

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma / Tekstiili- ja vaate suunnittelu

Jonna Schroderus

TUOSTA – TÄHÄN

LUKSUSDESIGNIA KIERRÄTYSMATERIAALEISTA

Opinnäytetyö 2009

TIIVISTELMÄ

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

Muotoilu

SCHRODERUS JONNA

Tuosta – Tähän
Luksusdesignia kierrätysmateriaaleista

Opinnäytetyö

64 sivua + liitteet 18 sivua

Työn ohjaajat

Esko Ahola, Noora Laine (Yono)

Huhtikuu 2009

Avainsanat

Luksus, kierrätysmateriaalit, tuotemerkki

Opinnäytetyöni käsittelee Tuosta – Tähän tuotemerkin syntyä. Työ käsittää tuotemerkin ja malliston suunnittelun sekä tuotteiden valmistuksen. Pyrin projektissani ympäristömyötävyyteen ja valmistin tuotteet pääosin kierrätysmateriaaleista. Projektin tavoitteena oli saada tuotemerkilleni tunnettavuutta ja kartoittaa liikeideani kannattavuutta. Lähestyin aihetta myös mahdollisen oman yrityksen perustamista ajatellen. Lähtökohtana tuotemerkin kehittelyssä olivat kaksi asiaa: ympäristömyötäisyys ja luksus.

Yhteistyökumppanina toimi turkulainen stailaus- ja ompelupalvelua tarjoava vaateliike Yono. Yhteyshenkilönä ja ohjaajanani toimi Noora Laine Yonosta.

Valmistettu mallisto sisältää viisi naistenvaatetta ja valikoiman meikkipusseja. Malliston vaatteet ja asusteet kuvaavat hyvin omaa suunnittelutyyliäni. Työssä halusinkin tuottaa omanlaisiani tuotteita ja selvittää niiden mahdollisuuksia vaatetusalan markkinoilla. Työssäni minun täytyi ottaa huomioon tyyliini sopivien kierrätysmateriaalien saatavuus, työskentelyn kannattavuus ja tuotemerkin luomiseen liittyvät asiat.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU
Kymenlaakso University of Applied Sciences

Design

SCHRODERUS JONNA

Tuosta – Tähän
Luxury Design from Recycled Materials

Bachelor's Thesis

64 pages and 18 pages of appendices

Supervisor

Esko Ahola, Noora Laine (Yono)

April 2009

Keywords

Luxury, recycled materials, product label

This bachelor's thesis describes how I created my own trademark Tuosta – Tähän. I designed and manufactured the clothes and the accessory collection mainly from recycled materials. Luxury and conscious product design were two ringleaders for my work. My intention in this project was to get publicity for my trademark and to test the profitability of my business idea.

My co-operation partner was a Finnish clothing shop Yono, which sells clothes and accessories from different designers. My contact person and mentor was Noora Laine.

The final collection consists of five garments and a selection of make-up bags. All the items are very Jonna-like, which was my goal, because I wanted to find out how my own personal style would work out in the clothing market. In my work I had to consider the availability of recycled materials, profitability of this kind of working and all the things that associate with creating one's own product label.

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	9
2 LÄHTÖKOHDAT	9
2.1 Tavoitteet ja tutkimuskysymys	9
2.2 Yhteistyöyrittäjä ja kohderyhmä	10
2.3 Tutkimusmenetelmät	13
2.4 Aikataulu, kustannukset ja riskit	15
3 AIHEEN KÄSITTELY	16
3.1 Kierrätysmateriaalien käyttö	16
3.2 Luksus	18
3.3 Kierrätysmateriaaleja käyttäviä yrityksiä	20
4 TUOSTA – TÄHÄN TUOTEMERKIN SYNTYMINEN	23
4.1 Tuotemerkin suunnittelu ja nimeäminen	23
4.2 Malliston vaatimukset	25
4.3 Päätekijät	27
4.3.1 Ympäristömyötäisyys	24
4.3.2 Laadukkuus	25
4.3.3 Esteettisyys	25
4.3.4 Kaupallisuus	26
4.4 Yritysmuodon valitseminen	29
5 KOHTI VALMISTA MALLISTOA	29
5.1 Ideointi	29

5.2 Materiaalien hankinta	29
5.3 Suunnittelu	32
6 VALMISTUS	33
6.1 Materiaalien esikäsittely	33
6.2 Ompelu, työtilat ja työaika	34
6.3 Valmistettavat mallit	35
6.4 Hinnoittelu	38
6.5 Viimeistely	40
6.5.1 Riippulappu	40
6.5.2 Tuotekansio	42
7 TUOSTA – TÄHÄN	43
8 TUOSTA, TÄHÄN JA ETEENPÄIN	53
8.1 Projektin onnistuminen	50
8.2 Tulevaisuus	55
9 POHDINTAA	56
LÄHTEET	58
LIITTEET	
Liite 1. Yonon tarjontaa	
Liite 2. Moonboard	
Liite 3. View värikartta	
Liite 4/1. Luonnoksia 1	
Liite 4/2. Luonnoksia 2	
Liite 4/3. Luonnoksia 3	
Liite 5/1. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Jätetyistä – Ihanaksi	

Liite 5/2. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Unohdetuista – Mekoksi

Liite 5/3. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Miehisestä – Silkkiseksi

Liite 5/4. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Kappaleista – Topiksi

Liite 6/1. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Erilaisista – Sopusointuun

Liite 6/2. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Hylätyistä – Naisellisiksi

Liite 6/3. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Menneistä – Tähän

Liite 6/4. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Neuloksista – Upeiksi

Liite 6/5. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Hylätyistä – Sielukkaiksi

Liite 6/6. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Viimeisistä – Hulmuaviksi

KÄSITTEET

Luksus/ luxury: ylellinen, arvokas

Ekoluksus/ ecoluxury: eettiset ja ekologiset arvot nousevat korkeammalle kuin perinteiseen luksukseen liitettävä kimallus

Uniikki/ unique: ainutlaatuinen, ainutkertainen, ainoalaatuinen, omalaatuinen

Mallisto/ collection:kokoelma

Kaupallinen/ commercial: myyvä, myyntiin kelpaava

Esteettinen/ aesthetic: kauneutta, josta syntyy viehtymyksen, kiintymyksen ja mielihyvän tunne. Jokaisella meistä on erilaiset esteettiset mieltymyksemme.

Naisellinen/ feminine: feminiininen, naisellisia piirteitä korostava.

Laadukas/ quality: hyvin valmistettu

Hienostunut/ sophisticated: hillitty, tyylikäs

Kierrätys/ recycling, reuse: energian ja raaka-aineiden sekä tuotteiden uudelleenkäyttöä tai uusiokäyttöä

Ympäristömyötäisyys/ conscious product design: prosessit, toiminnot ja tuotteet, jotka rasittavat ympäristöä vähemmän kuin muut sillä hetkellä vallitsevat prosessit.(Suojanen 1997, 9-10.)

Tuotemerkki/ product label: erottaa yrityksen valmistamat ja tuottamat tavarat ja

palvelut muiden yritysten vastaavista.

(<http://www.prh.fi/fi/tavaramerkit/tavaramerkkilyhyesti.html>)

Brändi/ brand: laajempi käsite kuin tuotemerkki. Brändi on tuotemerkkiin liitettävä mielikuva, esimerkiksi sen persoonallisuus tai maine

Proto/ prototype: mallikappale, ensimmäinen versio tuotteesta

1 JOHDANTO

Siinä sitä sitten luovuutta ja taitoa tarvitaankin, kun lajitellaan, esikäsitellään, säilötään, kehitellään tuote, muunnetaan materiaali, yhdistetään vanhaa kierrätettyä ja uutta ostettua toisiinsa ja saadaan vieläpä käyttökelpoisia, taiteellisia, ja leikkimielisiä tuotteita arkielämän iloksi (Iivonen 2000,12).

Opinnäytetyöni tarkoituksena on luoda vaate ja asustemallisto omalle tuotemerkilleni. Työ käsittää tuotemerkin ja malliston suunnittelun sekä tuotteiden valmistuksen. Pysin projektissani ympäristömyötävyyteen ja valmistamien tuotteiden osittain kierrätysmateriaaleista. Valmistus tapahtuu koulumme tiloissa sekä kotonani. Valmistamani tuotteet menevät myyntiin turkulaiseen Yono-vaateliikkeeseen. Valitsin aiheekseni luoda hienostuneen ja tyylikkään naistenvaatemalliston kierrätysmateriaaleista. Kierrätysmateriaalit ovat inspiroineet minua aina, joten päätin tässäkin projektissa käyttää niitä. Kuten Leila Iivonen asian ilmaisee: tällaisen projektin onnistumiseen tarvitaan paljon taitoa ja luovuutta (Iivonen 2000,12). En pyri purkamaan materiaaleja kappaleiksi, sillä haluan hyödyntää niissä jo olemassa olevat sauma ja malliratkaisut. Tiedostan sen, että kierrätysmateriaaleista on tehty viimeaikoina useita opinnäytetöitä, mutta halusin tuoda aiheeseen vielä jotain uutta, koska mielestäni oma tyylini kierrätysmateriaalin käytöstä eroaa niin suuresti jo nähdystä. Lisää tietoa ekologisesta suunnittelusta tulee kokoajan, joten halusinkin nyt ottaa selvää alan uusimmista trendeistä ja tulevaisuudesta. Mallistoni on uniikki ja uskon myös tulevaisuudessa valmistavani asuja tähän tyyliin. Itse mallisto sisältää yksitoista asua, joista valmistin viisi.

2 LÄHTÖKOHDAT

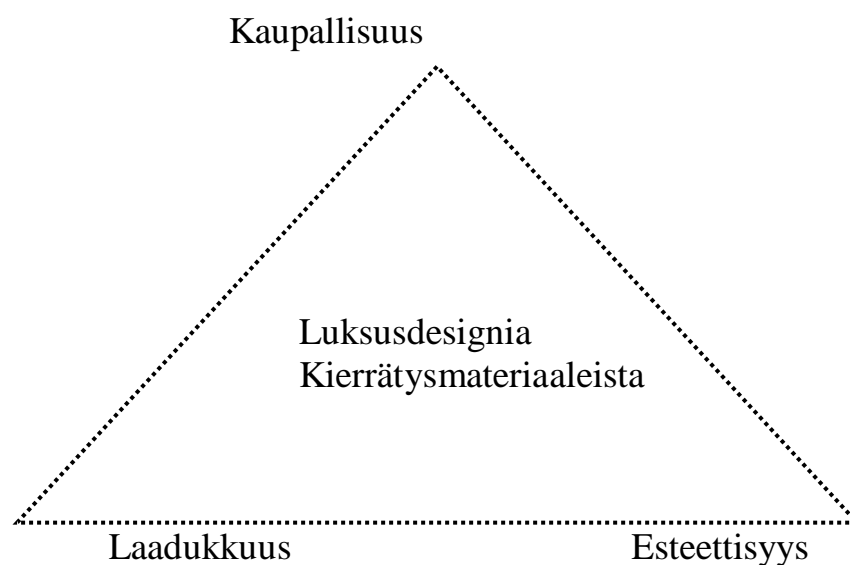
2.1 Tavoitteet ja tutkimuskysymys

Projektin tavoitteena on saada tuotemerkilleni tunnettavuutta ja kartoittaa liikeideani kannattavuutta. Luon tuotemerkkini myös oman yrityksen perustamista ajatellen.

Tavoitteenani on käsitellä Tuosta – Tähän tuotemerkin syntyä. Lähtökohtana tuotemerkin kehittämisessä on kaksi asiaa: ympäristömyötävyyden ja luksus (kuva 1).

Tutkimuskysymykseni on: Mitä asioita tulee ottaa huomioon luodessa

kierrätysmateriaaleihin perustuvaa tuotemerkkiä? Alaongelmia ovat: Mitä tulee huomioida materiaalien hankinnassa, muokkaamisessa ja työstämisessä? Onko tällainen työskentely kannattavaa? Kierrätysmateriaalit ovat tällä hetkellä suosittuja ja olenkin jo aiemmin käyttänyt niitä jokaisessa valmistamassani mallistossa, joten uutta tällainen suunnittelu ei minulle ole. Tässä projektissa lähdän liikkeelle materiaaleista ja osittain myös väriennusteista. En kuitenkaan orjallisesti noudata tiettyjä väri- tai trendiennusteita vaan tämän projektin toteutan täysin omien mieltymyksieni mukaan. Mallistosta tulee siis hyvin itseni näköinen. Päätavoitteenani opinnäytetyössäni on oppia mahdollisimman paljon asioita liittyen oman tuotemerkin luomiseen, sekä valmistaa myyntiin meneviä viimeistelyjä tuotteita. Tuotteisiin sisältyy niin vaatteita kuin asusteitakin.



Kuva 1. Viitekehys

Vaikka pääpaino tuotemerkin kehittämisessä on luksuksessa ja kierrätysmateriaaleissa, muita lähtökohtia ovat myös kaupallisuus, laadukkuus ja esteettisyys. Näistä osaluista kerron lisää luvussa neljä.

2.2 Yhteistyöyritys ja kohderyhmä

Opinnäytetyöprojektin alussa olin sitä mieltä, etten muilta kiireiltäni ehdi hankkimaan ulkopuolista ohjaajaa, saati hankkeistamaan opinnäytetyötäni. Alun perin tarkoitukseni oli tehdä opinnäytetyömallistoni itsenäisesti omalle tulevalle yritykselleni. Ideoiden kypsyessä tulin kuitenkin siihen lopputulokseen, etteivät projektin tuotokset olisi kovinkaan kannattavia, jos ne jäisivät kaappiin ummehtumaan. Löysin sattumalta turkulaisen Yono vaateliikkeen Internetistä, ja

liikkeen ulkonäkö oli juuri sitä mitä etsin (kuva 2). Lähdinkin liikkeelle siitä, mihin tai millaiseen liikkeeseen tuotteeni sopisivat myytäväksi. Yono on stailaus- ja ompelupalvelua tarjoava vaateliike, joka sai nimensä perustajiensa, Jonnan ja Nooran, etunimistä. J vaihtui Y:ksi ja Jonosta tuli Yono (Jonosta tuli Yono, 2007). Jonna Suvijärvi ja Noora Laine perustivat Yono- liikkeen Turkuun 1.12.2006. ” *Yono on vaatealan palveluiden kompakti pakkaus. Saman katon alta voi tulla noutamaan uniikkia designia, tyylin päivityksen tai vaikka korjauttaa rikkinäisen sukan.*” (Yono, 2007). Liikkeessä on noin 20 suomalaisen suunnittelijan vaatteita ja asusteita, joista useimmat on kokonaan tai osittain valmistettu kierrätysmateriaaleista. ” *Vanhassa rakennuksessa sijaitsevassa pienessä tunnelmallisessa putiikissa unohtaa ajantajunsa täysin, kun unohtuu ihmettelemään suunnittelijoiden kekseliäisyyttä*” (Kankala et.al, 2007). Galleriamainen tila on mielestäni hienostunut ja erilainen kuin vaatekaupat yleensä. Seinille ripustetut vaatteet ovat kuin taideteoksia, mutta käytettäviä ja päälle puettavia. Uniikkivaatteiden lisäksi myynnissä on kenkiä, laukkuja, sukkia, alusasuja ja erilaisia koruja (liite 1). Mondo lehti kirjoittaa Yonosta näin: ” *Hauskoja mekkoja, toppeja ja retrokuoseja. Oman vaatemalliston lisäksi Yono tarjoaa korjaus- ja stylistipalvelun. Lempimekon pienennys onnistuu helposti ja tyylin päivitys sekä värianalyysi luonnistuvat asiantuntemuksella. Personal shopperkin liikkeestä löytyy.*” (Kujanen, 2008.) Tavoitteenani on myydä opinnäytetyössä valmistamani tuotteet Yono-liikkeessä. Tämä tietenkin edellyttää sitä, että liikkeen omistajat hyväksyvät vaatteet, niin laadun kuin ulkonäönkin puolesta.



