

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu / Designer-stylisti

Minniina Mieskolainen & Janna Toivari

FASHION NIGHT & CULTURE-TAPAHTUMAN MUOTINÄYTÖS

KOTKASSA 6.9.2013

Opinnäytetyö 2013

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma

MIESKOLAINEN, MINNI	Fashion Night & Culture -tapahtuman muotinäytös
TOIVARI, JANNA	Kotkassa 6.9.2013
Opinnäytetyö	55 sivua + 12 liitesivua
Työn ohjaaja	Esko Ahola, lehtori
Toimeksiantaja	Kotkan kauppatie ry
Marraskuu 2013	
Avainsanat	Muotinäytös, muoti, trendit, mallien stailaus, suunnittelu, tunnelma

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa tilaustyönä muotinäytös. Tilaa-jana toimi Kotkan kauppatie ry, joka tarjosi Kymenlaakson ammattikorkeakoulun opiskelijoille tilaisuuden suunnitella ja toteuttaa muotinäytös Kotkan Fashion & Cul-ture-tapahtumaan 6.9.2013. Kauppatie ry halusi uutta näkemystä nyt jo kuudetta ker-taa järjestettävään tapahtumaan, jonka kohderyhmää haluttiin laajentaa nuorisosta os-tovoimaisempiin kuluttajiin sekä Venäjälle. Tutkimusmenetelminä on käytetty toimin-tatutkimusta sekä osallistuvaa havainnointia. Työssä on myös tarkasteltu tämän syk-syn trendejä liittyen vaatetukseen ja meikkeihin osana näytöksen suunnittelua. Tulok-seksi saatiin onnistunut muotinäytös, joka miellytti niin tilaajaa kuin muitakin yhteis-työkumppaneita.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

MIESKOLAINEN, MINNI

Fashion Night & Culture -event fashion show in

TOIVARI, JANNA

Kotka 6.9.2013

Bachelor's Thesis

55 pages + 12 pages of appendices

Supervisor

Esko Ahola, Senior lecture

Commissioned by

Kotka's Kauppatie ry

November 2013

Keywords

Fashion Show, fashion, trends, models styling, planning, atmosphere

The aim of this thesis is to plan and executed fashion show. One part of planing the fashion show was also to observe this autumn's clothing and make-up trends. The client was Kotkan Kauppatie ry. They offered an opportunity for students of KyAmk University of applied scienciens to design and implement a fashion show at the Fashion & Culture event in Kotka. This was the sixth time this annual event was being held and they wanted to update its image. The target market of this event had previously been young people. Kotkan Kauppatie ry wanted to expand this to the customers who have more purchasing power and to appeal to Russian tourists as well. Action research and participatory observation were the research methods used in this thesis. The result was a successful fashion show, which pleased subscribers as well as the other partners.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	PROJEKTIN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET	7
3	SIDOSRYHMÄT JA YHTEISTYÖKUMPPANIT	9
	3.1 Kotkan Kauppatie ry	9
	3.2 Kauppakeskus Pasaati ja kivijalkamyymälät	10
	3.3 Mallitoimistot / Mallit	10
	3.4 Valot, catwalk, äännet ja screenshow	10
	3.5 Pukijat	11
	3.6 Maskeeraajat ja kampaajat	11
4	TUTKIMUSKYSYMYKSIÄ	11
	4.1 Tutkimusmenetelmät ja -menetelmät	11
	4.2 Käsitekartta	13
	4.3 Viitekehys	15
5	TRENDIT SYKSY 2013	15
	5.1 Värit	16
	5.2 Materiaalit	16
	5.3 Kuviot ja printit	17
	5.4 Linjat	17
	5.5 Laukut, asusteet ja kengät	17
6	MUOTINÄYTÖKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	18
	6.1 Yhteistyö myymälöiden kanssa	20
	6.1.1 Myymälävieros	22
	6.1.2 Tuotteiden haku ja palautus	23
	6.2 Mallit	24
	6.3 Näytösjärjestys ja musiikki	25
	6.4 Sisääntulojärjestys muotinäytöksessä	26
	6.5 Pukijat	27
	6.6 Maskeeraajat	28
	6.7 Asut ja stailaus	29

6.7.1 Maskeeraus	35
6.7.2 Kampaukset	38
6.8 Fashion Night & Culture -tapahtuman palkintoasu	39
6.9 Catwalk ja lava	40
6.10 Koreografia	40
6.11 Takatilat ja kalusto	42
6.12 Tekniikka	43
7 MUOTINÄYTÖS	45
7.1 Harjoitus ja kenraali	45
7.2 Takatilat muotinäytöksen aikana	46
7.3 Lava ja catwalk	47
8 AIKATAULUT	47
9 KUSTANNUKSET	49
10 YHTEENVETO	50
LÄHDELUETTELO	52
KUVALUETTELO	54

LIITTEET

- Liite 1. Tuotteiden kirjaamiskaavake.
- Liite 2. Kuvat malleista.
- Liite 3. Screenshowsta pysäytyskuvia.
- Liite 4. Valokuvat asukokonaisuuksista.
- Liite 5. Valmis Fashion Night -voittoasu.
- Liite 6. Fashion Night -aikataulu.
- Liite 7. Videomateriaalia näytöksestä.
- Liite 8. Palautteet myymälöiltä.

KÄSITTEET

Kivijalkamyymälät / Retail store: Suhteellisen pieni myymälä, joka sijaistee kerrostalon katutasossa. / A retail store that is located on the ground floor at multi-storey building.

Mallien stailaus / Models styling: Asukokonaisuuksien rakentaminen pukemisen, meikkaamisen ja kampausten keinoin. / The construction of models style with dressing-up, make up and hairstyles desing.

Muoti / Fashion: Jonakin ajankohtana vallitseva makusuunta. Suosiossa oleva tyyli, kuosi, yleinen tapa esimerkiksi pukeutumisessa. / At any time prevailing trend. Style, print or custom that prevails at the moment.

Muotinäytös / Fashion Show: Tilaisuus, jossa mallit esittelevät uusia vaatteita tai muita sellaista. / Occasion where models display new clothing or so.

Suunnittelu / Planning; Muotinäytöksen luominen annetuilla työvälineillä. / Creating a fashion show by means of work equipment.

Trendit / Trends: Vaateteollisuuden kaupallinen kehityssuunta. / Commercial development of clothing industry.

1 JOHDANTO

Kotkan Kauppatie ry tarjosi tätä ainutlaatuista tilaisuutta opiskelijoille järjestää Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtumaan muotinäytös kuudetta kertaa uusin elementein. Heidän tavoitteenaan oli saada nuorekasta sekä uutta energistä otetta muotinäytöksen järjestämiseen, koska muotinäytös oli kuitenkin tapahtuman pääajatus. Ajatus muotinäytöksen järjestämisestä herätti meissä kiinnostusta heti, kun tästä tilaisuudesta kuulimme. Oli hienoa päästä mukaan nostattamaan Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtuman imagoa ja tasoa sellaiseksi kuin sen kuuluikin olla.

Tavoitteenamme oli tavoitella omaa ammatillista kasvua ja kehittymistä. Olemme olleet muutamissa näytöksissä vain taka-alalla tätä ennen, joten oli hienoa, että nyt olimme pääkoordinaattoreina. Opimme tässä projektissa hallinnoimaan isompia kokonaisuuksia alati muuttuvissa tilanteissa. Ymmärsimme myös, kuinka suuri merkitys on yhteistyökumppaneiden hankinnassa sekä myymälöiden rekrytoimisessa tapahtumaan. Projektista hyötyivät kumpikin osapuoli, me ja Kotkan kauppatie ry. Itse saimme kokemusta ja uusia haasteita, ja Kauppatie sai nuorekasta ja uutta energiaa, ideoita sekä innokasta ja asiasta kiinnostunutta työvoimaa.

Muotinäytös toteutui tiimityöskentelynä, joka oli omalla tavallaan haasteellista. Aikataulujen suunnittelu ja niistä kiinni pitäminen projektin ja muiden töiden osalta sujui hyvin, kuten myös kaikkien muiden sidosryhmien ja yhteistyökumppanien tapaamiset. Tiimityöskentelymme sujui hyvin, ja jos toinen oli liian kiireinen, toinen pystyi hoitamaan asiat. Toisaalta meille oli toinen toistamme apua ja tukea koko projektin ajan, olihan kyseessä laaja projekti. Opimme paljon tiimityöskentelystä sekä toisistamme.

2 PROJEKTIN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

Tavoitteena oli tehdä mieleenpainuva ja kiinnostava muotinäytös, joka kohdistettiin ostovoimaiselle asiakaskunnalle. Tavoitteena oli saada myös varttuneempaa väestöä kiinnostumaan tapahtumasta. Tapahtuma järjestettiin Kotkan keskustorilla, kauppakeskus Pasaatin vieressä, jonne pystytettiin suuri teltta (20 m x 30 m). Samassa teltassa tapahtui myös Fashion Night -tapahtuman muu toiminta. Pyrimme saamaan Kotkan Fashion Night -muotinäytöksen uudelle tasolle, koko Kotkan tapahtumaksi. Tavoitteenamme oli nostaa asujen stailauksella kiinnostusta muotiin ostovoimaisen asiakas-

kunnan tietoisuudessa. Yksi ajatuksistamme oli saada muotinäytöksestä Pariisiin muoti-
viikkojen tyylinen kokonaisuus ilman kauppakeskuksille tunnusomaista tuoteselos-
tusta. Eli oli alusta asti selvää, ettemme halunneet juontajaa muotinäytökseen..

Muotinäytöksen läpiviemisen kannalta oli tärkeää, että näytöksellä oli jokin teema.
Näin muotinäytös pysyi yhtenäisenä ja kiinnostavana. Jos teemaa tai yhtenäistä linjaa
ei olisi ollut, muotinäytös olisi jäänyt ontoksi kokonaisuudeksi. Strategisia kysymyk-
siä teeman selvittämiseksi olivat muun muassa seuraavanlaiset kysymykset: Miksi?
(tavoite ja viesti), kenelle? (kohderyhmä), mitä?, missä ja milloin? (lähtökohdat). Ope-
ratiivisia kysymyksiä olivat: Miten? (tapahtumaprosessi), millainen? (sisältö ja ohjel-
ma), kuka tai ketkä? (vastuuhenkilöt). Toivomme, että olemme vastanneet opinnäyte-
työssämme näihinkin kysymyksiin tutkimuskysymyksemme puitteissa. (Vallo & Häy-
rinen 2012, 101–106.)

Teema oli se, joka piti muotinäytöksen punaisen langan käsissämme ja sitä oli tuotava
esiin harkiten. Meidän ajatuksenamme oli yhdistää muotinäytös muotoiluun ja suun-
nittelijan työhön vaateteollisuudessa unohtamatta taiteellisuutta ja graafisia ilmaisu-
keinoja. Muotinäytöksen aikana lavan takana oli yksi iso screeni, jota käytimme te-
hostamaan muotinäytöksen teema ja yrityksiä, joita oli muotinäytöksessä mukana.
Suunnittelimme screenille näyttävän visuaalisen esityksen yhdessä Jaakko Markkasen
kanssa ja suunnittelimme lavan ympäristöstä mahdollisimman yksinkertaisen. Tapah-
tumateltassa oli myös muuta ohjelmaa meidän muotinäytöksemme lisäksi. (Vallo &
Häyrinen 2012, 194.)

Työmme painotus oli produktiivinen. Suunnitteluvaiheessa luimme aikaisempia opin-
näytetöitä aiheesta ja katselimme Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtuman edel-
listen vuosien video-otoksia ja kuvia. Edellisten vuosien materiaali löytyi youtubesta,
mutta tiedämme Kotkan Kauppatie ry:n toiminnanjohtajan Reijo Saksan ladanneen ne
nettiin, joten voimme päätellä tästä, että video-otokset ovat luotettavasta lähteestä.
Edellisten vuosien muotinäytökset olivat hyvin kaupallisia ja juonnettuja, joka ei so-
pinut ajatuksiimme muotinäytöksestä. Orientoimiseksi katsoimme myös lukuisia vide-
oita vastaavista ja erilaisista muotinäytöksistä. Muotinäytöstä järjestäessämme huo-
mioimme Kotkan Kauppatie ry:n ja kauppakeskus Pasaatin sekä kivijalkamyymälöi-
den toiveet ja tarpeet ja yhdistimme ne meidän näkemyksiimme muotinäytöksen ku-
lusta. (Kotkan Kauppatie ry 2012; Kotkan kauppatie ry 2011.)

Tapahtuman järjestämisestä löytyi paljon kirjallista materiaalia, jota pystyimme käyttämään hyödyksi muotinäytöstä järjestäessämme. Myös mallien stailaus ja pukeminen syksyn uusimpien trendien mukaan vaati paneutumista syksyn 2013 trendeihin Internetin, lehtien ja osallistuvan havainnoinnin kautta. Joka sesonkiin on aina omat trendinsä, jotka on pystyttävä selvittämään.

3 SIDOSRYHMÄT JA YHTEISTYÖKUMPPANIT

Projektissamme oli mukana useampia sidosryhmiä toteuttamassa Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtuman muotinäytöstä. Jokaisella yrityksellä oli oma vahva panoksensa projektin onnistumisen ja sujuvuuden kannalta. Kotkan Kauppatie ry hankki itse sponsorit tapahtumaan, joten meidän ei tarvinnut keskittyä siihen. Sponsoreina olivat tässä tapauksessa yritykset, kuten Sokos ja Prisma, jotka pääsivät muotinäytöksen lisäksi koko kolmipäiväiseen tapahtumaan mukaan näkyvyyttä saadakseen. Sponsoritoiminta on esimerkiksi tilaisuuden imagon vuokraamista ja hyväksikäyttöä määriteltyihin markkinointiviestinnän tarkoituksiin. (Vuokko 2002, 303.)

3.1 Kotkan Kauppatie ry

Projektin toimeksiantajana toimi Kotkan Kauppatie ry, jolle vastasimme kaikesta tekemisestämme valinnoista ja päätöksistä muotinäytökseen liittyen. Henkilö jolle pääasiassa olimme vastuussa, oli Kotkan Kauppatie ry:n toiminnanjohtaja Reijo Saksa. Yhdessä Kotkan Kauppatie ry:n kanssa työnantajanimme toimi myös Kymenlaakson ammattikorkeakoulu ja ohjaavana opettajanamme oli lehtori Esko Ahola.

Kotkan Kauppatie ry on perustettu Kotkan kaupunkikeskustojen ja kaupallisten keskusten kehittämiseen. Sen tarkoituksena on elävöittää ja luoda viihtyisyyttä sekä kehittää keskustassa toimivien yritysten ja yhteisöjen toimintamahdollisuuksia. Tavoitteena on myös lisätä Kotkan tunnettavuutta muualla Suomessa. Kotkan Kauppatie ry on ollut mukana järjestämässä useita eri tapahtumia Kotkan keskustan alueella, muun muassa Fashion Night -tapahtumat, joulutapahtumat, Summer Swing -tapahtumat sekä muut keskustan kehittämiseen liittyvät tapahtumat. (Kotkan Kauppatie ry 2013.)

3.2 Kauppakeskus Pasaati ja kivijalkamyymälät

Yhteyshenkilö Pasaatin liikkeiden kanssa oli kauppakeskuksen päällikkö Sari Puhilas, jonka puoleen pystyimme kääntymään, jos yhteistyö suoraan liikkeiden kanssa oli hankalaa. Sarilta saimme jokaisen kauppakeskuksessa toimivan yrityksen yhteystiedot sekä myös avoimemman vastaanoton opiskelijatyölle. Pasaatin myymälöistä saimme muotinäytökseen mukaan: Vila, Jack & Jones, Vero Moda, KappAhl, Jim & Jill, Sokos ja Zatta.

Myös Pasaatin ulkopuoliset, niin sanotut kivijalkamyymälät, kuuluivat sidosryhmiimme ja olivat tärkeässä osassa vaikuttamassa muotinäytöksen toteutukseen. Kivijalkamyymälöistä saimme mukaan seuraavat yritykset: California, Halonen ja Via Mare. Tavarataloista mukaan lähtivät Prisma ja Anttila.

