



# Yritysilmeen suunnittelu Ganz Klein -kennelille

Viestinnän koulutusohjelma  
Graafinen suunnittelu  
Opinnäytetyö  
17.3.2010

---

Riikka Huttunen

## TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		Suuntautumisvaihtoehto Graafinen suunnittelu	
Tekijä Riikka Huttunen			
Työn nimi Yritysilmeen suunnittelu Ganz Klein -kennelille			
Työn ohjaaja/ohjaajat Viktor Kaltala			
Työn laji Opinnäytetyö		Aika 17.3.2010	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 60 + 7
<b>TIIVISTELMÄ</b> <p>Opinnäytetyönä toteutettiin yritysilme kausalalaiselle koirankasvattajalle. Kennel Ganz Klein kasvattaa kääpiöpinsereitä kotikoiriksi ja kennelin asiakkaat, pentua hankkimassa olevat tahot, edustavat hyvin monenkirjavaa ihmisjoukkoa. Yritysilmeen suunnittelussa keskityttiin tavoittelemaan markkinoiden toimivinta myyntivalttia – lämmintä ja kodinomaista tunnelmaa. Yritysilme muodostui yritystunnuksesta, www-sivuista ja lomakkeistosta. Yhteydenpito kasvattajaan tapahtui pääasiassa puhelimitse ja sähköpostitse, projektin alussa järjestettiin myös joitakin tapaamisia.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään vaihe vaiheelta läpi yritysilmeen suunnittelun perusteita sekä tutkitaan yleisesti koiramaailmassa esiintyvää muotokieltä. Työn teoriaosuudessa myös selostetaan, mitä kennelnimellä tarkoitetaan sekä käydään myös läpi joitakin koiranjalostuksen keskeisiä asioita. Jotta työn varsinaisessa suunnitteluvaiheessa oli mahdollista nähdä, miten tämän hetkisten markkinoiden kilpailijoista voisi erottautua, tehtiin myös yritystunnusten ja markkinointikeinojen vertailua muutamien Etelä-Suomessa sijaitsevien samaa rotua kasvattavien kennelien kesken.</p> <p>Yritystunnusten, kuin myös koiramaailmassa esiintyvän muotokielen, analysointi antoi runsaasti eväitä suunnittelutyöhön. Tavoitteet selkeästä, ilmavasta ja tyylikkäästä ilmeestä, joka samalla henkii myös lämpöä ja kodinomaisuutta, saavutettiin. Kasvattaja on erittäin tyytyväinen tuloksiin ja uskoo kennelin ilmeen erottuvan positiivisesti muiden joukosta ja henkivän niitä arvoja ja periaatteita, mitä kasvattajan oma kasvatustyö edustaa. Yhteydenottoja on tullut kasvattajalle selvästi aiempaa enemmän, ja uusi ilme on saanut niin asiakkailta kuin myös muilta rodun harrastajilta runsaasti kiitosta ja kehuja.</p>			
Teos/Esitys/Produktio			
Säilytyspaikka Metropolian kirjasto, Tikkurilan toimipiste			
Avainsanat yritysilme, yritystunnus, www-sivut, visuaalinen viestintä			

Degree Programme in Media		Specialisation Graphic Design
Author Riikka Huttunen		
Title Designing a visual image for a kennel Ganz Klein		
Tutor(s) Viktor Kaltala		
Type of Work Bachelor's Thesis	Date 17 March 2010	Number of pages + appendices 60 + 7
<p><b>ABSTRACT</b></p> <p>The purpose of this thesis was to design a visual image for a dog kennel located in Kausala Finland. Kennel Ganz Klein breeds miniature pinchers for domestic dogs. The customers fall into very different backgrounds. The idea was to aim at a warm and cozy atmosphere which would be recognized by customers. The visual image was formed from company logo, web-site and forms. Communication with the kennel owner was mostly done by phone and e-mail but also some meetings were arranged during the project.</p> <p>The principles of designing a visual image were examined and the current design language in the dog world was studied. The theoretical framework was compiled to explain what a registered kennel means and in addition some other principles of dog breeding were highlighted. In order to stand out from the competition, visual images and marketing strategies of the same size kennels in southern Finland were studied and compared.</p> <p>The analyzing of other dog breeder's logos and the current design language in the dog world gave sufficient material and inspiration for the design work. The intentions of a clear light and classy visual image which at the same time breathes warmth and coziness were achieved. The kennel owner was satisfied with the results and believes that the kennel's new image will stand out positively from the competition. The amount of contacts from the customers started to rise steadily after the new image was introduced. The new visual image of kennel Ganz Klein has had a lot of appreciation from miniature pinscher enthusiasts and customers as well.</p>		
Work / Performance / Project		
Place of Storage Metropolia Library, Tikkurila unit		
Keywords visual image, company logo, web-site, visual communication		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	2
2	KASVATUSTOIMINTA.....	4
	2.1 Suomen Kennelliitto – koira-alan asiantuntija .....	5
	2.2 Kennelnimi.....	8
	2.3 Kääpiöpinseri .....	9
3	KENNEL GANZ KLEIN .....	12
	3.1 Taustaa .....	12
	3.2 Asiakkaat, kilpailutilanne ja markkinointikeinot .....	13
	3.3 Lyhyt katsaus kilpailevien kenneleiden markkinointikeinoihin ja yritystunnuksiin.....	15
4	YRITYKSEN VISUAALINEN ILME.....	20
	4.1 Visuaalinen identiteetti ja yrityskuva .....	21
	4.2 Yritystunnus, logo ja liikemerkki.....	22
5	MUOTOKIELI KOIRAMAAILMASSA.....	24
6	VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU GANZ KLEIN -KENNELILLE .....	29
	6.1 Suunnittelun lähtökohdat .....	29
	6.2 Yritystunnus.....	30
	6.3 Internet-sivut.....	44
	6.4 Lomakkeisto.....	52
	6.4.1 Käyntikortti.....	52
	6.4.2 Kirjekuori ja lomake.....	55
7	LOPUKSI.....	56
	LÄHTEET .....	57
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Yrityksen visuaalinen ulkoasu on tärkeä työväline markkinoilla. Yritysilme on usein ainut ulospäin näkyvä informaatio asiakkaalle, ja sen tarkoituksena on herättää mahdollinen mielenkiinto tarjottavaa palvelua tai tuotetta kohtaan. Onnistunut yritysilme tavoittaa halutun asiakasryhmän ja viestii selkeästi yrityksen toimintaperiaatteista. Kun kaikki elementit tukevat samaa viestiä, viesti ei voi olla heikko. Toisaalta huonosti suunniteltu tai puutteellinen ilme voi hyvinkin haitata yrityksen liiketoimintaa.

Opinnäytetyönäni suunnittelin yritysilmeen suomalaiselle koirankasvattajalle. Ganz Klein kennelnimien omistaa kausalalainen Eija Pikkarainen, ja kasvatettava rotu on kääpiöpinseri. Kasvattajan kasvatustyö on ollut tähän asti pienimuotoista, mutta toiminta on kasvussa. Kasvattaja haluaa panostaa huolellisesti suunniteltuun visuaaliseen ulkoasuun. Kenneliltä puuttui aiemmin kokonaan yritystunnus. Olemassa oleva Internet-sivusto oli toteutettu nopeasti ilmaisupalvelimelle käyttäen kotisivukoneen valmiita tyylimäärityksiä.

Kennelille suunnittelemani yritysilme sisältää yritystunnuksen, www-sivut sekä lomakkeiston. Työn alustava ideointi alkoi keväällä 2009. Kesän loppuun mennessä olimme asiakkaan kanssa käyneet läpi, mitä yritysilme tulisi sisältämään, mitä toiveita asiakkaalla oli ilmeen ulkoasun suhteen ja mikä tulisi olemaan projektin aikataulutus. Alkusyksyn aikana valmistui ensin yritystunnus, joka tavallaan antoi kennelnimelle kasvot. Loppuvuosi 2009 töitä tehtiin tiiviiseen tahtiin ja yritystunnuksen ympärille syntyi ensin Internet-sivusto. Kotisivujen valmistuessa yrityksen ilmeelle alkoi muodostua yhtenäisempi linja. Tammikuun 2010 lopussa lanseerattiin uusi yritystunnus ja www-sivut, jonka jälkeen suunnittelin kennelille vielä lomakkeiston soveltaen suunnittelemaani yritystunnusta.

Opinnäytetyön teoriaosuus sisältää katsauksen yritysilmeen suunnittelun perusteisiin, joista muutamia osa-alueita käydään työssä läpi vaihe vaiheelta. Teoriaosuudessa perehdytään myös rotukoirien kasvatustoimintaan, avataan käsitteitä ”rotumääritelmä” ja ”kennelnimi” sekä kerrotaan kasvatettavasta rodusta ja sen historiasta. Jotta työn varsinaisessa suunnitteluvaiheessa oli mahdollista nähdä, miten tämän hetkisten markkinoiden kilpailijoista voisi erottautua, tehtiin myös yritystunnusten ja markkinointikeinojen vertailua muutamien Etelä-Suomessa sijaitsevien samaa rotua kasvattavien kenneliä kesken.

Suunnitteluprojektin kuvauksessa selvitän lopulliseen tunnuksen johtaneet valinnat sekä muiden elementtien rakentumisen ja käytön. Suunnittelun sivussa tutkin myös koiramaailman rönsyilevää muotokieltä. Keskityn tarkastelemaan erityisesti muotokielen näyttäytymistä rotuyhdistysten ja kenneliä yritystunnuksissa sekä www-sivustoilla. Aihe liittyy olennaisesti myös työni toiminnalliseen osuuteen antaen suunnittelun pohjalle taustatietoja.





## 2 KASVATUSTOIMINTA

Suomessa rekisteröidään vuosittain noin 44 000 puhdasrotuista koiranpentua yli 300 eri rodusta. Maan arvioitu kokonaiskoiramäärä on noin 600 000 koira, joista puhdasrotuisia on noin 450 000. Joka viidennessä suomalaisperheessä on koira. (Suomen Kennelliitto.) Kasvatustoiminta on erittäin korkeatasoista siitä huolimatta, että valtaosa suomalaisista kenneleistä on niin sanottuja kotikenneleitä, joissa kasvattaminen on lähinnä harrastuspohjaista toimintaa eikä tuota juurikaan rahallista hyötyä. Vain harvoille suomalaisille kenneleille kasvatustoiminta on elinkeino.

Jokaisella virallisella koirarodulla on olemassa rotumääritelmä, jonka tulisi toimia koirankasvattajan jalostustyön ohjenuorana. Rotumääritelmä kertoo kasvattajalle, minkälainen rodun yksilön on oltava eri ominaisuuksiltaan. Rotumääritelmä sisältää kuvauksen koiran ulkomuodosta, luonteesta ja liikkumisesta. (KUVA 1) Jo kauan ennen virallisten rotumääritelmien syntyä on ollut olemassa tarkkoja kuvauksia eri koirarotujen ominaisuuksista. Useimpien rotujen rotumääritelmät ovat myös säilyneet lähes muuttumattomina koko niiden olemassaolon ajan. (Kennel Vilavallarens.)

Rotuihin perehtymistä vaikeuttaa se, että kennelmaailmassa on olemassa useita kattojärjestöjä, jotka vastaavat rotumääritelmistä ja niihin tehtävistä muutoksista. Fédération Cynologique Internationale eli FCI on yksi näistä kattojärjestöistä, johon myös Suomi kuuluu. FCI on kansainvälinen koiranjalostusliitto, jonka toimisto sijaitsee Thuinissa, Belgiassa. FCI:n tavoitteena on tukea puhdasrotuisten koirien jalostusta ja käyttöä sekä edistää kansainvälistä koirayhteistyötä. Nykyään FCI:llä on 82 jäsenvaltiota, ja se on tunnustanut 337 koirarotua. (Fédération Cynologique Internationale.) FCI:n toimivuutta kansainvälisenä koiranjalostuksen kattojärjestönä haittaa se, että tärkeimmät maat eli Iso-Britannia, Yhdysvallat ja Kanada ovat jättäytyneet sen ulkopuolelle. Myös toiminnan organisointi on vielä paljolti lapsenkengissä verrattuna esimerkiksi Yhdysvaltain kennelliittoon (American Kennel Club). Vaikeuksia aiheuttaa muun muassa se, että FCI:n ja muiden suurten kennelliittojen rotumääritelmät voivat poiketa huomattavastikin toisistaan, mikä haittaa kansainvälistä näyttelytoimintaa. Yhdysvaltalaiset ja britannialaiset rotumääritelmät ovat pysyneet pitkään muuttumattomina, mutta FCI:n rotumääritelmät voivat muuttua radikaalistikin rodun alkuperämaan oikkujen mukaan. Rotumääritelmien

yhdennukaistamisesta on keskusteltu, mutta neuvotteluissa ei ole saavutettu mainittavaa edistystä. Suomalaisia koirankasvattajia ja Suomessa järjestettävien koiranäyttelyiden tuomareita sitovat FCI:n rotumääritelmät. Koska muun muassa Iso-Britannia, Kanada, USA, Australia ja Uusi-Seelanti ovat kukin itsenäisiä, on niillä kaikilla myös omat rotumääritelmänsä. (Kennel Vilavallarens.)

 <p>Ryhmä: 2 FCI:n numero: 185 Hyväksytty: FCI 18.4.2007 Kennelliitto 27.11.2008</p> <p>Suomen Kennelliitto- Finska Kennelklubben ry</p> <p><b>KÄÄPIÖPINSERI</b> (ZWERGPINSCHER) Alkuperämaa: Saksa</p> <p>1/6</p>  <p>Pohjoismainen Kennelunioni Danck Kennel Klub Hollandse Oude Kooi Norsk Kennel Klub Suomen Kennelliitto - Finska Kennelklubben Svenska Kennelklubben</p>  	<p><b>KÄYTTÖTARKOITUS:</b> Koti- ja seurakoira.</p> <p><b>FCI:N LUOKITUS:</b> Ryhmä 2 pinserit, snautserit, molossityyppiset ja sveitsinpaimenkoirat. Alaryhmä 1 pinserit ja snautserit. Käyttökoetulosta ei vaadita.</p> <p><b>LYHYT HISTORIAOSUUS:</b> Kääpiöpinsereitä oli runsaasti jo vuosisadan vaihteessa; vuoden 1925 rotukirjassa on jopa 1300 rekisteröintä. Useista värimuunnoksista jalostettiin koiria, joka oli pinserin tavoin väriltään musta vaaleammin värimerkein tai yksivärinen punaisesta ruskehtavaan.</p> <p><b>YLEISVAIKUTELMA:</b> Kääpiöpinseri on pinserin pienoiskuva ilman kääpiömäisiä piirteitä. Sen tyylikäs, neljömäinen rakenne on lyhyen ja sileän karvapeitteen ansiosta hyvin nähtävissä.</p> <p><b>TÄRKEITÄ MITTASUHITEITA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rungon pituuden ja korkeuden suhteen tulee antaa rakenteesta mahdollisimman neljömäinen vaikutelma</li> <li>• pään koko pituus (kirsun kärjestä niskakymmyyn) on puolet selän pituudesta (säästä hännäntyveen).</li> </ul> <p><b>KÄYTTÄYTYMINEN / LUONNE:</b> Eloisuus, temperamenttikkuus, itsevarmuus ja luonteen tasaisuus tekevät kääpiöpinseristä miellyttävän koti- ja seurakoiran.</p> <p><b>PÄÄ</b> <b>KALLO-OSA</b> <b>Kallo:</b> Voimakas ja pitkänomainen; niskakymmy ei ole korostunut. Kallo on tasainen, poimuton ja kuonon ylälinjan kanssa yhdensuuntainen.</p> <p><b>Oisapenger:</b> Loiva, mutta kuitenkin selvästi erottuva.</p> <p><b>KUONO-OSA</b> <b>Kirsu:</b> Täyteläinen ja musta. <b>Kuono-osa:</b> Typpäkärkisen kiilan muotoinen; kuononselkä on suora. <b>Huulet:</b> Mustat, tiiviit ja kiinteästi leukojen myötäiset. Suupieleet ovat tiiviit.</p> <p><b>Leuat/ hampaat/ purenta:</b> Ylä- ja alaleuka ovat vahvat. Täydellinen, voimakkaasti kehittynyt ja tiiviisti sulkeutuva leikkaava purenta (hammaskaavion mukaisesti 42 hammasta); hampaat ovat puhtaan-</p>
---	---

Kuva 1. Esimerkkinä kääpiöpinserin rotumääritelmä. (Suomen Kennelliitto, kääpiöpinserin rotumääritelmä.)

## 2.1 Suomen Kennelliitto – koira-alan asiantuntija

Suomen Kennelliitto toimii puhdasrotuisten koirien kasvattajien ja harrastajien yhdyssiteenä ja keskusjärjestönä sekä koiraharrastuksen etujärjestönä. Kennelliiton toiminta käsittää koko maan. Liiton tarkoituksena on edistää puhdasrotuisten koirien kasvattamista ja käyttöä sekä parantaa yleisesti koiranpitoa Suomessa. (Suomen Kennelliitto, toiminta-ajatus ja arvot.) Alan asiantuntijana Kennelliitto jakaa tietoa koira-asioissa, pitää aktiivisesti yhteyttä alan eri sidosryhmiin, seuraa lainsäädäntöä ja ajaa koirien etuja sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Näin toimien Kennelliitto edistää puhdasrotuisten koirien kasvatusta niin luonteen, terveyden, käyttöominaisuuksien, kuin ulkomuodon osalta. (Suomen Kennelliitto – Finska Kennelklubben Ry:n säännöt 2007.)



Jokaisen rekisteröityneen koirankasvattajan on oltava paitsi oman rotunsa rotujärjestön jäsen, myös Suomen Kennelliiton jäsen. Suomen Kennelliitto on Pohjoismaiden vanhin koirajärjestö, joka perustettiin vuonna 1889. Jäseniä Kennelliitossa on yli 135 000. Kennelliitto on myös 1800 suomalaisen koiraharrastusyhdistyksen katto-organisaatio. (Suomen Kennelliitto.)

Kennelliiton toiminta-ajatukseseen sisältyy neljä pääarvoa. Avoin kennelyhteisö on yksi näistä arvoista. Liitto pyrkii toimintaan joka on avointa, demokraattista, vuorovaikutteista ja kansainvälistä. Toisena perusarvona liitolla on tavoite ylläpitää ja kehittää rodunomaisia, terveitä koiria monipuolisiin seura-, harrastus- ja työtarkoituksiin. Liiton kolmas tärkeä arvo on turvata Suomen kansallisten rotujen elinvoimaisuus sekä arvostus kotimaassa ja kansainvälisesti. Tämä tapahtuu säilyttämällä ja kehittämällä näiden rotujen alkuperäisiä metsästys- ja muita käyttöominaisuuksia. Liitto nimeää neljänneksi arvokseen aloitteellisen vastaamisen koiran, ihmisen ja toimintaympäristön tarpeisiin ja odotuksiin. (Suomen Kennelliitto, toiminta-ajatus ja arvot.)

### *Kennelliiton historiaa*

Järjestäytyneen kenneltoiminnan katsotaan alkaneen Suomessa 11. toukokuussa 1889. Tuolloin Helsingissä kokoontuneet noin kaksikymmentä henkilöä perustivat ruotsin- ja suomenkielisen Finska Kennelklubben – Suomen Kennelklubin. Kokouksessa valittu johtokunta valtuutettiin laatimaan yhdistykselle sääntöehdotus. Pienin muutoksin säännöt hyväksyttiin 28. syyskuuta ja senaatti vahvisti ne 31. lokakuuta 1889. Jäsenmäärä lähti saman tien huimaan kasvuun. Vuotta myöhemmin jäsenmäärä oli kasvanut paristakymmenestä perustajajäsenestä 168:aan. (Suomen Kennelliitto, historia.)

Suomalainen kenneltoiminta syntyi vastaamaan aktiivisten metsästäjien tarpeisiin. Tehtäväksi järjestölle määriteltiin ”edistää parempaa koiranhoitoa maassa herättämällä yleisempää puhtaan koirarodun harrastamista ja levittämällä tietoa rotupuhtauden eduista”. Järjestön tehtäväksi määriteltiin ”koiranäyttelyiden ja kenttäkilpailujen järjestäminen, kynologillisen kirjaston perustaminen, klubi-iltamien pitäminen, puhtasrotuisten siitoskoirien maahantuonti ja rotukirjan toimittaminen”. Ensimmäinen koiranäyttely pidettiin vuonna 1891 Helsingissä Kaartinmaneesissa. Ensimmäinen

ajokoirille tarkoitettu metsästyskoe järjestettiin kolme vuotta myöhemmin Turengissa. Koiramme-lehti perustettiin 1896. (Suomen Kennelliitto, historia.)

