

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä / Graafinen Suunnittelu

Kati Raitanen

KYMEN BIOENERGIA.

EKOLOGISUUS VISUAALISEN ILMEEN TAUSTALLA

Opinnäytetyö 2011

## TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä

RAITANEN, KATI

Kymen Bioenergia.

Ekologisuus visuaalisen ilmeen taustalla

Opinnäytetyö

44 sivua + 2 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Teuvo Liikkanen

Toimeksiantaja

KSS Energia

Maaliskuu 2011

Avainsanat

graafinen suunnittelu, logo, typografia, bioenergia,  
Kymen Bioenergia, KSS Energia, visuaalinen ilme

Tämän opinnäytetyön aiheena on visuaalisen ilmeen luominen KSS Energian tytäryhtiö Kymen Bioenergialle. Suunnittelutyössä on kiinnitetty huomiota mahdollisimman ekologisten ratkaisujen käyttämiseen ja ekologinen suunnittelu (green design) toimii suunnitteluprosessin kantavana ajatuksena. Tavoitteena on luoda raikas visuaalinen ilme, joka kuvastaa Kymen Bioenergian laitoksen toimintaa ja arvoja.

Kymen Bioenergialle suunniteltu visuaalinen ilme kattaa logon, värit, typografian, visuaaliset elementit ja graafisen ohjeiston. Työssä on sovellettu visuaalista ilmettä muihin Kymen Bioenergian materiaaleihin, joita ovat käyntikortti, autoteippaukset, avajaistilaisuuden kutsu ja internetbanneri.

Opinnäytetyön taustatutkimuksessa tutustutaan bioenergiaan sekä Kymen Bioenergian toimintaan ja arvoihin. Yrityksen toimintaan tutustuminen antaa vankan pohjan suunnittelutyölle ja luo mielikuvia, joiden pohjalle suunnittelutyö voidaan perustaa. Työssä selvitetään bio-sanan erilaisia esitystapoja, joista haetaan alan yleisimpiä visuaalisia piirteitä.

Valmis visuaalinen ilme kuvastaa Kymen Bioenergian ympäristöarvoja, ja etenkin logo kuvaa hyvin laitoksen toimintaa. Ympäristöystävällisyys on otettu huomioon jokaisessa suunnittelutyön vaiheessa, ja Kymen Bioenergian visuaalinen ilme jatkaa yrityksen ekologista linjaa.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Media communication

RAITANEN, KATI

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

March 2011

Keywords

Kymen Bioenergia. Visual identity based on ecology

44 pages + 2 pages of appendices

Teuvo Liikkanen, lecturer

KSS Energia

graphic design, logo, typography, bioenergy,

Kymen Bioenergia, KSS Energia, visual identity

This bachelor's thesis describes the creation of a visual identity for KSS Energy's affiliate Kymen Bioenergia. The design focuses on using ecological elements in the design, green design being the key element in the design process. The main goal is to create a fresh visual identity which represents the values of Kymen Bioenergia.

The visual identity of Kymen Bioenergia covers the logo, colors, typography, visual elements and graphic manual. The work has applied the visual identity when designing the other visual materials, including the business card, car tapes, an invitation card and an Internet banner.

The backup research analyses bioenergy as well as the functions and values of Kymen Bioenergia. Getting to know the corporation gives a fine basis for the design work and creates images on which the design can be based. This thesis represents different ways to present the word "bio" and the most common ways of using visual elements in this area.

The completed visual identity represents the ecological values of Kymen Bioenergia. Especially the logo reflects the company's functions very well. Environment has been considered in every part of the design work. As a result, the visual identity of Kymen Bioenergia carries on the ecological policy of the company.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	LÄHTÖASETELMA	7
3	TAUSTATUTKIMUS	8
	3.1 Bioenergia Suomessa	8
	3.2 Kymen Bioenergia	9
	3.3 Ekologinen suunnittelu	10
	3.4 Lähtökohdat suunnittelulle	12
	3.5 Kilpailevat logot	13
	3.6 Tavoitteet	15
4	TOTEUTUS	16
	4.1 Logon suunnittelu	16
	4.2 Valmis logo	20
	4.2.1 Logon värimaailma	21
	4.2.2 Logon typografia	23
	4.3 Visuaaliset elementit	25
	4.4 Valomainos	27
	4.4.1 Valomainoksen toteutus	27
	4.4.2 Ekologisuus valomainoksessa	30
	4.5 Kutsu avajaistilaisuuteen	31
	4.6 Käyntikortti	33
	4.7 Internetbanneri	35
	4.8 Autoteippaukset	36
	4.9 Graafinen ohjeisto	37
5	TULOSTEN TARKASTELU	40
	LÄHTEET	42

## LIITTEET

Liite 1. Kymen Bioenergian kilpailevat logot

Liite 2. Luontoarvot valomainosten tuotannossa, Neon-teos

## 1 JOHDANTO

Sain Kymen Bioenergian ilmeen suunnittelutyön Kymenlaakson ammattikorkeakoulun KymiDesign & Business -yksikön kautta. KymiDesign & Business on Kymenlaakson ammattikorkeakoulun kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin toimialan oppimis- ja innovaatioyksikkö, joka tekee tiivistä yhteistyötä opiskelijoiden kanssa (KymiDesign & Business 2011). Opinnäytetyöni produktiivinen osio ajoittuu keväälle 2011. Logon suunnittelu alkoi marraskuussa 2010, ja kaikki materiaalit valmistuvat kesään 2011 mennessä.

Tutkin opinnäytetyössäni Kymen Bioenergian visuaalisen ilmeen suunnitteluun liittyviä seikkoja. Opinnäytetyöni tavoitteena on luoda Kymen Bioenergialle visuaalinen ilme, jossa suunnittelutyön taustalla on ekologinen ajattelu. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yritän saada kestävänsä kehityksen periaatteen näkymään kaikessa suunnittelutyössäni. Erittelen opinnäytetyössäni ekologisuuden soveltamista suunnitteluun ja yritysilmeeen luomiseen ja kerron konkreettisista ratkaisuista, joita käytin Kymen Bioenergian materiaaleja suunnitellessani. Pohjatyötä tehdessäni tutustuin Kymen Bioenergian toimintaan ja sitä kautta koko bioenergian käsitteeseen.

Kymen Bioenergian visuaalisen ilmeen suunnitteluun kuuluu kokonaisen ilmeen kehittäminen. Ilmeen suunnittelu lähti logosuunnittelusta. Kymen Bioenergian logon pohjalla toimi emoyhtiö KSS Energian logo, jonka muotokieltä yritin soveltaa uuteen logoon. Suunniteltavalle logolle olivat haasteena uudenlaisen muodon ja värien yhdistelmän luominen. Bio-sanasta lähtöisin olevia logoja on valtavasti ja niiden kaikkien muotokieli ja väri on hyvin samanlaista, joten niistä poikkeaminen tuntui haastavimmalta logon suunnitteluvaiheessa. Logolle omia rajoitteitaan toivat sen käyttäminen valomainoksessa ja nimen pitkä kirjoitusasu. Suunnittelua varten sain kuitenkin suuret vapaudet, mikä helpotti suunnitteluprosessissa.

Logon valmistuttua suunnittelutyö laajeni avajaiskutsun ja internetbannerin suunnitteluun. Sain kutsun ja internetbannerin suunnittelua varten myös vapaudet suunnitteluun ja näiden pohjalta loin myös muuta visuaalista materiaalia ja värimaailmaa. Projektin myöhemmässä vaiheessa halusin laajentaa visuaalisten materiaalien määrää ja tein asiakkaalle mahdollista myöhempää käyttöä varten käyntikorttipohjan ja autoteippausmallin. Kokosin Kymen Bioenergian visuaalisen ilmeen graafiseen ohjeistoon. Ohjeistossa opastetaan materiaalien oikeaoppiseen käyttöön ja opastetaan logon käyt-

tössä. Ohjeisto on suppea graafinen ohjeisto, sillä se sisältää vain pintapuolisesti tärkeimmät visuaalisen ilmeen ohjeistukset.

## 2 LÄHTÖASETELMA

KSS Energian tytäryhtiöksi nousevalle Kymen Bioenergialle haettiin visuaalisen ilmeen tekijää ja projekti alkoi työnimellä ”Kymen Bioenergian logon suunnittelu”, sillä emoyhtiö KSS Energialle oli ensisijaisesti tärkeää saada keväällä 2011 valmistuvalle energialaitokselle logo. Projektin produktiivista osio laajentui suunnittelutyön edetessä, jolloin lopulliseen työhön kuuluu logon lisäksi graafisen ohjeiston, valomainoksen, avajaiskutsun ja internetbannerin suunnittelu. Näiden ohella suunnittelin mahdollista myöhempää käyttötarkoitusta varten käyntikortin ja autoteippauksien mallin.

Aloitin suunnittelutyöni tutkimalla bioenergiaa. Bioenergia on Suomessa laaja käsite ja keskityin tutkimustyössäni lähinnä kartoittamaan sen hyödyllisyyttä ja yleisyyttä. Vasta kun tutustuin tarkemmin bioenergialaitosten ja Kymen Bioenergian toimintaan, pystyin aloittamaan suunnittelutyöni. Logon suunnittelussa on ensisijaisesti tärkeää muodostaa jonkinlainen mielikuva yrityksestä, jotta voi suunnitella yrityksen ideologiaa vastaavan logon. Taustatutkimusta tehdessäni tutustuin yleisimmin ekologiseen ajattelutapaan ja halusin soveltaa ekologista suunnittelua (green design) Kymen Bioenergian suunnitteluprosessissa.

Ekologinen suunnittelu sopi hyvin projektin tausta-ajatukseksi, sillä asiakkaana toimi niin ikään ekologista ajattelutapaa ajava energiayhtiö KSS Energia. Lisäksi Kymen Bioenergian laitoksen toiminta perustuu täysin kestävään kehitykseen ja ekologisuuteen. Ekologisuus suunnitteluvaiheessa tarkoittaa mahdollisimman ekologisten ratkaisujen huomioimista jo visuaalisen ilmeen suunnitteluvaiheessa. Tällöin tekemäni ratkaisut olisivat keskivertoa ympäristöystävällisempiä ja kestäviä. Tavoitteenani on soveltaa ekologista ajattelumallia mahdollisimman monessa Kymen Bioenergian visuaalisen ilmeen suunnitteluvaiheessa ja saada ekologisuuden näkymään Kymen Bioenergian visuaalisessa ilmeessä ja yhtiön käytännöissä. Ajatuksen tulisi kantaa koko projektin läpi ja näkyä niin produktiivisessa kuin kirjallisessa osiossa.

Suunnitteluprojektin aikana työskentelin tiiviissä yhteistyössä KSS Energian viestintäpäällikön Maria Käen kanssa, joka puoleltaan viesti suunnittelutyöni etenemisestä muulle KSS Energian työryhmälle.

### 3 TAUSTATUTKIMUS

#### 3.1 Bioenergia Suomessa

FINBIO ry:n tuottamaan kalvosarjaan *Bioenergia, Suomen kansallinen voimavara* (FINBIO ry 2005) on koottu kattavasti tietoa bioenergian käytöstä Suomessa.

FINBIO:n (2005) mukaan Suomi on jo vuonna 2005 ollut johtava bioenergiamaa ja suomalaiset käyttävät vuodessa noin 400 terawattituntia energiaa, josta neljännes on bioenergiaa. Biojätteen käytön lisääminen vähentää erityisesti kasvihuonekaasu- ja rikkipäästöjä ilmakehässä (FINBIO ry 2010).

Ihmisen toiminta vaikuttaa suoraan ympäristöön. Fossiilisten polttoaineiden käyttäminen energialähteenä on purkanut lyhyessä ajassa ilmakehään miljoonien vuosien aikana kertynyttä hiilivarastoa, mitä pidetään tärkeimpänä syynä kasvihuoneilmiön kehittymiseen. Biomassoja hyödyntävä energiantuotanto on yksi keino vähentää hiilidioksidin kertymistä ilmakehään. (FINBIO ry 2010.) Bioenergia voi olla tämänhetkisen energiakriisin ratkaisija ja siksi hyvin ajankohtainen aihe. Bioenergia on puhdasta ja ympäristöystävällistä uusiutuvaa energiaa, jota saadaan erilaisista esimerkiksi puusta, peltokasveista ja bioperäisistä jätteistä. Bioperäisiä jätteitä hyödyksi käyttämällä päästään eroon biojätteiden tulvasta ja muutetaan haitta hyödyksi muuntamalla käyvä jäte energiaksi.

Suomessa on paljon käytettävissä olevaa biomassaa. Suomen metsäteollisuus tuottaa uusiutuvaa raakamateriaalia ja pelloilta kerättävä liete toimii niin ikään polttoaineena bioenergiailaitoksella (Parasta paikallista bioenergiaa 2011,7). Lisäksi kauppojen, ravintoloiden ja kotitalouksien biojätteitä syntyy jatkuvasti. Tällöin bioenergian polttoaineista ei ole puutetta, ja bioenergian tuottaminen paikallisilla voimin ei synnytä ylimääräisiä kuluja ja hinnanvaihteluja. Suomalaiset ovat luontoa arvostavina ihmisinä valmiita käyttämään luontoystävällisempiä energiamuotoja. Bioenergialla on näin ollen vakaita mahdollisuuksia kilpailla muiden energiamuotojen kanssa.

