



Uudisasuntotuotannon kehitys- ja modernisointiprojekti rakennusliikkeelle

Anu Jääskeläinen

Sisustusarkkitehtuuri ja kalustemuotoilu

TIIVISTELMÄ

Savonia-ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyö tiivistelmä

Koulutusala:	muotoilu
Koulutusohjelma:	sisustusarkkitehtuuri ja kalustemuotoilu
Työn tekijä:	Anu Jääskeläinen
Työn nimi:	Uudisasuntotuotannon kehitys- ja modernisointiprojekti rakennusliikkeelle
Päiväys:	13.4.2017
Sivumäärä/liitteet:	100 / 1
Ohjaaja:	Heikki Nevalainen
Toimeksiantaja:	Pohjola Rakennus

Tiivistelmä

Opinnäytetyö on tehty Pohjola Rakennus Oy:lle. Työ toteutettiin kehitysprojektina kolmelle loppuasiakasryhmälle: uuden sukupolven asunnon ostajat, muutostöiden tekijät ja sijoittaja-asiakkaat.

Tavoitteena oli luoda asiakasyritykselle uusia keinoja ja ideoita uudisasuntotuotannon kehittämiseen. Pääpaino oli pienten asuntojen tehokkaassa tilankäytössä. Työn lopputuloksena toteutettiin konsepti, jolla asunnon myytävyyttä ja markkinoilla erottuvuutta kilpailijoihin nähden pyrittiin parantamaan.

Konseptin kehittämisessä otettiin huomioon sen toteuttamiskelpoisuus ja tarve tämän hetkisillä asuntomarkkinoilla. Suurimmat kokonaisuudet olivat konfiguraattorisivuston esittelymateriaali sekä siihen liittyvä tyyllilajien hahmottelu. Opinnäytetyöraportissa käsitellään konseptitoteutuksen lisäksi kehitysprojektin osa-alueita kokonaisuudessaan.

Avainsanat konfiguraattori, sisustusarkkitehtuuri, uudisasuntotuotanto, räätälöinti, personointi, sisustustyyli, kehityshanke

ABSTRACT

Savonia University of Applied Sciences

Thesis

Field of Study:	design
Degree Programme:	interior architecture and furniture design
Author:	Anu Jääskeläinen
Title of Thesis:	Interior design project for new housing production
Date:	13.4.2017
Pages/Appendices:	100 / 1
Supervisor:	Heikki Nevalainen
Client Organisation / Partners:	Pohjola Rakennus

Abstract

The thesis has been done for Pohjola Rakennus Oy as a development project for the group of three different end customers: a new generation of buyers, buyers with the intention of modification and property investors.

The aim of the work was to create new means and ideas for Pohjola Rakennus Oy in the new housing industry. The target was to develop usability of small apartments. As a result of the work, a concept which improves marketability and visibility on new housing market was created.

The focus in concept developing was viability and needs on presently the markets. The largest entities were the presentation material of the configurator and the style genres related to it. In addition, the implementation of the concept and areas of whole development process.

Keywords configurator, interior architecture, tailor, personalization, interior design styles, development project

ESIPUHE

Sain toteuttaa opinnäytetyöni unelma-aiheesta. Suuret kiitokset luottamuksesta Pohjola Rakennuksen aluejohtaja Risto Pennanen ja projektipäällikkö Pasi Porento. Kiitokset opettaja Jaakko Laukkaselle mielipiteistä ja neuvoista sekä ohjaavalle opettajalleni Heikki Nevalaiselle. Kiitos Jaakko ja Lyyli pitkämielisyydestä.

30.3.2017 Kuopiossa

Anu Jääskeläinen

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	8
2. TIEDONHANKINTA	9
2.1 Teoreettinen tausta	9
2.2 Taustatietoa aiheesta	11
2.2.1 Suomalainen asuminen	11
2.2.2 Tuotannon vai asukkaiden ehdoin?	13
2.2.3 Markkinat nyt	14
2.2.4 Tulevaisuuden asuminen	15
2.3 Käyttäjryhmien analysointi	18
2.3.1 Ostajaryhmät ja heidän vaatimuksensa	19
2.3.1.1 Uusi ostajasukupolvi	19
2.3.1.2 Muutostöiden teettäjät	19
2.3.1.3 Sijoittajat	19
2.3.2 Ostokäyttäytyminen	20
2.4 SÄÄDÖKSET JA IPR	20
2.4.1 Esteettömyyden haasteet	20
2.4.2 Mallisuoajat	21
3. SUUNNITTELUPROSESSI	22
3.1 Projektisuunnitelma ja –toteuma	22
3.2 Lähtökohdat ja tavoitteet	23
3.2.1 Tekniset lähtökohdat suunnitteluun	24

3.2.2 Hyödyt yritykselle	25
3.2.3 Hyödyt loppuasiakkaille	26
3.3 MATERIAALIT JA VARUSTEET	27
3.4 LUONNOSTELUVAIHE	29
3.4.1 KALUSTEET JA TILARATKAISUT	30
3.4.1.1 Kiinteät kalusteet pienissä asunnoissa	30
3.4.1.2 Minikeittiöt	31
3.4.1.3 Muunneltavat kalusteet	32
3.4.1.4 Irtokalusteet	34
3.4.2 Layoutit	34
4. KONSEPTIN KEHITTELY	35
4.1 Konfiguraattori	35
4.1.1 Konseptisuunnittelun osa-alueet	37
4.1.1.1 Käytännön toimivuus ja soveltuvuus	37
4.1.1.2 Sisältö	37
4.1.1.3 Tyylien ja värimaailmojen nimet	38
4.1.1.4 Graafinen suunnittelu ja typografia	38
4.1.1.5 Kuvien käyttö	73
4.1.1.6 Visualisoinnit	73
4.2 Brändäys ja mielikuvamarkkinointi	74
4.3 Prosessikaaviot	76

4.3.1	Prosessikaavio asiakkaan polusta	76
4.3.2	Prosessikaavio sisäisestä tiedonkulusta	77
4.4	Tyylisuunnat	78
4.4.1	Tyylilajien soveltuvuus kohderyhmille	87
4.4.2	Tyylilajien materiaalit	89
4.4.3	Värit	94
4.5	Muunneltavuus eri rakennuskohteisiin	94
4.6	Toteutuksen hinnan muodostuminen	95
5.	PROSESSIN ANALYSOINTI	95
6.	POHDINTA	96
	LÄHTEET JA TUOTETTU AINEISTO	97
	LIITE 1 Konfiguraattorin sivu-layoutit	100

1. JOHDANTO

Kiinnostukseni uustuotannon kehittämistä kohtaan konkretisoitui opinnäytetyöaiheeksi asiakasyrityksen löydyttyä. Opinnäytetyön toteutus tehtiin uusasuntotuotannossa toimivalle yritykselle, Pohjola Rakennukselle. Perheyritys on perustettu vuonna 1989. Yritys on toiminnut eri puolella Suomea. Yrityksellä on toimipiste myös Kuopiossa, jossa se on toiminut opinnäytetyön aloituksen aikoihin noin 7 kuukautta. (Pennanen 2016-11-28).

Opinnäytetyön aiheena on kehitysprojekti, jossa haettiin uusia keinoja erottua uusasuntotuotannossa kilpailijoista ja kehittää uusia keinoja tulevien ostajasukupolvien tarpeita vastaavaksi. Lisäksi haluttiin tuoda asiakkaan ostopäätöstä helpottavaa informoivaa materiaalia asiakasyrityksen käyttöön. Toiveena oli, että käytössä olisi hyvät perusvaihtoehdot, jotta muutostyöhön liittyvää työtä saataisiin vähennettyä. Vaihtoehtoja tulisi löytyä erilaisille ostajille. Lisäksi aiheen puitteissa ideoitii keinoja pienten asuntojen tilaa säästäviin ratkaisuihin ja mahdollisesti tilojen muunneltavuuteen/monikäyttöisyyteen. Aiheessa sivutaan myös kiintokalusteita. Mitkä ovat kiintokalusteiden osalta nykyiset ja tulevaisuuden tarpeet? Onko perin-

teinen pystykaappi se paras vaihtoehto vai olisiko elämäntilanteen mukaan muokattava järjestelmä toimivampi? Onko kodeissa tarvikkeita, joille ei löydy paikkaa mistään?

Työprosessissa käsiteltiin kaikkia yllä mainittuja osa-alueita ainakin luonnosvaiheeseen saakka. Lopullinen asiakastyö muotoutui prosessin edetessä asiakkaan tarpeiden mukaisesti konseptin esitysmateriaalin toteutukseksi.

Miksi tämä aihe?

- Luo yritykselle kilpailuetua ja erottuvuutta markkinoilla
- Helpottaa myyntiä ja lyhentää myyntiaikoja
- ”Perusasuntoon” tehtävät erilliset muutostyöt saattavat tuntua hintavilta ja siten estää kaupat
- Ostajan on helpompi hahmottaa ostettavia tiloja ja niihin soveltuvia materiaaleja

Ongelmana on se, että uusasuntoja ei kaikissa potentiaalisissa ostajaryhmissä pidetä ensimmäisenä vaihtoehtona – usein ensimmäiseksi katsotaan käytettyjä asuntoja, jotka ovat joko remontoitu mieleiseksi tai ne voi itse remontoida oman

maun mukaan. Mielestäni uuskohteiden tulisi olla niin houkuttelevia ja aikaansa seuraavia, että ne olisivat pääsääntöisesti aina ensimmäinen vaihtoehto asuntoa hankittaessa. Vasta uudiskohteen jälkeen tulisi mietintään muut vaihtoehdot, edullisemmat tai vanhemmat vaihtoehdot. Toki jokaisella ostajaehdokkailla on omat mieltymyksensä (esim. vanhat puutalot), mutta suomalaisilla ihmisillä on Anneli Junton tutkimusten mukaan yleisesti kiinnostus uuteen. Lukemassani artikkelissa kerrotaan, että *suomalaisista löytyy myös piirre, joka poikkeaa muista. Se on Junton mukaan uutuuuden ihannointi. –Uutuuden kiilto viehättää meitä* (Koivuniemi 2014). Siitäkin huolimatta osalla ihmisistä ei ole mahdollisuutta tai kiinnostusta odottaa asunnon valmistumista, mutta jo valmistuneissa uudiskohteissa voi olla heillekin jo valmiita asuntoja tarjolla.