Kuva 2. Yono-vaateliike (<http://www.mielikuvituskirahvi.net/myyjat.php>)

Yhteystiedot:

Yono

Humalistonkatu 15

Turku - ark 11-19, la 11-16 - puh 0451147239

asiakaspalvelu@yono.fi

Projektin alussa olin miettinyt kohderyhmäkseni noin 16-35 -vuotiaat naiset, jotka etsivät pukeutumiseensa sitä jotain. Ohjaajani Esko Ahola kuitenkin suositteli kohderyhmän iän miettimistä uudelleen, koska fyysinen ikä on menettämässä merkitystään ja yhä useampi aikuinen nainen on valmis panostamaan itseensä. Päätöstä kohderyhmän iän laajentamisesta tuki myös se, ettei kokoja 32/34 kannata valmistaa. Ulkopuolinen ohjaajani Noora Laine Yono-liikkeestä suositteli pidättäytymään kokohaitarissa 34/36 -38/40. Näin ollen kohderyhmäni muuttui 17- 50 vuotiaisiin naisiin, jotka haluavat käyttää naisellisia ja trendikkäitä vaatteita. He haluavat myös erottautua joukosta. Nämä naiset eivät kierrä kirpputoreja kaukaa, vaikka heille kelpaavat Hennes & Mauritzinkin tuotteet. Maailman tila, halu erottua massasta ja panostus omaan itseensä ohjaa näitä asiakkaita kohti mallistoani. Huolimatta siitä, että joka paikka pursuaakin kirpputoreja ja vintagea, eivät kaikki haluavat ehdi, jaksa tai osaa muokata tarjonnan paljoudesta itselleen sopivaa pakettia. Tässä muodossa kierrätys tuleekin vastaan omalaatuisena ja kauniina vaihtoehtona. Tein kohderyhmästani kuvakollaasin, joka kuvastaa kohderyhmäni elämäntapaa ja kiinnostuksen kohteita. Elämäntapataulusta voi havaita myös mallistossa esiintyvää tunnelmaa ja värimaailmaa (Kuva 3). Yonon asiakaskunta koostuu pääosin nuorista naisista. Suvijärven mukaan tarkoitus on, että kaikki pystyvät ostamaan tuotteita, opiskelijatkin. Suurin osa tuotteista on opiskelijoiden valmistamia, joita toiset opiskelijat haluavat ostaa. Yono haluaakin tarjota tuotteita ihmisiltä ihmisille.(Jonosta tuli Yono, 2007.)



Kuva 3. Elämäntapataulu

2.3 Tutkimusmenetelmät

Kierrätysmateriaaleista on tehty useita opinnäytetöitä. Aihe on hyvin ajankohtainen, mutta en valinnut aihetta sen vuoksi. Olen ollut aina kiinnostunut kierrätetystä materiaalista ja saan inspiraationi niistä. Olisi siis viisasta syventyä aiheeseen ja kokeilla omia siipiä vaatetusalan markkinoilla. Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden Jonna Perälän ja Jenni Pylvänäisen opinnäytetyö Ilomieli Ekodesign on ollut minulle suurena apuna. Vaikka aihetta on tutkittu paljon, en ole löytänyt opinnäytetyötä, joka käsittelee aihetta samasta näkökulmasta kuin minä.

Projektin alussa ideanani oli vain suunnitella mallisto. Hankin tuolloin paljon kierrätysmateriaaleihin liittyvää kirjallisuutta. Tällä hetkellä myös Internet on tulvillaan tietoa vihreästä kuluttamisesta, ekologisuudesta ja kierrättämisestä. Projektin edetessä painopiste kuitenkin muuttui enemmän minua palvelevaksi, koska ymmärsin, että tietämykseni yrityksen perustamisesta, markkinoinnista ja tuotemerkin kehittämisestä oli hyvin rajallinen. Löytämässäni opinnäytetöissä on käsitelty

kierrätysaihetta jo niin paljon, että päätin jättää tämän asian käsittelyn omassa työssäni vähemmälle. Halusinkin keskittyä itseni kehittämiseen ammatillisesti ja samalla mietin, mikä olisi se punainen lanka, joka yhdistäisi oman tyylini johonkin laajempaan kokonaisuuteen. Kuin tilattuna osui eteeni Mikaela Katron työ vuodelta 2006. Hänen opinnäytteessään käsitellään uuden suomalaisen naissukupolven muotibrändejä ja niiden eettis-ekologisia arvoja. Kiinnostuin erityisesti muotibrändeistä ja luksuksesta. Oivalsin, että oma suunnittelutyylini ei paljon luksuksesta eroa. Olisi mielenkiintoista käsitellä opinnäytetyöni aihetta luksus-designin näkökulmasta.

Suomen kaupan liiton toimitusjohtajan Juhani Pekkalan mukaan yleinen mieliala suosii nyt sitä, että uuden auton tai vaikkapa tv:n hankkimista harkitaan tarkasti. Sen sijaan perushyödykkeitä ostetaan aina. Luksustavaroidenkaan kaupan laskua hän ei lähtisi povaamaan. Mikä ensinnäkin on luksusta kenellekin? (Pekkala 2009,27.)

Työni painopiste on produktiivinen. Tutkimuksellinen ote perustuu käytännön orientaatioon, koska työssäni painottuu kokemuksellinen, luova oivallus ja intuitiivinen näkemys. Toisaalta myös teknis-ammattillinen näkemys, koska haluan osoittaa ompelutaitoni ja ammatillisen osaamiseni. Työssäni yhdistyy oma reflektioni sekä perinteinen akateeminen tutkimus.

Käytän työssäni abduktiivista lähestymistapaa. Abduktiivisen päättelyn ideana on, että tutkija etenee joidenkin tärkeiksi olettamiensa seikkojen perusteella (Anttila 1998,131). Abduktio on "ällyn välähdys", jolloin päättely perustuu näihin koettuihin tosiasioihin, kokemuksiin ja niitä kokeillaan edestakaisin teoriaan ja käytäntöön peilaten (Anttila 2008,32). Lähtökohtana tutkimuksessani käytän värikarttoja ja muotikuvia enimmäkseen inspiraation ja ideoiden lähteenä. Abduktiivinen päättely sopii hyvin työhöni, koska se edustaa prosessin etenemiselle tyypillistä logiikkaa. Tällä päättelyllä voidaan nostaa näkyviin muulla päättelytavalla näkymättömiin jääviä asioita. Näitä ovat esimerkiksi: intuitiot ja oivallukset, oma sisäinen tieto, havaintotieto esimerkiksi materiaaleihin liittyen, sekä tunteiden ja emootioiden vaikutus prosessissa.(Anttila 2008,6).

Pyrin raportoimaan työskentelyäni mahdollisimman projektinomaisesti. Haluan tuoda esille myös epäonnistuneet kokeilut, koska niiden avulla pääsen uskoakseni aina

parempaan ja parempaan lopputulokseen. Anttilan mukaan tapahtumien dokumentointi prosessin aikana niin, että niihin kohdistuvat kriittiset ja reflektiiviset näkemykset otetaan huomioon työskentelyprosessissa, edesauttaa sitä, että dokumentaatiosta tulee uusia suuntia etsivä väline, joka vaikuttaa ”tässä ja nyt” eikä säästele vaikuttavuuttaan myöhempään käyttöön.” (Anttila 2009,38). Analysoinnissa voin nostaa esille omia tuntemuksiani, toimintaan liittyvää reflektiota, hiljaista tietoa, prosessin kuluja kokonaisuudessaan tai joitain prosessin eri vaiheita erikseenkin. Tärkeää on myös analysoida ratkaisuja edellyttäviä tilanteita ja niissä tapahtunutta päätöksentekoa.

2.4 Aikataulu, kustannukset ja riskit

vko 40	Aiheseminaari
vko 41 -43	Kirjallista + tapaaminen Yonon omistajien kanssa
vko 44-52	Valmistusta (kokeiluja, valokuvia, materiaalin hankintaa)
vko 1	Suunnitteluseminaariin valmistautumista
vko 2	Suunnitteluseminaari
vko 3	Kirjallisten lähteiden kokoamista
vko 4	Vaatteiden valmistusta
vko 5	-”-
vko 6	Väliseminaari
vko 7	Vaatteiden valmistusta ja kirjallista
vko 8	-”-
vko 9	-”-
vko 10	Lomalla
vko 11	Lomalla
vko 12	Kirjallista
vko 13	Tekstiosa niin valmis kuin mahdollista!
vko 14	Tekstin välitarkastus 1.4
vko 15	Valmistusta
vko 16	Vaatteet valmiit, vaatteiden kuvaus 18 -19.4
vko 17	Abstraktin tarkistus , ja heti sen jälkeen tulostukset.
vko 18	Työn luovutus

Aikataulun tekeminen oli minulle itsestänselvyys. Aloitin työn tekemisen jo syksyllä, aiheseminaarin jälkeen. Tiesin jo tuolloin, että muiden projektieni takia suurimmaksi riskiksi minulle muodostuisi aikataulussa pysyminen. Jos olisin jättänyt kaiken työn kevääseen, olisi työn teossa tullut kiire. Olenkin hyvin tyytyväinen siihen, että sain jo

syksyllä kerättyä ja kuvattua tarvittavat materiaalit. Myös protoja tein jo viimevuoden puolella. Kirjallinen materiaali oli hankittu ja Internet-lähteet laitettu ylös. Oikeastaan kaikenlainen esityö oli jo tehty kun vuosi 2009 alkoi. Tällainen pitkä ajanjakso on mahdollistanut sen, että opinnäytetyön teosta on todella tullut hyvin projektinomaista. Ajatukset ovat saaneet kypsyä ja matkan varrella ideat ovat muuttuneet. Tällainen työskentely on ollut mallistoni osalta mahdollista vain siksi, että olen tiennyt oman tyylini ja pitäytynyt siinä. Vaikka ensimmäisten pussukkaprotujen teosta on nyt jo viisi kuukautta, olen edelleenkin tyytyväinen lopputuloksiin.

Rahoitin työni itse. Vain tällä tavalla sain tietää, kuinka kannattavaa tällainen työskentely on. Kirpputoreilta ostetut materiaalit voivat tulla hyvinkin kalliiksi, joten jo ostaessani materiaaleja jouduin miettimään sitä, kuinka paljon työtä niiden muokkaaminen vaatii. Huonolaatuista ei kannata ostaa, mutta ei toisaalta kovin kallistakaan. Pidättäydyin hyvin pitkälti kirpputorimaisissa hinnoissa. Noin kaksi euroa vaatekappaleelta on sopiva hinta.

3 AIHEEN KÄSITTELY

3.1 Kierrätysmateriaalien käyttö

Vaatteet ja muut tekstiilit muodostavat suuren osan kulutustarvikkeistamme. Nopeasti vaihtuva muoti on vaikuttanut kulutuksen lisääntymiseen. Pidä ja poista -ajattelu on ollut perustana suruttomalle tuhlaamiselle. (Lampinen 1994,1.) Muodin muutoksia pyritään hallitsemaan mainoksin ja trendiennustein. Nopeasti muuttuva muoti kasvattaa myös kysyntää, sillä kuluttaja joutuu hylkäämään pois muodista menneen vaateen, vaikka se olisi vielä muuten hyvä. Vaateen sosiaalinen tärkeys tekee siitä hyvän myynti- ja kulutusartikkelin, ja yhä tiheämmin muuttuvien muotien avulla teollisuus sanelee kulutuksen määrän ja laadun. Muodin aiheuttama `liikakulutus` onkin teollistuneiden länsimaiden ongelma. (Paakkunainen 1995,9.) Kilpailu valmistaa aina vain halvempia vaatteita ruokkii nopeaa muotia. Valmistamme nyt enemmän vaatteita kuin voisimme tarvita kymmenessä ihmiselämässä (Blanchard 2007,4).

Kierrättäminen yhdistettiin pitkään köyhyyteen ja pulaan. Ihmisten mielikuvissa kierrätetty tuote oli useimmiten nuhrainen ja kulunut. Onneksemme suhtautuminen kierrättämiseen on viime vuosina muuttunut. Tekstiili- ja vaatetusalan kestävä kehitys Suomessa on ottanut aimo harppauksen eteenpäin. Samalla kun massamarkkinat ovat pyörineet ulkomaisen halpatuotannon varassa ja tekstiilien heikentynyt laatu on tullut tutuksi tavalliselle kuluttajalle, on tarjolle ilmestynyt uusia vaihtoehtoisia tuotteita. Uusia kierrätysmateriaaleja hyödyntäviä toimijoita on tullut esiin ja myös massakulutusketjut ovat esitelleet uusia ympäristömyötäisiä vaatemallistoja. Ympäristömyötäisyyttä on ryhdytty myymään arkipäivän luksuksena muillekin kuin perinteisille ympäristöihmisille. (Räsänen 2007,43.) Käytöstä poistettu materiaali on alettu nähdä laadukkaiden ja korkeatasoisten design-tuotteiden raaka-aineena. Vaatteita voi kierrättää monella tapaa; kirpputoreilla, kierrätyskeskuksissa tai second hand-shopeissa. Vaatteen osia tai teollisuuden ylijäämäkankaita voi käyttää hyödyksi valmistettaessa uusia tuotteita, tai vaate tai muu kierrätysmateriaali voidaan muuttaa täysin uudeksi kankaaksi. (Nurmi,2008.) Opinnäytetyössäni keskityn nimenomaan kierrätykseen. Kierrätysmateriaalia käyttäviä suunnittelijoita on Suomessakin useita ja heitä kaikkia yhdistää halu hillitä luonnonvarojen tuhlausta ja vähentää jätteen määrää. Heistä jokainen on luonut uusia toimintatapoja, jotka ovat onnistuneet vastaamaan sekä haasteeseen käyttää luonnonvaroja kestävästi että ihmisten esteettisyyden kaipuuseen. (Portin 2008, 265.) Kuten Globe Hopen omistaja Seija Lukkala asian ilmaisee: ”Kuluttamista ei pystytä hillitsemään, mutta sitä voidaan ohjata kestävämpään kehitykseen” (Lukkala, 2008).