Suomalaiset bioenergiailaitokset ovat usein isomman energiayhtiön alaisuudessa toimivia tytäryhtiöitä ja tuotantolaitoksia joilla ei ole itsenäistä markkinointia ja myyntiä. Bioenergia myydään isomman energiayhtiön kautta, eikä sitä sen kummemmin mainosteta. Kuluttajalla on mahdollisuus vaikuttaa oman sähkönsä ekologisuuteen kyse-



lemällä energiayhtiöiden sähköntuotannon alkuperästä ja näin selvittää sähkönsä ekologisuus.

Moni energiayhtiö tarjoaa ympäristöystävällisempää sähköä ainakin jossain muodossa. Esimerkiksi Helsingin Energia tarjoaa Ympäristöpennisähköä, joka maksaa hiukan enemmän kuin tavallinen sähkö. Ympäristöpennis sähkö on uusiutuvista luonnonvaroista tuotettua sähköä, ja asiakkailta saadut rahat menevät kaksinkertaisena ympäristöystävällisten hankkeiden edistämiseen. (Helsingin Energia 2011.) KSS Energian ympäristöystävällinen vaihtoehto on KSS Natural, joka tuotetaan uusiutuvista energialähteistä. Ympäristöystävällistä energiaa tuottavat KSS Energian vesivoimalaitokset ja tuleva Kymen Bioenergian voimalaitos. (KSS Energia 2011.)

### 3.2 Kymen Bioenergia

Kymen Bioenergia Oy on KSS Energian tytäryritys, josta KSS Energia Oy omistaa 60 %, Kouvolan Vesi 30 % ja Kymenlaakson Jäte Oy 10 %. Laitoksen investoinnista Gasumin osuus on noin 10 %. (Parasta paikallista bioenergiaa 2011, 7.)

Bioenergian laitos valmistuu keväällä 2011 ja tuottaa jo syksyllä verkkoihin puhdasta ekologista energiaa (Gasum 2011). Valmistuva Kymen Bioenergian laitos sijaitsee Kouvolan Mäkikylässä alle kymmenen kilometrin päässä Kouvolan keskustasta Kotkaan vievän Kymenlaakson tien varressa, joten kyseessä on todellakin paikallinen energianlähde.

Gasumin (2011) mukaan Kouvolan Mäkikylän biokaasulaitos ratkaisee Kouvolan alueen jätteiden käsittelyongelmat kestäväällä tavalla ja tuottaa uusiutuvaa energiaa alueelle. Kymen Bioenergian laitos on mitoitettu käsittelemään kaikki Kouvolan alueen jätevesilietteet ja Kymenlaakson alueen biojätteet. Biokaasua aiotaan tuottaa puhdistamolietteistä, biojätteistä ja peltobiomassasta. Näiden lisäksi laitos aikoo kokeilla myös tuorerehua raaka-aineena ja jopa prosessiteollisuuden lietteiden käsittely laitoksella on mahdollista. Haisevista raaka-aineista huolimatta bioenergia on täysin haju-tonta sillä mädätysprosessissa syntyvät kaasut pysyvät reaktorin sisällä. (Parasta paikallista bioenergiaa 2011, 7.)

Laitoksessa tuotettavan biokaasun määrä on noin 15 000 MWh, joka vastaa lämpö-energiana noin tuhannen omakotitalon lämmitystarvetta. Kymen Bioenergia toimittaa

biokaasun KSS Energialle, joka jalostaa sen biometaaniksi. Biometaanista tuotetaan edelleen kaukolämpöä biokaasulaitoksen ja jätevedenpuhdistamon tarpeisiin. Kaukolämmön tuotannon yhteydessä tuotetaan myös sähköä.

Laitoksesta saadaan biokaasua Suomessa ensimmäistä kertaa laajemmin liikenteen polttoaineeksi. Valmistuva bioenergian laitos mahdollistaa biokaasun tuotannon, jalostuksen ja syöttämisen suoraan maakaasuverkkoon. Valmistuva kaasu on täysin kotimaista ja uusiutuvaa ja tulee Gasumin yhteistyön kautta sataprosenttisesti käytetyksi. Laitoksen tavoitteena on tuottaa kaasuverkkoon biokaasua noin 7 GWh, joka esimerkiksi pääkaupunkiseudulla riittää yli kymmenen kaasubussin vuosittaiseen polttoainetarpeeseen. (Gasum 2011.)

Ekologinen ajattelu ulottuu myös lannoitteisiin ja biokaasulaitoksen mädätysjäännöksestä voidaan tuottaa erilaisia maanparannusaineita ja lannoitteita. Näin toimien vähennetään kaatopaikkakuormitusta ja korvataan perinteisiä lannoitteita, joiden valmistuksessa kuluu suuria määriä fossiilisia polttoaineita. Biokaasulaitoksen mädätysjäännös tulee myös saamaan virallisen lannoiteluokituksen. (Gasum 2011.)

### 3.3 Ekologinen suunnittelu

Doughertyn (2008, 10) mukaan ekologinen suunnittelu (green design) on parempien fyysisten materiaalien löytämistä ja käyttämistä. Useimmille suunnittelijoille se merkitsee kierrätettyjen paperien ja myrkyttömien musteiden käyttöä sekä materiaalien ylijäämän minimointia. Jotta ekologisuusperiaate näkyisi yrityksen toiminnassa muusakin kuin vain painomateriaaleissa, voi suunnittelulla vaikuttaa yrityksen kestäviin ratkaisuihin (mts. 14). Graafisella suunnittelijalla on siis iso rooli yrityksen painettujen materiaalien ekologisuutta mitattaessa. Suunnitteleamalla valmiiksi ekologisen pohjan voi vaikuttaa koko yrityksen ekologiseen jalanjälkeen.

Ekologisia ratkaisuja pidetään usein kalliimpina vaihtoehtoina ja siksi niiden käyttö ei ole kovin yleistä. Kuitenkin monissa tapauksissa oletus on väärä, pienellä suunnittelulla ja vaihtoehtojen kartoittamisella ekologisemmat ratkaisut eivät lisää kustannuksia. (Dougherty 2008, 34.)

Monesti ekotehokkuus on määrärahojen siirtämistä hukkamateriaaleista suunnittelutyölle (Dougherty 2008, 76). Tällöin mainoslehtisten painomäärää pienentämällä ja

tehokkaalla kohderyhmien kartoittamisella päästään eroon hukkaan menevistä mainoksista ja säästetään huomattava summa rahaa, joka voidaan siirtää esimerkiksi ekologisempaan paperivalintaan. Tällöin pienellä suunnittelulla mainoskampanjasta tulee huomattavasti tehokkaampi ja ympäristöystävällisempi.

Printtimainonnan keskeisin materiaali, paperi, on itsessään ekologinen. Paperi tehdään uusiutuvista materiaaleista ja se voi palautua luontoon täysin kierrättämällä ja kompostoimalla. (Dougherty 2008, 122.) Kaikkialla maailmassa puun uusiutuminen ei ole kuitenkaan itsestäänselvyys. Vuonna 1997 WRI (World Resources Institute, suom. maailman resurssien instituutti) raportoi, että maailmassa arviolta 76 maata on jo menettänyt kaiken alkuperäisen metsäpeitteensä, ja yhdellätoista maalla on vain alle viisi prosenttia alkuperäistä metsämaata jäljellä. (Mts. 123.)

Ympäristön kannalta olisi ideaalia käyttää jo olemassa olevia paperivaroja uusien tuottamiseen. Monessa paperilaadussa on ainakin osa paperikuiduista korvattu kierrätetyllä paperimassalla. Kierrätyspaperin kuidut eivät kuitenkaan kierrä ikuisesti vaan osa kierrätysmassasta on aina käyttökelvotonta. (Suomen Keräystuote Oy, 2011.) Lisäksi kierrätyspaperin valmistukseen liittyy ympäristöhaittoja. Kierrätyspaperin valmistuksessa kuluu paljon energiaa ja vettä, ja prosessissa käytettävät kemikaalit ovat usein ongelmajätettä. Tällöin paperinvalinnassa kannattaa enemmän luottaa ympäristömerkittyihin tuotteisiin, joissa paperin ympäristövaikutukset ovat tiedossa.

Oikean painotavan valinta vaikuttaa myös tuotteen ekologisuuteen. Pieni, alle 1000 kappaleen tulostustyö kannattaa tulostaa digipainossa, joka kuluttaa vain vähän paperia ja mustetta. Toisaalta yleisimpiin digipainokoneisiin käyvät vain tietyt paperilaadut, jotka eivät useimmiten edusta paperien ekologisinta kaarta (Dougherty 2008, 108).

Paperimainontaa parempi vaihtoehto on sähköinen mainonta. Internetissä erottuminen voi olla vaikeaa, ja vastaanottajan sähköpostit ovat pullollaan mainoksia ja roskapostia, joten riskinä on mainoksen hukkuminen muiden roskaviestien sekaan. Oikein mitoitettu kampanja ja rajattu vastaanottajaryhmä takaavat kuitenkin viestien perillemenon.

Ekologisuuden ei tarvitse olla näkyvänä piirteenä yrityksen toiminnassa. Kestävien vaihtoehtojen noudattamisen tulisi olla jokapäiväinen rutiini, jotta ekologisuus yleis-

tyisi yrityksen toiminnassa ja tätä kautta tulisi kiinteäksi osaksi yrityksen viestintää. Ekologisten ratkaisujen käyttäminen alkaa pienistä teoista ja laajenee koko yrityksen toimintatapaa tukevaksi ajatukseksi. Tällä hetkellä moni yritys lisää internetsivuilleen alisivuston, jossa se kertoo yrityksen ympäristöarvoista ja siitä, kuinka yritys pyrkii näitä arvoja noudattamaan. Ympäristöarvojen tulisi ulottua internetsivustolta myös työntekijöiden konkreettiseen tekemiseen, jotta yritys voi tunnustaa ympäristöystävällisiä arvoja. Ei siis riitä, että internetsivuilla keuhetaan yrityksen ympäristöystävällisyyttä, jos nämä arvot eivät konkreettisesti toteudu yrityksen arjessa.

Tavoitteeni on luoda visuaalinen ilme, jossa ratkaisut on valmiiksi tehty ympäristöä ajatellen. Tällöin asiakkaan kontolle jää ohjenuorien noudattaminen, eikä ekologia käytäntöjä noudattaakseen tarvitse kuin toimia esimerkiksi graafisen ohjeiston opastamalla tavalla. Tavoitteena ekologisessa suunnittelussa onkin koota ekologiset ratkaisut käyttövalmiiksi, jotta yritys voi omaksua ne sellaisenaan ja ottaa osaksi käytäntöjään.

### 3.4 Lähtökohdat suunnittelulle

Kymen Bioenergian suunnittelutyö alkoi logon suunnittelusta. Logo on yrityksen nimen vakiintunut kirjoitustapa (Loiri - Juholin 2002, 130). Normaalisti logolla tarkoitetaan vain nimen kirjoitusasua. Muotoja ja kuvia sisältävää logoa kutsutaan tunnukseksi. Käytän työssäni kuitenkin käsitettä ”logo” kuvaamaan laitoksen liikemerkkiä. Tarkoituksena oli suunnitella toimiva ja mieleen jäävä logo, joka kuvastaa Kymen Bioenergian toimintaa.

KSS Energian viestintäpäällikön Maria Käen kanssa aloimme kartoittaa suunnittelutyön laajuutta ja siihen kuuluvia produktiivisia osia. Ensisijaisesti tärkeää oli logon suunnittelu. Logon valmistuttua siitä teetettäisiin valomainos keväällä 2011 valmistuvan Kymen Bioenergian laitosrakennuksen seinään. Logoa varten tulisi tehdä myös graafinen ohjeisto jossa annetaan ohjeet logon käyttöön. Koska Kymen Bioenergia toimii kiinteästi KSS Energian alaisuudessa eikä markkinoi omaa toimintaansa, on kyseessä vain pienimuotoinen graafinen ohjeisto, joka kokoaa kaiken visuaalisen materiaalin.

Suunnittelutyöhön laajeni projektin edetessä koskemaan myös bannerin, käyntikortin, autoteippausten ja kutsun suunnittelua. Kaikkien materiaalien pohjana toimii Kymen

Bioenergian logo ja sen pohjalta luotava yrityksen visuaalinen ilme. Yritysilme on yrityksen visuaalinen kannanotto yrityksen roolista ja toiminnasta (Rivers 2003, 11). Yritysilme perustuu yrityksen historiaan, arvoihin ja työntekijöiden ajattelutapoihin (mts. 13). Visuaaliseen ilmeeseen kuuluu logon lisäksi värimaailma, typografia, mahdolliset visuaaliset elementit ja tyylit ja nämä kaikki kokoava graafinen ohjeisto. Visuaalinen ilme toistuu kaikissa yrityksen visuaalisissa materiaaleissa niin yrityksen toimitiloissa kuin mainonnassa.

Kymen Bioenergian tapauksessa visuaalisen ilmeen kautta ei tarvinnut rakentaa kokonaista brändiä. Useimmissa Kymen Bioenergian kokoluokan yhtiöissä brändin sijaan tarvitaan visuaalinen maailma edustamaan yhtiön toimintaa. Tämä onnistuu pelkäämään logon, käyntikortin ja muutaman valikoidun värin avulla. Kehitetty yhtenäinen ilme antaa yhtiölle persoonallisuuden. (Rivers 2003, 11.)