Menetelmänä opinnäytetyössä on käytetty käyttäjälähtöistä suunnittelua ja opinnäytetyön toteuttamistapa on muotoiluprosjekti. Muotoiluprosjektissa käytän yhdistelmämuotoilijan koulutuksessa saamastani osaamisesta ja hyödynnän aiempaa työkokemustani myynnin ja markkinoinnin osalta.

2. TIEDONHANKINTA

Tässä osiossa käyn tarkemmin läpi taustoja aiheen ympäriltä. Sitä, miten suomalaiset asuvat nyt ja miten he asuvat tulevaisuudessa. Käyn läpi prosessin aikataulutuksen ja tutustun tarkemmin loppuasiakkaisiin.

2.1 Teoreettinen tausta

Opinnäytetyön tekemiseen käytettävät ohjelmistot ovat mallinnuksessa ArchiCAD ja Rhinoceros. Visualisointikuvien tekemisessä käytin KeyShotia ja Photoshopia. Taittamisessa käytin InDesignia ja grafiikan tekemiseen Illustratoria. Työn edessä käytin mukana myös Officeen ohjelmia.

Opinnäytetyö tehdään oikealle asiakasyritykselle, joten toteutuksessa pidetään voimakkaana ohjenuorana asuntojen myytävyyden ja houkuttelevuus asuntomarkkinoilla.

Riskit ja haasteet

Opinnäytetyön aiheen osalta tunnistin seuraavan kaltaisia riskejä ja haasteita.

Mikäli opinnäytetyöprojektin avulla saavutetaan uutta ostajakuntaa, jolla on korkeammat vaatimukset ostettavasta kohteesta, vaarana voi olla, että muutostöiden määrä ei

tule nykyisestä vähenemään. Toisaalta näin tapahtuessa on saatu myös uutta asiakaskuntaa, ja silloin tavoite saavutetaan toisesta näkökulmasta.

Toisena haasteena on muutosten hinta. Perusmateriaalivaihdokset ja niiden sijoittelu ei sinällään maksa nykyistä enemmän, mutta muunneltavat rakenteet ja yksilölliset kiintokalusteet tulevat maksamaan enemmän etenkin alkuvaiheessa, kun poikkeavia suunnitelmia ja rakennelaskelmia tulee tehdä. Myös osa materiaalivaihdoksista voi kustantaa enemmän, esim. lasiseinät ja mikrosegmentti tai vastaava pinnoite. Toisaalta erilaisissa vaihtoehdoissa voidaan päästä samaan hintaluokkaan työmäärän vähentyessä rakennuskohteessa.

Eri asunto- ja valintavaihtoehtojen lukumäärän määrittelemisessä on omat haasteensa. Vaihtoehtojen tulee olla kattavia, mutta niiden työllistävä vaikutus täytyy pitää maltillisena. Sopivasta määrästä on helppoa valita itselle paras vaihtoehto. Mikä on sopiva määrä pitämään valikoiman riittävän laajana vähentäen muutostöitä?

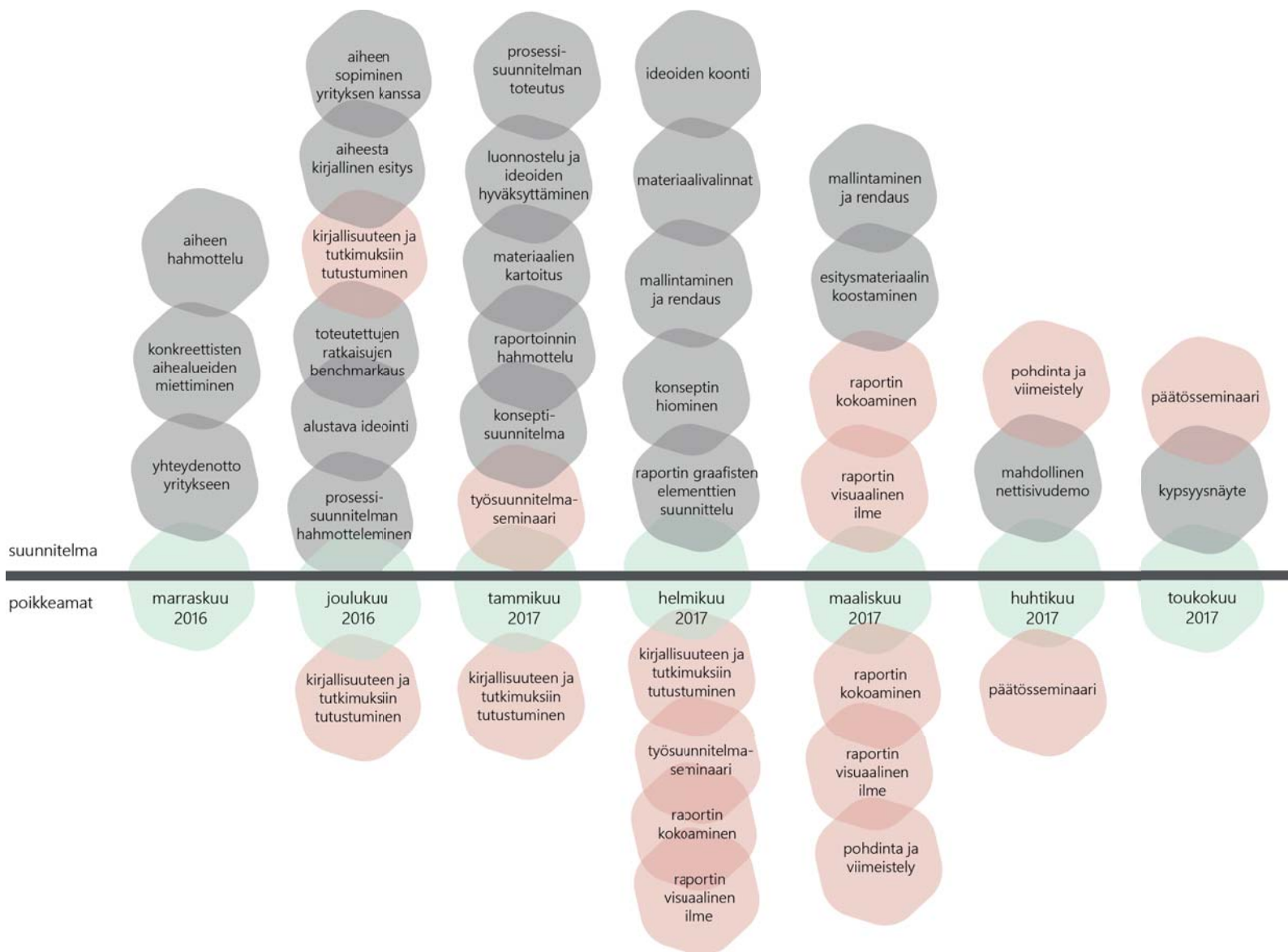
Anneli Juntto (2010, 93) on huomionnut mahdollisena riskitekijänä asuntojen yksilöllistämisen: *Suomalaisilla asuntomarkkinoilla kysyntä on ollut niin suurta, että tarjontaa*

*ei ole tarvinnut johdonmukaisesti kehittää monipuoliseksi ja erilaisia toiveita vastaaviksi. Aukkaiden kannalta asumisen tarjonnan monipuolistuminen ja vaikutusmahdollisuuksien lisääntyminen olisivat ehdottoman tervetulleita. Samalla on hyvä kuitenkin pohtia, sisältyykö pitkälle vietyyn asuntojen yksilölliseen räätälöintiin riskejä, kuten asuntojen elinkaaren lyhentymistä. Tai kuten hän mainitsee sivulla 239: *Asuntoja ja asuinalueita suunnitellaan enimäkseen tuntemattomille asiakkaille. Silloin ei ole edes teoriassa mahdollista kysyä asukkaalle mielipidettä. Ja jos olisikin, täytyy suunnittelijan ottaa huomioon se, että asukas voi vuoden tai muutaman päästä vaihtua, jolloin tarkasti räätälöity tuote ei luultavasti täytä uuden asukkaalle tarpeita.* Mielestäni ainakaan opinnäytetyöni mittakaavaisessa personoinnissa en näkisi olevan normaalia suurempaa riskiä. Asuntoja remontoidaan jatkuvasti oman mielen mukaisiksi, myös todella uusia. Yhtä lailla kuin tämän hetken trendikkäät sisustusratkaisut, myös aiemmillä vuosikymmenillä tehdyt ratkaisut eivät miellytä seuraavan sukupolven mieltymyksiä. Ratkaisut alkavat näyttämään miellyttäviltä vasta yhden sukupolven yli mentäessä. Joskin useat pintamateriaaliratkaisut (ja rakennustekniset ratkaisut) eivät tule kestäväksi niin pitkään. Pohjimiltaan on kuitenkin kyse elämäntapa- ja makuasioista, joita tulee aina*

olemaan. Mikään, neutraaleinkaan vaihtoehto, ei sovi täydellisesti kaikille eikä kaikkiin aikakausiin. Ainoa varma taho jota voi miellyttää, on asunnon ensimmäinen omistaja joka pääsee vaikuttamaan valintoihin.

2.1.2 Aikataulusuunnitelma ja poikkeamat toteutuksessa

KUVIO 1 Aikataulu ja -toteuma (A. Jääskeläinen)



2.2 Taustatietoa aiheesta

Tässä osiossa kartoitin suomalaista asumista tutkimuksen näkökulmasta. Selvitin, minkälaista asuminen on ja millaisena se nähdään tulevaisuudessa. Lisäksi tein katsauksen tämän hetkisiin uudisasuntomarkkinoihin. Vaikka asumista käsitellään voimakkaasti tutkimusnäkökulmasta, on syytä muistaa Katja Lindroosin (2013, 33 - 34) summaus asumisen syvimmästä olemuksesta: Koti ei ole vain neljä seinää, katto ja lattia. Vaan se on ennen kaikkea mielentila, tunne siitä, että tässä paikassa olen kotonani. Tästä syystä kotien muutoksia eivät selitä ainoastaan käytännön syyt vaan myös henkimaailman asiat. Muutoksia ohjaavia asioita ovat mm. millaisia ihanteita haluamme kodin edustavan, millaista elämää sen on tuettava ja mitä sen on kerrottava meistä muulle maailmalle.

