

Marianne Santala

Toiminnallinen säkkituolimallisto  
Espoon modernin taiteen museolle EMMAlle

Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Sisustuspainotteinen  
tekstiilisuunnittelu  
Muotoilun koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
8.5.2012

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Marianne Santala Toiminnallinen säkkituolimallisto Espoon modernin taiteen museolle EMMALLE 50 sivua + 2 liitettä 08.05.2012
Tutkinto	Artenomi
Koulutusohjelma	Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Sisustuspainotteinen tekstiilisuunnittelu
Ohjaaja(t)	Creative Manager, TaM Liina Blom, INTO::C::D::C Koulutusvastaava, TaM Tiina Karhu, Metropolia AMK
<p>Työn aihe on toiminnallisen säkkituolimalliston suunnittelu tilaustyönä toimeksiantajayritykselle. Toimeksiantaja on Espoon modernin taiteen museo EMMA, jonka brändiä tuotemalliston on tarkoitus tukea. Tuotteet ovat osa EMMAn brändiä ja vahvistavat sen välittämää viestiä muuntamalla yrityksen arvot aistien kosketuspinnoin.</p> <p>Työ on projektipainotteinen ja käsittelee muotoiluprosessia, jonka tuloksena syntyy tuotemallisto. Työssä tutustutaan aluksi EMMAn brändiin ja sen erottuvuustekijöihin, jotka liittyvät moniaistilliseen ja kokonaisvaltaiseen brändäykseen. Työssä käsitellään suunniteltavan tuotteen osalta käytettävyyttä ergonomian osa-alueena, sekä puolijulkisen tilan laatuvaatimuksia materiaaleille. Työn loppuosassa kuvataan konkreettista suunnitteluprosessia, joka alkaa luonnosten käsittelyllä ja jatkokehityksen kautta päättyy valmiin malliston esittelyyn. Suunnitteluprosessin viimeinen vaihe on tuotannon suunnittelu, jossa kartoitetaan tuotteiden valmistajia ja materiaalien hankintoja.</p> <p>Työstä voi olla hyötyä kaikentyyppisessä asiakaslähtöisessä suunnittelussa, ja se tarjoaa yhden toimintamallin brändätyjen tuotteiden suunnitteluun. Sitä on mahdollista soveltaa erilaisiin tuotteisiin, palveluihin ja yrityksiin. Työ tarjoaa EMMALLE uudenlaisen toimintamallin ja moniaistillisen tuotekonseptin, joita on mahdollista hyödyntää tulevaisuudessa.</p>	
Avainsanat	säkkituoli, toiminnallisuus, brändi, aistit



Author(s) Title Number of Pages Date	Marianne Santala Functional bean bag collection custom - made to the Espoo Museum of Modern Art 50 pages + 2 appendices 8 May 2012
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Design
Specialisation option	Interior Oriented Textile Design
Instructor(s)	Liina Blom, MA, Creative Manager, INTO::C::D::C Tiina Karhu, MA, Head of Degree Programme in Design
<p>The aim of the Thesis is to develop the client's brand by designing a custom - made furniture collection for them. The client is the Espoo Museum of Modern Art (EMMA) and the assignment was to design a functional bean bag collection. The collection is a brand element that converts the company's values into sensory touch points.</p> <p>The work is project-oriented and it discusses the design process that generates the bean bag collection. First the work introduces EMMA's brand and the meanings of sensory stimuli and synergy of brand elements as a booster of a brand. The work also deals with usability as an ergonomics section and other quality requirements set by the semi-public space in the museum. A share of the project and the final collection are represented at the end of the work. The project starts with sketching the products and continues with further development of the sketches until the final design. The last part of the project discusses production planning that includes a survey of the manufacturers and the purchase of the materials.</p> <p>The work may be useful in any kind of customer-oriented design, and it provides an operations model for designing branded products. The model is applicable to various products, services and companies. The work offers EMMA a new kind of operations model and a multisensory product concept that are suggested to exploit in the future.</p>	
Keywords	bean bag, functionality, brand, senses

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön taustaa – viitekehys ja prosessin kulku	2
3	Suunnittelun lähtökohdat	5
3.1	Toimeksiantaja Taidemuseo EMMA	5
3.2	Moniaistillinen brändi	7
3.3	Vastaavia tiloja Kiasmassa ja Annantalossa	10
3.4	Suunniteltava tuote – säkkituoli	14
3.4.1	Käytettävyys	14
3.4.2	Materiaalit	16
3.4.3	Markkinoilla olevia säkkituoleja	18
3.4.4	Esimerkkituotteiden arviointitaulukko	19
4	Suunnitteluprosessi	21
4.1	Luonnokset	21
4.1.1	Ensimmäiset suunnitelmat säkkituolista	22
4.1.2	Painatukset ja pehmoesineet – inspiraatiosta luonnoksiin	28
4.2	Jatkokehitys ja toimeksiantajan kommentit	33
4.2.1	Säkkituolin prototyyppi pienoiskoossa	33
4.2.2	Uudet versiot painatuksista ja pehmoesineistä	35
4.3	Valmis mallisto ja toimeksiantajan palaute	37
4.4	Tuotannon suunnittelu	43
5	Loppuyhteenveto	44
	Lähteet	47
	Liitteet	

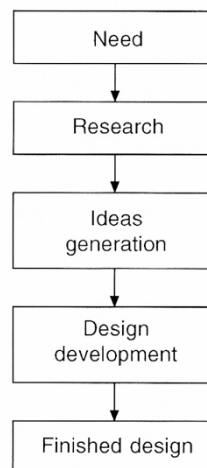
## 1 Johdanto

Opinnäytetyöni on projektipainotteinen ja asiakaslähtöinen kokonaisuus, jonka toimeksiantaja on Espoon modernin taiteen museo EMMA. Työssä käsittelen muotoiluprosessia, jonka konkreettisena tuloksena syntyy EMMA:lle tilaustyönä suunniteltu toiminnallinen säkkituolimallisto. Säkkituolit ovat brändättyjä tuotteita, jotka vahvistavat ja personoivat yrityksen brändiä. Jos kyseessä olisi henkilö, säkkituolimallisto olisi kuin lause, jonka voit kuvitella vain tämän henkilön sanovan. Se voisi olla teko, jollaista et osaisi kuvitella kenenkään muun tekevän. Vaikka kokisit sen tietämättä tekijää, pystyisit arvaamaan kenen tekemä se on. Nämä yksittäiset teot yhdessä muodostavat kokonaisen persoonan, joka erottaa henkilön muista kaltaisistaan.

Työn alussa perehdyn EMMA:n brändiin ja sen erottuvuustekijöihin, koska tavoitteena on muuntaa yrityksen arvot aistien kosketuspintoiksi tuotteiden avulla. EMMA:ssa säkkituolit sijoittuvat kahteen eri projekti- ja työpajatilaan, jotka luokitellaan puolijulkisiksi tiloiksi. Käsittelen työssäni näiden tilojen laatuvaatimuksia sekä tuotteiden käytettävyyttä ergonomian osa-alueena suunnittelutehtävänä näkökulmasta. Säkkituolien muotoilullisista mahdollisuuksista hankin tietoa tekemällä markkinakartoituksen, josta valittujen esimerkkituotteiden ominaisuuksia arvioimalla hain ratkaisuja muotoilullisiin kysymyksiini. Työn loppuosassa käsittelen konkreettista suunnitteluprosessia, joka alkaa ideoiden kehittelyllä ja luonnostelulla. Jatkokehittelyn kautta luonnoksista muokkautuivat valmiit suunnitelmat, joiden pohjalta tuotteet voidaan valmistaa. Valmistajien kartoittaminen sekä materiaalihankinnat sisältyvät tuotannon suunnitteluun, joka on suunnitteluprosessin viimeinen vaihe.

## 2 Opinnäytetyön taustaa – viitekehys ja prosessin kulku

Opinnäytetyöni kuvaa muotoiluprosessia, joka etenee tyypillisen muotoiluprosessin kaavaa noudattaen (kuvio 1). Aluksi toimeksiantajalla oli tarve uudelle tuotteelle. Tehtävänannon jälkeen oli vuorossa tutkimuksellinen osuus, jonka tarkoituksena oli tuottaa mahdollisimman paljon tietoa tästä tarpeesta ja tuotteen tarkoituksesta. Sitten alkoi ideoiden kehittäminen ja tuottaminen, kunnes päädyin muutamaankin varteenotettavaan ehdotukseen. Nämä ehdotukset esitin toimeksiantajalle ja niistä valittiin parhaat jatkokehittelyyn. Prosessin tuloksena ovat valmiit suunnitelmat, joiden perusteella tuote voidaan valmistaa. (Wilson 2001, 20-21.)

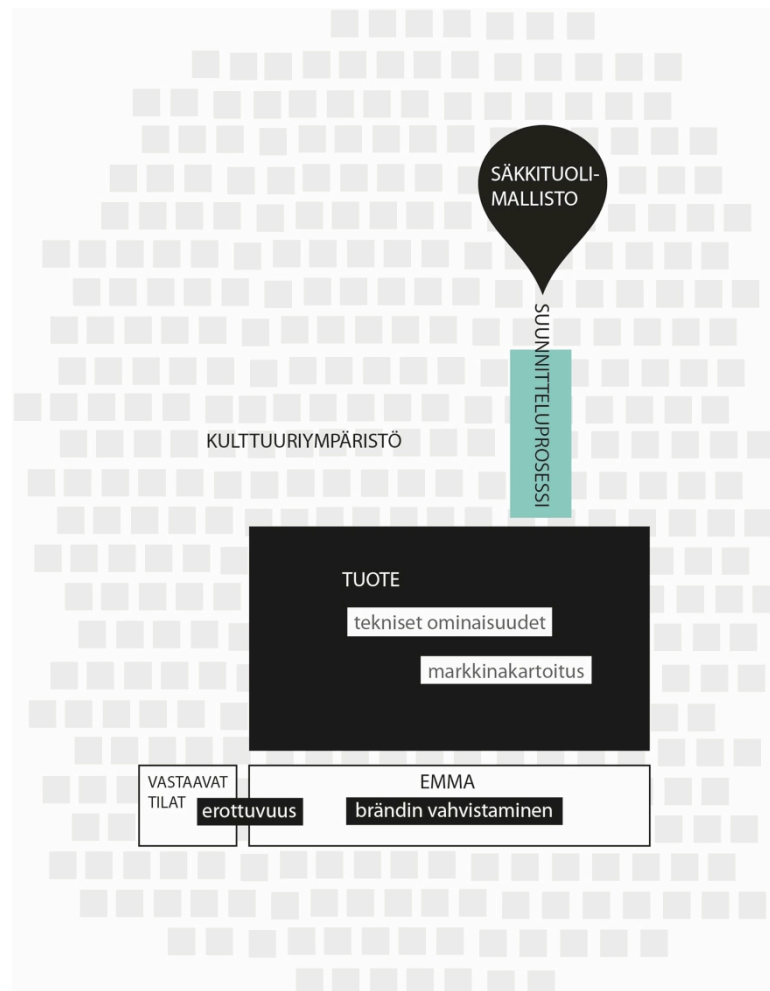


Kuvio 1. Muotoiluprosessin kaava (Wilson 2001, 21).

Projektin aluksi tutustuin toimeksiantajaan, sen brändiin sekä kilpailijoihin osatakseni tehdä tavoitteiden mukaisen tuotteen. Otin myös selvää millaisia ergonomisia vaatimuksia julkinen museotila ja asiakasryhmät asettavat tuotteelle teknisesti. Tein markkinakartoituksen säkkituoleista ja siitä poimittujen esimerkkituotteiden ominaisuuksia arvioimalla ratkaisin muotoilullisia pulmia. Suunnitteluprosessi pitää sisällään tuotteen muodonannon vaiheet luonnoksista pienoiskoon protokappaleeksi. Siihen liittyy myös tuotannon suunnittelu.

Viitekehyksestä (kuvio 2) näkee muotoiluprosessin osa-alueet ja niiden sijoittumisen toisiinsa nähden. Suunnittelun lähtökohdat määrittyvät toimeksiantajalta saadun tehtä-

vän perusteella. Tehtävänä oli suunnitella tilaustyönä toimeksiantajayritykselle tuotemallisto, joten työn perustana olivat heidän tarpeensa. Tutustuin yrityksen brändiin, joka pääosin määrittää suunnittelemini tuotteiden tarkoituksen ja ominaisuudet. Brändistä sain tietoa yrityksen kotisivuilta sekä sosiaalisesta mediasta, jossa yritys toimii aktiivisesti. Etsin yleisesti brändin rakentamiseen ja johtamiseen liittyvää tietoa kirjallisuudesta, ja tältä pohjalta analysoin toimeksiantajan brändiä. Saadakseni monipuolisemman näkemyksen asiasta tein vertailututkimuksen vastaavanlaisista tiloista. Suoritin tutkimuksen vierailemalla kahdessa eri paikassa, joissa järjestetään samanlaista toimintaa kuin EMMAn tiloissa. Vierailujen yhteydessä haastattelin vapaamuotoisesti henkilöitä, jotka esittelivät tilat minulle.



Kuvio 2. Viitekehys

Toimeksiantajalla oli selkeä toive, että heille suunniteltavat tuotteet olisivat nimenomaan säkkituoleja. Tein markkinakartoituksen säkkituoleista saadakseni kattavan näkemyksen itse tuotteesta ja sen muotoilullisista mahdollisuuksista. Markkinakartoitus antoi tietoa myös tuotteiden teknisistä ominaisuuksista kuten materiaaleista ja mitoituksesta. Toimeksiantajan tehtävänanto asettaa tietyt tekniset vaatimukset tuotteiden mitoille, materiaaleille ja rakenteille. Materiaalitietoa hankin kirjallisuudesta ja muotoilullisia kysymyksiä selvitin arvioimalla numeerisesti esimerkkituotteiden ominaisuuksia arviointitaulukossa.

Suunnitteluprosessissa suunnittelun lähtökohdat tiivistyvät tuotteeksi. Vaihe sisältää ideointivaiheen luonnostelun sekä tuotteen jatkokehityksen pienoiskoon protokappaleen valmistukseen saakka. Ensimmäisten luonnosten jälkeen valitsin niistä muutaman potentiaalisimman toimeksiantajalle esitettäväksi. Toimeksiantaja valitsi näistä vaihtoehdoista sopivimmat jatkokehittelyyn. Kehitysvaiheessa sain uudestaan palautetta toimeksiantajalta ja konsultoin ulkopuolista asiantuntijaa teknisissä kysymyksissä. Viimeisenä osana suunnitteluprosessia on tuotannonsuunnittelu, johon sisältyvät materiaalien hankinta ja mahdollisten valmistajien kartoittaminen.

Koko työn taustalla vaikuttaa kulttuuriympäristö. Se on vaikuttanut tuotteen tarpeen syntyyn ja toimeksiantajayrityksen brändiin, se vaikuttaa jatkuvasti myös omaan näkemykseeni ja toimeksiantajan valintoihin. Se on synnyttänyt tuotteiden toiminnallisten yksityiskohtien teemat ja on läsnä koko tuotteiden elinkaaren ajan.

### 3 Suunnittelun lähtökohdat

Suunnittelun lähtökohdat koostuvat kolmesta tekijästä: Toimeksiantajasta, joka on samalla myös asiakkaan roolissa, sen kilpailijoista sekä suunniteltavasta tuotteesta. Asiakas ja sen toimintaympäristö on tunnettava, jotta on mahdollista suunnitella juuri heille sopiva tuote. Samoin on tunnettava suunniteltava tuote ja sen tekniset sekä muotoilulliset mahdollisuudet.

#### 3.1 Toimeksiantaja Taidemuseo EMMA

EMMA aloitti toimintansa vuonna 2006 Weegee-talossa, joka on entinen Weilin & Göös –yhtiön kirjapainotalo. Rakennus on kunnostettu konstruktivismiin hengessä ja sisältää EMMAN lisäksi neljä muuta museota. Puolet EMMAN näyttelytilasta on varattu pysyväille Saastamoisen säätiön taidekokoelmalle ja puolet vaihtuville näyttelyille. Vaihtuvia näyttelyitä tuodaan kotimaasta ja ulkomailta. EMMA haluaa profiloitua vahvasti kansainvälisenä taidemuseona. EMMAlla on myös entinen Espoon kaupungin taidekokoelma, joka koostuu Espoon virastoihin, laitoksiin, ulkotiloihin sekä EMMAN tiloihin sijoitetuista taideteoksista. (EMMA 2012a.)

EMMAN graafinen ilme on myös konstruktivistinen ja rakennuksen ilmeeseen sopiva. Se on vahva osa EMMAN brändiä ja tunnistettava ilman logoakin. Graafisen materiaalin kaikki osat kertovat johdonmukaisesti samaa tarinaa. Tämä on hyvä perusta brändille ja sen päälle on helppo lähteä rakentamaan lisää kerroksia. Väreinä toistuvat harmaa, valkoinen, turkoosi ja musta. Myös ripaus punaista on siellä täällä. Visuaalinen ilme ei kuitenkaan ole yksinomaan riippuvainen väreistä. Tärkein elementti tunnistettavuuden kannalta on värialueiden muoto. EMMAN logo vaihtaa väriä aina tilanteen mukaan. Materiaaleista betoni ja lasi ovat vahvasti läsnä rakennuksen sisätiloissa ja graafinen materiaali ilmentää niiden olemusta. EMMAN kalusteet toistavat samaa muotokieltä ulkonäöltään suoraviivaisina ja funktionaalisina. Kaiken kaikkiaan konstruktivismi on vahvasti läsnä EMMAssa.