Ei voida olettaa, että jokainen meistä olisi halukas vähentämään aineellista kuluttamistaan. Monet meistä saavat edelleen esteettisen nautintonsa ennen kaikkea tavaroista ja materiasta, joihin kuuluvat myös kauniit vaatteet. Juuri siksi materiaalisen tuotannon alueella tulisikin olla tarjolla ratkaisuja, jotka ovat esteettisesti houkuttelevia, mutta ympäristöystävällisiä. Trendianalyytikko Kati Hienosen mukaan pehmeistä arvoista tulee tulevaisuudessa kovia: ekologisuus, eettisyys, hyvinvointi ja aineettomuus ovat nousemassa arvoasteikolla ylöspäin. Yhä useampi kuluttaja etsii kuluttamisesta merkitystä elämälleen, myös luksustuotteissa. (Hienonen, 2009,27.) Maailmassa on paljon asioita, joita ei välttämättä tarvita hengissä pysymiseen, mutta jotka tekevät elämästä elämisen arvoista. Ihmisten

ainainen kiire, stressi ja nykypäivän kuluttava elämä tarvitsee vastapainoa. Ihmiset haluavat ympäröidä itsensä esineillä ja tapahtumilla, jotka tuovat iloa arkeen. Koska olemme ihmisinä esteettisyydestä pääsemättömissä, on tärkeää etsiä mahdollisuuksia yhdistää arkinen, nautinnon ja mielenkiintoisuuden tavoittelu ja ympäristöystävällisyys. Tietoisuus ympäristöongelmista ei poista kauneuden tarvetta. (Naukkarinen 2008,252,263.) Itse pyrin työssäni tähän tavoitteeseen; yhdistämään esteettisyyden ja ympäristömyötävyyden.

3.2 Luksus

Sanakirjassa luksus määritellään esimerkiksi ”joksikin tarpeettomaksi, joka kuitenkin tuottaa mielihyvää ja mukavuuden tunnetta käyttäjälleen” tai ”kalliiksi tuotteeksi, jota on vain vähän saatavilla”. Termi luksus juontaa juurensa latinan kielen sanasta *luxuria*, joka merkitsee yltäkylläisyyttä tai jotain ylimääräistä elämässä (Danziger 2005,17). Suvi Schreyn vuonna 2008 tehdyn tutkimuksen mukaan luksusta on vaate tai asuste, jolla on uutuusarvoa ja joka vahvistaa käyttäjänsä käsitystä omasta itsestään ja identiteetistään (Schrey 2008,87).

Omasta mielestäni luksus on jotain sellaista ylellisyyttä, mitä käyttäessä kuluttaja kokee itsensä tärkeäksi ja halutuksi. Luksuksen ei kuitenkaan tarvitse olla mitään materiaa, koska mielestäni koen luksusmaisia tuntemuksia joka kesä köllötellessäni kotitaloni nurmikolla, kädet vielä mullassa kukkapenkkinen laitton jälkeen. Kaikkialla on hiljaista, vain laineet liplattavat, ja vanhempieni kissa Lordi tulee viereeni kehräämään. Ylellisyys on siis myös kokijan korvien välissä (kuva 4). Itse en usko siihen, että kokisin suurta mielihyvää Louis Vuittonin laukun ostamisen jälkeen, jos heti seuraavaksi ajatukseni valtaisivat työ, kiire ja stressi.



Kuva 4. Omaa luksustani. (Kuvat: Jonna Schroderus)

Jos luksus halutaan rajata tiukasti, se on hyvin pienen ryhmän juttu. Todelliseen luksukseen yltää vain kaksi promillea koko väestöstä, joten on valheellista sanoa että kaikilla olisi varaa siihen vanhaan luksukseen. Tästä huolimatta luksus on demokratisoitunut. Vain kuningattarella oli 1600-luvun Englannissa varaa kartanoihin. Sitten tuli aristokraatteja, joilla oli varaa melkein yhtä hienoon taloon. (Suojanen, 2008.) Muotoilun kansainvälisen vaikuttajan *Anne Stenrosin* mukaan luksuksen käytön laajentuminen johtuu kahdensuuntaisesta kehityksestä: monet luksusbrändit (BMW, Gucci) ovat alkaneet kehittää massatuotteita ja samaan aikaan puolestaan massatuotteiden valmistajat (Tesco, Volkswagen) ovat kehittäneet ylellisyysvaihtoehtoja. Tällä tavalla luksus on pikkuhiljaa raivannut tiensä myös meidän tavallisten kuluttajien arkielämään. (Rytilahti 2007,18.)

Amerikkalainen konsultti *Pamela Danziger* on tehnyt jaon uuteen ja vanhaan luksukseen vuonna 2005. Vanha luksus on taloudellisen varakkuuden mahdollistamaa luksustavaroiden omistamista. Uuden luksuksen, kokemusten ja elämysten kerääminen puolestaan on yksilöllisempää. Uusi luksus edellyttää tiedon hankintaa ja sen käyttämistä erilaisten tunneperäisesti koettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Valtaosa nykyajan länsimaisista kuluttajista ei ole kokenut sellaista aikaa, ettei heillä olisi varaa kaikkein välttämättömiin tavaroihin. Heille materiaalilla ei enää ole välttämättä niin suurta merkitystä, vaan pääosaan nousevat nimenomaan kokemukset ja elämykset, joiden he haluavat olevan mahdollisimman eksklusiivisia. Tunteet ovat kuluttamisessa hyvin vahvasti läsnä: ”Jos se tuntuu hyvältä, sen on oltava luksusta!” (Danziger 2005,19.) Tutkija Piia Rytilahden mukaan ”Vanha” ja ”uusi” luksus eivät silti ole toisiaan poissulkevia. Ne kohtaavat ihmisten elämäntyyleissä ja harrastuskulttuureissa muokaten tulevaisuuden trendejä. (Rytilahti 2007,18.) Nykyään perinteiset luksustuotteet ovat alkaneet menettää merkitystään, koska yhä useammalla on niihin varaa. Mahdollisuus valita ekologisia tai eettisesti hyväksyttäviä tuotteita on tämän päivän todellista luksusta (Väre 2005,42).

Nykyään kuitenkin luksuksen hankkiminenkin voi olla ekoteko. Huomattavan moni ylellisyystuotteen ostaja joutuu tasapainoilemaan määrän ja laadun välillä. Kun laatu paranee eli hinta nousee, määrää on vähennettävä ja päinvastoin. Ihmiset ovat kyllästyneet siihen, että niin moni asia on tehty huonosti ja halvalla. Tällaiset tuotteet kestävät niin vähän aikaa. (Mattila, 2008.)

Rytilahden mukaan suomalainen luksustuote on muuttanut muotoaan: luksus ei ole enää pelkästään materiaallinen statussymboli ja eriarvoisuuden ilmentäjä, vaan se tuottaa elämyksiä, kokemuksia ja hyvää elämää aikaisempaa kokonaisvaltaisemmin (Rytilahti 2007,18). Luksus liittyy tänä päivänä vahvasti ihmisen sisäiseen maailmaan. Nykykuluttaja kokeekin luksuksen liittyvän materiaa enemmän antamisen, saamisen ja jakamiseen kokemuksiin. Enää ei riitä, että tuote edustaa korkeaa laatua ja prestiisiä, vaan siihen on yhdistyttävä jokin välineellinen rooli elämyksellisyyden toteutumiseksi (Anttila K, 2008). Valmistamissani tuotteissa tätä välineellistä roolia edustaa se, että käyttäjä tukee omalla toiminnallaan ympäristöasioiden edistämistä sekä samalla saa elämyksiä kokiessaan sen, kuinka kierrätysmateriaaleista on syntynyt jotain uutta ja käytettävää. Vanhan ja uuden luksuksen rajapinnassa syntyvät laadukkaat design-tuotteet yhdistävät ylellisyyden ekologisiin ja eettisiin arvoihin. *”Luksuksen korkeamman filosofian mukaisten ekoluksus-konseptien kehittäminen voisi olla yksi kilpailukykyisimmistä suomalaisen muotoilun osa-alueista”*, toteaa Rytilahti. Newsweek -lehden muotitoimittaja Dana Thomas haastatteli ranskalaista kenkäsuunnittelijaa Christian Louboutinia nykyajan luksuksen tiimoilta. Louboutin totesi: *”Luksus ei ole konsumerismia. Jos teet luksusta, sinun on kohdeltava ihmisiä inhimillisesti.”* (Rytilahti 2007,19.) Ekologisen luksuksen saralla suomalaiset ovat ensimmäisen aallon nimiä. Rinne-Niinikoski, Globe Hope, Ivana Helsinki ja Hanna Sarén tuottavat uutta ekologista luksusta, josta tulevaisuuden tyyliniekat toisensa tunnistavat (Pantzar, 2008).

Mallistoni kohdalla luksus tarkoittaa sitä, että tuotteeni ovat laadukkaita ja trendikkäitä, mutta kuin ylimääräisenä etuna, myös ympäristöystävällisiä.

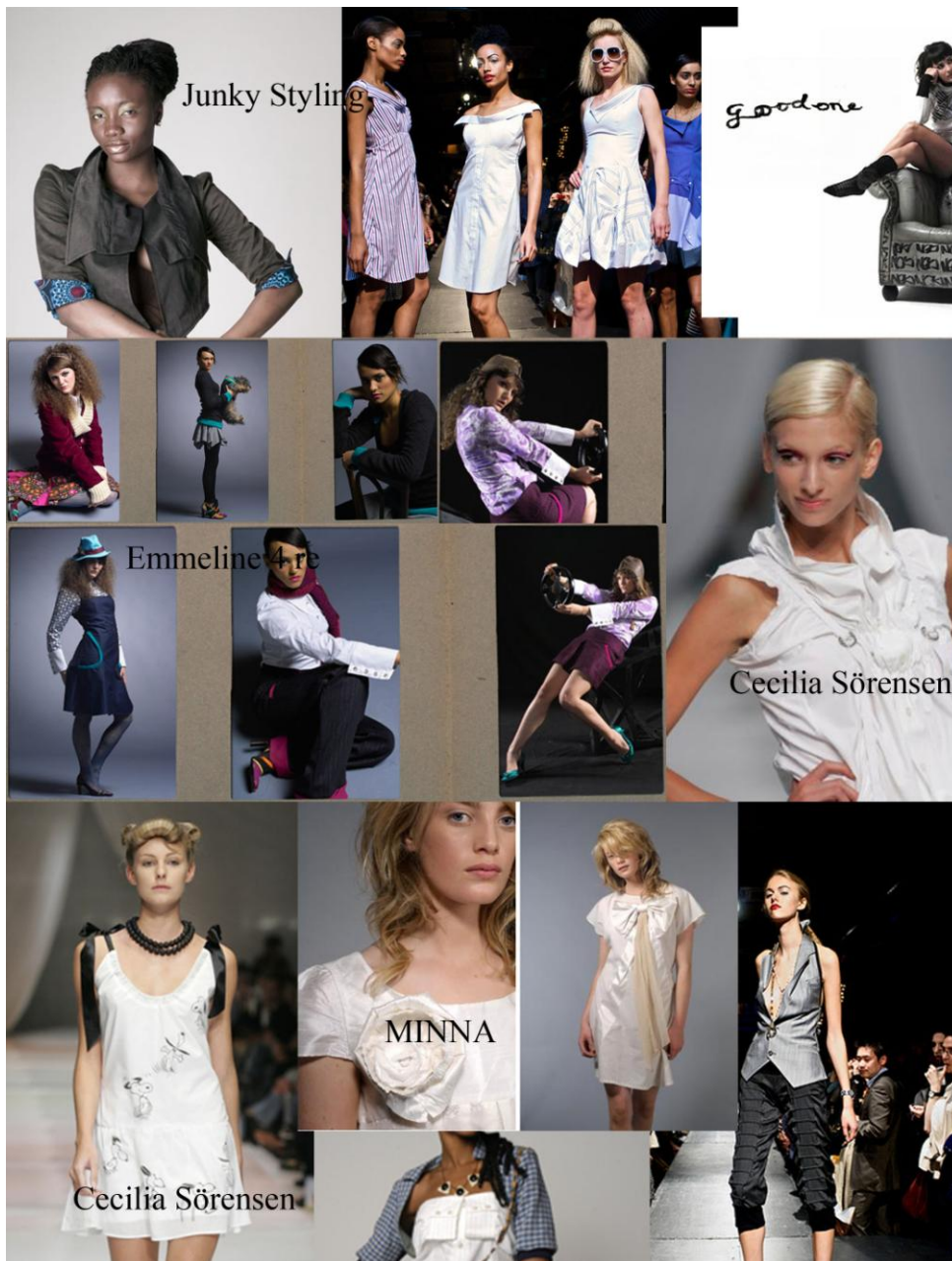
3.3 Kierrätysmateriaaleja käyttäviä yrityksiä

Ulkomailla ja Suomessa on olemassa useita yrityksiä ja suunnittelijoita, jotka valmistavat tuotteensa kierrätysmateriaaleista (kuva 5). Halusin nostaa esiin muutaman uuden ja trendikkään nimen.

Junky styling on 1990 luvulla syntynyt kahden naisen perustama lontoolainen yritys, joka sai alkunsa kun Annika Sanders ja Kerry Seager uudelleen muokkasivat vanhoja vaatteita omiin tarkoituksiinsa. Nykyään yritys kutsuu itseään Myspacessa nimellä ”London premier recycled clothing company”. Junky Stylingin ominta aluetta on

miestenpukujen, solmioiden ja paitojen uudelleenmuokkaus topeiksi, mekoiksi, hameiksi tai housuiksi. (Black 2008,198.)

Goodone on Nin Castle ja Phoebe Emersonin vuonna 2006 rekisteröimä yritys, joka suunnittelee ja tuottaa innovatiivisia, laadukkaita ja uniikkeja vaatteita käsin kerätyistä, paikallisista kierrätysmateriaaleista. Materiaalina Goodone käyttää erityisesti puuvillaisia t- paitoja ja paitoja. Goodonen tarkoituksena on parantaa ihmisten odotuksia siitä, millaisia kierrätysmateriaaleista valmistetut vaatteet ovat. He pyrkivät siihen, etteivät vaatteet näytä jo kertaalleen käytetyiltä. Yrityksen vahvuutena on laaja tietotaito hankkia ja hajottaa kierrätysmateriaalit niin tehokkaasti, että heillä on hyvät mahdollisuudet luoda paljon uniikkeja vaatteita.(Goodone, 2009.)



Kuva 5. Kierrätysmateriaaleja käyttäviä yrityksiä

Emmeline 4 re on brittiläinen kolmen naisen pyörittämä vaatemerkki, joka käyttää kierrätysmateriaaleja nappeja ja vetoketjuja myöten. Materiaalit yritys saa yhtiöiltä ja ihmisiltä, jotka ovat kiinnostuneita kierrätyksestä. Vuorikankaat on hankittu tekstiilitehtailta ja ne ovat pakkojen loppuja eli ylijäämäkankaita. Emmeline 4 re:n vaatteet ovat houkuttelevan näköisiä ja firma on panostanut erityisesti mallistojen kuvauksiin. (Emmeline 4 re, 2008.)