2.2.1 Suomalainen asuminen

Suomalaista asumista määrittää voimakkaasti lähihistoria. Suomen asuntokanta on varsin nuorta ja suurin osa asunnoista on rakennettu modernismin aikana. 1950-luvun alussa rakentaminen on ollut vielä voimakkaasti käsityövaltaista ja kokonaisuudet ovat olleet pieniä kerrostaloissakin. Suunnittelijan ja rakentajan rooli lopputuloksessa on ollut merkittävä ja ratkaisuja

on voitu räätälöidä yksilöllisesti vielä rakennusvaiheessa, paikan päällä. (Meriläinen 2016, 37.) Myös arki on muuttunut viimeisen 50 vuoden aikana merkittävästi. Arki sotien jälkeen oli hyvin erilaista. Keittiössä laitettiin ruokaa ilman puolivalmisteita useita tunteja kerrallaan. Oli siis aivan ymmärrettävää, että se haluttiin pitää erillään kodin muista tiloista.. Nykyään suljettu keittiö tuntuu tilan hukkaamiselta, ja kokkaamispaikka halutaan pitää näkyvästi olohuoneen yhteydessä. (Lindroos 2013, 33.)

Nykyään arkielämää määräävät voimakkaasti elämäntyyli- ja linnat. Esimerkiksi harrastuksia ja oman tyyliä asumista esitellään uudella tavalla. Siitäkin huolimatta traditiot eivät välttämättä katoa. (Juntto 2008, 96.)

1900-luvulla kodit olivat pieniä eikä niissä ollut juurikaan varusteita eikä teknisiä laitteita. Vain noin yhdellä prosentilla asunnoista oli sähköt. (Juntto 1999.) 1920 -luvulla sähkö yleistyi, jolloin sähköistettyinä oli jo yli puolet talouksista. 1960-luvulla sisäväestö yleistyivät ja 1970-luvulla löytyi yleisesti kylpyhuoneita. (Juntto, 2010, 26.)

Myös asumistavat ja perheet ovat muuttuneet paljon. Vuonna 1900 yksinasuvien talouksia oli vain pari prosenttia, vuonna 1950 kymmenen prosenttia, ja vuonna 2008 jo 42

prosenttia. (Juntto 2010, 27.)

Pienasuntokunnat ovat elämänvaiheeltaan hyvin erilaisia. Pienet taloudet ovat myös hyvin eri-ikäisiä. Pienten asuntokuntien painopiste on nuorten ohella keski-ikäisten ja ikääntyneiden viitehenkilöiden talouksissa. Miesten ja naistenkin yksin asumisessa on eroja iän mukaan. Miehillä perheellisyys ja yksin asuminen on yleisintä 26 vuoden iässä, toinen huippu on 65 vuoden iässä. Miehillä yksin asuminen oli naisia yleisempää 25–50-vuotiailla. Naisilla taas yksinasuminen on yleisintä ikääntyneimpien ryhmässä yli 80-vuotiaina. (Juntto 2008, 42.)

Suomalaisten asuntojen kokoon on otettu kantaa erilaisiin tutkimuksiin nojaten. Asuminen Suomessa on jäänyt pieniin neliöihin sodanjälkeisistä pula-ajoista tähän päivään. Merkittävää nousua asuntojen neliömäärissä ei ole tapahtunut, vaikka vaurastumista onkin tapahtunut merkittävässä määrin. Sadassa vuodessa keskivertoasuntoon on tullut vain noin puolitoista huonetta lisää. Vertailukohtana teollistumisen alkuaikoina työläisten asunnot olivat vaatimattomasti varusteltuja yleensä yhden huoneen asuntoja. (Juntto 2010, 25 - 28.)

Asuminen Suomessa on kallista, johtuen monista eri syistä, joista vallitsevat olosuhteetkin näyttele-

vät omaa rooliaan. Talviaikaan ihmiset viettävät erittäin suuren osan vapaa-ajastaan kodeissa, kompakteissa neliöissä. Onko syynä taloudellisten näkökulmien lisäksi suomalaiset tottumukset asua ahtaasti vai tapa elää suhteellisen vaatimattomasti globaalisti verrattuna? Syitä on varmasti useita. Anneli Junton (2007) mukaan Asuntojen pienen keskikoon lisäksi on huomioitavaa, että *asuntoja on paljon väestömäärään nähden. Suomessa oli vanhan EU15:n pienimmät asunnot, nyt Suomesta jäljessä ovat Itä-Euroopan maat. Asumistason koheneminen on kanavoitunut asuntojen lukumäärän lisäykseen. Suomalaisessa asumisessa on kuitenkin jälkeenjääneisyttä muihin Pohjoismaihin ja Länsi-Eu-*



KUVA 1: Pohjoismainen tyyli (Minimal)

rooppaan verrattuna, eikä kaikkien ole vielääkään mahdollista toteuttaa kohtuullisia asumistoiveita etenkin kasvukeskuksissa. Vuonna 2005 vain joka toinen asui tavoiteasunnossaan.

Suomi menestyi paremmin henkilöä kohti laskettua keskipinta-alaa vertailtaessa. Suomi sijoittuu EU:n keskitasolle. Tosin vertailu on osin harhaanjohtava, koska Suomen pienet taloudet tarvitsevat enemmän tilaa henkeä kohti. Suomen sisäisessä vertailussa asuntoneliöiden määrä henkilöä kohti on yli kaksinkertaisunut vuodesta 1970 vuoteen 2009 eli kasvoi 19 neliöstä 39 neliöön. Arvioissa on laskelmoitu, että vuonna 2025 pinta-alan on jo 44 neliötä henkeä kohti (Lehtinen ym. 2005; Juntto 2008). Samalla asumisen tasossa tapahtuu parantumista, mutta asukkaiden toiveita hitaammin ja se jakautuu epätasaisesti. (Juntto 2011.)

Suomessa suhdannevaihtelut vaikuttavat ja ohjaavat liikaa asuntorakentamista. Laskusuhdanne tarjoaisi mahdollisuuden innovointiin ja laadun kehittämiseen kustannustehokkaasti. Tästäkin huolimatta tilaisuus on jätetty käyttämättä. Aukkaat, budjettirajoitteista huolimatta, voivat panostaa laadukkaaseen asumiseen aiempaa

enemmän. (Juntto 2010, 292.)

Juntto on teoksessaan Asumisen unelmat ja arki (2010, 35) viittannut Jallinojan (1997) Asumisen tavat ja tyyli teoksen osaan, jonka mukaan käytännöllisyys on hallinnut pitkään suomalaista asumista. Käytännön jalkoihin jäänyt estetiikka on kuitenkin moninaistumassa. 2000-luvun alussa asumisasenteet ovat muuttuneet näyttävyyttä kohti. Jallinojan kaipaaman asumisen estetiikan vaatii hänen mukaansa kuitenkin tietyn varallisuustason. Yleisesti estetiikan vaaliminen on vaikuttanut korostuvan nousukausilla. Laskusuhdanteissa tärkeimpinä tekijöinä ovat käytännöllisyys ja yhteisöllisyys. (Juntto 2010, 35.) Pelkkä käytännöllisyys ei kuitenkaan enää riitä kuluttajille. Asukas haluaa hallita asumistaan ja muuttaa asuntoaan "oman näköiseksi" (Juntto 2010, 34.)

Millainen sitten on suomalaisen haaveiden koti? Katja Lindroos (2013, 45) on koonnut eroja 50-, 60-, ja 70-lukujen asumishaaveista ja verrannut niitä 2000-luvun haaveisiin. Kun ensin mainitulla aikakaudella haavekoti oli demokraattinen, on se nykyään yksilöllinen. Ennen haavekoti oli moderni. Nykyään se on nostalginen, mutta nykyaikaisilla mukavuuksilla. Aiemmin haaveiltiin tehokkaista neliöistä, mutta nykyään haaveillaan ylellisestä tilavuudesta.

2.2.2 Tuotannon vai asukkaiden ehdoin?

Emme halua olla standardi-ihmisiä, jotka elävät standardielämää. Haluamme että kotimme tukevat pyrkimyksiämme, saavat meidät erottumaan massasta, näyttämään persoonallisilta ja kiinnostavilta. Haluamme kodin, joka kertoo, millaisia juuri me olemme. Haluamme ulos laatikosta. Näin kirjoittaa Katja Lindroos (2013, 22). Hänen kuvailunsa sopii hyvin 2010-luvun asujaan. Kun asumisen perustarpeet on tyydytetty, ihmiset haluavat kodista oman näköisen. *Koti on niin suuri osa ihmisen elämää, että siellä saisi näkyä asunnon luonteen lisäksi asukkaan persoona* (Sykkö 2014, 9).

Asukkaiden mielipiteitä ei ole asuntotuotannossa ja asumisen toteutuksessa tarpeeksi kuunneltu, vaan alaa on hallinnut tuotannon ja suurten toimijoiden intressit. Asukasmielipiteiden sivuuttaminen voi kostautua esimerkiksi yhdyskuntarakenteen hajanaisuutena, kun ihmiset yrittävät yksilöllisesti ratkaista toiveidensa ja asuntotarjonnan vastaamattomuutta. Tulojen kasvu ja vaurastuminen ei ole tuottanut etenkään pääkaupunkiseudulla parannusta asumisen tasoon ja valinnanmahdollisuuksiin. (Juntto 2010, 287.)

Suomalaisen asumisen historiaa on leimannut kuluttajan ja asukkaan

heikko asema. Asumista on tuotettu tuotannon ehdoin ja vaihtoehdot ovat olleet liian vähäiset. Tuottamisen ja käyttämisen maailma ja logiikka ovat erilaiset. Tuotannolle sopivat suuret sarjat ja ratkaisujen anonyymisyys, samanlaisuus. Asukas taas toivoo pienimittakaavaisuutta ja ainutkertaisuuden kokemusta asumisessaan, olipa sitten kysymys sinkusta, perheestä tai jotain rajoitettua vammaisuuden takia kokevista. Asumisen uudet kehityssuunnat korostavat laadun merkitystä, yksilöllisiä valintoja sekä asukkaiden toiveiden huomioon ottamista. (Juntto 2011.)

Asumisen valintoihin vaikuttavat elinkaari, elämäntilanne ja elämäntavat. Muuttojen taustalla ovatkin usein elämänmuutokset. Yksilölliset erot ovat kasvamassa ja yksilöllisiä valintoja korostetaan, mutta siitäkin huolimatta elinkaari ja taloudelliset resurssit säätelevät voimakkaasti asukkaiden asumispolkuja ja -tarpeita. (Juntto 2008, 8.)

