

Mikko Siponen

Näyttelyosaston muotoilu Biofore-konseptiautolle

Geneven kansainvälinen autonäyttely 2014

Metropolia ammattikorkeakoulu
Muotoilija AMK
Muotoilu
Opinnäytetyö
13.3.2014

TIIVISTELMÄ

Tekijä: Mikko Siponen

Otsikko: Näyttelyosaston muotoilu Biofore-konseptiautolle

Geneven kansainvälinen autonäyttely

Sivumäärä: 46 sivua

Päivämäärä: 14.3. 2014

Tutkinto: Muotoilija

Koulutusohjelma: Muotoilu

Suuntautumisvaihtoehto: Teollinen muotoilu

Ohjaajat: Tuomo Äijälä, Ville-Matti Viikka

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Metropolia ammattikorkeakoulu ja aiheenani on Biofore-konseptiautolle näyttelyosaston muotoilu Geneven kansainväliseen autonäyttelyyn 2014. Biofore-konseptiauto on Metropolian ja UPM:n yhteistyöhanke, jossa opiskelijat saavat kokemuksellisuutta opintoihinsa ja UPM pääsee esittelemään uusia biopohjaisia materiaalejaan.

Tavoitteena on suunnitella mahdollisimman hyvin auton esittelyyn soveltuva osasto, jossa henkilökunnan ja vieraiden on miellyttävä tutustua Biofore-konseptiauton taustoihin. Osatollemme täytyy löytää sopiva tyyli, joka erottaa meidät positiivisella tavalla muusta tarjonnasta ja tukee Biofore-konseptiauton tarinaa. Sen lisäksi osaston tulee täyttää tapahtumajärjestäjän asettamat vaatimukset, jotka lisäävät suunnittelun haastetta.

Tutustun raportissani messukokemuksen rakentumiseen ja elämyksellisyyteen messuilla. Näitä tietoja pyrin hyödyntämään näyttelyosaston suunnittelussa mahdollisimman hyvin. Elämyksellisyyteen perehtyminen auttaa osaston suunnittelua, jotta lopputuloksena on toimiva osasto, jossa messuvieraat saavat sitä mitä autonäyttelyistä hakevat.

Esitän lopputuloksena valmiit suunnitelmat osaston visuaalisesta ilmeestä ja osastoarkkitehtuurista. Toimeksiantoni sisältää osaston teknisen rakenteen suunnittelun, jotta osasto voidaan teettää alihankkijalla.

Avainsanat: Elämyksellisyys, messut, autonäyttely

Author: Mikko Siponen

Title: Stand design for Biofore Concept Car

Geneva International motorshow 2014

Number of pages: 46 pages

Date: 14.3.2014

Degree: Designer

Degree programme: Design

Specialisation option: Industrial design

Instructors: Tuomo Äijälä, Ville-Matti Viikka

ABSTRACT

The employer of my final thesis is Metropolia University of Applied Sciences and the topic is the design of the fair stand for the Biofore Concept Car, which was shown in the 2014 International Motor Show in Geneva. The Biofore Concept Car is a joint venture for Metropolia and UPM where the students got hands on experience for their studies and UPM got to showcase their bio-based materials.

The goal is to design a stand that is best suited for the displaying of the car and where both the personnel and guests feel comfortable to get to know the car and it's backgrounds. I had to find a suitable style for the stand, which would differentiate us in a positive way from the other stands and would also support the story behind the Biofore Concept Car. In addition the stand should fulfill the requirements set by the organizers of the fair, which added to the challenge of the stand design.

In my report I get familiarized with the formation of the fair encounter and the experience factor in fairs in general. This knowledge I strive to use as well as possible when designing the fair stand for the Biofore Concept Car. Getting acquainted with the experience factor helps the designing of the stand and with this knowledge I design a functional stand where the guests get what they come for in a car show.

As an outcome I present the visual plan for the stand and the stand architecture. My assignment contains the technical design for the stand construction so that it can be subcontracted from a supplier.

Keywords: Experience, fair, motorshow

SISÄLLYSLUETTELO

1. Johdanto	1	6. Muotoiluprosessi	15
2. Työn lähtökohdat	2	6.1 Aikataulu ja työryhmä	17
2.1 Toimeksiantannon kuvaus	2	6.2 Muotoilun inspiraatiot	19
2.2 Muotoiluhaaste	3	6.3 Benchmarking	21
2.3 Tavoitteet	4	6.4 Messuohjeisto	25
3. Biofore-konseptauto	5	6.5 Auton asemointi	27
3.1 Autoprojektin taustat	6	6.6 Luonnostelu	29
3.2 Biofore-konseptiauton muotoilu	7	6.7 Osaston visualisointi	31
4. Geneven kansainvälinen autonäyttely	9	7. Tekniset piirrustukset	35
5. Messukokemuksen rakentuminen	11	8. Logistiikka	39
5.1 Messukokemus	12	9. Yhteenveto	43
5.2 Elämyksellisyys messuilla	13	Lähteet	
		Kuvalähteet	

1. JOHDANTO

Lopputyöni aihe on suunnitella Metropolia ammattikorkeakoulun ja UPM:n yhteiselle autoprojektille osasto Geneven kansainväliseen autonäyttelyyn vuonna 2014. Autoprojektin lopputuloksena esitellään uudenlainen ekologisempi kaupunkilaisen kulkuneuvo Biofore-konseptiauto.

Näyttely- ja osastosuunnittelu on yksi teollisen muotoilijan erityisosaamisalue, ja itselleni tämä projekti on ensimmäinen laatuaan. Lähestyn haastetta perehtymällä autoprojektin taustoihin, messukokemuksen muodostumiseen ja elämyksellisyyteen messuilla. Pysin huomioimaan nämä asiat varsinaisessa muotoilutyössäni osaston visuaalista ilmettä ja toimintoja suunniteltaessa.

Osaston suunnittelun keskiössä ovat hankkeen taustat ja messuvieraat. Tavoitteenani on suunnitella osasto jossa auton esittely ja autoon tutustuminen on helppoa. Osaston on palveltava myös Metropolian ja UPM:n henkilökuntaa ja opiskelijoita, joten pyrin ottamaan heidätkin huomioon suunnitelmissani.

Raportissani tulen esittämään muotoiluprosessini vaiheita, jossa tehdyt päätökset ovat perusteltuja. Kokemukseni puusepän ammatista auttavat rakenteen

teknisessä suunnittelussa, ja lisää tietoa osaston teknisestä toteutuksesta olen hankkinut konsultoimalla alan ammattilaisia.

Paikan päällä Geneven messuhallissa aikaa kulunee melkein yhtä paljon odotteluun kuin osaston asennukseen. On luonnollista, että osastomme täytyy olla rakenteeltaan yksinkertainen. Samalla sen täytyy täyttää yksityiskohtaiset määräykset, jotka messuorganisaatio osallistujille toimittaa.

2. TYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 TOIMEKSIANNON KUVAUS

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Metropolia ammattikorkeakoulu, joka osallistuu Geneven kansainväliseen autonäyttelyyn maaliskuussa 2014. Opinnäytetyöni aiheena on Geneven autonäyttelyn osaston suunnittelu. Minun työhöni sisältyy visuaalisen ilmeen ja osastoarkkitehtuurin lisäksi osaston teknisen rakenteen suunnittelu. Messuilla julkaistaan Metropolian autoprojektin lopputulos, Biofore-konseptiauto.

Toimeksianto on lähtötilanteeltaan melko avoin ja sovimme, että sitä tarkennettaisiin tarvittaessa projektin edetessä. Projektin aluksi pidimme aloituspalaverin, jossa tapasin autoprojektin johtoa. Heiltä sain lisää tietoa osaston suunnittelun avuksi.

Brändinäkyvyyteen liittyvät asiat jätin tarkoituksella myöhemmälle, koska kyseisiä asioita vielä päätetty esimerkiksi TEKESin osalta. Osasto on virallisesti ja ensisijaisesti Metropolian, mutta messuilla tulnaisiin esittäytymään ainakin Metropolian ja UPM:n yhteistyöprojektina.

2.2 MUOTOILUHAASTE

Pohdin työssäni millainen osasto kuvastaa autoprojektin taustalla olevia arvoja. Selvitän, mistä messuvieraiden messukokemus ja elämykset koostuvat. Miten osasto tulisi suunnitella, että se palvelisi messuvierasta ja auton esittelyä mahdollisimman tarkoituksenmukaisesti.

Yksi haaste on se, että osaston suunnitelmat vastaavat tapahtumajärjestäjän ohjeiston vaatimuksia sekä osastoarkkitehtuurin että osaston teknisen toteutusten osalta.

2.3 TAVOITTEET

Opinnäytetyön tavoite on tehdä uuden konseptiauton muotoilua ja autoprojektin taustalla oleviin arvoihin sopiva messuosasto. Lisäksi osaston suunnittelussa tulee ottaa sekä tapahtumajärjestäjän vaatimukset, että vähintään kaksi eri brändiä huomioon. Pyrin sovittamaan Metropolian ja UPM:n brändit osastolle ilman ristiriitaa. Asetan auton esittelyn ja messuvieraat muiden vaatimusten edelle, ja ensisijaisesti keskityn suunnittelemaan osaston Biofore-konseptiautolle ja siitä kiinnostuneille messuvieraille.

Raportissani perehdyn elämyksen muotoiluun. Elämyksellisyyden ja messukokemuksen tarkastelulla pyrin tuomaan syvyyttä osaston suunnitteluun ja oivaltaa mitä osaston tulee vieraille tarjota. Esittelen oman muotoiluprosessini eri vaiheet, jotta tehdyt päätökset ovat ymmärrettävissä. Lopputuloksena on auto esittelyä tukeva osaston visuaalinen ilme ja suunnitelmat osaston rakenteista. Mallinnusta osaston rakenteesta tuotan osaston valmistukseen tarvittavan aineiston, kuten tekniset piirustukset ja mahdolliset 2-d ja 3-d tiedostot osaston valmistajalle.

Omasta kokemuksestani tiedän, että osaston on oltava asennettavissa Genevessä mahdollisimman helposti ja paikan päällä tapahtuvaa ylimääräistä rakentamista on syytä välttää. Pyrin ratkaisemaan mahdolliset ongelmat jo suunnittelupöydällä, jotta osasto olisi mahdollisimman helppo asentaa messuhalliin Genevessä.

Messuosaston rakenteet tuodaan takaisin Suomeen, joten haluan suunnitella osaston niin, että sen rakentaista olisi mahdollisuus koota helposti pienempi näyttelytila tarvittaessa Suomessakin. Metropolia voi halutessaan hyödyntää osaston rakenteita ja esitellä autoa yleisölle Suomessa. Tämä tavoite on mielestäni tärkeä ottaen huomioon Biofore-konseptiauton ekologiset arvot.

3. BIOFORE-KONSEPTIAUTO



Kuva 1. Metropolian Biofore-konseptiauton henkilökuntaa. (UPM 2013).

3.1 AUTOPROJEKTIN TAUSTAT

Metropolian koordinoima autoprojekti on tehty yhteistyössä TEKESin, Metropolian ja UPM:n kanssa. Nämä kolme toimijaa ovat hankkeen päärahoittajat. Muita yhteistyökumppaneita on yhteensä 18. Metropolian tavoite on edistää projektin avulla opiskelijoiden materiaali- ja polttoainetietämyksen hyödyntämistä autoteknisissä sovelluksissa. Projektin avulla esitellään suomalaista teknologiaosaamista autoteollisuudessa sekä houkutellaan lisää opiskelijoita alalle. (Metropolia ammattikorkeakoulu 2013.)

Metropolian autoprojektin johtaja teknologiapäällikkö Pekka Hautala kertoo yhdeksi tärkeimmäksi tavoitteeksi tarjota opiskelijoille kokemuksellisuutta opintoihin. Toisaalta autoprojektin avulla on kehitetty Metropolian projektityöskentelyä yritysten kanssa. (Hautala, 2013.)

Autoprojektista toivotaan Metropolian käyttöön menestystarinaa, jota voidaan jakaa sekä sisäisesti että organisaation ulkopuolelle esimerkiksi markkinointitarkoituksiin. Henkilökunnalle autoprojekti antaa kokemusta vaativan projektin hallinnasta, josta toivotaan oppia koko organisaatiolle tulevaisuuden yritys yhteistyökuvioihin.

UPM:n tavoitteet ovat markkinoida omia tuotteitaan ja saada konseptiauton avulla avattua uusia markkinoita biopohjaisille tuotteilleen (Metropolia ammattikorkeakoulu, 2013). Konseptiauton avulla UPM haluaa korostaa

tulevaisuusorientaisuuttaan ja demonstroida biopohjaisten materiaalien soveltuvuutta eri aloille. Projekti vahvistaa myös UPM:n työnantajaimagoa ja mielikuvaa korkeakoulu yhteistyöstä. (Nygård, 2013.)

3.2 BIOFORE-KONSEPTIAUTON MUOTOILU

Osaston suunnittelun taustatiedoksi tapasin auton päämuotoilijaa Juha Tuomalaa, jonka kanssa keskustelimme auton muotoilun lähtökohdista ja Tuomalan käyttämistä inspiraatioista. Samassa tapaamisessa tutustuin auton visualisointeihin ja näin valmisteilla olevan konseptiauton ensimmäistä kertaa. Kyselin Tuomalalta kokemuksia autonäyttelyistä ja pyrin selvittämään onko hänellä ideoita tai toiveita auton esittelyyn Genevessä. Tein vapaamuotoisesta keskustelustamme muistiinpanot.

Konseptiauton suunnittelun keskiössä on ollut kaupunki-autoilu ja käytettävyys. Lisäksi tavoitteena on ollut käyttää valmistukseen mahdollisimman paljon uusiutuvista raaka-aineista valmistettuja materiaaleja ja osia. Biofore-konseptiauton suunnittelusta ja toteutuksesta ovat vastanneet Metropolian auto- ja kuljetustekniikan sekä muotoilun opiskelijat. Valmis konseptiauto tullaan rekisteröimään tieliikenteeseen sen valmistuttua keväällä 2014. (Metropolia ammattikorkeakoulu, 2013.)

Auton muotoiluun osallistuneiden inspiraationa auton konseptoinnissa on ollut luontoaiheita. Näistä Tuomala mainitsi kävyn rakenteen silmuineen ja männyn oksien voimakkaat muodot. Hän on itse sitä mieltä, että eniten luonto näkyy ja tuntuu autossa käytettyjen materiaalien muodossa eikä niinkään auton ulkonäössä. Hänen tavoitteena auton muotoilussa on ollut nuorekas, dynaaminen ja ajaton ilme. Hän on pyrkinyt tuomaan siihen lisäksi hieman futuristista, nykyisistä tuotantoautoista poikkeavaa ulkonäköä.



Kuva 2. Biofore-konseptiauton visualisointi (Tuomala, 2012).



Kuva 3. Biofore-konseptiauton moodboard (Tuomala, 2012).

4. GENEVEN KANSAINVÄLINEN AUTONÄYTTELY

Geneven autonäyttelyllä on yli satavuotias historia ja siellä on esitelty useat menestyneet ja arvostetut automallit ja autovalmistajien teknologiat. Esimerkiksi Genevessä esiteltiin ensimmäinen Audi Quatro 25 vuotta sitten ja ensimmäiset uudet A-sarjan Mersut vuonna 1997. Vuonna 1982 messut siirrettiin kaupungin keskustasta lentokentän vieressä sjaitsevaan Palexpo messukeskukseen, jossa on tänä päivänä näyttelytilaa 108 500 m². (Salo 26-27, 2005.)

Geneven autonäyttelyä pidetään yhtenä merkittävimmistä automaailman tapahtumista. Muut tärkeimmät autonäyttelyt ovat Frankfurtin, Pariisin, Detroitin ja Tokyon automessut. (Wikipedia, 2013.) Tekniikan maailman toimittaja Mauri Salo ylistää Geneven autonäyttelyä maailman parhaaksi autonäyttelyksi. Yhtenä perusteena hän kertoo Geneven näyttelyn olevan hieman pienempi kuin muut Euroopassa järjestettävät autonäyttelyt mutta näyttävämpi kuin kilpailijansa. Geneven autonäyttely on myös auto-teollisuuden näkökulmasta puolueettomalla maaperällä. Sveitsillä ei ole autoteollisuutta, ja näin kaikki automerkit ovat siellä tasavertaisemmin esillä verrattuna muihin suurimpiin autonäyttelyihin. (Salo 26, 2005.)

