



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Visuaalinen identiteetti ravintola-alalla

Lahtinen, Jonna

2015 Tikkurila

Laurea-ammattikorkeakoulu
Tikkurila

Visuaalinen identiteetti ravintola-alalla

Jonna Lahtinen
Liiketalous
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2015

Jonna Lahtinen

Visuaalinen identiteetti ravintola-alalla

Vuosi 2015

Sivumäärä 25

Opinnäytetyönä toteutetussa tutkimuksessa käsitellään visuaalista identiteettiä ja yrittäjien käsitystä sen merkityksestä yrityksen menestymiseen ravintola-alalla. Kvalitatiivinen tutkimus pohjautuu viiteen keväällä 2013 pidettyyn puolistrukturoituun ravintolayrittäjän haastatteluun, mitkä on litteroitu tutkimuksen liitteiksi. Tutkimuksen toimeksiantaja on helsinkiläinen, kolmen ystävyksen perustama Rune & Berg Design Oy, joka tarjoaa graafista suunnittelua ja tilasuunnittelua monipuolisesti eri alojen yrityksille. Suunnittelutoimiston tavoitteena on auttaa luomaan asiakkailleen kokonaisvaltainen visuaalinen identiteetti. Tutkimus koettiin tarpeelliseksi, jotta toimeksiantaja voisi vastata mahdollisten asiakkaidensa tarpeisiin paremmin ja oppisi tuntemaan hieman alalla vellovia ajatuksia visuaalisesta identiteetistä, sekä suunnittelupalveluista. Myöhemmin tekstissä toimeksiantajasta käytetään myös nimityksiä Rune & Berg ja R & B.

Työn keskeisiin käsitteisiin kuuluvat visuaalinen ilme ja yritysidentiteetti, sekä yrityskuva. Yritysidentiteetillä tarkoitetaan yrityksen sisintä olemusta, sitä mitä yritys todella on. Visuaalinen identiteetti taas on yritysidentiteetin tärkein osa, sidosryhmille näkyvä osa, eli kaikkea sitä, minkä avulla ihmiset luovat käsityksen yrityksestä. Kuitenkin vasta asiakas tekee yrityksestä lopulta sen mikä se on, joten asiakaskokemuksella on suuri rooli identiteetin muodostumisessa. Teoreettisen viitekehyksen ohella avataan ravintoloitsijoiden näkökulmia aiheesta.

Jonna Lahtinen

Visual Identity in restaurant business

Year	2015	Pages	25
------	------	-------	----

This Thesis addresses visual identity and how entrepreneurs in restaurant business understand the concept and how important they deem it to a corporation's success. The qualitative study is based on five restaurateurs interviews, held in spring 2013, that have been transcribed as attachments.

The principal of the survey is Rune & Berg Design Ltd, which offers graphic design and interior design together for a versatile variety of businesses. Their aim is to help create a comprehensive visual identity for their customers. The study was needed, since the entrepreneurs of Rune & Berg Design Ltd felt that they did not know enough about the business and they hoped that the survey would help them to be able to respond to the customer needs more efficiently. Furthermore, they also were keen to find out what restaurateurs think about designers and design services. Later on in the text the principal is also called Rune & Berg or R & B.

The central concepts of the thesis are visual identity, corporate identity and corporate image. Here, corporate identity is defined as the corporation's inner essence, what the company is really about. Visual identity is the key part of the corporate identity, while it is the main part of the organization that is visible for its interest group. It holds everything that people create their opinion of the company with. In the end, it is the customer that creates the business in to what it really is, so customer experience is a significant factor in this. In addition to the theoretical frame of reference, the study illustrates restaurateurs' point of view on the subject of visual identity.

Keywords: visual looks, graphic designing, interior designing, visual identity, corporate image, corporate identity, customer experience

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimuksen tavoitteet ja rajaus	6
1.2	Toimeksiantajan ja ravintoloitsijoiden esittelyt	7
1.2.1	Toimeksiantaja: Rune & Berg Design Oy	7
1.2.2	Tutkimuksen osallistujat	8
2	Ilme ja identiteetti	10
2.1	Yritysidenteetti	10
2.2	Visuaalinen ilme ja visuaalinen identiteetti	11
2.3	Asiakaskokemus ja yrityskuvan luominen	16
2.4	Suunnittelijan hyödyntäminen	18
3	Toteutuksen vaiheet	20
3.1	Menetelmän valinta	20
3.2	Suunnittelu	20
3.3	Toteutus	21
3.4	Lopputulokset	22
4	Arviointi ja analysointi	23
4.1	Toimeksiantajan kommentit	23
4.2	Opiskelijan oma oppiminen	24
5	Yhteenveto	25
	Lähteet	26
	Kuvat ja kuvat	27
	Liitteet	28

1 Johdanto

Visuaalinen identiteetti ei ole terminä mitenkään uusi ja sen merkitys on ehtinyt muuttua jouseaan otteeseen aikojen saatossa, mutta käsitteenä sen koetaan silti olevan melko tuntematon ja vaikeasti ymmärrettävä. Tutkimuksen avulla pyritään selvittämään visuaalisen identiteetin merkitystä ravintola-alalla. Ensimmäisissä kappaleissa kerrotaan tarkemmin tutkimuksen tavoitteita, toimeksiantajasta, sekä tutkimukseen osallistuneista henkilöistä. Myöhemmissä kappaleissa lukijalle avataan aihealueen moninaisia käsitteitä haastateltujen ravintoloitsijoiden kommenttien ja havainnollistavien esimerkkien kautta.

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaus

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten ravintola-alan yritykset kokevat visuaalisen identiteetin vaikuttavan ravintolan menestymiseen nyt ja tulevaisuudessa, sekä kuinka hyvin käsite tunnetaan tai ovatko yritykset ylipäättään tietoisia kyseisestä termistä. Varsinaisen aiheen ohella toimeksiantaja toivoi valaistavan mistä yritykset lähtevät mahdollisesti hakemaan suunnittelijaa, kun uuden visuaalisen identiteetin tarve herää esimerkiksi yritystä perustettaessa, kahden yrityksen yhdistyessä tai muuten yritysilmettä uudistettaessa ja mitkä seikat vaikuttavat suunnittelijan valintaan. Haastateltaviksi pyrittiin saamaan viisi erilaista ravintola-alan edustajaa, ensisijaisesti yrittäjiä. Alueeksi valittiin Helsinki, useiden ravintoloiden, käytännön toteutuksen ja toimeksiantajan kiinnostuksenkohteiden perusteella.

Rune & Berg Design Oy piti tutkimusta erittäin tärkeänä myynnin kannalta, sillä toimeksiantaja ei kokenut tietävänsä riittävästi, minkälaisia palveluita ravintola-alan yritykset todella tarvitsivat ja miten ne kokevat suunnittelupalveluiden vaikuttavan omaan tekemiseensä. Tiedon avulla potentiaalisten asiakkaiden tarpeisiin on mahdollista vastata paremmin, sekä painottaa markkinoinnissa oikeita asioita. Kevääseen 2013 saakka yritys on markkinoinut itseään suoraan toisille yrityksille, sekä luomalla uusia kontakteja kaikissa mahdollisissa tilanteissa. Tutkimus rajattiin koskemaan erityisesti ravintola-alaa, sillä kyseisellä sektorilla Rune & Berg uskoo olevan eniten kokonaisvaltaisen visuaalisen identiteetin suunnittelusta hyötyjiä. Toimeksiantaja kokee myös, että useissa ravintoloissa visuaalisen ilmeen jatkuvuudessa eri kanavissa, muun muassa graafisten elementtien sekä palveluympäristön osalta, olisi parantamisen varaa. Lisäksi yrityksestä löytyy intohimoa ja aitoa kiinnostusta alaa kohtaan. Rune & Berg Design Oy:ssä myös uskotaan visuaalisen identiteetin olevan yhä merkittävämpi keino erottautua kilpailun koventuessa, sillä nimenomaan sen avulla kasvatetaan yrityksen tunnettuutta sekä mielenkiintoisuutta niin asiakaspiirissä, kuin työntekijöiden ja hakijoiden joukossa. Myös opiskelija koki visuaalisen identiteetin ja siihen suhtautumisen mielenkiintoiseksi aihealueeksi. Erityi-

sen kiinnostavaa opiskelijan mielestä on tietää kuinka tietoisia yritykset ovat termistä ”visuaalinen identiteetti”, sillä se ei ollut myöskään opiskelijalle alun alkaen tuttu.

Aihetta valittaessa pohdittiin tutkimuskohteeksi vaihtoehtoisesti visuaalisen identiteetin vaikutuksia yrityksen toimintaan ja menestykseen, mutta siihen liittyi huomattavia haasteita, kuten esimerkiksi: Miten visuaalisen identiteetin vaikutuksia olisi mahdollista mitata, kun menestyminen ja toiminnan kasvattaminen riippuu niin useasta eri asiasta? Lisäksi tutkimus olisi vaatinut huomattavan pitkän ajanjakson mittausta varten, sekä ennen visuaalisen identiteetin muutosta, että sen jälkeen. Visuaalisen identiteetin vaikutuksesta on myös aiemmin tehty erilaisia tutkimuksia, joten heräsi kysymys onko sen kaltaisella tutkimuksella tässä mittakavassa mahdollista saavuttaa merkitsevää hyötyä huomattavaan työmäärään nähden.

1.2 Toimeksiantajan ja ravintoloitsijoiden esittelyt

Tutkimus lähti toimeksiantajan, Rune & Berg Design Oy:n aloitteesta ja osallistujiksi valikoitui toiveiden mukaisesti hyvin erityyppisiä vastaajia. Haastateltavien joukossa on niin nuoria, kuin kymmeniä vuosia ravintola-alalla toimineita, yrittäjätaustaisia ja keittiömestareita, yksittäisten ravintoloiden omistajista ketjujohtajaan. Tutkimukseen osallistuivat Heimo Keskinen, Eero Niemelä, Tio Tikka, Lennart Sukapää, sekä Sasu Laukkonen.

1.2.1 Toimeksiantaja: Rune & Berg Design Oy

Rune & Berg Design Oy on nuori kasvava suunnittelutoimisto täynnä intoa, asennetta ja elämäniloa. Yrityksen liikeideana on tarjota kokonaisvaltaista suunnittelupalvelua yritysasiakkaille ja luoda asiakasyrityksille yhtenäinen yritysilme visuaalisen identiteetin pohjaksi. Toiminnassa yhdistyy vaivattomasti tilasuunnittelun ja graafisen suunnittelun voimavarat, jotta asiakkaille saadaan rakennettua tyyliltään, tunnelmaltaan ja toimivuudeltaan mahdollisimman vahva ja kaikissa kanavoissa jatkuva visuaalinen ilme. Graafisella suunnittelulla pyritään tuomaan yrityksen identiteetti esiin yhtenäisesti sekä painotuotteissa, että digitaalisessa maailmassa ja yrityksen muilla näkyvillä pinnoilla, kuten esimerkiksi julkisivussa, opasteissa ja seinäpinnoissa. Tilasuunnittelun tarkoituksena on ilmentää yrityksen luonnetta kantaa se läpi myös toimitiloissa muun muassa materiaalivalintojen, valaistuksen, kalustuksen ja äänimaailman kautta.

Visualisoimalla asiakasyrityksen sisin olemus, pyritään kasvattamaan yrityksen tunnettuutta sen oman asiakaskunnan keskuudessa, sekä sitouttaa henkilöstö yritykseen. Suunnittelun tuloksena syntyy toteutus, jonka tavoitteena on kasvattaa asiakasyrityksen liikevaihtoa. Graafisen- ja tilasuunnittelun ohella palvelutarjonta sisältää kalustesuunnittelua, konseptisuunnittelua ja projektiorganisointia. Kilpailuetunaan yritys pitää sitä, että sekä graafinen suunnitte-

lu, että tilasuunnittelu ovat tilattavissa yhdellä toimeksiannolla jolloin lopputuloksessa molemmat sulautuvat saumattomasti toisiinsa. Useimmat vastaavia palveluita tarjoavat yritykset ovat keskittyneet ainoastaan toiseen suunnittelun osa-alueeseen, jolloin yrityksen visuaalisesta identiteetistä ei välttämättä onnistuta rakentamaan yhtenäistä kokonaisuutta. Rune & Berg kokee onnistuneensa nähdessään asiakkaansa menestyvän.

Hanna Herkama, Jenni Herkama ja Sara Tuohikumpu perustivat Rune & Berg Design Oy:n elokuussa 2011. Jo kahden toimintavuoden jälkeen, toimeksiantoja on ollut noin 75 kattavasti useiden eri alojen yrityksille. Yrityksen liikevaihto oli ensimmäisellä 18 kuukauden tilikaudella 270 000€. Keväällä 2013 Rune & Berg:n henkilöstömäärä kasvoi viiteen työntekijään, mikä on tuonut työyhteisöön lisää monipuolisuutta. Yhteistyökumppaneina yrityksellä on muun muassa painotaloja, nettisivujen koodaajia, kaluste-, tekstiili-, ja valaisintoimittajia, valokuvaaja, sekä erikoissuunnittelijoita kuten sähkö- ja LVI- sekä arkkitehti. Yrityksen arvoja ovat läpinäkyvyys, rehellisyys, avoimuus, johdonmukaisuus, luovuus, asiakaslähtöisyys, sekä terve kyseenalaistaminen. Tähän asti R & B ei ollut erityisemmin mainostanut itseään, vaan on hoi-
tanut markkinoinnin ottamalla itse suoraan yhteyttä potentiaalsiin asiakkaisiin. Toimeksiantajalla on myös oma kokonaisvaltaisesti toimiva yritysidentiteettinsä, mikä toimii markkinoinnin tukena, sisältäen esimerkiksi logon, oheismateriaalit, nettisivut, toimiston ja sen näkyvän julkisivuilmeen valomainoksineen ja teippauksineen. (Herkama, Tuohikumpu, Herkama 2012; 2013.)

1.2.2 Tutkimuksen osallistujat

Heimo Keskinen

Ravintolakolmio -ryhmä

Ravintolakolmio Oy on perustettu vuonna 1979. Nykyään Ravintolakolmio -ryhmään kuuluu 17 ravintolaa (muun muassa Cafe Lasipalatsi, Cantina West, Casa Mare, Graniittilinna, Helmi Grilli, Juttutupa, Kokkikoulu Espa, Lasipalatsin Bio Rex, Paasin Kellari, Paasiravintola, Ravintola Lasipalatsi, Tony's Deli, ja Weeruska). Yrityksen arvioitu liikevaihto vuonna 2013 on noin 27 miljoonaa euroa ja ravintolakolmiossa työskentelee vakituisesti noin 230 henkilöä. (Ravintolakolmio -ryhmä, www-sivut) Ravintolakohtaisesti liikevaihto on noin yhdestä kahdeksaan miljoonaan euroon. Lisäksi yhtiö on avaamassa uuden ravintolan Meripavilijonkiin. (Keskinen 2013.)

Eero Niemelä

Eeron keittiö

Catering Eeron keittiö on toiminut vuodesta 1996. Ennen yrityksensä perustamista Eero Niemelä on työskennellyt keittiömestarina mm. Ranskan Suurlähetystössä, sekä Presidentin Lin-

nassa. (Eeron keittiö, www-sivut) Aiemmin ainoastaan tilausravintolana toimineen, Vuorimiehenkadulla sijaitsevan ravintolansa Niemelä on avannut asiakkaille vuonna 2002. Yrityksen liikevaihto on noin 200 000 euroa vuodessa ja se työllistää kolme henkilöä. (Niemelä, 2013.)

Tio Tikka

Carelia, Camionette, Kuu, KuuKuu, Suola, TinTin Tango

Camionette - kahvila-auton ja ravintola Suolan perustanut, nuori yrittäjä on seurannut äitinsä Asta Nurmilaukkaan jalan jälkiä ravintolamaailmaan (Vehkasalo 2012). Carelia, Camionette, Kuu, KuuKuu, Suola ja TinTin Tango - ravintoloiden taustalla toimiva Tikka kertoo ravintoloidensa työllistävän noin 60 henkilöä ja liikevaihdon olevan noin viisi miljoonaa euroa. Vanhin ravintoloista on perustettu vuonna 1986 ja uusin vasta viimevuonna. (Tikka 2013.)

Lennart Sukapää

Ristorante Gastone

Ristorante Gastone on avattu vuonna 2003, sen liikevaihto on noin 1,8 miljoonaa euroa ja työntekijöitä 16. Ennen Gastonea Sukapää on ollut avaamassa viittä muuta ravintolaa. Nyt hän keskittyy Korkeavuorenkadulla sijaitsevaan Gastoneen, sekä uuteen, vielä vuoden 2013 aikana Ludviginkadulle avattavaan ravintolaan. (Sukapää 2013.)

Sasu Laukkonen

Chef & Sommelier

Sasu Laukkosen vuonna 2010 Huvilakadulle avaama Chef & Sommelier valittiin vuoden ravintolaksi vuonna 2013. Ennen sitä, Laukkonen on työskennellyt monipuolisesti ravintola-alalla, keittiömestarina muun muassa La Petit Masonissa, sekä avannut Magne sud - nimisen ravintolan. Molemmat edellä mainitut ovat saaneet Michelin suosituksen, La Petit Mason toisenkin. Luomuruokaan keskittynyt Chef & Sommelier on myös kerännyt Michelin suosituksia useina vuosina. (Sasu Laukkonen, www-sivut) Liikevaihto on Laukkosen mukaan yli 500 000 euroa ja ravintolassa työskentelee viisi henkilöä (Laukkonen 2013).

2 Ilme ja identiteetti

Jokainen meistä on varmasti kuullut sanan identiteetti. Jokaisella meistä on oma identiteetti. Ihmisen identiteetti lähtee itsensä ja olemassa olonsa tiedostamisesta, omien heikkouksien ja vahvuuksien tunnistamisesta, arvomaailmasta ja itsetunnosta, sekä vaikuttaa jokaiseen askeleeseen ja päätöksentekoon. Ihmisen puheet ja tekemät valinnat taasen vaikuttavat siihen, miten ympärillä olevat ihmiset tämän näkevät ja kokevat ja minkälainen kuvan he ihmisestä muodostavat. (Markkanen 1999, 9.)

2.1 Yritysidenteetti

Markkasen (1999, 9-11) mukaan yritysidenteetti ei käsitteenä eroa ihmisen identiteetistä. Yksittäisen ihmisen paikalla on vain joukko ihmisiä, jotka tuntevat yrityksen sisimmät periaatteet, vahvuudet ja heikkoudet, pyrkimykset, sekä arvot ja tekevät yritykseen liittyvät päätökset näiden tuntemusten perusteella. Useissa yrityksissä ongelmaksi kuitenkin nousee kuka tai ketkä johtavat ja valvovat tätä identiteettiä ylläpitävää jatkuvaa prosessia. Yrityksen johto voi asettaa päämääriä, mutta identiteetin lopullinen toteutus jakautuu jokaiseen yrityksen osa-alueeseen ja organisaatiotasoon. Se ei kosketa pelkästään markkinointia, vaan sen tulisi ohjata jokaista valintaa ja päätöstä palvelumuotoilusta, tuotevalikoiman ja henkilöstöjohtamisen kautta sidosryhmien kanssa toimimiseen, eikä yhdenkään yrityksessä toteutettavan projektin tulisi irtautua siitä. Markkasen kirjassa kerrotaan myös Turnerin kirjoittaneen jo 90-luvun alussa yritysidenteetistä ja kuinka ”...tästä todellisuudesta johdon on oltava kiinnostunut, sillä yritykset paljastavat totuuden itsestään hyvin odottamattomilla tavoilla jokaisessa vuorovaikutustilanteessa niin henkilöstön keskuudessa kuin asiakkaidenkin kanssa” (Markkanen 1999, 19). Identiteetin voi siis ajatella kuin perimmäisenä totuutena yrityksestä, sillä virheellisesti rakennettu identiteetti murenee jos ei sitä noudateta. Vahva identiteetti auttaa hyvän maineen ja imagon ohella yrityksen brändin rakentamisessa. (Seppänen 2011, 1-2.)

Yrityksen tärkeimpiin menestystekijöihin ravintola-alalla kerrotaan kuuluvan olennaisena osana luonnollisesti ruoka ja palvelu. Heimo Keskinen asettaa haastattelussa muiden vastaajien tavoin ravintolaympäristön tärkeimmäksi asiaksi ruuan. Hyvän ruuan takia asiakas palaa takaisin ja ilmeisesti myös sen saatavuuden. Ruokalistojen sisältöä on siis muokattu siten, että jokaiselle löytyy jotakin. Sasu Laukkonen taasen menee siinä mielessä omanmielensä mukaan, että kun ruoka on puhdasta ja oikein valmistettu, se maistuu lähes kaikille. Laukkonen on intohimoinen ja suora kaikessa tekemisessään, sekä tähtää aina parempaan lähinnä kokeilunhalsunsa takia, eikä niinkään ajattele lukuja, vaikka tiedostaa niiden tärkeyden. Lennart Sukapää linjaa vastaavasti ruuan hintatason ollessa melko yhtenäinen ja viimekädessä sen laatu ratkaisee. Eero Niemelä lisää, että jokainen kokki laittaa hieman omanlaistaan ruokaa, mutta ravin-

tolassa sen täytyy siitä huolimatta olla tasalaatuisia, jotta asiakas tulee yhä uudelleen. Toisaalta, vaikka ruoka olisi hyvää, se ei riitä houkuttelemaan asiakasta ravintolaan, mikäli paikan palvelu on huonoa.

Keskisen ravintoloissa on käytetty vuosien varrella paljon aikaa kilpailijoiden tarkkailuun, asiakaskäyttäytymisen seuraamiseen ja asiakasta kuuntelemiseen. Tilojen käyttöä on optimoitu aina ajan hengen mukaisesti. Hän kertoo, että Ravintolakolmion alkuaikoina riitti kun ravintolalla oli anniskeluoikeudet ja ovi oli auki. Pubin puoli oli huomattavasti laajempi, mutta aikojen muuttuessa ruokapuoli vallannut tilaa ja ravintolan viihtyvyydestä on tullut tärkeämpää. Myös työskentelytapoja on pyritty optimoimaan muuttuvien tilanteiden mukaisesti.

Yksittäisten ravintoloiden omistajat (Sukapää, Laukkonen ja Niemelä) taas nostavat esille sen, että henkilökunnan tulee olla lähellä asiakasta ja ravintoloitsijat pitävätkin positiivisena sitä, että asiakas oppii tunnistamaan työntekijät. Myös taito asiakkaiden tarpeiden lukemiseen koetaan tärkeäksi, sillä ihmiset ovat erilaisia; osalle ruoka on kaikki kaikessa, toiset taas tulevat ravintolaan seurustelemaan tuttavien kanssa ja ruoka jää toissijaiseksi asiaksi. Vastajat kertovat lisäksi ravintolan uusiutumisen olevan tärkeää, mutta myöntävät, että liian radikaalit muutokset voivat olla pahasta. Maistuvalla ruualla ja hyvällä palvelulla saa myös asiakkailta kuulemma hieman anteeksi, vaikka ympäristö ei olisikaan uusinta uutta, eikä klassikkoravintolan toisaalta kuulukaan muuttua jatkuvasti. Silti, vaikka jokaiseen trendiin ei lähde mukaan, on ravintoloitsijoiden mielestä tärkeää seurata mitä ympärillä tapahtuu, jotta pysyy ajan hermolla.

Hieman toisten vastauksista poiketen Tio Tikka mainitsee menestyksen kannalta tärkeinä asioina sijainnin, pitkäjänteisen työn, sekä onnistuneen asiakashankinnan. Opiskelijalle jää kuitenkin hieman epäselväksi, mitä Tikka kahdella viimeksi mainitsemallaan konkreettisesti tarkoittaa. Esplanadin läheisyydessä sijaitsevan ravintolan omistava Sukapää kokee myös sijainnilla olevan merkitystä.

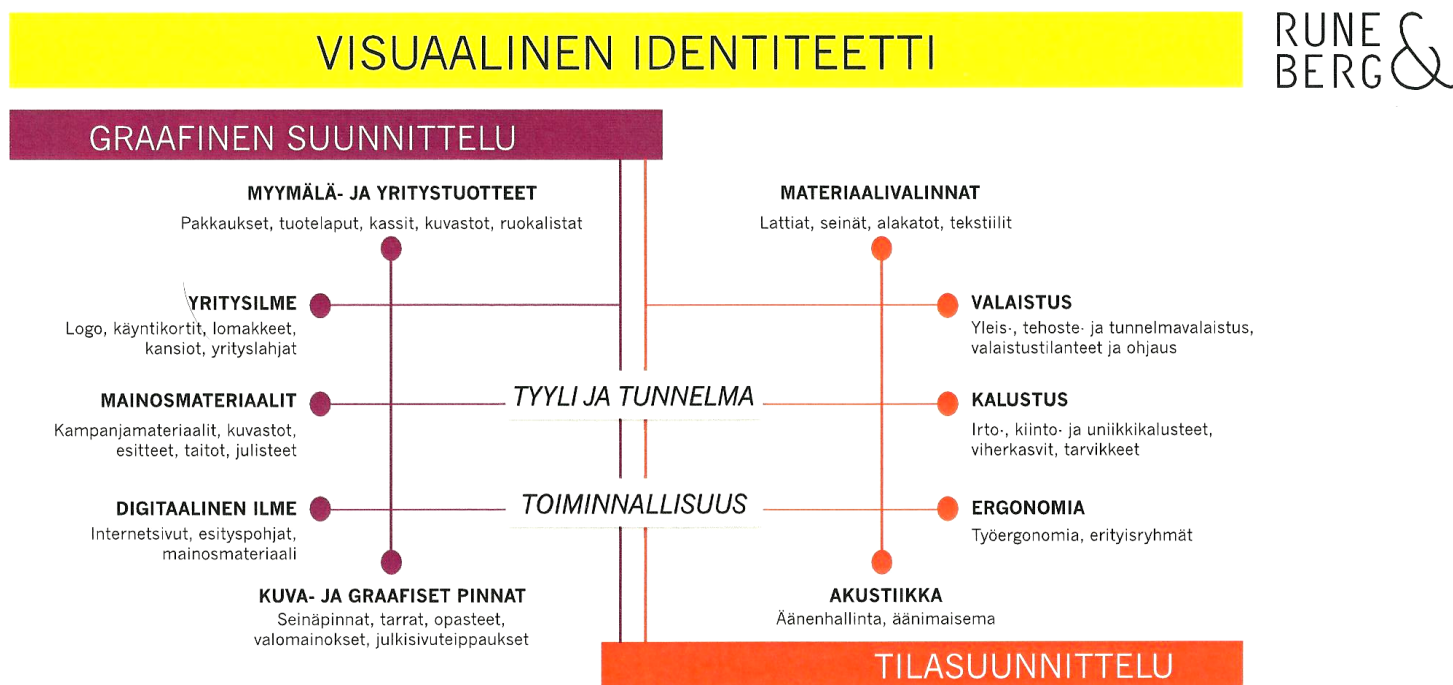
Laukkonen kertoo oman ravintolansa alkuajoista: tekemällä asiat omien sanojensa mukaisesti hieman eri tavalla, hän kertoo herättäneensä ensin ammattikuntansa kiinnostuksen. Kun alan ammattilaiset ovat kiinnostuneita, herää myös median mielenkiinto. Laukkosen ravintolasta onkin uutisoitu useasti ulkomaita myöten. Sukapään ravintolasta Helsingin Sanomat oli julkaissut artikkelin muun muassa ravintolan avaamista edeltävänä päivänä ja asiakkaita oli kuulemma riittänyt. Osa heistä käy syömässä yhä edelleen. Myös Niemelän ravintolasta oli vuosien varrella julkaistu esimerkiksi Helsingin Sanomien NYT-liitteessä artikkeli, joka taas sai pienen paikan niin täyteen että asiakkaita oli lähes liiaksi asti.

2.2 Visuaalinen ilme ja visuaalinen identiteetti

Yksi ehkä tärkeimmistä yrityksen identiteetin elementeistä, on visuaalinen identiteetti. Visuaalisella identiteetillä tarkoitetaan yritysidentiteetin näkyvää osaa ja sitä kautta yrityksellä

on mahdollisuus vaikuttaa imagoonsa. (Pohjola 2003, 20.) Visuaalisen identiteetin lisäksi yrityksen identiteetti koostuu johdon strategiasta, aina yrityksen kulttuurin ja arvojen kautta, yrityksen ja jopa henkilöstön käyttäytymiseen. Kuitenkin ensimmäinen selkeästi sidosryhmille näkyvä yritysidentiteetin osa-alue on visuaalinen identiteetti. (Seppänen 2011, 7.)

Visuaalisen identiteetin ja visuaalisen ilmeen eroavaisuutta voidaan avata muun muassa symboliikan avulla. Esimerkiksi visuaaliseen ilmeeseen kuuluvasta logosta tulee symboli, vasta kun se symbolisoi katsojalle jotakin, eli saa syvemmän merkityksen. Visuaalisen ilmeen merkitys kehittyy toiminnan kautta ja epäedullinen julkisuus vaikuttaa sen tulkintaan. Yrityksen visuaalisen ilmeen tulee siis perustua sen identiteettiin. (Pohjola 2003, 20; Markkanen 1999, 22.)



Kuva 1: Visuaalinen identiteetti (Herkama, Tuohikumpu & Herkama, 2013)

Oheisessa kuvassa Rune & Berg on nostanut esiin visuaalisen identiteetin kannalta huomionarvoisena pitämiään seikkoja sekä graafisen suunnittelun, että tilasuunnittelun osalta. Graafisella puolella luetellaan yritysilmehen, mainosmateriaalien ja digitaalisen ilmeen alla monille ihmisille melko selkeitä seikkoja, kuten logo, käyntikortit, esitteet ja internetsivut. Sen sijaan ”myymälä- ja yritystuotteet”, sekä ”kuva- ja graafiset pinnat” -otsikkojen alla mainittuja asioita ei välttämättä tulla ajatelleeksi. Esimerkiksi mahdollisuus seinäpintojen hyödyntämiseen yrityksen identiteetin välittämisessä jää monilta huomioimatta. Opasteisiin viitaten asiakkaat huomioivat viimeistään niiden puuttumisen, mutta myös niiden selkeyden ja ulkoasun. Esi-

merkinä mahdollisuuksia ilmaista seuraava monesta julkisesta tilasta löytyvä opaste, eri kirjoitusasuilla ja kutsumanimityksillä:

WC *Toilet* *Puuterihuone* *Käymälä* **vessa** **mukavuuslaitos** **klosetti**

Kuvio 1. Opasteiden kirjoitusasu ja nimitykset

Jokaisesta esimerkkitekstistä muodostuu lukijalle varmasti omanlainen käsitys siitä, minkä tyyppisestä paikasta kyseiset esimerkkiopasteet voisivat löytyä.

Harva myöskään tulee ajatelleeksi, että sillä, minkälaisessa pakkauksessa asiakas saa ravintolasta ruokaa mukaansa (oli kyse sitten take away tai niin sanotusta dogibägistä), olisi merkitystä. Siisti puurasia yrityksen logolla ja hausalla tekstillä saattaisi yllättää foliopakkausta odottaneen asiakkaan positiivisesti, sekä jättää muista ravintoloista poikkeavan muistijäljen. Hieman vastaavaan tilaisuuteen on tarttunut esimerkiksi Starbucks, missä juomamukeihin kirjoitetaan juomiaan odottavien asiakkaiden nimet tahallisesti väärin. Myös yrityksen tunnettuus kasvaa, kun asiakkaat jakavat sosiaalisessa mediassa kuvia väärinkirjoitetuista nimistä yrityksen mukissa.

Ravintoloissa tilasuunnittelun merkitys korostuu, sillä esimerkiksi ruokakauppoihin verrattuna, niihin tullaan viettämään aikaa ja viihtymään. Valaistus ja kalustus ovat ensimmäisiä asioita mihin asiakkaat kiinnittävät huomiota. Muun muassa se, mitä materiaaleja tilassa on käytetty, minkälaiset kalusteet ovat ja miten tila on valaistu, määrittävät minkälaista henkeä se huokuu jo ennen sisään astumista. Katseen kiertäessä huoneessa ihminen määrittelee tilan yleisilmeen ja huomio näkökenttään osuvat asiat. Onko esimerkiksi tuolin selkänoja normaalista mielikuvasta poiketen korkea ja koristeellinen vai matala ja yksikertainen? Onko tila siisti? Istumaan asettauduttaessa huomio siirtyy jo käytännöllisyyteen; onko tuolien ympärillä riittävästi tilaa, onko tuoli painava ja miten se liukuu lattiaa vasten, onko siinä mukava istua? Materiaalivalinnat vaikuttavat myös paljon akustiikkaan, liika hälinä taas linkittyy viihtyvyyteen ja asiakaskokemukseen. Ruokalistaa tarkisteltaessa asiakas varmasti huomaa jos valaistus ei ole riittävä ja niin edelleen. Tavoiteltava visuaalinen identiteetti on yhtenäinen kokonaisuus, niin tyylin, tunnelman kuin toiminnallisuuden osalta.

Sasu Laukkonen pitää visuaalista identiteettiä erittäin tärkeänä ravintolan menestymisen kannalta ja onkin hyvin perillä siitä, mitä visuaalisella identiteetillä tarkoitetaan. Chef & Sommelierin identiteetti on informatiivinen kokonaisuus. Visuaalinen identiteetti on rakentunut hiljalleen, kuin huomaamatta ja ehkä senkin takia siitä on tullut niin luonnollinen ja Laukkosen sanoin läpinäkyvä. Vaikka itse ravintolaa ei ole niin sanotusti pakolla brändätty ja tuputettu markkinoille, se on Laukkosen kautta ollut esillä lähes kaikissa viestintäkanavissa, jo ennen avaamistaan, sekä nykyään kasvavasti myös omanaan sosiaalisessa mediassa. Laukkonen muun

muassa saattaa ottaa kuvan ollessaan keräämässä kuusenkerkkiä ja laittaa niistä kuvan sosiaaliseen mediaan tai verkkosivuilleen. Asiakkaan tullessa illalla syömään samat ainekset ovat lautasella. Kovin paljon avoimemmaksi ei kuulemma voi mennä. Laukkonen kertoo myös oppineensa, että ravintolasta voi tehdä visionsa mukaisen, mutta vasta siellä vierailevat asiakkaat tekevät ravintolasta sen mikä se on.

Ravintola on sisustettu hyvin identiteettiin sopivaksi. Materiaalit ovat luonnollisia ja sävyt maanläheisiä. Pöydillä ei ole valkoisia liinoja, vaan ainoastaan pienet villaiset tabletit estämässä lautasen kolahtamista puupintaan. Ruokalistat ovat uniikkeja, jokainen kirjoitettu käsin ja niitä tehdään lisää tarpeen mukaan. Näin ollen, se on niin persoonallinen kun vain voi olla ja listaa on helppo muokata, mikäli jotain raaka-ainetta ei olekaan saatavilla. Erillisiä esitteitä ei ole ja käyntikortit toimivat enemmänkin muistilappuina, mihin kirjoitetaan esimerkiksi muiden ravintoloiden nimiä asiakkaan pyytäessä suosituksia. Mikäli ravintola on myynyt itse tehtyä leipää, se on yksinkertaisesti sujautettu paperipussiin ja laitettu yrityksen logo päälle.

Lennart Sukapää uskoo pienillä yksityiskohdilla olevan enemmän merkitystä, kuin ehkä yleisesti kuvitellaan. Opiskelijan avattua hieman enemmän visuaalisen identiteetin käsitettä, huomataan että aihetta ja visuaalista jatkuvuutta on mietitty Gastonessa paljon. Aivan kaikkien asioiden ei ravintolan alkuaikoina ajateltu olevan niin merkityksellisiä, mutta muun muassa akustiikkaa ja valaistusta on paranneltu kokemusten vuoksi. Esimerkiksi kovapintainen lattia päällystettiin matolla, kun huomattiin, etteivät tilan muut tekstiilit vaimenna ääniä riittävästi ja valaistusta muutettiin, jottei kenenkään tarvitse istua suoraan ylhäältäpäin tulevassa valokeilassa. Italialainen teema näkyy asiakkaalle jo verkkosivuilla ja jatkuu sisustukseen. Teemasta huolimatta toteutus on tehty ilman ylilyöntejä ja sisustus kestää aikaa. Kesäisin avoinna olevalle sisäpihalle on luotu Roomalaisen piazzan tunnelmaa sisustuksen ja kasvien avulla. Myös tekstityyli ja värimaailma ovat yhtenäisiä eri elementeissä ja yrityksen logoa tuodaan toistuvasti, mutta hienovaraisesti esiin muun muassa ravintolan sisääntulossa seinällä, sekä jopa juomalasien pohjassa. Sukapää kuitenkin myöntää, että esimerkiksi lasien logoja harva asiakas huomaa, mutta tarkkaavaisille se luo kuitenkin hyvää tunnelmaa. Vastaavien toistojen avulla voidaan myös vahvistaa yrityskuvaa, mistä kerrotaan lisää luvussa 2.3.

Muilla vastaajilla, kuten monilla muillakin ihmisillä, visuaalinen identiteetti sekoittuu helposti visuaaliseen ilmeeseen, eikä ilmeen takana oleva merkitys eli identiteetti välttämättä välity vastaanottajalle. Tio Tikka pitää visuaalista identiteettiä äärimmäisen tärkeänä osana ravintolakokonaisuutta. Tikka kuitenkin mieltää käsitteen sisältyvän enemmän asiakaskokemukseen, osana ilmapiiriä, kuin omaksi kokonaisuudekseen. Nuori ravintoloitsija on kuitenkin oikeilla jäljillä kokiessaan visuaaliseen identiteettiin sisältyvän kaikki yksityiskohdat ”net-tisivuista ravintolan sisustuksen kautta henkilökunnan työasuihin” (Tikka, 2013).

Myös Eero Niemelä tietää visuaalisuuden näkyvän oikeastaan missä vaan, kuten ympäristössä, palvelussa, henkilökunnassa, ja ruokalistassa. Hän myös tiedostaa, että se miltä nämä asiat

näyttävät, riippuu katsojasta. Vaikka visuaalinen identiteetti ei käsitteenä ole niin tuttu, Niemelä osaa päätellä mitä sillä tarkoitetaan. Hän puhuu muun muassa siitä, miten ensimmäistä kertaa tuntemattomassa paikassa vieraileva etsii viitteitä siitä, miten kyseisessä paikassa toimitaan. Oli kyse lounasravintolasta tai illallisravintolasta, asiakas kaipaa opastusta. Mikäli se on asianmukaisesti toteutettu, asiakkaan ei tarvitse etsiä opasteita, mutta ne eivät myöskään ponnahta silmille. Toiminnallisuuteen liittyen Niemelä huomioi myös esimerkiksi sen, että WC:ssä tulisi olla pieni koukku, mihin asiakas voi ripustaa takkinsa tai laukkunsa. Kaikkiאלה niitä ei kuitenkaan ole. Verkkosivuista Niemelä myöntää, etteivät ne välttämättä ole erityisen hienot, mutta ne ovat selkeälukuiset ja asiakkaan kannalta oleelliset tiedot ovat helposti löydettävissä. Sama pätee ruokalistaan; se on pienikokoinen ja helppo pitää kädessä, tyyliltään pelkistetty, mutta sisältää sen olennaisen.

Eeron keittiössä Niemelä ei ole käyttänyt suunnittelijoita, vaan sisustus on miehen omaa käsialaa. Hän kertoo pitävänsä materiaaleissa puusta, sillä se luo lämpöä ja sitä onkin ravintolassa näkyvillä paljon. Sukapään mukaisesti Niemelä ei lähde trendeihin mukaan, vaan pyrkii ajattomuuteen. Vanhoissa helsinkiläisissä ravintoloissa ruokalista uudistuu, mutta sisustusta uusitaan harvoin. Kun se on kerralla tehty hyvin, sitä ei ole tarvetta heti muuttaa. Sisustusta Niemelä kommentoi myös siten, että pieni ravintola personoituu henkilöstön mukaan. Tässä tapauksessa paikka onkin omistajansa näköinen ja sama on huomattavissa myös muun muassa Chef & Sommelierissa. Visuaalinen identiteetti on Niemelän mielestä tärkeä osatekijä ravintolan menestymisessä, sillä se näkyy aivan kaikessa, jopa ruuan esillepanossa. Vastaavia asioita myös mietitään enenevässä määrin, sillä tarkoituksena on tehdä asiat mahdollisimman helpoksi asiakkaalle ja siihen pystytään suunnittelijoiden avulla. Palvelukulttuuri kasvaa ja kehittyy jatkuvasti ja samalla vaatimustasot nousevat ja kilpailu kovenee.

Heimo Keskinen tunnistaa visuaalisen identiteetin käsitteenä ja uskoo sillä olevan merkitystä menestymiseen. Ravintolakolmiolla visuaalinen identiteetti kuitenkin eroaa jonkin verran muista, jo pelkästään siitä syystä että kyseessä on useiden hyvin erilaisten ravintoloiden ryhmä. Keskinen kuitenkin kertoo ryhmän olevan yhtenäinen yritysilmeltään. Materiaalit, kuten esimerkiksi kirjekuoret, sähköiset materiaalit ja uutiset ovat yhteneväiset, mutta kullakin ravintolalla taas on oma identiteettinsä, joten tilat ovat yksilöllisiä. Esimerkiksi vuonna 1908 perustettu Juttutupa vallankumouspöytineen huokuu historiaa ja sen sisustus onkin säilynyt lähes samanlaisena alusta asti. Ravintoloiden sisustukset ovat aina arkkitehdin kohteen mukaan suunniteltavia, samoin valaistus ja musiikki vaihtelevat paikan mukaan. Keskinen mukaan nykyään on kuitenkin tärkeää, että myös digimaailma on kunnossa ja jos kokonaisuutta ei täysin hallitse, ei leikkiin kannata lähteä. Kun kaikki on hyvin, sitä ei välttämättä edes huomaa. Visuaalisella identiteetillä muokataan sitä mielikuvaa, mikä yrityksestä halutaan antaa. Myös henkilökunnan pukeutumiseen kiinnitetään Ravintolakolmiossa huomiota, eikä työpaikalle ole suositeltavaa saapua epäsiistissä vaatetuksessa edes vapaapäivinä, sillä koskaan ei voi tietää milloin asiakkaan kohtaa.

2.3 Asiakaskokemus ja yrityskuvan luominen

”Jos yritys mahtuisi yhteen kuvaan, millainen se olisi?” (Designforbusiness.fi) Designforbusiness.fi - sivuston mukaan ihmiset luovat mielikuvan yrityksestä kokemusten, kohtaamisten ja tuhansien kuvien avulla. Yrityskuvan teho heikkenee, mikäli se on hajanainen tai ilmenee erilaisena eri yhteyksissä, sillä tietoisuutta yrityksestä levitettäessä yksi keskeisimmistä elementeistä on sen toisto.

Yrityskuva, eli imago on ihmisten mielissä rakentunut kuva yrityksestä. Se perustuu pitkälti visuaalisuuteen ja mielikuviin, mutta saa vaikutteita myös ihmisten uskomuksista. (Aula & Heinonen 2004, 61.) Yritys voi identiteettinsä ja visuaalisen identiteetin kautta pyrkiä vaikuttamaan yrityksen imagoon, mutta lopputulokseen vaikuttaa kuitenkin lisäksi vastaanottajan asenteet, kokemukset ja tuntemukset (Pohjola 2003, 21-22). Mielikuvien valmiiksi luominen ihmiselle on mahdotonta, sillä mielikuvat syntyvät jokaisen vastaanottajan omassa mielessä peilaten juuri kyseisen henkilön omia kokemuksia, lähtökohtia ja tarkoitusperiä. Ihminen muodostaa mielikuvan yrityksestä heti ensikohtaamisella, mutta vasta vuorovaikutus paljastaa todellisuuden ja saattaa osoittaa mielikuvan täysin vääräksi. (Markkanen 1999, 25-29.) Yrityksellä on onnistunut imago, kun asiakas tietää, miksi juuri kyseinen yritys on parempi, eli asiakkaan näkökulmasta arvokkaampi kuin muut, yrityskuva on selkeä, eikä se kätke sisäänsä turhia viestejä (Markkanen 1999, 210).

Kun mietitään mitä vaaditaan jotta yritys menestyy, tulee helposti ajateltua tuotteita, palveluita, ammattitaitoista henkilöstöä tai brändiä. Aiemmin brändi käsitettiin yrityksen laajempänä kokonaisuutena, johon myös visuaalinen identiteetti sisältyi, mutta nykyään brändi on vain lisäarvo, minkä asiakas on valmis maksamaan tuotteesta verrattuna toiseen tuotteeseen. Se, mihin edellä mainitut asiat linkittyvät ja mistä raha lopulta yritykseen tulee, on asiakas. Asiakas eli yrityksen tulonlähde, on myös se johon useimmiten unohdetaan keskittyä. Asettamalla asiakas yrityksen toiminnan keskiöön ja luomalla tälle merkityksellisiä kokemuksia, on mahdollista nostaa yrityksen tulos seuraavalle tasolle. Tätä tarkoitetaan asiakaskokemuksella ja asiakaskokemuksen johtamisella. (Löytänä & Korteso 2011, 9, 32.)

Se mikä saa ihmiset maksamaan jonkun toisen tekemästä ruuasta (sen sijaan, että tekisivät ruuan itse) tai saa ajamaan johonkin tiettyyn ravintolaan syömään (sen sijaan, että kävisivät lähimmässä mahdollisessa) on ravintolan kyky saada asiakas tuntemaan olonsa mukavaksi. Joskus se tarkoittaa ikimuistoisen kokemuksen luomista erityisinä hetkinä, mutta se tarkoittaa myös yhtenäisten, mieluisten tuntemuksien luomista jokaisella kerralla. (Katsigris & Thomas 2009, 1.)

”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.” (Löytänä & Korteso 2011, 45).

Asiakaskokemus käsittää kaiken mitä yritys itsestään kertoo, mitä se toiminnallaan välittää ja mitä se saa ihmiset tuntemaan. Kokemus lähtee jo siitä, onko yritys helppo löytää ja jatkuu aina opasteiden ja palvelutapahtuman kautta yrityksestä poistumisen jälkeisiin mielikuviin, oli kohtaaminen tapahtunut luonnossa tai internetissä. Asiakaskokemusta ei voi hallita pelkästään yrityksen informatiivisella faktatiedolla, vaan siihen vaikuttaa myös muiden ihmisten tunnepohjaiset mielikuvat ja kokemukset. (Löytänä & Kortesus 2011, 12.)

Internetin ja sosiaalisen median yleistyttyä hurjaa vauhtia, on asiakkaalle jo arkipäivää etsiä netistä tietoa päätöksenteon tueksi. Yrityksen internetsivut ovat siis yksi tärkeimmistä seikoista tänä päivänä, mutta hyvin nopeasti asiakas löytää myös tiensä keskustelupalstoille ja lukemaan arvosteluita yrityksestä. Sosiaalisen median valtakaudella asiakaskokemuksen merkitys on kasvanut huomasti entisestään, sillä kokemusten, etenkin huonojen sellaisten, jakaminen on erittäin helppoa ja nopeaa, ja levikki on laaja. (Löytänä & Kortesus 2011, 29-31.) Samasta asiasta Laukkonen kertoo haastattelussaan.

Yritys voi kuitenkin myös itse pyrkiä vaikuttamaan ihmisten mielikuviin ja asiakaskokemukseen muun muassa visuaalisen suunnittelun avulla toistamalla eri kohtaamisissa samansuuntaisia, halutunlaista mielikuvaa välittäviä viestejä eri viestintäkanavien kautta ja samalla kartuttaa visuaalista tunnistettavuuttaan. Vastaanottajan tulee kuitenkin mieltää viestit yhteenkuuluviksi ja toisiaan tukeviksi. Yrityksen selkeät valinnat ja sen identiteetin, tulee näkyä, olla konkreettinen ja kattaa kaikki mitä yritys tekee (Pohjola 2003, 13; Aula & Heinonen 2004, 61.)