Myös makumme ja erottumisen tarpeemme ovat muuttuneet. Samankaltaisuuden tavoittelu on näkynyt aiemmin esimerkiksi henkilökohteisissa valinnoissa; ajatellaan vaikka miten 1960-luvun nuoret naiset pukeutuivat minimekkoon ja miten 1970-luvun miehet kasvattivat pitkät hiukset. Koska massasta ei haluttua erottua, voitiin mieluusti asua massatalossa. Kodin sisustus sai

myös olla rehellisesti massatuotettua ja uusinta uutta. Massatuotanto ei kuitenkaan jäänyt momovuosikymmenille*, vaan suurin osa ympärillämme olevista tavaroista ja rakennuksista on samaan tapaan tehokkaasti ja teollisesti tuotettuja. Se asia, mikä on kuitenkin muuttunut, on makumme. Massatuotetut tavarat eivät näytä enää hyviltä ja elementtitalossa eläminen tuntuu persoonattomalta. (Lindroos 2013, 34.)

Asukkaalle jää erittäin vähän muokkaamisen mahdollisuuksia tuottajamuotoisessa konseptien, asuntopohjien ja suunnitteluratkaisuiden monistamisen maailmassa. Päätöksentekijät ja toteuttajat voivat pyrkiä kuuntelemaan asukkaita, mutta onko oikeita kanavia tähän olemassa? (Juntto 2010, 295-296.)

Suomessa asuntojen tarjonta ei ole ollut riittävän monipuolista, pääpaino on ollut teollisesti rakennetuissa kerrostaloissa, vakiopohjaisissa kaksioissa ja kolmioissa. Tulojen noustessa ja asuntorahoitusehtojen kehittyttyä kuluttajat ovat halunneet enemmän vaihtoehtoja ja valinnanvaraa myös asumisessa (esimerkiksi Hyvä asuminen 2010 hanke). Kaavamaisista muutaman peruspohjan omaavista perheasunnoista halutaan siirtyä ”yksilöllisempiin” ja korkeatasoisempiin asuntoihin. Asuntotarjonnan monipuolistaminen on tulevaisuuden suuria haasteita Suomessa. Ku-

*50-, 60- ja 70-luku

luttajat toivovat lisää valinnanvaraa eri hintaluokan asunnoissa. Kohtuu-hintaisia ja laadullisesti hyviä vaihtoehtoja tarvitaan niin omistus- kuin vuokra-asumisessa. (Juntto 2008, 10.)

Edelleen suomalainen asumishaa-ve on omakotitalo, vaikka väestös-tä suuri osa asuu kaupungeissa. Voisiko kelkka kääntyä, jos asunto-tarjonta mm. kerrostaloissa moni-puolistuisi? Kuten Juntto (2010, 11 - 12) on maininnut: *Vaikka asukas on lopullinen käyttäjä ja maksaja, ei maallikoiden mielipiteitä oteta huomioon rakentamisen ja suunnittelun monimutkaisessa teknispoliittisessa prosessissa, johon kytkeytyvät vahvat taloudelliset intressit. Juuri tästä syystä asuminen omakotitalossa on monen toiveena: se tarjoaa asukkaalleen paitsi oman reviirin myös suuremman määräysvallan.*

Asumisen yksilöllisyyden kokemi-seen on useita näkökantoja ja käyt-täjäkohtaisia eroja. Näkemykseni mukaan korkeatasoisempaa asu-mista voidaan toteuttaa järkevällä hintatasolla, kun suunnitteluvaihee-seen ja toteutuksen laatuun sekä yksityiskohtiin kiinnitetään riittävästi huomiota. Yksilöllisempiin ratkaisui-hin voidaan kehittää/käyttää nykyis-tä vastaavan tuotantohintaluokan vaihtoehtoja. Ratkaisujen ei tarvitse olla kalliimpia, mutta suunnittelu-vaiheeseen täytyy panostaa nykyistä

enemmän. Yleistäen pelkästään "ai-empien kopioinnilla" ei pysytäkään kiinni ajassa ja ihmisten toiveiden tasolla, saati niiden edellä.

Muutos asumisen tavoissa ja koti-talouksien koon pieneneminen vai-kuttavat asuntotarpeisiin. Uudet perhemallit ja –muodot ja pienet asuntokunnat (etenkin yksinasumi-nen) vaikuttavat tulevaisuudenkin asumiseen. Asuntotarjonnassa ei kuitenkaan näy vastaavanlaista monipuolistumista. Suomalaista asu-mista on moitittu yhdenmukaiseksi ja asuntotuotannon vaihtoehtoja vähäisiksi. Siitä syystä tarvittaisiin monipuolisempaa tarjontaa. (Juntto 2010, 10.)

2.2.3 Markkinat nyt

Uudistuotanto on ollut ja on edel-leenkin voimakkaasti markkinata-lousjohtoista, kuten Juntto (2008) mainitsee jo rakennetarkastelun esi-puheessa: *Asukkaiden tarpeet ja toi-veet sekä tarjolla olevat asumisvaihtoehtot eivät aina kohtaa. Suomessa asuntotuotanto ja asuntokanta ovat olleet pitkälti melko kaavamaista teollista tuotetta.*

Juntton (2010, 291) mukaan ihmisten asumisunelmia, -toiveita ja –mielipi-teitä on toisinaan vähätelty epärea-listisina. Hänen mukaansa toiveet ja unelmat kertovat kuitenkin tyyty-

mättömyydestä nykyiseen asumisen tarjontaa ja sen vaihtoehtottomuu-teen.

Lisäksi tiukat rakennusmääräykset ja esteettömyysvaatimukset vaikut-tavat siihen, että uudistuotannon asunnot ovat hyvin tasapäisiä. Ta-sapäisistä asunnoista puuttuu perso-onallisia, yksilöllisiä ja arkkiteh-tonisesti näyttäviä ominaisuuksia. Asunnot ovat myös hyvin saman-kaltaisia kohteen hintaluokasta riip-pumatta. Kohteen hintaan vaikuttaa enemmänkin asunnon sijainti, kuin sen yksilöllisyys tai laadukkuus. Erit-täin homogeeninen asuntotarjonta ei takaa riittävän persoonallista tai massasta edukseen erottuvaa tar-jontaa. Uskon, että erottuville koh-teille on olemassa ostajapotenti-aalia myös nykyisen ostajakunnan ulkopuolelta. Pintamateriaalivalin-noissa ja markkinointimateriaaleissa on jo tultu lähemmäksi nykypäivän vaatimuksia. Tämä muutos on ha-vaintoni mukaan tapahtunut vasta viimeisen kahden vuoden aikana. Näkemykseni mukaan tulevaisuu-den ostaja tulee vaatimaan nykypäi-vän ostajaa enemmän.

Uudisasuntotuotannossa toimivat yritykset ovat ottaneet pieniä harp-pauksia kohti nykypäivää. Se näkyy mielestäni eniten markkinoinnissa, jossa käytetään fotorealistisia visu-alisointikuvia kohteista tyylikkääs-ti kalustettuina. Näillä keinoin luo-

daan kuvaa lopullisesta asunnosta ja lisätään laadun tuntua. Ymmärtääkseni itse ostoprosessia asiakkaan näkökulmasta ei ole juurikaan kehitetty kymmenen tai kahdenkymmenen vuoden takaisesta. Esitelymateriaali on hyvin teknistä, eikä varmasti ole helpposelkoista alasta sen enempää ymmärtämättömälle. Pintamateriaalit ja kiintokalusteet ovat hyvin samankaltaisia yrityksestä tai kohteen hintaluokasta riippumatta. Perinteiset materiaalit ovat ainoita vaihtoehtoja, joskin materiaalikuosit on onneksi päivitetty vastaamaan tämän hetkisen ostajakunnan toiveita. Vaihtoehdot ovat turvallisia, eikä vakiovalikoimista löydy yhtään persoonallisempaa tai valtavirrasta poikkeavaa vaihtoehtoa. Värimaailmat ovat turvallisesti suomalaiseseen makuun suunniteltuja. Erilaisiin ratkaisuihin on löysättävä kukkaron nyörejä vielä normaalin ostohinnan päälle.

YIT:n Smartti on ollut mielestäni markkinointinäkökulmasta ensimmäinen suurempi askel vuosikymmeniin. Tällä tarkoitan Smartin markkinointimateriaalin visuaalisuutta, konseptointia, tiettyjä kalusteratkaisuja ja myös pohjalayouteja. Tämän kaltaiset lanseeraukset pus-

kevat kilpailijoitakin kehittämään tuotteitaan. Vaihtoehtojen kehittyminen ja nykyaikaistuminen luovat kuluttajille monipuolisempia ja pidemmälle mietittyjä valinnan mahdollisuuksia.

Miten sitten tulisi selvittää, mitä asukkaat oikeasti haluavat ja vielä ostavatkin? *Asuntotuotannossa käyttäjä tunnetaan vain tilastoista - ja asuntoja markkinoivien saamista käsityksistä siitä, mikä myy. Samalla huomattava osa myynnistä voi mennä sijoittajille.* (Mäkinen 1997, 46.) Tämä näkemys on validi tänä päivänäkin. Asuntotuotannossa on vuosien aikana saatu harjaantunut käsitys siitä mikä myy. Tavoitteenani on kuitenkin hieman haastaa totuttua suurempaan rohkeuteen ja uudistamiseen. Mielestäni se voi avata markkinoilta tähän mennessä avoimattomia ovia.

2.2.4 Tulevaisuuden asuminen

Omaa näkemystäni tulevaisuuden asumisesta tukee Junton (2008, 18) tutkimuksessa tehty summaus: *Asuntojen ja asumisen tarpeet monipuolistuvat ja toivottavasti myös tarjontaa. Kaavamaisista perheasunnois-*

ta halutaan siirtyä "yksilön" asuntoihin. Normaaliaperheiden osuus asunnon kysyjinä vähenee. Eri-ikäisten sinkkujen ja pienkotitalouksien määrä kasvaa. Estetiikka tulee yhä tärkeämmäksi asumisessa ja asumisen pitää kertoa identiteetistä. Asuminen ja asunto osoittavat hyvää yksilöllistä elämää, mitä se sitten itse kullekin tarkoittaa. Silti suomalaisen asumisen perusvire pysyy arkisen käytännöllisenä, unelmat pieninä ja asumisen kalleus tuo realismia.

Ennusteen mukaan väestönkasvu ei yksin määrää asuntotuotantoa, väestönkasvu selittää ennakoitua tuotantotarpeesta viidenneksen, väestörakenteen muutos kolmanneksen, myös väestön ikärakenne vaikuttaa. Tärkein syy asuntokuntien määrän lisäykseen ennusteissa on asuntokuntakoon jatkuva pieneminen. Asuntokuntien keskikoon ennakoitaan pienenevän vuoden 2005 2,14:sta 1,92:een vuonna 2025. (Junto 2008, 34.)