Suunnittelutyön taustalla tärkeänä osana on perehtyminen yrityksen toimintaan ja arvoihin. Projektin alkuvaiheessa tutustuin internetin kautta vastaavien bioenergiailaitosten toimintaan ja bioenergiaan yleisesti. Selasin internetin kuvahaun kautta bio-sanana eri kirjoitusasuja ja tutkin yleisesti logoja eri aloilta. Sain KSS Energialta alustavia tiedotteita Kymen Bioenergiaa koskien, joissa kerrottiin laitoksen toimintatavoista ja tavoitteista. Näiden pohjalta lähdin rakentamaan mielessäni kuvaa Kymen Bioenergiasta.

Suunnittelutyöni aloittamista helpotti kiinnostukseni bioenergiaan ja ekologisuuteen. Yritän omassa elämässäni toteuttaa kestävä kehityksen periaatteita niin kierrättämällä, energian säästämällä kuin paikallisten palveluiden ja ruokien suosimisella. Bioenergiailaitoksen logon suunnittelu tuntui kiinnostavalta, sillä hyvin suunnitellun logon on myös tarkoitus tehdä bioenergiaa tunnetummaksi energiamuodoksi.

### 3.5 Kilpailevat logot

Suomessa kilpailu bioenergian saralla on kovaa mutta näennäisesti huomaamatonta. Useiden bioenergiailaitosten taustalla toimii joukko emoyhtiöitä, jotka markkinoivat bioenergiaa sivutuotteenaan. Bioenergiailaitoksia kohoaa ympäri Suomen, mutta niiden markkinointi on suuresta ostovoimasta huolimatta hyvin vähäistä. Markkinointi on usein piilotettu taka-alalle isojen energiayhtiöiden esitteissä, ja ekologisuudella vain kiillotetaan energiayhtiöiden imagoa. Suomalaiset bioenergiaan liittyvät yritykset

ovatkin joko pieniä pääasiallisesti puunjalostukseen ja polttopuun tuotantoon liittyviä yrityksiä tai isomman energiayhtiön alaisuudessa toimivia tytäryhtiöitä, kuten Kymen Bioenergia. Tämän vuoksi monella bioenergialaitoksella ei ole erillistä logoa tai sen tekemiseen on nähty vain vähän vaivaa. Ilmeisesti ei ole koettu tärkeäksi korostaa bioenergian tuotantoa, joka kuitenkin nykyisessä energiatilanteessa olisi kannattavaa ja tarkoituksenmukaista.

Koska suomalaisia bioenergiaan liittyviä logoja tuntui olevan hyvin vähän, päädyin etsimään kansainvälisiä logoja, joissa oli pelkästään sana ”bio” (liite 1). En valikoinut logoja niiden toimialan mukaan. Osa logoista onkin esimerkiksi kierrätykseen liittyviä ja osa laadunvalvontamerkkejä. Vaikka kaikkia esimerkkikuvia ei voi suoranaisesti pitää Kymen Bioenergian kilpailijoina, vertailen referenssimateriaalia ideologisesta näkökulmasta ja juuri bio-sanan esittämistavan kannalta. Logot ovat kilpailevia, sillä niiden kaikkien yhteinen piirre on ekologisuuden ja ympäristöystävällisyyden näkyminen logon muotokielessä. Suurin osa löytämistäni logoista on ulkomaisia, ja vaikka ne ovat vaihtelevasti ympäri maailmaa, toistuu niissä sama ideologia.

Esimerkkilogoissa on käytetty runsaasti vihreää, joka tuntuu olevan bioenergiaan kiinteästi liittyvä väri. Monessa logossa toistuu väriyhdistelmä vihreä-ruskea, joka Bearin (2011b) mukaan viittaa kierrätettyyn ja orgaaniseen. Vihreän värin suosion voi todeta sillä, että jokaisessa esimerkkilogossa on käytetty jonkin sävyistä vihreää. Toistuvimmat väriyhdistelmät ovat vihreä-ruskea, vihreä-sininen ja vihreä-keltainen, jotka ovat kaikki kiinteästi luontoon liittyviä värejä.

Esimerkkilogojen suosituin elementti on lehtikuvio, joita on käytetty yli puolessa logoista. Lehtikuvio viittaa suoraan luontoon ja kasvuun. Lehtikuvio toistuu logoissa kuitenkin yllättävän samanlaisena. Maailmasta löytyy monenmuotoisia lehtiä, mutta logoissa on käytetty vain lehden perusmuotoa, vihreää soikiota. Lehtikuvio vie symboliikallaan ajatuksen suoraan kohti ympäristöä, ja siksi sitä on luultavasti käytetty niin paljon. Vihreä ja lehtikuvio symboloivat samoja asioita, luontoa ja kasvua, ja siksi niiden käyttö samanaikaisesti luokien turhaa toistoa. Monissa esimerkkilogoissa on sorruttu tähän, ja lehti on todellakin vihreä ja soikea.

Pelkän bio-sanan käyttäminen logossa on helppoa sen lyhyen kirjoitusasun vuoksi. ”Bio” taipuu tällöin monen muodon sisään ja sen yhteyteen on helppo lisätä muotoja ja kuvitusta. Logoissa, joissa on myös muita sanoja, on ”bio” aina sijoitettu huomion-

arvoisimmalle paikalle huomattavasti muita isompana. Sanan korostaminen on useimmiten perusteltua. Bio-sanaa käyttävä yritys luultavasti myy tai edustaa jotain kiinteästi luontoon liittyvää, jolloin logossa on järkevää korostaa myyvintä sanaa.

Suunnittelutyössäni halusin välttää vihreän ja lehtikuvion käyttöä, jotka tuntuivat olevan esimerkkilogoissa käytetyimpiä ratkaisuja. Halusin suunnitella logon joka eroaisi selvästi esimerkkilogojen visuaalisesta maailmasta mutta sisältäisi silti kaikille logoille yhteisen ideologian ympäristöystävällisyydestä. Koska bio-sanaan liittyvä värimaailma ja muotokieli on esimerkkitapausten perusteella varsin rajattu ja selkeä, oli yllättävän vaikeaa suunnitella erottuva logo, joka perustuu tähän visuaalisesti rajattuun aiheeseen.

### 3.6 Tavoitteet

Opinnäytetyöni tavoitteena on luoda Kymen Bioenergialle raikas visuaalinen ilme jossa otetaan huomioon ekologisuus. Visuaalisen ilmeen sisällä materiaalien tulisi olla yhtenäisiä ja ekologista ajattelutapaa noudattavia. Ekologisuuden tulisi näkyä paitsi graafisen ohjeiston linjausten kautta, myös yhtiön markkinointimateriaaleissa ja mahdollisissa painotuotteissa. Tavoitteena on luoda kokonaisuutena ekologisten periaatteiden mukaan toimiva visuaalinen ilme, jossa yhtiö huomioi aktiivisesti ekologisia ratkaisuja.

Kymen Bioenergian logon tulee toimia itsenäisenä mutta samalla mukailta emoyhtiöiden, lähinnä KSS Energian muotokieltä, jotta se olisi helposti liitettävissä KSS Energian logon yhteyteen. Kymen Bioenergia on sinällään uusi yhtiö, jolla ei ole olemassa minkäänlaista aiempaa visuaalista materiaalia. Täysin uuden logon rakentaminen vaati perehtymistä emoyhtiö KSS Energian logon muotokieleen ja Kymen Bioenergian omien arvojen noudattamista suunnittelutyössä. KSS Energian puolelta ei varsinaisesti vaadittu, että logon tulee olla samankaltainen, mutta pidin itse tärkeänä sitä, että jokin viite emoyhtiöön säilyisi.

Logon tulisi olla erottuva. Tärkeää minkä tahansa alan logolle on se, että se erottuu massasta ja on helposti tunnistettavissa tietyn yrityksen logoksi. Tällöin logon muotokielessä ja väreissä on oltava jotain uutta ja ennennäkemätöntä, joka viittaa vain tämän yhtiön toimintaan ja arvoihin.

Bioenergia on osa tällä hetkellä muodissa olevaa ekologisuutta, ja siksi se on hyvin paljon käsitelty aihe. Uuden näkökulman löytäminen aiheeseen on haastavaa ja vaati perehtymistä alan markkinointiin ja kilpailijoihin. Tavoitteenani on välttää ilmiselvien ratkaisujen tekemistä ja keksiä uusi tapa esittää bio-sana logossa. Bio-sanaan mahdollisesti liittyvien muotojen ja värimaailman pitäisi siis olla mahdollisimman raikkaita ja uusia, mutta samalla luoda nopeasti oikea mielikuva yrityksestä.

Logon lisäksi Kymen Bioenergialle oli luotava kokonainen visuaalinen ilme, joka kattaa kaikki materiaalit ja kokoaa ne yhteen graafisessa ohjeistossa. Visuaalinen ilme koostuu logon lisäksi elementeistä, typografiasta, väreistä ja muodoista ja näiden kaikkien luomasta mielikuvasta. Visuaalisen ilmeen tuli kuvata Kymen Bioenergian toimintaa ja halusin sen olevan ennen kaikkea raikas ja luonnonläheinen.

Tavoitteenani on suunnitella visuaalinen ilme, jossa kaikki elementit toimivat yhteen. Tällöin niin autoteippausten, kuin käyntikorttien pitäisi viestiä samaa ja luoda yhtenäinen mielikuva yrityksestä.

## 4 TOTEUTUS

### 4.1 Logon suunnittelu

Logo syntyy typografian, muodon ja värin yhteistyöstä (Evamy 2007, 14). Valmis logo on yrityksen imagon kulmakivi ja yksi visuaalisen ilmeen peruselementeistä (Rivers 2003, 14).

Suunnittelussa tuli pitää mielessä logon ajattomuus. Jotta logo pysyisi käytössä vielä kymmenen käyttövuoden jälkeen, tulee sen olla ajaton niin muotoilultaan kuin väreiltään. Jos logo muistuttaa liikaa tietyn ajan trendejä, vanhenee se helposti ja joudutaan korvaamaan uudella. Monella isommalla yrityksellä logon uusiminen muutaman vuoden välien voi onnistuakin, mutta pienemmälle yritykselle on helpompi suunnitella alun alkaen kestävä logo. (Rivers 2003, 22.)

Aloitin Kymen Bioenergian logon suunnittelun puhtaasti käsin luonnostelemalla. Alkuvaiheessa luonnostelin vapaasti kuvia ja muotoja, jotka ensimmäisinä tulivat aiheesta mieleeni. Tämän jälkeen luetteloin sanoja joiden halusin kuvastavan valmista logoa.



Luettelin muun muassa nämä sanat: puhdas, hajuton, raikas, kirkas, tulevaisuus, ekologisuus, tehokkuus, kotimaisuus ja luonto.

Luonto oli suunnittelutyöni ensimmäinen lähtökohta, mutta en halunnut aloittaa suunnitteluani helpoimman kautta piirtämällä pelkkiä lehtiä, joita kilpailijoiden esimerkkilogot olivat täynnä. Jaoin elävän luonnon vesi- ja kasvikuntaan ja yritin etsiä näitä molempia yhdistävää perusmuotoa. Piirtelin aaltoja, lehtiä, kukkia, pisaroita, pilviä ja hedelmiä ja huomasin pian, että lehden ja pisanan sekoituksesta syntyy kiinnostava pyöreä muoto, jota halusin käyttää logon osana.

Halusin Kymen Bioenergian logon muistuttavan jollain lailla emoyhtiö KSS Energian logoa (kuva 1). Ajattelin tehdä liitoskohdan emoyhtiön logoon jonkin suunnittelun peruselementin, typografian, muodon tai värin kautta. Typografiassa tämä tarkoittaisi samantyyllisen pohjafontin käyttämistä. Muotokielenä KSS Energian suorakulmainen laatikko ei antanut inspiraatiota muunnelmalle tai sen sellaisenaan käyttämiseksi. Oranssi väri (CMYK = C 0, M 60, Y 94, K 0) vaikutti alussa varteenotettavalle väri- vaihtoehdolle Kymen Bioenergian logoon, ja pidin sitä suunnittelemisani versioissa mukana.

Myös KSS Energialla pidettiin oranssia väriä huomattavana vaihtoehtona logon väriksi. Oranssin käyttäminen sellaisenaan rajaisi kuitenkin suunnittelumahdollisuuksiani, sillä osa logon suunnittelutyöstä olisi jo valmiina, kun logon värimaailma on päätetty ennen varsinaista suunnitteluprosessia.



Kuva 1. KSS Energian logo.

Haasteena logon suunnittelussa oli Kymen Bioenergian pitkä kirjoitusasu. Koska KSS Energian logo on kaikessa selkeydessään yhdellä rivillä, halusin pitää tämän sommitelman myös Kymen Bioenergian logossa. Jo suunnitteluvaiheessa oli tiedossa, että logosta tehtäisiin myös valomainos, jonka tulisi parhaan näkyvyyden kannalta olla mahdollisimman selkeä ja nopeasti ja helposti hahmotettava. Kokeilin alkuvaiheessa

Kymen Bioenergian taivuttamista tasaisesti kolmelle riville (kuva 2), mutta bio-sanan venyttäminen ”Kymen” ja ”energian” levyiseksi tuntui vaikealta ja perusteettomalta. Lisäksi suunnitelman taustalle muodostunut pallokuvio tuntui muistuttavan liikaa jo olemassa olevia logomuotoja.



Kuva 2. Pyöreä muoto logossa. Teksti on jaettu kolmelle riville.