3.3 Mallitoimistot / Mallit

Tämän lisäksi meidän oli hankittava työvoimaa muun muassa malleista, maskeeraajista, pukijoista ja kampaajista. Rekrytoimme muotinäytökseen mukaan ammattimallit ja alan opiskelijoita. Ajatuksenamme oli käyttää ammattimalleja, koska näytöksen kenraaliharjoitus oli samana päivänä kuin itse näytös. Ammattimallit hoitivat muotinäytöksen yhdellä kenraaliharjoituksella mallikkaasti. Parhaimman tarjouksen malleista meille antoi Clamos mallitoimisto. Valitsimme kymmenen mallia, kolme miestä ja seitsemän naista sekä yhden naispuolisen varamallin. Tämän lisäksi meillä oli yksi miespuolinen lisämalli, joka ei ollut mallitoimistosta.

3.4 Valot, catwalk, äännet ja screenshow

Yhteyshenkilönä meillä oli valojen ja äänien kanssa Illumitech Finland Oy:n Marko Knuuttila. Knuuttila ohjeisti meitä valojen, savun ja äänentoiston kanssa sekä huolehti muotinäytöksen ajan laitteiden toimivuudesta. Hänen kanssa teimme myös yhdessä lavasuunnitelmat. Screenshown meille toteutti Jaakko Markkanen.

3.5 Pukijat

Pukijoiksi ja muihin avustaviin tehtäviin rekrytoimme KyAMK:in sähköpostijärjestelmää avuksi käyttäen kymmenen pukijaa / avustajaa designer-stylisti opiskelijoista. Heidän toimenkuvaansa kuului mallien pukeminen, viime hetken vaatteiden haku ja pois vienti sekä huolehtiminen vaatteista näytöksen ajan, jotta ne eivät olisi menneet sekaisin muiden myymälöiden tuotteiden kanssa. (Iiskola-Ketonen 2004, 35.)

3.6 Maskeeraajat ja kampaajat

Maskeeraajiksi rekrytoimme opettaja Minna Parkon Kouvolan seudun ammattiopiston (KSAO) opiskelijoita. Koska mallien palkkiot veivät suuren osan budjetistamme, ajattelimme, että voisimme käyttää opiskelijoita maskeerausten totutuksessa. Opiskelijat saivat näin kokemusta toiminnasta kulisseissa muotinäytöksen aikana. Kampaajaksi saimme paikallisen hiusalan yrityksen Profin sillä ehdolla, että he saivat näkyvyyttä koko Kotkan Fashion Night -tapahtuman ajan screenillä.

4 TUTKIMUSKYSYMYKSIÄ

Opinnäytetyössämme pyrimme vastaamaan seuraavanlaisiin tutkimuskysymyksiin:

Kuinka luoda myyvä / mielenkiintoinen muotinäytös Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtumaan?

Ja selventävinä alakysymyksinä ovat:

Kuinka luoda useampaa kohderyhmää kiinnostava muotinäytös?

Kuinka toteutamme yhteistyön eri organisaatioiden välillä?

Mistä saamme näytökseen tarvittavan työvoiman?

4.1 Tutkimusmenetelmät ja -menetelmät

Ammattikorkeakouluissa tehtyjen tutkimus- ja kehitystöiden on oltava luonteeltaan työelämän tarpeista lähteviä ja sovellettavissa tutkimus- ja kehitystoimintaan. Tutkimus- ja kehitystoiminnan tulee olla alueellisen kehityksen turvaamista, jolloin kehitystyön perustekijöinä ovat alueelliset koulutustehtävät sekä opiskelijoiden työelämä yh-

teydet. Sen tulee myös liittyä palvelutoimintaan, jolloin sen suoritteet palvelevat ammattikorkeakoulun lähiympäristöä, pientä ja keskisuurta teollisuutta sekä yhteiskuntaa. Taiteilijalle teoria on toisarvoinen käsite, ja hän mieluummin käyttää työvälineinään intuitiota ja reflektiota, joiden avulla hakeudutaan uuteen, ennakolta aavistamattomaan tilanteeseen. (Anttila 2005, 13, 15, 99.)

Valitsimme metodiksi tutkimuskysymykseemme toimintatutkimuksen, koska meillä oli konkreettinen ongelma, joka vaati ratkaisua ja se oli tehokas lähestymistapa suunnittelutyössä, missä pyrimme uudistuksiin ja parannuksiin. Tunnusomaista toimintatutkimukselle on toiminnan ja tutkimuksen samanaikaisuus ja pyrkimys saavuttaa välitön ja käytännöllinen hyöty ja se on ennen kaikkea sosiaalista toimintaa. Tutkimuksemme oli yhteistyöprojekti, jossa sovimme eri yhteistyötahojen kanssa tavoitteista ja keinoista saavuttaa haluttu tulos. Olimme projektissa itse mukana vaikuttamassa valintoihin ja niiden ratkaisuihin, emme voineet pysyä asioiden ulkopuolella neutraaleina havainnoijina. Toimintatutkimus on tilanteeseen sidottua, yhteistyötä vaativaa, osallistuvaa, itseään tarkkailevaa, järjestelmällistä ja joustavaa sekä mukautuvaa. Meidän tavoitteenamme oli oman alan ammatillisen taidon ja tiedon kehittäminen. Prosessiin sisältyi ymmärryksen kehitys ja ammatillinen kehitys yhdessä. (Anttila 2000, 321–322; Heikkinen, 2001 170–171; Metsämuuronen 2008, 29; 12; Kuula 2011, 94; Vilka 2006, 76–77)

Keräsimme aineistoa tutkimuskysymyksen ratkaisemiseksi ihmisten havainnoinnilla. Se on observatiivinen tapa ja sitä käytettiin projektin alusta loppuun. Havainnot olivat jo olemassa ja tiedostettuja, mutta ne eivät olleet silti suoraan havaittavissa. Tähän vaikutti meidän jo olemassa oleva asiantuntevuus sekä tieto ja taito. Havainnoinnissa on kyse siitä, että näkee pintaa syvemmälle. Ihminen etäännyttää itsestään ja näkee toimintansa sekä ajattelunsa uusin silmin pyrkien ymmärtämään, miksi ajattelee, kuten ajattelee ja miksi toimii, niin kuin toimii. (Heikkinen 2001, 176; Metsämuuronen 2008, 14; Vilka 2006, 11.)

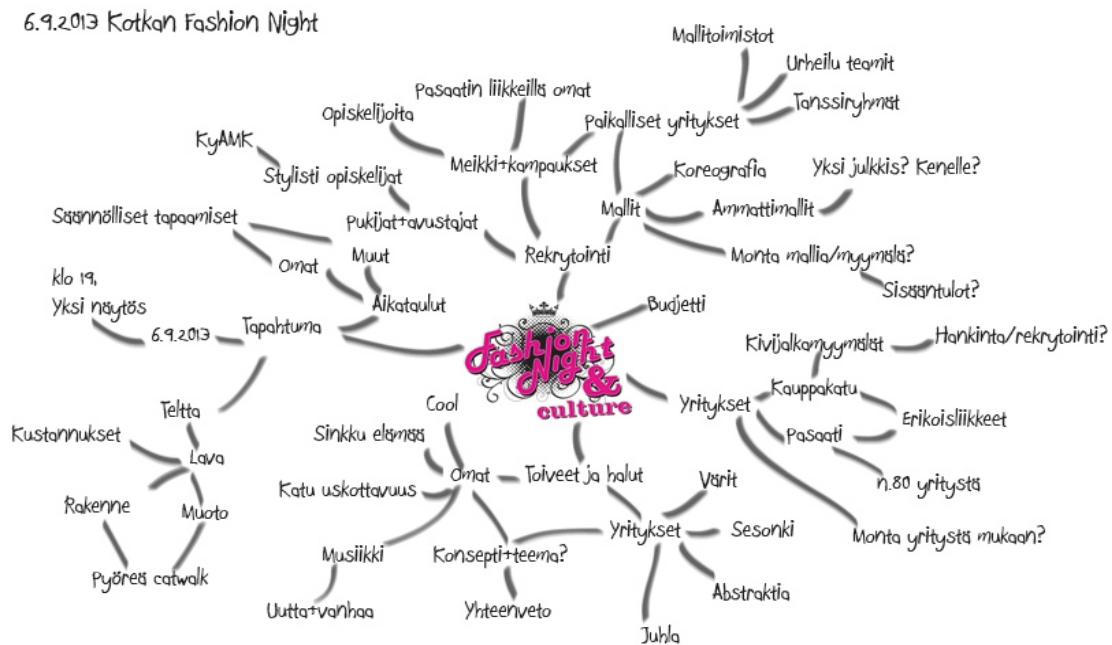
Meidän oli selvitettävä, kuinka muut olivat tällaisessa tilanteessa toimineet ja ratkaisseet ongelmia kaikkia tyydyttävällä tavalla. Esimerkiksi luimme aikaisempia opinnäytetöitä aiheesta. Löysimme vinkkejä KyAMK:in opiskelijoiden Lisa-Marie Pyykkösen ja Enni Frimodigin opinnäytetöistä. Tietoa haimme muun muassa Internetistä erilaisista isommista visuaalisista muotinäytöksistä sekä Fashion Night -tapahtuman aikai-

semmistä muotinäytösvideoista ja alan kirjallisuudesta. Ideoita saimme myös ka-tuelämää valokuvaten ja luonnostellen. Valintoihimme vaikuttivat muun muassa yh-teistyö muiden tahojen kanssa ja tilan / lavan meille suomat mahdollisuudet. (Anttila 2005, 109; Anttila 2000, 322.)

Ihmisten havainnoinnissa käytimme osallistuvaa havainnointia eli olimme vuorovai-kutuksessa jatkuvasti muiden yhteistyötahojen kanssa. Osallistuvassa havainnoinnissa on kyse siitä, että tutkija osallistuu itse tutkimuskohteensa toimintaan tutkimuskohteen ehdoilla yhdessä yhteistyötahojen kanssa ennalta sovittuna aikana. Havainnointi on tietoista tarkkailua, ei vain asioiden näkemistä. Pidimme myös tutkimuspäiväkirjaa sanoin ja kuvin, jotta emme unohtaisi ottaa tärkeitä asioita huomioon. (Anttila 2000, 225; Metsämuuronen 2000, 43; Vilka 2006, 37, 40, 44.)

Aineiston kerääminen ja analysointi tapahtui osittain samaan aikaan, eikä välttämättä niiden välillä ollut selvää eroa. Käytännön työskentely ja tutkimuksen tekeminen kie-toutuvat vahvasti toisiinsa. Lopullisia valintoja emme tehneet yksin, vaan asiakkaam-me vaikuttivat valintoihimme ja ratkaisuihimme. (Anttila 2005, 97; Metsämuuronen 2000, 48.)

4.2 Käsitekartta



Kaava 1: Käsitekartta. (Minniina Mieskolainen & Janna Toivari)

Seuraavassa avaamme käsitekarttaa, josta suunnittelumme lähti liikkeelle. Teimme muotinäytöksen Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtumaan perjantaille 6.9.2013. Jotta muotinäytös toteutuisi, meidän täytyi rekrytoida mallit, valo- ja äänimies, maskeeraajat, kampaajat ja pukijat sekä yritykset, jotka lähtivät muotinäytökseen mukaan. Oli myös otettava huomioon Kauppatie ry:n, Kauppakeskus Pasaatin ja kivijalkaliikkeiden toiveet ja tarpeet muotinäytökseen liittyen ja yhdistää ne meidän näkemyksiimme. Teltta, lava ja muu tekniikan suunnittelu ja toteutus oli Kotkan Kauppatie ry:n vastuulla ja meidän huolehdittavaksemme jäi catwalkin muoto ja rakenne. Catwalkin suunnittelu, malli ja muoto oli harkittava tarkkaan, jotta koreografiamme oli toteutettavissa.

Ajattelimme rekrytoida mallit tanssiryhmistä, vastaavista liikuntaryhmistä tai suoraan mallitoimistosta. Näin takaisimme koreografian sujumisen muotinäytöksen aikana. Oli myös ratkaistava, kuinka monta mallia tarvitsisimme ja kuinka monta mallia yksi myymälä tarvitsee. Myös myymälöiden asukokonaisuuksien määrä oli selvitettävä, jotta mallien määrä olisi riittävä. Maskeeraajat, kampaajat ja pukijat päätimme hankkia mukaan opiskelijoista tai paikallisten yrittäjien toimesta näkyvyyttä vastaan Kotkan Fashion Night -tapahtumassa.

Muotinäytöksen kustannukset riippuivat monesta eri tekijästä, kuten lava, catwalk, osallistuneet myymälät, mallit, maskeeraukset ja kampaukset sekä sponsoreista, joista Kotkan Kauppatie ry itse vastasi. Meille ei annettu budjettia muotinäytöstä varten, vaan hyväksyimme haluamamme suunnitelmat ja niiden kustannukset Kotkan Kauppatie ry:n toiminnanjohtajalla, Reijo Saksalla.

Aikataulumme oli väljä, koska aloitimme projektin jo maaliskuussa. Aikataulut oli myös saatava toimimaan kaikkien osapuolien kesken ja muiden tapahtumien yhteyteen. Meidän oli myös soviteltava omat tapaamisemme ohjaajamme Esko Aholan kanssa sekä Kauppatie ry:n toiminnanjohtaja Reijo Saksan kanssa omiin aikatauluihimme. Myös yhteiset palaverit kaikkien sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden kanssa oli otettava huomioon.

4.3 Viitekehys

Järjestimme muotinäytöksen Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtumaan perjantaille 6.9.2013. Meidän oli ensin selvitettävä ostovoimaisin kohderyhmämme sekä se, miten saamme sen liittymään koko Kotkan tapahtumaan. Tärkeimmäksi kohderyhmäksemme valikoitui työssäkäyvät muodista kiinnostuneet aikuiset. Oli myös selvitettävä, mitä yhteistyökumppanit kohderyhmältä halusivat. Kun kyseiset asiat olivat selvillä, saatoimme alkaa pohtia mallien ja ympäristön teemaa sekä stailausta ja asukonaisuuksia muotinäytökseen sekä yhteistyötämme eri tahojen kanssa.



Kaava 2: Viitekehys. (Minniina Mieskolainen & Janna Toivari)

5 TRENDIT SYKSY 2013

Jotta saimme muotinäytöksestämme uskottavan, kokosimme muutamia tämän syksyn tunnusomaisimpia trendejä. Muodikkaimmat ammentavat viime vuosikymmenistä, kertoo Muotikaupan liitto. Hillittyjen vaatteiden rinnalle nostetaan leikkisiä teemoja ja sävy maailma ammentaa mahtipontisuutta 1900-luvun Euroopan kuningashuoneista. Syksyyn on luvassa punk-vaikutteita, mähinnousukenkiä, pastellisävyjä sekä burgundinpunaista edellisvuoden syksyn tapaan. (Kuitunen 2013; Muotikaupan liitto. 2013.)

5.1 Värät

Tämän syksyn sesongin väriskaala on hyvin laaja. Trendikkäimpiä värejä tähän syksyyn ovat tumma yönsininen ja tumma violettiin taittuva sininen, vahvat, syvät ja murrettut värät. Lämmin mausteinen keltainen, kuten sahrami ja curry ovat tämän kauden päävärejä. Punaisen sävyistä muodikkaimpia ovat nyt tummat täyteläiset viinityypiset sävyt, pihlajanmarja ja vadelmanpunainen sekä pinkki ja fuksia vaikuttamassa tehosteväreinä. Myös kirkkaat perusvärät pitävät pintansa tässä sesongissa. (Face Factory 2012; Kuitunen 2013; Muotikaupan liitto 2013.)

Sesongin värikartassa vaikuttavat myös farkunsininen, turkoosi, kirkas sininen ja liila. Petrolinsininen on tämän kauden värikartasta murrettuna lämpimänä sävynä sekä tehostevärien puolella voimakkaampana kirkkaampana petrolinsinisenä. Oranssi löytyy myös värikartasta niin poltetuissa ja syvissä sävyissä kuin hyvinkin kirkkaana ja energisenä. Värikartasta löytyvät myös sammaleenvihreä ja keltavihreä ja muut metsän tummat sävyt kuten metsän- ja armeijan vihreät. Retrohenkiset värät 60-luvulta ovat tämän sesongin juttu. (Face Factory 2012; Kuitunen 2013; Muotikaupan liitto 2013.)