Tutkimukseen osallistuneet yrittäjät kokevat asiakaskokemuksen koostuvan menestystekijöiden kanssa pääasiassa samoista asioista. Ruoka on jälleen ilman muuta suurimpana osuutena piirakkakaaviossa, palvelu toisena suurena. Keskinen lisää annettuun kaaviopohjaan vielä osuudet siisteydelle ja sosiaaliselle medialle, erityisesti näkyvyyden takia. Sukapää sen sijaan kokee asiakkaan huomioivan miljöön: Ravintolan tulee olla lämminhenkinen ja asiakkaan ympärillä täytyy tapahtua. Puheensorinaa kuuluu olla, mutta se ei saa häiritä omaa keskustelua. Hauskana yksityiskohtana Sukapää mainitsee, kuinka suomalaisilla asiakkailla tulee olla niin sanottu turvaseinä. Suomalainen asiakas kuulemma valitsee istumapaikan, mieluiten seinän vierestä. Ulkomaalainen sen sijaan valitsee tyytyväisenä avoimen paikan ravintolan keskiosasta. Kun asiaa tarkemmin ajattelee, se pitää varmasti paikkansa. Useissa suomalaisissa ravintoloissa pöydät on myös sijoitettu pöydän tai mahdollisesti tolpan viereen. Muun muassa tästä syystä Sukapään ravintolassa roikkuu katosta paneeliverhoja, jotka tuovat keskellä sijaitseviin pöytiin hieman enemmän yksityisyyttä ja samalla parantavat tilan akustiikkaa.

Tikka nostaa ilmapiirin yhtä tärkeäksi asiaksi kuin palvelun, sekä lisää osuuden ruokailun jälkeiselle ajalle. Asiakaskokemus jatkuu aina asiakkaan poistumiseen asti, mutta useissa ravintoloissa seikka on kuulemma harvinaisen huonosti suunniteltu. Myös Niemelä tunnustaa ympäristön houkuttelevan tietyn tyyppisiä asiakkaita ja puhuu sekä sisustuksesta, että esimerkiksi musiikista ja toteaa rauhallisessa tilassa asiakkaan viihtyvän kauemminkin. Laukkonen sen

sijaan painottaa kokonaisuuden tärkeyttä. Mikäli konsepti on ehjä, muita seikkoja ei välttämättä edes huomaa. Laukkonen käyttää esimerkkinä asiakkaan kysymystä ruuan alkuperästä. Mikäli tarjoilija ei osaa suoraan vastata tai lähtee kysymään asiaa keittiöstä, kokonaisuus särkyi. Tämän jälkeen kaikki muukin korostuu, kuten esimerkiksi juuri sisustus. Asiakkaan katse lähtee odottaessa vaeltelemaan seinille ja havainnoidaan niitä asioita, mihin ei muuten kiinnitettäisi huomiota. Leijaileekohan jostain erikoinen haju; onkohan tuoli sittenkään niin mukava; ja niin edelleen.

2.4 Suunnittelijan hyödyntäminen

Ravintola-alalla on tänä päivänä kova kilpailu ja yksi keino erottautua muista on tuoda ravintolan konsepti henkiin. Hyvin suunnitellun ravintolan elementit eivät jää asiakkailta huomaamatta. Vaikka asiakas ei voisi eritellä yhtä tiettyä asiaa, jokainen ihminen tiedostaa, että myös viehättävä ympäristö vaikuttaisi tekevän ruuasta parempaa. Onnistuneen suunnitelman tarkoituksena on saada asiakas tuntemaan itsensä tervetulleeksi, turvallisiksi ja että hänestä pidetään huolta. Ensikohtaamisesta, saniteettitilojen kautta, asiakkaan poistumiseen on paljon suunniteltavaa. Onnistunut suunnitelma lähtee liikkeelle vahvasta konseptista. Ravintolasta on oltava valmis ”kuva”, ennen kuin voidaan päättää miten se ilmaistaan ja miten sitä markkinoidaan asiakkaalle. Apua suunnitteluun voi hakea esimerkiksi ympäristöpsykologiasta, missä selvitetään pohjimmaisia syitä sille, miksi ihmiset tuntevat tietyllä tavalla esimerkiksi valaistuksesta, musiikista tai muista vastaavista elementeistä. (Katsigiris & Thomas 2009, 29-30.)

Ravintolakolmion arvoissa toisena on kumppaniuskollisuus, mikä näkyy myös suunnittelijoiden valitsemisessa. On sama arkkitehti, sama rakennusliike, sama sähköliike, sama putkiliike, sama ilmastointiliike ja niin edelleen. Ainoastaan kohteissa, missä museovirasto on mukana, saatetaan käyttää omaa suunnittelijaansa. Tilaa suunniteltaessa on otettava huomioon se, minkälaiseen käyttöön se tulee; onko kyseessä iltaravintola vai lounasravintola, ja kuinka suurta kiertoa ravintolaan tavoitellaan. Jokainen on oman alansa ammattilainen ja suunnittelija saa melko vapaat kädet, sillä Keskinen on vaikea visualisoida miltä tila näyttää valmiina. Tietysti asiasta on olemassa myös paljon tutkimustietoa, kuten esimerkiksi värien, materiaalien ja musiikin vaikutuksista. Keskinen taas itse ajattelee sitä, miltä bisnes näyttää valmiina. Hänen mukaansa suunnitelman on tuotava lisäarvoa bisnekseen. Ajoittain suunnitelmia joudutaan kuitenkin muokkaamaan matkanvarrella tai korjaamaan jälkikäteen.

Niemelä kertoo käyttäneensä suunnittelijaa yrityksen logoa kehiteltäessä. Sen tarkoitus on herättää luottamusta ja kuvastaa palveluasennetta, sekä toisaalta ammattiyhpeyttä. Niemelä kokeekin sen olevan onnistunut. Muissa, pienemmissä asioissa taasen, Niemelä ei koe että olisi sellaista, mikä vaatisi ammattisuunnittelijaa. Jos hän kuitenkin suunnittelijaa päätyisi

käyttämään, valinta tapahtuisi tutun suosituksesta ja sen perusteella miten ajatukset sopivat yksiin. Mielikuva taitaa olla, että suunnittelijat eivät kuuntele asiakasta riittävästi, vaan tekevät asiat oman mielensä mukaan, eikä lopputulosta saa itse muuttaa.

Sukapää sen sijaan kokee suunnittelijan käyttämisen tarpeelliseksi, sillä muuten saattaa käydä niin, että valitaan kaikkea mistä pidetään, mutta unohdetaan ajatella kokonaisuutta - sitä miltä kaikki näyttää yhdessä. Tärkein asia, mikä suunnittelijan tulee huomioida, on käytännöllisyys. Ilman muuta kaiken pitää olla myös linjassa ja näyttää hyvältä, mutta suunnitelman on myös oltava toimiva, esimerkiksi työergonomia ei saa kärsiä. Sukapää kertoo valinneensa Gastonen vesivahingon takia uudestaan menneen alakerran suunnitteluun saman suunnittelijan, mitä oli käyttänyt aiemminkin, jotta ravintolan yhtenäinen linja säilyy, sillä jokaisella suunnittelijalla on oma jälkensä. Muutoin määräävänä tekijänä toimii kokonaisuus.

Tikka pitää suunnittelijan käyttämistä ehdottoman tärkeänä, sillä ravintoloitsijan voimavarat kuluvat yleensä käytännön toiminnan suunnitteluun ja toteutukseen, sekä toiminnan aloittamiseen. Vaikka omien ideoiden toteuttaminen on nautinnollista, remontointi on raskas ja aikaa vievä prosessi. Tärkein asia, mikä suunnittelijan on ravintolassa huomioitava, on Tikan mielestä työergonomia. Se on asia, mitä ravintola-alaa tuntematon suunnittelija ei usein osaa ajatella, vaan esimerkiksi keittiön käytännöt ja ratkaisut muodostuvat kokemuksen kautta. Valintakriteereistä Tikka arvostaa eniten aiempia työnäytteitä.

Laukkosella taas on usein melko pitkälle viety suunnitelma, mutta niin sanotun loppusilauksen hän jättää ammattilaiselle. Esimerkiksi logon Laukkonen ideoi ja piirsi ja vei sen jälkeen ammattilaisen vedostettavaksi, jotta lopputulos on painokelpoinen ja painotalolle saadaan välitettyä tarvittava informaatio. Toisena esimerkkinä on Laukkosen ravintolaan valitsema tapetti, mistä lopulta konsultoitiin ammattilaista siinä, kuinka korkealle tapetin tulee ulottua. Kuten Keskinen, myös Laukkosen mielestä tärkeintä ravintolaa suunniteltaessa on tietää, minkälaiseen tarkoitukseen ravintola on tulossa. Jokaisella projektilla on oltava niin sanottu isähahmo ja suunnittelijan on tunnettava tämä ja tämän idea/visio läpikotaisin, eikä näiden välillä voi olla erimielisyyksiä. Mielipiteitä voi tietysti olla, mutta Laukkosen mielestä vision tulee olla alusta loppuun asti yhden henkilön takana ja vision on oltava vahva, jotta se ei muutu joksikin muuksi matkan varrella. Tästä syystä myös tärkeimmäksi valintakriteeriksi suunnittelijaa etsittäessä, nousee mielipiteiden osuminen yksiin, eli se että ”synkkaa”. Referenssit ovat vain tehtyjä töitä ja on tietysti mukava nähdä, minkälaista jälkeä aiemmin on tullut, mutta tarkoitus on välittää se oma visio suunnittelijalle ja tietää, että toinen on sinut sen kanssa ja mukana siinä mitä lähdetään tekemään. Laukkonen kuitenkin tiedostaa, että kaikkea ei voi suunnitella, kuten esimerkiksi se miten henkilö mediassa nähdään, lähtee henkilöstä itsestään.

3 Toteutuksen vaiheet

Kappaleessa käydään läpi tutkimuksen elinkaari vaihe vaiheelta, mitä tapahtui aiheen valinnan, rajauksen ja tavoitteiden asettamisen jälkeen. Miten ja miksi valittiin juuri kyseinen tutkimusmenetelmä ja toteutustapa, sekä kerrotaan toteutuksen suunnittelusta ja itse toteutuksesta aina lopputuloksiin ja johtopäätöksiin asti. Kappaleessa 4 paneudutaan syvällisemmin vielä tulosten analysointiin, sekä opiskelijan omaan oppimiseen.

3.1 Menetelmän valinta

Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen tutkimus, sillä määrällinen tutkimus vaatii huomattavasti enemmän resursseja, jotta tutkimukseen saadaan riittävän suuri joukko vastaajia. Lisäksi koettiin että laadullisen tutkimuksen kautta on mahdollista saada syvällisempiä vastauksia ja vastaajilla on parempi mahdollisuus mielipiteidensä ilmaisemiseen, kun ei käytetä valmiita vastausvaihtoehtoja.

Tutkimuksen toteutustavaksi valikoitui puolistrukturoitu haastattelu. Haastattelumenetelmän ansiosta vastaajalla on mahdollisuus kertoa ajatuksistaan ilman jäykkää kaavaa, mutta haastattelija auttaa pysymään aiheessa tutkimuksen ”selkäranka”-kysymyksillä. Lisäksi haastattelijalla on mahdollisuus kysyä tarkentavia lisäkysymyksiä, jotta vastauksista saadaan mahdollisimman kattavia. Haastattelun äänittäminen mahdollistaa jatkuvan etenemisen, ilman haastattelijan kirjoitustaukoja. Myös kirjallista kyselyä harkittiin, mutta sen heikkoutena usein on, etteivät vastaajat jaksa kirjoittaa kaikkea mitä aiheesta ajattelevat, vaan pitävät vastaukset lyhyinä vaikkakin ytimekkäinä. Lisäksi olisi mahdollisuus että vastaaja ymmärtää kysymyksen väärin, eikä pysy vastauksessa aiheessa. Kirjallisen kyselyn haasteet tukevat puolistrukturoidun haastattelumenetelmän valintaa.

3.2 Suunnittelu

Menetelmän valinnan jälkeen aloitettiin tutkimuksen toteutuksen suunnittelu. Tutkimussuunnitelmaan kirjattiin aiheen valinnan lisäksi aiheen rajaus, tutkimuskysymykset ja aikataulu, sekä mahdolliset ongelmat. Tutkimuskysymysten pohjalta aloitettiin haastateltavien kartoittaminen ja haastattelukysymysten suunnittelu. Haastateltaviksi pyrittiin saamaan mahdollisimman erilaisia yrityksiä. Mukaan haluttiin niin isoja kuin pieniä yrityksiä, vanhoja ja perinteikkäitä, uudempia ja moderneja, ruokaravintoloita, trendiravintoloita ja ns. fine dining -ravintoloita. Rune & Bergillä oli myös ehdotuksia erityisesti heitä kiinnostavista yrityksistä. Samalla keskusteltiin missä asemassa olevia henkilöitä haluttiin vastaajiksi, sillä isommissa

yrityksissä aiheeseen liittyviä päätöksiä tehdään usein johtoportaassa, mutta mahdollisella markkinointiosastolla saattaa olla omat näkemyksensä.

Haastatteluiden suunnitteluun käytettiin toimeksiantajan kanssa paljon aikaa ja haastattelukysymyksiä mietittiin useaan otteeseen, jotta toteutus on mielekästä ja palkitsevaa ja lisäksi sekä toimeksiantaja, että opiskelija saavat haluamansa hyödyn. Suunnitteluvaiheessa pidettiin kuitenkin mielessä, että kysymyksillä on tarkoitus herättää ja ohjata keskustelua ja että lopulliset kysymykset muovautuisivat vasta itse haastattelutilanteessa. Kysymysten lisänä päätettiin käyttää myös Rune & Bergin kuvaa visuaalisesta identiteetistä (Ks 2.2 Kuva 1).

Lisäksi pohdittiin keitä haastattelutilanteeseen osallistuu. Toimeksiantajan läsnäolo toisi varmuutta ja asiantuntevuutta keskusteluun, mutta saattaisi luoda erilaisia paineita vastaajaa kohtaan ja aiheuttaa vastausten muuntelua. Haastattelu saattaisi muuttua myös liikaa markkinoinniksi tutkielman sijaan. Jotta haastatteluista tulee mahdollisimman aitoja ja rehellisiä, sovittiin että opiskelija suorittaa haastattelun niin sanotusti puolueettomana osapuolena kahden kesken tutkimukseen osallistuvan vastaajan kanssa. Koska oikeastaan sekä ravintola-ala, että toimeksiantajan ala, olivat opiskelijalle alun perin melko tuntemattomia, päätettiin pitää valmentava ”Demo-haastattelu”. Demo-haastattelussa Rune & Bergin edustaja esitti ravintola-alan yrittäjää ja opiskelija toimi haastattelijana. Demo-haastattelussa nousi esiin useita tärkeitä kysymyksiä ja se muovasi myös suunniteltuja kysymyksiä eri muotoon sekä järjestykseen. Lisäksi se valmisti opiskelijaa haastatteluihin, toimien esimerkkinä minkälaisia vastauksia haastateltavilta voi tulla, miten niihin tulee suhtautua ja minkälaisia lisäkysymyksiä tai tarkennuksia kannattaa haastattelun aikana esittää. Perusteellisella pohjatyöllä ja tiiviillä yhteydenpidolla pyrittiin varmistamaan myös tulosten käyttökelpoisuus ja maksimoimaan tutkimuksen hyöty toimeksiantajalle. Kiinnostaviin ravintola-alan yrittäjiin päätettiin ottaa yhteyttä sähköpostitse, jotta asiasta ensikertaa kuulevat pystyivät rauhassa lukemaan ja perehtymään mistä tutkimuksessa on kysymys. Sovittiin että opiskelija lähettää viestit, jotta niitä ei käsitetä mainospostina.

3.3 Toteutus

Tutkimuksen varsinainen toteutus lähti liikkeelle sähköpostiosoitteiden etsimisestä. Mikäli ensimmäiseen viestiin ei tullut vastausta, lähetettiin se vielä toistamiseen. Sähköpostiyhteydenoton jälkeen aloitettiin tavoiteltavien henkilöiden puhelinnumeroiden haku, lisäksi pyrittiin hyödyntämään omia kontakteja. Osa tavoitelluista oli Rune & Bergille entuudestaan tuttuja, mutta eivät kuitenkaan asiakkaita. Haasteltavien tavoittaminen osoittautui melko hankalaksi ja enemmän aikaa vieväksi kuin oli suunniteltu, kevään useiden pyhien vuoksi. Lisäksi osaan kohdehenkilöistä yhteydenpito jatkui useita viikkoja ennen lopullista vastausta ja valitettavasti oli myös viimehetken peruuntumisia. Haastattelut kuitenkin saatiin aloitettua,

vaikka kaikkia haastateltavia ei ollut heti tiedossa. Ensimmäisen haastattelun jälkeen käytiin siinä heränneistä kysymyksiä läpi ja mietittiin, mikä meni hyvin ja olisiko jotain voinut tehdä paremmin. Haastattelun myötä myös opiskelija sai kokemusta ja paremman käsityksen, kuin valmentavasta Demo-haastattelusta. Vaikka toivottujen vastaajien kontaktointi osoittautui haastavaksi, onnistuttiin tavoitteiden mukaisesti lopulta kuitenkin saamaan hyvin erityyppisiä yrittäjiä. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin tutkimuksen liitteiksi. Yksi haastatteluista toteutettiin aikatauluhaasteiden vuoksi poikkeuksellisesti sähköpostitse.

3.4 Lopputulos

Ainoastaan yksi vastaaja myöntää, ettei ole koskaan aikaisemmin kuullut puhuttavan visuaalisesta identiteetistä, mutta osaa kuitenkin sanoista päätellä mitä sillä tarkoitetaan. Muille vastaajille käsite on tuttu, mutta melko vähän käytetty ja mielikuva sen määritelmästä vaihtelee vastaajien keskuudessa. Laukkonen kertoo puhuvansa enemmän imagosta, kuin identiteetistä. Identiteettiä voikin olla ehkä hankala pohtia itse, sillä jokainen kokee sen hieman eri tavalla. Visuaalisella identiteetillä näyttäisi olevan enemmän tai vähemmän paikka menestymisen kannalta tärkeiden asioiden joukossa. Kolme vastaajista on sitä mieltä, että visuaalinen identiteetti on erittäin iso vaikuttaja, Tio Tikan mielestä etenkin kaupungin kilpailun huomioon ottaen. Kaksi vastaajista pitää kyllä asiaa tärkeänä, mutta ehkä hieman ristiriitaisesti eivät kuitenkaan uskoneet sen vaikuttavan niin paljon. Esimerkiksi asiakas kuulemma antaa paljon anteeksi, jos kaikki muu on kunnossa, eikä ravintolalla ole mahdollisuutta menestyä paremmin, vaikka visuaalinen identiteettiin panostettaisiinkin enemmän.

Vastaajien mukaan kokonaisuuden hallinta on tärkeää myös tulevaisuudessa, sillä palvelukulttuuri kehittyy ja kilpailu kasvaa entisestään. Myös sosiaalisen median merkityksen uskotaan kasvavan entisestään ja sen, miten yritys nähdään. Laukkonen painottaa luonnollisuuden ja läpinäkyvyyden arvostamista, mutta muistuttaa, ettei sosiaalista mediaa saa ajatella pelkästään positiivisena työkaluna.

Suunnittelusta puhuttaessa vastaukset jakautuvatkin hieman enemmän. Enemmistö aikoo kyllä ehdottomasti käyttää suunnittelijoita myös jatkossa, mutta valintaan vaikuttavissa kriteereissä yksi arvostaa selkeästi enemmän aikaisempia työnäytteitä, toinen taas pitää kiinni aiemmin tutuksi tulleista yhteistyökumppaneista, kolmannelle tärkeintä on ehdottomasti se että suunnittelijan kanssa ollaan samoilla linjoilla ja niin sanotusti synkkaa hyvin, eikä aiemmillä töillä ole niin suurta merkitystä. Toisaalla taas katsotaan näitä kaikkia yhtenä kokonaisuutena, mutta löytyipä myös ravintoloitsija, joka ei luultavasti tule käyttämään suunnittelijaa jatkossakaan. Jos sittenkin käyttäisi, sen tulisi olla tuttu tai tutun suosittelu. Vastauksia lukiessa on tärkeää kuitenkin pitää mielessä, ettei näin pienen otannan perustella saa lähteä yleistämään vastauksia kaikkien ravintola-alalla toimivien mielipiteiksi.

4 Arviointi ja analysointi

Menestymiseen liittyviä vastauksia kuunnellessa oli todella yllättävää, etteivät ravintolat juurikaan mainosta itseään. Ainoastaan Keskinen kertoo ravintolaryhmänsä markkinoivan muun muassa teemaviikkojaan perinteisesti painetuissa ja sähköisissä medioissa, sekä radiossa. Muutoin ravintoloitsijat luottavat niin sanottuun puskaradioon, eli siihen että tyytyväiset asiakkaat jakavat kokemuksiaan ja suosittelevat ravintolaa ystävilleen. Lisäksi lähes kaikilla vastaajilla on myös toimintaa sosiaalisessa mediassa. Toisaalta, myös erilaiset keskustelupalstat ja ”arvostelusivustot”, kuten eat.fi, raflaamo.fi ja ravintola.fi, ovat yleistyneet viime vuosina huimaa vauhtia. Oikealla toiminnalla kyseiset menetelmät riittävät markkinoinniksi varsin hyvin, mutta kuten jo aiemmin mainittiin, vastaavat sivustot, sekä sosiaalinen media on nopea tie levittää myös negatiiviset kokemukset laajalle.

Opiskelija uskoo Chef & Sommelierin menestyksen perustuvan siihen, että he ovat sisäistäneet yritysidentiteetin tärkeimmän seikan: he itse ovat yrityksen identiteetti ja toiminta on todella avointa. Intohimo työhön näkyy ja ollaan aidosti ylpeitä siitä mitä tehdään ja mitä on saatu aikaiseksi, ilman menestyksestä ylpistymistä, ja se välittyy asiakkaalle. Visuaalinen identiteetti on siis yritysidentiteetistä poikkeamatta arvostettava. Esimerkiksi ruuan hinnoittelu tuntuu aivan sivuseikalta ja ravintolassa käymisestä on tehty elämys. Hektisessä ja stressintäyteisessä kaupungissa, missä muutama vuosi taaksepäin oli tapana syödä epäsäännöllisesti ja epäterveellisesti kiireen keskellä, ihminen saadaan palaamaan juurilleen kaiken prosessoidun ruuan jälkeen. Jo pelkästään sen kuunteleminen, kuinka intohimoisesti Laukkonen suhtautuu ruokaan ja ravintolaansa, missä todella tiedetään miten raaka-aineet on saatu ja miten ne ovat kasvatettu, saa aikaan hyvänolon tunteen.

4.1 Toimeksiantajan kommentit

Rune & Berg Design Oy:ssä työtä pidetään todella mielenkiintoisena. Opiskelija kuunteli ja teki tiiviisti muistiinpanoja alusta lähtien ja on ymmärtänyt hyvin haastavat käsitteet, vaikka ne eivät ole itsestäänselvyksiä alalla työskentelevillekään. Vaikka työn aloituksesta on aikaa, aihe on yhä yhtä ajankohtainen ja toimeksiantaja on tyytyväinen että työ on viimein valmis. Opiskelija on onnistunut alan ulkopuolisena henkilönä hyvin selvittämään ravintoloitsijoiden mielipiteitä, sekä samalla valottanut mitä suunnittelijoista ajatellaan. Työ avaa varmasti myös nykyiselle myyntitiimille potentiaalisten asiakkaiden ajatuksia. (Tuohikumpu, 2015.)

4.2 Opiskelijan oma oppiminen

Kokonaisuudessaan opiskelija koki aihealueen käsitteistön laajaksi ja terminologiaan oli haastavaa päästä sisälle. Useissa julkaisuissa eri termejä käytettiin lähes synonyymeinä toisilleen, joten ne vaativat syvempää perehtymistä, jotta tiesi mitkä käsitteet todella tarkoittavat samaa asiaa. Opiskelija kuitenkin koki tutkimuksen tekemisen kaikin puolin kasvattavana kokemuksena. Vaikka uusien ihmisten kontaktointia on suoritettu jo aiemmin opiskeluiden aikana, sen haasteet tulivat selkeimmin esille, kun työtä täytyi tehdä yksin. Tutkimus ei edennyt ilman haastateltavia ja valitettavasti myös sovittuja haastatteluajoja peruutettiin viimeheikkellä. Haastateltavien etsiminen ja heille soittelu olisi pitänyt aloittaa aikaisemmin ja toisaalta alkukevät olisi ollut myös hiljaisempaa aikaa ravintoloille, jolloin haastatteluiden ajankohdista olisi saattanut olla helpompaa sopia. Kevään aikana useat pyhät sotkivat viikkoaikataulua ja hankaloittivat yhteydenpitoa, sekä aiheuttivat myös kiireitä ravintoloille. Opiskelija koki myös, että osa potentiaalisista haastateltavista vähätteli työn ja vastauksien arvoa. Reippaalla ja ajoittain myös sinnikkäällä asenteella haastattelut saatiin kuitenkin sovittua ja pidettyä.

Menetelmää valittaessa päädyttiin nauhoitettavaan haastatteluun, jotta vastauksista saataisi mahdollisimman kattavia ja opiskelijalla on mahdollisuus esittää tarvittaessa lisäkysymyksiä. Huoli kirjallisten vastausten lyhykäisyydestä osoittautui aiheelliseksi, kun yksi haastatteluista päätettiin toteuttaa sähköpostitse aikatauluhaasteiden vuoksi. Vastaukset saatuaan, opiskelija pohti tarkentavien kysymysten esittämistä, mutta toimeksiantaja koki saaneensa toivomansa vastaukset, joten lisäkysymyksiä ei lopulta esitetty. Opiskelijan oman oppimisen, sekä lopputuloksen kannalta keskustelun jatkaminen, vaikkakin sähköpostitse, olisi ollut parempi vaihtoehto.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui hyvin ja oli ennen haastatteluita erittäin tiivistä. Tapaamisia oli useamman kuukauden aikana lähes viikoittain, jolloin varmistettiin tutkimuksen tavoitteita, molempien näkökulmasta, sekä valmisteltiin tulevia haastatteluja. Parannettavaa olisi ollut kuitenkin yhteydenpidossa haastatteluiden jälkeen. Osittain syynä yhteydenpidon vähäisyyteen oli haastatteluiden litterointiin kulunut aika, mikä yllätti opiskelijan todenteolla. Haastatteluiden suunniteltu kesto oli 30-45 minuuttia, mutta osa haastatteluista venyi tunnin mittaisiksi ja yksi lähemmäs kaksituntiseksi. Kestoon vaikutti muun muassa haastateltavien rönsyily aiheesta ja opiskelijan kokemattomuus. Opiskelija tunsu epävarmuutta aiheesta ja siitä, mitkä haastateltavan puheet liittyivät aiheeseen ja mitkä ei, sekä toisaalta oli liian arkaileva keskeyttämään vastaajan ja ottamaan haastattelun ohjat, jotta aiheesta olisi pysytty. Näin ollen haastatteluiden litteroinneista tuli todella pitkiä, mikä omalta osaltaan laski opiskelijan kiinnostusta litteroinnin tekemiseen. Litterointiin liittyvät motivaatiohaasteet ja opiskelijan hieman liiallinen kiinnostus työelämään siirtymiseen, sekä muut henkilökohtaiset haasteet viivästyttivät opinnäytetyön valmistumista huomattavan paljon.

Aikataulun venyminen tiedostettiin yhdeksi riskiksi jo suunnitteluvaiheessa, mutta tästä huolimatta sen ennaltaehkäisemiseksi ei ollut kovin paljoa tehtävissä. Itse toteutusvaiheessa opiskelija olisi voinut aikatauluttaa tekemisen vieläkin tarkemmin, ehkä jopa päivätasolla. Suunnitelmassa aikataulu oli rakennettu viikkotasolla, kahden viikon tarkkuudella.

Opiskelija löytää parannettavaa myös tutkimuksen avaamisesta lukijalle ja toivoo, että olisi voinut liittää työhönsä enemmän kuvia, muun muassa tutkimukseen osallistuneiden ravintoloista ja yritysten visuaalisista ilmeistä, sekä kaaviota havainnollistamaan esimerkiksi yritysidentiteetin ja asiakaskokemuksen rakennetta.

5 Yhteenveto

Opinnäytetyönä tehdyn tutkimuksen päämääränä oli selvittää ovatko ravintola-alan yritykset tietoisia visuaalisen identiteetin käsitteestä ja mikäli ovat, kuinka hyvin käsite tunnetaan, sekä miten visuaalisen identiteetin koetaan vaikuttavan ravintolan menestymiseen nyt ja mahdollisesti tulevaisuudessa. Toimeksiantajana toimi nuorten suunnittelijoiden vuonna 2011 perustama yritys Rune & Berg Design Oy. Tutkimuksen ohella toimeksiantajalle pyrittiin selvittämään mistä yritykset lähtevät mahdollisesti etsimään suunnittelijaa ja mitkä seikat vaikuttavat suunnittelijan valintaan. Tutkimuksen osallistujiksi haluttiin saada viisi erilaista ravintola-alan edustajaa, ensisijaisesti yrittäjiä. Osallistujien hankinta onnistui lopulta ja mukaan saatiin Heimo Keskinen (Ravintolakolmio -ryhmä), Sasu Laukkonen (Chef & Sommelier), Eero Niemelä (Eeron keittiö), Lennart Sukapää (Ristorante Gastone) ja Tio Tikka (mm. Carelia, Tin Tin Tango, Kuu, KuuKuu ja Suola). Haastateltavien osalta tavoitteisiin siis päästiin hyvin. Tutkimukseen vastanneet ravintoloitsijat ovat tasaisesti eri-ikäisiä ja hyvin eri taustaisia yrittäjiä. Lukuun ottamatta sitä, mistä yritykset lähtevät etsimään suunnittelijaa, aiemmin mainittuihin kysymyksiin saatiin toivottu määrä vastauksia ja vastaukset ovat kattavia. Opiskelija koki työn erittäin opettavaisena ja haastattelut mielenkiintoisina. Myös toimeksiantaja on tyytyväinen lopputulokseen.

Lähteet

Aula, P. & Heinonen, J. 2002. Maine - Menestystekijä. 2.painos. Porvoo: WSOY.

Design for Business

<http://www.designforbusiness.fi/dfbsanasto>

Herkama, J. , Tuohikumpu, S. Herkama, H. / Rune & Berg Design Oy. Helsinki useita tapaamisia syksy 2012 -kevät 2013

Katgiris, C. & Thomas, C. 2009. Design and Equipment for Restaurants and Foodservice - A Management View. 3. painos. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Keskinen, H. Heimo Keskinen haastattelu. Helsinki 12.3.2013

Laukkonen, Sasu. www.sasulaukkonen.fi

Laukkonen, S. Sasu Laukkosen haastattelu. Helsinki 29.5.2013

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus - Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Markkanen, T-M. 1999. Yrityksen identiteetin johtaminen - Tutkintaa viestintää ja sitoutumista. Porvoo: WSOY.

Niemelä, E. Eero Niemelän haastattelu. Helsinki 8.5.2013

Pohjola, J. 2003. Ilme - Visuaalisen identiteetin johtaminen. Jyväskylä: Inforviestintä Oy.

Ravintolakolmio. www.ravintolakolmio.fi

Seppänen, L. 2011. Visuaalisen ilmeen strateginen merkitys yritysbrändin rakennuksessa. http://epub.lib.aalto.fi/fi/ethesis/pdf/12593/hse_ethesis_12593.pdf

Sukapää, L. Lennart Sukapään haastattelu. Helsinki 17.4.2013

Tikka, T. Tio Tikan sähköpostihaastattelu. 11.4.2013

Tuohikumpu, S. / Rune & Berg Design Oy. Sähköpostikeskustelu 25.-26.11.2015

Vehkasalo, J. 2012. Tikanpoika Tio kaivaa Suolansa Lostarista. Helsingin Uutiset 8.4.2012

Kuvat ja kuviot

Kuva 1: Visuaalinen identiteetti (Herkama, Tuohikumpu & Herkama, 2013) 12

Kuvio 1. Opasteiden kirjoitusasu ja nimitykset..... 13

Liitteet

Liite 1. Heimo Keskisen haastattelu	29
Liite 2. Eero Nimelän haastattelu.....	47
Liite 3. Tio Tikan sähköpostihaastattelu.....	60
Liite 4. Lennart Sukapään haastattelu	63
Liite 5. Sasu Laukkosen haastattelu	71

Liite 1. Heimo Keskisen haastattelu

Ihan ensimmäisenä se että haluatko että nimeä julkaistaan vai pidetäänkö.. Minun nimen voi julkaista ei oo mitään estettä. *Okei, selvä.* Mä oon saanu samalla nimellä yrittää 34 vuotta ni emmä sitä häpeä kertoa. *No niin, oikein hyvä. Eli tota lähdetään ihan noista vähän pohjatiedoista liikkeelle. Eli tosiaan et kuinka monta ravintolaa oot avannut tai ollut mukana avaamassa?* Olen ehkä.. *Osaatko laskea?* No en mä tiiä tarkalleen vähän riippuu tilanteesta, mut ehkä viistoista on tuossa matkan varrella tullut avattua. *Ootko nyt siis Ravintolakolmiossa ollu mukana kuinka kauan?* Vuodest -79. No oikeestaan sen jälkeen kun mä oon ollu itsenäinen yrittäjä ni sen jälkeen mä olen niit aina jonkun kanssa mut pääasiassa itse. *Nii, joo. Minkä tyyppisistä ravintoloista on sitte ollu kyse?* Öö, siel on siellä tuota 80-luvulla kyllä, kyllä tuota yks tanssiravintolakin mutta pääosin ne on joka, joko juomaravintoloita eli pubeja taikka sitten öö tommosia ravintoloita kahdella tavalla: kortteliravintoloita taikka hyvä tasosia ruokaravintoloita mutta fine diningia mä en osaa ni mä en oo sinne sotkeutunu ja noista perustamisista niin paras putki mulla on että mä oon saman vuoden aikana avannut tuota 90-luvun, -93, -94 ni viis tuota keskiolut pubia jotka joita pyöritettiin franchising-periaatteella niin niin kahdentoista kuukauden sisällä niin vilkkain putki minun elämässä *On aikamoinen kyllä, tää.* Se oli osa minun selviytymistarinaa. (osoittaa Heimo Keskisen ja Martti Tyynismaan vuonna 2011 kirjoittamaan kirjaa "Kaksi talousnakkia - Tarinoita yrittäjyydestä ja johtamisesta") *Kiirettä saa pitää.* No silloin oli keskiolut-buumi ja sinne piti lähteä mukaan, ni ni siin ei ollu aikaa odotella. *Jep, mut toi on kyllä ihan varmasti, kyllä semmonen, minkä varmasti tuun lukemaan, kunhan vaan aikaa riittää.* (Viittaa edellä mainittuun kirjaan) *Tota, mmm.. Tosiaan seuraava kysymys on, et minkä ravintoloiden toiminnassa oot vielä mukana, mutta siis kaikkien näiden Ravintolakolmion..* Joo, meil on täs ryhmässä, meil on seitsemäntoista paikkaa ja kaheksantoista... ollaan avaamassa tuohon Meripaviljonkiin tohon meren päälle niin.. *Joo.* niin niin se näistä missä olen vielä tällä hetkellä mukana. *Ootko kuinka niinkun yksityiskohtaisesti tiettyihin ravintoloihin vai.. ilmeisesti kaikilla on niinkun kuitenkin omat, oma johto ja sitte sä oot niinku Ravintolakolmion niinkun..* Oon joo mä oon niinku mä oon täs hallituksen puheenjohtajana ni mä on täällä, oon täällä tuos hallinnon puolella paljon, mutta liikun kentällä käytännössä, käytännössä ja nyt lasten kanssa viel vähän jaetaan tätä kuvioo sillä tavalla et mul on tyttö ja poika, poika kuvioissa et poika vastaa kentästä, vaik on lasipalatsin toimitusjohtaja mut meil ei oo semmosia erillisiä kenttäjohtajia ja tytölle mä parhailaan siirrän juuri, juuri nyt siirtämässä taloushallintoa kokonaisuutena ni, ni sitte mä jään sukuloimaan(?) sekä kentän että tän taloushallinnon väliä et mä saan tytön ja pojan vahvasti tuota kuvioihin mukaan. Molemmat ovat vahvasti mutta tuota vielä väännetään lisää. *No ni sukupuolen tai sukupolven vaihdos on käynnissä.* No sitä tässä viedään ja koitetaan viedä jalat maassa. *No ni, oikein hyvä. Tota kuinka paljon sä käyt näissä ravintoloissa sitten tai kuinka paljon oot niinkun mukana niissä päätöksissä mitäs niissä tehään?* Kyllä mä isommissa päätöksissä olen mukana ja kos-

ka esim. johtoryhmä kokoontuu kerran kuukaudessa aina tässä pöydässä niin mahdollisuuksien mukaan aina mukana. Sitten minä liikun tuolla kentällä sekä päivällä, että yöllä, koska kyllä siihen tukemiseen tarvitaan muutakin kuin numeroita, mä en usko numeroilla johtamiseen, vaan mun pitää nähdä se live-elämä koska sieltä se raha tulee, siellä se palvelu suoritetaan, sillä ne annokset liikkuu, niin esim. perjantai-iltana monta kertaa niin et iltasaunan jälkeen ni mä lähdän yönselkään liikkumaan tai välillä koitan palaveritani pitää sillä tavalla et meidän eri ravintoloissa et mä näen sen et miten lounasaikaan homma kulkee, ja sitte illalla ja viikonloppusin tilanteesta riippuen ja mikä kehitysvaihe meillä missäkin on. Niin ja aina rakenteilla jotain ja aina kehitteillä jotain, aina muutoksia menossa ni pyrin niitä seuraamaan ihan livenä. **Joo kyl mäki tommosia.. ku välillä tuntuu että et johtajat on vähän sitä luokkaa et että et katotaan nimenomaan niitä numeroita ja sitte tulee soosoota jos ei jostain syystä mee hyvin mutta..** Mä oon nähny niitä kans paljon mut niit ei oo enää paljon jälellä.. Mm.. **(naurua)...Jep, tota öö..** Mä tarkotan minun ikäisiä niitä jotka on pyrkinyt vain numeroilla johtamaan niin niin niin ne on hyvin haihtunu jo pois tältä alalta. **Niin niin siin on se sitte siis, kyllähän se varmaan..** Niiltä puuttuu ne tuntosarvet. Pelkät numerot ei kerro kaikkea. **Nii, näin on, joo. Tota osaatko vähän sanoa liikevaihtoo suurinpiirtein eri ravintoloissa ja sitte yhteensä vai onko vaikee erotella sitte?** No joo näis on hyvinki erilaisia liikevaihtoja, että lähdetään ku lähdetään Helmi-Grillistä ni noin miljoonan luokasta liikkeelle ja kun tulla tuohon Hakaniemeen Graniitti ravintolaan ni tänään mennään muistaaksein kahdeksan miljoonan, miljoonan vauhdilla että siihen väliin ne riippuen sen ravintolan koosta ni ne on, meil on tänävuonna nyt pikkusen yli 27 miljoonaa tulee olemaan meidän konsernissa(?) Tossa kun luki toi henkilömäärä niin niin kokonaisvahvuus nii meil on 17 ravintolaa ja tilitoimistoki täällä täälläki on yli kymmenen henkee tämä tilitoimisto mukaan lukien ni meil on neljäkymmentä vakituista työntekijää tällähetkellä ja osa-aikaiset päälle. **Okei ja miten ne jakautuu, Helmi Grillissä on..? Se on kuitenkin ilmeisesti pienin, pienimpiä paikkoja niin onko monta henkilöä siel on töissä suurin piirtein?** Siel on tuota.. Siellä taitaa olla, oiskohan siellä yhdeksän(9)? vakituista sitte ku mennään Hakaniemessä mut siin on sitten Graniittilinna, Paasi ja Paasin kellari tosin ne on kaikki itsenäisiä ravintoloita mutta se koko, se on yhden yhtiön alla eli siel on tällähetkellä -?kymmentä vakituista työntekijää. **Loput sitte jakaantuu eri paikkoihin..** Ne jakaantuu eri paikkoihin vähän aina ravintolan koosta riippuen, ni sitten nää on sillä tavalla kuitenkin ketjuravintoloita et meil ei oo samanlaisia samankokosia vaan nää on periaattees kaikki on erilaisia. **Joo.** Mutta liiketoiminnassahan siel on samat perus periaatteet siellä takana pelaa, vaik ne ulospäin näyttää erilaisilta, ni bisnes on takana aika samanlaista. **Onhan se tosiaan myöhemminki identiteetistä päästään puhumaan ni niin onhan se taas ravintolan oma niinku imago ja identiteetti je nehän sit vaihtelee..** Ne vaihtelee, se mikä, mihinkä asiakas törmää niin se on erilainen, se on tietysti, ne on ravintola kohtasia. **Joo. totaa.. mm..Vähän koitin katella tossa noita historioita, onks se nyt niin et että Juttutupa ois niitä vanhimpia..?** Öh. Joo, -08 elikkä 1908 on, on tuota tohon paikkaan Juttutupa perustettu, sitä ennenhän se on ollu tuol tuota nii 1800-luvun puolelta Jutus-

telutupana ja se on ollu Kaivopuistossa ja tossa Yrjönkadulla mutta silloin ku tuo kiinteistö on -08 avattu ni Juttutupa on ---- kaikki on säilyny aikalailla tuon näkösenä silloin tuota mitä se nyttekin on avattu ja sieltä löytyy tänäkin päivänä vallankumouspöytä, joka on ihan samalla paikalla, sama pöytä, ei - onhan se pöydän pinta jo muuttunu.. missä Lenin ja Stalin ovat istuneet tuota ja silloin siellä ja Otto Wille Kuusinenki siinä pöydässä. **Herranjestas, siin on historiaa kyllä parhaimmillaan.** No siin on historiaa ja minulta löytyy, tuosta löytyy Leninin öö.. tuota olikse -32 vai -34 vuodelta Leninin juttu, minkä hän kävi tuota -17 puhumassa juhlasalissa tuossa isossa salissa, mul on venäjäksi ja suomeksi on se puhe.. Eli siis Stalin, Stalin kävi puhumassa. Ja Leninhän on asunu tossa vähän matkan päässä vieressä, siitähän on, siin on kyltti, eli ton kauppahallin tällä puolella, ni siin on laatta siin ovenpielessä, missä Lenin on asunu, ku se pyöri täällä. Elikkä veljet ovat olleet täällä ni mul on toisen puhe ja kun puhutaan Otto Wille Kuusisesta, joka varjohallituksen peusti tuonne ni minulla on ollut Juttutuvassa töissä suoraan alenevassa polvessa oleva henkilö, ja mä kysyin häneltä et haluiks hän vähän julkisuutta, mä voisin järjestää mut suku oli kieltäny. **(naurua).. Aha, noni.** Elikkä meillä on siellä, siellä sellanen.. Okei, Juttutupa oli vähän aikaa kieltolain ja muuta vähän aikaa tuota pois siitä, et se oli kirjapaino ja muuta, sit se on uudelleen perustettu samaan paikkaan niin juuret lähtee 1800-luvulta mut tossa pisteessä nii 1908 se on sillä tavalla vanhin yksikkö mitä me pyöritetään ja ne, ne ovat arvoja mitä me pidetään siellä yllä, elikkä ei mennä muuttaa asioita vaan kunnioitan niitä sata vuotta vanhoja asioita. **Kyllä se on hienoo ajatella et vielä niinku on, sillä ravintolamaailmassa täytyy uudistua tiuhaan tahtiin..** Kyllä.. **..mut sitte tämmöset niinku klassikot, se on hyvä et niit säilytetään.** Mullekki tulee tämmösiä.. luokkakokouksia, siis pikkusen vanhempia herroja, niin soittaa joskus et he haluais tulla tuonne mutta käviskös joku näyttämässä heille sen vallankumouspöydän. Ja se on heidän nuoruuttaan ni.. **Joo..** Nii.. Kyllä me näytetään, ja minäki aika monesti oon näyttäny, ja näitä on ollu, voit kuvitella, et se loppuilta menee kabinetissa menee raatteen tiellä. Et ne on semmosia elämyksiä, mitä pystyy tarjoamaan, mitä kukaan ei voi kopioida. **Nii-i, näin on.** Onko nää sit osa mejän identiteettiä, me ainaki hirveesti kerrotaan niistä mejän asiakkaille ja ne haluaa kuulla niistä ja - ja niillä me poiketaan kilpailijoista ja, ja, ja ne on todellisia asioita, kuitenkin ne ei ole ne, ne, ne vuodet jotka ei ollu suomalaisille helppoja, nyt ne on historiaa, nyt niille nauretaan, niitä muistellaan, ne ei enää tuo niitä ikäviä tunteita, mitä ne on silloin ollu. **Nii. Mites tota osaatko sanoo niistä ravintoloista, mitkä on tavallaan ollu ennen sun Ravintolakolmioon tuloo et mikä on niissä se juttu et minkä takii ne on lähteny sillan alun perin menestymään? Et..** Jos mä otan vaikka Weeruskan tuolta Alppilasta, joka on 60-luvulla lähteny liikkeelle, ni, ja se on -94 tullu meille, et kolkyt vuotta ollu nyt meillä, ni se lähti menestymään sillä et sen oven yläpuolella luki Restaurantti, piste. Elikkä alkon tarveharkinta oli olemassa, et jos sä sait ravintolalle luvan, ni se oli yhtä ku eläkepäätös sille yrittäjälle. Jos sä vähänkään, jos sä muistit avata oven, et asiakkaat pääs sisälle ja ku ravintoloita oli vähän, niin ja vähänki yritit hoitaa sitä, ni muutahan silloin ei tarvinnu. Elikkä se oli vähän niinku taksiluvat joskus, niin kun sä sait anniskeluluvat, ni sun elämä oli turvattu iki-