Yhdelle riville ryhmittynyt teksti näytti luettavalta ja helposti jäsennettävältä (kuva 3). Kokeilin suunnittelun alussa Myriad Pro -kirjasinperheen leikkausten avulla luoda vahvuuskontrastia ”Kymen” ja ”Bioenergian” välille. Vahvuuskontrasti syntyy rinnastamalla kaksi groteskifontin eri lihavuusastetta (Itkonen 2007, 78). Yhdelle riville sijoitettu logo näytti toimivalta, ja jatkoin suunnittelutyötäni tämän logon pohjalta.

Ongelmana ensimmäisessä versiossa oli oikean sanan korostaminen. En kokenut Kymen-sanaa Kymen Bioenergian huomionarvoisimmaksi sanaksi. Kymen Bioenergian kantavin ideologia on bio-sanassa, sillä energiayhtiö myy juuri ekologisesti tuotettua sähköä, johon sana ”bio” viittaa. ”Biosta” tuli tässä vaiheessa logon tärkein osa, jota piti suunnittelun kautta nostaa esille.

## KYMEN BIOENERGIA

Kuva 3. Logo yhdellä rivillä.

Suunnittelutyöhön vaikutti Kymen Bioenergian identiteetti. Kymen Bioenergia on vakavasti otettava yhtiö, jolloin logon tulisi olla korporaatiomaisen tyylikäs ja yksinkertainen mutta silti raikas ja mieleenpainuva. Väreillä ja muodoilla leikittely on kohtuullisessa määrin myös energialaitoksen tyyliin sopivaa, mutta liika räikeys logossa ei tee logosta vakavasti otettavaa. Lisäksi kyseessä on suomalainen energiayhtiö ja halusin logon sulautuvan suomalaiseen logokulttuuriin, joka on ulkomaista hillitympi. Logon tulee kuitenkin olla erottuva, sillä erilaiset logot auttavat ihmisiä erottamaan organisaatiot toisistaan (Evamy 2007, 12).

Logon muotokieli esittää yrityksen arvoja (Evamy 2007, 12). Halusin korostaa ekologisuu-  
 tta ja luonnonmukaisuutta sekä pitää kierrätykseen liittyvän ideologian mukana  
 logon suunnittelussa. Käsitteet kierrättäminen ja bio tuovat itselleni negatiivisina mie-  
 likuvina mieleen mätänevät banaaninkuolet ja haisevat kompostit ja niiden kautta rus-  
 kean ja oliivinvihreän värityksen, joita halusin välttää. Valitettavasti moni muukin  
 mieltää bioenergian haisevaksi ja inhottavaksi energiamuodoksi. Käyttämällä raikkaita  
 värejä halusin viestittää bioenergian olevan hajutonta, puhtaasta luonnosta peräisin  
 olevaa energiaa.

Ekologisuus, yhdelle riville sijoittuva teksti, raikas väritys ja pisaramuoto olivat suun-  
 nittelun kantavia ajatuksia. Sommittelin kaksi pisaramuotoa lomittain ja niistä muo-  
 dostuneen kuvan siirsin bio-sanalla taustalle sitä korostamaan. Syntynyt muoto muistut-  
 ti kuitenkin jo olemassa olevia kierrätykseen liittyviä muotoja enkä ollut tyytyväinen  
 lopputulokseen (muoto kuvassa 3).

Aloin rakentaa ja sommitella bio-sanalla uudestaan. Poistin keskeltä sinisen pisarapal-  
 lon ja vaihdoin bio-sanalla siniseksi. Sijoitin pisaramuodon ensin bio-sanalla o-  
 kirjaimen sisään ja lopulta sommittelin kirjaimen sisään kaksi vastakkaista pisaraa. Pi-  
 sarat o:n sisällä kiertävät toisiaan ja luovat kiinteän kiertävän vaikutelman. Alun perin  
 suunnittelin bio-sanalla siniseksi. Asiakas ei kuitenkaan kokenut sinistä väriä omakseen  
 ja vaihdoin bio-sanalla oranssiksi (kuva 4). Pisaramuoto pysyi o-kirjaimen sisällä en-  
 nallaan ja muokkasinkin b-kirjaimen aukkoja myös muistuttamaan pisaroita.

## KYMEN BIOENERGIA

Kuva 4. Pisarat O:n sisällä.

Asiakas piti o-kirjaimen muodoista ja kokeilin palautteesta innostuneena pisaroiden  
 käyttämistä erikokoisina ja erisuuntaisina. Logoon haluttiin kuitenkin jotain lisää ja  
 esiin nostettiin aikaisempi versio jossa bio-sanalla taustalla oli sininen pyöreä kuvio  
 (kuva 2). Yhdistin nämä kaksi ideaa ja lopputuloksesta tuli hauska mutta liian sekava.  
 Bio-sanalla ympärille oli koottu liikaa erilaisia elementtejä, ja sanasta tuli vaikeasti lu-  
 ettava ja hahmotettava.

Hain bio-sanan taustalle jotain uutta muotoa, johon saisin lisättyä pisaramuodon jollain uudella tavalla. Luonnosteltuani ja koneella pyöriteltyäni sain aikaan mielenkiintoisen pisaramuodon, jossa kaksi pisaraa yhdistyy toisiinsa (kuva 5).



Kuva 5. Pisaramuoto logossa.

Olin tyytyväinen logon muotoon. Pisaramuoto oli mielenkiintoinen oivallus ja biosana sopi mukavasti muodon sisään. Pisaramuodossa I-kirjaimesta nouseva pienempi ”energiakupla” kuvastaa laitoksen ”piipusta” nousevaa bioenergiaa. Oranssi väri vaikutti myös sopivan logoon. Asiakas piti logon keskiosaa kuitenkin liian levottomana, joten jätimme o-kirjaimen pisaramuodot kokonaan pois.

Loppumetreillä asiakas myös luopui oranssista värityksestä ja pyysi nähtäväkseen vihreää versiota logosta. Vihreä tuntui lopulta ainoalta sopivalta väritä logoa ajatellen, ja oli mielenkiintoista huomata, miten koko projektin ajan välttelemäni väri päättyi kuitenkin lopullisen logon väriksi.

## 4.2 Valmis logo

Lopullinen logo syntyi asiakkaan mielipiteitä noudattaen. Asiakas piti suunnittelemani pisaramuodosta, ja poistettuani turhat muodot bio-sanan sisältä saimme aikaiseksi valmiin logon pohjan. Muutin asiakkaan pyynnöstä oranssin värin vihreäksi, jolloin oranssi väri poistui myös muista logon kirjaimista.

Kuplan kolme väripintaa saivat värinsä vihreän eri sävyistä ja pisaran keskiosan ”bio” pysyi valkoisena. Muutettuani pisaran värin vihreäksi muutin myös Kymen- ja energia-sanojen väritystä. Oranssi väri tuntui liian räikeältä vihreän rinnalla ja halusin pitää pisaran ympärillä olevan teksti yksinkertaisen värisenä, jotta ”bio” erottuisi mahdollisimman hyvin. Valitsin muiden kirjainten väriksi siis mustan.

Sommittelulla on tarkoitus luoda esteettinen kokonaisuus, joka ilmentää tasapainoa ja liikettä (Loiri – Juholin 2002, 62). Kymen Bioenergian valmiissa logossa (kuva 6) on

käytetty keskisommittelua, jossa huomionarvoisin asia on näennäisesti keskimmäisenä. Halusin tällä sommittelulla korostaa bio-sanana arvoa, sillä keskimmäisenä elementtinä katse kohdistuu ensimmäisenä siihen.

Logon suunnittelun on tärkeää luoda jonkinlainen rytmi. Visuaalinen kinetiikka, viivojen ja muotojen suhde toisiinsa luo muodolle visuaalisen rytmin. (Sausmarez 2009, 87.) Pisarakuviossa katse kulkee ison pisaran reunaa myötäillen ylös kohti pienempää pisaraa ja siirtyy sen kärjen kautta kohti I-kirjaimen huippua. Päinvastoin liike lähtee I-kirjaimen huipusta ja kiertyy ison pisaran ympäri kohti pientä pisaraa. Valmiin pisaran muotojen viilaaminen vei aikaa, sillä pisaran piti olla miellyttävän muotoinen ja sulava. Lisäksi muodon piti olla leveä, jotta ”bio” mahtuu sujuvasti sen sisään. Pisara ei myöskään saanut olla liian pitkä, jottei se roikkuisi liikaa varsinaisen tekstin tasosta.



Kuva 6. Kymen Bioenergian valmis logo.

Saatuani peruslogon valmiiksi tein siitä muita versioita. Muunsin logosta negaversion, jossa muutin mustat kirjaimet valkoisiksi. Tällöin logon käyttö onnistuu tummalla ja vaalealla pohjalla. Tein logosta erikseen mustavalkoisen version, jota käytetään kaikissa mustavalkoisissa painotuotteissa. Tällöin logon sävyt pysyvät suunnilleen samoina, eivätkä vääristy painokoneen muuttaessa sävyjä mustavalkoisiksi.

Tein logosta myös yksinkertaistetut versiot, joissa jätin pienemmän pisaran alta varjon pois. Varjo ei välttämättä toistu kaikissa painotuotteissa oikein, joten tein vaihtoehdon jossa varjoa ei ole ollenkaan. Näin välttyään ikäviltä ja tuhrusilta painojäljiltä.

#### 4.2.1 Logon värimaailma

Suunnittelun alussa värimaailman pohjana toimi KSS Energian oranssi (CMYK = C 0, M 60, Y 94, K 0), jota yritin aluksi soveltaa jokaiseen logoversioon. Oranssi väri

symboloi energiaa, lämpöä ja aurinkoa (Bear 2011c). Energiaa symboloiva väri toimii hyvin energiayhtiön logossa, mutta yhteys bioenergiaan jää värisymboliikan kautta vähäiseksi. Oranssi pysyi kuitenkin logoversioiden päävärinä viimeisimpiin versioihin saakka juuri KSS Energia -yhteyden vuoksi.

Käytin sinistä väriä osassa logoversioista. Sininen on Bearin (2011a) mukaan luonnollinen, rauhoittava väri. Sininen luo vihreän värin ohella tiiviin yhteyden luontoon ja liittyy näin olennaisesti bioenergiaan. Sininen on raikas väri, joka loisi mielikuvan raikkaasta energianlähteestä.

Logon kirjoitusasussa esiintyvä sana ”Kymi” merkitsee leveää, mahtavaa jokea (SuomiSanakirja.fi 2011). Sinisen käyttö Kymen Bioenergian yhteydessä olisi näin ollen ollut perusteltua, sillä se viittaa suoranaisesti veteen. Asiakas ei kuitenkaan pitänyt sinistä vartenotettavana väri vaihtoehtona eikä kokenut sitä Kymen Bioenergian väriksi. Jälkeenpäin ajatellen sininen väri logossa olisi voinut vaikuttaa harhaanjohtavasti logon luomaan mielikuvaan. Sininen väri liittyy niin kiinteästi veteen, että sen käyttö energia-sanan yhteydessä luo mielikuvan vesivoimasta. Vaikka logossa lukisikin ”bioenergia” on värin luoma symboliikka niin voimakas, että se saattaisi viitata virheellisesti veden kautta tuotettavaan energiaan.

Asiakas ehdotti lopulta vihreää väritystä ja Kymen Bioenergian logossa päädyttiin käyttämään kolmea vihreän sävyä (kuva 6). Osittain vihreän värin valintaan vaikutti se, että olemme tottuneet mieltämään tietyt asiat tietynvärisinä (Loiri – Juholin 2002 112). Vihreä tuo luonnon selkeästi mieleen, se on luonnon väri, se symboloi uuden syntyä, merta ja metsää (mts. 111). Vihreä oli värivalintana asiakkaan puolelta selkein ratkaisu, vaikka yritin aluksi välttää sen käyttämistä. Useimmissa bio-sanan yhteyksissä toistuva vihreä on jo osittain kulunut ja käytetty ratkaisu, mutta lopulta se tuntui ai-noalta varmalta vaihtoehdolta.

Käytin logon energiapisarassa kolmea eri vihreänsävyä erottamaan pisaran muodot toisistaan. Isoin pisara on tummanvihreä (CMYK= C 70, M 0, Y 100, K 0). Pienempi pisara koostuu kahdesta vihreästä, alemmasta keskivihreästä väristä (CMYK= C 50, M 0, Y 100, K 0) ja uloimmasta vaaleanvihreästä väristä (CMYK= C 30, M 0, Y 80, K 0). Pienemmän pisaran alla on tummempi varjo, joka luo vaikutelman siitä, että pienempi pisara olisi isomman pisaran päällä, ja irrottaa tämän taustasta.

Vihreän kuplan sisällä lukeva ”bio” on valkoinen ja logon perusmuodossa ”kymen” ja ”energia” ovat mustia. Logon perusmuodossa valitsin ”kymen” ja ”energian” väriksi mustan, jotta se erottuisi hyvin vaalealla pohjalla. Kokeilin mustan tilalla vaaleampia harmaita, vihreää ja muita sävyjä, mutta musta tuntui kaikkein vakaimmalta ratkaisulta, sillä se erottuu vaalealta taustalta hyvin. Mustan hyvä puoli on sen ”värineutraalius”. Se ei luo vahvoja mielikuvia kuten perusvärit punainen, sininen ja keltainen. Mustaa on helppo käyttää muiden värien kanssa, ja siksi se sopii useimpiin taustaväriin.