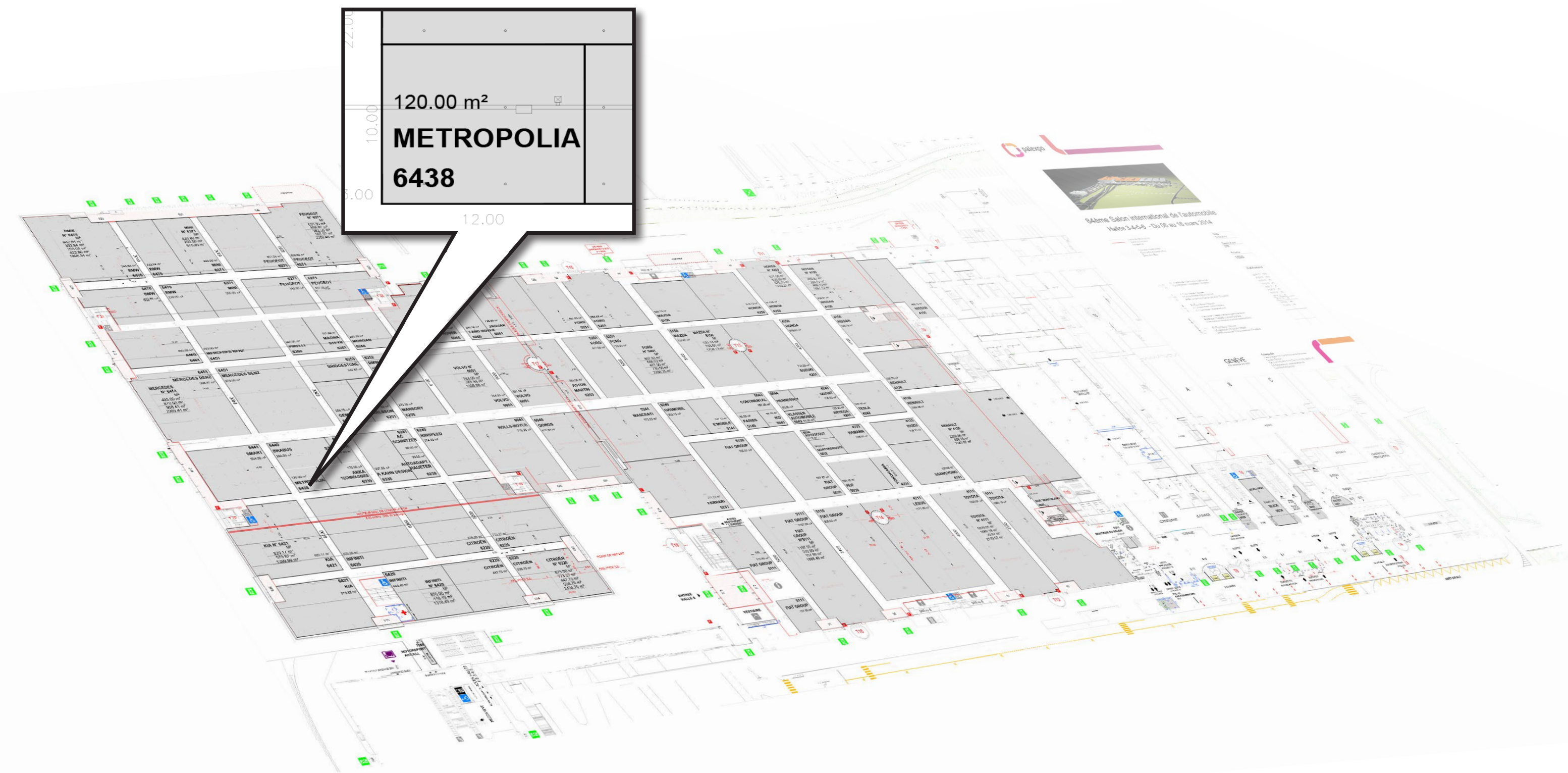
Geneven autonäyttelyssä ammattilaispäiviksi voidaan määritellä media- ja pressipäivät 3.3.-5.3.2014, jolloin messut eivät ole vielä avoinna yleisölle. Näiden päivien jälkeen ne ovat avoinna kaikille halukkaille.

Media- ja pressipäivinä messuhallissa tapahtuu uusien

automallien lanseerauksia ja median edustajien lisäksi messualueella vierailee paikalle kutsun saaneita VIP-vieraita. Niillä, jotka ovat saaneet kutsun jo mediapäiville, on mahdollisuus tutustua messujen tarjontaan ja luoda suhteita rauhassa ilman tungosta.

Pressipäivänä jokainen uuden auton julkaisija saa halutessaan 15 minuutin ajan, jolloin uutuu paljastetaan median edustajille. Pressipäivinä keskitytään markkinoimaan tuotetta ja maksimoimaan oman osaston ja tuotteen saama huomio. Biofore-konseptiauto saa maailman ensi-iltaansa Genevessä 4.3. Sille on varattu tapahtumajärjestäjältä oma 15 minuutin pressislotti, jolloin auto paljastetaan, ja projektin johto kertoo lyhyesti autosta ja sen taustoista.

Media- ja pressipäivien jälkeen Geneven automessut jatkuvat yleisömessuina. Messuille osallistuu monimuotoinen joukko aina ammattilaisista autoharrastajiin ja perheisiin. Tässä raportissa messuvieraita tarkastellaan luokiteltuna vain ammattilaisiin eli alalla työnsä puolesta messuille vieraileviin ja yleisöön eli tavallisiin kuluttajiin. Messuille suunniteltavan osaston on palveltava yhtä lailla kaikkia messuvieraita, vaikka erilaisilla messuvierailla on erilaisia tavoitteita messuille tuloonsa.



Kuva 4. Palexpo pohjakuva, Metropolialla 120 m². (Palexpo 2013).

5. MESSUKOKEMUKSEN RAKENTUMINEN

5.1 MESSUKOKEMUS

Messuvieraan tavoitteissa on eroja riippuen siitä, onko kyseessä työn puolesta messuille tulevasta ammattilaisesta tai messuilla vapaa-aikaa viettävästä messuvieraasta (Penaloza 2001, Virkkusen, Aholan, Moisanderin 2008, 23 mukaan).

Ammattimessuvieraiden kannalta messukäynnin tavoitteita ovat tavarantoimittajien ja tarjonnan vertailu, yleiskuvan saaminen tarjonnasta, teknisten uutuuksien ja trendien seuraaminen, kilpailijoiden analysointi sekä potentiaalisten partnereiden ja tavarantoimittajien etsiminen (De Pelsmacker ym. 2001, Virkkusen, Aholan, Moisanderin 2008, 24 mukaan).

Tavallisten kuluttajien syyt messuvierailuun ovat viihde ja ajanviete, informaation etsiminen ja oppiminen (Penaloza 2001, Virkkusen, Aholan, Moisanderin 2008, 24 mukaan). ”Messukokemus rakentuu kaikkien mukana olevien osapuolten yhteisvaikutuksesta. Messukokemus on vuorovaikutteinen ja se rakentuu messuvieraan, muiden messuvieraiden, näytteilleasettajien ja messuorganisaation yhteistyön tuloksena.” (Virkkunen, Ahola, Moisander 2008, 83.)

Edellä esitetyt ammattimessuvieraiden tavoitteet sopivat hyvin yhteen UPM:n tavoitteiden kanssa näytteilleasettajana. Uusista materiaaleista kiinnostuneille ammattivieraille tärkeintä lienee se, että heillä on mahdollisuus kohdata UPM:n viralliset edustajat messuosastolla ja nähdä konkreettisesti UPM:n tarjoamia materiaaleja. He voivat myös vaihtaa yhteystietoja ja sopia mahdollisia tapaamisia tulevaisuuteen.

Tekniikan maailma raportissa vuoden 2005 Geneven autonäyttelyssä huomio kiinnitetään erikoisautovalmistajien esittelemiin huippu-uutuuksiin. Erikoisautovalmistajat julkaisevat uusia mallejaan mielellään juuri Genevessä, vaikka markkinoiden painopiste on jo Aasiassa. Mauri Salo toteaaakin Geneven autonäyttelyn olevan häpeilemätöntä turhuuden juhlaa, jossa aikuiset saavat unelmoida turhuuksista. (Salo 27, 2005.)

Autonäyttelyssä esiteltäviä konseptiautoja vertaillaan muotoilun näkökulmasta ja pohditaan niiden ulkonäön mahdollisia viittauksia tuleviin julkaistaviin uusiin automalleihin. Ekologisten autojen vertailu painottuu niiden erilaisiin teknologisiin ratkaisuihin, joilla valmistajat pyrkivät tekemään autoistaan ekologisempia. Tekniikan maailman jutun perusteella autoharrastajat ovat erittäin uteliaita kurkistamaan tulevaisuuteen. Suuri yleisö odottaa näkövansä messuilla jotain mitä ei ennen ole nähty.

Messuvieraat tulevat olemaan kiinnostuneita keskustelemaan auton toteuttaneiden Metropolian henkilökunnan ja opiskelijoiden kanssa, jos heidän mielenkiintonsa kohdistuu esimerkiksi auton teknisiin ratkaisuihin. Näillä perusteilla osastomme tulee toimia ihmisten kohtaamispaikkana jossa voi syntyä keskusteluja samalla kun se toimii autolle esittelyalustana.

5.2 MESSUT YHTEISTUOTANTONA

Messukokemus syntyy vuorovaikutuksesta, jossa kuluttaja osallistuu sisällön tuottamiseen yhdessä näytteilleasettajan kanssa. Messuvieraat eivät ole enää passiivisia vastaanottajia vaan aktiivisia osallistujia. He muokkaavat ja luovat itse omaa messuelämystään ja osallistuvat messutapahtuman tuotantoon. (Virkkunen, Ahola, Moisanderi 2008, 28.)

Kuluttajan rooli on vaihtunut vastaanottajasta osallistujaksi. Messujen yhteistuotanto voidaan määritellä niin, että kuluttajilla on mahdollisuus osallistua palveluiden tuottamiseen. Yhteistuottamiselle on myös ominaista yhteistyö kuluttajien kesken. (Etgar 2007, Virkkusen, Aholan, Moisanderin 2008, 28 mukaan.)

Ahola on tutkinut kuluttajan messuelämyksen rakentamista taidenäyttelyn ja messujen yhteydessä. Seuraavassa luvussa esittelen Aholan mallin elämyksellisyyden osa-alueista.

5.3 ELÄMYKSELLISYYS MESSUILLA

Elämyksellisyden voidaan ajatella muodostuvan kahdella eri tavalla. Se voidaan määritellä niin, että on olemassa sellainen joukko objekteja, jotka saavat aikaan elämyksen. Se voidaan määritellä myös kokijasta käsin eli tarkastelemalla miten näyttelyiden vieraat antavat merkityksiä kulttuuripalveluille. (Ahola 2007, 64.)

”Kuluttajien kokemat elämykset messuilla voidaan jakaa neljään eri osa-alueeseen. Ne ovat tunteisiin liittyvä elämyksellisyys, edistyksen kokemiseen liittyvä elämyksellisyys, kehollinen elämyksellisyys ja henkilökohtaiseen osallisuuteen liittyvä elämyksellisyys”. (Ahola 2007, 65.)

Tunteisiin liittyvä elämyksellisyys rakentuu koskettavuudesta, hämmästytyksestä ja virkistäväydestä (Ahola 2007, 65). Osastomme pystyy vetoamaan edes joihinkin messuvieraisiin myös tunteiden elämyksellisyden kautta. Biofore-konseptiauton tarina on ainakin autovalmistajista poikkeava. Arvot hankkeen taustalla ovat osittain epäkaupalliset, ja Biofore-konseptiautolla on mahdollisuus yllättää autoa tarkasteleva messuvieras sen poikkeavalla muotoilulla ja materiaaliratkaisuilla.

Emme tule tarjoamaan elämyksellisyttä joka pohjautuisi ennennäkemättömään esitykseen tai esillepanoon, vaan tarjoamme uniikin auton ja erittäin poikkeuksellisen oppilaitoksen työn aikaansaannoksen. Mutkattomalla ja

rehellisellä auton esittelyllä ja projektista kertomisella voimme voi Geneven automessujen tapaisessa markkinahumussa erottua edukseen.

Osaston on toimittava niin, josta autoprojektin tarina selviää. Osaston arkkitehtuuria tärkeämpää on auton taustojen kertominen halukkaille. Auton tarina erottaa Biofore-konseptiauton erityiseksi kaupunkiautoksi muusta tarjonnasta. Näin sen muista autoista poikkeava tausta ovat syventämässä messuvieraan kokemaa elämystä. Monille vieraille tulee olemaan yllätys, että oppilaitos on rakentanut liikenteeseen rekisteröitävän auton. Ainakaan edellisten vuosien Geneven automessuilla oppilaitokset eivät ole vieneet esittelemiään autoja teknisesti näin pitkälle. Toisaalta suurilla kansainvälisillä messuilla riittävä nähtävää niin paljon, että haasteena on saada vieraat pysähtymään osastolla.

Edistyksen kokemiseen liittyvä elämyksellisyys ilmentää kuluttajien tarvetta kerätä ideoita, inspiraatiota ja asiantuntijuutta sekä kokea oivalluksia. Se koostuu luovuuden kehittämisestä ja asiantuntijuuden kasvattamisesta. (Ahola 2007, 65.) Mikäli olen oikein ymmärtänyt suurten kansainvälisten automessujen luonteen, tulee siellä vieraille täysi annos juuri Aholan kuvailemia edistyksen kokemuksia. Onhan messuilla tapana esitellä myytävien automallien lisäksi eri tasoisia tulevaisuuteen kurkottavia

konseptiautoja, joiden kuvia eri mediat mielellään tehokkaasti levittävät.

Automessuilla korostuu uusien automallien ja uusien teknologioiden hehkuttaminen. Biofore-konseptiautolle löytyy messuilta selkeä kategoria, eli ekologiset autot ja ekologiset materiaali-innovaatiot, jossa se joutuu kilpailemaan vieraiden ja median huomiosta. Toki muotoilussakin on tavoiteltu uutta ilmettä ja auton parempaa käytettävyyttä, mutta käytetyt ekologisemmat materiaalit ovat todennäköisesti suurempi erottava tekijä muista esillä olevista ekologisuuksilla markkinoitavaista kaupunkiautoista. Biofore-konseptiauto voi toimia inspiraationa ja oivalluksena kuluttajalle, joka toivoisi ekologisempaa autoilua.

Kehollinen elämyksellisyys on kuluttajan fyysinen kokemus näyttelytilassa. Se koostuu liikkumisesta ja aistimisesta. Aisteista näköaisti korostuu, mutta koko elämys muodostuu kaikkien aistien summasta. Onnistunut kehollinen elämys on mahdollisuus ottaa häiriöttömästi haltuun koettava tila. (Ahola 2007, 66.) Osastoa suunniteltaessa on huomioitava kaikki aistit, jotta messuvieraan kokemuksesta saa mahdollisimman häiriöttömän. Keholliseen elämyksellisyden kokemiseen liittyvät luonnollisesti niin liike kuin pysähtyminenkin. (Virkkunen, Ahola, Moisander 2008, 30.)

Omista messukokemuksista on jäänyt muisto juuri niistä uuvuttavista osastojen kiertelyistä, jossa mahdollisuutta pysähtymiseen ja istumiseen ei ole ollut. Tästä syystä pyrin sisällyttämään omaan osastosuunnitelmiin tilaa istumille, jossa sekä osaston henkilökunta että messuvieraat voivat levähtää hetken.

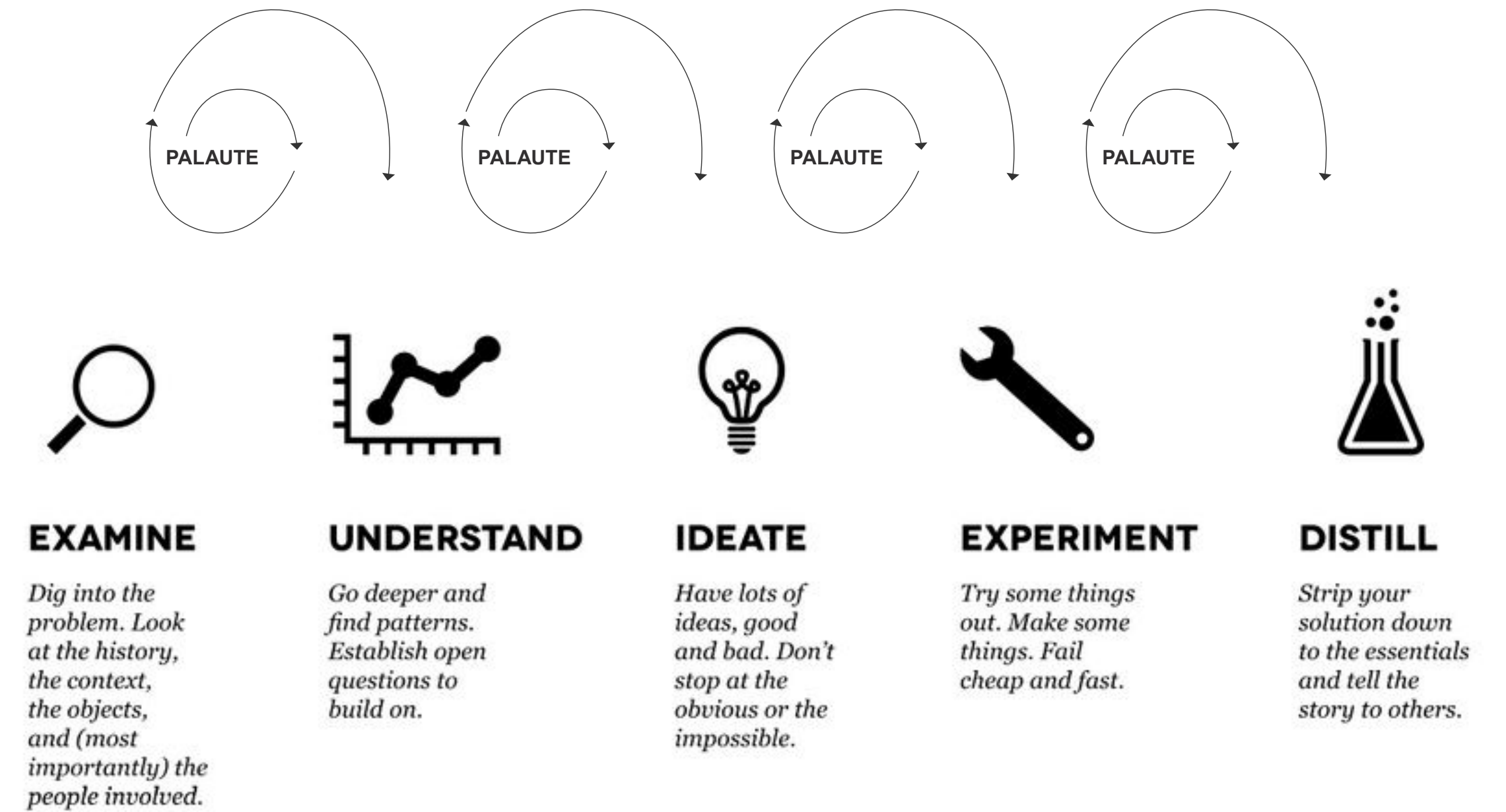
Henkilökohtaiseen osallisuuteen liittyä elämyksellisyttä ilmentää kuluttajan tarve vastaanottaa ja kommentoida kulttuuripalveluihin liittyviä kokemuksia (Ahola 2007, 66).