ajoi. Tosin mä itse olen ollut murtamassa sitä ikaikaa elikkä vaikuttamassa työnantajaliitossa että saadaan luvat vapaaks, niinku ne tänä päivänä on että ammattitaitoki alkaa jo ratkasta. Mutta, kyllä niissä vanhemmissa ravintoloissa niin moni oli niin että kun sai anniskelu-oikeudet niin, ni se riitti. Että ei siinä, koska nythän täytyy aina muistaa se että - noh, me 60-luvulta tullaan tähän päivään kaupunki on muuttunu, liikepaikat on muuttunu, kaikki ympäristö on muuttunu, että matkalla on tapahtunu monia tekijöitä, mutta, mut kylhän sitte, taas jos viittaa Weeruskaanki ni, niin kylhän se siitä lähtee et sitä pitää aktiivisesti johtaa ja elää hengessä, olla mukana, Elina Ryhänen joka pyöritti viistoista vuotta sitä, ni hän melkeen asu kans siellä yötä päivää, päivää ja sitte ku se on meille tullun ni me ollaan, ollaan johdettu sitä aktiivisesti. Taas jos otetaan toistepäinen tilanne, Lasipalatsi, joka avattiin 30-luvulla, niin seitsemänsataa paikkanen ravintola, ni kokki siirti sen anniskelu-oikeudet Vaakunaan, kadun toiselle puolelle, ni sithän se on ollu vaikka mitä, se on ollu, on ollu tota asunnottomien yömajana ja bussikuskien ruokalana ja bingohallina ja olikse Ale-pubinaki, kunnes se sitten taas monien aikojen jälkeen, ni on nähny, nyt se on meillä yli kymmenen vuotta, ni taas se vanha Lasipalatsi tietyllä tavalla pyritty, se 30-luvun Lasipalatsi funkkistyyllisenä tuomaan takasin. Ja ollaan, ollaan tuota sillä menestytty ja kyllä mä paljon sanon sitä, että ja varsinki sen jälkeen, ku toi monopooli on tietyllä tavalla murtunu ni, niin niin, ei kaikki tuota ei kaikki ketään aliarvioi, mut ei kaikki opettajat ja taksikuskit pärjää ravintolayrittäjinä, vaikka se ois monen ihanne ollu, et nyt tarvitaan ammattitaitoa. Ja nythän sen taas asiakas ratkasee niinku että kuka täällä pärjää et sitä ei viranomaiset pysty ratkasta niinku, niinku taannoin. **Nii.** Taannoin, et toiki on Valkeekoskella toi ravintola, ja jos sä sait ravintolan ja muille ei annettu ku joku päätti et siel ei riitä muille asiakkaita, taikka riittää kun siellä se yks ravintola jo on ni se ei vaatinu suurta ammattitaitoa pitää sitä. Mutta nyt, nyt eletään ammattitaidolla. **Jos pystyt erittelee niitä ammattitaitoon liittyviä ja muutenki näitä menestystekijöitä, et mitä se vaatii, et nämä vanhat paikat kuten Weeruska ja sitte nämä ihan uudet lähtee pyörimään?** No sanotaan nyt, et ihan vanhatki paikat, kuten muun muassa Weeruska, ni se vaatii sen tietynlaisen päivittämisen, että sun pitää pysyä ajan hengessä. Meillä oli edellinen iso remontti ollu Weeruskassa -91, meillä on piirustuslaidalla seuraava, eli pikkusen yli kaksikyt vuotta me ollaan selvitty. Meillähän, me ei olla trendiravintoloissa mukana, koska sun pitäis olla jatkuvasti trendeissä mukana ja näin monella ravintolalla ei pysty olemaan. Niin, mutta kyllä mejän pitää olla ajan hengessä mukana, ja kun aikoinaan tälläkin matkalla tuota, me lähdetään sieltä 80-luvulta että tuli se itsepalvelu tuli, sai itsepalvelua harrastaa, se muuttu, tuli nää pubit, kaikki pubit, tuli tää pubikulttuuri. Sitte on tullu nää yökerhot, missä ei enää palvella vaan jumalattoman isot tiskit ja tiskin yli jaetaan viinaa kilvan tuolla, ni sun pitää elää niinku näissä mukana täällä, mitä lainsäädäntö antaa mahdollisuuksia ja nuoret ihmiset käy ulkomailla mihkä ne tottuu, sun pitää sitä elinympäristöäs seurata aktiivisesti mitä siellä tapahtuu, että sä vastaat sellasta tuotetta mitä se asiakas haluaa. Siis tuotet sellasta tuotetta mitä asiakas haluaa, sä et voi silmät ummessa mennä et kun meillä aina Kosmos menee, niin ja se on niiden vahvuus, mut näitä paikkoja ei ole montaa. Niin meidän pitää niinkun, mä sa-

non että se on tämmöstä aktiivista päivä- päätöimistä johtamista, nähdä, seurata, valvoa ja toteuttaa niitä asiakkaan toiveita ja myöskin kysyä asiakkaalta, tavalla taikka toisella se että mitä mieltä ne on meidän palveluista, että pystyt heti korjaamaan jos huomaat et jotain tapahtuu. Numerot on siellä äärettömän hyvänä apuna, mutta ne ei kerro kun osa totuutta. Elikkä tietokoneet antaa, mehän saadaan jatkuvasti tietoa, vaikka joka päivä, missä me menään. Mut, mutta jos ne numerot lähtee niaamaan ni kyllä se siellä asiakkaan vieres pitää kattoo se syy siihen. *Nii.* Kyllä se on vaan nähtävä että onko meidän tuotteessa vika, onko meidän palvelussa vika, kilpailutilanne muuttunut, mikä täällä on muuttunu vai ollaanko me pikkusen ajastamme jääty jälkeen tai kilpailijat tarjooki jotain nykyaikasempaa taikka muotivirtauksen ku on näitä kaiken maailman öö.. niinku.. mm.. sanotaan ruokaanki liittyviä trendejä vaikka minkälaisia että miten sä elät siellä mukana ja ja tunnet ja koet nää kaikki. *Min-kälaisia muutoksia te ootte esimerkiks Weeruskassa niinkun tehnyt sillon 90-luvulla, tai sit nyt tekemässä?* Sillon totaa 90-luvulla me muutettiin öö.. iso ruokapuoli sieltä takaa tänne eteen pieneksi ruokapuoleksi ikkunan viereen eli publi, pubin paikka vaihdettiin. Elikkä me haluttiin päästä siitä itsepalvelupubista eroon, koska sen hinnat olivat Alkon määrittämät. Me heitettiin se sinne toiselle puolelle - toiselle puolelle se publi ja tuota - päästiin, rakennettiin se sellaseks että me voitiin vapaasti hinnotella se. *Okei?* Ja tota, me päästiin taas tekemään tulosta siellä kun se ei ollu pelkkä itsepalvelu ja itsepalvelu oli niin äärettömän rajattu. Ja sitte ku ruokapuoli oli takana, pubin takana, eihän sinne mennä asiakkaat. Me tuotiin se ikkunan viereen, se pienenty - liki yli puolella ja tuplattiin liikevaihto. Ja sitte se publi tehtiin taas ajanhenkeen oleva sinne, niin se räjähti. *Joo.* Nyt sitte matkan varrella, ni me ollaan, niinku ajatellaan, et tää ruoka on kehittyny vahvasti ni, me ollaan päivitetty se pubin puoli, että meillä voi jo syödä pubin puolella. Tällähetkellä sit on päivitetty niin paljon, et siellä ei pubiasiakkaita enää ole ja pelisaliki muutettiin ruokapuoleksi ja kun tää tilanne on muuttunu näin paljon, ni nyt me joudutaan mejän keittiöö laajentamaan, elikkä me tehdään puhdas ruokaravintola siitä koko helahoidosta. *Okei, joo.* Et näin, näin meidän pitää elää siellä ajan hengessä mukana. Se on ollu joskus hyvinki kostee ravintola, mä oon tehny siellä ruokakauppaa nyt tuota nyt kolmekymmentä vuotta, koko ajan ruoka on kasvannu, kasvanu siellä mut nyt sitten ku tää Viron viinaralli kun kulkee lujaa, että eihän enää tarvii Suomesta viinaa ostaa eikä käy, niin ni se on vaikuttanu, että tää alkoholipuoli valuu, valuu, valuu alemmaks, koska meki kun meil on neljä noita yhteistyöravintolaa, niin - ja nyt meil on Oulussa, me järjestetään tytön kanssa koulutuspäivä niille nii - me laskettiin et paljonko tää Viron alkohooli, sieltä tuotu alkoholi on vaikuttanu mejän liikevaihtoon, ni päivä kauppaan kesällä ni -50 prosenttia. Täällä kallioilla juodaan niistä kärryistä ja petankit pelataan ulkona ja virolaiset viinat ja iltakauppa -20 prosenttia arvioitu ja meil on neljä paikkaa, jotka kaikki on ollu kaksikymmentä vuotta niissä lähiöissä. Ni meil on niinku kokemusta mistä me puhutaan. Elikkä se kokonaisvaikutus kesä-talvi ni noin 25 prosenttia. Elikkä joka kolma työntekijä ollaan menetetty sen takia. *Se on aika paljon.* Se on paljon ja tämä, jos tämä ralli jatkuu kauan, jos mä puhun ruokaravintolapuolella samasta - mul on pitkä muisti, mut ei oo niin pitkä et mä mis-

taisin, millon me ollaan viimeks häitä järjestetty, syntymäpäiviä järjestetty ja perhejuhlia järjestetty - ku ne järjestetään ravintoloissa missä ei ole anniskeluoikeuksia, sinne voidaan tuoda viinot, niillä ei ole jatkoaikojen kanssa ongelmia ja siellä saa tupakoida. Ja nää on ihan ammatti ravintoloita. Nythän näihin työnantajaliitto puuttuu ni kaikki tämmöset muutokset ni nehan vaikuttaa tähän meidän bisnekseen heti, heti kovasti. *Mm.. ihan varmasti..* Ja siellä pitää vaan osata elää mukana. *Mielenkiintosta.. Miten jos ajattelee muita ravintoloita esimerkiksi näitä uudempia, mitkäs niissä on ne et minkä takii ne on lähteny menestyä?* No jos otetaan vaikka Tony's Deli, joka me suunnilleen, no, no sen historiasta ei puutu mitään, ei edes pikku murhia.. Siel on kaikki siellä historiassa, tyttöravintolat ja venäläiset ja, ja tuota ihan kaikki mahdolliset ni.. Se tuli meille vähän vahingossa, et se.. *Joo..?* Mä jouduin yhtä meidän tilitoimiston asiakasta auttamaan, rahottajat pyys mua auttamaan ja harvoin mä niin perusteellisesti autan että jäi kokkikoulu ja Tony's Deli meille käteen. Ja sitte, me nyt haluttiin se sen kokkikoulun takia, mut kun ne oli samalla yhtiöllä oli ne molemmat, ni me päätettiin et katotaan että saadaanko me Tony's Deli menemään, vai tuota, hävitetäänkö me se pois.. Tai.. Menestyksessä, se on jaettava niinkun kahteen osaan.. päiväkauppa ja ilta-kauppa. Päiväkauppa, niin me mietittiin sitä, koska siin on paljon sellasia yrityksiä ympärillä, rahan maailma on siin hirveesti siinä kaikkee tällasta et me saadaan siihen varmaan lounas menemään, mut me tehtiin.. No me se lounaski ajateltiin kahdella tapaa, meil oli se lounasetelilounas ja meil on iso salaattipöytä, me lähdettiin se salaattipöytä edellä liikkeelle ja katottiin se tiettyyn paikkaan. Kellariravintola, joka on aina vaikee, me tiedettiin sen vaikeus, meil oli siihen tiettyjä jippoja, et jossei se se lähde et mitä me tehdään, mutta.. Me laitettiin se salaattipöytä, hyvä salaattipöytä sinne, ja sit me ajateltiin et me nostetaan se lounaan määrä kahteensataan ja ku saadaan kakssataa lounasta myytyä, ni me ruvetaan myymään parempia lounaita, sitte et ne on kalliimpia ne lounaat ni noin neljäkymmentä siitä kahdestasadasta. Me tehtiin ensin työtä, ku suunnilleen nollasta lähdettiin liikkeelle, ja sit ku me saatiin se vauhtiin, se meni yhtä päätä kahteensataanviiteenkymmeneen, nyt se pyörii siellä kolmeensataan, ni me ei voitukaan niitä parempia lounaita myydä enää, koska sit jos sä otat kalliimman lounaan, ni sä tarviit paremman palvelun. Jos me annetaan sulle parempi palvelu, ni neljäkymmentä muuta kärsii, jotka tulee, ku me on tää nykyaikainen systeemi.. Tämmösellä lounassetelilounaalla, ni sulla täytyy olla tietysti ostot kohdallaan, noh, ne on meillä ihan varman kohdallaan, ja hankinta hinnat kohdallaan ja laatu kohdallaan.. Mutta, sit sä et saa tehdä työtä määrättyä enempää, koska työvoimakulut ei saa nousta, koska se on 9,70 kaupan ylähintana rajotettu, ni silloin sun pitää näitä kiinteitä kuluja ja muuttuvia kuluja ajaa niin alas et sä saat siitä bisneksen. Ja tota.. Muutettiin se niin et asiakkaat kun tulee sisälle, ni ne maksaa kassalla, ja sen jälkeen so-ro-noo. Siin on se homma, ei juosta edestakasin sen asian kanssa.. Ja sit me laitettiin buffapöytä, ja sillä tavalla et meil on lämminruokakin siellä, meil on lautasannoksia, mutta ne on kalliimpia. Ja että periaatteessa asiakas maksaa ja voi tuota, voi syödä ja lähteä pois. No sit ku meil ei oikeen oo tilaa siellä, ni meil ei oo varsinaista jälkiruokaa siellä, meil on kahvit ja keksit ja tälläset, mut ne on baarissa. Et sä

annat sen paikkas asiakkaalle jo, kun sä jäät kahvittelemaan. Ja sä voit pikku palaverin pitää siellä baarissa. **Nii, niin.** ..vaikka naapuri firman kanssa. Joo, joo, se lähti toimimaan. Mut sitte kun me jäävettä kannettiin sinne ni pöytään, selkä vääränä, ni ei pienintäkään järkee tos hommassa ollu. Ku sä sait sen kannun täyteen, ni seuraava huutaa, niinku jää se varsinainen palvelu pois ja mä tykkään, et tohon joku ratkasu tarvittiin.. Me otettiin ne hanaan, jos on kuplavettä ja tavallista vettä, ja asiakas käy ite noutamassa. Mut mehän ei sanottu asiakkaille et sun pitää noutaa tää vesi sieltä, vaan että me tarjotaan sulle kahta eri vaihtoehtoa. Vau, täähän on hieno juttu, ei ne huomannu sitä et ne joutuu ite sen hakemaan. Arvaas montako edestakasta matkaa me poistettiin sieltä välistä. Pöydän.. Siis meidän pentterin ja asiakkaan väliltä tarjoilija, ku joutuu juoksemaan näitä turhia, kantaa niitä ja näin. Nyt ne asiakkaat hoitaa ite, nyt ne tulee maksaa kassalla, ne pyörähtää, ne hoitaa homman, me kerätään vaan tyhjiä lautasia pois ja kolmesataa lounasta pyöräytetään Tony's Delissä tällähetkellä, keskimäärin joka päivä. Ja meil on se halpa hinta, tehokas työ, oikeet ostot, ni me tehdään bisnes siitä. Se oli, se oli Tony's Delin toinen tarina. Ja meillä kävi sitte seurakunnan ni pappeja kävi syömässä, josta me pidettiin todella hyvää huolta, ne oli liperit kaulassa. Ne muutti sitä mielikuvaa Tony's Delistä, nopeemmin ku mikään muu. Se iltamieli pantiin pois. No sitte me ilta-kauppa, se oliko se hikinen kauppa ku me sitä lähettiin väöntämään. Mut me lähdettiin se nopeen tien kautta, elikkä laitettiin päiväkauppa vauhtiin, ja sitten meidän tehtävä oli miettiä, miten me saadaan ne päiväasiakkaat tiedostamaan, et tänne voi tulla illallaki. Ja, ja tota, osahan tietysti käy töissä siinä lähellä ja lähtee Järvenpähän kotiin ja näin, ei kaikki. Mutta me monet jipot käytettiin siinä, siinä tuota et me se sama asiakas saatiin käymään illalla, taikka joulun jälkeen tammikuussa, annettiin vaikka mitä lippua, lappua, et ne tuli hyödyntää ne tammikuussa ku vuosi lähtee hitaasti. Mutta, oikeestaan mikä tulee sinun elämään, mitä sä teet jatkossa, mitä me opetellaan, ni missä me ollaan onnistuttu, ni.. Meil on tietysti, meil on kolme asiaa missä me ollaan onnistuttu kaikissa yhtä aikaa.. ruokalistan suunnittelu, ja me ei annettu keittiön suunnitella sitä. Keittiö suunnittelee teknisesti ruokalistoja ja mitä sen on helppo tehdä ja näin. Me tota, me lähdettiin, se on eka kerta, ku me lähdettiin niin että meidän ruokalista pitää pärjätä netissä, kilpailijoitten kanssa. Me haettiin, nimettiin, no me muutenki tiedetään meidän kilpailijat, ne on aina nimettyjä, ni me lyötiin kaikki kilpailijan ruokalista levälleen näin pöydälle, ja katottiin et ku asiakas lähtee ulos, onks jollain kilpailijalla jotain sellasta mitä meiltä puuttuu, joka pitää olla. Arvaa muokkasko se meidän ruokalistaa, eikä kysytty keittiöltä riittääkö hellalla tilaa, vaan me lähdettiin siitä että asiakas haluaa tämän. **Joo.** Ja näin me muokattiin ne meidän ruokalista suoraan asiakaslähtöiseksi. Keittiö oli mukana, mut hyvin pienellä äänivallalla. Meil on tällä hetkellä joka talossa.. Ni meidän pitää netissä pärjätä, koska eihän asiakkaalta puuttus ruokaa vaan meiltä voi puuttua. Asiakashan voi kotona kattoo et mennään tonne, ku tuolta löytyy se mitä mä haluan. Taikka, tuolta listalta puuttuu.. Niin teille kolmelle ois, mut mulle ei ole, ni mennään tohon, ni me saadaan kaikki. Ja näin ollen me muokattiin meidän ruokalista, ja me on saatu hirveesti siitä palautetta. Miksi, miksi ravintolaan tulee asiakas? Sehän tulee hyvän ruuan takia, ja sehän pitää olla, laa-

tuhan pitää olla kunnossa, ja se ruoka pitää olla kunnossa. Toinen, mä laitoin kahden ravintolan väliin palvelukilpailun ja sitte mysteryt pyöri, neljätoista kertaa kävi kummassaki. Siin oli kaks kuukautta se kilpailu, neljätoista kertaa tietyillä kaavoilla kävi, kävi tuota kummassakin. Kummassakaan -?- miten sitte siellä välissä lisää, että enemmän vielä näitä kertoja oli ja sitte nämä kaks ravintolaa saivat ite määritellä ne asiat, mitä seurataan. No me katottiin et asiakkaat tulee ihan varmaan siinä huomioitua. Toinen ei lähteny tosissaan, mä en puuttunu siihen vielä sillon, toinen lähti, ravintolapäällikk lensi ensimmäisenä pellolle ja vuoropäällikkö sai kaks kertaa varoituksen ja hän on meidän paras vuoropäällikkö tällähetkellä. Ravintolapäällikkö ei johtanu sitä palveluprosessia sillä tavalla, mitä me oltiin sovittu. Ja me lähdettiin että jos meil on tämmöset tavat, ni se pitää toteutua. Meidän johtaja hyppäsi te puikkoihin vapuna ja heitti ravintolapäällikön, sano lähe kävelee, mä teen mielummin ite ku katon ku sä et hoida hommaa niinku pitää. Me saatiin tuota palvelu, elikkä meil oli hyvä ruoka, hyvä palvelu. Ja sitte se, sun elämää, sosiaalinenmedia. Me otettiin siihen ammattilaiset mukaan, me ollaan nyt puolitoista vuotta todisteellisesti pyöritetty tätä sosiaalisenmedian kuvioo. Meil on esimerkiks 120 000 live rekisterii koko ajan käytös, asiakasrekisterin tuolla takana, se on meillä, se on iso prosessi. Mutta tämä sosiaalinen media tarkotti sen, että meil ei joulun alla ollu enää yhtään mainosta Hesarissa. Lähdettiin tammikuuhun, tänä vuonna meil ei oo ollu yhtään mainosta ja sosiaalinenmedia vedettiin kesken tammikuuta pois, koska ei ollu tuvassa tilaa. Menttiin kuus viimestä kuukautta +40 vauhdilla viime vuonna, tammikuussa +48. Eli hyvä ruoka, tinkimätön palvelu ja sosiaalinenmedia, ni tämä yhdistelmä kun me ajettiin läpi, niin se lähti, ja kyllä me sitä ennenki pärjättiin, mutta et ei niin hyvin ja meillä oli tekemistä alkuviikot ja nämä et nämä niin menee tosi lujaa tällähetkellä. Ja yhtä aikaa on tullu kilpailijoita viereen lisää ja ne ei oo yhtään heikentäny meidän, mielummin ne on parantanu meidän mahdollisuuksia, tuonu sille alueelle lisää asiakkaita. Ja, ja nyt tota meillä parhail-, parhaillaan minusta meil on alkanu jo, me heitettiin se sosiaalinenmedia nyt Helmi Grilliin ja---kaa Wee-ruskassa. Me heitettiin sen takia Helmi Grilliin et me halutaan nähdä että ku se viedään aivan toisenlaiseen ympäristöön, että onko sillä alueella miten iso merkitys sen toimivuudessa. On 34 000 asukasta Helmi Grillin ympärillä, me tarvitaan vaan sata joka ilta. Niin katotaan se, et siin on vielä opin paikka ittellä. *Joo..* Lasipalatsi, on jo kevään suunnitelmat, on sosiaalisemediassa, elikkä näin mun poika ku vetää koko, koko meidän ryhmän markkinointia, ni hän pyörittelee noita kuvioita tuolla, ni oli, tai ne asiat. Se ei oo minun aikaa, se on jo, se on menny minusta ohi aikapäivää sitte. En ole feisbookissa, enkä koskaan tule, mutta ymmärrän ne asiat ja olen ilman muuta hyväksyny ne, ja ollaan onnistuttu. *Mmm, siis käytännössä se että asiakkaat ja se asiakaslähtöisyys on niinku ykkösenä --?- niin palvelun kannalta..* Eikä pitkään aikaan mitään muuta, ei pitkään aikaan. Sitte tulee jotain muuta. Nii. Eli jossei sen asiakkaan kuvioista pidetä äärettömän hyvää huolta, ni minkäs takia me pidetään ravintolaa. *Nii näinhän se on.* Näin se vaan on. Se on näin, niinku mä oon monta kertaa meillä sanonu, että niin ihmeellistä kun se onki, mut ruokaravintolassa pitää olla hyvä ruoka. Ja mekään ei aina sitä meinata muistaa. Nyt meil on vähä kiristetty sillä puolella mutta, kuitenkin. *Mm.*

*Ja nyt taas se että informatiivisuus on lähteny oikeestaan internetin myötä niinkun laajemmalti ja nimenomaan nyt tää sosiaalinenmedia missä tää informaatio jaetaan. Joo. Joo. Joo, on on. Kyllä meillä 2008 kun taantuma tuli - mä ihan nopeesti sanon - no tiedettiin että se tulee.. tai ainaki minä tiesin kokemusperäisesti et se tulee ja tulee syvä. Ja mä tiesin, et kilpailijat vetää markkinoinnista pois, ja näin kuluja pois, me lähdettiin hyökkäämään, samaan aikaan. Me kalastettiin(?) asiakkaita sen rekisterin kautta, me kutsuttiin niitä vieraaks, Kovasen bussi alle, me otettiin ne Graniittilinnaan alkuruoka, lämminruoka Lasipalatsissa, jälkiruoka Tony's Delissä, margaritat Cantinassa (Cantina West) ja sit kokkikouluun, sielä käsintheutyjä suklaita ja näytettiin kuviot. Parhaan kuukauden aikana 27 kierrosta bussi teki meidän, melkeen joka päivä, meit on seitsemän henkeä ketkä me pyöritettiin tätä, me kokonainen vuosi pyöritettiin tätä. Okei, sitte toinen asia, mikä koskee sinun elämää. Kaikki toimitot suljettiin kello 11-13 ravintolassa. Huolimatta kuka olit, sul oli kaks asiaa, mitä sait tehdä.. palvelu asiakkaita taikka hankkia asiakkaita. Mitään muuta et saanu tehdä, asiakas oli niin tärkeä. **Joo.** Ja sitte ku siel oli johtajat ja palvelupäälliköt palvelee asiakkaita, ni arvaa mikä tunne tuli asiakkaalle. Se ei ollu se taroilija, kuka tänään on vuorossa, vaan se sama tuli palvelee, meidän palvelun taso nousi, ja tuota kun alan tehot meni alapäin, meillä nous seitsemän pinnaa. Et nää on täällä tämmösiä asioita mitä joutuu matkan varrella välillä tekemään. **Ja varmaan myös johtajillekki se kokemus, että on siellä nimenomaan siin työssä, ni kylhän se kartuttaa sitä näkö- näköalaa, mitä, mitä sinne näkee ja tietää mitä siel tapahtuu.** On, ja kun lounaseteleitä voi laskea muutakin kun keskellä päivää, paljonko eilissä tilityksessä.. **Nii, nii näin on.** Ja ku voin sanoa, et busseissa ei ollu ruuhkaa ku me ajettiin tuolla. Oli ittelläni, mul oli yks keikka oman työn ohella, 1-2 keikkaa per viikko mun piti tehdä, se on neljä tuntia, ku se kesti se kierros. Ja sitte piti saada ne asiakkaatki. Mut kyllä me tehtiin kauppaaki. Ja ku toisaalta menetettiin asiakkaita, ni me saatiin kokoajan, siis laman takia menetettiin, ku kaatu yrityksiä ja kaikki, mut me saatiin kokoajan toiselta puolelta enemmän tilalle. **Nii varmaan vaikuttanu siihen asiakasmääräänki et ku kaikil ei oo ollu sitte varaa lähtee.**Joo, kyllä näin on. **Joo.Pääset tekemään pienen piirustustehtävän.** Joo, aha. **Eli, mä annan tosta kynän ja saat ihan siis ympyrään nyt vetää lohkoja, et mistä omasta mielestäsi asiakaskokemus koostuu. Ei tarvii aatella, aatella visuaalisuutta tai muuten, mut esimerkiks, jos oot sitä mieltä et ruoka, ruoka on niinkun suurin, suurimmassa osassa, niin vedät sitte puoliks sen tai, tai, miten nyt haluatkaan ja ihan, tosiaan ihan niitä asioita, mitä itelle tulee mieleen, et mistä se asiakaskokemus koostuu. Et mitä siihen sisältyy ja mistä se lähtee niinku liikkeelle, mikä siin on se vaikuttavin asia.** Puhun sitte ruokaravintolasta. Elikkä meidän täytyy informoida ulospäin, sitä millä me kerrotaan meistä tonne ulospäin. **Eli niinku ruoka, ruoka puolessa määrin, palvelu noin kolmaosa ja sosiaaliseenmediaan sitte se..** Sosiaaliseenmediaan ja sitte toi siisteys on merkityksellinen. Sehän tulee meille pakon edestä tän Oivan myötä, mutta, mutta kyllä myöskin asiakas näkee että onks meillä ravintola siisti. Se joskus vähän meinataan unohtaa. **Tarkotatko sillä siisteydellä nimenomaan sitä öö, tavallaan siis siivousta vai..?** No mä, mä tarko-*

tan ku kadulta lähdetään kävelemään, onks sulla roskia pihalla, onks tuhkipset kunnossa, onko henkilökunta siistissä kunnossa, onko siis tukka kammattu / pesty puhtaita - varsinki keittiöhenkilökunta, ku meillä liikkuu salissa, onko niillä puhtaat vaatteet ja sitte nää fyysiset puitteet kaikki oikeestaan näin, et ne pitää olla niinku siistissä kunnossa. *Se, että mitä se asiakas näkee..* Koko se, koko sen käyntinsä aikana. *Joo.. Sitte lähetään enemmän tohon visuaaliseen identiteettiin, eli mitä sun mielestä - kohta käydään läpi sitte mitä, mitä tän mun toimeksantajayrityksen Rune & Berg Design Oy:n mielestä, mielestä siihen sisältyy - mutta mitä, mitä sä itse ajattelet et mitä se sisältää?* Tota, ollaan vähän meidän feisliftiä (parannettu/tarkennettu?) sillä tavalla että, mistä me mennään -?- pois päin ni aina näyttäs samanlaisena tavalla taikka toisella, oli se kirjekuori, sähköposti, sit ku mä annoin sulle Kolmiouutiset, sielt löytyy samat, samat värit. Mutta sihän se poikkeaa meidän tapauksessa tuolla ravintolassa vähän, sillä tavalla et ravintolat ovat sitte jo yksilöllisiä. Mutta sielläkin että ku me mainostetaan, niin sitte meillä pitäis olla, niissä mainoksissa pitää olla joku juju, joka lähtee siitä että mainoksen värit ja ravintolan värit kohtaa jollain tavalla, ne ei saa vaihdella, ne pitää olla saman.. Siis pitää löytyä se linja, mitä me käytetään et asiakas - on se sitte - me vähän käytetään lehteä, radioo, et se sama toistuu siellä on se sitte värinä, äänenä, taikka muuna et se sama linja menee läpi sinne asiakaspalveluun ja, ja ja.. Meillä esimerkiksi mä sanosin et visuaalisessa identiteetissä meil on tietyt henkilöt, ketkä me kuljetetaan, ketkä pyörittää meillä jatkuvasti, tuota asiakkaita. Käydään tuolta hakemassa vaatteet päälle, kun me ollaan työpaikalla - mul on sen takia nämä vaatteet jos mä kohtaan sinun jälkeen asiakkaan, mä oon aina valmis kuskaamaan näitä asiakkaita, elikkä et mä on aina kaupakunnossa. Ravintola-alalla on vähän sitä et tullaan vapaapäivänä villapaita päällä sinne, ei tulla. Mei ei tiedetä koskaan, millon me voidaan kohdata asiakas ja näiltä henkilöiltä me ei kysytä sitä, et onko sulla puku päällä. Meil on tietyt, jotka esiintyy ulospäin, ni ne täytyy olla tietyllä tavalla puettuja, aina. Se on meidän tunnusomanen kuvio, että ykkösmiehet meillä, ni ne on aina ykköskuteissa kun ne on, on tuota.. Cantina pikkusen poikkeaa, koska se, sillä pitää olla se oma brändinsä ja se on muuten siinä sitten siinä pukeutumisessakin, että se, ja se me halutaan pitääkkin sen Cantina-brändin mukasena. *Joo.* Mutta, jossaki tuolla se pyörii. *Eli siihen, siin ois niinkun, totta kai tää yritysilme, joka sitten on yhtenäinen, ja sitten mainosten kannalta yhtenäinen ja henkilöstön pukeutumisessa yhtenäinen.* *Joo.* *Tuleeks vielä jotain muita seikkoja mieleen? Mimmonen ois kokonaisvaltanen hyvä visuaalinen identiteetti?* Siinä aika paljon niitä tuli. *Joo.* *Okei, vähän merkitsin tähän että mitä, mitä tota tuli esille. Tietenkin tääl on siis varmaan sekä digitaalisessa ilmeessä, että sitten ihan painatussa ilmeessä on nää mainosmateriaalit. Mä voin tosta antaa sulle vaikka vähän - (materiaalia?)-.* *Eli tää on se mitä tää suunnittelutoimisto ajattelee, he on siis yhdistäny tilasuunnittelun ja graafisen suunnittelun ja siltä pohjalta lähteny sitten, no oikeestaan niinkun ne avainsanat on tyyli, tunnelma ja sitte toisaalta toiminnallisuus.* *Joo.* *Eli..* *Joo* täällähän on, *joo.. Graafisen suunnittelun puolelta tietenkkin nää kaikki niinkun yritys-* *tuotteet, tämmöset mitä mainitsitte, mut et tääl on siis aika yksityiskohtasestikki eri-*

telty, näitä ruokalistoja ja pakkauksia, että mitä esimerkiks jos, jos tota asiakas ei jaksa syödä niin onks se sitten joku tämmönen tukusta ostettu styroxpaketti, vai onks se esimerkiks firman logoilla varusttu Joo. ..joku siistimpi paketti. Sitte on siis ihan näitä yrityslahjoja totta kai, logot, käyntikortit nää...sitte näkyy mainosmateriaalissa. Totakai on tärkeetä et kaikissa se on yhtenäinen, sekä tällä graafisella puolella, että sitte tilapuolella. Joo. Ja sitte et se näkyy se yhtenäisyys näissä kaikissa, eli siel on niinkun materiaalivalinnat ja valaistus, ne tukee sitä tunnelmaa ja tyyliä, mikä ravintolalle on valittu. Et kalustus on yhtenäinen myös tavallaan sen logon ja graafarisen ilmeen kanssa. Joo-o.. Ja mahdollisesti että se näkyy jollain lailla siellä, ei nyt välttämättä logoa isona maalattu seinälle, mutta, mut et se tyyli, tyyli esiintyy niinkun koko aiheessa. Tota, voitäs vähän käydä läpi et miten teillä on nää, on rakentunu nää. Tuleeko jotain heti semmosta mitä voi olla ettette oo miettiny ollenkaan..? No ei, sanotaan jos mennään, mennään tälle puolelle ni meil on Lehtokarin Irma on meille piirtäny kaksikymmentä (20) vuotta, valtakunnan Rossot, ja ABC:t ja nää, muita ravintoloita.. Mut et ei kaikkia voi tehdä, koska siel voi olla museoviraston rajoitteita, niinku Lasipalatsissa, ni siel on taas eri arkkitehdit, niin kylhän nämä, nämä siis sanotaan.. Pohja-layoutissa me ollaan vahvasti mukana, koska sillon me lähdetään hakemaan --uutta ja tulosta. Ja jos on väärä arkkitehti, ni me heivataan se pellolle. Koska me tehdään siellä sitte monta kymmentä vuotta töitä, ni arkkitehti ei määrää miten me tehdään työtä. Arkkitehdin pitää sopeutua siihen vuosikymmenten työhön, mutta sen takia meil on semmoset arkkitehdit kenen kanssa me voidaan keskustella. Meil ei koskaan arkkitehti näytä et tää on se missä te toimitte, vaan meidän pitää löytää siinä kompromissi. Mutta se on selvä, valaistushan on luotu sillä tavalla mikä nyt ravintolas on herk--- et heitetään hanat kaakkoon, kirkas valo et on helppo viedä laskuja ja näkee, jollonka se arkkitehdin luomus katoaa sieltä kokonaan. Valaistuhan pitää olla tietyllä tasolla, päivällä erikseen, illalla erikseen. Siihen liittyy suoraan musiikki, koska tuota, riippuen minkälainen musiikki on, niin jos me mennään (erilaiseen?) paikkaan ja laitetaan rokkimusiikki ni se väkihän vaihtuu nopeesti ja ku mennään iltaravintolaan ni, niin pistetään instrumenttimusiikki, nätti musiikki ni ihmiset viihtyy siellä kauemmin ja musiikki täytyy kulkea tietyllä tavalla yhtä aikaa sillä meil on niinku soittorasiat tuolla takana, jotta ne muuttaa ite sen musiikin aina valitun kellonajan mukaan että se niinku pysyy siellä suunnilleen kohdallaan. Valaistuksen kanssa joudutaan tappelemaan, mä oon siitä puhunu paljon et saataisko me valaistus ajastettua, et se henkilökunnasta välittämättä eläis ajassa mukana, mutta se menee eri kuvion kautta mutta se varmaan vielä tuleeki, mut se ei oo vielä helppo kyllähän me joudutaan vielä himmentää ite. No kalustus ni, ne on niitä arkkitehdin hommia. Vähän riippuen paikasta että joudutaanko me miettimään niitä teknisesti vai ei. Sehän me katotaan että tuolit ja kaikki, et missä voi olla kasinojat, missä ei voi olla kasinojia et sillä pystyy ihmiset liikkumaan ja onks siellä takatukea vai ei ja tarviiko meidän se jalka sen tilan tuolta, et pystytään tarjoilemaan ja kaikki tällaset, mut et on hyvin pitkälti arkkitehtien hommia. No toi ergonomia tossa ni, tasot on standardi korkeudella lähes poikkeuksetta, niihin me ei paljon voida, ne tulee tuolta ne on

annettuja tekijöitä. Se, että me mietitään se, et kulkee ku mä kuljen kassalta et mä pystyn tästä tekemään tän työni mahdollisimman pitkälle, se on sitä meidän hommaa ja se onki meidän ammattitaidon takana et me osataan nämä tehdä, niin keittiössä, kuin, kuin tuota salin puolella ja tota.. Et kylhän se on.. Nyt meillä menee Weeruskassa justinsa, et tehdään arkkitehtien kanssa siinä yhteistyötä. Kokemuksia huonosta arkkitehdistä, jonka upea luomus joudutaan muuttamaan uusiks, sen jälkeen ku mennään töihin sinne. Ja hyvistä arkkitehdeista ku tehdään, tehdään.. En mä mee sanomaan niille siitä visuaalisesta ilmeestä, minkä ne on sinne rakentanu, en väreistä enkä muista. Mä oon kova arvostelee jälkeensä, mutta ku mä en näe sitä valmiina ja se arkkitehti näkee sen rojo seinän.. Wau tästä tulee.. Ku se näkee sen silmissään jo mikä siitä, sen mikä siitä tuota tulee. Niin, niin niin, mä näen sen bisneksen taas että mikä siitä bisneksestä tulee. Mutta ku ei se oo minun alaani, kyllä mä annan niiden suunnitella sen, sen ilmeen ja lamput ja, ja kaikki mitä nyt sinne.. **Tottakai varmaan Juttutuvassa ja näissä on se, ne omat jutut mitkä siellä täytyy olla, jotta se identiteetti säilyy sitten taas sen mukasena..** Päinvastoin arkkitehti tietää sen täysin tarkkaan, tekee remontin mikä ei näy missään. **Nii.** Nii, ni näinhän se. Mut näähän on niitä asioita, ne on arvoja, jota me ei tuhota. Mutta kyllä me sielläki, varsinkin nyt ku se hotelli tuli siihen ja meil on isot remontit ollu siellä ni, kyllä me pikkusen kalusteissa ja muissa, muissa tuota, vähän muutetaan sitä tyyliä ja mennään taas eteenpäin, eteenpäin mutta, ornamentit on ollu sata vuotta yli siellä, ei varmaan huku, ei väri sävyt muutu, ei mihkään. Ne saatetaan ylimaalata, ne tulee saman näköseks, vähän raikkaammaks sen jälkeen, et, että ne on niitä asioita mutta.. Minusta sehän on sitä arkkitehdin osaamista, et hän pyrkii tekemään, pyrkii saamaan sen vanhan tunnelman sinne jäämään. **Nii..** Nii, siin on osaamista mitä mä en osais niin hyvin, eikä mun tarviikkaa, mä maksan siitä. **Hehe.. Mites toi graafinen puoli sitte, onks teil.. öö.. Kuinka paljon te ite vaikutatte siihen, et mitä..** Meil on, tota.. **Tai kenen ideoista nää niinkun..** Ootas nyt, mikäs se meidän toimisto on joka, meil on ulkopuolinen toimisto tuota, joka meille tekee nää graafisen puolen. Kaikki nää, niinku ton lehden ja kaikki ni ne jopa ...-?-... kautta painetaan et meillä säilyy se tietynlainen ilme, ne on ihan ammattilaisia, jotka tuota.. ja sitte kaikki se tavara, mikä meiltä lähtee liikkeelle ni ja sitte tuolla ruudussa.. ja papereissa ni mul on se layoutti tuolla ja -?- teksteillä ja ne säilyy. **Ja kenen, kenen ideoista nää on lähteny, et ootekste antanu aina niinku suunnittelu toimistolle tavallaan öö.. vapaat kädet, totta kai se paikan imago ja sitä tyyliä niinkun noudattaen..** Joo, me yleensä pyritään aina antamaan täysin vapaat kädet, sen takia että jos annetaan liikaa ohjeita, niin ni siellä ei tuu luovuutta. **Mmm..** Ja kellä on sitä luovuutta, ni mehän jarrutetaan.. Vaan sitte annetaan ensin sen luovuuden tulla, ja sit me ruvetaan wau, eihän me olla koskaan tommosta ajateltu, ni me lähdetään sitte kyllä tekemään sitä ja karsimaan. **Joo, mites olik mm.. onks noi sitten öö.. toteutettu miten, et se on sama toimisto, joka on suunniteltu niin toteuttaa teille nää työt tietenk..?** Nii, siis sanotaan näin että, se arkkitehtitoimisto piirtää ne, ja tuota, me ite urakoidaan, minä valvon. Kaiken remontin, mä vedän ne ite ja vastaavamestari, joka hoitaa sen virallisen puolen. Meil on samat tekijät ollu kaksikymmentä (20) vuotta, meil on sama ra-

kennusliike, sama sähköliike, sama putkiliike, sama ilmastointiliike.. No sisustuspuolella täytyy sanoa että, sanoa että nyt on, siellä on vaihtunu siinä on, no siinä alko ikä tekemään jo tehtävänsä, et ne ei enää tehny ni sinne meil on tullu tuota tavallaan uus tekijä, mutta.. Ja sit me ei urakoida mitään, vaan e tehdään tuntitöinä ja mä valvon. Urakkavauhti ja tuntipalkka. **Noni.** Mmm.. Mut kaikki isommat ni mä oon aamulla seitsemältä työmaalla katsomassa, et kaikki kulkee. Me sitte tehdään sen arkkitehdin kanssa yhteistyötä et katotaan et se arkkitehdin suunnitelma toteutuu, mutta kun nämä kaikki tuntee meidän arkkitehdit.. Niin ne soittelee suoraan keskenään, ku ne on kaksikymmentä vuotta tehny näitä hommia, ni niin ne tietää. **Joo.** Ni se on sillee hirveen helppoa. Mä väitän, että tän arkkitehdin valinnalla on merkitys siihen lopputulokseen ja siihen toiminnallisuuteen, et me saadaan bisnes kulkemaan. Mä oon ollu semmostenki arkkitehtien kanssa kenen kanssa en tekis päivääkään töitä. Ne suunnittelee ittelleen. Me tarvitaan, jos liikevaihdosta kolmasosa on työvoimakuluja, se on suurin kulu, taikka isoin osa. Se on suurin kuluerä, mitä meillä on. Ni jos tää suunnitellaan väärin, ni hirveen hintanen se suunnittelu. Ku semmosessakin ravintolassa tuolla, tuota tuolla Vuokatissa, Katinkullassa, et ku mä näin, ni kaveri sano että tääl alkaa kohta remontti et ei täällä kukaan voi työtä tehdä. On se upeen näkönen, mut ku ei se kerta kaikkiaan pelaa. Mut annettiin arkkitehdin toteuttaa omia ajatuksiaan. **Nii, siin tulee nimenomaan toi toiminnallisuus, et jos tyyli ja tunnelma on.** Tässähän on hyvä, tässähän lukee toiminnallisuus, tämä pitää ottaa huomioon. Mä sanon vaikka Juttutuvasta, meil oli sellanen iso kantava palkki, ni se makso muistaaksen 60 000,- ku se siirrettiin, ni multa kolme kertaa kysyttiin, että siirretäänkö se pois vai.. Kierretään, ku kierretään tätä palkkia kolme seuraavaa vuotta, ni se maksaa paljon enemmän ku se 60 000,-. **Nii.** Nii, että se avaa tällasia asioita että meidän pitää saada ne soveltumaan käsikädessä nuo kaks asiaa. Ja sit se toimii, ja kun mennään Lasipalatsiin, ni siihen tulee uus elementti, museovirasto. Nii, meidän pitää kunnioittaa taas, sieltä tulee omat rajoitteensa, sit meillä pitää olla arkkitehti, joka pärjää museoviraston kanssa, me pelataan sen arkkitehdin kanssa, että hän luovii museoviraston kanssa et me saadaan kaikki kolme itsemme tyytyväisiks. Mut sit siel on asioita, josta ne sanoo et tämä oli näin, kiitos ei neuvotella. **Ja teil tosiaan muuten on ollu niinkun sama arkkitehti kaikessa, paitsi sitte Lasipalatsissa missä.** Lasipalatsissa ja Continassa on eri, mutta muuten on periaatteessa kakskytä (20) vuotta ni.. Aina on joitakin poikkeuksia, kun ei oo kerenny tekemään mut periaatteessa ni me tunnetaan toisemme aika hyvin ja ni.. **Tiedetään mitä halutaan?** Tiedetään mitä halutaan. **Jep. Onks tota, näkyys tos jotain semmosii asioita joita tulis mieleen et mitä on jääny huomioimatta tai, tai.** Nyt esimerkiks tää akustiikkahan on sellanen, silloin ku me ollaan tuolla, tuolla tuota öö.. Noiden kerrostalojen alakerrassa, ni täähän on ihan se mikä mejän pitää remontissa ihan ensimmäisenä huomioida, koska nehän on niitä asioita, missä me saadaan turpiimme, et kolina käy. Ja aina hävitään, jos me joudutaan terveystyövoimaisen kanssa, taistelee desibeleistä. Ni niissä meil on akustiikkatoimisto -?-toimisto, joka on ihan huippu akustiikka -?- ni. Ni me otetaan ne siihen ja ratkastaan ne kerralla tällaset asiat. **Ja se tulee sit taas eri paikasta?** Se tulee eripaikasta, joka on ihan taas valtakunnan, no mä sanosin ko-

vin kasvo valtakunnassa on, taikka hänen tyttö sitä nyt hoitaa ni. Mutta ku ne, nekin ottaa tää akustiikkajuttu on sellanen homma et sitä ei voi oikeen, se pitää saada isoon remonttiin sisällyttää, koska silloin revitään kaikki paikat et saadaan ne jousikatot ja kaikki tonne paikalleen rakenneltua, että se todella pel.. että se toimii. **Mmm.. -?- Onks tolla graafisellapuolella sitte joku.., mikä tulis mieleen? Et onks siinä jotain..?** Ku siel on seinäpintoja ja muita niin ne tulee täällä arkkitehdin tässä työssä kun ne tätä rakentaa.. -?- **Onks niihin tullu mitään tällasta graafisuutta vai onks se vaan niinku et arkkitehti on päättäny et maalataan?** Arkkitehti antaa.. sielt tulee periaattees, sieltä tulee kuvat näin, näin päin tulee, noin päin tulee, näin ja näin, noin päin tulee ja siellä ne on kaikki. Valmis paketti ni ei mun tarvii paljon puhua ku ne paketit annetaan noille tekijöille ni sit se.. Meil on vaan päiväkohtanen aikataulu, mitä mä sit seuraan ja joka päivä mä tiedän meneekö remontti aikataulussa. **Joo.. Onks niissä näkyny toi graafinenpuoli niissä suunnitelmissa?** Kyllä niissä, kyllä niissä näkyy, mut nehän on myöski asioita, mitä meidän on helppo jälkeinpäin korjata. Ne ei oo, siis sellasia niin ratkasevia, et jos ei ne kaikki aina ihan täysin onnistu siinä remontissa, niin ne ei oo kuitenkaan semmosia mitä ei voi jälkeinpäin korjata tai, taikka sitten.. -?- ..markiiseja taikka mitä millonkin tehdään, et niitä pystyy jälkeinpäin.. ja sitte joudutaan, niinku Wee-ruskaki ni voit arvata ku -91 tehtiin iso remontti, ni niitä asioita on jouduttu matkan varrella pikkasen päivittää. Ajan henki on muuttunu. **Joo..** Tää digitaalinen ilme, n itäähän on alkanu nousta.. esim. nyt meil on hakaniemessä, meit on kolme toimijaa.. työväenyhdistys hoitaa kongressipuolen, me hoidetaan kaikki ravintolat ja Scandic hoitaa tuota hotellit. Parhaillaan meil on menossa se työ, että miten kun Scandiciin mennään sisälle, ni miten sieltä tulee ravintolat ilmi, mikä on aivan eri bisnestä. Taikka toisaalta, kun tullaan meidän ilmeeseen, ni miten sieltä tulee hotellit, joka ei oo millään lailla meidän bisnestä, mut ku me tehdään yhdessä tätä työtä, ni ei asiakkaan pidä nähdä et tääl on kolme toimijaa. **Mmm..** Meidän pitää saada ne niin pelaamaan, et ku meidän sivuille mennään, niin se on niinku yhtä perhettä, ni sitä tehdään parhaillaan. **Mm.. Mites, miten koet että toi visuaalinen identiteetti vaikuttaa tota ravintolan menestymiseen?** Kyllä se tota, sillä on vaikutus, sillä vaan muokataan sitä mielikuvaa. Ja se mielikuva kun mä lähden johonkin, ni jostaki toisesta on parempi mielikuva, kun toisesta. Ja ei se oo välttämättä tiedostettua, se voi olla kans tiedostamaton, mut se vaan ohjaa sitä asiakasta. **Mmm..** Et kyllä niillä luodaan, et jos ne asiat on huonosti, ni sit sen huomaa, nii. Silloin ku ne on hyvin, ni sit ei välttämättä huomaa mut silloinhan ne on hyvin. **Nii..** Mut sit jos niistä alkaa tulla jarruja ja tää on vähän suttunen ja näin, ni silloin se ei oo kohdallaan. Kyllä sähköisessä maailmas on tällä hetkellä hirvittävän paljon tekemistä ja -?. Siellä, asiakkaat liikkuu siellä enempi kun me kuvitellaan. Meille tulee, meil on myyntipalvelu Cantina alakerrassa, meille tulee pikkusen yli sata tuhatta yhteydenottoa per vuos sinne ja meille tulee puhelimitse(?) karvanverran alle puolet, sähköisesti liikkuu yli puolet. Kyllä sen maailman täytyy olla nätissä kunnossa, jotta se asiakas ei käänny siellä ympäri. **Nii. Ja tietenki et pääsee eteenpäin.** Kyllä, kyllä. **Mites, mm.. sä olit aiemmin jakanut on visuaa.. tai asiakaskokemuksen ruokaan, palveluun, siisteyteen/tohon someen (sosiaalinen me-**