Ensimmäinen maailmansota koetteli Kennelklubia ja järjestön toiminta oli tuolloin säästöliekillä. Myös koirien rekisteröinnit romahtivat sodan aikana ja vesikauhu harvensi koirankantaa. Suomen itsenäistymisen jälkeen 1917 kenneltoiminta lähti pikkuhiljaa jälleen laajenemaan ja samalla monipuolistumaan. 1927 Kennelklubi uusi sääntöjään ja hyväksyi jäsenikseen toisia yhdistyksiä. Kennelklubi valvoi toisten yhdistysten kokeita ja vahvisti yhdistyksien sääntöjä. Sama käytäntö on Kennelliitolla edelleenkin voimassa. (Suomen Kennelliitto, historia.)

### *Kahdesta liitosta yhdeksi*

Vuonna 1934 Hämeenlinnassa joukko aktiivisia koiraharrastajia perusti Kennelklubin rinnalle suomenkielisen Suomen Kennelliiton. Perustajat olivat yksimielisiä siitä, että vanhan Kennelklubin säännöt olivat liian jäykkiä ja vanhanaikaisia. Klubin rinnalle oli perustettava uusi koirajärjestö. Taustalla vaikuttivat myös henkilöstiriidat, kielipoliittiset syyt ja Kennelklubin elitistisyys. Jäsenmäärällään Suomen Kennelliitto ohitti Kennelklubin jo ennen toista maailmansotaa. (Suomen Kennelliitto, historia.)

Toinen maailmansota vaikeutti kenneltoimintaa pahoin. Elintarvikkeista oli pulaa, mikä vähensi koirien määrää, ja sotatilan takia näyttelyiden järjestäminen rajoittui tai paikoin estyi kokonaan. Sodan päätyttyä kaikesta oli pulaa, mutta tilanne lähti silti hitaasti paranemaan. Uusia koiria olisi tarvittu ulkomailta, mutta valuuttasäännöstelyn vuoksi niiden tuonti oli mahdollista vain lahjoituksina tai vaihtoina. Sama ongelma koski myös suomalaiskoirien vientiä ulkomaille. (Suomen Kennelliitto, historia.)

Finska Kennelklubbenin ja Suomen Kennelliiton sulautuminen yhdeksi organisaatioksi tapahtui vuonna 1962. (Suomen Kennelliitto, historia.)

## 2.2 Kennelnimi

Kasvattaja voi anoa kasvatustoiminnalleen kennelnimeä. Kennelnimellä tarkoitetaan nimeä, joka liitetään kasvattajan kaikkien kasvattien nimen eteen pentuja rekisteröitäessä. Kennelnimi ei ole pentueen rekisteröinnin ehtona. (Suomen Kennelliitto, kennelnnimisääntö 2007.) Nimen hankkiminen on kuitenkin monin tavoin hyödyllistä. Kun kasvattajalla on kennelliiton myöntämä virallinen kennelnimi, ostaja tietää kasvattajan suorittaneen hyväksytysti kasvattajan peruskurssin ja allekirjoittaneen kasvattajasitoumuksen (LIITE 1), mikä sitoo kasvattajan noudattamaan tiettyjä määräyksiä. Pentujen rekisteröiminen on edullisempaa kasvattajalle, jolla on rekisteröity kennelnimi.

Kasvattaja voi halutessaan anoa kennelnimeä täytettyään ensin kennelnimen saantiehtot, jotka ovat seuraavat:

- hakijan tulee olla täysi-ikäinen
- hakijan katsotaan olevan sopiva kennelnimen omistajaksi
- hakija on Kennelliiton ja kasvattamansa rodun rotujärjestön jäsen
- Kennelliittoon on toimitettu rotujärjestön lausunto asiasta. Mikäli lausuntoa ei haluta antaa tarvitaan rotujärjestön antama todistus jäsenyydestä, josta ilmenee, että rotujärjestö ei halua antaa lausuntoa kennelnimeä varten
- hakijan tulee olla suorittanut hyväksytysti kasvattajan peruskurssin korkeintaan seitsemän vuotta sitten
- hakija on allekirjoittanut kasvattajasitoumuksen.

(Suomen Kennelliitto, kennelnnimisääntö 2007.)

Kennelnimi maksaa 200 euroa ja sitä anotaan erillisellä lomakkeella. Koiramme-lehti julkaisee anotut nimet. Valitusajan jälkeen nimet lähetetään Belgiaan FCI:lle, joka myöntää nimet, mikäli ne täyttävät määräykset. Kennelnimi ei saa olla sopimaton, ja sen on selvästi erotuttava aiemmin myönnettyistä kennelnnimistä. Anominen kestää noin puoli vuotta. (Suomen Kennelliitto, kennelnnimisääntö 2007.)

Kennelnimi on voimassa kennelnimenhaltijan eliniän, mikäli kennelnimen haltija täyttää nimen saantiehdot. Kennelliiton hallitus voi poistaa kennelnimen aikaisintaan kahdenkymmenen vuoden kuluttua siitä kun sen haltija tai haltijat ovat eronneet, erotettu tai katsottu eronneeksi SKL-FKK:n jäsenyydestä. Nimi vapautuu uudelleen haettavaksi kun sen poistamisesta on kulunut kymmenen vuotta. Myös vapautuneet kennelnimet voidaan ilmoittaa Koiramme-lehdessä. (Suomen Kennelliitto, kennelnimisääntö 2007.)

### *Kasvattajan peruskurssi*

Saadakseen kennelnimen kasvattajan tulee suorittaa hyväksytysti Kennelliiton hyväksymä kasvattajan peruskurssi. Näitä kurseja järjestävät kennelpiirit ja ne ovat avoimia kaikille. (Suomen Kennelliitto, kasvattajan peruskurssi.)

Kurssin tavoitteena on kasvattajan koiratietouden lisääminen. Painopisteitä kurssiohjelmassa ovat koirarekisteriohje, koiran rakenne, perusgenetiikka sanastoinen, synnytys ja pentueen hoito, Kennelliiton lomakkeet, lomakkeiden täyttäminen sekä koiran kauppasopimuksia koskeva lainsäädäntö ja ohjeet. Kurssin lopuksi järjestetään lopputentti, jonka läpäisseet voivat halutessaan anoa kennelnimeä. (Suomen Kennelliitto, kasvattajan peruskurssi.)

## 2.3 Kääpiöpinseri

FCI on jakanut koirarodut rakenteen ja käyttötavan perusteella roturyhmiin. Kääpiöpinseri kuuluu roturyhmään kaksi, joka sisältää pinserit, snautserit, molossityyppiset ja sveitsinpaimenkoirat. (Wikipedia, kääpiöpinseri.)

### *Rodun syntyhistoria*

Kääpiöpinserirotu on lähtöisin Saksasta, jossa jo yli 300 vuotta sitten pinserityyppiset koirat pitivät maataloilla rottakantaa kurissa. Nämä koirat olivat tuohon aikaan hyvin yleisiä maatalojen pihapiireissä, eikä niihin juurikaan kiinnitetty sen erityisemmin huomiota. Kuitenkin viime vuosisadan puolivälissä julkaistut koirakirjat kertoivat innostuneeseen sävyyn ”lyhyt- ja karkeakarvaisesta pinseristä” (nykyinen pinseri ja snautseri), jotka toimittivat maataloilla rotta- ja talonvahtien virkaa. Näin roturyhmän suosio ja arvostus vähitellen kasvoivat. Näiden ”esipinserien” pentueisiin syntyi toisinaan tavallista pienempiä yksilöitä, jotka osoittautuivat koostaan huolimatta

terveiksi, elinvoimaisiksi ja lisääntymiskelpoisiksi. Pienien yksilöiden huomattiin pian olevan paitsi taitavia pienjyrsijöiden pyydystäjiä, myös vilkkaita ja hauskoja seurakoiria. Pian niitä alettiin jalostaa tarkoituksellisesti. Jo tuolloin lyhytkarvaiset yksilöt oleskelivat enemmän sisällä taloissa ja talojen pihapiireissä, kun taas karkeakarvaiset kulkivat hevosvaunujen mukana. Kääpiöpinseri osoittautui mukavaksi ja eloisaksi seurakoiraksi. Hiljalleen 1800-luvun aikana rotu siirtyi maatalojen työtehtävistä myös salonkikelpoiseksi hienostonaisten sylinlämmittäjäksi. Suomeen ensimmäiset kääpiöpinserit tuotiin 1920-luvulla, mutta rodun kasvatustyö Suomessa käynnistyi vasta toisen maailmansodan jälkeen. (Suomen Kääpiöpinserit ry, jalostuksen tavoiteohjelma 2007–2010, 5.)

### *Olemus ja luonne*

Kääpiöpinseri on pienennös pinseristä (25–30cm) ilman kääpiömäistä olemusta. Rotu on rakenteeltaan neliömäinen ja elegantti. Pitkänomaisessa voimakkaassa päässä on suhteellisen korkealle kiinnittyneet korvat, jotka voivat olla luonnonpystyt tai luvat. Kääpiöpinserillä on liioittelematon ja terve peruskoiran rakenne. Rotu on ravaaja, mikä tarkoittaa sitä, että sen liikkeet ovat tasapainoiset, varmat, voimakkaat ja vapaat hyvällä askelpituudella. (Suomen Kääpiöpinserit ry, rotuesittely.)

Pienestä koostaan huolimatta kääpiöpinseri ei ole mikään sylikoira, vaan tarvittaessa siltä löytyy luonnetta puolustaa itseään, isäntäänsä ja reviiriään paljon itseään isompaakin vastustajaa vastaan. Aktiivisena ja älykkäänä koirana kääpiöpinseristä saa helposti monipuolisen harrastuskoirankin, vaikka perinteisesti rotua pidetään seurakoirana. Kääpiöpinseri on luonteeltaan eloisa, valpas, temperamenttinen ja itsevarma, ei missään nimessä arka, hermostunut, flegmaattinen tai aggressiivinen. (Suomen Kääpiöpinserit ry, rotuesittely.)

### *Terveys*

Kääpiöpinseri on keskimääräistä terveempi ja pitkäikäisempi rotu. Rodulla esiintyy joitakin silmäsairauksia, joista erilaiset kaihit ovat tyypillisimpiä. Joillakin yksilöillä on todettu patellaluksaatiota eli polvilumpion sijoiltaanmenoa. (Suomen Kääpiöpinserit ry, rotuesittely.) Kääpiöpinserillä patellaluksaatio on kuitenkin harvinainen sairaus. Tämä lienee pitkään jatkuneiden ja lähes kaikki jalostuskoirat käsittävien polvitarkastusten ansiota. Vuosittain tämä tila todetaan vain muutamilla yksilöillä. (Suomen

Kääpiöpinserit ry, jalostuksen tavoiteohjelma 2007–2010, 25.) Kannassa esiintyy myös jonkin verran epilepsiaa (Suomen Kääpiöpinserit ry, rotuesittely).

Kääpiöpinserit ovat 1.1.2008 alkaen olleet mukana myös Suomen Kennelliiton PEVISA-ohjelmassa (perinnöllisten sairauksien ja vikojen torjuntaohjelma). Tämän johdosta kaikkien rekisteroitävien pentueiden molempien vanhempien tulee olla virallisesti silmä- ja polvitarkastettuja ennen pentueen rekisteröintiä. Silmätarkastus ei saa olla 24kk vanhempi. (Suomen Kääpiöpinserit ry, jalostus.)

### *Nykytilanne*

Ihmisten yhä etenevä muutto kasvukeskuksiin lisää pienten ja turkiltaan helppohoitoisten rotujen kysyntää. Kääpiöpinseri täyttää nämä kriteerit. Kuitenkin rekisteröintimäärien lisääntyessä monesti myös ongelmat lisääntyvät. (Suomen Kääpiöpinserit ry, jalostuksen tavoiteohjelma 2007–2010, 35.)

2000-luvun kolminkertaistuneet rekisteröintiluvut kertovat rodun suuresta kysynnästä. Vuonna 2009 rotu sijoittui sadan suosituimman koirarodun listalla sijalle 19 ja nousi näin jälleen yhden pykälän edellisestä vuodesta. (Suomen Kennelliitto, suosituimmat rodut 2009.) Kääpiöpinsereiden suosion suuren kasvun voi nähdä samaan aikaan sekä hyvänä että huonona asiana. Suosio voi auttaa kasvattajia tekemään järkeviä ja rotua pitkällä tähtäimellä hyödyttäviä jalostusvalintoja joutumatta välttämättä pelkäämään pentujen käsiin jäämistä. Pahimmassa tapauksessa suosion kasvu voi kuitenkin johtaa siihen, että pentueita teetetään suuren kysynnän vuoksi yhä kevyemmin perusteiden ja yhä vähäisemmällä tietotaidolla. (Suomen Kääpiöpinserit ry, jalostuksen tavoiteohjelma 2007–2010, 4.)

### 3 KENNEL GANZ KLEIN

Ganz Klein -kennelnimen takaa löytyy Kuusankoskelta kotoisin oleva 32-vuotias AMK-agrologi Eija Pikkarainen. Ensimmäisen kääpiöpinserinsä Pikkarainen hankki vuonna 2003, ja kasvatustyö oman kennelnimen alla alkoi vuonna 2007. Kotikennel sijaitsee Kausalassa, jonne Pikkarainen muutti vuonna 2004. Tähän mennessä Ganz Klein -kennelnimen alle on syntynyt neljä pentuetta, yhteensä 15 pentua (Koiranet-jalostustietojärjestelmä 2010, Ganz Klein).

#### 3.1 Taustaa

Koirat ovat aina olleet Pikkaraisen sydäntä lähellä, vaikka lapsuudenkodissa ei liiemmin oltu eläimistä innostuneita. Oma koira oli kuitenkin saatava ja sellainen perheeseen tulikin vuonna 1984. Vuosien saatossa Pikkaraisella ehti olla eritoutuisia koiria, muun muassa japanice chin ja dobermanni. Ensimmäinen kääpiöpinseri asteli taloon vuonna 2003.

Pikkaraisen ensimmäiset omat kääpiöpinserit olivat molemmat uroksia, joten kasvattaminen ei aluksi ollut tavoitteena. Vuonna 2005 saapui kuitenkin ensimmäinen narttukoira, joka tuli Pikkaraisen luokse sijoitukseen toiselta kasvattajalta. Sijoituskoiran avulla nuorelle koiraharrastajalle tarjoutuu usein mahdollisuus saada hyvä näyttelykoira ja mahdollisesti tulevaisuudessa oman kasvatustyönsä kantakoira. Useat kasvattajat ovatkin kertoneet, että heidän ensimmäinen koiransa on ollut sijoituskoira. (Lindroos.) Näin kävi myös Pikkaraisen kohdalla. Sijoitukseen otettu narttu oli myöhemmin emänä kennelin kahdelle ensimmäiselle pentueelle.

Pikkarainen suoritti Salpausselän kenneliirin kasvattajan peruskurssin huhtikuussa 2007, ja saman vuoden lopussa kasvatustoiminnalle myönnettiin kennelnimi Ganz Klein. Kasvatettavan rodun alkuperämaa on Saksa, ja tämän vuoksi Pikkarainen halusi myös kennelnimensä olevan saksankielinen. Ganz Klein on suomeksi yhtä kuin 'melko pieni'. Tämä kuvaa kasvatettavaa rotua hyvin, sillä aikuisen kääpiöpinserin ihanne säkäkorkeus on 25–30 cm (Suomen Kennelliitto, kääpiöpinserin rotumääritelmä).

Suomen Kääpiöpinserit rotuyhdistykseen Pikkarainen liittyi vuonna 2003 ja on ollut aktiivisesti mukana yhdistyksen toiminnassa, muun muassa hallituksen varajäsenenä, jalostustoimikunnan sihteerinä sekä jalostustoimikunnan varsinaisena jäsenenä.

Myös vastoinkäymisiä on koettu ensimmäisten kasvatusvuosien aikana.

Vastoinkäymiset ovat liittyneet pääasiassa koirien terveyteen. Rodun vaihtaminen ei kuitenkaan ole käynyt koskaan kasvattajan mielessä, mutta tulevaisuudessa Pikkaraisen mukaan kennelnimellä saatetaan kasvattaa kääpiöpinsereiden lisäksi jotain muuta pienikokoista seurakoirarotua. Pikkarainen mainitsee miettineensä roturyhmästä 9 esimerkiksi japanice chinin tai perhoskoiran hankkimista. Pikkarainen perustelee näitä rotuja kuvailemalla niiden olevan samalla tavalla pieniä ja aktiivisia kuin kääpiöpinseritkin, mutta samalla kuitenkin näyttävämpiä ja luonteeltaan helpompia. (Pikkarainen 2009, haastattelu.)

Ganz Klein kennelin kasvatustoiminta on vasta alussa, ja tähän asti kasvatustyö on ollut pienimuotoista. Pennut ovat menneet kaupaksi pääasiassa luovutusikään mennessä. Tällä hetkellä kennelin kasvatustoiminta on kuitenkin selkeästi kasvussa. Samaan aikaan elämme taantumakaudessa ja pentumarkkinoilla vallitsee tilanne, jossa tarjonta ylittää hetkittäin kysynnän. Yhä useammin kasvattajille jää yli-ikäisiä pentuja käsiin, koska kysyntää ei ole riittävästi. Tästä huolimatta vuonna 2009 tehtiin rodussa jälleen uusi rekisteröintiennätys. Vuonna 2009 rekisteröitiin 738 kääpiöpinseriä ja 179 pentuetta (KoiraNet-jalostustietojärjestelmä 2010). Rotuyhdistyksen pentuvälityksessä oli vuoden 2009 aikana yhteensä 82 pentuetta 55 eri kasvattajalta. Kennelnimettömiä pentueita näistä oli viisi. (Suomen Kääpiöpinserit ry, toimintakertomus 2009.)

### 3.2 Asiakkaat, kilpailutilanne ja markkinointikeinot

Kennel Ganz Klein kasvattaa kääpiöpinsereitä kotikoiriksi. Kääpiöpinseri rotuna soveltuu hyvin monenlaisille ihmisille, ja tästä syystä pentua hankkimassa olevat tahot edustavat hyvin monenkirjavaa ihmisjoukkoa. Useammin asiakkaat edustavat perhettä tai pariskuntaa kuin yksinäistä ihmistä. Varallisuus ei juuri vaikuta ostohalukkuuteen. Suomen Kennelliiton suositushinta sekarotuiselle pennulle on 100 euroa, mutta nykyään sekarotuisistakin pennuista saatetaan pyytää jopa 600–700 euroa. Rekisteröity puhdasrotuinen kääpiöpinseri maksaa 800–1200 euroa, joten ero rekisteröimättömään



pentuun ei välttämättä ole edes suuren suuri. Myös osamaksu on monesti mahdollinen ja sovittavissa myyjän ja ostajan kesken.

### *Markkinointikeinot ja kilpailutilanne*

Koska Suomi on pieni maa ja markkinat ovat kohtuullisen rajatut, periaatteessa kaikki suomalaiset kääpiöpinserikasvattajat ovat toistensa kilpailijoita. Suurimmiksi kilpailijoikseen Pikkarainen kuitenkin nimeää yleisesti Etelä-Suomessa toimivat kääpiöpinsereitä kasvattavat kennelit. Etelässä kysyntä on vilkkainta ja pentua myös monesti lähdetään kysymään ensin sieltä, mistä sen voisi saada lähimpää. Etelässä toimii myös määrällisesti paljon samaa rotua kasvattavia kenneleitä, joten ne väistämättä vievät asiakkaita pieneltä ja sijainniltaan syrjäisemmältä kenneliltä.

Erinomaisinkaan tuote ei myy, jos asiakkaat eivät ole sen olemassaolosta tietoisia. Jostain syystä markkinointi mielletään koiramaailmassa vieraaksi ja vaikeaksi asiaksi, kenties siksi koska sitä ei hallita. Valtaosassa suomalaisista kenneleistä kasvatustoiminta on myös pienimuotoista eikä tuo kasvattajalle varsinaista elantoa. Tehokkaaseen markkinointiin panostaminen voi tuntua monen kasvattajan mielestä myös turhalta, koska kasvattaminen mielletään harrastamiseksi, missä ei pyritä varsinaisesti voittojen tavoitteluun. Kaikki kasvattajat kuitenkin käyttävät jossain määrin erilaisia markkinointiviestinnän keinoja myydessään pentujaan, tätä ei kuitenkaan tehdä kovinkaan tietoisesti.