Ilomieli ekodesign on Jonna Perälän ja Jenni Pylvänäisen omistama

kierrätysmateriaaleista valmistettu vaate- ja asustemallisto. Tuotteet valmistetaan Suomessa ympäristömyötäisten arvojen mukaan. Materiaalit hankitaan kierrätysmyymälöistä ja yksityisiltä henkilöiltä. Osa materiaaleista saadaan myös varastojaan siivoavilta vaatetusalan yrityksiltä. Lähes jokainen tuote on ainutlaatuinen. (Ilomieli, 2008.)

Minna on suomalaisen Minna Hepburnin vaatemerkki, joka loihtii kierrätetyistä kankaista, pitseistä, nauhoista ja napeista henkäyksenkeveitä mekkoja. Muutama vuosi sitten Minna alkoi kerätä Etelä-Englannissa kirpputoreilta pitsejä ja nappeja, joista hän alkoi sommitella vaatteita. Näin syntyi Minna-vaatemerkki, jonka kaikki tuotteet suunnitellaan ja valmistetaan Iso-Britanniassa. Työstetyt yksityiskohdat ja laadukas toteutus tekevät tuotteista pitkäikäisiä ja käyttäjälleen arvokkaita. Ekologisuutta on ajateltu jopa rintakoruissa ja muissa asusteissa, sillä niiden materiaalina on käytetty vaatteista ylijäänyttä kangasta. (Vihreät vaatteet, 2008.)

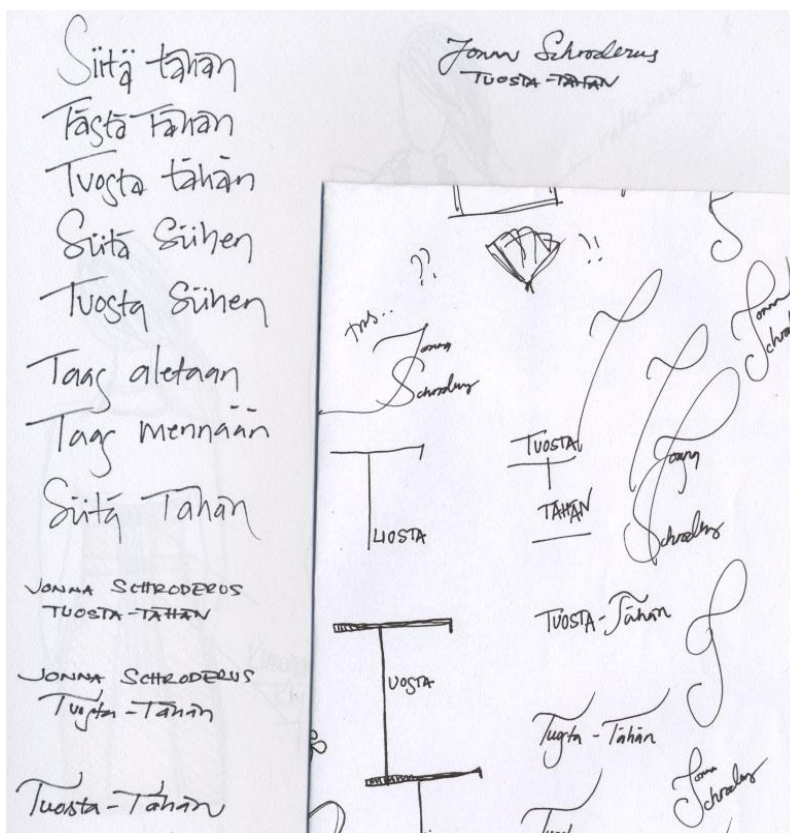
Cecilia Sörensen on helsinkiläissyntyinen, Barcelonassa asuva suunnittelija. Tällä hetkellä hän työstää kahta vaatemerkkiään: omaa nimeään kantavaa Cecilia Sörensen -mallistoa sekä kierrätysmateriaaleista valmistettua pientä Pequeños Heroes -merkkiä. Pequeños Heroes on espanjaa ja tarkoittaa pieniä sankareita. Pequeños Heroes koostuu kahdenlaisista vaatteista: on täysin uusia ja toisaalta uniikkeja uudelleen käsiteltyjä. Kierrätetyt vaatteet saavat Cecilian käsissä uuden käsittelyn ja muuttuvat kauniiksi, omaleimaisiksi uniikki-kappaleiksi. (Lehtinen, 2006.)

4 TUOSTA - TÄHÄN

4.1 Tuotemerkin suunnittelu ja nimeäminen

Tuotemerkkini sai alkunsa jo kesällä 2008 tehdessäni syventävää projektia. Halusin tuotemerkin nimen olevan suomenkielinen ja mallistoani kuvaava. Mietin aluksi myös sitä, tulisiko siihen liittää jollain tapaa sana eko, mutta koska haluan yllättää ostajat, jätin eko sanan pois. Jo alusta alkaen oli selvää, että nimessä esiintyy myös oma

nimeni: Jonna Schroderus. Hyviä kriteerejä tuotteen nimelle ovat muun muassa seuraavat: mallistoa kuvaavuus, suomenkielisyys, helppo lausuttavuus ja mieleenpainuvuus (Perälä, Pylvänäinen 2007,11). Luonnostelin nimiä paperille, ja samalla mietin myös tuotemerkin ulkoasua (kuva 6). Halusin, että nimessä on jotain tapahtuvaa, jotain mikä kertoo vaatteen tarinaa. Nimi tulisivikin valita imagotavoitteen kautta, siten, että se jotenkin kuvastaa tavoitemielikuvan mukaista maailmaa (Rope, Methner 2001,189). Tuolloin mietin, että tuotelappuihin haluan pienen tarinan siitä, millaisista materiaaleista itse tuote on rakennettu. Nimivaihtoehtoja syntyi muutamia, joista valitsin mieluisimman.



Kuva 6. Nimiluonnoksia

Kävin Internetissä Patentti- ja rekisterihallituksen sivuilta tarkastamassa ettei Suomessa ole jo Jonna Schroderus -nimistä yksityistä elinkeinoharjoittajaa. Ei ollut, koska oman tietämykseni mukaan minulla on vain yksi kaima Suomessa. Hain myös yrityksiä, joissa esiintyy sanapari tuosta-tähän, mutta niitäkään en löytänyt. Tässä vaiheessa vaikutti siltä, että tuotenimestä muodostuisi aika pitkä ja hieman erikoinenkin. Eduksi olisi, jos tuotteen nimi kuvastaisi arvostettavaa mielikuvatyyliä,

toimialaa, käyttötarkoitusta, tuotteen kilpailuetua ja tuotteen avainominaisuutta (Rope, Methner 2001,190). Uskon kuitenkin, että kontekstit, joissa tuotemerkkini tulee ilmi, liittyvät aina jollaintapaa vaatteisiin. Ja koska ainakin alkuun tuotteitani myy liike, joka keskittyy nimenomaan kierrätysmateriaaleista valmistettuihin tuotteisiin, avautuu tuotenimi asiakkaille siellä aivan eri tavalla.

Tilasin nimilapput Kurikassa toimivalta Euroteam Oy:lta. Nimilappujen hinnaksi tuli 24 euroa 36 kappaleelle. Nimilapuissa teksti Jonna Schroderus Tuosta – Tähän on printattuna mustalla valkoiselle polyesterinauhalle (Kuva 7).



Kuva 7. Nimilappu

4.2 Malliston vaatimukset

Mallistoni ja tuotemerkin lähtökohtana on käyttää hyväksi maapallolla jo olemassa olevia valmiita tekstiilimateriaaleja ja luoda niistä jotain uutta ja käytettävää.

Ympäristömyötäisyys on suuressa osassa työssäni, mutta sen lisäksi työssä korostuvat laadukkuus, esteettisyys ja kaupallisuus. Toiveeni olisi, että jokainen kuluttaja voisi kiinnostua tuotteistani, tietämättä sitä, että niiden valmistuksessa on käytetty kierrätysmateriaaleja. Päivikki Ritalan muotoilijoille vuonna 2002 tekemässä haastattelussa eräs haastateltu luokitteli ekotuotteet tyylillisesti kahteen kategoriaan. Toisen hän määritteli käsityömäiseksi ”hippityyliksi”, joka oli tarkoitettu pienelle kuluttajajoukolle; toisaalta hänen mielestä on olemassa myös toisenlaista ekomuotoilua, joka ei huuda ekologisuutta. Jälkimmäinen vaihtoehto oli tämän muotoilijan mielestä parempi, koska hänen mielestään tuotteen tulee näyttää

korkealaatuiselta, ei niinkään ekologiselta. Ekologisuus on tällöin korkealaatuisuuden sivutuote. (Ritala 2002,25.) Mielestäni tuotteiden ulkonäön tulee olla esteettisesti houkutteleva. Lisäarvoa tuotteilleni tuo se, että valmistan ne itse käsityönä. Haluan myös tuoda koko työssäni oman persoonani hyvin esille. Kuvaan valmiit tuotteet Kainuussa kotipaikkakunnallani ja mallina minulla toimii pikkuserkkuni Essi. Tämä siksi, että mielestäni omaan suunnittelufilosofiaani on vaikuttanut paljon se, mistä olen kotoisin ja haluan saattaa sen tällä tavalla myös lukijoiden tietoon.

Koska luon omaa tuotemerkkiä, tulee minun miettiä myös sen tulevaisuutta. Luodessani omaa tuotemerkkiä olen pyrkinyt huomioimaan Danzigerin (2005) tiivistämät viisi paradigmaa luksusbrändäyksen periaatteista. (Danziger 2005, 177-207):

1. *Luksusbrandin on kyettävä laajentumaan:* Hyvä tuotemerkki on tarpeeksi innovatiivinen ja toimiva, että sitä on mahdollista laajentaa aina uusille kuluttajan elämän osa-alueille.
2. *Luksusbrandin on kerrottava tarina:* Tarinallisuus on ihmisten väliselle kommunikaatiolla tunnusomaista ja jopa välttämätöntä. Ei riitä, että kuluttaja tuntee tuotemerkin nimeltä, hänen on tunnettava yhteyttä merkkiin.
3. *Tuotteen on oltava merkittävä käyttäjälleen:* Vaikka luksustuotteet liitetäänkin usein tarpeettomuuteen, hankitaan niitä siitä huolimatta tarpeeseen. Myös tarpeiden luonti on näin ollen oleellista tuotemerkillä. Tarpeiden luonnissa tärkeintä on markkinointi.
4. *Brandin arvojen tulee olla yhteneväiset kuluttajan arvojen kanssa:* Nykyajan kuluttaja etsii merkityksiä kaikesta kuluttamisestaan. Eettiset, ekologiset ja sosiaaliset arvot ovat erittäin tärkeitä monille ihmisille, eikä luksustuotemerkkikään saa riidellä käyttäjänsä sisäisten arvojen kanssa.
5. *Tuotemerkin on oltava toimiva ja tuotava lisäarvoa kuluttajalle:* Lopulta luksustuotetta arvioidaan sen mukaan, mitä se tuo käyttäjälleen. Saako se hänet tuntemaan itsensä upeaksi, erityiseksi ja ainutlaatuiseksi? Toimiiko se kuten lupaa ja kestäkö se käyttöä? Ei ole väliä, onko tuote iltapuku vai meikkilaukku – jos se toimii käytössä, täyttää sille asetetut odotukset ja mielellään ylittää ne, se on luksusta.

4.3 Päätekijät

Luvussa kaksi esitetyssä viitekehyksessä kuvaan projektini tärkeimmiksi asioiksi kierrätyksen, laadukkuuden, esteettisyyden ja kaupallisuuden. Nämä neljä asiaa vaikuttivat voimakkaasti tuotemerkin luomisessa ja malliston suunnittelussa.

4.3.1 Ympäristömyötäisyys

On muistettava, ettei ympäristön kannalta täysin ongelmaton tuotetta ole olemassakaan. On olemassa tuotteita, jotka ovat ympäristölle vähemmän vahingollisia verrattuna kilpaileviin vastaavanlaisiin tuotteisiin. (Vihreä konsti, 2006.)

Kierrättämällä vaatteita säästetään tuotantovaiheessa kuluttamasta energiaa ja muita ympäristöä kuormittavia aineita. Samalla estetään uuden jätteen syntyä ja vähennetään tarvetta uuden materiaalin valmistamiseen. On arvioitu, että energia, joka kulutetaan kierrätetyn materiaalin keräämiseen, erotteluun ja uudelleen myyntiin, on 10- 20 kertaa energiaa säästäväämpää kuin uuden artikkelin tekeminen (Fletcher 2008,100).

Koska valmistan tuotteeni pääsääntöisesti kierrätysmateriaalista, en voi vaikuttaa tuotteiden aikaisempaan elinkaareen, mutta koska uuden materiaalin tuotantoprosessia ei ole, vähenee samalla energian ja kemikaalien kulutus (Recycled clothing, 2009).

Tällä tavoin perustelen sen, että valmistamani tuotteet ovat ympäristömyötäisiä.

4.3.2 Laadukkuus

Laatu on asiakkaan tarpeiden ja toiveiden tyydyttämistä (Johnsson 1999,109). Hyvä käsityöyrittäjä tuottaa laadukkaita tuotteita, jotka ovat viimeistelyjä ja tasalaatuisia (Johnsson, Äyväri 1996,11). Mallistossani pyrin laadukkuuteen huolellisella valmistuksella ja hyvällä suunnittelulla. Koska käytän kierrätysmateriaaleja, joudun kiinnittämään erityistä huomiota materiaalien kuntoon. Kierrätetyistä materiaaleista tehdyt vaatteet eivät saisi näyttää jo kertaalleen kierrätetyiltä. Sen sijaan niiden tulisi näyttää parhaista materiaaleista valmistetuilta. Tämä on luksusmaisinta kierrätystä. (Blanchard 2007,21.) Mielestäni myös tuotteiden viimeistely on tärkeää. Viimeistelyyn kuuluvat hyvä pakkaus, tuoteseloste ja muut ohjeet (Johnsson 1999,109). Mallistoni kohdalla se tarkoittaa huolellista loppusilitystä, nimilappujen ja

riippulappujen kiinnittämistä tuotteeseen. Tässä kohtaa täytyy ottaa huomioon jälleenmyyjien ja lopullisten asiakkaiden tarpeet, koska kuluttajat ovat nykyään kiinnostuneita tuotteiden ja tekijöiden taustoista (Johnsson, Äyväri 1996,12). Aion valmistaa pienen esittelykansion itsestäni ja tuotteistani, missä kerron itsestäni ja tuotteideni synnystä.

