



GLASHUSET

do not throw
stones



Glashuset (do not throw stones)

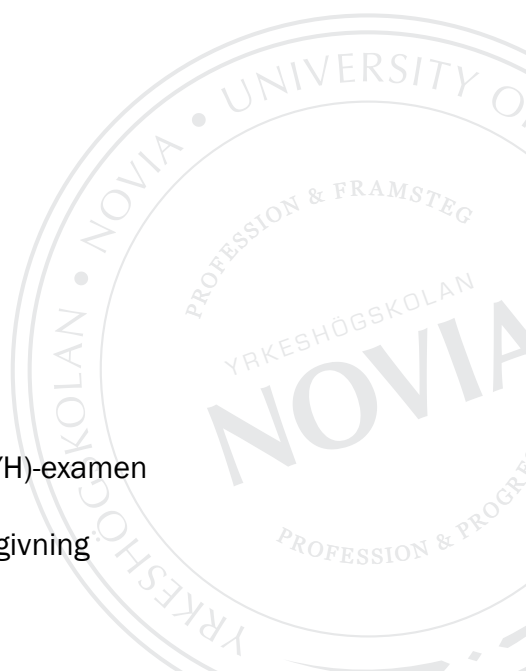
Examensarbete av

Emmi Karolina Lund

Examensarbete för formgivare (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för formgivning

Jakobstad 2014



GLASHUSET

do not throw
stones

EXAMENSARBETE

Författare: Emmi Karolina Lund

Utbildningsprogram och ort: Formgivning, Jakobstad

Inriktning: Rumsgestaltning

Handledare: Anna Wallendahl, Elina Rebers, Anders Aromäki

Titel: Glashuset (do not throw stones)

Datum 28.01.2014

Sidantal 114

Bilagor 12

Abstrakt

Under utbildningen har jag sakteligen fattat mer intresse för offentliga utrymmen framom privata. Inför examensarbetet var jag därför säker på att jag ville jobba med ett offentligt rum.

Dagligen betraktar jag min omgivning med kritiska ögon, letar efter helheter eller detaljer i inredningen som kunde förbättras på ett eller annat sätt. Under våren 2013 stod jag ofta och fantiserade vad man kunde göra åt butiksutrymmet vid Glas Service Lund, vårt familjeföretag. Jag samlade företagets ledningsgrupp och delgav dem föreslaget om att jag skulle vilja omvandla mina visioner till ett examensarbete. Responsen jag fick var positiv.

Här finns mycket att jobba med; förslitningar i interiören, brister i sortimentet och produktexponeringen samt företagets profilering. Eftersom jag jobbat för företaget i snart tio år är jag bekant med problematiken men är också medveten om möjligheterna. Mitt syfte är att kunna presentera en noga övervägd, snygg, skraddarsydd och praktisk lösning för butiksutrymmet. Den färdiga inredningsplaneringen skall sedan lägga grund för den kommande renoveringen av utrymmet i slutet av år 2014.

Språk: Svenska Nyckelord: offentligt utrymme, butik, produktexponering

OPINNÄYTETYÖ

Kirjailija: Emmi Karolina Lund

Koulutus ja paikkakunta: Muotoilu, Pietarsaari

Suuntautuminen: Tilasuunnittelu

Ohjaajat: Anna Wallendahl, Elina Rebers, Anders Aromäki

Otsikko: Glashuset (do not throw stones)

Päivämäärä 28.01.2014

Sivut 114

Liitteet 12

Tiivistelmä

Julkiset tilat ovat ajan myönten kiinnostaneet minua enemmän kuin yksityiset tilat. Ennen opinnäytetyöni tekoa olin varma että haluaisin suunnitella juuri julkisen tilan.

Tarkastelen ympäistöäni kriittisesti päivittäin, yrittäen etsiä kokonaisuuksia tai yksityiskohtia sisustuksissa mitkä voisi tavalla tai toisella parantaa. Keväällä 2013 haaveilin jatkuvasti miten perheyriytksemme, Lasi Huolto Lundin, kauppatilan voisi uudistaa. Kerroin yrityksen johtoryhmälle että tahtoisin suunnitella opinnäytetyönäni liikkeen uudet kauppatilat. Sain myönteisen vastauksen.

Tilassa on paljon parantamisen tarpeita; kulumiset, puutteita valikoimassa ja tuote-esittelyssä sekä yrityksen profilointi. Koska olen työskennellyt yritykselle lähes kymmenen vuotta, olen tietoinen monesta ongelmasta, mutta myös mahdollisuuksista. Opinnäytetyöni tarkoitus on esitellä hyvin harkittu, tyylikäs, räätälöity ja käytännöllinen ratkaisu kauppatiloille. Tekemäni sisustussuunnittelu on perustana remontille vuoden 2014 lopulla.

Kieli: Ruotsi Avainsanat: julkinen tila, kauppa, tuote-esittely

BACHELOR'S THESIS

Author: Emmi Karolina Lund

Degree Programme and location: Design, Pietarsaari

Specialization: Spatial Design

Supervisors: Anna Wallendahl, Elina Rebers, Anders Aromäki

Title: Glashuset (do not throw stones)

Date 28.01.2014

Number of pages 114

Appendices 12

Summary

During my studies I have taken an increasing interest in space - public rather than private. With regard to my Bachelor's thesis my intention was to focus on a public space.

I observe and criticise my surroundings on a daily basis, looking at details and whole interiors which could be improved in one way or another. During the spring of 2013 I would often imagine what could be done with the storage space of our family business, Glas Service Lund. One day, I summoned the corporate management. I proposed an interior design of current storage space which would be the focus of my Bachelor's thesis. Their response was positive.

A lot of work needs to be done in this space. Various problems have not yet been addressed - worn down surfaces, product range deficiencies, product exposure and company image. After almost ten years' work experience at the company, I am not only aware of the problems but I can also see the opportunities. My aim is to present a considered, attractive, tailored, practical solution for the storage space. My interior design will serve as a foundation for upcoming renovation work at the end of 2014.

Language: Swedish Key words: public space, store, product exposure

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning	14
2. Uppdragsgivaren	18
2.1 Historia	18
2.2 Utgångsläge	19
3. Projektplan	22
3.1 Problemspecifisering	22
3.2 Syfte	22
3.3 Tillvägagångssätt	23
3.4 Tidsschema	23
4. Förarbete	28
4.1 Inledande diskussioner och probleminentifiering	28
4.2 Kundenkät	30
4.3 Försäljningsstatistik	32
5. Inredningsplaneringen	38
5.1 Inspiration och moodboard	38
5.2 Skissering på bottenplan	48
5.3 Planering av nya möbler	56
5.4 Materialkort: val av ytmaterial	64
5.5 Rumskort: val av möbler	67
5.6 Presentation åt kunden och uppföljning	70
6. Slutprodukten	74
6.1 Bottenplan	74
6.2 Materialkort	75
6.3 Rumskort	78
6.4 Bilagor	86
7. Källförteckning	102
8. Slutord	110



*-Alde ha gröitn kippa naan i diiki.
-Men int har e dreije upp naan helde!*

*En uttjatad anekdot om en ung kläpp som motsatte sig sin mors kokade middagsgröt.
På fredagar äts det alltid risgrynsgröt vid Glas Service, historien tags med stor sannolikhet
upp lika ofta som gröten serveras.*

1. Inledning

Innan slutarbetet blev omtalat under våren 2013 hade jag endast flyktigt ägnat det en och annan tanke. Stressen inför slutarbetet uppstod inte förrän långt mycket senare, tvärtom såg jag fram emot examensarbetet.

I ett tidigt skede insåg jag ett starkt personligt intresse för offentliga utrymmen. Det beror främst på att jag ser offentliga rum som större utmaningar än de privata. Man behöver bl.a. ägna mer tid och eftertanke åt materialval, användarvänlighet och behov. Under vår utbildning har jag väntat på att få lära mig mer om detta område.

Men skolprojekt med verkliga offentliga utrymmen blev inte av i den mån jag hade hoppats på. Det blev i det närmaste att utforska området på egen hand när jag själv, Isabella Sundqvist och Jessica Kattil åtog oss ett utomstående projekt med planeringen av ett trapphus i Vaså. Efter det bestämde jag mig att börja hålla ögonen öppna för ett potentiellt offentligt rum att jobba med i och med slutarbetet.

Det offentliga rum som alltid varit närvarande är vårt eget familjeföretag Glas Service Lund. I dessa utrymmen har jag rört mig under större delen av min uppväxt. Sedan vi var barn har jag och mina kusiner lekt tillsammans här under lördagsförmiddagarna medan våra föräldrar jobbat. Något senare byttes lekandet ut till att städa personalutrymmen. Sedan jag var gammal nog att betjäna kunder har jag jobbat i butiken och i verkstaden.

Under alla åren har jag kunna fästa uppmärksamhet kring förändringar, alternativt stagnationer i fastighetens utseende och verksamheten i sig. De senaste åren har jag känt hur jag mer och mer tagit ett personligt ansvar för företagets ansikte utåt. Genom mindre ytrenoveringar har jag gjort vad jag kunnat för att bidra till små förbättringar. Men jag känner alltid att jag haft mycket mer att ge.

När jag nu har möjlighet att göra ett mer omfattande arbete för det egna företaget känner jag ett stort ansvar för att resultatet skall bli det ultimata. Jag känner mig också hedrad över att ledningen förlitat sig på mina kunskaper och gett mig utrymme för min kreativitet. Engagemanget för projektet "Glashuset" har varit genuint, jag kan ärligt säga att vi inte bara fått till en lyckad inredningsplanering till stånd utan också utvecklat sammanhållningen och kemin innanför företagets väggar.





"Vierivä kivi ei sammualoidu."

Kloka ord och roliga historier utbyts frekvent på arbetsplatsen. Den kloka raden om stenen som inte beläggs med mossa får fungera som motivering till varför Glas Service fortfarande rullar på efter dryga 50 år.

2. Uppdragsgivaren

2.1 Historia

I sina unga år arbetade Hans "Hasse" Lund för företagaren Josef Lillqvist som verkade inom glasbranschen. Under slutet av 1950-talet avslutade Lillqvist sin verksamhet i Jakobstad och erbjöd att sälja sitt resterande glaslager till sin tidigare arbetstagare Hans. Denna affär blev startskottet för företaget vi idag känner till som Glas Service Lund.

Glas Service startade sin verksamhet på Tavastgatan i utkanten av stadsdelen Skata år 1957. Företaget sysslade främst med reparationer och insättningar av glas, men erbjöd också inramningstjänst, försäljning av solskydd och konstnärsmaterial. Verksamheten fick en bra start till följd av en märkbar urbanisering till Jakobstad under början av 1960-talet. Cellulosakoncernen UPM, som i folkmun fortfarande kallas "Shaumans", byggde under den tiden upp en ny fabrik som tillförde många nya arbetsplatser och därigenom en hel del nybyggen i trakten.

Arbetstagare kom och gick inom företaget såsom det oftast gör, men under de första åren anställdes också en handfull personer i 16-25 år ålder som följde med företaget ända tills det att de gick i pension på 2000-talet. Arbetstagare som jobbade för företaget i mer än 40 år var bl.a. Olof Dahl, Keijo Penttinen, Ingmar och Birgitta Käld.

År 1968 flyttade företaget till sin nuvarande adress på Jakobsgatan 11. Flytten berodde främst på utrymmesbrist för arbetsutrymmen och lagerhållningen (nybygget som gjordes 1968 markerat med grön färg på motstående sida). Den första utbyggnaden på Jakobsgatan skedde år 1974, då förlängdes verkstaden ut mot gatan med ca. 10meter (gul markering på motstående sida). Tio år senare byggde man ut ytteligare, då tillkom en större hall med takhöjden 8meter (blå markering på motstående sida). Därtill byggde man en vind ovanpå en del av den dåvarande arbetsverkstaden. Samtidigt gjordes omorganisering i utrymmen, butiken och inramningsverkstaden flyttades till andra sidan av huset för att ge plats åt ett nytt kontor.

Eva och Hans fick tre söner, Jörgen, Christian och Torvald, födda mellan 1953 och 1960. Samtliga bröder började jobba hos föräldrarna efter studierna och tog småningom över verksamheten när Eva och Hans pensionerades.

Tillbyggnaderna var nödvändig för verksamheten och utfördes därför snabbt med funktion som främsta syfte. Detta resulterade i mindre eftertanke på estetik samt en del halvfärdigt arbete. Ännu i denna dag, snart 30 år efter utbyggnaden, saknas ställvis spånskivor för att täcka in innerväggarnas konstruktioner.

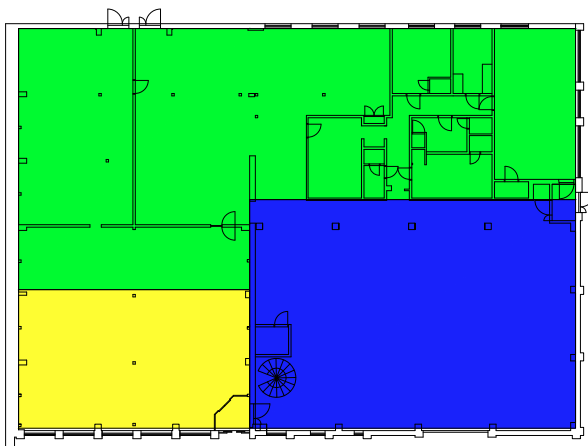
År 2007 firades företagets 50-årsjubileum, samtidigt börjar den tredje generationen "Glas-Lundare" tillträda. Genuint hantverk inom de olika verkstäderna har alltid funnits med och finns fortfarande. Glasmästeriet har utvecklats mycket under åren, förut skars och slipades glaset alltid för hand. Sedan ett tiotal år tillbaka görs stor del av arbetet maskinellt. Fortfarande görs dock fönsterreparationer helt för hand. Det är ett hantverk som lärts ut från generation till generation och som förhoppningsvis lever kvar länge framöver.

Tavelinramningar görs också för hand, alla arbetsskeden görs individuellt där inget skede ännu utförs maskinellt. I och med detta har vi möjlighet att ge varje kund precis den produkt han eller hon själv önskar i fråga om tycke och smak.

2.2 Utgångsläge

Butiksutrymmets nuvarande placering och uppbyggnad gjordes för 30 år sedan, storlek på utrymmet och ytor har behållits oförändrade sedan dess. Ytrenoeringar är därför nödvändiga. Omplacering av produkthyllor har gjorts och görs frekvent, däremot inte med större mån av eftertanke. När ett problem uppstår åtgärdar man det specifika problemet, med den påföljden att ett eller flera nya problem uppstår. I och med min planering kommer jag noga se till helheten och ta med samtliga problem för att få till en välfungerande lösning som håller i längden.

Trots att man inom företaget är väl medveten om vilka ståndpunkter som är ens starka och som man vill framhålla så kommer det inte fram tillräckligt tydligt i företagets bild utåt. Förutom en planering över butiksutrymmet har jag därför också funderat över företagets profil. Företagets framtoning kommer ligga i familjeföretagande, hantverk, erfarenhet och expertis, personlig kundbetjäning och bemötande. Dessa element blir naturligt en grundsten i mitt arbete med inredningsplaneringen.





-He gar som e gar o he blir som e blir.

Inte alla gånger man vet precis hur slutresultatet blir, men vadän förändringen medför brukar det sällan vara sämre än utgångsläget.

3. Projektplan

3.1 Problemspecifiering

Butiksutrymmet som jag jobbar med i mitt slutarbete utgör drygt 160 kvadratmeter. I och med den senaste utbyggnaden 1984 flyttades dåvarande butiks- och inramningsutrymmen från byggnadens södra del till den utbyggda delen. Sedan 1984 har inga större ytrenoveringar eller omstruktureringar gjorts för utrymmet. Ytor, främst golvet, är slitna och omoderna. Positionering av produkthyllor och produktförevisande moduler har placerats ut där det finns plats. Vissa produktgrupper såsom färdiga speglar och inramningar har inget specifikt område i butiken utan finns utspridda här och var. Det grafiska material som används vid prissättning, produktlappar och annat marknadsföringsmaterial i butiken är spretigt och följer ingen enhetlig linje. Kunderna har ofta svårt att orientera sig i butiken om de inte själva vet vad de söker efter och i vilken hylla de hittar produkten i fråga. I många fall blir kunder till och med förvånad över sortimentet som finns i butiken, personalen får ofta höra att kunderna är omedvetna om det breda produktutbudet.

Problemspecifieringen lyder sammanfattningsvis att butiksutrymmet saknar genomgående struktur och att företaget i sig inte har en tillräckligt tydlig profil utåt. Marknadsföringen och produktförevisningen av vissa produkter framkommer inte tillräckligt bra, därmed går antagligen en stor del av potentiella kunder förlorade. Slutligen är den nuvarande inredningen rent estetiskt daterad och omodern.

3.2 Syfte

Det huvudsakliga syftet med mitt slutarbete är att presentera en noga övervägd inredningsplanering som kan användas som grund för den kommande renoveringen i slutet av 2014 och början av 2015. Företaget ska i och med den nya planeringen kunna hävda sig som ett modernt och nytänkande företag samtidigt som det är stolt över och lyfter fram sin historia. Företagets nuvarande produkter och tjänster skall komma fram på ett tydligare och attraktivare sätt samtidigt som man inom företaget blir medveten om att en kontinuerlig uppfrysning i sortiment och utseende är viktigt.

Förarbetets syfte är att ledningsgruppen och personalen skall få nyvunnen inspiration och motivation för att förbättra arbets- och kundmiljön samt att alla inom företaget inser hur viktigt det är att få en förändring till stånd.

3.3 Tillvägagångssätt

Jag har valt att dela in examensarbetet i två olika delar, främst för att göra arbetsuppgifternas syften tydliga för mig själv och andra. Den inledande delen, som jag valt att benämna forskningsdel, har som syfte att lägga en grund för den kommande inredningsplaneringen på ett konkret sätt. Forskningen består av problemspecifiering tillsammans med personal och ledningsgrupp, en kundenkät samt genomgång och analys av försäljningsstatistik från år 2013.