Talvikauden värikarttaa määrittävät huurteiset ja pehmeät pastillisävyt, haaleahkot, puuterisävyt, esimerkiksi valkoinen, jää, roosa sekä pastellisininen ja mintunvihreä. Tämän sesongin juhlavärien ykkönen on kulta. Värikartasta löytyvät myös beige, luonnonvalkoinen ja lämpimät harmaan sävyt. Ruskeista sävyistä löytyy meeleerattuja luonnonsävyjä, kinuskia, kahvia ja tummaa suklaata. Harmaissa väreissä puolestaan vaikuttavat grafiitinharmaa ja teräs. (Face Factory 2012; Kuitunen 2013; Muotikaupan liitto 2013.)

5.2 Materiaalit

Syksyn sesongin materiaalit ovat hyvin laskeutuvia materiaaleja. Nyt myös lämpimät, isot ja paksut neuleet ovat muodikkaita useissa eri väreissä. Neuleet näyttävät joko boheemisti käsintehdyiltä tai erittäin huolitelluilta. Paksujen ja ohuempien materiaalien kontrasti vaikuttaa edelleen vahvana. Takeissa, viitoissa, liiveissä ja tunikoissa on muhkeita letti- ja pintaneuleita yhdistettynä esimerkiksi nahkaan. Yksi tunnusomaisimmista materiaaleista on pitsi koko asuna, tehosteena tai hyvin pienenä osana asua. (Face Factory 2012; Kuitunen 2013.)

Nyt syksyllä on todella muodikasta pukeutua muhkeaan takkiin, eikä takin tarvitse olla millään tavalla naisellinen. Pää-asia on, että takki suojaa syksyn viimalta. Trendikkäimpiä ovat maskuliiniset ja isot villakangastakit. Muhkea takkimuoti istuu hyvin syksyisiin keleihimme. Bombertakit ja baseballtakit ovat edelleen syksyllä trendikkäitä. Myös turkis on myös yksi suosituimmista somisteista asuissa. Klassiset ja laadukkaat silkki- sekä villakankaat ovat sesongissa mukana. Futuristisempi tyyli suosii teknisten synteettisten materiaalien ja epätäydellisten luonnonmateriaalien kontrastista yhdistelyä. (Face Factory 2012; Kuitunen 2013.)

5.3 Kuviot ja printit

Vakavien teemojen rinnalla mallistot ovat myös inspiroituneet leikkisistä ja lapsekkaista kuoseista. Etniset kuviot ja printit jatkavat edelleen suosiotaan ja niitä yhdistellään luovasti, ja ne ovat tämän syksy-talvi -kauden peruspilari. Trendikkäitä kuvioita ovat muun muassa geometriset ja siksak-kuviot, jugendtyyliset köynnökset ja satumaiset kuosit. Myös villit eläinkuosit ovat edelleen pinnalla. (Face Factory 2012; Muotikaupan liitto 2013.)

5.4 Linjat

Syksyn sesongissa on paljon erilaisia muotoja. Geometrinen muoti suosii räväköitä sävyjä, kontrastisuutta ja metallinhohtoa. Se sisältää origamimaiset muodot, minimalismin sekä runsaat takit. Tässä sesongissa näkyy sekä laatikkomaisia muotoja että kauniin naisellisia linjoja. Vyötärölinja on korkealla ja $\frac{3}{4}$ -hihat ovat suosittuja sekä draperauksia näkyy runsaasti. Pitkät, kapeat ja suorat linjat, väljät siluetit ja korostunut hartialinja ovat avaimia tähän sesonkiin. Mallistoista löytyy nostalgisia ja superhienostuneita linjoja ja viehättäviä viittauksia eri vuosikymmeniin. (Face Factory 2012; Muotikaupan liitto 2013.)

5.5 Laukut, asusteet ja kengät

Tämän sesongin aikana voi ujostelematta laittaa päähänsä leveälierisen hatun tai strassein koristellun vyön. Myös korut saavat olla suuria ja näyttäviä. Niitit ja pitsi ovat edelleen suosittuja niin koruissa kuin laukuissakin. Trendikkäimmät laukut ovat kulmikkaita lääkärinlaukku-mallisia, joihin mahtuu paljon tavaraa. Kenkien yleisilme on

rento. Kengiltä halutaan vintage-henkistä tyyliä, rypytyksiä sekä ajan patinan antamaa ilmettä. Kenkien ilme on sellainen kuin jokainen kenkä olisi ”oma persoonansa”. Etniset yksityiskohdat, inka-kuviot ja niitä muistuttavat kuosit ovat nyt haluttuja. Kengät saavat olla konjakin ruskean ja punaisen eri sävyisiä perinteisen musta lisäksi. Syksyllä nähdään nilkkureita sekä piikkikärkiä, jotka tekevät paluuta. Punk on juuri nyt trendikästä sekä miehillä että naisilla ja näkyy varsinkin maihinnousukenkinä, jotka ovat käytännölliset ilmastonalamme huomioon ottaen. Niittejä, paljetteja ja muita koriste-luja käytetään runsaasti, kuten myös metallitehosteita. (Face Factory 2012; Kuitunen 2013.)

6 MUOTINÄYTÖKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Kokosimme pääpiirteisen manuaalin, jossa on kerrottu omaan kokemukseen pohjautuen huomioon otettavia seikkoja muotinäytöksen järjestämisestä. Kaikkia tapahtumia suunniteltaessa lähtökohta on tapahtuman tyyli ja luonne sekä kohderyhmä. Suoraan kuluttajalle suunnattu muotinäytös poikkeaa paljon yritysten sisäänostajille suunnatuista, sillä muotinäytöksen tuotteet löytyvät suoraan kaupan hyllyltä. Kun tyylistä ja kohderyhmästä on tehty päätös, voidaan miettiä tarkemmin teemoja, mikäli tarpeellista. Usein on niin, että selkeän teeman valinta helpottaa suunnittelun jatkoa luomalla suuntaviivat muille tapahtumaan liittyville osa-alueille. Tapahtuman tai tässä tapauksessa muotinäytöksen teemat liittyvät vahvasti sekä vuodenaikaan, että vuorokaudenaikaan, jolloin muotinäytös pidetään. Talvella esitellään yleisemmin kevään muotia, kesällä syksyn ja niin edelleen.

Budjetti on yksi tärkeimmistä päätöksistä, joka tehdään jo suunnittelun alussa. Budjetista riippuu, käytetäänkö ammattilaisia, vai kenties vapaaehtoisia tai harjoittelijoita tapahtuman toteuttamisessa. Budjetista myös riippuu se, minkälaiset puitteet on varaa järjestää tapahtumalle. Jos budjetti on suuri, kannattaa toki työllistää mahdollisimman paljon alan ammattilaisia, mutta pienen budjetin tuotannossa tingitään usein ensin henkilöstön palkkioista, eikä esimerkiksi työvälineistä. Yksi tapa kerätä varoja tapahtuman järjestämiseen on hankkia sponsoreita, jotka maksamalla tietyn rahasumman tai tarjoamalla palveluitaan saavat mainosta tulevassa tapahtumassa. Mikäli sponsoreita onnistuu saamaan, on ensiarvoisen tärkeää huolehtia lupauksien täyttymisestä. Mikään ei karkota mahdollisia tulevia sponsoreita yhtä tehokkaasti, kuin huhut huijatuksi tulemisesta tapahtuman järjestäjäorganisaation puolesta.

Kun edellä mainituista seikoista on päätetty, voidaan tapahtumaa ryhtyä mainostamaan. Se, kuinka paljon yleisöä paikalle saapuu, riippuu täysin markkinoinnin tehokkuudesta. On myös tärkeää suunnitella markkinoinnista sellaista, että tavoitetaan juuri haluttu kohderyhmä. Tuotteet tapahtumaan tai tässä tapauksessa muotinäytökseen valitaan mahdollisimman huolellisesti vastaamaan valitun kohderyhmän oletettua tyyliä, jotta näytöksen kaupalliset tavoitteet saadaan maksimoitua. Valittujen tuotteiden suojausten suunnittelu on yhtä tärkeää kuin itse tuotteiden valinta. Mikäli yritykset eivät lahjoita tuotteitaan näytöksen järjestäjille, on ne pystyttävä palauttamaan liikkeisiin yhtä hyvässä kunnossa kuin ne ovat sieltä vietäessä olleet. Sovitukset tehdään, mikäli mahdollista, tuotteita valikoidessa tai mielellään muutamaa päivää ennen näytöstä, jotta tuotteita ehditään korvata vastaavilla sopivan kokoisilla ja mallille istuvilla tuotteilla.

Malleja valittaessa mietitään käytetäänkö ammattimalleja vai amatöörejä. Molemmissa on sekä hyviä että huonoja puolia. Mainittakoon tässä vaikka ammattimallien kalleus vastaan amatöörimallien kokemattomuus mutta edullisuus. Mallitoimistoja on monia erityyppisiä, ja valikoimasta löytyy erityyppisiin näytöksiin vaihtoehtoja, joita kannattaa tutkia rauhassa.

Kun mallien lukumäärä on valittu, voidaan tehdä lavasuunnitelma. Tässä otetaan huomioon mahdolliset screenit, lavasteet ja musiikki, sekä muotinäytöksen pituus. Musiikki voi olla joko yksi pitkä äänimaisema, tai vaihtuvia musiikkikappaleita. Lavastuksella ja musiikilla tuetaan valittua teemaa ja luodaan tunnelmaa. Mikäli käytössä on screeni, ei välttämättä muita lavasteita tarvita. Musiikki ja lavalla tapahtuva toiminta synkronoidaan toimimaan saumattomasti yhdessä. Draamaa muotinäytökseen saadaan lisää esimerkiksi mallien meikillä, joka voi olla hyvinkin taiteellinen, tai sitten pelkkä kaunistava asuun sopiva meikki. Kampaukset suunnitellaan sopimaan muotinäytöksen teemaan ja tyyliin. Huomion arvoista on myös varata tarpeeksi aikaa toteuttaa kampaukset ja maskeeraus.

Pukeutumis- ja sovitustiloille on hyvä varata tarpeeksi tilaa. Koska usein meikit ja kampaukset tehdään samoissa tiloissa, tulisi tuotteiden suojaamiseen esimerkiksi hiuslakalta kiinnittää huomiota. Itse näytöksessä käytetään pukeutumisliinoja, jotka laitetaan mallien pään ja kasvojen ympärille vaatteiden suojelemiseksi meikkitahtoilta. Pukeutumistilasta suunnitellaan reitti, jota mallit käyttävät siirryttäessä näytöslavalle

ja takaisin. Pukeutumistiloihin hankitaan tarvittavia tuotteita ja työvälineitä sekä tarvikkeita tarpeeksi ja mieluummin liian paljon kuin liian vähän jos mahdollista.

Koreografia ja mallien kävelyreitit suunnitellaan siten, että tuotteet näkyvät hyvin katsojille ja ovat tarpeeksi pitkään lavalla. Pysähdykset ja käännökset antavat yleisölle aikaa katsoa malleja. Näytöstä kannattaa harjoitella etukäteen. Mikäli mahdollisuutta tähän ei ole, tulee koreografiasta suunnitella mahdollisimman yksinkertainen ja helppo opettaa malleille nopeasti. Jos taas harjoittelulle on mahdollisuus, voi koreografioita olla useampiakin ja ne voivat olla monimutkaisempia.

Monissa kaupallisissa muotinäytöksissä käytetään juontajaa, joka selostaa muotinäytöksessä käytettävistä tuotteista katsojalle kiinnostavia yksityiskohtia. Itsestäänselvyyksiä on turha mainita, kuten vaatteiden väri tai malli. Juonnossa voidaan myös avata kauden muotitrendejä. Juontaja ei ole kuitenkaan pakollinen, mikäli tarvittava informaatio näkyy screenillä tai käytössä on ohjelmalehtinen, joka selostaa muotinäytöksen kulkua esimerkiksi teatterissa totutulla tavalla. Lavan ja catwalkin ei tarvitse välttämättä olla perinteisen mallisia, vaan tässäkin luovia päätöksiä voidaan tehdä resurssien mukaan. Valaistus ja tehosteet, kuten savu mietitään niin, että tuotteet tulevat edukseen. Katsojien sijoittelu kannattaa suunnitella niin, että taaempanakin olevat näkevät muotinäytöksen.

Muotinäytös on hyvä rakentaa niin, että sillä on selkeä alku ja vahva lopetus. Näin saavutetaan kerronnallisesti järkevä kokonaisuus, joka on mielenkiintoinen katsojalle. Muotinäytös voidaan päättää esimerkiksi marssittamalla kaikki mallit jonossa lavalle, tai vaihtoehtoisesti, erityisen näyttävään asukokonaisuuteen. Molempia keinoja käytetään myös yhdessä. Muotinäytöksen jälkeen tuotteet palautetaan yrityksille ja muistetaan kiittää yhteistyökumppaneita vähintään sähköpostilla. Tapahtuma on myös hyvä käydä läpi yhteistyökumppaneiden kanssa jälkikäteen, jotta mahdollisessa seuraavassa projektissa voidaan välttää edellisissä tehdyt virheet.

6.1 Yhteistyö myymälöiden kanssa

Yksi tärkeimmistä sidosryhmistämme projektissa olivat myymälät, koska ilman heitä ei olisi ollut koko muotinäytöstä. Aloitimme projektin myymälöiden rekrytoimisella mukaan muotinäytökseen. Kanssamme myymälöitä rekrytoimassa oli KyAMK:n

markkinoinnin opiskelija Joonas Tallniemi, josta oli suuri apu Kotkan tuntemuksensa vuoksi. Samalla teimme Kotkan Kauppatie ry:n toimintaa tunnetuksi ja pyrimme keräämään yhdessä Tallniemen kanssa jäseniä Kotkan Kauppatie ry:lle. Sitä kautta pyrimme rekrytoimaan muotinäytökseen osallistuvia myymälöitä toimintaan mukaan sekä viestitimme toiminnan merkitystä myymälöiden keskinäiselle yhteistyölle. (Vallo & Häyrinen 2012, 29.)



Fashion Night & Culture

NYT ON LOISTAVA TILAISUUS SAADA NÄKYVYYTTÄ JA TUNNETTAVUUTTA SEKÄ ESITELLÄ OMAA SYKSYN TRENDIKÄSTÄ MALLISTOA KOKO KOTKAN FASHION NIGHT -TAPAHTUMASSA 6 - 8.9.2013 OSALLISTUMALLA FASHION NIGHT -MUOTINÄYTÖKSEEN.

MUOTINÄYTÖS ON TORILLA TELTASSA 6.9 KELLO 19 - 19.30

150 € (+ALV)	300 € (+ALV)	MUKANA
- MALLI -PAKETTI	- MALLI -PAKETTI	<i>Kotkan Kauppatie</i>
- MUOTIPASSI	- MUOTIPASSI	INFO@KOTKANKAUPPATIE.FI
- NÄKYVYYTTÄ	- TUPLA NÄKYVYYTTÄ	044 344 0182
SCREENEILLÄ	SCREENEILLÄ	
	- STÄNDI PAIKKA	
	TELTA	
	- STYLISTI OPISKELIJOITA	
	STAILAAMAAN (?)	

LISÄTIETOJA ANTAVAT JANNA.TOIVARI@STUDENT.KYANK.FI
050 522 0785

MINNIINA.MIESKOLAINEN@GMAIL.COM
044 0646 644



Kuva 1: Myymälöiden rekrytointi-flyer. (Janna Toivari, 2013)

Ensimmäiseksi teimme flyerin, jonka lähetimme sähköpostilla kaikille kotkalaisille myymälöille saatteena asiallemme. Flyerista ilmeni selkeästi, mistä oli kyse ja milloin tapahtuma on. Tavallisuudesta poikkeavasti tämän vuotinen muotinäytös oli maksullinen ja tarjolla oli kaksi erihintaista pakettia. Myymälä sai 150 eurolla mallit ja näkyvyyttä screenillä sekä tarjosimme muotipassia, jota ei toteutettu kuitenkaan tänä vuonna. Vaihtoehtoisesti 300 eurolla myymälä sai samat edut sekä ständipaikan teltassa ja tuplasti screeni-aikaa sekä mahdollisesti stylisti-opiskelijoita stailaamaan myymäläänsä asiakkaita.

