

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma / graafinen suunnittelu

Tanja Käppi

HAVU KEITTIÖIDEN ESITE

Opinnäytetyö 2013

## TIIVISTELMÄ

### KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

#### Viestintä

Tanja Käppi	Havu Keittiöiden esite
Opinnäytetyö	40 sivua + 3 liitesivua
Työn ohjaaja	Teuvo Liikkanen, Opettaja
Toimeksiantaja	Hydefix Oy
Huhtikuu 2013	
Avainsanat	taitto, esite, keittiö, sommittelu, graafinen suunnittelu, keittiön historia

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tehdä Havu Keittiöille laajempi esite. Asiakkaana oli Havu Keittiöt, joka on apunimi yritykselle Hydefix Oy. Havu Keittiöt myy, suunnittelee ja asentaa keittiökalusteita. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä laaja esite, josta löytyvät kaikki Havu Keittiöiden tuotteet ja palvelut.

Asiakkaan toimialalla on tärkeää jakaa painettuja esitteitä, sillä ne luovat mielikuvia sekä antavat tarvittavat tiedot tulevalle ostajalle. Kilpailu on tiukkaa asiakkaan toimialalla, joten esitteen pitää olla erottuva ja huomiota herättävä. Opinnäytetyössä keskitytään esitteen suunnittelusta valmiin työn saavutuksiin. Esitteen tekemisen lisäksi perehdytään valokuvaukseen ja kuvankäsittelyyn sekä käydään läpi keittiön rakenteellista historiaa. Kaikki opinnäytetyön aihealueet kuuluvat valmiiseen esitteeseen ja luovat näin yhtenäisen kokonaisuuden.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Communication

Tanja Käppi

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

April 2013

Keywords

Kitchen Brochure for Havu Keittiöt

40 pages + 3 pages of appendices

Teuvo Liikkanen, lecturer

Hydefix Ltd.

layout, brochure, kitchen, graphic design, kitchen history

The subject of the thesis was to design an extensive brochure for Havu Keittiöt. The client, Havu Keittiöt, is an affiliated company of Hydefix Ltd. Havu Keittiöt sells designs and installs kitchen fittings. The objective of the thesis was to design an extensive brochure that covers all the company's products and facilities.

Handing out printed brochures is important in the client's line of business, because a printed brochure creates images and provides necessary information for future buyers. Due to the fierce competition in the client's line of business, it was important that the brochure was distinguishable and eye-catching. The thesis focused on examining the brochure from designing to the finished work. In addition, photographs, image processing and the structural history of kitchens were studied. All the aforementioned themes are visible in the completed brochure thus making it a uniform whole.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO	5
2	LÄHTÖKOHDAT JA TOIMEKSIANTO	6
3	KEITTIÖN HISTORIA	7
	3.1 Maalta kaupunkiin (1800–1900-luvut)	8
	3.2 Standardeista nykypäivään	12
4	SISÄLLÖN SUUNNITTELU	14
	4.1 Esitteen rakenne	15
	4.2 Suunnittelu	17
	4.3 Typografia	23
5	KUVAT	25
	5.1 Kuvaus	26
	5.2 Kuvankäsittely	30
6	TOTEUTUS	31
	6.1 Sommittelu	32
	6.2 Kansi	35
7	PÄÄTELMÄT	36
	LÄHTEET	38
	LIITTEET	

Liite 1. Kilpailijoiden esitteiden vertailua

Liite 2. Vanhojen esitteiden kannet

## 1 JOHDANTO

Havu Keittiöt on pieni keittiönvalmistaja, joka on aloittanut toimintansa vuoden 2012 kesän aikana. Se myy, suunnittelee ja asentaa keittiökalusteita pääsääntöisesti yksityisille henkilöille pääkaupunkiseudulla. Havu Keittiöt on aputoiminimi remontointiyritykselle nimeltään Hydefix Oy. Havu Keittiöt tekee myös kylpyhuone- ja säilytyskalusteita, mutta päätoimenkuva keskittyy keittiöihin.

Aikaisemmin olen jo päässyt tekemään Havu Keittiölle logon, käyntikortit ja muuttaman esitteen. Tästä syystä sain tehdä myös tämän laajemman esitteen, sillä asiakas oli ollut tyytyväinen aikaisempiin töihini. Laajemman keittiöesitteen tarkoitus on saada kaikki tuotteet ja palvelut yksiin kansiin. Esitteeseen tulee kuva-aukeamia keittiöistä, tuotekatalogi ja pienet maininnat kylpyhuone- ja säilytyskalusteista. Nämä olivat asiakkaan päätoiveet, sillä aikaisemmat esitteet ovat olleet tuotekatalogi ja yrityksen palveluista infoesite. Tulevaisuudessa tämä laajempi esite ei korvaa aikaisempia esitteitä, vaan asiakas jakaisi esitteitä tulevan ostajan tarpeen mukaan. Laajemmasta esitteestä tulee kuitenkin pääesite.

Havu Keittiöt toivoo pirteää, trendikästä ja mielikuvitusta herättävää esitettä, joka myy hyvin tuotteitaan. Kaikki asiakkaan toiveet saan varmasti toteutettua, mutta kohderyhmän ollessa hyvin laaja tuottaa toteutustapa hieman lisäpohdintaa. Kohderyhmänä ovat tulevat ostajat eli keittiön ostoa harkitsevat aikuiset ihmiset pääkaupunkiseudulta. Tulevat ostajat -sanaparia käytän myös tekstissä, kun viitataan Havu Keittiöiden asiakkaisiin, kun taas asiakas-sana viittaa minun asiakkaaseeni eli Havu Keittiöihin.

Opinnäytetyöni on laaja, ja siihen kuuluu monta eri osa-aluetta, jotka yhdessä muodostavat Havu Keittiöiden esitteen. Esitteen suunnittelun ja taittamisen lisäksi käsittelem valokuvaamista ja keittiön historiaa. Valokuvaksessa käsittelem järjestämiäni tunnelmakuvaauksia, joiden kuvat tukevat esitteen keittiökuvia. Käsittelem opinnäytetyössäni myös keittiön rakenteellista historiaa, noin 1700-luvun lopusta nykypäivään. Keittiön historia -luvusta (3) tulee myös tiivistelmän muodossa aukeama Havu Keittiöiden esitteeseen.

## 2 LÄHTÖKOHDAT JA TOIMEKSIANTO

Asiakkaanani on pieni keittiöyritys, joka myy ja asentaa keittiö-, kylpyhuone- ja säilytyskalusteita. Yrityksen nimi on Hydefix Oy, ja sen yhteydessä toimii aputoiminimi Havu Keittiöt. Hydefix Oy on perustettu heinäkuussa 2010 tarkoituksenaan tehdä remontteja pääkaupunkiseudulla. Vuonna 2012 yritys halusi laajentaa toimintaansa keittiöihin, jolloin perustettiin aputoiminimi Havu Keittiöt, joka myy, suunnittelee ja asentaa keittiökalusteita yksityisille henkilöille pääkaupunkiseudulla. Havu Keittiöillä on esittelytilat Tilkankadulla Helsingissä. Tällä hetkellä yritys on yhden miehen yritys, joka hoitaa kaiken myynnistä asennuksiin. Tämän takia esittelytilat ovat auki vain sovittaessa. Tulevaisuudessa on tarkoitus, että esittelytilat olisivat auki säännöllisesti arkisin.

Havu Keittiöt on vasta aloitteleva keittiöyritys, jonka tarkoituksena on myydä keittiötä avaimet käteen -periaatteella, eli keittiön ostajan ei tarvitse tehdä mitään itse. Yritys ostaa keittiökaluste-elementit Mellano Oy:ltä tai muilta valmistajilta. Havu Keittiöt kasaa elementeistä keittiöitä, jotka kuljetetaan keittiönostajalle ja asennetaan paikoilleen. Havu Keittiöiden tärkein kalustemyynti on juuri keittiökalusteet, mutta pienemmissä määrin myydään myös kylpyhuone- ja säilytyskalusteita. Havu Keittiöt pystyy tekemään myös kokonaisvaltaisia remontteja, ja monesti halutaan kalusteiden lisäksi koko keittiön uudistus. Havu Keittiöt haluaa, että remonti olisi keittiönostajalle mahdollisimman vaivaton ja laatu luotettavan hyvää.

Olen itse tehnyt asiakkaalle aiemmin logon, logolle graafisen ohjeiston, käyntikortit ja muutaman pienemmän esitteen. Yritysilme on siis jo valmis, joten voin keskittyä vain esitteen tekemiseen. Asiakas on ollut tyytyväinen aikaisempiin tekemiini materiaaleihin, joten sain mahdollisuuden tehdä myös tämän laajemman esitteen. Esitteen tarkoitus on saada kaikki tuotteet samojen kansien sisään. Tarkoitus ei ole kuitenkaan pelkästään tehdä luettelomaista katalogia tuotteista, vaan tarkoitus on, että esitteestä saataisiin mielenkiintoa herättävä. Esitteeseen tulee kuva- ja tekstikollaaseja eri keittiöistä, sekä kaikki tuotekuvat. Esitteeseen tulevat myös esittelyt kylpyhuonekalusteista ja säilytysratkaisuista, jolloin asiakkaan ei tarvitse muuta kuin antaa yksi esite, joka sisältää kaikki tuotteet ja palvelut.

Asiakas toivoo pirteää, trendikästä ja tunteita herättävää esitettä, jossa on kaikki tarpeellinen. Esitteen avulla Havu Keittiöt haluaa entistä parempaa näkyvyyttä ja sitä, et-

tä yrityksen ei tarvitse antaa tuleville ostajille neljää eri esitettä, sillä yksien kansien sisällä olisi kaikki tieto. Esitettä tehdessä otan huomioon jo aikaisemmin tekemäni materiaalit asiakkaalle, sillä asiakas ei halua muuttaa niitä. Laajemman esitteen täytyy sopia yhteen muiden materiaalien kanssa, jotta kokonaisilme pysyy samana.

### 3 KEITTIÖN HISTORIA

Keittiö ruuanvalmistuksen tilana on tunnettu jo monien vuosisatojen ajan. Ruotsin valan aikana suomen kieleen lainattiin paljon sanastoa ruotsin kielestä. Sieltä tulee myöskin ennen aikaa käytetty keittiötä ilmaiseva sana kyökki, joka vasta 1860-luvulla vaihdettiin suomenkieliseksi sanaksi keittiö. Keittiö-sana tulee keittää-verbistä, sillä entisaikaan keittäminen oli yleisin ruuanvalmistus tapa. (Morelius & Tamminen 2009, 10.)

Keskityn tarkastelemaan keittiön kehitystä 1700- ja 1800-luvun vaihteesta nykypäivään, sillä tällä ajalla ovat tapahtuneet suurimmat muutokset keittiössä. 1700-luvun muutoksiin kuului, että niin maalla kuin kaupungeissakin kyökki rakennettiin pääraakennuksen yhteyteen. Tämä helpotti ruuan kantamista pöytään. (Morelius & Tamminen 2009, 14–18.) Tämän jälkeen maalais- ja kaupunkilaiskeittiöt uudistuivat hieman eri tahdissa.

Niin kutsuttuja savutupia käytettiin vielä 1700-luvulla, niissä tehtiin ruokaa ja oleskeltiin. Savutuvissa oli alkeellinen uuni, joka toimi hyvin tuvan lämmitykseen, ja uunista saatujen hiilien päällä saatettiin tehdä ruokaa. Savutuvat olivat usein pimeitä ja nokisia, sillä uunissa ei ollut piippua, vaan uunista tuleva savu leijaili tuvan katossa. Tästä tavasta alettiin luopua jo 1700-luvun aikana, jolloin alettiin tehdä uloslämpiviä uuneja, joissa oli piippu. Tätä uutta tuparatkaisua kutsuttiin raasutuvaksi. Raasutuvat tehtiin yleensä samalla kaavalla kuin savutuvat, eli uuni oli ovensuussa ja pöytä sijoitettiin usein pihan puoleiseen kulmaukseen. Naiset hoitivat uunin, ja näin tupaan tuli miehille ja naisille omat alueet. Naisen alue oli uunin ja pöydän välillä, ja miehelle kuuluivat muut alueet. Ruoka valmistettiin usein padassa, joka riippui raakkuraudalla tai rautajalkojen hiilien päällä. Varsinkin maalla näitä raasutupia oli pitkään 1900-luvulle asti, mutta kaupungeissa keittiöt muuttuivat nopeammin. (Kahri & Pyykönen 2005, 69–72.)

### 3.1 Maalta kaupunkiin (1800–1900-luvut)

Suurin osa suomalaisista asui maaseudulla 1800-luvun alkupuolella (Lukkonen 1997, 18). Kaupungeissakin oli kuitenkin elämää, ja pikkuhiljaa 1800-luvun aikana ihmiset alkoivat tehdä muuttoa maalta kaupunkiin. Kaupungeissa oli yleensä selvät sosiaaliset luokkaerot, jossa varakkaat asuivat keskustan kivitaloissa ja vähäosaiset kaupungin laitamilla olevissa puutaloissa. Varakkaat tekivät vuokra-asuntoja, joihin aluksi hakeutuivat yksinäiset ihmiset, ja siksi vuokrattiin vain yksi huone, jossa oli kamiina huoneen lämmittämiseen. Ruoka lämmitettiin kamiinassa, mutta yleensä vuokralaiset saivat kypsentää ruokansa ja leipänsä vuokraisännän uunissa. Joissakin vuokrataloissa oli yhteinen keittiö, jota vuokralaiset saivat käyttää. (Kahri & Pyykönen 2005, 99.)

Varakkailla kaupunkilaisilla oli isot huoneistot, joihin kuuluivat eteinen, sali, herrainhuone, ruokahuone, vanhempien makuuhuoneet, sekä joskus yksi makuuhuone lapsille ja palvelusväelle. Usein heille kuitenkin ei ollut omaa huonetta, vaan he nukkuivat keittiön nurkassa alkovissa. 1800-luvun puolenvälin jälkeen ihmisiä alkoi siirtyä enemmän maaseudulta teollistuneisiin kaupunkiin työn perässä. Vuokralaiset tottuivat olemaan tiiviisti, ja se oli usein myös viihtyisää, että perhe asui yhdessä huoneessa. Se toi raasutuvan tiiviin tunnelma kaupunkiin. (Kahri & Pyykönen 2005, 101–103.)