Tätä voidaan edesauttaa niin, että osastolla ollaan valmiita kommunikoimaan messuvieraiden kanssa. Osaston henkilökunta ei voi tietenkään jutella kaikille messuvieraille, mutta henkilökohtainen kommunikaatio on se joka jää parhaiten messuvieraan mieleen. Messuosastolla esitteleville opiskelijoille ja UPM:n henkilökunnalle voidaan varata auton taustojen kertomisen tueksi esimerkiksi tabletti, jolta voidaan näyttää kuvia ja muuta materiaalia asiasta kiinnostuneille vieraille.

Messuosaston suunnittelun näkökulmasta pohdittavaksi jää se, miten osaston henkilökunta voisi kohdata Biofore-konseptiautosta kiinnostuneet messuvieraat. Tähän liittyy ainakin messuosastolla päivystävien projektin jäsenten tunnistettavuus, mahdollinen yhtenevä pukeutuminen ja infotiskin tarpeellisuus.

6. MUOTOILUPROSESSI

Kuvio 1. kuvaa muotoiluprosessin eri vaiheet pääpiirteittäin. Oma muotoiluprosessini noudatti hyvin pitkälle kuvion mukaista kaavaa. Projektin aluksi tein projektiaikataulunkin tämän kaavan pohjalta. Omaan muotoiluprosessiini olen lisännyt vielä palautteen, jota pyrin saamaan jokaisen vaiheen jälkeen. Palautteen saaminen oli itselleni tärkeää, koska näyttelysuunnittelussa ja osastosuunnittelussa oli omasta mielestäni enemmän vapauksia päättää visuaalisia elementtejä verrattuna esimerkiksi tuotemuotoiluun. Pyrin kuitenkin perustelemaan päätökset ohjaajille, Metropolian projektijohdolle ja UPM:n henkilökunnalle, ennen lopullisia päätöksi osastoa koskien.



Kuvio 1. Oma muotoiluprosessini. (Alkuperäinen kuvio: Core77 2013).

6.1 SUUNNITTELUAIKATAULU JA TYÖRYHMÄ

Tein osaston suunnittelun aikataulun heti ensimmäiseksi toimeksiannon saatua. Tämän aikataulun ympärille sovimme yhdessä Metropolian ja UPM:n edustajien kanssa muutaman palaverin, jossa osaston visuaalisesta ilmeestä keskusteltiin ja saisin heiltä osaston konseptoinnista palautetta. Osaston visuaalisesta ilmeestä täytyi toimittaa messuorganisaatiolle Geneveen visualisoinnit ja dxf-tiedosto viikon 48 loppuun mennessä, joten konseptoinnille jäi reilusti aikaa ennen lopullisen vaihtoehdon valintaa.

Aikataulun tekeminen niin, että se käsitti koko projektin alusta loppuun, osoittautui käteväksi projektin edetessä. Se on toiminut kaikkien projektin osakkaiden yhteisenä projektisuunnitelmana, jonka avulla on koordinoitu messuosallistumisen valmisteluja yhdessä UPM:n henkilökunnan kanssa. Aikatauluni on muodostettu muotoiluprosessin eri vaiheiden pohjalta, yhdistämällä siihen messuorganisaation asettamat takarajat. Näin oman työn edistymistä on voinut seurata ja kaikki muutkin ovat

olleet tietoisia mitä milloinkin pitää olla päätettynä osastoa koskien. Aikataulu oli realistinen ja osaston suunnittelu ja toteutus eteni sen mukaan. Parannettavaa olisi ollut aikataulun loppupäässä osaston toteutuksen osalta. Olisi helpottanut kaikkia osapuolia jos loppuvuodesta aikataulua olisi tarkennettu valmistuksen, koekasauksen, logistiikan suunnittelun ja toteutuksen ja graafisen suunnittelun ja toteutuksen osalta.

Osaston suunnittelua koskevia ja messuosallistumiseen liittyviä käytännön seikkoja käsiteltiin UPM:n brand managerin järjestämässä viikottaisissa puhelinpalaverissa. Puhelinpalaveriin osallistui käsiteltävistä asioista riippuen erinäinen määrä Metropolian ja UPM:N henkilökuntaa.

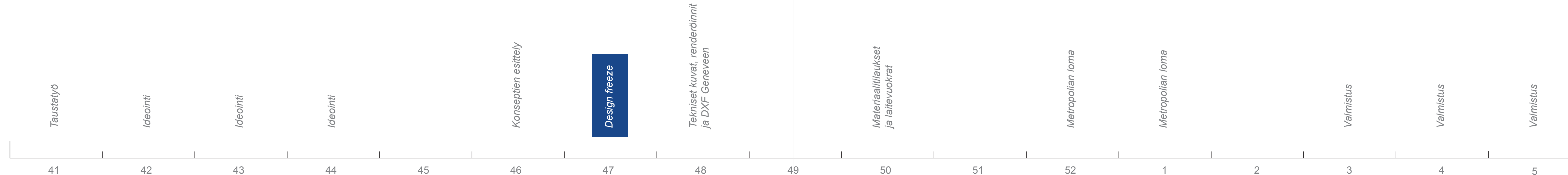
Messuosaston muotoilua kommentoivat Metropolian muotoilun puolelta opettajat Tuomo Äijälä ja Mika Ihanus. Pajamestari Oula-Heikki Rantanen kommentoi osaston teknistä toteutusta.

Lisäksi osaston muotoilua kommentoivat ja messuosallistumisen suunnitteluun osallistuivat Metropolian autoprojektinjohto, teknologiapäällikkö Pekka Hautala, projektipäällikkö Harri Santamala ja projekti-insinööri Oscar Nissinen. UPM:n puolelta osastoa kommentoivat heidän projektinjohto viestintäjohtaja Elisa Nilsson ja Marika Nygård. Osastoa kohtaan esittivät kiinnostustaan heidän lisäksi UPM:n eri liiketoimintayksiköiden brändivastaavat.

Metropolian henkilökunnasta varsinkin Nissinen teki päivittäin työtä messuosallistumiseen liittyen koordinoimalla kaiken messuihin liittyvän ja tarvittavan paperityön ja yhteydenpidon Geneveen sekä yhteistyökumppaneihin. Minun vastuullani olivat messuosaston visuaalisen ilmeen konseptointi, osaston tekniset ratkaisut, osaston logistiikan suunnittelu ja asennuksen valmistelut Suomessa. Kansainvälisille messuille osallistuminen tässä mitta-kaavassa on niin haastavaa, että projektin edetessä

työskentelimme Nissisen kanssa työparina, jotta mahdollisilta informaatiokatkoilta vältyttiin.

Yksi tärkeimmistä onnistuneen messuosaston vaatimuksista on valaistus. Se päätettiin päätettiin ulkoistaa, ja sen on suunnitellut valaistussuunnittelija Jussi Kallioinen minun tekemiäni osaston dxf-tiedostoja hyväksi käyttäen. Messuosaston valaiseminen on haastaavaa ja erittäin kallista. Vaihtoehtoina oli käyttää messuorganisaation yhteistyökumppaneiden valonlähteitä tai viedä mukanaan omat valonlähteet. Päädyimme teettämään suunnitelmat Suomessa ja tilaamaan valaistuksen osastollemme valaistussuunnittelijan tekemän suunnitelman mukaan messuorganisaatiolta, koska se oli hieman halvempaa kuin valojen ja strussien vuokraaminen Suomesta.





Kuva 5. Talvimaaisema. (Cartina 2013).

6.2 MUOTOILUN INSPIRAATIOT

Palaan vielä hankkeen taustoihin. Biofore -konseptiauton taustalla ovat ekologiset arvot, mutta hankkeen osapuolille se on bisnestä tavalla tai toisella. Kyseessä on suomalainen vientihanke ja mielestäni voimme ylpeänä esittää Biofore konseptiauton nimenomaan suomalaisena yhteistyöprojektina.

Tiivistin arvot ja taustat yhteen sanaan:

-Puhtaus

Olen käyttänyt puhtautta omana inspiraationani suunnittelun edetessä. Biofore-konseptiauto on usean yhteistyökumppanin hanke ja koko osaston suunnitteluprosessin ajan heillä oli omia motivaatioitaan auton esittelyn ja autonäyttelyn suhteen. Oma työtänä helpotti suuresti, että autoprojektin taustoihin perehdyttyä tein oman johtopäätöksen projektin arvoista. Esitin näkemykseni myös yhteistyökumppaneille ja sain heidän tukensa valitsemalleni teemalle.

6.3 BENCHMARKING



Kuva 6. MB julkaisu Genevessä 2013 (Rush Lane, 2013).



Kuva 7. MB julkaisu Genevessä 2013 (Autoblog, 2013).

Mercedeksen kohtuullisen yksinkertainen seinärakennelma saa uuden ilmeen projektion avulla. Tehokeino toimii julkaisutilausuudessa hienosti. Säädettävä valaistus on projisoinnin onnistumiselle pakollinen.

Mini ja Lancia ovat käyttäneet lattiaa visuaalisena elementtinä. Osastoissa onkin lattiapintaa kymmenkertainen määrä verrattuna pystypintoihin. Koneistaminen tai koneistaminen ja valotehosteiden lisäämisellä saa mielenkiintoa vaikka ympäristöä ei näy. Teippauskin voi toimia samalla tavalla, vähemmällä vaivalla.



Kuva 8. Minin osaston koneistettu lattia. (IndianAutosBlog, 2013).



Kuva 9. Lancian osasto Genevessä 2013. (Nissinen, 2013).



Kuva 10. Bugatti mielenkiintoinen tilanjako. (Luxury Launches, 2013).

Bugattilla ja Yokohama luottaa perinteisempään osaston suunnitteluun. Yokohaman auton koroke on perusteltu, koska auto on matalaa mallia, eikä sen sisään ole tarkoitus mennä. Bugattin osaston muoto sopii auton muotoiluun kanssa hyvin yhteen ja vähentää ratkaisevasti lasiaitojen rakentamista. Osastolle ei ole vapaata pääsyä, vaan kulku tapahtuu siistin portin kautta. Kuvista voi päätellä merkittävän eron osatojen valaistuksesta. Bugatilla autot ja osaston rakenteet



Kuva 11. Yokohama korokkeella. (Nissinen, 2013).

on valaistu. Bugatin osastorakenteiden valkoinen yläpinta tehostaa valojen voimaa. Yokohaman osastolta viime vuoden Geneven autonäyttelystä otetusta kuvasta huomaa, että se on valaistu yleisvaloperiaatteella. Auto ei ole juurikaan voimakkaammin valaistu verrattuna taustalla näkyvään tasomaiseen elementtiin vaikka varjoista päätellen valaisusta on suunnattu autoon.

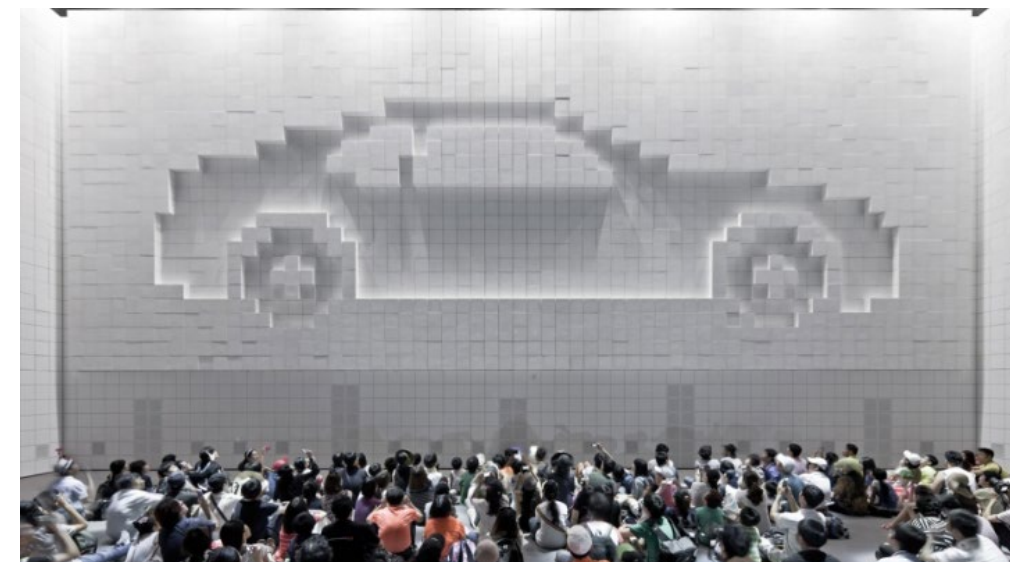


Kuva 12. Hondan galleriamainen esillepano. (Retail Design Blog, 2013).

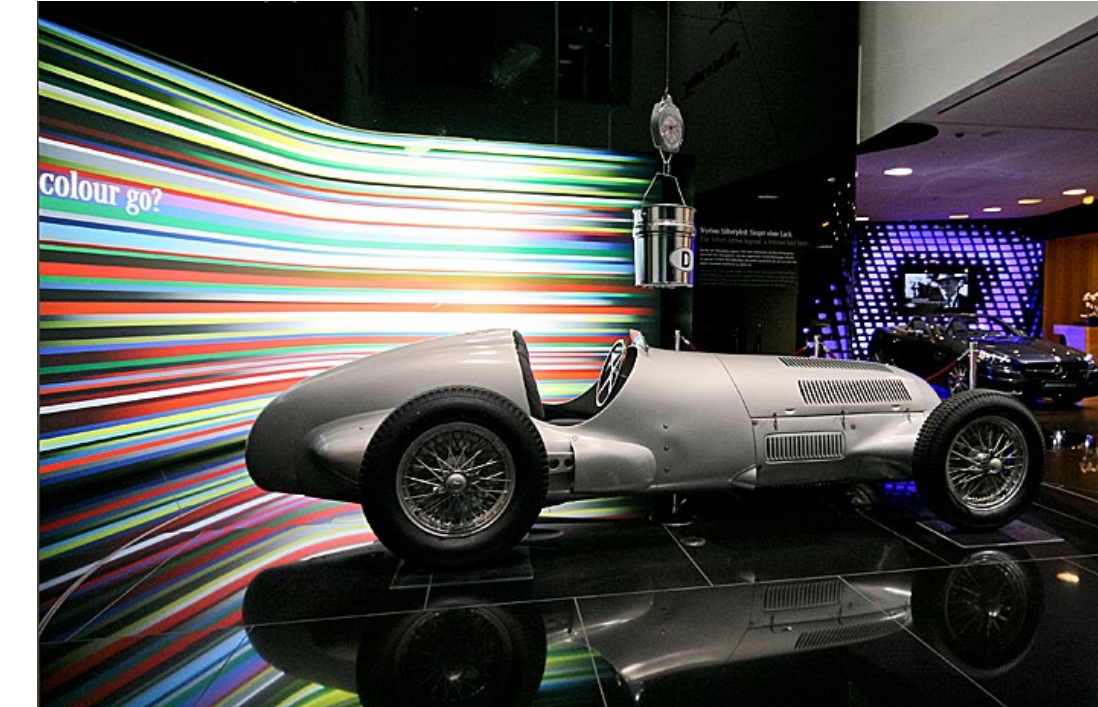


Kuva 13. Hondan CRV julkaisu 2013 galleriassa. (Retail Design Blog, 2013).

Hondalla ja Hyndailla on perinteisestä poikkeavaa autojen ja brändin esittelyä. Honda on esillä galleriamaisessa tilassa ja Hyundai käyttää pikselin kaltaista struktuuria omaan markkinointiin. Molemmissa on yhtä vahva viesti.



Kuva 14. Hyundai Paviljonki. Liikkuvat seinäelementit muodostavat pikselimäisiä kuvioita. (Retail Design Blog, 2013).