Kasvatustyössään menestyneen kasvattajan ei juuri tarvitse kaupitella erinäistä tavaramäärää ja lupauksia koirakaupan kylkiäisinä. Menestyneen kasvattajan kasvatustyö puhuu omasta puolestaan ja pennut myydään pitkälti pelkästään kasvattajan maineen, ansioitten ja meriittien mukaan. Jos kasvattajalla ei vielä ole menestyksestä kasvatustyötä omasta takaa puhumassa loistavan kasvatustyön puolesta, joudutaan turvautumaan erilaisiin markkinointiviestinnän keinoihin. Tällaisia markkinointikeinoja ovat nykyään muun muassa hinta, pentupaketit, rotuyhdistykseen jäseneksi liittäminen sekä terveystutkimusten, näyttelymaksujen ja erilaisten kurssien (esimerkiksi koulutus) kustantaminen kasvattajan toimesta. Pentupaketilla tarkoitetaan koirakaupassa kaupanpäälliseksi annettavaa ylimääräistä tavaraa. Pentupaketit saattavat olla sisällöltään hyvinkin erilaisia. Tyypillinen pentupaketti sisältää yleensä perustarvikkeita kuten hoito-oppaan, ruokaa ja leluja. Myös terveystarkastusten, näyttelymaksujen tai esimerkiksi koulutuskurssien kustantaminen ovat yksi

käytetyimpiä markkinointikeinoja. Ostaja ei aina huomaa, että tällainen lupaus on monesti sisällytetty koiran myyntihintaan. Esimerkiksi toinen kasvattaja myy pennun 900 eurolla eikä hintaan sisälly terveystutkimusten kustantamista. Toinen kasvattaja pyytää pennusta 1200 euroa ja mainostaa maksavansa pennun polvitarkastuksen sekä ensimmäisen silmätarkastuksen. Osa kasvattajista lupaa liittää pennunostajan rotuyhdistyksen jäseneksi ensimmäiseksi vuodeksi. Ympäri vuorokautista puhelinapua ja elinikäistä tukea monesti mainostetaan pennunostajalle, mutta näiden toteutumisesta ei pystytä antamaan mitään kunnollisia takeita. Tällainen lupaus saattaa siis pahimmillaan jäädä kuitenkin katteettomaksi.

Koirakaupassa tulee aina ottaa huomioon se seikka, että koira on elävä olento vaikka se lain silmissä kauppatavaraksi rinnastetaankin. Hyvän kasvattajan tavoitteena ei ole pelkästään koiran kaupaksi saaminen kenelle tahansa halukkaalle ostajalle. Kasvattaja käyttää tarkkaa harkintaa myydessään pentua ja valitsee tarkoin kenelle on valmis pennun myymään. Pyrkimyksenä on löytää pennuille ennen kaikkea pysyvät loppuelämän kodit, joista koira ei palaudu kasvattajalle eikä myöskään joudu kiertoon. Ostaja voi tehdä vertailuja kasvattajien kesken niin paljon kuin haluaa, mutta mikään ei kuitenkaan takaa sitä että ostajan valitsema kasvattaja on automaattisesti valmis myymään kiinnostuneelle ostajalle pentua. Markkinoinnista on kuitenkin hyötyä, vaikka kasvattaja ei olisikaan valmis myymään pentua kaikille halukkaille ostajille. Mitä enemmän pennuista on kysyntää, sitä enemmän myös kasvattajalla on varaa olla valikoiva joutumatta pelkäämään pentujen käsiin jäämistä.

### 3.3 Lyhyt katsaus kilpailevien kenneleiden markkinointikeinoihin ja yritystunnuksiin

Seuraavassa kappaleessa vertailen kolmen Etelä-Suomessa sijaitsevan kennelin markkinointikeinoja ja yritystunnuksia.

#### *A'DREAMS*

A'dreams on Vantaalla toimiva suuri ja menestyksekkäs dobermanneja sekä kääpiöpinsereitä kasvattava kennel, ja kenties kokoluokkansa ja menestyksensä puolesta yksi asiakkaani vakavimmin otettavista kilpailijoista. Nykyään kennel tosin kasvattaa ainoastaan Black & taimpia kääpiöpinsereitä. Kasvattajalla on takanaan liki 20 vuotta menestyksekkästä kasvatustyötä kääpiöpinsereiden parissa. Näiden vuosien

aikana kennelnimen alle on syntynyt 36 kääpiöpinseripentuetta, yhteensä 141 pentua. (Koiranet-jalostustietojärjestelmä 2010, A'dreams.) Kasvattaja on palkittu vuonna 1998 Suomen Kennelliiton myöntämällä Vuolasvirta-palkinnolla erittäin ansiokkaasta dobermann kasvatuksesta ja vuonna 2008 erittäin ansiokkaasta kääpiöpinserikasvatuksesta. Kasvattaja on voittanut Vuoden parhaan kääpiöpinserikasvattajan -palkinnon vuosina 2009, 2008, 2006 ja 2005. (A'dreams.)

Menestyksenkäs ja pitkä kasvatusura ja kyky vastata kysyntään tarjoamalla kiinnostuneille ostajille pentuja laadukkaista yhdistelmistä tasaisesti ympäri vuoden, ovat ehdottomasti kennelin merkittävimpiä kilpailuvaltteja. A'dreams markkinoi myös kykyään tarjota erinomaista tukea näyttelyistä kiinnostuneille pennunostajille, sillä kennelin kasvatit näkyvät ja vaikuttavat erittäin vahvasti kotimaan näyttelykehissä ja kasvattaja itse on muun muassa rodun koulutettu ulkomuototuomari. Kenneli markkinoi pennunostajille myös A'dreamsin vuosittain järjestämää kasvattajapäivää, jolle kaikki kasvatintajajat voivat halutessaan osallistua. Yhteenkuuluvuuden tunne ja kasvattajan tuki sekä tietotaito rodusta ovat erittäin painavia kilpailuvaltteja kilpaileviin kenneleihin verrattuna.

A'dreamsin yritystunnus lienee syntynyt 90-luvun loppupuolella eikä tunnusta ole oletettavasti jälkeempään päivitetty. Tunnus koostuu kuvasta ja logotyypistä, ja tunnuksen kuuluu slogan "Dobermanns and Miniature Pinchers", mikä on ilmeisesti tarkoitettu kiinteästi osaksi yritystunnusta. Pidän ratkaisusta jättää sana "kennel" yritystunnuksesta pois. Kun puhutaan näinkin laajasta kasvatustyöstä, lienee selvää, että kyse on kenneltoiminnasta ilman varsinaista kennel-sanana käyttöä. Tunnus esitetään www-sivuilla lilan laatikon päällä, johon on kuvankäsittelyohjelmalla tehty erilaisia valon heijastuksia. Tunnuksen asettelu ja muotokieli on toimivaa eikä ihan tyyppillisemmästä päästä, mutta ylimääräiset tehostekeinot huonontavat tunnusta ja syövät siltä omaperäisyyttä. Tunnuksen muotoilussa on innostuttu käyttämään paljon erilaisia varjostuksia ja heijastuksia, mikä saattaa myös vaikeuttaa tunnuksen käyttöä erilaisissa yhteyksissä. Pienillä muokkauksilla ja uudistuksilla tunnus voisi parantua huomattavasti. Nyt tunnus tuntuu kuitenkin pahasti vanhentuneelta. (KUVA 2)



Kuva 2. Kennel A'dreamsin yritystunnus. (A'dreams)

### *BARON CASTLE*

Baron Castle on Tuusulassa toimiva ja suhteellisen nopeasti viime vuosina kasvanut kääpiöpinsereitä kasvattava kennel. Ensimmäinen pentue rekisteröitiin kennelnimen alle vuonna 2002. Vuonna 2007 kenneliin syntyi peräti kuusi kääpiöpinseripentuetta ja sitä seuraavina vuosina pentueita on syntynyt suunnilleen kolme vuodessa. Kaikkinsa kennelnimen alle on syntynyt 19 kääpiöpinseripentuetta, yhteensä 74 pentua. (Koiranet-jalostustietojärjestelmä 2010, Baron Castle.) Kennel kasvattaa rodun molempia värimuunnoksia.

Kennel markkinoi kotisivuillaan näkyvästi koirakaupan kylkiäisenä annettavaa pentupakettia. Kennelin pentupakettiin kuuluu kolme kiloa penturuokaa, kilo junioriruokaa, pentuopas ja kasvatuskirja, tarjouskuponkeja, säilytysastia, panta ja talutushihna sekä leluja ja luita. Kasvattaja markkinoi myös itseään ja kertoo kotisivuillaan suorittamistaan koira-aiheisista kursseista, joiden aihepiireinä ovat koirien kasvatusta, jalostusta ja käyttäytymiseen liittyvät kurssit. Kasvattaja korostaa erikoistumisensa koirien ongelmakäyttäytymiseen. Ostaja voi siis ajatella positiivisena asiana sitä, että mikäli tulevan koiran kanssa tulee joskus eteen käyttäytymisongelmia, kasvattajalla on ammattitaitoa auttaa omistajaa ongelmien ratkaisussa. (Kennel Baron Castle.)

Baron Castlen yritystunnus on luotu muutama vuosi sitten ja se koostuu logotyypistä ja kuvasta. Tunnukseen on liitetty kiinteästi slogan "Kääpiöpinsereiden Kasvatusta ~ Miniature Pincher Breeding". Logotyypin fontti on äärimmäisen koukeroinen ja siksi hankalasti luettava. Ratkaisu saattaisi toimia paremmin, mikäli fonttia olisi käytetty pelkästään kennelin nimessä ja sloganin typografiassa olisi haettu kontrastia tunnukseen. Kuitenkin tätä samaa kirjaintyyppiä on päätetty käyttää myös tunnuksen sloganissa, mikä tekee tunnuksen yleisilmeestä kokonaisuutena epäselvän. Slogan on myös sijoitettu aavistuksen turhan lähelle logotyyppiä, mikä luo turhan ahtaan vaikutelman. Logotyypissä on käytetty värinä turkoosia ja tunnuksen kuva on säilytetty

saman sävyiseksi. Tämä ratkaisu ei toimi. Turkoosi tekee tunnuksen kuvasta hyvin elottoman ja synkän. Kuvassa esiintyvä koiran pää ei edusta tyyppillistä kääpiöpinseriä ja kuva tuo mieleen ehkä enemmän manchesterinterrierin, kuin kääpiöpinserin.

(KUVA 3)



Kuva 3. Kennel Baron Castlen yritystunnus. (Baron Castle)

### *KINGHILL'S*

Kinghill's on Hyvinkäällä toimiva ja myös suhteellisen nopeasti viime vuosina kasvanut kääpiöpinseriä kasvattava kennel. Kenneliin on syntynyt kuuden toimintavuoden aikana 16 kääpiöpinseripentuetta, yhteensä 58 pentua (KoiraNet-jalostustietojärjestelmä 2010, Kinghill's). Kennel kasvattaa rodun molempia värimuunnoksia.

Kolmesta tarkastelun alla olleesta kennelistä Kinghill's markkinoi itseään selvästi vähiten. Kennelin kotisivuilla todetaan lyhyesti kauppasopimukseen kuuluvan ainoastaan kirjalliset hoito- ja ruokintaohjeet. Kinghill's markkinoi kuitenkin muista vertailun alla olleista kasvattajista poiketen pentutestaavansa kaikki myyvänsä pennut. (Kinghill's.) Suomessa yleisemmin käytössä olevat pentutestit ovat Olof Walteringin, William E. Campbellin ja Opaskoirakoulun testit sekä näistä sovelletut tai yhdistetyt testit. Testit eroavat hieman toisistaan, sillä Walteringin testi keskittyy pennun koulutettavuuden ja kestävyuden testaamiseen, kun taas Campbellin testi lähinnä perusuonteiden analysointiin. Suomessa on harvakseltaan koulutettuja sekä joitakin itseoppineita testaajia. Testausta ei tule ali- eikä yliarvostaa ja sen tehtävä on lähinnä mitata koiran sosiaalisuutta, dominanssia ja taisteluhalukkuutta. Edellä mainittuja ominaisuuksia voidaan vahvistaa koulutuksen yhteydessä, joten testi palvelee lähinnä harrastuskoiraihmistä, joka on etsimässä itselleen sopivaa harrastuskaveria. (HEIKKILÄ, pentutesti.) Kennelin kotisivuilla ei mainita mistä pentutestistä on kyse ja kuka sen suorittaa (Kinghill's).

Kinghill'sin yritystunnus koostuu logotyypistä ja kuvasta. Kennelmaailman tyypillisin yritystunnus sisältää logotyypin ja kasvatettavan rodun profiilikuvan. Kinghill'sin yritystunnus on ratkaistu juuri edellä kuvatulla tavalla ja siksi ratkaisu on kovin persoonaton. Tunnuksen typografia on tyypillistä koukeroista vapaata käsialaa jäljittelevää fonttia, ja teksti on ladottu suoraksi riviksi. Logotyypin lisäksi tunnuksesta esiintyy kääpiöpinserin profiilikuva. Logotyypin ja sen yhteyteen sijoitetun profiilikuvan käytössä ei periaatteessa ole mitään vikaa, mutta ratkaisu on niin tavanomainen, ettei tunnus siksi erotu kilpailevien kenneleiden joukosta. Logotyyppi ja kuva on myös jostain syystä päätetty sijoittaa äärimmäisen kauas toisistaan, mikä antaa tunnuksesta hieman rikkoutuneen vaikutelman. Näitä elementtejä yhdistämään on laitettu ohut viiva. Tunnus toimisi kuitenkin paremmin jos profiilikuva ja logotyyppi olisi sijoitettu lähemmäksi toisiaan. Tällä ratkaisulla viiva jäisi tarpeettomaksi elementiksi, ja sen voisi jättää kokonaan pois tunnuksesta. Pientä persoonallisuutta tunnuksen tuo profiilikuvan asento, joka on tavallisesta poiketen hieman etuviisto. Tunnus on täysin yksivärinen ja värinä on käytetty aavistuksen haaleaa lilaa. Värimaailma tekee tunnuksesta hailakan ja korostaa sen persoonattomuutta. (KUVA 4)



Kuva 4. Kennel Kinghill'sin yritystunnus. (Kinghill's)

## 4 YRITYKSEN VISUAALINEN ILME

Yrityksen visuaalinen ilme on kokonaisuus, joka muodostuu typografiasta, tunnusväreistä, tunnuksista, symboleista, merkeistä ja niiden yhteensovittamisesta. Visuaalinen linja näkyy kaikessa yrityksen toiminnassa: nimen esiintymistavassa eri medioissa, painotuotteissa, opasteissa ja markkinointiviestinnässä. (Poikalainen 1994, 108.) Visuaalinen ilme on yritykselle erittäin tärkeä osa sen kokonaisidentiteettiä. Keskeisimpänä ajatuksena hyvin suunnitellussa ilmeessä on saada koordinoitua yrityksen eri osa-alueiden viestit ja mielikuvat toisiaan tukevaksi ja vahvistavaksi kokonaisuudeksi. Hyvin suunniteltu visuaalinen ilme luo yrityksen identiteetistä positiivisen, totuudenmukaisen ja kiinnostavan tavoitemielikuvan yrityksen asiakkaille, minkä avulla yritys myös erottautuu kilpailijoiden joukosta. Kaikkia ei edes lähtökohtaisesti kannata yrittää miellyttää, riittää että ilme puhuttelee kohderyhmää. Jos yritykselle lähdetään luomaan kaikkia miellyttävää visuaalista ilmettä, saattaa ilme jäädä hyvin mitäänsanomattomaksi ja jopa huomaamattomaksi. (Pohjola 2003, 108.)

On tiettyjä perusasioita jotka tulisi ottaa huomioon lähdettäessä suunnittelemaan yritykselle visuaalista ilmettä. Yrityksen tulisi miettiä, mitä ilmeellä halutaan tavoitella ja viestiä. Suunnittelun alkuvaiheessa kannattaa lähteä määrittelemään ensin joitakin toistuvia ja pysyviä visuaalisia elementtejä, koska juuri näillä elementeillä on suuri vaikutus yrityksen tunnistettavuuteen ja kykyyn erottautua alan muista yrityksistä. Yrityksen tunnistaminen voi vaikeutua jos joudutaan vertaamaan useampia toisten yritysten kanssa samankaltaisia ominaisuuksia. Jos visuaalisessa ilmeessä käytetään yhtä tai muutamaakin keskeistä ja voimakkaasti poikkeavaa elementtiä, tekee niiden käyttö yrityksen tunnistamisesta tietenkin helpompaa. Näin yritys myös varmistaa erottautumisensa kilpailevien yritysten joukosta. (Pohjola 2003, 58.)

Erotautumisessakin on oltava tarkkoja ja otettava huomioon visuaalisten elementtien käytössä muutamia tärkeitä seikkoja. Millaiset ovat yrityksen tulevaisuuden suunnitelmat? Suunnitteluvaiheessa on tärkeää miettiä miten hyvin ilme on mukautettavissa yrityksen toimintaa vastaavaksi esimerkiksi yrityksen kasvaessa ja laajentuessa. Toimiiko ilme vielä mahdollisen kasvun kynnyksellä vai rajoittuuko toimivuus pelkästään nykytilanteeseen eikä ole muunneltavissa?

Myös visuaalisen ilmeen värimaailmalla on merkitystä. Värit ovat vahvasti yksi tärkeä tekijä kun halutaan luoda yritykselle yhtenäistä ilmettä. Väreillä on tunnetusti psykologisia ja jopa fysiologisia vaikutuksia ilman niiden liittymistä johonkin tiettyyn käyttöyhteyteen tai tilanteeseen. Toiset värit voivat olla aktivoivia, toiset rauhoittavia. Esimerkiksi sininen laskee verenpainetta ja pulssia verrattuna punaiseen. Kylmät ja lämpimät värit taas vaikuttavat esimerkiksi syvyysvaikutelmaan. Värinkäytön johdonmukaisuus ja käyttötapa yritysilmeessä ratkaisevat tuleeko väristä voimakas tunnistetekijä. Yhtä paljon vaikuttaa myös värin erottamiskyky yrityksen markkinoilla: tiettyä väriä on saatettu käyttää yritysilmeessä johdonmukaisesti ja voimakkaasti, mutta värinkäyttö itsessään ei riitä auttamaan erottautumisessa jos kilpailijoilla ja muilla markkinoihin liittyvillä yrityksillä on käytössä saman värin erilaisia sävyjä. (Pohjola 2003, 135, 136.)

Vastaanottajan kokema elämys ja halutunlaisen mielikuvan muodostuminen yrityksen visuaalisen ilmeen kautta on tärkeintä. Samalla kuitenkin eri viestien tulee olla tunnistettavissa saman yrityksen viesteiksi ja kertoa saman tarinan eri osia. (Pohjola 2003, 116.)

#### 4.1 Visuaalinen identiteetti ja yrityskuva

Yrityskuvaan liittyvä käsitteistö on hyvin kirjava. Puhutaan muun muassa yrityskuvasta, imagosta, profiilista, yrityskulttuurista, identiteetistä, arvoista ja maineesta. Viestinnän tutkijoiden erilaiset näkemykset ja tutkimusten osa-alueiden erilaiset painotukset selittävät näiden käsitteiden moninaisuuden. Yrityskuvaa voi tarkastella kaksijakoisena: profiililla tarkoitetaan kuvaa, jota yritys tavoittelee, ja imagolla tarkoitetaan toteutunutta kuvaa. Imago on sidosryhmien ja suuren yleisön muodostama mielikuva yrityksestä. Yrityskuvaan vaikuttaa yrityksen koko kokonaisuus: tuotteet, palvelut, henkilöstö, toimitilat, johtamistapa jne. Kaikki mitä yritys on ja miten yritys toimii on yhtäkuin yrityksen identiteetti. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 10.)

Yrityksen identiteettiä voi suoraan verrata ihmisen identiteettiin: ihmisen identiteettiin kuuluu, että ihminen tietää kuka hän on ja on kykeneväinen tunnistamaan omat vahvuutensa ja heikkoutensa. Samoin ulkopuoliset pystyvät hahmottamaan hänestä henkilökuvan eli kertomaan millainen hän on. Yrityksessä yksittäinen ihminen on korvattu kollektiivisella henkilöstöllä, joka tuntee yrityksen vahvuudet ja heikkoudet,



arvot ja tavoitteet. Yrityksen identiteetti on ohjaamassa henkilöstön päätöksentekoa ja valintoja, ja henkilöstön toiminnan pohjalta ulkoiset sidosryhmät kykenevät luomaan yrityksestä mielikuvan, joka sisältää yrityksen kaikista olennaisimmat piirteet. (Kortetjärvi-Nurmi yms. 2008, 11.) Perinteisesti visuaalisen identiteetin keskeisinä elementteinä on pidetty yritystunnusta, tunnusvärejä ja typografiaa (Pohjola 2003, 108).

