminen on monen suomalaisen unelma - oma tila ja suurempi määräysvalta sekä asunnon suunnittelu-, tuotanto- ja asumisvaiheessa. (Juntto 2010, 7-12.)

Asumistoiveet ja –tarpeet ovat muuttuvia ja joskus keskenään ristiriitaisia tekijöitä. Yksilölliset mieltymykset, elämäntapa, elämäntyyli, taloudelliset resurssit ja yleinen elämäntilanne vaikuttavat jokainen osaltaan asukkaan tekemiin asumisvalintoihin. Pientalojen tilajärjestelyjen kannalta mielenkiintoista on eliniän pitenemisen ja muuttuvien elämänvaiheiden asettamat haasteet. Ikään liittyvät kysymykset eivät liity pelkästään eliniän pitenemiseen. Nuoret muuttavat pois vanhempiansa luota entistä aikaisemmin, mutta kuitenkin perhe perustetaan vasta lähempänä kolmeakymmentä ikävuotta. Pientaloille asettavat vaatimuksia myös uudet perhemuodot. Asunnon pitäisi pystyä joustamaan helposti myös tilajaollisesti erilaistuvissa asumistilanteissa. (Juntto 2010, 7-12.)

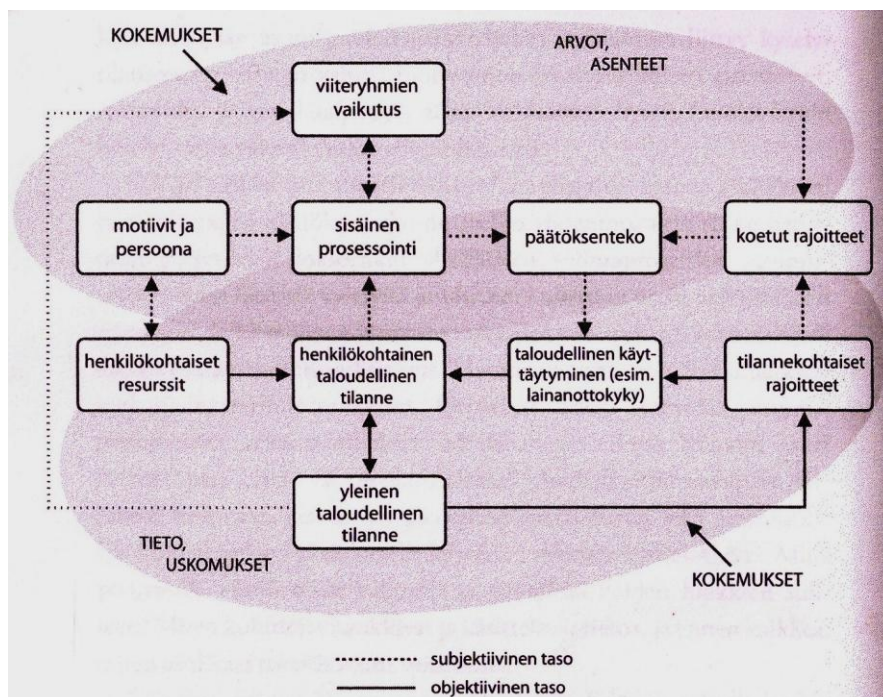
Tilajärjestelyillä voidaan vaikuttaa ihmisten, äänien, tuoksujen, valon ja tilanäkymien keskinäisiin suhteisiin. Tilojen käyttötarkoituksen mukaan, niiden sijoittamisella voi olla yhdistävä, toimintoja tukeva tarkoitus tai erilaisia toimintoja toisistaan estävä tarkoitus. (Saarikangas 2002, 146.) Yksi funktionalismin ajalta säilynyt piirre talojen pohjaratkaisuissa on makuuhuoneen sijoitus. Makuuhuone määriteltiin avioparin tilaksi, joka oli jälkeläisten tuottamisen ja seksuaalisuuden paikka, vaikka siitä ei asuntokeskustelussa suoraan puhuttukaan. (Saarikangas 2002, 247.) Vanhempien makuuhuoneen sijoittaminen erilleen lasten huoneista on nähtävissä monesti nykyisissäkin pohjaratkaisuissa. Toinen yleinen, 1970 -luvulta säilynyt piirre talojen tilajärjestyksessä on ns. tupakeittiö, joka kokoaa asukkaat yhtenäiseen tilaan. (Hautajärvi 2011, 10).

Rakentamiselle asetetut energiaan ja päästömääriin liittyvät vaatimukset ovat yhä tiukempia, koska rakentaminen ja rakennusten käyttäminen kuluttavat 40 % kaikesta tuotetusta energiasta ja materiaaleista. Samalla ne tuottavat saman verran päästöjä ja jätteitä. Rakentajalla on kuitenkin mahdollisuus tehdä talostaan jopa enemmän energiaa tuottava kuin kuluttava. Maastamme löytyy korkeaa teknologiaosaamista ja mediakulttuuri on vahva, toisaalta taas kaivataan metsiä, luontoa ja rauhaa. Edelleen 2010-luvulla suomalaiset pitävät asumisessa tärkeinä omaa pihaa, rauhallista aluetta, puupintoja ja takkatulenääressä istumista. Samalla kodit on varusteltu nykyteknologian uusimmilla saavutuksilla, kuitenkin maltillisemmin kuin 1900-luvun lopulla kotien kilpavarustelun aikaan. (Hautajärvi 2011, 10-36.)

Kohtaavatko asumisen arki ja unelmat? Tyypillisin asumisen unelma on yksilöllinen omakotitalosta metsän ja veden äärellä, kuitenkin lähellä kaupungin palveluita. Tämä unelma on ristiriidassa sen todellisuuden kanssa, että Suomeen rakennettavista omakotitalosta suurin osa on talotehtaiden kuvastoista tilattavia valmistaloja, jotka sijaitsevat hyvin lähekkäin samassa rivissä isoilla asutusalueilla. Halu oman pientalon rakentamiseen liittyy sekä perinteeseen, että jatkuvuuteen, unohtamatta toivetta paremmasta elämästä. Perinteiden vaaliminen on osa idealistista mielikuvaa esimerkiksi lapsuuden onnen hetkistä. Yhtenä paremman elämän mittarina voitaneen pitää kansalliseksi identiteetiksi muotoutunutta tarvetta asunnon ja maan omistamisesta. (Hautajärvi 2011, 10-36.)

Puhuttaessa asumispreferensseistä ei tarkoiteta yksinomaan asumisen tarpeita ja toiveita. Asumispreferenssille ei ole yksiselitteistä ja tarkasti määriteltyä merkitystä. Taloustieteissä sana preferenssi tarkoittaa niitä muuttujia, jotka ohjaavat kotitalouden kulutuskäyttäytymistä. Mikrotaloustieteissä preferensseinä pidetään niitä syitä, jotka johtavat tietynlaiseen toimintaan. (Hasu 2010, 60-69.)

Asumispreferenssejä voitaisiin pitää toiveiden, tarpeiden, motiivien ja tilannekohtaisten ratkaisujen yhteissummuna. Asumispreferenssi ei siis ole pelkästään asioiden arvottamista paremmuusjärjestykseen, vaan myös tehtyihin valintoihin johtaneita syitä. Tilannekohtaisuudesta johtuen myös preferenssien vahvuutta on hankala arvioida. Vasta jonkin tehdyn valinnan uusiminen todentaa sen konkreettisesti vahvaksi. Asukkaan toiveet ja teot eivät aina kohtaa toisiaan ja todelliset vaikuttimet voivat jäädä löytymättä. Asukkaasta voidaan puhua myös kuluttajana, koska asuminen ei täytä enää pelkästään yksilön perustarpeita, vaan on osa elämäntapaa. Kuluttajien päätöksentekoon vaikuttavat kulttuurisidonnaiset, sosiaaliset, henkilökohtaiset ja psykologiset tekijät. Kulutukseen tähtäävä käyttäytyminen voidaan jakaa myös objektiivisiin ja subjektiivisiin tekijöihin seuraavan kaavion (kuva 2) mukaisesti. (Hasu 2010, 60-69.)



Kuva 2. Kuluttamiseen tähtäävän käyttäytymisen objektiiviset ja subjektiiviset vaikutustekijät (Hasu 2010, 68).

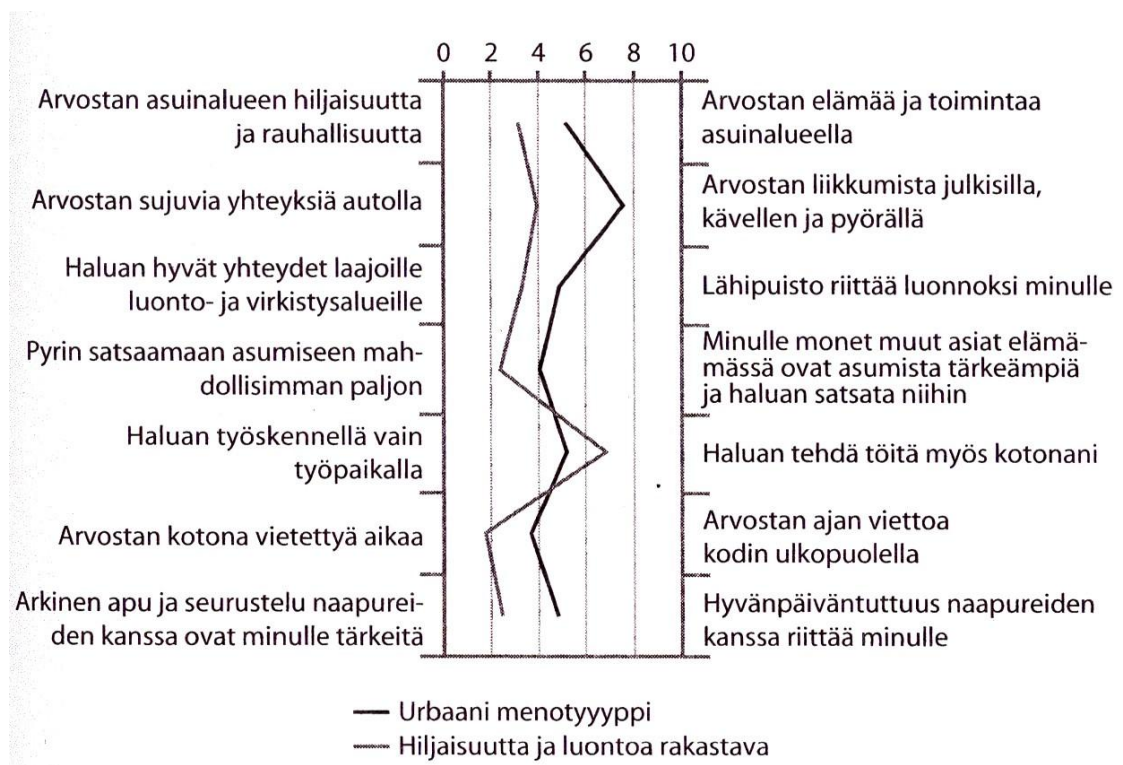
3.3 Asiakas- ja asukassegmentit

Alla olevassa kuvassa (kuva 3) on havainnollistettu karkeasti sitä asiakaskuntaa, joka on merkityksellistä pientalokauppioiden näkökulmasta. Koska rakennusliikkeet etsivät ensisijaisesti kustannustehokkainta ratkaisua, keskitytään myöhemmin tässä luvussa enemmän yksityisiin kuluttajiin. Rakennusliikkeet ovat kuitenkin tärkeä asiakaskunta, mutta talokirjan sisältö ei ole merkittävä heidän päätöksentekonsa kannalta. Yksityiset rakentajat on tässä jaettu kahteen ryhmään sen mukaan, tekevätkö he pysyvämpää kotia itselleen vai onko heillä ajatus myydä asunto jo rakennusvaiheessa tai viimeistään kaksi vuotta asumisen jälkeen, jolloin rahallinen hyöty on suurin verotuksellisista syistä. Tällä jaolla on suuri merkitys siihen, kuinka paljon asunnon materiaaliseen laatuun halutaan panostaa rakentamisen eri osa-alueilla.

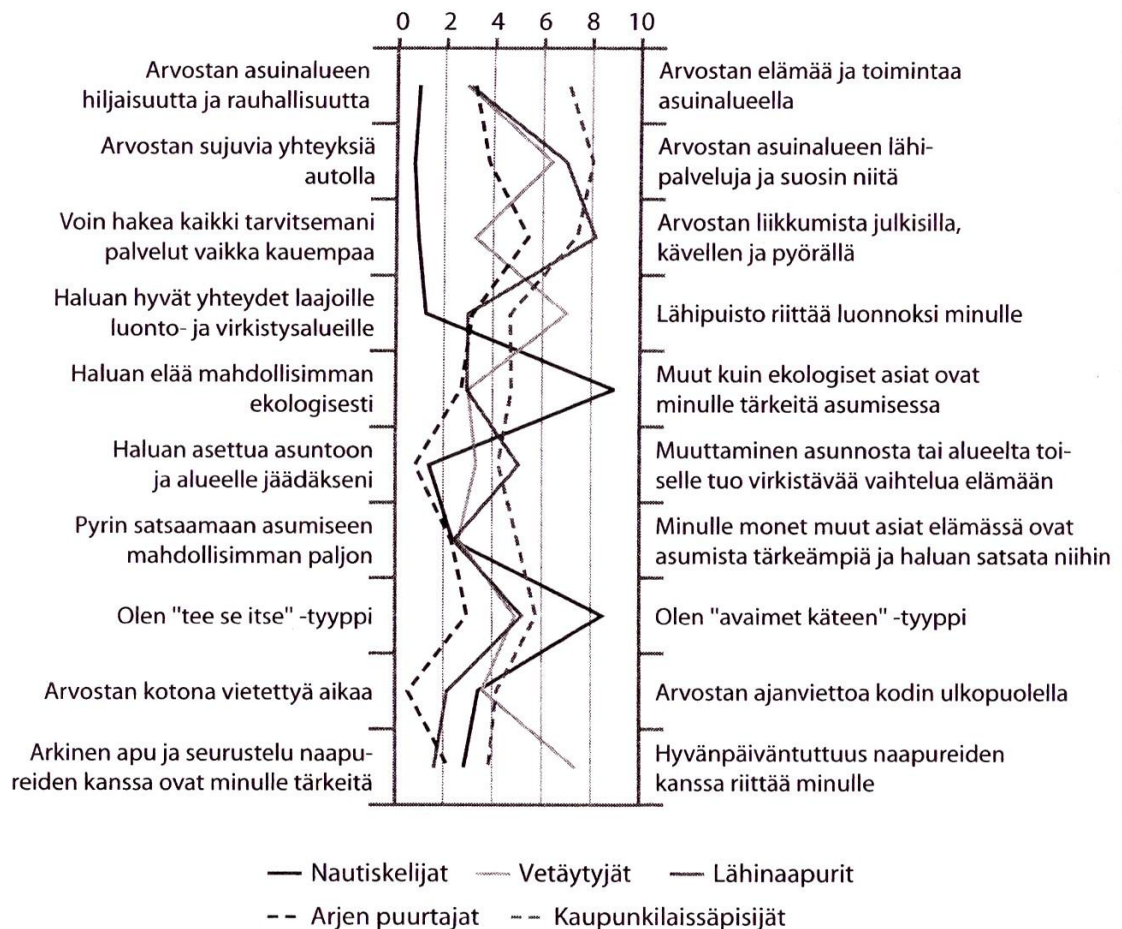


Kuva 3. Ketkä rakentavat pientaloja?

Yksityisiä kuluttajia voidaan asukkaina ryhmitellä monien erilaisten luokitusten mukaan. Yksi mielenkiintoisista tavoista jaotella asukkaat on syntynyt Etelä-Suomessa tehdyssä asumispreferenssitutkimuksessa. Tutkimuksessa tutkittiin kahdella erilaisella asuinalueella asuvien ihmisten toiveita, tarpeita ja vaikuttimia. Tämän pohjalta tehtiin kaksi jaottelua. Jaettaessa asukkaat karkeasti kahteen ryhmään, voitiin erottaa toisistaan ”urbaanit menotyyppit” ja ”hiljaisuutta ja luontoa rakastavat” (kuva 4). Pääjakaja näiden kahden ryhmän välillä oli asuinpaikan valinta, mikä oli ikään kuin ensimmäinen perusvalinta. Siis halu kaupunkimaiseen tai rauhalliseen asumiseen ei ollut kyseenalaistettavissa. Näiden alueiden sisällä kyllä pystyttiin harkitsemaan erilaisia asumismuotoja. Tämä jako ei sinänsä tarjoa paljonkaan uutta tietoa, mutta mielenkiintoisempi on ryhmittely viiteen tarkemmin määriteltyyn preferenssir ryhmään (kuva 5). (Kytä ym. 2010, 127-129.)



Kuva 4. Ensimmäisen tason preferenssiprofiilianalyysi paljasti kaksi toisistaan eroavaa asukasryhmää (Kytä ym. 2010, 127).



Kuva 5. Viisi asukasryhmää, jotka kuvaavat tutkimiemme asukkaiden asumispreferenssiprofileja (Kyttä ym. 2010, 130).

Edellä mainitun tutkimuksen mukaisen asukasjaottelun suurin preferenssiryhmä oli säpisijät. Säpisijät arvostavat sujuvaa julkista ja kevyttä liikennettä. He viettävät mielellään aikaa kodin ulkopuolella ja pitivät mm. siitä, että ympäristössä on myös ihmisiä, joita he eivät tunne. Palvelujen pitää olla lähellä ja yleinen kaupungin vilinä on heille mieluinen piirre asuinpaikassa. Säpisijät eivät ole remonttijoita ja nikkaroijia, vaan ostavat mielellään "valmista". Asumisen ei oletettu olevan kovinkaan pysyvää, eikä asumiseen panosteta erityisen paljon. Tästä ryhmästä löytyi enemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita henkilöitä kuin muista ryhmistä. (Kyttä ym. 2010, 131-132.)

Vetäytyjät saivat nimensä, koska heille riitti pelkkä hyvänpäivätututus naapureiden kanssa - joskin heidän läsnäolonsa on tärkeää. Vetäytyjät haluvat olla kosketuksessa luonnon kanssa, mutta eivät keskellä metsää, läheinen puistokin saattaa riittää. Läheltä löytyvät hiihtoladut, lenkkipolut tai jopa meren ranta olisi-

vat asumisen mukavuutta parantavia ominaisuuksia. Palveluita voidaan hake-
maan kauempaakin, mikä on hieman ristiriidassa sen kanssa, että he suosivat
julkisia kulkuvälineitä. Pääasia on, että lapsilla on hyvä ja rauhallinen asuinalue.
Myös ekologinen elämäntapa on tälle ryhmälle tärkeää. (Kyttä ym. 2010, 133-
134.)

Puurtajat ovat mielenkiintoinen ryhmä omakotitaloasumisen kannalta. Puurtajat
ovat tee-se-itse henkisiä ihmisiä, jotka asuvat pientalossa. He pitävät erityisen
tärkeänä kotona vietettyä aikaa. Ekologisuus koetaan tärkeäksi, mutta omalla
autolla liikkuminen on kuitenkin ensisijainen liikkumismuoto. Puurtajat olivat
ryhmänä keski-ikältään vanhin ryhmä, heillä oli suurimmat asunnot ja suurimmat
perheet. Asuinalueen pysyvyys ja panostaminen omaan kotiin sekä lähiympäris-
töön ovat tavoiteltuja ominaisuuksia. Naapuriapu ja muutoinkin yhteydenpito
heidän kanssaan koetaan tärkeäksi. Työpaikat sijaitsivat yleensä asuinalueen
ulkopuolella. Realistisille puurtajille arkielämän sujuminen on ekologisuutta
merkittävämpi asumispreferenssi. (Kyttä ym. 2010, 134-136.)