dia) ni jakaisitko sitä nyt jotenki eritavalla, vai onks se nimenomaan noi asiat mitkä edelleen..? Kyllä, kyllä mä jätän sen edelleen noin koska, tuon (ruoka) takia se asiakas sinne tulee, mutta tällä (palvelu) voidaan pilata hyväki ruoka. *Mmm..* Mutta tänä päivänä on niin älyttömän helppo poiketa edukseen palvelussa. *-?-* sitä semmosta perusmanuaalia on liian paljon, mutta se mis on sydän mukana ei oo yhtään liikaa. Se, kun se oikeesti on se sydän mukana siinä palvelussa ja joka sen oikeesti on saanu mukaan, ni se on paljon korkeemmalla, kun sen kilpailijat. *Mmm..* Me taistellaan näistä asioista, meil on nyt kahdessa talossa kova vääntö menossa ja joudutaan muiden ihmisten kanssa siellä muutamien kanssa sanomaan, et haluatko sä jäädä, vai lähdetkö. Ja rima on tässä ja siitä me ei neuvotella. *Nii, kylhän se on pakko pitää sellasta yhtenäistä linjaa ja pitää huolta siitä et se homma toimii tai tehdä niit muutoksia.* Joo ja meki niinku palvelupuolella, ni me ei puhuta tarjoilijoista, vaan me puhutaan niistä ihmisistä. Sinä olet se joka pystyy tuomaan lisämyyntiä, sinä olet se joka pystyy palvelemaan asiakkaita, sinun kans me neuvotellaan, miks. Tarviitko apua, että saat lisämyynnin pelaamaan, kun me nähdään koneelta suoraan kuka tekee lisämyyntiä ja kuka ei tee, manuaaleissa näin pitää tehdä. Mitä apua tarviit? Seuraavalla kerralla saatetaan kysyä jo vähän tylymmin, eikö, eikö kiinnosta. Ja kolmannella kerralla puhutaan jo, et mihkä.. mistäs sä oot hakenu uutta paikkaa, ku meidän työt ei kiinnosta. Ja liian helposti mennään palaverissa puhumaan et meil on tarjoilussa vikaa, taikka näin. Miks, hyvä palvelija ni miks me sulle tämmöstä puhutaan, otetaan vaan ne ketä tarvii nostaa. Mennään niinku henkilöittäin näitä, esmeks jos mä Cantinan ravintolapäälliköltä kysyn et miten meillä lisämyynti kulkee, ni se tietää et alko menee näin ja olut menee näin ja vedet menee näin. Mutta mul on koulutuksessa, tältä tytöltä ei vielä pelaa lisämyynti niin ku mä odotan ja tämä, tämä on jo kehittyny aika hyvin ja tämän kanssa me vielä joudutaan vääntämään. Sillon mä vastaan oikein, sillon hän tietää miten hänen työvälineet toimii. Kun hän, no ei se, ei se oikeen, ei siellä oikeen tarjoilijat myy lisämyyntiä, hän *-?-*. Ei voi yleistää, siel on aivan huippuja, mutta ne ku onhan meillä nuoria tarjoilijoita, jotka me ollaan valittu, sehän on vika meissä jos me ollaan liian taidottomia valittu, eihän se oo sen ihmisen vika. Meidän tehtävä on nostaa sitä osaamista sille tasolle, mihkä me se ajatellaan. Sit jos me ei onnistuta ni ruvetaan miettii muuta. Mut lähtökohta on, että työnantajalla on niin isot tota, oikeudet et sen pitää kantaa myös velvollisuutensa opettamisessa. *Näin on. Uskotko siihen että, jos ruoka on kohdallaan ja palvelu on kohdallaan, niin kun esimerkiksi asiakas on verkosta kattonu et tuol on tietty ruokaa ja palveluaki on kehattu, niin jos se astuu ovesta sisään ja se näyttää esimerkiksi arkkitehtuuriltaan semmoselta se paikka, ni onks mahdollista et hän kääntyy..* Ei, ei helposti ja ruokaravintolassahan on kans se, et jos se ruoka on ollu kolme vuotta hyvää, sen jälkee asiakas antaa jo pikkusen anteeks. Mutta ensimmäisen vuoden aikana se on hyvin kriittinen, sit pikkuhiljaa, eihän kukaan voi olla virheetön, mut u sinne saadaan se kolme vuotta -nyt mä en puhu trendipaikoista, ne ne nousee ja laskee- mutta vaikka nyt Weeruska niin niin, kun se saadaan, ni sitte asiakas antaa paljon anteeks sen jälkeen. Ei määrättyä enempää, mutta yksittäisiä virheitä saa olla. Mut kyl se, mihkä mentäis syömää, siel on hyvä ruoka, *-?-* mehän

ollaan joskus lähdetty, et mennään se on kivan näkönen paikka mennään sinne syömään. Mut kyllä se ruoka palvelun edellä kulkee. *Joo.. vähän mietin tota et miten uskot muiden ravintolayrittäjien ajattelevan tosta visuaalisesta ilmeestä, ehkä vähän huonosti muotoiltu, mut silleen yleisesti uskotko et sen merkitys on kasvamassa tai hiipumassa, vai ajatteletsä edelleen tai et se on se ruoka millä kaikki pelaa, tai ruoka ja palvelu totta kai yhdessä?* No aika pitkälle uskon niin että kyllä ammattilaiset joutuu nää kaikki asiat pitämään kunnossa. Ku tulee harrastelijoita tänne, hyviäki harrastelijoina nää trendi kokit ja kaikki nämä, nämä niin, no niitä on mut kauanko ne jaksaa tehdä niin hirveesti töitä että ne menestyy, ja ja tuota siel on paljon hyviä ruuanvalmistajia, mut ei hyviä yrittäjiä, jotka kaatuu siihen et ne ei hallitse sitä kokonaisuutta, ne hallitsee sen oman osa-alueensa äärettömän hyvin, meitä paremmin, mutta ne ei hallitse tätä kokonaisuutta. Siinä he ei, he ei mieta näitä kaikkia asioita, mut me joudutaan miettii. Me ollaan kuitenkin oltu täällä jo niin kauan markkinoilla, et ei saa mikään kohta olla huomioitta. *No mitkä on sitte ne tärkeimmät asiat mitkä suunnittelijan pitäis ottaa huomioon tota visuaalista identiteettiä suunnitellessa?* Tästä(?) on paljon tutkimustietoakin, me tiedetään tuota väreistä ja materiaaleista ja musiikista aika paljon, millä on minkäkilainen vaikutus ni sehän riippuu siitä et halutaanko me paljon kiertoa sinne ravintolaan, että nopeesti vaihtuu asiakkaat vaiko et ne jää olemaan ja viihtymään sinne. Ne on ihan -?- tehdään ihan erilailla, se ravintola toteutetaan sen jälkeen. Sitte tietysti se, et jos se on ruokaravintola, iltaravintola, lounasaravintola, näillä kaikilla on omat, omat tuota kuvionsa, että ne tekijät siellä annetaan, annetaan mutta.. Kylhän se täytyy olla.. Meillä se tapahtuu sillä tavalla että se arkkitehti suunnittelee tän tavallaan niinku sisältäpäin tän ravintolan, ja ku me ruvetaan sitä muuta ilmettä mikä sieltä näkyy ulospäin sieltä tontilta, ni siihen tulee eri mieli(?). Nehän lähtee siitä, ne tuodaan sinne ravintolaan, tässä tämä on ja tästä sä lähdet menemään sitte eteenpäin. Ei ne voi irrallisena sitä tehdä. *Ei tietenkään..* Niiden pitää niinku nähdä, me ollaan nyt bisnes, me on viritetty nyt tähän, se on tällanen, sun pitää tuoda lisäarvoa tälle. Et näin se vaan toimii. *Sitten varmaan jatkossakin tuot käyttää suunnittelijoita, niinkun oot tähänki asti käyttäny, mitkä on ne perusteet millä sitte yleensä lähete valitsee niitä? Tottakai teil on ollu nyt niinku pitkäaikasia yhteistyökumppaneita, mut onks se nimenomaan se niinku että, joka on tuttu ja jonka kanssa synkkaa, vai..?* Joo, kyllä me sanotaan niin että, että tuota, tuolla lukee kakkosena että kumppaniuskollisuus, meidän arvoissa. Niin niin, on se meillä sitte tavarantoimittaja, taikka arkkitehti, niin, me ollaan, aika pitkälle me kuljetaan arvojemme mukaan. Ja tuota, me ollaan kyllä vaativia, mutta me annetaan kumppanille mahdollisuus korjata kuvionsa. Mutta tietysti, onhan meillä tilanteita, missä me joudutaan öö, joudutaan niinkun.. sanotaan juuri, jos me puhutaan, puhutaan tuota (noista?) ulkopuolisista tekijöistä, ni sieltähän sanotaan että, tos on kolme arkkitehtia, joista saatte valita, joku kelpaa heille. Sitte otat sellasen. Ja sitte on, on mulla tällä hetkelläki yks talviterassikuvio, kuvio tuolla, niin sinne mä valitsin saman, joka on Kämpin talviterassin tehny. Ku mä tiedän et se on sen kovan taistelun jälkeen saatu, ni miksen mä ottanu sitä joka on taistellu, nii.. Ja mä sovin tän mejän arkkitehdin kanssa,

että kun tähän kokonaisuuteen tulee tollanen lisähomma, niin sopiiko sulle. Sopii.. Ja me esiteltiin mitä me ollaan tekemässä sille meidän arkkitehdille, mut ku mä tiesin et hän on siinä hommassa huippu, ni nyt mä käytän sitä huippua. Että tällasia tulee, mutta kyllä, kyllä me aika paljon samojen kumppaneiden kanssa kyllä touhutaan ja.. hirveen pitkälle tehty valmiiks ja kun ainakin toistaiseksi lopputulos on ollu -?-. Kylhän me arvaa miten monta kertaa tohon palvelijonkiinki on tarjottu, vaikka ketkä tarjonne ku se on ollu hesarissa (Helsingin Sanomissa) et he haluaa tulla suunnittelee. Mä sit että täytyy sellanen sanoa että kun vuonna 2000 sen ensimmäiset kuvat -?-, elikkä sen kolmetoistavuotis suunnittelujuhlat on jo takana, mieta. Sen verran pitkäjänteistä tää meidän homma on. Vuonna 2000 on Irma Lehtokari ensimmäiset piirtäny, mistä me ollaan kun siel on asemakaavoja myöden jouduttu kaikki muuttamaan, ni siel ollaan menty eteenpäin ja nyt meil on luvat kaikki valmiina. Niin nää on joskus tällasia. ***Ja uudessa paikassa(?) tulee varmaan olle samalla lailla, et tavallaan ne vanhat, vanhat jotka on jo aiemmin ollu ni toteuttaa sitä samaa, samaa linjaa mitä on.. niinkun samaa tyyliä mihin on lähdetty.*** No joo, tääläkin.. ***Tai minkä tyylinen siit on tulossa?*** No sanotaan näin että merenhenkinen ja ku se on lasia ympäri ja se on ympärivuotinen, ni siinä on paljon niitä tekijöitä, mutta kyllä me halutaan siitä sillä tavalla softi tehdä, että me pystytään tekemään.. Elikkä jos mä aattelen sitä suunnittelijaa joka sen rakennuksen on suunnitellu Simo -?- ei piirrä mulle ensimmäistäkään ravintolaa. Ei ensimmäistäkään. Ei sellasta mikä sinne sisälle tulee.. Hän tekis mustaa ja valkosta ja tasanen matala pöydänpinta ja pienet yksinkertaset tuolit, ei mitään missä asiakas viihtyis. Hän tekee sen arkkitehtuurisesti, et se ois kiva esitellä muille arkkitehdeille. Muu-?- ni K2S:n Mikko Summanen oli suunnittelemassa hotellia, ni Sohlmanni oli tietysti se joka sen vei alkuun tuolla viranomaisten kanssa mutta sitte Mikko Summanen K2S, suunnitteli sen hotellin, ni taas sitte kun, kun lähdettiin tulemaan ravintoloihin, he ois halunnu tuoda sinne enempi sitä arkkitehtuuria, mikä on tuota kiinteistön tällä arkkitehdilla. Tosta kohtaa niin, me tehdään tää ihan -?-. Kun taas heillä on niin kaukaa se näkemys, hehän ovat se hiljaisuuden kappelin muun muassa suunnitellu tohon Kamppiin se, niin muun muassa tää Mikko, ja arvostan häntä arkkitehtina, ei ei, en yhtään sano et hän on huono arkkitehti, mut en, en, piirtäköön vaan kappeleita, mutta tuota ei ravintoloita. Näkemys oli niin, siis, aivan väärää materiaalivalintoja ja sitte kaikki sellanen, missä asiakas viihtyis ja näin niin.. ***Nii, välillä se vaan on niin..*** Nii no mut hän on hyvä omassa työssään nii, joo, nii.. ***Tottakai..*** Ei siinä.. ***Juu juu, näinhän se on.*** Juu ei siinä mitään oo.. ***Nii, kukin ammattitaitonen omalla alallaan.*** On, mut sitte ku arkkitehdillä on tietyt oikeudet ni HT:n toimitusjohtajan täyty muutaman kerran sanomaan että paa tohon viiva, ni Hemppa(Heimo) piirtää tosta eteenpäin, pysykää te tollapuolella. ***Ja vielä löytyy kuitenkin uusia ideoita mitä lähetään sit toteuttaa?*** Kyl, jaa aivan upea luomus, minkä Mikko Summanen on piirtäny, aivan upea, joo ei se on ihan vimpan päälle. Mut se sitte missä me eletään, nime eletään semmosessa maailmassa, missä asiakkaat viihtyy ja nauttii olostaan, ja niiden pitää päästä kulkemaan näin ja näin ja näin ni, se on toisenlainen, taikka nyt mä oo piirtäny(?) ne ni työväenyhdistyksen Scandic on erittäin tyytyväinen lopputulokseen. ***No ni. Hei, kiitän sua, an-***

*teeksi vein sulta huomattavasti enemmän aikaa kun oli tarkoitus..*Ei täähän oli ihan mielenkiintoista keskustelua, ei tässä mitään. *Niin.* Toivottavasti sait jotain. *Kyllä. Haluutko itselles tästä vielä ihan freeshin version ja..* No joo. *Ja mikäli haluat ni totta kai voin antaa sulle tän toimeksantajan käyntikortit..* En, en tarvii nyt tässä vaiheessa. *Selvä.*

Liite 2. Eero Nimelän haastattelu

..mutta näin.. aloitetaan siitä että, että saako nimen julkaista vai pidet.. Joo kyllä. *Jes* Tai katsotaan nyt mitä tulee sanottua..hheheh.. *Okei. Mä voin lähettää sulle vielä sitte..sitte ennen kuin laitan sinne..*Joo. *tota, ihan pohjatietoja.. osan varmaan tiedänkin jo, mutta tota. Kuinka monta ravintolaa oot avannut tai ollut mukana avaamassa?* No kyl mä niinku varsinaisesti oon tän yhden ravintolan ainoastaan, että *..ja minkä tyyppinen? Mihin kategoriaan sä nyt tän laittaisit itse?* Mmhhh..Tota perusruokaravintola..jotain fine-diningin ja tommosen karvahatturavintolan välistä. *No ni ja tän toiminnassa oot vielä mukana ilmeisesti?* Kyllä, *Ja omistajana?* Kyllä... *Mitäs tota, osaatko sanoa ollenkaan liikevaihtoa?* No se.. se pyörii siinä kahensadan tonnin paikkeilla, *Ja teit oli täällä kolme, niinkö? yhteensä neljä?* No no meit on niinku mun.. minä, poika mun.. mun lisäksi poikani.. ja sitte ekstrana no joo vois sanoo lähes vakituinen ekstra mutta ei ei kiinteä kuukausipalkkalainen, et tuntityöntekijä yks..Mmmm.. tarpeen vaatiessa on sitte on kyl muitakin ekstroja, mutta.. *niin nii.* Et sanoisko nyt, et meit ois sit kolme. *Tämmönen kaks ja puol?* Mmm, jotain semmosta. *Ja kauas tää oli ollu pystyssä? Oliko se -96? 2001..2000.. 2002* mä avasin tän. *Okei.* Mutta tuota tää oli niinku tilausravintolana aluks muutaman vuoden koska meil oli niin paljon ceitrausta (cateringia) siinä.. *Niin niin..* ja tuota sit pikkuhiljalleen ruvettiin lisäämään tota ravintolapuolta ja toimintaa enemmän siellä. *..ja vieläkin teette sit cateringiä?* Joo nyt se on enemmän niin, et sit kun ehtii nii.. *Okei.* tehdään. Ravintolatoimi on niinku tää pääbisnes kuitenkin.. mut kyllähän tää, kun tää on niin pieni paikka, niin tää vaatii tuekseen kyllä sitä gateringia. *Mmm, mmm joo... Mites tota.. mitä sä pidät tän tärkeimpinä menestystekijöinä... Onks jotain semmosia?* No kyllä jos puhutaan ruokaravintolasta ni kylä se tietysti se ..ruoka.. on mun mielestä kuitenkin ykkönen. Ruoka ja tietysti sit se et se on tasalaatuista että, et se, se pitäs olla aina hyvää ettei tuu pettymyksiä. Että täs on sinänsä nyt hyvä kun on niin... täs ei kauheesti vaihtelee kokit, eikä tarjoilijat että siinä mielessä ruoka ehkä on aika tasalaatuista. Et silloin kun kokit vaihtelee niin kyl se niin kun asiakas kokee et viimeks oli paljo parempaa ku tällä kertaa tai.. tai päinvastoin ja jokainen laittaa kuitenkin vähä - vähä oman omanlaistaan ruokaa jotenki. *Ja kuitenkin kun täällä pääasiassa samat pyörii niin tota tiedätte et palvelu on ainakin sitte..* Mut että kyl se niinku tämmönessä että ku ajattelee et tää on, me ollaan vähä syrjässä.. ni tota minkä takia tänne asti tulis ihmisii ni kyl siel täytyy jotain olla ja kyl se on mun mielestä lähinnä se ruoka, tietysti palvelu sen lisäksi. Et se hyvä ruokakaan ei auta jos palvelu on kökköä. *Mmmm.. käyks täällä muuten paljon siis ihan täst lähistöltä kantaporukkaa?* Joo kyllä. *Joo-o. Ja tuleeks sitten kuitenkin muualtakin?* Tulee myös pidemmältä että.. *Tota, seuraavaks saat vähän piirustella, mä annan sulle kynän.. eli jakaa sen pallon semmosiin asioihin mistä sun mielestäs asiakaskokemus koostuu. ja ihan niihin määriin.* Asiakaskokemus.. siis tarkottaako se asiakkaan kokemusta vai, vai.. *Asiakkaan kokemusta.* Niin.. ei, eli ei toisin sanoen ei minun kokemusta asiakkaista? *Ei.* vaan asiakkaan kokemusta..*ei.* Okei. *Asiakkaan kokemusta, eli..* Joo okei..

Joo, mä paan sen toleen nopeesti, tartteeks.. tässä riittää varmaan vaikka kolme kohtaa vai **Ihan niin monta ku mitä tulee nyt mieleen.** Et siis.. **kuinka paljon jaksat eritellä.** Siis ruoka pannaan sinne. Ääh, toi on liian vähän.. öö, ruoka, palvelu.. Mä laitan tähän vaan nää prosentit sitte.. **joo** öö..interiööri **Mitä sä tarkotat sillä?** Mä tarkotan yleensä niinku tota.. mmm, tota, sisustusta ja sitä fiilistä mikä siinä on. Ja sitte tota, sitte laitetaan vielä sijainti. Täs yleensä ku asiakkaat antaa palautetta, ni siel on tietysti ruoka mut hyvin usein on myöski tää sisustus ja tää tunnelma ja miljöö. ..ja palvelukin. Sijainnista ei puhuta niinkään mutta tota, se on ihan selvä, et sijainti vaikuttaa paljon kanssa. ..mutta laitetaan nyt ruoka viisikymmentä, palvelu kolmekymmentä, mmh..interiööri. Pannaan toi.. pannaan tonne ruokaan neljäkymmentä. Kaksikymmentä ja kymmenen. **Okei mut et kuitenkin sil sisustuksella on aika.. sinänsä iso merkitys, viidesosa.** Joo.. on, on sillä siis tota. Se se sisustus on yks asia joka valikoi sitä asiakaskuntaa nimenomaan, että esimerkiksi jos puhutaan tästä ravintolasta ni tää vetää paljon puoleensa semmosia ehkä vähän vanhempia ihmisiä jotka tykkää rauhallisesta paikasta, missä soi taustalla hyvin rauhallinen musiikki hiljanen musiikki. He tykkää siläläilla syödä rauhassa ja ja sekin, ettei siellä olis kauheen paljon asiakkaita. **Nii nii.** Et saa olla rauhassa ja ja, ei hätyytellä, saa rauhassa istua pitempään. Ja tota, tota sitte taas joku nuori tykkää semmonen et on kiva hälinämeininki päällä ja musiikki soi vähän kovempaa ja näin että tämmöstä ja riippuu mitä sit haetaan. Mut kyllä meillä siis nuoriakin on paljon asiakkaina, mutta mä uskon että nää jotka käy täällä ne tykkää siitä et tääl on rauhallinen fiilis. **Joo. Aika tämmönen kotoisa kuitenkin.** No sitä monet sanoo et nimenomaa kotoisa. **Mmm. No mites sitte, olitko aiemmin kuullu tosta käsitteestä visuaalinen identiteetti.** En, en ku mä ekan kerran kuulin. Kummatkin sanat on tuttuja, mutta kun näin käytettynä ni ensimmäisenä tuli et hetkinen.. joo, mitä se tarkoittaa.. mut et, ei se tietenkään niin, niin vaikee ole jos mä.. kyl ne sanat kertoo. Mutta sanoppa se, miten se suomennettas. **Mm nyt mä en ymmärrä miten se... siis miten suomennetaan.** Niin et.. nii näähän ei oo suomenkielisiä kantasanoja. Et niille varmaan löytyis suomenkielinen joka sit toisaalta kertois ehkä enemmänki, mutta .. **no joo** ..se vois olla vaikee löytää sitä. Ja, ja visuaalisuus on aika laaja käsite. **On on.** ... et se visuaalisuus on kaikessa melkee. **Nii nii niihän se on.** Et, et jos täältä ihminen tulee ovesta sisään ni se visuaalinen.. Visuaalisuus näkyy tietysti heti noin ympäristössä, se näkyy palvelussa, se näkyy henkilökunnassa, pien-?- menyissä, missä vaan ja ihan kaikessa. **Niin no nimenomaan oikeestaan kaikki se, mitä se asiakas näkee kun se tulee sisään.** Nii mitä se näkee ja siinä onkin se ero kuka näkee ja mitä näkee. **Nii näihän se on. Ihmiset kiinnittää niinku eri.. eri asioihin huomiota.** No tota.. Ite ku käyn aika vähän ravintolassa, ja ylipäättään muualla kuin kotona koska mä oon niinku aika paljon töissä. Ni sitä tulee vähän sokeeks, ei sitä omankaan ravintolan asioita nää niinku kaikkii. **Mmm.** Mut mä oon koittanut miettii niitä. Sanotaan nyt semmonen et vessassa, esimerkiks mun mielestä, siel pitää olla pieni naulakko.. Johon mies voi pistää pikkutakin, nainen voi laittaa käsilaukun tai jotain ja sen huomaa ku käy sit jossain huoltoaseman vesikissä ja siel ei ole mitään. **Joo-o..** Tota mä olin täs eilen justiin yhdessä paikassa. Ni tota, siel oli kauppa jossa oli myöskin tota ravintola-

palveluja, ni siel oli taas sitten se - mä en tiedä nyt et liittyyks se mitenkään visuaalisuuteen - mutta että, oli pikkusen hankala ensikertalaisena tietää, että miten siellä toimitaan. Mistä tilataan ruoka, ja ja tota.. Mistä saadaan välineet ynnä muuta että.. Ja tota niinku sikäli visuaalisuutta et siellähän vois olla niinku kyltti että.. jossa lukis jotain, että tilaa ruoka tästä tai mitä vaan. **Nii just.** Samaten, vessan etsiminen oli se, et löyty sitte pieni paperilappu seinälle teipillä kirjoitettu, jos oli WC ja piirretty nuoli, joka osotti niinku vasemmalle ja oikeasti se vessa oli oikealla puolella. Ja siin vessassa oli.. mm tota, mustalla.. valkonen ovi, mustalla jotain numeroita sen oven numeroita, ja siin oli yhtä pienellä sitte ni WC, et jos siin olis ollu isolla WC ni se ois hyvin löytyny. Tämmösii vaa, jota ei niinku ite huomaa, mut sitte asiakkaana sä.. **Joo, ja noi nimenomaan kuuluu siihen et.. Just nää niinku kaikki opasteet, kuinka selkeetä se on, ku asiakas tulee, et tarviiks niitä asioita mitä haluaa tietää, ni etsiä.** Nii. **Jotta sä tiedät just nää, et miten sä toimit siellä.** Joo. **Ja ehkä niinku enemmän ku ois visuaalinen ilme, ni siihen identiteettiin jos ajattelee että meillä jokaisellahan on niinku ehkä semmonen ilme eli mitä joku näkee ku ensimmäistä kertaa tapaa, mut se identiteetti, se kaikki persoonallisuus ja kaikki tulee sit sielt sisältä sitte.** Mmhm. **Et voi ajatella sitä, et ehkä se visuaalinen identiteetti on kans niinku sitä, et mmh.. Myöskin se, et mikä tulee sielt ravintolan sisältä, just nää palvelu ja miten ne henkilökunta käyttäytyy.. ja, ja äänimaailmat ja kaikki tämmöset. Mukav.. esimerkiks jotkut ergonomia.. onks penkit mukavia ja ja tämmöset mitä sä et välttämättä niinku saman tien nää mut myös se tulee ehkä siinä asiakaskokemuksen niinku yhteydessä, mm.. tulee ilmi.** Jaa, et siinäki, siinäki voi jo niinku joo.. niinku tuo penkkiki et tota se voi olla kaunis, mut se onkin epämiellyttävä istua. **Mmm.** Ja ja kuitenkin tota nii.. tekninen ideahan on se että siinä on hyvä istua - tai se pitäis olla. **Nii no näin..** Et ellei se ravintola sit halua, et asiakkaat vaihtuu usein et ne ei jaksa istua ku puol tuntia. **Niih.** (naurua) **Mut toisaalta myös kans sit se, et se sopii siihen kokonaisuuteen.** Aivan. Emmä tiedä sillon, siis varsinkin tämmösessä pienessä ravintolassa, että ku tää on tavallaan niinku sitte, personoituu vaan yhteen henkilöön, minuun.. niin tota siit varmaan vähä väkisinki tulee sit, sitte omistajansa näkönen. Että mä en oo käyttäny mitään ulkosii suunnittelijoita enkä muita ja se on niinku vaan sitte rakentunu silleen mist mä ite tykkään, esimerkiks varmaan huomaat et mä tykkään puusta.. aika paljon **nii-i.** paljon ja tota, sillä tavalla, mut kuitenkin suht koht yksinkertaisest ja näin. **Mut nääkin on tämmösii, siis kaikki materiaalivalinnat on taas semmosii että.. Et kylhän monet ihmiset pitää, että puu on semmonen lämmin ja tavallaan turvallinen ja sit joku rauta tai metalli on tosi niinkun taas kova ja kylmä ja tämmönen, vähän steriili.** Nii. **Et sinänsä..** Nii, mut sekin on just, et tää puu mä koen, et mä.. Sanotaan, et joskus jopa tietosesti meen niinku akanvirtaan. Et tota ku trendi on se, että, et kimallusta ja ja metallia ja tällästä ni mä valitsen lämpösen puun koska mä uskon ja mä tiedän, et se ei oo trendikästä, mutta mä tota itse tykkään siitä, ni mä laitan sitä puuta. Ja onneks sitte on ihmisii jotka myöski pitää näin. **Niin, näin on.** Ja trendit on tietysti taas ni lyhytaikaisii. Et jos katotaan meillä Helsingissä vanhoja ravintoloita, ni tota eihän siellä, siellä tota sisustustakaan yleensä muutettu. Että ne

pysyy, ne on tehty hyvin ja...mm. ja sisustus, sisustus.. ruokalista muuttuu, sisustus pysyy. *Mmm.. Nii.* Koska, usein on päinvastoin. *Sekin voi olla joo. Tota, mul on tässä se mitä tää mun toimeksiantaja Rune & Berg Design Oy ajattelee visuaalisesta identiteetistä ja siitä et mitä siihen kuuluu mm .ja siin on nyt aika yksityiskohtaisestikin eritelty eli täs on niinku . He tekee siis sekä graafista suunnittelua, että tilasuunnittelua ja nyt on sitte koittanu näiltä molemmilta kanteilta ajatella näitä asioita. Mmm. Eli tääl on graafisen suunnittelun puolella on tietenk nää ruokalistas ja mitä tos nyt tuli esiin. Sitten myöskin mm.. ehkä nää mainosmateriaalit, kaikki opasteet kuuluu sille puolelle ja sitte taas tilasuunnittelussa totta kai nää materiaalivalinnat ja valaistus ja kalustus, ergonomia, akustiikka, tämmöset...Ni voitais vähä käydä läpi tosta et miten ne on täällä rakentunu, ja.. tai et onks jotain sellasta mitä taas et oo välttämättä ajatellu ollenkaan. Mmm. Eli alotetaan vaik täält graafisen suunnittelun puolelta, niin toi myymälä ja yritystuotteet; pakkaukset, tuotelaput, kassit, kuvastot, ruokalistas. Tehän kuitenkin mainostatte myös, että myytte niinku take awayna (=mukaan otettavaksi) niin onks esimerkiksi sil mitään merkitystä, että onks se paketti, missä se asiakas saa sen ruuan mukaansa niin.. et onks siin esimerkiksi yrityksen logoa tai..Ei oo, ei ole. Et, sanon suoraan että, mä, mä oon tossa yleensäkin markkinoinnissa ja tämmösessa ni, niin aika heikko. Heh heh. Et tota, mä en oo saanu koulutusta siihen, ja itse asiassa mä en oo koskaan markkinoinnista kauheesti tykänny, mutta mä kyllä ymmärrän yrittäjänä et se on aika tärkeä osa-alue, myönnän sen. Tota mä oon pyrkiny siihen et jos, just näis pakkauksissa ja muissa, et ne on kuitenkin asialliset ja kätevät ja sillälaila, että et tota.. mut mulla tosiaan niinkun.. ei oo noita logoja juuri missään.. mm.. Ei oo missään pakkauksissa kyllä. *Mites muuten esimerkiksi noi tota no servetit on ihan, ihan perus?* Servetit, on ihan.. joo niissäkään ei oo logoa. Niissä itse asiassa jos niissä ois logo ni niistä tulis vähä niinku kiinalaisravintola mieleen kyllä. Että, en tiedä kyllä. Ei Suomessa kyl kauheesti ravintolat käytä logoo mun mielestä serveteissä. *Meinaatko?* No en mä ainakaan oo nähny kauheesti, että kinkeillä on kyllä. *Okei. Mites sitte esimerkiksi ruokalistassa?* Se on kato sillee et ku ajattelee et jos sä.. Kun ostat hienon mersun, ni ei sun tartte sinne laittaa mitään tyypimerkkiä. Kaikki näkee et se on helkutin hieno vehje ja kallis ja nimenomaan se kun siin ei oo mitään 200 D vaan se on ilman. *Mut siinä on myös se mersunmerkki, kuitenkin.* No se johtotähti siinä on. Sen verran voi olla. *Eiks se oo ravintolalla kans?* Onhan meilläkin kato tässä ikkunassa tervetuloa -merkkinä tää meiän logo. *Niin.* Sitä ei oo kaikissa, mut en mä tiedä.. Kyllä sitä vois olla enemmänki, mut tietysti sekin on ärsyttävää jos sitä on liikaa. *Niin näinhän se on, joo.* Tolla tota Bocchusella on ravintolassaan helekutin iso maalaus itsestään tai onks se valokuva. En mä tiedä, kyl se menee vähän överiks. *Heh heh heh No joo ei kyl, ei saa niinku liikaa olla niinku sanoit ja, ohan tääki kuitenkin pieni paikka et sinänsä jos se ois sekä ikkunassa, että ovesa, että pöytäliinassa ja serveteissä ja ruokalistassa ja lautasissa ja laseissa ni se voi olla et se tän kokosessa paikassa tulis niinku liikaa.* Kyllä. *Mutta tota, varmaan kuitenkin joissain vois olla.* Vois olla kyllä. *Mutta ei serveteissä. (naurua) Okei. No mites sitten no esimerkiksi nää logot, käyntikortit,**

*lomakkeet, kansiot.. joo. Niin tota, miten esimerkiksi toi on toi teiän logo syntynyt? Se on.. se on kyl mainos.. mainostoimisto ihan tehny sen. Et tota, en en enää muista et mitä sit, mut tossa jos sä katot ikkunasta ni kyl siit haettiin tollasta palveluasennetta **Mmm**. Et, et toi toisaalta myös, myös semmosta .. kuinka mä sanoisin mm.. tota, ehkä vähän jonkinlaista ammattiylpeyttä, ammatillisuutta tai muuta semmosta tosin must se onnistu tossa logossa. Et siit tulee niinku sellanen.. luottamusta herättävä logo, minun mielestä. **Joo-o**. Ja tärkeää on se et siin on niinku sellanen palvelufiilis tossa. **Ne on tärkeit seikkoja ku mieltii, just tos suunnitteluvaiheessa**. Nii. **Mites sitte. No mainosmateriaalit.. sä sanoit et te ette hirveesti mainosta. Mainostatteko missään?** No tota. Olen mä poliisien shakkilehteen laittanut, se oli sellanen kun mä olin alotteleva yrittäjä justiin alottanu tän ni puhelin soi ja vastasin. Täällä rikospoliisi se ja tää, ja mä olin et mmm, päivää. Laitathan tänäkin vuonna sinne meidän shakkilehteen mainoksen? Juu-juu, juu.. heh heh.. se stoori.. no joo mut joo, on sit tähän paikallislehteen on laitettu muutamia kertoja. On ollu joku juttu meistä, ja ja kyl sen huomaa et se pikkasen vaikuttaa. **No ni**. Vaikuttaa toki. Mä oon nyt yrittänyt sen kuitenkin et siis, mä saan tosta ovesta aina tyytyväisen asiakkaan ulos ja mä uskon et se on kyl hyvää markkinointii, mut et se on kyl aika hidas.. hidas tie kyllä. **Ni-i. Ja varsinkin jos ei niin paljon käy niit uusii asiakkaita, et jos siel on sitä kantaporukkaa, ni tottakai ne kertoo siit eteenpäin** Mmm... **mut se että kuinka paljon heidän piiri laajenee siitä, niin onhan sekin aina..** Nii, joo-o. Mutta tota se, se ylipäätäänki se, semmonen hallittu kasvu olis myös kaikista paras, että.. Et tos oli NYT-liitteessä muutamia vuosia sitten ni oli juttu Eeron keittiöstä, ni se oli ihan kamalaa se pari kuukautta sen jälkeen et siis näin pienes ku on 24 paikkaa ni ku on jo varauksia yli seittemänkymmentä päivässä, ni ei sit pysty enää pitää sitä laatuu. Se on ihan selvä asia. Et tota...Se on hallitsematonta ja ei tomlosesta pienestä keittiöstä ni siit ei varsinki meilläkin on kuitenkin aika paljon komponentteja siinä annoksessa ja näin ni se sielt ei vaan tuu.. annokset kestää liian kauan, jälki ei oo niin hyvää ja näin, et kyl se.. Se on niin helppo sanoo niinku aina puhutaan että ei kiire oo mikään syy, et joku epäonnistuu tai muuta mut kyllä se vaan yksinkertaisesti on se syy ja monta kertaa se kiire.. monasti kiire kans tulee siit et niitä asioita ei oo mietitty loppuun mutta kyl se nyt niinku tämmöseenkin paikkaan jos se pölähtää saman tien kaikki ihmiset ni sit tuol pienes keittiössä ni siellä yksi ihminen pyörii ni sit hirvee kiire... **Nii**. Sen tietää, et siinä tapahtuu mokia ja se jälki ei oo samanlaista ku sen pitäis, ei me voida tehdä nii hitaasti et ihmiset odottaa tääl tunnin saamatta mitään. **Näin on**. Must se on kauheeta semmonen tilanne kyllä... **Plus sit se et jos on, on tosiaan niin isossa paikassa mainos, et yht'äkkiä pölähtää niin iso porukka ettei mahu ees kaikki istumaan, ni ohan se nyt varmaan...** Nii- joo. **..myöskin taas asia mitä kannattaa vähä miettiä siinä**. Joo et näin se o, ja siitä ja tähän se varmaan usein perustuu se et tota saa jotain et joko palvelu on huono tai tota on.. annos ei tyydytä mut kyl siel on usein se, et tulee kiire kun se on sillee hallitsematonta et ku ei tiedetä koskaan et tuleeko kymmenen ihmistä vai viiskytä ihmistä **Mmm**. Että se on aina arpapeliä. Sitte ku se on siellä se yks kokki ja sielt tulee iso ryhmä ja siel on muutama pöytä odottamassa jo edellisiä, ni tota, sen tietää, ettei*

sit siel salissa enää olla kauheen tyytyväisiä. **Mmm. Ja vaikee se on asiakkaaltakaan vaatii aina pöytävarausta etukäteen tai nii-i ..ilmoitusta et paljonko...**Meillähän tos kotisivuilla, tota.. toivotaan et tehdään pöytävaraus ja hyvin se on kyllä et kyl se on aika pitkälti toiminu kyllä. Sillä lailla että tiedetään aika hyvin, et jos on varauksii paljon ni kiireinen päivä ja päinvastoin et ei niitä kadulta tuu kovin montaa et.. **No ni. No mites sitte toi digitaalinen ilme.. internet-sivut, esityspohjat, mainosmateriaalit?** No siinäkään ei oo käytetty ammattilaista sinänsä että meiän sivu, mä sanoisin, et se ei varmaan oo mitenkään helkutin hieno, siel ei.. Mut, mut.. mut mä oon siihen pyrkiny, et se ois selkeälukuinen ja sielt on helposti haettavissa se tieto mitä tarvitaan. **Mmm.** Et mä en oo lähteny ollenkaan siihen et semmosiin kalliisiin systeemeihin jossa haetaan hienoja sivustoja, jotka sit usein saattaa olla jopa niin, et ne on niin hienoja et ne peittää alleen itse asian. Mut et se on selkeää lukunen ja helposti löytää aukioloajat, ruoat, ne tärkeät tiedot mitä siin on. **Eli oleelliset tiedot löytyy.** Sellanen meiän ruokalistakin on. Se ei oo mikään koristeltu ja hieno hienosta materiaalista mut se on luettavissa helposti ja se on pienikokoinen et se on helppo pitää kädessä. **Sielt löytyy oleelliset tiedot,** Nii. ...**ja näin.** Nii. **No sitte tossa on vielä kuva ja graafiset pinnat, seinäpinnat, tarrat, opasteet, valomainokset, julkisivuteippaukset. No niin, logohan löytyi ikkunasta.** Joo, ei siellä muita teippauksia olekaan. Mitäs muuta siellä oli? **Opasteet. Valomainosta ei taida olla?** Ei, ja.. Sanotaan et tommonen toi tos ikkunassa vois kyllä olla semmonen menyy, mikä se nyt ois semmonen, siis menyy, joka ois valaistu, et se näkyis, ku toi on aika pimee kohta. Et meillähän se on tossa liitutaulussa. Ehkä vähä epäselkee on ja varsinkin pimeeseen aikaan ei siit nii kauheesti nää. **Noi opasteethan sä mainitsit aiemmin, ku puhuttiin niist vessakylteistä ja tämmösistä.** Nii. **Ja sä oot kumminki miettinyt niit jonkun verran.** No tässähän kato ku tää on tavallaan niinku, ku täähän on näin pieni paikka. Ei tässä kauheesti tartte jos sä katot et tääl ei vessa tuol ei voi olla vessa, eikä tuolla.. Se täytyy olla tuolla ja kun kävelee vähän matkaa, niin siel on sitte miehen ja naisen kuva. **No niin.** Ei oo koskaan tullu tilannetta et mis teiän vessa on. Ei voi sanoo, et ei koskaan, mut siis ei me jouduta semmoseen vastaamaan et siis kyl ihmiset löytää tääl hyvin. Tää on nii pieni paikka. (naurua) **Nii. Nii. Seinien läpi ei voi kuitenkaan..** Et ainoo mitä tos on, ni tota et naisten vessassa on valonäppäin ulkopuolella, se pitäis olla sisäpuolella, koska sitä, sitä ja me ei muisteta sitä aina laittaa päälle. **Nii on.** Sitä haetaan, sitä ei oo kans tullu tehtyä. **Mennäänkö sitten.. Hypätään vähän tästä tonne valaistukseen, kun siitä oli puhetta.** Joo joo. **Onks teil ihan valonapista? Vaihtuuks onks teil ylinpäättää siis esimerkiks, no perjantaisin teil on lounas.** Mmm mmm. **Mut sitte iltasin ni onks teil hämäämpää iltasin?** Joo. **Tietenkin ikkunasta tulee valoa.** Täällä on, kato tää on silleen et tää on tietysti päiväl tää on ihan eri valaistus ku illalla vaikka ei ois valoi päälläkään että, et luonnon valoo tulee niin paljon. Illalla tää on, tää on sävykkäämpi. Tääl tulee vähän sellasii punertavanruskeita värejä näistä baarikalusteista ja näistä et se sopii. Sanosin et se on suht koht tunnelmallinen. Meil on tossa säätö, et me ei pidetä ihan täysillä valoa normaali iltasel. Sit jos on joku tilaisuus, et tääl on vanhempii ihmisii tai muuta tai yksityistilaisuus ni voi pitää vähän enemmän, mutta sillo ku

tääl on nuoria pareja taikka tämmösii ni pidetään tunnelmavalaistusta. *Mut et nää on kuminkin säädettävissä helposti.* Joo kyllä. *Koska osalla sitte taas.. no tietenkin liittyy ehkä taas vähän isompiin paikkoihin, mutta sitte täytyy valotaulusta montaa nappii painaa ja tehdä semmonen mixi, et mikä nyt ois hyvä siihen tilanteeseen, mutta... Ja sit on näitä, joil on joku automaattiohjaus kellonaikojen mukaan tai... Joo. Mut ehkä tääl ei oo semmoseen tarvettakaan.* Ei oo semmoseen kyllä tarvetta että...jos on joku esiintyjä, ni sit mä, mä oon tuonu tänne lisävalaistusta, et et sanotaan et tässä yleensä esiinnytään. Et sanotaan et tarvitaan reilusti valoo lisää, et näkee nuotit tai jotain, ni. *Nii.* ...ni sit on hankittu lisää. Mut ei noin normaalisti tarvitse. Ja ikkunoissa meillä on ollut kyllä pienet lamput, jotka on ajastimilla toiminut, mutta mutta ne on vähä hankalat ne ajastimet et ne tota tuppaa ha-
joon tossa tota ku asiakkaat tota siirtää tuolia ..tai ne on vähä niinku asiakkaiden tiellä. Et me luovuttiin niistä. Mmm. Kyllähän se ois kiva et illallakin ois vähä valo tässä, mutta useimmiten me ollaan kuitenkin niin että ravintolassa on valot niin että.. yöllä enää ei kukaan kulje tossa. *Nii ja ehkä sekin sit taas juontaa siihen, et niinkun.. tähän niinkun alkuperäiseen rakennukseen et pistorasiat ois voinu olla niinku lattian tasossa tai lähempänä seinää eikä niinkun...Mmm. Jotenki nyt vähän keskellä, mut kuitenkin vähän..* Niin on joo ne on huonos paikas. Tuol on sama se, se on nimenomaan tossa että.. Mutta mut kyllähän niille vois tehdä, mut ne on aika isoi töitä et tos pitäis hajottaa vähä tota koko paneelia ja tällästä ja näit ei kiinnittäis vauhdissa et. Meillähän putkiremontti tulee et sit nää on tälläsii asioit et pitää miettii silloin ne voi muuttaa niiden paikkaa ... *Nii.* Kaikki on täältä pois tyhjänä ja sil-
lee. *Joo.* Tota.. Joo, kyl toi valaistushomma kans ollaan pärjätty näin. *Mites muuten noi materiaalit? Lattiat, katot, seinät, tekstiilit.. Ootsä ite valinnu kaikki?* Mmm... lattia, lattiahan tääl oli valmiina ja se on muuten hyvä lattia mutta.. vähänki märkä niin se on liukas. *Mmm.* Ja sitte tietysti ni mustassa ni näkyy kaikki, et puulattian mä haluaisin tähän. Sellaseks tummaks petsatun lattian ni se on helppohoitonon ja mukava. *No niin.* Semmonen kevyt tyylikäs narina. *Nii.. heheh. Siit tulee sit kans vähä sitä luonnetta sit lisää.* Joo. Mut semmosen mä nyt ..ku joudutaan tää lattia putkiremontin yhteydessä avaamaan, tota noin ni mä ajattelin et siihen laittais puulattia sitte. *No ni.* Ja tota tekstiilit. Noi pöytäliinat, ni tota. Joo ne mä hankin, mä halusin semmosen hillityn pöytäliinan. Mutta tota sitte täällä tos on tomonen ihan paperinen valkoinen toi liina, jota sitte ihmetteli, tää.. Tää tota, tää tota ihminen joka nää liinat teki, et minkä takii peittää nää kauniit pöytäliinat sitte. Sen takii hehe et toi on helkutin kaunista pestä joka viikko noita liinoja, ja, ja noi valkoset on iha hyvät, ku ne pestään. Sitte tääl on tota.. se mikä on voinut tehdä tääl sitä kotoisaa juttuu, ni tääl on niinku paremmisakin taitelijaravintoloissa, ni täällä on taitetta, taitetta seinillä eli tääl on taiteilija ostanu, tai myyny taulun muutamaan arkilounaaseen taikka yhteen viikonloppulounaaseen tai.. ja siel on sitte kauppakirjat taulujen takana ja... *Okei vau.* Joo. Ikkunat tosta ni.. Keksittiin ku yhestä vanhasta asunnosta noi - siis noi peilit - *Joo.* Noi ikkunaraamit saatiin ja tehtiin niistä peilit. *Sekin taas tämmösessä näin pienessä paikassa tuo sitä avaruutta sitte toisaalta lisää ja levittää sitä valoa.* Niin on niin joo. Kyllä, kyllä siis peileillähän sais paljo,