Työn perässä tulleet ihmiset majoittuivat usein työläisasuntoihin, jossa oli vain yksi huone. Huoneen sisänurkassa oli uuni tai kakluuna, ja sen vieressä pöytäkaappi, jossa oli niin ruokailuastiat kuin ruoka-aineetkin. Pöytäkaapin kansi toimi ruuan valmistusalustana, mutta siinä myös syötiin ja tiskattiin astiat. Vesi kannettiin vielä sisään ulkoa, mutta Helsingissä aloitti vesilaitos 1870-luvulla, joka alkoi vetää vesijohtoja asuntoihin sisälle. (Acs 1984, 12.) Uuneissa ja kakluuneissa oli aluksi huono valmistaa ruokaa, joten 1800-luvun loppupuolella kehitettiin hellakakluuniuunit, joissa oli kokonaan valuraudasta valettu liesitaso, jossa voitiin tehdä ruokaa ilman kolmijalkaa. Valurauta ei ollut silloin uusi keksintö, vaan siitä oli jo 1830-luvulla tehty liesilevyjä uuniin, jolloin patoja ja kattiloita ei tarvinnut enää roikottaa hiilien päällä. Valuraudasta voitiin 1800-luvun puolenvälin jälkeen tehdä jo irtonaisia valurautaliesiä, jotka sopivat hyvin pieneen tilaan. (Morelius & Tamminen 2009, 21–28.)

Uunien ja kakluunien valurautalevyt helpottivat paljon ruuanlaittoa yhden huoneen asunnoissa, mutta 1800-luvun loppupuolella alettiin perustaa asunto-osakeyhtiöitä,



joiden asuntoihin kuului eteinen, kamari ja keittiö. Näillä oli tarkoitus parantaa ihmisten asumisolosuhteita ja saada asunnoista tilavampia, sillä tätä ennen yhdessä huoneessa asui keskimäärin neljä henkilöä. 1800-luvun lopussa kamarien määrä lisääntyi. (Kahri & Pyykönen 2005, 103–107.)

Vuosisadan vaihteessa alkoi myös sähköistymisen aikakausi, jonka ensimmäisiä tuotteita keittiössä olivat sähkölamput, jotka alkoivat yleistyä koko Suomessa vuonna 1910. Nykyisin sähkö on jokapäiväinen apuväline, mutta sen tuomat tuotteet kuitenkin tulleet yleisön saataville pikkuhiljaa 1900-luvun aikana. (Lukkonen 1997, 21.)

Keittiö menetti merkitystään ja arvostustaan 1900-luvun alkupuolella. Varakasta isäntäväkeä ei paljon keittiössä näkynyt, vaan palvelijat työskentelivät siellä ja kantoivat siten ruuan ruokasaliin. Keittiöt olivat kuitenkin tilavia. (Acs 1984, 14.) 1900-luvun alussa teollisuus oli tullut Suomeen jäädäkseen, ja se vaikutti paljon suomalaiseen perinteiseen käsityöhön, joka kaupungeissa alkoi siirtyä massatuotannoksi. Vuosisadan vaihteessa varakkaiden ja vähäosasten kodit olivat erilaisia, mutta 1900-luvun myötä erot vähenivät. (Hagelstam 2003, 10–17.) Sodan kuitenkin puhjettua asunnot jäivät vuosisadan vaihteen tasolle 1920-luvulle asti, jolloin Suomi oli pääsemässä jaloilleen (Kahri & Pyykönen 2005, 123).

Suomi oli 1920-luvulla vielä hyvin köyhä ja maatalouteen tukeutuva maa, sillä vain 20 prosenttia asukkaista oli siirtynyt kaupunkiin. Maaseudulla vastustettiin usein kehitystä, vaikka maa sähköistyi kovaa vauhtia. Ensimmäisiä keittiövälineitä oli sähköinen kahvinkeitin, joka aloitti keittiövälineiden sähköistämisen. (Hagelstam 2003, 77–88.)

Helsingin keskustassa sijaitsevilla varakkaiden asunnoissa ja yhden hengen huoneen vuokra-asunnoissa alettiin tehdä muutoksia, jotta asunnoista tulisi kohtuullisia ja näin vastasivat 1920-luvun laatua (Kahri & Pyykönen 2005, 127). 1920-alkoi myös modernismin aikakausi, joka muutti keittiötä. Ennen varakkaissa perheissä erikseen olleet tarjoiluhuone ja ruokakaappi siirtyivät keittiöön, jolloin kaikki toiminnot olivat yhdessä. Myös Euroopasta virtasi uusia keittiön toimintatapoja. Vuonna 1926 Saksassa suunniteltiin pieniin asuntoihin sopiva Frankfurt-keittiö, jossa istuttiin ruokaa tehdesä. Tämä tyyli rantautui Suomeenkin, joten keittiön yksi alakaappi poistettiin ja siihen tehtiin istumatyötila. (Bingham & Weaving 2001, 107–108.)

Uusia pintamateriaaleja tuli 1930-luvulla keittiöön, kuten teräs ja lasilevy. Tämän ajan ihanteena pidettiin hygieenisyyttä, ilmavuutta ja valoa. Asuinnoista tehtiin yleensä kaksioita, johon sisältyi keittokomero, eli keittiöt olivat hieman pienentymässä. Ne olivat kuitenkin toiminnallisia. Toiminnallisuutta lisäsi uudet kodinkoneet; sähköliesi ja jääkaappi yleistyivät 1930-luvun aikana. (Hagelstam 2003, 119–128.) Keittiön sähköistyessä monet toiminnot helpottuivat, joten 1930-luvun loppupuolella palvelijat lähtivät ja talon emäntä siirtyi keittiöön. Maailmalta olivat jo tulossa kovaa vauhtia uudet vaikutteet. Esimerkiksi Saksassa oli mitoitettu keittiön alakaapistot ihmisen mittojen mukaan. Yhdysvalloissa keksittiin alakaapin lisäksi yläkaapit. Nämä kuitenkin yleistyivät Suomessa vasta myöhemmin. (Bingham & Weaving 2001, 107–115.)

Keittiöt alkoivat suurentua 1950-luvulle tultaessa, 1930-luvun pienistä keittokomeroista kunnon keittiöksi (Kahri & Pyykönen 2005, 143). Useissa kodeissa ruokailu siirtyi keittiöön, jolloin keittiötä ei enää pidetty piilossa, vaan tuotiin esille. Keittiön ylä- ja alakaappeineen alkoi jo standardoitua. (Vesmanen 2012, 288.) Uutuuksina keittiöön tulivat saarekkeet, ja lautastelinettä alettiin korvata suomalaisella keksinnöllä, kuivauskaapilla (Bingham & Weaving 2001, 115; Morelius & Tamminen 2009, 227).

Rakentaminen oli suuressa kasvussa 1950-luvun lopusta 1970-luvulle asti, jolloin rakennettiin yhteensä miljoona asuntoa. Maaseutuasuminen oli vielä suosittua 1960-luvulla, mutta kaupunkiasuminen oli jo 1970-luvulla yleisempää. Kehitys oli muutenkin nopeaa. Suomalaiset alkoivat luottaa uusien keksintöjen tarpeellisuuteen. (Hagelstam 2003, 341.) Keittiö oli taas saamassa uuden kodinkoneen, sillä vuonna 1963 esiteltiin asianpesukone, joka alkoi vähitellen yleistyä. 1960-luvun tärkeimpiä rintamia oli myös tasa-arvoisuus, jolloin naiset halusivat pois keittiöstä. (Lukkonen 1997, 53.) Keittiön rungotkin kokivat 1960- ja 1970-luvun vaihteessa suuren muutoksen, sillä vanhat puurungot vaihdettiin lastulevyyn, jotka päällystettiin laminaatilla tai melamiinilla. Rungot tehdään nykyäänkin lastulevystä, sillä sitä on helppo valmistaa ja kuljettaa. (Vesmanen 2012, 288.)

Rakennustieto Oy alkoi jo vuodesta 1974 valmistamaan RT-ohjekortteja, jossa on keittiön suunnittelu- ja mitoitusohjeita. Jo vuonna 1930 Saksassa oli tehty keittiömitoituksia, mutta Suomeen standardit tulivat käyttöön vasta vuonna 1974. Keittiöstä alkoi tulla monitoimitila, ja tämän takia tupakeittiötä alettiin taas suosia. Keittiön suunnittelussa oli otettava huomioon työskentelykolmio, jossa oli liesi, vesipiste ja jääkap-

pi. Näiden oli hyvä muodostaa tasainen kolmio, sillä näin vähennettiin turhia askeleita. 1970-luvulla alakaapin korkeus oli 85 cm, ja tällöin myös syvyys muutettiin 62 cm:stä 60 cm:iin. Tämä on tänäkin päivänä alakaapin syvyys. Pöytätila oli myös hyvin tarkasti mitoitettu perheen suuruuden mukaan. Esimerkiksi 3–6 hengen perheen pöytätilan leveys oli 1200–1500 mm ja kaappitilan leveys oli noin 5800–7800 mm. (Rukko 1976, 5–9.)

Keittiöiden koot vaihtelivat hyvin paljon 1970-luvulla. Pienin keittiö sai olla kooltaan 7 m<sup>2</sup>. Keittiömalleja oli erilaisia, joista jokaisen sai muokattua omanlaisensa. I-keittiötä, voitiin käyttää niin suuressa tupakeittiössä, kuin pienessä keittokomerossakin. I-keittiössä kaikki toiminnot ovat samalla seinällä. Seuraava keittiö malli on II-keittiö, joka on hyvin samanlainen, kuin I-keittiö, mutta siinä toiminnot ovat kahdella vastakkaisella seinällä. II-keittiössä kalusteiden väliin pitää jäädä 110 cm tilaa, jotta ovet avautuvat kunnolla. Kolmas malli on L-keittiö, jossa toiminnot ovat kahdella vierekkäisellä seinällä. L-keittiössä oleellista on, että työtaso jatkuu kulman yli. Viimeinen malli on U-keittiö, joka sopii hyvin isoihin talouksiin. U-keittiössä kalusteet on sijoitettu kolmelle seinälle. (Visanti & Visanti 1973, 20–45.)

Keittiöstä haluttiin 1970-luvulla selkeää ja helposti puhdistettava. Entisestä keittiön istumatilasta luovuttiin, sillä se oli epäkäytännöllinen. Puhdistettavuus näkyi myös väli-tilan materiaaleista. Yleisin oli laatta, joka oli helppo puhdistaa, mutta markkinoilla oli myös laminaattilevy ja muovilevy. (Visanti & Visanti 1973, 28, 102–103.)

Kodinkoneet kuuluivat vahvasti 1970-luvulle, jolloin ne alkoivat olla vakiokalusteita. Ennen liesiä tehtiin vain 50 cm leveydelle, mutta 1970-luvulla niitä sai myös 60 cm ja 70 cm leveinä. Liesien vakiokorkeudeksi oli tullut 85 cm. Suuriin talouksiin oli saatavilla myös kahden uunin lattialiesiä, jotka helpottivat ruuanlaittoa. Ennen jääkapin tulemista markkinoille käytettiin kylmäkaappeja tai -komeroita, joiden lämpötilaa säädeltiin tuuletusaukon kautta. Tällöin ulkoilma vaikutti kaapin lämpötilaan. 1970-luvulla näitä käytettiin vielä jonkin verran, mutta tasaisen viileyden saaminen oli vaikeaa. Tässä sähköiset kylmäkoneet olivat paljon parempia. 1970-luvulla jääkaapin lisäksi oli tarjolla kylmiöitä, joita käytettiin isoissa talouksissa. Asianpesukone ei vielä 1970-luvulla kuulunut vakiokalustukseen, mutta se oli kovaa vauhtia yleistymässä. 1970-luvulla astianpesukoneen leveys oli 60 cm. (Rukko 1976, 13–28.)

Mikroaaltouuni keksittiin alun perin jo vuonna 1948, mutta Suomeen se tuli vasta vuonna 1960. Se oli kuitenkin melkein 20 vuotta vain ammattikeittiöiden käytössä, sillä se yleistyi vasta 1980-luvun alussa kuluttajille. Mikroaaltouunin yleistyminen oli huimaa, sillä seitsemässä vuodessa se oli jo 25-prosentissa kodeista. Siitä vielä neljä vuotta eteenpäin se oli jo yli 70-prosentissa kodeista. (Lukkonen 1997, 102.)

Alakaapin korkeus muuttui 90 cm 1980-luvulla, joka on myös nykypäivän korkeus. Tuolloin yläkaappien korkeus vaihteli 70–90 cm, ihmisten korkeuden mukaan. Keittiössä piti olla myös vähintään kaksi laatikkoa ja yksi syvä komero, isommille astioille. Työpöydät olivat usein 1980-luvulla laminaattia. Myös jätejärjestelmät olivat parantuneet pikkuhiljaa 1970–80-lukujen kuluessa, sillä silloin otettiin käyttöön ulosvedettävät jäteastiat, joissa oli kaksi jättesankoa. (Acs 1984, 18–26.)

Keittiöstä tehtiin koko ajan viihtyisämpi ja toimivampi. 1980-luvulla keittiö oli jo kodin sydän, joka sijoitettiin lähelle kodin ulko-ovea. Ruokapöytä sijoitettiin ikkunan alle, josta näkyi pihalle. 1980-luvulla tuntuu, että palattiin vanhaan raasutupa-aikaan, jolloin uuni oli oven vieressä ja pöytä ikkunan vieressä, mistä näkyi pihalle. Ennen vanhaan jo tiedettiin, mikä on käytännöllistä. (Acs 1984, 18.)

### 3.2 Standardeista nykypäivään

Keittiöitä standardoitiin pitkin 1900-lukua. Nykystandardit ovat valmistuneet vuonna 1994. Ennen kalusteiden edessä riitti tilaksi 110 cm, mutta vuonna 1994 tehtiin uusia mittauststandardeja, joissa tilaa pitää olla 130 cm. Lieden ja jääkaapin viereen on jätettävä laskutilaa. Yläkaappien syvyydeksi oli mitoitettu 31–35 cm. Jäteastioiden määrän kasvoi, sillä vuoden 1994 standardissa oli tarve neljälle jäteastialle. Nämä olivat sekajäteastia, lasinkeräys, biojäteastia ja kartongin säilytys. Vuonna 1994 oli myös laskettu henkilömäärän mukaan, kuinka paljon tilaa keittiö vie leveysuunnassa. 1–2 henkilöä tarvitsee leveyttä 100–120 cm, 2–4 henkilöä 350–500 cm ja 4–6 henkilön suurempi keittiö vaatii leveyttä 480–600 cm. Nämä leveydet ovat suuntaa antavia ja riippuvat keittiön käytöstä. Kaikki kaapit standardoitiin jo vuonna 1989, ja niiden leveys vaihtelee 30 cm kapeasta kaapista tasaluvuin aina 140 cm asti. (Asuintilojen suunnittelu 2008, 28–32, 39–42.)