Neljäntenä ryhmänä mukaan tulevat nautiskelijat – elämästä nautiskelijat. He
pitävät itseään luontoihmisinä, vaikka samalla myöntävät, että ekologiset tekijät
eivät juurikaan vaikuta heidän päätöksentekoonsa. Luonnon arvostus näkyikin
enemmän alueellisena asiana. Luonnonmukaisten alueiden läheisyys asunto-
alueen läheisyydessä ja viheralueet asuntoalueen keskellä ovat tärkeitä asu-
mispreferenssejä. Samalla kuitenkin auto on olennainen osa elämää. Nautiske-
lijoille merkityksellisiä asioita asumistyytyväisyydessä ovat lisäksi rauhallisuus ja
avaimet käteen –tyyppiset ratkaisut. (Kyttä ym. 2010, 136-138.)

Viimeinen asumispreferenssiryhmä on naapurustolaiset. He viihtyvät hyvin ko-
tona ja omalla asuinalueellaan. Naapurustolaiset pitävät naapurien tuomaa
apua ja yhteisöllisyyttä erittäin tärkeinä asioina. Arki sujuu mukavasti lasten
kanssa niin, että kaikki löytyy läheltä, esimerkiksi koulu, hoitopaikka, harrastuk-
set. Julkinen liikenne ja hyvät mahdollisuudet käyttää kevyttä liikennettä arvos-
tetaan korkealle. Lisääarvoa asuinalueelle antaisi myös hyvät yhteydet luonto- ja
virkistysalueille. Muuttamista he eivät koe pahana asiana, vaan mielenkiintoise-
na vaihteluna. (Kyttä ym. 2010, 138-139.)

4 Visualisoinnin mahdollisuudet

4.1 Kuvan käyttö painotuotteessa

Käsittelen tässä kuvan ominaisuuksia erityisesti painotuotteessa käytettynä. Painotuotteessa kuva ja teksti muodostavat parin, joista toinen yleensä korostuu vahvemaksi. Kuvan ja tekstin täytyy kuitenkin täydentää toinen toistansa. Iskulause voi olla erittäin tehokas ja helposti ymmärrettävä lyhyenä ja ytimekkäänä. Kuvan vastaanottaminen on taas helpompaa ja nopeampaa, eikä vaadi lukijalta kielitaitoa. Painotuotteessa kuvan tehtävä on selvittää ja selittää asioita, jäsentää kokonaisuutta ja pysäyttää lukija. Kuvan luonne määräytyy sen käytettävän mukaan. Jos kuvalla halutaan tehostaa jonkin asian merkitystä, käytetään yksityiskohtia suuremmasta kokonaisuudesta. Täydentävällä kuvalla halutaan vahvistaa tekstin merkitystä ja joissakin tilanteissa kuva on pääosassa. Kuva antaa mahdollisuuden myös tuoda kokonaan uusi näkökulma aiheeseen kuvien kautta. Tällöin puhutaan symbolisesta kuvituksesta, jolla halutaan saavuttaa tunnetiloja ja antaa ajattelemisen aihetta. Kuvan tai kuvien valinta pohjautuu aiheen perusideaan. Valintaan vaikuttavat myös aiheen kerrontamuoto, kuvien käyttötapa ja näkökulma. (Loiri & Juholin 2002, 52-54.)

Painotuotteisiin päätyviä kuvia voidaan käsitellä monin tavoin. Normaalien värikuvien ja mustavalkoisten kuvien lisäksi voidaan tehosteena käyttää mm. duotone- tai triotone-kuvia. Tämä tarkoittaa sitä, että mustavalkoiseen kuvaan lisätään kaksi tai kolme väriä ilmentämään haluttua vaikutelmaa. Rajaus vaikuttaa painotuotteen taittoon ja antaa taiton tekijälle paremmat mahdollisuudet hyvään lopputulokseen. Kuvan lopulliseen muotoon vaikuttavat sen sisältämä informaatio ja liikesuunnat, sekä painotuotteen taiton vertikaalisuus tai horisontaalisuus. Kuvan sisältämään suuntaa tai liikettä voidaan voimistaa tai latistaa rajaamalla kohde keskelle tai reunaan, tiukasti tai löysästi. Linjaus kulkee yleensä samankaltaisena läpi koko painotuotteen. Kuvia voidaan käsitellä teknisesti myös muulla tavalla. Paitsi että voidaan muuttaa värejä ja muotoja, on mahdollista yhdistää kuvia, venyttää niitä, poistaa häiritseviä yksityiskohtia, parantaa kontrastia, säätää valkotasapainoa jne.. (Loiri & Juholin 2002, 56-59.)

Painotuotteen muodolla on merkitystä luettavuuden ja käytettävyyden kannalta. A4 kokoinen arkki on pystysuunnassa aktiivisempi kuin vaakasuunnassa. Neliön muotoinen arkki sijoittuu niiden välimaastoon. Pystysuorakaiteen muodossa silmä joutuu tekemään aktiivisesti töitä havainnointi hetkellä, tuotteen kuitenkin pysyessä ryhdikkäästi otteessa. Neliön muotoinen pinta on taittajan kannalta helppo, koska se mahdollistaa kuvien käytön helposti sekä pysty- että vaakasuunnassa. Vaakasuorakaiteen muotoinen pinta on levollinen, koska ihmisen silmä pystyy hahmottamaan sen kerralla hyvinkin tarkkaan. Vaakasuuntaisen painotuotteen käsittely on kuitenkin hieman hankalampaa. (Loiri & Juholin 2002, 57-61.)

Kuvasommittelulla tarkoitetaan rajatussa pinnassa olevien elementtien painopisteen löytämistä, siten että muodostuu esteettinen, helposti havainnoitava kokonaisuus. Yleensä kuvan tasapainolinja sijaitsee hieman keskilinjaa ylempanä, koska näin lopputulos on dynaamisempi. Sommittelun ja painotuotteen suunnittelun perusasioina pidetään paitsi tasapainolinjaa, myös optista keskipistettä ja kultaista leikkausta. Sommittelu voi tapahtua yksittäisen kuvan sisällä tai sommittelemalla voidaan koostaa monta erillistä kuvaa kokonaisuudeksi. Kuva-kooste voi sisältää yhtä aikaa aktiivisia ja passiivisia elementtejä, mikä onnistuessaan lisää niihin kohdistuvaa mielenkiintoa. (Loiri & Juholin 2002, 62-68.)

Samoin myös symmetrian ja epäsymmetrian tasapainoisella käyttämisellä saadaan kiinnostavampi lopputulos, joka ei jää tylsäksi ja latteaksi kuten helposti käy pelkästään symmetriaa ja keskustasommittelua käyttämällä. Tehokeinona voidaan käyttää myös pienen ja suuren elementin välille syntyvää jännitettä. Esimerkiksi pieni piste ison pinnan reunassa tekee suuresta tyhjästä tilasta mielenkiintoisen elementin ja pienestä pisteestä tehokkaan yksityiskohdan. Painotuotteen suunnittelussa sommittelu on mm. otsikoiden, tekstien, värien, ingressien, kuvien ja tyhjän tilan käyttämistä. Siihen liittyy yleensä myös emotionaalisia tekijöitä sekä suunnittelijan tapa nähdä maailma, mikä tekee sommittelusta erittäin subjektiivista ja näkemyksellistä. (Loiri & Juholin 2002, 62-68.)

4.2 Visuaalisen sanoman havainnointi

Vaikka silmän liikkeen muodostuminen on yksilöllistä ja tilannekohtaista, on sitä mahdollista ohjailla jossain määrin. Apukeinoja voivat olla mm. opitun luku-suunnan ja painovoiman huomioiminen, katseen etsiytyminen kulmiin ja yksityiskohtiin, värit ja niiden symboliikka sekä viivojen ohjaava vaikutus. Kuvatilan mielenkiintoisuuden merkityksellisiä tekijöitä ovat yhtä lailla rajaus, linjat ja tyhjä tila. (Hatva 1987, 46-51.)

Visuaalinen sanoma ei etene suoraviivaisesti, vaan syklisesti. Eri vaiheiden kautta kuva muuntuu lopulta katsojan henkilökohtaiseksi tulkinnaksi sanomasta. Tähän lopputulokseen vaikuttaa suuri joukko eri tekijöitä, kuten samaan aikaan muiden aistien kautta saatava informaatio ja henkilön aikaisemmat kokemukset. Jos kuva on tarpeeksi mielenkiintoinen, se aiheuttaa havaintosyklin. (Hatva 1987, 12-13.)

Havainnointisykliksi sanotaan tapahtumaa, jossa visuaalinen sanoma tallentuu pitkäkestoiseen eli säiliömuistiin. Sillä tarkoitetaan sitä ihmismieleessä tapahtuvaa tutkimista ja arviointia, minkä tarkastelun kohde saa aikaiseksi. Jos ennako-odotukset ja todellisuus eivät kohta, viestin/kuvan tallentuminen säiliömuistiin hidastuu. Aistiperäisen ja muistiperäisen tiedon on kohdattava. Säiliömuistiin tallentamista voidaan helpottaa kertaamalla ja vaikuttavuudella. Kertaaminen on käytännössä ulkoa oppimista. Vaikuttavuudella voidaan luoda vahvoja mielikuvia, joita vielä vahvistetaan mielekkäillä yhteyksillä ja merkityksillä. Mielikuvan luonteeseen kuuluu olennaisena osana nimenomaan tulkinta, koska mielikuva ei koskaan vastaa tarkasti alkuperäistä ärsykettä. (Hatva 1987, 16.)

Kuvien aiheuttamien mielikuvien tulkitsemisen ennakoiminen on markkinoinnin kannalta erityisen tärkeää, koska lopullinen sanoma ja viesti muotoutuu juuri tulkinnan jälkeen. Kuvista nähdään paljon symbolisia merkityksiä. Ne voivat lisätä sanoman vakuuttavuutta ja luotettavuutta tai aiheuttaa sekavia tuntemuksia, jotka haittaavat markkinoinnin tavoittelemaa lopputulosta. (Bonnici 1999, 83-92.)

4.3 Kuvan merkitys mielikuvan luoja

Kuvan tarkoitus mediassa on tukea ja tehostaa viestintää. Huonosti onnistunut visualisointi toimii päinvastoin. Kuva voi johdattaa ajatukset väärään suuntaan tai aiheuttaa ristiriitaisia, muuta viestintää häiritseviä signaaleja. ”Itse asiassa ei ole olemassa hyvää tai huonoa kuvaa, vaan oikeassa tai väärässä tilanteessa oikein tai väärin käytettyjä kuvia.” Teknisesti ja hyvin toteutettu kuva voidaan pilata epäolennaisella tai huonosti suunnitellulla tekstillä. (Hatva 1987, 9-11.)

Visuaalisen kielen avulla voidaan luoda yritykselle johdonmukainen ja eheä identiteetti. Sen pitäisi olla myös keino ylittää tiukkoja raja-aitoja ja sääntöjä, jotka rajoittavat usein kuvien käyttötapoja. Kun otetaan huomioon kuvan mahdollisuudet merkityksien antajana, visuaalinen kieli pystyy toimimaan ”ei sanallisen” viestinnän tehokkaana välineenä, koska informaatiota sisäistetään paljolti tunneperäisillä syillä. (Bonnici 1999, 1-16.)

Kuvalla siis herätetään mielenkiinto, mutta yhtä tärkeää on se, minkälaisia emotionaalisia viestejä sillä halutaan herättää tai herätetään, tietoisesti tai tiedostamatta. Näiden viestien ja merkitysten vertailu ja analysointi on tärkeää, kun halutaan erottua joukosta ja saavuttaa kilpailuetua muihin verrattuna. Puhuttaessa esimerkiksi yrityksen esitteestä, viestien ja merkitysten pitäisi pysyä samassa linjassa kannesta kanteen. Kuitenkin niin, että voidaan esittää jotakin odottamatonta ja yllättävää mielenkiinnon ylläpitämiseksi, sanoman menemättä sekavaksi ja hämmentäväksi. Luonnollinen ote viestinnällisen materiaalin suunnitteluvaiheessa näkyy myös luonnollisena ja todentuntuksena lopputuloksena, koska yrityksen alkuperäinen identiteetti on näkyvässä, eikä sitä ole yritetty peitellä. Jo pelkkä kansikuva herättää paljon odotuksia sisältöä kohtaan ja kysymys kuuluu, ylitetäänkö vai alitetaan odotukset? Ovatko kansikuvan herättämät mielikuvat vahvistuneet vai heikentyneet? (Bonnici 1999, 81-132.)

”Visual language is what the heart reads after the mind has become quiet.”
(Bonnici 1999, 25.)

Käsitettä representaatio käytetään analysoitaessa visuaalista kulttuuria tieteellisestä näkökulmasta. Sen avulla voidaan pohtia kenen näkökulmasta, millaisin välinein ja millä tavoin erilaiset mediat tuottavat todellisuutta. Mediassa näkemämme arkinen kuvallisuus voidaan kokea eri tavoin. Voidaan kuvitella, että kuvat heijastavat todellisuutta tai ymmärtää, että ne rakentavat sitä. Representaatiolla on useita toiminnallisia ulottuvuuksia. Joku tuottaa representaatiot eli sen olemassaoloon on tarvittu yhden tai useamman henkilön työpanos. Toisaalta niitä myös kulutetaan lukemalla tai katsomalla ja käytetään uusien representaatioiden tausta-aineistona. Kolmas toiminnallinen piirre on representaation tulkinnallisuus, johon vaikuttavat jo aiemmin esillä olleet henkilökohtaiset ja ulkoiset elementit sekä kulttuurisidonnaisuus. (Seppälä 2005, 77-95.)

Visuaalisten viestien tulkinnat eivät ole pelkästään henkilökohtaisia, vaan ne nojautuvat myös kulttuurissa opittuihin asioihin. Se on välttämätöntä yhteisen kommunikaation olemassaololle, koska ihmisten on kyettävä jossain määrin ymmärtämään asioita samalla tavalla. Representaatioiden tutkimisen lähtökohdat jaetaan kolmeen näkökulmaan. Lähtökohta voi olla refleksiivinen, intentionaalinen tai konstruktivistinen. Jos representaatiota verrataan todellisuuteen, lähtökohta on refleksiivinen. Tekijään ja tekijän sanoman tulkitsemiseen keskittyvä näkökulma on intentionaalinen, joskin hyvin vähän käytetty. Konstruktivistinen lähtökohta tarkoittaa kiinnostusta siihen, millaisen todellisuuden kuva tuottaa ja millaisia keinoja käytetään sen luomiseksi. (Seppälä 2005, 77-95.)

Representaatioon liittyy läheisesti semiotiikka, koska semiotiikan tarjoamien välineiden avulla voidaan ymmärtää paremmin representaation toimintaa. Valokuvaan liittyvää todenmukaisuuden ominaisuutta voidaan kuvata semioottisilla käsitteillä indeksisyys ja metonyymisyys. Ikonisuus kuvaa toista valokuvaan liitettyä ominaisuutta, lahjomattomuutta. Valokuvien analyysin kannalta mielenkiintoista on yhteiskunnallisten myyttien merkitys katsojien tulkintaan ja median kyky hyväksikäyttää niitä esimerkiksi mainoksissa. Kuvaan liittyvät merkitykset on jaettavissa ilmimerkityksiin eli denotaatioihin ja sivumerkityksiin eli konnotaatioihin. Esimerkiksi konnotaatioiden pohdinta antaa mahdollisuuden kuvan syvällisemmälle ymmärtämiselle. (Seppälä 2005, 106-120.)

Valokuvan erityinen ominaisuus on sen määrittelemättömyys, mikä on myös osa sen perimmäistä olemusta. Kuvasta löytyvät merkitykset voidaan jakaa Barthesin mukaan studiumiin ja punctumiin. Studium tarkoittaa valokuvan selkeitä merkityksiä: niitä, jotka katsojat voivat jakaa keskenään ja niitä, jotka ovat valokuvan kulttuurisia ominaisuuksia sekä valokuvan herättämää puolihuolimattontaa, innokasta mutta keskinkertaista mielenkiintoa. Punctum on se kohta kuvassa, joka ärsyttää ja rikkoo eheyden. Samalla se tuo kuvaan voimakkaan mielenkiinnon ja vangitsee katseen kuvaan pidemmäksi aikaa. Se ei välttämättä ole ensimmäinen tai shokeeraava elementti, vaan eräänlainen kummallisuus, joka ei kuitenkaan ole ilmiselvä. Ilman punctumia kuva on luonteeton jäädessä vaille hiljaisia kysymyksiä ja tarinoita, juuri niitä ominaisuuksia, jotka antavat kuvalle mahdollisuuden olla merkittävä. (Seppänen 2005, 106-120.)

5 Talokirjat myynnin välineenä – katsaus kilpailijoihin

5.1 Mikä on talokirja?

Talopaketteja markkinoidaan lehdissä, televisiossa, erilaisilla messuilla, internetissä, talokirjoissa ja jopa tien varsilla kohteiden rakennusaikana. Talokirjaksi kutsutaan sitä esitettä, johon on koottu talovalmistajan tarjoamien talopakettiratkaisujen pohjakuvia, julkisivukuvia ja muuta informaatiota. Joillakin valmistajilla mallisto on jaoteltu useampaan pienempään esitteeseen. Talokirja on monesti ensimmäinen fyysinen kosketus talon rakentamisen aloittamiseen. Se liittyy vahvasti siihen vaiheeseen oman kodin suunnittelua, jossa kaikki toiveet ja unelmat ovat vielä avoinna.

Seuraavissa kappaleissa olen tehnyt katsauksen kilpailevien talovalmistajien talokirjoihin. Olen arvioinut niistä kantta, yleisilmettä, kuvia ja pinnan käyttöä. Tapauskohtaisesti olen tehnyt myös joitakin erityishuomiota, jotka ovat itselleni nousseet vahvasti esille. Analysoinnin kohteena olleet talokirjat on tilattu suo-

raan talotoimittajilta vuoden 2012 aikana. Esimerkkeinä olevat kuvat olen skannanut suoraan niistä talokirjoista, joita tarkastelen työssäni.

5.2 Dekotalo

Dekotalon talokirjan kansi poikkeaa edukseen kaikista muista. Kannessa ei ole yhtään talon kuvaa, eikä mitään muutakaan kuvaa. Siinä on myös paljon tyhjää tilaa. Isolla lukeva 'dekotalo' (kuva 6) on leikattu alalaitaan rohkeasti kahtia, kuitenkin niin, että sen ymmärtää. Oikeassa yläkulmassa näkyy pienellä samainen 'dekotalo' teksti, mikä auttaa puolitetun tekstin hahmottamista. Kannessa on paljon tyhjää tilaa, mikä ei ole häiritsevää, vaan enemmänkin rauhoittavaa ja levollista. Talokirja on muodoltaan vaakasuorakulmio ja siinä on kierreselkä.



Kuva 6. Dekotalon logo.