Seuraavaksi teimme soittokierroksen kaikkiin myymälöihin ja kerroimme asiamme ja sovimme tapaamisaikoja niihin päiviin, joiha olimme Kotkassa. Samalla lähetimme flyerin uudestaan, koska usealta myymälältä se oli jäänyt huomaamatta. Valitettavasti kovinkaan moni myymälä ei ollut vielä huhtikuussa kiinnostunut asiasta. Ilmeisesti monikaan myymälä ei ollut vielä valmis näin aikaisessa vaiheessa sitoutumaan syksyn muotinäytökseen osallistumiseen. Aihe tuntui heistä liian kaukaiselta.

6.1.1 Myymäläkierros

Teimme ensimmäisen myymäläkierroksen 14–15.5.2013, jonka jälkeen kävimme satunnaisesti vielä epävarmoilta myymälöiltä kyselemässä muotinäytökseen osallistumisesta Kotkassa ollessamme. Ensimmäisenä päivänä kiersimme kivijalkamyymälät ja seuraavana keskityimme kauppakeskus Pasaatiin myymälöihin. Materiaaleina meillä oli flyer (kts. kuva 1), kuvia valitsemastamme mallitoimiston malleista (Clamos) sekä Kotkan Kauppatie ry:n liittymislomakkeita.

Tapahtumamarkkinointi mielletään kuuluvaksi suhde - ja tiedotustoimintaan. Siksi tapahtumamarkkinoinnilla ei ole aina selkeitä tavoitteita. Tapahtuman ajatus parhaimmillaan oli ihmisten syvimpiin tunteisiin vaikuttamista ja menekinedistämistä sekä suhde- ja tiedotustoimintaa. Tavoitteenamme oli tehdä muotinäytöksestä mieleenpainuva, laadukas ja antoisa paketti kaikille osapuolille. (Vallo & Häyrynen 2012, 27–28.)

Vastaanotto myymälöissä oli vaihtelevaa. Toisilta tuli ehdoton ei heidän kuuntelematta asiaa sen enempää, toiset päättivät harkita asiaa, mutta harva lähti saman tien mukaan muotinäytökseen. Myymälöiden rekrytointi muotinäytökseen mukaan oli yksi isoimmista osa-alueista muotinäytöksemme onnistumisen kannalta. Siksi meidän oli tärkeä ohjeistaa myymälöitä ilmoittautumisesta. Heidän tuli myös tietää, mistä muotinäytöksessä oli kyse; teemasta, näytöksen pituudesta, mallien määrästä ja sisääntuloista. Valitettavasti myymälöiden hitaan reagoinnin vuoksi, emme pystyneet vastaamaan aivan kaikkiin kysymyksiin vielä rekrytointivaiheessa. (Vallo & Häyrynen 2012, 133.)

Tavaratalokierroksen teimme 22.5.2013, sekä kävimme vielä varmistamassa Via Maren kiinnostuksen. Näiden kierrosten jälkeen olimme saaneet varmistettua Halosen, Vilan, Jim & Jill:in, Vero Modan, Jack & Jonesin, KappAhl:in, Via Maren ja Anttilan osallistumisen muotinäytökseen, joista jokainen lähti mukaan 150 euron paketilla. Loppukesän aikana mielenkiintonsa muotinäytökseen osallistumisesta osoittivat Sokos, Prisma ja California sekä Zatza, myös 150 euron paketilla.

Sokoksen kanssa oli myös pieniä väärinkäsityksiä tiedonkulun suhteen. Heidän mielestään he eivät olleet saaneet tietoa tarpeeksi muotinäytökseen liittyen. Tieto Sokoksen mukaan tulemisesta tuli meille vasta muutama viikko ennen muotinäytöstä, joten emme valitettavasti olleet tiedottaneet heitä ajoissa. Myös sähköpostiosoitteet, jotka meille annettiin Sokokselle ja Prismalle, olivat osoitettu väärille henkilöille. Onneksi tiedot lähetettiin eteenpäin oikeille henkilöille lopulta ja tiedotus sujui.

Tavoitteenamme oli saada kymmenen myymälää muotinäytökseen mukaan ja onnistuimme ylittämään itsemme siinä, sillä saimme 12 myymälää kiinnostumaan ja osallistumaan muotinäytökseen. Yksi toteutuneista uhkakuvista oli myymälä, joka ei ollut ensin kiinnostunut näytöksestä. Yrittäjä kiinnostui siitä vasta hetki ennen tapahtumaa ja hankki omatoimisesti mallit muotinäytökseen. Meidän ei auttanut muu kuin ottaa mallit mukaan, tosin meidän ehdoillamme. Emme olleet rekrytoinnin jälkeen enää yhteydessä kyseisen myymälän edustajaan, koska oletimme, että hän ei ole muotinäytöksestä kiinnostunut. Kuulimme Kotkan Kauppatie ry:n kautta asiasta, joten otimme siinä kohtaan myymälään uudelleen yhteyttä ja selvitimme asian. Myymälän edustaja oli siinä mielikuvassa, että hän oli koko ajan ollut muotinäytöksessä mukana. Väärinkäsityksiltä ei voitu siis välttyä, puolin ja toisin.

6.1.2 Tuotteiden haku ja palautus

Anttilan ja Prisman tuotteet haimme autolla, koska ne sijaitsivat kauempana keskustasta. Muiden liikkeiden tuotteiden haku sujui nopeasti, koska myymälät sijaitsivat kauppakeskus Pasaatissa. Tuotteet autosta ja kauppakeskus Pasaatin myymälöistä kuljetimme rullakoilla, joita saimme useamman lainaan kauppakeskus Pasaatista. Veimme tuotteet hakupäivänä yön yli säilytettäväksi kauppakeskus Pasaatista saamaamme takatilaan, josta tuli seuraavana päivänä sovitus-, kampaus- ja meikkaushuoneemme sekä taukopaikka avustajillemme.

Ennen tuotteiden hakua pyysimme kutakin myymälää kirjamaan lainaan haetut tuotteet, jotta kaikki tuotteet palautuisivat vielä muotinäytöksen jälkeen oikeisiin myymälöihin. Pyysimme myös kopiot niistä meille, jotta itse pysyisimme tuotteiden määrästä perillä sekä meidän olisi helppoa näytöksen jälkeen tarkistaa kaikki tuotteet ennen myymälöihin palautusta. Meillä oli myös erillinen tuotteiden kirjaamiskaavake (liite 1) myymälöille, jotka eivät olleet itse kirjanneet tuotteita muistiin. Näytöspäivänä kuljetimme samoissa rullakoissa tuotteet näytöksen aikaiseen pukeutumistilaamme, josta sitten suoraan näytöksen jälkeen veimme tuotteet myymälöihin takaisin.

Listoista oli selkeä nähdä, mitä mistäkin myymälästä meille oli tullut ja tuotteet oli helppo ja nopea palauttaa. Pukijamme palauttivat tuotteita sitä mukaan näytöksen jälkeen, kun olimme yhdessä tarkistanee, että kaikki tuotteet ovat kulloisenkin myymälän kohdalla kunnossa. Anttilan ja Prisman tuotteet palautimme itse seuraavana päivänä muotinäytöksen jälkeen. Tuotteiden palautus sujui hyvin ja vain yksi kenkäpari oli joutunut väärään paikkaan, mutta se löytyi jo samana iltana toisen myymälän tuotteiden seasta. Myös Californian yksi asukokonaisuus oli unohtunut palauttaa, mutta onneksi asia saatiin hoidettua seuraavana päivänä kuntoon.

6.2 Mallit

Päätimme käyttää muotinäytöksessä ammattimalleja näytöksen haastavuuden vuoksi. Aloitimme ottamalla selvää mallitoimistoista Kymenlaakson alueelta myös minimoidaksemme mahdolliset matkakulut. Onnistuimme kuitenkin löytämään vain yhden mallitoimiston, joka toimii kyseisellä alueella, joten laajensimme etsinnät kattamaan koko Etelä-Suomen.

Kotkassa sijaitsevan Pasaatin kauppakeskuspäällikkö suositteli meille Clamos-mallitoimistoa, jonka kanssa hänellä oli positiivista työskentelykokemusta. Löydetyämme kolme soveliasta toimistoa tutustuimme kunkin mallitarjontaan verkkosivujen kautta, jossa oli saatavilla mallien portfoliot. Mallitoimistot olivat Facemaker, joka oli Kouvolassa toimiva yritys sekä Clamos ja Promodel, jotka toimivat pääkaupunkiseudulla. Lähetimme tarjouspyynnöt toimistoille koskien kymmentä mallia, joista kolmen tuli olla miehiä. Loput olivat naismalleja.

Vastaanottamistamme tarjouksista paras tuli Clamokselta, jolla oli hyvä hinta laatusuhde verrattuna kahteen muuhun toimistoon. Facemaker olisi ollut edullisin vaihtoehto, mutta olimme yksimielisiä siitä, etteivät toimiston listoilla työskentelevät mallit vastanneet sitä tyyliä, mitä haimme. Valinnan puolesta puhui myös Clamos Studion toimiston hyvä maine.

Hyväksytyämme tarjouksen saimme kuvat ja nimilistan käytettävissä olevista malleista (liite 2). Kuviin oli liitettyä mallin ikä, pituus sekä suurpiirteinen vaatekoko. Valitsimme listasta työhön sopivimmat mallit, ja tärkeimpinä kriteereinämme olivat riittävä pituus sekä arvioitu muuntautumiskyky. Näytösmallille on tärkeää olla pitkä, jotta vaatteet näyttäisivät parhailta mahdollisilta. Mallien on myös oltava stailattavissa monipuolisesti edustamaan eri tyylejä. Yhdestä kuvasta on vaikea päätellä henkilön todellista olemusta puhumattakaan kävelytaidoista, mutta luotimme toimiston arvioon mallien osaamisesta. Paras tapa valita mallit olisi luonnollisesti ollut castingtilaisuuden järjestäminen, mutta johtuen opinnäytetyön tekijöiden työtilanteesta sellaista ei tässä tapauksessa ollut mahdollista toteuttaa. Päätettyämme malleista pyysimme toimistolta mallien mitat, joihin kuuluivat rinnan, vyötärön ja lantion mitat, vaatekoko sekä kengännumero vaatteiden valintaa varten.

Kolme viikkoa ennen näytöstä huomasimme tarvitsevamme muotinäytökseen vielä yhden miesmallin ja päädyimme kysymään tehtävään erästä yhteistä ystäväämme, joka suostuikin. Hänen valintaansa esiintymään ammattimallien kanssa puolsi aikaisempi näyttämökokemus ja sopiva pituus. Myymälöistä Californialla oli omat mallinsa, koska oli tapahtunut pieni väärinkäsitys. Kuulimme vasta muutamaa viikkoa ennen muotinäytöstä, että myymälä oli päättänyt osallistua muotinäytökseen ja hankkinut omat mallinsa.

6.3 Näytösjärjestys ja musiikki

Myymälöiden sisääntulojärjestys päätettiin sen pohjalta, missä suhteessa kullakin myymälällä oli miesten vaatteita suhteessa naisten vaatteisiin, sillä miesmalleja oli vain neljä. Tämä päätös oli pakollinen, sillä miesmallit eivät olisi muuten ehtineet vaihtaa vaatteita ennen seuraavaa sisääntuloaan. Siitäkin huolimatta malleille tuli kiire. Halonen oli poikkeus, koska halusimme näytöksen päätösnumeroksi juhlavimman kokonaisuuden, mitä liikkeillä oli tarjota.

Musiikit valitsimme korostamaan kunkin myymälän imagoa ja tuotteita, jolloin asiakas pääsisi paremmin tunnelmaan, jossa olisi halukas ostamaan tuotteita. Musiikin lajityypit vaihtelivat instrumentaali- ja popkappaleista rockiin, eivätkä edustaneet aivan ajankohtaisia listahittejä. Valitsimme kappaleita, jotka olivat varmasti tuttuja suurimmalle osalle muotinäytöksen katsojista samaistumisen tunteen korostamiseksi.

	Myymälä?	Musiikki
1	California	Bastille: Pompeii
2	Anttila	Michael Buble: Feeling good
3	Vila	Olly Murs: Heart skip a beat
4	Prisma	PH elektro: Englisman in New York
5	Jack & Jones	Ram Jam: Black Betty
6	Vero Moda	Tegan & Sara: Closer
7	KappAhl	Bastille: Things we lost in fire
8	Jim & Jill	Emeli Sandee: Next to me
9	Viamare	Killers: Mister bright sight
10	Sokos	Baseballs: Umbrella
11	Halonen	The Piano Guys: Titanium
12	Minni & Janna	Fun: Some Nights
13	Zatza, kengät	

Taulukko 1: Muotinäytöksen myymälöiden catwalk -järjestys ja musiikki.

Taulukosta 1. näkyy myymäläjärjestys näytöksen aikana ja myymälöille valikoidut musiikkikappaleet. Poikkeuksena Zatzalta oli saatu kengät useammalle myymälälle. Halosella, Sokoksella ja Prismalla oli oman myymälän kengät. Myymälät olivat tyytyväisiä heille valikoituihin musiikkikappaleisiin ja kokivat musiikkikappaleet heidän myymäläänsä kuvaavina.

6.4 Sisääntulojärjestys muotinäytöksessä

Jokaiselle myymälälle oli laskettu neljä mallia ja kaksi sisääntuloa. Mallien kierto perustui alun perin täyden ympyrän kiertävään kaavaan, jolloin kaikki saivat olla lavalla suunnilleen saman verran ja ehtivät vaihtaa vaatteet. Vaihdoissa kohtasimme kuitenkin haasteita, sillä jotkin asuista olivat monimutkaisempia pukea kuin toiset. Mallien

sisääntulojärjestyksistä päätettyämme saimme myös konkreettisesti selvää siitä, mitkä mallit tulevat millekin myymälälle. Lähetimme kunkin myymälän malleista kuvat myymälöille. Osa myymälöistä oli kuvien perusteella tehnyt jo oman sisääntulojärjestyksen, joten jouduimme muokkaamaan omaa sisääntulojärjestystä. Järjestys muuttui myös muutama kertaan, koska olimme unohtaneet muutaman myymälän kohdalla, että heillä oli miesten mallisto, emmekä voineet enää lähteä muuttamaan koko järjestystä, koska muiden kohdalla asiat oli suunniteltu jo valmiiksi.

Myymälä?	1. Malli	2. Malli	3. Malli	4. Malli
California	Oma	Oma	Oma	Oma
Anttila	Eljas Johansson	Mette Nenonen	Aleksi Keijama	Frida Mizer
Vila	Eleonoora Holopainen	Emilia Lanu	Heini Salmi	Sonja Lammi
Prisma	Eljas	Noora Alho	Aleksi	Mette
Jack & Jones	Vesa Markkanen	Sami Toiviainen	Eljas	Aleksi
Vero Moda	Frida	Eleonoora	Emilia	Heini
KappAhl	Sami	Mette	Noora	Sonja
Jim & Jill	Aleksi	Heini	Eleonoora	Emilia
Viamare	Frida	Sonja	Vesa	Noora
Sokos	Sami	Emilia	Eljas	Eleonoora
Halonen	Heini	Sonja	Noora	Mette
Minni & Janna	Eleonoora			
Zatza, kengät				

Taulukko 2: Mallien sisääntulojärjestys.

Yllä olevasta taulukosta näkyy mallit, jotka valitsimme kullekin myymälälle ja heidän järjestyksensä muotinäytöksen aikana catwalkilla. Californian sijoitimme omine malleineen ensimmäiseksi, koska emme halunneet takatiloihin ylimääräisiä ihmisiä pyörimään, sillä tilamme oli rajoitettu. Jokaisen mallin yhden asun laskettu aika lavalla ja catwalkilla oli noin minuutti ja koko muotinäytöksen kestoksi tuli noin 24 minuuttia.