Nykypäivän keittiöt ovat pysyneet melko samantyyllisinä 2000-luvun alusta asti. Keittiöstä halutaan avaria, ja tupakeittiöt saarekkeella ovat hyvin yleisiä ja haluttuja, var-

sinkin isoissa keittiöissä. Avarissa keittiöissä kokki pääsee mukaan olohuoneen keskusteluun. Keittiöstä on tullut osittain myös harrastus, ja siihen halutaan satsata paljon. Keittiössä käytetään ammattilaisten kalusteita, esimerkiksi kaasuliesiä. Koko perhe on myös mukana ruuanlaitoissa, ja joissakin perheissä miehet vastaavat kokonaan ruuan valmistuksesta. Pöytätasojakin löytyy myös nykyään joka lähtöön ja on yleistä, että eri toiminnoilla on eri pöytätasot. Nykyiset pöytätasomateriaalit ovat laminaatti, umpipuu, kivi, ruostumaton teräs ja kaakeli. Näistä laminaatti on vieläkin suosituin. (Osvold & Slipher 2003, 5, 50–59.)

Vetolaatikat ovat tulleet yleiseen suosioon, niiden toiminnallisuuden takia. Enää ei tarvitse penkoa koko hyllyä, vaan kaikki näkyy kerralla, kun avaa vetolaatikon. Nykyään vetolaatikoihin voidaan laittaa vaikka jääkaappi, ja varsinkin pienissä asunnoissa sokkeliin voidaan laittaa vetolaatikat. (Osvold & Slipher 2003, 9, 39, 47.) Nykypäivänä voidaan jättää jopa yläkaapit pois, jos alakaappeihin mahtuu kaikki tarpeellinen. Keittiöt ovat myös hyvin suoraviivaisia, avaria ja tasaisia, sillä nykyään ei tarvitse aina laittaa ulkonevia vetimiä. Tasaisuutta tuovat myös välitilaan laitettavat lasit, joiden taakse voi laittaa vaikka tapettia. (Virrantalo 2010, 95.)

40 prosenttia suomalaisista asuu yksin. Yksinasuvien asunnoissa on yleensä pienet keittiöt, jotka tarvitsevat oman suunnittelunsa. Astianpesukone on nykyään käytetyin kodinkone, joten se halutaan myös pieniin keittiöihin. Nykyään on onneksi tullut markkinoille pieniä pesukoneita, ja uutuutena on tiskialtaaseen upotettava astianpesukone, joka on päältä täytettävä. (Rouhiainen 2013.) Pienissä keittiöissä voi kaapinovie tilalle laittaa liukuovet, jotka säästävät tilaa. Myös ylös nousevat kaapinovit lisäävät käytettävissä olevaa tilaa tehokkaasti. (Osvold & Slipher 2003, 43–47.)

Keittiöistä halutaan omanlaisia, ja siksi ylä- ja alakaapit ovat usein erilaisia, niin väritään kuin materiaaliltaan. Kodinkoneet halutaan nykyään piilottaa kaappeihin oven taakse, eli integroida. Tämä tehdään usein siksi, että keittiö pysyisi selkeänä ja tyylikkäänä. (Riuttamäki 2011, 80–82.) Nykykeittiön on oltava myös hyvin valoisa, ja siksi valojen paikat ja valaistus on hyvä miettiä tarkkaan. Hyllyihin ja kaappeihin voidaan asentaa led-nauhat, jotka tuovat valoa kaappiin. Led-nauhoja voi laittaa myös tasojen alle. Valittavasti nykyajan led-valot eivät ole vielä tarpeeksi valaisevia, joten työtason päällä ja yleisvalona ne ovat huonoja. Tulevaisuudessa ledejä on varmasti jo-

ka paikassa. Työtason päällä on yleisimmin käytetty halogeenia tai loisteputkia. (Mäntylä 2012, 268.)

Turun Sanomien Talouslehden (Kortela 2013) mukaan vuonna 2012 valmistettiin 80 000 keittiötä ja vuoteen 2013 sen odotetaan kasvavan. Keittiöiden halutaan olevan yksinkertaisia, mukavia ja ekologisista, sillä kotona vietetään paljon aikaa, vain oleskelun. Keittiöön on hyvä tulla luonnonvaloa. (Brown 2012.) Puu alkaa tulla keittiöihin, valkoisen ja harmaan kanssa. Kodista halutaan paikka, jossa rauhoittua, joten ovissa on yleensä hidastimet, jotka laskevat oven rauhallisesti ja äänettömästi paikalleen. Paljon uusia ratkaisuja on tehty vaikeisiin kulmakaappeihin, vanhan karusellin tilalle. Ekologisuus näkyy varsinkin kodinkoneiden kulutuksen vähenemisessä, sillä 15 vuotta vanhat kodinkoneet kuluttavat 75-prosenttia enemmän energiaa, nykyisiin nähden. (Omataloyhtiö.fi 2013.)

Ekologisuus on voimakas trendi. Puustelli on tehnyt luonnonkuitukomposiittikaapinrunkoja, joiden tarkoitus on korvata monta vuosikymmentä vanha lastulevy. Tämä uusi runkomateriaali on ekologinen, sillä se on tehty biokomposiittivalmisteesta ja on täyttää puuta. Menee vielä vuosi, ennen kuin tällaiset keittiöt tulevat kuluttajille, mutta aina jotain uutta keksitään myös keittiörintamalla. (Palokallio 2013, 15.)

#### 4 SISÄLLÖN SUUNNITTELU

Ensimmäisessä asiakastapaamisessa sain toimeksiannon, jonka pohjalta aloin suunnitella esitettä. Asiakkaan mielestä tärkeintä oli saada muiden keittiövalmistajien esitteistä erottuva esite. Suomessa toimii useita keittiövalmistajia, joista Havu Keittiöiden suurimpia kilpailijoita ovat Petra-keittiöt, Puustelli, Keittiö.net ja Topi-keittiöt. Myös Ikeaa voidaan pitää kilpailijana, vaikka sen palvelu ja laatu ovat eri tasoa, kuin Havu Keittiöiden. Ikea on kuitenkin halpa, mikä vetoaa moniin keittiönostajiin. Ikea mainostuksessa tärkeintä on sen laajat esitteet, jotka ovat tärkeä osa sen imagoa (Salo 2010, 6). Tärkeää myös Havu Keittiölle on sen imagon kohottaminen ja sen saaminen yhä useamman ostajan mieleen. Vaikka Havu Keittiöt on vielä pieni keittiönvalmistaja, on sillä hyvät mahdollisuudet nousta kilpailijoidensa veroiseksi.

Moni kilpailija on panostanut esitteeseensä paljon. Harva kilpailija postittaa esitteitään koteihin, vaan jaetaan ostajille ja laitetaan näköisversio Internetiin nähtäväksi, jolloin

kaikilla halukkailla on mahdollisuus tutustua esitteeseen. Asiakkaani toimii samoin, eli hän ei postita esitettä, vaan laittaa näköisversion Internetiin.

Nykypäivänä moni yritys on karsinut painettujen tuotteidensa määrää ja suunnannut mainontansa Internetiin. Monet ennen painetut tuotteet, kuten esitteet ja käyttöohjeet ovat siirtymässä Internetiin. Moni ostaja haluaa kuitenkin lukea kauppojen painettuja esitteitä ja katalogeja. Ikea ja Biltema ovat hyvä esimerkkejä painettujen esitteiden tekijöinä. Esimerkiksi Biltema haluaa painetun esitteen ja Internetin tukevan toisiaan. (Salo 2010, 6.) Tällaista yhteistyötä haluan myös Havu Keittiöiden mainostuksen olevan. Opinnäytetyössäni keskityn kuitenkin painettuun esitteeseen. Jukka Salama toteaa Talouselämän haastattelussa hyvin (Kankare 2010, 13): *Esitettä voi lukea missä vain. Sitä voi selata ja samalla miettiä, mihin lähteä seuraavana tai sitä seuraavana vuonna. Verkko vaatii aktiivisuutta, esite tarjoaa välineen matkahaaveiluunkin.* Tämän takia painetulla esitteellä luodaan mielikuvia. Keittiöesitteen tärkeää antaa ihmisille mielikuva, että he haluavat tietyn keittiön.

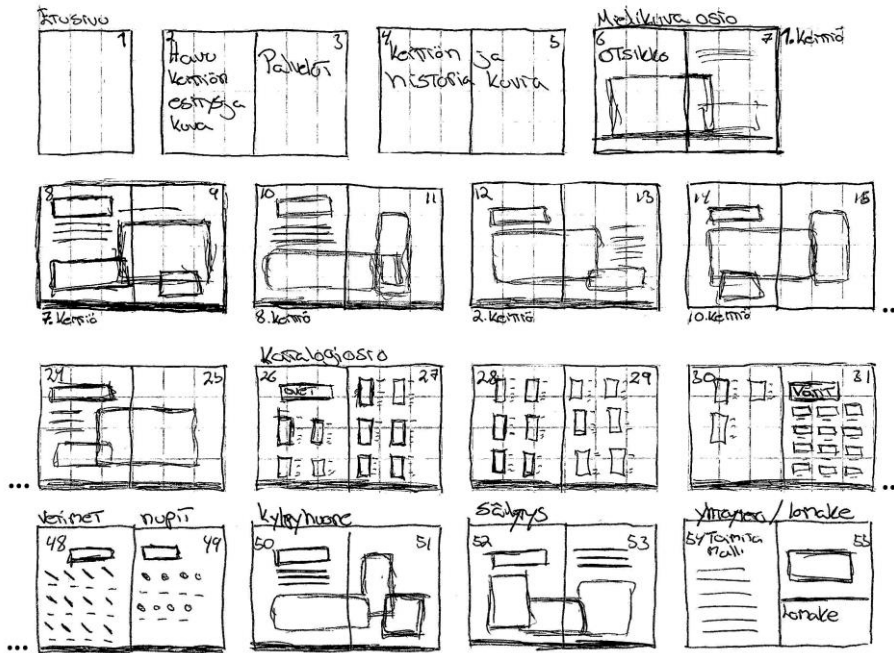
#### 4.1 Esitteen rakenne

Monella kilpailijalla on esitteessään katalogimaisen tuoteluettelon lisäksi mielikuvia herättävä osio. Mielikuvaosio sisältää kuvia ja pienen selityksen keittiöstä ja sen sisältämistä tuotteista. Jotkut kilpailijat olivat tehneet nämä kaksi erikseen, joten heillä oli kaksi eri esitettä keittiöstä. Asiakkaani kuitenkin halusi, että kaikki saataisiin yksiin kansiin, joten jaoimme esitteen kahteen osaan; mielikuva- ja katalogiosaan. Kummasakin osiossa käytän samoja taittoelementtejä, mutta sisällön ollessa niin erilaista, on helpompi käsitellä niitä erikseen.

Loiriin ja Juholinin (2006, 77) mukaan perussuunnittelu lähtee liikkeelle materiaalin ja sisällön tutustumisesta. Sain kuvamateriaalin asiakkaalta. Saaduista kuvasta piti vain valita parhaimmat. Mielikuvaosioon valitsin kymmenen keittiökuvaa, joista jokaisesta tein yhden aukeaman mittaisen mielikuva-aukeaman. Mielikuva-aukeamiin tulee myös jonkun verran tekstiä otsikon ja pienen selityksen muodossa. Näitä tekstejä ei ollut vielä alkuvaiheessa valmiina, vaan ne tulivat asiakkaalta myöhemmin taiton edetessä. Katalogiosion tuotteet ja teksti tulivat asiakkaalta, mutta valitettavasti en saanut niitä kaikkia ajoissa, jotta olisimme saaneet esitteen valmiiksi ennen opinnäytetyöni palautusta. Vaikka en saanutkaan kaikkia oikeita tuotteita esitteen katalogiosiin, tulen sinne kuitenkin laittamaan Mellanon tuotevalikoiman, sillä suurin osa tuotteista

tulee sieltä. Tämä ei kuitenkaan vaikuta suunnitteluun, muuten kuin, että lopullista sivumäärää ei vielä suunnitteluvaiheessa voinut tietää.

Esitteen sisältö ei ollut vielä koossa, mutta suunnittelin kuitenkin alustavan sivutaittomallin, jonka tein piirtämällä pieniä ruudukkoja, jotka esittävät esitteen sivuja ja aukeamia (kuva 1). Tästä sivutaittomallista näin helposti, mitä millekin aukeamalle on tulossa, ja hahmotin esitteen kokonaisuuden paremmin. (Loiri & Juholin 2006, 77.)



Kuva 1. Osa sivutaittomallista

Sivutaittomalliin tuli 56 sivua. Sivutaittomalli oli vielä suuntaa antava ja moni asia tulee vielä muuttumaan, mutta sen tekeminen selvensi paljon työn tekemistä. Sivutaittomallin suunnittelin asiakkaalta saamieni tietojen mukaan. Sivutaittomallin alkuun tuli esittelyaukeama Havu Keittiöistä ja yhden aukeaman mittainen keittiön historiasta kertova lyhennelmä kirjallisesta opinnäytetyöstäni. Asiakas halusi, että kylpyhuone- ja säilytyskalusteista tulisi omat mielikuva-aukeamat katalogiosion jälkeen. Näissä aukeamissa käytän useita kylpyhuone- ja säilytysratkaisukuvia. Kumpaankin aukeamaan tulee myös pieni määrä tekstiä kertomaan tuotteesta. Keittiöt ovat kuitenkin esitteen päätuote, joten muista tuotteista kerrotaan vain lyhyesti, että näitäkin on saatavilla. Asiakas halusi vielä viimeisille sivuille yhteystiedot ja yhteystietolomakkeen.