Sisällysluettelo on selkeä ja kuvia on käytetty paljon. Uskottavuutta halutaan luoda toimitusjohtajan ja teknisen johtajan kuvalla, jossa he kävelevät mustat puvut päällä vihreässä metsässä. Kuvat ovat siistejä ja kauniita, joskin hyvin ennalta arvattavia. Samat henkilöt näkyvät kuvissa läpi talokirjan, mikä tekee siitä idyllisen ja perheonnea korostavan, mutta myös mielenkiinnottoman. Talot on jaoteltu kolmeen eri tyyli-suuntaan, jotka ovat perinteinen, klassinen ja moderni. Jokainen pohjakuva on esitetty ulkoapäin kaikilla tyyli-suunnilla. Talomalliston esittelyn välissä käytetyt ohuet lehdykät keventävät lopputulosta, mutta hankaloittavat hieman pohjakuvien nopeaa hahmottamista. Myöhemmin kirjassa on irrotettava ruudukkosivu helpottamaan pohjakuvien vertailua. Talokirjan loppupuolella on erään perheen kertomus oman Dekotalon rakentamisesta.

5.3 Designtalo

Designtalon talokirjan kannesta tulee ensimmäisenä mieleen postimyyntikuvasto. Kannessa on erittäin isolla kuva lapsen iloisista kasvoista. Lisäksi siinä on kolme pientä talon kuvaa ja jonkin verran tekstiä, ehkä hieman liikaa, koska iskulauseita on kaksi. Yksi toimisi tehokkaammin. Muodoltaan talokirja on neliömäinen, mutta kuitenkin enemmän pystysuuntainen. Sivut on nidottu toisiinsa normaalisti liimasidonnalla.

Heti ensimmäisellä aukeamalla talomerkillä annetaan kasvot toimitusjohtajan kuvan muodossa (kuva 7). Sisällysluettelo on kuvitettu talomallien kuvilla. Talomallisto on jaettu kymmeneen pienempään alaryhmään, jotka on nimetty paikannimien mukaan. Kuvia on käytetty vähemmän kuin Dekotalojen talokirjassa. Kuvat ovat kuitenkin monipuolisempia ja niissä on sekä ihmisiä, tiloja ja yksityiskohtia. Varsinkin yksityiskohtakuvat ovat kauniita, mutta niiden liittyminen kulloiseenkin alaryhmään jää epäselväksi. Ihmiset ovat iloisia ja nauravaisia, nukkuvaa lasta lukuun ottamatta, mikä onkin ihmiskuvista juuri se puhuttelevin ja tunteisiin vetoava. Esitteestä löytyy myös toimitussisältöluettelo ja esimerkki talon valmistumisaikataulusta.



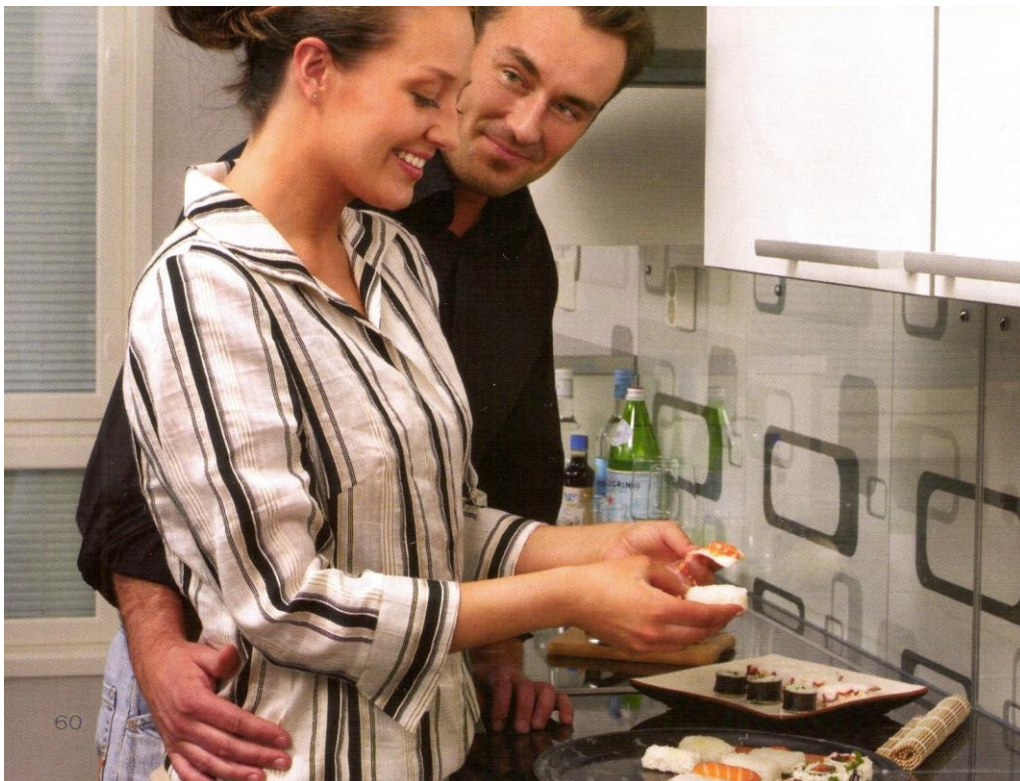
SAKU SIPOLA, TOIMITUSJOHTAJA

Kuva 7. Designtalon toimitusjohtaja.

5.4 Jukka-talo

Jukka-taloilla talomallisto jakaantuu useaan erilliseen esitteeseen, jotka on jaoteltu tyyliuunnittain tai kohderyhmittäin. Erillisistä esitteistä löytyvät idyllimallisto, city-mallisto ja nuorikoti-mallisto. Otan tässä tarkastelun kohteeksi idyllimalliston talokirjan, koska se on vaihtoehdoista suurin. Kannessa on suuri kuva talosta ja lisäksi esille nousee vahva punainen väritys logon taustalla. Hyvin perinteinen talokirjan kansi, josta ymmärtää heti mitä esite pitää sisällään. Muodoltaan esite on pystysuorakaide. Esite on liimasidottu.

Ensimmäisellä aukeamalla on iso kuva onnellisesta perheestä. Samalla aukeamalla oleva sisällysluettelo hukkuu kuvan sekaan. Seuraava aukeama jatkaa samaa linjaa, valtavan suuri kuva jättää muun, myös tekstin varjoonsa. Vaihtelu on yltäkyläinen. Ihmiskuvia on käytetty paljon, lisäksi löytyy muutama sisustuksellinen fiiliskuva. Perheonnea (kuva 8) korostetaan myös tässä talokirjassa. Pohjakuvat ovat selkeitä hahmottavia. Toimitussisältöä ei ole lisätty talokirjaan. Yleisilme on hyvin täysi, sivuilla ei ole juuri lainkaan tyhjää tilaa, mikä hankaloittaa kiintopisteiden ja mielenkiintoisten asioiden hahmottamista.



Kuva 8. Jukka-talon talokirjan perheonnea.

5.5 Kannustalo

Kannustalon talomallisto on jaettu neljään eri esitteeseen, joita ovat Vihervaara-mallisto, Kartano-mallisto ja Moderni räätälöity, sekä muuttovalmiit mallit. Tarkastelen tässä yhteydessä Vihervaara-malliston esitettä. Kannussa on iso valokuva talosta. Logo on alareunassa tyylikkäästi yksinkertaisella fontilla. Malliston nimi on sijoitettu oikeaan ylälaitaan vihreälle pohjalle, mikä jatkaa valokuvan nurmikον vihreyttä. Talon avonainen ovi kutsuu astumaan sisään. Talokirja on muodoltaan neliömäinen, mutta hieman pystysuuntainen. Esite on liimasidottu.

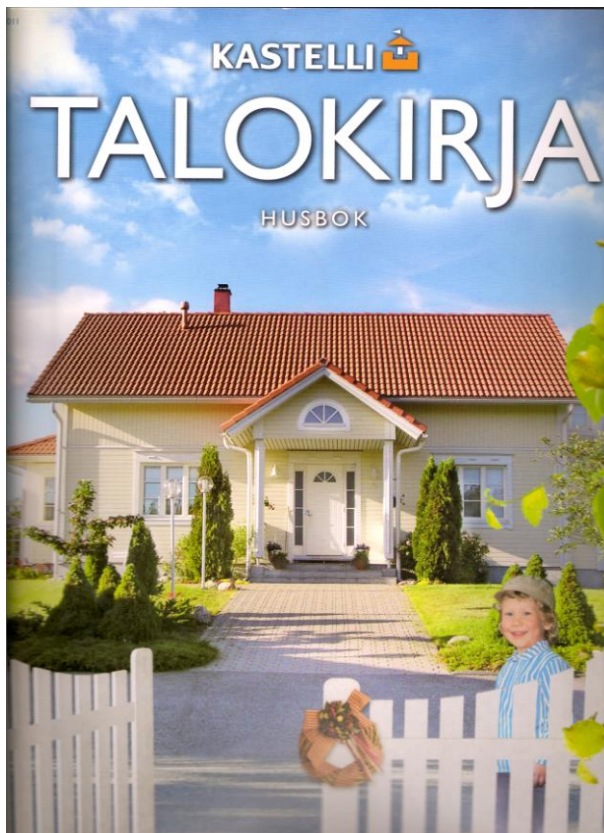
Yleisilmeestä ensimmäisenä nousee esille materiaali. Tämä on ensimmäinen kirja, joka on painettu mattapintaiselle paperille. Tästä esitteestä löytyy myös kuvakokoelmia, jotka ovat tunnelmaltaan keskenään hyvin samankaltaisia. Kuvat ovat kauniita ja valaistuksessa näkyy myös varjoja, mikä tekee niistä aidompia. Suurin osa kuvista on tilakuvia, mutta joissakin on myös ihmisiä ja eläimiä. Iloisuus ja onnellisuus ovat avainkohtia henkilökuvissa. Tekstiä on vähän ja pääpaino on Kannustalon imagon vahvistamisessa kuvallisessa muodossa. Juuri imagon ja kuvamateriaalin kohtaamisessa Kannustalo on onnistunut talovalmistajista parhaiten. Sivut ovat hyvin täysiä, tyhjää tilaa ei löydy. Kokonaisuus on ehjä, mutta hyvin ennalta arvattava ja yltäkyläinen. Talokirjan takaosassa on henkilöitetty yritystä muutaman työntekijän esittelyllä. Talomallien esittelyssä pääpaino on pohjakuvalla, jota tukee pari pientä julkisivukuvaa. Sekä pohjakuva, että julkisivukuvat on esitetty piirrosmallisena (kuva 9), mikä sopii yhteen talokirjan mattapintaisen materiaalin kanssa. Joistakin malleista on myös aluksi suuri valokuva esimerkki kohteesta. Myös malliston esittelyn väleissä on paljon kuvallista materiaalia, mikä tekee talokirjan hieman vaikeammin hahmotettavaksi kokonaisuudeksi.



Kuva 9. Kannustalon pohjakuvien tyyli.

5.6 Kastelli

Kastellin talomallisto on koottu yhteen talokirjaan. Kannessa (kuva 10) on iso kuva talosta, pihasta ja lapsesta. Kastellin logo toistuu jokaisella talokirjan aukeamalla. Näin käytettynä se syöpyy varmasti mieleen, mutta on samalla myös silmää ärsyttävä vieden ensimmäisenä huomion aukeamien muusta olennaisesta asiasta. Logo tulee esille enemmän kuin olisi ehkä tarpeellista. Talokirja on muodoltaan pystysuorakaide ja se on liimasidottu.



Kuva 10. Kastellin talokirjan kansi.

Ensimmäiseltä aukeamalta löytyy tunnelmallinen talokuva ja tekstisivulle on jätetty mukavasti tyhjää tilaa. Erityinen huomio sille, että teksti on kaikilla ns. informaatioaukeamilla molemmilla kotimaisilla kielellä. Ensimmäisen aukeaman asettelu toistuu seuraavilla aukeamilla hyvin samankaltaisena, joskin paljon täydempänä eli kokonaisuuden hahmottaminen hankaloituu informaation lisääntyessä. Kuvat ovat ilmeviä ja kauniita tilakuvia, jotka häviävät Kastellin tuotemerkin ja melko täysien sivujen sekaan. Ihmiskuvia on vähemmän suhteessa tilakuviin.

Talomallisto on jaettu kolmeentoista alaryhmään, joista vain muutaman voi luokitella nimen perusteella johonkin tyyliin. Jokaisen alaryhmän sivujen alussa on informaatio aukeama, jossa on mukavasti kerrottu kyseisen malliston lähtökohdista ja pienet kuvat tekstisivun yläosassa on käsitelty kauniisti mustavalkoisiksi tai värillisiksi. Tulee tunne, ettei kannen ja ensimmäisten aukeamien tunnelma tavoita näitä hyvin onnistuneita kohtia. Tuotemerkin esilletuonti on vielä voimakkaampaa kuin Kannustalojen esitteessä, missä se oli toteutettu hienovaraisemmin enemmänkin kuvallisen materiaalin avulla.

5.7 Älvsbytal

Älvsbytalon talokirjan kannessa (kuva 11) on kuva äidistä ja tyttärestä keittiössä. Kuva on kevyt ja tytön ilme onnistunut. Ilmeessä on jotakin hyvin todentuntuista, mikä ei onnistu poseeraamalla. Taustalla seisova hieman epätarkka äiti on raskaana ja puettu täysin valkoiseen kesämekkoon. Taas rakennetaan onnellista perheydellistä. Kannen kuva poikkesi ehkä eniten ennako odotuksista. Talotehtaan logo tulee sopivasti esille kannen oikeasta alalaidasta. Talokirja on muodoltaan pystysuorakaide ja liimasidottu.



Kuva 11. Älvsbytalon talokirjan kansi.

Ensimmäinen aukeama on vaalea ja ilmava. Sisällysluettelon ymmärtäminen sisällysluetteloksi kestää hetken asettelusta johtuen. Seuraavat aukeamat noudattavat samaa kaavaa sisältäen sisustuksellisia perhekuvia ja vähän informatiivista tekstiä. Enempää tekstiä ei näille sivuille kaipaakaan. Luotettavuutta ja vakuuttavuutta haetaan antamalla Älvsbytalolle kahdet kasvot ja tarina perheyriksen historiasta. Pohjakuvat ovat helppolukuisia ja jokaisella malliaukeamalla on 3D-kuva sisätiloista ylhäältäpäin. Toisaalta tällainen perspektiivi saattaa saada tilan näyttämään pienemmältä kuin se oikeasti rakennettuna onkaan.

Talomallisto on jaettu alaryhmiin niiden tyyppin perusteella eli yksikerroksiset, I-malliset ja 1,5-kerroksiset. Älvsbytal on tarkkaan konseptoitu ja muuntelumahdollisuudet ovat erittäin rajalliset. Tämän talovalmistajan talot toimitetaan aina muuttovalmiina. Loppupuolella esitettä löytyy mielenkiintoinen ja tunnelmaltaan hieno kuva rekan saapumisesta tontille (kuva 12). Viereisen sivun metsäkuva ja rekkakuva vahvistavat hienosti toisiansa.



Kuva 12. Rekan saapuminen.

5.8 Yhteenveto

Tarkastelemiani talokirjoja yhdisti perinteistä perheonnea korostava kuvallinen materiaali, kauniit tilakuvat ja runsaus. Imagon painottamisella oli toisille merkittävämpi osa kuin muulla sisällöllä. Useampi talovalmistaja haki tuotteelleen vakuuttavuutta käyttäen apuna toimitusjohtajan tai yrityksen omistajan kuvaa. Yleisenä huomiona pahimmat ongelmat olivat mielestäni joko yhtenäisyyden puuttuminen tai samankaltaisuuksien aiheuttama mielenkiinnottomuus. Myös ylitsepursuava iloisuus ja täyteen ahdetut sivut tuntuivat liian valmiiksi pureskelulta.

6 Tapaus Calla Talo

6.1 Lähtökohdat

Calla Talo on K-rauta Naumasan uusi, oma talomerkki. Sen syntymiseen johtivat muutokset talotehdasmarkkinoilla 2011/2012. Tilanteen tasaannuttua myynnissä on tällä hetkellä kolmekin eri tuotemerkkiä, jotka ovat Calla Talo, Omatalo ja Avainkoti. Calla Talot valmistaa Karelment Oy. Kyseinen talotehdas on toiminut Nurmeksessa vuodesta 1980 lähtien ja on tunnetumpi tuotemerkistään Sami-talosta. K-rauta Naumasan talomyynnin kilpailukyky vahvistuu uuden talomalliston johdosta. Useamman talotehtaan toimitukset mahdollistavat suuremman myyntikapasiteetin ja paremman lähtökohdan hinnoittelulle, koska talotehtaiden erilaiset toimitustavat tuovat enemmän kilpailukykyisiä vaihtoehtoja erilaisiin kysyntätilanteisiin.

Calla Talon talomallisto on suunniteltu talomyyjien ja arkkitehdin yhteistyönä. Talomyyjät ovat ehdottaneet hyviä pohjaratkaisuja arkkitehdille, joka on suunnitellut talomallit niiden pohjalta. Arkkitehdin tekemät luonnokset ovat käyneet vielä kommenttikierroksella talomyyjillä ennen lopullisia versioita. Nimenä Calla Talo on peräisin K-rauta Naumasan kauppiaalta. Loppusuoralla nimivaihtoehtoina olivat Handy Home ja Calla Talo. Näiden keskinäistä paremmuutta arvioitiin talopakettirakentajille suoritetulla kyselyllä (n. 30 hlö) ja yleisellä keskustelulla talomyyjien ja muun henkilökunnan kanssa. Talomallisto jakaantuu nykyisen trendin mukaisesti erityylisiin vaihtoehtoihin, joita ovat City Calla (moderni), Classic Calla (klassinen) ja Harmony Calla (perinteinen). Eräänä mainoslauseena käytetään lausetta: ”Yksi pohja – kolme eri ilmettä”. Nimet ovat peräisin kauppiaan ja talomyyjien mietinnöistä. Tyylivaihtoehdot olivat siis valmiina aloitettaessani opinnäytetyöni ja ne toimivat pohjana myös talokirjan rakenteen muotoutumisessa. Calla Talon logosta, nettisivuista, typografiasta ja talokirjan taiton toteutuksesta on vastannut mainostoimisto Taja Media.

6.2 Suunnittelu- ja toteutusprosessi

Callo Talon talokirja eli esite, jossa talomallisto esitellään, on ollut suunnitteilla keväästä 2012 lähtien. Työskentelen itse K-rauta Naumasella sisustusosastolla ja keskustelin kauppiamme kanssa mahdollisuudesta tehdä opinnäytetyö johonkin yrityksemme projektiin liittyen. Tätä kautta sain nopealla aikataululla itselleni aiheen, jonka työstäminen oli aloitettava pikaisesti. Alustavan suunnitelman mukaan työhöni kuului ajan- ja alanmukaisten tekstien tuottaminen, kuvamateriaalin löytäminen yhteistyössä mainostoimiston kanssa, kahden omakotitalon sisustaminen ja niiden valokuvauksen järjestäminen sekä muiden ideoiden löytäminen Calla Talon -talokirjaa varten. Lähdin työhöni ennakkoluulottomasti, mikä johti kahdenlaisiin vaikutuksiin. Toisaalta syntyi uusia käyttökelpoisia ideoita, mutta samalla myös uusia ja erilaisia yhteistyökuvioita. Alussa haettiin siis yhteistyön uomia ja lopulta kauppiaan selkeän ratkaisun myötä työnjako selkeytyi. Tehtäväni oli siitä eteenpäin vastata esitteen ulkoasusta, kuvamateriaalista ja tekstistä tilaajan puolelta. Eli käytännössä lähetin materiaalia, ideoita ja ajatuksia mainostoimistolle, joka laati taittoluonnoksia, jotka sitten tulivat itselleni hyväksyttäväksi. Logoihin, tekstityyleihin ja värien käyttöön en halunnut puuttua, koska ne olivat mainostoimiston osaamisen alaa ja hyvin toteutettuja.