Kuva 15. Mercedes Benz showroom. Lattian heijastukset tuplaavat efektiseinän. (Retail Design Blog, 2013).

Mercedes ja Ferrari saavat autot liikkeelle horisontaanisilla viivoilla ja heijastuksilla. Kiiltävän lattian avulla pienestä tilasta saa suuremman tuntuisen ja auto näyttää dynaamisemmalta niiden päällä esiteltynä. Kokonaisuudessaan erilaisten autonäyttely osastojen kuvien katselu eri blogeista ja googlen kuvahauilla todistaa, että autoja esitellään mielikuvituksellisin keinoin ja niiden esittelyyn panostetaan eri tekniikoilla paljon. Useat efektin toteutetaan yhdistämällä rakenteet ja valaisu eri keinoin. Näyttävimpiä tehokeinoja ovat projektiot, integroidut valot rakenteissa ja tarkoin suunnitellut osastojen valaistukset



Kuva 16. Ferrarin osasto Genevessä 2013. (Nissinen, 2013).

joissa parhaassa tapauksessa on otettu varjojen ja heijastusten tuomat efektin huomioon. Auton nostaminen ja kallistaminen lisäävät harvoin näytävyyttä, sitä voi käyttää jos esiteltäviä autoja on useampia samanlaisia. Meidän tapauksessamme ainakin valaistukseen panostaminen on yksi tärkein keino jonka avulla voimme tavoitella laadukkaan osaston visuaalista ilmettä, ja toisaalta sen hankkiminen ei vaadi osaston asentavalta porukalta työaikaa ja näin Geneveen ei tarvitse matkustaa kokonaista viikkoa ennen näyttelyn alkua.

6.4 MESSUOHJEISTO

Geneven autonäyttely on niin suuri tapahtuma, että jokaiseen seikkaan, mikä liittyy vähääkään messuihin, toimitetaan ohjeet. Meidän organisaatiolle vakavasti otettavia ohjeita tuli yhteensä 14 pdf:n verran. Osaston rakenteisiin ja osaston suunnitteluun niistä liittyi yli sata sivua sääntöjä ja niiden poikkeuksia.

Järjestäjäorganisaation ohjeisto ei ota kantaa rakenteiden visuaaliseen ilmeeseen, muuten kuin mainitsemalla ja ohjeistamalla näyttelilleasettajat viimeistelemään osastonsa hyvin. Sen tarkistavaa erillinen komissio, jolle Geneven autonäyttelyyn osallistuvat lähettävät mitta- ja piirustukset, visualisoinnit ja 3-d tai 2-d mallit omista osastoistaan.

Ohjeisto antaa osaston rakenteille minimi- ja maksimit. Osastomme kuuluu ns. keskilattialle eli messuhallin keskelle ja siinä näyttelilleasettajat eivät saa rakentaa liian suuria tai korkeita elementtejä. Seinät eivät saa ylettyä yli 1600 mm messuhallin lattiasta mitattuna. Osaston lattiaa ei saa nostaa yli 150 mm messuhallin lattiasta. Edellämainitut ovat vain tärkeimmät rajoitteet. Ohjeisto sisältää varsin seikkaperäisesti määritetyt rajoitteet lähes kaikkeen mm. valaistukseen, äänitehosteisiin ja auton sijoitteluun.

Suureen osaan osastoa koskevista rakentamiseen

liittyvistä säännöistä on myös mahdollisuus hakea Geneven messuorganisaatiolta poikkeuslupa. Päätin jo heti ohjeistoon tutustuttuani, että pyrin konseptoimaan osastojen arkkitehtuuria niin ettei sen toteuttaminen vaatisi erillistä lupaa järjestäjältä. Tämä helpottaisi suunnitteluprosessia ja auttaisi itseäni pysymään osastolle varatussa budjetissa.

Kaikkien näyttelilleasettajien täytyy kontaktoida naapuri-osastojen näyttelilleasettajat ja informoida heitä osastonsa pääpiirteistä. Metropolian osaston naapureista vain Akka Technologies vastasi lähettämäämme sähköpostiin ajoissa, Brabus/Startech vastasi keskittyvänsä muihin messuihin ja palailevansa asiaan myöhemmin.

Osastomme rakenne selitettiin Akka Technologiesin työryhmälle lähettämällä tekniset piirustukset ja lisäksi pitämällä lyhyt puhelinpalaveri heidän kanssaan. Keskustelimme osastojen korottamisesta messuhallin lattiasta ja osastoille rakennettavien seinien korkeuksista. Keskustelusta selvisi, että he rakennuttavat osastonsa alihankkijalla, eikä heillä ollut tarkkaa tietoa paljonko heidän osastoaan nostettaisiin messuhallin lattiasta. He ohjeistivat alihankkijansa messuohjeistolla ja määrittivät osastoltaan toiminnot ja arkkitehtuurin pääpiirteittäin.

Kuva 17. Messuohjeisto oli liian laaja muistettavaksi ulkoa. Sienirihmasto kuvaa sen laajuutta hyvin.

6.5 AUTON ASEMOINTI OSASTOLLE

Jo ensimmäisessä tapaamisessani Tuomalan kanssa keskustelimme auton sijoittamisesta osastolle messujärjestäjän lähettämä pohjakuva apunamme. Tuomala teki havainnon osastomme mallista ja paikasta suhteessa käytäviin ja totesi, että mikäli auton haluaa nähdä tai kuvata edestä, sivulta ja takaa astumatta varsinaisesti osastolle, on auto sijoitettava kuvan 18 mukaiseen kulmaan osastolle. Auton keulan suunta kohti osaston pidempää käytävää rajaavaa reunaa todettiin ainoaksi luonnolliseksi vaihtoehdoksi.

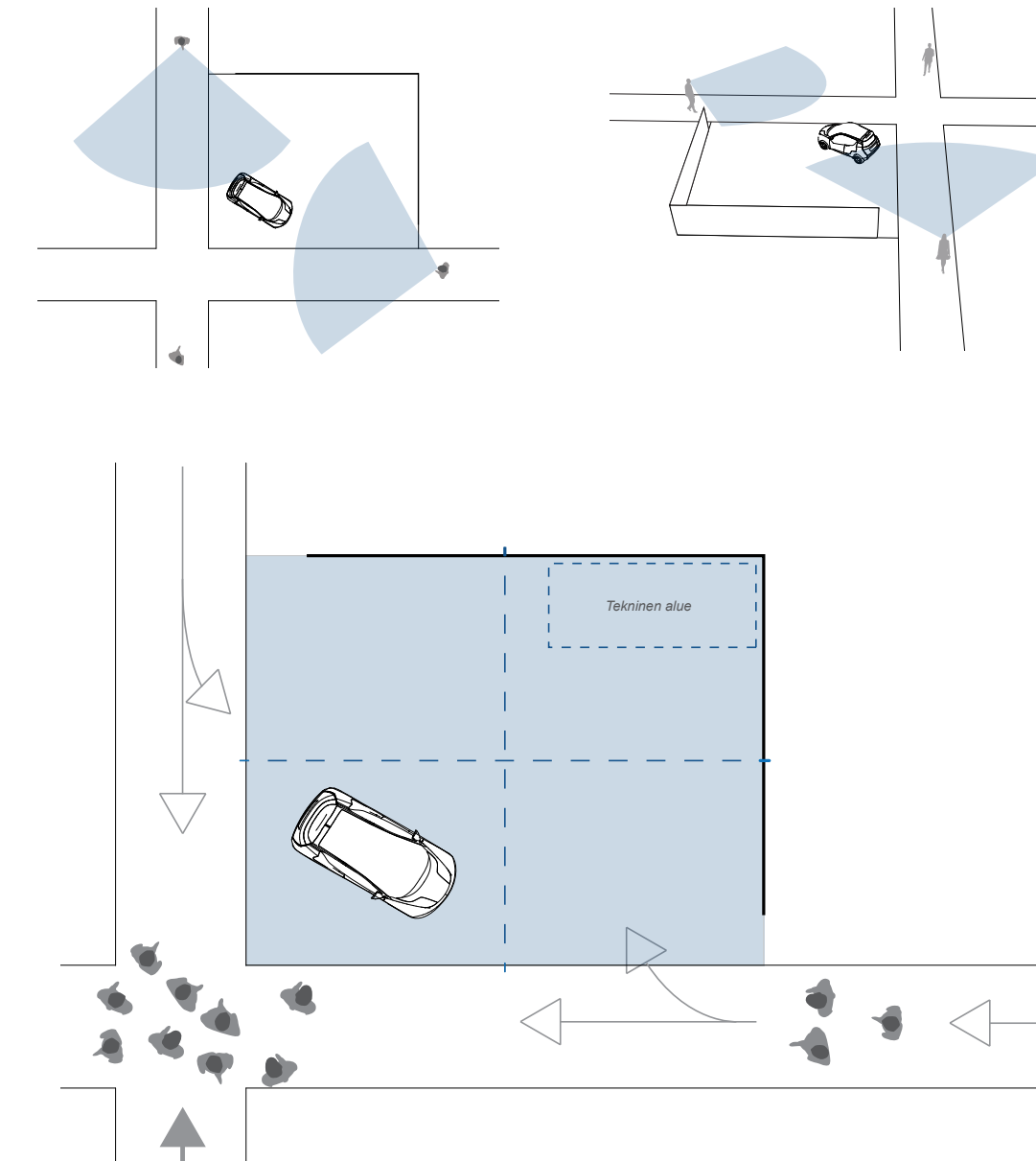
Päätin auton paikaksi osaston etualan ja jatkoin osaston toimintojen ja rakenteen ideointia tästä lähtökohdasta. Auton sijoittaminen osaston etualalle kuvan 18 osoittamalla tavalla säästää lattiapinta-alaa muiden toimintojen suunnittelulle. Ensimmäisessä osaston suunnittelun käynnistävässä palaverissa esitin myös, että rajaisimme osaston seinällä messuohjeiston sallimissa puitteissa. Näin välttyisimme katselemasta naapuriosastojen mahdollisia viimeistelemättömiä tai kehnosti viimeisteltyjä seinien pintoja.

Esitin osastolta varattavan pienehkön alueen messuhenkilökunnalle. Omat kokemukseni messuilla päivystämisestä tukevat osaston yksityisen alueen tarpeellisuutta.

Messuvuoro helpottuu kun puhelimen ja tietokoneen saa ladattua ja ulkovaatteet saa järkevästi säilytettyä. Lisäksi osastolla on hyvä olla tarjolla vettä vähintään henkilökunnan tarpeisiin. Teknisenä alueena voi toimia lukittava kaappi tai erillinen tila joka on selkeästi rajattu muusta osastosta. Tekninen tila asettuu pohjakuvassa luonnollisesti osaston nurkkaan.

Autoa ei saa sijoittaa metriä lähemmäksi käytäviä, joten pohjakuvan mukaan se vie osaston pinta-alasta noin neljänneksen. Jotta auton katselu olisi mukavaa, on sen läheisyys pidettävä vapaana tilana ja huolehdittava myös kuljettajan puoleisten ovien vapaa aukeaminen, jotta vieraat mahtuvat katsomaan ja kuvaamaan auton interiöriä vapaasti.

”Avoimet tilat jossa on vapaata tilaa liikkua ovat kutsuvia vieraille ja selkeä signaali siitä että tila on tarkoitettu pysähtymiseen ja katseluun” (Hughes 2010, 96). Samoin vapaa tila liittyy messuvieraiden kokemaan keholliseen elämykseen. Auton asemoinnin jälkeen jatkoin osaston arkkitehtuurin luonnostelua niin, että pyrin säilyttämään osastolla tarpeeksi vapaata tilaa vieraille ja henkilökunnalle. Osastoa suunniteltaessa avoimuus ja rentous oli tunnelma jonka halusin mahdollistaa osastolle.



Kuvat 18. Auton aseointi osastolle ja karkea jako tilankäytöstä.

Messuvieras

- Valokuvaus
- Keskustelu henkilökunnan kanssa
- Auton sisällä istuminen
- Videon katselu
- Istuminen

Henkilökunta

- Auton esittely
- Henkilökohtainen tavaroiden säilytys
- Osaston ja auton ylläpito
- Esitteiden jakaminen
- Pressikitin jakaminen
- Puhelimen ja tietokoneen lataaminen

Kuva 19. Toiminnot osastolla.

6.6 LUONNOSTELU

Luonnostelun avulla pyrin ideoimaan osastolle tarvittavat elementit vieraiden ja henkilökunnan tarpeisiin. Halusin säilyttää auton ympäristöllä ja suunnittelemaan osaston avoimeksi.

Auto rajataan yleisöpäivien aikana aidalla ja auton luokse ei ole vapaata pääsyä. Aitaukseen jätetään kuitenkin kulkuaukko ja henkilökunnan seurassa autolle voidaan päästää vieraita katsomaan, kokeilemaan ja kuvaamaan autoa.

Tärkeimmät ideoitavat rakenteet olivat aita, teknisen alueen rajaus tai tarpeeksi suuri kaluste säilytystar-koitukseen, ja istuinten suunnittelu messuvieraiden ja henkilökunnan käyttöön. Aitaa en suunnitellut missään vaiheessa niin, että sillä suljettaisiin koko osasto. Samoin auton nostamisen omalle korokkeelle tai kallistamisen olin jo alusta alkaen päättänyt jättää vaihtoehtoista pois. Ne olisivat tehneet osaston asennuksesta aikataulullisesti

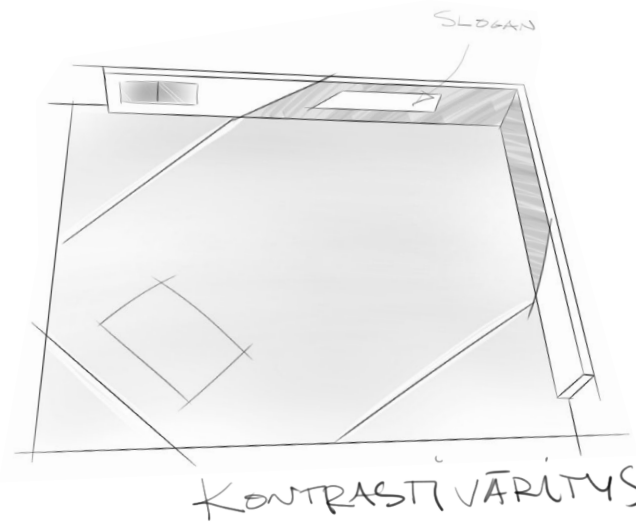
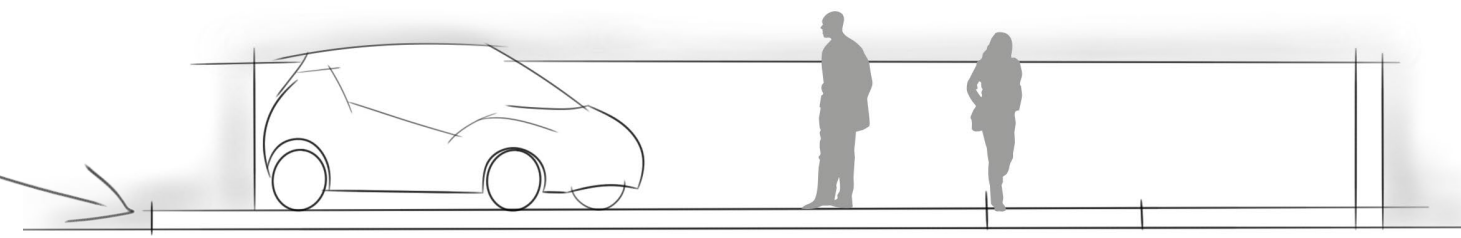
haastavaa, kasvattaneet budjettia ja vaikeuttaneet autoon sisälle pääsyä.

Tekninen tila saadaan luontevimmin osastolle jakamalla se osaston nurkasta suoraan seinärakenteella omaksi alueekseen. Tarpeeksi kapea kulkuaukko kertoo vieraille ettei se kuulu enää kaikille vapaaseen tilaan.

Pohdin erilaisia seinärakenteisiin tulevia yksityiskohtia ja erilaisia istuinten sijaintia ja muotoja. Osastomme koko on pieni joten istuimiksi päätin pyrkiä löytämään ratkaisun joka on selkänöjaton, pikemminkin penkin omainen.