jos ois isot peilit ni paljo lisää sitä viel.. *Mmm*. Kyllä. *Mites sitte muuten toi kalustus*. No sitte nää tuolit. Nää on.. ei nää niinku mun silmää hivele, mut näissä on hirveen hyvä istuu. Ja se on tärkeä. Ja nää sopii vähä pienempi.. pienemmälle ihmiselle ku isommallekin ihmiselle. *Mmm*. Et se on kauheeta jos on semmoset tietsä kun ruokasalin tuolissa ni ihmiset ei tarte olla ni mielellään ei ois käsinojia. Ja jos on käsinojat, ni jos on vähänki tukevampiki ja leveempi ihminen tosta aterista ni se on ikävämpi asia, ku et sä pääse tuoliin *Nii*. Tai sit sä et pääse sieltä pois. *Nii*. hehe. *Ja sit se vaatis paljo enemmän tilaa jos on käsinojat*. Mutta raskaat noi on, että vois olla vähän kevytrakenteisemmat. *Sit ois vielä ergonomia. Tuolit on mukavia asiakkaiden istuu*. Joo. Kylhän sitä koetan tietysti aina.. Mitä nyt on joutunu hankkii ni miettii se et se nyt ois ergonomisestikin järkevä. *Mmm*. Mutta ... mutta mutta, se on sellanen juttu, että usein niinku se joka on hyvä ja käyttökelpoinen ei oo välttämättä niin kaunis. Aina- *Niii*. Mut mä kerron esimerkin, ku tota ihan nopeesti tästä tota.. *mmm*. Kun tommost kesämökkiä olin vuokraamassa ja itselleni ja tota sitte menin paikan päälle niin oli oikein kiva talo mitä vuokrattiin mut sitte siin oli sauna. Ja tää isäntä oli niinku hommannu, hommannu tommosen kontin ruosteisen... keltainen kontti joka oli siis tosi ruosteen raiskaama ja oli rakentanut sinne saunan. Kehu kuinka hyvät löytyt. No mä uskon, varmaan oli hyvät löytyt. Mut arvaapa jaksanko mä kattoa sellasta ruosteista konttia kesällä koko kesäloman. Heh-heh. *No joo*. Ni täst tuli vaan mieleen se että meil on Suomessa aika.. Verrataan ni Italiaan, jossa kaikki on aina hirveen tyylikästä ja hyvännäköstä. Meil on kauheesti sitä maailmaa missä mietitään vaan et mikä on käyttökelpoista ja käytännöllistä *Mmm*. *Ni et jos maalataan rappukäytävä* ni pääasia et se on maalattu koska täytyyhän siinä maali olla. Mut ei ajatella myös sitä et se vois olla myös sellanen et se ois ilo silmälle. *Nii, näin on*. Tota... tota näin se vain nyt on näin. Se et tota, tietysti kauneus on katsojan silmässä, mutta tota että.. Usein on näin, että, että joku kaunis tuoli esimerkiksi, että se ei ole välttämättä hyvä istuu. *Niii. Näin o*. Se pitää sit vaan ... et tässäkin on just se kompromissi et ei tää mun mielest mikään kaunis tuoli ole, mut se nyt vaan on niin hyvä istuu et sen takii mä päädyin siihen. *Mmmm. Mut niihän tässäkin on tavallaan koottu nää kaikki kolmeen sanaan; tyyli, tunnelma ja toiminnallisuus*. Nii, nii. *Elikkä kaiken täytyy olla myös toiminnallista eikä vaan nättiä*. Joo. Nii o. *Mutta myös sit sopia siihen tyyliin*. Joo. *No sit on viel toi akustiikka. Tääl nyt ei hirveesti tietenkään ehkä pienes paikas kai'u , mutta vai onks tää ollu semmonen et sä oot joutunu niinku miettii näit asioita*. Tota.. Joo sen verran et katos ku mulhan on tääl kaakelia, tuolla. Mä tykkään itse kaakelista. Tän mä jätin kaakeloimatta, mut jos mä oisin tohon laittanut kaakelia, täällä kaikuis iha toisella tavalla. *Joo*. Mulla on yks mainostoimiston mies, ystävä, joka tota, edesmennyt, mutta sanoi kaveri et tos täytyy kuuluu astioiden kolina ja kaikki, et kaakelia vaan joka paikkaan. Sanoin et joo-o, mutta kun sä et oo ainoa asiakas täällä, ku moni muu ei tykkää siitä. Et jossain ihan lounaskuppilassa se on jees, mutta täällä että...Tääl on hyvä akustiikka. Tääl on aika usein ollu kitaristi tai bändi soittamassa akustista musiikkia. Soi aika kivasti, vaikk on näin pieni tila *Mmm...* ja matala, mut soi aika kivasti ja kuitenkin ei ei tota, tuu sellasta hälyä että.. kovin paljoa mun mielestä. Että ehkä noi.. Tääl nyt ei oo sei-

nillä mitään sellasta pehmeätä, mut ei se vaan ... *Mut oha tuol siis kuitenkin... Ton ison leivinuunin päällä on, on näit pannuja ja, ja tommost kuivakukkaa, mikä nyt sitte kans toisaalta vie sitä ja sit on seinällä tauluu ja hyllyy, mikä myöskin sitte on edes jotain et se ei niinkun... Jos ois ihan tyhjät seinät ja, ja muut, ni kyl se varmasti kaikuis enemmän.* Kyllä, kyllä varmasti. *Ja sit toisaalla kans yks toinen sano et he oli miettinyt et ois jättänyt ihan tommosen olikse nyt betonilattia vai näin mutta tota sitte oli huomannu et se ei toimi ku alkaa sitä puheensorinaa tulla ni se moninkertastuu siit, et sit se oli päättäny laittaa siihen maton vielä.* Joo se on hyvä et sil matolla saa kyl vielä... Joo, kyl se sit se ääni nousee ku, kun tota ihmisten pitää ruveta käyttään enemmän ääntä jotta kuulis ja sit toinenki käyttää. Ja (klik). Se on.. *Mutta näin.. mennään eteenpäin sitten.* Mmm. *Tota, miten sä koet ton visuaalisen identiteetin vaikuttavan ravintolan menestymiseen? Onks sil nyt sit merkitystä?* No on varmasti. Se on, se on yks suuri osatekijä. Osatekijä.. ja siis ku se on kuitenkin kaikessa, sehän on myös siinä ruoka-annoksessa. *Niin, näin on.* Se on yhtä kuin ruoka, osaltaan myöskin. Tottakai se, se.. Mä itse painotan tommosta hi.. Siis ruuan tärkein asia minun mielestä on ja hyvin monelle se varmasti on, on ruuan maku. Et jos ruoka ei maistu oikein, et sitä ei oo maustettu tai muuta, niin kyl sitä nälkäänsä syö, ja näin, mutku ravintolaan ei usein ainakaan tämmöseenkään ravintolaan tulla välttämättä vaan nälkää tyydyttään, vaan myös nauttimaan...*Mmm.* Et sanotaan, et paremmin se ehkä tulee esille jos tehdään kastikkeita. Ja mä oon niinku noille kokeillekin aina sanonu et siis maistetaan, onks tää hyvä. Ei, jotain puuttuu vielä. Valitettavasti oon nähny semmosiiki kokkeja jotka ei niinku maista juurikaan. Vaan et se on, se on niin..Okei, se on.. on tullu tatsii, mutta et tietää et se on suunnilleen, mut tietsä että tää ei... Joka asia pitäis maistaa. Ni tota kastikkeessakin, se voi olla pikkasen happoa sinne, ehkä pikkusen sokeriä, vähän suolaa.. ni sit se muuttuu ihan toiseksi, sit se on niinku loistava. Ilman niitä ni se on... sielt puuttuu... se on pliisu, tai jotain. *Mmm.* Se, se, sen mä pidän ykkösasiana. Mut totta kai siis se se ulkonäkö, se rakenne ja kaikki, ni se on hirvee tärkee. Ja kuitenkin tänä päivänä ku, kun tota ihmisillä on rahaa ja tällästä ni voi vaatii. Ja tota toisaalt, niinku kuitenkin ei, ei välttämättä ravintolaan mennä täyttää vatsaa ihan täysin, vaan siin haetaan sitä visuaalisuutta ja kaikkee tällästä sit mukana, että katotaan nyt noita fine-dining -paikkoja, ni kyl siel tuntuu se ulkonäkö sitte olevan melkeen vielä tärkeempi ku se että miltä se sit oikeesti maistuu. *Nii et sit saattaa asiakkaalle tulla se pettymys taas että ... Nii-i. Näyttää paremmalta ku maistuu. Nii. Mut toisaalta sitte ohan se siinä et tekeekö sitä mieli maistaa, jos se näyttää ihan...kauheelta..*Joo, ei.. ei, se..siinä voi olla kuule että on väri epämiellyttävä... ni ei viitti edes maistaa. Se voi näinki käydä et. *Nii-i,nii.* Et kyl se visuaalisuus on hirveen tärkee siinäkin. Et sillä on merkitystä, erittäin suuri merkitys. *Mitäs sitte jos aattelee näitä asioita, mitä on tossa niinku mainitu, onks niillä sitte merkitystä?* On niil on merkitystä sillai et tota siis, siis tää puoli varsinkin, mun mielestä tää graafinen suunnittelu, ni sehän, sehän näkyy sitte siinä et ihmisillä on helpompi toimia ja olla siellä. Hän löytää kaikki hyvin tota ja huomio kaikki tarpeet et..*Mm.* Et, et sillon merkitystä. Ja tääl on, tääl on sit taas sitä enemmän sitä fiilispuolta, joka on

kans hirvee tärkee. *Onks näit asioita sun mielestä... sä tietenkin sanoit et sä vähän, vähän käyt muissa ravintoloissa, mut onks niitä sun mielestä tarpeeks mietitty?* No, mä olisin sitä mieltä et yhä enenemässä määrin niitä mietitään ja sitte kun on paljo ravintoloissa ammattisuunnittelijat ni kylhän ne tietysti pystyy tämmösii... mutta kyl, kyl sitä on paljon, paljon sitä, ettei vaan tulla huomioineeks semmosii asioit ja se on niinku se että sitä on vähä sokee ite niille asioille.Niinku mä sanoin et ku mä olin eilen siellä ni mä totesin tällästä.. siis et wc oli niin huonosti viitotettu et suorastaan harhaanjohtavasti ja te näitte tos mun kaverin kanssa. *Joo.* Et tää antaa käsityksen et mennään tonne. Se ei ollu sil taval paljo... Ja tota se että mistä saa tarjottimen ja mistä se tilataan ja minne tarjotin jätetään ku on syöty. *Mmm, nii.* Ja tämmöstä. Tääl puolen on tärkee se et et se tulee helpommaks. Siis ravintoloissaha on mun mielest tärkeetä se, että tehdään asiat mahdollisimman helpoksi asiakkaalle. Et meillä on.. jossain vaiheessa opetettiin niinku tarjoilijoitakin ni tää, mun mielestä liian tiukkaotsaistekin, et että aina ota anna oikealta, vasemmalta -?-. Jos siel on joku tolppa edes tai muuta, ni eihän siit voi ..taikka sitten muuten on hankala tilanne ni minkä takia käyttää tämmöstä typerää et siis se täytyy tehdä mahdollisimman helpoks sille asiakkaalle, että. *Nii.* Kaikessa. *Ei vääntäydytä pieniin väleihin sitte.* *Joo* ja sitte jos ollaan kauheen muodollisii niin ainakin semmosille ihmisille jotka ei semmosta ravintolatapakulttuuria kauheesti opetellu ja muuta ni ei niil oo mukava istuu ja olla siinä. *Mmm, joo.* Et helpoks pitäis tehdä. *Uskotsä et noil asioil tulee tulevaisuudessa olee viel enemmän merkitystä, mitä ehkä nyt on?* Uskon. *Joo.* Kyl se tota tää.. luulis ainaki et tää palvelukulttuuri koko ajan niinkö kasvaa ja kehittyä ja tavaltaan vaatimustaso nousee ja kilpailu siinä kasvaa ja näin. *Joo.* Ku me ajatellaan viel tosta niinku jos ollaan, ollaan vaikka Ranskassa jossain kolmen Michelin-tähden ravintolassa, niin, ni varmaan olet kuullut sinäkin.. Joku kaveri on käyny istuun, ni ihmettelee, ku kaikki tulee, vaikkei tota oo mitään niinku... Sanotaan näin, et siihen aikaan, ku sai tupakoida vielä ni ravintolassa, oli tyypillistä se että, että tota ku sä oot tupakkaa etsimässä, sielt tulee joku tarjoilija ja tuo. Se osaa heti laskee, nyt, nyt tuo hakee tupakkaa, mä tuon äkkii tulen siihen.. Ja näin. Et kaikki tulee ja menee, ettei niinku ite tarvii tehdä yhtään mitään, et se on niinku aika hienoo, hienoo palveluu. *Joo, pystytään niin ennakoimaan niitä asioita..* *Joo,* ajattele..jos tarjoilija niinku ammattitaidolla ja pitkään tehny ni se oppii lukemaan ihmistä kyllä. Mut silloin se ei toimi, jos niinku.. niinkun on tilanne se, et sä tarjoilijaa yrität vinkkaa, mut ku se ei nää ku se yhden asioita palvelee. Ei koskaan katse nouse muihin pöytiin, tartteeks joku muuki jotain. En tiedä, meil on sit taas toisaalta, meillähän on hirveen paljon tarjoilijana kuitenkin ei-ammattilaisia nykyään. *Mmm.* Ja toisaalta toi, jotain niinku opiskelijoita ja muita, mut ei sekään sinänsä nyt niin huono asia oo.. Et toi muodollisuus on vähentynyt, et ei asiakkaat välttämättä sitä muodollisuutta tartte, jos se nyt ei mee ihan oikein, pääasia on et asenne on hyvä ja tälläi. *Nii, nii, näin on. Mites sitte...vähän tos tulikin jo noita...Jos ajatellaan et mitä asioita suunnittelijan pitäis ottaa huomioon visuaalista identiteettiä suunnitellessa ravintolalle? Ja nimenomaan ravintolalle, ni tietenkin just näistä opasteista on paljon puhuttu jo, mut onks jotain muita sellasii asioita, mitkä on sun mielestä niinku kai-*

kist tärkeimpiä? Hmm, hetkinen. *Esimerkiks näistä. Tai mikä on semmonen, mikä esimerkiksi tämmöseltä mikä ei oo ravintola- alan ammattilainen, joka tämmöst lähtis suunnittelemaan. Ni mikä on se asia, mikä usein unohtuu sieltä?* (Huokaus) *Onks jotain mitä he ei sit ajattelis välttämättä?* No tota, varmaan on monii asioita siis jos mä nyt ajattelen niinku, et siel ei ois ammattilaisii mukana? Ollenkaan vai? Pyörittämässä sitä? *Niin no siis et mitä taas sen ravintola-alan ammattilaisen täytyis sitte sanoa, jotta se asia tulee oikein tehtyä? Mihin sä kiinnittäisit ensimmäisenä esimerkiks huomiota?* Emmä osaa sanoa et onks sellasta yhtä tai tällästä, että... *Joo.* Se on jotenkin näin että, se niinku ammattilaisellekin hyvä ois käydä aika paljon ravintoloissa ja kattoo se, et ku tulee ovest sisään, ni kaikki se asia. Yks ... Sanotaan et jos lähetään alusta. Asiakas tulee sisään, ni ensimmäinen tärkeä asia... Nykyäänhän ei oo vahtimestareit enää juuri missään, ni tärkein asia on se, et se asiakas otetaan vastaan. *Mmm.* Sillon hirveen vaikee...Se voi pyöriä ja ihmetellä et mitä tä s pitäis tehdä. Täytyskö täs odottaa et mut ohjataan pöytään, vai mitä... Siis se on... Kuka se nyt sit salissa on. Pienessä paikassa on yks tarjoilija, se on hänen hommansa, isommassa on tietysti hovimestari, mutta, mut se et otetaan... Tervetuloa, takkia naulakkoon, olkaa hyvä istukaa pöytään.. Tällä tavalla se lähtee. Se asiakas pyörii tossa oven edessä, ei tiedä, juoksee kohta karkuun, jos ei sitä oteta huomaa(?)... *Nii, ni.* Et se niinku, se lähtee siitä että... Sit se on niinku se, et koko matkan ajan se pitää tietysti ensinnäkin kattoo et minkätyyppinen ihminen se on. Joku ei halua liikaa, et siinä koko ajan pyöritään ja, ja niinku palvellaan. Ja taas toinen halua hirveesti sitä ja halua seurustella, keskustella ja, ja siihenkin täytyis löytyä aikaa, vaikei sitä aina ole. *Mm.* Että..Emmä tiä, se.. tää koostuu niin pienistä palapeleistä, joka osa... pitäis olla jotenki kohdallaan. Ei oo yhtä oikeeta varmasti missään, mut et se kokonaisuus olis se, et se asiakas, sil on hyvä, turvallinen olla. *Mmm.*Se viihtyy, on tyytyväinen. *Joo.* Niin ne keinot ku löytyy ni.. Mut et sanotaan ni ihan varmasti jos asiakas asiakasta ei oteta kunnolla vastaan, se ei tiedä saaks se mennä istumaan pöytään vai ei ja mihinkä pöytään... Jos tota se, tota se on töksähtelevää se palvelu.. Jos ruoka kestää hirveen kauan, eikä tulla välillä mitään sanomaan... Jos ruoka on epäonnistunut... Jos ei millään lailla koeteta sitä hyvittää siitä että joku esimerkiksi on epäonnistunut tai tai jotain muuta, ni ..eihän se asiakas toista kertaa tuu. *Mmm.* Et siin on paljo asioita, joita voidaan siin matkan varrella kattoo et nyt, nyt meni joku pieleen, nyt täytyy hyvittää ja.. *Joo.* Voiks, voiks talo tarjota jotain tai, tai näin. Se on hyvin pienestä kiinni, jos se et saako talo tarjoo kahvit, ku nyt kesti niin kauan.. Tai jotain mitä vaan, niin se muuttaa sen asiakkaan fiiliksen. Et täs ainakin yritettiin. Ja mut huomioitiin. Et mä oikeesti jouduin kyllä odottaan. *Joo.* Mut he huomioi sen ja totes ja yrittivät tehdä sille jotain. *Nii. Ne on tärkeitä asioita.* Salis on tärkeitä, et ravintolassa mun mielestä ja siis tää on asiakkaiden... Et salissa on joku, joka selvästi hallitsee sen tilan ja pitää ne asiakkaat hyvänä ja asiakkailta on niinku hyvä ja turvallinen olo. Et siel on tavallaan niinku sellanen patruuna. *Mmm.* Et jos siel on vaan, et mä oon vaan tääl töissä, et mä oon opiskelija, mä oon tänään tullu tänne.. Ja totta kai tämmönen ni ei se pysty sanomaan, et joo että talo tarjoo teille jäätelön kun näin, ei hän pysty tekemään tommosia pää-

töksiä. Mut jos siel on on tyyppi, omistaja taikka sitte.. Sitte kuka se onkaan, jolle on annettu valtuudet siihen että asiat koetetaan hoitaa niin, että asiakas on tyytyväinen, et tilanteen mukaan.. Koska tässähan niinku aina tapahtuu jotain mokia, unohdetaan joku, viini oli liian lämmintä, ruoka kesti liikaa. Tätä sarjaa.. ni yrittää korjata se moka ja korvata se jollain. Emmä osaa sanoa mitään semmosta yhtä asiaa, mikä ois, mikä ois tärkeä. Mutta se palvelu se on ..on sellanen, et aina puhutaan et suomalaiset ei osaa oikein palveluammattissa olla että, mut emmä tiedä kuin se ku tota.. Toiset on erittäin hyvii, toiset on vähän töksähtelevii.

Mmm. Mun äiti oli tota kukkakauppias ja hänen mottonsa hyvästä palvelusta oli se että, jos liikkeeseen tulee huonotuulinen asiakas, niin hänen tehtävänsä oli saada se hyvällä tuulella pois. Et se on hänen mielestään hyvää palvelua. Must se oli aika hyvä opetus. **Joo. Näin o. Ja kun niitäkin on paljon semmosii, kiireisii ja stressaantuneita ja, jotka tulee ehkä vähän yrmy suussa.** On, on ja tota.. On monia syitä, minkä takia... ja, ja sitte tosiaan kiireinen, nälkänen, kotona on riideltä, vaimon piti tulla mukaan syömään, muttei tullu tai jotain, mitä lie. Sitte on tietyst semmostakin että, että asiakas halua vähän snobbailla viinitietämyksel tai noin, niin, niin siihen ei pitäis lähteä kauheesti mukaan. Et mun mielestä se annettais hänelle se pala, ettei lähe sellaseen kilpailutilanteeseen et ruvetaan oikomaan sit et tällästä ja tällästä. Annetaan se, sekin helpottaa paljon jo. **Nii-i.** Ei se oo iteltä pois mitään jos, jos antaa asiakkaan olla oikeassa.(naurua). **Nii.** Ei ihan kaikessa asiassa, että, mutta useimmiten. **Mm. No mites sitte, aiot sä jatkossa käyttää suunnittelijaa johonkin? Ja jos, niin mihin? Tai millä.. jos käyttäisit, ni miten sä valitsisit sen suunnittelijan? Mitkä ois ne perusteet?** No mun pitäis joko tuntea hänet, tai sitte tuntea joku ihminen joka suosittelee häntä. Mutta sanotaan näin, että mielellään en näin pienissä tämmösissä kuvioissa nii mitään ammattisuunnittelijaa ota. Mun mielestä tämmöseen niinku, tai ei, ei välttämättä vaadi ja sit ne on usein semmosii että ne on sitte ehdotomia, et siihen ei sit saa enää ite sanoa omaa mielipidettä ollenkaan. **No täytyyhän sulla itelläkin semmonenkin olla.** Eikä sit saa tehdä mitään muutoksia. **Tottakai suunnittelijan täytyy kuunnella sitä asiakasta myös.** No joo, mutta et on paljo näitä suunnittelijoita jossa ei sit mitään muutoksia saa tehdä. Se on hänen... **Nii.** ..designinsa. **Mut et se ois niinku tuttuus tai se, että synkkaa sen kanssa, sen suunnittelijan kanssa ...Joo....tai sitte se, just nää suosittelijat, referenssit.** En mää siis tota, nyt mä puhun niinku näin pienest. Se on eri asia, jos mennään jonnekin isoon, isompaan kuvioon ja muuta, ni eihän silloin enää mikään oma näkemys voi riittää sillä lailla...**Mm...** Tottakai sillai, että jotain asioita, mut kyllä se vaatii ammatti-ihmisen, jolloin tietää materiaalit, tuntee ne ja miten ne käyttäytyy ja kaikkee.. **Joo.** Tottakai. Mut tälläsessä näin pienessä kuviossa ei. Mut sitte taas toisaalta siis se semmonen niinku hyvä että, että saa vinkkejä ulkopuoliselta, kun täs tosiaan tulee ite sokeeks. **Mmm** ...Et mullakin niinku tässä tekee sitä duunii, duunii, duunii, aina on vähän niinku kiire. Ja tota, ei oo sitä, ei tietenkään, tota asiakkaan kannalta sitä näkemystä. Että sä et oo ikinä asiakkaana täällä ni... **Nii, nii.** näin. Pitäis joskus tulla vaalepuvussa, asiakkaana. (naurua) **Nii nythän näitä on, näitä pomo piilossa -ohjelmia, missä sitte korkein johto lähtee taas..** Niin. **tekee töitä.** Niin on, joo. Sinänsä ihan kamalaa, mut

toisaalta, ni varmaan hyvin opettavaista. Heheh *Nii, Nii-i, näin on.* Joo. *Jep. Mutta jos ei sulla oo multa mitään kysyttävää, niin mä kiitän sua hirmuisesti.* Noo. *Kiitos että sain tulla haastattelemaan.* Eipä tässä mitään, kiitos itselles. *Mä annan tosta vielä. Jos haluat mieltä tai ottaa yhteyttä, niin on, on tota ton toimeksiantajan yhteystiedot ja sitte saat myös ton muistilapuksi itsellesi.* Okei. Rune Berg.

Liite 3. Tio Tikan sähköpostihaastattelu

- **Pohjatiedot**

- **Saako nimesi julkaista tutkielmassa?**
Saa julkaista nimen tutkielmassa.
- **Kuinka monta ravintolaa olet avannut / ollut mukana avaamassa?**
Riippuen hieman ravintolan ja sen avaamisen määritelmästä. 1-3.
- **Minkä tyyppisistä ravintoloista on kyse? (Esim. fine dining)**
Hyvin kasuaaleista ja streetfoodista.
- **Minkä ravintoloiden toiminnassa olet vielä mukana, miten?**
Carelian, Kuun, Kuukuun, Tintintangon, Suolan, Camioneten
- **Mikä on ravintolasi/ravintoloidesi liikevaihto? Entä henkilömäärä?**
N. 5 miljoonaa euroa ja n. 60 työntekijää.
- **Kuinka kauan ravintolat ovat olleet toiminnassa?**
Vanhin vuodesta 86, uusin viime vuodesta.

- **Mitä pidät tärkeimpinä ravintolasi/ravintoloidesi menestystekijöinä? (Mikäli ravintola on toiminut jo pitkään, miten se lähtenyt liikkeelle/miten ravintolasta tuli suosittu?)**

Pitkäjänteistä työtä, sijaintia, erittäin hyvin onnistunutta asiakashankintaa. Kaikki tällä hetkellä menestyksellä pyörivät ravintolani ovat lähteneet liikkeelle hyvin hitaasti ja pikkuhiljaa vakauttaneet asemansa.

- **Mistä asiakaskokemus koostuu? Jaa ympyrä lohkoihin tai kirjoita osuudet, perustelee vastauksesi.**

20% Ilmapiiristä, useat esimerkit Helsingissä näyttävät, että kivan ilmapiirin omaava ravintola on aina täynnä, vaikka ruoka ei olisi hinta-laatusuhteeltaan mitenkään kilpailukyistä.

40% Ruoan ja juoman laatu, tottakai pitkäjänteistä ruokaravintolaa rakennettaessa äärimmäisen tärkeä.

10% Varaus- ja illanvieton jälkeinen aika, harvinaisen huonosti hoidettu lähes kaikissa Suomen ravintoloissa.

10% Tilojen toimivuus.

20% Palvelu, äärimmäisen vaikea nykyisillä henkilöstökustannuksilla ja henkilökunnan saatavuudella toteuttaa tarpeeksi hyvin ja kustannustehokkaasti.

- **Oletko aiemmin kuullut käsitteestä ”visuaalinen identiteetti”? Mitä se mielestäsi sisältää?**

Olen kuullut. Mielestäni visuaalinen identiteetti on äärimmäisen tärkeä osa ravintolakonaisuutta, vaikka sisällänkin sen itse enemmän ilmapiiriin ylempässä kysymyksessä.

Mielestäni visuaalinen identiteetti sisältää kaikki detaljit nettisivuista ravintolan sisustuksen kautta henkilökunnan työasuihin

- **Miten ravintolasi visuaalinen identiteetti on rakentunut? Avaa sähköpostin toinen liite. Käy kohta kohdalta läpi miten seikat ovat toteutuneet ravintolassa/ravintoloissasi. (Kenen ideoista, kuka on suunnitellut ja kuka toteuttanut? Onko jokin kohta jäänyt kokonaan huomioimatta? Onko mielestäsi pienillä yksityiskohdilla, kuten servieteillä tai mahdollisesti mukaan annettavilla ruokapakkauksilla merkitystä?)**

Yksikään kohta ei ole jäänyt yhdessäkään ravintolassani huomiotta. Muutamassa ravintolassa on käytetty ulkopuolista suunnittelua (sisustussuunnittelu), loppuissa nämäkin suoritettu itse.

Kaikkien paikkojen mainosmateriaalit ja nettisisältö on toki ulkoistettuna toteutettu jälkikäteen jo ravintoloiden ikä huomioonottaen, näissä tilanteissa olemassa olevasta materiaalista (sisustus yms.) on rakennettu visuaalisen identiteetin peruspalat, jonka ympärille rakennettu nettisivut yms. matskut.

- **Miten koet visuaalisen identiteetin vaikuttavan ravintolan menestymiseen? (Esim. asiakasmääriin, tunnettuuteen, myyntiin, kilpailuetuun?)**

Hyvin suuresti. Ottaen huomioon kaupungin ravintola-alan kilpailun, se on hyvin vähälle huomiolle jäänyt osa-alue yksittäisillä ravintola-alan toimijoilla.

- **Mitkä asiat suunnittelijan tulisi ottaa huomioon visuaalista identiteettiä suunniteltaessa ravintolalle?**

Liitteen listatuista asioista kaikki ovat toki ravintolaa koskevia asioita, enkä osaa yhtäkään nostaa toisensa yläpuolelle. Työergonomia on tosin asia, johon ravintola-alalla ei hirveästi voi sitä ymmärtämätön suunnittelija mitään, esimerkiksi keittiössä olevat ratkaisut muovautuvat aina itsestään, yksikään ravintolakeittiö/baaritiski/muu työpiste ei ole koskaan toiminut niin, kuin suunnittelija olisi olettanut / halunnut.

- **Aiotko jatkossa käyttää suunnittelijaa, jos aiot, niin mihin ja mitkä seikat vaikuttavat suunnittelijan valintaan?**

Aion ehdottomasti. Ravintolan remonttiprosessi on äärimmäisen pitkä ja raskas ja vaikka se onkin nautinnollista, yrittäjällä itsellään pitää olla kaikki mahdolliset voimavarat käytössään nimenomaan toiminnan aloittamisvaiheessa. Ravintola avataan vain kerran ja jos yrittäjä on ottanut koko suunnitteluprosessinkin harteilleen, eikä hänellä ole voimavaroja suunnitella / toteuttaa itse käytännön toimintaa hyvin tarkasti, ei hyvinkään toteutuneesta suunnittelutyöstä ole juuri mitään iloa. Itse olen tämän omakohtaisesti kokenut ja tulen jatkossa ehdottomasti ainakin isoissa projekteissa käyttämään ulkopuolista suunnittelijaa.

Valitsemisessa painottaisin lähestulkoon pelkästään aikaisempia työnäytteitä.

Liite 4. Lennart Sukapään haastattelu

Mennään suoraan asiaan niin en tota vie yhtään enempää aikaa kun on tarvis..Joo, ei mitään. Ööh, ensimmäisenä, että saako sun nimeä julkaista, vai pidetäänkö.. Saa, saa, saa, saa ..pidetäänkö jemmassa? Ei, saa julkaista Jees eli Lennart Sukapää. Joo. jees. joo Gastone. Joo. Ööh, mites.. Noita vähän pohjatietoja.. Eli kuinka monta ravintolaa olet avannut tai ollut mukana avaamassa? Mä oon periaattees kuuden, kuus ollu avaamassa. Kuus. Minkä tyypisiä nää on ollu nää ravintolat? No siin on ollu ruoka.. pari ruokaravintolaa, ja sitte tota kolme niinkun musiikkiravintolaa. Okei. ..Ja seittemäs (7.) tulee nyt syksyllä, se on ruokaravintola. Noni. Eli lisää kaupunkiin uutta. Joo, noni. Onks tää minkä.. tosiaan ruokaravintola, mut onks tää mihinpäin tulossa? Tohon Ludviginkatu 3-5. Okei. Eli ihan tohon kulmille, kulman taakse. Ootko vielä, onks nää kaikki samat toiminnassa vielä, ootko kaikissa mukana. Öö, en oo.. Mä oon ainoastaan tässä(Gastonessa), eli en oo missään tekemisissä enää noitten vanhojen kanssa. Eli tämä ja site toi uus, mikä avataan. Joo, kyllä. Mites, öö, vähän liikevaihtoa ja henkilömäärää et pystyy.. Joo, meit on.. Meidän liikevaihto on noin yks kaheksan bauttiarallaa, ja ja meit on kuustoista muistaakseni palkkalistoilla noin suunnilleen. Kuustoista.. joo ..ja liikevaihto oli..? Yks kaheksan. Okei. Kauas tää on muuten tää Gastone toiminu? Nyt meil tulee kymmenen vuotta tos syksyllä, elokuussa. Nonni! Eli joitain vuosia. Kyllä täs on jo pyörityt. Joo, joo. Onks toi, onko jo ihan selkeetä ajankohtaa et millon toi aukee toi uus? No se on lokakuun viidestoista viiva marraskuun ensimmäinen päivä, siin, sillä kahen viikon jaksolla. Joo. Eli, tavallaan se on niin ku kymmenen vuotta on tätä duunannu, ni nyt vois tehä jo jotain muutaki vähän lisäks välillä. Nii, näin on. Mul lähtee kumppani siihen, et mä en oo yksin siin. Okei. Mites tota, mitä sä pidät tärkeimpinä ravintolan menestystekijöinä? Jos ajattelee niit vanhoja ravintoloita et miten ne on lähteny liikkeelle ja miten sitte minkä takii tää Gastone on nyt selvinny kymmenen vuotta? Osa, joo.. siis osa niist vanhoista oli hyviä konsepteja.. öö.. Yks oli huono konsepti, mut mä en tota.. mä en ollu yksin päättämässä. Mä tiesin jo et nyt mennää, nyt mennää syvälle ja niinhän me mentiinki, mutta.. Mutta mä olin siin vähemmistöosakkaana, ni mul ei ollu valtaa siihen asiaan ja tota.. Jos me ajatellaan tätä, tän niinku tarinaa, ni sit tota.. Ni tavallaan ravintola.. niinkun asiakkaiden kanssa ei tietenkään pidä kikkailla millään tavalla, eli siis niinkun suuri osa, suuri osa asiakkaistahan ei niinku, ei tiedä hirveesti alasta. Okei, no nyt kokoajan enemmän ja enemmän, ku kokkiohjelmat ja muut valottaa.. Joo. ..sitä koko tätä ruoka kiinnostusta kohtaan, mikä on tosi hyvä. Jos me aatellaan mitä se.. mennään niinku kymmenen vuotta taaksepäin, tavallaan siihen et ei me lähetty tekee liian hienoo missään nimessä, kohtuullinen, no okei, kaikil nyt on aika samat hinnat tänäpäivänä. Et tietenki se sun valtti on se et, et mitä sä saat sil samalla hinnalla, et saat sä niinkun täällä tehtyy ruokaa, vai puoli-, puolivalmisteen, vai.. Et kyl mä niinku.. kasvaa kilpailukyky.. Sit tietty palvelu, meil on kaikki henkilökunta on omaa, ja tota, no kaikkiahan me ei tietenkää voida miellyttää se nyt on ihan mahdoton yhtälö, mutta kuitenkin.. Mut kaikki on niinku omaa väkeä, et me ei

käytetä vuokra, vuokratyövoimaa ollenkaan ja tota se taas niinku, se antaa sille asiakaspinnalle hyvän fiiliksen, et tavallaan ku sä tuut tänne, sä tiedät, et aina tääl on ainaki joku tuttu, että.. *Niin niin*.. Henkilökunta on ollu pitkään duunis mulla, yli viis vuotta osa, tietenki pientä vaihtoo mutta siin niinku käytännössä, niinku periaatteessa pitkii siivuja ja ja tota.. Ehkä niit motivoi ku ne tietää et aina ku tulee viis vuotta täyteen ni mä vien ne Italiaan ja muuta.. *Noni, se on ihan kiva motivaattori kyllä. Joo. Tota mites sitte, miten alun alkaen sä oot saanu ne asiakkaat tänne? Ootsä lähteny mainostaa hirveesti vai..?* En, kylhän niinku, kylhän ravintolois on se, et puskaradiohan laulaa. Et käytännös katsoen kun yksityisihmiset avaa ravintoloit tänä päivänä ni eihän ne mainosta. Ei kukaan mainosta koska jos me aatellaan et.. me ollaan mainostettu itse asiassa, et nyt me mainostettiin ensimmäisen kerran niinkun ihan sanomalehdessä, koska meil tota viime syksynä lokakuun kuudestoista päivä ni meil hajos vesiputki keittiön tossa katon päällä ja me oltiin kolme ja puol kuukautta kiinni. *Okei.* Ja tota, sit me laitettiin, se oli Huvudstads bladetissa ja Nytissä niinku kaks kertaa mis kerrottiin et me ollaan taas auki. *No ni*.. Ettei tavallaan niinku et... okei, omille asiakkaille tietenki tiedotettiin kenest oli tietoo ja muuta, mut aateltiin nyt et tommonen vähän julki-sempi. *Joo.. Mikä siinä sitte, et ne ensimmäiset asiakkaat saatiin jotka tänne on, on..* - Aikoinaan tullu- *Nii, miten ne on*.. Mistä ne tuli? *Nii mistä ne on eksyny tänne?* No siis..Sillon ku me, me avattiin perjantaina, ja Ruokatorstaina Hesari (Helsingin Sanomat) kirjotti jutun Ruokatorstaissa silloin edellisenä päivänä torstaina, ni se, sieltä, sielt tuli niinku paljo.. *Joo*.. joist osa on niinku vielä tuttui asiakkaita just niistä, jotka kävi sinä ekana iltana tietenki. *Okei.* Mut sit mitä muuta, ni sitte kylhän täs niinku kokoajan ihmisi käy, siis ihmisiin hän liikkuu vaikka tää ei nyt oo mikää Esplanadi, mut kuitenkin.. sit niinku ku ihmiset näkee et hei, jotainhan täs tapahtuu.. ja sit jonain päivänä se on vaan auki ja sit ne tulee.. ja kylhän niinku.. ja kylhän niinku lehdet kirjotti -Hei!- ..lehdet kirjotti niinku, on kirjottanu hirveesti meist niinku, mul on semmonen tommonen leikkelekirja vuosien varrelt niit juttui. *Joo.* Et, et tavallaan nehän, nehän se paras mainos on, ja sitte.. *Onks sit nimenomaan se ruoka minkä takii ne tulee takas vai tunnelma, mikä tääl on niinku se, osaatsä vastaa mitään sellasta..?* Kyl mä luulen et se on se kokonaispaketti. *Okei.* Et täähän niinku sisustukseltaan, tähän koitetaan, et on niinku sama kymmenen vuotta vanha.. No okei, tuolit on uusittu kerran, nyt tääl vähän freesattiin, vaihdettiin valaistusta mut ei me niinku tätä perushommaa täst muute-ta koska ei, niinku eihän, perinteinen klassikkoravintola, ei se kokoajan tällee uusiudu, et se on ihan eri ravintolatyyppe se ja kylhän mul oli idis tehä täst niinku pitkäkestonen. *Joo.* Et sen takii, vaikka nyt jouduttii kiinni ja kunnostaa alakerran asiakas wc:t ja alakerta remontoitii täysin ja sit tietysti freesattii kaikki täällä, mut ei niinku muutettu ilmettä millään tavalla. Et kyl mä uskon et se kokonaisuus.. ruokatuotteest tietenkin niinku jollain tavalla aina kehity-tään, että, että tota ehkä ihan alussa me mentiin vähän, vähän pidempään.. niinku, vähä enemmän sillä niinku samalla, samal listapohjalla enemmän. Et nyt, nyt tota, nää haluu olla vähä innovatiivisempii keittiössä. Mut sit en mä tääl toisaalt voi antaa liikaa tehä sitä, koska osa ihmisist nimenomaan haluu, ne haluu tulla syömään sitä niinku mitä ne luulee tulevansa

syömään. **Joo.** Et tavallaan ne ei koe niinku oikee oletettua.. okei, yll-- toi yllätys voi olla positiivinen tai negatiivinen mikä sul on siinä, mutta.. mutta meiän nää niinku vakkarit ne, ne tulee syömään maksaa, ne tietää just mitä se on.. ja, ja tota niinku tällä, niinku tällä tyyllillä. **Noni.** *No tota sitte pääset vähän piirtelemään siinä, eli tota mit--h.. saat jakaa sen ympärän ihan semmosiin lohkoihin ja niihin asioihin, mitä itse ajattelet, et mistä asiakas-kokemus koostuu.* **Mmm.** *Eli mitkä mitkä on ne asiakkaat.. tai mitkä on ne asiat, joihin asiakkaat kiinnittää huomiota.* No periaatteessa tääl on kolme, kolme tukipilariahan meil on tietenki.. Meil on niinku tää, tää miljöö, palvelu ja ruoka. Et eihän meil niinku, se..nehän ne kolme tavallaan. **Jakaantuus ne tasan, tasalohkoihin.** Ei. ei mun mielestä. Mun mielestä ruoka ja pal...niinku ruoka ja palvelu on selkeesti ennen sitä miljöötä, eli kylhän me niinku.. jos, jos sä oot nyt vaikka... Vähä pitää vertaa maailmalle.. Sanotaa et siel on niinku joku tieksä kaksataa vuotta vanha ränsistynyt kuppila, minkä puitteet on aiva.. oikeesti ihan kamalat mut silti vaan jengi menee sinne. **Mm.. Nii** Eli.. eli kyl mun mielestä.. okei tehää sulle pallo nii.. Niin niin.. Kyl mä niinku lähtisin melkeen. Näin. Ruoka, palvelu ja sitte tavallaan niinku atmosfääri. **Joo.** Eli kyl nää.. nää kulkee mun mielest aika, aika tavalla niinku lähekkäin. Sul on niinku, sul on vähän kahentyypisiä asiakkaita tai siis monentyypisiä asiakkaita, mut periaatteessa jos sä aattelet.. niinku palv.. jos tätä palloo vertaa ja asiakkaita. Ni toiset on hirveen... Toiset tulee, ne lähtee niinku kavereiden kans ulos syömään. Sillon niille on niinku tärkeempää on se, et ne on kimpassa, eli tavallaan se, se tuote on sillee, et sitä vaan tulee tossa ja se on semmost niinku, siihen reagoidaan, mut se ei oo niinku se pääasia. **Mmm.** Sit on taas sitte niinku toinen ryhmä. Ne lähtee ihan selkeesti niinkun katsomaan just sitä, mitä sieltä mil-läkin hetkellä tulee. **Joo.** Et siin on niinku. Sen takii, sen takii toikin vähän, tietysti aina muuttuu asiakkaiden mukaan.. Sen takii mitä ne on hakemassa. Jos sä oot ensi treffeillä ni sun on helppo keskustella ruuasta. Niinku et hei, da-da-da-da-da. Sit jos sä oot jo treffeilly aika kauan.. **Mmm.** ...sit sä näprääät kännykkää tai sit juttelet kavereitten kanssa. **Hehheh.. Miten sä.. osaatsä tota atmosfäärii vielä jaotella jotenkin, et mikä siin on.** No, jos me ajatellaan yleisesti, siis kylhä ihmiset pitää niinkun..öö.. sävyt pitää olla lämminhenkisiä. Meteli, on kiva et ravintolassa on hirvee sorina, mut se ei sais häiritä sua. **Mmm.. Hehheh.. nii.** **Eli,** Ymmärrätsä, **Joo.** joo joo. **Semmonen, että.. niinkun.** Et joka paikassa on hirvee meininki, mut just täs mun lokerossa ei tapahdu mitään. **Nii.** Nii näinhän sä haluat. **Nii, et pyst.. pystyy keskustelele kuitenkin, ja se ei niinku häiritse se sorina sitte sitä omaa keskustelua.** Ja sitte, sit tota. **Hmm.. Sitte yks tommonen hauska, hauska niinku piirre suomalais on se, että suomalaisethan haluu istuu niinku.. me halutaan olla, aina niinkun, et meil on turvaseinä. Eli tämmönen paikka ei ole hyvä suomalaiselle. Mutta ulkomaalainen rakastaa tulla tämmöseen paikkaan, niinku siis tähän keskelle näin. **Mmm.** Suomalainen haluu turvaseinän. **Heh.** Hh. Aattele. Mä piirrän sulle nopeen kuvan.. Aattele, tämmönen ravintola ku Santa Fe, vuonna -91.. Tonne, tiedät.. **Joo.** Se perustu aikoinaan siihen, jokainen pöytä, mikä siel ravintolas on, ni jokaisel pöydäl, on turvaseinä. Sen takii siin keskel on semmonen ihme hässäkä. Niil on kaikil turvaseinät, kaikki kiertää tääl seinissä, jokaisella pöydällä on turvaseinä**

siellä. Eli asiakas saa niinku tavallaan nauttii siit kaikesta, mutta sil on kuitenkin se niinku tavallaan niinku se oma tietsä juttu, niinku vähä semmonen niinku suoja. *Aika jännä. En oo ikinä tullu ajatelleeks, mutta siis..* Esimerkiks nää verhot, näitten verhojen idis oli sillo aikoinaan, et me saadaan vähä semmost niinku sitä turvaseinää, niinku iditä, mut et sä voi tietenkään mitää seinää tehä tänne koska se ois aika raskas. *Niin nii...*Tavallaan niinku tolla tuotii se, se juttu. *Totta, joo.* Jos sul on tyhjä ravintolasali ja sinne tulee tota..Oota mä heitän tän purkan pois.*Ei mitään hätää..* Tyhjä, sul on tyhjä ravintolasali, ja sä kysyt asiakkaalt et mihin se halua istuu. Ensinnäkin se halua istuu sellaseen pöytään, mitä ei oo ehitty vielä katkaa. Yleensä. *Aha.* Seiskytyviis prosenttii. Ja sitte, sit ne hakeutuu, aina niinku, aina reunoihin.. suomalaiset. Ja sit jos ulkomaalainen tulee, ni sil ei oo mitään välii. Et hän, hän niinku voi istuu tos ihan kaiken framilla, suoraa niinku oven edessä. Tää, tää on niinku best paikka. *Se on jännä koska, totta kai suomalaiset tietää että, et ollaan vähä sulkeutuneempaa porukkaa ja näin.* Joo. *Mut se et se tulee oikeesti noin selkeesti esiin siinä ihan niin kuin istumapaikan valinnassa.* Joo joo joo. Tää.. täs on.. Muuten mä voisin --?-- tätä, *Joo, Joo.* *No mitäs, siirrytään sit tohon visuaaliseen identiteettiin, niin ootko aiemmin kuullu käsitettä?* totta kai. *Ilmeisesti oot.* Joo. *Joo. Miten tota, mitä se sun mielestä sisältää?* No mun mielest tavallaan...Se pitää niinku tavallaan sisällää sitä et voidaan puhua niinku liike-merkistä tai logosta tai, tai ravintolan ulkoasusta. Se on ehkä se visuaalinen identiteetti tavallaan. Mitä sä... miten sut nähdään tavallaan niinku visuaalisesti *Okei.* Okei, mutta? *Ee joo.* *Siis toi on ehkä enemmän niinku visuaalista ilmettä.* Okei. *Mut sit siihen identiteettiin ajatellaan et siihen kuuluu myös kaikki se se muu, mitä.. et ei pelkästään se mitä sä näät, vaan myöskin ne kaikki tunnelmat.* Eli just nää.. esimerkiksi niinku puhuttiin siitä äänestä, äänimelusta tai tämmösestä niin... *Se akustiikka, minkälainen akustiikka ravintolassa on, tosiaan se et, et niinku sä kuulet tavallaan sen kaiken, mutta se ei häiritse sua,* Niin, *Ja sitte tämmöset niinku että onks penkit mukavat.* Ethän sä sitä välttämättä nää. Ei ei,vaan se täytyy kokea... *et onks työntekijöillä hyvä työergonomia.* *Et onks siel koko ajan joku hieromassa hartioita vai, vai miten.* *Mutta tota...* Aivan. Ja sithän siihen samaan liittyy se, samaan liittyy veitset ja haarukat, pystytsä syömään niillä.. Koska välillä on sellasii taiteilijaluomuksii että ku sä otat siit kiinni näin, ni sul piikit painaa tonne. Tai sit se ei pysy mitenkään. Sit sul on lautanen, mihin se...tietsä, sä otat veitset ja haarukat, alotat syömisen, ni se alkaa soutaa tai sit taas ei pysy ollenkaan. *Joo.* Et kaikki näähän on tavallaan myös... *Joo.* ...sama asia. *Joo, kyllä siihen...*Miten lasi sopii sun käteen. *Onks lusikka liian semmonen käyrä nii, niin niin.. että sä et saa sieltä niinku...* Niin, aivan...*ruokaa pois.* Juu-juu, just näin. *Tos on tota. Sulle vissiin Rune & Berg oli sulle aiemminkin tuttu.* Joo, aivan. *He on ollu suhun yhteydessä.* Joo. *Mut tos on vielä se, et mitä he ajattelee, et mitä siihen kuuluu.* Eli sielt löytyy tosiaan graafisen suunnittelun puolelta nää myymälä- ja yritystuotteet, kaikki pakkaukset,..Joo... *tämmöset niinkun ruokalistat.* Sitte ehkä enemmän tota yritysilmettä kanssa. Mmm. *Eli just nää logot, käyntikortit, kaikki tämmöset.* Sit on mainosmateriaalit on laitettu omaansa, julisteet, esitteet, kaikki tämmö-