Tärkein tavoitteeni oli saada luonnetta talokirjaan, jotain uutta näkökulmaa kilpailijoihin nähden. Työni lähti olettamuksesta, että talokirjoissa on käytetty liikaa hymyileviä ihmisiä, iloisia perheitä ja siistejä huonekuvia. Tavoitteeni oli saada kosketus arkeen ja suomalaisen asumisen tunnelmaan pieniä yksityiskohtia käyttäen.

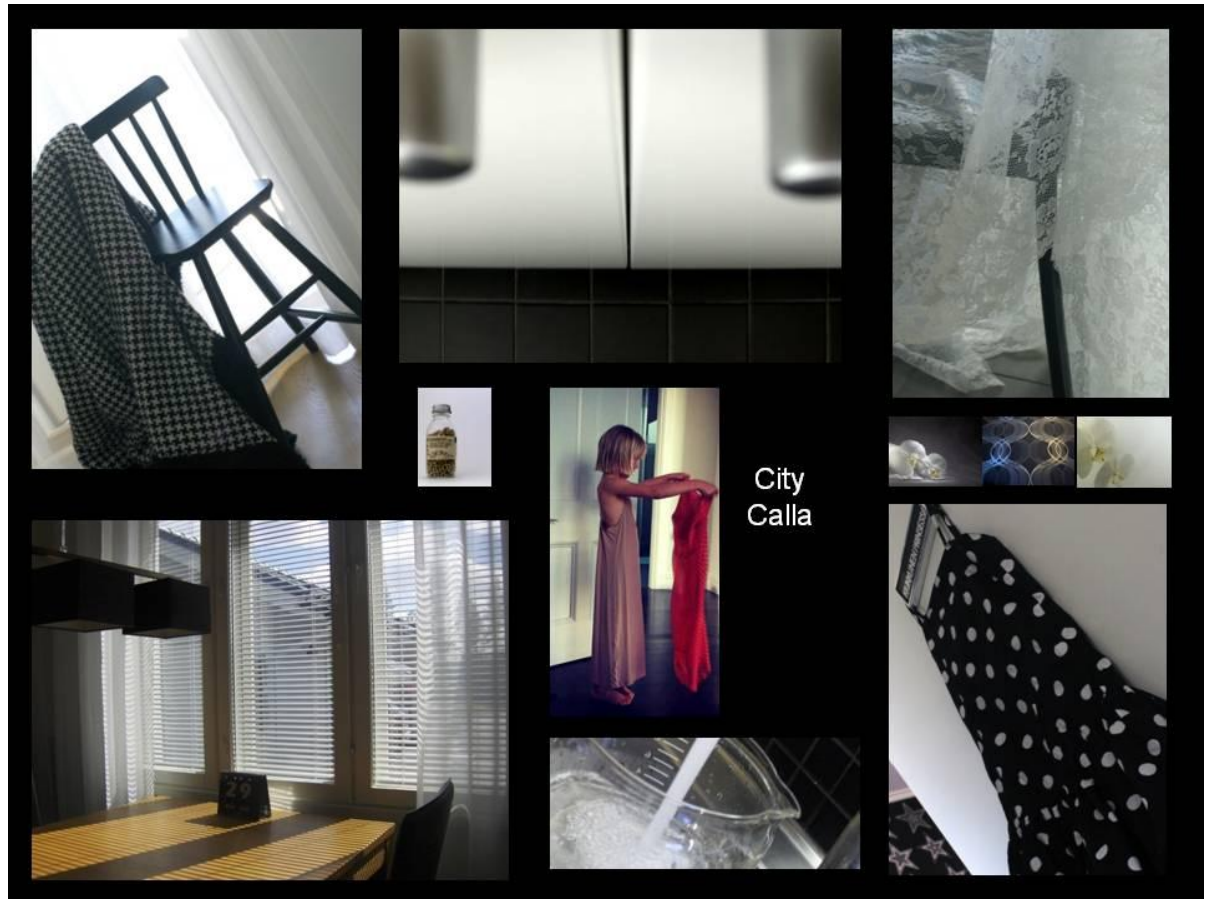
Ensimmäinen ideani oli tehdä yksinkertainen kysely aiheesta ”hyvä asuminen”. Esitin kysymyksen sosiaalisessa mediassa hyvin lyhyesti, koska toivoin saavani aitoja lyhyehköjä vastauksia, jotka kuvastaisivat vastaajaan persoonaa, eivätkä olisi liian pitkälle mietittyjä (liite 1). Kyselyllä oli kaksi tavoitetta, muodostaa käsitys siitä, mitä ihmiset ymmärtävät hyvällä asumisella ja erityisesti saada aineistoa talokirjaan hankkimalla ytimekkäitä kommentteja asumisesta. Poimin kommentteista yhdistelmän erilaisia vastauksia ja kysyin vastaajilta luvan niiden käyttämiseen talokirjassa.

Suuri mietinnän paikka oli kuvallinen materiaali. Tätä vaihetta vaikeutti myös alun sekavuus, koska mainostoimisto oli jo ennättänyt hahmotella käytettäväksi maksullisten kuvatoimistojen materiaalia. Aikataulullisesti oli selvää, että sisustettavakseni tulleet omakotitalokohteet eivät valmistuisi niin nopeasti, että niistä saatavaa kuvamateriaalia voitaisiin hyödyntää uudessa talokirjassa. Maksullisten kuvatoimistojen kuvat ovat laadullisesti hyviä, mutta tunnelmaltaan keskenään hyvin samankaltaisia – juuri niitä mainoskuvia, joita on totuttu näkemään. Päädyin ratkaisuun, että tuottaisin kuvamateriaalin pääosin itse, osittain jo olemassa olevista kuvista ja muutaman uuden kohteen kuvaamisesta. Teknisesti kuvat eivät siis ole ammattilaisten tasoa, mutta tärkeämpää niissä on sisältö.

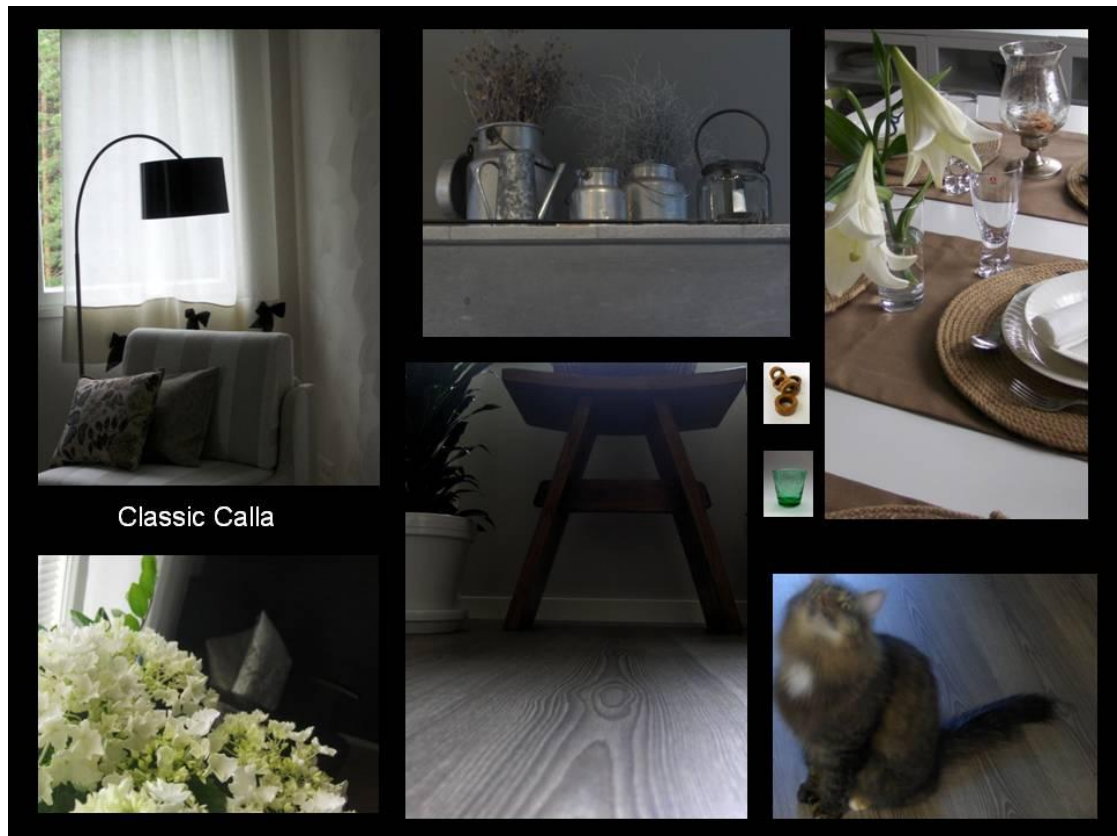
Aiemmin valmiina olleet kuvat koostuvat asuntomessuilla Kuopiossa vuonna 2010 sisustamassani kohteessa otetuista kuvista ja omassa kodissani opiskelua varten ottamistani kuvista. Suunnitteluprosessin aikana kävin kuvaamassa kahden työtoverini juuri remontoituja asuntoja, jotka sopivat hyvin käytettäväksi erilaisine sisustustyylineen. Lisäksi sain luvan kuvata yhden täysin ulkopuolisen asiakkaan kotona, jonka sisustuksen oli suunnitellut yksi K-raudan sisustus-suunnittelijoista. Tärkeitä kriteerejä kuvattaville kohteille oli materiaalien ajankohtaisuus, mutta myös samalla ajattomuus sekä erilaisten tyylien ja mielenkiintoisten yksityiskohtien löytyminen. Kaikki kohteet olivat tyyliltään erilaisia, mutta yhdestä kohteesta löytyi tasapuolisesti elementtejä kahteen eri tyyliisuuntaan liittyen.

Kannen idea syntyi kuvamateriaalia läpikäydessä. Kansilehden pitää luoda tunte sisällöstä ja herättää talokirjaa lukevan uteliaisuus kaikkeen siihen, mitä kansien välistä löytyy. Ajatus hyvin yksinkertaisesta ja selkeästä kannesta houkutteli, mutta toisaalta erilaisten asukasryhmien puhuttelu jo kannessa tuntui mielenkiintoiselta vaihtoehdolta. Loppuvaiheessa mietin vielä pitkään sisällysluettelon vieressä olevan linnunpesä kuvan siirtämistä kanteen, mutta keskusteltuani aiheesta lisää, luovuin ajatuksesta. Se olisi jälleen pitkittänyt talokirjan valmistumista.

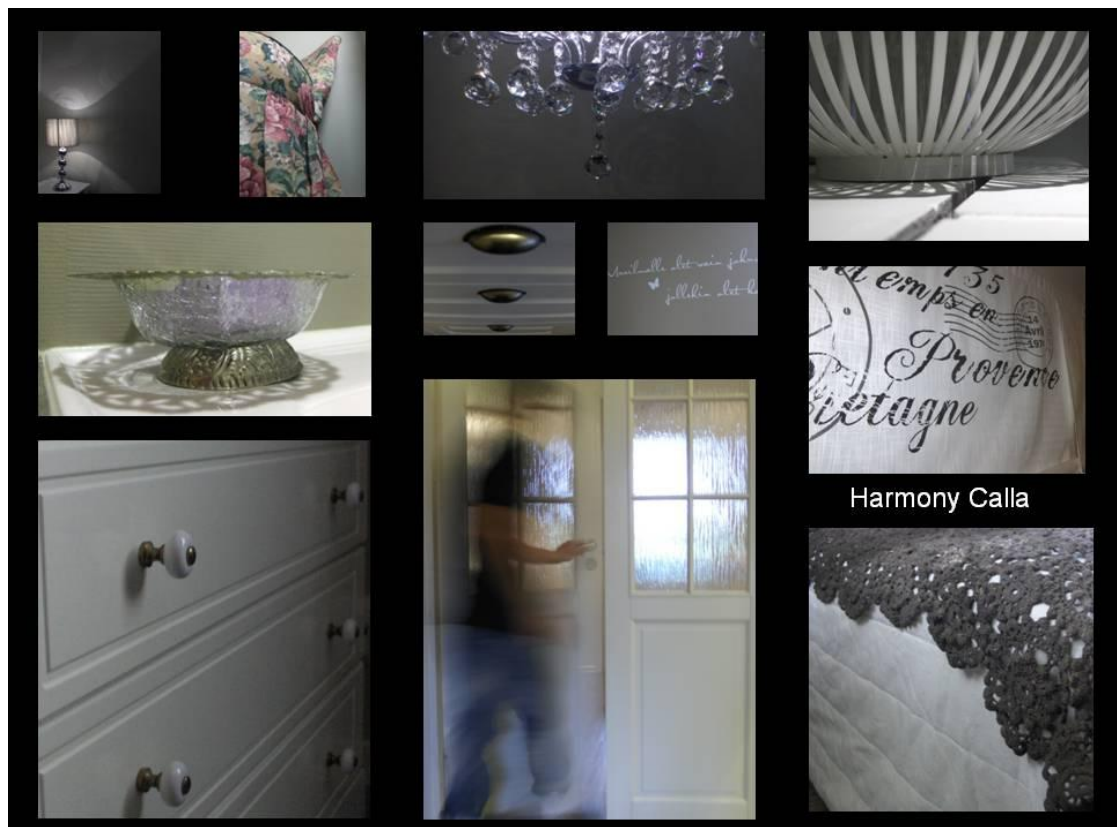
Neljäs kantava ajatus suunnitelmassani oli talomallien tyyliuuntien mukaisten sisustuksellisten aukeamien tekeminen. Tyyliuunnat olivat city, classic ja harmony (kuvat 13, 14 ja 15). Halusin saada koottua jokaiselle aukeamalle kutakin tyyliuuntaa hyvin kuvaavia asioita, materiaaleja, esineitä ja tunnelmia niin, että ne muodostavat elämän tuntuksen kokonaisuuden. Toivoin myös saavani näille aukeamille näkyviin jotakin hyvin arkista ja jokapäiväistä. Tyyliuuntien mukaiset kuvakollaasit syntyivät hyvin luonnollisesti haettavan tunnelman mukaan. Kuvat ovat hyvin yksityiskohtaisia kuvia, joilla on tarkoitus luoda mielikuvia eikä antaa valmiita vastauksia. Koostin ottamistani kuvista Power Pointilla ohjeelliset PDF tiedostot mainostoimistoa varten, joka toteutti taiton niiden mukaisesti käytännön mahdollisuuksien mukaan. Lopullisten kuvavalintojen jälkeen käsittelin talokirjassa käytettävät kuvat Photoshopilla ja opin samalla hyviä kuvankäsittelytekniikoita. Tallensin käsitellyt kuvat muistitikulle, jonka lähetin postitse mainostoimistoon Mikkeliin. Mainostoimisto laati koko talokirjan suunnittelun ajan talokirjaversioita, jotka tulivat sähköpostitse PDF -muodossa minulle kommentoitavaksi. Toisinaan sähköinen kommunikaatio oli haastavaa.



Kuva 13. City kuvakollaasi hahmotelma.



Kuva 14. Classic kuvakollaasi hahmotelma.



Kuva 15. Harmony kuvakollaasi hahmotelma.

6.3 Lopputulos

Lopputuloksena syntynyt Calla Talojen ensimmäinen talokirja (liite 2) on n. 80-sivuinen esite, joka toimii talomyyjien myynnin apuna ja mielikuvien herättäjänä. Talokirja sisältää kattavan valikoiman erilaisia talomalleja, jotka on esitelty erilaisina vaihtoehtoina tyyliisuuntien mukaisesti. Pohjapiirustukset ja renderoidut 3D kuvat tulivat valmiina arkkitehdilta. Näihin kuviin puutuun ainoastaan yhdestä visuaalisesta näkökulmasta, ns. helppolukuisuudesta. Alkuperäisissä versioissa oli yleisten tilojen lattiat viivoitettu ikään kuin laotalattioiksi, mikä vaikeutti kokonaisuuden muodostamista pohjakuvasta. Laatta-alueet ja terassit saivat jäädä eritavoin merkityiksi, koska niiden perusteella esim. pesutilat pystyy helposti sijoittamaan ensi silmäyksellä. Teksti haluttiin jättää sivuosaan, koska todellinen informaatio tulee asiakkaan ja talomyyjän välisessä kommunikaatiossa. Tekstin tarkoitus on kertoa perusasioita, sortumatta liialliseen ylivertaisuuden korostamiseen. Talokirja ei sisällä paljoakaan teknistä tietoa, vaan se löytyy kotisivuilta <http://callatalo.fi>.

Talokirjassa käytetyt valokuvat eivät ole perinteisiä tilakuvia, vaan hakevat tunnelmaa yksityiskohtien avulla jättäen tilaa lukijan mielikuvitukselle. Luontoon liittyvät kuvat vastaavat luonnonläheisyyden tarpeisiin ja hieman myös ekologisuuteen, sitä silti korostamatta. Samasta syystä esite painettiin mattapintaiselle paperille. Asukasryhmittelyssä tuli esille luonnon arvostaminen, mutta kuitenkin ekologisten arvojen hieman vähäisempi merkitys päätöksentekoon, mikä vaikutti mm. luontoaiheisten kuvien käyttötapaan ja tekstityksiin. Esitteen lopussa on myös yhteistyökumppaneiden ns. mainossivut. Mainossivujen kuvamateriaali sisustuskuvineen on tullut suoraan kyseisiltä yrityksiltä. Tyyliisuuntien mukaiset kuva-aukeamat haluttiin sijoittaa talokirjaan ennen mainosmateriaalia.

Tein yhteistyötä kuvalliseen materiaaliin liittyen yhden kollegani ja opinnäytetyöni ohjaajan kanssa. Avoin keskustelumahdollisuus näiden tahojen kanssa oli tekijälle monessa vaiheessa näkemyksen vahvistumisen ja järkevän kyseenalaistamisen kannalta tärkeää. Talokirjassa olevat tekstit ovat syntyneet yhteistyössä kollegani kanssa. Aivan loppuvaiheessa tuli yllätyksenä vielä yhden lisäaukeaman lisääminen loppuun painoteknisistä syistä. Sen tekeminen tapahtui

nopeasti ja osoittautui yllättävän hankalaksi mietittäväksi. Aukeamassa jouduttiin tyytymään kompromissiin, koska alkuperäisen ajatuksen vaatimaa tekijänoikeuslupaa olisi jouduttu odottamaan.

Kansi sisältää koosteen erilaisista asumiseen ja elämiseen liittyvistä asioista (kuva 16). Tässä esiteltävä kuva kannesta on vielä hahmotelma, jonka pohjalta lopullinen kansi on muodostunut. Hahmotelman valinnan jälkeen olen vielä käsitellyt kuvat ja mainostoimisto on sijoittanut ne ja oikean logon lopulliseen taittoon. Kotimatka, kahvikuppi, uudet verhot, läheinen metsä, herttainen kangas, vihreät yrtit, sisustusesineet ja perhosen kuviteltu lento valikoituivat kanteen monien vaihtoehtoisten hahmotelmien jälkeen. Lopulliseen valintaan vaikuttivat visuaalisuus, tunne ja kuvien toimivuus kokonaisuutena. Niiden paikat ovat myös vaihdelleet työn edetessä. Kuvien tavoite on saada lukija kiinnostumaan talokirjasta kokonaisuutena sekä tutustumaan sen sisältöön tarkemmin. Kannelle halutaan herättää jokin tunne ja kipinä, joka jatkossa yhdistetään positiivisena tunteena Calla Taloon.