Logosta muunnellussa negaversiossa kaikki tekstit on muunnettu valkoiseksi, jotta ne erottuisivat hyvin tummalla taustalla. Päädyin tekemään logosta negaversiion lähinnä valomainosta ajatellessa, sillä valokyltin ominaisuuksien takia musta väri ei sovi parhaiten valomainokseen. Valkoinen on kirkas ja valovoimainen ja erottuu valomainoksessa mustaa paremmin. Negaversio tulee tarpeelliseksi myös erilaisissa painomateriaaleissa. Joskus logon taustalla on niin tumma väri, että musta ei yksinkertaisesti erotu taustastaan. Tällöin on hyvä olla olemassa päinvastaisiin väreihin perustuva logo, jota voi käyttää tarpeen tullen. Toinen mahdollisuus olisi ollut valkoisen suorakulmaisen muodon lisääminen logon taustalle, mutta pidin sitä tarpeettomana ja rumana vaihtoehtona.

#### 4.2.2 Logon typografia

Valitsin logon pohjalle Myriad Pro -kirjasintyylin, joka on myös KSS Energian logon pohjana. Halusin käyttää Myriad Pro -kirjasinperhettä, sillä se miellyttää minua itseäni ja sopii tyylikkäällä muotoilullaan logon pohjalle. Myriad Pro on humanistinen groteski fontti. Groteskilla fontilla tarkoitetaan tasapaksuista tai lähes tasapaksuista kirjasintyyppiä, jossa ei ole päätteitä. (Itkonen 2007, 50.) Humanistinen groteski on groteskien alalaji, joka on luettavuudeltaan paras groteskien laji. Myriadin muotokieli perustuu renessanssiantiikvojen mittasuhteisiin ja kirjainmuotojen paksuuserot ja kalligrafiset vaikutteet tekevät siitä eloisan fontin. (Mts. 60, 72.)

Myriad on Robert Slimbachin, Carol Twomblyn ja Adoben vuonna 1992 suunnittelema fontti. Myriad Pro on fontin laajennettu, 1990-luvun lopulla julkaistu versio, johon on lisätty leikkauksina Light, Black, Condensed, Extended ja Old style Figures. Samaa laajennettuun versioon on lisätty kreikkalainen, kyrillinen ja keskieurooppalainen merkistö. (International typeface corporation 2011.) Myriad Pro on laajuutensa

vuoksi käytännöllinen fontti, sillä se sisältää kaikki tarpeelliset leikkaukset ja yleisimmät merkit.

Logossa on käytetty Myriad Pron versaaleja kirjaimia eli suuraakkosia. Versaalit ovat tasakorkuisia, ja niistä syntyy tasainen, nauhamainen ketju. (Itkonen 2007, 70.) Nauhamaisuus auttaa lyhyiden nimien lukemisessa, sillä katse seuraa tiukasti yhtenäisesti jatkuvaa nimeä eikä pääse karkailemaan kesken lukemisen. Versaalit koetaan usein vaikealukuisemmiksi kuin gemenat eli pienaakkoset, sillä gemenoissa kirjaimet eroavat ulkonäöltään enemmän toisistaan (mts. 70). Koska kyseessä on kohtalaisen lyhyistä sanoista koostuva logo, ei versaalien tai gemenan käyttämisellä ole juurikaan eroa logon luettavuuden kannalta.

Pelkkä Myriad Pro ei ollut itsessään tarpeeksi dynaaminen toimimaan logon fonttina ja näytti heiveröiseltä, hontelolta ja liian tasapaksulta ja tylsältä. Aloitin kirjainmuotojen muuttamisen ensin rankemmalla kädellä. Lähdin muuttamaan kirjainten aukkoja ja kaaria ja pyöristelini muotoja tuomaan paksuusvaihteluja kirjaimiin. Lopputulos oli kuitenkin liian raisu ja muunnetut kirjainmuodot veivät turhaa huomioarvoa logolta, joten poistin liian rankkoja muotoja ja pehmensin osaa muodoista (kuva 7).



Kuva 7. Typografian kehittyminen.

Lopulliseen logoon pyöristyksiä jäi K-, M-, N-, G- ja A-kirjaimiin. Muutokset ovat lähes huomaamattomia mutta tuovat uutta ilmettä fontille. Typografiassa optisten korjausten tekeminen näkyy niin alkuperäisessä fontissa kuin siitä johdetussa kirjainmuodoissa. Jotkin yksityiskohdat vaativat korjauksia, ja osa yksityiskohdista on tehtävä hiukan ”väärin” ollakseen luettuna oikeannäköisiä (Itkonen 1999, 43).



Ennen viimeistelyä madalsin fonttia skaalaamalla sitä pystysuorassa linjassa. Näin kirjaimia on nopeampi lukea, ja niiden madaltuessa kirjaimista tuli leveämpiä ja siksi helpommin hahmotettavia.

Vielä viimeisenä silauksena tarkistin kirjainten keskinäisiä välejä. Liian isot välit kirjainten välillä hankaloittavat lukemista ja liian pienet kirjainvälit saavat fontin tukkeutumaan. Kymen Bioenergian kirjoitusasussa on paljon hankalia kirjainvälejä. K- ja Y-kirjainten väli on väljä, sillä niiden muodot luovat ison tyhjän tilan kirjainten väliin. G- ja I-kirjainten välistä tulee helposti liian kapea, mikä vaikeuttaa tekstin lukemista.

Myös bio-sana kokonaisuudessaan tuotti hankaluuksia. Bio-sanassa ongelma on kirjainten paksuudessa. B ja O ovat molemmat aakkosten leveimpiä kirjaimia ja I kirjaimista ohuin. B:n ja O:n välissä sen on vaikea ansaita oma tilansa. Tätä ongelmaa korjasin pidentämällä I-kirjainta ja leventämällä sitä hiukan. Lopputuloksesta tuli tasapainoinen ja kirjaimilla on näennäisesti samankokoinen tila ympärillään.

#### 4.3 Visuaaliset elementit

Halusin lisätä Kymen Bioenergian logon yhteyteen visuaalisia muotoja ja värejä, jotka tukisivat logon ajatusta luonnosta ja veisivät sitä edelleen eteenpäin. Logo itsessään on hillitty ja rauhallinen, joten halusin muiden elementtien jatkavan tätä rauhallista linjaa. Pidin suunnittelussani alusta lähtien sinistä väriä mukana. Sininen on raikas ja luonnoläheinen väri, ja siksi se sopi hyvin bioenergian yhteyteen. Se on keveä väri ja se yhdistetään taivaaseen, hankiin, veteen ja jäähän. (Loiri - Juholin 2002, 112.)

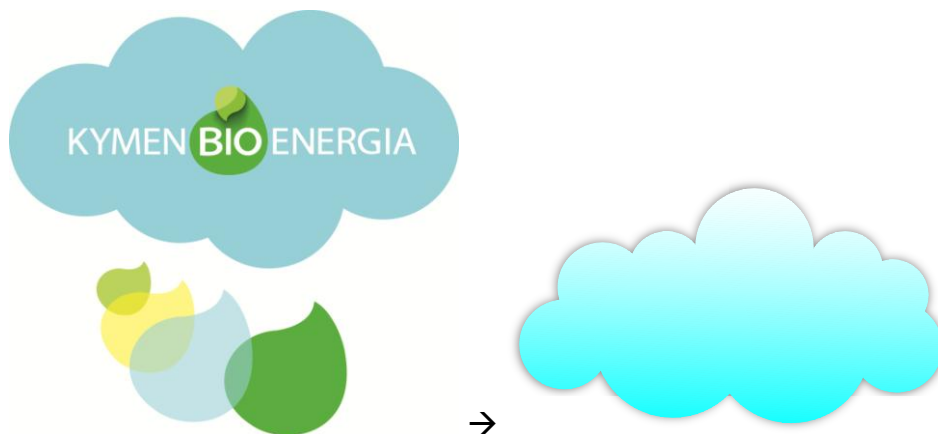
Sininen pilvikuvio syntyi kutsua suunnitellessani. Olin aikaisemmin liittänyt logon vaaleansinisen pilvikuvion päälle korostamaan Kymen Bioenergian luonnonmukaisuutta ja raikkautta. Tässä aiemmassa versiossa tutkin myös logoon sointuvia sävyjä ja mietin alustavasti Kymen Bioenergian värimaailmaa. Sininen pilvikuvio näytti liian pelkistetyltä, joten lisäsin siihen sinisen liukuvärin ja pienen varjostuksen (kuva 8). Sinisestä pilvestä tuli mielenkiintoinen elementti ja päällekkäin aseteltuna se loi erikoisia muotoja ja pintoja, joten halusin käyttää sitä Kymen Bioenergian materiaaleissa.

Ensimmäiseksi lisäsin pilvimuodon Kymen Bioenergian kutsuun, jolloin kutsun ylälaidasta muotoutui pilvien muotoinen. Käytin pilvimuotoa käyntikortin etupuolella ja

graafisen ohjeiston kannessa kaksinkertaisena, jolloin pilviä roikkui kaksi päällekkäin. Käyntikortin toisella puolella pilvimuoto toistuu tummempana.

Pilvimuodon lisäksi tein valkoisen huomionuolen, jota käytin kutsussa ja käyntikortissa. Huomionuolen taustalla on varjostus, joka irrottaa sen muusta materiaalista. Huomionuoli toimii hyvin, kun jokin sana tai lause halutaan erottaa taustasta näkyvämmäksi. Tällöin haluttu sana tai lause lisätään nuolen päälle.

Visuaaliseen ilmeeseen kuuluu useimmiten jonkinlaisen värimaailman määrittely. Kymen Bioenergialla värimaailma koostuu logossa esiintyvistä vihreän sävyistä. Lisäväreinä ovat syaanin eri sävyt. Syaani on yksi neljästä peruspainoväristä ja on tavallista sinistä kirkkaampi ja raikkaampi väri. Määrittelemäni syaanin eri sävyt koostuvat pilvikuviossa esiintyvistä sävyistä, joissa syaanin määrä vaihtelee sataprosenttisen syaanin (CMYK= C 100, M 0, Y 0, K 0) ja valkoisen välillä.



Kuva 8. Pilvikuvion kehittyminen.

Kymen Bioenergia toimii KSS Energian tytäryhtiönä eikä näin ollen mainosta omaa toimintaansa. Kymen Bioenergian logo esiintyykin aina KSS Energian alaisena kaikissa julkaisuissa ja internetsivuilla. Kymen Bioenergia ei siis varsinaisesti tule koskaan lähettämään mainospostia tai teettämään esitettä, joten typografisille suuntaviivauksille ei ollut tarvetta. Koska kutsussa, käyntikortissa ja internetbannerissa käytetään tekstiä, tuli näille määritellä jonkinlainen perustypografinen ohjeistus. Graafisessa ohjeistossa määriteltävä typografia koostuu lähes kokonaan Myriad Pro-kirjasinperheen leikkauksista, joita käytetään kaikissa Kymen Bioenergian itsenäisissä materiaaleissa.

## 4.4 Valomainos

### 4.4.1 Valomainoksen toteutus

Kymen Bioenergian laitoksen julkisivuun oli jo projektin alkuvaiheessa suunniteltu valomainos logosta, jotta laitos olisi helposti tunnistettavissa kauempaakin. Ulko-mainonnalla, johon valomainonta kuuluu, tarkoitetaan mainoksia, jotka fyysisesti sijaitsevat ulkona. Mainontaan suhtaudutaan yleisesti positiivisesti, sillä valomainokset tuovat eloa ympäristöön. (Raninen - Rautio 2002, 320.) Valomainos asetetaan aina näkyvimälle paikalle yrityksen tilojen ulkoseinällä, jotta sillä olisi paras huomioarvo. Kymen Bioenergian tapauksessa valomainoksen paikka määräytyi ohi kulkevan Kotkantien mukaan ja sijoittui tien suuntaiseen seinään, josta se näkyy molempiin suuntiin sekä laitoksen etupihalle. Valomainoksen sijoittaminen tien varteen voi pahimmassa tapauksessa häiritä liikennettä, peittää näkyvyyttä tai kiinnittää liikkujan huomion pois liikenteestä (mp.). Kymen Bioenergian tapauksessa valomainoksesta tehdään tarpeeksi iso ja selkeä, jotta se on nopeasti hahmotettavissa eikä vie liikaa huomiota ajamisesta.

Valomainoksen tarkoitus on mainostaa yritystä. Näkyvä valomainos jää ohikulkevan autoilijan mieleen ja luo miellelyhtymiä logon tullessa myöhemmin esiin muissa yhteyksissä. Valomainos myös toimii tienviittana laitokselle ja tekee siitä helposti löydettävän. Kymen Bioenergian logo näkyy hyvin jo laitosta lähestyttäessä, ja sinne on helppo suunnistaa valomainoksen perusteella.

Kymen Bioenergian logon perusmuodossa ”kymen” ja ”energian” kirjaimet ovat mustia (C=0, M=0, Y=0, K=100). Mustaa ei useimmiten koeta väriksi, sillä se ei sisällä värejä eikä heijasta niitä lainkaan, vaan imee kaikki värit itseensä (Loiri - Juholin 2002, 109). Valomainoksen ensisijainen tehtävä on heijastaa yrityksen logo mahdollisimman kirkkaana ympäristöönsä, jolloin musta väri sotii tätä periaatetta vastaan. Jotta musta väri voitaisiin onnistuneesti toistaa valomainoksessa, olisi sen kirjainmuotojen ympärille vedettävä valkoiset reunat, kontuurit. Ohuet valkoiset reunat tekisivät kuitenkin logosta vaikeasti luettavan, ja suuri osa kirjainten pinnasta menisi ”hukkaan” mustan värin vuoksi.