Specifieringen av problem undersöktes tillsammans med ledningsgrupp och personal under separata möten. Inledningsvis berättade jag om upplägg och syfte med mitt slutarbete samt framhöll några förslag till planeringen som alla fick ta sig tid att förhålla sig till. Förslagen fungerade som diskussionstrådar som sedan ledde till nya diskussioner, problemidentifieringar och förslag. Personalen och ledningsgruppen skulle också på egen tid fundera över och identifiera existerande problem som jag sedan kunde åtgärda i och med mitt slutarbete.

Kundenkätens syfte var att identifiera kundens behov när han/hon besökte företaget. Vidare ville jag få fram om kunden behov uppfylldes eller inte, om kunden var nöjd med sitt besök samt hur dennes allmänna bild av Glas Service Lund såg ut. Uppskattningsvis hoppades jag på ett trettiotal svar från kunder med varierande behov, i olika ålder och kön.

Slutligen såg jag över försäljningsstatistiken för alla produkter, produktgrupper och tjänster som sålts under år 2013. Jag sammanställde en tabell över de olika kvartalen och såg hur försäljningen varierat som helhet och per produktgrupp. Därefter bad jag personalen och ledningsgruppen att uppskatta olika produktgruppers procentuella andel utav den totala försäljningen kvartalsvis. Detta för att de själva ordentligt skulle få begrunda hur olika produkter säljer och bidrar till företagets inkomst. När de sedan fick jämföra statistiken med sina egna uppskattningar bidrog det till en intressant diskussion samt ett bredare perspektiv hos samtliga. Produktgrupper som bevisligen inte säljer lika bra som andra gavs nu en konkret orsak till att synas mindre i den kommande planeringen. Man började till och med allvarligt överväga om vissa produkter fortfarande skulle ha en plats i sortimentet framöver.

3.4 Tidsschema

Innan nyår gjorde jag upp en preliminär tidsplan som höll sig relativt bra. Jag hade tydliga delmål insatta i schemat som gjorde att arbetet höll ett jämnt tempo. De som känner mig vet att jag gärna planerar in för mycket arbete på kort tid, men att jag kämpar hårt för att hålla mig till utsatt plan. Examensarbetet "Glashuset" var inget undantag.

Tidsschema för slutarbetet

Helgdag	Bortrest/jobb
Kundmöte	Föreläsning
Handledning	

	Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
V.					
2 (6.1-10.1)	Gör upp preliminärt tidsschema. Gör klart material inför möte med personal och ledningsgrupp. Fundera över kundenkätens upplägg.				
			Pers.möte 16.30		
3 (13.1-17.1)	Gör kundenkät, presentera till E o A, editera vid behov.				
	Pers.möte 9.45	Handledning kl. 10-11			
4 (20.1-24.1)	Kundenkät UT	Se över försäljningsstatistik, gör upp tabell och analysera.			
5 (27.1-31.1)	Se hur det går med kundenkät, gör uppskattningsformulär för pers. o ledn.grupp				
6 (3.2-7.2)	Börja jobba med skriftliga delen av sluarbetet; grafiskt utformning, upplägg, "tema" osv.				
7 (10.2-14.2)					Kundenkät IN Besök SI
8 (17.2-21.2)	Skissera på bottenplan, presentera för ledningsgruppen, analysera kundenkät, be personalen uppskatta försäljning år 2013				
		Handledning kl. 13-14	Handl AV kl. 17-18.30	Personal möte 8.00	
9 24.2-28.2)				Företagets profil, fila på bottenplanen, tänkt på "promenadstråk"	
10 (3.3-7.3)	Jobba på den skriftliga delen av slutarbetet.		Skissera på produkthyllor, betjäningssk, mötesrum, produkprovsmödel.		
	Handl AV kl. 16-17	Handledning kl. 11-12	Föreläsning 10-17		

11 (10.3-14.3)	Skissera och presentera de olika möblerna för alla handledare. Skissera vidare efter feedback, gör upp ritningar, tag kontakt med leverantör/-er.		Rekognocera ytmaterial (färger, golv, väggar osv), armaturer, övr. möbler och material	
	Handl AV kl. 17-18	Handledning kl. 14-15		
12 (17.3-21.3)	Fortsatt rekognocering av ytmaterial i början av veckan. Rita upp slutlig bottenplan, gör materialkort och rumskort. Slutför ritningar över möbler. Kontakta leverantörer om detta inte redan är gjort, få in offerter. Diskutera inglasningar med ansvarig på G-S Lund. Boka in tid hos tryckeri.			
				DEADLINE lämna in till printning
13 (24.3-28.3)	Slutför planeringen och det skriftliga arbetet. Korrekturläs. Se till att allt är klart inför printning.			
14 (31.3-4.4)				
15 (7.4-11.4)	Korrektur av printning. Editera vid behov, annars klartecken för fortsatt print.			
16 (14.4-18.4)				
17 (21.4-25.4)	INLÄMNING slutarb. till Novia			
18 (28.4-2.5)				
19 (5.5-9.5)				
20 (12.5-16.5)				



*-Ida fick ja gjort nating ja har mena göra läng,
jag fick äntligen pälsa hadi fikusen i kontori!*

"Gärna både en fikus i kontoret och en Flitigalisa i köket." På Glas Service är man nämligen stolta över den mångåriga fikus som stått i kontoret år efter år och som fortfarande växer ihärdigt. Där finns även en Kastanjevinranka som löper tre varv längs kontorets innertak.

4. Förarbete

4.1 Inledande diskussioner och problemlidentifiering

För att få ut det mesta av varje arbetsskede valde jag att involvera ledningen och butikspersonalen i förhandsarbetet i mån av möjlighet. Jag valde också att hålla möten med ledningen och personalen separat eftersom de personliga åsikterna då framträdde tydligare. Inledningsvis hade jag själv identifierat många problem i butiksutrymmet, bl.a. disponering av utrymmet, produktexponeringen och kundgenomströmningen. Åsikterna från ledningen och personalen var viktiga eftersom det då framkom fler problem än de jag själv identifierat.

Ett grundläggande problem var inkörda hjulspår i verksamheten på flera plan. Jag insåg att för att kunna motivera till en förändring inom företaget behövdes ett ordentligt uppvaknande av något slag. Till en början var problemspecificeringen utav stor vikt, då alla behövde ta sig tid att identifiera problem som butiken tampades med för stunden. Men för att kunna upptäcka dessa problem behövdes något att förhålla sig till, exempelvis en inre vision: en förbättring av verkligheten.

I slutet av november 2013 hade jag mitt första möte tillsammans med ledningsgruppen där jag för första gången presenterade syftet med slutarbetet. Samtliga tilldelades ett tresidigt kompendium där jag tog upp utgångspunkter och upplägg av mitt arbete, vilka arbetsskedena som skulle komma att höra till planeringen (alt. vilka arbetsuppgifter jag inte skulle inkludera i slutarbetet) och även en uppgift till ledningsgruppen. Jag bad dem ta sig tid att visualisera hur de själva såg att utrymmet skulle kunna se ut i framtiden, vilka de största förändringarna från den nuvarande lösningen skulle vara och även förändringar på detaljnivå. Jag delgav några av mina egna förslag på större förändringar som de fick fundera och förhålla sig till. Syftet med denna reflektionsuppgift var att få till en första inre vision hos individerna som sedan skulle utvecklas till motivation. Med vision och motivation i bakfickan får man lättare till en förändring och man kan därefter se kritiskt på problemen som behöver åtgärdas.

Ledningen fick smälta materialet och fundera på egen hand under tre veckors tid innan vi träffades på nytt. Det visade sig att alla hade hittat en grundmotivation för projektet och att tankarna verkligen hade florerat fritt under de gångna veckorna. Tankar som utbyttes och diskussioner som fördes rörde bl.a. detta:

-Butiken kunde i framtiden fungera som ett "händelsetorg", centralt för hela verksamheten och dit kundflödet skulle koncentreras. I dagsläget finns tre ingångar som kunder använder, vilket inte är det ultimata med tanke på kundservicen och säkerhet. Butiken skulle framöver ge mer utrymme till produktföreläsning och fungera mer som ett showroom vid sidan om direkt försäljning.

-Ett eventuellt kundmötesrum skulle ha sina fördelar och nackdelar. Syftet med rummet behöver konkretiseras, fungerar det endast som mötesrum vid specifika tillfällen eller är det ett kontorsutrymme som kan användas som mötesrum vid behov? Rummet skulle då också behöva hållas representabelt hela tiden, vilket i värsta fall kunde vara svårt om flera personer vistas där frekvent.

-Prisunderlag, broschyrer och övrigt försäljningsmaterial borde man jobba mer med, man borde i allmänhet bli bättre på att förnya sig och upprätthålla fräschören.

-Man borde mer konkret kunna presentera olika lösningar inom bl.a. inglasning för att på ett enkelt sätt kunna föreläsa för kunden och sedan sälja. Gå igenom nyheter och fördjupa sig i det som verkar intressant, ta in nytt.

-Produktgrupperna och produktgrupperingarna borde vara klarare, produkterna är idag väldigt utspridda i butiken. Butikens utformning borde koncentreras och struktureras, kunderna skall lätt kunna orientera sig i butiken och hitta det de söker.

-Bättre värmeförsel i butiken. Under vintern räcker inte värmelementen vid skylfönstren till för att hålla rumstemperaturen inne i butiken. Fler eluttag behövs också runt om i butiken.

-En glasvägg mot glasverkstaden skulle integrera verksamheten. Samtidigt inbjuder det kunden att gå igenom butiken och ut till verkstaden, något som man inte vill uppmuntra till. Faktumet att kunderna går rakt igenom butiken ut till verkstaden är nämligen ett problem i dagsläget.

-Man bör välja vilka produkter man marknadsför, inse vilka produkter som behöver mer marknadsföring för att få upp försäljningen samt dämpa marknadsföringen på sådana produkter som inte omsätter önskvärt mycket. Marknadsföringskanaler bör också ses över.

Efter att alla ledningsgruppen fått ventilera sina åsikter kände jag att jag kunde göra upp ett nytt material att visa för personalen. I det nyare kompendiet framförde jag en tydligare presentation av vad mitt slutarbete gick ut på, vilka delar som ingick samt en konkret handlingsplan för våren. Jag skrev också kort om processen innan jul och vad som diskuterats tillsammans med ledningsgruppen, dvs. konstaterade problem och förslag till förbättring. Därefter bad jag personalen att läsa igenom kompendiet, fundera över det och tänka efter vad de själva ville tillägga i fråga om problem i nuläget och förbättringsförslag. Svaren jag fick från personalen var följande:

-Spegelskåpet (som i dag fungerar som vitrinskåp för porslin) skall bort, det är daterat, opraktiskt och har delvist förlorat sitt syfte.

-Bättre belysning i hela butiken, framför allt vid betjäningsskivan.

-Bättre produkthyllor för de flesta produkter. Bättre produktförevisning av beställningsprodukter.

-I allmänhet bättre lösningar på olika områden, bl.a. förvaring vid betjäningsskivan, fasta presentpappershållare, sladdlösa kortläsare, två betjäningsskivor, strukturering genom hela butiken osv.

När problemen nu blivit identifierade av alla berörda parter inom företaget kändes det som att jag hade en bra grund att börja ifrån. Utöver problemspecifiering ville jag ytterligare ha konkret fakta att utgå ifrån. Innan arbetet med den fysiska inredningsplaneringen fortsatte ville jag samla in åsikter från företagets kunder samt undersöka försäljningsstatistik. Nästa steg blev därför att göra upp en kundenkät och att avläsa statistik från år 2013.

4.2 Kundenkät

Syftet med kundenkäten var främst att få fram bakgrunden till kundernas besök. Jag ville också ta reda på om deras behov uppfylldes eller inte i och med besöket, därigenom om något i företagets sortiment saknas eller är otillräckligt. Slutligen ville jag ta del av kundernas inställning till företaget, jag bad dem därför att beskriva vad deras allmänna intryck av Glas Service Lund var. Kundenkäten gjorde jag själv upp genom att fundera igenom upplägget av frågorna och vad jag vill få ut av svaren. Ytterligare hjälp fick jag också från intensivkursen i forskningsmetodik, där vår föreläsare var Bettina Backström-Widjeskog. Enkäten fanns framme för de svarade i tre veckor vid betjäningsskivan i Glas Service Lunds butiksutrymme.

Den slutliga kundenkäten var skriven på finska och svenska. Den bestod av fyra öppna frågor där svararen skulle formulera ett fritt svar. Kundenkäten refereras i slutarbetet som Bilaga 11, där båda enkäten finns bifogad både på svenska och finska.

Under veckorna som enkäten var ute hoppades jag på att få in ett trettiotal svar. Resultatet blev godtagligt med 21 svar, 17 svenska och 4 finska svarare. För denna specifika undersökning var 66% av de svarande kvinnor med medelåldern 58. Männens medelålder var något lägre på 52 år.

Majoriteten av de svarande hade ett ärende eller syfte med sitt besök som berörde avhämtning av lagervara såsom glas, spegel, akryl, eller tätningsslister. Det näst vanligaste syftet med besöket berörde avhämtning eller beställning av tavelinramningar. De övriga svaranden var jämt fördelade över de som kom in för att köpa specifika konstnärsmaterial eller porslin, reservdelar till solskydd eller avhämta en beställningsvara som anlant.

Det allmänna intrycket av företaget var positivt, i min mening för positivt. De positiva svaren är troligen en följd av att kunderna fyllde i sitt namn och telefonnummer i enkäten, skulle kunden istället varit anonym kunde svaren ha varit mer kritiska. Anledningen till att enkäten inte var anonym berodde på att vi i samband med undersökningen lottade ut ett presentkort, detta för att höja antalet svaranden. Med facit i hand kunde personuppgifterna ha fyllts i på en separat blankett, då vore svaren anonyma men kunden skulle fortfarande delta i utlottningen.

Vad jag vidare började analysera och fundera på var antalet svaranden och varför andelen män var mycket lägre än kvinnorna. Givetvis var undersökningen väldigt begränsad vad gäller tidsfrist och omfång, men fortfarande tror jag på en viss relevans i det specifika anseendet. Min egen teori om detta är att en stor del av de män som kommer in går rakt igenom butiken och ut till verkstaden för att få betjäning. Detta har redan innan konstaterats vara ett problem, främst då det kommer till att effektivisera kundens besök och dennes behovspecifiering men också kundens säkerhet i verkstadsutrymmen. Om man kunde bromsa upp genomströmningen ut till verkstaden skulle kundens besök effektiviseras tidsmässigt; kunden skulle snabbare få den betjäning han/hon behöver och behovet kunde då identifieras snabbare.

Det vanligaste syftet med kundens besök var att avhämta en lagervara, det konstaterandet kan också tas med i planeringen på ett konkret sätt. För att effektivisera avhämtningen tidsmässigt kunde avståndet avkortas mellan försäljarens betjäningsspunkt och platsen där lagervaran i fråga avhämtas. Betjäningsskivan kunde flyttas närmare verkstaden samtidigt som uppbevaring av kundens avhämtningsklara beställning skulle flyttas närmare butiken.

När det kom till att uppfylla kundens behov var resultatet positivt. I de flesta fall uppfylldes behovet på ett eller annat sätt; kunden kunde inhandla en produkt direkt eller sätta in en produktbeställning. I enstaka fall ansåg kunden att utbudet i en specifik produktgrupp var begränsat, men konstaterade även själv att efterfrågan i dagsläget var för begränsat för att Glas Service skulle kunna hålla ett bredare sortiment.

De svarandes höga medelålder var också något som jag reagerade på. Detta ger en antydning om att företaget kanske borde försöka rikta marknadsföringen till en yngre målgrupp. Igen bör man beakta att undersökningen var något begränsad för att kunna vara fullt pålitlig, men resultaten bör fortfarande tas i beaktande.

4.3 Försäljningsstatistik

Jag valde att ta med statistik över försäljningen år 2013 som ett konkret hjälpmedel med flera syften. Först och främst ville jag veta vilka produkter i sortimentet som säljer bäst och ger bästa försäljningsbidrag. För det andra ville jag ge mig själv, ledningsgruppen och personalen en konkret inblick i verksamheten, det vill säga vilka produkter och tjänster som bringar mest inkomster.

För att en produkt skall inbringa ett önskvärt resultat finns flera mätinstrument att tillgå. Det jag själv valt att fokusera på är produktgruppernas procentuella andel utav den totala försäljningen samt individuella produkters försäljningsbidrag.

Genom att på sätt och vis rangordna produktgrupperna fick jag fram vad som framöver bör framhållas mer, alternativt mindre. Utifrån analysen kunde man klart se att glas i lager erhöll den största försäljningsandelen med ett medeltal på 38%. Till denna produktgrupp hör bland annat olika typer av glas och speglar som finns i lager och specialbeställt glas. Vidare erhöll arbete i verkstaden (ej inramningsarbete) och samt monteringsarbete ute på fältet den näst största andelen. Detta var för många bland personal och ledningsgrupp förvånande men vid närmare eftertanke ändå helt logiskt. Informationen kunde jag konkret använda i inredningsplaneringen genom att framhålla glasprodukterna i butiken i form av *show-pieces*, produktprover och som element i inredningen. Arbete som utförs i verkstad samt monteringsarbete kunde framhållas i butiken och på hemsidan i form av bilder och annat referensmaterial. Den här biten anknyter också direkt till företagets profilering, där man vill framhålla hantverk, personlig service och kvalitativa lösningar.

För att kunna ge mer utrymme till de produkter som inbringar bra resultat bör därför utrymme tas bort från sådana produkter som är mindre lönsamma. Mindre produktgrupper som beslag och färdiga inramningar utgjorde var för sig omkring 3% utav försäljningen år 2013. Detta kan ses som väldigt olönsamt, samtidigt får man minnas att dessa grupper är väldigt små i förhållande till t.ex. glaset.

En produktgrupp som däremot är större i omfång och erhöll en bråkdel utav den totala försäljningen var konstnärsmaterial på 2,5% i genomsnitt. Till exempel är konstnärsmaterialets utbredning i butiken i förhållande till dess procentuella försäljningsandel inte proportionerligt.