EMMA on alusta asti pyrkinyt aktivoimaan yleisöä ja luomaan uusia tapoja kohdata taide. Tämä näkyy taideteosten ja tapahtumien muodossa. EMMAN kokoelmaan kuuluu

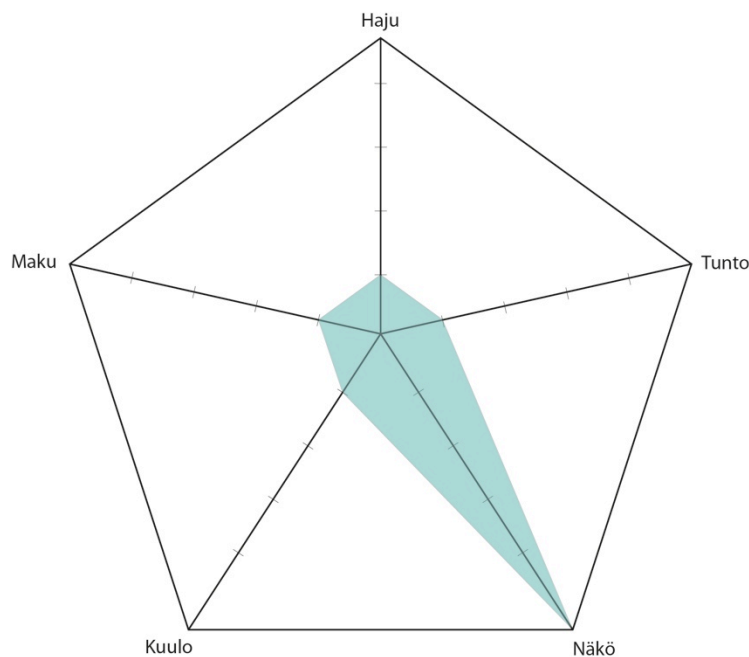
muutama taideteos, jotka aktivoivat yleisöä fyysisesti. Niihin saa koskea ja niiden kanssa voi kommunikoida konkreettisesti. Suurin osa niistä sijoittuu taiteen ja muotoilun rajapintaan. Esimerkkinä tällaisista teoksista ovat Pekka Niskasen ympäristötaideteos *Kansalaiset* ja Anu Tuomisen *Kirjan kannet koivupuuta, ajatukset Australiassa asti* -niminen sadutustuoli. Kansalaiset-ympäristötaideteos muodostuu neljästä isosta kirjaimesta, jotka ovat E, M, M ja A. Teosta voi käyttää muun muassa skeittiramppina (EMMA 2006). Sadutustuoli on tehty vanhasta pulpetista ja sijaitsee EMMAssa sisällä. Siihen on tarkoitus istua ja kannen alla olevaan vihkoon saa kirjoittaa ajatuksiaan (EMMA 2012b). EMMA järjestää myös teatteri- ja musiikkiesityksiä sekä muita näytöksiä näytelytilassaan yhteistyössä teatteri- ja musiikkiryhmien sekä oppilaitosten kanssa. Esityksillä on aina yhteys EMMAn sen hetkiseen taidenäyttelyyn. Myös EMMAn työpajat ovat vahvasti kytköksissä taidenäyttelyihin. Pajoissa huomioidaan taiteen kokonaisvaltainen kokeminen aktivoimalla kaikkia aisteja.

Taide-elämykset erottavat EMMAn sen kilpailijoista ja antavat brändille lisäarvoa. Ne tuovat uutta yleisöä ja auttavat ymmärtämään taidetta, tekevät toisin sanoen taiteesta helposti lähestyttävää. Näin EMMA lunastaa lupauksensa taiteiden rajojen rikkomisesta ja uusien tapojen luomisesta taiteen kokemiselle. Tämä tekee EMMAn brändistä uskottavan ja vaikuttaa yrityksen uskottavuuteen. EMMA noudattaa yhden brändin mallia; sen tuotteiden ja palveluiden brändi on sama kuin yrityksen brändi (Mäkinen & Kahri & Kahri 2010, 80). Sillä ei siis ole erillisiä tuotebrändejä, joten sen brändi on vahvasti sidoksissa yritykseen. Yrityksessä brändiä johdetaan brändistrategian mukaisesti, joka puolestaan johdetaan yrityksen liiketoimintastrategiasta, joka pohjautuu visioon, missioon ja arvoihin (Mäkinen & Kahri & Kahri 2010, 76-77). Yhden brändin mallissa yrityksen brändistrategia on kuitenkin käytännössä sama kuin sen liiketoimintastrategia (Mäkinen & Kahri & Kahri 2010, 79).



### 3.2 Moniaistillinen brändi

EMMAN brändin johtamisen pohjana on halu olla Suomen paras paikka kokea taidetta (EMMA 2012a). Se pyrkii tekemään taidekokemuksesta yleisölleen mahdollisimman kokonaisvaltaisen ja elämyksellisen. Osallistuminen tekee taidekokemuksesta mieleenpainuvamman, koska se luo kommunikaatiotilanteita teosten kanssa. EMMA pyrkii aktivoimaan asiakkaidensa kaikkia aisteja, vaikka näköaisti on pääosassa. Tuntoaisti aktivoituu kosketeltavien teosten avulla. Haju- ja makuaisteja herätellään Taidekuuhuilla ja Taidekaffet-työpajoissa (EMMA 2012c). EMMA on brändännyt itselleen myös oman maun, jota edustaa EMMAn taideviini (EMMA 2012d). Kuuloaisti aktivoituu musiikki- ja teatteriesityksissä. Musiikki- ja teatteriryhmien kanssa yritys yhteistyönä syntyy uusi tuote, joka on hyödyksi molemmille osapuolille. Se antaa tuotteille lisäarvoa ja liittää musiikin ja teatterin osaksi EMMAn brändiä. Näillä perustein tein EMMAn brändille aistikaavion, jossa näkyy tulkintani EMMAn brändistä eri aistien aktivoitumisen suhteen. Kaavio pohjautuu Lindstromin Brand sense –kirjassa esiintyviin aistikaavioihin (Kuvio 3).



Kuvio 3. Aistikaavio EMMAn brändistä.

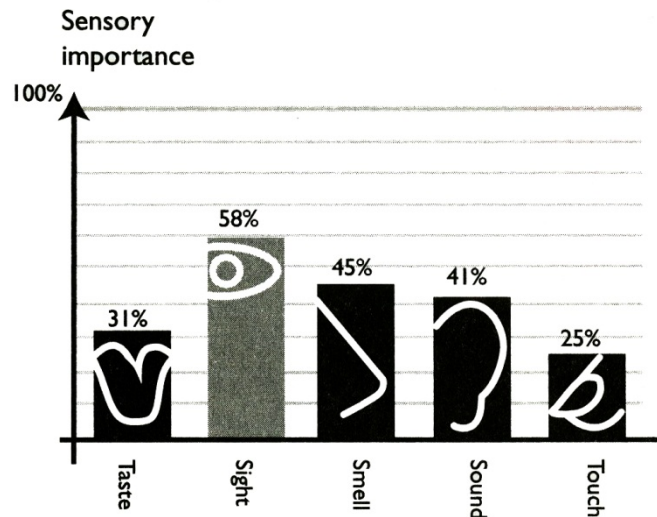
Tutkimus osoittaa, että mitä enemmän brändille on rakennettu erilaisia aistillisia kosketuspintoja, sitä enemmän se herättää aistimuistoja. Asiakkaassa heränneiden aistimusten määrä on suoraan verrannollinen asiakkaan ja yrityksen välisen siteen vahvuuteen. (Lindstrom 2005, 69.) Säkkituolit ovat yksi elementti kokonaisuudessa, jossa aistien yhteisvaikutus tekee brändistä muistettavamman ja vahvemman (Lindstrom 2005, 31).

EMMAN tuotteissa yrityksen arvot muuntuvat aistien kosketuspintoiksi, mikä toteutuu myös toiminnallisissa säkkituoleissa. Käytöstä poistetut työtakit, joista säkkituolit valmistetaan, kertovat työstä, jonka EMMAn henkilökunta on tehnyt asiakkaidensa hyväksi ja samalla symboloivat yrityksen huolenpitoa työntekijöitään kohtaan, eli ne kertovat yrityksen toimintakulttuurista. Rakennuksen konstruktivismi linkittyy tilkkumaisuuteen ja rakenteen rehelliseen esillä oloon. Säkkituolien printit ja pehmoesineet ovat haptisia ja ääntä tuottavia. Näin säkkituolit linkittyvät muihin EMMAn aisteja aktivoiviin tuotteisiin. Kuvallisesti printit ja pehmoesineet muistuttavat taiteesta ja siten linkittyvät EMMAn taidemuseoon ja sen tuotteisiin. Kaikki EMMAn tuotteet ovat taidetta jossakin muodossa.

On tärkeää, että monoliittisen brändin tuotteet ovat linkittyneitä toisiinsa, jotta asiakas voi muodostaa mielleyhtymiä niiden välille eikä kokonaisuus tunnu sekavalta. Monoliittinen brändi tarkoittaa yhden brändin mallia. Jos se ei ole yhtenäinen, ei brändi voi olla myöskään vahva. Yrityksen viestin selkeys on ensiarvoisen tärkeää. Mikäli viesti ei mene perille, siitä ei ole hyötyä. Sama sääntö pätee myös aistiärsyksiin brändin vahvistajina. Niiden on oltava johdonmukaisia ja brändiä korostavia.

Eri aistien vaikutukset ovat erilaisia ja vaikutus muuttuu myös kontekstin myötä. Pylväsdiagrammista (Kuvio 4) nähdään, että kyselyyn vastanneet ovat arvioineet vähiten tärkeimmäksi aistikseen kosketusaistin. Tulos saattaisi olla hyvin erilainen, jos tutkimustapa olisi erilainen. Kosketusaisti saattaa olla yhtä tärkeä kuin näköaisti, mutta näköaisti on niin hallitseva, että se vie huomion muilta aisteilta. (Lindstrom 2005, 69.) Eri aistit myös vaikuttavat ihmisiin eri tavalla, joten niitä on todella hankala laittaa tärkeysjärjestykseen.

Ihminen luulee näköä tärkeimmäksi aistikseen vain siksi, että tuntoaistia ei sen monitahoisuuden takia pane merkille (Selin 2003).



Kuvio 4. Pylväsdiagrammi aistikyselyn tuloksista (Lindstrom 2005, 69)

Vaikka näköaistilla on paljon valtaa mieliimme, niin tutkimusten mukaan pitkällä aikavälillä asiakkaiden lojaaliuteen vaikuttavat eniten maku-, ääni- ja hajuaistit (Lindstrom 2005, 145). Ne vaikuttavat erityisesti mielialaan ja tunteisiin ja luovat siten vahvoja aistimuistoja, jotka herättävät tunteita. Äänet vetoavat erityisesti lapsiin, koska lapsilla on herkempi kuulo kuin aikuisilla. He tunnistavat laajemman skaalan ääniä ja muistavat ne paremmin kuin aikuiset (Lindstrom 2005, 20). Äänestä saattaa syntyä muisto, jonka lapsi muistaa loppuelämänsä. Muiston vuoksi sen syntypaikka tuntuu aikuisenakin tultulta ja sinne palaa mielellään.

Hajuaisti toimii kuuloaistin tapaan herättäen muistoja ja tunteita. Hajut jakavat myös vahvasti mielipiteitä, ja tuoksuyliherkkyyden takia ne ovat riskialttiita käyttää julkisissa tai puolijulkisissa tiloissa. Tuoksuyliherkät ihmiset saavat fyysisiä oireita erilaisista tuoksuista ja hajuista. Heitä voi olla kymmenestä neljäänkymmeneen prosenttia väestöstä (Terveystieto 2012). Haju- ja maku- ja hajuaistit ovat vahvasti kytköksissä toisiinsa. Näistä syistä

en hyödynnä tuoksuja EMMAn säkkituoleissa. Oletettavasti suurin osa käyttäjistä on lapsia, ja tuoksuvat esineet saattaisivat lisätä hygieniariskiä.

Vähiten asiakkaiden lojaaliuteen vaikuttavat näkö- ja kosketusaistit (Lindstrom 2005, 145). Niiden kautta on haastavampaa luoda vahvasti erottuvia muistoja, koska koemme jatkuvasti paljon visuaalisia ja haptisia ärsykeitä. Näiden aistien jatkuva ärsytys on luontaista ja siksi ne eivät kosketa meitä niin vahvasti. Brändin rakentamisessa ja johtamisessa on kuitenkin tärkeää huomioida ne, sillä pahimmassa tapauksessa laiminlyönnit saattavat jopa karkottaa asiakkaita, kuitenkin näkö- ja kosketusaistien huomiointi ei yksinään riitä luomaan kanta-asiakkuuksia. Kuten jo edellä mainitsin, niiden vaikutus kuitenkin muuttuu myös ympäristön myötä. Eri tuotteissa painottuvat eri asiat. Vaikka näkö- ja tuntoaistit vaikuttavat lojaaliuteen keskimäärin vähiten, ne voivat joissain tapauksissa olla ratkaisevassa asemassa. EMMAlle kosketeltavat taide-esineet ovat keino erottua kilpailijoista. Tällaisessa ympäristössä kosketuksen merkitys korostuu ja se herättää enemmän tunteita kuin tavallisesti: Sitä ei osaa odottaa, jolloin se yllättää ja kiinnittää huomion.

### 3.3 Vastaavia tiloja Kiasmassa ja Annantalossa

Vierailin nykytaiteen museo Kiasmassa sekä Annantalon taidekeskuksessa saadakseni tietoa kyseisten yritysten brändien erottuvuustekijöistä verrattuna EMMAn, sekä yleisesti vastaavien tilojen sisustuksesta. Vieraillessani Kiasman työpajatilassa (kuvio 5) konsultoin sen työpajavastaavaa, museolehtori Tuija Rantalaa. Hän kertoi Kiasman työpajatoiminnasta ja kyseisten tilojen kalustuksesta eri museoissa Suomessa ja ulkomailla. Hän kertoi näkemyksensä työpajatilojen kalustuksesta ja arkkitehtuurista toimintaan liittyen.

Hän on vierailut eri museoiden työpajoissa ympäri maailman ja havainnut, että Pohjoismaissa kiinnitetään selvästi enemmän huomiota työpajatilojen viihtyisyyteen kuin muualla Euroopassa tai Amerikassa. Euroopassa tilat ovat melko askeettisia eikä niissä

ole juuri mitään ylimääräistä. Tilat muistuttavat monesti luokkahuoneita. Amerikassa ne saattavat olla jopa laitosmaisista suuren ryhmäkoon vuoksi.

Rantalan mielestä työpajatilan tulee olla helposti muokattava. Kalusteiden olisi hyvä olla kevyitä ja mieluiten pyörillä liikkuvia, jotta ne ovat helposti siirrettävissä. Pinottavuus on myös tärkeä ominaisuus. Visuaalisesti niiden tulee sopia museon ilmeeseen suhteellisen huomaamattomina, jotta fokus pysyy pajatoiminnan kannalta oleellisissa asioissa. Hän ei nähnyt tarvetta minkäänlaiselle oleskelutilalle tai mukaville lepokalusteille, koska sillä saattaisi olla negatiivinen vaikutus työpajatoimintaan.

EMMAan verrattuna Kiasman työpajatoiminta on tiukemmin rajattu pelkästään taiteen tekemiseen eikä siihen ole yhdistetty muita aktiviteetteja, esimerkiksi syömistä tai juomista. Työpajojen aiheet eivät myöskään ole niin vahvasti yhteydessä taidemuseon sen hetkisiin näyttelyihin. Kaiken kaikkiaan toiminta ei ole niin kokonaisvaltaista kuin EMMAlla, vaan enemmän keskittynyt tarjoamaan itsenäisiä tuotteita saman katon alla.

Arkkitehtuurin ja sisustuksen puolesta Kiasma on hyvin yhtenäinen kokonaisuus ja visuaalinen ilme on tarkoin harkittu. Osa kalusteista on suunniteltu Kiasmalle tilaustyönä, mutta niillä ei ole sen syvempää merkitystä tarinankertojina. Ne eivät herätä liioin huomiota ja niiden käyttö on minimaalista. Kalusteita on sijoitettu ainoastaan toiminnan kannalta välttämättömiin paikkoihin.



Kuvio 5. Kuvia KIASMAN työpajatilasta.

Annantalo on Helsingissä sijaitseva lasten ja nuorten taidekeskus. Kuvataideopetuksen lisäksi siellä järjestetään tanssi- ja teatteriesityksiä. Tilat ovat vuokrattavissa yksityistilaisuuksia ja seminaareja varten. Annantalo tekee myös paljon yhteistyötä oppilaitosten, enimmäkseen alakoulujen kanssa.

Annantalon tehtävänä on luoda suotuista ilmapiiriä ja edellytyksiä lapsille ja nuorille taiteen ja kulttuurin kokemiseen ja näkemiseen Helsingissä (Annantalo 2012a).



Annantalon rakennus on valmistunut vuonna 1886. Vuonna 1987 se kunnostettiin taidekeskukseksi kunnioittaen vanhaa tyyliä (Annantalo 2012a). Tilat ovat korkeat ja väljät. Annantalon sisustus on hyvin toiminnallinen ja toiminnallisuus kohdistuu suoraan taiteen tekemiseen. Kalustuksella on pyritty tekemään taiteen tekeminen mahdollisimman miellyttäväksi ja helpoksi. Julkisia istuinkalusteita on ainoastaan luokkiin johtavalla käytävällä ja kahvilassa. Käytävän aaltomaiset penkit ovat veistoksellisia ja avarassa tilassa houkuttelevat lapsia leikittelemään niillä. Samantyyppistä toiminnallisuutta edustaa myös kahvilan renkaan mallinen penkki. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Kuvia Annantalon kahvilasta ja luokkiin johtavasta käytävätilasta.

Annantalolla on käytössään myös Fatboy-säkkituoleja, joilla ei ole vakituista paikkaa, vaan ne seilaavat työtilasta toiseen tarpeen mukaan. Niitä käytetään muun muassa teatteriesityksissä katsomona. Niillä on siis osittain samantyyppinen käyttötarkoitus kuin EMMAnkin säkkituoleilla, mutta ne eivät ole vapaassa käytössä. Annantalon esitellyt projektituottaja Laura Rautkallio-Salminen mainitsi säkkituolien kahisevan melko

voimakkaasti lasten istuessa levottomasti. Tämä luo aistimuistoja, mutta ei välttämättä toivottuja sellaisia. Toisaalta lapset ovat sopeutuvia eivätkä ehkä ajattele sitä negatiivisena asiana. Ainakin se vahvistaa kokemusta.

Annantalolla ei ole sille brändättyjä kalusteita. Kalusteet ovat joko anonyymejä tai edustavat vahvasti omaa brändiään, kuten Fatboy. Brändäys painottuu muihin tuotteisiin, kuten kirjoihin (Annantalo 2012b). Tämä on luonnollista ottaen huomioon Annantalon tehtävän innostaa taiteen tekemiseen. Annantaloa ei ole brändätty niin kokonaisvaltaisesti kuin EMMAa. Sama koskee myös Kiasmaa, jonka brändäys ei ole niin innovatiivista.