Kuva 16. Calla Talo -talokirjan kansi.

Ensimmäisellä aukeamalla on nettikyselyllä saatuja kommentteja, pienin kuvin varustettuna. Samalla aukeamalla oleva iso kuva edustaa taas vahvaa jokapäiväistä arkea. Muutoin kovin staattisen kuvan tekee mielenkiintoiseksi viimeistelemätön seinäpinta, joka voisi olla tämän kuvan punctum. Sisällysluetteloaukeamalle tuleva kuva (kuva 17) oli selvillä jo hyvin aikaisessa vaiheessa. Puunkolo, munat – niiden symbolisena merkityksenä löytyy helposti pesä, koti, turva ja luonnon arvostaminen. Sisällysluettelo seuraa talomalliston esittely, missä on viisitoista erilaista pohjaratkaisua ulkonäöllisesti erilaisin ilmein esitettynä. Talomalliston esittelyn jälkeen seuraavat yleiset tekstiosiot. Valokuva vihreistä kaisloista on ostettu kuvatoimisto Rodeosta. Talokirjan loppuvaiheille sijoituvissa kuva-aukeamissa päätettiin käyttää kiiltäväpintaista paperia, koska kuvat ja värit tulevat siitä kauniimmin esille. City kuvakoosteessa oleva valokuva työstä punaisen mekon kanssa (kuva 18), on ystäväni tyttärestään ottama valokuva. Kuvalle on käyttö lupa Calla Talo -talokirjaa varten.

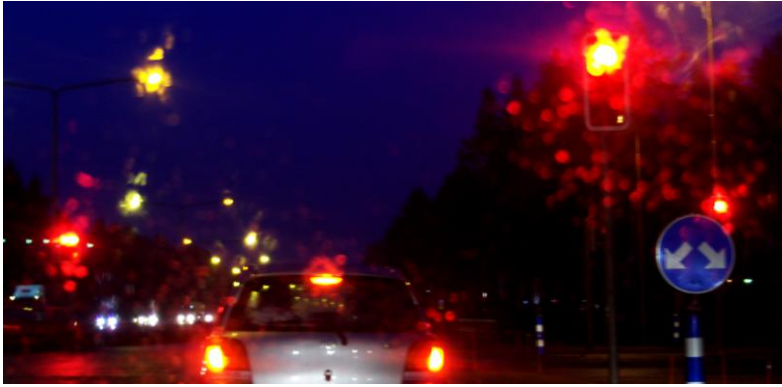


Kuva 17. Puunkolo sisällysluettelon yhteydessä.



Kuva 18. Tyttö ja punainen mekko.

Muut aukeamien ja talokirjan kuvat (siis lukuun ottamatta kuvia kaisloista ja tyttöä punaisen mekon kanssa) ovat itseni valokuvaamia. Jokainen kuvakooste sisältää yhden elollisen elementin. City Calla aukeamalla tämä elollinen ja liikettä tuova kohde on juuri tuo tyttö punaisen mekon kanssa. Classic Calla kuvakoosteessa kohde on kissa ja Harmony Callan kuvakoosteessa ovesta kulkeva hahmo. Kaikkiin näihin kuviin liittyy jonkin asteinen epätarkkuus. Kuvien tavoite on todellisuuden tunne. Esimerkiksi kissan sijoittuminen antaa tunteen, kuin se olisi kiinnostunut kurottamaan ylöspäin ja hyppäämään tuolin kautta aina takan päälle asti. Eri tyyliuuntien mukaan tehtyjen kuva-aukeamien vasemman puoleisella sivulla on tyyliuuntaan liittyvä iso kuva. Ison kuvan idea on olla arkinen ja ilmentää jokapäiväistä elämää (kuvat 19, 20 ja 21). Olen tyytyväinen, että sain lopulta hyvinkin vapaat kädet talokirjan suhteen, koska se antoi edellytykset ideoiden syntymiselle ja uskallukselle toteuttaa ne.



Kuva 19. City Calla arkikuva.



Kuva 20. Classic Calla arkikuva.



Kuva 21. Harmony Calla arkikuva.

7 Pohdinta

Omakotitalon rakentaminen tai rakennuttaminen on monelle elämän suurin rakennushanke. Samalle se on myös suurin yksittäinen kokonaisuus kustannuksiltaan. Kustannusten arvioinnissa on huomioitava, mitä kaikkea niihin laskeetaan kuuluvaksi. Koska rakentaminen on yksi suurimmista hankinnoista, siihen liittyy paljon tunteita ja tarpeita, joiden tunnistaminen auttaa pääsemään onnistuneeseen lopputulokseen. Kun onnistutaan saamaan kosketus asiakkaan todellisiin vaikuttimiin ja pystytään aidosti välittämään lopputuloksen merkityksestä asiakkaalle, luodaan hyvä mahdollisuus kaupankäynnille. Todellisten vaikuttimien tutkiminen on hankalaa, koska niiden tärkeysjärjestystä voi olla jopa kulluttajan itse hankala tunnistaa. On helppoa sanoa, että tärkeitä ovat edullisuus ja ekologisuus, mutta lopulta niiden painoarvo lopullisessa päätöksenteossa voi olla erittäin pieni. Todellisuudessa suuremman merkityksen ovat voineet antaa helppous, myyjän luotettavuus ja mahdollisuus toteuttaa unelmia.

Esittelin aiemmin asukasryhmittelyssä erilaisia asukastyyppejä. Puurtajat ja nautiskelijat edustavat tyypillisiä pientaloasujia. Tutkimuksessa oli käynyt ilmi, että esimerkiksi näiden ryhmien suhtautuminen ekologisuuteen oli tärkeää, mutta muilla seikoilla oli kuitenkin merkittävämpi painoarvo päätöksenteossa. Puurtajat edustavat perinteistä omakotitaloasujan mallia, kun taas nautiskelijoita voidaan pitää tämän ajan helppouden korostajina. Pohjois-Karjalasta löytyy varmasti omakotitorakentajia molemmista ryhmistä, joiden rakentamishankkeille on omat vaatimuksensa. Helpon rakentamisen halukkuus on lisääntynyt koko ajan ja talotehtaat ovat vastanneet tähän tarpeeseen markkinoimalla yhä enemmän muuttovalmiita koteja. Niiden toteutustapa voi vaihdella valmiista tilaelementeistä paikanpäällä rakentamiseen, mutta asiakas voi joka tapauksessa muuttaa valmiiseen kotiin.

Toteutustavan mukaisesti myös muutosten tekemisen mahdollisuus rakentamisessa tai sisustuksellisissa asioissa vaihtelee. Tällä on suuri merkitys niille asikkaille, jotka haluavat yksilöllisen ja persoonallisen kodin. Joustamaton konsepti rakentamisessa ei sovi kaikille, etenkin kun trendinä on erottua joukosta eikä sulautua massaan. Sisustukseen panostaminen näkyy aiheeseen liittyvien

televisio-ohjelmien ja alan lehtien valtavana määränä. Se, kuinka todellista niiden välittämä informaatio on, onkin toinen seikka. Ideoita pursuaa joka puolelta, ja jos oma tyyli ei ole selvillä, voi ratkaisujen tekeminen olla hankalaa.

Talokirjojen merkitystä päätöksentekoon ei ole tutkittu. Nyt lopputuotoksen ollessa käsissä, olisi mielenkiintoista tutkia sitä tarkemmin suhteessa kilpailijoihin. Calla Talo -talokirjassa on käytetty paljon symbolista kuvitusta. Lukijalle on jätetty tilaa ajatuksille ja oivaltamiselle. Tavoitteena on tunnetilojen välittäminen. Merkityksinä ovat löydettävissä mm. erilaiset hyvät asiat arjessa (tuoreen leivän tuoksu, pitkät unet sunnuntaiaamuna jne.), materiaalin tuntu, luonnon läheisyys, pesän rakennus ja kaupungin kova, mutta sykkivä kauneus. Se, kuinka asiakkaat ne kokevat, jää nähtäväksi. Ekologisuutta ei kuuluteta kovaan ääneen, vaan se tulee esille joinakin kuvina ja esitteen pintana. Sisustuksellisuus, yksilöllisyys ja helppous ovat etenkin teksteissä avainasemassa.

Calla Talo –talokirja julkaistaan tammikuussa 2013. Tämän vuoksi en ole saanut työstäni laajempaa palautetta. Mieleeni on jäänyt eniten toimeksiantajani kommentti, jonka mukaan uudesta talokirjasta löytyy inhimillisyyteen vetoavaa luonnetta. Itselleni tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut hieno ja haastava prosessi. Pidän tällaisesta projektityöskentelystä, missä on mahdollisuus tehdä monipuolista ja innostavaa työtä hyvän lopputuloksen aikaansaamiseksi. Koska työn tekeminen painottui omalle vapaa-ajalle, muodostui siitä itselleni jossakin vaiheessa ehkä liiankin henkilökohtainen ote. Tämä on tietysti huono puoli objektiivisuuden kannalta. Onneksi pystyin keskustelemaan asioista muutaman eri tahon kanssa, mikä yleensä selkeytti ajatuksia. Erittäin positiivista on se, että pääsin tekemään jotain uutta ja houkuttelevaa projektia. Mahdollisuus tehdä opinnäytetyö normaalista työstäni poikkeavasta aiheesta, oli tärkeää oman mielenkiinnon säilymisen kannalta. Aiheessa yhdistyi kuitenkin monet näkökulmat sekä sisustuksellisista että rakentamiseen liittyvistä asioista. Paljon olen oppinut, myös tekemään kompromisseja. Täytyy muistaa, että kyseessä on kaupallinen esite, ei taiteellinen julkaisu. Pidän kuitenkin myönnytyksenä viimeistä aukeamaa, jossa on kuva pikkupojasta yhdessä pienen teksti pätjän kanssa. Parempi olisi ollut pysytellä loppuun saakka valitulla linjalla. Tämä seikka jakaa mielipiteitä kahtia, koska joidenkin mielestä kuva tuo talokirjaan lisäarvoa, mutta

toisten mielestä (joihin myös itse kuulun) kuva jää irralleen kokonaisuuteen nähdessä. Kehittymisen paikkoja minulle ovat työn pitäminen työnä ja tehtyjen päätösten turha miettiminen jälkikäteen, sekä omiin valintoihin luottaminen ilman ulkopuolista vahvistusta.

Lopputulokset poikkeaa yleisestä linjasta, mutta myös yhtymäkohtia kilpailijoihin löytyy. Nyt, mielenkiintoisen projektin loppuvaiheessa, tekee mieleni esittää kysymyksiä: Mikä on tämän lopputuloksen merkitys lopullisen päätöksenteon kanssa? Onko talokirjan kansi onnistunut tavoitteessaan herättää mielenkiinto? Kuinka asiakkaat kokevat pienet arjen ilmentyvät ja huomataanko ne? Kysymyksiä voisi jatkaa loputtomiin, mutta vastausten saaminen on hankalampaa, varsinkin mietittäessä talopakettikaupan solmimistilannetta ja siihen johtavia vaikuttimia. Itse näkisin talokirjan merkityksen mielenkiinnon herättäjänä jatkossa tapahtuvalle kommunikaatiolle asiakkaan ja talomyyjän välillä. Talokirjan täytyy myös pystyä olemaan suunnitteluvaiheessa haaveilun tukena, koska se on monesti ensimmäinen konkreettinen käsin kosketeltava asia rakentamisessa. Onnistuneella lopputuloksella voi olla mahdollista saada myös talomerkin nimeä tunnetuksi.

Niin kuin aina jälkikäteen, nytkin painetun version ollessa käsissä, on helppoa sanoa, mitä olisi voinut tehdä toisin. Kokonaisuus on kuitenkin hyvä. Parannuskohdat ja käyttämättä jääneet ideat huomioidaan sitten seuraavassa Calla Talo –talokirjassa. Esimerkkinä mainittakoon kuvien käyttäytyminen mattapintaisella paperilla. Tummat kuvan osat hukkuvat pintaan eivätkä yksityiskohdat erotu riittävän hyvin mm. puunkolossa olevat linnunmunat eivät näy painetussa versiossa laisinkaan, vaikka ne juuri olivat kyseisen kuvan juu. Nämä ovat sellaisia pieniä asioita, joita lukija ei tiedä, mutta minua se häiritsee, koska tiedän, että pois jää samalla oivaltamisen ilo. Kokeilun paikka olisi myös kiiltäväpintaisen paperin käyttö kuvakollaasien pohjana ja viimeisen aukeaman idean toteuttaminen. Ne olivat kohtia, joista luovuttiin hyvin loppuvaiheessa painoteknisten asioiden selvittyä eikä aikaa suurien muutosten tekemiseen enää ollut. Melkein joo odotan seuraavan talokirjaversioiden ilmestymistä toivoen samalla pääseväni osallistumaan sen tekemiseen.

LÄHTEET

- Bonnici, P. 1999. Visual language: The hidden medium of communication. Crans-Press-Celigny, Rotovision.
- Hasu, E. 2010. Asumisen päätöksiä – järjellä vai tunteella? Teoksessa Juntto, A. (toim.) Asumisen unelmat ja arki. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus, HYY Yhtymä.
- Hatva, A. 1987. Kuva – hyvä renki, huono isäntä. Porvoo: Oy Urex.
- Hautajärvi, H. 2011. Omakotitaloja. Helsinki: Rakennustieto Oy.
- Juntto, A. 2010. Mitä on erilaistuva asuminen? Teoksessa Juntto, A. (toim.) Asumisen unelmat ja arki. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus, HYY Yhtymä.
- Kyttä, M., Pahkasalo, K. & Vaattovaara, M. 2010. Asumisunelmat tosielämässä. Teoksessa Juntto, A. (toim.) Asumisen unelmat ja arki. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus, HYY Yhtymä.
- Loiri, P. & Juholin, E. 2002. Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Rautiainen, K. 2012. http://www.pientaloteollisuus.fi/fin/tietoa_pientaloista/ Pientaloteollisuus PTT ry.
- Saarikangas, K. 2002. Asunnon muodonmuutoksia. Puhtauden estetiikka ja sukupuoli modernissa arkkitehtuurissa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Sarantola-Weiss, M. 2003. Sohvaryhmän läpimurto. Kulutuskultuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Seppälä, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvasijalle. Tampere: Vastapaino.

Kysymykseni sosiaalisessa mediassa:

” Yks kaks huomasin olevani keskellä opinnäytetyötä, hui. Apuanne olisin vailla! Kysymys kuuluu: Mitä on hyvä asuminen sinulle? Minulle voi vastata lyhyesti ja täysin vapaamuotoisesti vaikka viestien kautta.”

Saadut vastaukset:

” Katto päänpäällä, lämmintä talvisin suht kuivaa kesäsin, pesutilat plussaa :D”

” Huomaamattomat naapurit – tai ei naapurteita lainkaan! Ja mitään v***n yhteisöllisyyttä nyt ei ainakaan.”

” Luonto lähellä, rauhallinen ja turvallinen ympäristö ja toimiva koti...ps. plussaa oikeen väriset keittiönkaapit ;)”

” Viihtyisä omakotitalo lähellä kaupunkia (voi siis kävellä tai pyöräillä tarvittaviin paikkoihin, sopivan kokoisella tontilla (ei liikaa ruohon leikkuuta kesäisin eikä liikaa lumitöitä talvisin), mukavia ystäviä asuu läheisyydessä, rauhallinen ympäristö, liikuntamahdollisuuksien läheisyys, asunnon muunneltavuus ja ajattomuus, tarpeeksi varastotilaa esim. puille, autonrenkaille, mopoille, hep-patavaroille ja tyhjille kaljapulloille. Et silleen.”

” Samoilla linjoilla siskotyön kans, metsää/koirien ulkoilutusmaastoa heti ulko-ovelta lähties-sä..(tai tontin rajalta), iso suojaisa piha, toimiva keittiö ja paljon säilytystilaa (ei oo, mut haaveis-sa), kaikille omaa tilaa ja sopivan matkan päässä kaupungista/palveluista (on). Tosi hyvin oon jo 8 vuotta viihtynyt nykyisessä.”

” Sopivan kokoinen, ehjä, helposti ja edullisesti lämmitettävä talo. Asumisen helppous on tärkeämpää kuin estetiikka, statusarvo tai muut muotoseikat. Se asia tulee varmaan muuttumaan lasten kasvaessa, kun aikaa ja rahaa jää...Asumisympäristössä arvostan lyhyitä etäisyyksiä Bermudan kolmion muihin sakaroihin (koti-työ/päiväkoti-prisma), rauhaa ja metsää. Asumismukavuutta lisää ihanan pieneksi huvennut laina.”

” Tarpeeksi iso omakotitalo joka olis tilaratkaisuiltaan hyvin suunniteltu ja muunneltavuus ja muunneltavuus ei haittais. Lämmitysmuoto edullinen vaik pitemmäl tähtäimel. Paljon säilytystilaa niin kaappi kuin varasto. Niin suur piha jossa lapsil tilaa pelata ja touhuta ja minä saan mehut omista pensaista ja puista. Naapurin ei tarteis ol ihan nurkal mut lähikauppaan ja harraste-paikkoihin olis noin 10 km korkeintaan☺”

” Hyvää asumista; 1. koti, jossa ei ole liikaa tavaraa. Sen sijaan että varastoja & komeroita suunnitellaan rakennusvaiheessa yhä enemmän (kalliita neliöitä) pitäisi vastuuttaa myös asujaa silmäilemään kriittisesti tavaransa määrää. 2. Koti, joka on turvallinen (sähkövedot, vesiputket, ohjausjärjestelmät, lumiansat, raput jne.) 3. Koti, joka ei kuluta sinua henkiveriin taloudellisesti (energiaratkaisut, kierrätettävät materiaalit, tilojen monikäyttöisyys- muunneltavuus). 4. Koti, jossa asutaan, eikä se ole mikään sisustusnäyttely tai projekti, jota työstetään muista läh-tökohdista kuin normaaliin asumiseen liittyvistä tarpeista.”

Lisäksi sain tekstiviestinä muutaman vastauksen ja yhden paperille kirjoitettuna.

” Poreallas, puumaja, yläkerta.”

” Nykyinen”

” Hyvään asumiseen vinkkejä. Kiinteistön koko asuville sopivaksi. Rakennusmateriaalit kotimaisia.”

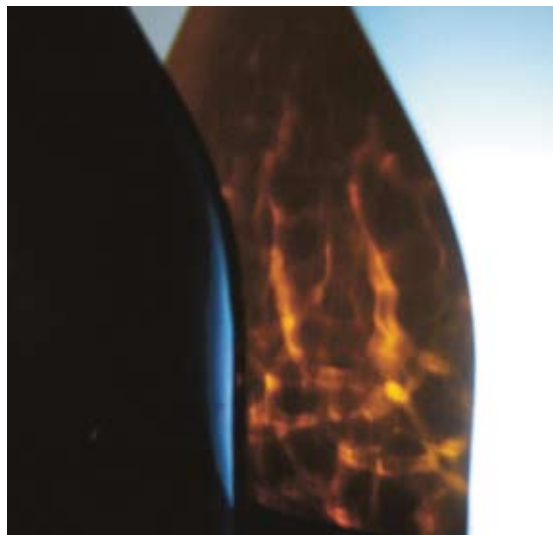
” Valoisa ja kodikas omakotitalo metsän reunassa. Yhdessä kerroksessa. 4 huonetta + tupakeittiö + toimiva kodinhoitohuone + saunatilat +(ikkunallinen) tuuletettava vaatehuone. Tietysti hyvin toimivat kodinkoneet ja tilava katettu terassi. Takka. Siinä hyvää asumista.”