6.5 Pukijat

Puvustajat saimme KyAMK:n keväällä 2013 aloittaneista designer-stylisti opiskelijoista. Lähetimme sähköpostia muotinäytökseen osallistumisesta koulun sähköpostijärjestelmän kautta kaikille ensimmäisen ja toisen vuoden designer-stylisteille sekä

lehtori Esko Ahola tiedotti opiskelijoille avustajien / puvustajien tarpeesta. Puvustajina meillä toimi: Salla Ceder (oikea kätemme), Henna Heikkilä, Paula Jaako, Anette Jääskeläinen, Noona Karttunen, Päivikki Leinonen, Sanna Luhaniemi, Anna Tarvainen ja Josefina Tiala.

Puvustajien tehtäviin päivän aikana kuuluivat mallien vaatteiden sovitukset, huonosti istuvien vaatteiden vaihto ja haku, kengän pohjien teippaus, infojen kiinnitys takaloihin ja tuotteiden ylöskirjaaminen (Zazta, Via Mare, Jim & Jill), joilta puuttui listat. He myös palauttivat näytöksen jälkeen vaatteet ja tarkistivat, että kaikki tuotteet ovat tallessa.

Näytöksen aikana puvustajien oli puettava ja riisuttava vaatteet malleilta nopealla tahdilla sekä huolehdittava, että oikea malli oli valmis oikeaan aikaan. Heidän oli myös ennakoitava vaihtojen sujuvuus ennen muotinäytöstä avaamalla kengännauhat ja vetoketjut sekä korujen lukot, ja tehdä kaikki se, mikä helpotti pukeutumista muotinäytöksen aikana.

6.6 Maskeeraajat

Maskeeraajat saimme KSAO:n kautta Minna Parkon oppilaista. Parkkoon olimme myös yhteydessä sähköpostitse, jotta saimme alkutiedotteet eteenpäin. Maskeeraajina meille toimivat: Reetta Pilli, Linda Rantoja, Suvi Salminen, Jasmina Vottonen ja Saara Zuli-Huuhtanen. Maskeeraajat meikkasivat mallimme toiveidemme ja ajatustemme mukaan.

Olimme kaikkiin avustajiin yhteydessä projektin ajan Facebook-yhteisömme avulla, jolla saimme kaiken tiedon kaikille niille, joille pitikin ja kaikki pysyivät projektissa ajan tasalla. Tapasimme avustajat viikkoa ennen Fashion Night -tapahtumaa hyvässä hengessä ja kerroimme, mistä on kyse ja mitä me heiltä odotamme ja kyselimme myös heidän omia odotuksiaan ja halujaan.

6.7 Asut ja stailaus

Muotinäytöksen toteutuksen kannalta oleellista oli valita asut ja stailata ne. Rekrytointivaiheessa kerroimme myymälöiden edustajille, että jos heidän ei ole mahdollista valita itse asuja, me voimme myös sen tehdä. Moni oli hyvillään tästä, koska heidän ei tarvinnut käyttää omia resurssejaan tähän. Lähetimme jokaiselle myymälälle heidän malleistaan kuvat ja mitat ennen kuin lähdimme valitsemaan ja hakemaan asuja. Kaiken kaikkiaan myymälöitä lähti mukaan 12 ja asukokonaisuuksia oli yhteensä 44.

Asut valittiin vasta 2.9.2013 ja haettiin pukeutumistiloihimme 5.9.2013, koska tuotteet eivät voineet olla liian kauan poissa myynnistä. Muotinäytöksen tuotteet olivat tämänhetkistä myyntitavaraa myymälöille. Kävimme kuitenkin valitsemassa ja katsomassa asut suhteellisen aikaisessa vaiheessa muotinäytöstä ajatellen, koska rakensimme screenshowmme (liite 3) asujen ympärille. Valokuvasimme 2.9.2013 kierroksella jokaisen asukokonaisuuden (liite 4) ja piirsimme joka asusta nopeat skissit (kuvat 2-12) screenshowta varten. Skissejä oli hyvä käyttää myös takatilan seinällä, josta jokainen näki asukokonaisuudet ja asujen tyylin. (Everett & Swanson 2004, 122.)

Sokos, KappAhl, Vila, Vero Moda, Jack & Jones ja Jim & Jill valitsivat asukokonaisuutensa itse. Näiden kohdalla meille jäi vain huolehdittavaksi tavaroiden hakeminen ja palautus sekä vaatteista huolehtiminen muotinäytöksen ajan. Halosella, Califoniassa ja Via Maressa teimme yhteistyötä asukokonaisuuksien etsimisessä. Anttilassa, Prismassa ja Zatzassa saimme täysin vapaasti etsiä vaatteet ja kengät muotinäytökseen.



Kuva 2: Californian tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Californian tuotteet olivat arvokkaita luksusmerkkejä ja myymälässä oli kutakin tuotetta vain muutamia kappaleita myynnissä. Californian kanssa etsimme tuotteet yhdessä. Ennen myymälään menoamme he olivat jo itse valinneet osan tuotteista, jotka he halusivat tuoda muotinäytöksessä esiin. Apua he lähinnä tarvitsivat ja halusivat siinä, että mikä vaate sopii toisen vaateen kanssa yhteen sekä asusteiden valinnassa.



Kuva 3: Anttilan tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Anttilassa etsimme tuotteet itsenäisesti. Myymälävastaava kävi sen verran tiedottamassa, mitkä olivat heidän päätuotteitaan, joista olisi hyvä rakentaa heidän muotinäytösosionsa. Tuotteet löytyivät yllättävän hyvin ja olimme tyytyväisiä kokonaisuuksiin, jotka sieltä keräsimme. Ennen kuin otimme vaatteet ja kengät mukaamme hyväksytimme ne myymälävastaavalla.



Kuva 4: Vilan tuotteet . (Minniina Mieskolainen, 2013)

Vila oli itse valinnut tuotteensa. Ainoa asia, josta Vilan myyjät kysyivät meiltä mielihoidettua ja neuvoa, oli että kumpi vaihtoehdoista housuista olisi parempi syksyn muotinäytökseen (kuva 4, toinen asukokonaisuus). Vilassa käynti sujui hyvin nopeasti.



Kuva 5: Prisman tuotteet. (Minniina Mieskolainen ,2013)

Prismassa valitsimme tuotteet itse ja hyväksyimme ne sitten myymälävastaavalla. Prismasta löytyi myös tyylikkääitä kokonaisuuksia ja yhdistelmiä asukokonaisuuksiin. Prisman mallien kengät tulivat myös Prismasta, koska heillä oli niitä kattava valikoima. Huono asia oli se, että vaatteissa oli kokoja enää vähän jäljellä ja vaikeutti näin vaatteiden valintaprosessia.



Kuva 6: Jack & Jonesin tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Jack & Jones oli itse valinnut tuotteet ja kengät malleilleen. Ensimmäisen asun kokoja joutuimme vielä hakutilanteessa vaihtamaan, koska Vesa Markkanen oli tullut näyttökseen malliksi myöhemmin mukaan, eikä meillä ollut hänen kokoaan tiedossa. Tuotteet oli jaoteltu selventävästi kenelle mikäkin asukokonaisuus oli tarkoitettu.



Kuva 7: Vero Modan tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Vero Modalla ja Jack & Jonesilla oli sama visualisti, joten Vero Modassakin he valitsivat tuotteet itse. Jälkeenpäin Vero Moda ja Jack & Jones olivat tyytyväisiä näyttökseen, koska nahkatakki, joka oli mallilla yllä näyttöksessä, myytiin loppuun. Tuotteet oli myös hyvin nimikoitu malleille meitä varten.



Kuva 8: KappAhlin tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

KappAhl valitsi myös tuotteensa itse. Heillä oli tehty tuotteiden listaus, nimikointi ja jaottelu malleille erityisen hyvin. Olimme alkuun valinneet KappAhlille neljä naismallia, mutta onneksi myymälävastaava otti meihin yhteyttä asian tiimoilta ja saimme vielä vaihdettua hänen haluamansa miesmallin.



Kuva 9: Jim & Jillin tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Jim & Jill valikoi tuotteensa itse ja esitti muutaman erityistoiveen. Yhteen asukokonaisuuteen kuului pipo, joten mallilla oli oltava hiukset päänmyötäisesti kiinni. Valittavasti kampaajamme unohti tämän ja kyseiselle mallille tuli väärä kampaus, mutta onneksi asiasta ei tullut loppujen lopuksi mitään ongelmaa.



Kuva 10: Via Maren tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Via Maren tuotteet olivat arvokkaita, joten heidän tuotteitaan tuli kohdella äärimmäisen varovasti näytöksen aikana. Via Mare oli mielestämme haastavin myymälä tuotteiden suhteen. Valitsimme tuotteet yhdessä myymälävastaavan kanssa. Kävimme 2.9 jo puhumassa ja valitsemassa tuotteet hänen kanssaan, mutta päivää ennen näytöstä Sari Puhilas soitti meille ja kertoi, että Via Maren yrittäjä haluaa nähdä mallinsa ennen muotinäytöstä. Meillä oli siinä vaiheessa päivät varattu täyteen muotinäytökseen liittyvää toimintaa ja malleille oli kerrottu, että heitä tarvitaan vasta 6.9 perjantaina.

Saimme sovittua yrittäjän kanssa, niin että toinen meistä saapuisi Via Maren mallien kanssa muotinäytöspäivänä ensimmäisen harjoituksen jälkeen myymälään. Muut jäivät maskiin ja kampaajien käsittelyyn sillä välin. Myymälässä yrittäjä vielä vaihtoi asukokonaisuuksia ja pohti useampaan otteeseen mitä hän halusi tuoda muotinäytöksessä esiin ja valitti ajankäytön vähyyttä. Vaikka olimme jo keväällä aloittaneet myymälöiden rekrytoimisen, ilmeisesti kaikki myymälät eivät olleet varautuneet ja valmistuneet tarpeeksi ajoissa muotinäytökseen.

Toki ymmärrämme pienyrittäjän arkea ja sitä kautta näkyvyyden taattua saamista muotinäytöksessä. Hänellä oli epävarmuutta tuotteidensa näkyvyydestä ja siitä onko hänen järkevää lähteä mukaan muotinäytökseen, jos se ei tuota hänelle halutunlaisia tuloksia eli asiakasvirtoja. Mallit hän halusi nähdä etukäteen, jotta hän näkisi kuinka valitsemamme tuotteet istuisivat mallien päälle, vaikka kerroimme hänelle tulevamme kyllä itse vaihtamaan tuotteet sovituksen jälkeen, jos ne olivat huonosti istuvia. Yrittäjä halusi itse varmistaa näin täydellisen istuvuuden vaatteiden suhteen sekä sen, että kantavatko mallit juuri ne tuotteet niin arvokkaasti kun hän halusi.



Kuva 11: Sokoksen tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Sokoksen kanssa meidän piti valita tuotteet yhdessä, mutta myymälään saapuessamme he olivatkin jo valinneet tuotteet itse. He olivat käsittäneet, että saavumme mallien kanssa kyseisenä päivän sovittamaan tuotteet. Sokokselta saimme onneksi yhden rekin lainaan vaatteiden kuljetusta varten, joka helpotti myös muiden myymälöiden tuotteiden hakemista.



Kuva 12: Halosen tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Halonen oli ensimmäinen muotinäytöksestä kiinnostunut myymälä ja meihin aktiivisessa sähköpostiyhteydessä alusta asti. Haloselle saapuessamme myyjättäret olivat innoissaan näytöksestä ja esittelivät sesongin uutuuksia meille. Etsimme tuotteet yhdessä heidän suosituksiensa pohjalta. Saimme aikaan näyttävät asukokonaisuudet muotinäytöksen loppusuudelle.

6.7.1 Maskeeraus

Teimme moodboardit ja esityskuvat kummastakin meikkisuunnitelmasta, jotta maskeeraajien oli helpompi toteuttaa toiveemme ja ajatuksemme. Ensimmäinen maskeeraussuunnitelma oli tumma sovellettu smokey eye-silmämeikki yhdistettynä heleän vaaleisiin ja neutraaleihin huuliin. Rajaukset olivat kissamaisia, häivytettyjä ja liioiteltuja, jotta silmät korostuisivat. Näytösmeikkihän saa olla vahva, näkyvä sekä huomiota herättävä. Tämä meikki oli mielikuviltaan syksyisen lämminhenkinen. (Everett & Swanson 2004, 158.)



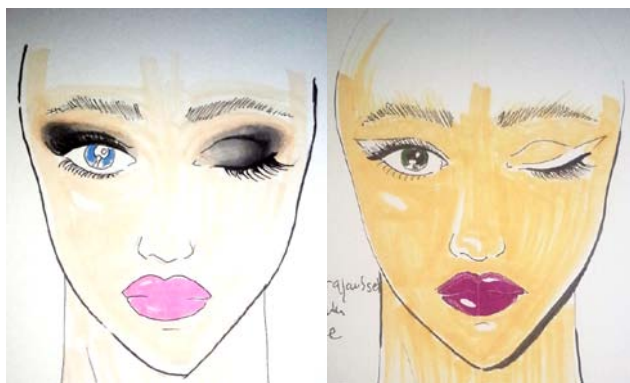
Kuva 13: Moodboard tummasta silmämeikistä. (Janna Toivari, 2013)

Toinen meikkisuunnitelma oli vaaleampi, talven huurteen värittämä. Silmissä oli kissamaiset mustat rajaukset ja rajauksen päällä oli valkoisella luomivärillä tehty vaalea palkkimainen osuus. Huulet olivat voimakkaasti lilaan / viininpunaiseen taittavat. Mielikuva meikistä oli kylmä, pakkasenpurema talven tunnelma.



Kuva 14: Moodboard vaaleasta silmämeikistä. (Janna Toivari, 2013)

Esityskuvat teimme maskeeraajia varten, jotta he osaisivat hahmottaa paremmin, mitä me haluamme maskeeraukselta. Kuvien lisäksi kerroimme, että haluamme korostukset ja varjostukset mallien kasvoille korostamaan kasvojen piirteitä. Näin maskeeraajat saivat selkeät ohjeet, eikä väärinkäsityksiä tullut. Lopulliset näytösmeikkimme onnistuivat todella hyvin.



Kuva 15: Esityskuvat kummastakin meikistä. (Minniina Mieskolainen, 2013)

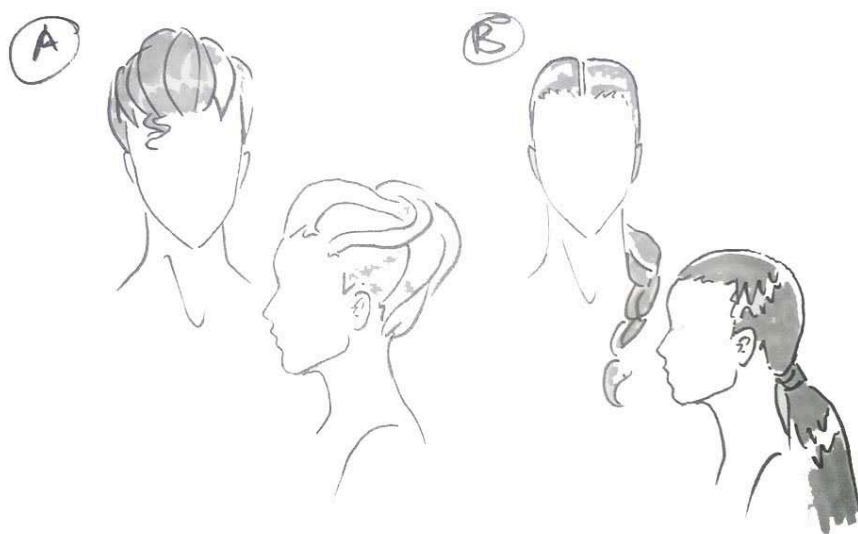
Väreillä on vaikuttava osa muodissa ja sesongin muotivärit ovat kansainvälisiä, vaikkakin kunkin maan kansalliset piirteet vaikuttavat värien käyttöön. Samoja muotivärejä käytetään kosmetiikkateollisuudessa kuin tekstiilialalla kunkin sesongin mukaan. Meikki on vain illuusiota silmille. On olemassa kaunistava ja korjaava meikki sekä roolimeikki (maski), joka soveltuu catwalkille. Meikkisuunnitelmaa tehdessä on myös huomioitava, minkälaisessa valossa meikkiä tullaan käyttämään. (Sinivuori 2000, 193; Vaara 2006, 53, 158.)