### 3.4 Suunniteltava tuote – säkkituoli

Tässä luvussa perehdyn suunniteltavaan tuotteeseen. Selvitin käytettävyyteen liittyviä ergonomisia seikkoja sekä materiaalien teknisiä vaatimuksia. Kun halutut ominaisuudet olivat selvillä, tein markkinakartoituksen säkkituoleista saadakseni kokonaiskuvan niiden muotoilullisista mahdollisuuksista. Markkinakartoituksen tuotteista valitsin osan taulukkoon numeerisesti arvioitaviksi toivottujen ominaisuuksien perusteella.

#### 3.4.1 Käytettävyys

Käytettävyys tarkoittaa ergonomian soveltamista tuotteiden suunnittelussa. Sen tavoitteena on tehdä tuote mahdollisimman helposti ja tehokkaasti käytettäväksi mahdollisimman laajalle käyttäjäkunnalle. Yksi keino saada tietoa tuotteen käytettävyydestä on osallistuva ergonomia. Se on suunnittelua, jossa hyödynnetään käyttäjien tietoa, kokemuksia ja tuntemuksia. Istuinkalustetta suunnitellessa on usein perehdyttävä myös fyysiseen ergonomiaan, jotta tuotteeseen kohdistuva fyysinen toiminta olisi ihmisen anatomisten ja fysiologisten ominaisuuksien mukaista. Säkkituoli on perusrakenteensa puolesta fyysisesti ergonominen tuote, koska se muotoutuu käytössä vartalon mukaisesti ja on kevyt kantaa. Näin ollen arvioin riittäväksi perehtyä tuotteen käytettävyyteen ainoastaan osallistuvan ergonomian keinoin. (Työterveyslaitos 2011.)



Osallistuvaa ergonomiaa hyödynnettäessä osallistuminen voi olla monen tasoista. Vähimmillään tuotteen käyttäjä on tietolähteenä tai koehenkilönä, muttei voi esittää omia vaatimuksiaan tai toiveitaan suunnittelulle. Osallistuja saatetaan kuitenkin ottaa mukaan prosessiin, jolloin hänellä on valtaa vaikuttaa suunnittelun tavoiteasetteluihin, suunnitelmien kehittelyyn ja niiden arviointiin. Osallistuja voi olla joko loppukäyttäjä tai käyttäjäryhmän edustaja. (Launis & Lehtelä 2011, 309.) Omaan projektiin osallistuivat käyttäjäryhmän edustajina Kiasman ja EMMAn työpajavastaavat sekä Annantalon projektituottaja. He toimivat tietolähteinä, ja lisäksi EMMAn työpajavastaava osallistui myös suunnittelun tavoiteasetteluun kertomalla tuotteiden suunnittelusta, käytöstä ja sijoittelusta.

Säkkituoleja tullaan valmistamaan 8 kappaletta, ja ne sijoittuvat kahteen eri tilaan EMMAssa. Tilat ovat työpajatila Paletti sekä Ilme-paja -niminen projekti- ja näyttelytila. Paletti-tilassa on säkkituoleille varattu neliönmallinen alue, mutta muilta osin kummankin tilan käyttötarkoitus muuttuu jatkuvasti. Säkkituoleja onkin tarkoitus siirrellä tilasta toiseen tarpeen mukaan, joten niiden on oltava helposti kannettavia. Tilojen ja tuotteiden huolto on myös otettava huomioon. Olisi suotavaa, että kalusteet ovat pinottavia. Se helpottaa tilan siivousta ja lisää sen käyttömahdollisuuksia. Kun kyseessä on säkkituoli, ei tuote pinottavanakaan vie tilasta sen vähempää tilavuutta, mutta lattia-alaa vapautuu tarvittaessa muuhun käyttöön. Itse tuotteen huoltoa ajatellen tärkeintä on sen pestävyys.

Tiloja käyttävät sekä lapset että aikuiset, joten tuotteiden on oltava täysikokoisia ja ulkomuodoltaan molempien makuun sopivia. Tilat ovat puolijulkisia, joten tuotteissa ei voi olla irrallisia osia, mikä on erityisesti huomioitava suunnitellessa moniaistillisia yksityiskohtia. Tuotteiden välittämän viestin kannalta on tärkeää, että yksityiskohtat ovat helposti asiakkaiden ulottuvilla koko ajan tuotteita käyttäessään. Yksityiskohtien sekä kokonaisuuden olisi hyvä olla kulutusta kestäviä, jotta säästyttäisiin turhilta korjauksuilta ja vaivannäöltä.

### 3.4.2 Materiaalit

Jotkin käytettävyyteen liittyvät asiat kuten pestävyys ja kulutuksen kesto vaikuttavat myös materiaaleihin. Kustannustehokkainta ja käytännöllisintä huollon kannalta olisi, jos materiaalit olisivat vesipestäviä. Tiloissa tapahtuva työpajatoiminta lisää likaantumisen riskiä etenkin kun suuri osa käyttäjistä on lapsia. Lapset asettavat tuotteen kulutuksen kestolle myös tiettyjä vaatimuksia. Moniaistillisten yksityiskohtien on oltava sellaisia, ettei niistä helposti irtoa pieniä osasia. Lapset laittavat suuhunsa kaikenlaista, joten myrkyllisiä materiaaleja ei voida käyttää. Kulutuksen kesto on huomioitava myös kankaiden valinnassa. Hankauksenkestoltaan kankaan olisi hyvä olla noin 30 000 Martindale-yksikköä ja painoltaan noin 200g/m<sup>2</sup>. Sen on oltava tarpeeksi tukevaa, mutta ei liian paksua, jotta tuote on mahdollista valmistaa käsityönä. Neliöpaino vaikuttaa myös paloturvallisuuteen. Kun kankaan neliöpaino ylittää 350g, kytevä palon riski kasvaa (Rämö & Ylä-Sulkava 1999, 14).

Puolijulkiselle ja julkiselle tilalle on määritetty tietyt paloturvallisuusvaatimukset. Nämä vaikuttavat tuotteessa kankaan sekä sisusmateriaalin valintaan. Materiaalit ja tuotteet jaetaan syttymisherkkyytensä ja palonlevittämisominaisuuksiensa perusteella kolmeen luokkaan: herkästi syttyviin (SL3), tavanomaisesti syttyviin (SL2) ja vaikeasti syttyviin (SL1). Julkisissa tiloissa suositellaan käytettäväksi syttyvyysluokkien 1 ja 2 materiaaleja. Materiaalien syttymisherkkyyteen sekä palon leviämiseen vaikuttavat niiden raaka-aine, paksuus ja rakenne. Palon leviämiseen vaikuttaa myös materiaalin asento. Pystysuoraa pintaa pitkin palo leviää yleensä nopeimmin ja vaakasuora pinta on siltä osin turvallisempi. (Rämö & Ylä-Sulkava 1999, 7-8.)

Palamisessa muodostuvat myrkylliset palokaasut ovat tilastollisesti suurin syy tulipalokuolemiin ja siksi on syytä miettiä tarkoin tapauskohtaisesti millainen palosuojaus on sopiva. Tilapäisluontoiset jälkikäsittelyt kankaan pinnalla saattavat ehkäistä materiaalin syttymistä, mutta eivät estä sitä palonlähteen ollessa tarpeeksi voimakas. Palaessaan jotkin tämän tyyppiset palosuojaa-aineet saattavat tuottaa myrkyllisiä kaasuja. Ne muodostavat palolta suojaavan kalvon kankaan päälle ja siten muuttavat kankaan pintaa. Usein kangas muuttuu hieman jäykemmäksi ja karheammaksi. Aineet saattavat myös

aiheuttaa allergiaoireita ollessaan kosketuksessa ihoon. Palosuojakäsittely on muistettava uusia aika ajoin, koska se kuluu pesussa sekä ajan kuluessa. (Rämö & Ylä-Sulkava 1999, 7, 20.)

Palosuojaus voidaan tehdä valmiille materiaalille myös sen valmistuksen viimeisenä vaiheena, jolloin puhutaan palosuojaviimeistyksestä. Tällöin viimeistys on pysyvä oikein huollettuna. Täysin pysyvät palosuojaukset tehdään materiaalin valmistusprosessin aikana, jolloin raaka-aineeseen lisätään palosuojaj-aineita tai niiden tavoin vaikuttavia muita aineita. Tällöin ympäristön olosuhteet eivät vaikuta palosuojaukseen eikä palosuojaj-aine muuta kankaan materiaalin tuntua. Pysyvä palosuojaus saadaan materiaalille myös, jos se valmistetaan korkeita lämpötiloja kestävästä raaka-aineista. Nämä materiaalit ovat kuitenkin verraten kalliita ja niitä käytetään enimmäkseen erityisolosuhteissa. (Rämö & Ylä-Sulkava 1999, 17-18.)

Säkkituoli on pehmustettu monikerrostuote, jonka syttymisherkkyyteen vaikuttavat sen pintakerrosten ominaisuudet sekä pehmusteen tiheys. Julkisessa tilassa huonekalun päälliskankaan materiaalin olisi suotavaa olla vaikeasti syttyvä. Jos päällinen on täysin sulavaa tekokuitukangasta, tai sen puuvillapitoisuus on alle 50 %, niin pehmustetun monikerrostuotteen syttyvyys luokka on yleensä 2 pehmusteesta riippumatta. Tällöin päällinen suojaa pehmustetta syttymiseltä. Varmin tulos palosuojauksen kannalta saavutetaan kuitenkin huomioimalla paloturvallisuus myös pehmustetta valitessa (Rämö & Ylä-Sulkava 1999, 12-14).

EMMAN säkkituolien sisusmateriaalin tulisi olla pysyvästi palosuojattu, joka tarkoittaa sitä, että materiaali on palosuojakäsitelty jo raaka-aineen valmistuksen yhteydessä. Tällöin siitä ei aiheudu vaaraa käyttäjille, ja sen huolto on mahdollisimman vaivatonta. Työtakkien eli säkkituolin päällisen materiaalin puuvillapitoisuus on 30 % ja polyesteripitoisuus 60 %, joten sisäpussin ollessa paloturvallinen hyväksytään säkkituolit täytemateriaalista riippumatta todennäköisesti syttyvyysluokkaan 2. Olisi kuitenkin suotavaa, että täytemateriaalikin olisi tavanomaisesti tai vaikeasti syttyvää.

### 3.4.3 Markkinoilla olevia säkkituoleja

Tein markkinakartoituksen säkkituoleista pohjaksi omalle suunnittelutyölleni. Pyrin kartoittamaan säkkituolin muotoilullisia mahdollisuuksia sekä saamaan kokonaiskuvan markkinoilla olevista tuotteista. Sain myös tietoa tuotteiden materiaaleista. Esi-merkkituotteiksi itselleni poimin erityyppisiä tuotteita, jotka kaikki joltain osin voivat auttaa löytämään ratkaisuja muotoilulliseen pulmaani. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Erityyppisiä säkkituoleja, joita tällä hetkellä on markkinoilla.

#### 3.4.4 Esimerkkituotteiden arviointitaulukko

Arviointitaulukon tarkoitus on antaa suuntaviivat luonnoksille. Kirjallisuudesta ja osallistuvasta ergonomiasta saadun tiedon perusteella määrittelin säkkituolien ominaisuuksia, jotka vaikuttavat niiden muotoon. Asetin ne tärkeysjärjestykseen, jonka mukaan tuotteet voivat saada pisteitä kustakin ominaisuudesta. Tärkeämmästä ominaisuudesta voi saada tai menettää enemmän pisteitä kuin vähemmän tärkeästä ominaisuudesta. Valitsin arvioitavakseni markkinakartoituksesta kuusi erityyppistä säkkituolia. Niistä kolme eniten pisteitä kerännyttä toimivat lähtökohtina luonnoksilleni. Taulukon tulokset ovat osittain subjektiivisia, koska pisteytys tapahtui ainoastaan oman näkemykseni perusteella.

Käytettävyys on sijalla yksi, koska jos asiakkaat tuotetta käyttäessään havaitsevat sen jollakin tavalla epämiellyttäväksi, se vie huomion tuotteen muilta ominaisuuksilta. Silloin tuotteesta jää negatiivinen muisto, joka vaikuttaa mielikuvaan koko yrityksestä. Tässä kohtaa arvioin tuotteen käytettävyyteen liittyviä ominaisuuksia, joita olen käsitellyt luvussa 3.3.1.

Ensivaikutelman tuotteesta antaa sen visuaalinen ilme. Jos tuote näyttää mukavalta ja mielenkiintoiselta, tekee siihen mieli istua. On ensiarvoisen tärkeää, että ihmiset istuvat EMMAn säkkituoliin, koska silloin he pääsevät käsiksi moniaistillisiin yksityiskohtiin. Visuaalinen ilme on kuitenkin taulukossa vasta toisella sijalla, koska arvioinnin kohteena eivät ole varsinaiset tuote-ehdotukset vaan ainoastaan esimerkkituotteet. Taulukossa pisteytän tuotteiden visuaaliset ominaisuudet pääosin muodon perusteella, koska EMMAn säkkituolin päällismateriaali oli määrätty jo tehtävänannossa. Pisteytyksessä on otettu huomioon myös toimeksiantajan toiveet tuotteen tyylikkyydestä ja selkeydestä.

Kolmantena arvioitavana ominaisuutena on tuotteen taloudellisuus. Tuotteen valmistukseen on ennalta määrätty budjetti, jonka rajoissa tulee pysyä. Esimerkkituotteiden taloudellisuutta arvioin niiden valmistusajan ja materiaalimenekin perusteella. EMMAn säkkituolin valmistusaikaan vaikuttaa suuresti sen päällisen materiaali, joka koostuu yrityksen käytöstä poistetuista työtakeista. Tästä syystä pinta tulee olemaan tilkkumai-

nen, ja päällisen saumojen lukumäärä tulee olemaan suunnilleen sama joka tapauksessa. Näin ollen suunnittelemani tuotteen erilaisten mahdollisten valmistustapojen välillä ei todennäköisesti ole niin suurta aikaeroa kuin esimerkkituotteiden valmistusaikojen välillä.



Kuvio 8. Arvioitavat esimerkkituotteet numeroituina. (1. Toimistoon.fi 2012, 2. Design Public 2011, 3. Bean Bags.net.au 2007, 4. Yanko Design 2010, 5. Archi EXPO 2012, 6. Overstock.com 2010.)

Tuotteiden ominaisuuksien pistemäärät muodostuvat peruspisteistä ja lisäpisteistä.

Peruspisteitä tuotteet voivat saada asteikolla 1-10 huonoimmasta parhaimpaan.

Lisäpisteet on lisätty peruspisteisiin arvioitavan ominaisuuden tärkeyden mukaan.

Ominaisuuksien lisäpisteet asteikolla 0-2:

Taloudellisuus = 0

Visuaalinen ilme = 1

Käytettävyys = 2

Taulukko 1. Esimerkkituotteiden arviointitaulukko

<b>Tuote</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>	<b>6.</b>
Käytettävyys	8	6	9	11	9	8
Visuaalinen ilme	11	10	8	9	6	7
Taloudellisuus	5	7	10	6	7	8
<b>Pisteet yhteensä</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	<b>23</b>

Eniten pisteitä saivat esimerkkituotteet 1, 3 ja 4. Tuotteet 1 ja 4 pärjäsivät vertailussa hyvin käytettävyytensä ja visuaalisen ilmeensä ansiosta. Nämä tuotteet saivat kuitenkin

vähiten pisteitä taloudellisista ominaisuuksistaan, mikä on huomioitava EMMAn säkkituolin rakennetta suunnitellessa. Esimerkkituote 3 keräsi tasaisesti jokaisesta ominaisuudestaan melko hyvät pisteet, mutta taloudellisuudessa se peittosi muut esimerkkituotteet. Yhteispistemäärällä se voitti kuitenkin vain niukasti esimerkkituote 4:n. Kaiken kaikkiaan yhteispistemäärien vaihteluväli on melko pieni, koska arvioitavat ominaisuudet kompensoivat toisiaan. Kokonaisuudessaan tuotteet ovat suhteellisen tasavahvoja EMMAn tarpeita ajatellen eikä selkeää voittajaa ole. EMMAn tuotetta suunnitellessa on näin ollen järkevämpää kiinnittää huomiota enemmän yksittäisten ominaisuuksiin kuin kokonaispistemääriin.

## **4 Suunnitteluprosessi**

Suunnitteluprosessi käsittää kaikki tuotteen suunnittelun konkreettiset vaiheet ideoinnista alkaen lopullisiin suunnitelmiin ja tuotannon suunnitteluun. Prosessi alkoi vapaalla luonnostelulla, jossa lähdin hakemaan säkkituolille muotoa käsin piirtäen. Jo varhaisessa vaiheessa hahmotelmien joukosta erottuivat kolme mielestäni potentiaalisinta vaihtoehtoa, joista piirsin yksityiskohtaisemmat suunnitelmat tietokoneella. Painatuksien ja pehmoesineiden suunnitteluun olin hakenut kuvallista inspiraatiota Saastamoisen taidesäätöön kokoelmasta sekä valitsemieni teemojen symboliikasta. Minulla oli jo ensimmäisistä luonnoksista lähtien visiot tietyistä muodoista, joita työstin lähes alusta alkaen tietokoneella. Eri vaihtoehtoista valitsin itseäni inspiroivimmat luonnokset, joista tein havainnollisemmat esitykset toimeksiantajalle. Tässä vaiheessa en vielä antanut tuotannollisten asioiden rajoittaa suunnittelua liikaa. Luonnoksista jatkokehittiin lopullinen mallisto toimeksiantajan kommenttien perusteella. Suunnitteluprosessin viimeinen vaihe on tuotannosuunnittelu, joka sisältää mahdollisten valmistajien kartoittamisen ja valmistusmateriaalien hankinnan.