Ratkaisin ongelman tekemällä logosta myös negaversio, jossa vaihdoin kirjaimien mustan värin valkoiseen. Valkoinen on erinomainen väri valomainokseen, sillä val-

koinen sisältää kaikki värisävyt ja heijastaa ne tehokkaasti takaisin (Loiri - Juholin 2002, 109). Valkoinen valomainos näkyy pitkälle ja on helppo erottaa pimeässä ilman että kirjaimet sekaantuvat keskenään.

Pelkkä valkoinen kirjainkotelo ei kuitenkaan erotu tarpeeksi hyvin päivänvalossa. Valkoinen pinta ja valkoiset kirjainkotelon kyljet saavat helposti kirjaimet sekoittumaan toisiinsa varsinkin sivulta katsottaessa. Ratkaisin tämän ongelman yhdessä valomainoksen valmistajan, Neon-teoksen, kanssa ja päätimme tehdä kirjainkoteloiden sivuista tummanharmaat. Kirjainten valkoinen päällinen ja tummat sivut luovat sopivan kontrastin (kuva 9), joka tekee valomainoksesta luettavan päiväaikaankin



Kuva 9. Valomainos kokoamisvaiheessa.

Logon viimeistelyvaiheessa tein valomainoksesta mallinnuksen energialaitoksen julkisivusta otettuun kuvaan. Mallinnuksessa näkyi valomainoksen suunniteltu paikka, värit ja valomainoksen erottuvuus pimeällä. Valomainos näytti mallinnuskuvissa erottavalta ja raikkaalta, ja asiakaskin oli tyytyväinen mallinnuskuviin.

Valomainosta suunnitellessa pohdimme Neon-teoksen kanssa erilaisia mahdollisuuksia toteuttaa vihreä pisara ja sen päällä lukeva ”bio”. Ensimmäinen mahdollisuus oli painattaa kuvio kokonaisuena yhdelle pinnalle, jolloin ”bio” olisi samassa tasossa pisan kanssa. Toinen mahdollisuus oli irrottaa ”bion” kirjaimet vihreästä pisarasta erilleen ja nostaa se edemmäs luomaan kolmiulotteisen vaikutelman. Jälkimmäinen vaihtoehto olisi vaatinut enemmän suunnittelutyötä, reilusti enemmän materiaalia ja käsit-

telykuluja. Päädyimme yhdessä Neon-teoksen kanssa toteuttamaan pisaran yhdelle pinnalle, mikä oli myös ekologisempi ratkaisu.

Valmis valomainos asennettiin paikoilleen helmikuun 2011 lopussa. Valomainoksesta tuli hivenen kapeampi, kuin mallinnuskuvissa sillä se haluttiin linjata isojen ovien reunojen mukaiseksi (kuva 11). Muuten valomainoksen paikka on sama kuin mallinnuskuvissani. Valmis valomainos erottuu hyvin pimeälläkin (kuva 10), sillä valkoiset kirjaimet ovat kirkkaita ja muodoltaan selkeitä. Päiväsaikaan mainos erottuu julkisivusta pääasiassa tummien kirjainkoteloiden reunojen vuoksi.



Kuva 10. Valomainoksen mallinnuskuva.



Kuva 11. Valmis valomainos.

#### 4.4.2 Ekologisuus valomainoksessa

Valomainoksen valaisu toteutettiin led-tekniikalla, joka oli jokaisen projektissa mukana olleen yhteinen tahto ja tämänhetkisen valaisutekniikan ehdottomasti ekologisin ja energiatehokkain ratkaisu, sillä led-valon energiankulutus on alle 20 prosenttia vastaavaan neon-valomainokseen verrattuna (liite 2).

Valomainoksen valmistaja Neon-tehdas huolehtii tuotannossaan ylijäävien materiaalien kierrätyksestä. Neon-teos käyttää tehokkaasti CAD/CAM-tekniikkaa, jolla minimoidaan materiaalihukan määrä. Käytännössä tämä tarkoittaa leikattaviksi menevien osien nestäämistä tiiviisti halutulle materiaalille. Tuotannossa ylijäävät metallit lajitellaan ja ohjataan kierrätykseen. Kierrätetyistä materiaaleista syntyy taas uutta raaka-ainetta valomainoksiin (liite 2).

Valomainoksessa käytettävä alumiini on kestävä ja uudelleenkierrätettävää. Alumiinin materiaalihäviö on vaivaiset kolme prosenttia, mikä hävitessään palaa luontoon ympäristöystävällisenä alumiinioksidin. Valomainoksen pintaan tuleva akryyli on myös kierrätettävä materiaali. Lisäksi valomainoksen läpikäymässä jauhemaalauksessa ei synny ollenkaan haitallisia VOC-yhdisteitä (engl. Volatile Organic Compounds 'haihtuvat orgaaniset yhdisteet'), jotka ovat luonnolle haitallisia. (Liite 2.)

Kestävistä materiaaleista tuotettu valomainos on myös varsin huoltovapaa. Valomainoksien kotelot on suunniteltu säänkestäviksi, ja jos asennuksessa huomioidaan esim. katolta putoava lumi, säästytään rikkoontuvilta osilta. Valomainosten huolto keskittyy usein palaneiden led-valojen tai muuntajien korvaamiseen, mutta nykyisten led-modulien pitkäikäisyys takaa sen, että valoja tarvitsee vaihtaa hyvin harvoin.

Kaikkein kestävin ratkaisu on pitkäikäisen tuotteen suunnittelu. Kymen Bioenergian logo tulee olemaan käytössä ainakin seuraavat kymmenen vuotta, joten valomainos säilyy samanlaisena nämä vuodet. Ajaton logo pitää pintansa vielä kymmenenkin käyttövuoden jälkeen, jolloin myös valomainos saa lisää elinaikaa.

Niin Neon-teos kuin muutkin valomainosten tekijät huolehtivat myös valomainoksen jatkokäsittelystä sen eliniän päätyttyä. Useimmiten valomainos päättyy materiaalien erottelun kautta kierrätykseen, mutta moni yritys, esimerkiksi Character, tekee irrote-

tuista valokirjaimista tyylikkäästi ekovalaisimia koti- ja yrityskäyttöön.  
(Character 2011.)

#### 4.5 Kutsu avajaistilaisuuteen

Kymen Bioenergian laitoksen avajaisia vietetään keväällä 2011. Avajaisiin kutsutaan virkamiehiä, vaikuttajia ja muita laitoksen toimintaan liittyviä henkilöitä. Kutsut lähetetään valikoidulle joukolle, josta kaikkien toivotaan pääsevän paikalle avajaistilaisuuteen. Avajaistilaisuudessa tutustutaan Kymen Bioenergian laitokseen ja sen toimintaan. Kutsuvieraille esitellään laitosta ja bioenergiaa yleisesti. Oletettavasti vieraita kierrätetään laitoksen tiloissa, ja paikalla on myös johtajien puheita. Avajaisjuhla pidetään laitoksen pihamaalla keväisessä säässä, ja tilaisuutta varten pystytetään juhlateltoa. Tilaisuus on virallinen ja antaa monelle ihmiselle ensimmäisen mielikuvan Kymen Bioenergian toiminnasta.



Kuva 12. Laitoksen avajaisten kutsu.

Kutsu on suunniteltu lähetettäväksi sähköisesti. Sähköinen kutsu on ekologinen ratkaisu, sillä sähköpostin liitetiedosto kuluttaa huomattavasti vähemmän energiaa kuin vas-

taava määrä postitse lähetettäviä kutsuja. Kutsu on myös helppo avata ja lukea, ja vastauksen osallistumisesta voi lähettää saman tien viestin lähettäjälle. Luultavasti osa kutsun saajista tulostaa kuitenkin kutsun omalla tulostimellaan, jolloin kutsujen lähettäminen ei ole täysin paperitonta. Tulostamisesta koituvan hukkapaperin määrän voi minimoida lisäämällä kutsun perään pyynnön, jossa kehoitetaan paperin säästämistä ja pyydetään vastaanottajaa olemaan tulostamatta kutsua.

Asiakas antoi minulle vapaat kädet kutsun suunnittelua varten. KSS Energian viestintäpäällikkö Maria Käki halusi myös tehdä kutsusta poikkeavan ja erilaisen, joten olimme molemmat valmiita etsimään uudenlaista esitystapaa. Kutsun tulisi kuitenkin myötäillä Kymen Bioenergian visuaalista ilmettä ja sen muotokieltä. Kutsu antaa monelle ensimmäisen mielikuvan laitoksen toiminnasta, ja sen täytyy sisältää kaikki tarvittava informaatio kutsutilaisuudesta.

Kutsun tulee olla yksipuolinen ja yksinkertainen, sillä se lähetetään sähköpostitse. Koska kutsun saaja voi halutessaan tulostaa kutsun, on sen oltava järkevän kokoinen, jotta se on myös tulostamisen jälkeen luettavissa. Suunnittelin ensimmäisen kutsupohjan pitkäksi ja kapeaksi, joka mahtuu A4-paperiarkille. Asiakas piti kapeasta muodosta ja lisäsi että se voi olla korkeudeltaan A5- tai A4-arkille mahtuva. Pidin kutsun korkeuden A4-paperille mahtuvana ja lopullisen kutsun koko on 110 mm x 220 mm.

Avajaisia varten suunniteltavan kutsun on ensisijaisesti tarkoitus olla informatiivinen. Vastaanottajan on jo ensisilmäyksellä nähtävä mitä kutsutilaisuus koskee. Kymen Bioenergialle suunnittelemani kutsussa tämä näkyy heti kutsun ylälaidassa, missä on keskitettynä Kymen Bioenergian logo. Kutsun alalaidassa on emoyhtiö KSS Energian logo, jotta kutsun saaja osaa yhdistää Kymen Bioenergian KSS Energian yhteyteen.

Kutsun taustalla on sinisellä liukuvärillä toteutettu tausta, jonka yläosa koostuu pilvikuviosta. Taustakuvion taakse on lisätty varjo, joka irrottaa kutsun taustasta niin pdf-esikatselussa, kuin tulostettaessakin. Sinisen taustan päälle on lisätty kaksi valkoista arkkimuotoa, jotka näyttävät kahdelta päällekkäiseltä paperilta. Paperien päällä on varsinainen kutsuteksti keskitettynä. Kutsun vasemmasta reunasta kohti kutsutekstiä osoittaa valkoinen huomionuoli, jonka päällä lukee näkyvästi ”kutsu”. Kutsutekstin alalaidassa oikealta reunalta tulee toinen huomionuoli, jossa lukee ”Tervetuloa!”. Li-



säsin huomionuolet tehostamaan kutsu- ja tervetuloa-tekstejä. Ne ovat kutsun huomionarvoisimmat sanat, ja niistä välittyy jo ensisilmäyksellä tärkein viesti lukijalle.

Kutsun varsinainen teksti on keskitettynä valkoisen arkin päällä. Tekstin väri on 80-prosenttinen musta eli tummanharmaa (CMYK= C 0, M 0, Y 0, K 80). Käytin värinä harmaata mustan sijaan, sillä harmaa on tyylikkäämpi ja modernimpi vaihtoehto. Mustalla värillä on tapana hypätä esiin muita värejä paremmin, joten vaalentamalla sitä hiukan sain sopivasti erottuvan värin kutsua varten. Kutsun typografiassa käytin Myriad Pro -kirjasinperheen leikkauksia. Kutsun pisin teksti on Regular-leikkauksella, joka sopii erinomaisesti tavalliseen leipätekstiin. Nostetut sanat ”kutsu” ja ”tervetuloa” ovat Bold-leikkauksella, joka on näkyvämpi ja paksumpi kuin fontin perusmuoto, jolloin sain sanoihin enemmän huomionarvoa.

Keskitetty teksti sopii otsikoihin ja lyhyisiin, arvokkaisiin teksteihin, kuten kutsuihin (Itkonen 2007, 95). Pitkässä tekstissä keskitetty palsta on vaikealukuinen, mutta kutsutekstissä se sopii erinomaisesti tarkoitukseen. Luettavaa tekstiä on niin vähän, ja se on jaoteltu lyhyisiin kappaleisiin, jolloin kutsutekstin lukeminen on helppoa.

#### 4.6 Käyntikortti

Käyntikortti luo asiakkaalle usein ensivaikutelman yrityksestä. Nykyään käyntikortin tärkein tarkoitus on edelleen jakaa tietoa, mutta yhä enemmän myydä ja markkinoida yrityksen ideologiaa. (Cullen 2002, 5.) Kymen Bioenergian käyntikortti lähinnä muistuttaa asiakasta Kymen Bioenergian olemassaolosta ja jakaa tarpeellisia yhteystietoja.



Kuva 13. Käyntikortin etupuoli.

Kymen Bioenergialle suunnittelemani käyntikortti toistaiseksi tulee yhtiön käyttöön, sillä laitos ei suoranaisesti työllistä ketään, vaan kaikki työntekijät ovat emoyhtiöillä

töissä. Suunnittelin käyntikortin kuitenkin sen mahdollista tulevaa käyttötarkoitusta varten, jolloin käyntikorttiin liitetty emoyhtiön logo on vaihdettavissa tarpeen mukaan.

Käyntikortti on kooltaan 90 mm x 50 mm, joka on standardi käyntikorttikoko ja vielä vuonna 2002 yleisimmin käytetty koko (Cullen 2002, 5). Kortti on suunniteltu vaakaasuuntaisesti, jotta pitkä logo mahtuu paremmin esille ja mahdollisimman isoon kokoon. Standardikokoon suunniteltu käyntikortti on ekologinen vaihtoehto, sillä sitä on helppo painattaa.