Redan innan jag sett till statistiken var jag medveten om att butiken idag till stor del är fylld med produkter och produktgrupper som inte ger önskat försäljningsbidrag av en eller annan orsak. Jag gick vidare in på produktgruppen konstnärsmaterial för att undersöka enskilda produkter, jag tog då till ett annat verktyg för att analysera statistiken: *försäljningsbidrag (FB)*.

FB anges i procent, önskvärt vore att en produkt har ett FB omkring 50-60%. Det räknas utifrån hur snabbt en produkt omsätts i lagret. Om man köper in en produkt som ger bra avkastning vid försäljning och som snabbt säljs ger det ett bra försäljningsbidrag. Säg att man köper in tjugo stycken penslar i januari, samtliga säljs inom två månader, samtidigt har penslarna en bra *täckning* (försäljningspris - inköpspris=täckning eller inkomst). Om samma procedur kan upprepas under årets lopp med samma goda resultat ser man att penslarna gett ett bra FB under året. Ifall ett dussin penslar köps in i januari och man endast säljer två stycken under hela året kommer FB för penslarna vid årets slut däremot vara undermåligt.

Ett verkligt exempel vore produkten porslin samt tillhörande produkter som pulverfärger, lyster, vätskor och medel som används vid porslinsmålning. Porslinsmålning var en mycket populär fritidshobby för ett tiotal år sedan, då köptes porslinsprodukter in frekvent och lagret omsattes i önskad mån. Under 2000-talet har denna hobby tappat utövare märkbart. Resultatet har blivit att produkterna inte haft en märkbar omsättning under flera års tid. Fortfarande tar porslinet och tillhörande produkter upp en sjättedel utav butiksutrymmet, vilket inte är befogat då försäljningen för dessa produkter uppgår till 3% både kvartalsvis och på årsbasis.

Jag fann att mycket av produkter som går under huvudgruppen konstnärsmaterial hade samma kurva i statistiken. Konstnärsmaterialet i sin helhet uppnådde en procentuell andel på 2,5% i genomsnitt under fjolåret och upptar idag drygt hälften utav butiksutrymmets totala yta.

Under slutarbetets gång har samma slutsats konstaterats tillsammans med både ledningsgruppen och personalen i butiken: distribueringen av butiksutrymmet behöver verkligen ses över, liksom produktsortimentet. Reducering och rekognocering utav sortimentet är däremot inget jag kommer att behandla i mitt slutarbete, men det kommer att diskuteras och beslutas om innan själva renoveringen av butiken påbörjas.

Sammanställningen av min statistikanalys refereras i Bilaga 12, där produktgruppernas försäljningsandelar presenteras kvartalsvis och med ett medeltal över år 2013.







1. *"Keep it simple stupid"*
2. *Kom ihåg "knorren"*

Återkommande uttryck som framkommit under studietiden och som går att tillämpa både här och var. Har fungerat som ett personliga mantra under tiden jag jobbat med aktuella inredningsplanering, där enkelhet med en personlig 'touch' ger bäst resultat.

5. Inredningsplaneringen

5.1 Inspiration och moodboard

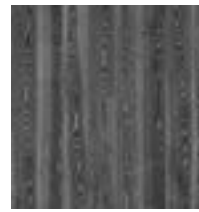
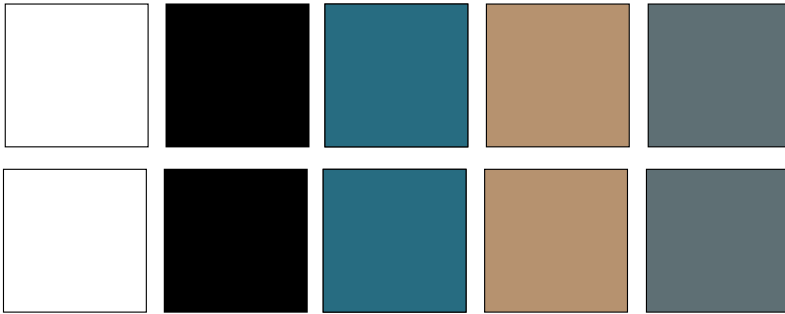
Sommaren innan jobbet med slutarbetet tog vid hade jag fräschat upp en del av de allmänna utrymmena hos Glas Service Lund genom mindre ytrenoveringar. Bland annat en korridor och personalens kafferum hade fått sig ett ansiktslyft. Här hade jag främst rört mig i blåa och gråa färgskalor, tagit in attribut från naturen samt fragment från företagets historia. Denna linje ville jag fortsätta på i mitt slutarbete men ta med mer utav företagets egna produkter i inredningen.

Blåa, gråa och gröna toner återfinns i lång utsträckning när man ser till företagets produktsortiment; glas, speglar och aluminium för att nämna en bråkdel. Dessa material är i sig själva väldigt hårda både utseendemässigt och fysiskt. Därför ville jag i kontrast till dessa föra in mjukare element i form av trä, textilier, mjuka former och ljus. Jag hade till en början svårt att visualisera i vilken form alla elementen skulle framträda, men jag visste att när balansen mellan hårt och mjukt väger jämnt skulle inredningen vara väldigt lyckad.

Jag gjorde en inledande materialkarta (motstående sida) där jag väldigt grovt lade fram en vision för hur materialen och färgerna kunde framträda, fortfarande var dock helheten svår att klarställa. I min tidiga vision poängterades samspelet mellan mörkblått, träslaget ek och grafitgrått. Dessa i kombination skulle kunna utgöra för den mjukare delen i inredningen medan ex. glas och aluminium skulle vara de kontrasterande hårda inslagen.

Eftersom golvytan i butiken utgör drygt 160kvm började jag inledningsvis fundera över golvmaterialet. Butikens befintliga plastmatta är melerad och ljusgrå, vid renhållning har det konstaterats att golvet borde vara mörkare för att smuts inte skall synas lika bra. Därför hade jag tidigt tänkt mig en mellangrå alternativt mörkgrå, golvmatta i ett PVC-fritt material.

I detta skede tänkte jag ännu inte vidare på vilka material och färger som skulle komma på tak och väggar. Jag började istället leta efter intressanta inredningar på internet och i olika butiker jag besökte. Jag fann mycket inspiration i både detaljer och helheter, tog till mig vissa delar och kunde snart sammanställa en inspirationskarta. Dessa inspirationsbilder fungerade som ett underlag för den kommande inredningen främst i fråga om färger och material i kombinationer men också olika tekniska lösningar.





Restaurant/Bar Hell of the North, Melbourn, Australia. By SMLWRLD architect.



Coffeehouse/Concept Store Starbucks, Amsterdam, Netherlands. By Liz Muller.





Café Aix Arome, Shenzhen, China. By One Plus Partnership Ltd.



*Kanu store, Vilnius, Lithuania. By Tomas Jasiulis
Puma Social Club, Prague, Czech Republic. By Edit!*

Det första bilden i inspirationskartan eller *moodboarden* är något mer konkret än de andra bilderna, här tar jag fram olika material och färger som kunde användas i inredningen. De andra inspirationsbilderna står för olika detaljer som jag intresserats av. Några ledord jag som jag kopplade till bilderna var *ljust, öppet, nostalgiskt, roligt, inbjudande, fräscht, kontrast*.

I restaurangen Hell of the North gifter sig färgerna i inredningen väldigt bra: den blåa väggfärgen mot det varma, gula träet och det svala, gråa klinkergolvet. Upplägget med träribbor längs väggar och tak var även i sig en intressant lösning ifall man inte vill att den blåa färgen skall bli för överväldigande.

Den andra lokalen som inspirerade mig var ett av Starbucks cafeér, detta beläget i Amsterdam. Här fascinerades jag utav värmen som utrymmet utstrålade. Man har använt mycket trä i ytmaterialen och i själva inredningen, träet i kontrast till betongen och metallen ger ett industriellt men samtidigt mjukt intryck. Den varma, gula belysningen gör också mycket för helhetsintrycket av lokalen. Slutligen tyckte jag att deras platsbyggda produkthyllor såg väldigt tilltalande ut i fråga om färgsättning och produktexponering. Jag gillade tanken att var produkt har sin plats, sitt fack. Detta skulle vara en bra lösning i en butik där många produkter skall framkomma utan att det uppfattas som rörigt.

På nästa uppslag bilder inspirerades jag återigen utav färg- och materialkombinationer i inredningarna. Jag märkte att inredningen genast uppfattades som kallare och stelare när träet inte finns med. Även mindre detaljer i trä kan därmed räcka för att mjuka upp inredningens helhetsintryck.

I den sista uppsättningen med inspirationsbilder (motstående sida) har jag sett närmare på delar i inredningen som fastnar i blickfånget, s.k. fokuspunkter. Det kan vara en samling moduler mitt i lokalen som förevisar butikens nyheter, produkthyllor med det lilla extra, en spännande synvilla eller varför inte en iögonfallande betjäningsskiva? Vad är fokuspunkten i lokalen är så är dess syfte att väcka uppmärksamhet och nyfikenhet hos betraktaren.

Jag presenterade min moodboard för mina handledare, som tyckte att jag hittat ett riktlinje som fungerade men att jag ändå behövde förtydliga konceptet. Min utomstående handledare, Anna Wallendahl, bad mig i ett ganska tidigt skede att fundera över företagets profilering. Främst då hur företaget vill bli sedd i kundernas ögon, vilken känsla man skulle få när man steg in i butikens utrymme, vad inredningen skulle utstråla. Denna uppmaning hjälpte mig avsevärt, i och med att jag specificerade företagets profil utåt fick jag samtidigt fram nyckelord för själva inredningsplaneringen. Beskrivningen av företagets profilering tillsammans med min moodboard var en sammansättning som jag kände att utgjorde en bra grund för den fortsatta planeringen.



Familjeföretag i tredje generation
Mångsidigt kunnande
Personlig betjäning
Tillmötesgående
Erfarenhet
Hantverk
Kvalitet

Jag presenterade mitt upplägg för ledningsgruppen och fick ett godkännande. Vi diskuterade kring tanken att materialval och ytor kunde lägga en modern och fräsch grund för butiken, samtidigt som känslan av historia och hantverk skulle framkomma genom olika element i den övriga inredningen.

Till all lycka har Glas Service ett välbevarat fotoarkiv som växt genom åren. Dessa bilder kunde med fördel tas med för att frambringa företagets historia och samtidigt ge en familjär känsla. Hantverket fick också komma fram genom bilder, jag fick en idé om att de historiska fotografierna kunde få sällskap av nyare fotografier i samma svart-vita tappning.

Förslagen om hur man skulle ta in dessa fotografier i inredningen var flera, bilderna kunde tryckas på tyg och spännas upp som canvas, bilderna kunde projiceras eller tejpas på skyltfönstren eller andra glasytor, alternativt kunde bilderna göras som ett laminat mellan två glasskivor och användas som bordsskiva.

Idén om det ljusa eller gula träet som en större del i inredningen levde kvar länge under planeringen. Tanken mognade och utvecklades, jag hade ideér om stilleben av ribbor på väggar, i taket eller på betjäningsskivans front. Jag övervägde i ett skede också en golvplatta i vinyl med ekimitation. Slutligen kom jag fram till att träet lätt blir för dominant om det utgör en större yta i inredningen. Min slutsats blev därför att ta med träet i någon mindre detalj istället, exempelvis i golvlister eller pendelarmaturer.

5.2 Skissering på bottenplan

Utgående från de undersökningar (kundenkät och statistik) och diskussioner med ledningsgrupp och personal inledde jag skisseringen på bottenplan med vissa specifika utgångspunkter. Utrymmet som idag disponerades till produkthyllor för främst konstnärsmaterial behövde minskas. Förevisning av glasprodukter, skräddarsydda glaslösningar och annan produktförevisning behövde ges mer utrymme i butiken. Produkter inom kategorin solskydd, dvs. markiser, rullgardiner och spjälgardiner utgjorde en ganska lämplig andel i utrymmet, dess utrymme kunde eventuellt utökas men inte förminskas.

I fråga om funktion behövde betjäningsskivans storlek inte nödvändigtvis förstöras, dock effektiveras. Placeringen av skivan var heller inte den ultimata, visserligen låg den centralt till men avståndet mellan skivan och inramningsverkstaden var för långt. Till en början spekulerades det kring ifall den gamla skivan bara behövde förnyas och således fortfarande användas. Efter en tids övervägande ansåg jag dock att den nuvarande skivan skulle ersättas, dels pga. dess opraktiska utformning (u-format) och dels dess omoderna utseende. Jag funderade över skivans placering i butiken, den behövde fortfarande ligga centralt till och gärna i blickfånget när man stiger in i butiken.

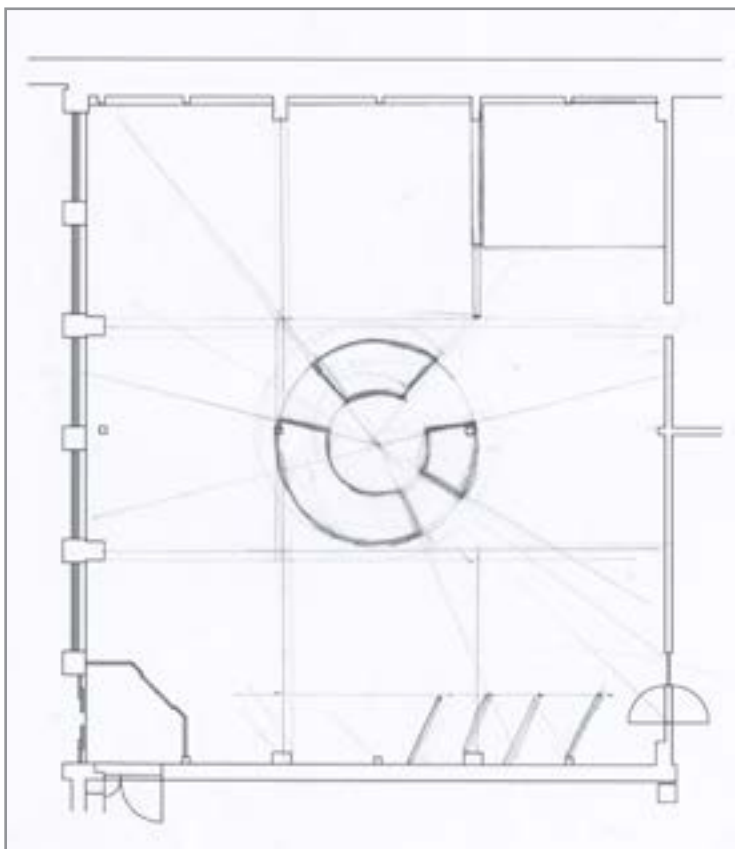
En annan större del i den nya inredningen var mötesrummet, något helt nytt för butiksutrymmet. Detta *rum-i-rummet* skulle fungera som ett avskilt mötesrum för kunder som vill ha ett privat möte med försäljaren och gå igenom materialprover, prisuppgifter, osv. Mötesrummet skulle fortfarande integrera med resten av butiken genom att delvist vara uppbyggd utav glasväggar. Placeringen för detta rum behövde i min mening också vara ganska centralt i rummet.

I en tidig skiss hade jag placerat betjäningsskivan i motstående hörn från ingången. Framför skivan fanns ett område reserverat åt produkthyllor för allehanda konstnärsmaterial, betjäningsskivan hade här en avlång utformning. Mötesrummet hade jag placerat längs den bakre väggens mittpunkt, min tanke var här att mötesrummet genom en glasvägg skulle integrera mellan både butik och verkstad. Mitt i butiksutrymmet hade jag placerat en cirkelformad sittavdelning, tanken var att man ändå lätt skulle kunna passera genom sittgruppen eller gå runt den på vägen till betjäningsskivan. I detta skede hade jag också ritat in en vägg parallellt med betjäningsskivan, där funktionen var att kunna förevisa olika markismodeller på en autentiskt fasadvägg. Ideén med att bygga en mellanvägg i utrymmet föddes ur tanken att täcka in existerande metallpelare i rummet. Pelarna är tre till antalet och bärande, de kan därför inte tas bort men väl täckas in eller göras diskretare.

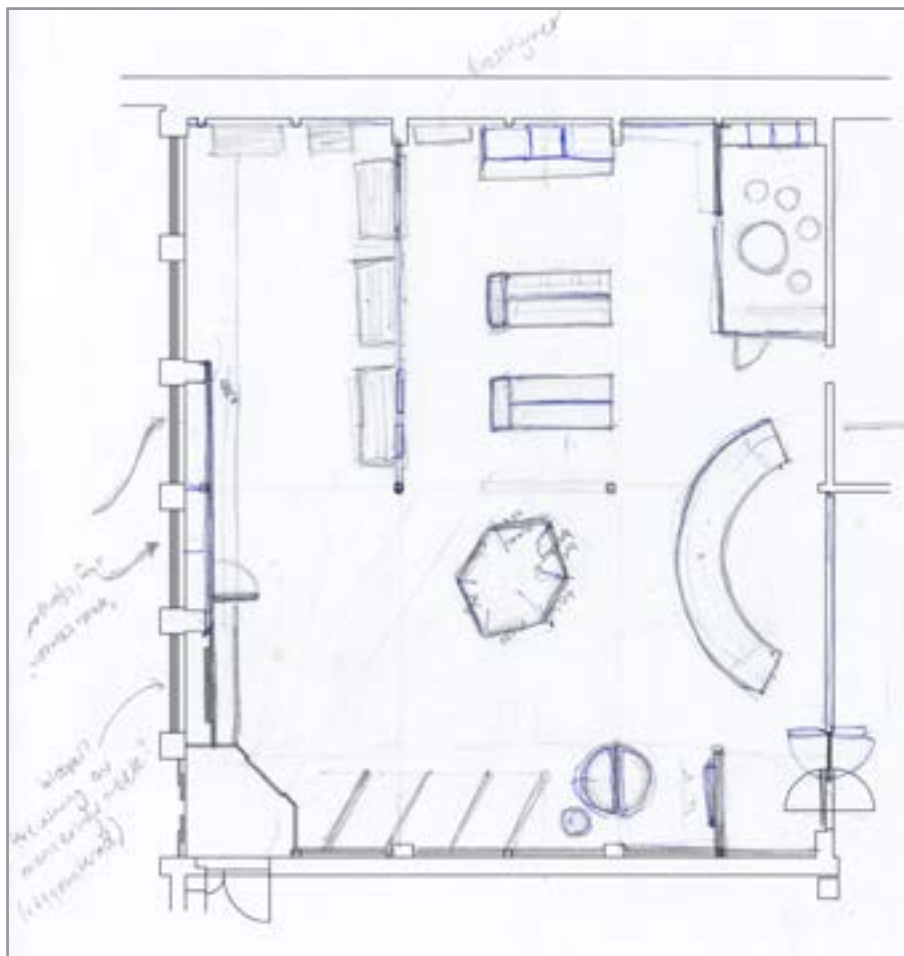
Dessa två skisser låg ganska nära varandra även om vissa detaljer skilde dem åt. Jag träffade mina handledare och diskuterade uppläggen. Där fick jag feedbacken att planen verkade något ostrukturerad, till och med lite stel. Jag ombads tänka i lite nya banor, exempelvis använda mera runda former. Förslag om att prova placera disken mitt i rummet och byta plats mellan betjäningsskivan och mötesrummet framkom också, vilket jag tog till mig och lovade att överväga.