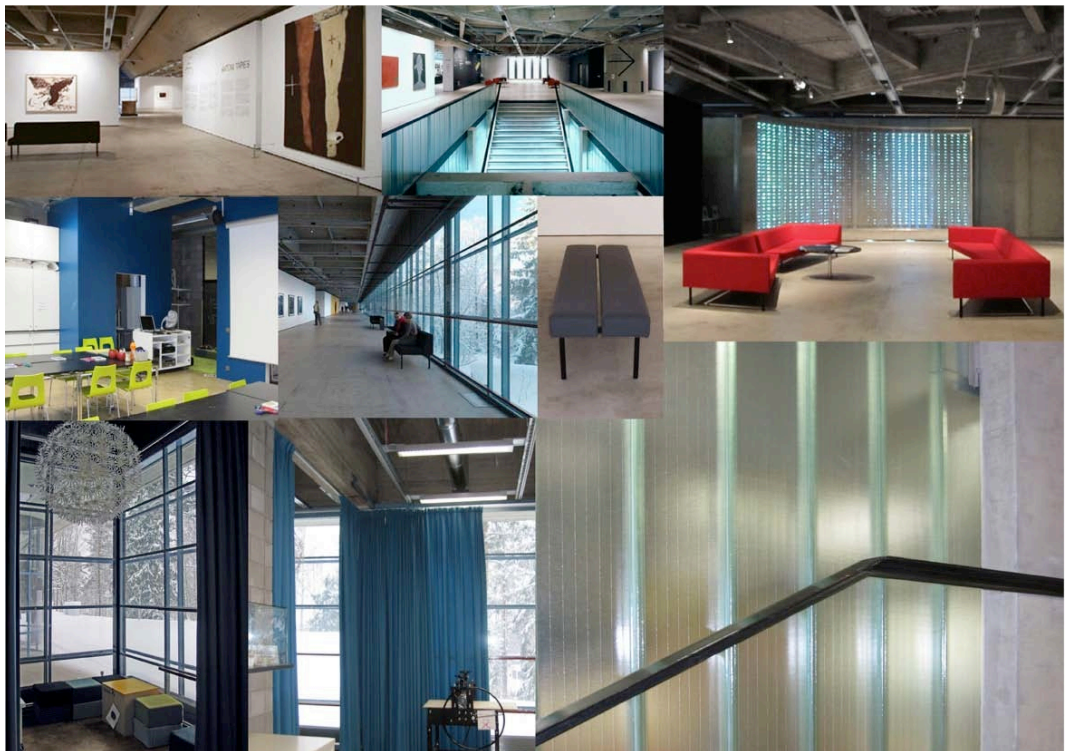
### **4.1 Luonnokset**

Luonnokset jakautuvat kahteen eri osioon: säkkituolin luonnoksiin sekä toiminnallisten yksityiskohtien luonnoksiin. Säkkituolista esitän kolme pisimmälle vietyä ja toimeksiantajalle esiteltyä luonnosta luvussa 4.1.1. Toimeksiantajan edustaja museolehtori Maria

Vähäsarja antoi luonnoksista palautetta, jonka perusteella suunnitelmia on jatkokehitetty luvussa 4.2. Toiminnalliset yksityiskohdat koostuvat jokaisessa säkkituolissa yhdestä pehmoesineestä ja yhdestä painatuksesta, joiden luonnoksia ja teemoja käsittelem luvussa 4.1.2. Näistäkin luonnoksista esitän ainoastaan neljä pisimmälle vietyä ehdotusta, joista saadut toimeksiantajan kommentit raportoin luvussa 4.2.2.

#### 4.1.1 Ensimmäiset suunnitelmat säkkituolista

Inspiroiduin vahvasti EMMAn rakennuksesta, joka on entinen Weilin & Göös -yhtiön kirjapainotalo. Kuviossa 8 on tämä miljöö kuvattuna. Tunnelma on konstruktivistinen, tehdasmainen ja elegantti. Kalusteet ovat melko virtaviivaisia ja selkeitä. Kuvion 8 vasemmassa alareunassa on kuva Paletti-työpajatilän oleskelualueesta. Neliönmalliset haptiset rahat poistuvat käytöstä ja tilalle tulevat toiminnalliset säkkituolit. Oleskelualue sijaitsee työpajatilän ulkonevassa nurkkauksessa. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Kuvia EMMasta. Vasemmallä alakulmassa näkyy Paletti-työpajatilän nurkkaus, johon osa säkkituoleista sijoittuu.



Oman ilmeensä säkkituoleihin tuo toimeksiantajan määräämä päällisen materiaali, joka koostuu EMMAn käytöstä poistetuista työtakeista. Takeissa on brodeerattuna EMMAn logo selässä ja rinnassa. Ne sijoittuvat säkkituoliin sattumanvaraisesti ympäriinsä. Takeissa on metallinen vetoketju edessä ja yksi tasku, joita olisi tarkoitus käyttää hyväksi toiminnallisissa yksityiskohdissa. (Kuvio 10.)



Kuvio 10. EMMAn käytöstä poistetut työtakit. Kumpaakin mallia on sekä mustana että harmaana.

Tarjosin toimeksiantajalle kolme muodoltaan selkeästi erilaista vaihtoehtoa, jotta heidän olisi helppo valita niistä sopivin ja saisin itse tarkempaa tietoa mihin suuntaan lähdän kehittämään tuotteen muotoilua. Luonnoksiin pyrin sisällyttämään samoja ominaisuuksia, joita arviointitaulukossa parhaiten menestyneillä esimerkkituotteilla on.

Kolme eniten pisteitä kerännyttä tuotetta saivat kukin yhdestä ominaisuudestaan kaikista parhaimmat pisteet, ja tavoitteena suunnittelussa on näiden ominaisuuksien sopiva yhdistelmä.

Työtakkien ollessa mustia ja harmaita olisi ollut mahdollista tehdä tuotteiden päällisistä kaksivärisiä. Päätin kuitenkin jo alkuvaiheessa päällisten olevan yksivärisiä, jotta koko-

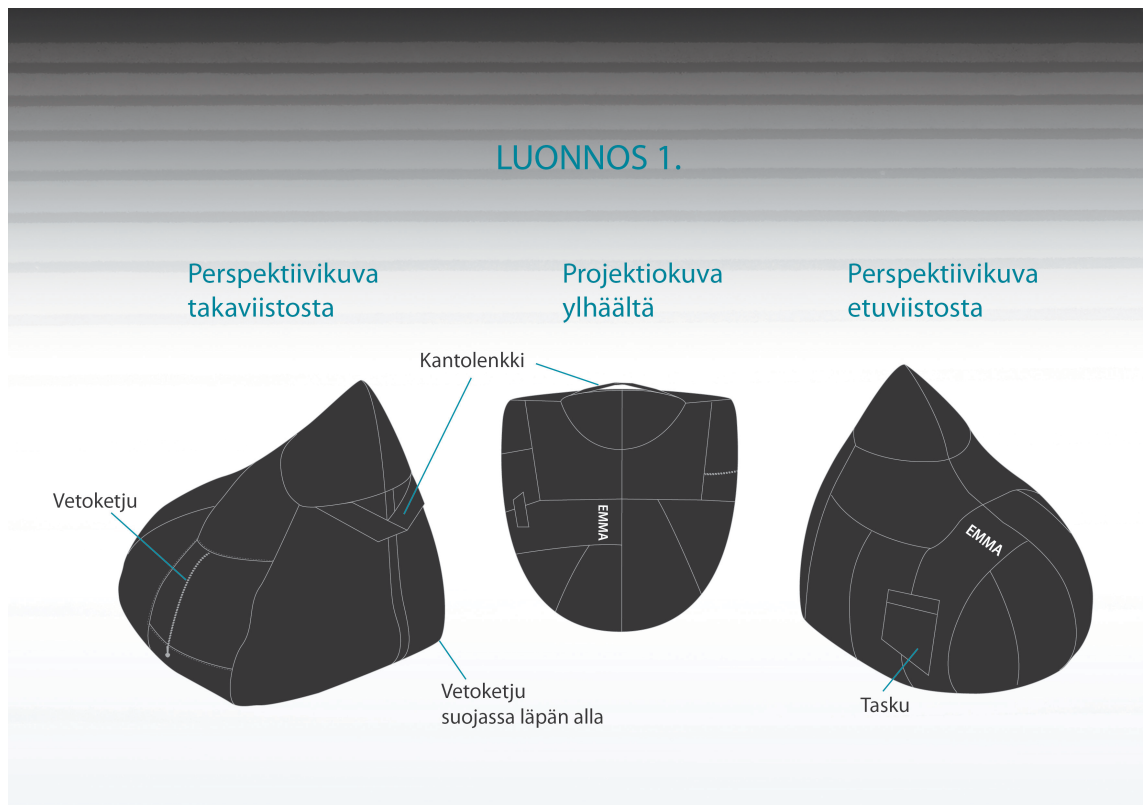
naisuus säilyy hillittynä ja selkeänä. Kaksivärisyys olisi korostanut konstruktivistista ulkonäköä, mutta uskon sen tulevan riittävästi esiin muutenkin. Luonnoksissa olen havainnollistanut päällisen tilkkumaisuutta harkitusti, mutta lopullisessa tuotteessa saumat sijaitsevat sattumanvaraisemmin peruskaavojen sisällä.

Vaikka tuotteiden muoto on luonnoksissa erilainen, niin jokainen niistä sisältää samat asiat: kantokahvan, yhden taskun ja yhden vetoketjullisen, avattavan ja suljettavan suojaläpän, jonka taakse sijoittuu painatus. Pehmoesine puolestaan suunnitellaan mahduttavaksi taskuun. Kaikki tuote-ehdotukset ovat myös epäsymmetrisiä muodoltaan, jotta niiden asento ei muuttuisi käytössä. Tämä on tärkeää toiminnallisten yksityiskohtien kannalta, koska niiden on oltava pysyvästi käyttäjän ulottuvilla.

EMMAN tiloja ajatellen on myös suotavaa, että tuotteet pysyvät aloillaan ja oikein päin. Pyrin saamaan kaikkien luonnosten muotoon hieman tuolimaista vaikutelmaa, koska tuotteen ei ole tarkoitus näyttää säkiltä, johon voi uppoutua. Hyvin säkkimäinen ulkonäkö ei välttämättä olisi aikuisten asiakkaiden mieleen. Silloin myös yleisilme saattaisi olla liian rento ja toiminnalliset yksityiskohdat olisivat heikommin havaittavissa.

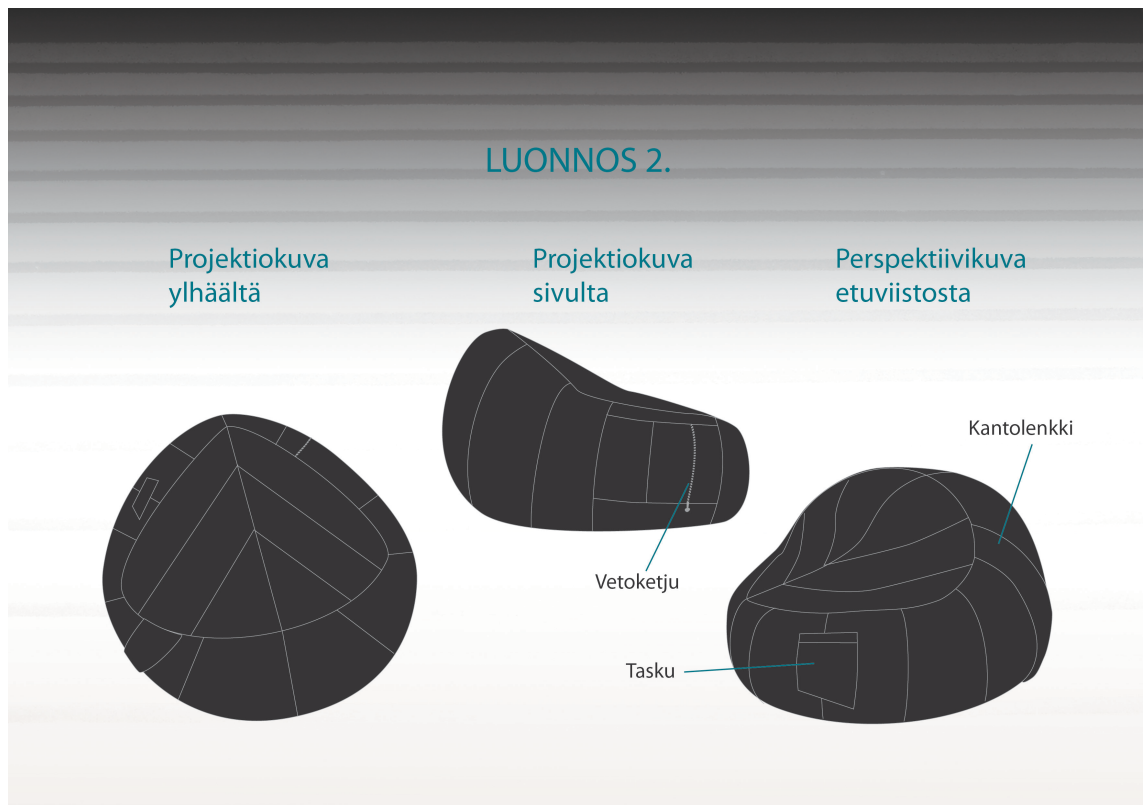
Tuotteen päällisen on oltava pestävä, joten sisus on erikseen sisäpussissa ja päälliseen on sijoitettava riittävän pitkä vetoketju, jotta sisäpussi täytteen saadaan tarvittaessa ulos. Ensimmäisessä luonnoksessa (kuvio 11) vetoketju on tuotteen selkäosassa ja kahdessa muussa luonnoksessa sen on ajateltu sijoittuvan tuotteen pohjaa kiertävään saumaan. Lattiaa vasten oleva vetoketju altistuu kovalle rasitukselle, joten siihen olisi luultavasti parempi muunlainen ratkaisu.

Ensimmäisessä luonnoksessa (kuvio 11) inspiraation lähteenä on rakennuksen historia kirjapainotalona. Idea on, että tuote muistuttaa mustepisaraa ja kertoo siten rakennuksen historiasta.



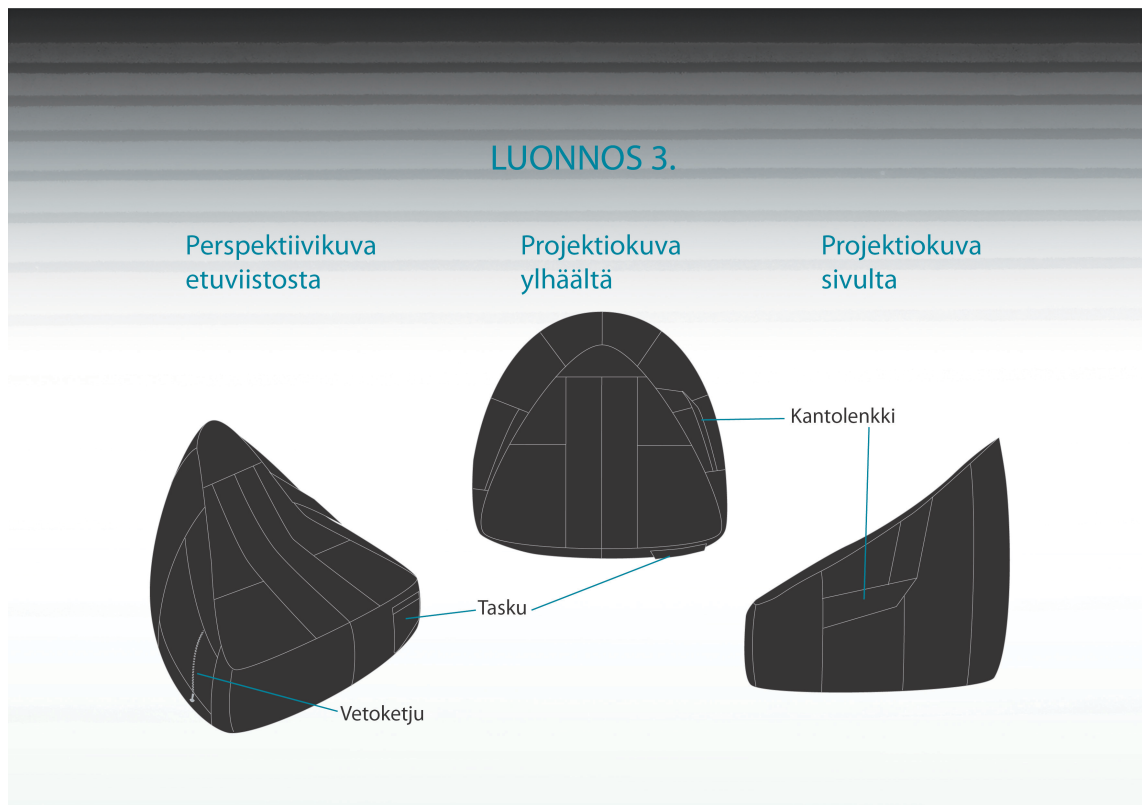
Kuvio 11. Luonnos 1.

Toinen luonnos (kuvio 12) edustaa neutraalia ja huomaamattomampaa vaihtoehtoa verrattuna kahteen muuhun. Muodon vähäeleisyys on EMMAn minimalistisen graafisen ilmeen innoittama.



Kuvio 12. Luonnos 2

Kolmas luonnos (kuvio 13) ilmentää rakennuksen tehdasmaista särmikkyyttä ja olemassa olevien kalusteiden suoraviivaisuutta ja kulmikkuutta. Sen on tarkoitus olla persoonallisempi vaihtoehto kahdelle muulle luonnokselle.



Kuvio 13. Luonnos 3.

Maria Vähäsarja oli tyytyväinen luonnoksiini kommentoiden niitä hyväksi ja selkeiksi. Ehdotuksista valittiin parhaaksi luonnos 1. Siihen oltiin täysin tyytyväisiä, eikä minkäänlaisia muutoksia suunnitelmaan kaivattu. Säkkituolin luonnokset 2. ja 3. koettiin liian ääripäiksi ulkonäöltään. Luonnos 2. oli liian tavallinen ja luonnos 3. liian terävä.

#### 4.1.2 Painatukset ja pehmoesineet – inspiraatiosta luonnoksiin

Teemat, joita olen soveltanut säkkituolien painatuksia ja pehmoesineitä sisältävissä toiminnallisissa yksityiskohdissa olivat mielessäni jo toimeksiannon saadessani. Olin inspiroitunut taloudellisten kriisien aikoina esiintyneistä kulttuuri-ilmiöistä, ja halusin niiden avulla tuoda esiin laman positiivisia puolia. Kolmen kulttuuri-ilmiön (kuvio 14) pohjalta loin kolme teemaa, jotka ovat rakkaus, rohkeus ja luovuus.



Kuvio 14. Kolme lama-ajan kulttuuri-ilmiötä teemojen taustalla.