#### 4.2 Yritystunnus, logo ja liikemerkki

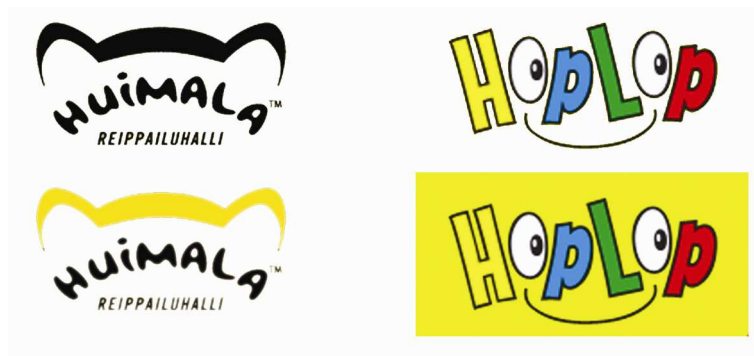
Yritys saa näkyvimmän muotonsa yritysilmeeen kautta. Yritysilmee muodostuu kaikesta siitä, mikä näkyy yrityksestä ulospäin. Näkyvin osa tätä ilmettä on yritystunnus. Yritystunnus on yrityksen graafinen tunnus, jonka tavoitteena on heijastaa yrityksen identiteettiä: arvoja, toimintaperiaatteita sekä yleisesti yrityksen olemassaolon tarkoitusta ja oikeutusta. (Kortetjärvi-Nurmi yms. 2008, 14.)

Liikemerkki tai symboli on yritystunnuksen kuvallinen osuus, logotyypiksi nimitetään yrityksen nimen kirjoitusasu. Tunnisteena on mahdollista käyttää pelkkää logotyyppiä, liikemerkin ja logotyypin yhdistelmää tai näiden erilaisia välimuotoja. Pelkän logotyypin käyttö voi kuitenkin osoittautua haasteelliseksi, koska se asettaa korkeita vaatimuksia logon muotoilulle ja sen sovellettavuudelle. Yrityksen on välttämätöntä käyttää logoa tai muuta vakioitua tapaa kirjoittaa yrityksen nimi siitäkin syystä, että myös laki vaatii yrityksen kirjoitetun nimen käyttämistä. (Pohjola 2003, 128.) Liikemerkistä saadaan täysi hyöty vasta siinä vaiheessa, kun on saavutettu niin hyvä tunnistettavuus, että ihmiset osaavat yhdistää merkin heti oikeaan yritykseen. Tästä syystä liikemerkin olisi toivottavaa pysyä samanlaisena mahdollisimman pitkään, jopa vuosikymmeniä. Joskus kuitenkin yrityksen toiminnassa tai toimintaympäristössä tapahtuu muutoksia, joiden takia liikemerkki saatetaan jonain päivänä kokea vanhentuneeksi ja aikansa eläneeksi. Tällaisessa tapauksessa on tietenkin perusteltua, että liikemerkkiä uudistetaan tai suunnitellaan jopa kokonaan uusi tunnus. (Kortetjärvi-Nurmi yms. 2008, 15.)

Tunnuksen viestin tulisi tukea brandin ydintä ja sen keskeistä erottuvaa ja pysyvää viestiä. Tunnuksen ei ole tarkoitus kuvata toimialaa tai tuotealuetta, koska tällaisten aiheiden käyttämisessä on vaarana erottumattomuus ja aiheen helppo kopiointi. (Pohjola 2003, 130.) Tunnuksen muotokielen kautta pitäisi pystyä muodostamaan mielikuva tuotteen tai palvelun kohderyhmästä. Onko tuote tai palvelu suunnattu

esimerkiksi erityisesti lapsille, nuorille, aikuisille vai varttuneemmille? Onko kyseessä halpatuote vai kalliimpi laatutuote? Kun yritystunnus on suunniteltu hyvin ja on onnistunut, välittää se kuluttajalle oikean viestin helposti ja ymmärrettävästi. Kohderyhmä jää tavoittamatta, jos tunnuksen suunnittelussa epäonnistutaan.

Esimerkkeinä käytän kahden eri sisäleikkipuiston yritystunnuksia, ja pohdin kuinka niiden viesti välittyy kohderyhmälle. (KUVA 5) Huimalan yritystunnus on rauhallinen, yksinkertainen ja linjoiltaan tyylikäs. Tunnus koostuu yksinkertaisesta merkistä ja hyvin luettavasta logotyypistä. Tunnus sopii hyvin Huimalan imagoon laadukkaana ja hieman kilpailijoitaan kalliimpana sisäleikkipuistona, jossa myös aikuisten viihtymiseen on panostettu. Kohderyhmänä ovat lasten ja aikuisten lisäksi erilaiset ryhmät kuten päiväkodit, koulut, urheiluseurat, asukasyhdistykset, työpaikka- ja harrastuskerhot ja kaveripiirit. (Huimala.) HopLopin tunnus on huomattavasti levottomampi ja hyökkäävämpi muotokieleltään sekä väreiltään. Tunnuksesta saa halvan ja hieman lapsellisen vaikutelman. Lapsenomaisuus tunnuksessa on oikeastaan hyvin toimiva markkinointikeino, sillä yrityksen kohderyhmänä ovat erityisesti vauvat, taaperot ja leikki-ikäiset lapset. Hinnaltaan HopLop on myös selvästi Huimalaa edullisempi. (HopLop.) Keltaisen värin käyttö tunnuksessa on hyvin todennäköisesti tarkkaan harkittua, koska kuluttajat helposti yhdistävät keltaisen värin tarjouksiin ja alennusmyynteihin.



Kuva 5. Yritystunnukset, Huimala ja HopLop. (Huimala, HopLop.)

## 5 MUOTOKIELI KOIRAMAAILMASSA

Koiramaailman muotokieli on yleisilmeeltään jokseenkin melko kirjavaa sekä rönsyilevää ja jättää viestin monesti epäselväksi. Tämä johtuu varmasti paljolti siitä että rotujärjestöjen ja rotua harrastavien yhdistysten sekä kenneliä yritysilmeet ovat harvoin yhtenäisiä ja hyvin suunniteltuja kokonaisuuksia. Muoto on usein varmasti yksi niistä asioista, joita ei ole osattu edes ottaa huomioon suunnitteluvaiheessa – jos varsinaista suunnitteluvaihetta on koskaan kunnolla ollut olemassakaan. Myös tunnusten sisältö tuntuu yleisesti olevan melko harkitsematonta. Rotujärjestöjen ja kenneliä tunnukset ovat yleisesti kautta linjain hyvin samasta muotista veistettyjä ja huonosti toisistaan erottuvia. Tunnuksissa tuntuu olevan paljon sellaisia elementtejä, jotka on jostain syystä mielletty kenties pakollisiksi sen sijaan, että olisi haettu muotokieltä, joka pyrkisi luomaan jonkinlaista mielikuvaa esimerkiksi siitä, millaiselle kohderyhmälle mikäkin koirarotu soveltuu.

### *Muoto*

Muotokielestä löytyy tiettyjä perusmuotoja, kuten geometriset ja elastiset muodot. Ensiksi mainitut liittyvät aina ihmisen tuottamiin muotoihin, kun taas luonnon muodot ovat enemmän epäsäännöllisiä eli elastisia. Myös niiden muodostumisessa toistuvuudella ja rytmillä on oma logiikkansa, jolla on vaikutuksensa muotojen rakentumiseen. (Pohjola 2003, 137.) Monen yrityksen muotokieleen on aiemmin väistämättä vaikuttanut tietokoneympäristö, joka on rajoittanut käytössä olevan muotokielen yleisluontoisiin geometrisiin ja teknisiin muotoihin. Tämä saattoi aiemmin perustua monimutkaisten kuvioiden huonoon toimivuuteen tietokoneympäristössä, mutta nykyään taitto-ohjelmat pystyvät käyttämään kevyessä vektorigrafiikkamuodossa monimutkaisia, tuhansiakin muodon yksityiskohtia sisältäviä elementtejä. Muodoilla voidaan vaikuttaa myös väreihin ja niiden toimivuuteen. Tietynlaisella muodolla voidaan esimerkiksi korostaa värin arvoa, toisella taas on mahdollista vaimentaa sitä. (Pohjola 2003, 137.) Yrityksen muotokieli on tavoitellumpi asia kuin pelkästään yrityksen käyttämä tietty muoto, koska muotokieli antaa aina mahdollisuuden eri sovellutusalueiden integrointiin paremmin kuin kaavamainen yhden muodon periaate (Pohjola 2003, 138).

### *Koiramaailman tunnuksien muotokieli ja sisältö*

Rotujärjestöjen ja rotua harrastavien yhdistysten sekä kennelien tunnuksissa esiintyy hyvin laaja muotokielen kirjo. Pääasiassa rotujärjestöjen ja rotua harrastavien yhdistysten tunnukset on jaettavissa kolmeen erilaiseen tyyppiin: ympyränmuotoisiin tunnuksiin, ympyrävaikutteisiin tunnuksiin ja geometrinen ja elastisen muotojen välimuotoisiin tunnuksiin. (KUVA 6, 7, 8) Kenneleiden tunnuksissa esiintyy pääasiassa jälkimmäisen tyyppisiä tunnuksia. (ks. KUVA 8) Ympyränmuotoiset tunnukset saattavat hyvinkin olla suosittuja niiden kompaktin muodon ansiosta. Kompakti ympyrä on myös taloudellinen. Tarkastellessani koiramaailman tunnuksien muotokieltä yleisesti tein myös huomion, että läheskään kaikilla rotuyhdistyksillä ja rotua harrastavilla yhdistyksillä ei ollut lainkaan yritystunnusta. Samoin kenneleiden joukossa havaitsin jonkin verran tunnusten puuttumista kokonaan.



Kuva 6. Ympyrän muodon ympärille rakentuneita rotuyhdistysten ja rotua harrastavien yhdistysten tunnuksia.



Kuva 7. Ympyrästä muotoonsa vaikutteita ottaneita rotuyhdistysten ja rotua harrastavien yhdistysten tunnuksia.



Kuva 8. Erilaisia geometrisia ja elastisia muotoja rotuyhdistysten ja rotua harrastavien yhdistysten tunnuksissa.

Harmittavan monissa tarkastelemissani rotuyhdistysten ja rotua harrastavien yhdistysten tunnuksissa itse koiran kuva jää hyvin taka-alalle ja huomio keskittyy suurilta osin geometriseen ympyrään, joka voimakkaasti vaikuttaa koko tunnuksen luonteeseen (ks. KUVA 6). On kuitenkin ilmiselvää, että juurikin koiran tulisi näytellä tunnuksessa pääosaa ja viestiä muotokielellään esimerkiksi rodun tyyppillisestä luonteesta ja muista erityispiirteistä. Kuvaelementtien muotokielestä saisi puhuttelevampaa, jos tunnuksen sisältöäkin lähdetäisiin miettimään tarkemmin. Itsestään selviä rotuun liittyviä asioita on tuskin tarpeellista aina sisällyttää tunnukseen. Miksi amerikancockerspanieleiden rotuyhdistyksen tunnuksessa täytyy olla Amerikan lippu? Onko tarpeen käyttää Suomen karttaa taustalla, kun yhdistyksen nimi alkaa "Suomen"? Onko sekään välttämätöntä, että novascotiannoutajien tunnuksen sisällössä esitetään itse koiran lisäksi tyyppillinen maasto, missä rotu metsästää? (ks. KUVA 6)

Tunnuksissa esiintyy lähes aina koira. Tunnuksissa koiran asentoa ja olemusta olisi syytä pohtia suunnittelutyössä tarkemmin. On harmillista, että tunnukseen tyydytään monesti ottamaan tyyppillinen profiilikuva rodusta. Tällainen kuva on usein myös muotokieleltään hyvin runsas ja kaukana tyyllitellystä tai pelkistetystä ilmaisusta. Tyyllittelyä ja lennokasta asetelua näkee turhan harvoin. Puhuttelevampaakin muotokieltä onneksi löytyy joistain tunnuksista. Hyvä esimerkki tunnuksesta, jossa kaikki on kohdallaan, on Mustaterrierit rotuyhdistyksen tunnus. Siinä koira on esitetty tyylliteltynä ja kauniissa lennokkaassa asennossa, joka sulautuu kauniisti ja harkitusti yhteen tunnuksen graafisen kaari-elementin kanssa (ks. KUVA 7). Graafisena elementtinä käytetty sirppimäinen kaari tekee tunnuksen ilmeestä vahvan ja samalla elegantin yhdistäen tunnuksen välittämän muotokielen rodun ominaisuuksiin. Terävät ja tarkat muodot on huomioitu hyvin myös joissain teräväluonteisempien rotujen rotuyhdistysten tunnuksissa, kuten esimerkiksi Suomen Snautseri-Pinsarikeskusjärjestön sekä Suomen Dobermann yhdistyksen tunnuksissa (ks. KUVA 6, 7). Terävät, selkeät muodot, ja puhtaan mustavalkoinen värimaailma sopivat näiden rotujen luonteenpiirteisiin erinomaisesti. Vapaampia ja luonnonmukaisempia muotoja esiintyy osassa tunnuksista. Toimiessaan tämä muotokieli on selvästi erottuvinta ja kaikista persoonallisinta.

Kenneleiden tunnuksissa muotokielen kirjo on vielä rotuyhdistyksiäkin rönsyilevämpää. (KUVA 9) Joukosta löytyy suorastaan loistavaakin muotokieltä, erityisesti muutamat afgaaninvinttikoiria kasvattavat kennelit ovat kunnostautuneet hyvin persoonallisilla ja

toimivilla tunnuksilla, jotka viestivät täydellisesti rodun ylpeää, aavistuksen kieroakin luonnetta. Näistä erinomaisina esimerkkeinä mainitsen kennel Kultapiiskun ja Tähtisäteen tunnukset (ks. KUVA 9). Kenneleiden tunnuksista suuri osa kaipaisi myös nopeasti uudelleen tarkastelua sisällön suhteen. Kuvassa 9 näkyy erinomaisia esimerkkejä siitä, miten tunnuksiin saatetaan toisinaan valita hyvinkin epäolennaisia ja harhauttavia asioita.

Valitettavasti loistavatkin tunnukset hukkuvat yleensä huonoille kotisivuille. Harvemmat yritysilmestä on suunniteltu huolella loppuun asti ja näin ollen eheää kokonaisuutta ja toimivaa muotokieltä ei synny. Vaikka yritystunnusta on selvästi monessakin rotuyhdistyksessä ja kennelissä mietitty, tuntuu suunnittelu yleensä jäävän puolitiehen, eikä visuaalisen yritysilmmeen kokonaisuutta ymmärretä tai osata hyödyntää kunnolla. Muotokielessä välähtää onnistuneita toteutuksia siellä ja täällä, mutta kokonaisuus jää kuitenkin hyvinkin rönsyileväksi ja viestiltään epäselväksi. Tein myös havainnon, että vaikka kennelillä tai yhdistyksellä olisi erinomainen yritystunnus, tunnusta ei osata hyödyntää esimerkiksi Internet-sivuilla lainkaan. Hieno tunnus on saatettu hukuttaa useiden sivujen taakse, yksittäisen merkityksettömän sivun alalaitaan hyvin pienenä elementtinä, joka ei kuulu kiinteästi mitenkään yrityksen visuaaliseen ilmeeseen. Tämä on turhauttavaa huomata, koska ilmeen tulisi rakentua juurikin tunnuksen ympärille.



Kuva 9. Kennelmaailman yritystunnusten rönsyilevää muotokieltä. Kuva-aihe saattaa olla simpukka tai kovakuoriainen, joka tekee tunnuksen viestistä todella hämärän.

## 6 VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU GANZ KLEIN -KENNELILLE

Seuraavassa luvussa olen kuvannut suunnitteluprosessin etenemistä pala palalta sekä selvittänyt syitä, jotka ovat vaikuttaneet ratkaisuihini lopullisen yritysilmmeen muotoutumisessa.

### 6.1 Suunnittelun lähtökohdat

Ganz Klein kennelillä ei ollut suunnitteluprosessin alussa olemassa olevaa yritysilmettä, joten lähdin suunnittelutyössäni liikkeelle melkolailla täysin puhtaalta pöydältä, ilman edellisten ratkaisujen luomaa vertailukohdetta, kennelin olemassa olevia www-sivuja lukuun ottamatta.

Asiakkaan toiveena oli luoda raikas, ilmava, rauhallisen tyylikäs ja selkeä ilme, jonka toivottiin erottuvan kilpailijoiden ilmeistä omaperäisyydellään. Visuaalisen ilmeen toivottiin kuitenkin ennen kaikkea olevan lämmin ja kodinomainen. Asiakas halusi ehdottomasti kääpiöpinserin esiintyvän jollain tapaa yritystunnuksessa ja koko yritysilmeeissä kautta linjan, mutta toivoi rodun näkymiselle omaperäisempää ja kilpailijoiden ilmeistä poikkeavaa esiintymistapaa. Kennelin kasvatuksen punaisena lankana on pyrkimys säilyttää kasvatettavissa linjoissa vanhoja punaisten kääpiöpinsereiden sukuja. Tästä johtuen kasvatustyö painottuu vahvasti punaruskeisiin koiriin (Pikkarainen, 1.6.2009: haastattelu). Näin ollen ilmeessä näkyvien kääpiöpinsereiden toivottiin olevan ruskeita. Vanhojen www-sivujen kokolailla vihreä yleisilme on ehditty yleisesti liittää kennelnimeen ja toivomuksena esitettiin, että vihreää sävyä käytettäisiin myös jotenkin tulevassa yritystunnuksessa. Asiakkaan kasvatustilafilosofia on luonnonmukainen, joten vihreä väri tuntui tästäkin syystä perustellulta.

Yksi suunnittelutyön keskeisistä lähtökohdista oli asiakaslähtöinen toimintatapa. Viestinnän suunnittelussa asiakkaiden tarpeet, motiivit, arvot ja mielikuvat ovat asioita, jotka tulisi oleellisesti ottaa huomioon suunnitteluprosessissa ja joiden tulisi myös toimia päätöksenteon perustana. Keskeistä on kyetä muuttamaan asiakkaista, asiakkaiden mielipiteistä, ympäristöstä ja kilpailijoista saatava tieto kilpailukykyä ja



lisäarvoa tuoviksi toimenpiteiksi kaikissa asiakkaan ja yrityksen välisissä kohtaamisissa. Mielikuvilla ja tunnepohjaisilla asioilla on suuri merkitys kaikilla markkinoilla ja näiden asioiden hallitseminen on koettu kuluttajatuotteissa tärkeäksi. (Pohjola 2003, 18.) Asiakkaan toive yritysilmeen lämpimästä ja kodinomaisesta viestistä liittyy olennaisesti kasvattajan luonnonmukaiseen kasvatustilfilosofiaan. Luonnonmukaisuus ja pehmeät arvot ovat tällä hetkellä vahvasti pinnalla, joten kasvattajan luonnonmukaisen kasvatustilfilosofian voi nähdä myös erinomaisena myyntivalttina ja keinona erottua kilpailevista kenneleistä.

Asiakkaan kasvatustyö on ollut tähän asti pienimuotoista, mutta toiminta on kasvussa. Nyt oli oivallinen hetki suunnitella kennelille ilme, joka helpottaisi sitä erottumaan kilpailijoista, ja näin auttaisi myös lisäämään pentujen kysyntää, mikä on oleellista kasvatustyön kasvua ajatellen. Asiakas halusi panostaa kennelin huolellisesti suunniteltuun visuaaliseen ulkoasuun.

## 6.2 Yritystunnus

Lähdin yritystunnuksen suunnittelutyössä liikkeelle kartoittamalla asioita, joita kennelin yritysilmeen tulisi viestiä asiakkaalle. Ensimmäisessä halusin kennelin tunnuksen viestivän välittämistä, lämpöä ja kodinomaisuutta. Lähdin suunnittelemaan tunnusta, joka kuvaisi hyvin kasvatettavaa rotua ja viestisi myös kasvattajan pehmeitä ja luonnonmukaisia arvoja kasvatustyössä sekä olisi ilmeeltään omaperäinen ja kilpailijoista selkeästi poikkeava. Alkuvaiheessa hahmotelmia syntyi runsaasti ja annoin ihan tietoisesti mielikuvituksen virrata vapaasti. Piirsin paperille lukuisia hahmotelmia ja tein kuvankäsittelyohjelmalla jatkuvasti hahmotelmista erilaisia luonnoksia. Ammennettuani mielikuvitustani riittävän paljon kokosin kaikki luonnokseni yhteen, ja katsoin kuinka ne sopivat yllä kartoittamiini asioihin, joita tavoittelin tunnuksen viestivän.

Ensimmäisenä ratkaisuna päätin suunnitella yritystunnuksesta muotokieleltään hieman poikkeavamman, kuin mitä yleisesti on totuttu näkemään. Tästä syystä hylkäsin jo alussa ajatuksen tunnuksen logotyypin ja kuvaosuuden sijoittamisesta vierekkäin ja niiden latomisesta suoraksi riviksi. Päinvastoin lähdin suunnittelemaan tunnusta, jossa logotyyppi tulisi kuvaosuuden päälle ja mukailisi jollain tapaa tunnuksen kuvaosuuden muotoja.