4.3.3 Esteettisyys

Esteettisten seikkojen huomioonottaminen on tärkeää siksi, että usein vasta silloin, kun joku asia todella alkaa näyttää tai tuntua hyvältä, siihen on syntynyt sitoutunut suhde. Ympäristöystävällisten vaihtoehtojen kannatus on vankimmillaan silloin, kun niistä nautitaan myös esteettisesti. Kaunista ja hauskaa osataan vaalia. (Naukkarinen 2008, 255.) Minulle suunnittelijana esteettisyys on hyvin tärkeää. Mallistossani se näkyy väri- ja materiaalivalinnoissa. Yleisilme on harmoninen, muttei tylsä. Väri ja materiaalivalinnoilla olen pyrkinyt saamaan aikaan luksuksen tuntua. Koska esteettiset motiivit ovat tärkeitä monelle, ne ovat merkittäviä myös ympäristön muokkautumisen kannalta. Siksi on tärkeää että esteettiset valinnat ovat ympäristölle mahdollisimman haitattomia. (Naukkarinen 2008,255.)

4.3.4 Kaupallisuus

Kaupallinen tuote ei ole se, mitä yritys myy, vaan se, mitä asiakas ostaa (Äyväri 2000,44). Tuotekehitykseen kuuluu se, että tuote saadaan rakennettua kaupalliseksi tuotteeksi asti. Omien tuotteideni kohdalla se tarkoittaa pyrkimystä tietynlaiseen tuotekuvaan lisäämällä valmiisiin tuotteisiin ”loppusilaukset”. Loppuun asti suunniteltuun, kaupalliseen tuotteeseen kuuluvat olennaisena osana hoito-ohjeet, tiedot tekijästä, tarina tai taustafilosofia tuotteen synnystä ja myyntiä varten suunniteltu pakkaus. (Äyväri 2000,50.) Omalla kohdallani pakkaukseksi voidaan lukea riippulappu ja sen ulkomuoto sekä se, kuinka riippulappu on kiinnitetty itse tuotteeseen. Mielestäni hyvin suunnitellut ja valmistetut oheismateriaalit lisäävät tuotteen uskottavuutta ja tällä tavoin tuotteet myös erottuvat paremmin kilpailijoiden tuotteista. Mallistoni kohdalla kaupallisuus tarkoittaa myös sitä, että valmistamani vaatteet ovat sopivia käyttövaatteiksi. Aiemmissa projekteissani olen suunnitellut ja

valmistanut hyvin naisellisia ja juhlallisia asua, joten tiesin että tässä tavoitteessa minulla olisi tekemistä. Huolimatta siitä, että pidän yksityiskohdista ja työstetyistä materiaaleista, halusin valmistaa tuotteita, jotka osaan itsekin ommella. Minun tulee ottaa huomioon tuotteiden kokohaitari ja tietenkin myös oma aikatauluni. Pidän tärkeänä myös vaatteiden mukavuutta, jota lisäsin mallistooni käyttämällä materiaalina myös neulosvaatteita.

4.4 Yritysmuodon valitseminen

Alusta asti oli selvää, että yritysmuodoksi tulisin valitsemaan toiminimen. Toiminimi onkin helpoin, halvin ja suosituin yritysmuoto ja sopii parhaiten pienimuotoiseen liiketoimintaan, jonka tuotot eivät nouse kovin korkeiksi (Puustinen 2004,100). Toiminimi on suosittu myös silloin, kun harjoitetaan palkkatyön ohella tehtyä sivutointia. Tulevaisuudessa teen pääsääntöisesti toisen alan töitä, joten tästä syystä toiminimi on sopivin yritysmuoto minulle. Itse toiminimen perustaminen on helppoa, sillä yrittäjän täytyy ilmoittaa ainoastaan toiminimen nimi, toimiala sekä yhteystiedot kaupparekisteriin. Tämä tapahtuu perustamisilmoituslomakkeella, joka on yhteinen verohallinnolle ja Patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisterille. Toiminimestä tulee ilmetä yritysmuoto, mutta yksityisellä elinkeinoharjoittajalla etuliite Tmi ei ole pakollinen. Ennen ilmoituksen tekemistä on syytä alustavasti tutkia, ettei toiminimi ole jo varattu. Näin tein jo aiemmin, kun tarkistin tilanteen www.ytj.fi-sivuilta. (Yrityksen perustamisopas 2006,41-42.)

5 KOHTI VALMISTA MALLISTOA

5.1 Ideointi

Heti projektin alussa tein kuvista ideakollaaseja, joissa ilmenee haluttu värimaailma ja malliston tunnelma (liite 2). Osa omista malleistani oli saanut alkunsa jo syventävän projektin aikana kesällä 2008. Lisää ideoita hain tutustumalla muotilehtiin ja suunnittelijoiden näkemyksiin kesän 2009 muodista. Erityisesti minua kiinnosti suurten, tunnettujen muotitalojen ja suunnittelijoiden näkemykset. Stella McCartney, Fendi, Calvin Klein ja Christian Dior kuuluivat heihin, jotka suosivat pehmeitä,

maanläheisiä värejä yhdistettyinä trendikkäisiin luomuksiin (kuva 8. Catwalk kesä 2009). Värikarttoja selailin Internetistä muun muassa Lenzingin sivuilta (www.lenzing.com). Herkullisimmat värit löysin kuitenkin View-lehdestä, missä käsiteltiin naistenvaatteiden väriennusteita talvelle 09/10 (liite 3). Tämän värikartan perusteella ryhdyin etsimään materiaaleja.



Kuva 8. Catwalk kesä 2009

5.2 Materiaalien hankinta

Yleisiä ongelmia kierrätysmateriaaleissa ovat kulunut pinta ja ratkenneet saumat. Pienellä vaivannäöllä voi helposti selvittää kannattaako materiaalia ostaa edelleen muokattavaksi. Kangaslaatu ja pesuohje kannattaa aina selvittää. Kierrätetty materiaali kannattaa aina myös kääntää ympäri mahdollisten reikien varalta. Jos hinta on halpa, voi sitä alentaa esimerkiksi tahrat. Jos materiaalissa oleva yksityiskohta on ostoperusteena ja itse tahra on esimerkiksi sivusaumassa, voi tuotteen ostaminen silti kannattaa. Itse suosin silkkejä ja polyesterikankaita. Silkkiä löytää kirpputoreilta hyvin, samoin kuin koristeellisempia sekoitekankaitakin. Kuten Hanna Sarén asian ilmaisee: ”Silkki ei koskaan mene pois muodista, eikä sen arvo alene. Kannattaa ostaa vain niitä vaatteita, joihin rakastuu ensi silmäyksellä ja joita sydän haluaa.” (Sarén 2009,31). Myös kirpputorilla liikkuesssa kannattaa luottaa omaan intuitioon.

Hankin materiaalit Kouvolan seudun kirpputoreilta. Halusin käyttää hyväkseni myös minulta jo löytyvät vanhat vaatteet ja kirpputorilöydökset. Vuosien saatossa olen kerännyt pientä varastoa ja nyt siitä oli hyötyä. Pidin projektissani tärkeänä sitä, että valokuvaan vaatteet ennen niiden muokkaamista ja purkamista. Tärkeää oli myös kerätä vaatteista pesulaput talteen ja yhdistää ne kangastilkkuihin. Kuvasin kaikki materiaalit ennen projektin aloittamista, jotta myös lukija saisi käsityksen siitä, mistä ideani ovat peräisin (kuva 9. Materiaalit) Kun näen jonkin vaateen tai materiaalin, ajattelen heti sitä, millainen vaate siitä voisi syntyä. Yleensä mielikuvat syntyvät jo kirpputorilla, kosketellessani materiaalia. Olen huomannut myös sen, että etsin kirpputoreilta eri asioita kuin suurin osa ihmisistä. Yleensä mukaani lähtevät juuri ne artikkelit, jotka muuten jäisivät roikkumaan tangoille. Toki tähän vaikuttaa hintakin. Ostan myös rikkiäisiä ja kuluneita vaatteita, jos huomaan, että niissä on käytettäviä osia.



Kuva 9. Materiaalit

5.3 Suunnittelu

Ympäristömyötäinen tuotesuunnittelu tähtää samoihin päämääriin kuin hyvä suunnittelu ylipäättään. Tuotteen on ympäristömyötävyyden ohella täytettävä myös taloudelliset, toiminnalliset, kulttuuriset ja lakisääteiset vaatimukset. Luontevin tapa suunnittelijalle noudattaa kestävän kehityksen periaatetta on suunnitella laadukkaita, kestäviä ja hyvin markkinoituja tuotteita. Olennaisimmat suunnittelijan vaikutusmahdollisuudet ovat materiaalivalinta ja muotoiluratkaisut. (Paakkunainen 1995,6,12.) Tämän päivän muotoilu ei ole enää tavaraa, se on myös palveluita ja kokemusta. Hienosen mukaan lähitulevaisuudessa menestyvät suunnittelijat ja muotoilutoimistot, jotka osaavat hahmottaa tuotteen koko elinkaaren (Hienonen 2009,27).

Aloitin materiaalien hankinnan jo ennen mallien suunnittelua. Kankaiden värit, vaatteiden leikkaukset ja materiaalit inspiroivat ja helpottivat suunnittelun aloittamista.

Luonnostellessa syntyy aina uusia ideoita ja koska projektini ensimmäiset luonnokset (kuva 10) syntyivät jo puoli vuotta ennen viimeisimpiä luonnoksia, saivat ideat paljon aikaa kehittyä. Anttilan mukaan luonnos tai piirros voi olla vaatimatonkin, mikäli sitä tarvitaan vain omaan käyttöön. Luonnostelu on eräänlaista keskustelua kuvan ja piirtäjän välillä. (Anttila 1992,135.) Jokainen luonnos synnyttää uusia kuvia mielessä, ja jokaisesta luonnoksesta saattaa seurata uutta tulkintaa ja jälleen uusia kuvia ja kehittelyä. Luonnostelussa on nähtävissä suunnitteluprosessin syklinen rakenne; ratkaisun luomiseksi vaaditaan askel askeleelta etenevää muuntamista visuaalisen ajattelun keinoin (Media Lab Helsinki.1995-2003). Luonnoksia syntyi yhteensä 36 (liitteet 4/1-4/3). Osaltaan mallien syntymiseen vaikutti myös käytettävissä olevat materiaalit. Keräsin materiaalit isolle pöydälle ja kokosin yhteen niitä materiaaleja, joita voisi yhdistää. Tällaisessa suunnittelussa aikaa menee paljon edestakaiseen materiaalien pyörittelyyn. Jotkut luonnokset syntyvät heti siinä tilanteessa, mutta joidenkin materiaalien kohdalla on tarpeellista luonnostella suunnitelmat paperille. Olin etukäteen määritellyt sen, että halusin mallistooni pikkumekkoja ja naisellisia vaatteita. Anttila käyttää tällaisesta etukäteismielikuvasta termiä orientoiva mielikuva. Sen avulla pyritään luomaan vahva ennakkokäsitys muotoilun kohteesta, sen

muodoista, väreistä ja materiaaleista. Käytettävissäni olevat materiaalit koostuivat etupäässä ylä- ja alaosista, joten niiden liittäminen ja muokkaaminen yhteen oli mielessäni päällimmäisenä. Näistä ensimmäisistä mielikuvista syntyvät yleensä ensimmäiset luonnokset. Vaikka käsityöläinen työskentelisi yksikseenkin, tarvitsee hän jotain mistä aloittaa. Monesti orientoivia mielikuvia kuvaavat parhaiten paperien nurkassa olevat pienet suttupiirustukset ja suunnitelmat. (Anttila 1992, 143.) Luonnostelun ja suunnittelun seuraavassa vaiheessa onkin sitten mahdollista verrata useita ehdotuksia keskenään ja näin valita mallien joukosta parhaimmat, tai kehittää jotain yksittäistä ideaa eteenpäin.



Kuva 10. Ensimmäisiä luonnoksia.

6 VALMISTUS

6.1 Materiaalien esikäsittely

Pesin suurimman osan ostamistani vaatteista ja kankaista pinttyneen hajun pois saamiseksi. Joitain pussukoiden vuorissa käytettäviä huiveja en pesnyt. Halusin saada tuotteista mahdollisimman puhtaita, vaikka joissain olikin pinttyneitä tahroja. Pesin

tuotteet 40°C-60°C pesuohjelmissa, riippuen materiaalista. En pessyt projektiin kuuluvia vaatteita erikseen, vaan ne menivät samaan pyykkikoppaan muiden käyttövaatteiden kanssa. Kuivasin vaatteet kotona kuivaustelineillä. Jo pesuprosessin aikana näkee, kuinka vaatteiden värit käyvät yhteen, ja millaisia materiaaleja olisi sopivaa yhdistää toisiinsa (kuva 11).



Kuva 11. Pesuprosessia

6.2 Ompelu, työtilat ja työaika

Työskentelin suurimmaksi osaksi kotona. Koska minulla on kotona vain mallinukke, silitysrauta ja suhteellisen vanha ompelukone, jätin saumojen huolittelut sekä muut vaativammat ompelutehtävät koululle. Kotona silitin materiaalit ja tein kokeiluja mallinukkeen päälle. Suurin osa tällaisesta suunnittelutyöstä tapahtuikin kotonani. Valmistin tuotteet kotona siihen pisteeseen, että koululle mennessäni minulla oli monta keskeneräistä tuotetta työstettävänä. Siellä tein huolittelut, vaatteiden kokoamiset ja piilovetoketjujen ompelun. Kun tuote oli kasassa, ompelin kotona siihen kiinni nimilapun ja tein loppusilityksen sekä muut tarvittavat viimeistelyt. Projektin edetessä huomasin sen, että kotona työskentely on minulle huomattavasti helpompaa kuin koululla. Välimatkat pisteestä pisteeseen ovat lyhyet, mutta miinuspuolena on tilan puute. Koska asuntoni on pieni, oli työpisteeni keittiönpöytä. Siinä tapahtui osa ompeluista ja vaatteiden kokoamisista. Olohuoneessa minulla oli silityspiste, minne myös ripustin jo valmiit tuotteet. Pidän tärkeänä sitä, että näen

kokoajan käytettävissä olevat materiaalit ja valmiit tuotteet.

Opinnäytetyöprojektin ohella olen käynyt täysipäiväisesti toista linjaa ammattikorkeakoulussa. Sosiaali- ja terveysalan työharjoittelut, koulupäivät ja opinnäytetyön teko ovat vieneet suuren osan ajastani. Tällainen tiukka aikataulu on kuitenkin antanut minulle realistisen kuvan tulevaisuudesta tällä alalla. Jos jatkan oman toiminimen pitämistä sivuelinkeinona, tulee tahti olemaan melkein samanlainen. Ajankäyttöni tämän projektin kohdalla on ollut varsin tehokasta. Minulla ei ole ollut aikaa olla koululla turhaan, vaan sinne mennessä minulla on ollut mukana keskeneräiset työt ja muistilaput, mitä kunkin vaateen kohdalla on tekemättä (kuvat 12 ja 13). Osa vaatteista sai alkunsa tällä idealla, koska suunnitelmat saattoivat muuttua vielä tässäkin vaiheessa valmistusta. Maaliskuun lopulla viikkoaikatauluni helpottui siten, että minulla oli viikossa keskimääräisesti kolme vapaapäivää käytettäväksi opinnäytetyöhön. Tällaiset päivät käytin tehokkaasti hyödyksi ja työskentelin yleensä aamusta iltaan. Tein yleensä joka viikolle työaikataulun omaan kalenteriini, eli toisin sanoen varasin itselleni aikaa opinnäytetyön tekemiseen.