Tämän syksyn kuumimpia meikkitreendejä ovat voimakkaat värit, huolettomuus ja meikin helppous. Luumun- ja viininpunaiset huulet ovat trendikkäimmillään utuisesti rajattuna, jos ollenkaan. Silmämeikki saa olla näyttävämpi ja tummempi kuin kesällä sekä rajauksena toimii 90-luvun henkinen ja viistomainen muoto. (Koskinen, 2013.)

Maskeerauksen toteuttamisessa käytimme kahta erilaista maskeeraussuunnitelmaa, koska koreografioita ja hiustyylejä oli kaksi. Naisille ja miehille maskeerattiin kevyet korostukset ja varjostukset kasvoille, jotta kasvojen muodot erottuisivat jo kaukaa ja olisivat kolmiulotteisemmat. Meikkipakin ja meikkausvälineet lainasimme Ky-AMK:lta, ja maskeeraajilla oli omia välineitä mukanaan. (Vaara 2006, 67.)

6.7.2 Kampaukset

Otimme sähköpostitse yhteyttä kotkalaisiin kampaamoihin saamatta kuitenkaan vastauksia heiltä. Ymmärrämme, että keväällä on vaikea suunnitella syksyn menoja, koska se tuntuu olevan kaukana tulevaisuudessa ja pienyrittäjien on hankalampi lähteä mukaan tällaiseen ilman ylimääräistä työvoimaa. KSAO:n kampaaja-opiskelijoihinkaan emme saaneet yhteyttä yrityksistämme huolimatta. Syynä tähän oli varmaankin se, että ajankohtamme rekrytoida opiskelijoita keväällä ei ollut otollinen. Päädyimme julkaisemaan Facebookissa ilmoituksen kampaajien tarpeestamme muotinäytökseen. Sitä kautta saimme vastauksen erään ystävän kautta, joka tunsi Prof-kampaamon omistajan, jota hän suositteli meille. Sen jälkeen otimme suoraan yhteyttä yrittäjään, joka suostui markkinointipalkalla tekemään kampaukset näytökseen. Kampaajia oli yhteensä kolme tekemässä kampauksia, ja kampaamo tarjosi hiustuotteet ja välineet omasta takaa.



Kuva 16: Hiustyylit A ja B. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kampauksiin toivoimme kahta erilaista tyyliä, sillä meikkityylejäkin oli kaksi. Annoimme kampaamolle omaa vapautta suunnitella syksyn trendeihin sopivat kampaehdotukset, jotta työskentely olisi heillekin mielekkäämpää. Kampaustyyli A oli naisellinen punosnuttura hieman kreikkalaiseen tyyliin ja kampaustyyli B tiukasti päänmyötäinen ja kiiltävä niskaan kiinnitetty letti tai poninhäntä.

6.8 Fashion Night & Culture -tapahtuman palkintoasu

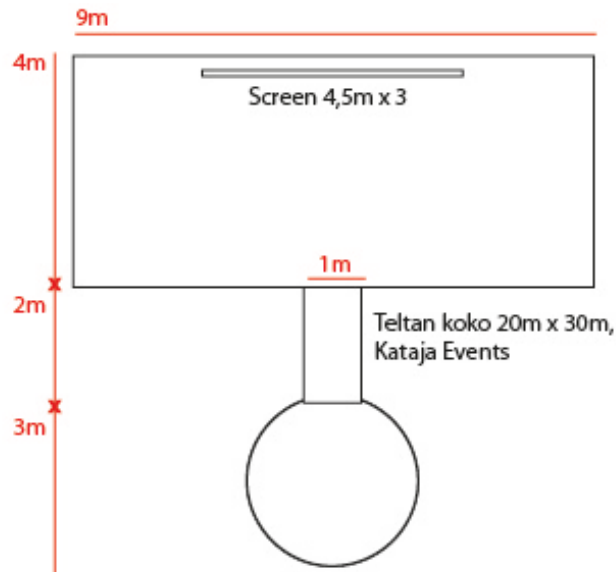
Mietimme pitkään sitä, kuinka saisimme persoonallisempaa otetta näyttökseen. Halusimme myös tuoda monipuolisesti osaamistamme esille, ja päädyimme ehdottamaan Kotkan Kauppatie ry:lle, että suunnittelisimme yhdessä päätösasun näyttökseen. Puvun tuli olla valmistettu korkealaatuisista materiaaleista valmistettu opiskelijatyönä, jolla korostettiin koulutuslinjamme suunnittelupuolta. Kotkan Kauppatie ry:llä kiinnostuttiin tarjouksestamme, ja puvun ympärille suunniteltiin kilpailu, johon pääsi osallistumaan tapahtuman nettisivuilla, jonka palkintona puku oli.



Kuva 17: Palkintoasun suunnitelma. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Suunnittelimme ajattoman A-linjaisen puvun, jonka väljyys kurottiin vyötärölle vyöllä. Näin saimme puvun kokoon säätövaraa. Kampanjan keulakuvaksi valittiin Minniina Mieskolaisen piirroksiset puvusta (kts. kuva 17), ja vaate nähtiin luonnossa vasta näyttöksen päätteeksi (liite 5). Materiaalina oli 100 % silkki ja lasihelmet kirjailussa, joka oli työläin osa vaateen valmistuksessa. Olkaimet ja vyö kiinnitettiin neppareilla, jolloin vaatteeseen sai säätövaraa ja asun voittajalla oli mahdollisuus muokata puvun istuvuutta. Puku onnistui hyvin ja sai kiitosta yleisöltä. Kilpailuun osallistui Internetin kautta 1055 kilpailijaa.

6.9 Catwalk ja lava



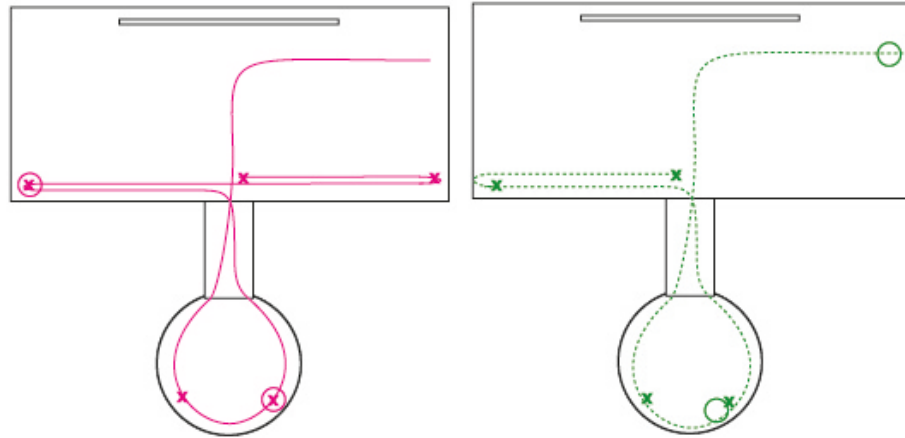
Kuva 18: Lavan ja catwalkin muoto ja mitat. (Janna Toivari, 2013)

Catwalkin takana oleva iso lava lainattiin Kotkan kulttuuritalolta ja lavan koko oli 9 m x 4 m. Palat catwalkkiin saimme Illumitech Finland Oy:n Marko Knuutilan avustuksella. Lava ja catwalk päällystettiin koko tapahtuman ajaksi sähkönsinisellä huopamatolla. Harvoin tila toimii juuri sellaisena kuin sen saa käyttöönsä. Lavan ja ympäristön rakentaminen on tilan, muodon, materiaalien ja värien sekä valojen kanssa työskenteilyä. Kaiken sen, mitä näyttökseen tuleva kuluttaja näkee lavalla, kuvittelee hän kuuluvan näyttökseemme. Me olimme Knuutilan kanssa tiiviissä yhteistyössä ja velvollisia informoimaan hänelle pääpiirteittäin mitä me halusimme lavalta, catwalkilta ja valoilta (Sinivuori 2000, 196 – 197; Vallo & Häyrinen 2012, 140.)

6.10 Koreografia

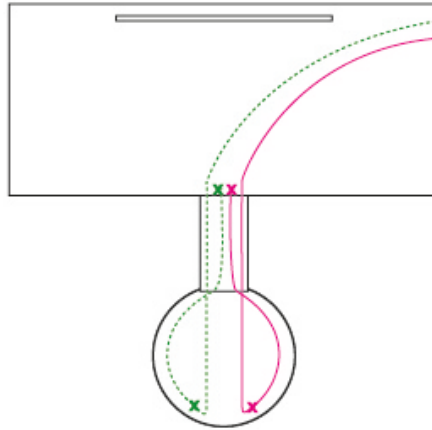
Koreografia oli yksi projektin haastavampia osuuksia. Se piti suunnitteella siten, että ajoitukset menivät oikein screenshown kanssa. Koreografiaa harjoiteltiin useampaan otteeseen kuvitteellisella hiekkaan piirretyllä lavalla, mutta se ei korvannut oikeaa lavaa, jonka näimme vasta tapahtumapäivänä ensimmäisen kerran. Koreografia hioutui vasta silloin lopulliseen muotoonsa. Suunnittelimme kaksi eri koreografiaa etenemään näyttöksessä limittäin, joka toinen malli teki toisen koreografian ja joka toinen toisen, ja kahden mallin kierros päättyi aina mallien yhdessä oloon lavalla samanaikaisesti.

Koska musiikkimme oli nopeatempoista, halusimme myös lavalla tapahtuvan näytöksen menevät ripeällä tahdilla. Siksi malleja oli hetken aikaan kaksi kerrallaan limit-täin. Myös muotinäytösaikamme oli rajallinen, kuten myös mallien määrä, joten oli suunniteltava tarkkaan koreografian toimivuus. Jokaisella myymälällä oli neljä mallia ja asukokonaisuutta ja kaksi sisääntuloa, mikä määritteli koreografiamme.



Kuva 19: Malli 1 (punainen) ja malli 2 (vihreä) kävelyreitti catwalkilla. (Janna Toivari, 2013)

Malli 1:n koreografia aloitti kierroksen ja tämä käveli lavalle kohti keskikohtaa, josta suoraan catwalkille pysähtyen catwalkin pyöreässä osassa vasemmalla reunalla, jonka jälkeen käänös ja oikeaan reunaan. Malli 1:n käännyessä oikeassa reunassa malli 2 lähti jo kävelemään lavalla kohti keskikohtaa, josta suoraan catwalkille pysähtyen catwalkin pyöreässä osassa vasemmalla reunalla, jonka jälkeen käänös ja oikeaan reunaan. Malli 1 käveli catwalkilta lavan vasempaan reunaan ja jäi odottamaan sinne, kunnes malli 2 oli catwalkin pyöreässä osassa tulossa lavalle takaisin päin, käveli malli 1 lavan vasemmasta reunasta oikeaan reunaan pysähtyi siellä ja malli 2 kääntyi catwalkilta vasempaan reunaan ja pysähtyen siellä. Tämän jälkeen he lähtivät kävelemään kohti toisiaan ja pysähtyivät catwalkin alkupäässä poseeraamaan.



Kuva 20: Mallien yhteinen kävelyreitti. (Janna Toivari, 2013)

Tämän jälkeen mallit kävelivät saman reitin. Malli 2 käveli catwalkin vasemmalle reunalle ja malli 1 oikealle. Kummatkin pysähtyivät lavan päässä ja poseerasivat, ja sen jälkeen kääntyivät ulkokautta pyörähtäen catwalkin alkupäähän kävelen ja pysähtyen ja poseeraten viimeisen kerran, ja lähtivät lavalta yhdessä. Malli 1 käveli aina ensimmäisenä, jotta kukaan ei vain vahingossakaan pudonnut kapealta catwalkilta.

Muotinäytöksen loppuksi kaikki mallit saapuivat lavalle niissä asukokonaisuuksissa, joissa viimeiseksi olivat olleet, paitsi kilpailuasua kantava malli, ja asettuivat lavalle puolikaareen. Sen jälkeen saapui malli, jolla oli kilpailuasua ja hän käveli malli 2 koreografian osuuden. Hänen kävellessään catwalkilla muut mallit taputtivat. Kun kilpailuasua oli esittäytynyt, niin me saavuimme juontaja Jukka Hallikaisen kanssa catwalkille julkistamaan kilpailuasun voittajan. (Everett & Swanson 2004, 163.)

6.11 Takatilat ja kalusto

Pasaati tarjosi meille takatilat mallien sovituksille sekä meikille ja kampauksien teolle. Alun perin tilaksi kaavailtiin tyhjää liiketilaa kauppakeskuksen sisältä. Suunnitelmat kuitenkin muuttuivat kyseisen tilan joutuessa toiseen käyttöön. Sari Puhilas tarjosi meille liiketilan sijasta Pasaatin kanssa samassa korttelissa olevaa toimistohuoneistoa, joka sopi käyttöömmme vielä edellistä tilaa paremmin. Huoneisto sijaitsi toisessa kerroksessa ja käytössämme oli hissi, jolla pääsi suoraan ulko-ovelta tilan ovelle helpottaen näin tavaran toimitusta.

Tuotteet työnnettiin rullakoissa suoraan kauppakeskuksen myymälöistä ja kannettiin käsin Pasaatin ulkopuolella sijaitsevista myymälöistä. Toivomuksenamme oli saada rekit tuotteille, mutta koska niitä ei ollut tarjolla kuin yksi, käytimme tarkoitukseen rullakoita, joihin oli kiinnitetty ristikkolevy. Tämä järjestely toimi hienosti, sillä vaikka olisimme saaneet rekkejä, ne eivät olisi mahtuneet hissiin rullakoiden tavoin.

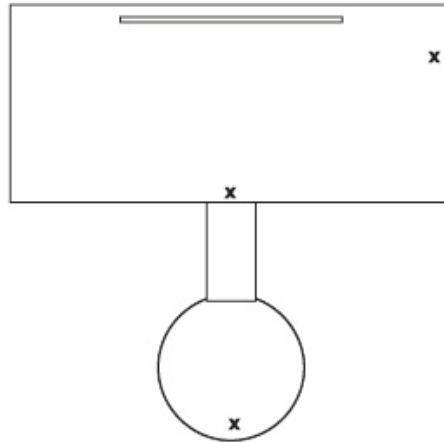
Tiloihin vievän ulko-oven välittömään läheisyyteen sai myös tuotua pakettiauton, jolloin saimme vietyä Prismasta ja Anttilasta haetut tuotteet sekä muun kaluston. Kokovartalopeilit saimme omista varastoistamme ja maskeerausta sekä kampauksia varten palapeilit koululta. Pöydät meille toimitti Kotkan Kauppatie ry ja taittotuolit tarjosi Pasaatin kauppakeskus. Takatiloihin oli myös järjestetty mallien ja avustajien ruokailu. Ruoan ja virvokkeet toimitti torilla toimiva kahvila Paussi. Suuren teltan taakse lavan välittömään yhteyteen pystytettiin pukeutumistila, jossa mallit vaihtoivat asuja näytöksen aikana, ja jonne tuotteet vietiin kenraaliharjoituksiin mennessä.