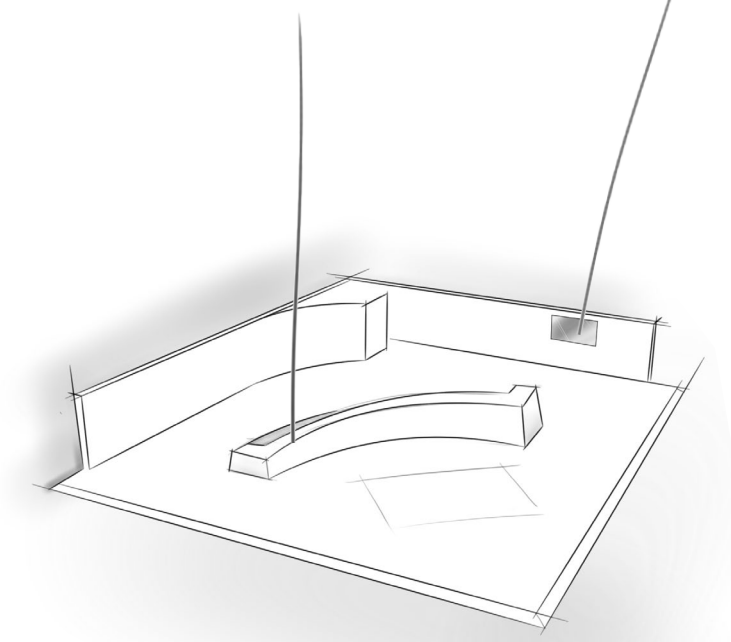
UPM tuotti omaan käyttöönsä markkinointimateriaaliksi videon autossa käytetyistä raaka-aineista ja se sovitettiin esitettävän osastolla näyttölle. Paras paikka näytölle löytyi osaston lyhyemmältä seinältä. Pidempään seinään UPM tuotti graafisen ilmeen, joka sisältäisi Metropolian ja UPM:n logot, sloganin autolle ja graafisen elementin.

KOROKKE



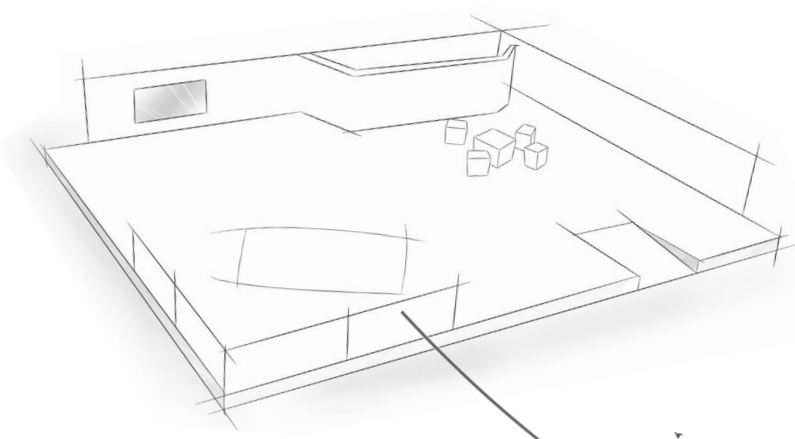
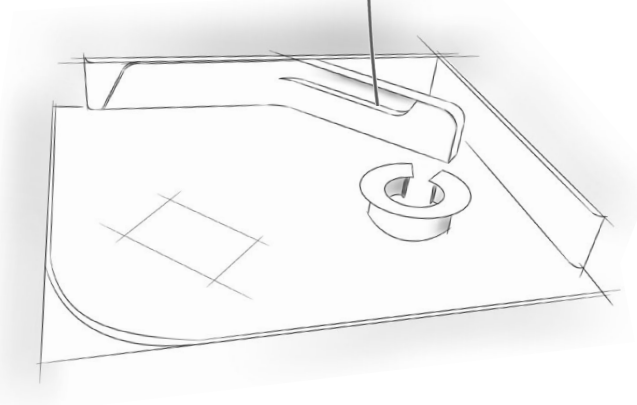
KONTRASTI VÄRITYS

KAAREVA ISTUIN (JAKAA TILAN) NÄYTTÖ



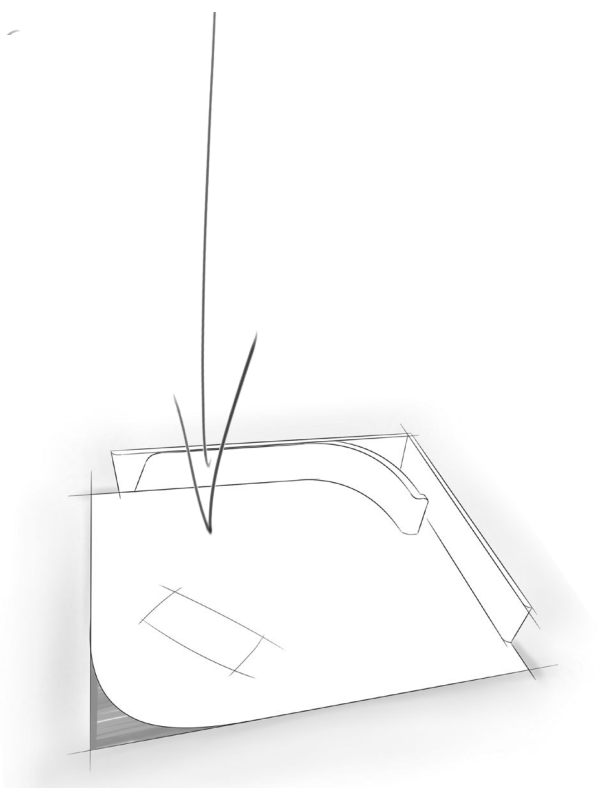
LOGOT SLOGANU

ESITTEET + IPADIT TASALLA

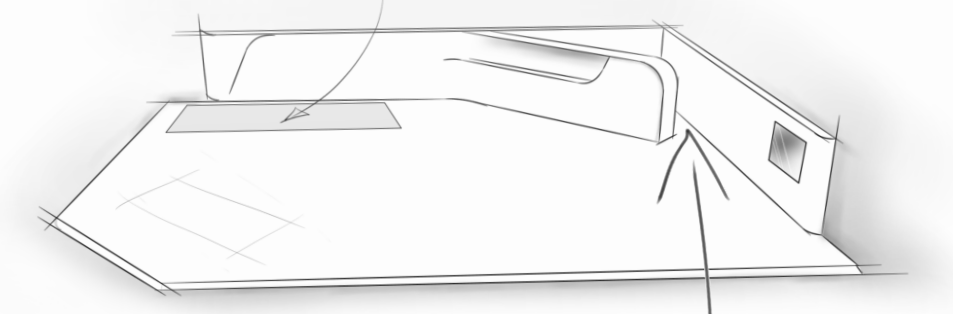


AITA (LASI)

PYÖREÄT ISTUIMET + PÖYDÄT

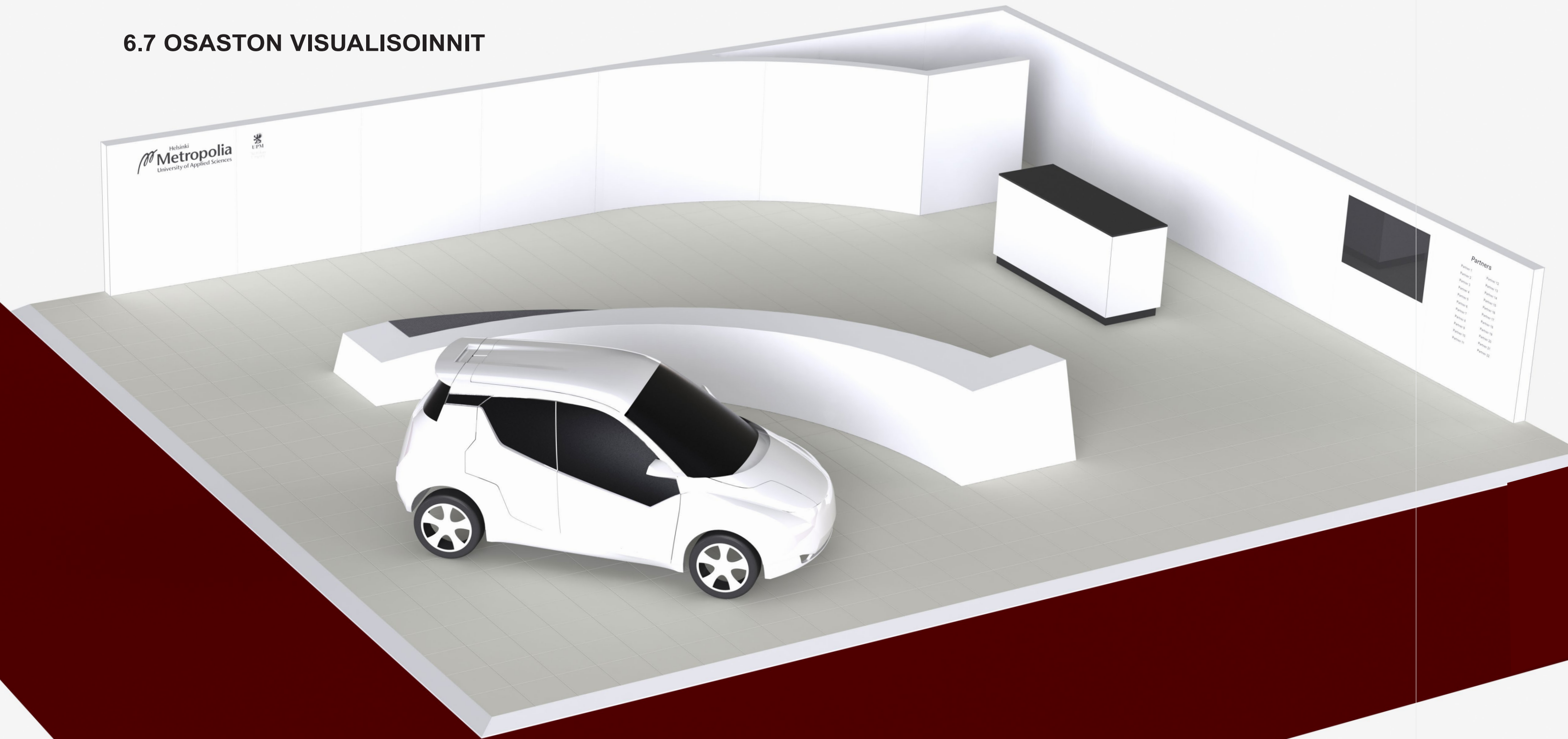


ISTUIMET



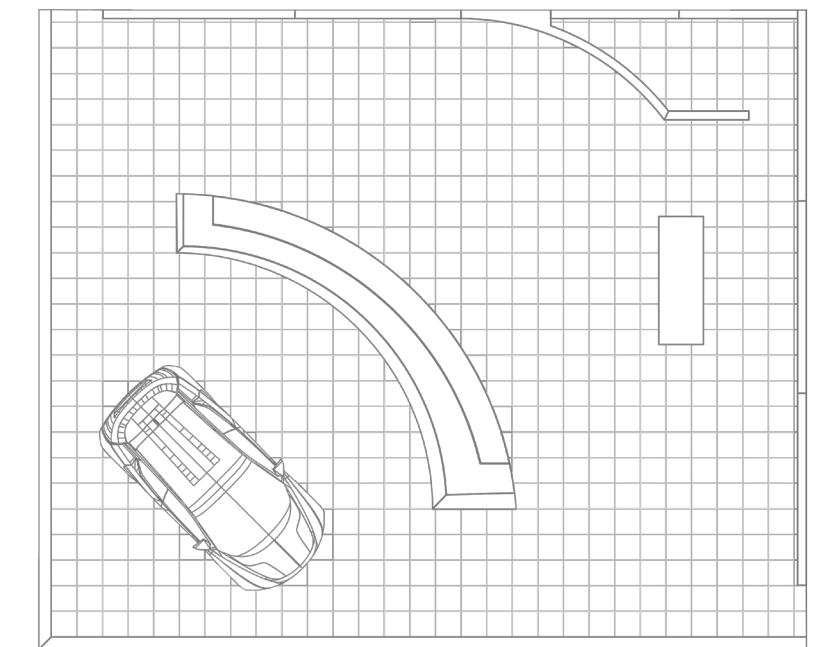
TEKNINEN TILA

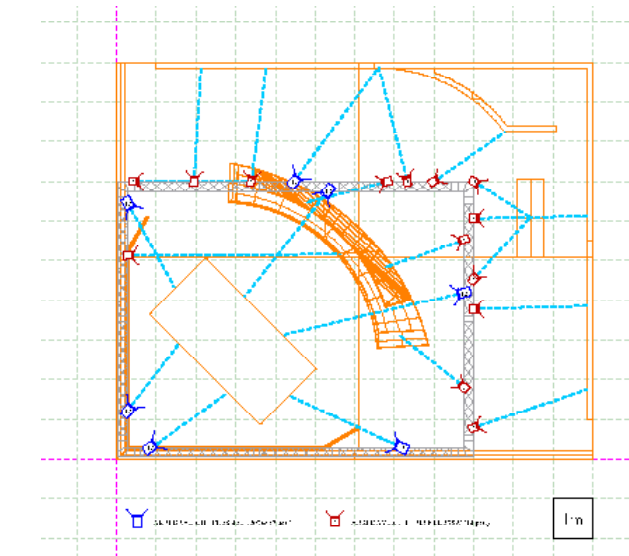
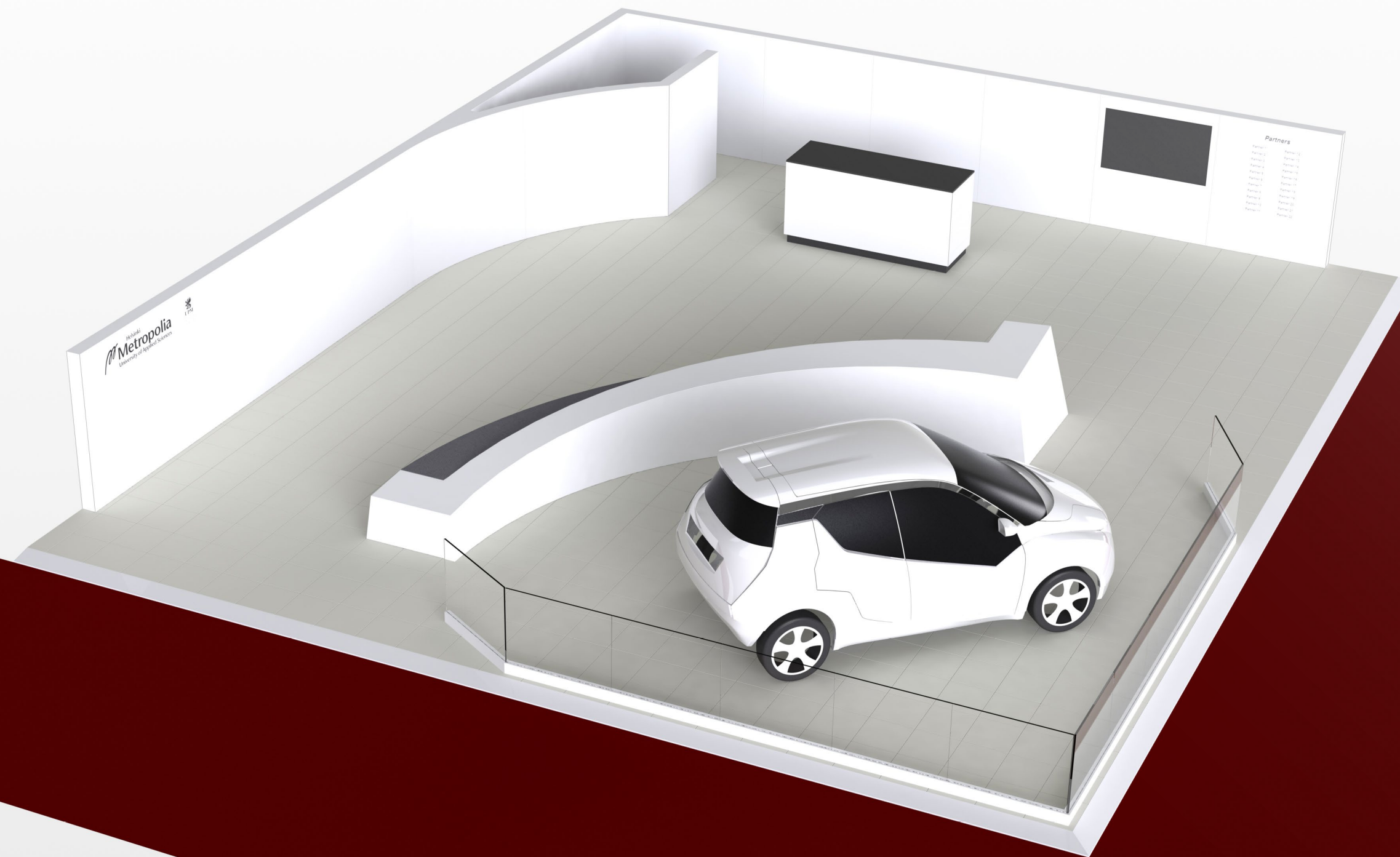
6.7 OSASTON VISUALISOINNIT



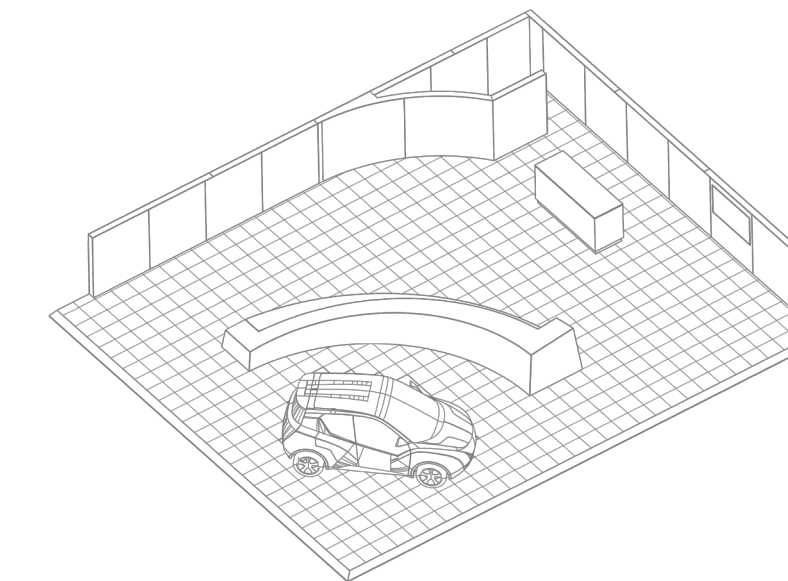
Osaston visuaalinen ilme ja arkkitehtuuri päätettiin kokouksessa johon osallistuivat sekä Metropolian ja UPM:n projektijohto. Esillä oli kaksi hyvin samankaltaista konseptia. Toisessa oli koivuvanerisia yksityiskohtia ja toinen oli kokonaan valkoinen.