## 4.2 Suunnittelu

Esite jaetaan kahteen eri osaan, joista kerroin luvussa 4.1. Suunnittelun aloitin ensin tutustumalla kilpailijoihin. Tämän jälkeen aloin tuottaa erilaisia luonnoksia, joista asiakas valitsi parhaimman.

Tutustuin kilpailijoiden esitteisiin kunnolla. Heiltä voisin saada hyviä vinkkejä Havu Keittiöiden esitteeseen. Kilpailijoiden esitteistä katson myös niiden huonot puolet, joita en halua Havu Keittiöiden esitteeseen. En kuitenkaan halunnut matkia kilpailijoita, sillä asiakas halusi erottua joukosta. Kävin jokaisen kilpailijan esitteet läpi ja poimin sieltä hyvät ja huonot puolet, joita itse voisin hyödyntää. (Liite 1.)

Paras esite oli Puustellilla. Se oli selkeä ja pirteä. Aluksi huomasinkin, että lähdin matkimaan Puustellin esitettä, mutta onneksi huomasin tämän ajoissa ja lähdin erottumaan Puustellin esitteestä. Esitteestä löytyi kuitenkin hyviä ideoita, joita voin käyttää. Esimerkiksi aukeamien yhteisen värimaailman luominen ja otsikon alla oleva horisontaalinen viiva, joka ryhmittää hyvin jokaista sivua. Puustellin esitteen huono puoli oli joidenkin aukeamien liiallinen informaatio. Varsinkin kuvat tekivät aukeamasta sekavan. Huonoa oli myös, että jokaisessa aukeamassa käytettiin ihmistä, joka kiinnittää huomion ja jättää keittiön toissijaiseksi. Petra-keittiöiden esite oli hyvä ja siisti. Esitteestä ei löytynyt mitään hyviä ideoita, vain huonoja puolia. Näitä olivat mielikuvaosion sommittelun muuttuminen jokaisella aukeamalla. Aukeamilla ei ollut mitään yhteistä linjaa kuten Puustellilla. Keittiö.netin esitteessä oli vain katalogiosio, joka keskittyi tuotteisiin. Tuotteiden väliin oli laitettu keittiökuvia, jotka kevensivät luettelomaisuutta. Tätä ideaa ajattelin käyttää myös Havu Keittiöiden katalogiosiossa. Viimeisen kilpailijan Topi-keittiöiden, esite oli tyylikäs. Sen koko ei ollut tavallinen A4. Esite oli hieman lyhyempi pituudestaan, mutta leveämpi leveydestään. Tämä erottui hyvin muista esitteistä. Otsikkofontti oli hieman erikoista ja huonosti luettavaa kaunokirjoitusta. Huonolukuista fonttia en halua Havu Keittiöiden esitteeseen. Jokaisella kilpailijalla oli hyvät ja huonot puolensa, joita huomioin myös Havu Keittiöiden esitteessä. Kilpailijoiden tutkimisen jälkeen siirryin esitteen varsinaiseen suunnitteluun. (Liite 1.)

Asiakkaalle olin tehnyt aiemmin jo kaksi esitettä. Ensimmäinen esite on vain info-esite, jossa kerrottiin yleisesti yrityksestä. Toinen oli isompi tuote-esite, jossa on kaikki keittiötuotteet. Tuote-esitteessä on osittain samat tuotteet, kuin katalogiosiossa,

mutta taittopohjan ollessa erilainen tuotteet pitää sommitella uudestaan. Tästä tuote-esitteestä asiakkaani halusi, joitakin elementtejä tähän laajempaan esitteeseen. Näitä olivat esitteen koko ja fontit. Tuote-esitteen koko ei ollut normaali A4, vaan hieman kapeampi. Tämä idea lähti siitä, kun suunnittelin, että jos esite olisi samoilla mittasuhteilla kuin keittiön yläkaapin koko. Tällöin lehden kooksi tuli A4-korkeus, mutta 20 mm kapeampi, kuin normaali A4, eli 297 x 190 mm. Fontteina käytän otsikossa Cochin Std -fonttia ja ingresseissä Helveticaa, joita esittelen luvussa 4.3.

Tältä pohjalta aloin suunnitella ensimmäisiä taittopohjia ja luonnoksia. Taittopohja tarkoittaa esitteensivun elementtien asetelua. Taittopohjan elementit ovat samalla paikoilla joka aukeamalla, joten aukeamat ovat yhtenäisen näköisiä. Taittopohjan elementtejä ovat marginaalit, otsikko ja muut samassa paikassa jatkuvat elementit. Nämä elementit antavat sivulle ryhdin ja järjestyksen. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 12.) Taittopohjan perustarkoitus on antaa aukeamalle sen visuaalisen ilmeen kertoa tarvittavan tiedon, ja olla vielä luettava, joten sen on oltava hyvin suunniteltu (Ambrose & Harris 2003, 32). Suunnitteluun vaikuttaa myös esitteestä olevat suuret ja raskaat elementit, joiden takia marginaalit olisi hyvä olla tarpeeksi suuret. Näitä elementtejä ovat kuvat ja laatikot, jotka tarvitsevat tyhjää tilaa aukeamalle. (Lucienne 2011, 63.)

Aluksi tein asiakkaalle neljä luonnosta mielikuvaosioista, joissa olin suunnitellut taittopohjan lisäksi myös kuvien paikkoja ja värimaailmaa. Suunnittelin ensin mielikuvaosion, sillä se on paljon luovempaa työtä kuin katalogiosio. Katalogiosiossa käytetään samaa taittopohjaa, kuin mielikuvaosiossa. Näissä neljässä luonnoksessa tärkein elementti on keittiokuva, sillä sitä mielikuvaosiossa myydään. Keittiökuvalla tarkoitan aukeaman pääkuvaa, jossa on keittiö, joka kiinnittää huomion. Keittiökuvan on oltava melko iso, jotta muut elementit eivät syö sen huomioarvoa. Asiakas piti neljännessä luonnoksesta, mutta kuvan halkaiseva valkoinen viiva antoi taittoon negatiivisen vaikutelman, kuten kieltoliikenne merkki (kuva 2) (Huovila 2006, 9, 161.) Tällöin aloin luonnostella uusia taittopohjaluonnoksia, sillä tiesin, että voin antaa asiakkaalle jotain parempaa. Keskustelin ohjaajani Teuvo Liikkasen kanssa, joka kehotti tekemään uusia luonnoksia ja miettimään asiaan eri näkökannalta.



Kuva 2. Asiakkaani valitsema vaihtoehto ensimmäisistä luonnoksista. Kuten huomaat keittiökuvan ylimenevä viiva antaa helposti negatiivisen vaikutelman.

Suunnittelin taas neljä eri luonnosta, joista kahteen ihastuin heti. Toinen, johon itse ihastuin, oli viimeinen keittiöidealuonnos, jossa taustalla oli keittiökuvaa ja sen päällä piirretty keittiönkaappien ääri viirat. Joidenkin ääri viivojen sisällä on kuvia ja tekstiä. Tämä taittopohja oli ainakin erilainen. Muissa uusissa luonnoksissa halusin tuoda Havu Keittiöitä enemmän esille, joten kolmessa luonnoksessa käytin jotenkin Havu Keittiöiden logoa tai tunnusta. Näistä kolmesta itseäni miellytti eniten toinen luonnos, jossa Havu Keittiöiden logoja on vasemmassa reunassa palkkina jonossa (kuva 3). Tämä oli myös asiakkaan suosikki, sillä toinen suosikkini keittiöidea taittopohjasta ei tuonut taittopohjan alla olevaa keittiökuvaa tarpeeksi esille.



Kuva 3. Asiakkaani valitsema vaihtoehto esitteen taittopohjaksi.

Valitussa taittopohjassa käytin alapalkkia, joka toistaa aina aukeaman värimaailmaa (kuva 3). Tuote-esityksessä olin käyttänyt myös samanlaista alapalkkia, joka oli asiakkaan logosta otetun oranssin värinen, joten päätimme käyttää samaa väriä myös tässä esitteessä. Tämä yhtenäistää ilmettä esitteiden kesken ja se on yksi esitteen peruselementti, joten se antaa esitteelle myös ryhdikkyyttä (Huovila 2006, 34). Alapalkin korkeus on vain 18,684 mm, joten se ei vie esitteestä paljoakaan tilaa. Se toimii myös hyvin alamarginaalin osana, josta kerron lisää myöhemmin tässä luvussa.

Aluksi alapalkki toisti muun aukeaman värimaailmaa, mutta vaihdoin sen Havu Keittiöiden logon oranssiksi. Aukeaman värimaailma pysyi kuitenkin otsikonlaatikossa ja joissain aukeamissa vinkinlaatikon taustavärinä. Aukeaman värin otan aukeaman keittiökuvasta. Myös aukeamaan tuleva kuva, tai kuvat, ovat aukeaman värimaailman kanssa yhtenäiset. Esimerkiksi kolmannen keittiön on musta-keltainen, mutta mustan ollessa niin synkkä ja tumma, otin keltaisen värin tuomaan iloa taittoon (kuva 4). (Freeman 2007, 115). Tällöin otin keittiökuvasta yhden keltaisen sävyn, jota käytän laatikkoelementeissä, ja lisäksi laitain valokuvan appelsiini asetelmasta, joka on myös kellertävä. Varsinkin kuvissa tämä yhtenäinen värimaailman tukee kokoaukeamaa, jolloin se tekee siitä yhtenäisen. Tietenkin alhaalla oleva palkki hieman rikkoo kirkaalla värillä näitä aukeamia, mutta se toistuu joka aukeamalla, joten se luo yhtenäisen peruselementin. (Mts. 182.)



Kuva 4. Kuvassa alapalkki on logon värinen oranssi, mutta muut elementit toistavat keittiökuvan värimaailmaa. Kuvassa kolmas keittiö.

Alapalkin lisäksi tein toisen peruselementin logopalkin, joka myös kulkee koko esitteen läpi. Logopalkissa on jono pieniä logoja, joissa on vain ääriviivat. Jonoja on kaksi vierekkäin oikeassa reunassa, hieman lomittain toisistaan. Vasemmanpuoleinen jono menee hieman reunan yli, jolloin se viittaa siihen, että jotain on tulossa seuraavalla aukeamalla, eli jatkoa on tiedossa. Väriksi laitoin 62-prosenttisen harmaan, joka on hillitty väri ja luo yhteneväisyyttä, eikä vie liikaa huomiota. Ääriviivan paksuus on 6 pt. Vaarana oli, että palkki on liian massiivinen ja huomiota herättävä, sillä reunassa olevilla elementeillä on tapana tehdä niin. Siksi logot ovat ääriviivaisia, sillä ne ovat ilmavampia. Keittiökuvan suuruus tasoittaa myös logopalkin massiivisuutta. Näillä ratkaisuilla saatiin taittopohjan elementeistä mielenkiintoisempi, mutta kuitenkin symmetrisempi (kuva 4). (Huovila 2006, 46–52.)

Ohjaajani Teuvo Liikkanen piti logopalkkia hieman liian kovana, joten siihen piti tuoda jotakin pehmenystä. Logoa muutettiin hieman, mutta kuitenkin niin, että se ei ole liian tiivis. Tein ensin vaihtoehdon, jossa oikean logon kaikki viivat ja muodot ovat niin kuin ne oikeassa logossa. Kuusen ja talon väliin tuli kaksi viivaa, jossa vasemmalla puolella on kuusen kova muoto ja oikealla pehmeä muoto. Tästä tuli kuitenkin pienennettynä aivan liian suttuinen, joten päätin muuttaa logopalkin logoa hieman. Kavensin hieman ääriviivan paksuutta, tein siitä 5 pt. Pienensin myös hieman talon räystästä, sekä kuusen ensimmäistä ja viimeistä kuusenmuotoa, jotta logossa ei olisi liikaa pieniä yksityiskohtia, vaan se olisi yksi selkeä kokonaisuus. Lopuksi vielä pienensin hieman logon kokoa (kuva 5).



Kuva 5. Kolme mallia logopalkin logosta, alkupäinen, logo ja valmis

Halusin tuoda mielikuvaosioon hieman vielä kiinnostavuutta, laittamalla kuva- ja vinkkilaatikkoja keittiökuvan päälle. Kuitenkin niin, että ne eivät ole kuvan olennaisen osien päällä, eivätkä vie keittiökuvan huomiota. Näin aukeamaan tulee syvyys vaikutelmaa ja se tekee näistä elementeistä ryhmän. Alapalkkikin tukee tätä syvyys

vaikutelma mielikuvaa, sillä alareunassa kiinni olevat elementit koetaan olevan lähempänä, kuin muut. Välillä kuitenkin, voin tuoda hämmennystä, kun joitakin elementtejä tulee alapalkin päälle. (Huovila 2006, 48.)

Taittopohjan tärkeimmät näkymättömät apulinjat ovat horisontaaliset viivat, marginaali ja palstat. Kaikki nämä liittyvät toisiinsa. Marginaalilla tarkoitetaan sivun reunoille jätettyä tyhjää tilaa, joka antaa sivulle kehykset. Palstalla yleisesti tarkoitetaan tekstin leveyttä ja pystyviivoja, palstoja voi olla yksi tai useampi. Horisontaalisella viivalla tarkoitan vaakasuuntaista viivaa. Nämä kaikki apulinjat auttoivat minua tuomaan taittopohjaan järjestystä, ja helpottamaan eri elementtien sijoittamista. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 12–15; Ambrose & Harris 2003, 32; Pesonen 2007, 38–74.)

Tein marginaaleista melko suuret, jotta ne antavat tarpeeksi ilmavuutta. Aukeaman sivu ja keskimarginaalit on melko helppo määrittää, sillä keskimarginaali riippuu usein esitteen paksuudesta, eli paljonko esitteen selkä tulee viemään. Esite on melko pieni, joten selkä ei vie paljoa, enkä vielä suunnitteluvaiheessa tiennyt, miten esite kiinnitetään, joten tein melko suuren sisämarginaalin, jota voi sitten loppukäsittelyssä tarvittaessa pienentää. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 15.) Sisämarginaali oli 18 mm ja ulkomarginaali oli hieman leveämpi, 28 mm, sillä ulkomarginaalissa on tärkeää, että esitteestä kiinni pitäessä peukalot eivät peitä sisältöä (Loiri & Juholin 2006, 69). Ylä- ja alamarginaaleissa on myös omat ratkaisunsa. Ylä- ja alamarginaalien ei ole hyvä olla samankorkuisia, sillä sivu näyttää silloin tippuvalta. Tämän saa korjattua laittamalla alas enemmän korkeutta kuin ylös, joten laitoin alamarginaalin saman, kuin ulkomarginaalin, eli 28 mm, ja ylös 20 mm. Alamarginaaliin kuuluu alapalkki, sen yläpuolelle jää kuitenkin noin 10 mm tyhjää tilaa ennen muita elementtejä. Välillä kuitenkin, jotkut elementit menevät alamarginaalin päälle, mutta ei kuitenkaan joka aukeamalla. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 15.)