Havaitsin yhtymäkohtia myös EMMAn arvojen ja omien teemojeni välillä. EMMAn arvot ovat vuoropuhelu, ennakkoluulottomuus ja usko taiteen voimaan. Niinpä toimeksiannon saadessani ehdotin teemoja sovellettavaksi painatuksissa ja pehmoesineissä ohjaavan käyttöteorian tavoin. Toimeksiantajan mielestä idea oli hyvä, mutta toiveena oli myös, että kuviomaailma yhdistyisi jollakin tavoin EMMAn pysyvään Saastamoisen säätiön taidekokoelmaan. Päätin poimia kokoelman teoksista abstraktin ja tyyliä muotoilevan yhdistäväksi tekijäksi suunnittelemiini kuvioihin. Tein Saastamoisen kokoelman taitelijoiden teoksista kollaasin, jossa on esimerkkejä tavoittelemani muotokielestä (kuvio 15).



Kuvio 15. Kollaasissa teoksia taiteilijoilta: Martti Aihla, Ahti Lavonen, Juhana Blomstedt ja Juhani Harri.

Lähdin ilmentämään teemoja symboliikan kautta. Symboleilla on usein monia merkityksiä, jotka ovat myös kulttuurisidonnaisia. Sama koskee värien symboliikkaa, joka on kulttuurisidonnaisuuden lisäksi myös henkilökohtaista. Samanlaisessa ympäristössä eläneille ihmisille sama väri saattaa merkitä eri asioita ja herättää erilaisia tunteita. Näin ollen sovelsin symboliikkaa väreissä ja kuvioissa oman näkemykseni mukaisesti. (Arnkil 2003.)

Valitsin kuvioiden lähtökohdiksi muodoltaan itseäni inspiroivia asioita, joita lähdin abstrahoimaan ja tyylittelemään. Muotoja ja kuvioita suunnitellessa pyrin myös huomioimaan lapset ja välttämään pelottavan näköisiä asioita. Muotojen tyylittelyssä on myös se vaara, että muoto alkaakin muistuttaa jotain aivan muuta asiaa kuin sen todellista lähtökohtaa ja antaa näin väärän mielikuvan katsojalle. Tavoitteenani oli jättää mielikuvitukselle tilaa, mutta kuitenkin välttää negatiivisten mielikuvien syntymistä.

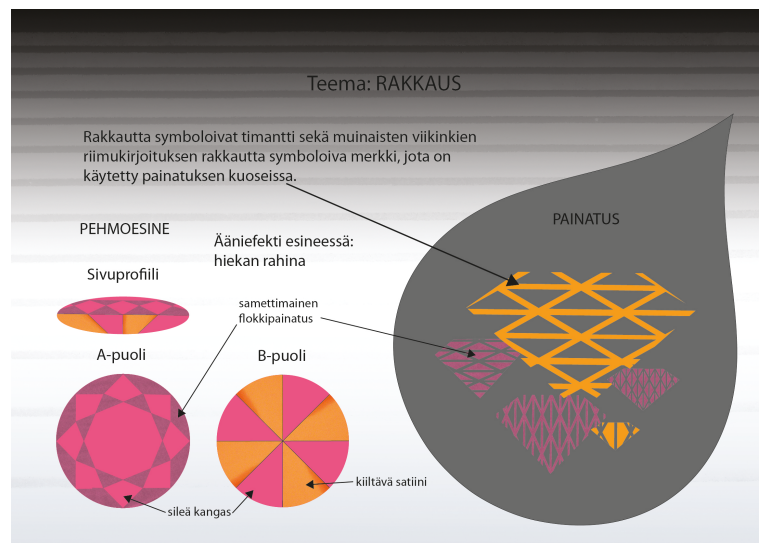
Valitsin jokaiselle teemalle muutaman teemaa symboloivan värin, joista hieman soveltaen poimin kuhunkin kuvioon visuaalisesti sopivimmat värit. Eri teemojen värejä en pyrkinyt koordinoimaan keskenään tai EMMAn brändin kanssa, koska ajatukseni oli,

että painatukset ja pehmoesineet olisivat säkkituolissa kuin taideteokset EMMAssa. Jokainen tuote olisi oma näyttelynsä ja siinä sijaitsevat yksityiskohdat muodostaisivat oman kokonaisuuden ja ilmentäisivät samaa teemaa. Painatukset ja pehmoesineet eivät ole esillä jatkuvasti yhtä aikaa, joten en nähnyt siitäkään syytä tarvetta luoda niistä kovin yhtenäistä mallistoa. Teemakokonaisuuksia olisi neljä, joten yksi teema toistuisi kaksi kertaa eri muodoissa. EMMAssa tuotteet sijoittuvat kahteen paikkaan, joten ei ollut tarpeen luoda kaikkiin kahdeksaan tuotteeseen uniikkeja teemakokonaisuuksia.

Muotokielen lisäksi painatuksien ja pehmoesineiden materiaaleilla on tärkeä tehtävä viestinviejänä ja toiminnallisuuden synnyttäjänä. Materiaalit liittyvät ennen kaikkea EMMAn brändin erottuvuustekijöiden korostamiseen ja vahvistamiseen. Materiaalien avulla tuotteista on tarkoitus tehdä moniaistillisia niin, että jokainen painatus ja pehmoesine olisi jollain tavalla toiminnallinen joko ääneen, muotoon, tai haptisuuteen perustuen. Äännet pehmoesineille valitsin sillä perusteella, mitä tuli mieleen niiden symboloista. Haptisia materiaaleja valitessa huomioin visuaalisen yhteensopivuuden kuvion kanssa ja pyrin luomaan kontrasteja vahvistaakseni haptisuutta. Pyrin kuitenkin välttämään epämiellyttävältä tuntuvia materiaaleja, jotta tuotteista jäisi mahdollisimman positiivisia muistoja käyttäjille.

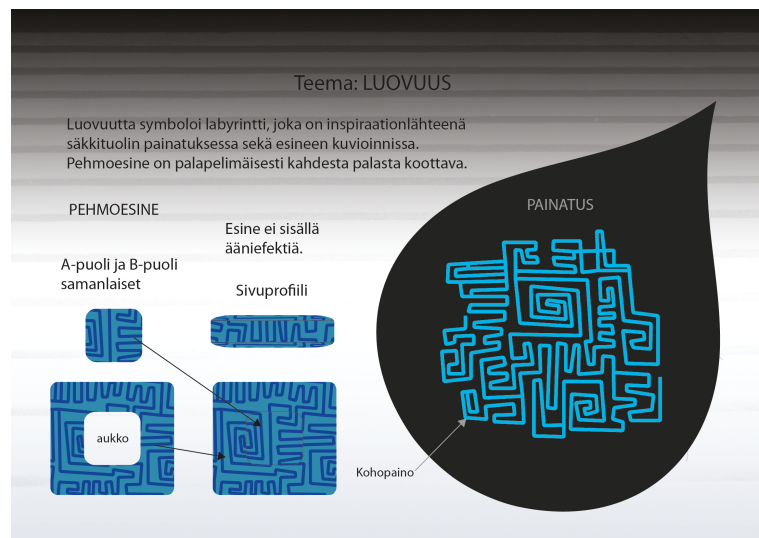
Ehdotin toimeksiantajalle neljää erilaista teemakokonaisuutta, joista yksi perustuu rakkauteen, yksi luovuuteen ja kaksi rohkeuteen. Kummassakin rohkeusteemassa ovat lähtökohtina kuitenkin eri symbolit. Rakkausteman luonnoksessa (kuvio 16) olen yhdistänyt kaksi rakkauden symbolia: timantin ja muinaisten viikinkien riimukirjoituksen rakkautta symboloivan merkin. Painatuksen kuviot ovat timantin muotoisia ja täytetty riimukirjaimesta muodostetulla kuosilla. Pehmoesineen muodot ovat syntyneet timantin inspiroimina. Rakkauden ja ystävyyden värejä ovat vaaleanpunainen ja oranssi.





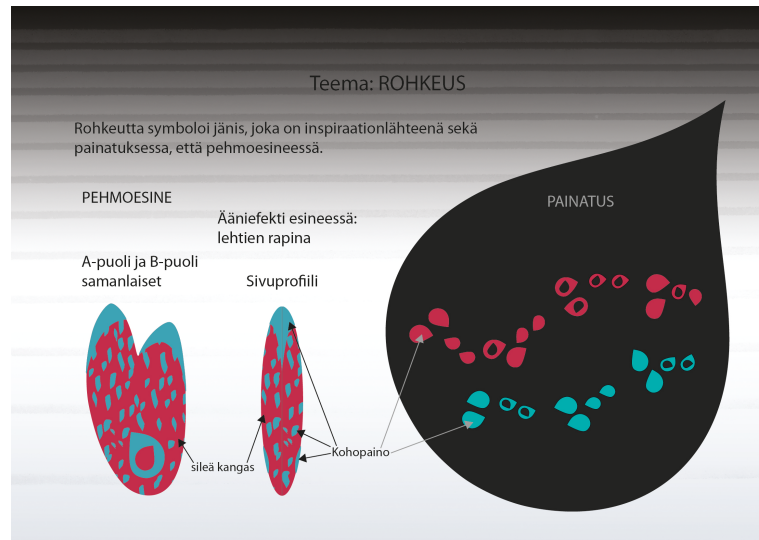
Kuvio 16. Luonnos säkkituoliin rakkaus teemalla.

Luovuusteeman luonnoksessa (kuvio 17) käytin symbolisena lähtökohtana labyrinttiä, jonka pohjalta syntyi painatuksessa ja pehmoesineessä käytetty kuvio. Pehmoesine toimii palapelin tavoin edellyttäen luovaa ongelmanratkaisukykyä. Luovuuden värejä ovat sinisen sävyt.



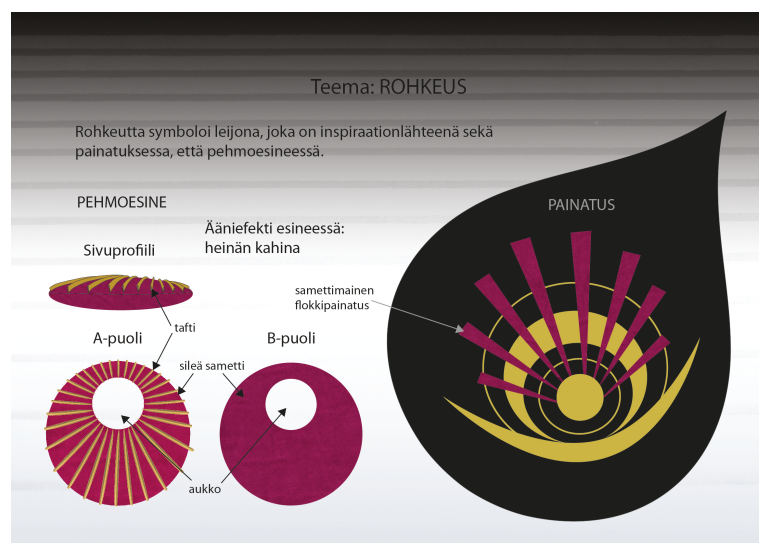
Kuvio 17. Luonnos säkkituoliin luovuusteemalla.

Ensimmäinen rohkeusteeman luonnos (kuvio 18) on saanut inspiraationsa rohkeutta symboloivasta eläimestä, jäniksestä. Jänis esiintyy useaan otteeseen myös EMMAn mu-seokaupan tuotteissa. Kirkas punainen ja turkoosi, muodostavat rohkean väriyhdistelmän.



Kuvio 18. Ensimmäinen suunnitelma säkkituoliin rohkeusteemalla.

Toisessa rohkeusteeman luonnoksessa (kuvio 19) käytin lähtökohtana toista rohkeutta symboloivaa eläintä, leijonaa. Rohkeuden värejä ovat punainen ja keltainen.



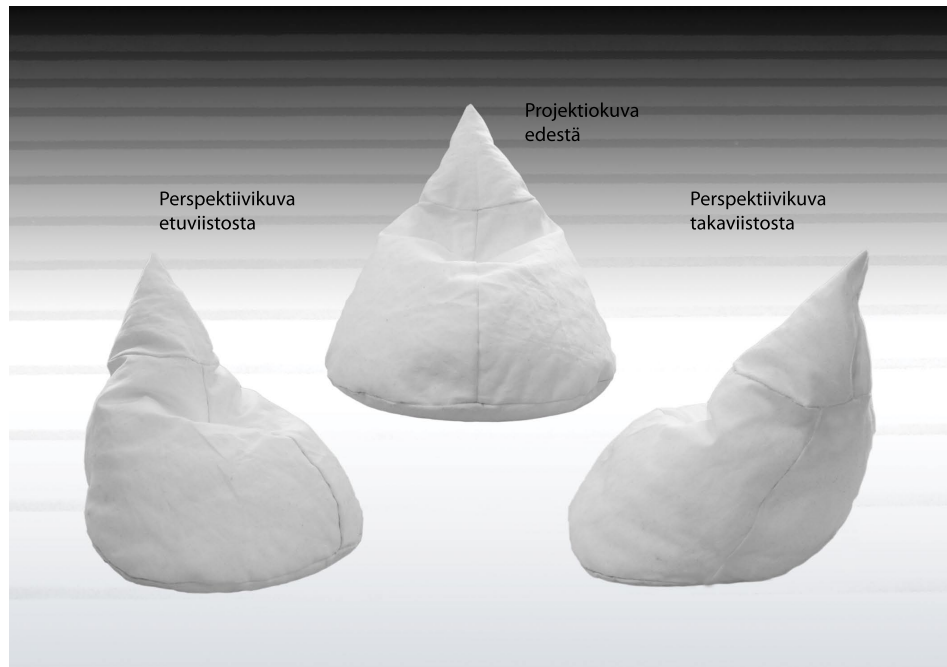
Kuvio 19. Toinen suunnitelma säkkituoliin rohkeusteemalla.

## 4.2 Jatkokehitys ja toimeksiantajan kommentit

Toimeksiantaja kommentoi edellisessä luvussa käsitellyjä luonnoksia, joita jatkokehitin kommenttien perusteella. Tein suunnitelmista uudet ehdotukset toimeksiantajalle, joka antoi niistä palautetta. Painatuksista ja pehmoesineistä tein samanlaiset suunnitelmat kuin edellisessä luvussa, mutta säkkituolia vein eteenpäin tekemällä siitä pöytäkokoisen protokappaleen.

### 4.2.1 Säkkituolin prototyyppi pienoiskoossa

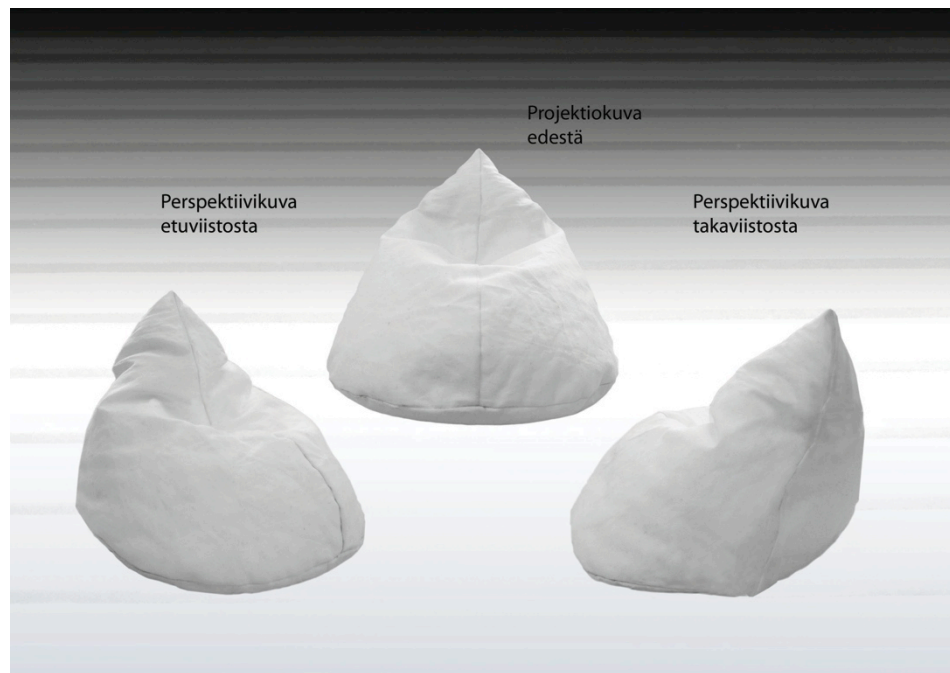
Tein ensimmäisen protokappaleen säkkituolista mittakaavassa 1:4 voidakseni sen avulla luoda kaavat tuotteelle. Protokappaleesta on jätetty yksityiskohdat pois, koska tarkoitukseni on luoda säkkituolille peruskaava, joka sisältää neljästä viiteen kaavan osaa. Valmistusvaiheessa kaavan osat muodostetaan työtakkien tilkuista. (Kuvio 20.)



Kuvio 20. Säkkituolin ensimmäinen protokappale.

Ensimmäinen protokappale kuviossa 20 on kehitetty luonnoksen 1. pohjalta (kuvio 10) toimeksiantajan päätöksen mukaisesti. Protokappale on hieman erilainen verrattuna

alkuperäiseen luonnokseen. Toimeksiantaja oli täysin tyytyväinen luonnokseen sellaisenaan eikä kaivannut mitään muutoksia, mutta päätin kuitenkin kokeilla miten tuote toimisi pyöreällä pohjalla ja terävällä kärjellä. Kärkeen en ollut täysin tyytyväinen, ja se olisi ehkä voinut olla tylpempi, mutta mielestäni muoto oli muuten persoonallisempi ja muistutti enemmän pisaraa kuin aiempi luonnos. Toimeksiantajan mielestä ensimmäinen luonnos oli kuitenkin parempi, joten tein toisen samankokoisen protokappaleen (kuvio 21), joka on luonnoksen 1. mallinen. Lopullinen tuote on mahdollista valmistaa tämän protokappaleen kaavojen avulla (Liite 2).



Kuvio 21. Säkkituolin toinen protokappale.