Suunnittelutyön alussa tutkin kilpailevien kenneleiden sekä yleisellä tasolla koirankasvattajien yritystunnuksia. Yleisesti koirankasvattajien yritystunnuksissa esiintyy lähes aina kasvatettavan rodun profiilikuva, joko ääriivapiirroksena tai suoraan valokuvasta leikattuna. Kasvatettava koirarotu esitetään tunnuksissa yleensä joko kokonaisena koirana tai vaihtoehtoisesti tunnukseen on liitetty ainoastaan rodun pääprofiili. (KUVA 10, 11) Asiakas halusi ehdottomasti kääpiöpinserin esiintyvän jollain tapaa yritystunnuksessa, ja koko yritysilmeessä kautta linjan, mutta toivoi rodun näkymiselle omaperäisempää ja kilpailijoiden ilmeistä poikkeavaa esiintymistapaa. Koska kennelnimi tarkoittaa 'melko pientä', ehdotin itse profiilikuvaksi tyypillisen aikuisen koiran sijasta pentua. Asiakas innostui tästä ideasta. Tunnukseen haluttiin kirjoitettavaksi vain kennelnimi, kennel-sanana asiakas halusi jättää tunnuksesta kokonaan pois.

Yritystunnuksen kuvaosuutta suunnitellessa tuli ottaa huomioon joitakin seikkoja kasvatettavasta rodusta. Kääpiöpinseri ei pienestä koostaan huolimatta ole mikään sylikoira, vaan enemmänkin aktiivinen ja reipas, lähes väsymätön aktiivisen ihmisen toimielias seuralainen (Suomen Kääpiöpinserit ry, rotuesittely). Rotua kuvaillaan yleisesti isoksi koiraksi pienessä koossa. Vaikka tunnukseen oli valittu pentu rotua kuvaamaan, kuva ei saisi kuitenkaan antaa liian suloista tai sylikoiramaista vaikutelmaa rodusta. Kääpiöpinseri on tunnetusti aktiivinen ja toimielias, joten tunnuksessa esiintyvän pennun tavoiteltiin viestivän tätä reippautta, rohkeutta ja toimeliaisuutta. Mieleepäni tuli heti tässä suunnitteluvaiheessa kuva pennusta, joka haastaa leikkimään.



Kuva 10. Tyypillisiä tapoja käyttää kääpiöpinserin profiilikuvaa kilpailevien kennelien yritystunnuksissa.

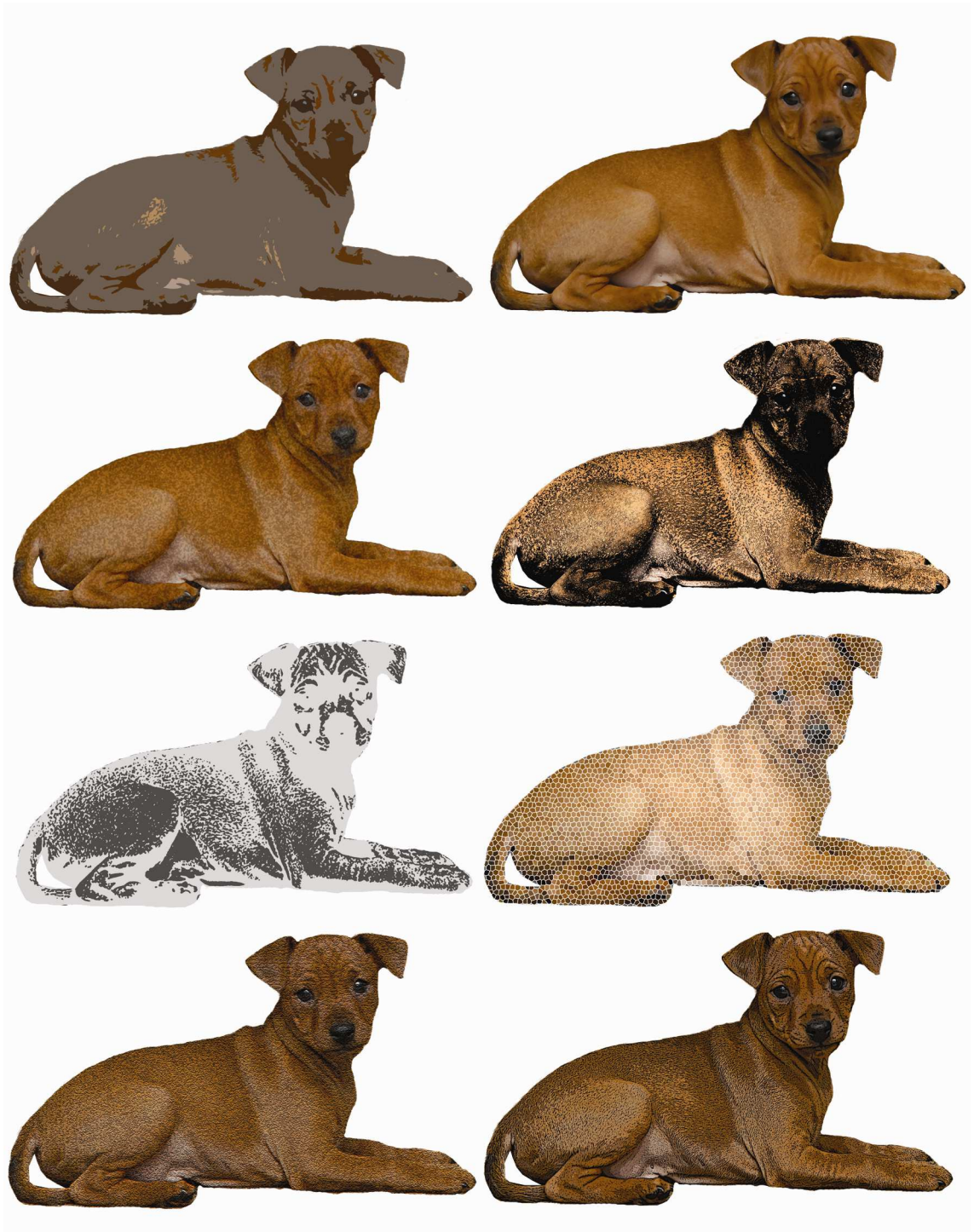


Kuva 11. Tyypillisiä tapoja käyttää profiilikuvia yleisesti kennelien yritystunnuksissa.

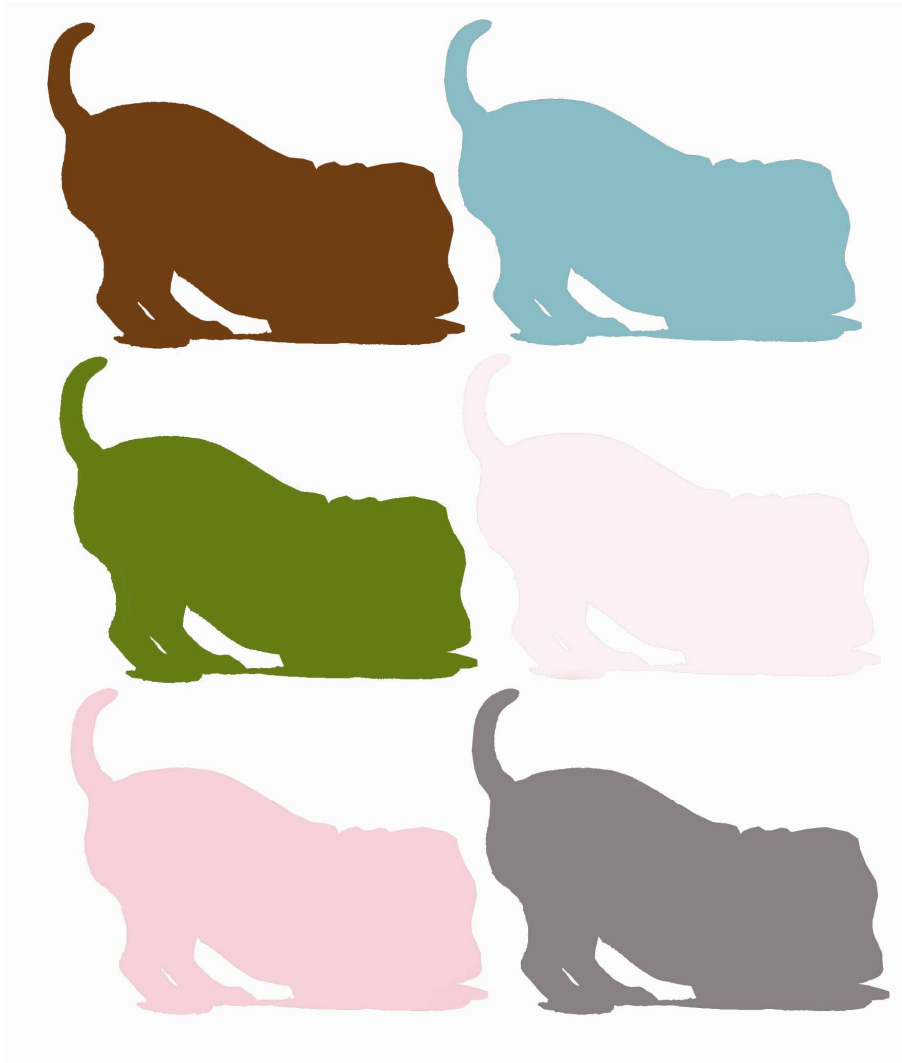
Päätin käyttää suunnittelutyön pohjana oikeita valokuvia. Halusin muokata tunnuksen kuvasta tyyliään piirrosmaisen, joka toisi sille persoonallista ilmettä, pehmeyttä ja erottuvuutta kilpailevien kenneleiden yritystunnuksista. Lähdin liikkeelle valitsemalla ensin testikuvan, johon lähdin kokeilemaan Photoshopin erilaisia Filter-toimintoja. (KUVA 12) Halusin kuvan säilyvän selkeänä, mutta kaipasin toimintoa joka antaisi pennulle pehmeämmän ja persoonallisemman esiintymistavan. Tätä pyrkimystä palveli parhaiten Photoshopin filter-työkaluista Artistic-valikon alta löytyvä Poster Edges-toiminto. Pentu säilyi edelleen selkeänä ja tunnistettavana, mutta kuvaan tuli syvempi ulottuvuus, ja se muuttui samalla persoonallisemmaksi. Kuvassa 12 alin pentu oikealla on muokattu mainitulla toiminnolla.

Kokeilin myös toisenlaista, pelkistetympää lähestymistapaa, jossa otin kuvasta talteen vain sen ulkomuodon, ja kokeilin muotoon erilaisia täytevärejä. (KUVA 13) Minun omaa silmääni miellytti tämän lähestymistavan selkeys enemmän. Asiakas halusi kuitenkin säilyttää tunnuksen kuvan tunnistettavampana ja pennun realistisempänä, joten lähdin toteuttamaan yritystunnusta asiakkaan toivomalla tyyllillä.

Pennun käyttäminen profiilikuvassa ja sen käsittely piirroskuvamaisemmaksi teki yritystunnuksesta omaperäisen ja kilpailijoista selkeästi erottuvan, vaikka lähestymistapa oli perinteisempi, kuin olisin itse toivonut. Vaikka tunnukseen valittiinkin yksityiskohtaisempi kuva pennusta, asiakas ei sulkenut pois mahdollisuutta käyttää pelkistetympää tyyliä osana yrityksen kokonaisilmettä.



Kuva 12. Erialaisten filter-toimintojen kokeilua Photoshopilla. Alhaalla oikealla kuvamuunnos valitulla toiminnolla Filter -> Artistic -> Poster Edges.



Kuva 13. Pelkistetympi lähestymistapa yritystunnuksen kuvaan.

Tunnukseen tulevan pennun haluttiin asennollaan viestivän rodun reippautta, rohkeutta ja toimeliaisuutta. Mieleeni oli tullut jo suunnittelun alkuvaiheessa käyttää profiilikuvassa leikkiasennossa olevaa pentua. Asiakkaalla oli onneksi antaa käyttööni runsaasti hyvälaatuisia kuvia ruskeista pennuista, joista lähdin kartoittamaan tunnuksen sopivaa kuvaa. (KUVA 14) Poster Edges -toiminto, joka oli suunnittelutyön tässä vaiheessa valittu kuvan käsittelytavaksi, edellytti toimiakseen erittäin hyvälaatuisia kuvia. Kuvankäsittely tuotti kokonaisuudessaan lukemattomia työtunteja, koska kaikissa kuvissa pentu oli ensin eroteltava taustasta ja kuvaa piti käsitellä kaikilta osin muutenkin. Oli vaikea löytää onnistuneita profiilikuvia, joissa pennun asento sopi tunnuksessa käytettäväksi.

Käyttööni saamista kuvista neljää lähdin jatkotyöstämään. Yhdessä valituista kuvista pentu makasi, yhdessä pentu käveli poispäin, yhdessä pentu oli leikkiasennossa ja yhdessä pentu seiso reippaana ja rohkeana. Näitä kuvia rupesin mallintamaan yhdessä tunnukseen tulevan typografian kanssa. (KUVA 15)

Tunnuksen muotokielestä tavoiteltiin hieman tavanomaisesta poikkeavaa - pehmeämpää ja pyöreämpää, erilaista kuin kilpailevien kenneleiden ilmeissä on totuttu näkemään. Olimme asiakkaan kanssa samaa mieltä siitä, että kuvista juuri leikkiasentoinen pentu sopi kennelin tunnukseen parhaiten. Pennun muotokieli viestii reippautta, rohkeutta, leikkimielisyyttä, uteliaisuutta ja vilkkautta. Nämä ominaisuudet kuvaavat kääpiöpinseriä erinomaisesti.



Kuva 14. Eriasantoisia pentuja käsiteltyinä Photoshopin Poster Edges -toiminnolla.



Kuva 15. Tunnuksen muotoutumista luonnosten kautta.

### *Tunnuksen typografia*

Hyvä typografia on samanaikaisesti sekä taidetta että viestintää. Kontrastia tarvitaan molemmissa, sillä se asettaa asiat haluttuihin suhteisiin. Kontrasti on vaihtelua ja vaihtelusta syntyy rytmi, mitä ilman vastaanottajan mielenkiinto sammuu. Kontrasti syntyy eri aloilla eri keinoin. Typografiassa nämä keinot ovat kokokontrasti, muotokontrasti, vahvuuskontrasti ja värikontrasti. (Itkonen 2003, 60.)

Lähdin tavoittelemaan kennelin tunnuksen typografiassa persoonallista ilmettä, mutta samalla halusin nimen säilyvän ulkoasultaan selkeänä ja helposti luettavana. Lähdin vertailemaan erilaisia kaunokirjoitusta ja vapaata käsialaa jäljitteleviä kirjaintyyppejä. En halunnut kuitenkaan käyttää liian hentoa tai liian koukeroista kaunokirjoituksellista typografiaa, jonka käyttö tuntuu tällä hetkellä olevan yllättävän suosittua juuri koirankasvattajien yritystunnuksissa – etenkin kääpiökoiria kasvattavissa kenneleissä. Osa näistä kirjaintyypeistä sopii kyllä persoonallisen ulkoasunsa ja rentoutensa takia koiramaailman yritystunnuksiin, mutta aivan äärimmäisyyksiin meneviä kirjaintyyppejä on syytä välttää. (KUVA 16) Usein maallikot turvautuvat kaunokirjoitusta jäljitteleviin kirjaintyyppihin tavoitellessaan omasta mielestään jotain ”hienoa” ja ”kaunista”. Näiden kirjaintyyppien käyttö on kliseistä ja niiden luettavuus on monesti huono jo lyhyessäkin tekstissä. (Itkonen 2003, 55.) Äärimmäisen persoonallinen muotoilu on myös fantasia kirjaintyyppien ja kokeilevien kirjaintyyppien ongelma. Kirjaintyypit ovat helposti tunnistettavia ja tämän vuoksi ne myös kuluvat käytössä nopeasti, alkavat kyllästyttää ja muuttuvat epämuodikkaiksi. (Itkonen 2003, 58.)



Kääpiöpinserillä on luonnetta ja liian sievä kirjaintyyppi tuntui siksikin epäsopivalta. Riskeistä huolimatta erilaiset kaunokirjoitusta ja vapaata käsialaa jäljittelevät kirjaintyypit tulivat heti mieleeni, sillä niiden muotokieli on pehmeä ja rauhallinen ja niissä on tyylikkyyttä sekä kaipaamaani persoonallisuutta. Niistä välittyi hakemani oikeanlainen lämmin ja pehmeä tunnelma. Yritystunnuksen haluttiin asiakkaan tapauksessa kuitenkin vain kennelnimi, mikä koostuu kahdesta lyhyestä sanasta. Tästä syytä luettavuus ei vaatisi kaikista selkeintä kirjaintyyppiä. Halusin kirjaimista myös yhtenäiset ja kaunokirjoituksellisissa kirjaintyypeissä tämä toteutuu.



Kuva 16. Ongelmallisuudestaan huolimatta hyvinkin koukeroiset kaunokirjoitukselliset kirjaintyypit ovat suosittuja etenkin kääpiökoirien kasvattajien keskuudessa.

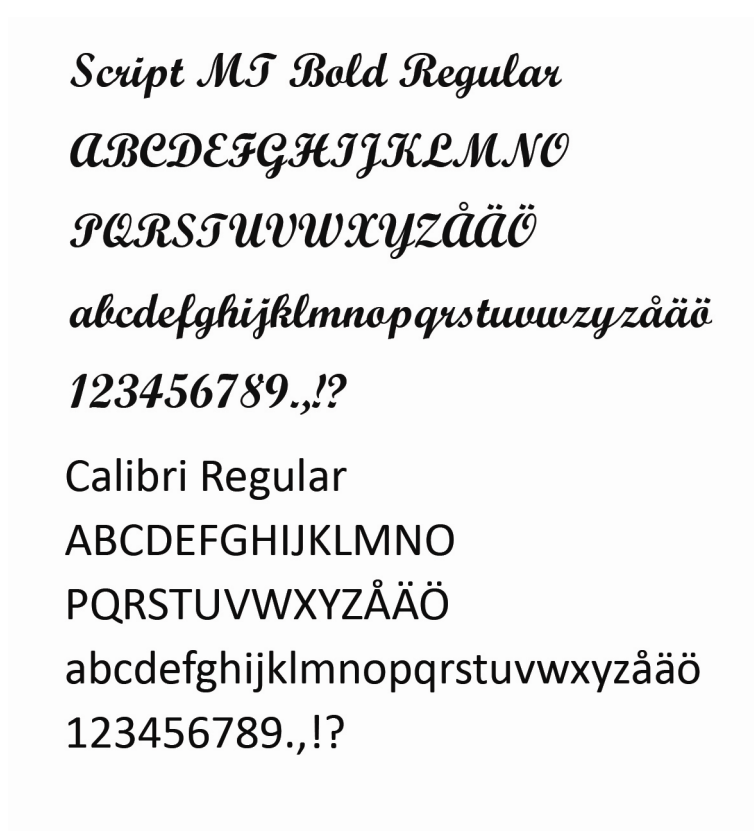
Lähdin vertailemaan erilaisia hyvin persoonallisia fontteja sekä niiden rinnalla joitakin riittävän vahvoja kaunokirjoituksellisia fontteja. (KUVA 17) Jätin heti vertailusta pois liian koukeroiset, sievät ja hennot kaunokirjoitukselliset fontit. Näitä olivat muun muassa Vivaldi, Rage Italic, Palace Script ja Edwardian Script. Halusin luoda tunnukseen kontrastia käyttämällä tummanpuhuvan kuvan vastaparina typografiassa valkoista väriä, joten tutkin tyyllisesti sopivia fontteja tummaa taustaa vasten.

Päädyin valitsemaan kaunokirjoituksellisen Script MT Bold fontin. Script MT Bold fontilla on epätavallisen raskas ulkoasu, jota ovat inspiroineet 1900-luvun saksalaiset kaunokirjalliset kirjoitustyyli. Tämän fontin raskaudesta huolimatta sen eläväinen tyyli sopii hyvin esimerkiksi pakkauksiin ja muunlaiseen esillepanoon, kuten etiketteihin jne. (Microsoft Typography, Script MT Bold.) Fontti on persoonallinen, muotokieleltään samaan aikaan pehmeä ja vahva, sekä riittävän selkeä lyhyessä tekstissä, tässä käyttöyhteydessä puhumme vain kahdesta sanasta. Kyseisestä fontista löytyi tunnukseen hakemaani voimaa ja räväkkyyttä. Halusin tunnuksen puhuvan samaa muotokieltä leikkivän pennun selänkaaren kanssa, joten asettelin jokaisen kirjaimen erikseen niin, että lopputulos muodostaa kaksi kaunista, rauhallista ja vahvaa kaarta. Kennelnimi näyttää vahvalta ja erottuu riittävän selkeästi.