6.12 Tekniikka

Ennen koko muotinäytöksen suunnittelua, meidän oli hyvä varmistaa, millaisia teknisiä valmiuksia ja mahdollisuuksia meillä oli. Oletuksia näiden asioiden kanssa ei kannattanut tehdä, koska tekniikka oli meille kummallekin tuntemattomampi osa-alue. Valaistuksen avulla näytetään tapahtumia lavalla ja luodaan muotoja sekä se on visuaalisessa ilmaisussa oleellisen tärkeä osuus. Sen avulla myös tuetaan, korostetaan ja täydennetään mallin, maskeeraajan ja stylistien työtä. Valaistuksella saadaan luotua erilaisia tunnelmia ja rytmitettyä näytöksen kulkua. Valon ja varjon yhteisvaikutuksena sekä värien avulla luodaan syvyyteen liittyviä illuusioita. On muistettava, ettei malleihin kohdistu liian kovaa valoa, jotta he eivät häikäisty ja putoa lavalta. Valaistuksen ja savukoneen käytössä saimme apua alan ammattilaiselta Illumitech Finland Oy:n Marko Knuutilalta (<http://www.illumitech.fi>). Hän ohjeisti meitä valaistuksen ja savun kanssa sekä huolehti muotinäytöksen ajan laitteiden toimivuudesta. (Turunen 2011, 144–146; Sinivuori 2000, 189–190; Vallo & Häyrinen 2012, 171.)

Valaistus alkaa yleensä pimeydestä, jolloin kuluttajalle luodaan niin sanottu odotustila. Valot olimme suunnitelleet niin, että mallien ollessa lavalle heihin kohdistettiin kova valkoinen valokiila, jotta asut saisivat sen huomion, minkä ne ansaitsivat, mutta niin, etteivät mallimme sokaistu. Oli siis tiedettävä, mitä halusimme valoilla korostaa

näytöksemme aikana. Muutoin teltassa sai olla niin pimeää kuin se oli mahdollista siihen aikaan illasta. Muuten annoimme vapauden Markolle suunnitella meille valoshow muotinäytöksen yhteyteen. (Sinivuori 2000, 189.)



Kuva 21: Savusuunnitelma. (Janna Toivari, 2013)

Savun kaltainen usva on pienten nestepisaroiden muodostama sekä palokaasujen ja hiukkasmaisten palamistuotteiden seos. Savun kemikaalit saattavat ärsyttää hengityselimiä sekä aiheuttaa ärsytystä iholla ja silmissä. Onneksi savua voidaan muodostaa myös turvallisella tavalla, tehostepyroteknikalla. Meidän näytöksessämme savua tosin tarvittiin paljon kerralla, joten tämä tekniikka ei meille soveltunut, oli siis aiheellisempaa käyttää savukonetta. Savua toivoimme saavamme silloin, kun mallit saapuivat lavalle, olivat catwalkin päädyssä sekä kun he pysähtyivät catwalkin alkupäässä poseeraamaan yleisölle. Kuvassa on merkitty rasteilla paikat, joissa halusimme savua lavalle, kun malli oli rastin kohdalla (kuva 21). (Heikkinen 2007, 40–41.)

Halusimme myös muotinäytöksen ajan taustalle pyörimään screenshown (liite 3), jossa screenillä näkyi aina kunkin myymälän logo, kun kyseisen myymälän asukokonaisuudet olivat catwalkilla. Alun alkaen screenejä piti olla kaksi pienempää, mutta Kotkan Kauppatie ry päätyi yhteen isoon screeniin. Screeni oli jo kaikille tuttu Idolsista. Meidän piti tehdä screenshow Power Pointilla, mutta sitten saimme mahdollisuuden käyttää alan ammattilaista apunamme toteuttamassa upeaa ja tasokasta screenshowta. Screenshown meille toteutti Jaakko Markkanen, jonka hän toteutti käyttäen After Effects-ohjelmaa.

Screenshow koostui yritysten logoista sekä Minniinan nopeista skisseistä asukokonaisuuksista. Ne näkyivät screenillä logon kanssa, kun kyseinen asu oli catwalkilla.

Screenshowssa oli myös tehty jokaiselle myymälän logolle omat efektit, kun logot ilmestyivät screenille. Screenshow oli ajoitettu valitsemamme musiikin ja koreografian mukaan sopivan mittaiseksi kokonaisuudeksi.

7 MUOTINÄYTÖS

7.1 Harjoitus ja kenraali

Ensimmäisessä kello 12.00 harjoituksessa harjoittelimme koreografiaa ja opettelimme tuntemaan ihmiset, jotka tekivät koko päivän töitä kansamme. Kävimme myymälä ja musiikkikappale kerrallaan mallien kanssa koreografian läpi tunnissa. Emme tässä vaiheessa vielä käyneet läpi koko muotinäytöstä, joten emme tarvinneet pukijoita vielä näihin harjoituksiin. Pukijoilla oli paljon muuta tekemistä siinä vaiheessa taukoti-loissamme.

Jotta näytös onnistuisi, oli hyvä järjestää kenraali ennen varsinaista näytöstä. Kenraalissa käytiin läpi koko muotinäytös kokonaisuudessaan. Kaikki tarkistettiin etukäteen, kuten tekniikka ja mallien koreografian ja musiikin yhteentoimivuus. Kenraalissa otimme pukijat mukaan ja kävimme muotinäytöksen läpimenon huonolla menestyksellä. Vaatteet olivat liikekohtaisesta näytösjärjestyksessä takatiloissa ja jokaisella pukijalla oli muutama malli huolehdittavanaan. Vaatteiden vaihdot sujuivat hitaasti ja mallit myöhästivät lavalta, jossa Minniina Mieskolainen korvasi puuttuvien mallien kävelyosuudet, jotta saatiin tarkistettua musiikin ajoitus yhtenäiseksi mallien koreografian kanssa catwalkilla. Kenraalin pitämistä puolsi hyvin se, että kerkesimme vielä tekemään tarvittavat muutokset ennen varsinaista näytöstä. Kenraalin jälkeen jokainen meistä tiesi, että näytöksessä oli erityisesti takatilojen toiminnassa parannettavaa.

(Vallo & Häyrinen 2012, 164–165.)

Kenraalin jälkeen pukijoilla ja Janna Toivarilla oli varsinaisen näytöksen alkuun asti kestävä suunnittelupalaveri siitä, kuinka saisimme asiat takatiloissa sujumaan paremmin ja nopeammin. Päätimme järjestää tuotteet pukijoiden mukaan sen sijaan, että ne olisivat myymäläkohtaisessa järjestyksessä. Tässä kohtaa painotimme kovasti sen asian tärkeyttä, että mitään tuotteita ei saa hävittää tai yksikään tuote ei saa joutua vääril-

le teille. Kun vaihdoimme myymäläkohtaisesta järjestyksestä pukijakohtaiseen järjestykseen, meillä ei ollut enää tietoa siitä, mikä kuului millekin myymälälle. Pukijoilla oli aivan valtava vastuu tuotteista näytöksen aikana ja he selviytyivät työstä loistavasti.

Jokaisen pukijan kohdalla kävimme vielä läpi heidän mallinsa, myymälänsä ja tuotteensa muutama kertaan. Kerroimme malleille uudelleenjärjestelystämme ja he sääsivät sen oitis ja toimivat sen mukaan. Kerkesimme vielä pitämään kannustuspuheen ennen näytöstä kaikille ja toivotimme onnea muotinäytökseen.

7.2 Takatilat muotinäytöksen aikana

Uudelleenjärjestelyn ja muiden muutosten jälkeen näytös toimi takatiloissakin moitteettomasti. Kaikki ymmärsivät, että nyt oli tosi kyseessä ja kaikkien maine vaakalaudalla. Saimme jokaisen mallin oikeaan aikaan oikeassa järjestyksessä Minniinan luokse catwalkin läheisyyteen.

Janna eli kolme musiikkikappaletta ja myymälää edellä pukijoista, koska Janna lähetti mallit oikeassa järjestyksessä ja oikeissa asuissa Minniinan luokse lavan päätyyn, josta Minniina lähetti mallit catwalkille oikean musiikkikappaleen ja myymälän kohdalla. Melu oli valtava takatiloissamme jo kenraalin aikana, koska takatilamme sijaitsi aivan lavan takana, joten meidän oli valittava joku huutamaan ja toistamaan Jannan infoja ja neuvoja sekä elämään lavalla elettävää hetkeä, jos Janna ei itse ehtinyt. Valitsimme Salla Cederin tähän tehtävän ja hän toimi moitteettomasti.

Takatiloissa oli tiivis ja jännittynyt tunnelma näytöksen aikana, ja näytöksen loppuksi kaikki olivat huojentuneita, koska me onnistuimme loistavasti tehtävässämme. Juuri ennen näytöksen alkua saimme vielä tietää, että pukeutumistiloihimme näytöksemme jälkeen oli tulossa tanssiryhmä Bionic. Meille ei ollut ilmoitettu siitä, että joutuisimme jakamaan takateltan tilat, joten olimme valloittaneet koko teltan itsellemme. Meillä oli jo hyvin ahdasta takatiloissa ja tuotteidemme järjestely näytöksen jälkeen kesti vielä pari tuntia. Siinä ajassa kerkesi moni muukin tanssiryhmä käyttämään takatiloja meidän ollessamme siellä tiellä.

7.3 Lava ja catwalk

Muotinäytöksen aikana tehtävät työt jaettiin niin, että Janna ohjasi pukijoita takatiloissa, ja Minniina ajoitti mallien lähdöt catwalkille, koska video ja musiikkikappaleet olivat enemmän tuttuja Minniinalle. Noudatimme tätä työnjakoa harjoituksissa, kenraalissa ja itse näytöksessä. Ajoitukset olivat haastavia, sillä kaikki musiikkikappaleet olivat hieman erimittaisia. Jokaisen yrityksen logon vaihdoksen yhteydessä oli odotettava, että logon animaatio oli stabiloitunut ennen mallien lähettämistä lavalle. Tämä johti siihen, että jokaisen yrityksen välillä oli 5-15 sekunnin vaihdosaika, jolloin lavalla ei ollut malleja. Tämä taas antoi katsojille aikaa sisäistää edellisen yrityksen esittelemiä asuja ennen seuraavan marssittamista lavalle.

Minniina seisoi näytöksen ajan mainosbannerin takana, josta mallit näkivät lähtömerkin, mutta josta yleisö ei nähnyt merkinantoja. Kenraaliharjoituksissa kaikki mallit eivät ehtineet vaihtaa vaatteita tarpeeksi nopeasti, joten Minniina käveli myöhästyneiden mallien osuudet saadaksemme tehtyä koko näytöksen läpimenon. Samalla tarkistettiin kaikki lähettämisaikakohdat sekuntikellon kanssa. Varsinaisen näytöksen aikana saimme kaikki mallit ajallaan lavalle, ja ajoitukset olivat kunnossa.

8 AIKATAULUT

Aikatauluissa olemme ottaneet huomioon mallien, puvustajien, maskeeraajien, kampaajien ja ääni- / valomiehen rekrytoimisen. Tärkeässä osassa ovat myös kauppakeskus Pasaatin ja kivijalkamyymälöiden sekä tavaratalojen rekrytoiminen muotinäytökseen. Viimeisille viikoille jäi vielä paljon tekemistä, koska oli paljon asioita, joihin emme voineet vaikuttaa aikaisemmin. Koreografian suunnittelu, valot ja äänet, vaatteiden valinta ja haku tapahtuivat vasta viimeisellä viikolla ennen näytöstä.

Teimme myös aikataulun opinnäytetyön kannalta, jotta muistaisimme tärkeät etapit opinnäytetyön välitarkistuksien ja tapaamisten sekä palautuksen kannalta. Projektimme on kaiken kaikkiaan kestänyt yhteensä 10 kuukautta, joten kaikkia kuukausia, jotka eivät ole olleet oleellisia, emme tähän aikatauluun lisänneet. Kaikki muu tärkeä on laitettu koko Kotkan Fashion Night & Culture -tapahtuman aikatauluun viikko viikolta huhti-syyskuun ajalta (liite 6).

Vko:t	15	17	20	21	25	32	34	35	36	38	40	41	42	46	48	51
Palaverit Kauppatie	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x					
Palaverit Esko Ahola	x							x		x	x					
Suunnitteluseminaari								x	x							
Välitarkistus											x					
Äidinkielen opettajlle välitark.												x				
Englannin kielen tark.													x			
Työn palautus														x		
Opinnäytetyöseminaari															x	
Tutkintotodistuksen anominen															x	
Valmis																x

Taulukko 3: Koko projektin aikataulu opinnäytetyön kannalta.

Lisäksi teimme myös päiväkohtaisen aikataulun 6.9 2013 teltan tapahtumista, jotta tietäisimme, mitä missäkin tapahtuu ja milloin. Näin me osasimme olla oikeaan aikaan oikeassa paikassa, koska päivä sisälsi myös paljon muuta toimintaa. Tämä aikataulu oli itseämme varten suunniteltu.

KLO	KUKA?	MITÄ?
12 – 13	Minni&Janna	Koreografia harjoitus
14 – 15	KyAMK	KyAMK avajaiset
16 – 17	Minni&Janna	Muotinäytös kenraali
18.00	Kotka	Tilaisuuden avajaiset
19 - 19.30	Minni&Janna	Muotinäytös
20.00		Fiilistelyä
21.00	Pääesiintyjä	Pääesiintyjä
22.00 - 24.00	Paikallisia muusikoita	Musiikkia

Taulukko 4: Päivän aikataulu.

Meillä oli myös itsellemme, pukijoille, kampaajille, maskeeraajille ja malleille oma aikataulunsa, jotta kaikki pysyisivät mukana koko päivän. Aikataulussa näkyy kelloaika ja mitä tapahtuu. Aikataulut olivat kaikkien saatavilla ja laitettu seinille esiin yhdessä kaikkien yhteystietojen kanssa.

KLO	MITÄ TAPAHTUU?
8 -	Tuottajat paikalla ja pari pukijaa
11 -	Mallit paikalle ja loput pukijat; Briiffi
12 – 13	Ensimmäinen harjoitus; Koreografia
13 – 14	Via Mare; Vesa, Sonja, Noora, Frida ja Janna
13 -	Kampaajat paikalle
13 -	Maskeeraajat paikalle
14 – 15	KyAMK avajaiset
16 -	Kenraali harjoitus; pukijat, koreografia ja tekniikka
19 - 19.30	Muotinäytös
19.30 -	Tavaroiden kasaaminen, vieminen, siivous yms.
21 -	Pääesiintyjä

Taulukko 5: Henkilökunnan aikataulut.

9 KUSTANNUKSET

Kustannukset on hyvä määritellä edes suurin piirtein, koska tämänkin kaltaisiin tapahtumiin rahaa saadaan kulumaan niin paljon kuin rahaa on vain käytettävissä. Mahdollisimman vähäisin kustannuksin selvisimme käyttämällä KyAMK:n ja KSAO:n opiskelijoita työvoimanamme. Kustannuksia meille ei määritelty, koska kaikki oli yhteyksissä niin moniin tekijöihin. Paljonko Kotkan Kauppatie ry sai sponsoreita ja paljonko he saivat rahaa näiltä sekä muotinäytökseen osallistuvien yritysten lukumäärä ratkaisi budjetin. Myös lava- ja valosuunnittelusta kustannukset jäivät vähäisiksi Kotkan Kauppatie ry:n aikaisemman yhteistyökumppanuuden vuoksi Illumitech Finlandin kanssa. (Vallo & Häyrinen 2012, 147.)

Maskeerauksesta ja kampaajista sekä pukijoista ei tullut paljon kuluja, koska he ovat pääasiassa opiskelijoita. Kampaajanamme toimiva yrittäjäkään ei veloittanut mitään, koska pääsi näytöksessä näkyville ja sai mainostaa ja markkinoida omaa yritystään. Mallit olivat muotinäytöksen yksi suurimmista menoeristä, koska halusimme ammattilaisia muotinäytöksen sujuvuuden vuoksi.

10 YHTEENVETO

Mielestämme muotinäytös onnistui todella hyvin, paremmin kuin odotimme, ottaen huomioon vähäisen kokemuksemme muotinäytöksen suunnittelussa. Saimme yhteistyökumppanien sekä sidosryhmien kanssa luotua mielenkiintoisen muotinäytöksen kaupallisista asukokonaisuuksista. Jokainen myymälä, joka oli itse asunsa valinnut, oli valinnut kaupalliset ja myyvät kokonaisuudet muotinäytökseen. Onneksi saimme rekrytoitua erityyppisiä myymälöitä mukaan, joten asukokonaisuudet olivat erilaisia ja useammalle kohderyhmälle suunnattuja. Oli myös hienoa huomata, että muutama myymälä myös kaupunkikeskittymän ulkopuolelta lähti näytökseen mukaan. Koko Fashion Night & Culture -tapahtuman tarkoituksena oli saada tapahtuma koko Kotkan tapahtumaksi.