Konsultoin ompelun teknisissä kysymyksissä lehtori Marja-Liisa Kauppista Metropolia Ammattikorkeakoulusta. Häneltä sain vahvistuksen epäilyyni vetoketjun kestävydestä tuotteen pohjassa. Luonnoksessa 1. tuotteen selkäosassa sijaitseva vetoketju jää siis paikoilleen, mutta jatkuu pidemmälle kohti säkkituolin kärkeä, jotta sisäpussi sisusmateriaaleineen voidaan tarvittaessa poistaa päällisen sisältä (kuvio 20). Valmistuksen yhteydessä on kiinnitettävä huomiota saumojen kestävytyteen erityisesti tuotteen is-

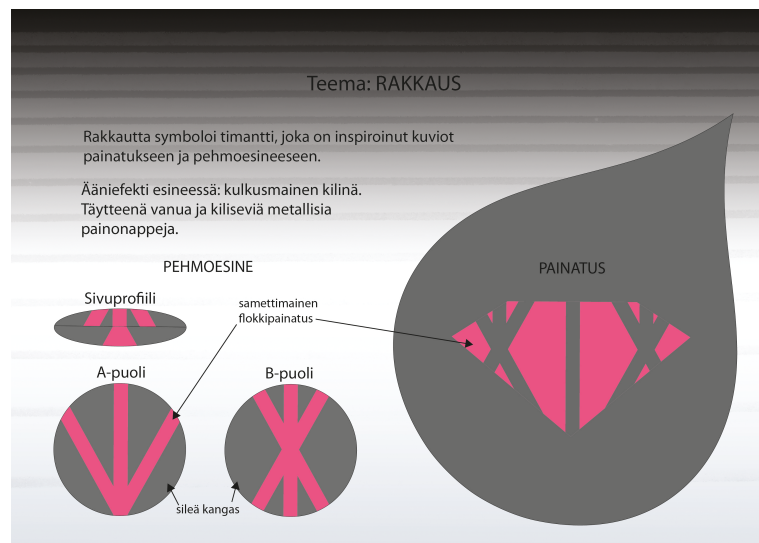
tuinosassa, johon kohdistuu suurin rasitus. Kauppinen suositteli päällitikkauksia jokaiseen saumaan.

Olisi kannattavampaa valmistaa ensin työtakkien tilkuista metrikangasta, josta kaavat voidaan leikata, kuin asetella tilkut suoraan kaavojen mukaisesti. Päällitikkausten vuoksi tässä tapauksessa on kuitenkin huomioitava tuotteen kylkeen sijoittuva painatus niin, ettei saumoja jää sen alle. Näin ollen kyseiseen kaavanosaan sommitellaan tilkut sopivasti painatukseen nähden ja lopuista tilkuista valmistetaan metrikangasta muita kaavan osia varten.

#### 4.2.2 Uudet versiot painatuksista ja pehmoesineistä

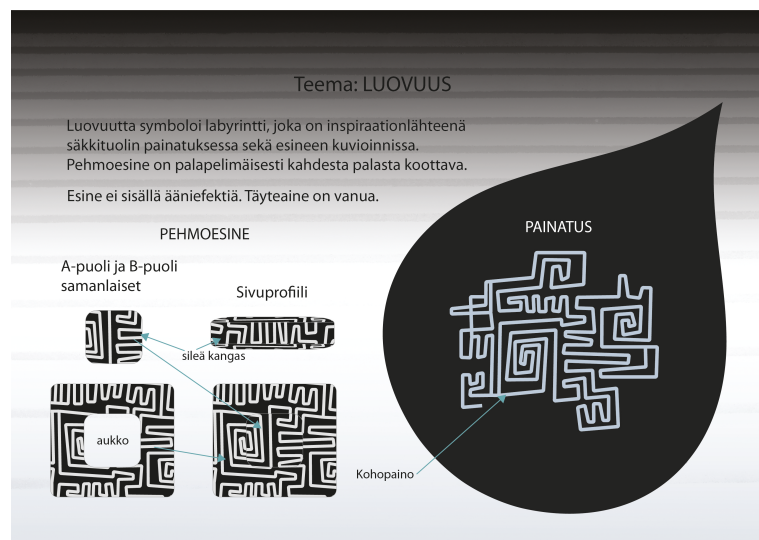
Muokkasin ensimmäisiä luonnoksia painatuksista ja pehmoesineistä toimeksiantajan kommenttien perusteella. EMMAn taidekasvatus- ja palvelupäällikkö Nana Salin kuvaili ensimmäisten luonnosteni kokonaisuutta liian etnisenkiseksi. Värejä saisi olla vähemmän ja kuvioden tulisi olla mahdollisimman yksinkertaisia ja minimalistisia kuten EMMAn graafinen ilme. Yksi rohkeusteeman luonnos (kuvio 18) päätettiin jättää kokonaan pois. Toimeksiantaja toivoi myös ääniefektien ilmentävän mieluummin kyseistä teemaa ja visuaalista ilmettä, kuin lähtökohtana toimivaa symbolia, joten pehmoesineiden sisusmateriaalit vaihtuivat ääntä tuottavilta osilta.

Ensimmäisessä rakkausteeman luonnoksessa olin käyttänyt inspiraationlähteenä muinaisten viikinkien riimukirjoituksen rakkautta symboloivaa merkkiä sekä timanttia. Toimeksiantaja toivoi käytettäväksi ainoastaan jompaakumpaa niistä, joten jätin riimukuo- sin pois ja tein pelkistetyemmän version timantista yhdellä värillä. Toimeksiantaja oli tyytyväinen flokkiin painomateriaalina, ja pelkistääkseni kokonaisuutta päätin käyttää ainoastaan sitä sekä painatuksessa, että pehmoesineen kuviossa. Pehmoesineen ääniefektiksi toimeksiantaja ehdotti kulkusia, joten päädyin käyttämään metallisia painonappeja, joista lähtee samantyyppinen kilinä. (Kuvio 22.)



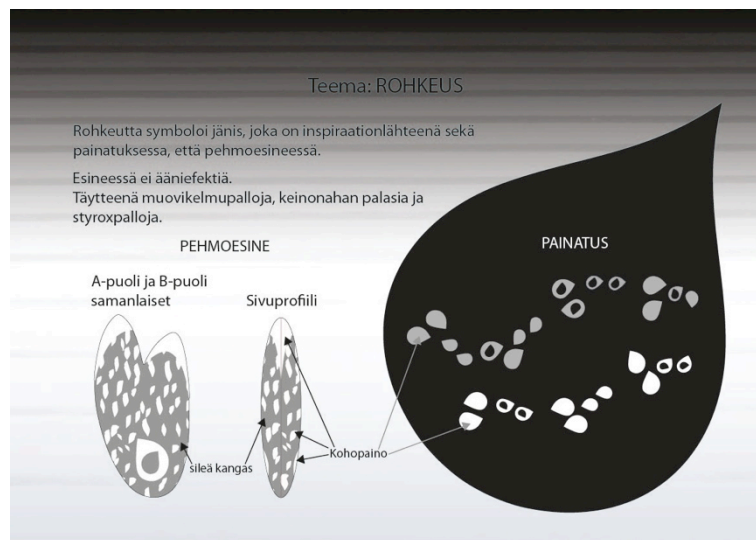
Kuvio 22. Uusi versio suunnitelmasta rakkausteemalla.

Luovuusteeman luonnoksen kuvio hyväksyttiin sellaisenaan, mutta otin kuitenkin osia painatuksesta pois, jotta kokonaisuus olisi tasapainoisempi. Painomateriaalit säilyivät ennallaan, mutta hillitsin värejä toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Uusi versio suunnitelmasta luovuusteemalla.

Myös rohkeusteeman luonnos oli hyvä kuviosisällöltään, mutta siitä toivottiin harmaasävyistä. Painomateriaaleihin ei tullut muutoksia, mutta pehmoesineen sisusmateriaali vaihtui. Lehtien rapinan tilalle toivottiin jotakin lumen kaltaista kuten perunajauhoa. Tällöin esine ei olisi pestävä, joten ehdotin tilalle sekoitusta, jonka haptinen tunto oli siihen sopiva. (Kuvio 24.)

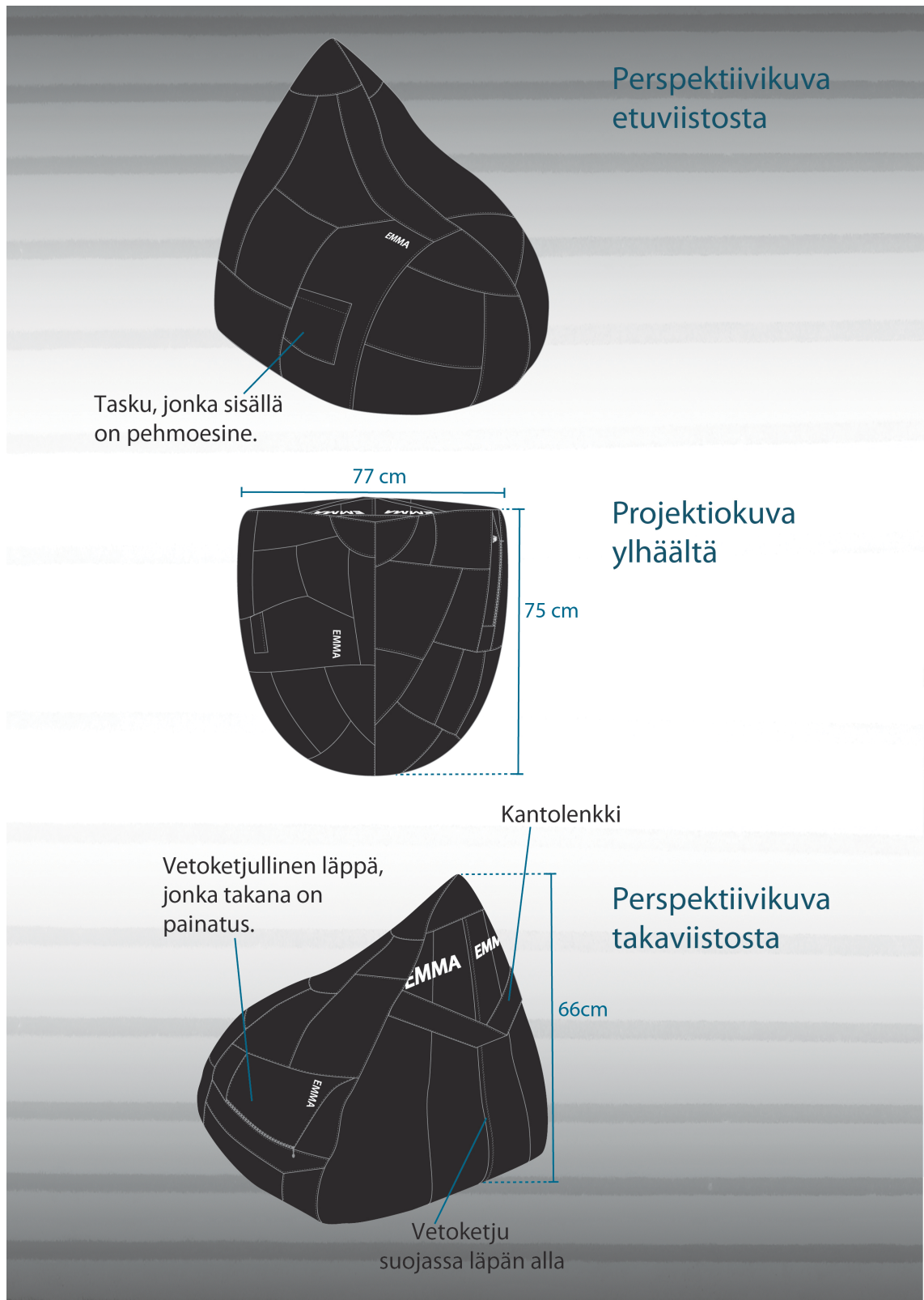


Kuvio 24. Uusi versio suunnitelmasta rohkeusteemalla.

#### 4.3 Valmis mallisto ja toimeksiantajan palaute

Valmistettava säkkituoli tulee olemaan lähestulkoon samanlainen kuin ensimmäinen luonnos. Saumat asettuvat sattumanvaraisemmin, ja tuotteen selkäosassa oleva vetoketju on pidempi, minkä vuoksi kantokahva kiinnittyy eri kohdista, kuin luonnoksessa 1. (kuvio 11). Vetoketjullinen läppä asettuu tuotteessa vaakasuoraan, koska sen taakse jäävät painatukset sopivat siihen malliin paremmin ja läppä asettuu siististi, vaikka vetoketjun jättäisi auki. (Kuvio 25.)



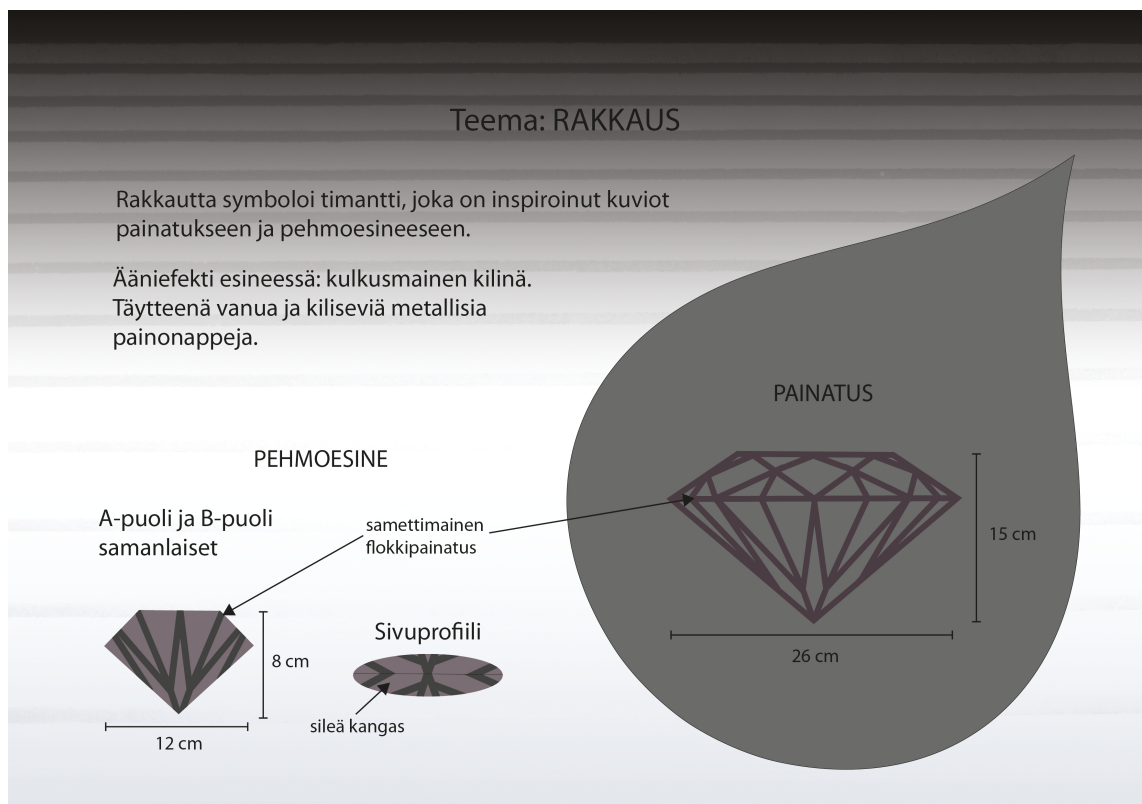


Kuvio 25. Tuotekuva EMMAn säkkituolista.



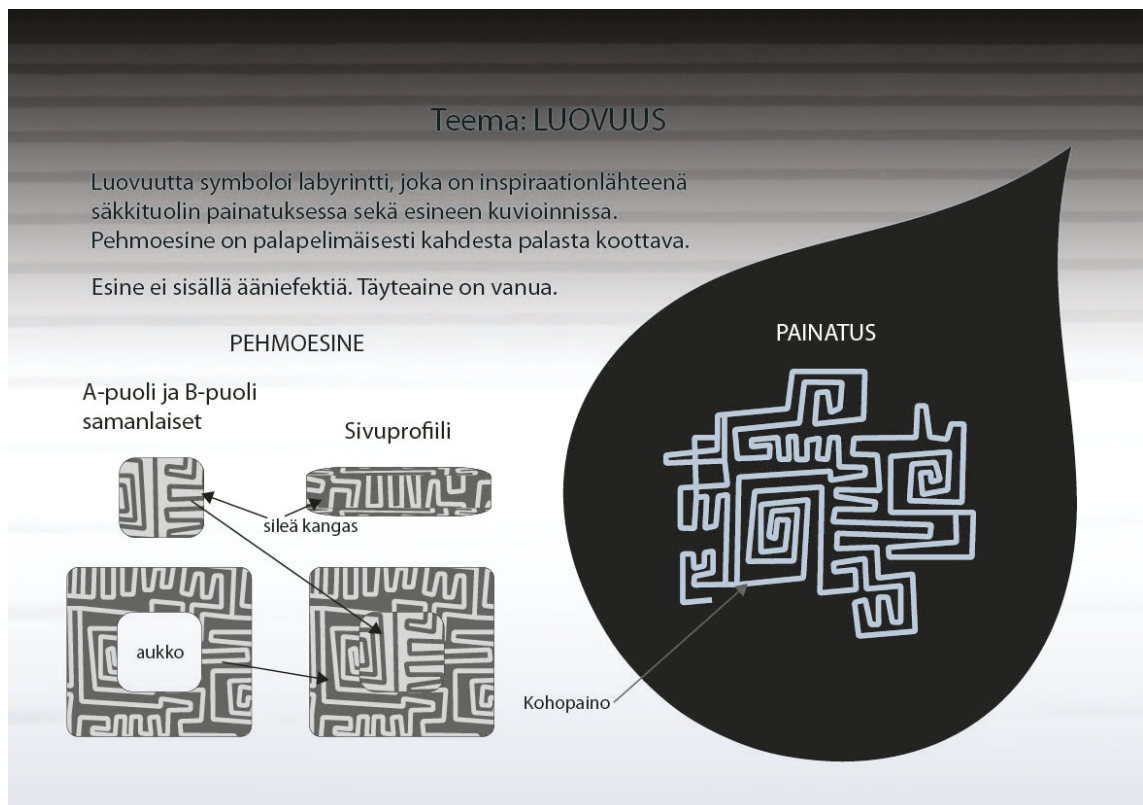
Jatkokehityksen jälkeen sain vielä palautetta toimeksiantajalta, jonka pohjalta tein lopulliset suunnitelmat painatuksista ja pehmoesineistä. Toimeksiantaja halusi kuitenkin värien puolesta eheän kokonaisuuden, jossa toistuvat EMMAlle ominaiset eri harmaan sävyt. Värejä vähennettiin entisestään niin, että jäljelle jäin ainoastaan harmaita ja sävytettyjä harmaita. Värien kontrasteja haluttiin myös pienemmiksi.

Rakkausteeman luonnoksen (kuvio 26) timantista toivottiin tumman sävyistä ja enemmän oikean näköistä, mutta kuitenkin pelkistettyä. Pehmoesineen toivottiin olevan enemmän timantin näköinen.