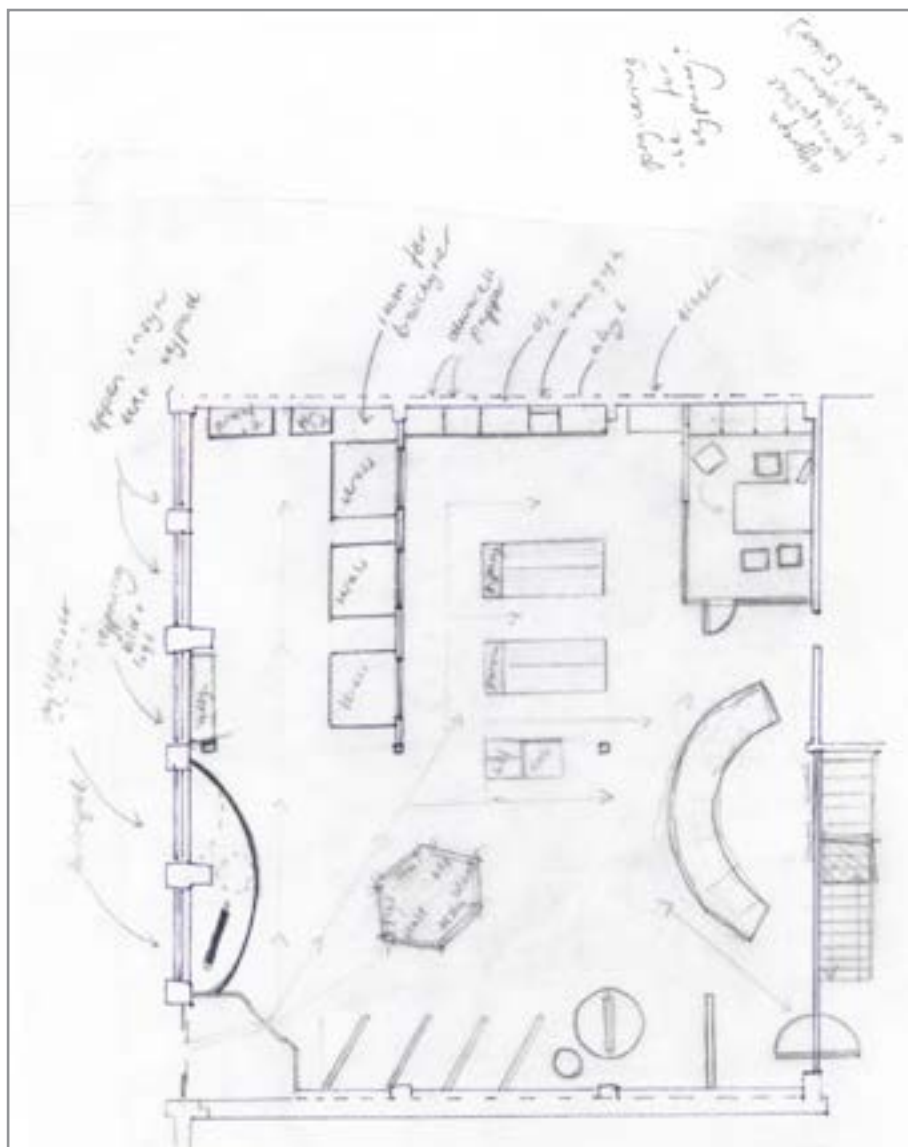
Jag kunde mycket väl hålla med om att bottenplanen behövde förfinas och att den ännu kändes spretig. Däremot tyckte jag att disponeringen av golvytan verkade lyckad, det kändes till exempel inte omöjligt att kunna få in konstnärsprodukterna på en mycket mindre yta än vad de tidigare haft.

Jag fortsatte skissera, fokuserade på att ta in runda former. En tanke om att disken fortfarande skulle vara placerad mitt i utrymmet skisserade jag kring, samtidigt som disken skulle vara cirkelformad. Jag fortsatte på tanken om att utgå från ett rutsystem för att markera olika delar i utrymmet, jag kände att det lade en bra grundstruktur i inredningen.

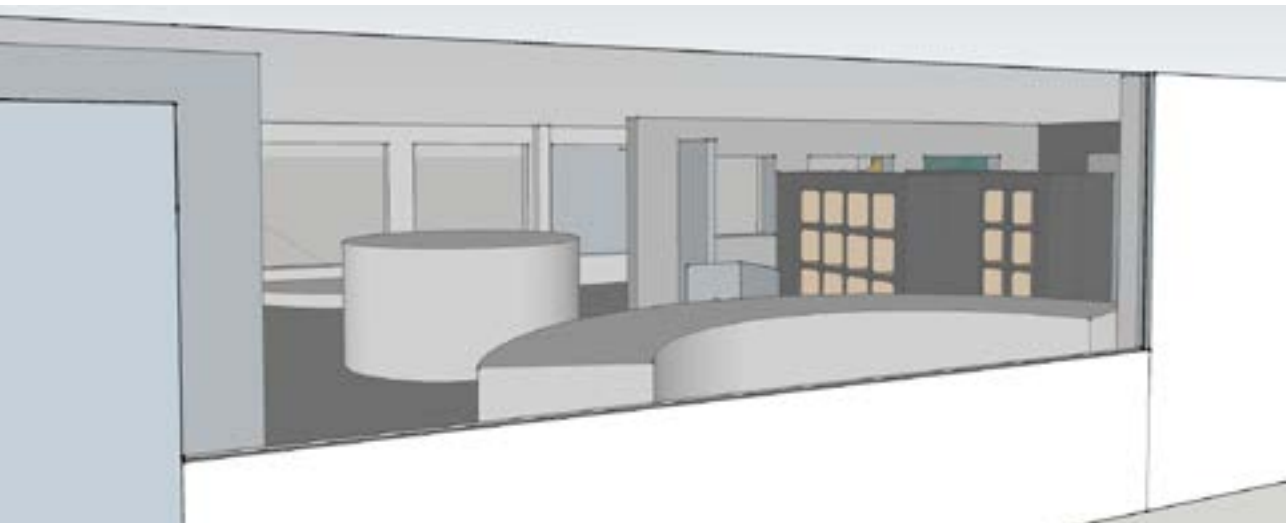


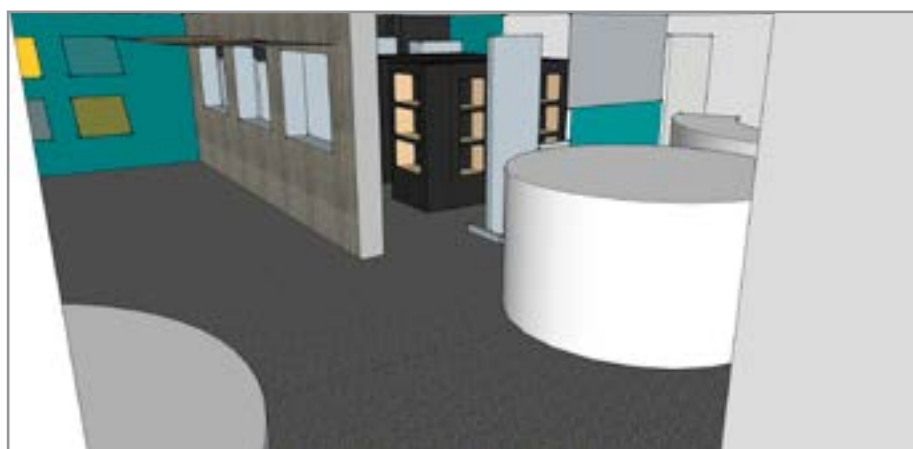
De runda formerna tilltalade mig mer och mer, de gjorde att inredningen automatiskt mjukades upp och kändes luftigare. Den cirkelformade disken tog dock för mycket utrymme så jag försökte istället skissa den som bågformad. Samtidigt testade jag att byta plats på disken och mötesrummet, vilket genast kändes som en vettigare lösning. Jag finslipade de andra delarna i inredningen, skisserade mer ingående på betjäningssdisken, produkthyllorna och en modulmöbel för produktprover. Jag mätte upp befintliga produkthyllor för färger och akvarellpapper och placerade in dem på bottenplanen. I detta skede började jag känna mig säkrare på upplägget även om det fanns förbättringar att göra.





Vid sidan om handskisseringen jobbade jag även i Google Sketch-Up och gjorde en tredimensionell ritning över utrymmet. Det gav en bättre bild av hur slutresultatet skulle komma att se ut, även om skisserna ännu inte innehöll alla detaljer. Man kunde se var promenadstråken skulle gå och var det eventuellt blev knappt om utrymme. I dethär skedet tog jag bort en glasmodul närmast sitthörnan p.g.a. utrymmesbrist. Jag såg också att området där markismodeller skulle förevisas kändes lite tomt och att jag eventuellt kunde tillsätta något där. På bottenplanen reserverade jag därför förvaringsutrymme åt lagerrullgardinen intill markisförevisningen. Slutligen insåg jag att många höjdvariationer tillsammans, exempelvis när befintliga produkthyllor ställdes bredvid varandra, gav ett oroligt intryck. Jag blev då medveten om att man i mån av möjlighet skall eftersträva återkommande höjder i produkthyllorna och andra möbler. För övrigt tillkom inga större förändringar baserat på Sketch-Up skisseringen.





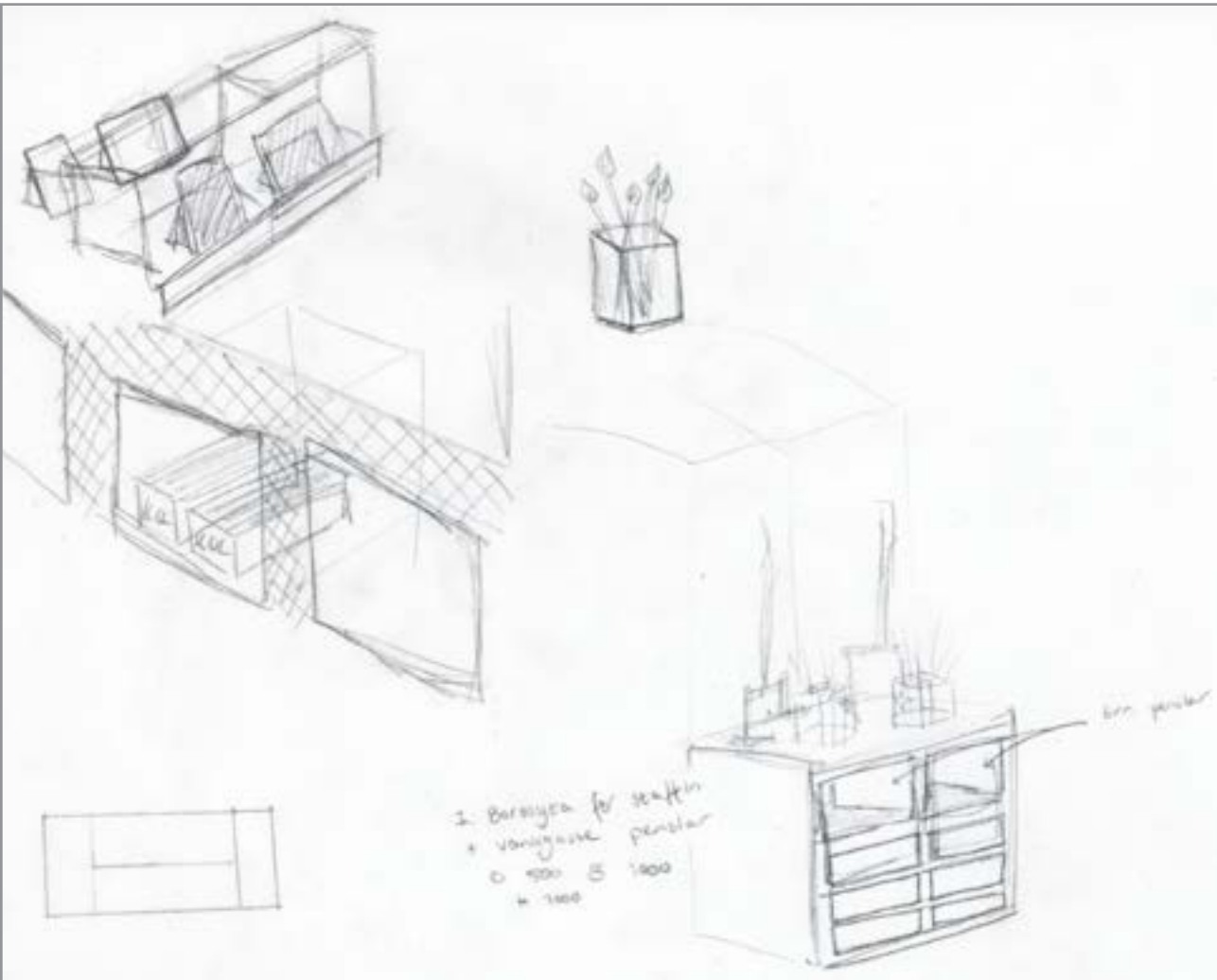
5.3 Planering av nya möbler

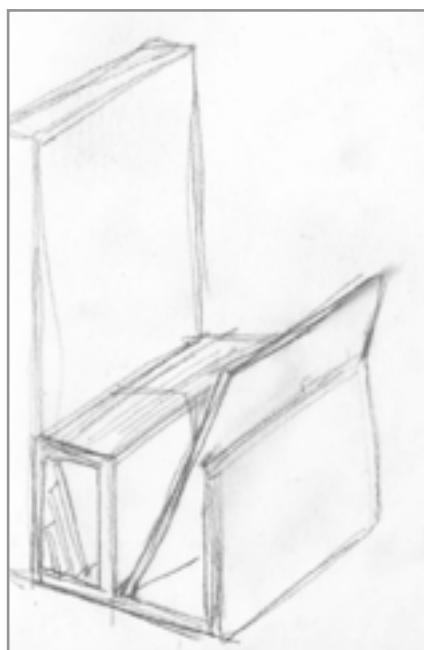
De nya möblerna som jag planerat vid sidan om inredningsplaneringen var produkthyllor, betjäningsskiva samt en möbel för olika produktprover. Jag började att skissa för hand och ganska snabbt började de olika elementen ta form. Jag ställde möblerna i förhållande till varandra och försökte få dem att samverka genom deras utformning och estetik. En gemensam röd tråd framträdde och jag kände att jag kunde börja göra tekniska ritningar.

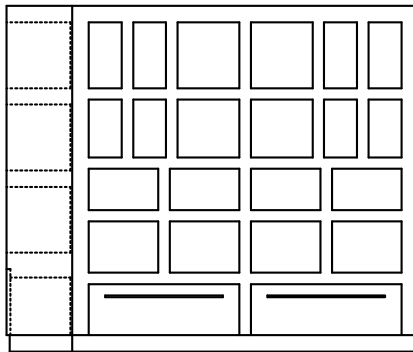
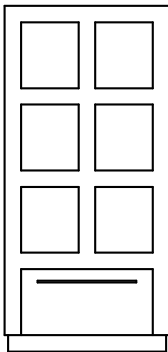
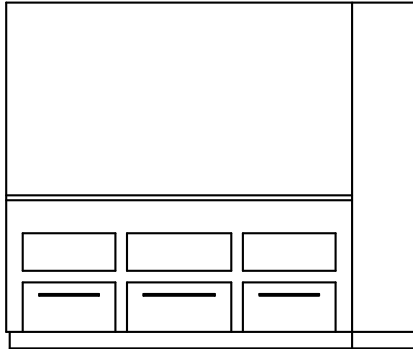
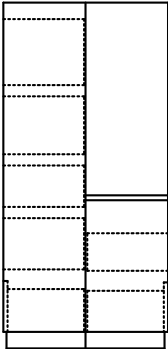
Eftersom möblerna inte kommer tillverkas förrän längre fram har jag inte haft för avsikt att göra kompletta ritningar med exakta mått och utförandeplaner under slutarbetets gång. Däremot ville jag ha en tydlig bild över hur möblerna skulle användas, vad möblerna skulle rymma och hur den estetiska utformningen skulle se ut. Skisserna och ritningarna tog jag i ett senare skede med mig till en snickare, där vi diskuterade alternativa lösningar och utförande. Samtidigt kunde snickaren i detta skede ge mig en ungefärlig kostnadsuppskattning för tillverkningen av möblerna.