Marginaalien sisään tulevat palstat, jotka toimivat apuviivoina pystysuunnassa. Kaikki elementit osuvat aina palstan viivoihin ja tällä saadaan järjestystä. Esitteessä on kuitenkin neljä palstaa, joiden kaikkien välissä on 10 mm:n väli. Tätä väliä käytän elementtien erottamiseen. Kuitenkaan kaikkien elementtien ei aina tarvitse osua samoihin palstoihin, vaan niiden paikka voidaan vaihtaa aukeamittain. Tämä antaa enemmän mahdollisuuksia ja tekee taitosta mielenkiintoisemman. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 13; Ambrose & Harris 2003, 51.)

Viimeinen apuviiva on horisontaalinen viiva. Viiva on tärkeä, sillä se määrää yleisesti otsikon alapuolella olevien elementtien aloituksen. Viiva antaa myös ryhtiä koko esitettä selaillessa, sillä se on aina samassa kohdassa. Joissakin tilanteissa viivan yläpuolelle voi mennä muita elementtejä, mutta niiden on annettava kuitenkin viivanlinja esimerkiksi pöydäntaso voi jatkaa viivaa. (Loiri & Juholin 2006, 69.)

Halusin jokaiseen elementtiin, vielä jotakin kodikkuutta, sillä moni kilpailija käyttää elementtejään neliön tai suorakaiteen muotoisina, kulmikkaina elementteinä. Halusin erottua muista ja rikkoa elementtien kulmikkautta tekemällä jokaisesta muuttuvasta elementistä puoliksi kulmikkaat ja puoliksi pyöreät kulmat. Tämä tarkoittaa sitä että elementin yläkulmat ovat kulmikkaista, eli yhdeksänkymmenasteenkulmassa ja alakulmat ovat pyöristettyjä. Tämä pehmentää ja luo kodikasta tunnelmaa esitteeseen. Kokeilin myös kaikkien kulmien pyöristystä, mutta se pehmensi liikaa koko aukeamaa ja teki siitä hieman liian leikkisän. Puoliksi kulmikkaalla ja puoliksi pyöreillä kulmilla saan esitteestä asiallisen, mutta rennon. Asiakkaani halusi kuitenkin muuttaa kaikki kulmat pyöreiksi juuri ennen taiton aloittamista. Päätimme kuitenkin muuttaa otsikko-laatikkoa niin, että laatikon yläpää on kiinni yläreunassa, mutta otsikko on marginaalin sisällä. Tämä yhtenäistää ylä- ja alapalkin.

### 4.3 Typografia

Nykyisin kirjaintyyplejä löytyy, joka lähtöön. Kirjaintyyllillä tarkoitetaan muotoa ja mallia eli sitä, miltä kirjain näyttää. Pidän enemmän vanhoista klassikko kirjaintyypleistä, jotka eivät ole vanhentuneet ajan myötä. (Itkonen 2002, 108–110.) Aikaisemmissa Havu Keittiöiden esitteissä käytin Helvetica Neue - ja Cochin Std -fontteja, jotka kummatkin on suunniteltu 1900-luvulla. Näitä kumpaakin kirjaintyyliä olin ajatellut käyttäen myös tässä laajassa esitteessä. Fontilla tarkoitan yhden kirjainperheen yhtä leikkausta. Esimerkiksi Helvetica Neuenista käytän sen light-leikkausta. (Itkonen 2004, 11–12).

Esitteessä halusin käyttää vain kahta fonttia ingressi- ja otsikko tyypleissä. Jos fontteja on liikaa, se tuo taittoon sekavuutta ja vaikuttaa luettavuuteen. Teksti ei kuitenkaan ole pääasian esitteessä, joten aikaisempiin esitteisiin tekemäni fonttivalinnat sopivat hyvin myös tähän esitteeseen. Kirjaintyyllit ovat keskenään hyvin erilaisia. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 33.) Helvetica Neue on groteski, joka tarkoittaa, että sen on pääteetöntä kirjaintyyliä, jonka viivat ovat yleensä yhtä paksuja (Itkonen 2004, 19),

kun taas Cochin Std on päätteellinen antiikva-fontti, jonka kirjaimista löytyy eri muotoja. (Loiri & Juholin 2006, 34–35.)

Otsikkofonttina käytin Cochinia, joka kuuluu kirjaintyyliinsä takia siirtymäajan antiikvoihin, vaikka se on julkaistu ensimmäistä kertaa vasta vuonna 1912 Pariisissa. Siirtymäajan antiikvoissa tyypillistä on kapeiden ja paksujen viivojen ero, joka on huomattava. Tämän huomaa yleensä siitä, että kirjaimen ylhäällä oleva viiva on paksumpi, kuin alhaalla oleva, ja tämä näkyy myös hyvin Cochinian fontin e- ja c-kirjaimesta. Cochin ei kuitenkaan ole aivan tavallinen siirtymäajan antiikva, vaan siinä on hieman epätavallisia vivahteita. (Itkonen 2004, 25–28.) Cochinin erottuva muoto ei sovi jokaiseen julkaisuun, eikä varsinkaan pitkiin teksteihin. Siksi sijaan se sopii hyvin otsikkoseni, ja sen erikoinen muoto tuo taittoon hieman erottuvuutta (Adobe Systems Incorporated 2013).

Otsikon lisäksi tulee ingressejä, jotka kertovat otsikosta ja aukeaman sisällöstä tarkemmin. Helvetica Neue light -fontti on taas uusgroteski kirjaintyyli, joten se pehmentää paljon linjakasta Cochinia. Uusgroteski eroaa vanhoista groteskeista sen tasaisemmasta viivan paksuudella ja g-kirjaimen muodosta. Opinnäytetyön kirjallisen osion fontti on Times New Roman, joka on vanha groteski. Sen g-kirjan tekee kaksi silmukkaa, kun taas Helveticassa alempi silmukka on auki, g. Helvetica on luotu Sveitsissä vuonna 1957. Helvetican fonttiin alkoi ajan myötä tulla niin paljon uusia leikkauksia, joten sitä hieman tarkennettiin ja se julkistettiin uudella nimellä Helvetica Neue vuonna 1980. Helvetica on todella yleinen ja kaikkien tietämä fontti, jonka ulkonäköön moni on jo kyllästynyt. Fonttina se on kuitenkin todella selkeä, helppolukuinen ja yksinkertainen. Tämän takia ingressifontiksi Helvetica Neuen on juuri hyvä, sillä se ei kiinnitä liikaa huomiota. Yleisesti groteskit ovat huonoja pidemmissä teksteissä, mutta koska tekstiä on esitteessä niin vähän, lukeminen ei ole vaikeaa. Ainoa huono muotoseikka on Helvetica Neuen o-kirjain, sillä se on sisältään pyöreä, joten se voi tehdä taitosta hieman rakoilevan. Tekstiä ingressissä on niin vähän, joten tätä ei tule kovin selkeästi huomaamaan. (Itkonen 2004, 42–43; Carter & Meggs 1993, 91.)

Otsikon ollessaan vahvempi ja lyhyempi kuin ingressin, se vaatii enemmän huomioarvoa. Fontin ollessa erilainen ja sen takana oleva värilaatikko tuovat otsikkoon paljon kontrastia. Pääotsikko on muita isompi, joten sen koko on 55 pt. Otsikko on todella lyhyt, vain yhden tai kahden sanan mittainen. Joissakin aukeamissa on vinkkilaatikko,



jossa myös käytän otsikkofonttia, mutta näissä sen koko on huomattavasti pienempi, vain 30 pt, sillä tämän huomioarvon ei tarvitse olla niin suuri. Ingressissä on pienin fonttikoko, vain 12 pt, jota on helppo lukea, eikä se ole liian pientä. Myös katalogiossa käytän samoja fontteja, ja yleisesti myös samoja kokoja, mutta voi olla, että sinne tarvitsee välillä pienempää ingressifonttia. (Pesonen 2007, 42–45.)

## 5 KUVAT

Mielikuvaosioon tulevien keittiöaukeamiin tulee paljon kuvia ja vähän tekstiä. Tarkoitus on herättää mielenkiinto kuvien avulla, sillä kuvat ovat voimakkaita elementtejä ja ne vetoavat ihmisiin (Forsgård 2004, 35). Valittavasti en itse päässyt kuvaamaan keittiökuvia, joten joudun tyytymään Mellanon ja Hahlen ottamiin keittiökuviin. Onneksi kuitenkin näiltä löytyi useita kuvia erilaisista keittiöistä, joten sain itse valita haluamani.

Mielikuvien herättäminen oli tärkein mielikuvaosion tarkoitus, joten halusin antaa jokaiselle keittiölle oman tarinansa. tarinat kertovat, millaisia ihmisiä keittiöitä käyttävät. Esimerkiksi yhdessä keittiössä tuodaan esille lapsiperheen tarpeet, toisessa yksinelävän nuoren ja kolmannessa keski-ikäinen pariskunnan, ja niin edelleen. Näillä tarinoilla ostajat voivat samaistua eri keittiöihin. Keittiokuva yksinään olisi melko tylsä eikä kertoisi tarinaansa yksin, joten oli tärkeää tehdä aukeamista kuvaryhmiä, joiden avulla aukeamiin tehdään oikeaa tarinaa ja tunnelmaa (Freeman 2007, 180). Jotta aukeamista saadaan kuvaryhmiä, järjestin kuvakset. Kuvauksien tarkoitus oli tehdä tunnelmakuvia, joissa on erilaisia tavara-asetelmia ja ihminen antamassa keittiökuville tarinansa.

Tarinan luomisen lisäksi jokaisella aukeamalla on oma värimaailmansa, joka kiteyttää aukeaman yhteen. Värimaailma otettiin aina aukeaman keittiökuvasta, joten ennen kuvausta värimaailmojen piti olla selvillä. Värimaailmojen ja tarinan perusteella kävin kaupassa ostamassa tarvittavat tavarat kuvaukseen. Suurin osa tavaroista oli vihanneksia tai hedelmiä, sillä niistä löytyy helposti eri värejä. Värimaailmoihin yhdistelin myös erilaisia kulhoja ja alustoja, joita onneksi löytyi omasta takaa.

Kuvauksien järjestellessäni tutustuin huolella valitsemini keittiökuviin ja ostamiini tarvikkeisiin, jotta osaisin tehdä oikeanlaisia kuvaryhmiä. Kuten sanoin aikaisemmin, että haluan mielikuvaosion aukeaminen värimaailman olevan sopuinnassa au-

keaman keittiökuvan kanssa. Tätä varten tein jokaiselle aukeamalle jonkin näköisen kuvaussuunnitelman, jossa olin miettinyt mitä tuotetta kuvaan mihinkin keittiöön, ja millä tavalla asettelen kuvan. Mietin tarkkaan miten esimerkiksi appelsiinia, voidaan esittää kuvissa. Päätin jo alussa, että otan mahdollisimman paljon kuvia, joissa tavara ovat eri tavalla. Esimerkiksi appelsiinia suunnittelin kuvaavani kolmella eri tavalla; kokonaisena appelsiineja kulhossa, appelsiinia leikattaessa viipaleiksi ja viipaleita leikkuulaudalla. Näin appelsiinista saadaan erilaisia tunnelmia ja vaikka en kaikkia kuvia käyttäisikään esitteessä, niitä voidaan käyttää tulevaisuudessa muussa mainonnassa. (Asikainen & Raninen 2005, 48–49.)

Tavarakuvien lisäksi sain erään Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa opiskelevan naisen mallikseni lisäämään joihinkin tarinoihin lisää syvyyttä, sillä ihminen on aina mielenkiintoisempi ja tuo omaa tarinaansa esille. Ihmisen katse on myös hyvin vangitseva. En kuitenkaan halunnut, että mallini vie kaiken huomion keittiöstä, joten siksi käytän mallini kuvia vain muutamassa keittiöaukeamassa. Huomionsa takia olen ajatellut käyttää ihmistä myös kansikuvassa. (Forsgård 2004, 29–30.)

Kuvausten lisäksi minulla on myös käytettävissä Hahlen tunnelmakuvia, mutta tarkoitus olisi saada kuvauksien kuvista niin hyviä, että muita tunnelmakuvia ei tarvita.

## 5.1 Kuvaus

Suunnittelutyön ollessa jo pitkällä järjestin kuvauksen. Kuvaukset järjestin tammi-kuussa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun studiossa. Tämä studio oli hyvä vaihtoehto, koska siellä on kaikki tarvittavat välineet jo valmiina. Studiossa on valkoinen taustakartonki ja kuvauspöytä. Näiden lisäksi siellä on kaikki laitteet, kuten salamat ja heijastimia. Valmis studiotila helpottaa paljon kuvauksia, sillä studiokalustot ovat kalliita ja vievät paljon tilaa. (Asikainen & Raninen 2005, 70–71.)

Kuvauksiin olin varannut studion kahdeksi päiväksi, sillä asetelmakuvia tulini otta-  
maan monia, enkä halunnut kuvata kiireessä. Kuvauksiin otin mukaan kaksi apulaista luokaltani, Tero Kuparisen ja Tiinan Laaksosen, jotka auttoivat minua kokokuvausten ajan. Yksin kuvausten järjestäminen olisi ollut vaikeaa, varsinkin heijastimien asettaminen vaatii ainakin kaksi ihmistä. Apulainen käänteli heijastimen valoa ja minä katsoin kameran takaa milloin heijastimen valo osui oikeaan kohtaan.

Aloitimme kuvaukset kokonaisista hedelmäasetelmista, minkä jälkeen voitiin kuvata niiden leikkaus kuvat mallin kanssa. Asetelmakuvissa käytin yhtä tasovaloheijastimella varustettua salamaa ja heijastinta. Tasovaloheijastimella tarkoitetaan salaman eteen laitettavaa suojaa, joka pehmentää valoa. Koulun studiossa oleva tasovaloheijastin on katosta roikkuva, joten sen heijastamaa valoa pystyy ohjailemaan helposti. (Hedgecoe 2010, 339.)