Löysimme yllättävän hyvin yhteistyökumppanit myymälöistä, kampaajista, maskeeraajista ja pukijoista sekä mallitoimistosta. Tasapainottelimme aikataulujen yhteensopivuudesta eri organisaatioiden kanssa sovittaen omat aikataulumme niihin. Pukijat saimme KyAMK:n kautta helposti. Melkein koko designer-stylisti ryhmä, joka oli aloittanut 2013 keväällä, lähti mukaan tutustumaan toimintaan muotinäytöksen kulisseissa. Maskeeraajien mukaan tuloa KSAO:lta saimme odottaa syksyyn asti, mutta onneksi saimme heidätkin mukaan. Prof-kampaamokin lähti hienosti mukaan muotinäytökseen. Suuri kiitos kuuluu Jaakko Markkaselle, joka loi meille screenshown näytökseen ja teki näin omalta osaltaan näytöksestä mielenkiintoisen. Myös Clamos mallitoimiston mallit toimivat ammattimaisesti ja kantoivat asut arvokkaasti ja kunnialla, vaikka suurin osa olikin ensikertalaisia catwalkilla.

Kenraaliharjoituksemme perusteella olimme alkuun jo luopua toivosta näytöksen menestymisestä. Mutta kuten eräs pukijoistamme sanoi, huono kenraaliharjoitus tietää sitä, että varsinainen näytös menee paljon paremmin, ellei täydellisesti. Lopullinen näytös meni yli odotusten ja myymälät, jotka siihen osallistuivat, pitivät näytöksestä. Myös Kotkan Kauppatie ry antoi hyvää palautetta. Katsojiakin saapui kiitettävästi katsomaan näytöstä ja kuulimme myös, että näytös olisi voinut olla ajallisesti pitkäkestoisempi. Onnistuimme siis luomaan mielenkiintoisen Fashion Night & Culture -muotinäytöksen.

Näytöksen jälkeen olomme oli huojentunut ja epätodellinen, vaikka vielä riitti töitä tuotteiden palautuksen suhteen. Tuotteet piti vielä järjestellä myymälöittäin ja tarkistaa, että kaikki tuotteet olivat menossa oikeisiin myymälöihin. Pukijamme palauttivat vaatteet ripeästi ja ammattimaisesti tuoden meille myös palautetta myymälöiltä hyvin tehdystä työstä. Osan palautettavista tuotteista palautimme vasta näytöksestä seuraavana päivänä, koska emme ehtineet tehdä kaikkea illalla.

Muotinäytöksestä jäi meille hyvä tunne. Ajatus tämän tyyppisestä yhteistyöstä vastaisuudessakin tuli esiin, ehkä omien toiminimien kautta tai yhteisen yrityksen muodossa. Saimme tukea toinen toisistamme projektin ajan ja oli innostavaa tehdä töitä yhdessä. Yhteistyö sujui puolin ja toisin todella hyvin.

Meitä harmitti, ettemme tajunneet pyytää ketään valokuvaamaan ja videoimaan koko näytöstä, jotta meillä olisi materiaalia muotinäytöksestä. Esimerkiksi Janna kulutti lähes koko päivän takatiloissa mallien ja pukijoiden kanssa, näkemättä koko muotinäytöstä. Vaikka Minniina oli lavan ja catwalkin puolella, ei hänkään nähnyt näytöstä, koska siinä oli useampi asia hoidettavana ja huolehdittavana samanaikaisesti, jotta muotinäytös sujui. Myös maskeerausesta ja hiuksista olisi ollut kiva saada kuvamateriaalia, mutta päivä oli jo itsessään niin kiireinen, ettei kaikkea ehtinyt tai muistanut. Onneksi saimme videomateriaalia (liite 7) Kotkan Kaupppatie ry:n kautta ja pääsimme näkemään muotinäytöksen yleisön silmin.

Näytöksen jälkeen meillä oli vielä palaveri Kotkassa, jossa käsiteltiin koko Fashion Night & Culture -tapahtuma kohta kohdalta ensi vuotta ajatellen. Palaveri käsittelee koko tapahtumaa, ei vain muotinäytöstä. Tapahtuman päätyttyä kiitimme osallistuneita myymälöitä ja pyysimme myös palautetta muotinäytökseen osallistumisesta ja meidän toiminnastamme sähköpostitse (liite 8). Kaiken kaikkiaan projekti onnistui hienosti ja osapuolet olivat tyytyväisiä.

LÄHDELUETTELO

Kirjalliset ja lehdet

Anttila, P. 2005: Ilmaisuu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta. Hamina: Akatiimi Oy.

Anttila, P. 2000: Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Taito-, taide- ja tutkimuksen työvälineet. Helsinki: Akatiimi Oy.

Everett, J.C & Swanson, K.K 2004. Guide to Producing a Fashion Show. New York: Fairchild Publications, Inc.

Heikkinen, E. 2007: Tehostemestarin käsikirja 1. Tampere. Työturvallisuuskeskus.

Heikkinen L.T, H. 2001: Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Iiskola-Kesonen, H. 2004: Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Helsinki: Suomen Graafiset palvelut Ltd.

Kuula, A. 2011: Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Jyväskylä: Vastapaino.

Metsämuuronen, J. 2008: Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia – sarja 4. Helsinki: Gummerus kirjapaino Oy.

Turunen, K. 2011: Ruutu valaisee huoneen. Näkymä television lavastussuunnitteluun ja visuaaliseen ilmaisuun. Helsinki: Otava Oy.

Sinivuori, P. & T. 2000: Esiripusta aplodeihin. Opas harrastajateatteriohjaajille ja ilmaisukasvattajille. Helsinki: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Vaara, R. 2006: Meikistä maskiin. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2012: Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vilkka, H. 2006: Tutki ja havainnoi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vuokko, P. 2002: Markkinointiviestintä. Merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: Pirjo Vuokko ja Werner Söderström Oy.

Orientoivat kirjallisuus

Frimodig, E. 2012: Movielike – muotinäytös muodin yössä: - Miten toteutetaan menestyksekkäs ja kiinnostava muotinäytön yökerhossa? Opinnäytetyö. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Lepecki, A. 2012: Tanssitaide ja liikkeen politiikka. Suomentanut H. Järvinen. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Pyykkönen, L-M. 2009: Ideaalinen muotinäytös: - Kuinka se toteutetaan? Opinnäytetyö. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Vilkman, H. 2011: Muotinäytöksen ABC ja markkinointiviestintä. Ohjeistus Hämeen ammattikorkeakoulun muotoilun opiskelijoille. Opinnäytetyö. Riihimäki: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Internet-lähteet

Face Factory. Trendit syksy / talvi 2012 – 2013. Saatavissa:
<http://www.facefactory.fi/trendit> [Viitattu 1.8.2013].

Koskinen, Katri. 2013. Syksyn 2013 meikkitrendit: Tummat kirsikkahuulet ja kaunis, terve iho. Saatavissa:
<http://www.avatv.fi/minisaitit.shtml/kauneusvinkit/meikit/syksyn---meikkitrendit-tummat-kirsikkahuulet-ja-kaunis-terve-iho/2013/09/1799767> [Viitattu 6.9.2013].

Kotkan Kauppatie ry. 2013. Infoa: Kotkan Kauppatie ry. Saatavissa:
<http://www.kotkankauppatie.fi/?p=733>[Viitattu 1.9.2013].

Kotkan Kauppatie ry.2012. Fashion Night & Culture Kotkassa 7. – 8.9 2012: Saatavissa: www.youtube.com/watch?v=h1_pBEEp9Kw [Viitattu 15.6.2013]

Kotkan kauppatie ry. 2011. Fashion Night & Culture Kotka. Saatavissa: <http://www.youtube.com/watch?v=4D2sTWZLDxU> [Viitattu 15.6.2013]

Kuitunen, Heli. 2013. Hyvästi kesä – tällaista on muoti syksyllä 2013. Saatavissa: <http://www.avatv.fi/muoti/artikkeli.shtml/hyvasti-kesa---tallaista-on-muoti-syksylla-2013/2013/08/1794748> [Viitattu 30.8.2013].

Muotikaupan liitto. 2013. Tältä näyttää ensi syksyn ja talven muoti. Saatavissa: <http://www.avatv.fi/muoti/artikkeli.shtml/talta-nayttaa-ensi-syksyn-ja-talven-muoti/2013/07/1777555> [Viitattu 1.8.2013].

KUVALUETTELO

Kuva 22: Myymälöiden rekrytointi flyer. (Janna Toivari, 2013)

Kuva 23: Californian tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 24: Anttilan tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 25: Vilan tuotteet . (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 26: Prisman tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 27: Jack & Jonesin tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 28: Vero Modan tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 29: KappAhlin tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 30: Jim & Jillin tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 31: Via Maren tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 32: Sokoksen tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 33: Halosen tuotteet. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 34: Moodboard tummasta silmämeikistä. (Janna Toivari, 2013)

Kuva 35: Moodboard vaaleasta silmämeikistä. (Janna Toivari, 2013)

Kuva 36: Esityskuvat kummastakin meikistä. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 37: Hiustyylit A ja B. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 38: Palkintoasun suunnitelma. (Minniina Mieskolainen, 2013)

Kuva 39: Lavan ja catwalkin muoto ja mitat. (Janna Toivari, 2013)

Kuva 40: Malli 1 (punainen) ja malli 2 (vihreä) kävelyreitti catwalkilla. (Janna Toivari, 2013)

Kuva 41: Mallien yhteinen kävelyreitti. (Janna Toivari, 2013)

Kuva 21: Savusuunnitelma. (Janna Toivari, 2013)

LIITTEET

Tuotteiden kirjaamiskaavake.

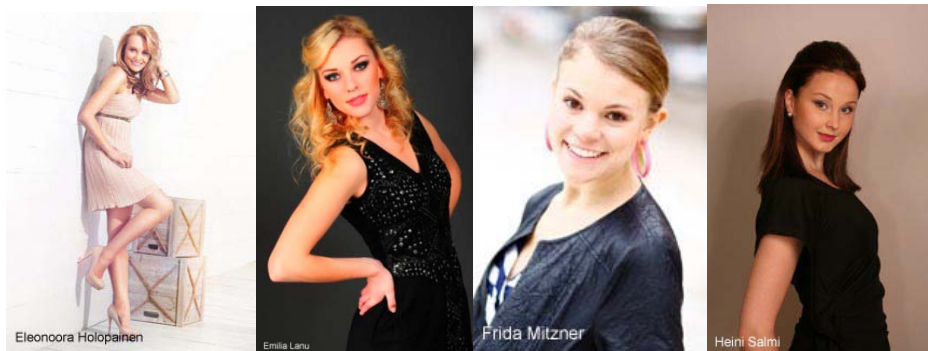
Liite 1.

Pvm:

Liike/yritys:	Puh.nro:
----------------------	-----------------

Tuote nro	Kuvaus tuotteesta	Koko	Hinta	Kenelle?

Allekirjoitukset





1 CALIFORNIA: omat mallit



2 ANTTILA

1 Aleksi 2 Mette 3 Eljas 4 Frida



3 VILA

1 Eleonoora 2 Emilia 3 Heini 4 Sonja



4 ANTTILA

Liite 4 /2

1 Eljas

2 Noora

3 Aleksi

4 Mette



5 JACK&JONES

1 Vesa

2 Sami

3 Eljas

4 Aleksi



6 VERO MODA

1 Frida

2 Eleonoora

3 Emilia

4 Heini



7 KAPPAHL

Liite 4/3

1 Mette

2 Sami

3 Noora

4 Sonja



8 JIM&JILL

1 Aleksi

2 Heini

3 Eleonoora

4 Emilia



9 VIA MARE

1 Sonja

2 Sonja

3 Vesa

4 Frida



10 SOKOS

Liite 4/4

1 Sami

2 Emilia

3 Eljas

4 Eleonoora



11 HALONEN

1 Heini

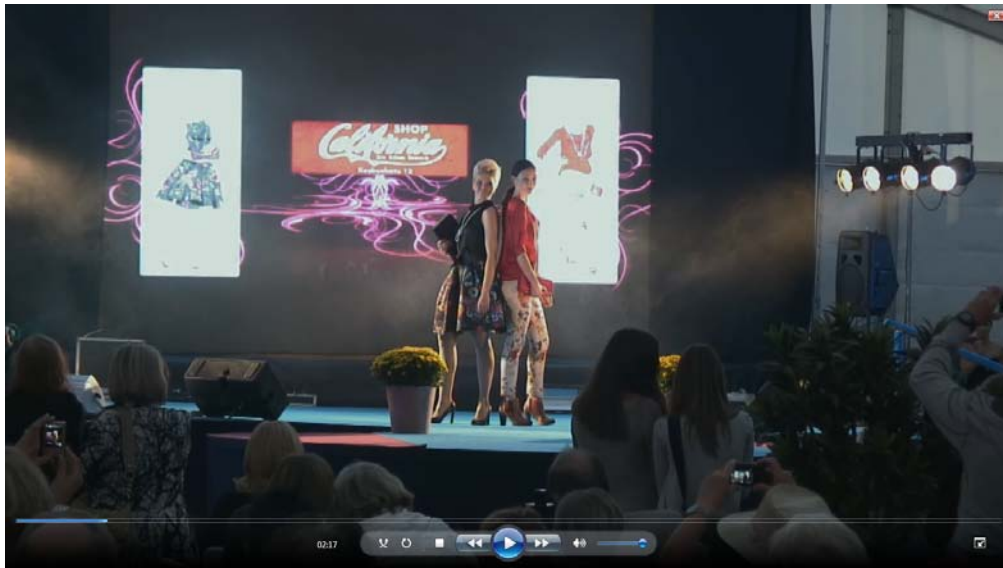
2 Sonja

3 Noora

4 Mette







Palautteet myymälöiltä.

Liite 8/1

Hei,

Iso kiitos kaikille Fashion Night Kotka -muotinäytökseen osallistuneille yrityksille. Saimme aikaan yhdessä upean ja mielenkiintoisen muotinäytöksen. Nyt kun Fashion Night on saatu läpikäytyä, haluaisimme kuulla ruusut ja risut muotinäytökseen liittyen. Kuinka Teidän mielestä yhteistyö sujui kanssamme, tavaroiden palautus ja millaisen vaikutuksen muotinäytös teki, jos vain pääsitte sen katsomaan yms.

Muotinäytös oli meidän opinnäytetyö Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa, designer-stylisteiksi, joten olisimme kiitollisia palautteestanne.

KIITOS kaikille!

Ystävällisin terveisin

Janna Toivari

ja

Minniina Mieskolainen

Huomenta Anttilasta!

Muotinäytöshän oli aivan loistava!!!!

Ei kyllä jäänyt epäselväksi, minkä liikkeen vaatteet olivat näytillä.....tosi upea näytös! Vaatteiden haku ja palautus; ihan kymppi sekin. Ei tässä itsellä olisikaan ollut aikaa hoidella vaateasiaa.

Kiitos!

T. Sirpa Suntio :)

Hei !

Valitettavasti en itse päässyt näytöstä katsomaan.

Yhteistyö sujui mielestäni oikein hyvin ja meille oli todella vaivatonta kun itse valitsitte tuotteet näytökseen sen pohjalta mitä meillä oli toiveena. Meille ei jäänyt muuta tehtävää kuin poistaa hälyjä ja sujauttaa tuotteet pussiin.

Kiitokset yhteistyöstä ja hyvää syksyn jatkoa.

Liitet 8/2

Seija Palander

Kymen Seudun Osuuskauppa, Prisma Kotka

Hei!

Kiitoksia paljon Teille muotinäytöksen järjestelyistä. Pääsin sen itse katsomaan ja olin oikein tyytyväinen siihen.

Kaikki sujui paremmin kuin aikaisemmin. Oli hienoa että pääsitte myös itse valitsemaan asuja ja kaikki vaatteiden toimitukset sujui myös sieltä kautta.

Kiitoksin,

Johanna Ehari

Veljekset Halonen Oy