Tulevaisuuden huonetyyppi on laskeutuvasti (tarve- ja tavoitelaskelmat) suurempi kuin 1–2h+kk, joiden tarve näyttäisi supistuvan. Yksiöiden tarve lähes loppuisi, tämä todetaan kuitenkin epärealistiseksi tavoit-

teeksi (Lehtinen, Nippala, Jaakkonen & Nuutila 2005, 24). Vähintään neljän huoneen ja keittiön asunton tuotantoa tulisi lisätä. Asumisvalintoihin vaikuttavat toki myös ostajien taloudelliset mahdollisuudet. Pienten vuokra-asuntojen osalta puutetta tulee todennäköisesti olemaan jatkoosakin. (Juntto 2008, 35.) Ristiriidassa laskelmien kanssa ovat ennusteet, joiden mukaan eri-ikäisten yhden- ja kahden hengen kotitalouksien määrä kasvaa. Yksin asuminen lisääntyminen on osa suurta yksilöllistymisprosessia. Tulevaisuudessa eliniän piteneminen lisää pienasuntokuntien määrää. 1900-luvusta tähän päivään osat ovat vaihtuneet päällelleen: Ennen kuuden

henkilön taloudet olivat yleisiä, eikä yksinasuvia juuri ollut. (Juntto 2008, 39.)

Pienten asuntokuntien yleistymisen on ollut pitkään jatkuva, taloudelliseen kasvuun rinnastuva trendi. Sama suunta näyttää myös leimavan asumisen tulevaisuutta. Asuntokunnan keskikoko oli 2,10 henkilöä vuonna 2007, kun se vuonna 2000 oli 2,21 henkilöä, 1990 2,2 henkilöä ja 1970 kolme henkilöä. Desimaaleina erot eivät näytä suurilta, mutta muutos näyttäytyy dramaattisempaan, kun verrataan pienten talouksien määrän kehitystä. Vuonna 2007 suuri enemmistö eli 73 prosenttia kaikista asuntokunnista oli yhden ja

kahden henkilön. (Juntto 2008, 40)

Oheiseen asuntokuntien henkilöluvuista kertoviin tilastoihin vedoten, jatkuvan asukasmäärän vähenemisen vuoksi olisi tärkeää, että suuressa asuntojen määrällisessä kentässä olisi riittävästi tarjontaa jokaisen asukkaan makuun. Kotona kun olisi tärkeää viihtyä.

Tulevaisuudessakin perhemallin kehitys tulee olemaan merkittävä muutostekijä asumisessa. Kuten edellä mainittu, suuri osa asuntotuotannosta ja asuntokunnan lisäyksestä on toteutunut Suomessa asuntokuntien koon pienenemisestä sekä asuntokuntien ja asuntojen

TAULUKKO 1: Asuntokunnat henkilöluvun mukaan vuosina 1960 - 2007. (Tilastokeskus)

Vuosi	Keskikoko	Asuntokuntia			
		1 henk.	2 henk.	3+ henk.	Yhteensä
1960	3,34	188 995	245 921	769 469	1 204 385
1970	2,99	288 970	323 640	808 113	1 420 723
1980	2,64	482 476	457 667	841 628	1 781 771
1985	2,56	532 094	514 825	840 791	1 887 710
1990	2,42	646 229	597 928	792 575	2 036 732
1995	2,31	766 636	652 608	761 690	2 180 934
2000	2,21	856 746	722 437	716 203	2 295 386
2005	2,12	964 739	789 950	674 811	2 429 500
2006	2,11	983 626	801 068	669 132	2 453 826
2007	2,10	999 812	811 596	665 096	2 476 504

lukumäärän kasvusta. Yksityisyyden arvostus, elämäntavat, väestön ikärakenne ja asumistavat vaikuttavat kaikki asuntokuntarakenteisiin. (Juntto 2008, 39)

Todennäköisesti jatkossakin säilyy ristiriita asumistoiveiden ja vaihtoehtojen välillä. 1970-luvulta saakka on tutkittu ihmisten asumistoiveita, jolloin pientalot ovat olleet ja ovat edelleen asumisen unelmana. Useistakin syistä rakentamisen suunta kääntyy hitaasti. Myöskään valtasuhteiden muutosta ei ole näkyvillä kuluttajien ja tuottajien välillä päätettäessä asumisesta. Suomessa asunnot ostetaan usein valmiina kerrostalo-osakkeina. Tämä jo itsessään heikentää vaikutuksen mahdollisuuksia. Ostettavana on valmis tuote, joissa ei ole yleensä aidosti vaihtoehtoja tai monipuolisia valinnan mahdollisuuksia. Pintamateriaaleihin ja kiintokalusteisiin vaikuttaminen on lähestulkoon ainoa valinnanmahdollisuus uustuotannossa tällä hetkellä. Onko tulevaisuudessa toisin? *Omat valinnat ja muutostyöt ovat kalliita, ne eivät ole osa rakentajan peruspalvelua. Se että asukas tulevaisuudessa saa lisää päätösvaltaa, valinnanvaraa ja vaihtoehtoja, ei vain osallistu markkinaratkaisujen kautta, edellyttäisi tuottamistapojen muuttamista.* (Juntto 2008, 78.)

Uskon vahvasti siihen, että jos ja kun valikoima nykyaikaistuu ja moni-

puolistuu, myös vaikutusvalta kuluttajilla lisääntyy. Asuntotuotannolla on taloudelliset perusteensa, mutta niihin vaikuttaa voimakkaasti myös kuluttajan ostohalukkuus. Markkinoilla erottuminen takaa taloudellisen onnistumisen kovemmassakin kilpailu- ja taloustilanteissa.

Kiinnostava ja tulevaisuudenkin kannalta tärkeä on muutos laadullisen ja määrällisen kulutuksen suhteessa. Aina ei haluta tilavampaa asuntoa, vaan tavoitteena voi olla korkeatasoisempi ja paremmin sijaitseva samankokoinen tai pienempikin asunto. Tosin monella suomalaisella on vielä tilatarpeitakin runsaasti tyydyttämättä. (Juntto 2008, 96.)

Vuonna 2005 asumisessa tärkeintä suomalaisille oli kodin viihtyisyys ja kodikkuus. Vasta toiseksi tärkeimpänä pidettiin asumiskustannusten kohtuullisuutta (Juntto 2007). Tämän suunnan odotetaan jatkuvan. Koti säilyy tulevaisuudessakin omalla alueella ja turvapaikkana. Juntto on vuonna 2004 tulevaisuuden asumista koskevassa artikkelissa arvioinut myös irtokalusteista sohvan säilyvän kodissa muutoksesta huolimatta. Se, sijaitseeko sohva juuri olohuoneessa vai jossakin muussa kodin tilassa on jo epävarmempaa. Myös saunatkin kuuluvan niin voimakkaana osana suomalaiseen asumiseen, joten ne säilyvät jossain määrin tulevaisuudessakin. Juntto

ennakoi, että saunoja rakennetaan lisää ja niitä voi ehkä verrata modernin japanilaisen asuntorakentamisen perinne-elementtiin, tatami-huoneisiin. Perinteisten elementtien etenkin toiminnallinen käyttäminen tuo uutta statusta. Jo nyt vallitseva trendi tulee jatkumaan; Asumisessa säilytetään jotain vanhaa lisäten siihen jotain uutta. (Juntto 2008, 106.)

Tulevaisuuden visioita asumiseen liittyen ovat myös uusia elämäntapoja kuvaavat asumismallit tai –konseptit. Tätä kehityssuuntaa korostetaan asuntojen räätälöinnillä, tuunauksella ja tuotteistamisella. Asunto nähdään palvelualueena, jonka avulla myydään erilaisia palveluita. Asunnosta tulee myös enemmän auton kaltainen sosiaalinen viesti, joka kertoo asukkaansa tyylistä, elintavasta sekä varallisuudesta. (Juntto 2010, 254.) Varallisuuden kasvu merkitsee myös sijoitusvarallisuuden kasvua, joista osa on asuntoja ja asuinkiinteistöjä. Mikäli sijoitusasuntojen osuus asuntokannasta kasvaa, merkitsee se samalla anonyymien asuntotyyppien osuuden kasvua. Tähän ratkaisuksi Juntto ehdottaa vastaavaa muuntojoustavuuden kasvua. (Juntto 2010, 255.)

Uudet asuntosuunnittelun ja –rakentamisen teknologiat (mm. tuotemallit, avoimen rakentamisen ja massaräätälöinnin konseptit, joustavuuden ja muunneltavuuden vaatimusten

kasvu) mahdollistavat tulevaisuudessa entistä suuremman asukkaan valinnoista riippuvan asumismuotojen kirjon. Teolliseen rakentamistapaan sovellettuna se merkinnee samalla joidenkin valinnanmahdollisuuksien karsiutumista –autoteollisuuden tapaan voidaan valita vain tietyistä joukosta teknisesti ja taloudellisesti mahdollisia vaihtoehtoja. (Junto 2010, 254 - 255.) Tämä tulevaisuudennäkymä on voimakkaasti samoilla linjoilla opinnäytetyössä suunnittelemani konseptin kanssa. Asuntojen voimakkaampi tuotteistaminen rajoittaa joitakin valinnanmahdollisuuksia, mutta samalla avaa pidemmälle mietittyjen ja räätälöityjen mahdollisuuksien kirjoa. Tuotteistettujen asuntojen vaihtoehtojen määrä tuskin jää pienemmäksi, kuin tämänhetkisten vaihtoehtojen. Lisäksi tuotteistamisessa joudutaan puntaroimaan tarkasti sitä, mitä ostajat todella haluavat.

Anneli Junton mukaan (2010, 89 - 90) myös asunnonhakupoljoja tulisi monipuolistaa. Houkutteleva ajatus olisi hakupalveluiden räätälöinti asumisen eri ominaisuuksia korostavaksi, esimerkiksi maantieteellisiä etäisyyksiä ja haluttuja palveluita kartoittavana. Junton mukaan myös tarpeiden tunnistamisen ja arvioimisen lisäksi asiantuntijuutta on hyödynnettävä suunnittelussa. Mitä paremmin asiakkaan tarpeet saadaan tyydytettyä, sitä todennäköi-

semmin kuluttajat laajentavat asumisen valintapalettiaan. Uusien asumisihanteiden ja mahdollisuuksien hahmottamiseksi tarvitaan vaihtoehtoja, esimerkkikohteita ja tietoa. Sillä parhailaan asumisen päätöksiä tehdään sekä tunteella että järjellä.