Kuvausten alussa oli pieniä ongelmia, sillä opettaja Jarmo Vuorivirta ei ollut sinä päivänä koulussa, joten emme saaneet valokuvaukseen tarkoitettua tietokonetta käyttömme. Tietokone olisi parantanut joitakin ensimmäisen päivän kuvia, sillä kuvat olisivat siirtyneet suoraan koneelle, ja sieltä olisimme nähneet kuvat suurempina ja voineet tarkistaa valon määrän ja tarkennuksen. Ilman tietokonetta emme nähneet ovatko tarkennus ja valotus kunnossa, joten teimme tarkennukset automaattitarkennuksella, niin että kohde on keskellä. (Forsgård 2004, 112–116.)

Kuvaustilanteessa salamien ja heijastimien lisäksi tärkeimpiä säätöjä ovat kamerasuljinaika ja aukko. Näillä säädöillä määritetään miltä kuva näyttää. Suljinaika kertoo kuinka kauan suljin on auki. Aukolla taas määritetään kuinka paljon valoa pääsee kuvaan. Suljinajat lasketaan sekunneittain. Esimerkiksi studiossa suljinajan olisi hyvä olla mahdollisimman lähellä salaman välähdysaikaa, joka on noin  $1/125$ — $1/200$  sekuntia. (Potka 2004, 14–18.)

Käytin opettajani Jarmo Vuorivirran ohjeistuksella suljinaikaa, joka oli  $1/200$  sekuntia. Hyvän kuvan saamiseksi tarvitaan aukon ja suljinajan toimista yhteen, eli jos aukko on 2,8, on suljinajan oltava nopea. Aukon lukemia ei kuitenkaan kannata pitää pieninä, sillä se huonontaa kuvaa. Suljinaikani oli siis  $1/200$  sekuntia, joten hyvä aukko numero oli noin 8—10. Suljinaikaan pidin samana koko kuvauksen ajan salamakaluston takia, vain aukon avulla muutin valonmäärää kuvassa. (Hedgecoe 2010, 76–91.)

Vielä ennen kuvauksien alkua piti laittaa tausta kuntoon. Kuvauksien kuvista yritimme tehdä mahdollisimman hyvää jälkeä, jotta jälkikäsitteily olisi vähäistä. Taustaksi valitsimme valkoisen asetelma- ja henkilökuvassa, sillä se on helppo poistaa, jos kuvan haluaa syvätä. Valkoinen tausta ei tule liian voimakkaasti esiin. (Asikainen & Ranninen 2005, 106–108.) Asetelmat asetin kuvauspöydälle, joka oli valkoista muovia, joka kaareutui taustasta hieman ylöspäin. Tällöin asetelman taustasta tulee puhtaanvalkoinen. Tasovaloheijastin salaman asetin aluksi pöydän vasemmalle puolelle ylös.

Ison heijastimen asetin oikealle puolelle, heijastamaan valoa myös oikealta puolelta. Näin saimme muodot hyvin esille, sillä asetelmassa käytettävät hedelmät olivat pyöreitä. (Hedgecoe 2010, 256–257.) Tätä asetelmakuvaus valaistusta käytin melkein kaikissa asetelmakuvissa. Välillä tietenkin vaihdoin tasovaloheijastin salaman ja heijastimen paikkaa, ja joissakin kuvissa tarvittiin lisäheijastusta tiettyihin kohtiin, jolloin käytimme peiliä tai pientä heijastinta.

Ruokakuvaukset ovat vaikeita ja vaativat usein taitavan kuvaajan ja kokin, jotta ruoka saataisiin nopeasti kuvattua, lämpimänä ja tuoreena. Tämän takia päädyimme kuvaamaan vain kylmiä raaka-aineita, kuten hedelmiä ja vihanneksia. Näissäkin on tietenkin omat vaikeutensa, mutta ne onnistuvat helpommin. Ongelmatilanteita olivat oikean kiillon saaminen esimerkiksi hedelmän sisäosaan, tai nuupahtaneet yrittä. Onneksi oikean kiillon saa lisäheijastimella, kuten peilillä, ja nuupahtaneeseen lehteen saa eloa vedellä. Näiden osalta kuvaukset onnistuivat helposti. Vaikeinta oli saada kiillot ja varjot näyttämään hyviltä. Yritimme saada kuvauksissa olevan veitsen näyttämään kiiltävältä ja terästä ei löydy leikkaamisesta jääneitä roskia. Veistä puhdistettiin vähän väliä ja sen terään yritimme saada peilin avulla heijastusta. (Potka 2004, 140–144.)

Monet asetelmakuvien tuotteista olivat pyöreitä, joten samat valot sopivat moneen eri tuotteeseen. Tietenkin jokainen tuote on erilainen pintansa ja kokonsa mukaan, joten perusvalaisulla päästiin pitkälle, mutta jokaiselle jouduttiin tekemään yksilöllisiä pieniä muokkauksia, kuten valon vähentämistä tai lisäämistä. (Asikainen & Raninen 2005, 101.) Valon tarve vaihteli aina tuotteen mukaan, joten otimme usein samasta tuotteesta usealla eri aukolla kuvia, jotta valoa tulisi tarpeeksi. Varsinkin ilman tietokonetta oli vaikea nähdä valon määrää. (Hedgecoe 2010, 82–83.)

Suurimmassa osassa asetelmakuvissa on vain yksi kohde, joten ne asetin keskelle kuvaa, joka on looginen paikka asetelmalle, sillä asetelmakuvia käytetään yleensä syvätynä, eli ilman taustaa, joten niiden paikkaa kuvassa ei tarvitse sen enempää miettiä. (Freeman 2007, 24–25.) Asetelmien tuotteiden kanssa oli joitakin ongelmia, sillä jotkut tuotteet eivät vain onnistuneet kaikissa muodoissaan. Yksi esimerkkiongelmaksi oli saada kiivi näyttämään hyvältä kokonaisena. Leikattuna taas siitä saatiin oikein herkullisen näköinen.

Asetelmakuvien lisäksi kuvasimme myös henkilökuvauksen. Malli oli koulumme opiskelija, joka oli tehnyt joitakin mallintöitä jo aiemmin, joten kameran edessä esiin-

tyminen oli hänelle tuttua. Tämä oli hyvä asia, sillä monet ensikertalaiset jännittävät kuvausta ja se välittyi kuvaan asti. Mallimme oli kuitenkin luonteva alusta asti. Hän oli myös hyvin varautunut ottamalla mukaan erilaisia vaatteita ja koruja, jotta kuvista tulisi erilaisia. Toteutimme mallikuvaukset työn ääressä, sillä en halunnut pelkkiä poseeraamiskuvia, vaan kuvia ihmisestä keittiössä, ruokaa laittamassa. Tietenkään emme saaneet keittiötä studioon, mutta mallimme leikkasi hedelmiä ja vihanneksia pöydällä. (Asikainen & Raninen 2005, 140–143.)

Mallin kanssa työskentely on aina erilaista kuin tavaran, sillä häntä voi ohjata olemaan tietyllä tavalla. Mallimme oli kahdessa eri kuvakulmassa istuen ja kävellen. Jokaista kuvakulmaa varten valotusta tarvitsi hieman muuttaa, mutta perusvalaistus pysyi samana. Halusimme mahdollisimman yksinkertaisen valaistuksen, jotta ei syntyisi liikaa varjoja. Laitoin tasovaloheijastin salaman hieman mallin vasempaan etuviistoon ylös, ja avustaja piti heijastinta toisella puolella, jotta huonot varjot saadaan poistettua. Pahimmat varjot olivat yleensä olkapäässä, sillä tasovaloheijastimen valo oli hieman yläviistosta, jolloin se teki varjon toisen puolen olkapäähän. Ihmistä kuvattaessa heijastinta ei voida pitää paikallaan, sillä kun ihminen liikkuu, varjot muuttuvat sen mukaisesti. (Hedgecoe 2010, 258–269.)

Istumiskuvissa mallimme leikkasi erilaisia hedelmiä pöydällä. Tästä otimme myös lähikuvia leikkaamisesta, jossa näkyivät vain kädet. Istuesssa kuvaustuolin kanssa oli hieman ongelmia, sillä tuolissa oli selkänöja. Kuitenkaan emme voineet käyttää muita tuoleja, sillä pöytämme oli hieman liian matala. Yritimme aina parhaamme mukaan laittaa selkänöjan mallin taakse piiloon. Otimme myös seisomiskuvia, jotta malli saataisiin luonnollisen ryhdikkääksi, ja että kuvista saataisiin mahdollisimman erilaisia. Seisoessaan malli kantoi salaatti- ja leipäkulhoa. (Aalto 2010, 90–92.) Mielestäni nämä kuvat onnistuivat parhaiten, varmasti juuri luontevuuden takia.

Mallin kanssa työskennellessä kuvat otettiin melko yksinkertaisella sommittelulla. Joihinkin kuviin laitoimme taustalle kirjahyllyn, mutta muuten tausta pysyi valkoisena. Kuvien ollessa melko yksinkertaisia, kameran sommittelu on tärkeää. Kuvaa sommiteltaessa on tärkeää, ettei kuvaa rajata nivelten kohdalta (Aalto 2010, 140). Jätin joihinkin kuviin enemmän tilaa, jotta kuvaa voidaan kuvankäsittelyssä rajata haluttuun kokoon, tai muuttaa kuvan sommittelua. Tätä varten tarvitaan kuvaan suurta re-

soluutiota, sillä kuvan koko pienentyy jälkeinpäin tehdyllä rajauksella. Yritin kuitenkin parhaani mukaan tehdä kuvista mahdollisimman valmiita. (Freeman 2007, 20.)

## 5.2 Kuvankäsittely

Kuvauksien jälkeen alkoi kuvien karsinta ja käsittely. Kuvauksien kuvia oli sataja, joten niistä piti valita parhaimmat ja käyttökelpoisimmat tähän esitteeseen. Kuvan laatu oli yksi tärkeimmistä kriteereistä esikarsinnassa, myös asennot ja ilmeet vaikuttivat paljon, ainakin henkilökuvissa. (Loiri & Juholin 2006, 52–61.) Esikarsinnan jälkeen tein varsinaisen karsinnan, sillä samasta asetelmasta saattoi olla useita kuvia, ja niistä piti valita paras, johon teen kuvan käsittelyn. Säilytän kuitenkin kaikki kuvat, sillä niitä voidaan tarvita joskus toiste.

Kuvat olin kuvannut sekä RAW-muotoon että JPEG-muotoon. JPEG on näistä muodoista tunnetuin, sillä se on yleisin kuvantallennus muoto. JPEG ei kuitenkaan ole näistä se paras, sillä se pakkaa kuvan muotoon, jonka tuloksena on valmiskuva eli JPEG-kuviin ei tarvitse tehdä kuvankäsittelyä. JPEG-kuvat toimivat, jossain tilanteissa painokelpoisinakin, mutta itse käytin niitä vain esikatselu tarkoitukseen, niiden pienemmän koon takia. RAW on ammattimaisempi kuin JPEG. Se on niin sanottua raakadata, eli kamera ei ole tehnyt sille mitään omia säätöjä, joten se pitää kuvankäsittelyllä tehdä painokelpoiseksi kuvaksi. Näin saan itse tehdä kuvasta juuri sen näköisen kuin haluan, tietenkin niin, että kuvat näyttävät luonnolliselta. (Potka 2004, 84–88.)

Kuvauksissa kuvasin kaikki kuvat vaakaan, sillä se yleisesti ja käytetty luonnollinen muoto. Kuitenkin tiesin, että muutan joidenkin kuvien muotoa kuvankäsittelyssä neliöksi tai pystysuoraksi, jotta saan liiallisen tyhjän tilan pois. Neliö tai sen kaltainen muoto on hyvä kuvissa, joissa ei ole suuntaa tai linjaa, joka näyttäisi minne mennään. Tällaisia kuvia ovat keskellä olevat asetelmat ja istuvat henkilökuvat. Neliö ei ole käytetyimpien muotojen kärkipäässä, sillä sitä pidetään yleisesti hillittynä, mutta uskon sen kuitenkin toimivan kuvissani hyvin. (Freeman 2007, 12–16.)

Tärkeä ominaisuus niin kuvassa on histogrammi, joka kertoo miten kuvan sävyt liukuvat mustan ja valkoisen pään välillä. Histogrammi ilmoittaa sävyt pylväskaaviona, jossa vasemmalla puolella on musta ja oikealla valkoinen. Hyvä histogrammi kaavio menee näiden kahden reunan väliin. Tällä pystyn katsomaan, että kuva ei ole yli- eikä alivalottunut, sillä silloin saan onnistuneita kuvia. (Potka 2004, 69–70.)

Varsinainen kuvankäsittely toistaa usein samoja työvaiheita kuvasta toiseen, mutta joidenkin kuvien kohdalla joudutaan tekemään erikoissäätöjä. Nyt kuitenkin keskityn perussäätöihin.

RAW-kuvien ollessa raakadataa, niitä ei voida avata normaalista vain Photoshopiin, vaan ne pitää ensin esivalmistella oikeaksi kuvaksi, jotta sille voidaan tehdä kuvankäsittelyä. Esivalmistelut tein Adoben Camera Raw -ohjelmalla, joka on helppokäyttöinen, ja sieltä löytyy kaikki tarvittavat toiminnot. Tein jokaiselle valitulle kuvalle: alku terävöityksen, tarvittavan kohinan poiston, rajauksen ja sävy- ja valotuskorjaukset. Näiden avulla saan kuvasta heti paremman, ja silloin se on valmis eteenpäin. Tärkeimpiä säätöjä oli juuri sävyt ja valotus, sillä kuvat olit välillä hieman tummia. Tällöin valotusta piti lisätä. Sävyjä ja värejä pystyy paremmin muokkaamaan kuvankäsittelyssä. (Eisman & Duggan 2008, 8–9.)