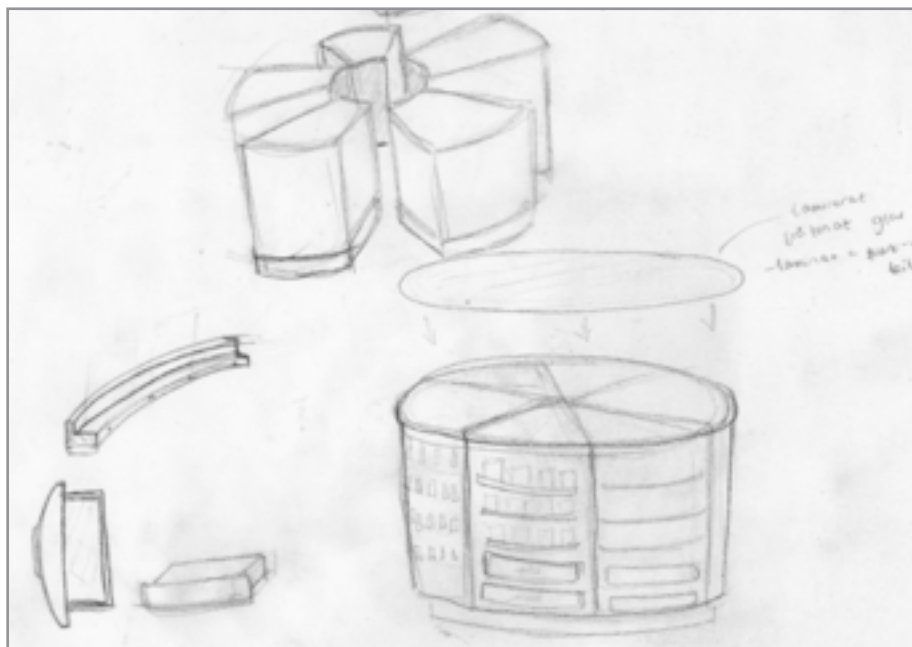
Produkthyllorna var svåra att utforma eftersom det var osäkert hur produktsortimentet skulle se ut efter den utförda renoveringen. Baserat på försäljningsstatistiken tog jag fram ett förslag för hyllorna där de flesta produkter fortfarande fanns kvar men i ett mindre omfång. De viktigaste funktionerna med de nya produkthyllorna var att de skulle rymma mycket olika produkter utan att för den skull se röriga ut. Hyllorna behövde också ha ett estetiskt utförande som samspelade väl med utrymmet i övrigt, samt att produkterna skulle visas på ett attraktivt sätt.

Ursprungligen hade jag en tanke om att göra att hyllor lika höga. Jag insåg dock snabbt att en det vore bra med en eller två hyllor i byråhöjd, ca. 80cm höga. Bland annat stafflier och penslar vore behandligt att ha på en bordsyta utan ha andra hyllplan ovanför. Övriga mindre produkter såsom olika pennset, färger som säljs styckevis, vätskor m.m. kunde istället placeras in i olika fack eller lådor. Jag hade tidigt en bild av att produkthyllorna skulle vara uppbyggda av olika fack i varierande storlek. Fackens innandömen skulle målas mörka för att framhäva produkterna bättre. Jag tänkte mig hyllorna som moduler, dessa skulle sedan placeras ut och bilda två grupper. En grupp skulle bestå av två breda hyllor som placerats med ryggarna mot varandra, därtill en smalare hylla att placera uppefter dom andra hyllornas kortsidor. En av de bredare hyllorna skulle ha en höjd på 80cm medan de två andra hyllorna skulle bli 200cm höga. Den andra grupperingens moduler skulle se lite annorlunda ut eftersom de bör rymma bl.a. canvaser, målarbottnar och pannåer i varierande storlek.





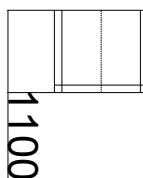
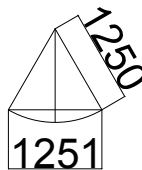
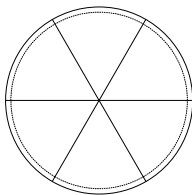




Möbeln för produktprover var en riktig utmaning. Jag räknade ut hur många produktprover för respektive produktgrupp som behövde finnas med, resultatet var häpnadsväckande. Glasprover som behövde frakomma uppgick till drygt trettio stycken, prover för olika plaster var femtio till antalet, aluminiumlister nittio, tätning- och gummilister sammanlagt fyrtiofem stycken. Det betydde att väldigt många produktprover behövde få plats på möbeln utan att intrycket såg rörigt ut.

Till en början hade jag skissat på möbeln som ett sexhörnigt bord, men övergick småningom att tänka på möbeln som uppbyggd av moduler. Detta för att jag planerade att ha med en utdragbar låda längst ner på varje modul ämnat för extra prover som kunderna vid behov kunde ta med sig hem. Den sexkantiga modulsammansättningen stred mot mitt genomgående koncept om runda former i utrymmet, därför övergick jag till tanken om en cirkelformad möbel. Den skulle fortfarande byggas upp av moduler, sex stycken, men tillsammans skulle de bilda en rund möbel med total höjd på 110cm. Modulernas antal har jag valt med tanke på antal produktgrupper som bör få plats i möbeln: glas, plast, gummi- och tätninglister, aluminium, fogmassor och beslag.

Glasprover och plastprover kommer göras i A5 storlek och radas fram längs lister som är fästa utmed modulens framsida. Aluminiumproverna kommer tillsågas i 10cm långa provbitar, som sedan hängs upp på diskreta krokar längs med modulens framsida. Tätning- och gummilistprover kommer i mån av möjlighet att fästas på ändamålsenliga karmar eller lister för att visa hur tätningen ska användas i praktiken. De 15-20 cm långa karmitarna och listerna är fästa längs modulen, men löstagbara. För fogmassorna fästs 5 cm djupa hyllor längs modulens framsida. Eftersom beslagen förpackas i minigrip påsar är det mest ändamålsenligt att fästa diskreta konsoller med flyttbara metallkrokar längs modulen avsedd för beslag.



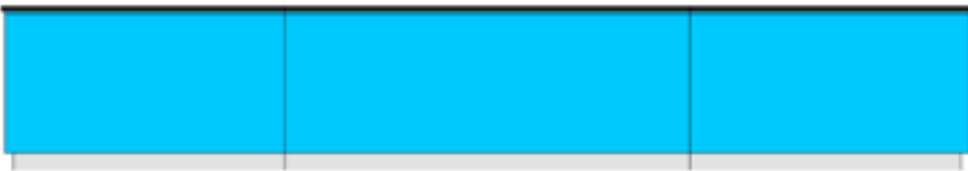
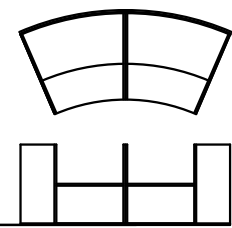
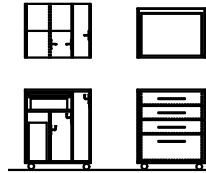
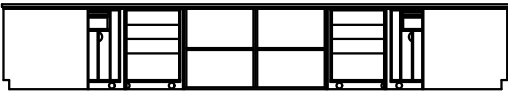
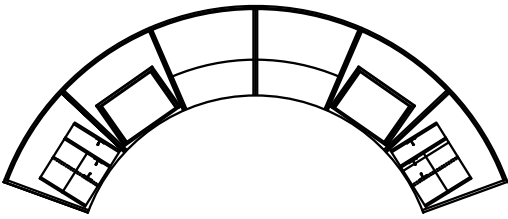
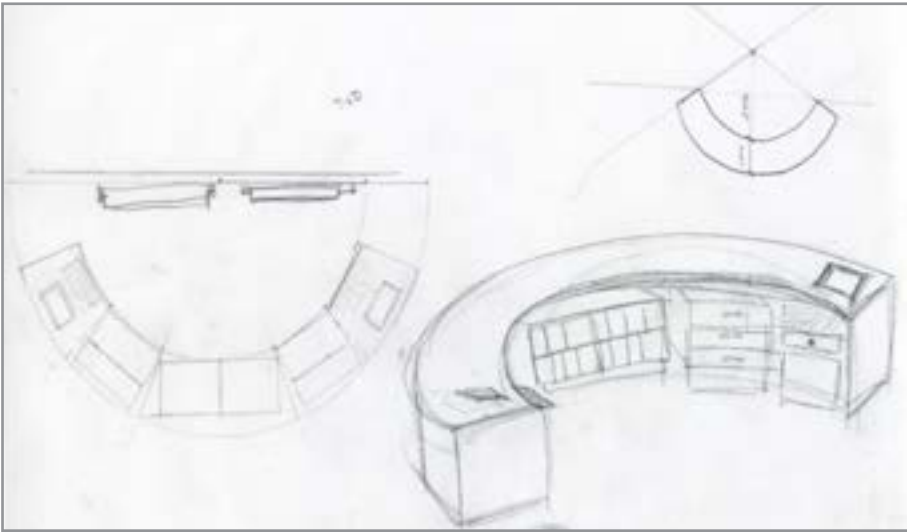
Slutligen planerade jag den nya betjäningsskivan. Jag började att mäta upp betjäningsskivan som för tillfället är i användning i butiken, såg till vilka delar som var funktionella och vad jag behövde åtgärda i och med den nya skivan. Djupet för skivan var 100cm, vilket är lämpligt och som jag valde att behålla. För närvarande finns det en betalningspunkt vid skivan, jag valde att lägga till en när jag planerade den nya skivan. Under skivan behövs mycket förvaringsutrymme, välplanerad sådan. Exempelvis hyllutrymmet för mappar är i den befintliga skivan för litet. Jag räknade ut att den nya skivan skulle behöva 220cm hyllyta för att rymma alla mappar med prislistor, tygprover m.m.

Utöver mapparna finns det mycket småsaker som behöver få rum under skivan: kontorsmaterial, mindre materialprover, papperspåsar och förpackningsmaterial. Dessa kände jag att vore behändigast att förvara i lådor, på så sätt vet man genast var sakerna finns att hittas, lådorna är överskådliga och skivans bordsyta kan hållas fri från saker.

Bågformen på skivan hade jag testat fram redan när jag skissade på bottenplanen. Jag testade ut olika radier och såg till att skivan varken var för stor eller liten för butiksutrymmet. Jag kom fram till att en inre radie på 2000cm skulle bli lämpligt. Utgående från halvmånen tog jag bort 100cm från var ända för att man lätt skall kunna gå bakom skivan.

Skisseringen på skivan tog inte allt för länge, jag kom ganska snabbt fram till en, i min mening, fungerande lösning. Betjäningsskivans front begrundade jag däremot under en längre tid. Jag visste att jag ville ha med något av de material som Glas Service Lund använder och säljer mycket av, alternativen var glas eller akryl. Glaset hade varit ett bra alternativ om skivan hade haft en rak front. När den nu hade en böjning skulle glaset inte kunna fästas jämnt mot stommen. Därför valde jag istället att gå in för akryl, ett skarpt plastmaterial som kan böjas i någon mån. Jag ville också att skivan skulle vara iögonfallande, dra kundens blickar till sig och ge en "wow-känsla".

Flouriserande akryler är väldigt uppseendeväckande, om de belyses på rätt sätt ser akrylen nästan självlysande ut. Denna typ av akryl kändes för futuristiskt, därför valde jag istället en transparent blå akryl med matt yta. Om man placerar ett vitt laminat bakom akrylen förstärks den blåa färgen och får akrylen få en väldigt klar färg. Mellan akrylen och laminatet kommer en distans på 1cm, där fästs ett LED-band under skivans bordsskiva för att lysa upp akrylen. I kontrast till den klara blåa akrylen kommer bordsskivan utföras i ett mörkt grått kompositmaterial. Som pricket över i:et kommer betjäningsskivans sockel inkläs med en akrylspiegel. Detta ger intrycket av att skivan saknar ben och att den svävar ovanför golvet.



5.4 Materialkort (val av ytmaterial)

När planeringen av bottenplanen och de nya möblerna nu började vara klara kunde jag fokusera mer på materialvalen i utrymmen. Från tidigt skede i processen hade jag tankar om färger och material som skulle kunna tas med. Utgångsläget var färger i blå och grå skala, glas, och trä i ljus eller svagt gult utförande.

Golvet är den största ytan i utrymmet och utgör därför stor del av rummets helhetsintryck. Min tanke hade länge cirkulerat kring en mellangrå eller mörkgrå golvmatta i PVC-fritt material. När jag satte golvmaterialet i förhållande till företagets profilering kändes samspelet dock inte klockrent. Jag strävade efter att göra utrymmet genuint inbjudande, att äktheten i materialvalen skulle synas och kännas. En melerad golvmatta kändes då dött, opersonligt och opassande. Funktionen med en golvmatta var däremot ändamålsenligt: underhållet var minimalt, slitagevärde för en golvmatta anpassas efter utrymmet och kan därför fås med mycket slittålig yta.

Ett mer äkta material för golvet hade varit parkett. Även här varierar slitklasserna beroende på utrymmets behov. Jag hade dock en föraning om att ett parkettgolv inte skulle bli långlivat i det aktuella utrymmet, därför gick även detta alternativ bort.

Lösningen var nu att kombinera golvmattans tekniska egenskaper med parkettens utseende. Jag fann snart ett vinylgolv med högsta stilklass i träimitationsutförande som blev en bra kompromiss. Nackdelen med golvet var det dryga förarbetet, vinylplattorna kräver ett väldigt plant underlag och grunden behöver därför spacklas och slipas innan golvplattorna limmas på. Detta var dock den enda stora nackdelen med golvmaterialet, fördelarna övervägde helt klart. Golvets underhåll är minimalt, ingen boning eller vaxning är nödvändigt utan helt vanligt renhållning räcker. Golvets strukturerade yta och färgvariation påminner om, och kan lätt uppfattas som, ett äkta trägolv. Plattans ytstruktur gör att repor inte uppfattas lika lätt som på en slät golvmatta, samtidigt bidrar golvets färg till att smuts och damm inte syns genast.

När golvmaterialet nu hade valts funderade jag på golvets riktning. Ett alternativ hade varit att lägga golvet diagonalt. Min tanke var då att lägga golvet i riktning från ytterdörren till mötesrummet. Det diagonala mönstret skulle uppmuntra ett visst rörelsemöster när kunden kommer in i butiken utifrån gatan, den underliggande tanken var att kunden omedveten genast skulle uppmuntras att gå längre in i butiken. Nackdelen med att lägga golvet diagonalt var förstås risken att helhetsintrycket skulle bli oroligt.

Av den anledningen beslöt jag att golvet skulle läggas vinkelrätt i lodrät riktning. När golvytan ändå uppgår till 160kvm kändes det som en stor risk att göra golvet mer utmärkande än det redan var.

Jag beställde efter en större provbit av golvmaterialet för att känna mig helt säker på mitt val. Samtidigt kunde jag lättare bestämma färger på de andra ytorna om jag hade golvmaterialet i verklig storlek framför mig. Väggytornas färgsättning tog inte allt för länge att fastställa eftersom jag under flera veckors tid inspirerats av olika blå-gråa färgkombinationer. I tidigt skede hade jag sett framför mig att färgskalan skulle bestå av en eller två blåa nyanser och två gråa nyanser. Dessa skulle komplementeras med detaljer i svart, vitt och ekens gul-bruna färgton. Med tiden blev jag dock medveten om andra färgkombinationer som kunde funka bättre med inredningens koncept. När tiden var inne att identifiera färgkoderna hade jag ett tydlig vision och motivering till mitt färgval. Färgerna skulle alla väljas ur en blå färgskala utan inslag av gult, rött eller grönt. Färgerna skulle också ha en viss mättnad, det vill säga att färgerna inte skulle vara för klara eller pastelliga.

Längs med vänster vägg ville jag använda mig av en mörk blå färg, något som skulle utmärka sig er från de andra färgerna och därmed dra blicken till sig.

NCS 5020-B



På motstående vägg ville jag använda en ljus gråblå färg, mer subtil och diskret än på tidigare vägg. Den ljusa färgen skulle också användas som takfärg.

NCS 1510-B



Väggarna som löper vertikalt genom rummet målas i två färger (sett uppifrån) en blåare ton från golv upp till 110cm höjd. Över 110cm målas färgen i en gråare ton.

NCS 3010-B

NCS 3020-B



Väggen som löper bakom betjäningsdisken samt en del av väggarna som utgör mötesrummet kommer att inglasas till viss del. Till en början hade planerat glasväggarna från golv till tak, men insåg snabbt att det kändes exponerande. Med tanke på att man befinner sig i mötesrummet för att få en privat session med sin försäljare kunde hela glasväggar kännas rent av otryggt. Jag planerade därför in glasväggarna från halva höjden upp till tak. Först görs en kompakt vägg upp till 110cm höjd, väggen bekläds med spånskiva och målas enligt anvisning på materialkortet. Från 110cm höjd utförs inglasningar i gråtonat glas. Väggar i horisontalt led (sett uppifrån) där inglasning inte är inplanerad målas istället från golv till tak enligt anvisning på materialkortet.

Förutom befintliga väggar kommer även en mellanvägg byggas ut i rummet. Här kommer bl.a. markiser, spjälgardin och rullgardin förevisas. Väggen kommer att utföras så att det ser ut som en autentisk stugvägg, komplett med utomhuspanel, fönsterbågar, foderbräden och fönsterlister.

Sidan som vetter ut mot gatan kläs med väggpanel i vertikalt led. Fasaden målas i en mellangrå nyans, karmar och fönsterbågar målas vita.

NCS 5502-N

NCS 0300-N



Sidan in mot rummet målas i en grå nyans. Fönsterlister måla vita.

NCS 3010-B

NCS 0300-N



5.5 Rumskort (val av möbler)

Utöver de möbler jag redan planerat och som skall tillverkas av en snickare behöver rummet även andra möbler. För sitthörnan längs med höger vägg letade jag inledningsvis efter en sittmöbel i moduler som skulle bilda en rund sittgrupp samt ett tillhörande soff- eller sidobord. Jag funderade även på runda sittpuffar men bestämde mig för en soffa och en fåtölj ur en och samma produktfamilj. Sittmöblerna kommer från ett finskt företag, de tillverkar skräddarsydda möbler för offentliga miljöer enligt kundens behov. De har också ett brett urval av färdiga produktgrupper och lösningar för bl.a. sittmöbler, där det finns en handfull standardutföranden att välja bland och kunden behöver bara välja tyget för möblerna. Företagets möbler är kvalitativa och överkomliga i prisväg med tanke på att de gör möbler för offentliga miljöer. Möblerna är något lekfulla men ändå enkla till utseendet, något jag tycker passar bra för butiksutrymmet.