Yritystunnuksen sloganiin halusin selkeän, mutta samalla kuitenkin myös pehmeän kirjaintyyppin vastapainoksi tunnuksen eläväiselle fontille. Kokeilin lukuisia erilaisia vaihtoehtoja, mutta lopulta totesin ilmeen olevan yhtenäisin, jos käyttäisin samaa kirjaintyyppiä, mitä käytin myös www-sivujen leipätekstissä. Calibri on moderni groteski fontti, jonka ulkoasuun kuuluvat pehmeät, pyöristetyt kulmat ja käännökset. Fontti toimii loistavasti pienemmässäkin pistekoossa. (Microsoft Typography, Calibri.)  
(KUVA 18)



Kuva 17. Tunnuksen typografiaa hakiessani vertailin erilaisia kaunokirjoitusta ja vapaata käsialaa jäljitteleviä kirjaintyyppejä.



Kuva 18. Tunnukseen valittujen kirjaintyyppien esittely.

### *Tunnuksen värit*

Asiakkaan vaatimukset ja toiveet vaikuttivat paljoltikin yritystunnuksen lopullisiin väreihin. Tunnuksessa esiintyvän koiran tuli olla syvän punaruskea, koska kennelin kasvatustoiminta perustuu pääasiassa vanhojen punaisten sukulinjojen vaalimiseen. Näin syvän ja tumman värin vastapainoksi katsoin parhaaksi jättää tekstin valkoiseksi. Valkoinen tuo tunnuksen kontrastia ja kauttaaltaan myös rauhoittaa sekä pehmentää tunnuksen tunnelmaa ja viestiä. Näin voimakas kontrasti on myös keino erottautua kilpailijoiden tunnuksista. Valkoista väriä ei juuri muutenkaan näy käytettävän muissa tunnuksissa.

Asiakkaan toivoma vihreä väri tuli myös sisällyttää tunnuksen. Pelkkä punaruskean ja valkoisen värin käyttö myös jätti lopputuloksen aavistuksen vaisuksi, eikä värimaailma sellaisenaan välittänyt samaa lämmintä ja leikkisää tunnelmaa, mitä tunnuksen kuva ja typografia huokuvat muotokielensä puolesta. Päätin murtaa aiemmin käytettyä vihreää väriä reippaasti, jotta saisin aikaan oikeanlaisen lämpimän tunnelman. (KUVA 19) Väri toimi parhaiten tunnuksen typografiassa, jossa värinkäytön avulla erotin kennelnimen sanat "Ganz" ja "Klein" selkeästi toisistaan. Valkoiset pilkut Ganz-sanassa tuovat ilmeeseen oman persoonallisen lisänsä, korostavat sen poikkeavan pehmeää ja pyöreää muotokieltä ja toimivat myös sidoselementtinä Klein-sanan valkoiseen kirjoitusasuun. (KUVA 20) Vihreä väri viestii kasvua, tasapainoa, terveyttä, puhtautta ja avoimuutta (Kortetjärvi-Nurmi yms. 2008, 15). Vihreän värin sanotaan myös henkivän nuoruutta ja hedelmällisyyttä, joten se on oiva lisä tunnuksen viestiin – onhan kasvattajan kasvatustoiminnan perustanakin luonnonmukaiset ja pehmeät arvot. (Pohjola 2003, 136.)



Kuva 19. Vasemmalla tunnuksen murrettu vihreä, oikealla vanhaan ilmeeseen liitetty vihreä väri.



Kuva 20. Tunnuksen värien lopullinen muodostuminen.

### *Slogan eli iskulause*

Yritystunnuksen osana voidaan niin halutessa käyttää liitteenä slogania eli iskulausetta. Siinä yrityksen tai tuotteen keskeinen sanoma voidaan tiivistää lyhyeen ja iskevään muotoon. Keskeisintä iskulauseessa on viestin tiivistäminen, pelkistäminen ja mieleenpainuvuus. (Poikalainen 1994, 107.)

Yleisesti koirankasvattajien yritystunnuksissa iskulause on tiivistetty kasvatettavan rodun nimeen ja mahdollisesti nimen englanninkieliseen käännökseen. Esimerkiksi ”kääpiöpinserit – miniature pinchers”. Iskulauseisiin saatetaan tiivistää myös enemmän tietoa, kuten ”Kääpiöpinserien kasvatusta vuodesta 2003” tai ”Punaisten kääpiöpinserien kasvatusta vuodesta 2003”. Useimmiten koiramaailman tunnuksissa esiintyvät sloganit on liitetty kiinteäksi osaksi tunnusta ja näin sloganin koko esimerkiksi pienenee kun tunnusta käytetään pienemmässä koossa. Tämä vaikuttaa tunnuksen käyttömahdollisuuksiin, kuten esimerkiksi siihen, miten pienessä muodossa tunnusta on mahdollista käyttää. Kiinteä slogan rajoittaa myös tunnuksen sijoittamismahdollisuuksia. Jos slogan on esimerkiksi kiinteästi sijoitettu tunnuksen eteen, tunnusta ei välttämättä saada aseteltua haluttuun yhteyteen kuin muutamalla määrättyllä tavalla. Jos slogan taas on irrallinen, tunnukselle jää enemmän sijoittelumahdollisuuksia. Tällöin iskulause voidaan sijoittaa tunnuksen yhteyteen siten, miten se kyseisessä käyttöyhteydessä toimii parhaiten.

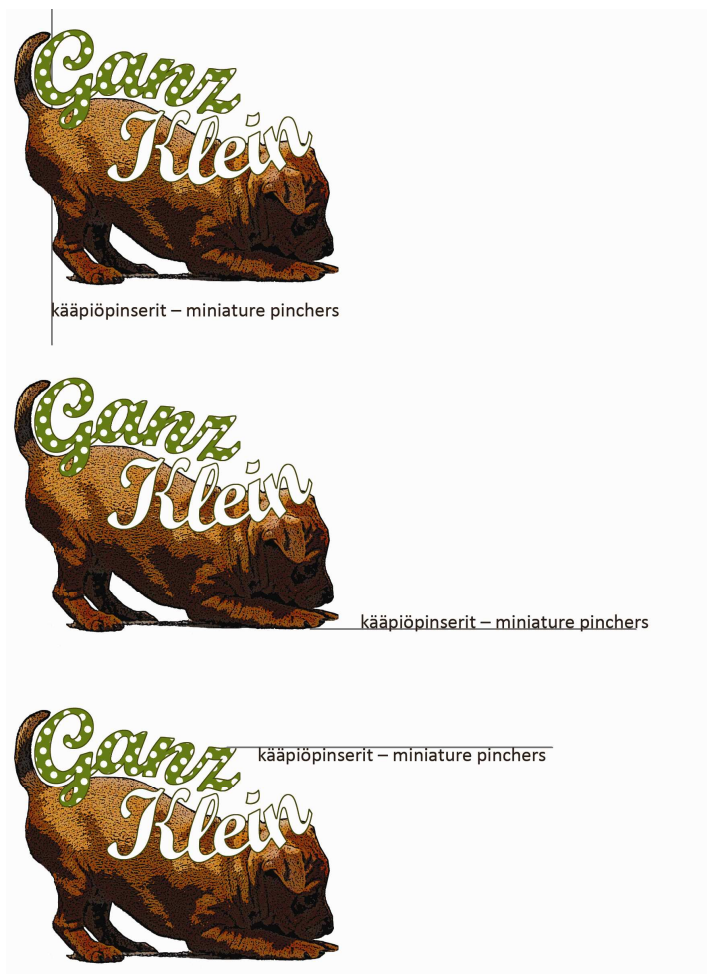
Mietimme asiakkaan kanssa pitkään ja hartaasti erilaisia sloganeita ja tulimme lopulta siihen tulokseen, että niitä voisi olla useampia käytettäväksi tilanteesta riippuen. En halunnut sitoa slogania kiinteäksi osaksi tunnusta, vaan päädyin ainoastaan

määrittelemään sloganissa käytettävän kirjaintyyppin ja sen erilaiset sijoittelumahdollisuudet.

Esimerkkeinä tunnuksen yhteydessä tarvittaessa käytettävistä sloganeista voisi olla

- kääpiöpinserit – miniature pinchers
- kääpiöpinsereiden pienimuotoista kasvatusta kodin lämmössä
- onnellisten koirien koti – kääpiöpinserikasvatusta rakkaudesta rotuun.

Yritystunnuksen lopullinen muoto koostuu logotyypistä ja erillisestä sloganista, joka liitetään tunnuksen yhteyteen selvennykseksi tarvittaessa. Sloganin kirjaintyyppinä käytetään aina Calibria ja värinä tummanruskeaa. Kirjaintyyppin pistekoko saa pienimmillään olla 9. Slogan ladotaan aina pienaakkosin (gemena) ja sijoitetaan joko tunnuksen alapuolelle, etupuolelle tai yläpuolelle määriteltyyn paikkaan. (KUVA 21)



Kuva 21. Sloganin eri sijoittelumahdollisuudet.

### 6.3 Internet-sivut

Internet-sivujen uudistus oli keskeisessä asemassa Ganz Klein kennelin yritysilmmeen suunnittelussa. Potentiaaliset asiakkaat aloittavat lähes aina tiedonhakunsa Internetistä etsiessään pentua itselleen. Tyypillisesti pennunostajat etsivät ensin käsiinsä rotuyhdistyksen Internet-sivut ja sivuilta listan rodun kasvattajista. Kasvattajalistalta pennunostajat lähtevät järjestelmällisesti selaamaan kasvattajien kotisivuja läpi. Kotisivujen kautta muodostetaan ensimmäinen mielikuva kennelistä ja kasvattajasta. Mikäli mahdolliselle pennunostajalle välittyy nettisivujen kautta mieluisa mielikuva kennelistä, seuraa ensimmäinen yhteydenotto kasvattajaan. Yleensä pennunostajat lähestyvät kasvattajaa ensin lähettämällä sähköpostia tai soittamalla vierailtuaan sivustolla.

Internet-sivut ovat kennelille näkyvin osa yritysilmettä ja siksi erittäin tärkeässä asemassa. Onnistuneet sivut antavat selkeän vaikutelman kasvattajan toimintaperiaatteista ja tavoittavat halutun asiakasryhmän.

#### *Vanhat sivut*

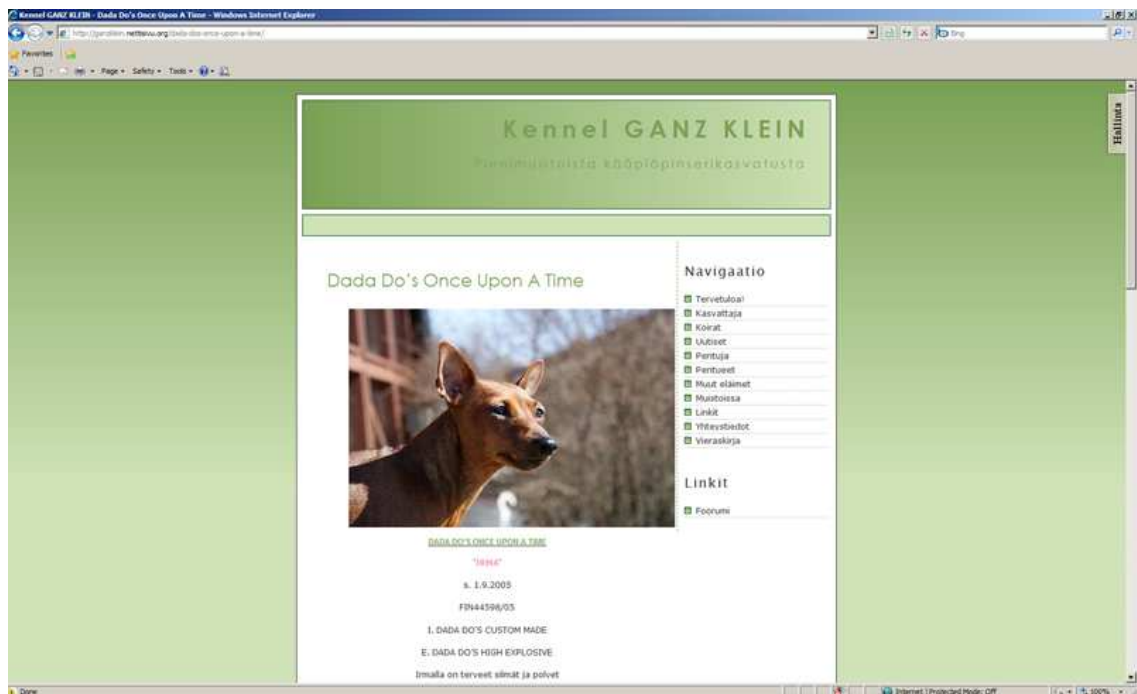
Ganz Klein kennelin vanhat kotisivut oli toteutettu nopeasti ilmaispalvelimelle. Niiden ulkoasu ja navigaatio oli poimittu kotisivukoneen valmiiden tyylimäärytyksien joukosta. Sivut olivat tylsät ja tunkkaisen oloiset, eivätkä oikeastaan mitenkään erottuneet edukseen muiden kennelien kotisivujen joukosta. Vanhat sivut eivät olleet millään tapaa mieleenpainuvat. Valmiiden ulkoasujen ongelma on myös siinä, että samaa tyyliä voivat käyttää sadat, jopa tuhannet muut tahot. Sama ulkoasu saattaa siis olla esimerkiksi pienyrityksellä, joka välittää asuntoja tai myy käytettyä tavaraa. Tilanne on ongelmallinen, jos pennunostaja on törmännyt ulkoasuun aiemminkin jossain muussa yhteydessä. Mielikuva on tällöin jo syntynyt ja se vaikuttaa taustalla, vaikka nyt kyseessä olisikin sisällöltään aivan eri tarkoitukseen luotu Internet-sivusto.

Vanhoilla sivuilla navigaatiopalkki oli sijoitettu sivuston oikeaan laitaan pystysuorasti ja siinä oli selvästi liikaa navigointisivuja. Sisäsivuilla löytyi paljon tekstiä ja epämääräisen kokoisia kuvia. Sivuja oli rullattava pitkään alaspäin ennen kuin pääsi sivun alalaitaan asti. Lukuun ottamatta sivustolla kauttaaltaan toistunutta hailakan vihreää värimaailmaa, sivuilla ei ollut juuri mitään selkeästi erottuvaa yhteistä tunnuspiirrettä.

Vihreänsävyiset ylä- ja alatunnisteet sekä sivuotsikoinnit hukkuivat sivujen yleiseen hailakan vihreään värimaailmaan. (KUVA 22, 23, 24)



Kuva 22. Ganz Klein kennelin vanhat www-sivut (etusivu).



Kuva 23. Ganz Klein kennelin vanhat www-sivut (sisäsivu).





Kuva 24. Ganz Klein kennelin vanhat www-sivut (ylä- ja alatunnisteet).

### *Uuden sivuston suunnittelu*

Vanhat sivut saivat mennä. Asiakkaan toiveesta pääsin aloittamaan suunnittelun täysin puhtaalta pöydältä. Asiakas kuitenkin halusi jatkossakin pitää sivut ilmaispalvelimella, joten jouduin aluksi kovasti pohtimaan, miten ja minne sivusto olisi mahdollista toteuttaa. Minulla itselläni ei ollut juurikaan aiempaa kokemusta Internet-sivujen teknisestä toteutuksesta. Olin suunnitellut ja toteuttanut aiemmin vain muutamia sivustoja käyttäen avoimen lähdekoodin sisällönhallintaohjelma Dreamweaveria. Tietysti olisin voinut päättää, että toteutan ainoastaan sivuston ulkoasun suunnittelun ja jätän teknisen toteutuksen kolmannelle osapuolelle. Tiesin kuitenkin, että tässä tapauksessa asiakas ei luultavasti koskaan saisi vietyä läpi sivujen toteuttamista, joten päätin ottaa haasteen vastaan. Kokemuksesta tulisi olemaan itselleni kuitenkin pelkästään hyötyä tulevaa ajatellen.

Teknisen toteutuksen kanssa jouduin tekemään aluksi erityisen paljon töitä kokemattomuuteni takia ennen kuin asiat alkoivat sujua hieman helpommin. Ratkaisin lopulta teknisen toteutuksen ongelman päättämällä, että suunnittelisin sivuston Dreamweaverilla, josta minulla oli hieman aiempaa osaamista. Luotuani Dreamweaverilla ensin valmiin lähdekoodin siirtäisin koodin sellaisenaan asiakkaan toivomalle ilmaispalvelimelle. Kokeilin tätä toimintatapaa ensin asiakkaan alun perin käyttämällä ilmaispalvelimella, missä koodi ei kuitenkaan jostain syystä toiminut. Asiakkaalle sopi vaihtaa palvelinta, joten tutustuin useampiin erilaisiin ilmaispalvelimiin, joista lopulta päädyin terrieri.net:iin sen helpon ja selkeän käytettävyyden takia.

Päätökseeni vaikutti tietysti myös se, että valitsemallani sivustolla valmis lähdekoodi toimi ja näkyi toivomallani tavalla. Terrieri.netin palvelin ei ole täysin maksuton, mutta käytännössä 3,80 euron vuosimaksu (1,90 euroa / 6 kuukautta) on aika olematon summa ja tällä pienellä maksulla välttyy muun muassa sivustoa rumentavilta mainoksilta.

Selasimme erilaisia Internet-sivuja läpi yhdessä asiakkaan kanssa jo heti sivuston alkusuunnitteluvaiheessa. Tämä auttoi minua pääsemään jyvälle siitä, mitä asiakas uudelta sivustolta toivoi. Koirakasvattajien kotisivut ovat hyvin kaikenkirjavia. Tuntui että pääsin esimerkkien kautta kenties nopeammin jyvälle siitä, mitä sivuilta ei ainakaan toivottu. Mutta tämäkin oli hyödyksi ja auttoi viitoittamaan oikealle polulle. Sieltä täältä sivujen joukosta löytyi myös positiivisia huomioita ja pikkuhiljaa minulle selvisi pääpiirteissään tyyli, mitä uudistetuilta sivuilta toivottiin. Selailin vielä itseksenikin läpi useita Internet-sivuja, pääasiassa kasvattamiseen ja koiriin liittyviä samansisältöisiä sivustoja, jotta sisäistin paremmin, mitä kaikkea sivuille toivottiin tulevan sekä miten kaikki elementit olisi hyvä asetella ja mikä olisi selkein ratkaisu.

Olin tässä vaiheessa suunnitellut asiakkaalle jo yritystunnuksen ja oli selvää, että siinä esiintyvä tyylitelty pentu tulisi olemaan olennainen osa uutta ilmettä. Pennusta oli tehty useita erilaisia versioita, joista kolme pääsi mukaan lopulliseen suunnitteluvaiheeseen. Yritystunnuksen valitun pentukuvan lisäksi asiakas esitti toiveen, että kahta muutakin suunnittelun loppuvaiheeseen pääsyttä tyyliteltyä pentua käytettäisiin kennelin uudessa ilmeessä ja ne saisivat mieluusti esiintyä kotisivuillakin näkyvästi. Tästä sain idean käyttää pentukuvia uusien www-sivujen toistuvissa peruselementeissä, kuten sivujen ylä- ja alatunnisteissa.

### *Uusien sivujen rakentuminen*

Lähdin luomaan selkeää ja ilmavaa sivustoa, joka viestisi katsojalle lämpöä ja kodinomaisuutta. Tärkeimpinä asioina sivuston suunnittelussa pidin sivujen selkeyttä, helppolukuisuutta ja hyvää käytettävyyttä.

Yleisesti sanotaan, että sivuston linkkien pitäisi olla selkeät ja mielellään joka sivulla samassa paikassa, jotta kävijä löytää ne helposti. Selkein ratkaisu oli sijoittaa navigointipalkit uuden sivuston yläreunaan, heti yritystunnuksen alle. Tunnus on suunniteltu käytettäväksi mieluiten valkoisella pohjalla, joten otin valkoisen värin

sivuston pohjaväriksi. Tällä ratkaisulla sain myös luotua sivustolle toivomani raikkaan, ilmavan ja erottuvan ilmeen. Navigointipalkkeja ei saisi olla www-sivustolla liikaa, joten keskityin oleellisimpiin tietoihin ja näin etusivulle syntyi linkit seuraaville sivuille:

- Esittely
- Koiramme
- Pentueet
- Pentuja
- Uutiset
- Linkit.