Esivalmistelun jälkeen siirryin suoraan Photoshopiin, jossa tein roskien poiston, värien ja sävyjen korjaukset, sekä tarvittavat terävöitykset ja kontrastin lisäämiset. Nämä muokkaukset vaihtelivat kuvan tarpeiden mukaan. Kaikki kuvat kuitenkin tarvitsivat roskienpoistoa sekä värien ja sävyjen korjauksia. Halusin saada väreistä mahdollisimman oikeita, joten varsinkin hedelmien kanssa tein töitä saadakseni oikeat värit. Kiivin leikkuu oli yksi näistä, jossa toinen puoli kiivistä oli mehevä ja toinen ei. Tällöin jouduin ensin vaalennuksella ja sävyillä tekemään siitä kirkkaamman, minkä jälkeen hain terävöitystä ja muotoja. Lopputulos oli mielestäni onnistunut. Myös henkilökuviissa silmät ovat tärkeitä, joten laitoin niihin terävöitystä, jotta ne tulevat hyvin esille. (Eisman & Duggan 2008 10–11.) Kuvankäsittely onnistui hyvin ja olin tyytyväinen saavutuksiini.

## 6 TOTEUTUS

Viimeinen vaihe esitteessä on sen taittaminen eli varsinaisen työn toteutus ja viimeistely. Onneksi kuitenkin tein suunnittelun hyvin, joten taittaminen on helppoa tehdä suunnitelmieni perusteella. Taittaminen ei kuitenkaan aina suju suunnitelmien mukaan, vaan joitakin muokkauksia tulen varmasti tekemään myös taittaessa. Kuitenkin pääsääntöisesti menen suunnitelmieni mukaan. Mielikuvaosion sommitteluun en ole vielä kovin paljoa keskittynyt, mutta taittaessa perehdyn aukeamien sommitteluun tarkemmin. Sommittelulla tarkoitan elementtien asettelemista taittopohjalle marginaali-

en, palstojen ja horisontaalisten viivojen mukaan. Sommitteluun liittyy myös linjojen liike ja suunta, katseen luku aukeamalla, elementtien hierarkia, rytmi ja järjestys, sekä värit. Nämä kaikki oikein aukeamaan toteutettuna tekevät aukeamasta mielenkiintoisen. (Pesonen 2007, 62.) Jokainen aukeama vaatii kuitenkin oman sommittelunsa. En kuitenkaan kerro jokaisesta kymmenestä aukeamasta yksityiskohtaisesti, vaan yleisesti sommittelun kulun.

## 6.1 Sommittelu

Taiton sommitteluelementtejä ovat keittiökuva, tunnelmakuvat, ingressiteksti, sekä joissakin aukeamissa keittiövinkkilaatikko. Elementit kuitenkin vaihtavat paikkaa, joka mielikuvaosion aukeamalla, kuitenkin näin aukeamien jatkuvuus ja rytmi säilyy. Jatkuvuutta tuo taittopohja ja keittiökuvan leveyden pysyminen samana. (Pesonen 2007, 62–63.) Jatkuvuutta sekä rytmiä tuovat myös ryhmät, jossa hieman keittiökuvan päälle on asetettu tunnelmakuvia, sekä keittiövinkkilaatikko. Tämä ryhmäajattelu toteutuu joka mielikuvaosion aukeamalla, kuitenkin omalla sommitelmalla keittiökuvan mukaan. Tämän ryhmän ulkopuolelle jäävät otsikkolaatikko sekä ingressi, jotka erotumisellaan tuovat oman rytmensä taittoon. Jokaisessa aukeamassa on myös oma yhtenäisyysryhmä, jonka luo jokaisen aukeaman oma värimaailma. Näiden avulla tuleva ostaja hahmottaa aukeaman yhtenäiseksi. (Huovila 2006, 159.)

Tulevat ostajat ovat erilaisia ja varsinainen kohderyhmä on suuri ja sekalainen, joten myös esitettä katsotaan hyvin erilailla. Tällöin yleisiä hahmottamisen tapoja on hyvä käyttää hyväkseen, kuin sommittelee elementtejä aukeamalle. En halunnut jokaisen aukeaman näyttävän samalta, vaan halusin, että aukeaman elementit vaihtelevat paikkaa aina tietyn keittiökuvan antamien rajojen mukaan. Tämä kuitenkin vaikeuttaa hahmottamista, mutta tekee esitteestä mielenkiintoisemman. Yleisesti hahmottamisen tavoissa ensin huomataan oikeanpuoleinen sivu, joten olen yrittänyt asettaa aina oikealle puolelle tärkeät asiat. Heti vasemmanpuolen hahmottamisen jälkeen katse yleensä siirtyy lukemaan aukeamaan lukusuuntaisesti, eli vasemmalta oikealle, jolloin kaikki muut elementit tulevat kiinnostaviksi omassa järjestyksessään. (Huovila 2006, 159.)

Hahmottamisen tavat ovat tärkeitä ottaa huomioon taittaessa, mutta itselläni oli myös muita tärkeitä aukeaman hahmottamisen selkeyttäjiä. Valitsin aukeamiini kolme eri selkeyttäjiä, joiden avulla tulevaostaja osaa hahmottaa esitteen tiedon ja tärkeysjärjestyksen. Nämä selkeyttäjä ovat linjat, värimaailma ja elementtihierarkia. Hierarkialla



tarkoitin elementtien tärkeysjärjestystä, eli mikä on hyvä näkyä ensiksi ja mikä viimeiseksi. Hierarkiaa voi tehdä koolla, väreillä, liikkeellä ja linjoilla. Tärkein elementti esitteessä on keittiokuva, joten olen laittanut sen isoimpana, kaikki muut kuvat ovat ainakin puolet pienempiä. Seuraavaksi tärkein on usein otsikko ja sen ollessa isossa värillisessä laatikossa loogisella paikallaan, tuleva ostaja löytää sen hyvin. Kuvien ollessa mielenkiintoisempia kuin teksti, yleensä ne tulevat seuraavaksi, ja viimeiseksi jää teksti. Tällöin tuleva ostaja on jo hyvin kiinnostunut ja haluaa lisätietoa, jota löytyy teksteistä. Hierarkia on melko yksinkertainen, mutta jos aukeamassa on ihminen, se vie helposti kiinnostuksen ensimmäiseksi, joten ihmisen pitää katseellaan tai liikkeellään viedä katse muuhun aukeamaan. (Pesonen 2007, 65.)

Hierarkia ei ole aina helppoa suunnitella, mutta vaikeampaa on saada linja toimimaan hyvin eri elementtien kesken. Linjat voivat olla aluksi katsojalle vaikeita hahmottaa, mutta tarkemmat silmät huomaavat, että ne edistävät katseen linjaa oikeaan suuntaan. Linjat voivat olla vaikka katseen tai liikkeen suunta, eli yleensä näkymätön viiva, joka osoittaa johonkin. Linjoista katseenlinja on varmasti tärkein ja vahvin, joten se kannattaa suunnatta osoittamaan otsikkoon. Muutenkin otsikon huomioarvo on melko pieni, verrattuna pääkuvaan, joten jos keittiökuvan kanssa on ollut mahdollista, niin olen suunnannut sen linjat otsikkoon päin. Tällöin katse siirtyy helposti keittiökuvasta otsikkoon. Linjojen suuntaamisessa on myös hyvä suunnata ne mieluiten aukeaman keskelle, jolloin katse pysyy pidempään aukeamalla. (Huovila 2006, 169.) Aina eivät keittiökuvat olleet sopivassa linjassa, joten toiselle sivulle vaihtamalla, tai kuvaa kääntämällä, yleensä päästiin onnistuneeseen lopputulokseen.

Selkeyttäjäts tuovat aukeaman hahmottamisen helpommaksi ja näin antavat sisälle enemmän mahdollisuutta antaa tulevalle ostajalle tarvittava tieto ja mielikuva. Tällöin aukeamien, jokaisen elementin on toimittava hyvin yhteen. Esimerkiksi jos otsikko on huono, eikä tue keittiökuvaa, koko aukeaman jää epäselväksi. Ehdotin asiakkaalle yhden sanan isoa otsikkoa ja sen alle lisäotsikkoa, joka avaisi hieman yhden sanan otsikkoa, sillä yhdellä sanalla on välillä vaikea kuvata keittiötä. Isot otsikot tulisivat usein aukeaman mielikuvasta yleisesti. Tällöin on tärkeää, että tämä mielikuva tulee heti koko aukeamasta, sillä jos tulevaostaja ajatteleekin toisin, saattaa tulla ristiriita. Tällöin alkumielikuva voi muuttua kokonaan. Otsikot mietimme yhdessä asiakkaan kanssa, jotta ne ovat oikeat. (Lyytikäinen & Riikonen 1998, 49–50.)

Aluksi taittaminen sujui vaivattomasti, mutta ensimmäisessä tulostuksessa, huomasin, että ingressi teksti on liian isoa, joten sitä piti pienentää. Pienensin kokoa vain yhden pisteen eli 11 pt:een. Tämä oli jo niin selkeä muutos, että se riitti hyvin. Pienennyksen yhteydessä on hyvä myös pienentää rivinväliä, joten se on tällä hetkellä 14,4 pt, joka jättää rivien väliin selkeän, mutta ei kuitenkaan häiritsevän välin. Taittovaiheessa asiakkaani halusi lisätä joihinkin aukeamiin kuvan jostakin keittiömekanismista, joten päätin näissä laittaa keittiövinkkilaatikkoon mekanismista kuvan. Tämän lisäksi asiakas voi lisätä lisäinfoa mekanismista keittiövinkkilaatikon tekstiin.

Katalogiosio myötäilee taittopohjallisesti mielikuvaosiota mutta niin, että tuotteet ovat pääosassa. Katalogiosiota tein asiakkaalle neljä eri luonnosta, johon oli asetellut ovimalleja eritavoin aukeamalle. Tärkein ero luonnosten välillä oli ovimallin koon vaihtelut, sillä asiakas ei tiennyt, minkäkokoinen ovi olisi hyvä esitteessä. Tämän takia tein nämä neljä luonnosta, jotta asiakas näkisi, miten ovia voi asettaa aukeamalle ja miten niiden koot vaihtelevat.

Asiakas piti kahdesta antamastani luonnoksesta. Ensimmäinen näistä oli luonnos, jossa oli isoimmilla keittiöovikuvilla. Tähän luonnokseen mahtui vain neljä keittiöovea aukeamalle. Toisessa luonnoksessa keittiöovikuvat ovat huomattavasti pienempiä, ja yhdessä aukeamassa on kahdeksan ovea. Ensimmäinen hyvä luonnos oli asiakkaan mielestä hyvin ilmava, mutta vaatii oviensa ison koon puolesta enemmän sivuja. Toinen asiakkaan suosima luonnos oli myös ilmava, mutta koska siihen aukeamalle tuli enemmän keittiöovien tämä vaihtoehto oli asiakkaan valinta (kuva 6). Muut kaksi luonnosta oli liian täyteen ahdattuja tai eivät vain muuten sopineet tarkoitukseen.



Kuva 6. Asiakkaani valitsema vaihtoehto katalogiosioon.

Katalogiosiossa on tärkeää, että siinä jatkuvat samat linjat ja peruselementit, kuin mielikuvaosiossa. Näiden mukaan tein katalogiosion taiton. Varsinkin horisontaalisen linjan pysyminen aukeamalta toiseen samana tekee eri osioista yhtenäisen.

Katalogiosion kaikki kuvamateriaalit sain suoraan asiakkaani yhteistyöyrityksen Mellanon kuvapankista. Huomasin heti katalogiosion alkuvaiheessa, että kuvapankin kuvien laatu vaihteli suuresti. Laatuun vaikuttaa kuinka suuri resoluutio kuvassa on, sekä kuvien koko. Koolla tarkoitan kuvien mittoja. Esitteessä kuvan resoluution olisi hyvä olla 240–300 ppi välillä. Tämä toteutui kaikkien kuvien kohdalla, mutta ongelmia tuottivat kuvien koko. Kuvien koot vaihtelivat suuresti. Jotkut keittiöovet saattoi olla kooltaan 2 cm ja korkeus 4 cm. Kuvan koko taitossa pitäisi kuitenkin olla korkeudeltaan 7,2 cm ja leveydeltään 4,2 cm. Joissakin kuvissa tämän virheen pystyi helposti korjaamaan pienentämällä resoluutiota, sillä resoluutiota pienentämällä kuvaa voidaan hieman suurentaa, kuitenkin niin, että kuvan koko ei muutu. Tätä ei kuitenkaan pystytty muuttamaan kaikissa kuvissa pelkästään näin taittoon, vaan niiden taitossa olevaa kokoa piti vielä pienentää, jotta kuva olisi tarpeeksi laadukas taitossa. Kaikissa kuvissa ei kuitenkaan ollut tätä ongelmaa vaan ne olivat laadukkaita. Tällöin joudun pienentämään kuvan kokoa, jottei sen tiedostomuoto olisi liian iso ja muutenkin on hyvä käyttää kuvia jotka ovat taittoon suunnitellun koon kokoisia. (Pesonen 2007, 75–77.)

Katalogiosiosta tuli hieman isompi kuin olin suunnitellut, sillä tuotteita oli tullut enemmän kuin aikaisemmassa Havu Keittiöiden tuote-esitteessä. Loppupeleissä esitteeseen tuli 60 sivu, sillä sivumäärän on oltava neljällä kerrollinen, jotta se voidaan tulostaa. Jouduin hieman muuttamaan alkuperäistä taitosuunnitelmaa, sillä kymmenestä mielikuva aukeamasta joudun vähentämään yhden, jotta sain sivumäärän täsmäämään. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut paljoa, sillä mielikuvaosiota on riittävästi.

## 6.2 Kansi

Aiemmin luvussa 5 esittelin Forsgårdin (2004, 29–30) todenneen, että ihminen on kiinnostavampi, kuin esimerkiksi keittiö. Tällöin kerroin myös, että tämän takia tulen käyttämään ihmistä kannessa. Kuvaa on muutenkin hyvä käyttää kannessa, sillä se herättää huomiota hyvin. (Loiri & Juholin 2006, 76.)

Aiemmissa esitteissä olin käyttänyt kannessa logon kuusen muotoa kannen oikealla puolella. Asiakkaani halusi jatkaa kannen suhteen yhtenäistä linjaa muiden esitteiden

kanssa, joten kuusen piti olla jollain tavalla kannessa. Tuote-esitteessä olin myös laittanut kuusen sisälle kuvan ja ajattelin, että voisin käyttää samaa ideaa myös tässä laajemmassa esitteessä. Tein asiakkaalle luonnoksen, jossa olin yhdistänyt mallistani kuvan, jossa hän katsoo suoraan eteenpäin ja asettanut tämän kuusen sisälle. Kuusta oli kuitenkin vaikea asettaa vasempaan laitaan, sillä siitä näkyi vain puolet ja tällöin mallistanikin näkyi vain puolet. Oli keksittävä uusi pakka kuuselle. Useiden kokeilujen jälkeen päädyin asettamaan kuusen vasempaan alanurkkaan niin, että mallini näkyy, mutta kuusi ei kokonaan. (Liite 2.)