Vidare gick jag in på mötesrummet och valde ut kontorsmöbler. Till rummet behövdes något form av skrivbord, tre-fyra stolar och förvaringsskåp. Jag ville inte att rummet skulle se allt för kontorsaktigt ut, känslan fick vara mer avslappnade och ha en underton av kreativitet. Möblerna behövde ändå hållas stilrena och i enighet med den övriga inredningen i butiksutrymmet.

Skrivbordet är det som oftast ser mest opersonligt ut i ett kontor eller mötesrum. Man väljer ofta att framhålla funktion framför estetik när man väljer bord, dess utseende gör inte så mycket för helheten om det är anspråkslöst. I denna inredning ville jag dock att bordets utseende skulle förstärka rummets känsla, därför valde jag att ta in ett skrivbord som förmedlade en känsla av hantverk och kreativitet men som samtidigt hade enkel utformning. Stolarna i mötesrummet fick också de andas kreativitet, jag letade bland kända designnamn jag sedan tidigare var bekanta med och tyckte om. Ett alternativ som tilltalade mig var Kartells stol "Masters". Dess estetik är tilltalande samtidigt som en stol i plast verkade mest ändamålsenlig för rummet. Risken med tygbeklädda stolar eller stolar i trä är att de slits snabbt.

Förvaringen i mötesrummet bör vara sluten för att kunna bibehålla en känsla av ordning och reda. Skåpet kommer rymma främst mappar och materialprover, förvaring med hyllsystem vore därför en lämplig lösning. Jag valde att leta efter en färdig lösning framom att välja ett platsbyggt skåp. Via en förmedlare av kontorsmöbler och -material hittade jag ett skåp i lämplig storlek och passande utförande.





Utöver dessa möbler valde jag också ut ett soffbord till sitthörnan, tyger och utföranden för de lamellgardin, rullgardin och spjälgardin som förevisas samt förslag till mattor i utrymmet. Belysningsarmaturer specificeras i senare skede tillsammans med elplanerare, men i rumskortet jag har lagt med förslag till armaturer att utgå ifrån.

5.6 Presentation åt kunden och uppföljning

I detta skede kände jag mig nöjd med min plan som helhet: bottenplanen, materialvalen och rumskortet samspelade på det sätt jag eftersträvat. Innan jag sammanställde och slutförde mitt arbete återstod det ett slutligt möte med ledningsgruppen där jag presenterade mitt material. Mötets syfte var givetvis att presentera det färdiga konceptet och upplägget för butiksutrymmet, samtidigt få ledningsgruppens reaktioner till min planering i form av kritik eller godkännande. Om kunden ansåg att något behövde ändras i planeringen skulle jag göra justeringar, i annat fall betydde ett godkännande att jag kunde slutföra mitt arbete.

Ledningen hade redan tidigare tyckt att upplägget med bottenplanen sett bra ut, den hade inte ändrat avsevärt och fick därmed godkännande. Kring materialvalen diskuterade vi mera, de ställde mest frågor kring golvmaterialet, dess egenskaper och hur det skulle monteras. Jag kände att jag kunde motivera mina val väl och att ledningen därför också gav sitt medgivande.

Efter själva presentationen diskuterade vi också hur projektet skulle fortsätta framöver. Eftersom renoveringen utförs först i slutet av året kände vi alla att projektet behövde en fortlöpande plan och ett schema att följa även i fortsättningen. Vi diskuterade kort kring hur renoveringen skulle kunna schemaläggas och vilka entreprenörer och hantverkare som skulle vara lämpliga att utföra renoveringen. I slutet av mötet hade vi kommit fram till följande:

-vilken byggfirma som skulle vara den mest lämpade att utföra arbetet, denna firma kommer att sköta all tillbyggnad, målning och golvläggning.

-belysningsschemat kommer att planeras av en elplanerare, som i sin tur kan dirigera utförande av elarbetet till en elmontör.

-snickaren som jag själv varit i kontakt med tidigare kommer att tillverka de planerade möblerna.

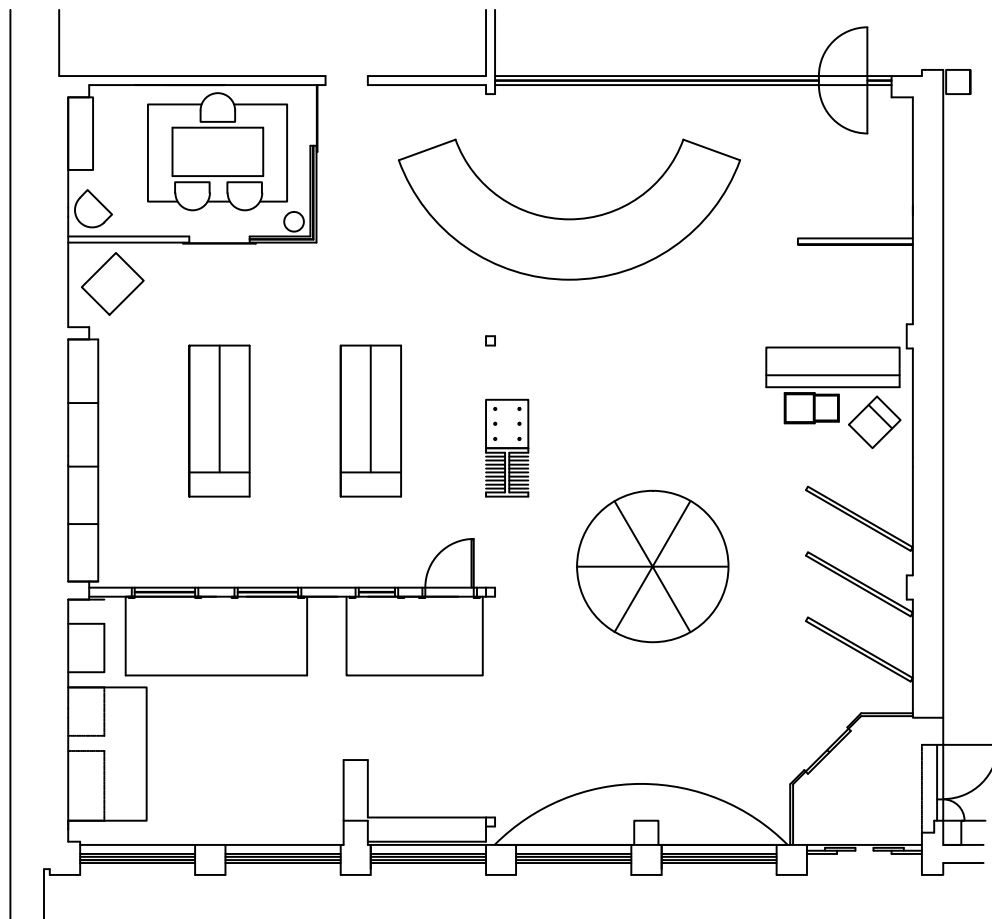
Vidare återstod det för mig att ta kontakt med de företag som kommer att beröras, boka in projektet hos hantverkarna och kontrollera leveranstider med snickare och andra möbelleverantörer. I mån om möjlighet skulle jag också ta in offerter för att kunna uppskatta projektets omkostnader.



*"Eventually all the pieces fall into place . . .
until then, laugh at the confusion, live for
the moment, and know that everything
happens for a reason"*

6. Slutprodukten

6.1 Bottenplan



Bottenplan Glas Service Lund

Butiksutrymme skala 1:125

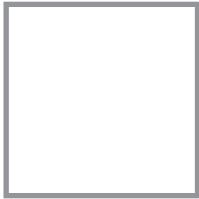
Emmi Lund 04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com

6.2 Materialkort



NCS 1510-B



NCS 1510-B



NCS 3010-B



NCS 5020-B



NCS 3020-B



Podium XXL, Chapman Oak. Upofloor



NCS 4502-N



NCS 5502-N



NCS 0300-N



NCS 3010-B



SGG Stadip Silence, Grey

Materialkort Butikstrymme

Glas Service Lund AB

Jakobsgratan 11

Materialkort (01.04.2014)

	Material	Ytor	Övrigt
Golv	Vinyl	Upofloor, Podium XXL Chapman Oak art.nr. 0059610 182,88*22,86cm	Lägges enligt Bilaga 2
Golvlister	Trä, målas	Slät, grå, halvblank 12*42 mm Ex. Från Hartman (Målas NCS 4502-N)	Golvlister lägges längs alla väggar.
Väggar, befintliga	Vägg "1" modifieras innan målning. Bärande järnbalkar täcks in med spånskiva. Vägg "2" modifieras innan målning. Bärande järnbalkar täcks in med spånskiva. Vägg "3" modifieras innan målning. Den fasta väggen tas ner och görs till en halvvägg med höjd 110cm. Ovanpå den nya väggen görs inglasning.	NCS 5020-B NCS 1510-B NCS 3020-B Laminerat, härdat glas gråtonat, ljuddämpande Ex. SGG Stadip Silence	Vägg benämnd "1" i Bilaga 1 målas kulör NCS 5020-B Se Bilaga 3 för utförande Vägg benämnd "2" i Bilaga 1 målas kulör NCS 5020-B Se Bilaga 3 för utförande Vägg benämnd "3" i Bilaga 1 målas kulör NCS 3020-B till en höjd på 110cm, samt inglasas från höjd 110cm upp till tak.
Inglasningslister	Aluminium eller stålkonstruktion för inglasning, målas	RAL 7031	Samtliga lister och konst- ruktioner som används vid inglasning målas i kulör RAL 7031 (blågrå)
Glasdörr	Glasdörr monteras på vägg "3" Väggar "4" målas	Härdat glas, gråtonat NCS 3020-B NCS 3010-B	Se bottenplan för placering Vägg benämnd "4" i Bilaga 1 målas kulör NCS 3020-B till en höjd på 110cm, samt kulör NCS 3010-B från höjd 110cm upp till tak. (Övergången mellan färgerna görs med skarp, tejpad)
Väggar mötesrum tillbygges	Vägg "5" tillbygges och målas Vägg "6" tillbygges och målas	Samma utförande som vägg "3" Samma utförande som vägg "4"	Se bottenplan för placering Se bottenplan för placering
Skjuddörrar	Skjuddörrar i glas monteras på den tillbyggda väggen.	Härdat glas, gråtonat Dörröppning 100cm bred	Se bottenplan för placering

	Material	Ytor	Övrigt
Vägg för solskydd tillbygges	Autentiskt fasadvägg tillbygges		Se bottenplan för placering Se Bilaga 4 för projektion av utförande
	Autentiskt husvägg, trä, målad Utomhus fasad mot gatan	Utomhusfasaden brädsläs med panel i stående led. Panelen målas grå NCS S 5502-N Foderbräden, karmar och bågar målas vita NCS S 0300-N	Vägg benämnd "7A" i Bilaga 1 målas kulör NCS 5502-N
	Inomhusvägg inåt rummet	Inomhusväggen täckes med spånskivor, spacklas och målas ljusgrå NCS 3010-B Fönsterlister målas vita NCS 0300-N	Vägg benämnd "7B" i Bilaga 1 målas kulör NCS 3010-B
Övriga väggar tillbygges			
Inramningsvägg	Utförande valfritt	Väggens yta bör vara tyg-beklädd och magnetisk undertill. Väggen bör också ha en lutning på ca. 10° samt en s.k. "tavellist" på 75cm höjd från golvet.	Se bottenplan för placering Se skiss och bild i Bilaga 5 för riktgivande utförande.
Inglasningsmoduler	Utförande glas, aluminium	Tre stycken inglasade väggar och/eller skjutdörrsmoduler monteras längs vägg "2" enligt placering på bottenplan. Bredd <200cm	Väggarna planeras och monteras utav Glas Service Lund
Tak	Målas	NCS 1510-B	
Övrigt			
Upphöjning framför skyltfönster	Utförande trä, målas och beläggs med vinylplattor	Höjd 30cm. Upphöjningens front målas NCS 3020-B Höjningens plana yta beläggs med samma golvmaterial som i resten av utrymmet.	Se bottenplan för placering, platsbyggs.
Platsbyggd förvaring för lagerrullgardiner	Utförande trä, metallkonsoller	När förvaringssystemet planeras tas videokanonens projicering i beaktande. Videokanonen skall monteras i taket, projiceringen skall riktas mot skyltfönstret. Rullgardinen förvaras på stående, hålls på plats med hjälp av metallkonsoller	Se bottenplan för yta som reserverats för rullgardinsförvaringen.

6.3 Rumskort



21.



1.



3.

2.

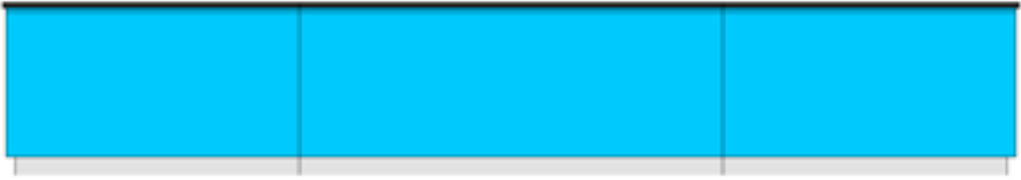




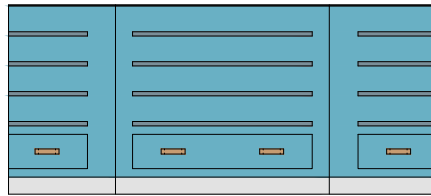
20.



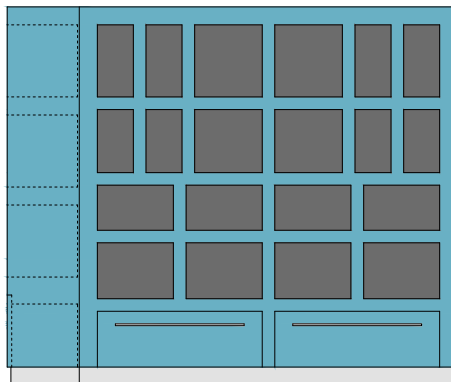
1.



5.



4.



7.



16.



17.



18.



8.

9.

10.



6.



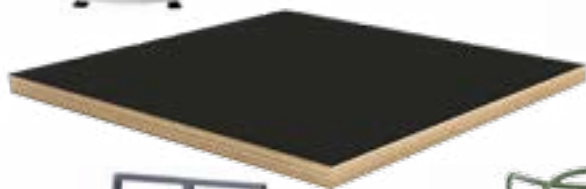
14.



21.



13.



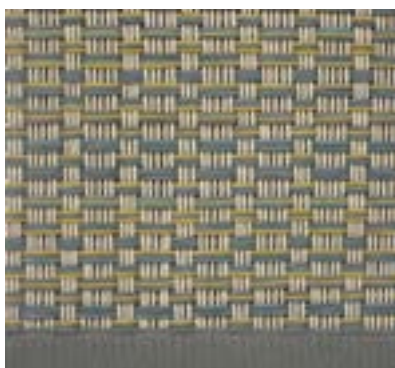
11.



12.



15.



19.

Rumskort Butiksutrymme

Glas Service Lund AB

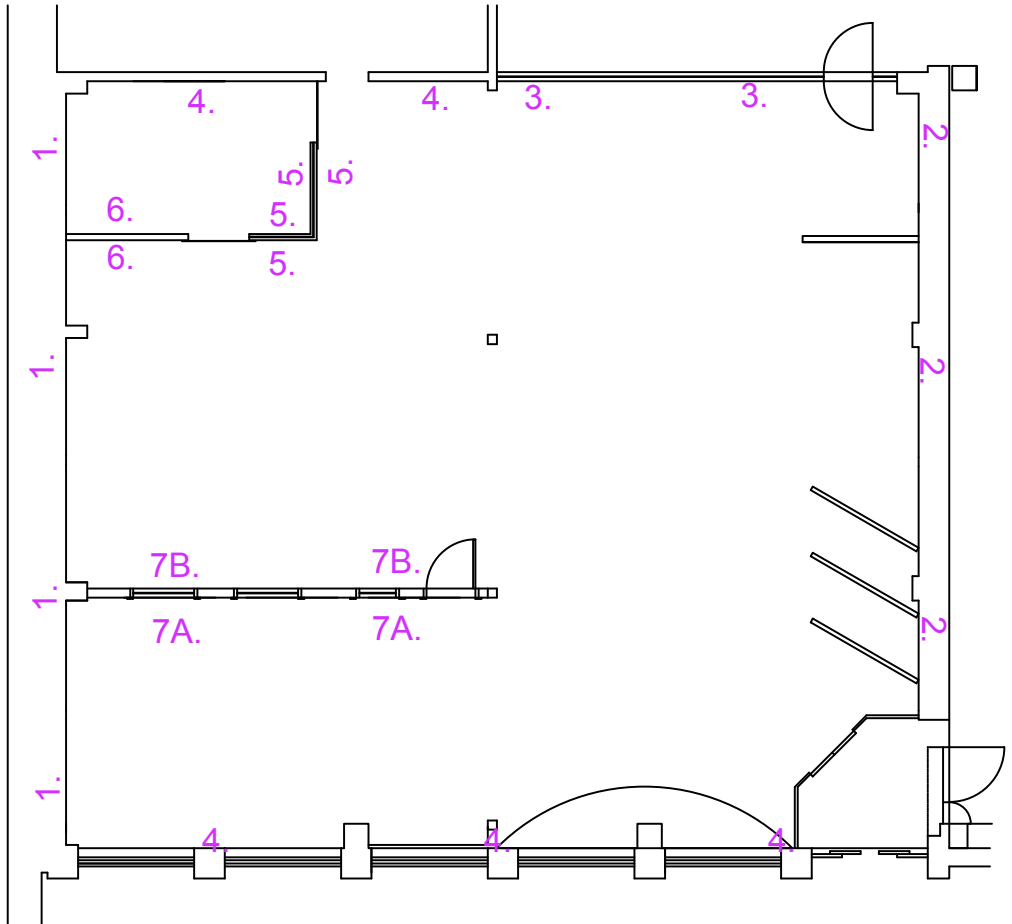
Jakobsgatan 11

Rumskort (01.04.2014)