” Terveelliset tilat ja rakenteet, riittävästi tilaa ja toiminnot kotona mietitty järkevästi (keittiö, khh, jne.), pinnat ja värit harmoniassa, hyvä laatu valinnoissa. Elävä tuli/tulisijat ja luonnonläheisyys plussaa.”



Calla Talo

K-rauta Naumasan ja Karelment Oy:n
yhteistyönä toteutettu talomallisto



MITÄ ON HYVÄ ASUMINEN?

"Luonto lähellä, rauhallinen ja turvallinen ympäristö ja toimiva koti..."

p.s. plussaa oikein väriset keittiön kaapit"

-Tulevien lasten äiti 28 v.-

"Poreallas, puumaja ja yläkerta"

-Koululaistyttö 9v.-

"Katto pään päällä, lämmintä talvisin, suht kuivaa kesäisin"

-Eläkeläinen 65 v.-

"Koti, joka ei kuluta sinua henkihieveriin taloudellisesti. Energiaratkaisut, kierrätettävät materiaalit, tilojen monikäyttöisyys ja muunneltavuus"

-Kolmen lapsen isä 47 v.-



"Sopivan kokoinen, ehjä, helposti ja edullisesti lämmitettävä talo. Asumisen helppous on tärkeämpää kuin estetiikka, statusarvo tai muut muotoseikat. Se asia tulee varmaan muuttumaan lasten kasvaessa, kun aikaa ja rahaa jää..."

-Kahden lapsen äiti 34 v.-





MUUTTOVALMIS KOTI

– ratkaisu nykypäivän rakentajalle

Calla Talo tarjoaa sinulle mahdollisuuden ainutlaatuisen ja yksilölliseen kotiin. Meillä et ole sidoksissa tiettyihin pohjaratkaisuihin, vaan voit omilla valinnoillasi itse vaikuttaa lopputulokseen ja siten myös hintaan. Jos haluat aikaa muuhun, valitse silloin helppo ja vaivaton muuttovalmis talo!

Yhdessä talomyyjijämme, sekä sisustus- ja keittiösuunnittelijoidemme kanssa räätälöimme sinulle yksilöllisen, omien tarpeidesi mukaisen kodin. K-raudan laajoista valikoimista löydät runsaasti vaihtoehtoja kaikkiin kodin pintoihin. Keittiöt ja säilytysjärjestelmät suunnittelemme aina mittojen mukaan. Arjen helppous on asia, jota oppii arvostamaan nykypäivän kiireen keskellä.

Helppohoitoiset ja aikaa kestävät materiaalit ovat myös luonnolle ystävällisiä vaihtoehtoja. Laatat, tapetit, maalit, parketit, laminaatit ja kattopaneelit sinun on helppo valita yhdessä asiantuntevien myyjijämme kanssa.

Toimiva koti tekee arjesta mukavampaa ja sujuvampaa. Tila- ja säilytysratkaisut ovat muunneltavissa juuri sinulle sopiviksi. Yksilöllistenkin vaihtoehtojen toteuttaminen onnistuu meiltä helposti.



MILLAINEN ON SINUN KOTISI?

Perinteinen - klassinen - moderni

| | |
|-------------------------|----|
| Talomallisto..... | 6 |
| Calla 97..... | 8 |
| Calla 105..... | 12 |
| Calla 137..... | 16 |
| Calla 145..... | 20 |
| Calla 147..... | 24 |
| Calla 149..... | 28 |
| Calla 150..... | 32 |
| Calla 151..... | 36 |
| Calla 174..... | 40 |
| Calla 189..... | 44 |
| Calla 197..... | 48 |
| Calla 212..... | 52 |
| Calla 221..... | 56 |
| Calla 128 paritalo..... | 60 |

TALOMALLISTO

- » Muuttovalmis talopaketti
- » Viittä vaille valmis
- » Suurelementtipaketti

Saatte meiltä myös täysin yksilöllisen ratkaisun suurelementtitoimituksena tai jopa muuttovalmiiksi tehtynä. Mallistomme muuntuu helposti rakennuspaikallenne sopivaksi. Kokeneet myyjämme auttavat teitä miellään.

Yksi pohja – kolme eri ilmettä!