Kuusen lisäksi kanteen piti laittaa jokin kuva keittiöstä, sillä kannen on tuotava esitteen sisällöstä jotakin informaatiota, jotta kansi ei loisi väärää mielikuvaa esitteestä (Loiri & Juholin 2006, 76). Kokeilin useita eri keittiökuvia, kunnes löysin mielikuvasivujen 20–21 keittiöstä kuvan hieman eri kuvakulmasta. Keittiokuva oli harmaa, jossa pöydällä oli kaksi viinilasia ja viiniä. Neutraali harmaa sopi hyvin kanteen ja viinin punainen sopi hyvin yhteen mallin huulipunan ja paidan kanssa. Mallinkuvan ja keittiökuvan väliin syntyi myös linja lautasen varjosta kankaan palaseen, joka vielä yhdisti kuvat hyvin yhteen.

Kannen on hyvä olla huomiota herättävä ja mahdollisimman yhtenäinen. Yleensä kannissa käytetään taustalla valokuvaa. Minulla tämä valokuva on keittiokuva, joka täyttää koko sivun. Esitteen otsikko on sijoitettu ylös. Halusin tuoda kanteen vielä jotakin yhdistävää muusta esitteestä ja käytänkin esitteen nimeä, samalla tavalla kuin otsikkoja. (Huovila 2006, 186.) Viimeisenä, mutta tärkeimpänä, kanteen oli vielä sijoitettava logo. Tälle löytyikin hyvä paikka oikeasta alakulmasta. Logo ei kuitenkaan näkynyt hyvin keittiökuvan päältä, joten laitoin logon alle valkoisen taustan. Huomasin tällöin että tausta voisi vähän kasvaa, niin että se osuu kuusen reunaan, joka on myös valkoinen. Tällöin valkoinen tausta ei jää irralliseksi, vaan yhdistyy hyvin kuuseen.

## 7 PÄÄTELMÄT

Havu Keittiöiden esitteen tekeminen oli mieluinen projekti, sillä pidän taittamisesta ja valokuvaamisesta. Työssä oli myös hyvin erilaisia kohtia, jotka tekivät siitä monipuolisen ja haastavan. Opinnäytetyöni päätavoitteena oli tehdä laaja esite Havu Keittiöille laaja esite, jossa on kaikki palvelut ja tuotteet. Tämä tavoite onnistuu, sillä esite on niin sanotusti valmis. Tämänhetkiset katalogiosion tuotteet ovat osittain oikeita, mutta jotkut tuotteet vaihdetaan, kun asiakas löytää oikeat tuotteet. Tämän takia esitettä ei

vielä ole painettu, mutta esite on tehty niin, että se on painokelpoinen, heti kun se saadaan lopullisesti valmiiksi. Muut asiakkaan tavoitteet pirteys, trendikkyys ja huomiota herättävyys toteutuivat mielestäni myös hyvin, sillä esite erottuu hyvin kilpailijoista ja on hyvin nykyaikainen.

Haastavinta oli mielikuvaosion luominen, sillä sen pitää vakuuttaa tulevaan ostajaan ja olla selkeä. Sain kuitenkin tämän valmiiksi, mutta siihen tarvittiin muutamia ohjaus kertoja ja ahkeraa sommittelukirjojen lukua. Sommittelussa huomasin, kuinka tärkeä merkitys linjoilla on varsinkin keittiökuvissa, ja miten ne vaikuttavat sommitteluun sekä katsojien huomiointikykyyn. Sommittelun lisäksi haastavuutta toi hieman myös asiakas, sillä aluksi yritys oli vain yhdenmiehen yritys. Asiakas ei oikein aluksi osannut perustella tai päättää esitteen kohdista. Kuukautta ennen opinnäytetyön palauttamista asiakkaalleni tuli ensimmäinen työntekijä, joka ryhtyi minun yhteistyöhenkilököseni. Tämä hidasti ja muutti hetkellisesti työtäni, sillä uudella henkilöllä on aina omat mielipiteensä. Lopulta kaikki sujui kuitenkin hyvin.

Opinnäytetyö oli hyvin opettavainen monessa suhteessa. Sain uutta kokemusta niin asiakkaan kanssa toimimisesta, kun esitteen valmistamisesta. Parhaiten varmasti opin valokuvauksesta ja kuvankäsittelystä, sillä kuvauksia en ollut ennen järjestänyt yksin. Kuvankäsittelyssä opin taas monta hyvää keinoa kuvan muokkaukseen. Opinnäytetyö oli hyvin kehittävä, ja siitä sai taas hyvää materiaalia portfoliooni. Jatkossa teem varmaan Havu Keittiöille muutakin mainosmateriaalia, sillä asiakas oli tyytyväinen tähän esitteeseen.

## LÄHTEET

Aalto, J. 2010. Kohteena ihminen. Jyväskylä: Docendo.

Acs, M. 1984. Keittiö: sisustajan opas. Porvoo: WSOY.

Adobe Systems Incorporated. 2013. Cochin™ Std Roman. Saatavissa:  
<http://store1.adobe.com/cfusion/store/html/index.cfm?store=OLS-US&event=displayFont&code=CCHQ10005000> [viitattu 18.2.2013].

Ambrose, G. & Harris, P. 2003. The Fundamentals of creative design. New York: AVA Book.

Asikainen, J. & Raninen, T. 2005. Mainosvalokuvauksen ABC. Helsinki: WSOY.

Bingham, N. & Weaving, A. 2001. Retrotyyli. Helsinki: Otava.

Brown, P. 2012. 2012 kitchen design trends: simple, comfy and eco-friendly. Face Your Kitchen. Saatavissa: <http://www.faceyourkitchen.com/more-kitchen-ideas/2012-kitchen-design-trends.html> [viitattu 13.3.2013].

Certer, R. & Meggs, P. 1993. Typographic specimens: The great typofaces. New York: John Wiley & Sons.

Eisman, K. & Duggan, S. 2008. Luova kuvankäsittely. Jyväskylä: Docendo.

Forsgård, P. 2004. Hyvä kuva. Helsinki: Inforviestintä.

Freeman, M. 2007. The photographer's eye. East Sussex: ILEX.

Hagelstam, W. 2003. Uusi antiikkikirja 1900–1980. Helsinki: WSOY.

Hedgecoe, J. 2010. Valokuvaajan suuri käsikirja. Karkkila: Kustannus-Mäkelä Oy.

Huovila, T. 2006. ”Look” – visualisoi viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy.

- Itkonen, M. 2002. Vanhaa ja uutta typografiaa. Teoksessa Typografia kieltä vai visuaalisuutta, toim. Riitta Brusila, s. Porvoo: WSOY.
- Itkonen, M. 2004. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Kahri, E. & Pyykönen, H. 2005. Asuntoarkkitehtuuri ja -suunnittelu. Helsinki: Rakenustieto Oy.
- Kankare, M. 2010. Katalogi pitää pintansa. Talouselämä 12.3.2010. Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalaxng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=1627924> [viitattu 18.1.2013].
- Kortela, A. 2013. Suomalainen satsaa keittiöön. Turun Sanomat Talouslehti 26.2.2013.
- Loiri, P. & Juholin, E. 2006. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä.
- Lucienne, R. 2011. Grids: creative solutions for graphic designers. Switzerland: RotoVision Book.
- Lukkonen, T. 1997. Sähköistä antiikkia. Helsinki: Art House.
- Lyytikäinen, K. & Riikonen, H. 1998. Painotuotteen suunnittelu. Helsinki: Opetushallitus.
- Morelius, B. & Tamminen, M. 2009. Keittiöantiikkia. Helsinki: Otava.
- Mäntylä, H. 2012. Keittiö. Keittiön tunnelma on yksityiskohtiensa summa. RakennusOikein 1B/2012, s. 268.
- Omataloyhtiö.fi. 2013. Keittiötrendit 2013. 4.1.2013. Saatavissa: [http://www.omataloyhtio.fi/artikkelit/9974/keittiotrendit\\_2013.htm](http://www.omataloyhtio.fi/artikkelit/9974/keittiotrendit_2013.htm) [viitattu 13.3.2013].
- Osvold, K. & Slipher, B. 2003. Toimivat keittiöt. Helsinki: Helmi kustannus.

Palokallio, J. 2013. UPM:n puukomposiitti mullistaa keittiön rakenteet. Maaseudun tulevaisuus 20.2.2013, s.15.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. Jyväskylä: Docendo.

Potka, P. 2004. Mainoskuvaus digikameralla. Jyväskylä: Docendo.

Asuntojen suunnittelu. 2008. Rakennustieto Oy: Helsinki.

Riuttamäki, M. 2011. Harmoninen keittiö. Avotakka 3/2011, s. 80–82.

Rouhiainen, S. Pienen keittiön neliöt tehokkaasti käyttöön. Keittiöteito.fi. Saatavissa: <http://www.keittiotieto.fi/artikkelit/keitti%C3%B6/pienen-keitti%C3%B6n-neli%C3%B6t-tehokkaasti-k%C3%A4ytt%C3%B6%C3%B6n> [viitattu 13.3.2013].

Rukko, L. 1976. Talo ja koti 7: Taloustilat: keittiö, kylmäsäilytystilat, kylpyhuone. Helsinki: Rakentajan kustannus Oy.

Salo, I. 2010. Kannattaako painaa? Markkinointi & Mainonta, 10.12.2010. Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalaxng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=2261137> [viitattu 18.1.2013].

Vesmanen, E. 2012. Keittiö. Keittiön tunnelma on yksityiskohtiensa summa. RakennaOikein 1B/2012, s. 288–289.

Virrantalo, K. 2010. Tervetuloa brunssille. Deko 9/2010, s. 93.

Visanti, I. & Visanti, M. 1973. Keittiö. Helsinki: Tammi.



Puustelli

**VIEHÄTTÄVÄÄ, VÄIJÄÄ JA REHEVÄÄ**

Oleakka kiva pesemään kasvat! Sinin kaitin työt on valittu...  
 Olet ja onneksi...  
 Olet ja onneksi...  
 Olet ja onneksi...

1 Mikä laatu on...  
 2...  
 3...  
 4...  
 5...  
 6...  
 7...  
 8...  
 9...  
 10...

**TEKNIKKAA:**

Kokoa...  
 Tekniikka...  
 Tekniikka...  
 Tekniikka...

**VIHREÄ:**...  
 Viher...  
 Viher...  
 Viher...

PIKUSTI KEIKKA 10

PIKUSTI KEIKKA 11

PIKUSTI KEIKKA

**MUOTOJEN JA SÄVYJEN LEIKKIÄ**

Pohjassa...  
 Muoto...  
 Muoto...  
 Muoto...

1...  
 2...  
 3...  
 4...  
 5...  
 6...  
 7...  
 8...  
 9...  
 10...

**TEKNIKKAA:**

Pohjassa...  
 Tekniikka...  
 Tekniikka...  
 Tekniikka...

**VIHREÄ:**...  
 Viher...  
 Viher...  
 Viher...

PIKUSTI KEIKKA 12

PIKUSTI KEIKKA 13

PIKUSTI KEIKKA

Topi-Keittiöt

**Erika.**

Aidan pienen hankittavaa...  
 Vaskert...  
 Vaskert...  
 Vaskert...

**Erika.**

1...  
 2...  
 3...  
 4...  
 5...  
 6...  
 7...  
 8...  
 9...  
 10...  
 11...  
 12...  
 13...  
 14...  
 15...  
 16...  
 17...  
 18...  
 19...  
 20...  
 21...  
 22...  
 23...  
 24...  
 25...  
 26...  
 27...  
 28...  
 29...  
 30...  
 31...  
 32...  
 33...  
 34...  
 35...  
 36...  
 37...  
 38...  
 39...  
 40...  
 41...  
 42...  
 43...  
 44...  
 45...  
 46...  
 47...  
 48...  
 49...  
 50...

**Ohjeistus:**...  
 Ohje...  
 Ohje...  
 Ohje...

PIKUSTI KEIKKA 14

PIKUSTI KEIKKA 15

PIKUSTI KEIKKA

## Petra-keittiöt

### Erlaiset ruokatarvikkeet, erilaiset säilytyspaikat.

Säilytystä ruokatarvikkeita on nyt kahlaa enemmän kuin koskaan ennen. On kahla tavallisia juustoja ja keuhkarikkeita tarjottuna oman ihanteellisen säilytyspaikassa.



**SYVÄIN SÄILÖTYS**  
 OVISSA ON OVISSA OVISSA  
 Keskellä on kahla tavallisia juustoja ja keuhkarikkeita tarjottuna oman ihanteellisen säilytyspaikassa.



**AVIN OVIEN LÄMPÖTILA**  
 Käytännöllinen on ovi avoin lämpötila säilytyspaikassa ja keuhkarikkeita tarjottuna oman ihanteellisen säilytyspaikassa.



**LÄMPÖTILAN VÄLITILAA**  
 Käytännöllinen on ovi avoin lämpötila säilytyspaikassa ja keuhkarikkeita tarjottuna oman ihanteellisen säilytyspaikassa.

10

11



**MAKSIMILÄMPÖTILAN**  
 Käytännöllinen on ovi avoin lämpötila säilytyspaikassa ja keuhkarikkeita tarjottuna oman ihanteellisen säilytyspaikassa.

### Keittiö tekee mökistä huvilan.

Lomien parhaat muistot liittyvät usein ruokaan ja sen ympärillä tapahtuvaan toimintaan. Valitse ruokaa ja sen valmistusta varten kunnostettua mökistä kallelta kotoa, ei keittiöstä tarjottuna oman ihanteellisen säilytyspaikassa.



## Keittiö.net

OVET | Puzillu ja massivpou

Platinium 0,3 m  
 Titanium 1,3 m  
 Titanium 2,3 m


OVET | Puzillu ja massivpou

Platinium 0,3 m  
 Titanium 1,3 m  
 Titanium 2,3 m


Ensimmäinen info-esite

Tuote-esite