Butik	Föremål (cm)	Övrigt
Möbler	Sittavdelning	
	Soffa graffitgrå med blåa detaljer B220*D66*H78	Se Bild 1 Pris: 1444€ Från Adi
	Fåtölj med blåa detaljer B55*D66*H78	Pris: 735€ Från Adi
	Soffbord i metall och glas B90*D50	Se Bild 2 Pris: 49€ Från IKEA
	Orkideterrarie i glas Tillverkas i 8mm glas	Se Bild 3 Tillv: Glas Service Lund
	Moduler för produktprover	
	Diam. 250*H110 Utförande MDF Målas NCS 3020-B Detaljer målas NSC 3010-B Sockel bekläds med akrylspegel	Se Bild 4 Se Bilaga 7 Tillverkning: Verdek Pris ca: 3600€
	Betjäningsdisk	
	B560*D100*H900 Utförande helträ, MDF, akryl Bordsskiva i kompositmaterial graffitgrå, melerat, halvblank Sockel bekläds med akrylspegel	Se Bild 5 Se Bilaga 8 Tillverkning: Verdek Pris ca:6300€
	Möbler butiksområde	
Ställning för kilramar och målardukar Totalt B160*D70 Befintliga ställningar bibehålls. Metalldelar målas gråa RAL 9006 Eventuella skivtytor målas NCS 3020-B. Ställningarna ställs tillsammans enligt placering på bottenplan.	Se Bild 6	

Butik	Föremål (cm)	Övrigt
Möbler	<p>Produkthyllor, 2st B250*D100*H200cm Utförande helträ och MDF Målas NCS 3020-B Innandömen i hyllfacken målas mörkgråa NSC 6502-B Sockel bekläds med akrylspegel</p>	<p>Se Bild 7 Se Bilaga 9 Tillverkning: Verdek Pris: å 5200€</p>
	<p>Produkthyllor för olje- och akrylfärger Befintliga används, 2st B95*D45*H224cm</p>	<p>Se Bild 8</p>
	<p>Produkthyllor för skiss- och målarblock Befintliga används, 2st B105*D50*H215</p>	<p>Se Bild 9 Dessa produkthyllor ställs på rad inbygges på lämpligt sätt så att hyllorna uppfattas som lika höga.</p>
	<p>Produkthyllor för akvarellpapper Befintlig används, 1st Uppfräschas i mån av möjlighet B65*D80*H191</p>	<p>Se Bild 10</p>
	<p>Mötesrum Skrivbord Ben tillverkas av två svarta arbetsbockar B60*H70 Bordsskiva: obehandlad 15mm fanér B200*D100cm 8mm tjockt klart glas målas matt svart på en sida, den målade sidan placeras mot fanerskivan, silikondroppar i hörnen</p>	<p>Från IKEA, a´8€ Se Bild 11</p>
	<p>Stolar, plast, 4st Kartell MASTERS 2*gröna, 2*gråa B57*D47*H84</p>	<p>Se Bild 12 Pris: a´179€ Från: Wilma Interiör</p>
	<p>Förvaringsskåp B120*H132,5*D41,5 Utförande grått laminat</p>	<p>Se Bild 13 Pris: 350€ Från AJ Tuotteet</p>
	<p>Vattenautomat Diam 32*H145</p>	<p>Se Bild 14 Från Autobar.fi</p>
	<p>Matta Jazz, 100% pappersband B230*D160 Utförande oliv-petrol-grå</p>	<p>Se Bild 15 Från VM Carpet</p>

6.4 Bilagor



Bilaga 1

Glashuset

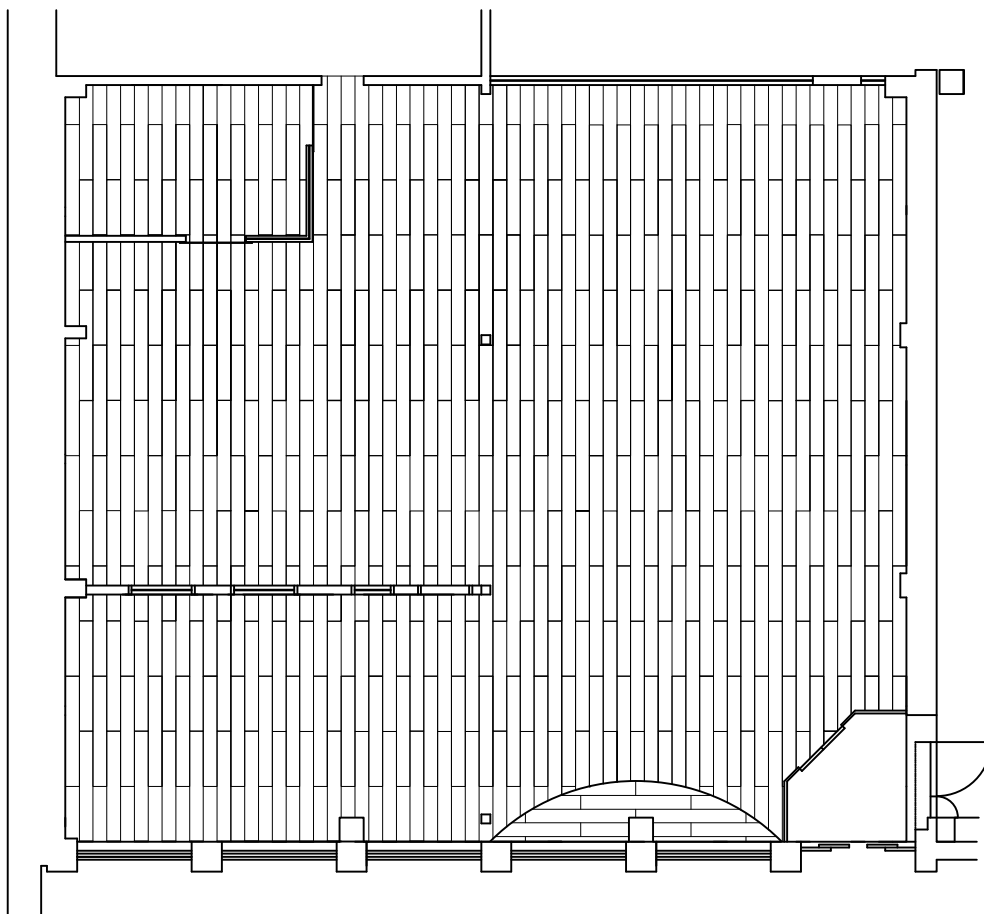
Väggnrering

skala 1:125

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 2

Glashuset

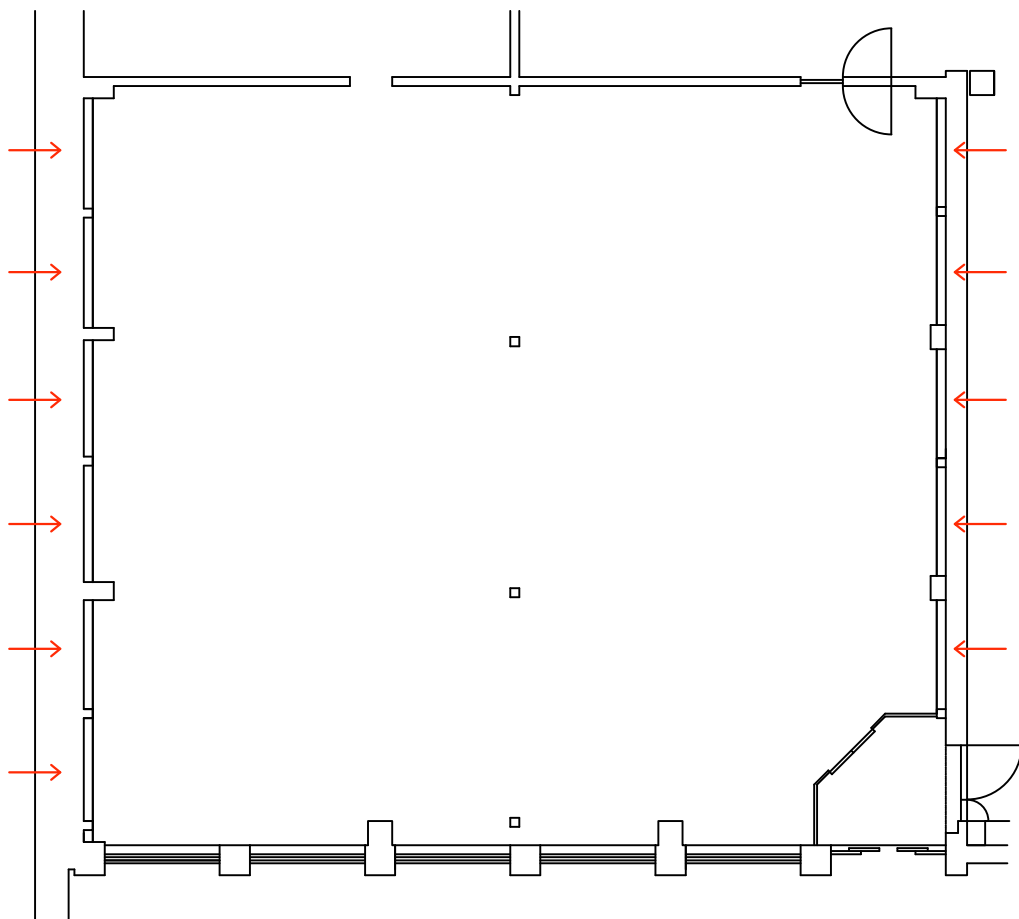
Golvläggning

skala 1:125

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 3

Glashuset

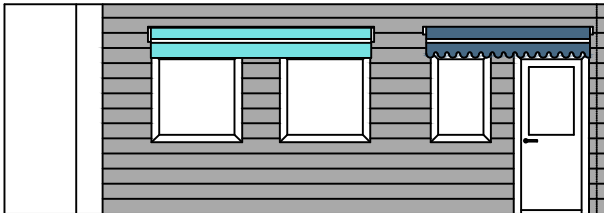
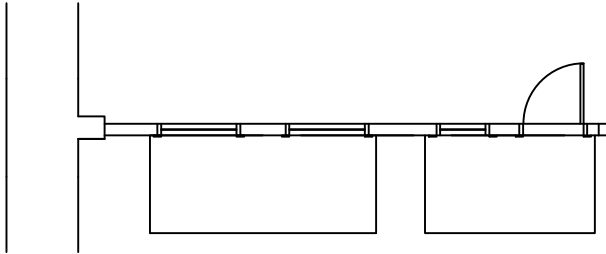
Väggmodifiering

skala 1:125

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 4

Glashuset

Fasad-projektion

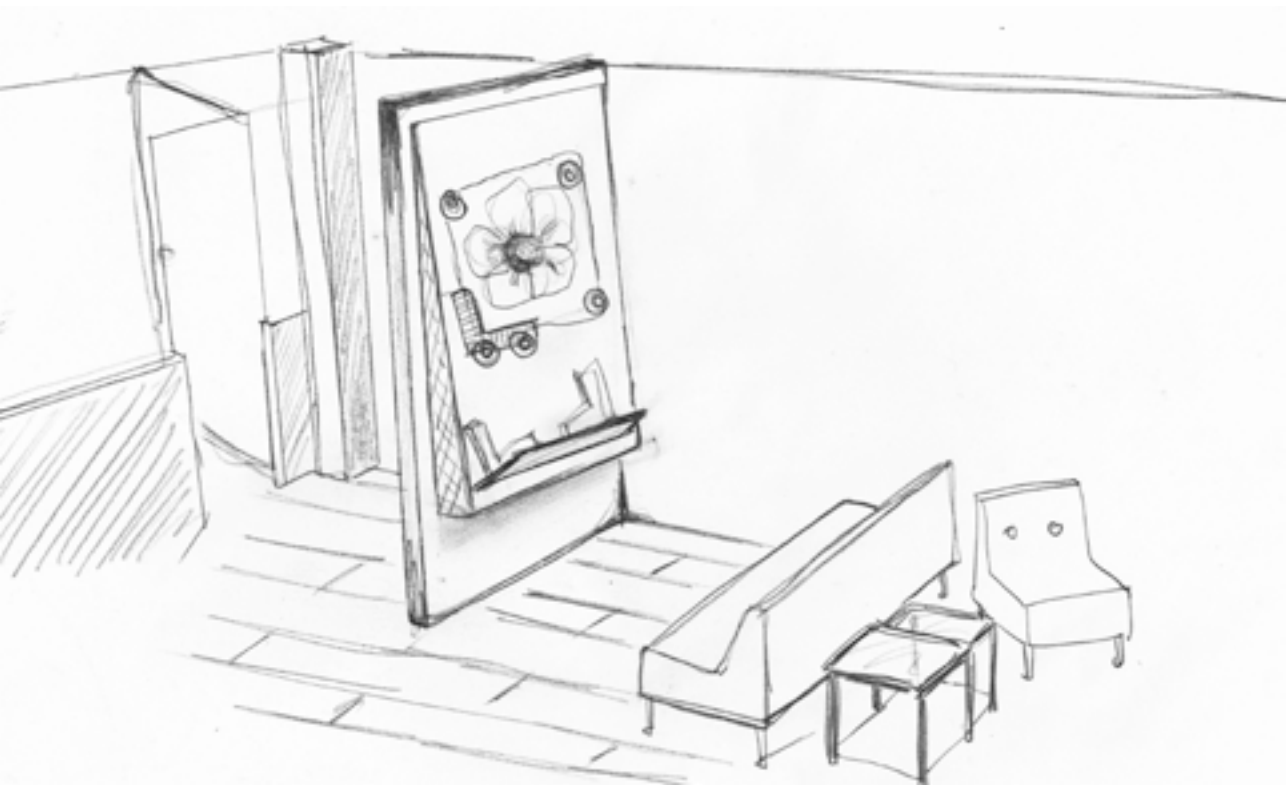
skala 1:100

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16
050-3846957

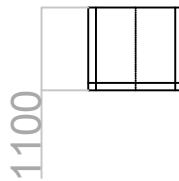
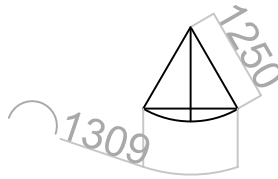
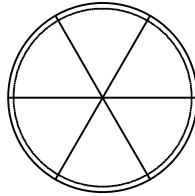
68600 Jakobstad
emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 5



Bilaga 6



Bilaga 7

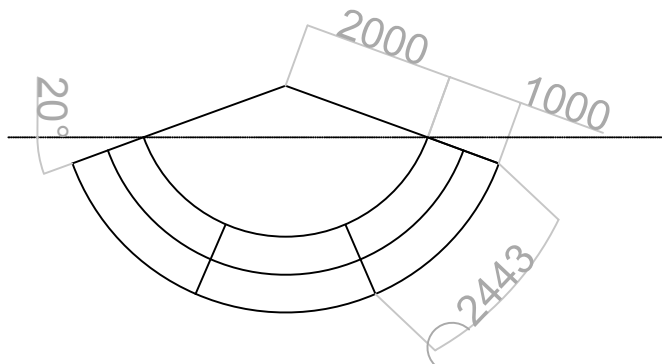
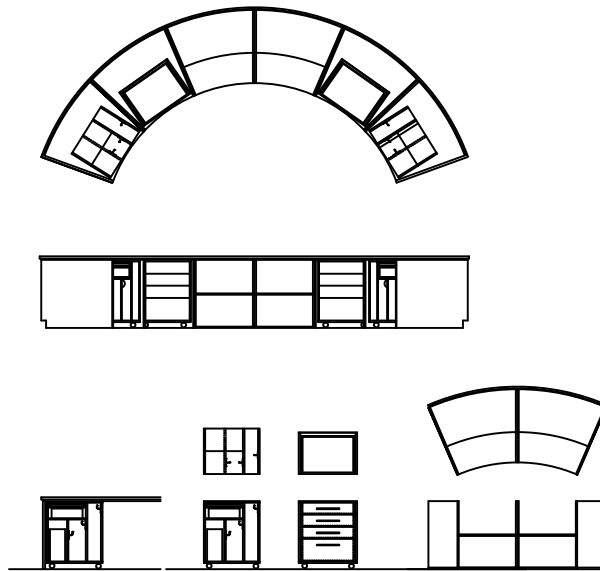
Glashuset

Möbel för produktprover skala 1:100

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 8

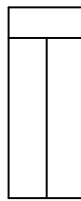
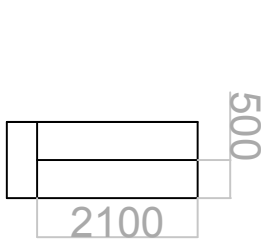
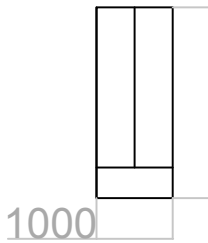
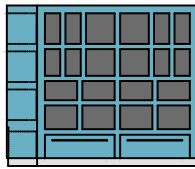
Glashuset

Betjäningsdisk skala 1:100

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 9

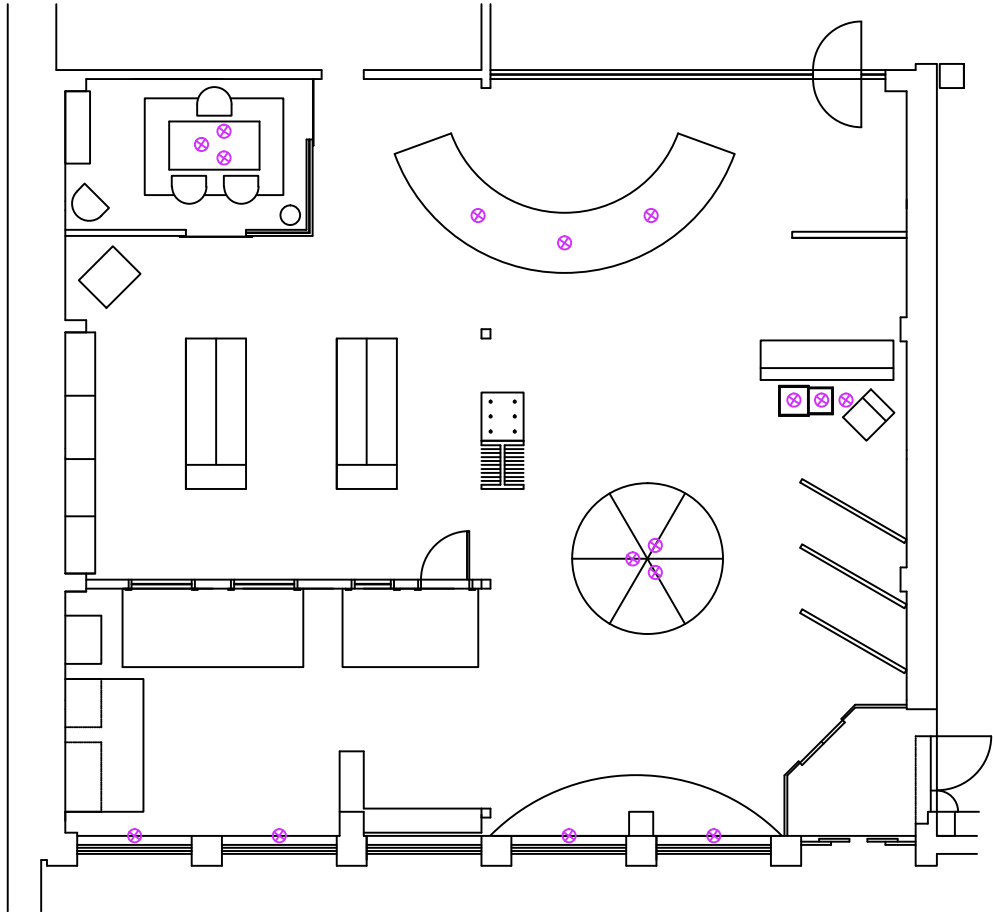
Glashuset

Produkthyllor skala 1:100

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com



Bilaga 10

Glashuset

Belysningschema skala 1:125

Emmi Lund

04.04.14

Sibeliusskvären 2 B 16 68600 Jakobstad
050-3846957 emmi_lund@hotmail.com

Vänligen svara på frågorna så tydligt som möjligt.