*set kampanjajutut. Digitaalinen ilme, kaikki siis nettisivut. Mmm. Ei pelkästään se et mitä asiakas tekee kun se tulee tänne vaan myöskin se et mitä se lähtee ajattelemaan sillo ku se vaikka nettisivuja selailee. Öö. Siis kaikki seinäpinnat, tarrat, opasteet. Miten onks WC:seen helppo löytää, et... Mmm. Se liittyy jollain lailla kans siihen. (Puhelin soi) Oota hetki. Joo, totta kai. --lyhyt puhelinkeskustelu-- Ja tota sitte taas tilasuunnittelupuolelta kaikki nää materiaalivalinnat, niinku.. Joo. niinku sä mainitsit nää kaikki värit ja tämmöset. Valaistus, et onks liian kirkasta totta kai... Mmm. ... iltaisin saa olla vissiin vähän hämäämpää. Kalusteet, et onks ne toimivat ja, ja mukavat ... Tietenkin sit toi ergonomia ja sitte se akustiikka eli nää kaikki niinku kasaantuu oikeestaan kolmeen pääsanaan: tyyli, tunnelma ja toiminnallisuus. Mmm. Eli siin on se tyyli, minkä sä näät. aivan. Siin on se toiminnallisuus, minkä sä ite huomaat ja tunnet. Joo, aivan. Ja ja sitte se tunnelma tulee tottakai niistä kaikista yhteensä. Tota, voitais vähän käydä läpi tota kuvioo että, et miten, miten teillä toi visuaalinen identiteetti on rakentunu. Joo. Ja miten siinä esimerkiks uudessa paikassa tulee rakentuu. Et varmaan jonkun verran ootte jo joutunu sitä suunnittelee, Ollaan ollaan. Ni onks täs jotain semmosii asioita mitä on esimerkiks jäänyt huomioimatta tai, tai semmosii, mitä et pidä välttämättä niin tärkeinä? No joo tai sanotaan näin nyt et jos me lähetään vaikka...Se, se nyt on vielä kesken se uus homma että se, en mä nyt sitä ota tähän sen enempiä. .. Joo... tietenkään, mut jos me nyt ajatellaan tätä. jos me lähetään ihan täältä niinkun...Lähetääks ihan niinkun...kohta 1? **Lähetään ihan kohta 1** .. Jees, jees..Joo joo. Okei no kaikki, kaikki niinku, kaikki meiän ulkoasu, kaikki niinku kuvastot, ruokalistat, muut, ne on, ne on tarkasti värimaailmallisesti suunniteltu, logot kaikki tietysti samalla tavalla, luonnollisesti. No itse asiassa sama.. samaan menee nää käyntikortit, logot. Mm. Eli tavallaan meil on niinku joka paikassa tää sama kirjasyntyyppi. Tää valko-terrakotta ja sitte tää lasilogo. Digitaalinen ilme mejän internetsivut.. samalla tavalla, tai sama värimaailma kohtaa. Et siel on mustalla pohjalla, tavallaan aika simppeleisti. **Mmm.** Aika yksinkert, niinku sillä tavalla yksinkertainen ilme. No... **Ja ainakin se italialaisuus koostuu kans, tai niinku näkyy kaikkialla.** On on. Tottakai. Jos me aatellaan...No se näkyy tietysti itse nimessä, mutta ei siin. Jos me aatellaan meiän niinku tavallaan.. me ajatellaan tota käyntikorttii.. Mä voin näyttää sulle... **Joo.** Niin tossahan, tossahan ei nyt niinku muuta italialaist oo periaatteess, muuta ku Ristorante ja sit sä voit kuvitella esimerkiks tää kirjutustyypii et se on vanha, tommonen vanhanaikanen, et sielt tulee sulle mielikuva. **Joo.** No sit on tää lasilogo, se nyt ei liity Italiaan, se on vaa, se on vaan semmonen logo mikä seuraa meit joka paikassa. Tommonen lasi -?- Se on tos seinässä isolla piirretty, en mä tiää huomasi, kun tulit sisään. Se on tos terrakotta, niinku tos nurkan takana siin on isolla, isolla.. toi ympyrälasit et...**Joo** Et se seuraa tietysti meit niinku mukana. Ja tota sit ollaanhan me viety tää aika pitkälle, et jos sä katot tohon lasin pohjaan.. **Joo.** Ni ku sä juot, ni sulla tulee hyvä fiilis ku sä huomaatki et hei, täällähän on tän ravintolan nimi, **Niin nii.**Ja sitte taas viinilaseissa meillä on, sitte taas, toi logo on sitte ihan pienenä siin, et sä et välttämättä, et se ei pomppaa sun silmään, mut sit sä huomaat sen.. ja sit sul tulee hyvä fiilis siitä ja... **Mmm. Eli***

sun mielest kuitenkin noilla kaikilla yksityiskohdilla ja tämmösillä on merkitystä, koska On on. ...*osahan ottaa vaan jostain tukkupaketista lasit.* Juu juu, siis on niil merkitystä, mutta se että niillä on enemmän merkitystä mulle, kun valtaosalle asiakkaita. Pien.. niinkun.. massa ei huom.. Ku, meit on... Siis ku meit on niin paljon. *Mmm.* Osa ei nää mitään ja osa näkee hirveen tarkasti, kaikki nää asiat. Et se on niinku... Näin se vaan menee. Et sä niinku. Et sä saa kaikkii ihmisii kiinnostumaan joka asiasta. Ne vaan tulee, niinku, ne kattoo yleisesti et aha, eikä ne sitä, eikä ne aattele sitä sen enempää. *Nii ja se, et vaik ne ajatteliski, ni se ei välttämättä kuitenkaan tuu et, et hei tuu antaa palautetta, et voi kun kiva et tääl lasinpohjassa onki nimi.* Joo. Aivan...niin, *Vaan se, mut se et se luo kuitenkin sitä fiilistä.* Tottakai, joo-joo. Siis kaikki, kaikkihan noi.. --?-- *Tosiaan vähä noita seinämateriaalei, näitä käytiin. Mites sitte nää esimerkiks valaistus, kalustus?* No kalustus, tääl on italialaiset nahkatuolit, se nyt on hyvin italialaista, aitoo nahkaa kestää, hyvät..Sisustus, tai ku me aikoinaan.. me lähetettiin liikkeelle, meil oli..niinku me haluttiin, ettei oo iha kirkaan valkosen, vaa on vähän murrettu tää sävy. Meil oli iha ensimmäiseks, meil oli ruutuliniinat, mutta se ei ollu ihan sellanen puna-valko-ruutunen, vaan se oli vähä semmonen.. niinku terrakotta ja sitte semmonen beessi. Se oli ihan makee, mut sit niit ei saatu lisää, ni sit me siirryttiin yksväriseen terrakottaan. Me ollaan niinku.. periaatteessa tää, tää saundi on pysyny periaatteessa kymmenen vuotta jo samana. Et vähä niinkun, tää on vähä hypänny terrakotasta nyt tämmöseen enemmän viininpunaseen päin, mut siihen on tavallaan syy se et jos sä et yksinkertaisesti vaan saa...*Joo.* Ni.. ei oo senväristä kangasta ni ei o. No can do.. *Nii.* Nyt jos me ajatellaan nyt taas tätä sisustuselementtiä, ni tähän on, tää on ehkä tämmöstä niinku ajatonta, tää voi olla Ruotsissa, tää voi olla Suomessa, tää voi olla Italiassa. Tää voi olla missä vaan. Niinku tää, tää seinäpinta. *Mmm.* Mikä täs on nyt. Et, et siin ei niinku...ja sama niinku tää muutenkin tää, tää. Et tää voi olla niinku skandi tai italialainen, mut tavallaan niinku pyritään et tää on ajaton. Valaistus, valaistus meil oli alun perin, tota.. ku tehtiin, meil oli tässäkin tilassa oli spotit, ja ne oli ihan mahdottomat, vaikka ne on aina, ne on himmennetty automaattisesti, meil on kaks asentoo, lounas ja ilta. Mut kun se tulee se valo tuolt ylhäältä, sellanen täplä ni se..se on vähä semmonen tietsä, et se ei oo hyvä. Se on väärin(?). *Kukaan ei halua istuu semmoses valokeilassa.* Sit se häiritsee, jos sä istut siin itte. *Mmm.* ..Ja sitten. *Mmm.* No viherkasveja, noh.. onks tääl meil, no meil ei oo niinku täällä. Et sit meil on toi sisäpihan terrassi, mist tehää taas kesäl, et se on semmonen vihermaailma. Vähä niinku sö oot jossain Rooman piazzalla, sellanen.. Se on taas niinku oma maailma, mut se on vaan kesämaailma. *Nii, nii. No Suomessa se on vähä vaikee muuten toteuttaa että.. Hehehe.* Se on just näin. *Nytkin nää kelit on ollu aivan...* On on ..*mahottomia että... Mut oli tuolla jo jossain päin pistettii terassii pystyyn että...* Joo joo. *Mm.* No sit meil tulee ääni. Jos me ajatellaan äänihommiä, ni meil oli alun perin, meil oli tääl erilainen lattia. Meil oli kovapintainen lattia, mut tota aika nopeesti se sit oli pakko vetää tämmönen akustiikkaa kuitenkin vaik, vaik meil on kangasta-hirveesti, sit meil on liinaa, välihommaa. Mut siit huolimatta niin, pakko oli vetää viel niinku yks pinta pehmeeks. *Joo.* Äänen takii. *Ja se on tullu ihan käytännön kautta sit-*

te. Joo, siis kylhän sitä mietittiin sillo, mut aateltiin et kyl se menee. **Joo.** Mut kylhän se tänä päivänä ku sä meet ku tuol on muutama uus paikka Bulevardill, ni, niilhän on niin kakefoninen meteli. **Joo.** Et tulee iha hulluks siellä. **Nii.** Jos sä puhut, jos sä puhut niinku toiselle, ni et sä voi puhuu mitään. Tietenkin se on hyvä ku halutaan asiakas nopeesti sisään ja ulos, mutta niinku sen viihtyvyyden kannalta ni kyl siin pitäs niinku, pitää vähän mieltii. **No tääkin on, mitä säkin oot ilmeisesti huomannu, et kaikkialla ei ajatella.** Ei ei ei. Ja sit ensin ajatellaan, mut sitte ajatellaan et kyl tää riittää. Mut sit ku se tulee, sitku todellisuus on.. sit ku sä et voi aina vaikuttaa. Sul on välillä, sul on semmosii asiakkaita, mistä ei lähe metskuun ja sit on välillä niinku semmosii et niinku oksat pois. Ja sit jos sul on semmosii oksat pois asiakkaita niinku jossain, ne alkaa puhuu kovaa, ni sit kaikki muutkin alkaa puhuu kovaa, eli tavaltaan sun pitäis saada se koko sali kerran hiljaseks, et kaikki alottais alusta, ni sit kaikki pystys puhuu normaalisaundilla. Mutku siit tulee vähä semmonen kilpalaulanta siitä. **Joo.** Jees. **Jotta kuulee paremmin, ni puhuu vähän kovempaa ja...** Kyllä. Ja kaikki sitte, se vaan kertautuu joka kerran, **Oravanpyörä.** Mmm. **Miten tota, miten sä koet sen visuaalisen identiteetin vaikuttavan siihen ravintolan menestykseen? Tai menestymiseen?** No mä. Siis on, on se tärkeetä tietenkkin tänä päivänä. Kilpailu on kovaa, mut ei se oo se, ei se oo mun mielestä sen valttikortti kuitenkaan. On täällä, tääl kaupungissa on menestyviä ravintoloita, missä mun mielestä ei oo mietitty..kauheen paljon sitä. **Voisko ne sun mielest menestyy vieläkin paremmin, emmä, jos siel ois ne asiat kohillaan?** emmä oikee. En mä usko. **Okei.** Ne on taas sen tyyppisiä, että ne ei niinku, niitten ei tavallaan, ei tarvii. Se riittää et ne niinku, ne on semmoset. Ihmiset niinku...Nii, mä luulen vähän niin. Tää on vaan mun mielipide. **No mitä sitten, aa, toi on itse asiassa vähä hassu toi seuraava kysymys, et mitä uskot muiden ravintolayrittäjien ajattelevan visuaalisesta identiteetistä. Mut täs on nimenomaan haettu sitä niinkun yleiskuvaa, et et niinkun no ensinnäkin et..ootko .. sul varmaan on paljon näitä, näit ravintolayrittäji muutenkin tuttuina, ja juttelette paljon, mut onks niissä piireissä tullu sitte visuaalist identiteettiä, vai onks se just nii et koitetaan mennä vähä helpoimman kautta.** Jotkut koittaa.. jotkut koittaa ja jotkut ei. Et, ei ne se on vähä, se on vähä sama ku jos sä suunnittelet itelles himaa. Sähän niinku.. sun kannattaa valita joku sisustusarkkitehti siihen, sen takia että, sul ei oo.. sä meet ite kaakelikauppaan, sä näät seittemän ihanaa kaakelimallia, sä ostat ne kaikki ja tunget ne sinne sun kämppään. Sun kämpäs ei oo mitään yhtenäist linjaa, vaan siel on vaa niit kivoi asioita, mitkä sä oot löytänyt. **Mmm.** Mmm..Ja sähän et nää, mut sä näät vaan ne kivat kaakelit, joka paikassa. Ja kun joku toinen tulee, se mieltii et huhheijaa että, aikasmoinen semmonen sillisalaatti. Ja monesti, jos et sä ota jotain tekemään, niinku tätä ravintolan.. niinku suunnitteluu, kokonaisvaltasesti sit siin vähän tulee semmonen, sul on äkkii, sul on hyllyt täynnä kaikenmoist tingelitangelii eli..**Vähä muistoo, matka niinku omassa kodissa matkamuistoo, ja tääl voi olla semmosta, mitä asiakkaat tuo** ..ja varsinkin siis ulkomailta - Mul loppuu just aika mun on pakko mennä mutta..- Just esimerkiks Italiassa siel oli ihan makeita, niinku tyylikkäit rafloi, mut sit ne on pilattu, ne on siis löytäny sinne, ne on raahannu tietsä niinku ihan asiast kolmanteen tavaraa.

Niinku, ei sovi niinku mihinkän. Mun on pakko, jos mä löydän yhen kuvan, kysy samalla.. *Joo* Mä näytän sulle *öö* niinku karmeita esimerkkejä. *Mitkä on sun mielest niit niinku tärkeimpiä asioit, mitä ööm.. suunnittelijan pitäis ottaa huomioon visuaalista identiteettiä suunniteltaessa.. ..ravintolalle nimenomaa.* Mitä sen pitäis ottaa huomioon? *Joo* no, ehkä se käytännöll, se käytännöllisyys, käytännöllisyys, tietenkin, vaikkihan muu on ihan niinku pässin selvää, se olis ihan makee ja kaikki pitää olla ihan linjassa, mut jos mä aattelen niitä sellasii mitkä voi olla niitä sudenkuoppia, ni just se, et se on et se on toimiva, et tavallaan se työergonomia ja muut ei missään vaiheessa kärsi siitä, että niinku sen.. Siihen pitäis löytää sellanen kultainen keskitie, vaikka kuinka..ehkä sä ymmärsit, ehkä. *Mut onks, onkse niinku et, onks sul esimerkiks tullu vastaan niinkun semmost suunnitelmaa mistä, mikä on niinku ollu huono?* No huonokin on niin suhteellista. hehe *Niin tai sillee et siit on selkeesti puuttunut joku, tai esimerkiks just tää niin kuin lattiaelementti täällä, et sitä on joutunut jälkikäteen korjaamaan sitte?* *J-joo*, mut et sä sitä tietenkään sitä sillo nähny, sä näit sen vaan niinku sen hyvänä, että tää sopii niinku väriltään ja idikseltään hyvin tänne, mut sillo sä et välttämättä muistanu tai tajunnu sitä. Eikä, eihän suunnittelijakaan välttämättä kaikkee ajattele. Et kylhän se ain pyrkii ajattelemaan ja huomioimaan ihan kaiken, mut aina silt jää jotain. *Eli silt on vähä jäänyt se toiminnallisuus ja ehkä se tunnelma kans sitä sen akustiikan kautta.* Mmm, *joo.* *Mites aiotko jatkos käyttää suunnittelijaa- ja jos, niin mihin?* *Onks, onks sul esimerkiks suunnittelija siin uudessa paikassa?* *Joo, joo.* *On? Miten, tai mitkä on ne kriteerit minkä perusteella sä valitset suunnittelijan tai lähet hakee sitte?* Ehkä se kokonaisuus, se oli vähä erikoinen projekti.. Me käytiin, tai kävin myös heidän kanssaan neuvotteluja siit ei..Se oli vähä sellanen projekti et siin rakennuttaja tekee nii hirveesti siihen valmiiks, ni tavallaan se oli niinku, se oli yhden arkkitehdin sunnitelemaa ja niinku kaks isoo maailmaa ni tavallaan siin tulee törmäyskurssi, ku sä tuot toiset ihmiset sinne niinku tavallaan toisen, toiselle tontille, ni se oli tavallaan suurin syy, miks ei... *Joo.* *Mut yleisesti jos lähtisit esimerkiks Gastonen ilmettä uusimaan jotenkin.* *Joo*, ottasin mä suunnittelijan, tottakai. *Joo, mut miten sä valitsisit sen?* Nyt täs tapaukses, ku me tehtiin toi alakerta uusiksi, ni mä otin sama, saman tää.. joka oli aikasemmin tehny. *Joo, et sama, sama linja jatkuu..* *joo* mutta, mut tietenki jos sä haluat radikaalimpaa muutosta, ja sä et oo ite tyytyväinen, ni sithän sä vaihdat sen, koska yleensähän suunnittelija, ku se tekee aika samanlaisen, sen jälki näkyy joka paikassa jollain tavalla. *Nii.* Mmm. *Jokaisel suunnittelijalla on se oma.. oma leima.* *Joo* ja se näkyy. *Mut onks sun mielestä tärkeetä et on tosi hyvät referenssit tai..* Ei, ei. *Tai kustannukset pysyy alhaalla tai..* No kylhä se on se kokonaisuus...*aikataulu pysyy. tai on niinku..* Kokonaisuus, kokonaisuus, kokonaisuus. *Joo.* *Et kaikki asiat pitää olla kohillaan ja tottakai et kaikki synkkaa sen suunnittelijan kanssa ja huomaa et se kuuntelee.* *Joo* *joo* kylhän ne kuuntelee. Mut se, se on aika semmonen kokonaisvaltainen. *Joo.* *Selvä . Jos ei sulla oo mitään kysyttävää tai muuta niin tota en vie yhtään enempää sun aikaa.* Kiva, ei mitään..

Liite 5. Sasu Laukkosen haastattelu

... Joo ... Pitää paikkansa ja sit on ihan oikeesti niitäkin, jotka pitää niinku...kahta... niitäkin on nähty monta, jotka vetäsee oikee niinku todella flashii. Mahtavat nettisivut ja tosi hienoo näin ja sit ku sä meet sinne ekan kerran ni se on ihan karmee mesta. Et kaikkee sitä on kyllä nähty joo. *Nii*. Valitettavasti. Niin tässä ku muissakin maissa... Toiset sit panostaa siihen identiteettiin oikeestaan niin paljon, et ne ei sit siin toiminnassa pysty siihen ollenkaan, mitä ne tavallaan lupaa. Ne ei oo tajunnu olla lupaamatta... *Nii*. *Näin o*. Et se on niinku. Se on jännä. Tota, mä rupesin miettii, ku sä kysyt kuinka mä hoidan ravintolan avaukset.. Mä oon ollu orjakkaana(?) Heheh . Siis tää on...Mä oon vähä sellanen jännä hybridi oikeestaan, et mä oon tehny salii ja keittiötä ja ja, ja menny tavallaan aina sinne missä mä en oo vielä ollu. *Mmm*. Et mä oon tehny isoja ja pieniä ravintoloita ja yksityisiä.. ja isojen firmojen omistaneita ja yht lailla sitte tota caterannu yhen suomalaisen elokuvan jotta mä ymmärrän et mitä se oikeen oikeen on. Mä oon vähän testannu, et mikä on se mun juttu. Eli sitä myöden siis. Siit on jo ihan sika kauan... Toi Tapiolan Stocka uusittiin ja sinne tehtiin ravintola Tempo sinne ylös ja mä olin siel avaustiimissä.. Joo. ni tota, mä olin siin avauksessa mukana ja se oli tavallaan niinku semminen ensimmäinen keittiö ... niinku vakavasti otettava keittiö tääl muualla. *Joo*. Ni tota se on aika hauska, hauska jotenki et siit, siit se kaikki lähti, et sä lähit niinku periaattees ihan uuteen tiimiin, haastattelu tos pää-Stockalla ja sit lähti jotenki tonne Tapiolaan....mitä helvettiä, eihän tääl oo mitään vielä, niinku et sä meet kattoo niinku niit mestoja ja sit sä niinku näät et miten se keittiömestari tavallaan suunnittelee sen keittiön ja miten se toteutuu, mut siihen jää.. et se oli ihan nollasta.. et se oli vähä erilainen... erilainen verrattuna siihen et, että tota, et sä meet esimerkiks Royal-ravintoloiden töihin nyt töihin johonki valmiiseen yksikköön *Mmm*. Sä luet sen kansion, et miten sun kuuluu palvella ja mitkä on tärkeimmät jutut ja näin, et se on niinku kaikki luotu. Se jäi siit heti alusta kiinnostaan ihan sikana, et hitsi jos joku päivä avais oman, ni mitäköhän mä tekisin. *Nii-i*. *Ni*. Et niiku et mä oon tavallaan ollu aina sellanen, et mä meen aika pitkälti fiiliksen mukaan, et mikä tuntuu oikealta ja et mikä tuntuu hyvältä ja toisaalt nykyään.. Ehkä, et mitä enemmän on tullu ammattitaitoo kartutettuu, ni sitä enemmän sitä vaan tekee semmosii asioit, et mihin muut ei oo menny. Mä oon aina kysyny et miks. *Nii*. Se on niinku se mun niinku yleisin kysymys, et juma-leishon, tuolla kaupungil on niinku, vois sanoo ihan järjetön määrä ihmisiä, jotka niinku sanoo, et ois, olis kivompi syödä niinku puhtaampaa ruokaa ja olis kivompi syödä vaikka enemmän luomua ja vaik illalla, mut ku ei oo oikee ku Sil vu plee ja ei oo kasvisravintoloita ku Zucchini, siis niinku tähän tyyppiin.. Vaik niit on enemmän, niin se niiden mielikuva on tällänen. Sit mä aattelen et Hmm. Ja sit tää lähti siitä. *Okei*. Et mä sanon ulkomaalaisille tavallaan, jotka käy.. Joita nyt käy koko ajan vaan enemmän ja enemmän ja enemmän, et ... ni mä sanon yleensä näin että, et musta tuntu siltä, et mun piti reagoida siihen luomu-illallistarjonnan kysyntään. Se oli niinku se. *Nii et kaupasta saa luomua ja saa vissiin niinku lounas- ehkä luomua, mut ei oo sellasta iltaravintolaa ollu. Okei*. Et, ku sä et lähekkään sille, et vihreät

arvot on niinku ykkösasia.. tieksä.. ja niinku näin, ni sä lähетки siitä, et raaka-aine on ykkösasia. Ja se, et mitä sä käytät, ni sit ku se on puhdas se raaka-aine, ni sä tiedät sen ja sit sä rupeet tietysti automaattisesti vertailee sitä siihen, mitä sä oot käyttänyt viimiset yli kymmenen vuotta, Esimerkiks juures; sit sä oot yhtäkkiä sillee, et ei jumaliste. Tän kuorethan voi syödä, et nää ei ollenkaan maistu kitkerälle, kun taas niissä tavanomaisissa, tehotuotetuissa esimerkiksi se maku on niin kitkerä, et sun pitää niinku ... Sen takii sun täytyy laittaa siihen selleripyreseeseen niinku kilo voita.. *Mmm.* ... ja tietsä litra, litra kermaa et se niinku pehminee jollain ...Ni sit se onki yhtäkkiä aika kiinnostavaa et hetkinen, jos tää toimii sellerin kaa tollee, ni mites palsterin.. pystyyks sen lehtii syömään ...*Joo.* ... ja kaikkee tällästä... *Joo.* Se tavallaan niinku vie mennessään. Tää on vähän semmonen... Emmä tiiä... Mul tää on niinku tosi tärkeä tää tila. ...Tietyl taval ku on ite ollu duunissa täällä2005-2008 välillä, kolme vuotta mä olin yksin tos keittiössä niinku...*Hmm.*Tietsä ranskalaiset fine dinigkii(?). Kaks seittemän ruokalajin menyytä, yksin tuolla (vihellystä, naurua) Tieksä. Ja sit sä oot tavallaan niin niinku fokuoitunut tähä mestaan et sit mieltii sen muutaman vuoden aikana vaan monta kertaa et...Ei jumalaut jos tää ois mun, ni mä tekisin tän näin ja ton noin . *Mmm.* Ja sit mä korjaisin ton ja ottaisin sen pömpelin tosta veke ja noi alaslasketut katot kaikki pois, et tää ois niinku avarampi vaik tää on pieni. Ja sit, sit se on jotenkin nii hassua, et sit yhtäkkiä 2010 ni sul onki se mahis. Kaks vuotta siitä, ku sä lähetti täältä. Sä tuut sillee ja revit ne vanhat veke. Ja sit sä oot nii et joo mä haluan tän näin ja mä haluan tän tollee. Siin on makee fiilis. Tietyl taval et tos on niinku, täs on tosi paljon sellasta latausta niinku, et miks, miks mä oon täällä, tai miks mä teen tässä tätä juttuu... Mut sitte kun tähän tuli ja rupes tekee remonttii ni kaikki naapurit oli sillee, et... Hei, sä oot takasin,(naurua) Ihan törkeen hyvä fiilis. *No ni.* Kiva juttu. *Ja se on mahtavaa, ku pääsee toteuttamaan itteään.* Joo, ei, ei tosin kaikille.. kaikki ei oo sen kanssa oikeesti ihan sinut. Kaikilla on kauhea halu.. Kaikilla kokeilla on kauhea halu maailman huipulleja näin, ja sit ku sä lyöt ne sinne yheks päiväks, ni kyl siel o vähä sit, et mitäs nyt. *Nii et se ei oo pelkästään sitä ruuan tekemistä, vaan se on myös sitä liiketoimintaa.* Joo ei vaan, vaan just se että kuinka isot paineet siel on ja se, et sun on niinku pakko onnistuu joka ikinen kerta. Ei joka päivä, vaan siis joka kerta. Et sul ei oo mitään anteeksantamisen mahdollisuuksii. Et sit ku sä munaat sen x-kertaa ni heippa, uus tilalle. Siin on kymmenen henkee jonossa koko ajan siin ovella. Tietsä yötäpäivää, kesät, talvet. Et mä tuun, mä näytän, täältä pesee. Se on hirveet ku.. tajuta vaan se, et kuinka tavallaan pullossa sä oot täällä... Jos sä täällä mariset et... niin, niin, ku tää on vähän tämmöstä ja... *Mmm.* Jengi marisee aika paljon itse asiassa niinku...Nyt kun noi tuli noi noi Farangin ja Gaijinin ja, ja Boulevard Socialin pojat, ni tota nyt ei enää marista konsepteista niin paljon, ku mitä sillo joskus. *Ne on vissiin vähä rennompia?* Ne on rennompii, mut ne on myöskin tietyllä tavalla paljo rehellisempiä. Ne on niinku...Jos sä paat espanjalaisen ravintolan pystyy ja teet aasialaist ruokaa ja sä paat sen nimeks ulkopuolinen. Ni must se osottaa tosi hyvin sen tietyn nöyryyden sitä alkuperää kohtaan. Et sä et edes yritä olla Suomessa ni thaimaalainen ravintola esmeks, vaan sä oot niinku ulkopuolisen tekemä siihen suuntaan menevä mesta ...*Ni...* ja se on must siis nii hyvä, jollain

tavalla, siis kaikki niinku ulkomaisetki kysyy, et mitä tehään ja näin.. ja mä sit sanon niille aina, et menkää Farangiin lounaalle.. ni sit ne on niinku et Farang? Kysyy et nii et se tarkoittaa ulkopuolista. Siel on kaks kundii, jotka on digannu aina tost aasialaisesta safkasta ni ne tekee, ne on tehny niinku oman, omannäköisensä ravintolan sitä kautta ja sit ne on sillee et toihan on mielenkiintoista. Ja se on makee juttu se, se on hyvä. Ja muutenkin tavallaan, nytte, nytte ton ehkä Nordic Cousinen kautta, siis se et mitä kaikkee Skandinaaviassa ylipäättään Nordiceissa on tapahtunut nyt viimeisen viiden vuoden aikana ja kuinka niinku korkeelle ne on nostettu ja mejjän raaka-aineet on nostettu, niin asiat on vähän muuttunu.. Yhtäkkiä sulla on yhä enemmän kokkivetoisia paikkoja tietyllä tavalla, joissa se kokki päättää minkälaisen ravintolan se haluaa tehdä ja sit kaikki muu sovitetaan siihen ympärille sopivaksi. Toiset kokit on sellasii, et ne diggaa kahvist niin paljo, et niilpitää olla niinku kaikki mahdolliset kahvilaitteet, tai et ne sanoo esmes espressoo ei tarjoilla. **Mmm**. Et mä haluan tarjoilla hemmetin hyvää suodatinkahvii ja se tehdään niinku todella pieteetillä. Ja se on meiän juttu. **Mmm**. Eiks nii. Ja aikasemmin taas, mä muistan ku mä olin joskus siis ison, ison ravintolayrityksen messassa, missä piti olla kaikille kaikki. Siel piti olla kaikki mahdolliset maitolaadut, et jos joku haluaa sitä tai tätä tai tota. **Joo**. Niihän se tyyliin on nyttekin tietyl tavalla ja yhtä lailla ruokalistal piti olla joku tyyliin 38 artikkelia, ettei vaan mee keneltäkään mitään ohi. **Mmm**. Et yhelle on tonnikalaa ja toiselle on kanaa ja yks kasvisruoka, sit ne oon siin välissä vähä sillee niinku... Ni tota nyt sä voit tehdä melkeen sillee että, et sä teet esimerkiks...niinku meil on ruokalistat nytte, et meil on yheksän ruokaa listalla, me ei käytetä liivatetta kenellekään. Yks juusto kaks jälkkärii, kaks pääruokaa, kaks väliruokaa, kaks alkuruokaa, missä ei oo punast lihaa ollenkaan. Me päätettiin satsaa niinku lihaisan kalan makuun, ja tehdä yks kanaväliruoka niin me kuitataan sillä se liha. Sitä paitsi, kyl täs kaupungissa on aika monta ravintolaa, jotka pystyy kuus viikkoo tekee sitä lihaa. **Nii, näin on**. Ja jos haluaa lihapääruuan, ni sen voi myös meiltä tilata. Meil on kirjotettu viel erikseen nettiin, et menyy on tämä, mut et jos sä haluat lihapääruuan ni me voidaan tehdä sulle semmonen etukäteistilauksesta, et se on ihan ok. **Mmm**. Et kyl me osataan lihaa valmistaa, ettei siin on mitään. Ja sit siinä on aika hauska fiilis tarjoilla sitä lihaa. Ku on vähä sillee et, te tilasitte erikseen.. **Nii. nii**. Hehheh.. Et te ette voinut olla tänä iltana syömättä lihaa pääruokana, niin. Mut siis siinä on hyvä ja huono, tietyl taval et tulee sellanen hassu fiilis sit tarjoilla yhelle seurueelle, Niinku esimerkiks tänään illalla. Ne on erikseen tilannu lihapääruuan. Ja näin. Okei, no problem. **Mmm**. Et me voidaan sit kesäloman jälkeen... tää lista on nyt kesälomaan asti voimassa. Me voidaan sit valk loman jälkeen tehdä tota, tehdä taas vaikka lihaa, jos ja kun se inspiroi meitä silloin. **Mmm**. Ku tää lista vaihtu ni tuntu siltä et ei, ei lihaa. **Joo**. Ei, ei inspaa ni sillo on ihan, ihan turha niinku. Tietyl taval tosi moni on just sanonu, et te kyl niinku rakastatte tätä mitä te teette. Et sanoo, et joo, mut et se on ainoo tapa tehdä tätä. **Nii**. Et mul on neljän tunnin yöunet viime yöltä takana, lapsi tarhaan ja tänne. Ja zzz, vähä surraa päässä. Mut se on ainoo, se on semmonen polte on niinku ainut, kun pitemmän päälle ni esimerkiks raha tai maine tai, tai oikeestaan mikä tahansa mittari, muu mittari, niin se vaan feilaa. Se on ihan varma. Et siit tulee jossain vai-

heessa ni semmonen epic fail, niinku. Romahdus ja näin. Mut jos sä oot ite innostunut siitä, mist... mitä sä teet, ni sä osaat ite myös sillä tavalla pitää itsesi siinä sisä- ja ulkokaarella oikeal tavalla. Välillä saa ottaa höllää. ja välillä sit taas olla tsst. *Nii ku se tunne on aito ja tulee suoraan sydämest, ni se kans kyl näkyy asiakkaille.* Mmm, joo. Et siitä on paljon puhuttu. Tai siitä puhutaan meillä paljon, kun tota, meil on koko henkilökunta siis sellanen. Meil on yks, yks poikkeus. Yks, yks kundi joka tota ni sanoo, et hän ei oikeesti uskalla tulla saliin, ku aina silloin tällöin. Et anteeks kovasti. Ja sit mä sanon, et ei siin oo mitään anteeks-pyydettävää. On se hyvä et joku pitää tota keittiötä pystyssä. *Nii.* Ni me kaikki muut ollaan sitte. Meil on yks salissa, ja meit on yhteensä viis. Eli neljä keittiön puolella, josta mä oon siis illat aina asiakkaiden kans. Ja sit noi kaks muuta, tuolta keittiöstä. Ne juoksee aina silloin tällöin ja kertoo mitä ne on tehny ja mistä mä sain sen vision ja kaikkee tämmöstä. *No ni.* Et se tietty rehellisyys niinku peilautuu. Mut siis kysymykseen kuin, kuin mont ravintolaa mä oon avannu, tai ollu mukana avaamassa, ni... Steboili (?) tietysti ihan ensimmäinen. Aah, mut tossa kyllä siis, vaikka mitä. Kaikennäköstä. *Onks sul omii ravintoloit ollu?* Kaks. Tää on niinku toinen. Tai siis mul oli osuus, osuus tosta Mange, Mange-sudista kans joka on, on tos Tehtaan-kadulla tuol toises päässä.. et se oli siis sellanen, et mä olin täällä, täällä La Petit Maisonissa töissä. Ja tota, tota ni mul oli yks vakioasiakas, joka vaan kysy, sano et pitäiskö sun saada niinku loistaa vähä enemmän ja tehä niinku ite se konsepti, alusta. *Mmm.* Ja sit se lähti vaan semmosest, et no mennään kahville, hehe. Ja kattellaan. Mut se olikin ihan tosissaan. Ja sit se tehtiin myös. Et siin oli pikkusen yli vuos pelkkää suunnitteluu ja... Ja se, että mä piirsin ite omat keittiöt ja, ja ja tietysti hain myös kaikki luvat ja -- ja tota. Sit se remontin valvonta oli enemmän sen niinku tota.. Mä kutsuin häntä rahottajaks, ku mul oli kaksnyt pinnaa ja hänel oli kahensankymmentä. *Joo,* Tavallaan näin, ni. Niin ni hän valvo sitä remontti hommaa ja kaikkee muuta, ja tota mä palkkasin sit henkilökunnan ja loin sen konseptin näin, ninnin.. ihan hauska välimerellinen, tavallaan se välimeri on, se on inspiroinu mua tosi paljon, tietyl tavalla, kaikki ne raaka-aineet ja se koko meininki, se niinku ilmasto ja myös se mimmost ruokaa siellä yleensä tarjoillaan. Suomalaisiin välimeri uppoo tosi hyvin. Ni se oli oikeastaan se, yks isoimpi syitä tehdä se. Mut sit tota niin, vuos avaamisen jälkeen eli kaks vuotta projektissa sisällä, ni sit mä vaan totesin että hittolainen, huomaa et se rahottaja haluis viedä tän vähä ehkä kansanomasempaan suuntaan, mikä ei oo väärin ollenkaan. Ja sit me istuttiin alas ja todettiin vaan, et no hittolainen. Et osta mut ulos, ni sä voit tehä mitä sä haluat, ku sul on niin hyvä visio, tarkka visio, ni turha näit on laittaa niinku vastakkain. *Mmm.* Et tää on nyt se, mitä me lähettiin tekeen ja me tehtiin tää ja sä haluatkin muuttaa ja mä sanoin et ei ja sit se sano et joo, ni ei siit tuu mitään, eiks nii. Eli sit kaikkien kannalta oli parasta, et se ostaa mut ulos tosta ja tota, tota niin. Sit sen jälkeen mä tulin siis tilanteeseen ravintola Loftiin, missä keittiömestari oli, oli lähdössä. Ja mä nappasin sen tavallaan niinku sen ylläpidon, se viiminen kuus kuukautta ennen ku se sulki. Ja sit tuli tämä sauma. Eli siis käytännössä, niin, jos ei nyt tollasia remontin jälkeisiä jotain uusia avauksia tai muita laske mukaan, niin kolme, kolme vähän vakavampaa ravintola-avausta *Okei,* takana. *okei, joo-* Mut kyl et se aika

monelle se yks riittää, et kyl se on aika iso prosessi. **Joo, näin on.** Se on ihan valtava duuni. Mut et sit siinä on erikoista, tietysti, et Mangee ja tää. Niin niinku logot ja tohon imagoon niinku koko yritys, yritys tavallaan miten sen nyt sanois. Hmm... Semmoseen niinku markkinoinnilliseen aspektiin, et milt sä haluut, et milt se mesta näyttää, ja mimmoset työvaatteet siel on ja, ja sisutusta ja kaikkee. Ni nää kaks on semmosii, missä mä oon voinu ite päättää. **Joo.** Et tota, et niinku et just niinku et tässäki tavallaan se kontrasti, et me ollaan niin intensiivisiä, ja me ollaan tuol kasvimaalla tonkimassa ja pöpelikössä juostaan ja poimitaan villiyrttejä ja kaikkee. Mut sit täällä, tää paikka itessään näyttää enemmän silt ku tää ois vaa jonkun koti. **Mmm.** Niinku ei pöytäliinoja ja tosi sellast rentoo. Niinku et jos tuntuu silt, että haluut seistä asiakkaan edessä niin et on kädet taskussa, ni antaa mennä vaan. Se on niinku sun rennoin, luonnollisin asento. Antaa mennä vaan. **Mmm.** Et tietyl taval sellane, semmonen niinku kontrasti, se et, et se ruoka on valmistettu hyvin, ni se ei tarkota sitä, et sun täytyy ite olla superjäykkä sen takana. Sehän vaan jäykistää asiakkaita enemmän. **Ja varsinkin kun huomaat, et se ei ole se rento olemus sitte, vaan kun siihen liikaa keskittyy, et miten ite on, ni sillon se välittyy kans.** Niin se vähän menee, joo. **Tota...**Mut et. Nii ni se Tempo tietysti oli.. **Mmm...** vähä semmonen kansanravintola, tost Mangesta on vähä vaikee sanoo, et olikse oikeestaan edes fine diningia. Ehkä se oli sillon, sillon puhuttiin paljon casual plussasta. Eli niinku hintaluokka siellä lähempänä casualii, mut sit kuitenkin sä saat aika hyvää palvelureaktioo, hyvää ruokaa ja näin eespäin. **Joo.** Niin, ehkä, ehkä näin. Enkä mä kyllä tätäkään sanois fine diningiks, vaikka aika moni muu on kyllä eri mieltä mun kanssa, mutta mut. **Mmm.** Mut siis. Mä nyt oon vaan sitä mieltä et fine dining on niinku just sellast vähä niinku valkoset pöytäliinat ja näin, niinku et sä panostat tavallaan semmoseen tekniseen suoritukseen enemmän. **Joo.** Et tota. **Miten sä ite luokittelisit tän? Tän? Nii.** En mä nyt tiiä.(naurua) Ehkä me ollaan niinku persoonallinen pikku paikka tai sillai ehkä tommosessa ehkä kulmakuppila tai kulmaravintola niinku, siinä fiiliksessä me ollaan ehkä omaa luokkaa. **Mmm.** Tietyl taval et se on, kaikki on tehty käsin ja tiedetään mistä raaka-aineet tulee ja ostetaan kokonaisii eläimii ja käytetään niist kaikki, ja kokonaisii kasviksii ja näin. Et se vaan on sillai, niinku, se on aika pitkälle vietyä, mut loppupeleissä toi kokkaaminen itsessään on, on ehkä sen takii vähä simpelimpää, koska ne raaka-aineet on riittävän hyviä. **No, nii.** Et se on niinku se, et siellä. Siellä niiden raaka-aineiden etsimisessä tai kasvattamisessa tai löytämisessä, ni siel on se pointti. **Joo.** Tietyl taval. **Ootsä vielä joissain muissa ravintoloissa mukana kun tässä.** En. **Joo. Mites osaatsä sanoo tota liikevaihtoo suurinpiirtein, henkilömäärää.** Ai kauheeta. Siis meitä on viis, meitä on viis töissä. Mitäköhän me ollaan tehty, en muista yhtään. Siis kaks, kaks kokonaist vuotta takana, mut mä en muista yhtään mitä se on. Ei se siis mitään järjettömiä. Meillähän on siis niinku myyntihinnat on aika, aika affordable, vois sanoo. **Joo.** Et siis, et siis idea.. ideahan täs on, et sä teet kaiken käsin ja oot kauheen intensiivinen ja persoonallinen, mut se, et se ei tunnu kukkarossa ollenkaan niin paljon, ku mitä se on, ikäänku tehty konsepti niinku vaatis. **Mmm.** Et yhtälailta meitä on sit sillai niinku välillä, kuitenkin niinku, niinku olettaa saattaa, et ihmiset tulee tohon ja vetäsee yhdeksän ruokalajii per lurjus. Niin, Niin. Siin

vois olla pari apukättä lisää, ni sä voisit niinku tehdä, vähä niinku kurottaa tähtiin ja näin edespäin. Nimenomaan mä haluun sen, et kahta tyyppiä ei oo tossa, tavallaan sekottamassa ja sotkemassa. Tehään sit sillai pikkuhiljaa. **Joo.** Mä en muista yhtään meiän liikevaihtoo viime vuodelta esimerkiks. Oisko siin ollut joku, on nyt alle miljoonan, kuitenkin. **Mut useita satoja tuhansia?** Joo, joo kyllä. Kyllä kyllä. **Meneekö yli viidensadan?** Pitäis mennä. Huolestuttais, jos ei menis. **Okei.** Heheh.. Niinku, joo. **Ja tää oli toiminu nyt sun ohjeistuksella?** Joo. Siis silee et mä ite myin tän koko suunnitelman ja, ja tavallaan tän konseptin, ja mä oon ite saanu sen luoda aika vapaasti tän koko niinku yritysimagon. Yhtälailla. Ja sit mä pidin hirveen tarkan, tarkan tota rahottajien kans palaverin ja sitte kun ne tavallaan hyväksy sen tuloslaskelmapohjan, missä siis mä sanoin, et me tehdään plussaa niinku maksimissaan 1700 euroo kuukaudessa. Et tää on niin pieni mesta et älkää haaveilko mistään muusta. Ni sit ne sano et ok let's do it. Ja kuitenkin, siit ensimmäisestä kuukaudesta lähtien ni kyl ne on ollu aika paljon erilaiset plussat. **Mmm** Ja siitähän se on kiinni, miten fiksui me ollaan. Et miten me käytetään henkilökuntaa ja miten kokonaisin me ostetaan ne palikat, mitä me käytetään sit tohon ruuanlaittoon. Se on se, niinku. Kaikki ratkasee ja paljonko me viljellään itse tosta. Se et se on se mun. (haukotus) Anteeks. Se et sä ostat sataviiskymppiä siemeniä. Ja lataset tommosen 45 kertaa 25 metrii systeemin täyteen, ni siel sitä miniporkkanaa esimekiks, ni jos sä haluut sen pienenä vetästä sielt. Sielt tulee muuten ihan jonkun verran. (naurua) Semmonen viiskyt, viiskyt metrii pitkä vana niinku vierä vierekkäin porkkanaa. **Nonni.** Jumaleishon, niil mennään hetki. **Mis teil on noi omat viljelyt?** Meil on Sipoossa, yksityis, yksityis- tota ni, alueella. **Okei.** Semmosess laaksossa niinku tavallaan, et siin on, perunaa on kasvatettu aika monta vuotta. **Joo.** Sit ku saatiin siitä, siitä tota niin, mut täs on sen verran, ku mä haluun. **Nonni.** **Montas vuotta tää oli nyt ollu tässä?** Kaks ja puol. **Kaks ja puol.** **Joo.** **Joo.** **Sitte vielä semmonen, mikä ehkä tosta alusta jäi, niin saako sun nimen julkasta vai haluutsä et-tä..**Saa, saa. **Joo, joo.** En, mä nää, en mä nää mitään syytä miksen, miksei sais. Tota... toiminnassa mukana menestystekijöinä. ööh. Mä luulen et meiän menestystekijä niinku tällä hetkellä on, on tietyl taval se, mist me puhutaan vähiten, mistä me kommunikoidaan asiakkaiden kans vähiten. Saatu se imago siitä, mikä tulee pelkän toiminnan kautta. Ja siitä et miten intensiivisiä ja informatiivisiä me ollaan. Et mistä mä oon ajellu kaks tuntii, kaks tuntii Turkuun suoraan tota niin viljelijälle ja tullu satakolkyt (130) kiloo rikkaampana sieltä niinku takasin ja, ja, et, et me ollaan niistä juureksista se palsternakka säilötty kuivattamalla. Kokonainen palsteri niinku et siit on tullu sellanen pieni rusina, tyyppiä jota nyt, nyt raastetaan niinku lautaselle. Et siin on ne omat sokerit balanssissa, ja se on hyvin kuivunu ja näin ... **Joo.** Se on niinku täys sykli, tietyl taval semmonen puhtaus. Yks, mist me saadaan kauheen paljon niinku positiivisia kommentteja, on se, et, et ruoka on tavallaan, tai niinku tosi moni sanoo, et no nii just, et tää on noin yksinkertaisesti valmistettu, et voi ku osaiski. Ni sanoo et, noo, et jos sä otat ison klöntin lihaa ja laitat sen uuniin vetää ja sata astetta yön yli. Ja sen jälkeen aamulla ku sä tuut, ni sä laitat sen jääkaappiin. Sit ku se on jäähtyny, sä leikkaat palan. Suo-laa ja pippuria ja lämmität uunissa, ni kyl sä pystyt siihen. **Mmm.** Mut siit tulee vaan semmo-