Käyntikortin etupuolella (kuva 13) on käytetty päällekkäin kahta pilvikuviota. Pilvet ovat päällekkäin, ja ne tulevat korttiin ylhäältä alaspäin. Pilvet ovat Kymen Bioenergian visuaaliseen ilmeeseen kuuluvia elementtejä, joissa on sininen liukuväri vaaleasta tummansiniseen. Vasemmassa laidassa pilven päällä on Kymen Bioenergian negalogo. Käyntikortissa voisi taustan vaaleuden vuoksi käyttää myös logon perusversiota, mutta negalogo näyttää sinisellä taustalla raikkaammalta ja kirkkaammalta ja sopii näin tähän tarkoitukseen paremmin.



Kuva 14. Käyntikortin takapuoli.

Käyntikortin toisella puolella (kuva 14) on yksi pilvielementti, joka nousee alhaalta ylöspäin. Pilvielementin päällä vasemmasta reunasta oikealle tulee valkoinen elementti, joka osoittaa yhteystietoihin. Pilven päällä keskitettynä ovat kortin omistajan yhteystiedot, kortin omistajan titteli, nimi, sähköposti ja puhelinnumero. Kortin tekstin väri on valkoinen ja fonttina Myriad Pron Regular-leikkaus ja omistajan tittelissä Bold-leikkaus. Kortin alalaidassa keskitettynä lukee Kymen Bioenergian käyntiosoite Regular-leikkauksella. Oikeaan yläkulmaan sijoitetun emoyhtiö KSS Energian logon voi tarvittaessa vaihtaa tai ottaa kokonaan pois.

Käyntikortin molemmilla puolilla on valkoinen reunus, joka rajaa kortin informaatioalueen. Valkoinen reunus on myös ekologinen ratkaisu. Reunojen ansiosta kortit saa painovaiheessa ladottua tiukemmin puskuun eli aivan vieri viereen. Puskussa olevien korttien leikkaaminen tapahtuu suoraan korttien välistä. Tällä tavoin leikkaamisprosessissa ei jää ylimääräistä hukkamateriaalia, ja jo tulostusvaiheessa kortteja voidaan latoa enemmän yhdelle arkille.

Kun käyntikortteja mahdollisesti tulevaisuudessa otetaan käyttöön, niitä tulostetaan vain sillä hetkellä tarvittava määrä. Näin kortteja ei jää lojumaan ylimääräisinä, vaan kaikki menevät varmasti käyttöön. Ohjeet korttien tulostusmäärien suosituksista löytyvät graafisesta ohjeistosta.

#### 4.7 Internetbanneri

Banneri (engl. banner) tarkoittaa viiriä. Internetbannerilla tarkoitetaan internetissä olevaa yleensä suorakulmaista mainosta, joka voi olla joko kuva, animaatio tai esimerkiksi pienen pelin kaltainen vuorovaikutteinen mainos. Bannerin yleisin tarkoitus on houkutella kävijöitä klikkaamaan mainosta, joka vie käyttäjän mainostajan omille sivuille. Toisaalta mainoksen päätarkoitus voi olla vain välittää sivuston käyttäjälle vain jokin viesti ilman, että klikkaus veisi käyttäjää minnekään. (Kinnunen 2010.)

KSS Energian sivuille suunniteltu banneri ei varsinaisesti mainosta mitään. Banneri on suunniteltu kertomaan enemmän Kymen Bioenergian toiminnasta ja informoimaan sivujen kävijää. Banneri on sijoitettu KSS energian etusivulle, jossa se näkyy ensimmäisenä kävijöille. Kymen Bioenergian tunnetuksi tekeminen vaatii jonkinlaista mainostusta, ja mainostaminen internetissä bannerien välityksellä on ekologisempaa kuin paperisten mainoslehtien jakelu.

Bannerin käyttötarkoitus ei ole vielä opinnäytetyöni kirjoitusvaiheessa selvää. Ensimmäinen vaihtoehto on, että banneri jää vain informatiiviseksi laatikoksi, jota klikkaamalla ei pääse uusille sivuille. Tällöin bannerin tarkoitus on puhtaasti informatiivinen ja huomiota herättävä. Jos kävijä kiinnostuu enemmän Kymen Bioenergiasta, hän voi KSS Energian sivuja selaamalla löytää aiheesta lisätietoa. Toisena vaihtoehtona on, että klikkaamalla banneria pääsee esimerkiksi KSS Naturalin tilaussivuille, jossa kerrotaan ekologisemmasta sähkövaihtoehdosta. Kolmantena vaihtoehtona KSS Ener-

gian sivujen alle lisätään Kymen Bioenergiasta kertova alasivusto, jonne kerätään tietoa laitoksen toimintatavoista ja kerrotaan ekologisesta sähköstä yleisemmin.

Suunnittelin bannerin sopimaan KSS Energian internetsivujen pohjaan. Laatikko on kooltaan samankokoinen, kuin muutkin sivuston laatikot ja sopii näin helposti etusivulle. Bannerissa on Kymen Bioenergian logo sommiteltuna keskelle. Logon taustalla on kaksinkertainen pilvikuvio, jonka päällä on huomionuoli. Huomionuolen päällä lukeva teksti on helppo vaihtaa. Tällä hetkellä siinä lukee ”Tee ekoteko, suosi bioenergiaa!”. Nuolessa lukevan tekstin on tarkoitus herättää sivuston kävijän huomio, jotta tämä klikkaisi bannerin auki. Bannerin pohjana toimiva pyöreäkulmainen laatikko on hennon vaaleansininen (CMYK= C 10, M 0, Y 0, K0).



Kuva 15. Internetbanneri.

Pelkkä laatikkomuoto tuntui ahdistavalta, ja halusin rikkoa laatikon muotoa sommitelussa. Päädyin siirtämään pilvikuviota niin, että pilvet tulevat hieman laatikon yli vasemmassa reunassa. Tällöin banneri avartuu hieman, ja logo saa enemmän tilaa ympärilleen.

#### 4.8 Autoteippaukset

Vaikka Kymen Bioenergian laitos toimiikin KSS Energian alaisuudessa, on sillä oma kalustonsa ja toimitilansa. Suunnittelin siis Kymen Bioenergialle autoteippauksien mallin mahdollista tulevaa tarvetta varten, sillä energialaitos voi tulevaisuudessa tarvita kaluston ja tarvikkeiden kuljetusta varten omia autoja, jotka olisivat helposti tunnistettavissa Kymen Bioenergian autoiksi.

Kymen Bioenergian autoissa toistuu yhtiön logo. Logo on teipattuna molempiin kylkiin, jotta logo saa mahdollisimman hyvän huomioarvon. Auton takaluukun lasiin teipataan vain Kymen Bioenergian tunnus.

Suunnittelin Kymen Bioenergian autoteippaukset alustavasti valkoista autoa varten. Valkoinen väri toistuu usein Kymen Bioenergian materiaaleissa ja on myös ideaali väri auton teippauksia ajatellen. Koska auton pohjaväriin ei voi aina vaikuttaa, suunnittelin myös tummempaan autoon teippaukset. Vaaleissa autoissa teippauksissa käytetään logon perusmuotoa ja tummemmissa autoissa logon negamuotoa. Tällöin varmistetaan teippausten erottuminen auton pohjaväristä.



Kuva 16. Autoteippaukset.

Toiveena olisi tietenkin, että mahdollinen auto on ekologinen ja uusi. Valitettavasti graafisella suunnittelijalla ei ole mahdollisuutta määrittellä auton merkkiä ja sen käyttämää polttoainetta. Ekologisuuden määrittäminen autoteippauksia ajatellen onkin vaikeaa. Kaikkein ympäristöystävällisin ratkaisu olisi, ettei laitos tarvitsisi ollenkaan käyttöönsä autoa ja tarpeen vaatiessa käyttäisi emoyhtiöiden autoja.

#### 4.9 Graafinen ohjeisto

Graafinen ohjeisto antaa lukijalleen ohjeita yrityksen visuaalisen ilmeen oikeaoppiseen käyttämiseen. Ohjeistossa esiteltyjen materiaalien käyttäminen mahdollisimman oikealla tavalla takaa sen, että yrityksen ilme säilyy ehjänä ja yhtenäisenä kaikissa tapauksissa.

Kymen Bioenergian graafinen ohjeisto on suppeahko. Koska laitos toimii KSS Energin tytäryhtiönä, se ei tarvitse erillisiä määrittämiä fontteille, lomakepohjille ja taittopohjille. Ohjeisto kattaakin vain tärkeimpien ja keskeisimpien materiaalien ja visuaalisten elementtien käyttötavat ja suositukset. Ohjeistossa on kokonaisuudessaan kymmenen sivua.

Ohjeistossa määritellään Kymen Bioenergian logo ja oikeaoppinen käyttö. Logosta eritellään myös sen versiot ja niiden käyttö eri tilanteissa. Logon suoja-alueen määrittely ohjeistossa on tärkeää. Suoja-alue varmistaa sen, että logon ympärille jää tarpeellinen tila. Tämä tila antaa logolle lisää huomioarvoa eikä sekoita sitä muuhun visuaaliseen meteliin kuten muihin logoihin. Ohjeistossa on myös kerrottu logon oikeista mittasuhteista ja siitä, että logoa ei saa missään nimessä venyttää tai muuttaa sen mittasuhteita.

Logomäärittelyjen lisäksi ohjeistosta löytyy Kymen Bioenergian värimaailman värikoodit. Määrittelin kaikille väreille painotöissä käytettävän CMYK-koodin ja mahdollisissa sähköisissä materiaaleissa käytettävän RGB-koodin. Jokaiselle värille on myös määritelty Pantone- eli PMS-värisävyt sekä html-värikoodit. Tarpeeksi monen värimaailman ilmoittaminen ohjeistossa takaa sen, että logo pysyy joka tilanteessa samanvärisenä.



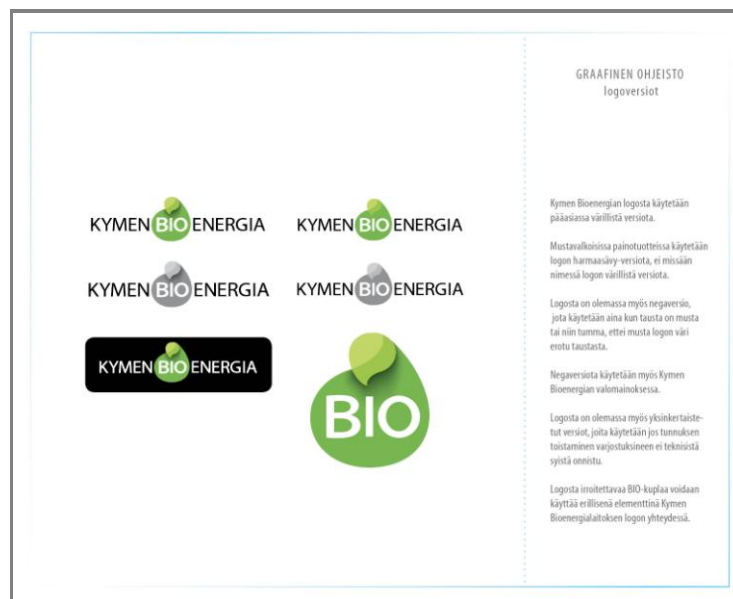
Kuva 17. Graafisen ohjeiston kansi.

Graafisesta ohjeistosta löytyvät myös määrittelyt Kymen Bioenergian omilla materiaaleilla käytettäville fontteille. Kymen Bioenergian yhteydessä käytettävä Myriad Pro oli selkeä valinta yhtiön typografialle. Sama typografinen muotokieli toistuu tällöin logossa ja teksteissä. Valmiiksi määritelty typografia pitää Kymen Bioenergian materiaalien tekstien osuudet samanlaisina, jolloin ilme pysyy yhtenäisenä.

Koska Kymen Bioenergia toimii KSS Energian alaisena, on typografiaa määritelty käytettäväksi vain kun kyseessä on kiinteästi Kymen Bioenergiaa koskeva julkaisu.

Jos Kymen Bioenergian logo esiintyy julkaisussa jonkin muun yhtiön logon alaisena, käytetään tällöin KSS Energialle määriteltyä typografiaa. Esimerkiksi KSS Energian materiaaleissa käytettynä Kymen Bioenergian typografian sijasta käytetään KSS Energian ohjeistossa määriteltyä typografiaa. Kymen Bioenergialle määritelty typografia on siis aina toissijainen, jos samassa yhteydessä käytetään jotain emoyhtiöiden logoista.

Graafinen ohjeisto noudattaa ulkoasullaan myös Kymen Bioenergian visuaalista ilmettä. Ohjeiston kannessa (kuva 17) toistuu Kymen Bioenergian pilvikuvio, jonka päällä on Kymen Bioenergian negalogo. Tällöin jo ohjeiston kansi antaa vihjetä logon ja materiaalien käyttämisestä. Graafisen ohjeiston sisäsivut (kuva 18) on rajattu sinisellä liukuvärisellä reunuksella. Vasemmalla puolella sivua on tilaa esimerkkikuville. Sivujen oikealle puolelle on pisteviivalla rajattu selitetila, jossa lukee ohjeistusteksti sivun aihetta koskien.



Kuva 18. Esimerkki graafisen ohjeiston sisäsivusta.