Svaren behöver inte vara långa, men nämn det Du först kommer att tänka på när Du läser frågan.

Om Du vill delta i utlottningen av ett köpkort, vänligen fyll även i Dina personuppgifter längst ner.

Uppgifterna kommer inte användas i marknadsföringssyfte eller dylikt, Dina uppgifter hålls anonyma inom ramarna för undersökningen.

Man Kvinna Ålder: _____

- 1) Vad är syftet med Ditt besök hos Glas Service Lund eller vad är Ditt behov? (ex. letar du efter någon specifik produkt/vara, kommer du in för att beställa en vara eller avhämta en leverans osv.)

2. Uppfylldes Ditt behov i och med besöket? Om inte, varför?

3. Är Du nöjd eller missnöjd efter besöket, varför?

4. Nämn något positivt och/eller negativt med Glas Service Lund.
(ex. produktutbud, företagets bild utåt, verksamhetsutrymmen, kundbetjäning osv.)

Om Du vill delta i utlottningen av köpkort fyll även i Dina personuppgifter nedan:

Namn: _____

Telefonnummer: _____

TACK FÖR DITT SVAR!

Ole hyvä ja vastaa kysymyksiin mahdollisimman tarkasti.
Vastaa lyhyesti ensimmäisellä mieleen tulevalla asialla.

Jos haluat osallistua lahjakortin arvontaan kirjoita henkilötietosi alareunaan.
Tietojasi ei käytetä muuhun kuin tähän tutkimukseen.

Mies Nainen Ikä: _____

- 1) Mikä on käyntisi tarkoitus? (esim. tulitko jonkun tietyn asian takia, tulitko tilaamaan jotain tai noutamaan toimitusta jne.)

- 2) Saitko toiveesi toteutettua? Jos ei niin miksi ei?

- 3) Oletko tyytyväinen tai tyytymätön käyntiisi, miksi?

- 4) Mainitse jotain positiivista ja/tai negatiivista koskien Lasi Huolto Lundia
(esim. tuotevalikoima, liikkeen kasvat ulospäin, toimitilat,
asiakaspalvelu jne.)

Jos haluat osallistua lahjakortin arvontaan täytä henkilötietosi:

Nimi: _____

Puhelinnumero: _____

KIITOS VASTAUKSESTASI!

PRODUKTGRUPPERNAS ANDEL AV TOTALA INTÄKTER 2013

Uppskatta hur stor procentuell andel av den totala inkomsten de olika produktgrupperna utgör. Statistiken för år 2013 har indelats i kvartal, den totala inkomsten/kvartal anges längst ner.

Under varje produktgrupp finns angivet vad som ingår.

Vänligen uppskatta hur stor procentuell andel respektive produktgrupp har bidragit till per kvartal.

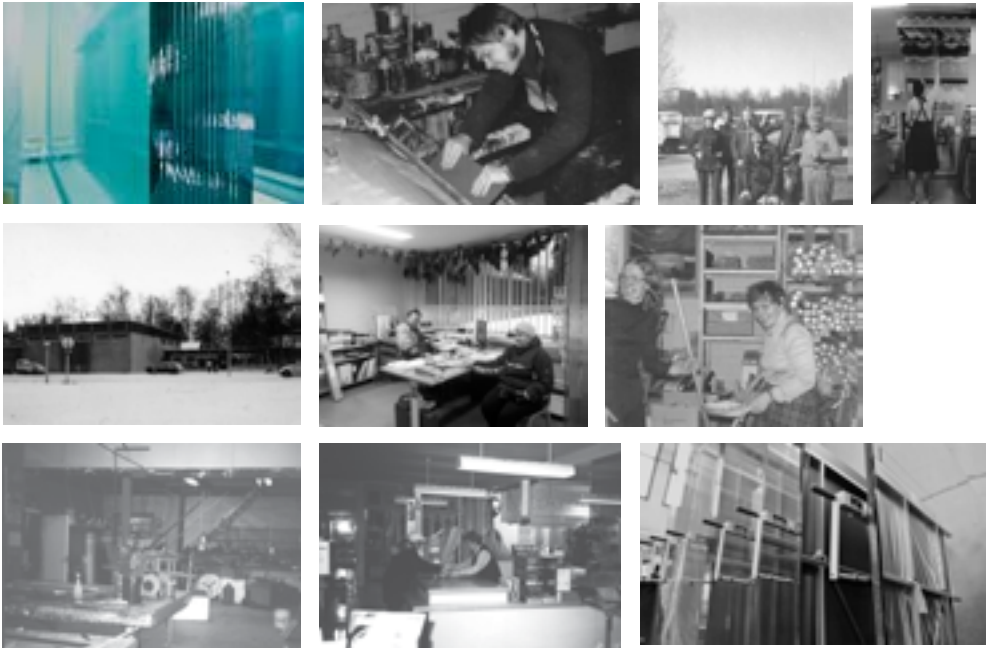
Produktgrupp	jan-mars %	apr-juni %	juli-sept %	okt-dec %
GLAS -isolerglas, glas i lager, härdat glas specialbeställt glas, förpackade speglar	36%	37,5%	33,5%	44,5%
PLAST -akryl, polykarbonat, polystyrén thermoclear, myggnät	6%	6,5%	6,5%	9%
PLAST- och TÄTNINGSLISTER -alla båt- och traktorlister, tätninglister plastlister, borstlister,	<1%	1,5%	1,5%	2%
ALUMINIUM -alla aluminiumlister, inglasningslister, alum. lister för skjutglas, beslag för samtliga	9,5%	5%	9,5%	7,5%
PORSLIN; TIFFANY; KORG -porslin, -färger tiffanyglas + verktyg, korgar	<1%	0%	0%	0,5%
KONSTNÄRSMATERIAL -färg, verktyg (penslar m.m) alla målarbottnar, papper övrigt konstnärsmat.	2,5%	2,5%	2%	2%
INRAMNING -ramverk (ej färdiga ramar), arbetsandel vid inramning	4%	4,5%	4%	4%
FOTORAMAR + KONST -färdiga ramar, planscher inramad konst	0%	0%	0%	0%
BESLAG -lösa beslag för fönster, glas, övrigt)	0%	0%	0%	0%
SOLSKYDD -persiennor, markiser, rullgardin lamellgardin, gardinsskenor + tillbeh.	8%	23%	25%	7,5%
ARBETE exkl. butiksarbete -arbete i verkstad och montering	32%	19%	17,5%	23%
Totalt %	100%	100%	100%	100%
Tot. intäkt €				



-Kasta inte sten i ett glashus.

7. Källförteckning

Pärmbild, svartvita bilder mellan kapitlen:
Eget fotoarkiv



Logo:
©Glas Service Lund

Vattenstämpel:
©Emmi Lund



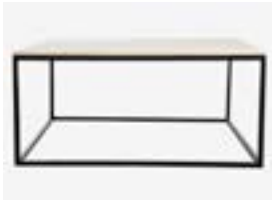
<http://www.cndgmglass.com/blog/an-analysis-of-indian-glass/>



<http://www.mote.hu/en/products/aluminium-decor-l-profile>



<http://www.nordichomeworx.com/black-silver>



<http://en.housedoctor.dk/-/furniture/coffee-table/As050>



<http://en.housedoctor.dk/-/furniture/soles/Br0100bl>



http://www.upofloor.fi/upofloor_fi/upofloor_oy/etusivu/tuotteet/julkiset_tilat/lifeline_pvc_vapaat_lattianpaallysteet/ShowProduct.eviacms/productGroup/52038/product/15640/LifeLine%20CS-5518



http://www.upofloor.fi/upofloor_fi/upofloor_oy/etusivu/tuotteet/julkiset_tilat/lifeline_pvc_vapaat_lattianpaallysteet/ShowProduct.eviacms/productGroup/52038/product/15640/LifeLine%20CS-5517



<http://www.tedtodd.co.uk/wood-floors/ted-todd-solid-wood-floors/french-oak/french-oak-sacy/>



<http://retaildesignblog.net/2012/06/15/hell-of-the-north-restaurant-by-smlwrld-melbourne/3>



<http://retaildesignblog.net/2012/06/15/hell-of-the-north-restaurant-by-smlwrld-melbourne/2>



<http://retaildesignblog.net/2012/06/15/hell-of-the-north-restaurant-by-smlwrld-melbourne/>



<http://retaildesignblog.net/2012/03/07/starbucks-concept-store-amsterdam/>



<http://retaildesignblog.net/2012/03/07/starbucks-concept-store-amsterdam/2>



<http://retaildesignblog.net/2013/11/14/rioo-hostel-by-pkb-arquitetura-vital-oficina-rio-de-janeiro-brazil/>



<http://retaildesignblog.net/2013/09/23/aix-arome-cafe-by-one-plus-partnership-ltd-shenzhen-china/2>



<http://retaildesignblog.net/2012/08/04/kanu-store-by-tomas-jasiulis-vilnius-lithuania/>



<http://retaildesignblog.net/2012/07/26/puma-social-club-by-edit-prague/>



<http://retaildesignblog.net/2012/08/04/kanu-store-by-tomas-jasiulis-vilnius-lithuania/2>



<http://retaildesignblog.net/2011/08/18/uscari-by-greg-natale-design-sydney/2>



<http://www.adi.fi/node/631>



<http://www.ikea.com/fi/fi/catalog/products/80130776/>



<http://atelierchristine.com/archives/6286/home-garden/habitat-living-spaces-in-shades-of-caramel-mint>



<http://www.wohntec.de/Vinylboden-30mm-Chapman-Oak-Earth-DesignPlus-XXL-Nutzschicht-055mm-Nutzungs-klasse-33-JOKA-Vinyl-Designboden-1829-x-229-x-30-mm1>



<http://www.biltema.se/fi/Rakentaminen/Muut/Pintaverhoilu-ja-listat-877230/>



<http://www.verre-trempe.com/type-de-verre-trempe-verre-securit/verre-trempe-teinte-gris>



<http://www.vogtsflowers.com/product.cfm/itelD/3245>



<http://www.ikea.com/fi/fi/catalog/products/80215332/>



<http://www.adi.fi/node/631>



<http://lamplagretiojaby.se/belysning>



<http://www.australiandesignreview.com/objects/24811-oak-pendant-light>



<http://www.apollokaihdin.fi/ratkaisumme-ulos/terassi-ja-piharatkaisut/swingline/#undefined3>



<http://www.apollokaihdin.fi/ratkaisumme-ulos/ikkunat/mini-ikkunamarkiisi>



<http://www.almedahls.se/Concepts/Roller-blind-fabrics>



<http://www.apollokaihdin.fi/ratkaisumme-sisalle/verhot-ja-kaihtimet/magic-light/>



<http://www.autobar.fi/Kylmat-juomat/Vesilaitteet/Mistral-lahdevesiautomaatti>



<http://www.ajtuotteet.fi/kaapit/toimistokaapit/kaappi-liukuovilla-3-hyllytasoa/4064174-3074135.wf?productId=2702959>



<http://www.nordcompensati.com/compensati/compensato-pino-marino>



<http://www.rum21.se/sv/artiklar/masters-stol-sage-green-2.html>



<http://www.rum21.se/sv/artiklar/masters-stol-gra-2.html>



<http://valheverblinds.co.uk/vertical-blinds/vertical-blinds-charcoal-fabric-range>



http://www.vm-carpet.fi/matot/jazz_3.html



http://www.vm-carpet.fi/matot/jazz_3.html

Bilder på befintliga produkthyllor m.m:
Eget fotoarkiv



Panoramabild över butiksutrymmet:
Foto: Oliver Andersson 2013



Citat sid 73:
<http://fabuloussatc.tumblr.com/post/617884806/eventually-all-the-pieces-fall-into-place-until#notes>

8. Slutord

Resan till slutordet var lång.

Vi fick fyra månader att lägga all vår energi på slutarbetet. Det var en riktigt prövning, vi har upplevde allt och lite till.

Examensarbetet har inneburit stressiga dagar, sena kvällar, velande, uppgivenhet, till och med tårar emellanåt.

Projektet *Glashuset* har varit en intressant resa, resultatet blev en inredningsplanering som jag är väldigt nöjd med. Arbetet har förlöpt förvånansvärt smärtfritt, jag har inte stött på några nämnvärt stora hinder som tagit lång tid att ta sig runt. Jag har upplevt att kommunikationen med samtliga handledare och kunden har fungerat bra. Möten och diskussioner har alltid flutit bra, känner att jag har fått bra och konstruktiv feedback när jag bett om det, också fått uppmuntringar och beröm då jag inte har förväntat mig det.

Något som alltid är svårt att uppskatta är tidsåtgången och projektets omfattning. Det har jag kunnat konstatera under hela min studietid och var därför beredd på att min tidplan knappast skulle hålla hela vägen. Det gjorde den inte heller. En rad oväntade händelser i slutet av mars gjorde att jag inte kunde skicka in mitt arbete till tryck så snabbt jag hade velat. Min plan var att få trycka en första upplaga av examensarbetet första veckan i mars, kunna se igenom materialet och ha möjlighet att göra editeringar om det behövdes. Utgången blev inte planenlig, men fortfarande helt acceptabelt.

Mitt mål för denna vår är nått, planeringen är klar. Nu inväntar vi nästa lopp, nästa målgång: utförandet av min planering, själva renoveringen.

Där jag står nu, två steg bakom målgången. Pulsen är hög, huvudet värker, armarna värken, benen värken. Men jag märker det knappt i denna stund. Jag står full i skratt, vänder mig om och blickar över banan jag nyss kom susande längs precis innan målgången. Jag är lycklig, jag är stolt över mig själv, jag gav allt jag hade och det räckte till. Ute på banan är det kolmörkt, målområdet lysas upp av flertalet strålkastare, stämningen är speciell. Vart jag än tittar möts jag av breda leenden. Flera av dem såg jag för en tid sedan kämpa lika hårt som jag ute i spåret, nu står vi här hela bunten och grattar varandra genom att utbyta menande blickar.

-Laga de nu så vi får fa å dusch! Ha it du laga ihop stziidre ännu??

Pappas ord väcker mig ur mina tankar, jag tar samlar ihop skidparet med skidclipsen, kastar vätskebältet över axeln och greppar tag om stavarna innan jag springer ikapp pappa. En funktionär tittar förvånat på mig, skrattar och säger:

-Jasså, du orkar springa du!

Likheterna är slående mellan ett Vasalopp på skidor och utförande av ett examen-sarbete. Målet är målet, dit strävar vi alla och kommer förhoppningsvis fram förr eller senare. Vägen dit är tung, man möter både uppförsbackar och nedförsbackar. Humöret kan skifta, man ramlar men det är bara att kliva upp igen. Det är viktigt att du litar på din egen förmåga, även om du kanske tvivlar emellanåt. De som rör sig runtomkring dig är också viktiga, dina färdkamrater. De går igenom samma lopp som du själv, de kämpar också. Dessa människor kan vara din räddning när din motivation tryter, likaledes kan du själv vara den som motiverar färdkamraten att fortsätta loppet när hen satt sig vid sidan av spåret.

Men väl framme kommer du att tacka dig själv för din prestation. Du går från målområdet som en starkare person än du var innan. Du har själv bekräftat din förmåga och växt som person. Du är redo för nästa utmaning.

Tack till...

Rum10,

för fyra oförglömliga år.

*Galna upptåg, mängder av inside skämt
som ingen annan tycks förstå, vrålskratt
framför datorerna medan vi tittat på roliga
videoklipp eller busat med Google Trans-
late. Dessa stunder tillsammans och alla
våra projekt kommer jag alltid minnas.*

Vår klass hade nog koll på knorren.

Mamma,

*för att du säger som det är då det
behövs, för att du stöttar där det behövs.*

*Och för att du står ut med min
tidsoptimism.*

Pappa,

*för att du bryr dig och att du funnits där
när det behövs.*

Petra, Mela, Emps,

*för att ni fått mig att tänka på annat
när det har behövts.*

Anders Aromäki

Elina Rebers

Anna Wallendahl

Glas Service Lund

students-jstad@novia.fi