Monet kasvattajat eivät esittele Internet-sivuillaan lainkaan omia koiriaan. Tämä on kuitenkin lähes poikkeuksetta yksi niistä tärkeimmistä tiedoista, mitä pennunostajat sivuilta etsivät. Ostajat haluavat tietää montako koiraa kasvattajalla on kotonaan, millainen vaihtuvuus koirilla on, pitääkö kasvattaja omia koiriaan hyvin loppuun asti, myykö hän koirat eteenpäin niiden jäätyä pois jalostuskäytöstä jne. Kaikki kasvattajat eivät esittele sivuille edes itseään ja jopa kennelin sijainti saattaa jäädä arvoitukseksi. Usein sivujen ongelmana on myös päivityksien puuttuminen. Edellisestä päivityksestä saattaa olla jopa vuosia aikaa, vaikka pentueita olisi syntynyt tasaisesti kerran vuodessa tai useamminkin. Itse halusin sivustoa suunnitellessa pitää huolen siitä, että nämä asiat suunniteltaisiin ja toteutettaisiin oikein.

Suunnittelin sivuston toistuviksi elementeiksi yritystunnuksen ja navigointipalkin lisäksi kaksi palkkikuvaa, jotka toistuvat samassa paikassa jokaisella sivulla. (KUVA 25) Näissä palkeissa käytin aiemmin mainitsemiani pentukuvia, jotka olivat mukana yritystunnuksen loppusuunnitteluvaiheessa. Heti navigointipalkin alle sijoitettu makaava pentu toistuu jokaisella sivulla samassa paikassa ja sen viereen ladottu teksti kertoo millä sivulla selaaja milloinkin on. Poispäin kulkevaa pentua käytin sivuston alatunnisteena yhdessä yhteystietopalkin kanssa ja sekin toistuu täsmälleen samassa paikassa jokaisella sivulla. Sivuston yläreunassa sijaitseva yritystunnus ja alareunassa kulkeva alatunniste toimivat molemmat myös paluu-nappeina, koska kuvat on linkitetty painettaessa palaamaan takaisin etusivulle. Kuvat muodostavat hauskan rytmin ja toiston jokaiselle sivulle ja niissä on sopivasti särmää, väriä ja persoonallisuutta

torjumaan liiallista tylsyyttä, kun ottaa huomioon sivujen yksinkertaisen ja pelkistetyn pohjaratkaisun.



Kuva 25. Uuden sivuston toistuvat sivutunnisteet, jotka määrittelevät samalla sivuston leveyden.

Määrittelin sivuston leveyden niin, että sivut toimivat hyvin ja näkyvät oikein pienelläkin näyttöruudulla. Valtavan suurella näytöllä sivujen reunoissa on ehkä turhan paljon tyhjää tilaa, mutta tärkeintä oli toimivuus myös pienemmällä näytöllä.

Kuvia tulisi Internet-sivustolla käyttää harkiten. Suuret kuvat hidastavat turhaan myös sivujen latautumista. Käytössä olleiden kuvien laatu ei ollut kovin kummoinen, joten siksikin koin hyväksi ratkaisuksi käyttää kuvia melko pienessä koossa ja hyvin harkiten. Kaikki pääsivuilla käytettävät kuvat ovat samankokoisia, mikä luo sivuille rauhallisuutta ja tyylikkyyttä. Koirien omilla sivuilla kuvia voi olla kaksi (tarvittaessa enemmän) ja niiden koko on määritelty niin, että leveys pysyy aina vakiona, mutta korkeutta voi tarvittaessa muuttaa. Kaikki kuvat rajataan samalla tavalla, uloimpana ohut rajaus tummalla ruskealla ja sisempänä valkoinen rajaus. Pyrin myös käyttämään koirien esittelykuvissa aina sivuprofilikuvia, jos vain mahdollista. Näin koko sivuston ilme pysyy yhtenäisenä.

### *Tekstit*

Luettavuus on etusijalla kun halutaan varmistaa viestin välittyminen sivustolla kävijöille. Luettavuuden suhteen näytöllä näkyvä teksti eroaa merkittävästi painotuotteessa käytettävästä tekstistä. Näytön alhainen tarkkuus aiheuttaa sen, että päätteiden terävyys heikkenee. Toisin kuin paperille painetussa leipätekstissä, Internetissä tulisi käyttää tästä syystä päätteettömiä kirjaintyyppejä eli groteskeja. Otsikoissa taas tulisi

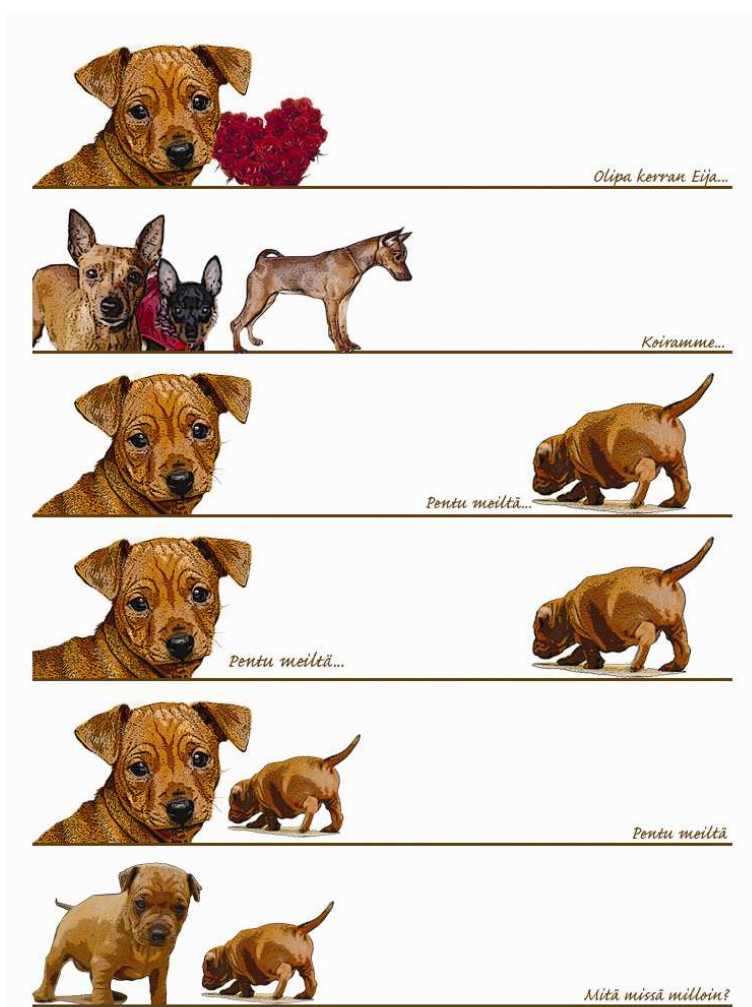
suosia päätteellisiä antiikvoja. Paperilla näkyvässä leipätekstissä käytetään päinvastoin usein juurikin luettavuuden edistämiseksi päätteellistä fonttia eli antiikvaa. (Häggman 2001, 33.) Valitsin tästä syystä sivuston leipätekstiksi groteskin kirjaintyyppin. Calibri on moderni groteski kirjaintyyppi, jonka pehmeä muotokieli miellytti pyöreine käännöksineen ja tuntui sopivan muutenkin erinomaisesti sivuston muotokieleen. Kirjaintyyppin luettavuus säilyy myös hyvänä pienessäkin koossa.

Erikoiskirjaintyyppöjä kannattaa välttää, koska niitä ei kaikkien koneelta löydy ja niiden korvautuminen jollain muulla kirjaintyyppillä tai pahemmassa tapauksessa epämääräisillä kuvakkeilla aiheuttaa vain haittaa ja sekaannusta. Jos erikoiskirjaintyyppöjä haluaa kuitenkin käyttää esimerkiksi otsikoissa, tulisi ne tehdä kuvina ja tallentaa JPEG- tai GIF-muodossa. Navigointipalkissa halusin käyttää persoonallisempaa kirjaintyyppiä ja jatkoin jälleen erilaisten kaunokirjoituksellisten kirjaintyyppien tutkiskelua. Kaikista toimivimman ratkaisun sain aikaan Caflich Script Pro -kirjaintyyppillä, joka tuntui sopivan kokonaisuuteen erinomaisesti. Toteutin linkkipalkit sivuille kuvina. Näin ne eivät missään tapauksessa korvaantuisi väärillä kirjaintyypeillä tai kuvakkeilla. Kaikki otsikot on sivuilla sijoitettu vasemmalle ja varsinaiset tekstit on ladottu tasapalstaksi tuomaan selkeyttä ilmeeseen.

Peruselementit kuten linkkien sijoittaminen ja käyttöliittymäsuunnitelma syntyivät nopeasti ja osuivat melkein heti kohdilleen. Toistuvien elementtien suunnittelu sen sijaan vei enemmän aikaa. (KUVA 26) Suunnitteluprosessin aikana toteutin lukuisia erilaisia versioita kustakin sivusta ja jokainen kokeilu oli vietävä myös teknisesti loppuun asti. Tämä siksi että pystyin tarkastelemaan ratkaisun toimimista myös käytännössä. Sain useita ideoita jotka toimivat ajatuksen tasolla, mutta olivat lopulta taidoillani mahdottomia toteuttaa. Pienet muutokset olivat yllätyksekseni kaikkein työläimpiä toteuttaa. Pieni muutos koodissa tarkoitti pahimmillaan sitä, että jouduin korvaamaan koodin kokonaan uudestaan ja sen myötä viemään sivulle kaikki kuvat ja linkit uudestaan. Tämä olisi ollut suhteellisen helppoa tehdä yhden sivun kohdalla, mutta yleensä pienet muutokset koskivat sivuston perusrakennetta ja tällöin jouduin korjaamaan saman näennäisesti pienen asian jokaiselle sivulle. Pienen korjauksen tekemiseen menikin helposti näin koko päivä, jopa kauemmin. Suunnittelutyötä rajoittivat eniten teknisen puolen toteuttaminen ja se että minun piti myös jatkuvasti muistaa pitää ratkaisut äärimmäisen yksinkertaisina, jotta asiakas voisi jatkossa päivittää sivuston tiettyjä elementtejä itse.

Saadun palautteen mukaan onnistuin kuitenkin lopputuloksessa. Sivuja on pidetty persoonallisina, selkeinä ja helppokäyttöisinä. Sivuston visuaalisessa ilmeessä käytetyt pentuelementit ovat saaneet ihastuneen vastaanoton ja saadun palautteen mukaan juuri nämä elementit luovat sivuille niiden uniikin, ihanan ja lämpimän tunnelman yhdessä persoonallisen ja erottuvan yritystunnuksen kanssa. Kasvattaja on saanut selvästi aiempaa enemmän yhteydenottoja koskien suunnitteilla olevia pentueita ja moni yhteyttä ottanut taho on kertonut ihastuneensa juurikin kasvattajan kotisivuihin ja sitä kautta lähtenyt ottamaan yhteyttä.

Www-sivut löytyvät osoitteesta <<http://koti.terrieri.net/ganzklein/index.html>>



Kuva 26. Ylätunnistepalkin erilaiset vaiheet.

## 6.4 Lomakkeisto

Lomakkeistoa suunnitellessa pyrin luomaan raikkaan, ilmavan ja selkeän kokonaisuuden, jossa olisi selvästi yhtenäisiä elementtejä. Asiakkaan toiveesta minun tuli välttää kirjekuoren ja lomakkeen suunnittelussa suuria tulostettavia väripintoja, koska niiden tulostaminen omalla tulostimella tulisi asiakkaalle turhan kalliiksi. Käyntikortit asiakas aikoo teetättää itselleen, mutta lomaketta ja kirjekuorta tullaan todennäköisesti tulostamaan ainoastaan kotitulostimella tarvittaessa.

Kotisivut ovat näkyvin osa suunnittelemaani yritysilmettä. Niiden tunnistettavin piirre on avaruus, ja suuret valkoiset vapaat pinnat näkyvien elementtien ympärillä. Halusin suunnitella lomakkeiston pohjautumaan tähän samaan ratkaisuun. Lopputulos olisi jäänyt kuitenkin liian pelkistetyksi, jos olisi rakentanut suunnittelun kokonaan pelkän yritystunnuksen ympärille. Yritystunnuksen rinnalle lomakkeistoon päätin ottaa käyttöön aiemmin suunnittelemani pelkistetyemmän version tunnuksessakin käytetystä pentukuvasta.

### 6.4.1 Käyntikortti

Käyntikortti on suunnittelemani yritysilmeen toiseksi näkyvin osa heti www-sivujen jälkeen. Käyntikortti on loistava mahdollisuus luoda potentiaaliseen asiakkaaseen ensikontakti. Kasvattaja tapaa usein rodusta kiinnostuneita ihmisiä erilaisissa koiratapahtumissa, kuten esimerkiksi koiranäyttelyissä. Antamalla oman persoonallisen käyntikorttinsa kasvattaja jää potentiaalisen asiakkaan mieleen paremmin. Rodusta kiinnostunut ihminen käy toivottavasti myöhemmin katsomassa kasvattajan kotisivut ja mahdollisesti kiinnostuu ottamaan yhteyttä.

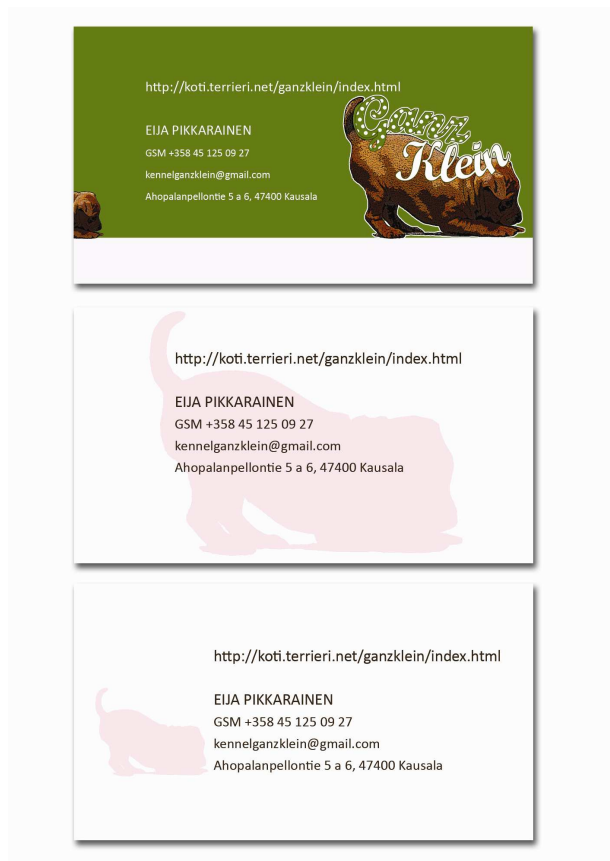
Halusin käyntikortin viestivän samaa lämmintä ja kodinomaista tunnelmaa, mihin koko yrityksen visuaalisessa ilmeessä on tähdätty. Kortin tuli olla mieleenpainuva ja viestiltään selkeä. Ajattelin ensin erilaisia värillisiä ratkaisuja, mutta koska kotisivujen tunnistettavin piirre on niiden avaruus ja suuret valkoiset vapaat pinnat näkyvien elementtien ympärillä, halusin käyttää valkoista myös korttien pohjavärinä. Yritystunnus on jo sellaisenaan erittäin persoonallinen ja yksityiskohtia täynnä oleva sekä erottuva, joten sen ympärille en halunnut liittää turhan paljon muita elementtejä, ettei lopputuloksesta olisi tullut liian sekava ja raskas. Kotisivujen ilme rakentuu kolmen

pentukuvan käyttöön, josta sain idean jatkaa samaa teemaa myös suunnittelemassani lomakkeistossa. Olin suunnitellut yritystunnukseen pentukuvan käyttöä aluksi pelkistetympänä, mutta lopulta asiakas valitsi tunnukseen realistisemman kuvan pennusta. Jo silloin mieleeni jäi kytemään ajatus myös yksinkertaisemman version käyttämisestä osana yritysilmettä ja lomakkeistoon se tuntui sopivan todella hyvin.

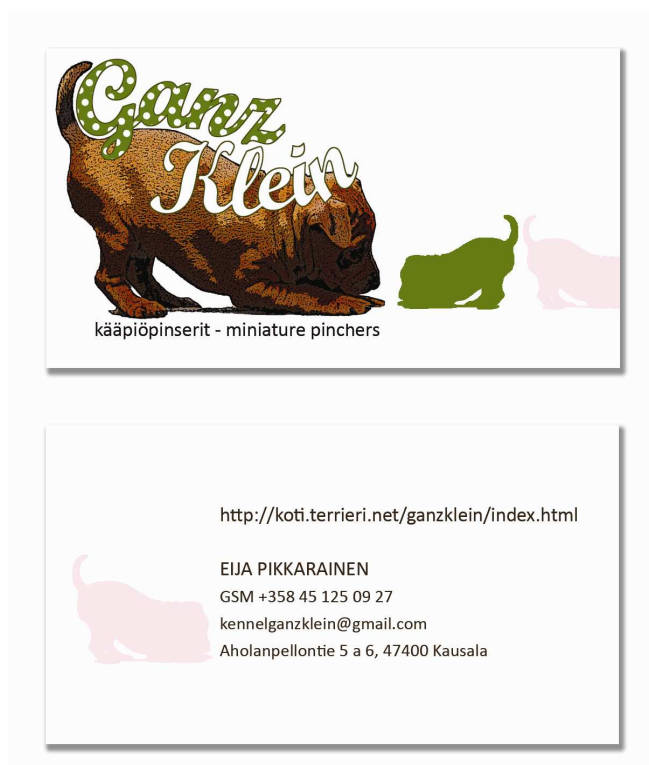
Suunnittelin kortista kaksipuolisen. Etupuolelle halusin sijoittaa yritystunnuksen näkyvästi. Yritystunnuksen yhteyteen halusin liittää pentukuvan pelkistettynä yksivärisenä profiilikuvana. Pyörittelin kaikenlaisia ratkaisuja mielessäni, mutta lopulta toimivin ratkaisu oli se kaikista yksinkertaisin. Päädyin käyttämään kahta pentusiluettia tunnuksen rinnalla. Toinen siluetti sai täytevärikseen yritystunnuksen murretun vihreän ja toinen haalean vaaleanpunaisen. Sijoitin profiilikuvat takapuolelta vastakkain niin, että vaaleanpunaisesta profiilikuvasta jäi ainoastaan takapuoli näkyviin. Kääntöpuolesta halusin mahdollisimman yksinkertaisen, joten sijoitin siihen aluksi vain tekstit. Ratkaisu tuntui kuitenkin liian tyhjältä, joten päädyin lopuksi käyttämään haalean vaaleanpunaista pentusiluettia myös kortin kääntöpuolella. Se on sopivan huomaamaton, mutta tuo silti kääntöpuolellekin oman persoonallisen lisänsä. Kuva toimi myös hauskana jatkumona etupuolella käytetylle samalle profiilikuvalle, josta näkyy edessä vain takapuoli. Näin pentu ikään kuin kurkistaa kortin kääntöpuolelle. Kääntöpuolen lopullista ratkaisua haettiin useiden versioiden kautta. (KUVA 27)

Lopputuloksesta tuli lämmin ja leikkisä, ja samalla kortissa säilyy onnistuneesti tavoiteltu avaruus ja raikkaus. Käytin kortin typografiassa kotisivuillakin käytettyä Calibri -kirjaintyyppiä, pistekoko 9. (KUVA 28)





Kuva 27. Käyntikortin kääntöpuolen muodostuminen lopulliseen muotoonsa.



Kuva 28. Käyntikortin etu- ja kääntöpuoli.

#### 6.4.2 Kirjekuori ja lomake

Kaikista yritysilmeen elementeistä kirjekuori ja lomake ovat yleisilmeeltään kaikkein vähäeleisimpiä. Ratkaisu johtuu osittain kustannussyistä. Asiakas käyttää lomaketta ja kirjekuorta harvakseltaan tarvittaessa ja halusi pystyä tulostamaan lomakkeen kotitulostimeltaan mahdollisimman edullisesti. Kirjepohjaa käytetään lähinnä koirankauppaa koskevissa liitteissä, joten halusin lopputuloksen olevan mahdollisimman selkeä sopimuksen luettavuuden kannalta.

Otin käyttöön vain suunnittelemani yritystunnuksen ja käyntikortissa käyttämäni yksinkertaisen profiilikuvan pennusta ja rakensin niillä sommitelman kuoreen ja kirjelomakkeeseen. Kuoressa ja kirjelomakkeessa yritystunnusta jouduttiin käyttämään kovin pienenä kustannussyistä. Liitin tunnuksen yhteyteen sloganin pistekoolla 9.

## 7 LOPUKSI

Rotukoirien jalostus on Suomessa lähinnä harrastuspohjaista toimintaa. Vain harvat suomalaiset kennelit ovat niin suuria, että kasvatustoiminta pystyy tarjoamaan kasvattajalle elannon. Näin ollen kasvattajien leipätyö on yleensä toisaalla. Rotukoiria kasvatetaan suhteellisen pienimuotoisesti kotikenneleissä, mikä tarkoittaa normaaleja kotitalouksia ilman erillisiä varsinaisia kenneltiloja.