nen fiilis, niinku et täs on ammattilaiset, ja näin et en mä, en mä osais. **Nii, nii.** Jos jengi osaa lettuja paistaa, ni onhan kumma, kumma jos ne ei osaa lihaa keittää. Niinku. Mut että, et tota, tietyl taval me saadaan tosi paljon niinkun, palautetta siitä että, et maut on hirveen puhtaita, ne raaka-aineet on aitoja. et, Et me ei niinku edes yritetä peittää niitä. Päin-, päinvastoin. Et, et se on yks, ja sit tietysti toi meiän intensiivisyys asiakkaitten kanssa, et me ollaan niinku tosi läsnä. **Joo.** Niin, niinku. Me ollaan kuitenkin näin lähellä. **Mmm.** Et niinku maksimi, mitä sä voit tehdä on tost, ehkä mitä tos on viis askelta. **Nii.** Ni tota, ni se muuttuu vähä se homma. Et se ei oookaan enää nii persoonatonta ja niin edespäin. Ja kaikki, kaikki tota nii. Ku me ei ees harjoitella ollenkaan. Et jos meille tulee joku uus tyyppi, ni mä työnnän sen tonne saliin vaa. Diuuh. Näin. Ja sit se vähän kuuntelee, mitä mä puhun ja sit se tekee siit oman version. **Joo.** Se on tosi luonnollinen, sen kans. Ni tota. Sit me ollaan kaikki myös niinku omia yksilöitä. Sommelierin viinimestari Johan on.. Se on suomenruotsalainen ja se on tota nii suomalainen, Suomen kansalainen, vois sanoo kyll. Mut tota nii, sil on hirveen oma tyyli, oma tyyli niinku toimia, toimia ja puhua ja näin edespäin ja taas mul on niinku ihan oma niinku semmonen, mites se nyt tituleeraskaan sen, paljakka(?) Auervaaraks, vai mikä se oli, niinku tätä osastoo, et ne puhuu hirveen paljon ja, ja näin. Toisaalt se on myös sitä niinku ylpeyttä. **Mmm.** Siitä mitä tekee ja mitä niinku on saanu aikasiks ja noin, ni se syöttää. Se on niinku mun petrooli tai bensiiini siin tapauksessa. Mut et varmaan menestystekijät on sillai se niinkun tuotteessa itsessään, niinkun se hinta-laatu. **Joo.** Ja sit se ruuan semmonen, se kokonaisuus. Et se on niinku täysympyrä, et se tulee jostain ja me tehdään sille näin ja näin, ja se maistuu oikeesti tältä. Et se, et jengil on ollu hirveen paljon esimerkiks tietyist juureksist sellasii enakkoluuloja, et se on niinku tosi kitkerä, ja mä oon et no ..kokeile. Et jos et sä diggaa, se on ok, et se ei maksa mitään. Mut mä haluisin et sä testaat. Sit ne saa yhtäkkii sellasen kokemuksen, just palsternakast, mitä ne ei ois voinu kuvitellakaan. Niin, niin. Se, se on aika pitkälti semmonen. Sit me ollaan aika persoonallisii tietyl tavall. Et kaikki omanaan, niinku me ollaan. Sit me yritetään kauheesti lukee asiakkait, et mitä ne haluaa. **Joo.** Et tota ni, Toiset haluaa jutella niinku ensimmäisest sekunnist iha älyttömästi, ja tavallaan se ruoka jää vähä niinku sivuseikaks. Et ai nii, täs oli tää, kalalautanen.. ja näin. Mut et se sellanen sosiaalisuus, interaction, on tosi tärkeä, Toisille taas se ruoka on niinku kaikki. **Mmm.** Mä oon ihan sillee, et no joo. Se kuuntelee, ku sä esittelet sen annoksen ja esittää pari kysymystä ja Okei.. Sit on nenä kiinni siin lautasessa ja vaan syö... Et tota Et, Et. En mä tiiä, tää on jännää. Meil oli eilen just tota semmonen ilta, et mis meil oli pari pöytää ilmottautunu, et heti ku ekat pöydät lähtee, ni soittakaa he tulee. Yks oli yhen hengen pöytä ja yks oli kahen hengen pöytä. Eli Kaks henkee oli tommonen pariskunta, josta se kundi sano, et hän ei oo niin kauheen kulinaristi, että et, tämä kyllä on, mut hän on, hän on niinku vähemmän, mut et hänen täytyy kyl sanoa, et tää on kyl ---ne söi seittemän ruokalajii, yheksästä,--- Nii se sano että, tää on kyl ollu sellanen, tää on vähä niinku matka. Et se lähtee siit ensimmäisest palasta ja sit sul herää mielenkiinto.. Ja sit sä ain niinku odotat, et mitä tulee seuraavaks ja se, mikä siin on se juju, tietyl taval. Ja siis se, et se juju voi olla se, et sä käytät nii vaa purjosta ne eri osat, et ne

maistuu vähä erilaiselle, ne on pääruokahässäkän(?)kans, ei mitään ydinfysiikkaa. **Joo**. Niinku pelkkää vaan, ihan normaalii ruuanlaittoo. Ei mitään niinku, paistettu kolkytkaks vuotta ja sen jälkeen kuivatettu viis viikkoo ja näin. **Jaa**. Vaan siis sillee, et tuore purjo ja sen oma so-keri toimii. **Joo**. Tällä tavalla me tehtiin siitä näin ja tälleen. Ja sit se toinen, se yksinäinen kundi, mä soitin sille, mä olin vähä sillee, et missäköhän toi on, kuulosti vähän oudolta, oudolta. Ja sit se oli iha et, et joo, et hän, hän pääsee tulee tos, et ihan pikkuhiljaa. Ni tota, se oli Ahvenanmaalta, kokki, joka oli Chez Dominiq'issa (Chez Dominique) vetämäs viimist jälk-kärii just siinä kohtaa. Ja sit se tuli tänne ja tilas kaikki. Veti yheksän ruokalajii siihen put-keen.(naurua) **No nii**. Ja tota ni. Ja ja. Ei sillee, et sen täytyy verrata Chez Dominiq'iin mei-tä. Se ei oikeestaan mua kiinnosta yhtään. Tavallaan jos...joskus on niinku semmonen fiilis et no, no juoruja, et kuunnellaan nyt ne. Et ei siinä mitään. Mut et käytännössä mun mielest aina se on mielenkitosinta, et miten me onnistutaan. Sellaselle tyypille, joka tulee niinku ihan tuolt jostain. Ja ehkä vetää viel kaks tähtee siin välissä ja sit se pärähtää tähän. **Joo**. Ja kat-too et, et miten se niinku, iskee siihen tyyppiin. Tavallaan se on sellanen hyvä konsepti tästä, tietyl taval, vaik ei tää oo edes konsepti. Tää on vaan toimintatapa, joka niinku vetää sitte mukaansa, mutta, mut et tota. Se oli hauska. Se diggas kyl tosi paljo. Sano et tota, et hänelle tota yks ystävä suositteli, että, et tää on niinku se mesta. Et tää on se kaikist niinku hotein juttu, just nyt Helsingissä. **Joo**. Me oltiin vähä sillee et, okei. **No tosi paljonha on ollu pu-hetta nyt viime aikoina tost ruuan alkuperästä, että mist on lihat tullu ja mistä kasvik-set on tullu, et varmaan sinänsä on kyllä kuumaa kamaa, et ku tietää tasan tarkkaan mist ne on mikäkin tullu**. Oon se, on se, on joo, ilman muuta. Mut et tota. On se, jos meil on vaik kaheksan viikkoo ruokalistalla pääruoka-aineena kyyttö. Niin, niin, mähän oon sellanen vähän niinku dokumentoijatyyppe. Tietyl tavalla. Et siis. Ku mä otan sen viljelijän, niin se vil-jelijä nappaa kuvan ja mul on siit kyytöst kuva, ku se näytti, et joo kiitos näyttää hyvältä. Et anna tulla vaan. Ja siinä se on laiumella. **Mmm**. Niinku. Ja sit se koko sykli. Et ku mä saan sen lihan tai se koko ruhon. Ni mä otan siit ruhost kuvan ja mä laitan sen vaik facebookiin. Et nyt me ollaan ostettu tämmönen, et tää on satakaheksankyt kiloo, että, et tarttis vähä apuu tän syömisessä-osastoo. Ja sit ku mä leikkaan sitä paloiks sitä ruhoo, irrotan jalat ja muuta, ni jos se olis niinku superluokkast lihaa, niinku tää yks oli, Hämeenkoskelt, tost vähä niinku, Lahdesta viel pohjoseen. Ei se oo ku kolkyt kilsaa Lahdesta. Ni käytännössä se on niin lähel se mesta, et mä voin käydä siel iha iteki. **Mmm, näin**. Moikkaan sitä kyyttöö ja ottaa vaik videoo siitä, ja vaik postaa johonki. Niinku et, et tota. Ja sitte, sit se koko prosessi, niinku et minkä-laiset fileet siin on ja näin edespäin. Jos ne on niinku tosi superlaatuu, niinku toi oli. Ni mä oon ottanu niist kaikist osist kuvan, ku mä oon niit erotellu tossa. Ja sit ku joku kysyy ja sanoo et, sul on ollu kyyttöö jossain vaiheessa, ni mä oon sit et joo, et ihan pieni hetki, ja haen kännykäst kuvan ja näytän et kato tos fileess on niin paljo marmorii ja tällä tavalla. **Joo**. Et niinku, et, et se on kokonainen, se tarina. Se on vähä sama ku et ottaa... Tavallaan, tavallaan vähä sama, et ku mä oon työmatkalla, et mä aina dokumentoin, tavallaan niinku ilmottelen ain tuol sos.mediassa, et mis mä meen ja mitä mä teen. **No ni**. Et tota, et tietyl taval tää on

just vähä semmonen, et pitää vaa aina muistaa toi i-Padi lyödä tohon tietokoneeseen kii, et löytyy jostain muualtakin ku vaan tästä. **Nii**. Et jos kaatuu vesilasillinen päälllle, ni siel menee kakstuhatviissataa kuvaa. Ni (naps) näin. **Näinhä se on**. Heh. heh. Et tota. Mut siis sillä tavalla. Ja, ja. Nii en mä tiiä, miten sen nyt sanois. (asiakas tulee sisään) Päivää, olisinko voinut olla jollain tavalla avuksi?...Voi että, ku me avataan vast kuudelt illalla...Olen pahoillani.. (Laukkonen neuvoo asiakkaalle tien seuraavaan ravintolaan, asiakas kiittää ja poistuu) Doda, doda. Nii. **Mitäs sanoisit, et miten te ootte alun perin saanu ne ihmiset tulemaan tänne`?** Mä luulen, et se oli aika pitkälti jonkun verran ehkä mun rahoittajien puolesta, sillee et jos aloittaa sieltä vähäisimmistä. Ni tietysti kaikkien tyyppien omat kontaktit, se oli niinku.. **Joo**. ...eka. Mut sitte ton, ton Mangen kanssa, niin niin. Siin kävi sillee, et mä perustin nettisivun ja sit mä rupesin pitään blogia. Mä rupesin pitään sellasta blogia missä siis niinku, ku keittiön tila valmistuu, ni mä otin kuvan ja laitoin sinne sen sinne blogiin ja kerroin, et nyt tää remontti etenee tällä tavalla, et fyysisesti näät. **Mmm**. Ja se et siin on se, et mikä paikka me ostettiin ja se, mitä siit on tulossa. Ni se et se niinku vertailee. Jumalauta jätkät marisi tuol keskikaupungilla. Mikähän tää jätkä luulee olevansa. Et se nappaa tääl kuvia jostain remontoitavasta keittiöstä, et hei please. Keskittyisit olennaiseen, eiks nii. **Joo**. Ja tota, ni se oli tosi seurattu, se blogi. Ja mä kävin sillee lounaan ja illallisen välissä siin on pari tuntii aikaa, ja sillo pitäs laittaa kaikki kondikseen ni siin oli kuus tyyppiä tuolla kaupungilla, eri mestoissa. Et no mitä se nyt on päivittänyt, mitä se nyt on tekemässä. Ni se mielenkiinto heräs sit sitä kautta. **Joo**. Ja sit ku ammattilaisel herää se mielenkiinto, ni sit se herää myös lehdistöllä. Ni se ammattilaiset puhuu keskenään ja lehdistö kuitenkin nappaa sen jostain ja sit siit tuli vähä niinku sellasta että.. et yhtäkkii kävelee Hesari sisään. Ja nyt pitäis tehdä susta niinku toi, toi tota niin niin henkilöjuttu. Et puol sivuu Hesarii. Vanhan Hesarin puol sivuu. Niin tota. Mitä ihmettä. Eiks tää on sun ensimmäinen niinku tää ravintola. Mä ajattelin, et sä oot tehny tän homman vähä eri tavalla, ja et sit se lähti siit sit vähä niinku pikkuhiljaa. Et tietyl taval toi, toi kasarimedia (kahdeksankyt-luvun media) niin, et sen sai ton kans aika hyvin houkuteltuu, Magnen kanssa. Ja sitte, kun tää projekti tavallaan alko, niin sit mä olin siirtyny siit blogista tavallaan jo sit seuraavaan juttuun. Mä olin tosi aktiivinen nimenomaan facebookissa. Ja sit ku aika näytti siltä että, et kyl se on nyt toi twitteri, mis rupee tapahtuu seuraavaks, ni sit sinne ja nyt seuraavaks instagrammii . Ku nappaa instagrammilla foton, ni se menee siit suoraan netti-instagrammiin ja twitteriin ja facebookiin. **Joo**. Ja ne on niink mun omia tilejä. Et sit meil on myös ravintolan facebook mikä me alotettiin tota 2010 niin ikään ja siel on nyt 2000-2800 ihmistä, jotka saa sit meilt tiedon esimerkiks et tälle illalle on vapautunu yks pöytä. Et meil ei oo jonossa ketään et napatkaa se tästä. Ni se on niinku kahesta kahteenkymmenen minuuttiin, ni se pöytä on menny. **Joo**. Ja ku sul on 2800 ihmistä, jotka saa sen viestin saman tien. Ni se on niinku se, tavallaan sä ultimum siitä, et sä rupeat pitämään blogii. Et se, et mihin asti sä meet. Et sul onki suora ...Sä tavotat nää asiakkaat, jotka on susta ja sun touhuista kiinnostuneita. Ni sä tavotat ne saman tien. **Nnn**. Ni aika pitkä patkä tos välis, niinku et mitä kaikkee sitä on sitte tullu touhuttuu et ollaan päästy tähän, mut et on tehty toi

nykytekniikka ja kaikki nää ohjelmat ja kaikki muut. Ni kyl nekin auttaa sit omalla..-?- ..**Mut et periaatteessa siis sitä perinteistä markkinointii ei oo siis oikeastaan ollu?** Nolla euroo. **No nii.** Nolla euroo. Et enempi se on ollu siis sitä sitten. Jaa, jaa, pitihän sitä nyt pitää vähä meteliiki täst, mitä sitä on tekemäss (naurua) Eiks nii? **Nii.** Että, et sen takii mä pidettiin niinku ensimmäiset testidinnerit ja pressidinnerit ja muut ni. Sillee et meil puuttu vielä yks vai kaks viidesosaa lattiasta. Niinku. Et me ollaan nyt avaamassa tähän tälläst. **Joo.** Niin, niin. Pitää tietyl taval niinku semmost Behind the scenes, ja, ja kaikkee tälläst, tälläst osastoo niinku. Et no joo, me avataan viikon päästä, mutta..Tulkaa testaa . Mä teen teille jotain. **Joo.** Vähä sen tyyppistä että... vähän niinku esimaisteluu ja sitä...sitä kautta. **Vou.** Sitä kautta. **Totta sit saat pienen piirustustehtävän.. Mistä asiakaskokemus sun mielestä koostuu? Saat merkitä ihan niin paljon tai vähän asioita kun itestä tuntuu. Tottakai mulle parempi mitä yksityiskohtasemmin laitat. Ja jaat sen ympyrän siten että mistä, mikä on niinkun suurin vaikuttava tekijä.** Mut siis, ylipäättään vai meillä? **No voit laittaa ylipäättään. Keskustellaan siit jotenkin sitte, et jos se eroo jotenkin teillä.** Kyl se eroo. Se on aika erilainen. Tai mä nään sen niin et se eroo aika isosti. Hmm. Luulen et sä oot kyllä kaikennäköisii kaavioita saanu nähdä. Toi... Ehkä mä voisin tehdä semmosen niinku yksinkertaistetun. **Voidaan me niinkin jutella et mikä on niinku sun mielestä yleisesti ottaen, et mistä se asiakaskokemus tulee? Mikä on se vaikuttavin osa?** Niin mä luulen että vaikuttavin osa on, on, tai tietyl tavalla siis se, että jos sul on, jos sul on se, niinku jos sul on konseptoitu paikka ja se konsepti on kasassa. **Mmm.** Se palvelee sitä tarkotusta mitä, mitä sen on pitäny. Niin, niin, silloin sillä miljööllä itsellään on aika vähän tekemistä. Sanotaan näin...Tai et se tulee vasta jengin... Jengi ottaa sen kokemuksen vastaan ja saa siel hyvää ruokaa ja hyvää palvelua. Ni tavallaan ne kokee, et se ravintola on jo ehjä. Niinku. Ja se et kokonaiskokemus on, on ehjä. **Mmm** Ja tota niin...Sit sitte ne vähän, siinä tulee joku pieni tylsä hetki, ku ne kattelee vähä ympärilleen ja totee et hei et, et se on ehkä tavallaan ehkä sit siinä mieles kymmenen pinnan. Mut sit semmosissa mestois, mis se ei oo, se kokonaisuus, se konseptin toteuttamisen kokonaisuus kans se... **Mmm Joo.** Se.. pieni hetki, mä meen käväsee keittiössä, jos sä kysyt jotain.. mist nää katkaravut tulee. Ni tota. Se rupeat asiakkaana heti epäilee. Jengi on tälläsii nykyään. Mikä on mun mielest tavallaan ihan hyvä, et ne oikeastaan testaa ja kyseenalaistaa koko ajan sitä et minkä helvetin takii te itse asiassa ootte täällä töissä ylipäättään. **Mmm.** Et jos te...Jos tänään on niinku, jos tänään on lounaalla kolme asiaa ja te ette tiedä et mistä niinku yks asia edes tulee, tai teetteks te pizzapohjat ite -osastoon. Niin, ei se kyl must kauheen ehjä se konsepti oo. **Nii.** Tai ei se oo ainakaa toteutettu hyvin. Silloin rupee kaikki muu korostuu. **Joo.** Hajut ja miljöö ja kaikki, onks tää tuoli itse asiassa mukava. Se, et jos sul on kaikki kasassa, ni ei sul oo mitää välii kuinka epämukava se tuoli on. **Mmm.** Eli, eli kaikki vaihtelee mun mielestä. Mä nään sen niinku tällä tavalla. **Joo.** Meillä, niin, miljöössä oikeestaan ainoot negatiiviset mitä on tullu, ni me ollaan myös reagoituu, on meteli. Ku tää on nii tälläst pintaa ku tää on ja tää on tosi pieni, ni täällä helposti nousee volyyymi. Jos täs on aanekas seurue näin, ni et sä tuolla oven vieressä kahen hengen pöydässäkään niinku kauheen

intiimisti oo. *Joo*. Se vaan on näin. Ja tietyl tavalla asiakkaat yhä enemmän ja enemmän ymmärtää sen, mihin ne on tulossa, et tää on pieni paikka ja tää menee tällä tavalla, mut kyllä siinä sen ensimmäisen puolentoista vuoden aikana muutamaan kertaan...*Joo*.. Olihan se, meil oli hauska tässä tavallaan kolme kahen hengen pöytää. mikä on aika tiukka, vähän sillee ranskalaisittain...Ni tota, mul oli täs kaks muusikkoa ja toinen oli niistä vielä äänisuunnittelija. Ja sit se sano noista, noista, et hei, et ootsä miettiny, et sä voisit ottaa vaan ton katonväriset tollaset panelit. Et ne panelit vois demppaa sille kivasti... *Mmm*. Ni tota näin...Sillo ni ku se on tavallaan poistunut...Ja, ja oikeetaan ainoot ni melkeen on melkee huonokuulokset, ainoot, joil on vähä vaikeeta. Tietyl taval ja sit joskus on just semmonen tietsä...Neljä daamii tai neljä herraa jotka sit ne räkättää tossa oikeen kunnolla. Ni sit on iha turha yrittää puhuu jollekin muulle samaan aikaan. Kannattaa odottaa vaan yksinkertaisesti ku se räkätys on menny ja todeta.. nii siis, tällä lautasella oli sitä ja tätä...Nii tota. Totatota. Mä sanoisin et meillä se asiakaskokemus koostuu...mä luulen et semmosesta kokonaisuudesta tietyl taval, et se miljöö on niinku tosi pieni. Et semmonen niinku tekninen, tekninen osuus on ehkä yhtä pieni. Et jos se on vaik viis prossaa miljööttä, tai teknistä, teknistä toteutusta tai tekniset elementit, sanotaan näin, ni sit se kaikki loppu, tosi kornii sanoo. Mut et se kaikki loppu, se on se, mist me saadaan eniten positiivist palautetta. Et se niinku, se, se fokus siihen, mitä me tehdään, se persoonallisuus miten me se tehdään, eli se palvelu ja se ruoka eli se koko tarina. Se niinku se kokonaisuus, se niinku ympyrä siitä. *Joo*. Et ku sä kävelet tost sisään ja sanot et mul ois vähä niinku nälkä, ja siihen ku sä lähdet, nii, ni niin tosi moni on sanonu niinku että, et ei osannu odottaa ku näin kokonaisvaltaista tavallaan kattausta. Siitä, et mitä saa. ***Osaatsä niistä sit vielä eritellä just esimerkiks ruokaa, palveluu, mikä, mikä se on niinkun niissä sitte se pääasia?*** Kyl mä varmaan ruokapalvelu, ruoka ja palvelu on aika fifti fifti, tietyllä tavalla mut se vaihtelee tietysti asiakaskohtaisestiki hirveen paljon. Toiset tulee niinku nimenomaan ruuan takii ja sit ne on palvelun kaa vähä sillee, et joo-joo, joo-joo-joo, nyt tää safka... *Joo*. Niinku, et asiakaskohtasii eroja joo, mutta toisaalta jos ottaa niinku TripAdvisor esimerkiks ja eat.fi, ja vähä skrollailee siel, kattelee mitä ihmiset on sanonu, ni mä luulen, et semmosel tajuu sen sitä kautta kaikist helpoiten. Et, et minkälaisessa maailmassa me niinku eletään. Että, et emmä sitä sano, et koht rupee tulee suorituspaineita, mut kyl sitä aina välil mieltii niinku, et voi video, ku napsahtaa se yks tosi huono. *Mmm*. Tiekssä. Et mimmonen fiilis siit tulee sit itellee, et onks se sit pettyny siihe omaan suoritukseen, tuleeks siit vähä sellanen fiilis ku näyttelijällä, et vitsi tänään meni huonosti, et huomenna pitää parantaa. Ku ei se pitäis olla niin. Et tota, et et, mut ei oo viel tullu ihan hirveesti. Heheh. Toiset sanoo just sen, et, et tietyl tavalla... Ja mä ymmärrän sen hyvin, et jos siitä et jos sul on niinku yheksänkyt pinnaa ruokaa ja palveluu, ni kylhän sillo vois puhuu jo ravintolasta. *Nii*. Eiks nii? *Nii*. Et, et mikä siel on tärkeintä. Tietyl taval ja siihen palveluun mä myös luen niinku sit sen, et me nimenomaan, palveluperspektiivistä katsoen halutaan kertoo mistä raaka-aineet tulee ja mitä me ollaan niille tehty, tai itseasiassa kuinka vähän me ollaan niille tehty. Et se on niinku se pointti. *Joo*. Ja tota.. muuten, eiköhän toi ois... toi ois niinku vartti. Toi on viis ja toi on viis.

Tää ois niinku se tekninen ja toi olis sitte tota, toi miljöö...Esim meillä, ni musalla ei oo mitään merkitystä. Se voi olla päällä, se voi olla pois, sil ei oo mitään väliä tääl niinku. Sit ku rupee hiljenee jossain vaiheessa, ni joku sanoo, et ai, teil oli taustamusiikkii. Hehheh. Et se niinku...Mut sit mä laittasin niinku, näistä fifti fifti, niinku ruoka ja palvelu. *Joo*. Täst tulee nyt satakymmenen, mut.. *Joo. No nelkytviis-nelkytviis*. *Joo*, nelkytviis prossaa... Fortyfive fortyfive, näin mä niinku sanoisin et meillä. *Joo*. Yleensä varmasti niin...tai yleisissä normeissa vois sanoa että tavallaan se, se miljööön ja sen teknisen semmosen kaikki sujuvuus, jotka liittyy ehkä jollain tavalla palveluun. Ni, ni kyl mä näkisin, et ne on isommat. *Joo*. Ja monissa paikoissa sit taas, mitä isompi mesta, ni sinne tullaan vaan tankkaamaan, et itse asiassa se ruuan merkitys on paljon, paljon pienempi ku mitä moni olettaa. Näin. *Joo.Okei. Mitäs olik sulle sit toi visuaalinen identiteetti käsitteenä aiemmin jo tuttu? Ootsä kuullu siitä, tai käyttänyt*. öö.. En niin kauheesti käyttänyt, enemmän mä oon puhunu niinku yrityksen imagoista. Tietyl tavalla, tai sit siitä niinku, semmosesta eettisestä ja moraalisesta valinnasta sen takana että miltä sä haluat, että sun yritys, esimerkiks ravintola.... Et miltä sä näytät ulospäin, et millä tavalla sä tietysti itseäs markkinoit. Mut myöskin se kaikki toiminta, et se on tietyl taval niin läpinäkyvää, et se treissaa siihen. Et se toiminta ja se markkinointi on samaa. *Joo*. Tietyl taval, et oisko se sitte, mitä yritysimage on enemmän mulle se, mitä mä oon niinku aina miettiny. *Joo*. Mut että, et tota mua on hirveesti aina välillä pyydetty puhumaan asioista, just et mitä on asiakaspalvelu ja, ja mitä on suomalaiset villiyrityt ja miten niit vois käyttää. Ja tää on niinku tietyl taval kans yks, yks siis tota niin, mitä mulle on... Mua on niinku pyydetty kertoo mun tarinaa, tän tarinaa ... *Joo*. Niinku paljon ja sitte yhtä lailla, et mistä mun inspiraatio tulee. Mä luulen et tommonen visuaalinen identiteetti ja ylipäättäen tommonen yritysimage ni on aika lailla helpompi käsite, ku että mistä sä keksit noi.. (naurua). Niinku ihan vaan HC-idea et, et mennään nyt tota ni, mennään suolaamaan pihlajanmarjoja ja kuivatetaan ne ja katotaan sit, et mitä niil tekee. Ja sit et se mitä sä niistä teet on, et sä poltat sipulii kattilassa ja laitat ne sinne, ni sit se maistuu parhaimmalle. Niinku et tosi semmosii . Kukkuu -osaston pestejä. Toi tota, mulle tai mun mielestä toi visuaalinen identiteetti siinä mielessä ni sisältää, se sisältää aika paljonkin. Mä en tiedä et onks kaikki ihan niinku sillai, eikä tarttekaan välttämättä olla mukana, että pystyy tietää ne tekniset elementit, et tähän kuuluu tää ja tää ja tää. Mut mä ajattelen sitä siis sillä tavalla että mulle se läpinäkyvyys on hirvee tärkee, et sen tekee ja pitää, ja pitää pysyä aitona. Niin uudelle ku returning guest... sellaselle tyypille ku on käyny täällä monta kertaa, ehkä jopa jokaisen menyyn maistamassa. Niin niin, se pitää olla mun mielestä yhtä läpinäkyvää kummallekin. Ni silloin mun mielest se mitä me tehdään, tuottaa sellasta toimintaa myöskin tän ulkopuolella, joka on yhtä läpinäkyvää. Suomess on ihan juurikin riittävästi sellasii ravintoloita, jotka on sitä mieltä että, tää on meiän konsepti ja sitä ei muuteta. Mä mä oon oppinu jo ennen Magnee, mä opin, et sä voit tehdä ravintolan siitä visiosta mikä sulla on, mut sen ensimmäisen vuoden aikana ni sit siellä käyneet asiakkaat, ne jotka tulee takas, ni ne muokkaa sulle siitä sellasen ravintolan, mikä siit tulee. Et sun täytyy olla valmis siihen, et jos sä teet oman maailmaasi pienen lapsen, oli

se tyttö tai poika, ni sil on kuitenkin oma tahto. *Mmm*. Ja se et ku sä teet paikan mikä on ihmisille, ni ne ihmiset, ne, ne tekee siitä sen lopullisen ravintolan mikä siit tulee. Ja meillä just se et ku me avattiin, ni me oltiin täysin valmiita siihen, et meillä on tossa niinku tyyliin Green Peace ja kettutyöt ja kaikki mahdolliset tyypit ovella sanomassa että ette te oo ollenkaan riittävän luomuu, et laittakaa ovet kiinni nyt saman tien ja menkää paistamaan sitä ankanmaksaa niinku kaikki muut. *Mmm*. Ja toisaalta siis ihan toisesta suunnasta et tulee vaan tavallisii perheit ja muita et mikä hemmetin luomu, et tuo nyt vaa sitä lihaa mulle pöytään.. Et me oltiin valmiit siihen et kummastakin päästä tulee ihan sikana. Sillai ihan muutamaa poikkeust lukuun ottamatta nää tavallaan überit kummaltki puolelt voi leikkaa pois, et me ollaan saatu kaikki silt väliltä. Kaksymppisist pariskunnist kaheksankytyvisvuotisjuhliin. Kaikkee silt väliltä. Et et siinä mieles toi niinku iski toi homma aika hyvin ja mun mielest senki takii ni sitte se, se kaikki toiminta... Että.. mä yritän olla mahdollisimman luonnollinen kaikemis mä oon. Ja sit jengi aina kysyy et mikä sul on, ku sä et ikinä jännitä tai tietsä et sä mee niinku lukkoon tai mä oon vaan sillee, et no en mä tiiä, et must vaan tuntuu hyvältä. Et se ei oo mun mielestä kauheen väärin. Et mua aina epäilyttää, jos mul on semmonen puhuja, joka on ihan älyttömän kipsissä. Mul tulee aina mieleen, et jos mä vaan nostan käden pystyyn, ni tota mitä tapahtuu. *Ajatus katkee ja koko paketti leviää*. Nii. Tai meneeks sillä oikeesti Pardon my friend, et meneeks sillä niinku kurat housuun, et.. et kyl mä näin et joku aikoo kysyy jotain, mut mä en tiedä täst asiast mitään. Tietsä. *Nii, joo*. Et jos sä oot varma siitä mitä sä teet ja tavallaan pystyt niinku seisoo sen takana.. yhtälailla mä voin seisoo tossa ja sanoo asiakkaalle joka sit rupee tenttaa mua luomusta, mitä siis tapahtuu tosi vähän.. nii tota, sanoo, et joo, mä käytän tavallista väkiviinaetikkaa. Ku se kysymys on tietysti, et miksi. Ni mä sanon miksei, et oot sä koskaan nähny väkiviinaetikkaa luomuna. En mä tiiä. Mä sanoin et en mäkään. En mä oo ees lähteny ettii. Et mul on ne kaks tai kolme tai neljä tuotetta niinku, täs kokonaisuudessa, missä mä oon vaan yksinkertaisesti miettinyt et se, et jos mä lähtisin vaan nyt ettii esim. tota Sunnuntain gluteiinitonta jauhoseosta vastaavan tuotteen luomuna.. ni tota, mitä se oikeesti edistäis. *Mm*. Et se, että, et silloin ku me avattiin, me oltiin ehkä seiskyt (70) pinnaa keittiöst luomua, ku me avattiin. Ni sekin oli ehkä kolkyt nelkyt pinnaa enemmän ku ykskään lounasravintola Suomessa koskaan. Ni ei se nyt mun mielestä oo hirveen huono, jos me ollaan nyt niinku yheksänkytyheksän.. *Nii. Näin on*. tyypisesti.. Okei. Mut jos me mennään taas näis asioissa hirveen tiukoille ni tavallaan ni eihän me sillä tavalla sidottu olla mitenkään sertifioituu luomuu. *Niin*. Niinku. *Näin on*. Et turha tehdä asioita ittelle liian vaikeeks. Mut se, että mulle tärkein asia on se, et me ollaan luomumpi. Ja ollaan oltu koko ajan luomumpi kuin muut. Ja uskotaan siihen hommaan ja se että, et on Helsingin kaupungissa ja on monessa muussakin kaupungissa ihmisiä ja ammattilaisia ja kokkeja jotka niinku sanoo tähän että puuh. Et ihan paskaa, oikeesti.. et keskittyisit vaan olennaiseen. Mut tää on se mitä mä haluan tehdä. *Nii*. Tietyl taval. Ja se et sen näköstä tääl myös on, et tietyl tavalla mä jotenkin sanoisin tohon visuaaliseen identiteettiin, et aika moni peilaa sitä mun kautta. Niinku. *Mmm*. Tän yrityksen semmost identiteettii et, et se on niinku sellast sinisilmäsen ehkä

aitoo.. rehellistä. Kuitenkin tietää, et se on liiketoimintaa. Eikä nii, et tää on vaan harrastus, et täs on niin hyvä rahotus takana, ettei tartte tehdä fyrkkaa penniikään. **Mmm.** Voi vaan sillee juoksennella pellolla ja heitellä saporaita - tyyppisesti. Tai niinku esimerkiks hukat ois raaka-aineista kolkyt prossaa, et jos ei tee mieli käyttää purjon vihreit lehtii, ni heitetään ne pois vaa, ei siin mitään. Tää on tosi ankaraa bisnestä, meil on niinku tietyl tavall.. Me tehään ihan hemmetin pitkii päiviä. Töitä me tehdään sen takii et me halutaan. Ni se on niinku se ykkösasia. Ei sen takii et kukaan pakottais. En mä ikinä pakota ketään. Niinku olemaan täällä. **Mmm.** Enempää ku sen työvuorolistass lukee. Mut se et meil on halu tehdä asiat paremmin, käydä pöpelikössä. Yhtäkkii kesken päivän, yks sanoo hei että.. mä mä voisin nyt ottaa fillarin ja lähtee keskuspuistoon vetäsee ne nokkoset. Et sit ne on huomiselt pois alta. Ni mitä mä voin sanoo. Et ei ei, et voi mennä tänään. **Ni.** Eiks vaa. Ni sillon siitä, siit, ku mä voin tavallaan sillä tavalla, et mä mähän pyörin stadissa tosi vähän... Mä ite asun Espoossa ja ajan tost autolla aina, ni en mä oo tuol iltabissellä jossai -?-ssä kokkailemassa kollegoiden kanssa ikään kuin työajan jälkeen. Tai vertailemassa et oliko sun porkkana vai mun porkkana parempi, niin, niin mä elän semmost niinku omaa elämää. Näiden tyyppien kanssa, meidän asiakkaiden kanssa ja muun sen sidosryhmien kanssa, jotka on enempi tai vähempi kuitenkin tässä täällä tai Sipoossa tai tästä vähä länteen. **Joo.** Toki ois pohjosessa paljon kontakteja ja toss Keski-Suomessa on paljo, jolla on eniten sienii. Ni ne poimii sit niitä ja kuivattelee mulle ja niin edespäin. Et se on mulle tää on hirveen sellanen verkosto joka on pohjautunu mun kaikkiin edellisiin kontakteihin. Kaikkiin ihmisiin, jota mä oon koskaan tavannu. Et yks tyttö jonka kanssa mä oon käyny kerran sillai sokkotreffeillä .Tuolla kaltseilla, joskus. Siis oikeesti joskus. **Niin.** Ni se sattuu oleen se tyyppi, joka poimii ja kuivattaa mulle ne sienet. **Okei.** Et niinku, tätä on some-aktiivisuus mun mielest tietyllä tavalla. Et se, et sä pystyt käyttäät niitä niinku oikein. Et siitä syntyy oikee asiakassuhde et sekin tyyppi on kotiäiti, sil on kaks lasta ja sen et tarvi tehdä duuni, mut se rakastaa sienten poimimista..Ja myy niitä mun mielest sillai kohtuuhintaan. Ja se mielellään näkis et ne on täällä. **Mmm.** Ni mun mielest se menee oikein eiks nii. **Joo.** Ja sitä paitsi bonarina ni se kontakti siihen tyyppiin säilyy, mikä on mun mielest aina niinku plussaa. Siis näin ja tota.. tavallaan tosi vaikeesti vastailen.. vastaten niinku kysymykseen, mut mulle tän ravintolan visuaalinen identiteetti on niinku kaikkee tätä. Ja mitä me oikeesti tehdään ja mitä me ollaan. Et sitä pystyy paljo peilaa vaik sit mun facebook-twitter-instagram siit et voi tsiisuus, mitä toi on.. mitä se nyt poimii tuolla -tyyppisesti. Mut et just se, että se semmonen mielenkiinnon herättäminen, mitä harva ravintola ehkä tajuu sen visuaalisen identiteettinsä kautta. En mä sitä tarkota, et ravintolan nettisivuilla täytyy olla mun instagrammit ja kaikki. Päinvastoin, ne ketkä tajuaa ne jotka tietää tai ne joille on kerrottu, ni ne osaa kattoo sitä kautta. Ja taas ravintolan imago ja sen semmonen visuaalinen identiteetti on puhdas, selkeä niinku sä tiiät meiän nettisivut.. Ootsä käyny? **Joo.** Niin ne ei ehkä kauheen paljo selkeemmät enää voisi olla. **Nii, näin on.** Tervetuloa, tässä on.. me ollaan tämmönen ravintola, tos on meidän yhteystiedot, täs on menu, täs on viinit. Yhteystiedot näin. Ja tost voi tehdä, pöytävarauksen. That's it. **Kyl se välillä, ku sen tuppaa liian täyteen, ni se vaan**

on liikaa, ja niitäkin on. On aukioloajat joo.. missä, puhelinnumero, selaat seittemän sivuu. Puhelinnunnumero. (naurua) Niinku et, et siis just tää. Et tavallaan just siinä et semmonen hyvin selkee, et täällä me voidaan olla nyt niin monimutkasii, ku me halutaan. Et sit se voi olla et se yks lihaköntti siinä, et se voi olla, et se on haudutettu kymmenen tuntii ja sen jälkeen nypelletty ja väännetty näin ja sit siihen on tehty joku toinen juttu ja sit se on vielä päällystetty ja ...friteerattu, et siin on rapee kuori ja se on niinku viidentoist tunnin prosessi. Mut se, et sä pystyt tekee meille pöytävarauksen, se on klik. **Aha**, ...varaus. Tehty. **Joo**. Nii siin on se ero. Tietyl tavalla. Mut et joo. Toi logo on niinku mun, mun takana nimi ja logo ja tietyllä tavalla --?-- nettisivu ja niiden suunnittelu ja niiden visu.. Toi on siis minä ja graafikko. Mä piirsin paperille ja annoin graafikolle ja se laitto idean mulle ja mä sanoin et se on toi. **Joo**. Ja se oli siinä. Ja nettisivu taas sillai, että.. että tota..mä otin kundin, jolle mä sanoin, et mä haluaisin, et se on niinku tällä tavalla tehty, et siinä pystyy päivittää kaikkee ite ja sit mä vaan valitsin sinne ne kuvat ja niin et niit kuvii pystyy vaihtaa. Mä otan ite järjestelmäkameralla jostain kuvan ja laitan sinne paikalle. niin--- **Joo**. Niitä etusivun ja menyyn kuvia ja kaikkee...**Mmm**. Ni siin on se mahdollisuusl **Mmm**. **Nii** Sillä tavalla se pysyy aitona.. jos mä on keräämässä kuusenkerkkii ni niks vaan... ja sinne etusivulle. Ja sit ku se kuusenkerkkä on tos lautasella ja sä oot just kattonu netisivulta, ennen ku sä tuut tänne. Sä oot sillee, joo.. et se tää palju mist mä otin sen kuvan äsken. N i sit se on tosi läpinäkyvää, semmosta selkeet kaikki-- **Mmm**. **Joo**. Ja sit ku on talvi, ni mä otan niinku yleensä kuvan vaan sillee, ku siin on joku lumiukko.. lumiukko, siinä ku se on keskellä se teksti, ni siin voi olla just talvimaisemaa näin ja sit jonku lumiukon tynkä siin,. Et nyt on pellot levossa, et sorgen. **Nii**. Nyt mennään näin. **No mites noit muita ihan konkreettisia, tämmösiä.. no ehkä materiaaliin liittyviä seikkoja, just siitä visuaalisesta identiteetistä?** **Mmm**.. Materiaalissa niin mä yritän olla tosi selkee tietyl tavall, siis just mä näytän sulle.. Matskuu siis jengi on kysyny kaikkee.. Onks sul jotain esitettä? Ei oo. Ei oo esitettä. Ja taas toi...ja toi, on must sillai hyviä esimerkkejä.. Meijän esite on siis tällä hetkellä kaikki eat.fi :t tai trip advisoria.. Ja kaikkii lehti juttui mitkä on tehty, siis Suomessa ja ulkomailla ja aika reilusti nimenomaan myös ulkomaillakin. Ja sit se että mun käsiala yheksän ruokaa. Vapaa valinta, syöt neljä, syöt viis, syöt seittemän tai yheksän. **Niin nii**.. Ja tuolla me järkätään se annoskoko niin että kaikki on kondiksessa. Ni tota ja sitte sit nää oon niinku.. mä oon ite kattonu ne kaikki painofirmat, et ne tekee nää hommat. Mä haluan et mun käyntikortti on vähän puhtaamman -?- mut et täytyy olla vaalee ja sit siin on toi logo ja väri, ja se on yhtälailta äärimmäisen yksinkertainen. Ja sit tuolla puolella ni, tos on tilaa mihin sä voit laittaa, niinku mä usein laitan... Et nyt joku on menossa Lontooseen ja kysyy jonkun ravintolan suosituksia.. ni mä kirjotan ne tohon ylös ja annan näin. **Joo**. Sit ku se kävelee kortti kädessä sinne mestaan. ..Esimerkiks yks blokkari ..toivottavasti tänään lounaalle Lontoossa Koya-nimiseen japanilaiseen ravintolaan. Ja niinku mä sanoin että mä luulen, että saat paremman pöydän kun viet tölkin muikkuja sinne.. tyylillä.. Ni se kävelee sinne toi kädessä, ni se Koyan chefi kattoo ja sanoo et okei, tää on...(naps) Ni se kulkeutuu sitä kautta aina. Ja sit toi menyy taas itsessään ... moni halua sen mukaan, ni sit mä kirjottelen niit vaan

sitä mukaan aina uusia. **No niin.** Toisaalta siin on se, sit mä voin vaihtaa tohon menyyllä mitä tahansa. Et jos visio muuttuu tai jotain raaka-ainetta ei saa, ni mä kirjotan noi kaikki uusiks. Suomi, ruotsi, englantia. Sillä siisti. Ei tarvi ku muutama, täs on pari pöytää vaan. Ja tota, sillä tavalla. Ja mä haluan et se läpinäkyvyys ja semmonen persoonallisuus, et se on mun käsialaa siis. Jos siel on sit sellanen sana esmeks ku raparperi... Jos mä en oikeesti vaan osaa kirjottaa sitä kovin hyvin, ni sit mä oon siin vieress sanomassa et joo sorry, se on mun käsialaa, et siin lukee näin. **Joo.** Et niinku että ens miit(?), niinku sanotaan. Et siinä ei oo sitte joku joku hämärä ostettu fontti, ja näin edespäin.. **Mmm.** en mä ymmärrä miks.. kaikil on oma käsiala, miks et sä vedä sillä.. **Nii näin on.** et niinku sitä persoonallisempaa se on, et sit jos sä haluat et se on kauheen persoonatonta ni sit, sit ne valinnat pitää tehdä eri tavalla. Mut mulle, se on just näin. Ja sit se oli hauska ku mul oli yks pariskunta, itse asiassa kahen pariskunnan pöytä, siin baaritiskin vieressä . Ja tota, tota niin, niin sitte toinen niist äijistä vaan sano et, et kuule että hänen täytyy vaan sanoa tästä teiän toimintatavasta.. Jengi käyttää meillä tosi harvoin sanaa konsepti, ja mun mielest se on ehkä tavallaan oikein, koska tää ei ehkä oo myöskään konsepti. Tai emmä tiiä... You tell me. **Mmm.** Muttaa.. tää on ehkä enempi semmonen niinku toimintatapa ja siis tehdään asioita sillä tavalla ku me uskotaan. Et me ollaan aidoimmillamme. Ja mitä ne raaka-aineet puhuttelee. Se fyysinen ruuanlaitto on, on, se on ruuanlaitto. Eks nii, **Mmm.** Mut tota ni.. se kaveri mulle sano näin että.. vitsi tää on makeeta tää teiän touhu. Et te ootte niinku tosi aitoja ja niin ja näin.. mut et jos on yks asia, ni toi ruokalista. Sit mä olin vähän sillee, et o-ou. Se sano et ei, ei, ku et tota niin, et hän on itse visuaalisella alalla duunissa. Ni se sano et älä muuta mitään tässä. Mä sanoin et älä viitti, et mä just sanoin et jos mä rupeen laittaa tikkukirjaimin, ni jengi saa paremmin selvää. Se katto mua ja sano et nou, älä muuta tota.. Ja sen jälkeen mä oon pitänyt sen tollain. Heh-heh **No ni.** Et mä kirjotan sen tolla mun puoli kaunolla... Et niinku.. Joskus vaan tulee sellasii hetkii, et sä tota niinku kyseenalaistat jonkun. Ni sit sä oot vaan avoin sen kanssa . Niinku mä sanoin et nii tää on vaan mun käsialaa, ni Johan sanoo tossa et nii tää on ton käsialaa. **Joo.** Et niinku näin. Ni se vaan jotenki, on sit siinä. Siinä hetkessä ku sä oot just miettinyt sitä, et mä muutan ton ja sit siinä on tyyppi, joka on just sil taval tässä, et älä helvetti muuta tätä. **Nii.** **Nii.** Et tää on just hyvä. **Nii.** Ni sit sä saat niit varmistuksii sitä kautta. Tää on ihan nastaa. **Se on mahtavaa et se tavallaa sit viel toimiiki tämmösessä paikassa.** Ni ku tää on niin pieni. **Nii.** Teeppä tuplasti sen kokonen nii.. Is that good by.. Näin. Tavallaan se asiakaskontakti on niin erilainen jos sul on esimerkiks demoo 44 paikkaa. Meil on 24 paikkaa. Siin on muuten aidosti vissi ero. Et mitä sä voit tehdä ja millä tavalla. Minkälainen se asiakaskontakti sit on. Niin, niin, niin.. on se, se on vähän erilaista. Mietin tota ni.. Jos mä nyt tost vaan saisin, ni mä todennäkösesti tekisin ihan sillee, että mä laittaisin tommosen pikku grillin niinku toho pihalle. Ja sitten niinku vaikka yks annos per meny, tai jotain niin et siin käytetään kaikkee... Mut et siin jos on jengin kans -?-lla, ni vois sanoo et lähe grillailee toho mukaan. Et se ois niinku vielä enemmän. Mut jos mul ois joitain, joitain tota tulevaisuuden suunnitelmia. Tai ne on enemmän vaan toiveita ja haaveita. Ni toi, ku stadista ei meinaa oikeen saada käsin tehtyy

persoonallista leipää, sanotaan näin. Ni tää leipomokulttuuri, on tavallaa.. se on niinku kadonnu. Ömmm. Mut ei sitä oo vieläkään edes sillai ees herätetty henkiin, et sitä olis edes ammattilaisille tarjolla. Useimmiten on se homma, et joku katoaa niinku kokonaan markkinoilta. Ja sit joku herää tekee sen ikäänkun ravintoloita varten, mut ei niinku tavallisille kulluttajille, ku siin on se isoin riski. **Joo**. Ni jotenki mä näkisin, et se pitäis skippaa ne ravintolat niinku kokonaan. Mitä helvettiä et siel on siis ihmisiä, jotka vois kehittää ammattitaitoaan, mennä leivontakursseille tai mennä harkkaan viikoks ihan mihin tahansa mestaan, mis tehdään... Siis mihin tahansa päin maailmaa. Noi lennot on niin halpoja. et sä voit lentää täst Köpikseen 69 euroa, tunti ni sä oot Köpiksessä. Eiks ni. **Mmm** . Sä meet sinne viikoks sinne mestaan, missä kaikki kehuu sitä leipää.. Ja rupeet opettelee et miten se tehdään ja tuot sen idean tänne ja rupeet tekee siit omantyyppises jutun.. Done. eiks nii. **Nii**. Ni minkä takii mä niille ammattilaisille rupeisin tekee leipää, ku mä perustaisin tämmösen.. ku tää on pieni ravintola ja tää on 39 neliöö, ni se riittäis tommoset yheksän neliöö, myymälä, missä tekis luomulihapiirakkaa, roskakalakukkoo, tieksä.. Ööö.. En mä tiedä, jotain sitruuna-voisilmäpullaa. **Joo**. Sellast mihin sä ite uskot. Ja miten sä tiedät et mistään ei saa. Me.. ja meijän.. kaks ja puol vuotta me ollaan nyt tehty rosmariinilla maustettua ruisleipää. Sitä jengi ostaa täältä, ja se ois paljon helpompaa ostaa sit sieltä. Se vois olla tossa vähän matkan päässä, joku pikku myyntikoju tyyppisesti. Ja siis noi juurileiväthän on semmoset, mistä ihmiset useimmiten voi paljon paremmin kuin noi hiivaleivät. Ni sitte niitäkään ei oo oikein tarjolla.. Et ne on vähä sillee, et please... Et joku käytetty pizzauuni jostain ja jonkun tyyppin catering -keittiön nurkka riittäis aivan hyvin siihen. **Joo**. Et vois tehä semmosen pikkuleipomon. Aivan sama, vaik tuotteet loppuis kello kaks päivällä. Vaik joka päivä. Sehän vaan kasvattaa kysyntää ja tekee siitä rajallista. **Niin**. Ni se olis mun mielest se parempi ku et ykskään leipä tai asia menee hukkaan. **Mmm**. Niin, niin. Se olis yks. Toinen tietysti missä niinku ehkä, ehkä enemmän vielä tekis mieli tehdä, on, on tehä joku ravintola, mikä ei oookaan vaan helsinkiläisille. Vaan vaik espoolaisille. Ei... mä tein sen virheen et mä sanoin tos pari päivää sitte, viime viikolla mä sanoin, et ku ei Espoossa oo oikein mitään **Heehhe**. Yks kundi sano mulle, et missä sä asut. Mä asun tos ja tos. Aahh okei. Et siit Tapiolast vähä eteenpäin, ni siel on kaks mestaa, et yks turkkilainen, jossa ne tekee oikeesti tosi sydämellä ja sit yks toinen ja näin. Mä olin sillee et sorry, et ei koskaan pitäis sanoo näin, et ei oo mitään. **Mmm**. Et se on niinku, se on tosi väärin. Ja sit se oli ihan et ei, ei mitään. Näin. Mut tota niin, mä oon miettiny sitä, et koska espoolaiset tulee niin kovasti paljon tuolta taksilla stadiin. **Joo**. Ja se, että.. et varsinkin, jos sul on lapsiperhe ja sä lyöt kaikki taksiin, tai autoon ja et kaikki parkkimaksut ja muut asiat.. ni mitä, jos se oiski vaan puolet, **Niin, näin**.. Sehän olis paljo vähemmän rahaa. **Mmm**. Mä mietin, et eihän sul tarvii olla Espoossa ku yks ravintola. Ku ethän sä tekis montaa tietenkään heti. Ja se, et jos sä teet yhen, ni kaikkihan jää kattoo, et meneeks se, ja sen jälkeen ne rupee sit tekee toisia tai matkimaan tai tekee vähä omanlaistaan eks nii? Ni se ehkä herättäis ihmisiä yhtä lailla tajuumaan et jumaleishön, miks mä mietin koko ajan vaan tätä Helsinkiä, ehkä. **Niin**. Ja sit ku mä ajan tota länkkärii aina tänne joka aamu ja sit mä kattelen siinä tota