Graafinen ohjeisto toimitetaan sen valmistuttua Kymen bioenergialle sähköisenä, jolloin sen voi arkistoida tarvittaessa muistitikulle. Paperisen version tulostaminen on nykyään epäkäytännöllistä. Kaikki logon myöhempi käyttö tapahtuu joka tapauksessa tietokoneen välityksellä, ja tällöin on helpompaa tarkistaa logon ohjeistus suoraan sähköisestä graafisesta ohjeistosta. Sähköinen ohjeisto on lisäksi helpompi lähettää eteenpäin sähköpostitse kuin kierrättää paperista ohjeistoa toimistossa.

## 5 TULOSTEN TARKASTELU

Tavoitteenani oli suunnitella Kymen Bioenergialle raikas ja erottuva logo ja tätä kautta yhtenäinen visuaalinen ilme. Lopputulos vastasi tavoitteitani. Logon muotokieli eroaa jo olemassa olevista alan logoista ja pisaramuodosta syntyi mielenkiintoinen uudenlainen kuvio, joka viittaa kiinteästi bioenergiaan. Valitsemani värit toimivat hyvin myös painomateriaaleissa ja toistuvat niin printissä kuin valomainoksessa raikkaina. Logo myös toimii emoyhtiö KSS Energian rinnalla hyvin, ja se jakaa yhteisen muotokielen typografian kautta.

Visuaalisesta ilmeestä tuli kokonaisuudessaan yhtenäinen. Visuaaliset elementit ja värit syntyivät kuin itsestään ja kokonaisuus toimii kaikissa printtimateriaaleissa. Tavoitteenani oli luoda visuaalisesta ilmeestä raikas ja uudenlainen, ja kehittelemäni sininen pilvikuvio toi ilmeeseen sopivaa raikkautta ja samalla leikkisyyttä. Logosuunnittelun alussa luettelemani sanat ”raikas”, ”puhdas” ja ”luonto” toteutuvat mielestäni Kymen Bioenergian visuaalisessa ilmeessä.

Kymen Bioenergian logo ja visuaalinen ilme viestivät myös laitoksen ideologiaa ja arvoja. En halunnut aluksi käyttää visuaalisessa ilmeessä ilmiselvänä pitämäni vihreää väriä, mutta loppuvaiheessa huomasin, että joissain tapauksissa on selkeintä käyttää ilmiselvää ratkaisua. Vihreällä on niin suuri symbolinen yhteys luontoon ja bioenergiaan, että ilman sen käyttämistä osa laitoksen arvoista jäisi välittymättä logon kautta.

Asiakkaan kanssa työskentely oli helppoa. Yhteydenpito sujui puhelimen ja sähköpostin välityksellä ja varsinaisia kontaktitapaamisia oli vain kahdesti. Sain jatkuvasti rakentavaa palautetta logoversioistani ja lopulliseen logoon päädyttiin asiakkaan kanssa yhteismielin. Asiakas oli tyytyväinen lopputulokseen, ja varsinkin logo oli asiakkaalle mieleinen. Opinnäytetyön produktiivista osiota varten tein osittain enemmän materiaaleja kuin asiakas oli toivonut, mutta pidin niitä tärkeinä Kymen Bioenergian visuaalisen ilmeen tukemiselle.

Projektin aikataulu oli mukavan väljä. Logon suunnittelu alkoi luonnostelulla marraskuun 2010 alussa ja valmis versio syntyi tammikuun alussa 2011. Suunnitteluprosessille oli varattu reilusti aikaa, ja se näkyi eniten ehkä siinä, että sain rauhassa ideoida logoa ja kehittää sitä eteenpäin. Logon valmistumisen jälkeen aloin suunnitella muita materiaaleja ja laajemmin koko visuaalista ilmettä. Materiaalien valmistumisellaan



ei ollut mitään erityistä kiirettä, sillä vain kutsun tuli valmistua tiettyyn päivämäärään mennessä. Väljä aikataulu jätti aikaa myös taustatutkimuksen tekoon ja lähdemateriaalien keruuseen.

Suunnitteluprojekti oli kokonaisuudessaan mukava ja sopivan haasteellinen. Eniten haastetta projektiin toi valomainoksen suunnittelu, jota tein projektin ohessa ensimmäistä kertaa. Oletin valomainoksen suunnittelun ja toteuttamisen olevan vaikeampaa kuin se todellisuudessa oli. Pääsin myös tutustumaan valomainostehdas Neon-teoksen toimintaan, mikä auttoi ymmärtämään konkreettisesti valomainosten valmistusprosessia.

Tavoitteenani oli säilyttää ekologisuuden visuaalisen ilmeen taustalla koko suunnitteluprojektin läpi. Ekologisuus itsessään ei vaadi niin suuria ponnisteluja kuin ensiksi oletin. Ekologisuuden ei ole tarkoitus näkyä ensisijaisena piirteenä visuaalisessa ilmeessä, vaan pysyä kantavana tausta-ajatuksena kaikessa suunnittelussa. On tärkeää tietää suunniteltujen materiaalien elämänkaari ja niiden vaikutus ympäristöön. Suunnittelemalla valmiiksi kestäviä ratkaisuja, tehdään yritykselle helpommaksi noudattaa ekologisia ratkaisuja. Tunnen onnistuneeni tässä ainakin jollain tasolla.

Valomainoksen tuotannossa otettiin ympäristö huomioon ja valaistus toteutettiin ledeillä, jotka ovat tämän hetken ympäristöystävällisin vaihtoehto. Laitoksen avajaisten kutsu suunniteltiin suoraan sähköiseksi, jolloin sen jakelussa ei kulu paperia lainkaan. Mahdollisesti käyttöön tulevissa käyntikorteissa painosmäärä on määritelty mahdollisimman pieneksi, jolloin niistä ei jää ylimääräisiä hukkapainoksia. Kymen Bioenergian mainostaminen sujuu pelkästään internetbannerin välityksellä ja emoyhtiön muiden tiedotteiden kautta, jolloin Kymen Bioenergia ei tule lähettämään mainospostia. Visuaalisen ilmeen kokoava graafinen ohjeisto jaetaan sähköisenä, ja siitä ei tuoteta Kymen Bioenergialle paperisia versioita ollenkaan.

Kymen Bioenergialla ekologisuus toimii myös suunnitteluprojektini ulkopuolella. Bioenergialla toimiva laitos lämmittää itsensä ja kaikki laitoksesta poistuvat tuotokset menevät uudelleenkäyttöön joko lannoitteena tai ekologisena sähköinä. Jotta Kymen Bioenergialaitosta voidaan pitää läpeensä ekologisena yhtiönä, on tärkeää että ajatus kestävästä kehityksestä ulottuu myös visuaaliseen ilmeeseen.

## LÄHTEET

Bear, J. H. 2011a. Blue. From Jacci Howard Bear's Desktop Publishing Colors and Color Meanings. Saatavissa: <http://desktoppub.about.com/cs/colorselection/p/blue.htm> [viitattu 2.3.2011].

Bear, J. H. 2011b. Green. From Jacci Howard Bear's Desktop Publishing Colors and Color Meanings. Saatavissa: <http://desktoppub.about.com/cs/colorselection/p/green.htm> [viitattu 21.2.2011].

Bear, J. H. 2011c. Orange. From Jacci Howard Bear's Desktop Publishing Colors and Color Meanings. Saatavissa: <http://desktoppub.about.com/cs/colorselection/p/orange.htm> [viitattu 2.3.2011].

Character. 2011. Saatavissa: <http://www.character.fi/concept.php> [viitattu 8.3.2011].

Cullen, C. D. 2002. The Best of Business Card Design. Cloucester: Rockport Publishing.

Dougherty, B. 2008. Green Graphic Design. New York: Allworth Press.

Evamy, M. 2007. Logo. London: Laurence King Publishing.

FINBIO ry. 2005. Bioenergia, Suomen kansallinen voimavara (kalvopaketti). Saatavissa: <http://www.finbio.fi/default.asp?SivuID=25684> [viitattu 20.2.2011].

FINBIO ry. 2010. Bioenergiassa on myönteisyyttä. Saatavissa: <http://www.finbioenergy.fi/default.asp?sivuID=9164> [viitattu 13.3.2011].

Gasum. 2011. Gasumin ja KSS Energian yhteinen tiedote. Biokaasua liikenteen käyttöön Gasumin verkosta. Saatavissa: <http://www.gasum.fi/gasumyriyksena/media2/uutiset/Sivut/Biokaasualiikenteenk%C3%A4ytt%C3%B6nGasuminverkosta.aspx> [viitattu 26.2.2011].

Helsingin Energia. 2011 Ympäristöpennisähköä ilmaston hyväksi. Saatavissa: <http://www.helen.fi/slj/ymparistopenni.asp> [viitattu 7.3.2011].

International typeface corporation. 2011. Myriad Regular. Saatavissa:  
<http://www.itcfonts.com/fonts/detail.htm?ProductId=172904> [viitattu 19.2.2011].

Itkonen, M. 1999. Typoteesejä. Tarkan typografian opas. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. 3. tarkistettu ja laajennettu painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kinnunen, T. 2010. Bannerimainonta.

<http://www.internetmarkkinointi.fi/bannerimainonta/> [viitattu 8.3.2011].

KSS Energia. 2010. Sähkösovimukset vertailussa. Saatavissa:

<http://www.kssenergia.fi/tuote-esittely> [viitattu 7.3.2011].

KymiDesign & Business. 2011. Kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin osaamiskeskittymä. Saatavissa: <http://www.kyamk.fi/Tutkimus-%20ja%20kehitt%C3%A4mist%C3%A4mistoiminta/TKI-osaamiskeskittym%C3%A4t/KymiDesign%26Business> [viitattu 25.2.2011].

Loiri, P. & Juholin, E. 2002. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 3. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Parasta paikallista bioenergiaa. 2011. KSS Energiset. KSS Energia Oy:n sidosryhmälehti 1/2011, 7-9.

Raninen, T. & Rautio, J. 2002. Mainonnan ABC. Käsikirja. Porvoo: WSOY.

Rivers, C. 2003. Identify. Building Brand Through Letterheads, Logos and Business Cards. East Sussex: Rotovision.

Sausmarez, M. 2009. Basic Design: the dynamics of visual form. London: A & C Black.

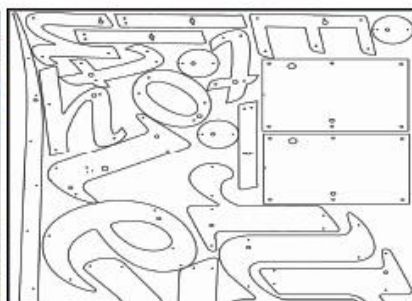
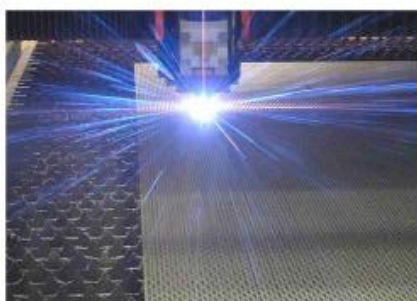
Suomen Keräystuote Oy. 2011. Paperinkierrätyksen ympäristövaikutukset. Saatavissa: <http://www.suomenkeraystuote.fi/Ymp%C3%A4rist%C3%B6/Default.aspx> [viitattu 22.3.2011].

SuomiSanakirja.fi. 2011. Kymi. Saatavissa: <http://suomisanakirja.fi/kymi> [viitattu 7.3.2011].

Kymen Bioenergian kilpailevat logot



Luontoarvot valomainosten tuotannossa, Neon-teos



## YHTEINEN YMPÄRISTÖMME

Neon-teos oy hyödyntää valmistusprosessissa tehokkaasti CAD/CAM tekniikkaa jolla minimoidaan materiaalihukan määrä. Alumiinin, Teräksen ja erilaisten jalometallien sivujakeet lajitellaan ja ohjataan kierrätykseen.

Alumiinin käyttö pääraaka-aineena on verraton kierrätettävyytensä vuoksi. Sen uudelleen sulatus vaatii vain vähäisen määrän energiaa. Materiaalihäviö on vain 3% ja se mikä häviää, palaa luontoon alumiinioksidina, joka on sen luonnollinen koostumus, eikä näinollen rasita luontoa.

Akryylijakeet lähetetään rouhitavaksi kierrätystä varten.

Maalauksen esikäsitellyssä käytettävä raskasmetallivapaa fosvatoiva pesu varmistaa maalipinnan tartunnan alustaansa. Suljetussa kiertossa käytettävä liuos neutralisoidaan käyttöajan umpeuduttua. Jauhemaalauksessa käyttämistämme Polyesteri jauhemaalista ei synny VOC-yhdisteitä. Valaistuksena käytetään muotokirjaimissa LED-moduleita joiden energiakulutus alle 20% vastaavaan neonvalomainokseen verrattuna. Myös kotelovalomainoksissa voidaan hyödyntää LED-tekniikkaa.

Mainoksen elinkaaren päättyessä puramme sen ja hyödynnettävät jakeet toimitetaan kierrätykseen ja jäte asianmukaisesti hävitettäväksi.

**Suunnittelu, valmistus, asennus ja huolto**

# neon-teos oy

Katajaharjungaari 13, 45720 Kuusankoski  
Puh. 010 8300 100, Faksi 010 8300 101  
etunimi.sukunimi@neon-teos.fi, www.brandlux.fi

**BrandLux**  
VALOMAINOKSET