Uskon asuntojen ja asuntoalueiden erilaisten vaihtoehtojen rikastuttavan asumista. Kuten Matti K. Mäkinenkin (1997, 20) jo aikoinaan kirjassaan viitannut vanhan roomalaisten käsitteistön sanoihin *genius loci*, eli paikan henki. Henkeä, jota on vaikea rakentaa tietoisesti. Massakulttuurin, suurimittakaavaisen teollisen rakentamisen ja kansainvälisen arkkitehtuurin katsotaan pilaavan paikan henkeä. Mielestäni myös suurimittakaavaisessa rakentamisessa voidaan huomioida edellytykset paikan hengen kasvulle: Suunnittelemalla persoonallisia rakennuksia, sellaisia jotka ovat tunnistettavia ja joista niiden asukkaat ovat ylpeitä. Se tekee asuinalueesta halutun ja viihtyisän, josta ei haluta muuttaa pois. Paikan henkeen vaikuttaa toki moni muukin tekijä, mm. sijainti, ympäristö ja miljöö.

Suomalaiseen asumisen näkökulmaan ja tämän hetkisiin markkinoihin peilaten tavoitteet suunniteltaville konseptille, sisustusratkaisuille ja layouteille olivat suunnittelun alkaessa seuraavat:

- Kompaktit ja toimivat tilaratkaisut
- Uudenlainen uuskohtetuotannossa
- Erottuva ja persoonallinen olematta sopimaton suurille käyttäjäryhmille
- Asujan näköinen, omaksuttava
- Tyylikäs ja laadukas
- Soveltuva uudelle, "muotitietoisemmalle" kohderyhmälle
- Tilantuntu ja avaruus huomioitu

2.3 Käyttäjryhmien analysointi

Opinnäytetyö tehdään rakennusalan yritykselle, mutta itse kehitysprojektilla on kolme eri kohderyhmää

- Uusi, tulevaisuuden ostava sukupolvi
- Valinnan varaa toivova ostaja (muutostöiden tekijät)
- Sijoittaja (mielenkiintoiset asunnot menevät helposti vuokralle hyvällä vuokrahinnalla)

2.3.1 Ostajaryhmät ja heidän vaatimuksensa

Tässä kohdassa olen tehnyt tarkemman kuvauksen ostajakunnan vaatimuksista ja toiveista perustuen omaan ja Pohjola Rakennuksen yhteyshenkilön kokemukseen, näkemykseen ja kirjallisuuteen/tutkimuksiin. Kahdella ensimmäisellä ostajakohderyhmällä ostopäätöksen taustalla on selkeästi järkisyiden lisäksi tunnesyyt. (Kts. lisää kohdat Ostokäyttäytyminen ja Brändäys ja mielikuvamarkkinointi.) Jos asunto näyttää ja tuntuu hyvältä itselle, sen haluaa ostaa ja siitä haluaa maksaa. Näkemys oman näköisestä kodista lisää tunnesidettä asuntoon. Visualisointien ja sisustusesimerkkien avulla sekä hyvällä palvelulla voidaan lisätä tuota tunnetta ja siten myös ostamisen tahtotilaa.

2.3.1.1 Uusi ostajasukupolvi

Uudella ostajasukupolvella tarkoitetaan tässä yhteydessä tulevia asunnon ostajia. Kohdehaarukointi on noin 10 vuoden päästä potentiaaliset ostajat, jotka ovat tällä hetkellä noin 20-30 –vuotiaita. Tätä ostajaryhmän haarukointiani tukee Anneli Junton (2008, 44) tutkimustieto, jonka mukaan *nuorten kotoa muutto keskittyy 19–21 vuoden ikään, 6 000 nuorta itsenäistyi jo alle 18-vuotiaana vuonna 2006. Itsenäistyvien*

nuorten alkuvaiheen asumismuotona on useimmiten vuokra-asunto. Omistusasunnon hankintaan suunnataan useimmiten vasta 25–30 vuoden iässä. Uudiskohteiden ostajat ovat keskimäärin iäkkäämpiä, mutta uskon vahvasti, että tarjonnan kehittyessä ostajien keski-ikä saadaan laskettua merkittävästi.

Tämä kohderyhmä on elänyt voimakkaasti sähköisten viestinten vaikutusten alaisena. Kyseinen sukupolvi elää tällä hetkellä voimakkaasti visuaalisten asioiden parissa, tarkoittamatta pelkästään kuvausta sisustusharrastuksen yleistymistä. Blogien ja sosiaalisen median vaikutus on voimakasta. Esimerkiksi asumisen ja sisustamisen osalta Instagramin ja Pinterestin käyttö on suurta. Ostaminen on tällä sukupolvella siirtynyt verkkoon. Kyseinen sukupolvi on voimakkaasti yksilökeskeinen ja siten persoonalliset tai ehkä ennemminkin jokaisen itsensä näköiset ratkaisut koetaan tärkeiksi. Uusi sukupolvi on kasvanut vaurastuneessa ympäristössä, mutta toisaalta säästäminen ei ole tämän ryhmän suurimpia vahvuuksia. Paikariippumattomuus vaikuttaa tulevaan työuraan ja asumistottumuksiin.

Uusi sukupolvi ja sen mieltymykset vaikuttavat merkittävästi myös myöhemmin mainittavaan sijoittajien kohderyhmään. Kun yleisen vauras-

tumisen ja edellä mainittujen seikkojen vuoksi asumisen vaatimukset ovat kasvaneet, vaikuttaa se vääjäämättä myös vuokra-asumisen vaatimuksiin. Osa tästä kohderyhmästä valitsee tulevaisuudessakin vuokra-asumisen, joten tämän ryhmän asumiseen kohdistuvat vaatimukset on hyvä huomioida sijoitusnäkökulmastakin. Hajuton ja mauton ei välttämättä ole tulevan sukupolven mielestä se halutuin vaihtoehto. Jatkossakin osa ihmisistä haluaa ostaa oman kodin, joka on helppo ylläpitää ja on itsensä näköinen.

2.3.1.2 Muutostöiden teettäjät

Tämä kohderyhmä haluaa asunnosta kodin. He ovat itse muuttamassa asuntoon ja haluavat tehdä siitä mieleisensä. Heillä on vaatimuksia kodin toimivuuden ja myös visuaalisen soveltuvuuden osalta. He valitsevat uuskohteen helppouden ja visuaalisten syiden vuoksi. Osalla tästä kohderyhmästä voi olla toiveena asua tulevassa asunnossa lopun elämänsä. Näissä tapauksissa myös esteettömyys ja helppo asuminen ovat oleellisia vaatimuksia.

2.3.1.3 Sijoittajat

He eivät halua pintaratkaisujen tai voimakkaiden värivalintojen vaikuttavan vuokraukseen negatiivi-

sessä mielessä. Siitä syystä he kannattavat väritöntä ja mautonta, kaikille sopivaa linjaa. Haasteena on vakuuttaa tämä kohderyhmä siitä, että persoonalliset asunnotkin ovat hyviä vuokrakohteita, kunhan eivät ole liian rajaavia. Vuokralaiset viihtyvät asunnossa pidempään, jos he kokevat asunnon erityisenä ja viihtyisanä. Tämän kohderyhmän ostopäätökseen vaikuttaa voimakkaasti asunnon myyntihinta, koko ja neutraalius. Kehiteltäviin asuntoihin oli etenkin tämän kohderyhmän vuoksi tarkoitus suunnitella ilmettä valööri- ja struktuurikontrastein, ilman voimakkaita värejä. Ikääntyvien vuokra-asuminen tulee lisääntymään tulevaisuudessa, mutta sijoittajien on hyvä huomioida myös nuoret vuokra-asujat potentiaalisimpana vuokra-asumisryhmänä uusissa, visuaalisesti tyylikkäässä asunnoissa.

Vuokra-asumisen määrä ei tule vähentymään tulevaisuudessa, vaan päinvastoin. *Vuokra-asuntojen kysyntää ylläpitää 2000-luvullakin kotitalouksien henkilöluvun väheneminen, maahanmuutto ja maan sisäinen muuttoliike, kaupungistuminen ja myös tuloerojen kasvu.* (Juntto 2011) Vuokra-asumisen määrään vaikuttavat myös lisääntynyt liikkuminen kansainvälisesti, etenkin ns. "elämäntapavuokraajilla" (Goodman 1999; Juntto 2010, 119). Lisäksi työsuhteiden lyhentyneet kestot sekä määräaikaisuudet vaikuttavat vuok-

raamisen pysymiseen asumistapana. Tulevaisuudessakin vuokra-asujien suureen ryhmään tulevat kuulumaan ikääntyvän väestöryhmän lisäksi nuoret ihmiset. Nuorten arvoihin kuuluvat virikkeisyys ja hedonismi verrattuna muihin ikäryhmiin (Puohiniemi 2002, 347). Tämä on hyvä ottaa huomioon myös asumiseen liittyvissä valinnoissa.

2.3.2 Ostokäyttäytyminen

Juntton (2010, 115) Asumisen unelmat ja arki –kirjassa viitataan Hirvosen, Mannisen ja Hakasteen (2005) teokseen seuraavasti: Todellista asumisvalintaa tehdessä kaikkiaan noin puolet uusien asuntojen asukkaista ilmoittaa keskittyneensä pikemmin asunnon ominaisuuksiin ja puolet asuinympäristöön. Niin asunnon sisäiset kuin koko asuinalueenkin ominaisuudet ovat yhtä tärkeitä. Tämän tutkimuksen mukaan asunnon varustelutasolla ja sisustusratkaisuilla on vielä omaa näkemystänikin suurempi vaikutus uskoidetta hankittaessa. Samaisella sivulla mainitaan myös, että *harvemmin kotia valitsee vain homo economicus, vaan myös tunnesyillä on osansa, vaikka päätöstä usein pyritäänkin selittämään järkitekijöillä.* (Levy & Lee 2004.)

Asumiseen liittyvää tietoutta voidaan lisätä ulottamalla asumisen

tutkimusta asumisen ihanteista ja kokemuksista syvemmälle asumisen psykologiaan. Siitä, mikä on intuition merkitys tai miten koti ilmenee asukkaansa minäkuvan jatkeena. Asumispäätökset eivät ole rationaalisia, vaan ihminen haluaa nauttia asumisesta. Valintapäätöksissä on tärkeää, että ulottuvuuksien ja muuttujien määrittely mahdollistaa niin sanottujen pehmeiden arvojen sisällyttämisen päätöksenteon vertailuun ja asunnon valintakriteereihin. (Juntto 2010, 294.)