Sinebrykoffin huvilaa siinä. Katos se on nyt siinä. Toi. Se on siis... Mä oon lukenu sitä historiaa jonkun verran netistä. Aina välillä. Ku sit se alkaa sapettaa oikeen kunnolla se idea tai tavaltaan riittävästi ehkä motivoimaan yhtä lailla. Se on siis Sinebrykoffin vanha huvila, mis on ollu siis taidetta ja muuta ja siin on ollu asuintaloja ympärillä vaikka kuin paljon ja kasvimaata iha helvetisti. Eli ku ottaa huomioon et se on kuitenkin sellanen alue, missä autolla ajetaan tosi harvoin, ni ei tarttis ku myllätä se maa ja testata, ni mä voisin väittää et viimisen viidenkymmenen vuoden aikana se ei oo kyl kovinkaan paljon saastunu. **Mmm.** Ei tarttis ku laittaa pikusen vaa jotain hevosen scheissee, ja vois panna suoraa sinne vaa jotkut veget kasvaan. Ja tota niin ja, ja panis veget kasvaan alkukevästä ja rupeis sit syksyllä myymää. Omassta maasta. **Mmm.** Sit sä duunaat siihen, tykkäs terveystarkastajat tai ei. Mun mielest se on ihan sama. Ni sä voit tehä siihen ravintolan, missä olis vähän ulkotulihommaa. Ei niinku grilliä, vaan ihan oikeeta tulta. Niinku et sä pelaat sellasilla elementeillä mitkä on siihen miljööseen sopivia. Ja sä teet niin et lauantait ja sunnuntait on, on tota yhelttoist avaa ja vaik neljään asti niin et se on perheille. Ja sit kuudest eteenpäin se on niinku diningia. **Mmm.** Niinku. Seittemän päivää viikoss auki. Ravi?- **Joo.** Pienemmällä miehityksellä. Mitä siihen menee, sata henkilöä menee siihen Sinebrykoffin huvilaan niinku, kai et jos siel on seisova tilaisuus ja istuva oli vissiin kuuskymment. Se ois just sopiva. **Mmm.** Niin niin. Siin ois niinku se, mikä ois tosi kiva tehä semmosena projektina. Projektina nimenomaa. Se et sitä pitäis pyörittää joku ihan muu ku mä. Mut tää on niinku se mun juttu. Mut se ois vaa niinku sellanen, mitä mä halusin, mitä mä haluaisin niinku mahdollistaa ihmisille, jotain... Mitä ei vaan oo. Mitä yksinkertaisesti ei oo. Mihin kai vaan muilla ei oo sit pokkaa. Se on vaan tätä luomuu. Et miksei muilla sit oo koko ajan pokkaa mennä tänne luomuun. Ku sä tiedät vaan koko ajan, jos sä yhtään mietit sitä et se raaka-aine on puhtaampi se on niinku joka tapauksessa lähtökohdiltaan parempi, kuin se mitä sä ostat tukusta normaalisti. Mun mielest se on ihan absurdii. Kokkienhan pitäis olla suorastaan neuroottisia, sen raaka- aineen... **Nii.** ..niinku sen laadun kanssa. Mut ei ne näytä kauheesti olevan, ku me ollaan edelleenki ainoot kahen ja puolén vuoden kuluttua...**Mä en tiedä tiedostaaks ihmiset sitte kuitenkaan niin hyvin sitä eroo siinä maussa esimerkiks.** Niinpä, ei kai. Aika moni kokki sanoo, et siin maussa ei oo mitään eroo. **Mmm,** Mä vaan sanon et selvä (nauraa). Et okei. Sit on, sit on vedetty liikaa viskiä et ei enää niinku maista. Ja tietyl taval ehkä sit just se, et mitä sä siinä kasviksessa arvostat, esmes, ku se kasvis, sillo ku se on kondiksessa, se on mulle, se on mulle ihan kaikki. En mä tarvii siihen lihaa tai kalaa. Et se niinku, se kasvis on se Vau - juttu. **Mmm** Niin tota, tos on itseasiassa hyvä esimerkki siitä, elämäni ensimmäinen -?-kirja ... **Okei.** Julkkarit huomenna.. Tuli eilen.. **Cool. Vau.** Toi on siis kasvisruokakirja. Ja ihmisille, ei kokeille, ei ammattilaisille. Tai siis.. ammattilaiset saa väijyy sitä ihan niin paljon ku ne haluu, mut toi on tehty, tota ei oo tehty sitä varten. Toi on tehty ihmisille, niin et ne voi tehdä, todella hyvistä raaka-aineista, aika yksinkertaista safkaa, kotonaa. **Nii. Nii.** Toi on tasan vuosi sitten, ku kuusenkerkkää oli silloin, niinku tikis, ni silloin toi alko. **Wou.** Ni sitku sul on mahdollisuus. Kuitenkin möksällä aika monella on jonkuntyyppinen komposti ja näin edespäin, ni sit siin on yleensä se ulkokuussi ja näin, ni ei tarttis tehä ku

vaan semmonen lehtikasa ja laittaa sinne joskus kesäkurpitsansiemenet, ni sit sul on just senkokosta kesäkurpitsaa ku sä haluut. Ku jengi aina sanoo, et kaikki on niin vaikeeta. Ei saa kaupasta, ku sitä isoo kesäkurpitsaa. Nii ni, mul on vaa sit tietysti Grow Your Own. Sillo sä tiedät, mistä se tulee. **Näin on.** Et niinku. Aika yksinkertasii asioit. Ja sit nyt. Mitä mä oon niinku pelkästään eilisen myynneillä siis kaks kirjaa tost... Mä otin, mä otin itelleni niit aika ison läjän, ni mä oon, jotenkin mä oon... Mul on tullu vaan sellanen fiilis, et todennäköisesti tota halutaan ostaa aika paljon multa itseltäni. Ni mä otin niit sitte reilusti. Sit siin on siis, et jos palsternakasta, palsteris... mä kutsun sitä palsterisotoks.. **Joo.** Eli risottoo. Pelkkää palsternakkaa, ei sipulia, ei riisii. Mut samalla tavalla tehty. **Okei.** Nii, nii, ei sen tarvii olla kauheen vaikeeta.. nii, et se raaka-aine maistuu itsessään itseasiassa aika hyvältä. Tos on just tollanen mallaskuori palsternakka, joka tuo siihen sellast ihan erilaista makuu. Paat vaa kuorineen päivineen kaikki. Ku sul on puhdas, hyvä juures, ni sä voit tehdä tommosii juttuja. **Joo.** Mut sit jos sul on se tehotuotettu, se semmonen superkitkerä, jos on hemmetin paksu kuori. Ja ku sä kuorit sen kuorimaveitsellä, ni pitää nyt kaks tai kolme kertaa vetää siit samasta kohdasta, et sielt tulee vähä vaaleet alta ja se lähtee tummuu saman tien, ni sillo sä tiedät et ei tähän pussii. Niinku. Mut et, et tos on niinku tietyl tavalla se, mikä on mulle kaikki. **Joo.** Et emmä nyt iha helppoo ruisleipätaikinaa tohonkaan vetässy. Se kestää neljä päivää tehdä se leipä, -mut se on pirun hyvää. **Mmm** Ja se on helppo tehdä kotona, siis sillä tavalla että, et sä vaan ennakoit sen oikein. Et tos on just toi miniporkkanaosasto. **Joo.** Niin, niin. Ketunleipää metsästä ja hyvät mantelit ja erittäin hyvät pienet porkkanat, mitkä sä voit panna vaikka partsilles kasvamaan. **Mmm.** Ku se ei vaan oikeesti oo niin kauheen vaikeeta. Niin, niin, no joo. Anyway. **Ihmiset on laiskoja.** Ihmiset on todella laiskoja.(naurua). Valitettavasti joo. Nii. **Hei, ihan mahtavan näköstä.** **Joo.** Et ei se, et jos sä teet jotain simppeleii ruokaa, ni sen ei tarvi näyttää kuitenkiaan siinä ruokakirjassa näyttää huonolta.. Tietyl taval et se on, on myös vähän tätä, et, et jos sä saat omalt kasvimaalt tollasii papuja, ni en mä ymmärrä et miks ne pitäis sitte, tieksä, mallia keittää ja sit ne pitäis paistaa et kaikki toi kaunis väri lähtee menee ja sit ne on sellasii ihan älyttömän kypsii. Et nauttis mieluummin sitä mitä noi on niinku luonnostaan. Et, et. Mitä tuoreempi papu, sä nappaat sen suoraan tosta, ni keittoaika lyhenee vaa koko ajan. **Mmm.** Se lyhenee minuutteja. Sit ku se lentää Keniasta ni se keittoaika on kuus ja puol minuuttii, se rupee vähä harmaantuu joka tapauksessa. Sit ku sä nappaat sen tosta ni se on puoltoista minuuttii, sit se on ihanan napakka ja siin on omat sokerit, kaikki ku... **Plus et ne ei oo toistensa klooneja.** Jep, näimpä. **Joo.** **Tota nyt mun täytyy vähän palata enemmän noihin konkreettisiin, .. tai ehkä näihin yksityiskohtasempiin juttuihin.** **Joo** **Tässä on tota, et mitä toi mun toimeksiantaja Rune & Berg Design Oy on ajatellut visuaalisest identiteetistä.** **Joo.** **Et mitä siihen sisältyy, niin käydään vähän läpi noita juttuja et miten ne on täällä rakentunu ...****Joo,** ilman muuta.. **ja onko esimerkiks sellasta mikä on ehkä jääny huomioimatta.** **Mmm,** joo. **Tos on siis, no puhuttiin noista ruokalistoista ja näistä tavallaan yritystuotteista.** **Joo,** kyllä. **Yritysilmeestä, käyntikorteista.** Ja sithän me tehtiin sillee, et kun me ollaan myyty leipää, ni ruskeeseen paperipussiin ja sii-

hen vaan meiän logoleima. Et tavallaan, kaikki on enempi tai vähempi logotettu samalla **No ni**. Ja sit semmosel naturellilla, tietyllä tavalla. **Joo**. Mut et sit joo on logokäyntikortit, lomakkeet, kansiot, yrityslahjat, me ei olla kauheesti tehty yrityslahjotuksii. Me ostettiin muutama hassu sellanen pieni, pieni tota Ravintola-guide, mis on niinku Nordic Countries, 66 parasta ravintolaa viime vuodelta, Mä ostin niit vissiin kaksykymmentä. **Mm**. Sit mä aina logotin ne sellasille, jotka on käyny meillä tosi paljon. Mut et se on vaan niinku se, et me oltiin siin mukana, mut jossain sijalla nelkytkaks tai jotain. Ihan sama. Ei se oo se juoni, vaan just se, et sä vaan niinku näytät et kiitos ku käytätte meillä. Et se on niin paljo parempi säilyvä asia. Ja se, et ku ne on yleensä ihmisii, jotka matkustaa tai tykkää hyvästä ruuasta. Ni se et jos ne sattuu menee johonkin ...**Joo**. ..ja vilkasee sielt, et mitä siel olikaan suositeltu. **Mmm**. Tota digitaalinen, no joo, sitähan me tavallaan käytiin läpi. Mä teen siis kaikki noi esitykset, mitä, mitä mä käytän. Ni mä teen ite. **Joo**. Niinku noi power pointit. Ja se riippuu täysin siitä kuka tilaa. Et minkälaisen mä teen. Että et korostanks mä sit enemmän tavallaan ravintolaa vai itseäni vai toimintatapojani vai...näin. Et, et... tos varmaankin on useampiakin, mitä mä oon tehny. Tää oli nyt esimerkiks, Tampereen keikka oli, oli oppilaille. Niinku tulevia tredejä. Siit ei oo kauheen kauaa, ku mä olin siellä. Niin sit mä vaan tein näin. **Mmm**. Niinku, et se on tosi, tosi tommosta karuu, et sit se ei oo ikäänku sidottu tähän paikkaan, paitsi et mä oon vaan täältä. **Niin**. Ikään kuin mä kävin tos puhumassa elintarvikeviranomaisille siis Eviralle ja sit mä tein sen näin, Ku kysymys oli villikasveista ja niiden käytöstä. Ni tota, ni mä otin meiltä annoksen ja sit mä vaan kirjotin, mistä mä oon. **Jaa**. Ja muutoin niin ja sit tää oon ihan niin kuin pelkkää asiaa. Pakko se on niille viranomaisille ollakkin. **Nii**. Mut et sellasia, ku me lähetetään asiakkaalle, esim sähköpostilla meiän menyy, et ne voi valita isolle porukalle siitä niinku ruuat valmiiksi, ni sillo meil on periaatteessa word(?)dokumentti, mis on meiän logo, ja vaan ne asiat, niinku. **No nii**, Et kaikki on niinku hyvin tyypitetty samaan tietyllä tavalla, vähän niinku tää paikka. Et, et sul on vaan niinku puitteet ja sä tiedät, et sä oot tullu siihen niinku oikeeseen paikkaan, mut se riittää. Ja sitte se kaikki muu on sitä, mitä me oikeesti tehdään. **Joo**. Sit siit tyyli ja tunnelma ja toiminnallisuus. Nää on just niitä, mist me ollaan just puhuttu. Kuva, seinäpinnat, taulut, opasteet... **Joo**. Tääkin on sit vähän semmonen, että et --?-- no niihän se on tos markiisissa tavallaan se ainut niinku visu, ja sekin on vaan, ihan vaan kirjailtuu tekstii. Et se niinku riittää. Ja, ja nää on just kaikki sellasii, et tos on enempi tai vähempi ollut siis sellasii kuvia, et mitkä on niinku vaan tähä liittyviä. Ja sitte toi, toi seinä on siis semmonen, missä meiän asiakkaat tuo meille tauluja, aina tohon näytille **Okei**. Et siis meiän ei tarvii edes mieltii.. Sielt tulee aina vaan joku uus. **Joo**. Ja, ja sit jotenki meillä ...vaik me ei olla oikeestaan tiiminä, me ei olla ollenkaan sellasii, et meiän pitäis kauheesti loistaa niinku jollain. Ni mun mielest se, se on tosi väärin, jos sä sijoitut esmerkiks hyvin vaikka Suomen viiskyt parasta ravintolaa, tai et sä voitat sen tai oot vaikka kakkonen tai jotakin, ni mä en ehkä niinku ymmärrä, et miks se pitää sit laittaa vaikka henkilökunnan vessaan. **Mmm**. Se systeemi. Ni mun mielestä me voidaan olla tosi ylpeitä siit, et me ollaan niinku realistisesti jalat maassa ylpeitä siitä ja sanoo tokasta ku joku sanoo et.. ai niin, ni toi on tossa.. Ni

me ollaan nii, no joo. Et ku se on se, mitä me myös ajatellaan. Et se on niinku upea juttu, et me ollaan vuoden ravintola ja kyl mä haluan et se on tossa, mut ei se on tossa sen takia, et me oltais täällä sillee, niinku et, ei mun tarvi sulle keittää kahvii, ku me ollaan vuoden ravintola. *Mmm*. Vaan niin, niin et se on myös osa meiän realistista toimintaa, et meit on tavaltaan... Sitä mä aina sanon et se, et sut palkitaan jostain, vaik vuoden ravintolana, ni sit se tarkoittaa sitä, et sä oot tehny jotain oikein. *Joo*. Jolloin jatka sen tekemistä samalla tavalla. Et jos nousee päähän, ni silloinhan sä teet jotain eri tavalla. *Näin on*. Sillon sä oot saanu palkinnon, jonka jälkeen sä oot valmis muuttamaan sun toimintatapoja. *Lähetään vaan liittää sil tittelillä*. No good. No good. Me ollaan täällä sen takii, et me palvellaan asiakkaita, Eikä sen takii, et me ollaan täällä vastaanottamas vaan palkintoja. *Näin on.Joo*. Nii tää on niinku se. No joo, materiaalit sitte...Ehkä enempi tän ravintolan matskut kaikki, mitä me käytetään niin, tää lähti siis siitä et meiän, meiän tavallaan alku oli siis olla tällänen aika luonnollinen. Se mikä näyttää puulta, ei oo. Nää on laattoja, et nää kestää... *Mmm*.eli tavallaan kestävät valinnat ja, ja aika sellaset luonnolliset. Et sen takii puuta ja nahkaa ja sit ihan vaan(?) tapettia. Et ei todellakaan mitään ydinfysiikkaa. Siinä mielessä ja sit taas tuol keittiön puolella ni kaikki lautaset millä me aloitettiin oli kahden ravintolan, sen, mikä oli edellinen tässä ja se missä me oltiin edellisessä töissä. Niiden lautaset yhteen. *Okei*. Ja me mentiin vähän reilu puoltoista vuotta niillä, kunnes me ollaan semmosessa tilanteessa, et näit meil on noit enää jällellä vähä yli kymmenen ja näit on kaheksan ja noit on kakstoista. Ja sit sul on porukka, joit on kakskytkaks. *Mmm*. Sä et enää voi niinku laittaa yhteen...yhtenäiselle lautaselle kaikille. Ni siinä vaiheessa mä otin sit yhteen isoon astiavalmistajaan yhteyttä. mä tiedän, mul on ollu pitkään yks sellanen tietty sarja, mistä mä oon tykänny ...*Joo*. ...ja se on siis yhen designerin takana koko sarja. Siis nehän meinas mennä sekasin siel tehtaalla ku mä sanoin, et mä haluisiin sen koko sarjan. Ne määrät on pieniä, heille. Mut tota mulle on tärkeätä se, et siin on joku miettiny, et se koko sarja kuuluu yhteen. *Joo*. Ne meni ihan oikeesti ihan sekasin ne tyyppit siel Saksassa. Et ei jumalauta, et tämmönen tyyppi löytyy. Joka niinku ajattelee, et siel on designeri takana, joka siis... Kokit on nykyään sellasii, et ne on niin niinku sellasii Spur of the moment. Et mä haluan ton lautasen tost sarjasta *Joo*. Ja ton tosta sarjasta. *Joo*. Ja sit ton eri kahvikupin ja sit sul on astiamyyjä siin välissä joka yrittää sanoa, et hei, ne on kaikki eri värist posliinia. Ei sil oo välii, ei sil oo välii, ei sil oo välii. Ja loppupeleissä, ku sä rupeet laittaa sitä ruokaa niille lautaselle, ni sil on aika paljonkin oikeestaan väliä. *Näin on*. Sä paat kaks annosta niille lautasille ja tajuut et jumalauta tää näyttääki näin tummalta tossa ku toi on tummempaa posliinia tai niinku vähemmän vaaleeta. Niin niin, tulee paljon virheitä. *Joo*. Ni sillo tulee paljo hukkaa. Ni tota. Sen takii sitten, nää valinnat on ollu tämmösii. Mut toisaalta sitten me ollaan aika luonnollisii, me ollaan saatu yksvuotislajaks kaks tommosta Magnum-pulloa, mis on noi, noi tota noi, noi viinilaatikot, tai noi systeemit, mitkä on tos pystyssä. Ni me saatiin kaks tommosta Magnum-pulloa viiniä yksvuotislajaks. Ni, me juotettii ne viinit asiakkaille ja tota niin, tehtiin noista näkkileipäbokseja. Niin nyt se historia tavallaan kulkee mukana. Ja yhtälaila sillee, et keittiön laatoista, noist vihreistä, vihertävistä, mitkä on tuolla

takaseinässä, ku niit jäi muutama yli, ni mä oon vaan pudottanut lattialle. niin et niistä tulee sellasii epämääräisiä paloja, ja me laitetaan siihen voi... ja jotkut pienet snäksit, ja tarjotaan siltä. **Okei**, Et mitään ei mee hukkaan. Tää et se on sitä niinku meiän tapaa toimia tai on ollu munki. Ää. Tää oli yks tosi tärkeä Mä en halunnu, et meil on pöytäliinoja. **Joo**. Ja me ollaan kaikki nää pöydät huollettu ja huolletaan itse. Et ihan fyysisesti, tolla, ni mikäs sen nimi nyt on, toi santa... hiekkapaperilla. hiekkapaperilla niinku tää pinnote pois ja senjälkeen pestään hyvin ja kuivataan hyvin ja sit mä ostan kaks puuvahaväriä, mistä mä sekotan sen värin, min-kä mä haluan ja sit me vedetään kaikki pöydät sillä. **No niin**. Ite. **Joo**. Et se on semmonen niinku just ennen kesälomaa - tyyppinen juttu. Sit ne jää tohon kuivuu. **Joo**. Tullaan niinku uudelle historialle, tavallaan sitte. **Mmm** Näin. Ja, ja tota niin me ollaan vähä tämmösii talonmies Jantusii kaikki.. niinku enempi tai vähempi, sit touhutaan jos tehään, vaihdetaan järjestystä tuolla kellarissa, niinku et se ois aina parempi, et aina parempaan suuntaan, tietysti. **Mmm**. Ja näin. Mutta mutta muutoin, ni tää oli just semmonen, että mä mietin ja mietin ja mä etsin ja etsin. Mä olin et vitsi ei, se on liian kornia ja kaikkee, vielä et se et mitä mä saan sen lautasen ja pöydän väliin ettei se lautanen kolahta, ettei tuu tätä (kops)-efektii. Et ku sä laitat lautasen pöydälle ja siin on nätti annos ja noin ja ku sä teet noin ni se mun mielest alentaa sen annoksen arvon. Niin me mentiin vaimon kanssa matto-ostoksille Stockalle ja sit mä näin nää, mä näin Hanna Korvelan mattoja, näytteet, **Joo**. Missä siis ei oo tota yläreunaa ollenkaan, siel on näytekappaleet tuli tälleen. Mä katoin et.. Mitä hemmettii... Sit mä rupesin lukee.. lukee lampaanvillaa ja paperia. Bingo. Sit seuraavana aamuna mä soitin Hanna Korvelalle ja kysyin voitsä tehdä tämmösen mittatilaus erikoissysteemit vaan meille. Se sano et tottakai, ilman muuta, kerrot vaan koon ja tehääks näin ja noin ja...**Joo**. Sielt vaa, Nyt me ollaan kaks ja puol vuotta oltu noin. Et lautaset kaikki menee tän päälle. **Joo**. Ja sit ku ne on syöny ni (viuuuh) pois vaan . **Joo**. Ni tällasia niinku valintoja. **Mahtavaa**. Joo. Me ollaan kovasti mietitty et pitäiskö ton servietin kanssa tehdä jotain muuta, kun et se on vaan vuokraservietti. Mut ehkä, ku ei tää oo kuitenkaan siis... Ku meiän tavoite ei oo siis niinku olla maailman ekologisin ravintola. **Mmm** Niin, niin, ei toi oo tähän asti haitannu. Mut sinäpäivänä ku se haittaa, ni sinä päivänä se myös muuttuu. **Joo**. Ei se nyt oo sen kummempi. Sit muutoin, ni..ninni, tarvikkeet, kalusteet, no joo. Emmätie meil on tosi vähä sellasta... tai itse asiassa meil ei oo oikeestaan edes koriste-esineitä tai muita. Et joskus me ollaan tuotu, ihan aiheestakin me ollaan tuotu kasvimaalta vaikka piparjuuri lehtineen noihin kukkaruukkuihin ja pidetään sit tos ulkona, meil on puhutaan siit et me käytetään tota tyyppiä. **Joo**. Näin, mutta, mutta tota aika vähän. Aika vähän. Mut et nyt ehkä sit syksyllä ja alkutalvelle mul on yks suunnitelma. Fiskarsin yhen laitteen kanssa, millä me saatais tavallaan näytetty sit fyysisesti ravintolassa sisäpuolella, että, et, et ku mä aina sanonu et talvella ei voi kasvattaa mitään, ni et se oliski ehkä mahdollista. **Jaa**. Katotaan. Katotaan. Mut, mut se liittyy sit ihan siihen. Muutoin työergonomia...emmä tiiä onks ...Maailman pienin mesta, joss sul on niinku neljäl jätkällä leikkulaudan verran tilaa keittiössä niin.. Oikeestaan ainoo, mist sä voit pitää huolta, on se, et niil on hyvät työkengät, Mä, mä ostan siis aina henk koht, kaikille työntekijöille omat työkengät.

Aa, joo. Ne vaan sanoo, mitkä ne haluu, ja mä sanon, et mä hoidan noi. Ellei ne tuu niinku vastaan ja sano et sä oot ostanu jo yhet, nyt on mun vuoro. Ni sit mä sanon et okei. **Joo.** Antaa mennä. **Joo.** Mut ku on tavallaan... Veitsistä kokit pitää aina huolta, mutta niiden omista kengistä, ne ei. Se ei vaan saundaa. **Joo.** Se on ikään ku sillee, et sä tiedät et sul on tota, sul on vähä vanhempi ja raihnanen auto, ja sit sä venytät niit korjausvälejä liian pitkäks. **Mmm.** Et syystä mistä hyvänsä.. Mut sä venytät sitä just sillai liian pitkäks, et sit... **Jaa...** tulee isompii ongelmii kuitenkin. Et ne on... Veisit suht säännöllisesti näytille, niin niin sillä päästäis parempiin tuloksiin et sen takii on melkeen suositeltavampaa olla jopa kahet kengät, yhet siihen esivalmisteluun, ja yhet siihen, ku jengi on sisällä. **Ni,** ni silloin sä saat jaloille vähä vaihteluu. Ku jalka, jalat ja selkä on niinku ne kokin tärkeimmii työvälineet **Mmm.** ..ja sitte niinku korvien väli ja veitset ja...Niin tota. Et se on niinku yks. Sit mä vaan yritän niinku pitää noi työpöydät niin, nii et ne on oikealla tasolla. Ettei jengin tarvii tehdä tällee töitä, ettei niist hajoo sit niskat oo rikki sen takii, tai yhtäläilla liian alhaalla **Joo.** ...et se on niinku oikeestaan ainoo...Keittiön lattian pinnote on valittu silla tavalla, et se joustaa sentään edes vähän. **Niin, niin.** Et se ei oo mitään niinku betoniosastoo. Mut näin. No sitte toi akustiikka tavallaan...Siitä me vähän puhuttiinki. **Mmm. Mites sitte toi valaistus?** No valaistus on, se on aika yksinkertainen tietyl tavalla. Meillä, ja ja niin et emmä edes mieltis kauheesti tunnelmavalaisuksen tarvetta. **Mmm.** Et enempi toi on vaan sillee et ne on niinku tarpeen mukaan, lamput päällä. **Niin, niin.** Mut tietysti, halusinhan mä vähän nyt semmosta visuaalista ilmettä rahottajien kanssa. Myös toho. toho. Et ku mä aattelin et sä katot tietysti noita tapetteja et miten se toimii. **Mmm.** Tommonen sama boksi ja et siin on vähä tommost samantyyppistä maailmaa tossa valossa, ni sit se niinku riitti mulle. **Joo.** Ja tää on sit mitä mä halusin. **Joo.** Ja sit koska noi seinälamput ei tietenkään riitä, ni sentakii on sit olemassa nää. **Joo.** Nää jotka valaisee sit pikkusen. **Mut paljonhan tääl tulee tota luonnonvaloa.** Tosi paljon. **Ja kun on, kun on pieni, pieni paikka, ni se riittää. Aika pitkälle.** Mut talvella ei tuu luonnonvaloo yhtään. **No joo, totta,** Se, se on, millon nää on kovas käytössä. **Joo.** Ja silloin tää on, tää on tavallaan myös souliltaan koko ravintola hyvin erilainen. **Mmm, näin on.** Ja silloin tääl on just, tietysti myöski enemmän just semmoset paksummatkin juurekset -?- ja vähä niinku stydimpää liharuokii. Vaik se ei tarkota siis sitä että olis paljo kermaa ja voita ja juustoo kaikessa mitä me tehdään. Mut et ne maut on tosi erilaisii tietyl taval, niin se kuuluu. **Miten sä aattelet että toi vaikuttaa niinkun tän ravintolan menestymiseen? Siis visuaalinen identiteetti yleensäkin?** Kyl vaikuttaa hirveen paljon. Ainakin tällähetkellä. Ja se just, niinku tavallaan tässä käytävä läpi, et kuinka läpinäkyvää se on ja mitä me niinku pystytään ylläpitään sitä luonnollisuutta, ni must se on niinku, se on kyl erittäin iso vaikuttaja **Joo.** siihen et, et miten ihmiset näkee meidät. Et oli ne muut ammattilaiset tai oli sit tavalliset asiakkaat, tai tulevat tai menneetkin asiakkaat, ni se et, että ne näkee et me pidetään niinku kiinni siitä mitä me ollaan ja mitä me tehdään. Et ne just näkee, et se polte pysyy. Se on niinku se. Et sen takii mä muistanki, ekat kolme.. kolme neljä kuukautta jengi kävi ja sano, et yrittäkää, yrittäkää pitää toi innostus. **Joo.** Ni tota, kaks ja puol vuotta menny ja.. ja tuntuu siltä, et eihän me olla vast

edes... Ku et just ja just ollaan päästy vast vauhtiin. **Mmm.** Niinku, ni se siin on mun mielest se tärkein. Tärkein tietyl tavalla, just se. et se pysyy se porkk.... Et, et se on vähän ku blogi, mitä sä et koskaan päivitä. **Jaa.** Niinku mul on nyt siel nettisivuil. Mut se johtuu siitä et mun nettisivujen blogi on siirtynyt vaa muualle. **Joo.** Et teen muita hommia sit sen edes... **Uskot-sä, et sen merkitys tulee kasvaa tulevaisuudes viel?** Sen blogin? ni ei. Mut ton, ton sosiaali-sen median. Se on vähän kakspiippunen. Se voi tehdä sut mut se voi myös tappaa sut. **Joo.** Et tietyl taval se, se informaatio menee niin valtavan lujaa vauhtia eteenpäin. Et, et jos sä ajat-telet, et se on vaan positiivinen työkalu, ni se on just se millon sut sit niitetään seinään kiin-ni. Kolme minuuttii ja huomaa vaa tien pääll. Et se oli siinä. **Mmm.** Et sen takii ni, sen kans pitää... Mä oon ottanu semmosen aika rehellisen linjan. Niinku nimenomaan mä uskon jotenkin siihen ja sitte.. no, kai sitä voi kutsuu lapsellisekskin, et jos on vähä niinku rehellinen ja sit sen kautta vähä tyhmä. Mutta tota mielummin mä otan sen linjan. Mun mielestä se on uskot-tavampi. **Joo.** Kun se et sä jätät jotain vähä niinku piiloon. Must se ei oo oikein. **Miten tota ää oot sä muuten niin kun, no periaatteessa sä oot piirtäny vissiin kaikki aika lailla ite, Ootko käyttäny suunnittelijaa missään?** Oon siis joo, just se niinku se logo idea ja mitä mä oon pyöritelly, ni mä piirrän sen niinku näin ja sit mä vien sen ammattilaiselle. Sit se amma-ttilainen tekee siit vedokset ja koska se on se tyyppi joka osaa tehdä siit sit painokelposta myös ja niinku jutella taas sen painon kanssa oikeita asioita. **Nii.** Et iha sama ku just tää et ei niinku jos mä valitsen ton tapetin ni en mä sano mihin...miten korkeelle sen pitää mennä, et se konsultoidaan sit ammattilaisen kanssa. **Joo.** Ja samoin kuin tää remontti et me me kyllä niinku Johanin kanssa, niin me revittiin kaikki vanhat pois, mut sit tuli ammattimiehet ja ra-kens tilalle. **Joo.** Et et tietyl tavalla täytyy niinku näin.. näin touhuu... Mut sit yhtälaillla se, kun me avattiin tää, esmes tää musiikkiosasto oli siis semmonen että, et mä en ymmärrä ol-lenkaan et mist se tuli.. mut et tota, mun kysymys oli et saadaanks me soittaa i-podilt musaa. Ja kenelle me maksetaan siit rojaltit. **Mmm.** Miten se menee. Ja tota, Ja ja, se oli aikamoinen keskustelu. Mitä, mitä siinä kohtaa piti käydä. **Joo, mä ymmärrän.** Et hetkinen. Ku nää oli nii ja nyt nää oliki näin, mut hetkinen tää muuttuki just joo, oota hänen pitää nyt ottaa selvää. Ja sit se pitää niinku Eurooppaa myöten tsekata. Et Euroopassa on tehty tämmönen päätös, ni kyl se pätee Suomessakin. **Joo.** Et joo. Ravintolassa saa i-podilta tai i-pädiltä tai joltain soit-taa musiikkii kunhan se on sun omaa, et jos se on maksettu spottari esimerkiksi, ni sit se on vähä rajatapaus. Mut jos sä ostat fyysisesti levyn i-Tunessa ja soitat pelkästään sitä, et se on todistettavaa, **Mmm.** ...et se on kaikki ostettua musaa. Ni sit se on jees. **Jaa.** Ja sä maksat rojaltit tälleen. **Nii, nii.** Et tota, et mä oon aina vähän semmonen. Nythän, mun seuraava asia, mitä mä täs kattelen.. on se, että pommitetaanko toi kassakone tost kokonaan pois. Mä suunnittelen nyt tällästä. **Joo.** Et tota niin et ja laitetaan siihen nätti, vaikka valkoinen print-teri päälle. Siin on kassalipas ja printteri. Ja sit meil on Padi. **Mmm.** I-Padi. Jossa sä teet sille i-Padille, siel on ohjelmisto, systeemi, joka toimii periaatteessa kassakoneena. Sä pystyt siel siirtelee pöytien paikkoja ja avaamaan sen pöydän ja jakaa laskuja helposti ja muuta. Ja se ei oo ku ihan pikkusen kalliimpi se kokonaisuus, ku mitä tommonen kassakone maksaa tällä het-

kellä. *Joo*. Ja se siis sisältää ne lisenssit ja kaikki tälläset näin. *Joo*. Ja niinku et, et jos sä et oo valmis koko ajan parantamaan, niin voi olla et se vaikuttaa ihan kaikkeen muuhun. *Mmm*. Ja tietyl tavalla sitten on tiettyi asioit joita me yritetään pitää tosi luonnollisena, sillai vähän niinku vintage-osastoo jopa. Vaik ei me nyt olla semmosii siis taiteen tai minkään muunkaan keräilijöitä. Kukaan meistä. Mut et joissain asioissa niinku se, se semmonen aitous on niin tärkeetä et sitä ei edes niinku kannata.. *Just niin...* Ainakaan just nyt. Et niinku, tavallaan jos sä katot tonne takakäytävään ni tuol oven päällä on tollanen... Salossa tekevät siis kirsikkalikööri ja sit tollasta yrtti- yrttiviinasta, vähän niinku Fernetin tyyppistä yrttiviinasta. Mun mielest tos on just se niinku tietty aitous mikä kuuluu tähän meiän juttuun. *Mmm*. Et sul on, no joo tos on salolainen ryhmä, jotka siis kerää ne kaikki yrtit ja kerää ne kirsikat, ja ne tekee noi liköörit. Ja tota ni, niiden naapuri on se tyyppi, joka sit sanoo, et no kyllähän se tarviitte jonkin casenkin tolle, ni se tekee ja polttaa noi boksit. *Okei*. Et niinku, et, et se on, kun kaks viikkoo sitte, ku mä kävin Englannissa kahen tähden paikassa syömässä ja mä olin niin gardenilla plokkaamassa kaikkee ja kattomassa mitä ne tekee niiden farmausta ja muuta. Niin totaa, ne oli tehny niinku hiilestä hiilenmakuista, polttohiilen makusta öljyä. *Okei*. Jota ne käytti ruuan laitossa ja, ja ja arvaa mikä fiilis sille henkilökunnalle sanoo, et joo et meiän omistaja asuu niinku tossa pikkusen tän kylän ulkopuolella ja sen naapuri, ni sil on ihan sikana metsää ja ja... ja se oli sit heittäny joskus vaan, et joo, jos te halutte alkaa grillaa, ni hän voi polttaa teille hiilet. Niinku. Ni kyl siin on aikamoinen ylpeys, et sitä ymmärtää taas sitä omaa duuniinsa, sanoo, et mä ajan tästä pisteestä Suvannon Lauran luo tohon pikkusen Turun pohjoispuolelle, mä voin näyttää kartast missä se on. *Joo*. Mä ajan täst tasan kaks tuntii. Ja sit mä tuun satakolkyt kiloo juureksia rikkaampana takasin. *Joo*. Et tätä on mun elämä- tyyppisesti. Niin niinku sit siin on se semmonen, se semmonen identiteetti, joka tavallaan mun mielest vaikuttaa myös kaikkeen. Ihan ihan kaikkeen, et siihen mitä saadaan nyt ulos. Se mikä on yks mun mielest tärkee, mikä liittyy kaikkeen tähän, mitä sä et voi niinkään suunnitella, on se että, et miten sä ite esiinnyt mediassa. *Mmm*. Näin. Se on yks asia. Se ei liity niinkään siihen että sä lähdet rakentamaan ravintolakonseptia tai tekemään ravintolaa, mut se on väistämätön totuus, et se, miten sä siellä touhuut, mitä sä annat ulos suustasi, se mitä ne ihmiset susta kirjottaa ja se miten sut valokuvataan, mimmonen sä siinä valokuvassa oot. Ni sillon valtava merkitys, sillä et tää toteutuu oikein. Se, et ne on niinku yhtä. Mulle ehkä etu on se, et mä oon nyt ollu kaks ja puol vuotta on and off. Aika paljo telkkarissa ja kuitenkin noit lehtijuttui on sit tullu tehtyy, ni ihan sikana. *Joo*. Niinku siis todella paljon. Heheh. Ni sit sen tekeminen on niinku mulle sama ku tää tai se et mä puhun vaan jonkun kanssa jostain tai kuuntelen jonku ideaa jostain uudesta konseptista niinku. Se on mulle yhtä luonnollista kaikki. *Joo*. Mikä on etu I hope ja think...Et nyt ois esimerkiks just joku Glorian ruoka ja viini on ulkona, missä mul on kuha ja kukkakaali kädessä. Ni se juttu on tehty viime syksynä. Ja sit jengi laittaa niinku twitterissä ja näin tuol feissarissa ja näin, ni laittaa mulle vaa viestii että, et komian näkönen kuha sul siinä kuvassa ja niinku et tosi kiva juttu susta ja niin edespäin. Mä oon ihan sillee niinku et... Mitäköhän mä sanoin tässä. *Nii*. (naurua) En mä muista, niinku, siit

on niin kauan. Mut et se, et se on tosi tärkeätä, et jengi näkee sut sillä tavalla et, että se mitä mä oon ja et se mitä me täällä tehdään, ni se näkyy myös siellä tavallaan, tavallaan semmosena et se on niinku yhtä, se kaikki. Et oli se sit median kautta ja siin on aina ihmisii välissä jotka saattaa vähän kuiskaa sulle sanoja sielt ja kaikkee, sit saa olla aika tarkka siitä kuitenkin, tarkka mutta rento. **Näin o.** Et mitä sanot. **Joo.** Et se niinku välittyä sit kanssa, se mitä sä haluat näyttää ulospäin. **Mmm. Mitä sun mielestä sitte, aa jos ajatellaan että suunnittelija suunnittelis ravintolan ja rakentais sille visuaalisen identiteetin, ni mitä, mitkä on ne tärkeimmät asiat mitä pitää ottaa huomioon?** Mmm.. Mun mielest tärkeintä on se että, varmaan kaikist tärkeintä on se, että et mihin tarkotukseen se ravintola on tulossa. Et mikä siin on se juttu, ää, ku ei oikeestaan voi puhuu ees liikeideasta, vaan se että, että... Sun pitäis siis sen, sen koko projektin se isähahmo ja semmonen on kuitenkin oltava, ei mikään lähe niinku sillee et, et ku ei voi olla et, et jossain mainoksessa esimerkiks joku tilanne, mikä näytetään, ni se inspiroi jotain. Ettei siin ois ihmistä välissä, siin on aina joku tyyppi, joka lähtee ajaa sitä prokkista. Se jol on rahat, ni se sanoo mikä on mahdollista. Ja se jol on se idea, niin sen suunnittelijan pitäis niinku, sen pitäis tuntee se tyyppi ja sen tyyppin idea siis läpikotaisin. **Joo.** Se on niinku ihan elinehto siinä. Et sen suunnittelijan ja sen tyyppin välillä ei, ei saa tulla erimielisyyksiä. Siin ei voi olla visio-eroja. Se ei oo mahdollista. Ja se on vähän niinku minä ja mun vaimo. Mun vaimo on esimerkiks graafinen suunnittelija ja, ja vaatesuunnittelija. Ja toimii design -managerina ja näin edespäin. Ja ja se esimerkiks sano, et jos mä joskus pyydän sen, et suunnittele meille kokkitakki, meille. Mitä mä en oo viel pyytäny. Se on niinku semmonen, tietsä osasto mihin mä en oo vielä menny, niin, niin, se on semmonen kohta, mis jompikumpi on pomo ja toinen tekee töitä käskettyä. **Mmm.** Voi asettaa mielipiteitä. Voi sanoo, että toi ei oo ehkä järkevä materiaalivalinta. Mut sen vision täytyy olla alusta loppuun yhen tyyppin takana. Niinku. Jos sul on... Jos sul on heikko visio, niin silloin se muuttuu matkan varrella. **Mmm.Näin.** Jos sul on vahva visio, niin sä tiedät... Mut sul täytyy olla, sul täytyy olla sen verran kokemusta, et sä kykenet siinä visiossa jo ottamaan huomioon aika paljon asioita. Jolloin silloin myöskin, jos näin ei oo, niin voi olla et sen suunnittelijan ja visionäärin välille tulee aika isoi ristiriitot sen takii että, et joku ei vaan yksinkertaisesti esimerkiksi tässä kokonaisuudessa menis ikinä terveystarkastajalt läpi. **Joo.** Eiks vaa. Nii, ni ne tietyt normit täytyy kuitenkin ottaa huomioon.

Mut siis toi on mulle, mulle ehkä henk koht...Tää on nyt vaan minä, tietysti. .Mut että, et..Mul on yleensä aika vahvat visiot.. ää.. ja sitä myöden niin mulle toimivin systeemi on ollut se, että mul on joku idea, ajatus ja mä hahmottelen sitä kuitenkin varmaan siis kaikkee musiikin ja piirroksen ja semmosen omituisen vision -ja sit vaan semmosen tosi spontaanin idean, kaikkien näiden yhdistelmänä. **Mmm.** Mulle on toimivin idea se, et mä vien sen jollekin ammattilaiselle pöydälle ja sanon - täss on mun idea, et funtsi tätä, miten sä näät sen tai näin ja sit ku niit ideoit tulee siihen ni mä sanon et se on toi. **Joo.** Et, et sit ne vaan tapaa toisensa ne kaks **Mmm.** Mä otan ammattilaisen vast siinä vaiheessa, ku mä tajuun että et nyt on niinku se hetki. Et nyt se on niinku make it or brake it. nyt se on tässä. Tää on pakko hoitaa hyvin ja

tähän tarvitaan ammattilainen. Mut se et esimerkiks mul olis vaikka suunnittelija, joka on suunniteltu kokonaisen visuaalisen identiteetin ravintolalle ja pyytää mua siihen niinku mukaan, ni et sä olisit niinku hänen mielestään oikeenlainen tyyppi. Ni mul on kyl tosi vaikee mennä allekirjottaan ne tällä tavalla, tietsä näin. **Mmm, näin o.** Mut et se et jos sä meet vaan töihin, ni sillohan se on vaan käytännössä sama, et meeks sä sitte siihen projektiin mukaan vaan keittiömestariks tai johtohahmoks tai what ever. Tai sit niin et sä vaan lunastat keittiömestarin paikan joltakin yritykseltä jolla on jo toimiva yksikkö ja ne tietyt toimintatavat. **Nii.** Sit siin on niinku se. **Joo.** Mut et se riippuu vähän siitä ammattilaisesta että mitä se niinku silt ammattielämältään haluaa. **No miten sitte. millä perusteella sä valitsisit suunnittelijan? Et onks se nimenomaan se tuttuus tai et se synkkaa vai referenssit, kustannukset vai et sen pystyy toteuttamaan tietyl aikataululla.** Must noista kyl ehdottomasti se ensimmäinen. Ei ku referenssit ei oo mulle, ei ne oo niinku, ei ne oo mitään. **Jaa.** Ne on vaan tehtyjä töitä. **Niin.** Niinku. Ja siis, okei, kivahan se on kattoo ne läpi ja sanoo et hei vau, mahtavaa ja näin edespäin. Mut se kaikist tärkeint on nähdä, et se tyyppi on oikeesti tehny jotain. **Nnn.** Niinku et siel on jotain pohjalla, mihin voi tavallaan viitata tai verrata tai ni edespäin. Kaikist tärkeintä on se et synkkaa. **Joo.** Ihan ehdottomasti. Se et synkkaa ja näkee et se toinen on mukana ja se et kun sun täytyy kuitenkin siis tykittää se sun visio siihen niinku pöydälle. Ja se et sä näät, et se toinen on niinku sinut sen kanssa. Ni sä voit.. Ni **Näin o** se on kaikist tärkeint. Sillon on, sul on kaikki mahdollisuudet. Mut sitte jos ei, ni sillo sul mä nään niinku, pystyn povaamaan potentiaalisii ongelmii. **Joo. Niinpä. Mutta hei, kiitän sua ihan mielettömän paljon.** Ei mitään. **Vein jälleen kerran enemmän aikaa kun oli tarkoitus.** Ei haittaa yhtää.