Visuaaliseksi ilmeeksi valittiin kokonaan vaalea kokonaisuus. Mielestäni valkoinen osasto sopii parhaiten Biofore-konseptiautolle ottaen hankkeen taustat ja auton värityksen huomioon. Auto heijastaa vihreää katselukulmasta ja valaisusta riippuen joten mielestäni osastolle ei tarvita muita värejä. Kokonaan valkoinen ja yksinkertainen osasto pyrkii olemaan erilainen erittäin pelkistetyt ja niukun visuaalisen ilmeen avulla. Selkeät linjat saavat ja auton sijoittelu etualalle saavat osaston vaikuttamaan tilavalta, vaikka autonäytelyssä 120 m² kokoinen osasto on pienimmästä päästä.





Kuva X. Jussi Kalliosen tekemä



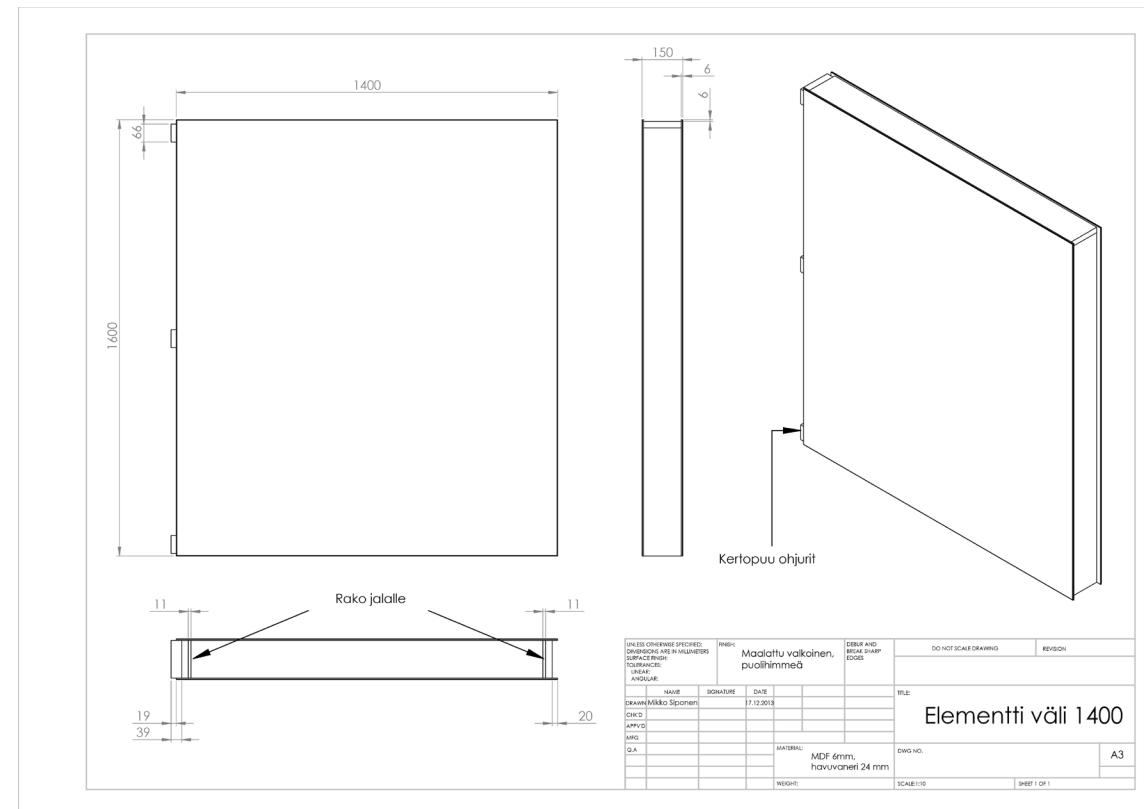
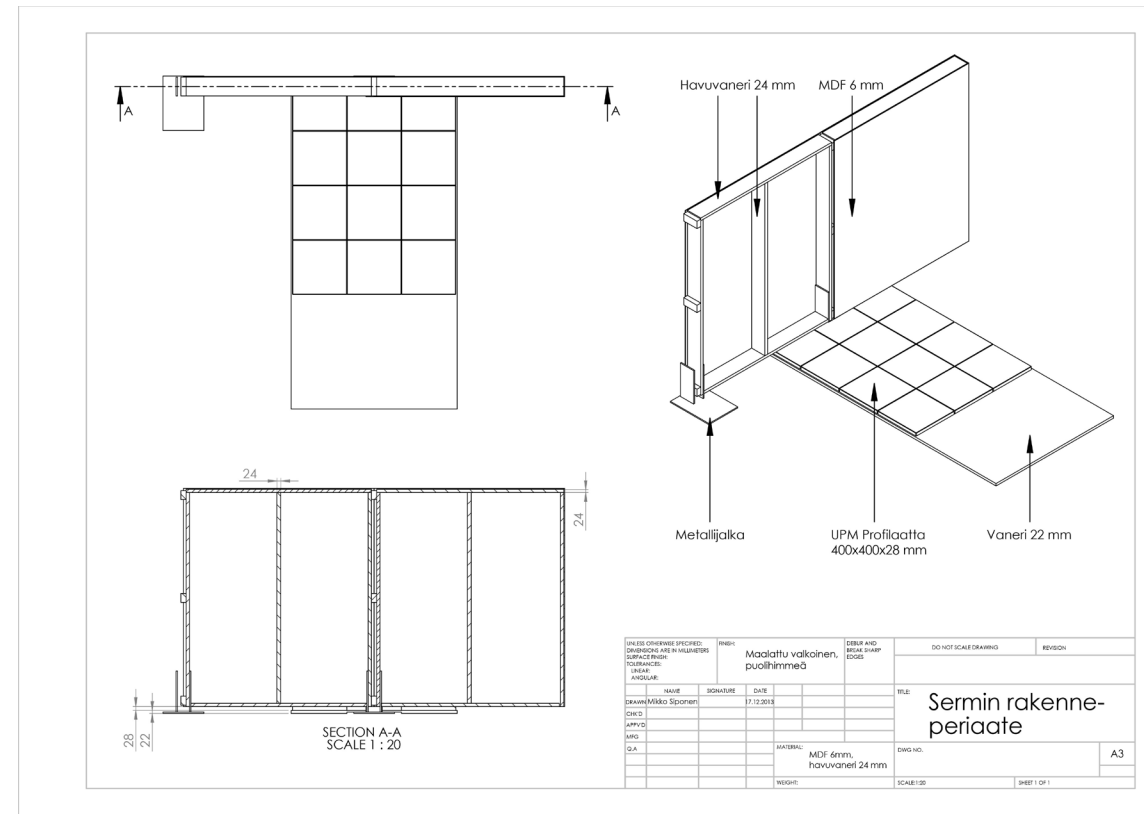
Osasto koostuu seinäelementeistä ja kahdesta kalusteesta. Istuin on takoituksella suuri, sillä se toimii tilanjakajana osaston puolelta. Yleisöpäiville osastolle asennetaan kuvan mukainen lasiaita. Koska kaareva istuin on syvä ja korkea, ei sen yli pääse astumaan helposti edes matalammasta päästä. Näin osastoa ei tarvitse sulkea kokonaan lasiaidalla, ja toisaalta autoa ei tarvitse kiertää lasiaidalla joka tuo helposti karsinamaisen elementin ja vie enemmän tilaa osaston pinta-alasta.

UPM:n pyynnöstä osastolla on infotiksi. Se on tarkoituksella korkean neuvottelupöydän mallinen ja sopii myös rentoon nojailuun. Kun kalusteita on vähän, jäävät osaston kulkuaukot suuriksi ja ovat kutsuvia astumaan sisään. Kaarevan istuimen yli näkee vaivatta sisään kuljettajan puolelle, kun osaston puoleiset ovet ovat auki ja näin tuoretta muotoilua oleva interiööri on helposti katsottavissa.

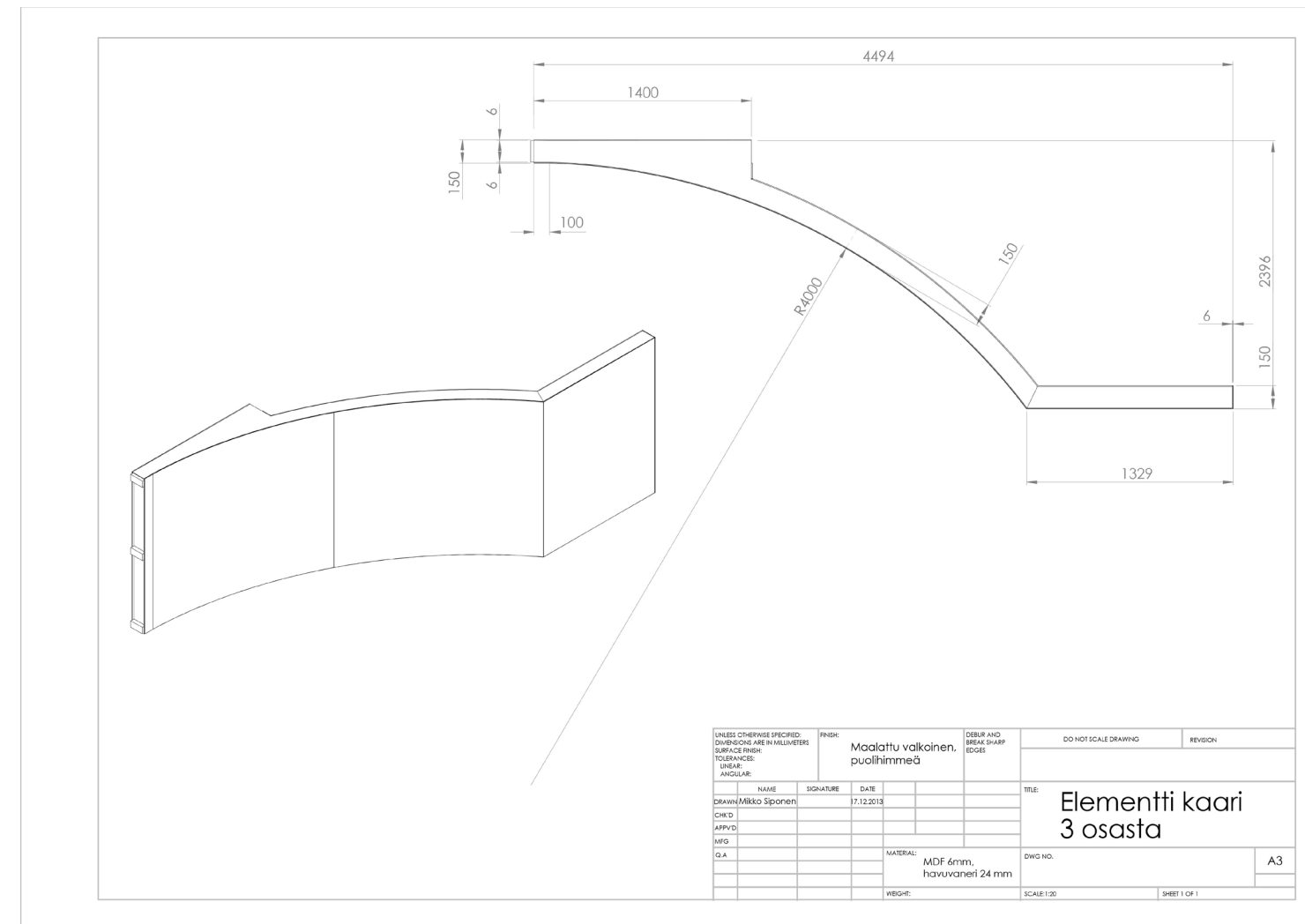
Lattian materiaali on UPM:n Profi tuoteperheen lattia-laattaa josta teetettiin osastomme tarpeisiin tuotantoerä vaikka tuote ei olekaan vielä kuluttajamarkkinoille. Ekologinen puumuovikomposiitti sopii osastolle loistavasti ja on erittäin helppo asentaa. Profilaatan pinta on matta ja se sopii paremmin Biofore-konseptiatuon osaston lattiaksi kuin kiiltävät materiaalit, joita autonäyttelyissä paljon käytetään.

Valaistukseen varattiin budjetista reilusti rahaa, koska halusin korostaa vaaleutta mahdollisimman paljon. Koska messuhallin strussit ovat 14,5 m korkeudella katossa, ei pikkurahalla saa lattiatasoon kuin himmeät valot. Ilman valaisusta osasto näyttäisi hämärältä. Valaitussuunnitelmat teki ammattilainen ja valot vuokrattiin järjestäjältä. Yhdessä tarpeeksi kirkkaiden valojen ja lähes kokonaan valkean osaston on tarkoitus viestiä puhtautta.

7. TEKNISET PIIRUSTUKSET



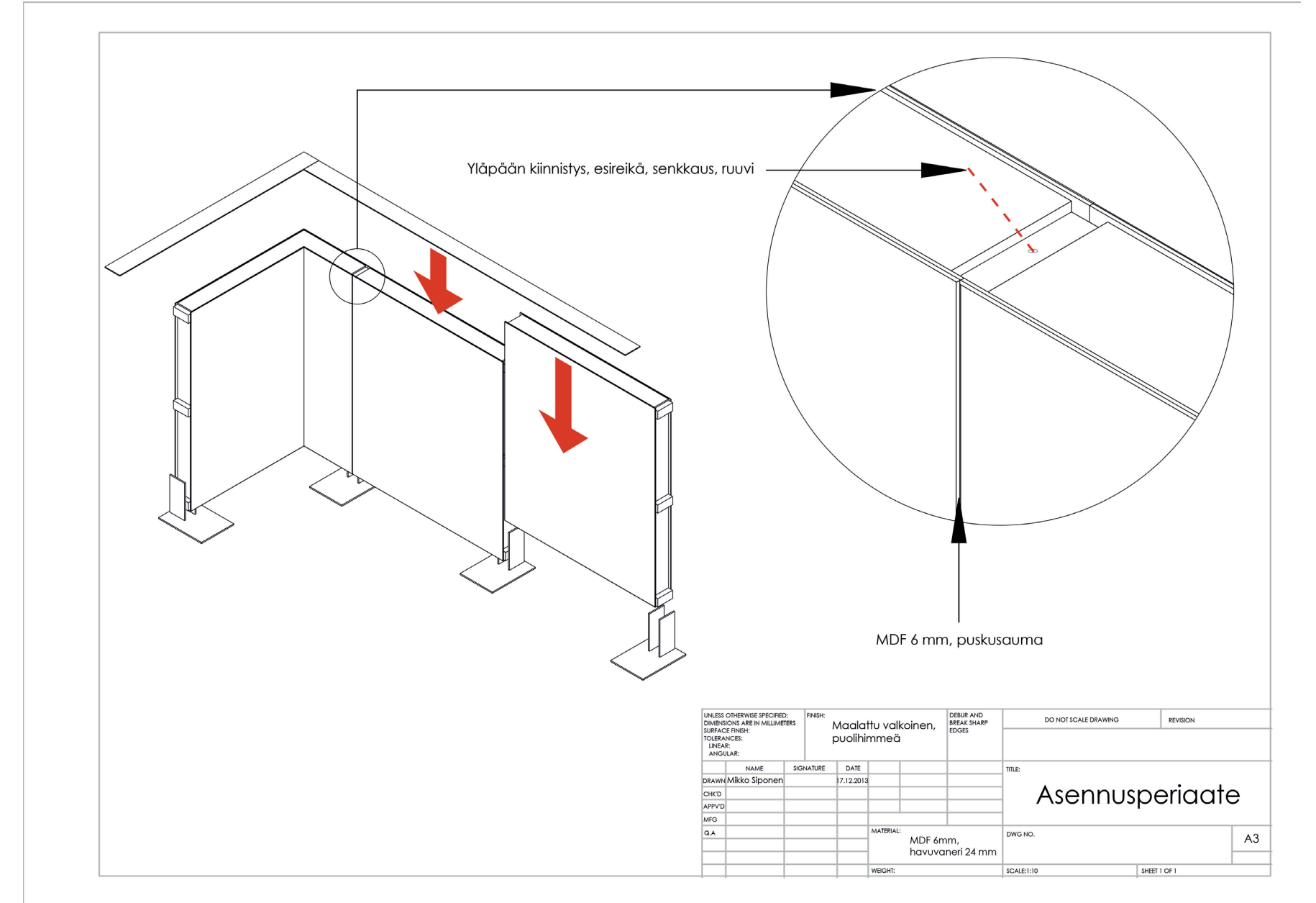
Seinäelementit koostuvat maalatusta MDF:stä ja sen runko on havuvaneria. Profilaattojen alle lattialle tulee 22 mm pontattu havuvaneri, joilla pienet messuhallin epätasaisuudet voidaan oikaista. Kaareva elementti vaatii CNC-koneistusta, ja toimitin alihankkijalle kaikista osaston kaarevista osista DXF- tiedostot jyrsinratojen tekoa varten. Suorakaiteen malliset elementit tilattiin 2-d piirrustuksien pohjalta, jotka sain kätevästi osaston mallista Solidworksilla.