2.4 SÄÄDÖKSET JA IPR

2.4.1 Esteettömyyden haasteet

Esteettömyys sinänsä on hyvä ja oikea lähtökohta suunnitteluun, mutta se osaltaan myös rajoittaa ja tasapäistää asuntotuotannon heterogeenisyyttä. Monet persoonalliset ja kauniit asunnot maailmalla sisältävät oivaltavia tasonvaihteluita. Myös pienten asuntojen neliöissä tason vaihteluilla voidaan saavuttaa nerokkaita ja tilaa säästäviä ratkaisuja. Haluan kyseenalaistaa sen, onko kaikkien vapaan markkinan kerrostalokohteiden oltava esteettömyyden näkökulmasta nykyvaatimusten kaltaisia? Tehokkaissa pienen asunnon neliöissä, jotka on täytetty irtokalustein, liikkuminen pyörätuolin tai rollaattorin kanssa on

joka tapauksessa haastavaa. Ihmiset asuvat monikerroksisissa ja monitasoisissa omakoti- ja rivitaloissa tai hissittömissä kerrostaloissa. Ovatko vastaavanlaiset ratkaisut uusissa kerrostaloissa mahdollisia? Miksi jokaisen asunnon tulee sopia jokaiselle? Mielestäni silloin mikään ei sovi kenellekään täydellisesti. Voisiko asunnon toimivuus käyttäjälleen ja sen esteettisyys ajaa esteettömyysnäkökulman yli, koska kaikki eivät ole missään vaiheessa koko elinkaarensa aikana liikuntarajoitteisia? Asuntoja vaihdetaan elämäntilanteen ja tarpeiden mukaan, miksi sama näkemys ei sopisi myös kerrostaloasumiseen? Kuopion alueella tehdyn asumistutkimuk-

sen mukaan liikuntaesteettömyys sijoittui painoarvoltaan vähäisimpien valintakriteerien joukkoon kaikilla asuinvyöhykkeillä (Millaisia kohteja Kuopioon 2003, 37). Tässä yhteydessä haluan silti korostaa, että esteettömyysnäkökulma on ainoa ja oikea, kun puhutaan julkisista tai esimerkiksi taloyhtiön yhteisistä tiloista. Esteettömyyden puute ei saa olla esteenä esimerkiksi vierailulle asunnossa. Tulevaisuuden kaluste- ja layout-suunnittelun ohjenuoraksi sain asiakasyritykseltä vapauden olla takertumatta liikaa esteettömyysvaatimukseen, koska heidän näkemyksensä mukaan määräykset ovat hieman loivenemassa (Pennanen 2017-12-14).

2.4.2 Mallisuoajat

Selvitin suunnittelutyöni yhteydessä monikäyttöisten kalusteiden mahdollisia suojuuksia. IPR-oikeuksien tarkistaminen tapahtui Tekesin nettisivujen kautta. Lähinnä mallisuojuuksen puolelta on tarkistettu, ettei kehiteltyjä ja jo käytettyjä ideoiden osalta ole käyttörajoitteita voimassa. Haku on tehty mallien luokitusluettelon numerolla 6: Luokka 6 Huonekalut ja muut sisustustarvikkeet, lisäksi on käytetty hakusanoja mm. klaffi, piilosänky ja kääntöpöytä.

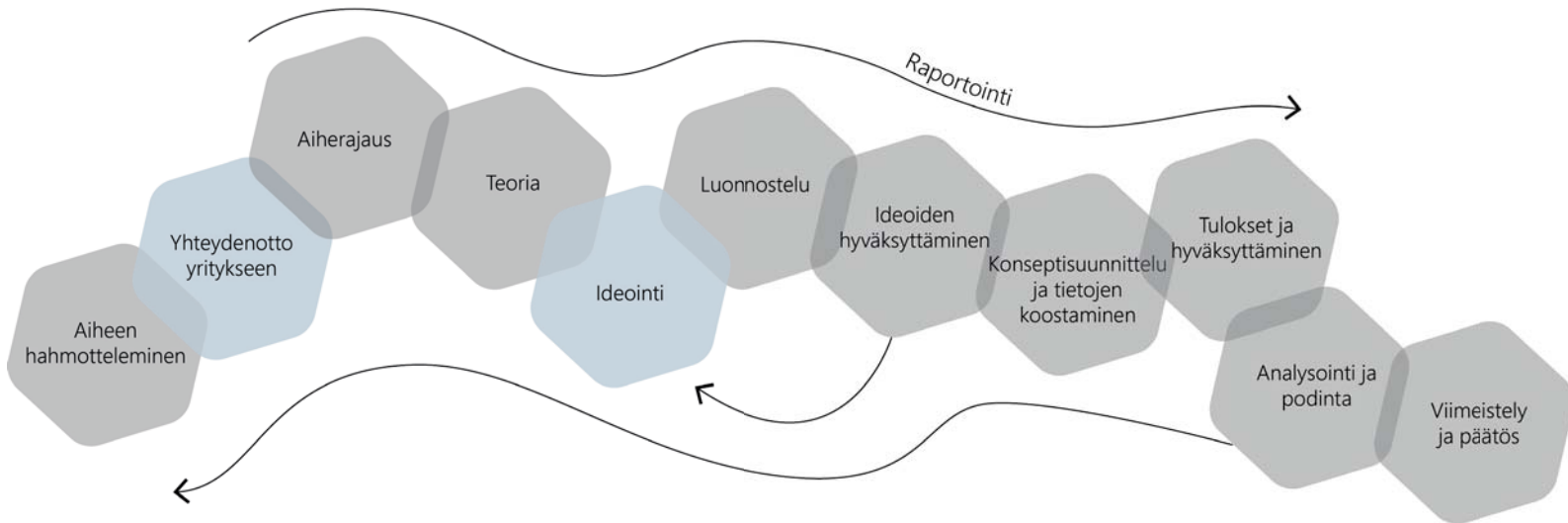


3. SUUNNITTELUPROSESSI

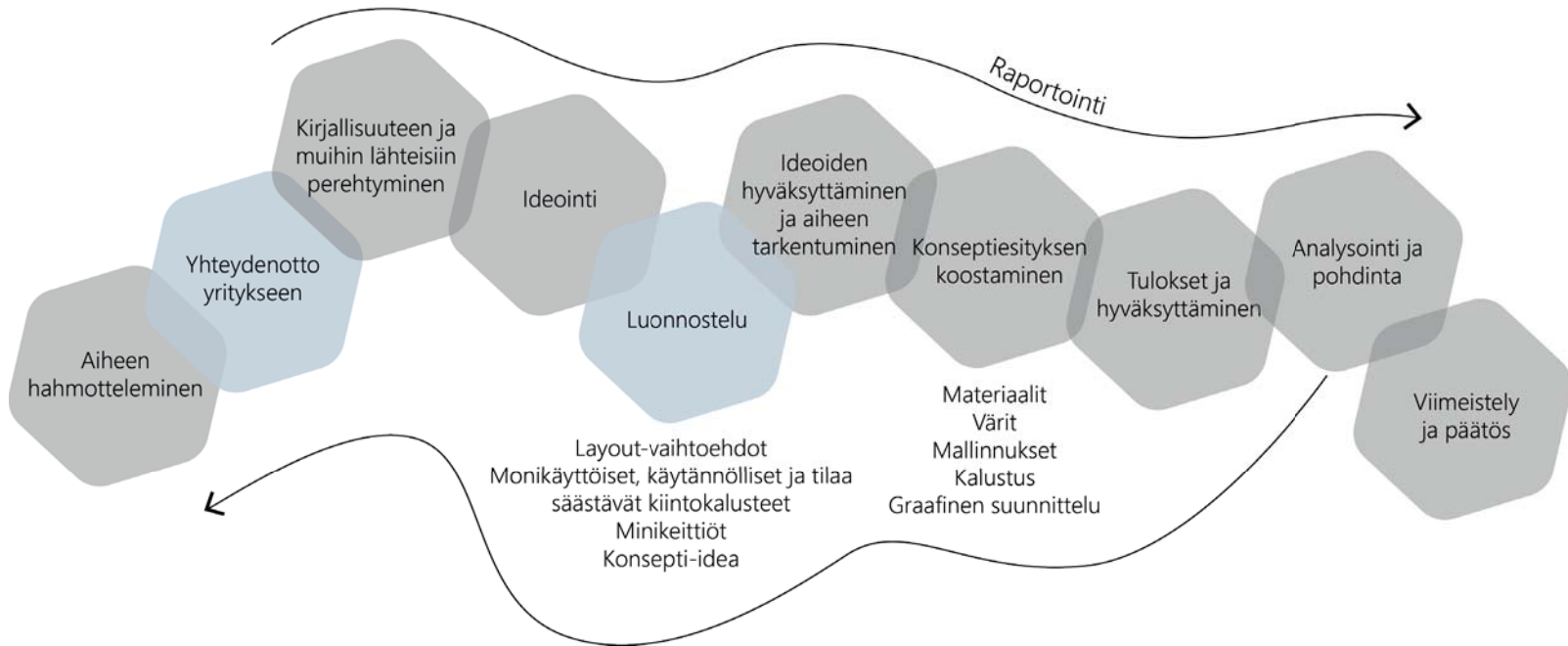
Suunnitteluprosessi lähti käyntiin kiinnostavan aiheen etsimisellä, jonka jälkeen etsin opinnäytetyöhön sopivan, uudiskohteita asuntotuotantoon rakentavan yrityksen. Palaverikeskusteluissa asiakkaan kanssa kerroin omia näkemyksiäni alasta ja minkä tyyppisiä kehitysajatuksia minulla oli mielessäni. Tässä prosessin vaiheessa minulla oli useampia eri kulmia, jolla voisin lähestyä aihetta minua kiinnostavasta näkökulmasta, jonka uskoin ja toivoin kiinnostavat myös asiakasyritystä. Yritys kiinnostui keskusteluistamme ja sovimme asiakkaan kanssa aihealueet, joihin liittyen he halusivat tuoreita näkemyksiä ja kehitysideoita. Suunnittelu eteni ideoinnin ja luonnostelun kautta toteutukseen ja siitä viimeistelyyn. Prosessin aikana tapasin asiakasta 5 kertaa, jolloin tarkastelimme projektin suuntaa, rajasimme aihetta sekä tutustuimme luonnoksiini ja tuotoksiini.