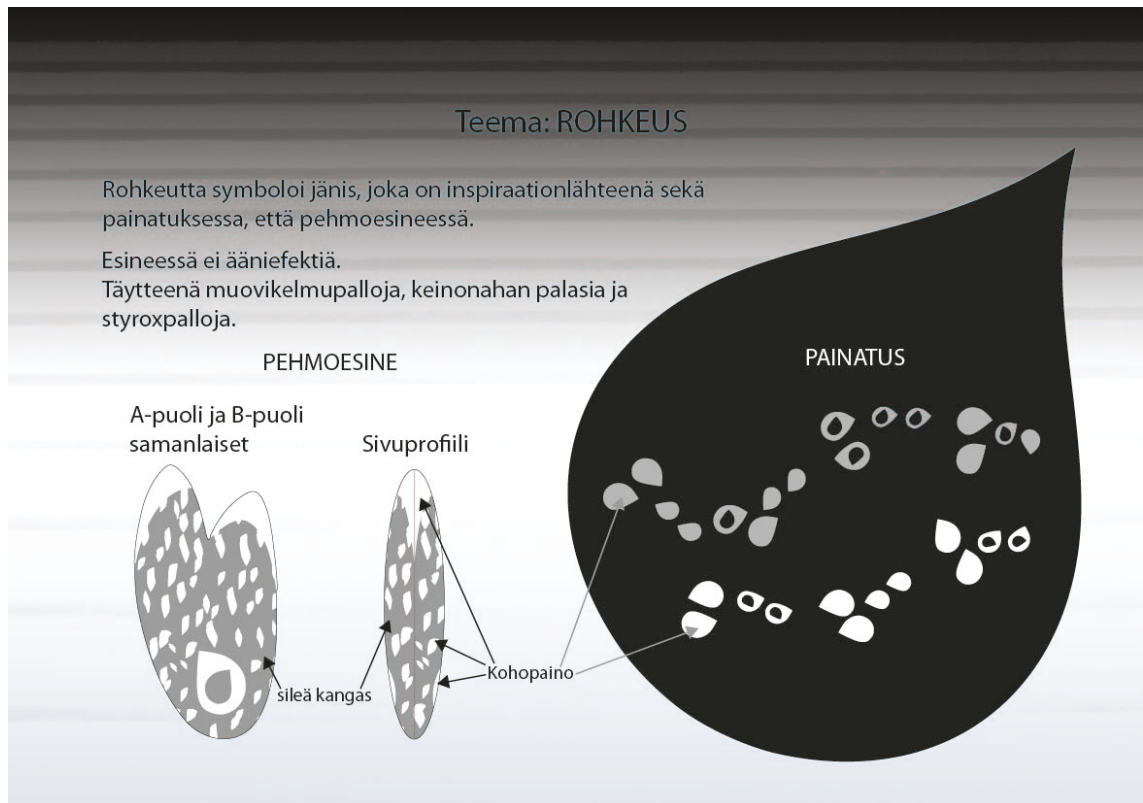
Kuvio 26. Lopullinen suunnitelma rakkausteemasta toiminnallisiin yksityiskohtiin.

Luovuusteeman suunnitelma (kuvio 27) säilyi kuvioiden osalta ennallaan, mutta vähensin pehmoesineen kuvion kontrastia. Pehmoesineeseen toivottiin vaihtelua väritykseen, joten vaihdoin pienen neliön värityksen negatiiviseksi ympäröivään neliöön nähden.



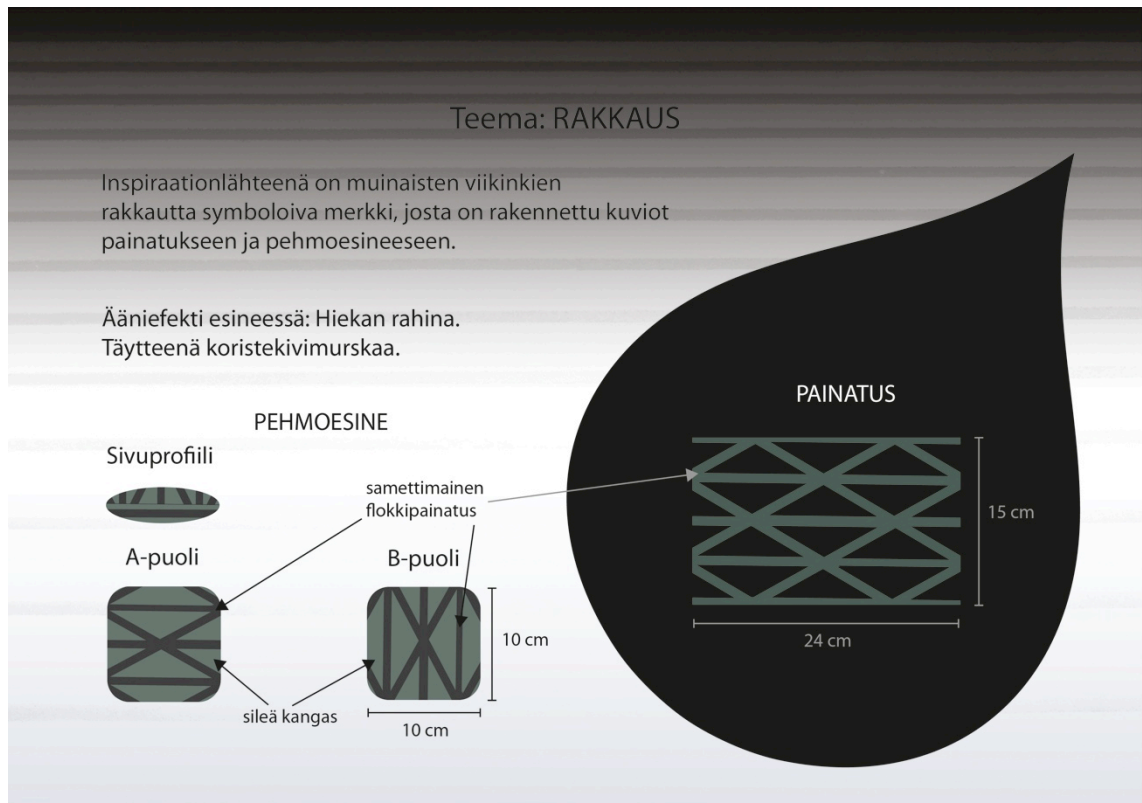
Kuvio 27. Lopullinen suunnitelma luovuusteemasta toiminnallisiin yksityiskohtiin.

Rohkeusteeman suunnitelmaan (kuvio 28) oltiin tyytyväisiä ja se pysyi ennallaan.



Kuvio 28. Lopullinen suunnitelma rohkeusteemasta toiminnallisiin yksityiskohtiin.

Tein lisäksi neljännen suunnitelman (kuvio 29) rakkausteemaa noudattaen. Toimeksiantajalla oli ehdotukset painatuksen ja pehmoesineen muodoiksi, ja ääniefektiksi valikoitui hiekan rahina.



Kuvio 29. Toinen lopullinen suunnitelma rakkausteemasta toiminnallisiin yksityiskohtiin.

Lopulliset suunnitelmat ovat toimeksiantajan hyväksymiä ja ne tullaan toteuttamaan lähtökohtaisesti sellaisina kuin ne tässä työssä ovat. Mallisto käsittää neljä erilaista säkkituolia, joista kutakin valmistetaan kaksi kappaletta. Taloudellisista syistä kuvioita saatetaan yksinkertaistaa vähäisessä määrin ja materiaalien saatavuudesta riippuen myös väreihin saattaa tulla sävy muutoksia. Pehmoesineiden sisusmateriaalit ovat alustavia, koska niistä ei ole valmistettu kunnollisia protokappaleita. Ei voida olla täysin varmoja, että ne toimivat odotetulla tavalla.

#### 4.4 Tuotannon suunnittelu

Säkkituoleja valmistetaan kahdeksan kappaletta käsityönä. Toimeksiantajan budjetti on 300-400 euroa, mikä luo haasteita tuotannon suunnitteluun. Merkittävimmät menoerät muodostuvat suunnittelutyöstä, valmistuksesta, sisäpussin materiaalista ja sisusmateriaalista. Muut hankittavat materiaalit ovat pitkä vetoketju, ompelulanka, kaavapaperi, pehmoesineiden kangasmateriaalit ja painomateriaalit. Olen tehnyt menoeristä alustavan kustannusarvion yhdelle säkkituolille, joka on nähtävissä liitteessä 1.

Olen kartoittanut mahdollisia valmistajia, ja ompelijalla yhden säkkituolin teettäminen kustantaa minimissään noin 140 €, joka on liian suuri summa toimeksiantajan budjettiin nähden. Hintaan ei sisälly myöskään materiaalin eli tilkkukankaan valmistusta. Vaatetus- tai verhoilualan opiskelijalla tuotteiden teettäminen maksaisi noin 10 € tunnilta. Muita mahdollisia vaihtoehtoja valmistukselle voisivat olla tuotteiden valmistus osana opiskelijan työharjoittelua Metropolia Ammattikorkeakoulussa, tai kaupungin järjestämä työpajatoiminta työttömille ja nuorille. Esimerkiksi Helsingin kaupungin opetusvirasto pitää yllä nuorten työpajoja, joissa he tekevät myös tilaustöitä. Sininen verstanimisessä työpajassa on eri aloihin keskittyvät ryhmät mukaan lukien ompeluun ja kankaanpainoon erikoistuneet ryhmät (Opetusvirasto 2011).

Muut merkittävät kustannustekijät materiaaleissa ovat sisäpussin ja täytteen materiaalit. Tiukan budjetin vuoksi lähdin hakemaan sponsoreita näille materiaaleille. Markkina-kartoitusta tehdessäni havaitsin, että lähes poikkeuksetta säkkituolien täytteenä käytettiin paisutettuja polystyreenirakeita eli EPS-rakeita, kansankielellä styroxrakeita. Ne ovat paloturvallisia (SL1) ja luokiteltu myös työlääketieteelliseltä kannalta hygieenisiksi (Epsira 2012). Löysin suomalaisen EPS-rakeiden valmistajan Epsira Oy:n, joka suostui tukemaan hankettamme tarjoamalla sisumateriaalin puoleen hintaan.

Sisäpussin materiaalin suhteen kartoitin suomalaisia yrityksiä, jotka jälleenmyyvät sisustusmateriaalia ja tarjoavat julkisen tilan sisustussuunnittelua. Tiedustelin useilta yrityksiltä sopivanlaista kangasta ja heidän kiinnostustaan sponsoroida EMMAa. Kaikilta ei löytynyt sopivaa kangasta, mutta vastaanotto oli positiivinen ja sain heiltä myös lisää

vinkkejä paikoista, joista kangasta kannattaisi kysyä. Sopivia kankaita löytyi Oy Vallila Interior Ab:n projektipuolen kangasvarastolta. He tarjosivat julkitiloissa käytettävien Trevira CS –kankaiden pakanloppuja käyttöömme.

Sponsorien ansiosta sain supistettua kustannuksia, mutta budjetissa pysymiselle varmin vaihtoehto olisi teettää tuotteet harjoittelijalla. Tällöin yhdelle säkkituolille jäisi hintaa ainoastaan 26,10 euroa. Toisaalta painomateriaaleille voisi myös löytää sponsorin, ja osan valmistuksesta voisi tehdä opintoprojektina. Siten valmistus ja materiaalikulannukset pienenisivät, ja olisi mahdollista palkata opiskelija ompelemaan tuotteet koon, tai käyttää kaupungin työpajojen palveluita. Todennäköisesti budjetti ylittyisi tässäkin tapauksessa kuitenkin noin kolmanneksen.

## **5 Loppuyhteenveto**

Opinnäytetyöni oli projektipainotteinen ja kokonaisuudessaan hyvin työelämälähtöinen. Projektiin sisältyvä suunnittelutehtävä oli todella mielenkiintoinen ja motivoiva, mutta projekti sisälsi suunnittelun lisäksi myös monenlaisia muita suunnittelijan ammattiin liittyviä tehtäviä, mikä teki siitä myös haastavan. EMMAn toiminnalliset säkkituolit ovat yritykselle brändätyjä tuotteita, joita suunniteltaessa oli perehdyttävä huolella EMMAn brändiin ja tutkittava sen erottuvuustekijät. Näiden merkityksellisten seikkojen lisäksi oli perehdyttävä itse suunniteltavaan tuotteeseen, sen muotoilullisiin mahdollisuuksiin ja teknisiin vaatimuksiin. Tuotteiden suunnittelussa oli huomioitava yrityksen brändin oleelliset tekijät sekä käytettävyys ja tekniset vaatimukset. Suunnitelmat oli osattava esittää selkeästi toimeksiantajalle. Tuotteiden tuotannon suunnitteluun vaikutti niille määrätty budjetti, jonka vuoksi sopivan valmistajan löytäminen oli haasteellista. Materiaalien hankinnassa olivat tarpeen suunnittelijan viestinnälliset taidot. Budjetti ei mahdollistanut kaikkien materiaalien ostamista, joten niihin haettiin tukea sponsoreilta.

Säkkituolin muotoilu sujui helposti ja toimeksiantaja oli tyytyväinen jo ensimmäisiin suunnitelmiin. Toiminnallisten yksityiskohtien suunnittelu oli haastavampaa, ja mallis-

ton ajatus niiden osalta muuttui jatkokehittelyn myötä. Lopullinen kokonaisuus on yhtenäisempi ja enemmän EMMAn brändin näköinen kuin alun perin suunniteltu. En ehkä osannut esittää aivan oikeita kysymyksiä toimeksiantajalle painatusten ja pehmoesineiden jatkokehitysvaiheessa, mutta sain heiltä kuitenkin hyvää, konkreettista ja edistävää palautetta. Jatkokehitysvaiheessa olisin toivonut voivani tarjota heille enemmän vaihtoehtoja, mutta pääsimme kuitenkin toimeksiantajan esittämien korjausehdotusten avulla mielekkääseen lopputulokseen.

Olen melko tyytyväinen lopullisiin suunnitelmiini, vaikka näen niissä vielä parantamisen varaa. Joltain osin olisin toivonut pääseväni persoonallisempaan, mutta kuitenkin tyylikkääseen ja pelkistettyyn lopputulokseen. Suunnitelmia voisi tietenkin hioa loputtomiin, ja mukaansa tempaavassa suunnitteluprosessissa saattaa helposti unohtaa tosielämän realiteetit, jotka tulevat vastaan tuotantoa suunniteltaessa. Tuotannon suunnittelu olikin opettavainen kokemus ja haastava positiivisessa mielessä. Lopullinen mallisto on melko taloudellisesti tuotettavissa lähtökohtiin nähden, vaikka joitakin toiminnallisten yksityiskohtien kuvioita saatetaankin joutua yksinkertaistamaan.

Alun perin tavoitteena oli saada tuotannosuunnittelu päätökseen, mutta opinnäytetyön aikataulu ei ollut realistinen. Näin ollen projektiosuus viivästyi, ja tuotannon suunnittelun osalta projekti jatkuu kunnes sopiva valmistaja tuotteille löytyy ja valmistus saadaan käyntiin. Materiaalien hankinta onnistui tavoitteiden mukaisesti ja suurimmat menoerät saatiin katettua sponsoriyritysten materiaaleilla. Pienempiinkin materiaalihankintoihin olisi kuitenkin mahdollista hakea sponsoria. Lopulliset tuotesuunnitelmat ovat teoriassa valmiit, mutta pieniä muutoksia toiminnallisiin yksityiskohtiin todennäköisesti tehdään vielä saatavilla olevista materiaaleista riippuen. Muutokset toteutetaan yhteistyössä toimeksiantajan kanssa samaan tapaan kuin tähänastisetkin suunnitelmat.

Koen saaneeni hyvän käsityksen EMMAn brändistä ja ymmärtäneeni millainen tuote tukee yrityksen brändiä. EMMAn brändillä on vahva perusta, jonka päälle on hyvä lähteä rakentamaan lisää kerroksia. EMMAn brändi on rakennettu hyvin johdonmukaiseksi ja kokonaisvaltaiseksi kokonaisuudeksi, jonka kaikki elementit tukevat toisiaan. Uskon,

että suunnittelemani tuotteet vahvistavat tätä kokonaisuutta ja kaventavat kuilua lupauksen ja todellisuuden välillä. Tämä lisää brändin arvostusta, uskottavuutta ja muistettavuutta asiakkaiden mielissä, ja sitä kautta vaikuttaa myös henkilökunnan motivaatioon. Uskottava ja vahva brändi on haluttu yhteistyökumppani. Brändin rakentaminen ja vahvistaminen ovat huomionarvoisia asioita, joista on todellista hyötyä yritykselle.

EMMAN kaltainen kokonaisvaltainen brändäys on vielä melko harvinaista Suomessa, jossa brändien rakentamiseen ei ole perinteisesti panostettu yhtä paljon kuin monissa muissa länsimaissa. Asenteet ovat muuttumassa ja globalisaation myötä suomalaisyritystenkin on ryhdyttävä luomaan vahvempia brändejä pärjätäkseen kilpailussa. EMMA on tällä hetkellä Suomessa askeleen edellä, mutta tulevaisuudessa on vielä mahdollisuuksia vahvistaa viestiä. Vaikka visuaalisuus on pääosassa EMMAn brändissä, niin se käyttää viestin välittämiseen muitakin aisteja. Näen, että viesti voisi olla vieläkin vahvempi muiden aistien osalta.

Opin ammatillisesti tärkeitä asioita asiakaslähtöisestä suunnittelusta ja työelämän viestinnästä. Tutkimuksellinen osuus työssäni antoi itselleni paljon hyödyllistä uutta tietoa brändeistä ja niiden rakentamisesta. Työni tarjoaa yhden toimintamallin brändäytyjen tuotteiden suunnitteluun ja sitä on mahdollista soveltaa erilaisiin tuotteisiin, palveluihin ja yrityksiin. Uskon, että työstäni on hyötyä kaiken tyyppisessä asiakaslähtöisessä suunnittelussa. Tuotteet synnyttävät EMMAlle uudenlaisen toimintamallin, jota on mahdollista hyödyntää tulevaisuudessa. Tuotteiden moniaistillista konseptia voi laajentaa esimerkiksi museokaupassa myytäviin tuotteisiin ja tuoda näin asiakkaiden saataville. Kaupassa voisi olla myynnissä säkkituoleista muistuttavia esineitä, jotka kulkiessaan ihmisten mukana jokapäiväisessä elämässä herättäisivät käsin kosketeltavia muistoja hauskoista työpajahetkistä.