Yksi merkittävin päätös suunnitteluprosessissa oli olla korottamatta osaston lattiaa käyttämällä valmiita messurunkoja tai rakentamalla runkoa pitkästä tavarasta paikan päällä. Osaston lattian korotus helpottaisi seinien ja lasiaidan tukemista ja asentamista. Se olisi kuitenkin lisännyt työmäärää paikanpäällä, sekä materiaali- ja kuljetuskustannuksia.

Koska en nähnyt lattiankorotukselle mitään muotoillista arvoa, oikeastaan päinvastoin, osaston teknisen suunnittlun haasteeksi tuli löytää keino jolla seinäelementin saataisiin pysymään pystyssä. Ratkaisuna oli tehdä seinäelementeistä 150 mm syvät, jotta se seisoisi paikoillaan auttavasti jo omalla painollaan ja sen lisäksi suunnitelmassa oli tehdä tukevat metallijalat. Tästä kuitenkin luovuttiin alihankkijan kanssa pidetyssä palaverissa. Ideoin yhdessä heidän kanssaan yhtä tukevan ratkaisun kuin metallijalka mutta puusta valmistettavana. Ratkaisu oli tehdä vanerista ja kertopuusta alajuoksut, jotka kiinnitettiin lattiarakenteeseen. Seinäelementit kiinnitettiin alajuoksuihin. Näin saimme samalla tarvittavaa kiilausvaraa siltä varalta, että messuhallin lattia olisi vino tai aaltoileva.

Suunnittelin seinäelementit niin, että mahdollisimman moni elementti olisi identtinen keskenään, ja että elementeistä tulisi mahdollisimman kevyitä. Näin ne on helppo valmistaa ja voisimme käyttää aina paremman puolen jos osa sermeistä rikkoutuisi kuljetuksen tai siirtelyn aikana. Haittapuolena oli toki se, että valmiit seinäelementit eivät pakkaudu niin pieneneen tilaan kuin jos ottaisi mukaansa aiheet joista rakennettaisiin messuseinät. Päädyin valmiisiin elementteihin koska se on riskien hallintaa. Emme voisi varmuudella tietää kauanko rakentaminen kestää ja joka tapauksessa esim. pintakäsittelystä tulisi ongelma.



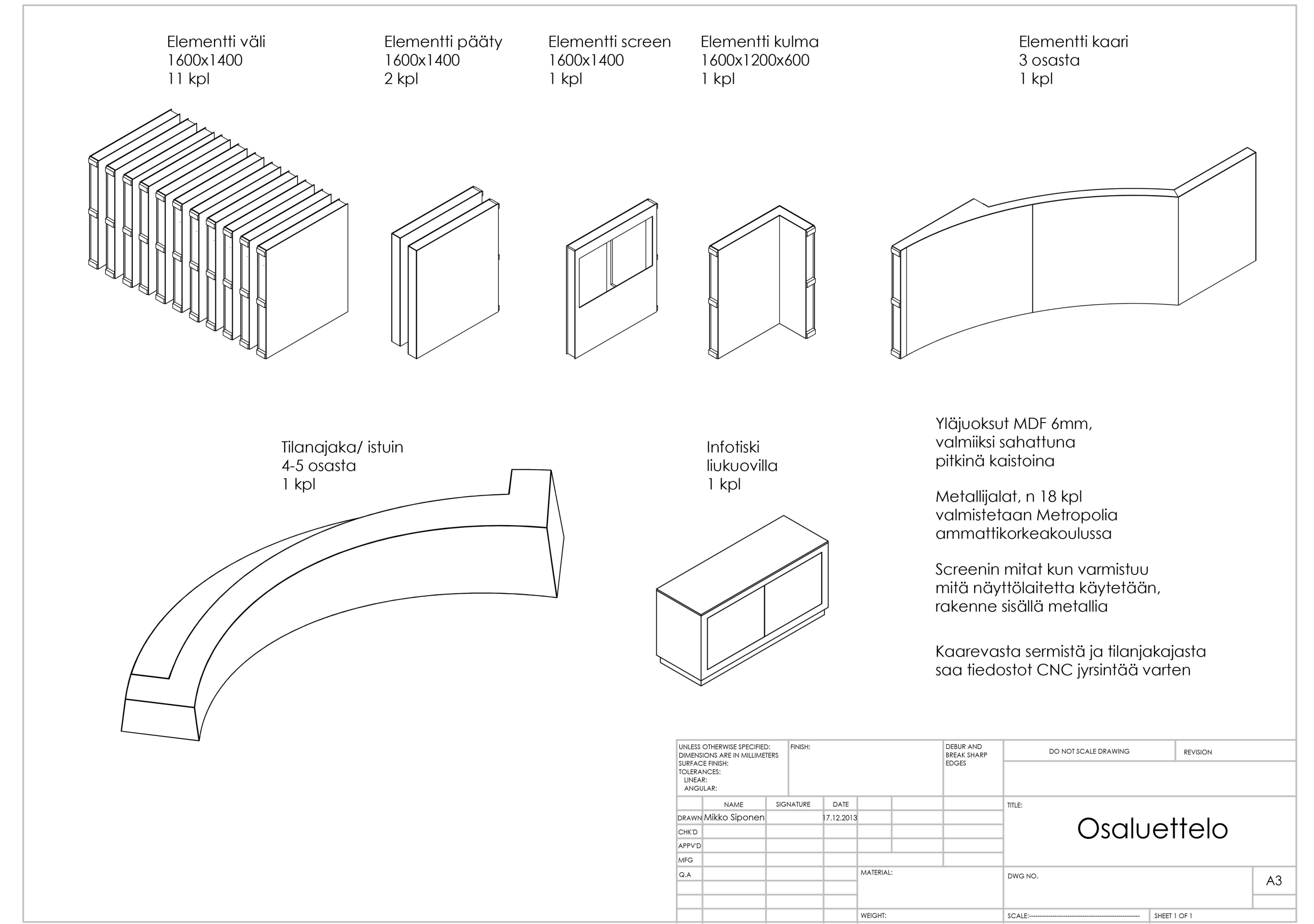
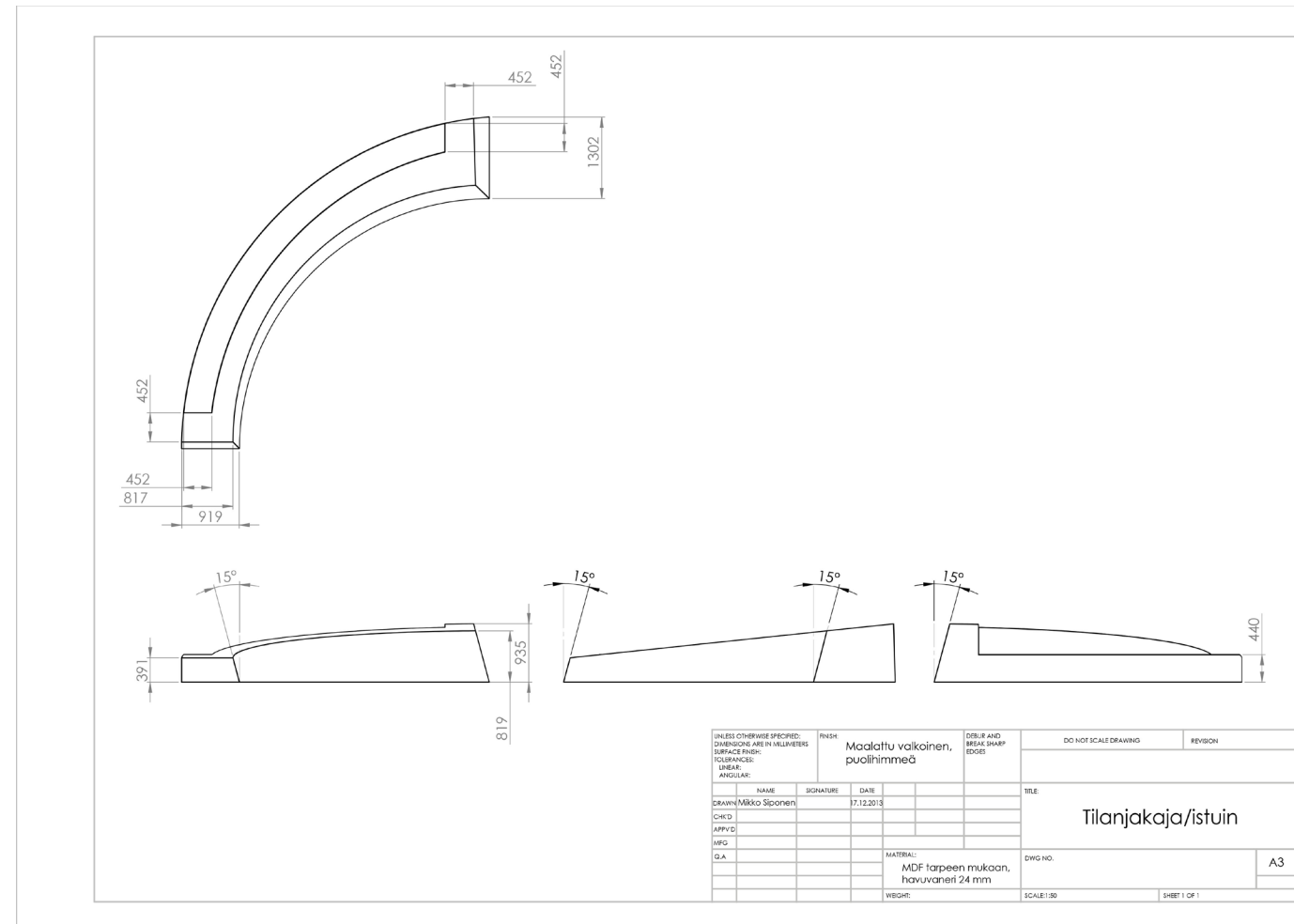
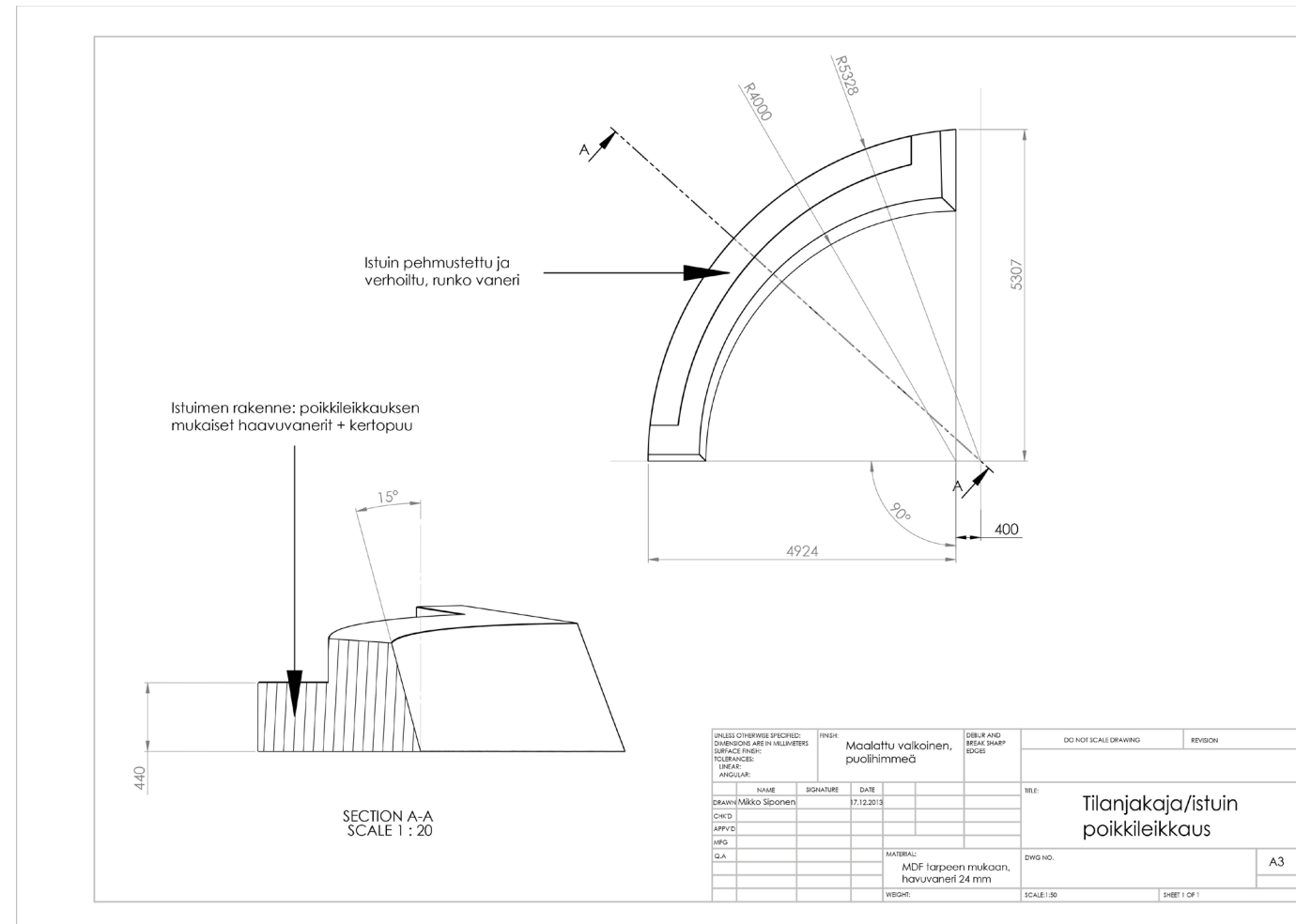
Kaareva istuinelementti on osaston kalusteista ainut haastava valmistettava. Tästä kalusteesta toimitin alihankkijalle DXF-tiedostot yläprojektiot pintojen normaalin nähden ja poikkileikkaukset haluamistani saumakohdista. Lopullinen istuin suunniteltiin toteutettavaksi neljästä osasta, jotta se on logistisesti järkevä. Rakenteen jätin valmistajan päätettäväksi, jotta sekaannuksilta vältyttiin ja toisaalta useat puusepät haluavat itse päättää rakenteet ja käytettävät työmenetelmät

Kaikki osaston elementit kasautuvat puskusaumoihin, koska hallittu puskusauma on aina viimeistellymmän

näköinen kuin saumojen peittäminen ilman aikaa ja järjestyviä menetelmiä. Kaltevat kulmat istuimessa ajavat kahta asiaa. Istuimen yläpintaa ei voi helposti käyttää säilytyspintana ja kallistetuilla kulmilla se on myös dynaamisen näköinen ja näin sopiva auton läheisyyteen.

Tarkkoihin ja helposti ymmärrettäviin mittapiirustuksiin käytetty aika helpotti omaa työskentelyä, koska alihankkijaan ei tarvinnut olla yhteydessä kuin toimitusajoista ja dxf-tiedostojen puitteissa. Näin omaa aikaa jäi muuhun messuosallistumisen suunnitteluun.