Kuva 12. Suunnitelmia



Kuva 13. Lisää suunnitelmia

6.3 Valmistettavat mallit

Valmistettaviksi tuotteiksi valitsin kolme pikkumekkoa, yhden topin ja paitamekon. Idea valkoiseen pikkumekkoon (kuva 14) tuli housujen ja paidan yhdistämisestä. En ollut aiemmin käyttänyt neulospaitoja tässä tarkoituksessa, joten tiesin että valmistuksen osalta ongelmia saattaisi syntyä. Halusin kuitenkin kokeilla neulosten

yhdistämistä mallistooni, koska kirpputoreilla on myynnissä todella paljon erilaisia neule ja neulospuseroita. Neulos materiaalina tuo mukavaa pehmeyttä ja samalla myös rentoutta asuihin. Itse valmistaminen onnistui yllättävän hyvin. Puuvillainen neulos oli helposti ommeltavaa ja polyesterihousut helposti siliävät. Käytin puuvillaista kanttinauhaa housujen ja paidan yhdistämisessä.



Kuva 14. Valkoinen pikkumekko



Kuva 15. Valkobeigemekko

Toinen pikkumekko (kuva 15) koostui beigeistä housuista ja samasta valkoisesta neulepaidasta, jota käytin myös valkoisessa pikkumekossa. Halusin käyttää materiaalit hyväksi niin, että niistä jäisi mahdollisimman vähän hukkapaloja. Koska edelliseen mekkoon kului neulepaidan yläosa, muotoilin paidan alaosastä nuken päälle halterneck-topin. Halusin käyttää hyväkseni paidan alahelmassa olevan pitsimäisen koristelun. Suunnittelin mekon takapuolelle kuminauhakujan, jotta mekossa säilyisi säätömahdollisuus. Asun toteuttaminen tuotti minulle jonkin verran päänvaivaa ja takaosan rypytyks vaihtui laskokseen. Neulos osan saumaratkaisut oli myös hankalaa toteuttaa ja piilovetoketjun ompelu oli vaikeaa paksujen saumojen vuoksi.

Kolmas pikkumekko koostui beigeistä miesten silkkipaidasta ja luonnonvaaleasta

naisten silkki-neulospaidasta (kuva 16). Koska molemmat niistä olivat 100 % silkkiä, halusin yhdistää ne ja luoda jotain rentoa, mutta samalla ylellisen tuntuista. Olin aiemmassa projektissani tehnyt tällaisen paitamekon ja mielestäni siinä oli ainesta jatkokehittelyä varten. Silkin ompelu oli kuitenkin herkkää työtä ja rinnan alapuolelle tuleva kaarrokemainen muoto hieman hankala ommella. Malli muuttui matkanvarrella myös siten, että päätin jättää hihat pitkiksi. Olihan paidassa jo olemassa hihat, joten miksi lyhentäisin niitä. Tarvittaessa hihat saa käärittyä ylös, mikä sekin lisää asun rentoa tunnelmaa.



Kuva 16. Silkkipaitamekko



Kuva 17. Silkkitoppi

Silkkiiseen paitamekkoon käyttämästä neulepuserosta jäi jäljelle yläosa. Halusin käyttää sitä vielä jossain, ja koska materiaaleistani löytyi palanen beigeä silkkikangasta, yhdistin ne topiksi (kuva 17). En halunnut toppiin vetoketjua, koska yläosa on joustavaa materiaalia. Laskosten johdosta toppi on helposti puettava.

Kolmas pikkumekko syntyi prosessin loppuvaiheilla, kun halusin käyttää vaaleansinisen silkki-neulepaidan ja kullankeltaisen neuletakin johonkin. En tehnyt asusta ollenkaan luonnoksia, vaan muotoilin nuken päälle erilaisia vaihtoehtoja (kuva 18). Loppujen lopuksi mekosta tuli hieman erilainen kuin aluksi olin suunnitellut. Malli muuttui helpommin valmistettavaksi. Mekon valmistaminen oli nopeaa, eikä se

tarvinnut mitään kiinnitysmekanismeja.



Kuva 18. Neulepaitamekko



Kuva 19. Materiaaleja

Idea pussukoihin syntyi materiaaleista (kuva 19). Koska käytin asuihin vaatteiden ylä- ja alaosia, jäi muun muassa housujen lahjeosia käyttämättä. Monet hankkimani vaatteet olivat hyväkuntoisia ja olisi ollut haaskausta jättää materiaaleja käyttämättä. Kokeilin pussukoiden materiaaleina erilaisia vaihtoehtoja ja mielestäni varsinkin vuorikankaiksi kävivät hyvin vanhat kukkakuvioiset huivit. Mielestäni pussukoiden valmistus onnistuu hyvin kierrätysmateriaaleista, koska kankaan menekki on suhteellisen pientä ja leikattavat kangaspalat pieniä. Protoja syntyi sitä mukaan kuin vaatteitakin, ja loppuvaiheen protoihin olen erityisen tyytyväinen. Pussukoita voi käyttää moneen tarkoitukseen, mutta itse käyttäisin niitä mekkipusseina. Kun valmistin useaa pussukkaa yhtä aikaa, kului yhden valmistamiseen noin kaksi tuntia.

6.4 Hinnoittelu

Hinta on jokaiselle yrittäjälle mitä tärkein kilpailukeino. En ole ainoa, joka pitää ekologisesti suunniteltujen tuotteiden hinnanmäärittelyä monitahoisena ja vaikeana asiana. Ritalan tekemässä haastattelussa vuonna 2002 hinta oli muotoilijoiden mielestä sekä imago - että arvokysymys. Jos tuotteilla halutaan viestiä pikemminkin

pehmeitä arvoja ja jotain muuta kuin elitististä kulttuuria, tuote ei saa olla ylihinnoiteltu. Toisaalta kuluttaja mieltää korkean hinnan usein yhdistyvän hyvään laatuun. (Ritala 2002,29.) Lasse Karjalainen opastaa kirjassaan käsityöyrityksen talous seuraavanlaisesti: ”*Hinta on silloin oikea, kun asiakas itkee ja ostaa, mutta ostaa kuitenkin*”.(Karjalainen 1998,83). Asiakkaalla on oma käsitys hinnasta, mutta tuotteideni kohdallani hintaan vaikuttavat muutamat tärkeät seikat. Tuotteet ovat uniikkeja, omaperäisiä ja käsintehtyjä. Lisäksi tuotteeni toteuttavat kestävän kehityksen arvoja.

Materiaalihankintoihin minulla kului yhteensä 50 euroa, mikä oli mielestäni vähän. Materiaaleihin olen laskenut kierrätetyt vaatteet, langat ja pientarvikkeet (vetoketjut). Materiaalia jäi myös yli, mutta ei hukattavaksi, koska pienetkin ylijäämäkappaleet voin käyttää pussukoiden tekemiseen. Kustannuksia minulle aiheutui materiaalien lisäksi junamatkoista (80euroa) ja puheluista (noin 2 euroa) Turkuun. Toiminimen rekisteröinti maksoi 65 euroa. Yhteensä koko projektiin kului rahaa 197 euroa. Koska valmistin tuotteet kotona ja koulun tiloissa, en joutunut maksamaan vuokraa tai muita kuluja. Päädyin soveltamaan Johnssonin(1999) neuvomaa yksinkertaista ohjetta tuntihinnan laskemiseksi. Tässä mallissa ei tarvitse huomioida muuta kuin materiaalikustannukset ja työaika, joka kerrotaan kolmella. Laskutettava tuntiveloitus on aina työntekijän tuntiansio kerrottuna vähintään kolmella.(Johnsson 1999,98). Laskin jokaisen tuotteen valmistukseen kuluneen ajan ja lisäsin siihen materiaalien hinnan. Muutaman mekon kohdalla hinnat nousivat pilviä hipoviksi, joten hintoja piti vielä muuttaa. Johnssonin ja Äyvärin vuonna 1996 tekemässä menestyvä käsityöyrittäjä tutkimuksessa kävi ilmi, millaisiin ongelmiin jälleenmyyjät olivat törmänneet hinnoittelun suhteen. Uudet tekijät eivät olleet esimerkiksi löytäneet oikeaa hintatasoa, koska ensimmäisten, uusien tuotteiden hintoihin oli laskettu koko suunnittelu-aika kokonaisuudessaan. Koska juuri nämä ensimmäiset kappaleet valmistuvat hitaammin, voi hinnoittelu olla hankalaa. (Johnsson, Äyväri 1996,16.)

Käytin hinnan määrittelyssä apuna myös tekemiäni muistiinpanoja muiden suunnittelijoiden tuotteiden hinnoista Yono-liikkeessä. Arvioin hintaa myös siltä kannalta, kuinka paljon olisin itse valmis tuotteesta maksamaan. Olin aidosti yllättynyt, kuinka korkean hinnan eräs kaupallisen alan koulutuksen saanut ystäväni olisi pussukalle antanut. Vaatteiden osalta hinnoittelu oli hankalampaa, koska

esimerkiksi beigevalkoisen mekon valmistuksessa aikaa kului suhteellisen kauan. Lopulta kaikki tuotteet saivat oikean hintansa (taulukko 1). Hinnoittelussa otin huomioon myös sen, että myyntiliikettä Yono-liikkeessä on 50% -50%. Tällöin esimerkiksi asiakkaan 50 euroa maksavasta tuotteesta 25 euroa jää valmistajalle ja 25 euroa menee Yonolle. Myyntiliikettä on luonnollinen vaihtoehto silloin, kun valmistajan ja jälleenmyyjän yhteistyö on vielä alkuvaiheessa. Kun käytetään myyntiliikettä, säilyy myymättömien tuotteiden omistusoikeus kokoajan valmistajalla. Jälleenmyyjä tilittää tavarantoimittajalle myyntitulot kuukausittain.(Äyväri 2000,31.)

TUOTE	HINTA €
Valkoinen pikkumekko	69,-
Valkobeigemekko	65,-
Silkkipaitamekko	59,-
Silkkitoppi	45,-
Neulepaitamekko	59,-
Beiget pussukat	49,-
Valkoinen pussukka	44,-
Sininen pikkupussukka	32,-

Taulukko 1. Tuotteiden hinnat

6.5 Viimeistely

Huolimatta siitä, että työskentelyni on vielä varsin pienimuotoista, halusin saada tuotteilleni aikaan viimeistelyn tunnelman. Tähän kuuluivat mielestäni nimilapun lisäksi tuotteeseen kiinnitettävä riippulappu, josta asiakas saa selville valmistajan, pesuohjeet ja muun tarvittavan informaation. Halusin jatkaa ympäristömyötäistä linjaa myös riippulapun ja tuotekansion kohdalla. Minulla oli tallessa vanhempieni luota löytämiä vanhoja tapettirullia, joita nyt halusin hyödyntää.

6.5.1 Riippulappu

Idea riippulapun ulkomuodosta syntyi selaillessani Internetissä erilaisten yritysten

riippulappuja (kuva 20). Kokeilin erilaisia versioita tapetin käytöstä tuotelapun pohjana. Lopulta päädyin ompelutekniikkaan. Taittelin tapetin nelinkerroin ja tikkasin sivut kiinni. Näin lapusta tuli kaunis ja jämäkkä. Riippulappupohjan päälle liimasin paperille tulostetun tuoteinformaation. Kiinnitin kaikkiin tuotteisiini riippulapun, jossa tuotemerkin lisäksi oli hoito- ohjeet sekä hinta- ja kokomerkintä (kuva 21). Minulla ei ole kotisivuja, joten merkitsin yhteystiedoikseni sähköpostiosoitteeni, jonka loin pelkästään yrityksen käyttöön. Hoito-ohjeet merkitsin sanallisesti. Tässä vaiheessa työtä minua helpotti suunnattomasti se, että tallessa olivat vanhojen vaatteiden hoito-ohjeet. Merkitsin hoito- ohjeet sanallisesti koska symbolien käyttö on Suomessa luvanvaraista ja ellei lupaa ole hankittu hoito-ohjeet voidaan antaa vain sanallisesti. (Finatex, 2004). Suosittelin kaikille tuotteilleni pesulämpötilaksi 40°C. Käytin silitysraudassa olevia pistemerkkejä osoittamaan sopivan silityslämpötilan. Kaikkien tuotteiden kohdalla kielsin rumpukuivauksen, koska se kuluttaa niin paljon tuotetta ja energiaa. Lähes jokaiseen vaatteeseen tuli erilaiset hoito-ohjeet, joten niiden tekeminen tietokoneella oli mielestäni järkevää. Riippulapun toiselle puolelle kiinnitin pienen sanallisen yhteenvedon siitä, millaisista materiaaleista itse tuote on valmistettu. Esimerkiksi valkoisen pikkumekon kohdalla tarina oli seuraavanlainen: ”Tämän tuotteen valmistamiseen on käytetty osia neulepaidasta sekä naisten housuista. Ainoastaan vetoketju on uutena ostettu. This product is made from recycled materials.”



Kuva 20. Riippulappu ideoita

Kuva 21. Riippulappu

6.5.2 Tuotekansio

Valmistin tuotekansion yksinkertaisella menetelmällä. Kannot siihen syntyivät samaisesta tapetista, mitä käytin riippulappujenkin materiaalina. Kansion koko on puolet A4 koosta, ja sivut muodostuvat kuvatuista tuotteista. Toisin sanoen kansio koostuu päällekkäin kasatuista papereista, jotka kokoaa yhteen metallinen sydänklemmari (kuva 22). Tällainen pieni informaatiokansio on mielestäni käytännöllinen, jos joku haluaa tutustua minuun ja tuotteisiini paremmin.



Kuva 22. Tuotekansio

7 TUOSTA – TÄHÄN

Valmiit tuotteet syntyivät kuin syntyivätkin kierrätysmateriaaleista. On käytetty jätettyjä neulepaitoja, unohdettuja housuja, kangaskappaleita ja lopulta vielä projektin aikana syntyneitä pieniä kangaspalasia. Uusina ostettuja materiaaleja olivat piilovetoketjut mekkoihin ja vetoketjut pussukoihin. Valmiit asut kuvasin kotilani vanhassa navettarakennuksessa. Vanhempieni kissa Lordikin halusi osallistua kuvauksiin. Kuvien tunnelma kuvaa hyvin sitä, mitä haluan koko mallistollani viestittää. Vaikka puitteet ovat karut, luovat valmiit asut ja tuotteet pehmeää, luksuksen tunnelmaa.

Valkoinen pikkumekko kantaa tätä nykyä nimeä Jätetyistä – Ihanaksi (kuva 22). Pikkumekko on aivan oikea sana kuvaamaan tuotetta, koska se toimii oikein hyvin myös paitana tai tunikana.