## Lähteet

Annantalo 2012a. Annantalon esittely. Annantalo 10.4.2012. [verkkodokumentti]  
<http://www.annantalo.fi/esittely> (luettu 6.5.2012)

Annantalo 2012b. Kirjatreffit: Tehdään taidejuttuja! –kirjan julkistamispäivä. Annantalo 22.3.2012. [verkkodokumentti]  
<http://www.annantalo.fi/EnrolmentClient/info.aspx?Key=262BC5F144DC51282C97838D43DFA6BA> (luettu 18.4.2012)

Arnkil, Harald 2003. Energiaa vai mielikuvia – kuinka värit vaikuttavat? Suomen väriyhdistys SVY ry 12.1.2012. [verkkodokumentti] <http://www.svy.fi/artikkelit/03arnkil1.htm> (luettu 6.5.2012)

EMMA 2006. EMMAn ensimmäinen teos pystytetään Helsinkiin Skeittaaminen taidetoksessa ehdottomasti sallittu. EMMA 25.9.2006. [verkkodokumentti]  
<http://www.emma.museum/node/189> (luettu 3.3.2012)

EMMA 2012a. EMMA lyhyesti, missio, visio, arvot ja toimintakertomukset. EMMA 8.3.2012. [verkkodokumentti] <http://www.emma.museum/tietoa-museosta/taidemuseo> (luettu 5.5.2012)

EMMA 2012b. Sadutustuolin tarinoita. EMMA 1.1.2012. [verkkodokumentti]  
<http://www.emma.museum/node/234> (luettu 4.5. 2012)

EMMA 2012c. Taidekaffet. EMMA 1.1.2012. [verkkodokumentti]  
<http://www.emma.museum/oheisohjelmisto/varattavat-työpajat-senioreille>. (luettu 4.4.2012)

EMMA 2012d. EMMAn uusi taideviini, katalonialainen luomupunaviini Marjatta Tapiolan tyylikkäällä etiketillä Alkon tilausviinivalikoimassa tästä päivästä alkaen. Facebook 5.3.2012. [verkkodokumentti] <https://www.facebook.com/emmamuseum> (luettu 5.3.2012)

Epsira 2012. Faktoja EPS-muovista. Epsira Oy 10.3.2012. [verkkodokumentti]  
<http://www.epsira.fi/f/indexframe.html> (luettu 7.5.2012)

Launis, Martti & Lehtelä, Jouni (toim.) 2011. Ergonomia. Helsinki: Työterveyslaitos  
Lindstrom, Martin 2005. Brand sense. Lontoo: Kogan Page Ltd

Mäkinen, Marco & Kahri, Anja & Kahri, Tuomas 2010. Brändi kulmahuoneeseen! Porvoo: WS Bookwell Oy

Opetusvirasto 2011. Työpajat. Helsingin kaupunki 10.10.2011. [verkkodokumentti] [http://www.hel.fi/wps/portal/Opetusvirasto/Tyopajat?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/Opev/fi/Ty\\_pajat/](http://www.hel.fi/wps/portal/Opetusvirasto/Tyopajat?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/Opev/fi/Ty_pajat/) (luettu 5.5.2012)

Rämö, Johanna & Ylä-Sulkava, Tuula 1999. Sisusteiden paloturvallisuus. Espoo: Valtion teknillinen tutkimuskeskus

Terveysinfo 2012. Tuoksuyliherkkyys vaivaa keski-ikäisiä naisia. Terveysinfo 20.4.2012. [verkkodokumentti] [http://www.terveysinfo.fi/uutiset/artikkeli\\_lue/864](http://www.terveysinfo.fi/uutiset/artikkeli_lue/864) (luettu 20.4.2012)

Työterveyslaitos 2011. Mitä ergonomia on? Työterveyslaitos 1.7.2011. [verkkodokumentti] [http://www.ttl.fi/fi/ergonomia/mita\\_ergonomia\\_on/Sivut/default.aspx](http://www.ttl.fi/fi/ergonomia/mita_ergonomia_on/Sivut/default.aspx) (luettu 23.4.2012)

Wilson, Jacquie 2001. Handbook of textile design. Cambridge: Woodhead Publishing Ltd

## **Kuvalähteet**

Kuvio 1. Muotoiluprosessin kaava (Wilson 2001, 21).

Kuvio 4. Pylväsdiagrammi aistikyselyn tuloksista (Lindstrom 2005, 69)

Kuvio 8. Arvioitavat esimerkkituotteet numeroituina:

Tuote 1. Toimistoon.fi 2012. Woodnotes My säkkituoli. Toimistoon.fi 1.1.2012. [verkkodokumentti] <http://toimistoon.fi/index.php/woodnotes-my-sakkituoli.html> (luettu 4.5.2012)

Tuote 2. Design Public 2011. Donate your old jeans & get 25% off a new Fatboy Jeans. Design Public 10.4.2011. [verkkodokumentti] <http://blog.designpublic.com/2011/04/10/donate-old-jeans-get-25-off-a-fatboy/> (luettu 1.2.2012)

Tuote 3. Bean Bags.net.au 2007. Customer Care & FAQ. Bean Bags.net.au 12.12.2007. [verkkodokumentti] [http://beanbags.net.au/customer\\_care.html](http://beanbags.net.au/customer_care.html) (luettu 5.5.2012)

Tuote 4. Yanko Design 2010. Sumo Sway, Beanbags Are Comfy. Yanko Design 9.11.2010 [verkkodokumentti] <http://www.yankodesign.com/2010/11/09/sumo-sway-beanbags-fo-lyfe/> (luettu 5.5.2012)

Tuote 5. Archi EXPO 2012. Kids beanbag (unisex) BUBBLEBEACH. Archi EXPO 1.1.2012 [verkkodokumentti] <http://www.archiexpo.com/prod/lifetime/kids-bean-bags-unisex-9697-176194.html> (luettu 5.5.2012)

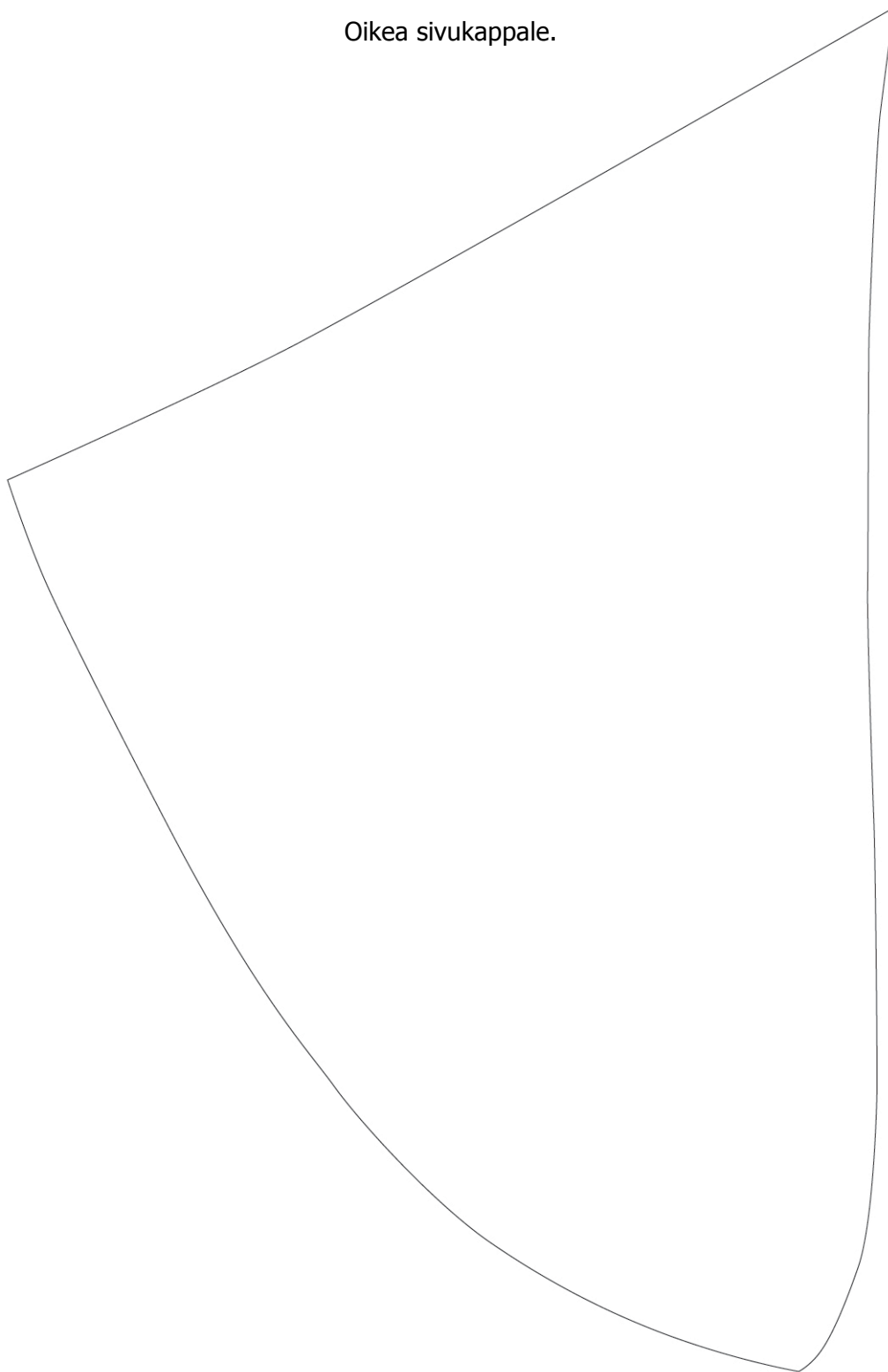
Tuote 6. Overstock.com 2010. How to Care for Your Bean Bag Chair. Overstock.com 1.1.2010. [verkkodokumentti] <http://www.overstock.com/guides/how-to-care-for-your-bean-bag> (luettu 5.5.2012)

**Alustava kustannusarvio**

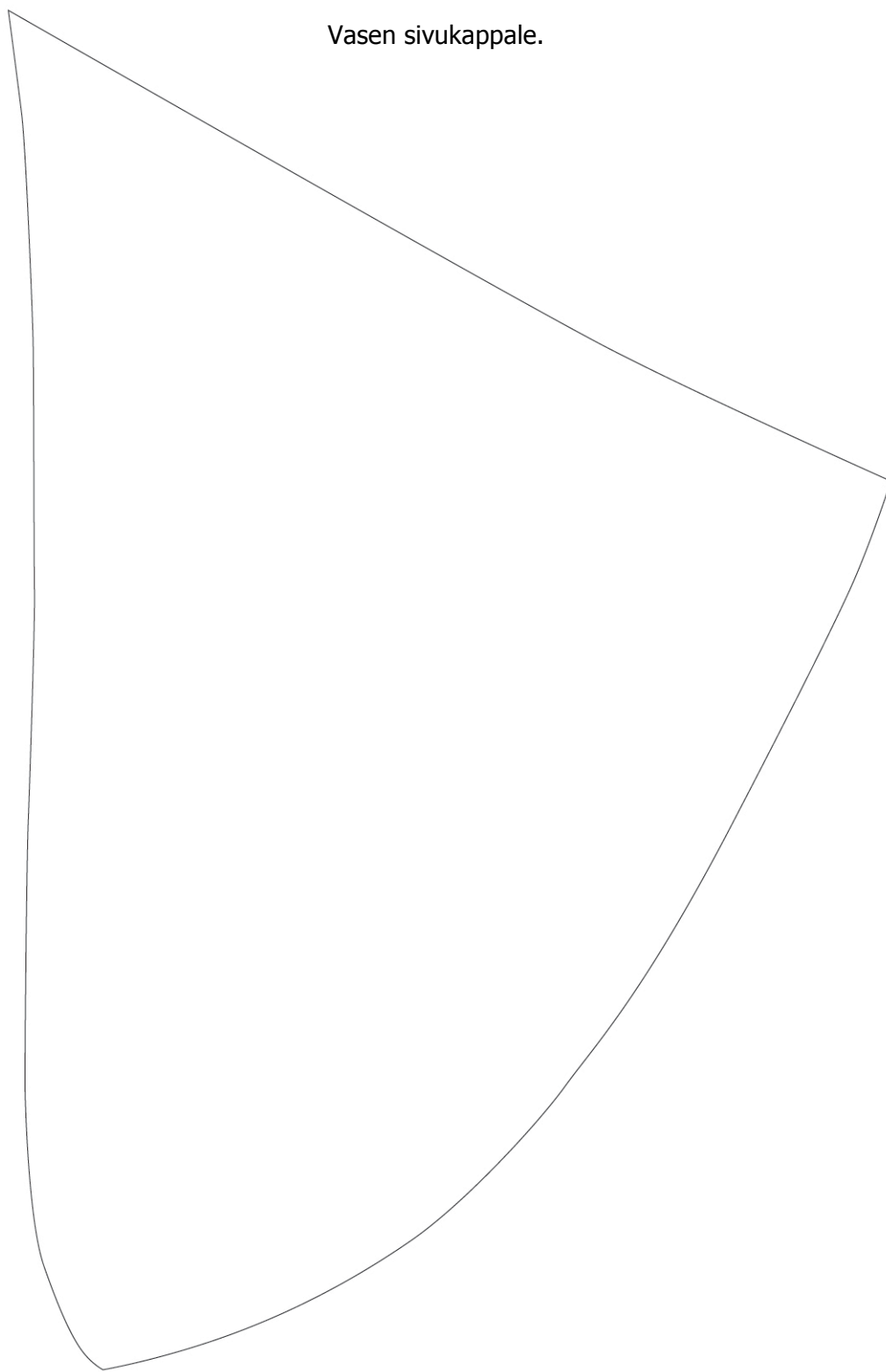
Kulutekijä	Materiaali	á-hinta	menekki	Yht. hinta
Sisäpussi	Trevira CS Kaira	19,90 €/m	3 m	59,70 €
Sisus	Epsira EPS-rae	–	250 l	28,75 €
Ompelu- ja painotyö	harjoittelija	10 €/h	6 h	60 €
Painomateriaalit	useita	–	150 g	5 €
Ompelulanka	polyesteri	–	100 m	3 €
Pehmoesineet	useita	–	–	3 €
Suunnittelutyö	–	60 €/h	6,8 h	408 €
				567,45 €

**Säkkituolin kaavat mittakaavassa 1:5.**

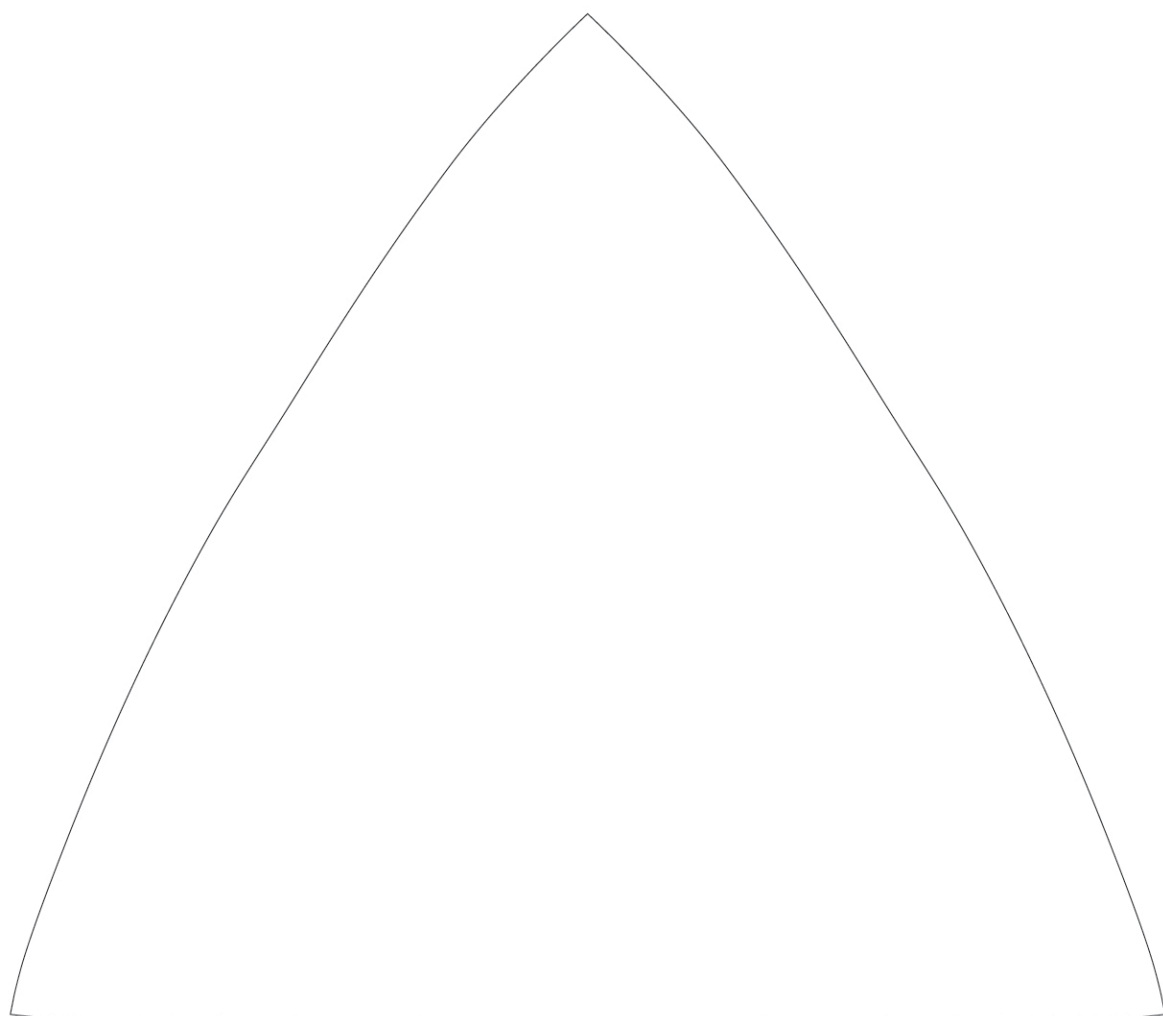
Oikea sivukappale.



Vasen sivukappale.



Selkäosan kappale.



Pohjakappale.