City Calla 145



Classic Calla 145



Harmony Calla 145

K
11,7 m²

MH
11,0 m²

WC

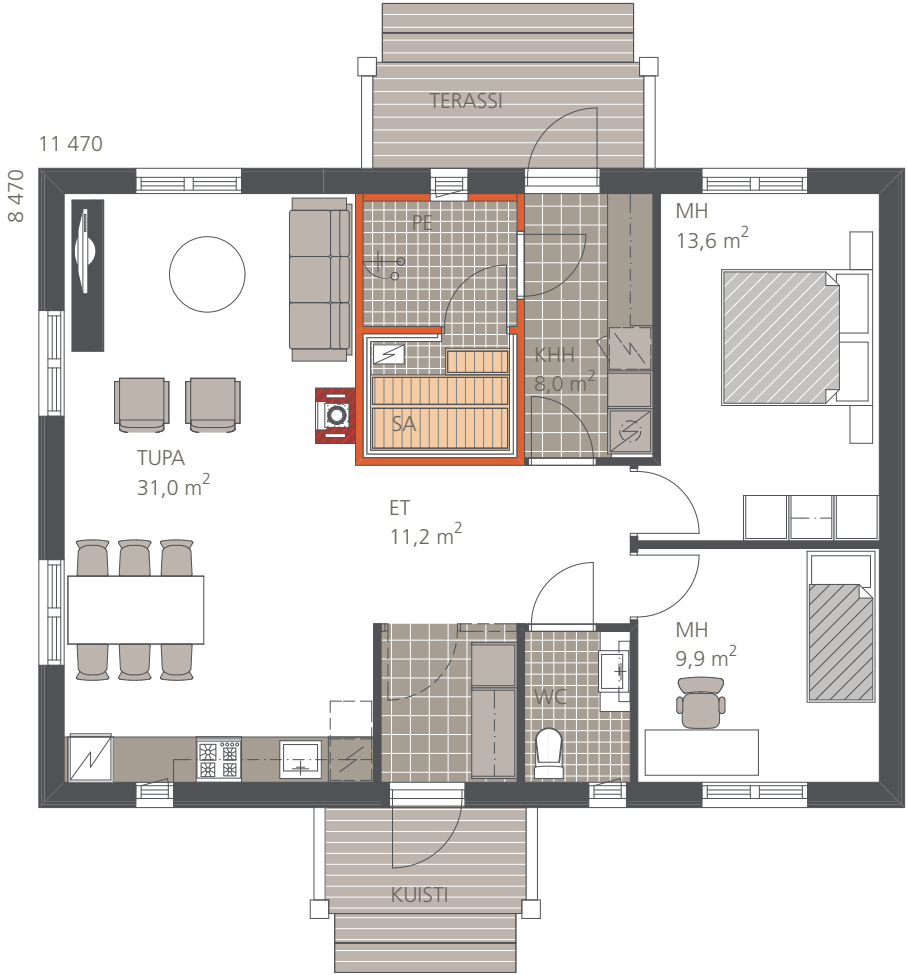
KHH
6,1 m²

ET
7,6 m²

KUISTI

Harmony Calla
97







City Calla 97



Classic Calla 97

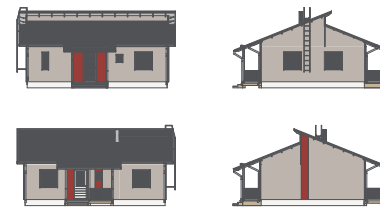
Harmony Calla 97

Kerrosuku: 1

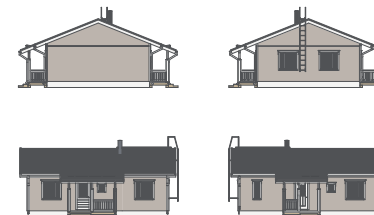
Kerrosala: 97m²

Kerrosala 250: 94m²

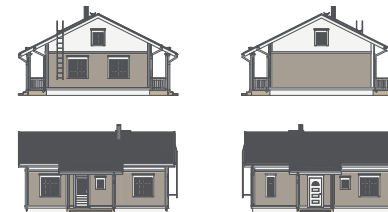
Huoneistoala: 84m²



City Calla 97



Classic Calla 97



Harmony Calla 97

City Calla
105







Classic Calla 105



Harmony Calla 105

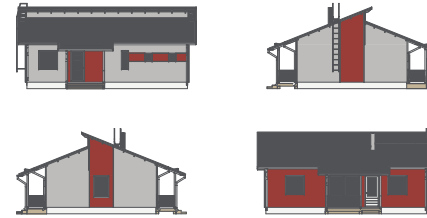
City Calla 105

Kerrosuku: 1

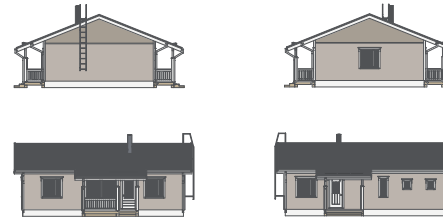
Kerrosala: 105m²

Kerrosala 250: 101m²

Huoneistoala: 91m²



City Calla 105



Classic Calla 105



Harmony Calla 105

Classic Calla

137







City Calla 137



Harmony Calla 137

Classic Calla 137

Kerrosuku: 1

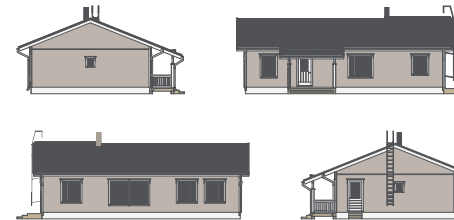
Kerrosala: 137m²

Kerrosala 250: 133m²

Huoneistoala: 119m²



City Calla 137



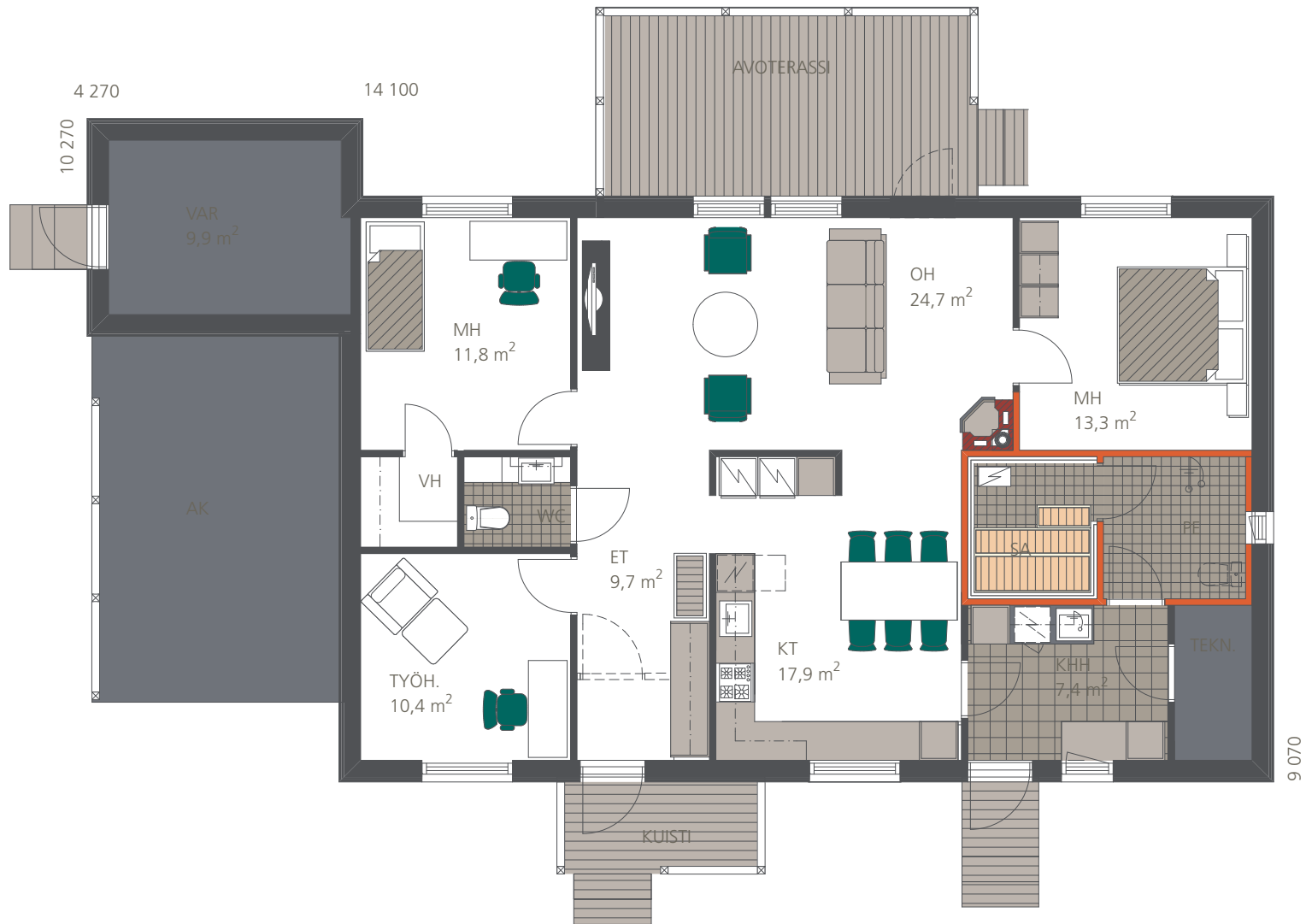
Classic Calla 137



Harmony Calla 137

City Calla
145







Classic Calla 145



Harmony Calla 145

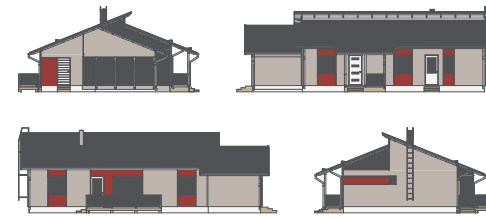
City Calla 145

Kerrosuku: 1

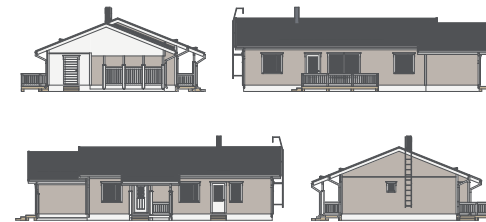
Kerrosala: 145m²

Kerrosala 250: 140m²

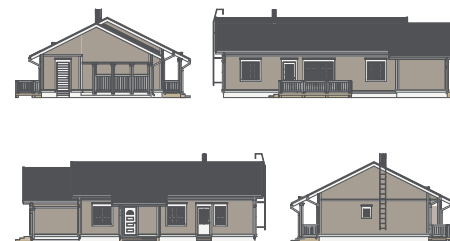
Huoneistoala: 115m²



City Calla 145



Classic Calla 145



Harmony Calla 145

Harmony Calla
147







City Calla 147



Classic Calla 147

Harmony Calla 147

Kerrosuku: 1

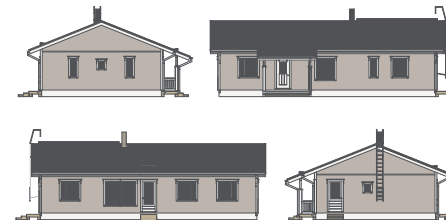
Kerrosala: 147m²

Kerrosala 250: 143m²

Huoneistoala: 131m²



City Calla 147



Classic Calla 147



Harmony Calla 147

City Calla
149A







Classic Calla 149A



Harmony Calla 149A

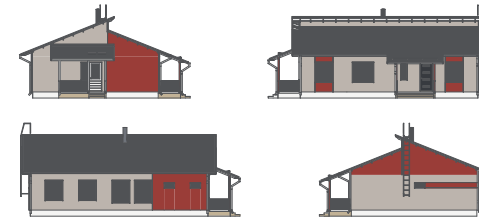
City Calla 149A

Kerrosuku: 1

Kerrosala: 149m²

Kerrosala 250: 144m²

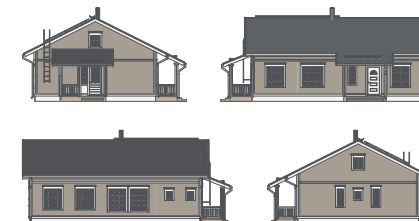
Huoneistoala: 132m²



City Calla 149A



Classic Calla 149A



Harmony Calla 149A

Classic Calla
150







City Calla 150



Harmony Calla 150

Classic Calla 150

Kerrosuku: 1

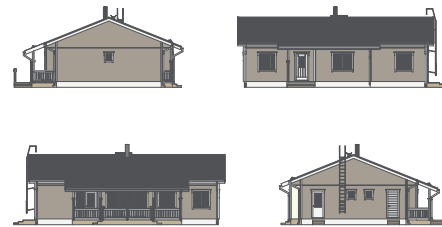
Kerrosala: 151m²

Kerrosala 250: 146m²

Huoneistoala: 129,5m²



City Calla 150



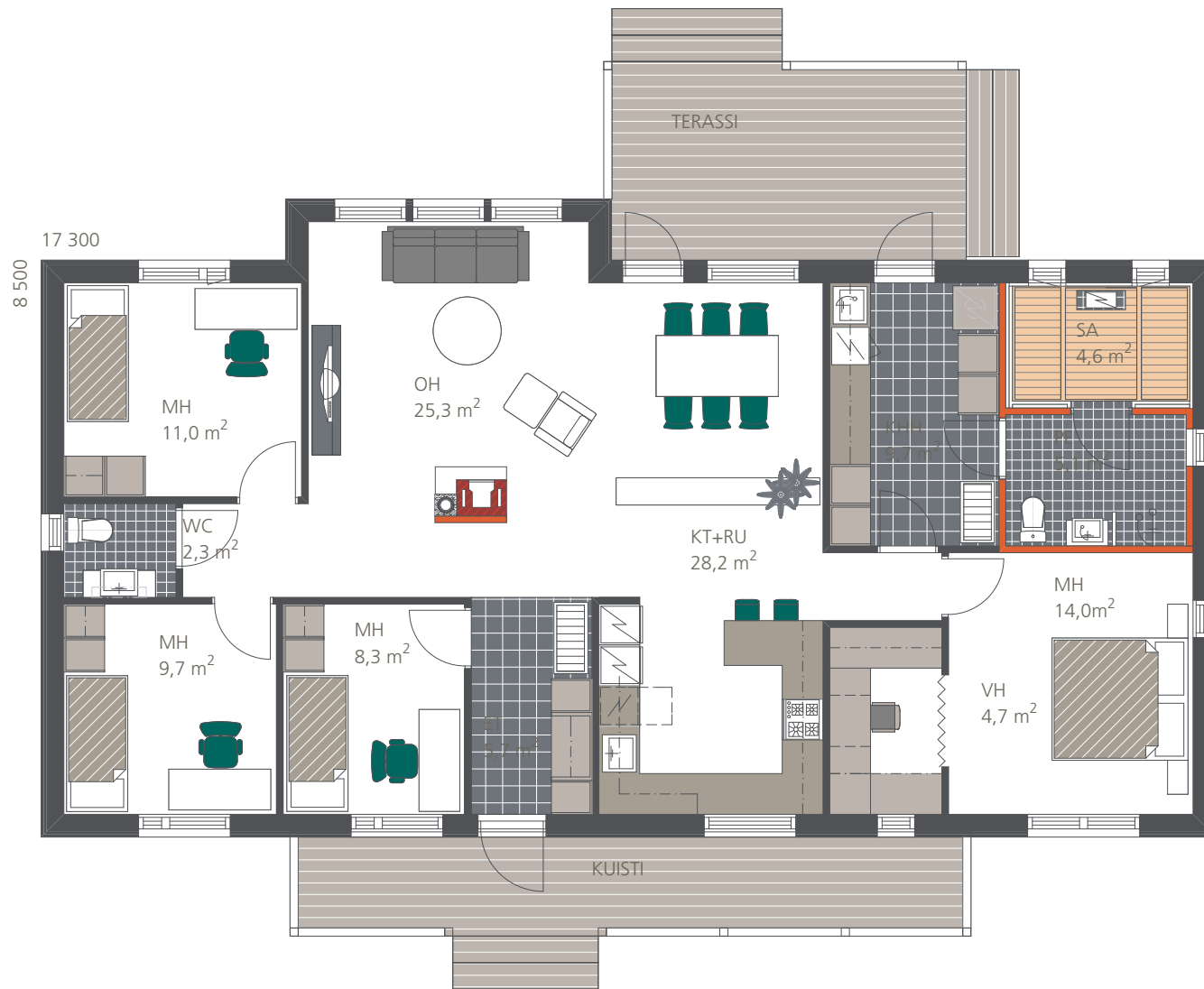
Classic Calla 150



Harmony Calla 150

City Calla
151







Classic Calla 151



Harmony Calla 151

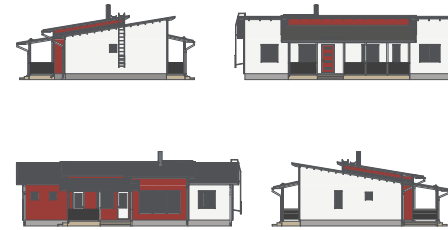
City Calla 151

Kerrosuku: 1

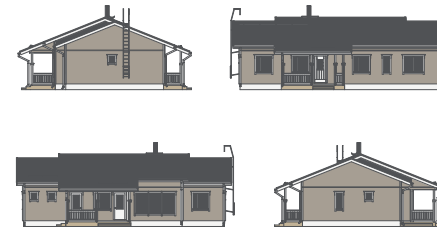
Kerrosala: 151m²

Kerrosala 250: 147m²

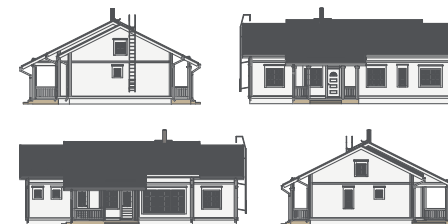
Huoneistoala: 134m²



City Calla 151



Classic Calla 151



Harmony Calla 151

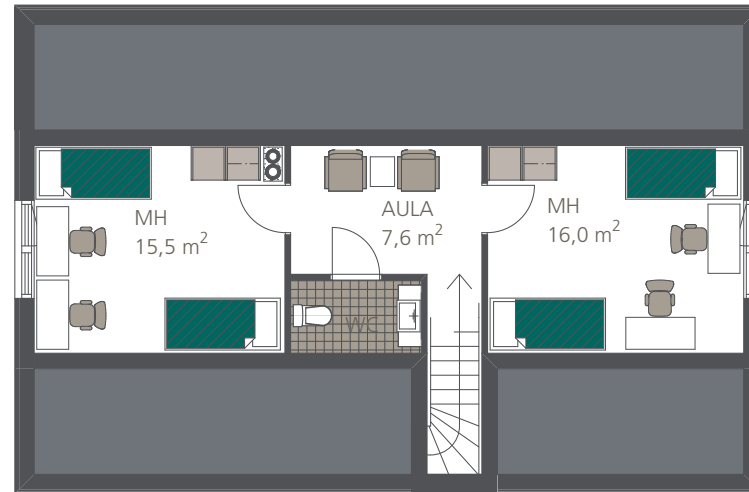
Harmony Calla

174





Harmony Calla 174 2.krs



City Calla 174



Classic Calla 174

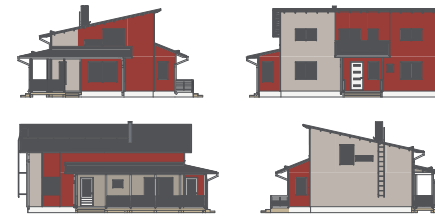
Harmony Calla 174

Kerrosuku: 2

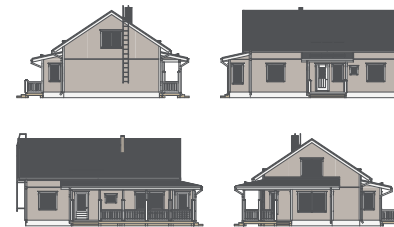
Kerrosala: $52+122 = 174\text{m}^2$

Kerrosala 250: $51+118 = 169\text{m}^2$

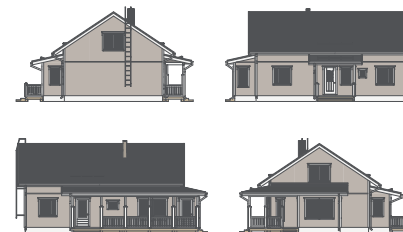
Huoneistoala: $105+43 = 148\text{m}^2$



City Calla 174



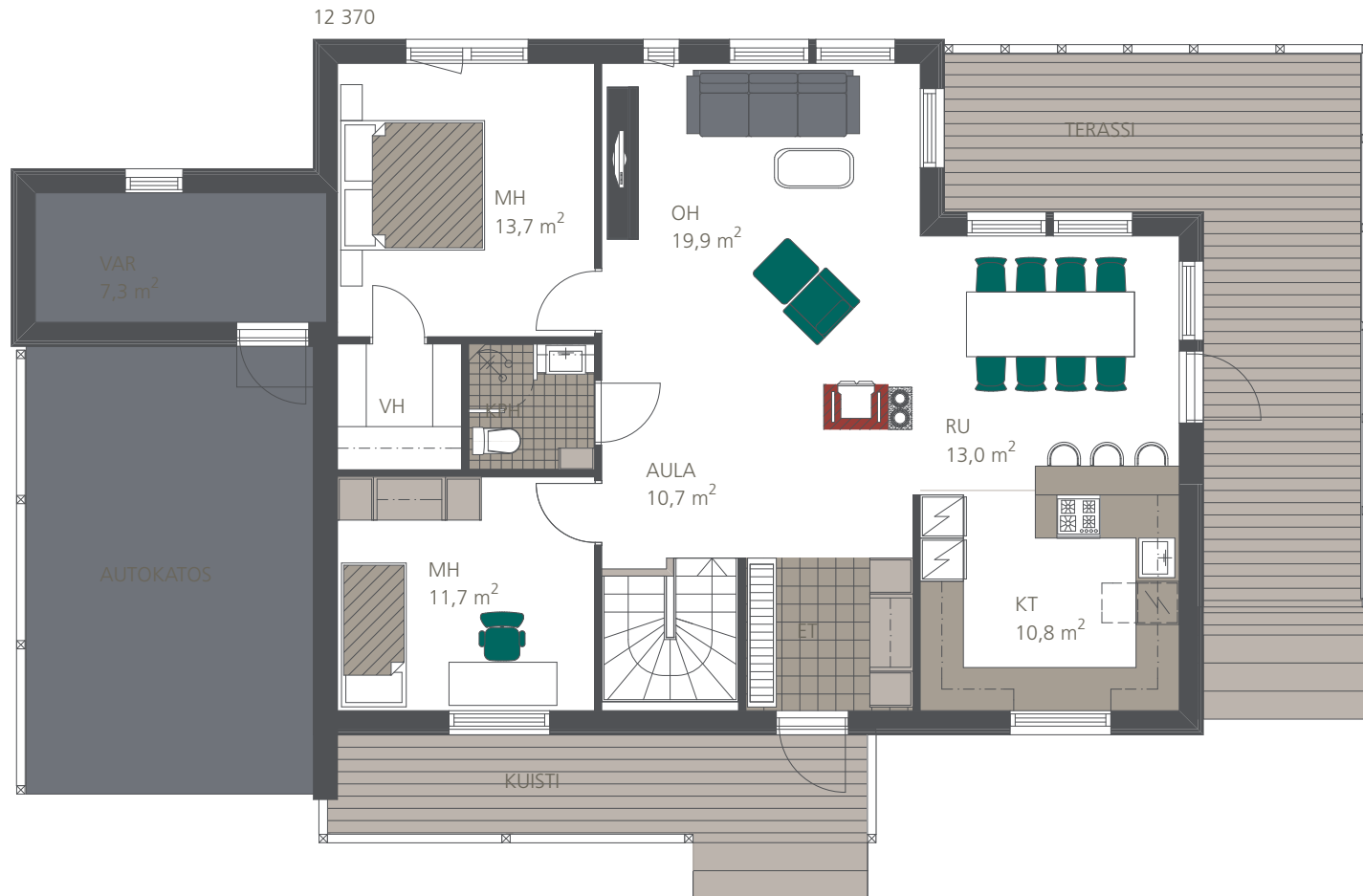
Classic Calla 174



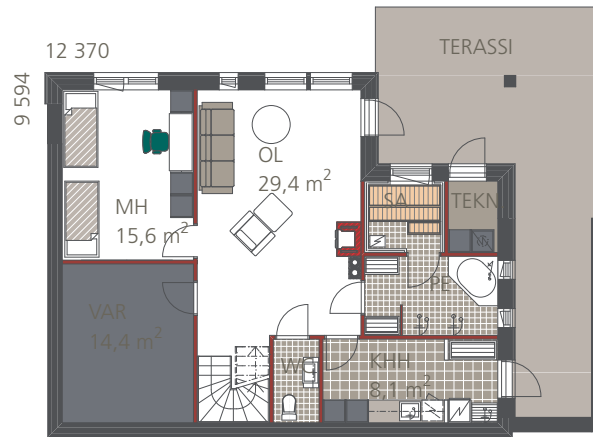
Harmony Calla 174

City Calla
189





City Calla 189 2.krs 1:150



Classic Calla 189



Harmony Calla 189

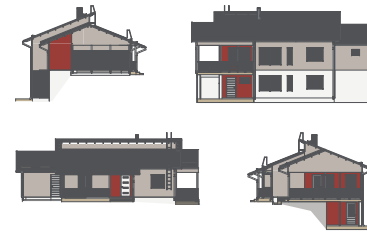
City Calla 189

Kerrosluke: 2

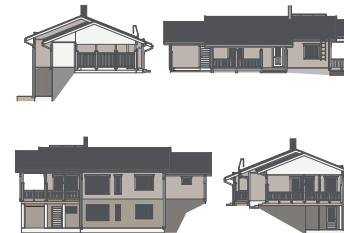
Kerrosala: $117+72 = 189\text{m}^2$

Kerrosala 250: $112,5+68,5 = 181\text{m}^2$

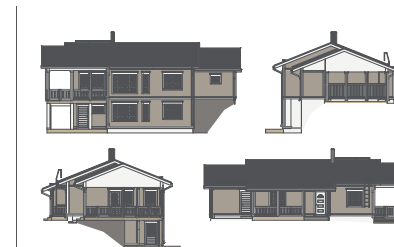
Huoneistoala: $93+60 = 153+\text{Varasto } 14\text{m}^2$



City Calla 189



Classic Calla 189



Harmony Calla 189

Classic Calla

197







Classic Calla 197



Harmony Calla 197

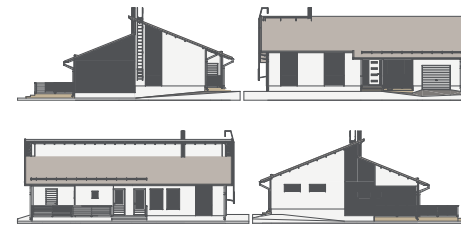
Classic Calla 197

Kerrosuku: 1

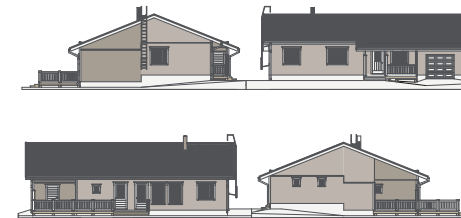
Kerrosala: 197m²

Kerrosala 250: 192m²

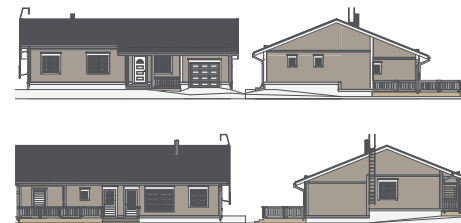
Huoneistoala: 143m²



City Calla 197



Classic Calla 197



Harmony Calla 197

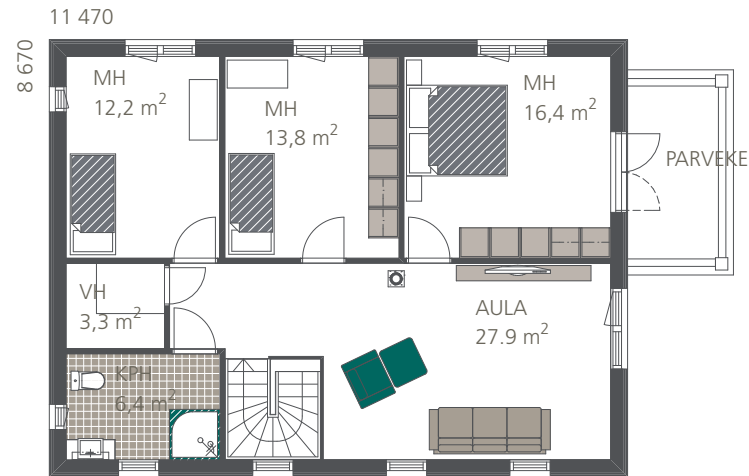
Harmony Calla
212



Harmony Calla 212 1:100



Harmony Calla 212 2.krs 1:150



City Calla 212



Classic Calla 212

Harmony Calla 212

Kerrosuku: 2

Kerrosala: $115+97 = 212\text{m}^2$

Kerrosala 250: $112+92 = 204\text{m}^2$

Huoneistoala: $90+83 = 173\text{m}^2$



City Calla 212



Classic Calla 212



Harmony Calla 212

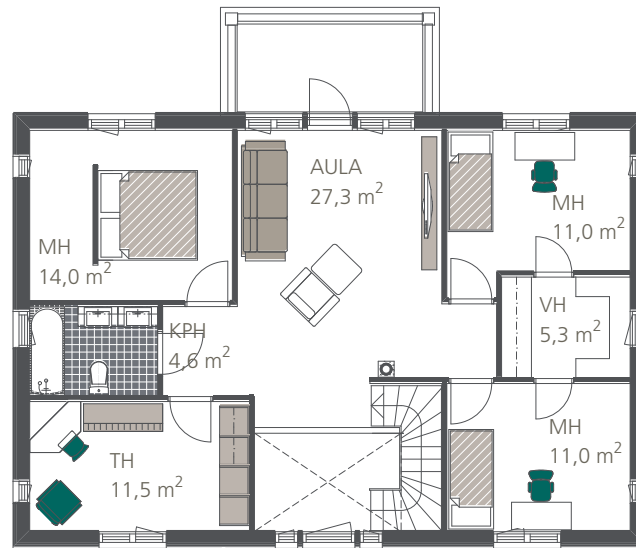
Harmony Calla
221



Harmony Calla 221 1:100



Harmony Calla 221 2.krs



City Calla 221



Classic Calla 221

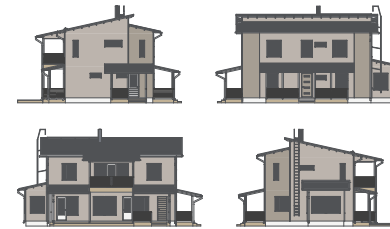
Harmony Calla 221

Kerrosuku: 2

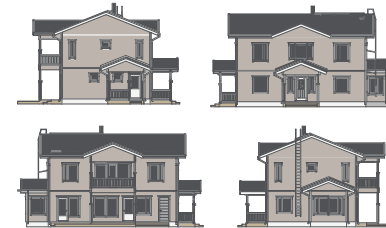
Kerrosala: $102+119 = 221\text{m}^2$

Kerrosala 250: $98+115 = 213\text{m}^2$

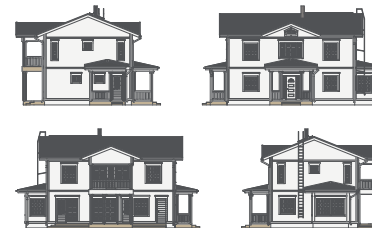
Huoneistoala: $99+88 = 187\text{m}^2$



City Calla 221



Classic Calla 221



Harmony Calla 221

Classic Calla
128 paritalo



Classic Calla 128 paritalo 1:150





City Calla 128 paritalo



Harmony Calla 128 paritalo

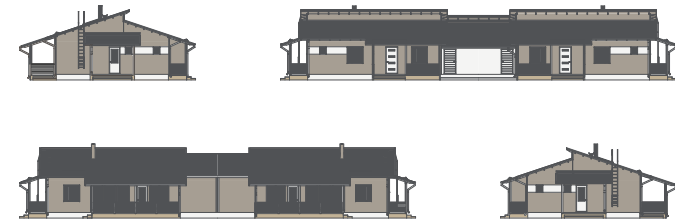
Harmony Calla 128 paritalo

Kerrosluku: 1

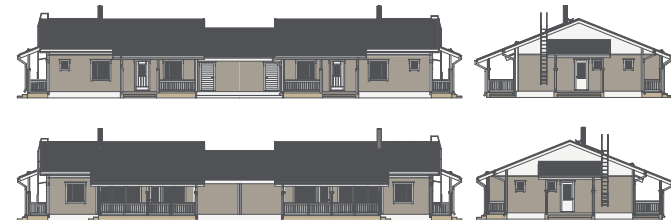
Kerrosala: $128+128 = 256\text{m}^2$

Kerrosala 250: $124+124 = 248\text{m}^2$

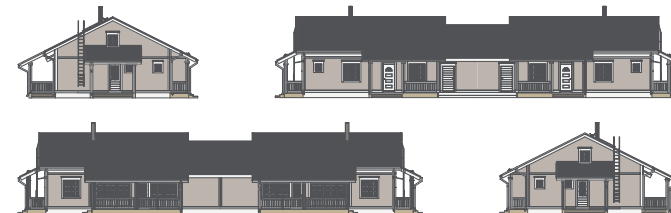
Huoneistoala: $103+103 = 206\text{m}^2$



City Calla 128 paritalo

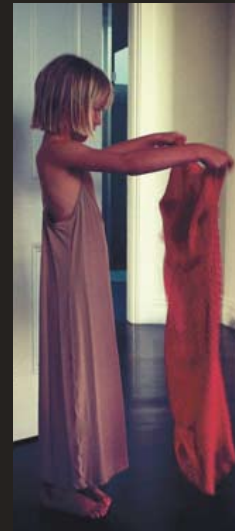


Classic Calla 128 paritalo



Harmony Calla 128 paritalo





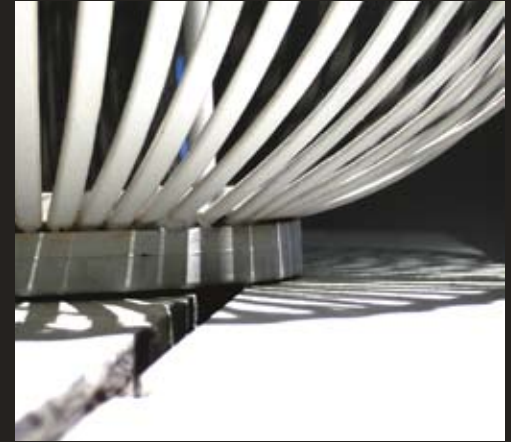
City Calla





Classic Calla





Harmony Calla

CALLA TALO

Calla Talo on itäsuomalainen laatutuote. Naumanen Oy:llä on 50 vuoden kokemus rakennusalalta.