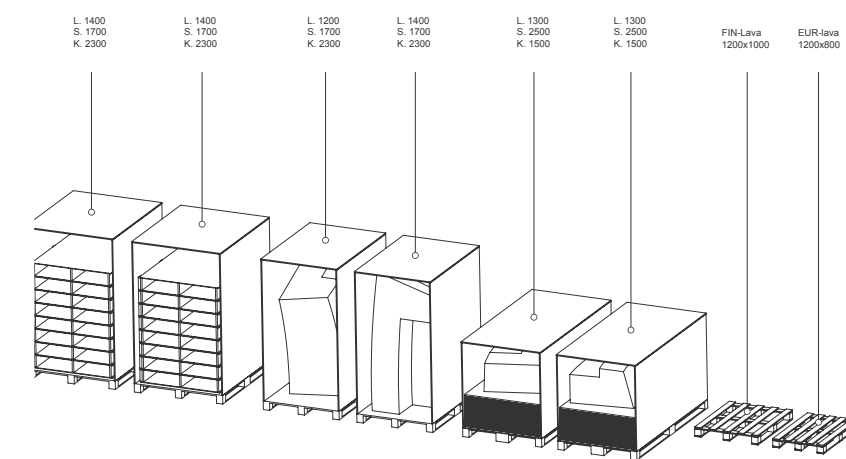
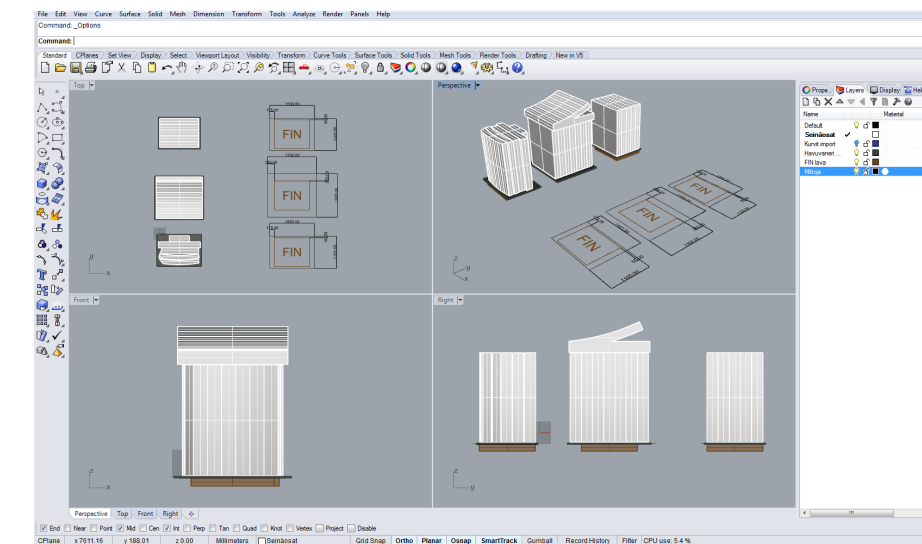
Osaston elementit ovat asennettavissa eri muodostelmiin ja näin niistä voi tarvittaessa koostaa eri mallisia näyttelytiloja kun Biofore-konseptiautoa esitellään Suomessa. Kaarevan seinäelementin voi jättää pois ja käyttää liukuovellista ja lukittavaa infotiskiä säilytykseen. Maalattu mdf-pinta on hyvä alusta teippaukseen ja näin Metropolia voisi korostaa omaa osuuttaan tuottamalla grafiikkaa ja kertomalla autoprojektista opiskelijoiden näkökulmasta.



8. KOEKASAUS JA LOGISTIIKKA

Osasto toimitettiin alihankkijalta Hernesaaren teollisuushalliin, jossa Metropolian autoprojeteilla on tilat autojen valmistukseen. Suoritimme koekasauksen takistaaksemme toimitetun tavarán laadun ja selvittääksemme tarkasti mitä tarvitsemme Geneveen mukaan asennusta varten. Kaikki elementit tarkistettiin ja osaston nurkka kaarevalla elementillä käytettiin pystyssä.

Koekasauksen lisäksi tarvitsimme suunnitelmat tavaroiden kuljetukseen. Pakkausten suunnitteluun kului yllättävän kauan aikaa, mutta se oli järkevää. Kuljetus Geneveen oli melko kallis ja pakkaukset oli helppo optimoida mahdollisimman pieneen tilaan Rhinocerosella.





8. YHTEENVETO

Olin itse asentamassa osastoa Geneven näyttelyhalliin ja sain tutustua autonäyttelymaailmaan heti suurilla kansainvälisillä messuille. Itselläni suurin mielenkiinto kohdistui luonnollisesti Biofore-konseptiauton julkistamiseen ja sitä seuranneeseen esittelyyn. Raporttia viimeistellessä on helppo todeta mistä messukokemus ja elämykset automessuilla syntyvät. Seurasin ihmisten ilmeitä kun heille selvisi Biofore-konseptiauton taustat tai kun he puolivahingossa katsoivat auton sisään. Suurelle osalla uudenlaisen auton näkeminen nostatti hymyn kasvoille tai vähintään nostatti kulmakarvoja ja sai aikaan nyökyttelyä. Toki joukkoon mahtui muutamia joihin auto ei tehnyt vaikutusta tai sai aikaan negatiivisia reaktioita. Bioforesta kiinnostuneet menivät sisälle istumaan ja kokeilivat kosketusnäytöllä toimivaa käyttöliittymää sekä ihmettelivät vaneriosia.

Rohkenen esittää varmana tietona, että Geneven kansainvälisessä autonäyttelyssä menestyy mainiosti, jos auto on tarpeeksi kiinnostava. Toki sitä ei kannata rullata suoraan messuhallin betonilattialle, mutta osastolta ei älyttömän paljon vaadita. Ihmisvirtoja seuraamalla saattoi kuitenkin havaita selkeitä messuosaston rakenteisiin liittyviä seikkoja, jotka voivat hieman heikentää kiinnostusta esiteltävään autoon.

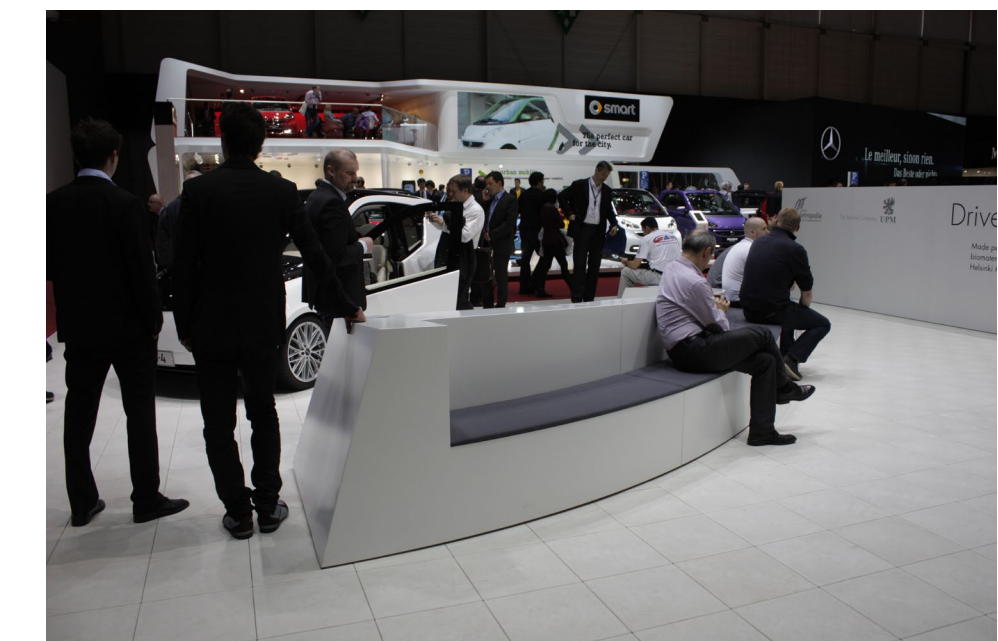
Avoin näyttelytilassa kulkeminen tai tarpeeksi suuret väylät olivat selkeästi ihmisten mieleen. Paikoissa, joissa ei ilman tungeksimista voinut pysähtyä, käveltiin autojen

ohi. Lukuun ottamatta kuitenkin esimerkiksi BMW:n erittäin ahtaalle osastolle tuli jatkuvasti lisää ihmisiä vaikka tunnelma vain tiivistyi tiivistymistään. Tietyt legendaariset automerkit kuten Ferrari saivat ihmiset tungeksimaan eturiviin vaikka edelliset eivät olleet lähdössä vielä minnekään.

Toinen selkeä huomio oli, että osastoilla joissa valaistus oli jätetty puolitiehen, ei messuvieraita ensimmäisinä päivinä riittänyt samaan tahtiin kuin muille. Tästä poikkeuksena olivat ne, jotka toteuttivat onnistuneen tunnelmavalaisuksen.

Suuri osa autonäyttelyssä koetuista elämyksistä tuli itseleni automaailman suurimpien brändien multimediaesityksistä jotka olivat toteutettu todella hienosti. Säädettävä valo, projektiot, näytöt ja äänet saivat yhdessä erikoisten auton esittelyalustojen mielikuvituksellisen autojen sijoittelun kanssa itsenikin pysähtymään vaikka en autoista olekaan erityisen kiinnostunut.

Osastomme oli onnistunut projektin johdon, UPM:n henkilökunnan ja opiskelijoidemme mielestä. Pidin sitä itsekkin yllättävän onnistuneena. Osastoarkkitehtuurin niukkuus ei häirinnyt, vaan toimi juuri päinvastoin sopivasti erottavana tekijänä. Rento ja nuorekas meininki oli varmasti myös edukseen. Insinööriopiskelijat ja Metropolian henkilökunta saivat jatkuvasti juttuseuraa toimittajista ja muista





uteliaista vieraista. Autosta annettiin vain positiivista palautetta ja osastollamme oli hyväntuulinen tunnelma. Omien havaitojen perusteella tärkeimmät seikat Metropolian ja UPM:n osaston onnistumiseen olivat erittäin kiinnostava, täysin uusi konseptiauto, rento meininki ja avoin tilava osastoarkkitehtuuri. Lähes täysin valkoinen osasto oli myös hyvin valaistu, vaikka emme saaneetkaan valaistussuunnitelman mukaista valaistusta ja seinien valaistuksesta jouduttiin tinkimään.

Omat tavoitteeni tulivat täytettyä kohtuullisen hyvin. Tärkein henkilökohtainen tavoite oli se, että osasto saataisiin suunnitellusti asennettua messuhalliin. Toinen tavoitteistani oli se, että auton esittely on vaivatonta ja kaikilla osapuolilla olisi miellyttävä olla osastollamme töissä.

Autonäyttelyssä vietetty aika ja havainnointi avasi omat silmäni siihen mikä vieraiden messukokemuksessa on tärkeintä, vaikkakin enemmistö tapaamistani vieraista olikin messuilla töissä. Vieraiden elämysten rakentumiseen tutustuminen ennen ideointia ei vaikuttanut mielestäni paljon osaston visuaalisen ilmeen tai arkkitehtuurin lopputulokseen.

Auton valmistuksen ja muotoilun takana olevien opiskelijoiden, sekä Metropolian henkilökunnan kertomat faktat auton valmistuksesta ja suunnittelusta olivat selkeästi Biofore-konseptiautoon tutustuneille vieraille kokemus jota he hämmästelivät. Vieraat onittelivat autoprojektin ja hienon konseptiauton esittelijöitä vilpittömästi ja viipyivät pidempäänkin kuin valokuvien tai vilkaisun ajan. Osastomme vieraiden elämys koostui siitä, että kyseessä ei ollutkaan tehtaan, yrityksen tai ammattilaisten aikaansaannos vaan opiskelijoiden työn tulos.

Muotoiluprosessin ideointi ja konseptointivaihe oli mielestäni yllättävän vaikeaa. Osastommehan sai olla visuaalisesti millainen vain ja silti pyörittelin monta viikkoa samoja ideoita paperilla ja näytöllä turhaan. Myönnän miettineeni liikaa yksityiskohti siinä vaiheessa, kun olisi vielä riittänyt muutamien isojen linjojen fiilistely ja olisi pitänyt vain nauttia siitä, ettei yksityiskohtien tarvitse olla vielä selvillä. Tästä projektista opin sen, että muotoiluprosessin ideointivaihetta ei kannata stressata niin paljon kuin nyt tein. Perustelut luoville ratkaisuille voi löytää myös taustatyöstä. Pelkkä piirtely ja mallintaminen ei johda välttämättä mihinkään uuteen ideaan, vaikka niitäkin menetelmiä tarvitaan. Piirtämistä ja mallintamista voi jatkaa koko prosessin läpi, eikä kokonaisuuden yksityiskohtia tarvitse päättää heti. Prosessin edetessä voi vielä soveltaa.

Muotoiluprosessin alkuvaiheeseen liittyvään taustojen tutkimiseen voisin saada mielekkyyttä tekemällä löydöksiään visualisointeja, kaavioita ja miellekarttoja. Nekin voisivat toimia hyvinä inspiraation lähteinä ideoidessa. Jälkeenpäin ajateltuna olisin voinut käyttää osaston suunnittelun yhtenä inspiraationa auton ekologisuudesta kertova tilastoja.

Raportin olisin voinut kirjoittaa ilman kiirettä jo ennen messuille lähtemistä. Kirjoittamiselle olisi ollut järkevää varata kokonainen viikko aikataulusta loppuvuoteen ja pitää siinä kohtaa tauko osaston käytännön seikkojen ja messuosallistumisen suunnittelusta. Projekti oli loistava tilaisuus oppia perusasioita näyttelysuunnittelusta, kansainvälisille messuille osallistumisesta ja messutoteutuksen valmistelusta. Samalla sain arvokasta kokemusta muotoilijana työelämästä.

LÄHTEET

Ahola, 2008. Lektio. Elämysten kulutus. (Viitattu 29.12.2013). <http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2008/11/kts2008ahola.pdf>

Ahola Eeva-Katri, Moisander Johanna, Virkkula Susanna, Aspara Jaakko & Tikkanen Henrik (2008). Messut kuluttajia osallistavan markkinakulttuurin fasilitaattorina: messukokemuksen rakentuminen venemessuilla. Helsingin Kauppakorkeakoulun julkaisu. (Viitattu 17.1.2014). <http://epub.lib.aalto.fi/pdf/hseother/b99.pdf>

Hautala, 2013. Teknologiapääällikkö, Metropolia ammattikorkeakoulu. Viestintäpalaveri, 16.12.2013.

Hughes (2010). Exhibition Design. Lontoo, Laurence King Publishing LTD.

Metropolia Ammattikorkeakoulu 2013. Biofore Concept Car. (Viitattu 30.12.2013). <http://www.metropolia.fi/tutkimus-ja-kehitys/hankkeet/teollinen-tuotanto/biofore-concept-car/> (Viitattu 30.12.2013)

Nygård, 2013. Brand manager. UPM The Biofore Company. Viestintäpalaveri 16.12.2013.

Salo, 2005. Maailman paras autonäyttely. Tekniikan maailma 2005: nro. 6, 26-27.

Wikipedia, 2013. Tokyo Motor Show. (Viitattu 20.1.2014.) http://fi.wikipedia.org/wiki/Tokyo_Motor_Show

KUVALÄHTEET

Kuva 1. Metropolitan Biofore-konseptiauton tiimin jäseniä. UPM. (Viitattu 19.12.2013). <http://www.upm.com/upmcc-en/Pages/default.aspx>

Kuva 2. Biofore-konseptiauton visualisointi. Tuomala 2012.

Kuva 3. Biofore-konseptiauton moodboard. Tuomala 2012.

Kuva 4. Palexpo messuhallin pohjapiiros. Palexpo. (Viitattu 19.12.2013). http://www.palexpo.ch/resources/01_halles_en.pdf

Kuva 5. Talvimaisema. Cartina. (Viitattu 12.3.2014). <http://cartinakuva.blogspot.fi/2010/10/talvinen-puromaisema-espoo.html>

Kuva 6. MB julkaisu Genevessä 2013 Rush Lane. (Viitattu 16.10. 2013). <http://www.rushlane.com/mercedes-benz-a-45-amg-edition-1-1268437.html>

Kuva 7. MB julkaisu Genevessä 2013. Autoblog. (Viitattu 15.10.2013). <http://www.autoblog.gr/2013/03/05/geneva-2013-mercedes-a45-amg-edition-1>

Kuva 8. Mini Cooperin osaston koneistettu lattia. IndianAutosBlog. (Viitattu 16.10. 2013). <http://indianautosblog.com/2013/11/2014-mini-104546>

Kuva 9. Lancian osasto Genevessä 2013. (Nissinen, 2013).

Kuva 10. Bugatti mielenkiintoinen tilanjako. Luxury Launches. (Viitattu 16.10.2013). <http://www.luxurylaunches.com/wp-content/uploads/2013/03/bugatti-12.jpggr/2013/03/05/geneva-2013-mercedes-a45-amg-edition-1>

Kuva 11. Yokohama korokkeella. (Nissinen, 2013).

Kuvio 1. Oma muotoiluprosessini. Alkuperäinen kuva moutoiluprosessin viidestä vaiheesta: Core77 (Viitattu 14.3.2013) http://www.core77.com/blog/strategy_research/process_kills_creativity_design_process_creates_creativity_23480.asp

Kuva 12. Hondan galleriamainen esillepano. Retail Design Blog. (Viitattu 16.10. 2013). <http://retaildesignblog.net/2013/02/18/honda-crv-2013-presentation-by-vol2-design-spain/>

Kuva 13. Hondan CRV julkaisu 2013 galleriassa. Retail Design Blog. (Viitattu 16.10. 2013). <http://retaildesignblog.net/2013/02/18/honda-crv-2013-presentation-by-vol2-design-spain/>

Kuva 14. Hyundai Paviljonki. Liikkuvat seinäelementit muodostavat pikselimäisiä kuvioita. Retail Design Blog. (Viitattu 16.10.2013). <http://retaildesignblog.net/2013/11/15/hyundai-motor-group-pavilion-by-unsangdong-architects-yeosu-south-korea/>

Kuva 15. Mercedes Benz showroom. Lattian heijastukset tuplaavat efektiseinän. (Viitattu 16.10.2013). Retail Design Blog. <http://retaildesignblog.net/2013/11/18/mercedes-showroom-munich-germany/>

Kuva 16. Ferrarin osasto Genevessä 2013. (Nissinen, 2013).

Kuva 17. Sterptomcetes sienirihmasto. Universiteit Leiden. Viitattu (14.3.2014.) <http://www.science.leidenuniv.nl/index.php/ibl/claessen/research>