Valkobeigemekko sai myös arvoisensa nimen, Unohdetuista – Mekoksi (kuva 23). Tämä mekko kävisi hyvin esimerkiksi kevään ylioppilaalle. Miesten silkkipaidasta valmistettu mekko, Miehisestä – Silkkiseksi (kuva 24) on rento, mutta samalla käyttökelpoinen niin juhliin kuin rannallekin. Silkkinen toppi, Kappaleista – Topiksi (kuva 25) käy sekin niin arkeen kuin juhlaan. Kullan ja sinisen sävyinen neulosmekko, Pehmoisista – Herkkyydeksi (kuva 26) on hyvin miellyttävä päällä ja sopii käytettäväksi niin mekkona kuin tunikanakin.

Pussukat (Kuvat 27, 28 ja 29) ovat kaikki samanhenkisiä, mutta erilaisilla vuorikankailla ja pienillä materiaalivaihteluilla niistä tuli oikein sympaattisia. Näihin pussukoihin mahtuu tarvittaessa piiloon jotain suurta tai pientä. Pussukat kantavatkin nimeä Lopuista – Piilopaikoiksi.

Lukuun ottamatta nuken päällä muotoiltua neulosmekkoa, piirsin luonnos/suunnittelukuvat valmistettavista tuotteista. (liitteet 5/1-5/4). Valmiiseen mallistoon kuului muitakin asuja. Kuusi asua jäi valmistamatta, joihin minulla olisi ollut suunnitelmat ja materiaalit valmiina (liitteet 6/1-6/6). Nämä suunnitelmat jäävät odottamaan tulevaisuuteen, ja vaikka osa niihin tarkoitetuista materiaaleista on jo käytetty, voi niihin käytettäviä materiaaleja aina vaihdella tai hankkia lisää.



Kuva 22. Jätetyistä – Ihanaksi



Kuva 23. Unohdetuista – Mekoksi



Kuva 24. Miehisestä – Silkkiseksi



Kuva 25. Kappaleista – Topiksi



Kuva 26. Pehmoisista – Herkkydeksi



Kuva 27. Lopuista – Piilopaikoiksi:Beige pussukka



Kuva 28.Lopuista – Piilopaikoiksi:Sinipussukka



Kuva 29.Lopuista – Piilopaikoiksi: Valkoinen pussukka

8 TUOSTA – TÄHÄN JA ETEENPÄIN

Projektin tavoitteena oli saada tunnettavuutta tuotemerkilleni sekä samalla kartoittaa liikeideani kannattavuutta. Mielestäni saavutin asettamani tavoitteet hyvin, koska Noora Laine hyväksyi tuotteeni myytäväksi Yono liikkeeseen. Uudella toimittajalla tulee olla hyvät ja laadukkaat tuotteet, joiden menekkiin jälleenmyyjä uskoo (Johnsson, Äyväri 1996,20). Vien tuotteeni myytäväksi toukokuun lopulla, jolloin kesäsesonki alkaa olla parhaimmillaan. Kaikki Yonossa myynnissä olevat vaatteet voivat päästä myös mukaan erilaisiin stailauskuviin, sekä mallikansioihin. Yono painattaa myös flyereita, joissa suunnittelijoiden vaatteita esitellään. Tuotteillani on mahdollisuus päästä myös erilaisiin muotinäytöksiin. Liikeideani kannattavuudesta en osaa vielä sanoa, koska tuotteet eivät ole olleet vielä myynnissä. Toisaalta se, että tuotteeni otettiin avosylin vastaan, viestii osittain siitä että niillä on mahdollisuuksia myös menestyä.

Olen aivan turhaan ajatellut yritysmaailman olevan monimutkaista ja pelottavaa. Yonossa asioidessani minulle jäi erittäin positiivinen tunne siitä, että ihmiset niitä tavaroita ostavat, tekevät ja välittävät. Neuvoja ja apua saa, kun vain osaa pyytää. Uskon liikeideani olevan realistinen, koska en pyri täysipäiväisesti elättämään itseäni tuotemerkkini avulla. Toisaalta nyt minulla on mielestäni turvalliset lähtökohdat lähteä kehittämään toimintaani eteenpäin. Olen projektin aikana myös huomannut itsessäni pieniä yrittäjän elkeitä. Isäni on yrittäjä ja koko perheeni on ollut hänen toiminnassaan aina tiiviisti mukana. Tutustuessani tämän projektin aikana yritysmaailman kirjallisuuteen huomasin sen vievän minut täysin mukanaan.

8.1 Projektin onnistuminen

Luvussa neljä käsittelemäni päätekijät on tässä vaiheessa hyvä miettiä uudelleen. Kaikki nuo neljä asiaa: Ympäristömyötäisyys, kaupallisuus, esteettisyys ja laadukkuus tulivat mielestäni hyvin esiin työssäni. Oikeastaan kaikki nuo yhdessä saavat aikaan luksuksen tunteen. Kun nyt peilaan työtäni Danzigerin viiteen paradigmaan luksusbrändäyksen periaatteista, huomaan että jatkossa joihinkin asioihin on kiinnitettävä erityistä huomiota.

1. *Luksusbrändin on kyettävä laajentumaan:* Tuotemerkkini voisi aivan hyvin laajentua

elämän eri osa-alueille. Tällä hetkellä valmistan naistenvaatteita ja pussukoita. Ei ole poissuljettua että valmistaisin myös erilaisia naistenlaukkuja sekä koruja. Myös kodintekstiilit kiinnostavat, ja olen joitain tehnytkin omaan käyttööni. Kierrätettyä tekstiiliä löytyy joka lähtöön, aina nahasta virkattuihin päiväpeittoihin. Koska olen oman tyylini löytänyt, voisi se kannatusta saadessaan hyvinkin laajentua.

2. Luksusbrandin on kerrottava tarina: Jo tuotemerkkini kertoo eräänlaista tarinaa. Tätä tulisi kuitenkin vielä kehittää ja viedä eteenpäin. Hienosen mukaan tulevaisuuden tuotteiden menestys riippuu paljolti siitä, kuinka yritys osaa tunnistaa kuluttajien tunteita ja aistimuksia. Tärkeää on myös kertoa tarinoita ja myydä niitä. (Hienonen 2008, 7.) Ehkä voisin kertoa tuotteen tarinasta vielä informatiivisemmin, esimerkiksi liittämällä riippulappuun kuvia vaatteista, jotka ovat muuttuneet uudeksi tuotteeksi. Tämä lisäisi tuotteen uskottavuutta.

3. Tuotteen on oltava merkittävä käyttäjälleen: Tarpeita luodaan markkinoimalla tuotetta, näin ollen markkinointia tulisi tehostaa. Internet sivut ja mittava blogi elämästäni ja tuotteistani edesauttaisivat sitä että tuotteeni ”heräisivät elämään”. Olisi myös tärkeää osallistua erilaisiin tapahtumiin ja olla mukana messuilla. Hyvänä esimerkkinä mainittakoon eettisen kuluttamisen viikot Helsingissä.

4. Brandin arvojen tulee olla yhteneväiset kuluttajan arvojen kanssa: Omat arvoni eivät ehkä kuitenkaan ole sieltä vihreimmästä päästä. Pysynkö valitsemallani linjalla, vai tulisiko minun kiinnittää tulevaisuudessa vielä enemmän huomiota ympäristömyötäisyyteen? Riittääkö se, että saan inspiraationi kierrätetyistä materiaaleista, takaamaan tuotteideni ekologisuuden?

5. Tuotemerkin on oltava toimiva ja tuotava lisäarvoa kuluttajalle: Meikkipussini ovat mielestäni oikein toimivia ja kauniita. Kun naisen jokapäiväiset kauneudenhoitotuotteet pysyvät piilossa ihanassa pussukassa, tuntee nainen itsensä varmasti ainutlaatuiseksi. Meikkipussi on käytössä useimmiten kuitenkin päivittäin. Muutaman vaateen kohdalla tulisi miettiä uudelleen materiaaliratkaisuja (muun muassa silkin ja sekoitekankaan käyttö samassa asussa). Vaatteiden laadullista puolta tulisi myös jatkossa parantaa.

8.2 Tulevaisuus

Toimintani jatkamista varten uskon pidättäytyväni jo olemassa olevissa malleissa. Tuotteiden menekki kertoo sen, mitkä malleista menestyvät ja mitkä eivät. Tulen valmistamaan tuotteita myös tilauksesta eri koissa, mutta materiaalien vuoksi jokainen asu on silti uniikki. Koska nyt olen valmistanut prototyypit, uskon tulevaisuudessa itse valmistamisen olevan nopeampaa. Mallit ovat kuitenkin suhteellisen yksinkertaisia ja apuna voin käyttää muistiinpanojani siitä, kuinka mikin vaate rakennetaan. Harmikseni en tehnyt töistä kunnollisia työjärjestyksiä, mutta toisaalta työjärjestys muuttuu aina, kun hankitut materiaalit muuttuvat. Pussukoiden työjärjestykset on kirjattuna ylös, sillä niistäkin onnistui kunnolla vain ne viimeisimmät versiot.

Seuraava askel projektin jälkeen on hankkia lisää materiaalia. Koska tiedän, millaista materiaalia tarvitsen (silkit ja naiselliset kankaat), uskon löytäväni niitä hyvin. Minun on keksittävä, kuinka saisin materiaalien hankintaa tehostettua. Koska suunnitteluni lähtee etenemään hyvin pitkälti materiaalit nähdessäni, on tämä mielestäni hankalaa. Toisaalta miesten silkkisiä kauluspuseroita löytyy joka paikasta. Samoin kukallisia huiveja pussukoihin, korkeavyötäröisiä housuja mekkoihin ja silkkineulospuseroita/neulospuseroita yläosiksi. Mikäli nämä mallit saavat kannatusta osakseen, voin ensimmäiseksi delegoida kyseisten vaatekappaleiden bongauksen jollekin ystävälleni. Minun tulisi myös hyödyntää esimerkiksi Helsingin kierrätyskeskuksen ilmaistorin antimet, sekä käydä Helsingissä kerran vuodessa järjestettävässä kierrätystehdas-tapahtumassa. Sieltä löytyy muun muassa tavaratori, mikä toimii "tuo tai vie" -periaatteella: ilman rahaa, ilman välikäsiä. Täytyy muistaa, etten pyri saamaan aikaan suuria määriä tuotteita, mutta jos kysyntää on, valmistan niitä niin paljon kuin ehdin. Laatu tulee kuitenkin ennen määrää.

Investoinnit kuuluvat nekin suunnitelmaani. Jos tuotteilleni on kysyntää, joudun vaihtamaan vanhan ompelukoneeni uuteen ja parempaan. Kunnollinen saumuri kuuluu sekin ostoslistalleni. Paremman silitysraudan hankkiminen on ollut listalla jo pidempään. Tällaiset investoinnit kuuluisivat joka tapauksessa elämäni, joten tuntuu vaikealta liittää ne yritystoimintaan. Hankin sitten kerralla kunnolliset, joista on hyötyä pitkään. Koska minulla on toiminimi, saan vähennettyä ostamani tuotteet verotuksessa.

Aion myös perehtyä vielä syvemmin yritysmaailman saloihin. Markkinointi ja käsityöyrittäjyys ovat mielenkiintoisia asioita, jotka olisi ihanaa osata ja hallita. Minun tulee myös opetella lisää asioita liittyen toiminimeen ja omaan yritykseen. Mikäli tuotteeni saavat kannatusta, on harkittava myös jälleenmyyntipisteiden määrän lisäämistä. Suomessa on useita yrityksiä, jotka sopisivat tuotteideni jälleenmyyjiksi, esimerkkinä mainittakoon Mereija ja Secco Shop Helsingissä, Non Boutique Oulussa sekä Supermukava-liike Tampereella.

9 POHDINTAA

Anttilan mukaan jokainen muotoiluprosessi tuottaa kokemuksia, joita voi soveltaa uusiin työtehtäviin (Anttila 1992,209). Tulevaisuuden kannalta opinnäytetyön tekeminen oli minulle suureksi hyödyksi. Olen oppinut paljon uutta, sekä saanut uutta rohkeutta luottaa itseeni ja omiin kykyihini. Uskon että myös toisen alan koulutus on tuonut eräänlaista rohkeutta elämään tässä hetkessä ja ottamaan siitä kaiken irti. Erityisen tyytyväinen olen siihen, että hankin yhteistyöyrityksen ja sain sitä kautta tuotteeni markkinoille.

Olen tyytyväinen siihen, että otin koko opinnäytetyön prosessin vastaan itsekkäästi niin, että halusin sen hyödyttävän minua mahdollisimman paljon. Työstä ei tullut vain työ muiden joukossa, jotain mikä pian unohtuisi laatikon pohjalle. Opinnäytetyö antoi minulle eväitä tulevaisuutta varten. Täydellistä siitä ei tullut, mutta työskentely oli hyvin opettavaista.

Onnistuneessakin työssä on aina jotain parannettavaa. Kohdallani sitä olisi erityisesti ollut vaatteiden valmistuksen huolellisuudessa ja suunnitelmien loppuun asti viemisessä. Joidenkin mallien kohdalla oli ompelukone käynnissä jo ennen kuin täysin tiesin mitä vaatteesta oli syntymässä. Vaatteiden kokohaitaristakaan ei tullut sitä mitä halusin, koska hankitut materiaalit määräsivät lopullisten tuotteiden koot. Vaikka tiesin, etteivät koot XS tai S tulisi myymään, tuli vaatteista silti liian pieniä (koko S-M). Tulevaisuudessa tulisikin ottaa huomioon se, että hankittavat materiaalit/vaatekappaleet olisivat riittävän suuria. Purkamista tuli joidenkin mallien kohdalla paljon, eikä erilaisten materiaalien yhdistäminen toisiinsa aina onnistunut toivotulla tavalla. Minun olisi pitänyt olla myös

enemmän yhteydessä ulkopuoliseen ohjaajaani Nooraan. Vaikka näytin hänelle luonnoksiani projektin alussa, olisin voinut kysellä vielä tarkemmin, millaiset mallit hänen mielestään menisivät kaupaksi. Nooraa haastatteleamalla olisin myös hankkinut erittäin arvokasta tietoa yrityselämästä ja samalla saanut palautetta suunnitelmistani. Ehkä asiaan vaikutti se, että halusin nimenomaan testata sitä, miten omannäköiseni tuotteet miellyttäisivät muita.

Vaikka ensimmäinen mallistoni on hyvin hillitty ja todella omannäköiseni, uskon tulevaisuudessa valmistavani myös hieman erilaisia tuotteita. On kausia, jolloin erilaiset värit, muodot ja materiaalit miellyttävät silmää enemmän kuin toiset. Uskon käyttäväni tässä projektissa minulle uutena asiana mukaan tullutta neulosta myös vastaisuudessa. Vasta nyt olen herännyt huomaamaan, kuinka paljon neulosmateriaalia onkaan saatavilla. Neulos on myös siitä edullinen materiaali, että se joustaa ja käy näin monenlaisille vartalotyypeille.