Kasvatustoiminnan markkinoimisessa olisi runsaasti kehittämistä. Valtaosa kasvattajista ei lainkaan suunnittele tai mieti markkinointia, ja monilta kenneleiltä se puuttuu kokonaan. Vaikka markkinointia olisi jossain määrin mietitty esimerkiksi yritystunnuksen osalta, jää suunnittelu monesti puolitiehen eikä visuaalisen yritysilmeen kokonaisuutta ymmärretä tai osata hyödyntää kunnolla. Tästä syystä yleinen mielikuva rotukoirien kasvatustoiminnasta ja kenneleistä on muodostunut jossain määrin epämääräiseksi. Viime vuosina kasvatustoimintaan on tullut kuitenkin mukaan runsaasti uusia nuoria kasvattajia, joista monilla tuntuu olevan edeltäjiään enemmän näkemystä myös markkinoinnista ja yritysilmeestä kokonaisuutena sekä paremmat tietotekniset valmiudet toteuttaa näitä visioita. Tämä voi johtua myös kilpailun kovenemisesta, mikä nykyään kenties jo pakottaa kasvattajia miettimään enemmän myös kasvatustoimintansa visuaalista ulkoasua. Kasvattajilla on nykyään aiempaa enemmän hyvällä maulla toteutettuja tyylikkäitä kotisivuja ja myös runsaammin selkeästi ajatuksella suunniteltuja yritystunnuksia, monet niistä oikein onnistuneitakin. Suunta on selvästi paranemaan päin. Kenties jatkossa paremmin suunniteltujen yritysilmeiden kautta mielikuva kasvatustoiminnasta ja kenneleistä raikastuisi ja toisi toiminnalle enemmän laadukkuutta ja persoonallisuutta.

Työn projektinosuudessa www-sivuston suunnittelu oli haaste, joka teetti minulle runsaasti töitä, mutta toi myös onnistumisen iloa ja varmuutta taitoihin. Kokemuksesta oli itselleni pelkästään hyötyä tulevaa ajatellen. Olen iloinen, että uskalsin lähteä suunnittelemaan www-sivuston teknistä toteutusta itse ja ylpeä, että suoriuduin tästä haasteesta lopulta hienosti. Lopputuloksesta tuli varsin onnistunut.

## LÄHTEET

A'DREAMS. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.kolumbus.fi/adreams/index.html>> (luettu 1.1.2010).

BARON CASTLE. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.elisanet.fi/baroncastle/homefin2.htm>> (luettu 3.3.2010).

Fédération Cynologique Internationale. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

< <http://www.fci.be/presentation.aspx>> (luettu 3.3.2010).

HEIKKILÄ, Tuija. Pentutesti. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.delivet.net/pentutesti.php>> (luettu 3.3.2010).

HOPLOP. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.hoplop.fi/index.shtml>> (luettu 3.3.2010).

HUIMALA. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.huimala.fi/>> (luettu 3.3.2010).

HÄGGMAN, C. 2001. WebDesign. Docendo Finland Oy. Jyväskylä: Tummavuoren kirjapaino.

ITKONEN, Markus 2003. Typografian käsikirja. RPS-Yhtiöt, Helsinki.

KENNEL VILAVALLARENS. Mitä on jalostus? [artikkeli]. Saatavissa:

<<http://vilavallarens.50megs.com/jalostus.htm>> (luettu 27.1.2010).

KINGHILL'S. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.kinghills.net/puppies.html>> (luettu 3.3.2010).

KOIRANET-JALOSTUSTIETOJÄRJESTELMÄ 2010. A'dreams. [verkkodokumentti].

Saatavissa:

<<http://jalostus.kennelliitto.fi/frmKasvattaja.aspx?K=A%27DREAMS&R=185>> (luettu 16.2.2010).

KOIRANET-JALOSTUSTIETOJÄRJESTELMÄ 2010. Baron Castle. [verkkodokumentti].

Saatavissa:

<<http://jalostus.kennelliitto.fi/frmKasvattaja.aspx?K=BARON%20CASTLE&R=185>>  
(luettu 16.2.2010).

KOIRANET-JALOSTUSTIETOJÄRJESTELMÄ 2010. Ganz Klein. [verkkodokumentti].

Saatavissa:

<<http://jalostus.kennelliitto.fi/frmKasvattaja.aspx?K=GANZ+KLEIN&R=185>> (luettu 27.1.2010).

KOIRANET-JALOSTUSTIETOJÄRJESTELMÄ 2010. Kinghill's. [verkkodokumentti].

Saatavissa:

<<http://jalostus.kennelliitto.fi/frmKasvattaja.aspx?K=KINGHILL%27S&R=185>> (luettu 16.2.2010).

KORTETJÄRVI-NURMI, S., KURONEN, M-L., OLLIKAINEN, M. 2008. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita Prima Oy.

LINDROOS, Sini. Koiran sijoitussopimus – nippu ongelmia vai hedelmällistä yhteistyötä? [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.kolumbus.fi/flagstones/bt/artikkelit/sijoitus.htm>> (luettu 27.1.2010).

MICROSOFT TYPOGRAPHY. Calibri. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.microsoft.com/typography/Fonts/family.aspx?FID=287>> (luettu 27.1.2010).

MICROSOFT TYPOGRAPHY. Script MT Bold. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<https://lb1.www.ms.akadns.net/typography/fonts/family.aspx?FID=145>>  
(luettu 1.1.2010).

POHJOLA, Juha 2003. Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen.

Gummerus kirjapaino Oy, Helsinki.

POIKALAINEN, L. 1994. Design management. Yrityskuvasta kilpailuvaltti.

Otava, Helsinki.

SUOMEN KENNELLIITTO. Suomen Kennelliitto – Finska Kennelklubben Ry:n säännöt 2007. [verkkodokumentti]. Saatavissa:

<<http://www.kennelliitto.fi/NR/rdonlyres/B01CCE8C-58D7-4213-921A-D375C3E3F918/0/kennelliittosaannot2007.pdf>> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. Historia. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<<http://www.kennelliitto.fi/fi/kennelliitto/historia.htm>> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. Kasvattajan peruskurssi. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<[http://www.kennelliitto.fi/FI/toiminta/kurssit/kasv\\_perus/Kasvperusk.htm](http://www.kennelliitto.fi/FI/toiminta/kurssit/kasv_perus/Kasvperusk.htm)> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. Kennelliiton toiminta-ajatus ja arvot. [verkkodokumentti].  
Saatavissa:  
<<http://www.kennelliitto.fi/FI/kennelliitto/toimintaajatus/toimintaajatus.htm>>  
(luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. Kennelnimisääntö 2007. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<[http://www.kennelliitto.fi/NR/rdonlyres/BCD2F1B4-B4CE-4E07-9BD7-8404A41BD8F0/0/skl\\_kennelnimisaanto2007.pdf](http://www.kennelliitto.fi/NR/rdonlyres/BCD2F1B4-B4CE-4E07-9BD7-8404A41BD8F0/0/skl_kennelnimisaanto2007.pdf)> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. Kääpiöpinserin rotumääritelmä. [verkkodokumentti].  
Saatavissa:  
<<http://www.kennelliitto.fi/NR/rdonlyres/784C1CB1-D29C-4834-998E-A5D580A9491D/0/2kaappin.pdf>> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. Suosituimmat rodut 2009. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<[http://www.kennelliitto.fi/NR/rdonlyres/4CD7AEBE-D6AE-4C5C-98F6-D0B93AD48994/7561/Top\\_100\\_2009.pdf](http://www.kennelliitto.fi/NR/rdonlyres/4CD7AEBE-D6AE-4C5C-98F6-D0B93AD48994/7561/Top_100_2009.pdf)> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KENNELLIITTO. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<<http://www.kennelliitto.fi/FI/kennelliitto/etusivu.htm>> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KÄÄPIÖPINSERIT RY. Jalostuksen tavoiteohjelma 2007-2010.  
[verkkodokumentti]. Saatavissa: <[http://www.sspk.fi/kpinseri/KPI\\_JTO\\_2007-2011.pdf](http://www.sspk.fi/kpinseri/KPI_JTO_2007-2011.pdf)> (luettu 1.1.2010).

SUOMEN KÄÄPIÖPINSERIT RY. Jalostustoimikunta 2009: TOIMINTAKERTOMUS 2009.  
Saatavissa Suomen Kääpiöpinserit ry:ltä.

SUOMEN KÄÄPIÖPINSERIT RY. Jalostus, rotuesittely. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<<http://www.sspk.fi/kpinseri/>> (luettu 1.1.2010).

WIKIPEDIA. Kääpiöpinseri. [verkkodokumentti]. Saatavissa:  
<<http://fi.wikipedia.org/wiki/K%C3%A4%C3%A4pi%C3%B6pinseri>> (luettu 1.1.2010).

## SUULLISET LÄHTEET

Pikkarainen, Eija 2009. Kennelnimien omistaja. Haastattelu: 1.6.2009.

# LIITTEET

## LIITE 1

### Suomen Kennelliiton kasvattajasitoumus

Liite 3

#### KASVATTAJASITOUMUS

Hyväksytty SKL-FKK:n valtuustossa 18.11.2000. Astuu voimaan 1.7.2001.

Allekirjoittanut sitoutuu koiranpidossaan ja koirankasvatuksessaan noudattamaan seuraavia Suomen Kennelliiton määrittelemiä periaatteita, jotka samalla ovat edellytyksenä kennelnimen saamiseksi.

1. Hyväksyn liiton tarkoituksen, joka on seuraava:

Suomen Kennelliiton tarkoituksena on edistää puhdasrotuisten koirien kasvattamista ja käyttöä sekä parantaa yleistä koiranpitoa Suomessa yhteistyössä yksittäisten koiranomistajien ja koiria harrastavien yhdistysten kanssa. Olen selvillä siitä, että Kennelliiton määräykset, ohjeet ja säännöt sitovat kaikkia jäseniä.

2. Olen selvillä koiranpitoa koskevien lakien, asetusten, määräysten ja kunnallisten järjestys-sääntöjen sisällöstä. Huolehdin siitä, että koirani saavat ikään ja rotuun nähden riittävästi ravintoa ja huolenpitoa sekä liikuntaa ja että koiranpidosta ei ole kohtuutonta haittaa ympäristölle.

3. Suostun siihen, että Kennelliiton valtuuttamat henkilöt saavat neuvoa ja tarkastaa koirieni pitoa, hoitoa ja kasvatustoimintaani.

4. Kasvatan puhdasrotuisia koiria. Tavoitteenani on kasvattaa terveitä ja hyväluonteisia koiria, jotka ovat käyttötarkoitukseensa soveltuvia ja rotumääritelmän mukaisia.

5. Kartutan tietojani harrastamistani roduista, koiranjalostuksesta ja koirien hoidosta yleensä. Perehdyn kasvattamiini rotuihin niin, että tunnen hyvin niiden voimassa olevat rotumääritelmät ja käyttötarkoituksen. Kasvattamiini rotujen rotujärjestöjen jäsenenä pyrin käyttämään niiden jalostusneuvontaa.

6. Sitoudun antamaan omistamieni koirien lonkka-, silmä- polvi- ym. tutkimustulokset julki, enkä muutenkaan salaa koirieni vikoja tai sairauksia. Annan avoimesti tietoja koirieni ominaisuuksista. Jalostuksen kannalta on tärkeää mittaattaa kasvatustyöni tuloksia näyttelyissä ja rodunomaisissa kokeissa sekä rotujärjestöjen järjestämissä jalostustarkastuksissa. Kannustan myös kasvattejani käymään näyttelyissä ja kokeissa.

7. Rekisteröin pentueen kaikki elossa olevat pennut SKL-FKK:n voimassaolevien rekisteröintimääräysten mukaisesti.

8. Luovutan pennut hyvän kauppatavan mukaisesti terveinä ja hyväkuntoisina sekä aikaisintaan seitsemän (7) viikon ikäisinä. Luovutan pennut vain koiranpitoon ja rodulle soveltuviin olosuhteisiin ja opastan tarvittaessa koiranpidossa sekä seuraan kasvattieni kehitystä.

9. En rasita narttua liian tiheillä pennutuksilla (ks. koirarekisteriohjeen määräykset) ja otan huomioon koiran iän ja terveyden tehdessäni päätöksiä koiran käytöstä jalostukseen.

10. Myydessäni koiran teen kirjallisen sopimuksen Kennelliiton vahvistamaa lomaketta käyttäen. Kauppahintaan sisältyy rekisteritodistus ja kirjalliset hoito-ohjeet. Jos SKL-FKK syystä tai toisesta poistaa myymäni pennun rekisteristä, palautan kauppahinnan.

11. Myydessäni koiran lähetän omistajailmoituksen Kennelliitton uuden omistajan tiedoin, ellei omistaja sitä kiellä.

12. Luovuttaessani koiran sijoitukseen niin, että jalostusoikeus säilyy minulla, teen tästä kirjallisen sopimuksen Kennelliiton sijoitussopimuslomaketta käyttäen.

13. Sitoudun olemaan myymättä kasvattamiani ja omistamiani koiria koe-eläimiksi.

14. Sitoumuksen voimassaolo lakkaa kirjallisella ilmoituksellani tai jäsenyyteni päättyessä Kennelliitossa. Mikäli Kennelliiton hallitus katsoo minun rikkoneen sitoumuksen määräyksiä, se voi evätä minulta oikeuden rekisteröidä koiria Kennelliiton pitämään koirarekisteriin joko määräajaksi tai kokonaan.

Nimeni saa julkaista minua mahdollisesti koskevan kurinpitolautakunnan päätöksen yhteydessä.  Kyllä  Ei

Nimi \_\_\_\_\_ Allekirjoitus, pvm. \_\_\_\_\_

Osoite \_\_\_\_\_

Kennelnimi \_\_\_\_\_



## LIITE 2



35mm



### Tunnuksen käyttö

Tunnus on suunniteltu käytettäväksi pääsääntöisesti värillisenä, mutta tarvittaessa sitä voi käyttää myös mustavalkoisena mustavalkoisissa julkaisuissa. Tummallalla tai mustalla väripinnalla tai tummasävyisen kuvan päällä suositellaan käytettäväksi ohutta valkoista ääriiviä tunnuksen ympärillä. Huom! Musta tausta-alue ei kuulu tunnukseen, vaan se erottaa tunnuksen taustasta vain tässä mallissa. Suositeltavin taustaväri tunnukselle on valkoinen. Yritystunnusta pitää käyttää aina vähintään 35 mm leveänä.

### LIITE 3

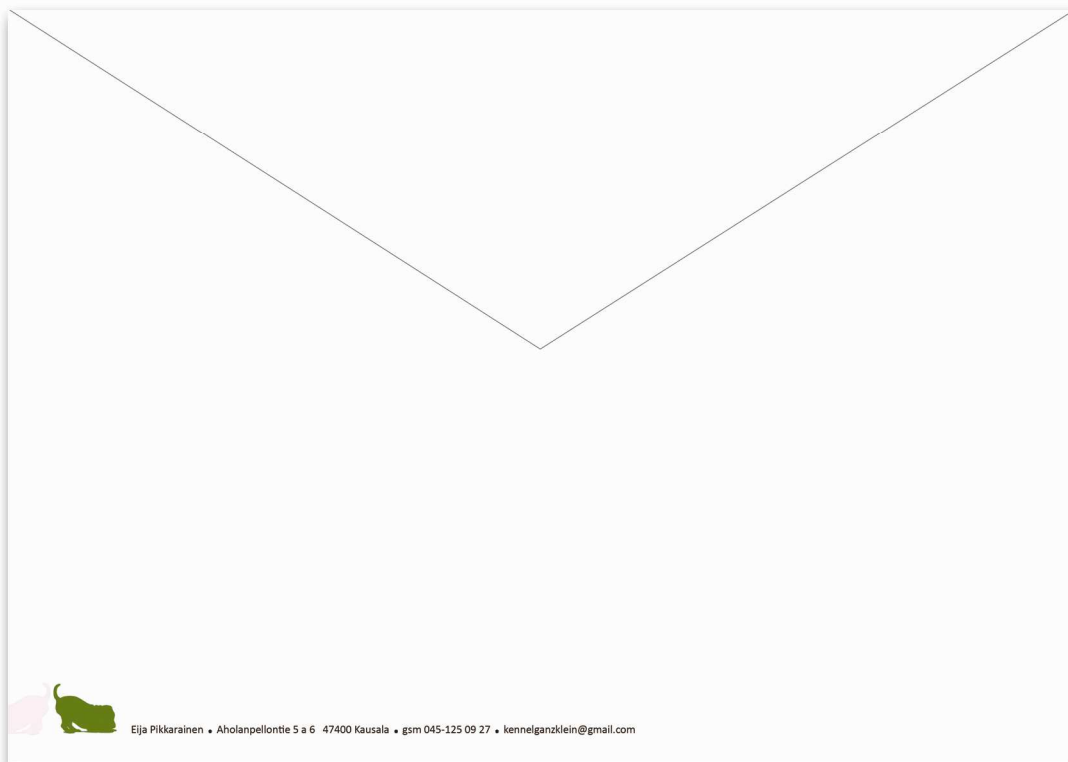
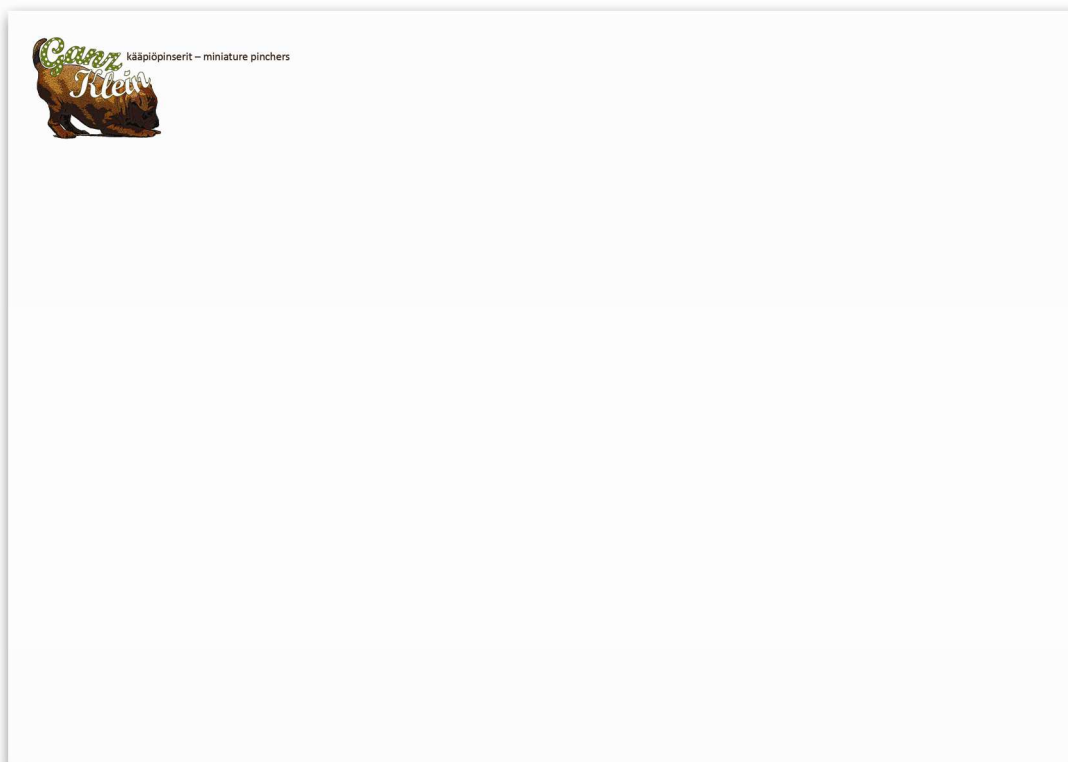


### Sloganin käyttö

Slogan liitetään tunnuksen yhteyteen selvennykseksi tarvittaessa. Sloganin teksti voi vaihdella. Kirjaintyyppinä käytetään aina Calibria ja värinä tummanruskeaa. Kirjaintyyppin pistekoko saa pienimmillään olla 9. Slogan ladotaan aina pienaakkosin (gemena) ja sijoitetaan joko tunnuksen alapuolelle, etupuolelle tai yläpuolelle määriteltyyn paikkaan.

LIITE 4

Kirjekuori



LIITE 5

Lomake



kääpiöpinserit – miniature pinchers



LIITE 6

Käyntikortti



<http://koti.terrieri.net/ganzklein/index.html>



EIJA PIKKARAINEN

GSM +358 45 125 09 27

kennelganzklein@gmail.com

Aholanpellontie 5 a 6, 47400 Kausala

# LIITE 7

Www-sivut <<http://koti.terrieri.net/ganzklein/index.html>>