Talopakettit valmistaa paikallinen Karelment Oy, joka on toiminut alalla jo vuodesta 1980 lähtien.

Talomyyjiemme ammattitaito – satojen talojen kokemuksella, antaa sinulle avaimet mieluisaan kotiin.

Toimitussisällön voit valita runkotoimituksesta aina muuttovalmiiseen Calla Taloon saakka.

Kaikki talomallimme ovat matalaenergiataloja ja halutessasi voimme toteuttaa myös passiivienergiatalon.

RAKENTAMINEN JA TOIMITUSVAIHTOEHDOT

Kotisi rakentaminen alkaa tutustumalla hankkeeseen yhdessä talomyyjijemme kanssa. Toimitussisällön ja valmiusasteen määrittelyn jälkeen alkaa luonnos- suunnittelu ja kustannusten laskeminen. Hyväksytyäsi tarjouksemme, saat käyttöösi rakennuslupakuvat ja pääsemme toteuttamaan yhdessä sinulle sopivaa sisustuskokonaisuutta.

Haluamme tehdä rakentamisen mahdollisimman helpoksi!

Talopakettitoimituksen saat muuttovalmiiksi tai haluamaasi valmiusasteeseen toteutettuna, tai jos olet itse innokas tekijä, tarjoamme vaihtoehtona myös pelkän materiaalityötoimituksen. Talopakettiasiakkaanamme saat meiltä kotisi luonnos- ja rakennussuunnittelun lisäksi myös keittiö- ja sisustussuunnittelun.

YHTEISTYÖSSÄ RAKENTAMASSA

K-rauta Naumanen Oy on mukana projektissa alusta loppuun saakka. Talomyyjijemme lisäksi saat avuksesi rakentamisen ja sisustamisen ammattilaiset kaikki yhdestä paikasta. Tavoitteenamme on, että saat kodin, jossa on hyvä asua ja olla – ulkopinnasta sisustukseen asti.



SISUSTA KOTISI SISÄOVILLA

On olemassa oikea ovi jokaiseen huoneeseen, taloon, makuun ja tyyliin. Sinun täytyy vain uskoa, että löydät etsimäsi. JELD-WEN tarjoaakin laajan valikoiman ovia: erilaisia malleja, värejä, pintoja, materiaaleja, teknisiä ominaisuuksia ja hintaluokkia. Älä turhaan enää etsi; meidän kanssamme löydät sen oikean.

Kaikille saunan- ja kylpyhuoneenoville sekä lähes kaikille sisäovillemme on myönnetty Avainlippu-merkki. Valikoimastamme löydät myös energiatehokkaat ulko-ovet.

Avaa ovi mahdollisuuksiin osoitteessa
www.jeld-wen.fi

JELD WEN
DOOR SOLUTIONS



SPA-LASIOVET



Square Plus



Pisara Plus



Vertico Plus



Oksa Plus



Oksa Plus



Ornament Plus

STYLE- JA TREND-PEILIOVET



10M 6-R



3P



4P



15M 16-R



Trend 307



Trend 301



Aukeaman kuvat JELD-WEN Suomi Oy



MAAN SUOSITUIN KOHTAA MAAN PARHAAN PALVELUN.

Petra on jo vuosikaudet ollut maan suosituin keittiö.
Nyt voimme ylpeinä kertoa, että meiltä saa
myös tutkitusti Suomen parasta palvelua.
Tämä on muuten yhdistelmä, johon kannattaa
tutustua. Tervetuloa.

Rakennustutkimus RTS:n mukaan (tutkimus
asuntokorjaukset 6/2012) Petralla on tyytyväisimmät
asiakkaat. Asiakkaat olivat erityisen tyytyväisiä
keittiömyyjään ja keittiöremonttiin
kokonaisuudessaan (asuntokorjaukset 2010-12).



MAAN SUOSITUIN KEITTIÖ

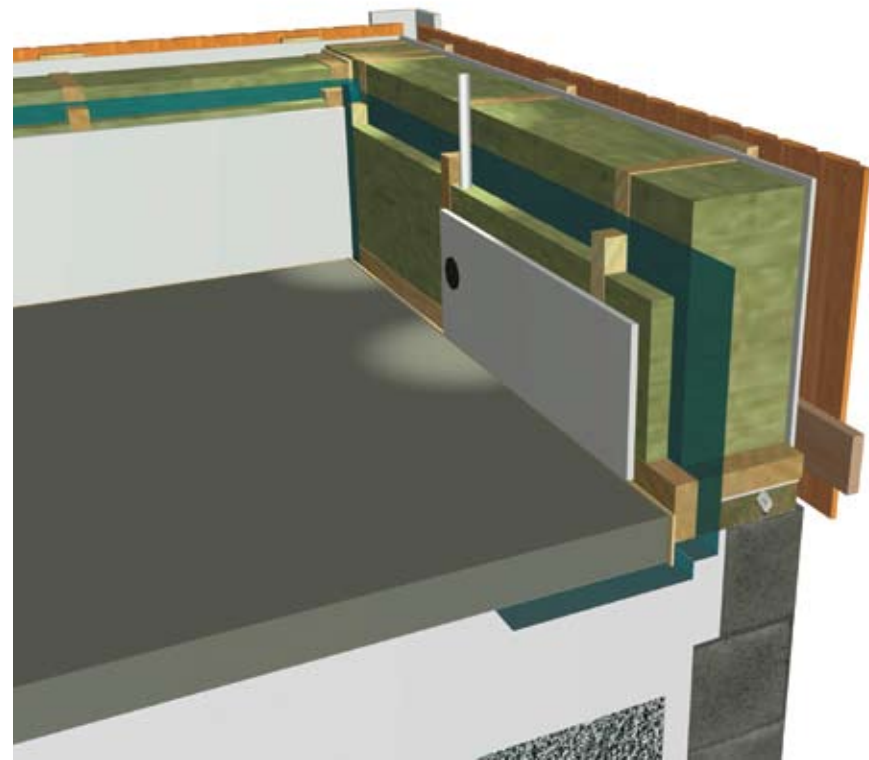
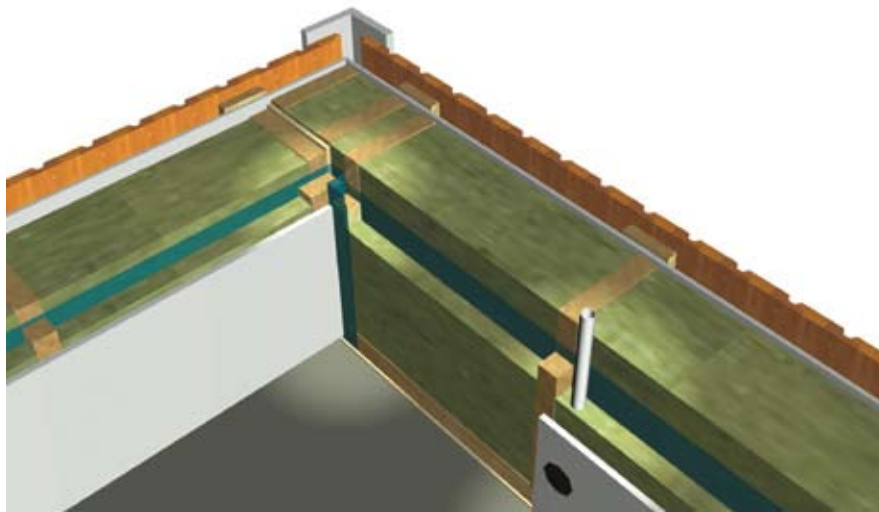
Tutustu Petran keittiömallistoon ja palveluihin.
Petra-keittiömyynti K-rautat
Joensuu, Kuopio & Siilinjärvi

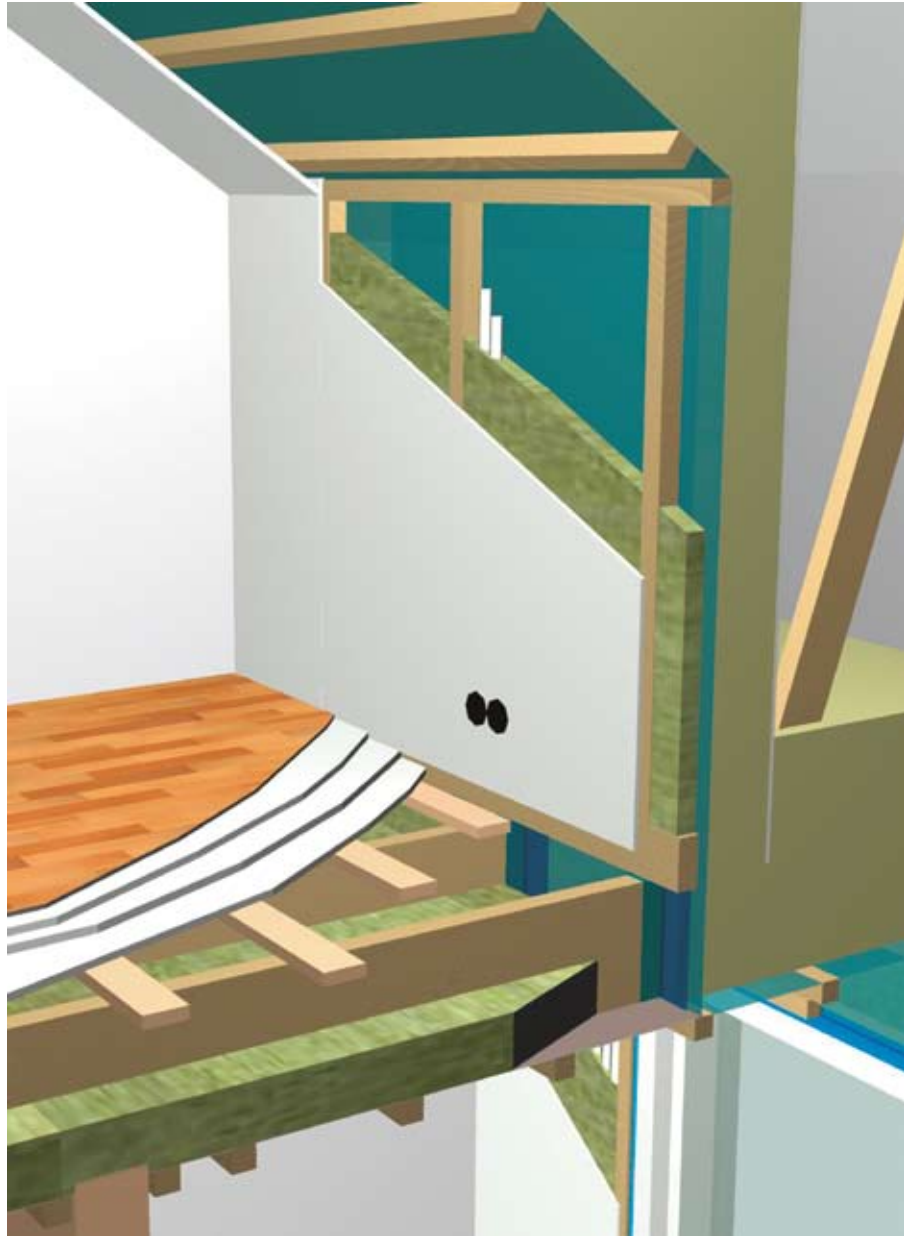
www.petrakeittiot.fi



TURVALLISET RAKENTEET & RAIKAS SISÄILMA

Turvalliseksi koetut rakenneratkaisut pitävät kotisi sisäilman raikkaana!

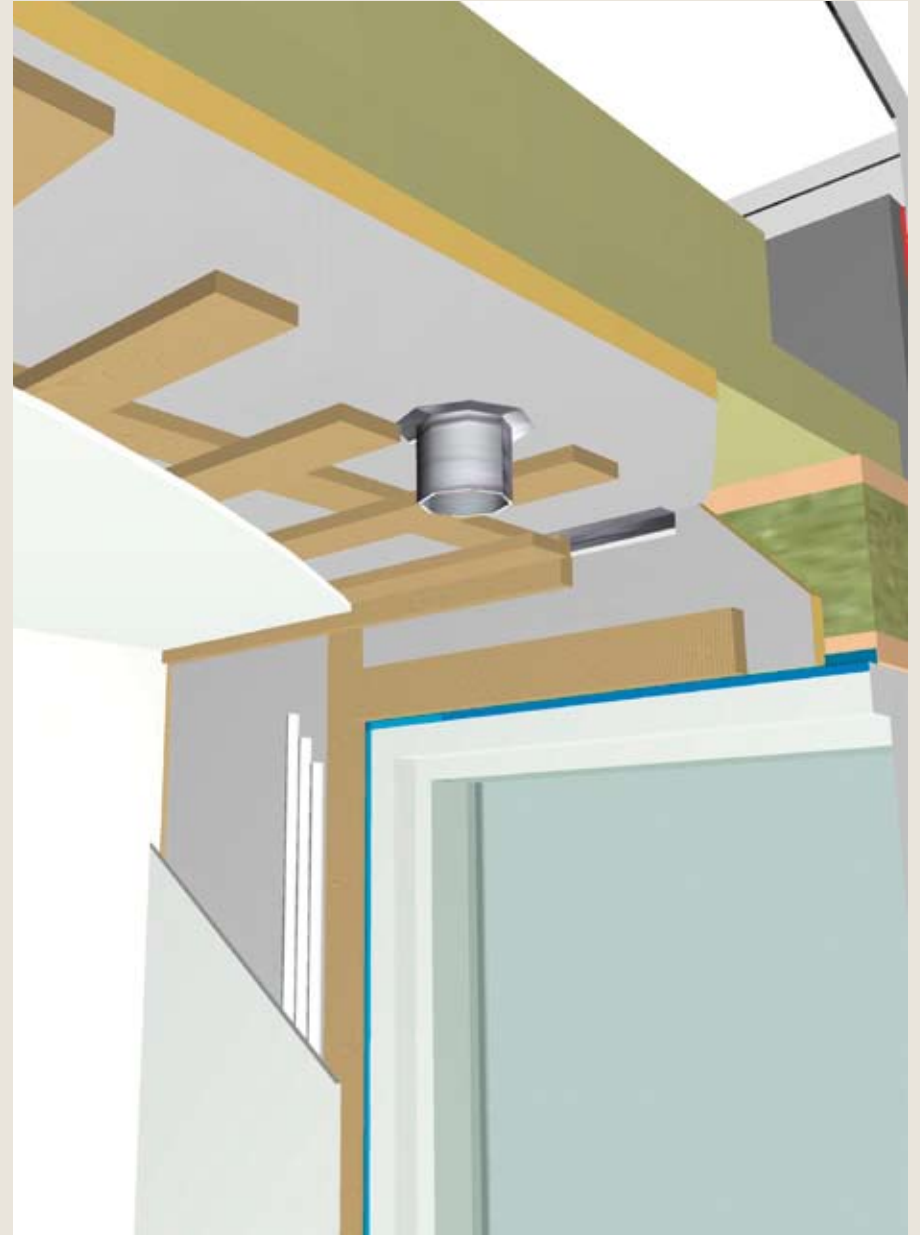
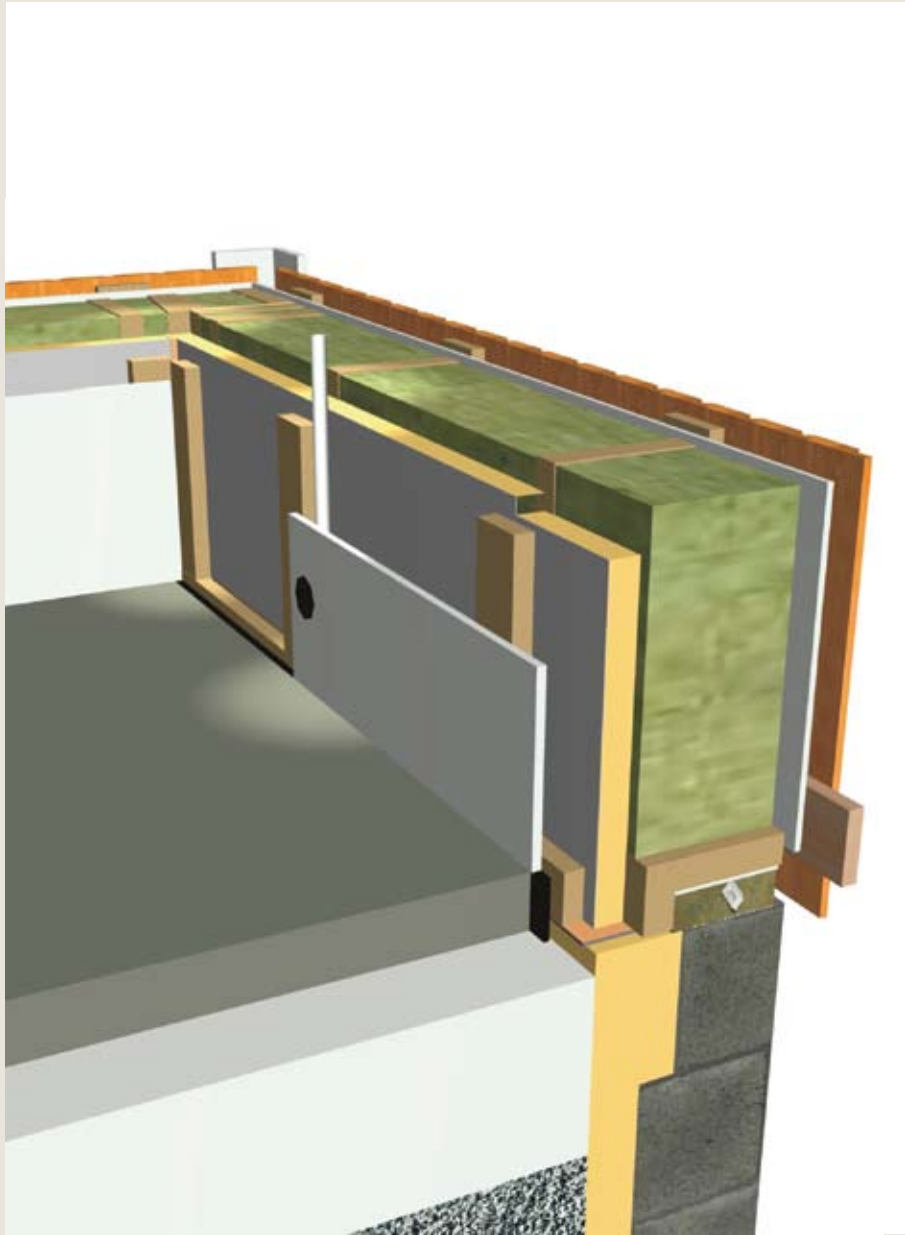






PASSIIVITALON RAKENTEET

Ainutlaatuinen passiivitalorakenne tehtaalla seiniin asennettuna.



*Ilo lasten kasvoilla,
päivätorkut viltin alla,
oma piha ja ne
metsämansikat...*



www.callatalo.fi



Kuopio

antti.parviainen@k-rauta.fi / 040 779 3910
ville.parviainen@k-rauta.fi / 050 587 1985

Joensuu

ari.lappalainen@naumanen.fi / 050 322 0309

Siilinjärvi

esko.hiltunen@raksarempa.fi / 050 321 8656