Kohderyhmääni kuuluivat 17-50 vuotta vanhat naiset. Vaikka toivonkin mahdollisimman monen kiinnostuvan tuotteistani, uskon silti todellisen kohderyhmän olevan iältään nuorempi. Meikkipusseja voi ostaa ja käyttää kuka tahansa, mutta pikkuriikkistä minimekkoa ei jokainen päällensä pue. Tulevaisuudessa voisin ajatella valmistavani myös hieman rennompia ja peittävämpiä asuja.

Opinnäytetyöprojekti oli arjessani kokoajan hyvin tiiviisti läsnä. Kun vapaa aikaa oli, käytin sen projektia tehdessäni. En oikeastaan enää erottanut vapaa aikaani ja opinnäytetyön tekoa toisistaan. Voisin kuvitella että yrittäjäyys on hyvin paljon tämänkaltaista toimintaa. Ihminen tekee sitä, mistä hän tykkää. Näin asian ainakin kuuluisi olla. Nautin suunnattomasti siitä, että minulla on monta rautaa tulella ja kalenteri täynnä kirjoitusta. Vaikka aikatauluni oli tiukka, sain mielestäni paljon aikaa ja kaiken aikaa tekemisessä oli mukana se ainainen riemu, mikä syntyy vain siitä kun näkee tuotteen muuttuvan Tuosta – Tähän.



Kuva 30. Minä ja Lordi

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet:

Anttila, Pirkko 1992: Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet. Helsinki. WSOY

Black, Sandy 2008: Eco-chic the fashion paradox. United Kingdom. Black dog publishing.

Blanchard, Tamsin 2007: Green is the new black. United Kingdom. Hodder & stoughton general division.

Danziger, Pamela N. 2005: Let Them Eat Cake: Marketing Luxury to the Masses Publishing. - As well as the Classes. Chicago: Dearborn Trade.

Fletcher, Kate 2008: Sustainable fashion & Textiles. Design journeys. United Kingdom. Earthscan.

Hienonen, Kati 2008: Suomalaisen designin uudet mielentilat. Keuruu. Otavan kirjapaino.

Hienonen, Kati 2009: Uuden vuoden näkijät. Gloria 1, 27.

Iivonen Leila, Suomäki Pekka 2000: Kierrätyskirja. Korpilahti. Pohjois-Päijänteen kansalaisopisto.

Johnsson, Raoul 1999: Käsityöyrityksen tuotanto. Helsinki. Käsi ja taideteollisuusliitto ry.

Johnsson Raoul, Äyväri Anne 1996: Taito tuottamaan. Menestyvä käsityöyrittäjä tutkimus.

Helsinki. Käsi ja taideteollisuusliitto ry.

Karjalainen, Lasse 1998:Taito tuottamaan. Käsiyöyrityksen talous. Helsinki. Käsi ja taideteollisuusliitto ry.

Lampinen, Leena 1994: Penninvenyttäjän vaateaatteet. Marttaliitto. Helsinki. Art-Print.

Naukkarinen, Ossi 2008:Maailma paremmaksi - tyyllillä. Teoksessa Kaikesta jää jälki. Puheenvuoroja ympäristöä säästävistä valinnoista. Toim. Anja Portin. Helsinki. Otava. 251-275.

Paakkunainen, Riikamaria 1995:Vaatteiden ympäristöhaitat - miten suunnittelija voi vaikuttaa. . Helsinki. Taideteollinen korkeakoulu.

Pekkala, Juhani 2009:Uuden vuoden näkijät. Gloria 1, 27.

Perälä Jonna, Pylvänäinen Jenni 2007: Ilomieli ekodesign vaate ja asustemallisto kierrätysmateriaaleista. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Portin, Anja 2008:Hylätystä materiaalista raaka- aineeksi. Teoksessa Kaikesta jää jälki. Puheenvuoroja ympäristöä säästävistä valinnoista. Toim. Anja Portin. Helsinki. Otava. 264-265.

Puustinen, Tero 2004: Avain omaan yritykseen. Helsinki. Otavan kirjapaino.

Ritala, Päivikki 2002: Näkykö eko? Muotoilijoiden haastatteluja. Teoksessa: Susann Vihma (toim.): Kestävä muotoilu. Ympäristömyötäisyys tuotesuunnittelussa.

Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja, F 24. Helsinki, 25,29.

Rope Timo, Methner Jari 2001:Tavoitteena menestysbrändi- onnistu mielikuvamarkkinoilla. Helsinki:Wsoy Bookwell Oy.

Sarén, Hanna.2009: Hyvä leikkaus. Trendi 1,31

Suojanen Ulla, 1997:Vihreät tekstiilit 2. uudistettu laitos. Helsinki. Yliopistopaino.

Työvoima ja elinkeinokeskus 2006:Yrityksen Perustamisopas- Käytännön perustamistoimet. Edita prima Oy. Helsinki.

Väre, Anu 2005:Trendin 5 askelta. Muoto 6, 30-31.

Äyväri, Anne 2000:Taito tuottamaan. Käsityöyrityksen markkinointi. Helsinki. Käsi ja taideteollisuusliitto ry.

Internet-lähteet:

Anttila, Ketsia 2008:Luksuksen syvin olemus.

Saatavissa: <http://www.mtv3.fi/helmi/hyvinvointi/luksusta/luksusta.shtml?642147>

[Viitattu 19.2.2009]

Anttila, Pirkko 2008:Opinnäytetyöseminaari.

Saatavissa: <http://www.chydenius.fi/yksikot/pdf/anttilan-kalvot> [Viitattu 20.2.2009]

Anttila, Pirkko 2009:Tekeminen ja tutkiva toiminta.

Saatavissa: www.ramk.fi/includes/file_download.asp?deptid=953&fileid=9135&file=20051110100414.ppt [Viitattu 20.2.2009]

Schrey, Suvi 2008:”Siinä on niinku imago, et sit se on luksusta kun kellään muulla ei oo sitä”. Tutkimus luksuspukeutumisen merkityksistä nuorille. Pro gradu- tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta.

Saatavissa: https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/18562/URN_NBN_fi_jyu-200806025385.pdf?sequence=1

[Viitattu 2.4.2009]

Lehtinen, Heini 2006.Espanjan auringon alla: Cecilia Sörensen

Saatavissa: http://www.fashionfinland.com/fi/henkilot/artikkeli/espanjan_auringon_alla/

[viitattu 17.3.2009]

Emmeline 4 re

Saatavissa: <http://www.emmeline4re.co.uk/>

[viitattu 8.4.2009]

Tietoa tekstiilien hoito-ohjeista

Saatavissa:<http://www.finatex.fi/html/hoito.html>

[Viitattu 14.4.2009]

Goodone

Saatavissa: <http://www.goodone.co.uk/>

[Viitattu 17.3.2009]

Ilomieli Ekodesign

Saatavissa: <http://www.ilomieli.com/>

[Viitattu 17.3.2009]

Jonosta tuli Yono

Saatavissa:<http://www.turunsanomat.fi/talous/liite/?ts=1,3:1018:0:0,4:18:72:1:2007-03-27,104:18:448048,1:0:0:0:0:0:> [Viitattu 19.2.2009]

Kankala Taru, Latva -Salo Minna, Ronkainen, Maiju 2007:Vihreä vastaisku. Turun kauppakorkeakoulun ylioppilaskunnan lehti Kyliste

Saatavissa: http://www.tuky.fi/files/kyliste_507_netti_0.pdf [Viitattu 19.2.2009]

Kohti kestäviä valintoja, 2006:Kansallisesti ja globaalisesti kestävä suomi. Kansallinen kestävä kehityksen strategia. Suomen kestävä kehityksen toimikunnan asettaman strategiaryhmä. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 5/2006. Helsinki, valtioneuvoston kanslia.

Saatavana:[http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=53983lan=fi.](http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=53983lan=fi) [7.3.2009]

Kujanen, Katja 2008:Mondo- matkalla Suomessa

Saatavissa: http://www.mondo.fi/country_destination/79/view_story/3438 [Viitattu 19.2.2009]

Lukkala, Seija 2008:Kauppalehti Vip. Itsekkydestä vastuullisuuteen

Saatavissa: <http://www.digipaper.fi/vip/8141/index.php?pgnumb=16>
[Viitattu 16.3.2009]

Mattila Pekka, 2008:Ylellisyys, luksus saa näkyä.

Saatavissa: http://www.aamulehti.fi/sunnuntai/teema/asiat_paajutut/6823037.shtml
[Viitattu 16.3.2009]

Media Lab Helsinki. 1995-2003:Polut- tietoa designoppimisesta. Luonnostelu.

Saatavissa: http://mlab.taik.fi/polut/Design/lisatieto_luonnostelu_visualisointi.html
[Viitattu 23.3.2009]

Minna

Saatavissa: <http://www.vihreatvaatteet.com/niin-kevytta-niin-vihreaa-minna/>
[Viitattu 17.3.2009]

Nurmi, Anniina 2008: Vihreät vaatteet

Saatavissa: <http://www.vihreatvaatteet.com/mika-tekee-vaatteesta-vihrean/>
[Viitattu 17.3.2009]

Pantzar Mika, 2008:Ylellisyys, luksus saa näkyä.

Saatavissa: http://www.aamulehti.fi/sunnuntai/teema/asiat_paajutut/6823037.shtml
[Viitattu 16.3.2009]

Recycled clothing

Saatavissa: <http://www.fashion-conscience.com/ethical.asp?ID=cA%3D%3D>
[Viitattu 17.3.2009]

Rytilahti, Piia 2007:Suomalainen luksus. Lapin yliopistojen yhteisölehti Kide 5/2007

Saatavissa:

http://www.ulapland.fi/includes/file_download.asp?deptid=8079&fileid=11896&file=20071107151035.pdf&pdf=1

[Viitattu 31.3.2009]

Räsänen, Jenni 2007:Haastetta kerrakseen! Erityisryhmien tarpeet& kierrätysmateriaalin hyödyntäminen tekstiili- ja vaatesuunnittelussa. Mari Pursiainen(toim).2007. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja c32. Lapin yliopisto, Rovaniemi. Katsauksia ja puheenvuoroja. Saatavissa:

http://www.ulapland.fi/includes/file_download.asp?deptid=23155&fileid=12534&file=20080130130637.pdf&pdf=1

[Viitattu 17.3.2009]

Suojanen Sami, 2008: Ylellisyys, luksus saa näkyä.

Saatavissa: http://www.aamulehti.fi/sunnuntai/teema/asiat_paajutut/6823037.shtml

[Viitattu 16.3.2009]

Vihreä konsti

Saatavissa: http://www.mindcom.fi/vihreakonsti/maksi/4_3.htm

[Viitattu 18.3.2009]

Yono

Saatavissa: <http://www.yono.fi/etusivu01.htm>

[viitattu 25.3.2009]

KUVALUETTELO

Kuva 1. Viitekehys

Kuva 2. Yono

Kuva Saatavissa:<http://www.mielikuvituskirahvi.net/myyjat.php>

[Viitattu 19.2.2009]

Kuva 3. Elämäntapataulu

Kuva 4. Omaa luksustani, kuvat: Jonna Schroderus

- Kuva 5. Kierrätysmateriaaleja käyttäviä yrityksiä
- Kuva 6. Nimiluonnoksia
- Kuva 7. Nihilappu
- Kuva 8. Catwalk kesä 2009
- Kuva 9. Materiaalit
- Kuva 10. Ensimmäisiä luonnoksia
- Kuva 11. Pesuprosessia
- Kuva 12. Suunnitelmia
- Kuva 13. Lisää suunnitelmia
- Kuva 14. Valkoinen pikkumekko
- Kuva 15. Valkobeigemekko
- Kuva 16. Silkkipaitamekko
- Kuva 17. Silkkitoppi
- Kuva 18. Neulepaitamekko
- Kuva 19. Materiaaleja
- Kuva 20. Riippulappuideoita
- Kuva 21. Riippulappu
- Kuva 22. Jätetyistä – Ihanaksi
- Kuva 23. Unohdetuista – Mekoksi
- Kuva 24. Miehisestä – Silkkiseksi
- Kuva 25. Kappaleista – Topiksi
- Kuva 26. Pehmoisista – Herkkyydeksi
- Kuva 27. Lopuista – piilopaikoiksi: Beige pussukka
- Kuva 28. Lopuista – piilopaikoiksi: Sinipussukka
- Kuva 29. Lopuista – piilopaikoiksi: Valkoinen pussukka
- Kuva 30. Minä ja Lordi, kuva: Jouko Schroderus

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Tuotteiden hinnat

LIITELUETTELO

Liite 1. Yonon tarjontaa

Liite 2. Moonboard

Liite 3. View värikartta

Liite 4/1. Luonnoksia 1

Liite 4/2. Luonnoksia 2

Liite 4/3. Luonnoksia 3

Liite 5/1. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Jätetyistä – Ihanaksi

Liite 5/2. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Unohdetuista – Mekoksi

Liite 5/3. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Miehisestä – Silkkiseksi

Liite 5/4. Luonnoskuvat valmistetuista asuista: Kappaleista – Topiksi

Liite 6/1. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Erilaisista – Sopusointuun

Liite 6/2. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Hylätyistä – Naisellisiksi

Liite 6/3. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Menneistä – Tähän

Liite 6/4. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Neuloksista – Upeiksi

Liite 6/5. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Hylätyistä – Sielukkaiksi

Liite 6/6. Luonnoskuvat muista mallistoon kuuluvista asuista:

Viimeisistä – Hulmuaviksi

YONON TARJONTAA

Liite 1



MOONBOARD

Liite 2



VIEW VÄRIKARTTA

Liite 3



(Textile View Magazine Issue 83 2008, 121)

LUONNOKSIA 1

Liite 4/1



LUONNOKSIA 3

Liite 4/3



LUONNOSKUVAT VALMISTETUISTA ASUISTA

Liite 5/1

Jätetyistä – Ihanaksi



LUONNOSKUVAT VALMISTETUISTA ASUISTA

Liite 5/2

Unohtetuista – Mekoksi



Unohtetuista - Mekoksi

LUONNOSKUVAT VALMISTETUISTA ASUISTA

Liite 5/3

Miehisestä – Silkkiseksi



LUONNOSKUVAT VALMISTETUISTA ASUISTA

Liite 5/4

Kappaleista – Topiksi



Erilaisista - Sopusointuun



Erilaisista - Sopusointuun

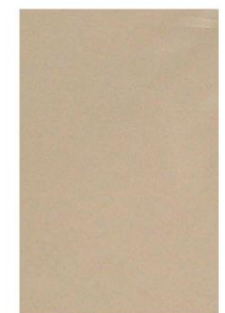
Hylätyistä - Naisellisiksi



LUONNOSKUVAT MUISTA MALLISTOON KUULUVISTA ASUISTA

Liite 6/3

Menneistä – Tähän



Neuloksista – Upeiksi



Hylätyistä – Sielukkaiksi



Viimeisistä – Hulmuaviksi