3.1 Projektisuunnitelma ja -toteuma

Projektisuunnitelma:



KUVIO 2: Projektisuunnitelma graafisesti esiteltynä



KUVIO 3: Projektitoteuma graafisesti esiteltyinä

Poikkeamat

Aiherajaus ei ollut projektin alussa yksioikoinen. Lähdin laajemmin hahmottelemaan kokonaisuuksia ja tarkempi rajaus tapahtui vasta luonnostelun ja ideoinnin jälkeen. Tarkempaan aiherajaukseen vaikuttivat voimakkaasti myös asiakkaan tulevan rakennuskohteen suunnitteluun liittyvät muutokset. Jälkeenpäin ajateltuna tämä oli erittäin luonnollinen tapa edetä projektissa, joka oli luova kehitysprojekti. Kehitysprojektin lopputuotos, saati sen toteutus-tapa, eivät olleet tiedossa projektin

alkaessa. Sain käyttää luovuuttani, eikä aiherajaus asiakkaan suunnalta ollut tiukka. Tästä syystä projektin tarkka rajaus venyi pidemmälle, kuin osasin ennakkoon odottaa. Tekemäni pohjatyö oli kuitenkin osa prosessia ja oli toivon mukaan uusia ideoita ammentava myös asiakasyritykselle.

3.2 Lähtökohdat ja tavoitteet

Suunnittelun tavoitteena oli tehdä persoonallisempia pohja- ja sisustusratkaisuja, jotka soveltuisivat

myös asuntosijoittajille. Niiden tulee olla tyylikkäitä, mutta ei liian raflaavia. Persoonallisuutta tuodaan asuntoihin enemmänkin kontrastein kuin värein. Tavoitteena oli suunnittelun keinoin luoda positiivisia vaikutuksia siten, että hintalappu voidaan pitää nykyisellä tasolla. Aihe pureutuu nykypäivän ja etenkin tulevaisuuden haasteisiin. Valmiita tuotoksia voidaan hyödyntää markkinoinnissa ja tuotannossa. Ne helpottavat myyntiä ja kohteiden houkuttelevuutta.

Tarkoituksena oli tuottaa uusia ideoita asunnon houkuttelevuuden li-

säämiseksi, mm. tilaratkaisulla, kiintokalustein ja sisustusratkaisuin. Asiakasyritykselle olisi hyödyllistä, että kokonaisvärimaailmat olisi purettu asiakkaalle valmiiksi. Ajatuksena on tuottaa prosessin aikana pohjapiirroksia, visualisointeja, konseptointisuunnitelmia ja raportti, kirjallinen osuus. Opinnäytetyön lopputuotos on joko konkreettinen esitys tulevan/tulevien kohteiden toteutuksesta tai skenaario tulevaisuuden mahdollisista markkinointi- ja toimintatavoista alalla, joka antaa ideoita ja suuntaviivoja yritykselle tulevaisuuden kehityshankkeisiin.

- Tavoitteena tuottaa jotain uutta
- Loppuasiakkaalle helppoa ja asiakastyytyväisyyttä lisäävää. Jotain, joka on hieman enemmän, kuin mitä asunnon ostaja osaa odottaa.
- Tuotannon kannalta järkevää
- Hinnat perusteltavissa

Henkilökohtaisesti minulla oli tavoitteena kehitellä keinoja, jotka eivät olisi hinnaltaan kalliimpia kuin tämänhetkiset ratkaisut. Toki jotkut ratkaisuista maksaisivat ainakin alkuvaiheessa enemmän, mutta hinnat tuli olla perusteltavissa. Asiakasyrityksen edustaja halusi kuitenkin, että hinta jätetään ainakin alkuvaiheessa toissijaiseksi asiaksi. Tär-

keintä oli saada tuoreita ideoita.

Pohjola Rakennuksen edustajat olivat samoilla linjoilla kanssani siitä, ettei alalla yleisesti panosteta riittävästi kehittämistyöhön. Liikevaihdosta vain pieni osa käytetään etenkin asumisen viihtyvyyden kehittämiseen. Tästä yhteisestä näkemyksestä oli helppo lähteä viemään kehitysprojektia eteenpäin.

Uudistuotannon asunnot ovat etenkin sisustusratkaisuiltaan samantyyliä, kuin vuosikymmenet sitten. Taloteknisiä ja rakentamisen näkökulmasta tapahtuneita muutoksia on tullut enemmänkin, lähinnä lain ja markkinatalouden määrittelemänä.

3.2.1 Tekniset lähtökohdat suunnitteluun

Asiakasyritys ei halunnut liikaa rajata suunnittelua ja suunnittelu pääsiinkin alulle heti ensimmäisten arkkitehtipiirustusten pohjalta. Yrityksen edustajan, Pennasen (2016-11-28) mukaan suunnittelussa suurin rajaava tekijä oli suunnittelun alkuvaiheessa kylpyhuonemuodulit. Ne rajoittavat vain lähinnä kylpyhuoneiden mallia. Materiaaleja se ei juurikaan rajoita, vain laatoissa poissuljettuna ovat mosaiikkilaatat ja kohokuviot. Kylpyhuoneiden sijainnit ovat päällekkäin. Hormivaraus tulee yhteen kohtaan elementeissä.

Lähtökohtaisesti asuntoihin tulee vesikiertoinen patterilämmitys, joka rajoittaisi ikkunan alareunan korkeudeksi 700 millimetriä.

Suunnittelun tavoitteena oli tuoda enemmänkin ulkomailla käytettyä tilan korkeuden hyödyntämistä. Pienissä asunnoissa se on järkevää, mutta on tärkeää tehdä se tilan avaruuden vaarantumatta. Labyrinttimäinen asunto ei ole tavoitteena. Haasteena ja rajoitteena näissä suunnitelmissa on vapaa huonekorkeus, joka on 2400 - 2700 mm ja kylpyhuoneissa 2300 mm. Huonekorkeuden korottaminen ei ainkaan tässä vaiheessa tule kysymykseen kustannussyistä (Pennanen 2016-12-14). Se rajoittaa perinteiseksi ajateltua parviajatusta tai 1,5 kerroksisuutta.

Pienten asuntojen suunnittelussa RT-kortistossa suositellut perinteiset tilantarpeet on osittain kyseenalaistettava tai ainakin niiden on oltava sovellettavissa. Jo arkkitehtisuunnitelmistakin tämä totuus oli havaittavissa.

3.2.2 Hyödyt yritykselle

Mitä yritys hyötyy tuleville sukupolville kehittämisestä?

- Mielikuvan luominen edelläkävijästä ja aikaa seuraavasta unelmakodin rakentajasta
- Yritys voi rakentaa jo nyt yrityskuvaa tulevalle ostajasukupolvelle tekemällä tämän hetkistä markkinointiaan nykyaikaisesti
- Käytössä perinteisten markkinointitoimien lisäksi myös nykyaikaisia markkinointikanavia
- Positiivinen maine puskaradion kautta. Yllätetään asiakas; tarjotaan enemmän, kuin mitkä ovat asiakkaan odotukset ja mihin ovat aiemmin tottuneet.
- Vaativaa potentiaalista asiakaskuntaa on jo olemassa, heidät voi tavoittaa jo nyt
- Luo mielikuvaa vielä nykyistäkin paremmasta laadusta ja kohteisiin panostamisesta
- Parempaa hintaa?
 - Kun ihminen ihastuu asuntoon ja kokee sen juuri hänelle sopivaksi
 - Kun ihminen kokee asunnon normaalitarjontaa paremmaksi ja laadukkaammaksi

3.2.3 Hyödyt loppuasiakkaille

Miksi konseptin mukainen asunto?

- Helppo hahmottaa, mitä on ostamassa
- Uusi, potentiaalinen ostajakohderyhmä nykyaikaisten, trendikkäästi remontoitujen asuntojen ostajista
- Asunnon jälleenmyynnissä erottuvuus ja arvon säilyminen
- Mietittyjä yksityiskohtia ja viimeistelyä
- Osto- ja harkintavaiheessa saa jo hyvän kuvan siitä, millainen asunto on. Se konkretisoi hankinnan. Nykytilanteessa ostetaan useasti vain pohjalayout ja tietyn määrän neliöitä.
- Hinta yleisesti paremmin tiedossa, eikä arvaamaton summa x muutostöistä. Kalliit lisäkulut ovat hankalia perustella
- Lisäarvoa siitä, että kokonaisuus on jo valmiiksi sisustusarkkitehdin suunnittelema
- Ostaja saa rahalleen enemmän vastinetta valmiiksi mietitystä asunnosta

3.3 MATERIAALIT JA VARUSTEET

Asuinhuoneistojen varusteiden tärkeyttä on tutkittu Kuopion alueelta (Millaisia koteja Kuopioon 2003, 38), mutta ovat sovellettavissa toki yleisemminkin. Tärkeimpien varusteiden joukkoon nousivat riittävät komerotilat sekä erilliset säilytystilat tavaroille. Tärkeitä olivat myös oma, huoneistokohtainen sauna, vaatehuone ja parveke. Vähiten keskimääräisesti pisteitä saivat alkovi, kylpyamme ja ruokailutila olohuoneessa. Juntton teoksessa Asumisen unelmat ja arki (2010, 116) viitataan Hirvosen, Mannisen ja Hakasteen (2005) teokseen, jossa oli todettu, että uusia asuntoja koskevassa palautetutkimuksessa makuuhuoneiden pienenus ja huono kalustettavuus olivat sekä pientalojen että kerrostalojen pahimpia puutteita. Myös säilytys- ja varastotilojen puuttuminen ja ahtaus vaikeuttavat arjen sujumista.

Karkeasti yleistäen ostajista etenkin sijoittajat ja ikääntyneet välttelevät mm. värien valitsemista asuntoon (Pennanen 2016-12-14). Mielienkiintoisempaa ilmettä asuntoon voidaan saada muillakin keinoin. Yhtenä merkittävimmistä keinoista ovat pintojen vaihtelut. *Tekstuurien erilaisuus on kuitenkin juuri se asia, joka elementtitaloista tyypillisesti puuttuu. Pinnat tuntuvat ohuulta ja mitättömiltä: seinissä ei ole ra-*

patun kiviseinän komeutta eikä lattioilla suurten lankkujen tai laattojen luonteikkuutta. (Lindroos 2013, 44.) Tekstuurivaihtelut kuitenkin sopivat paremmin pieneen asuntoon, kuin voimakkaat värit tai kuviot. Ne luovat syvyyttä ja luonnetta. (Conran 2007, 60.) Tekstuurien monipuolisuuden lisäksi neutraaleilla väreillä toteutettavat kontrastivaihtelut tekevät ihmeitä. Voimakkaat kontrastivaihtelut voivat lähtökohtaisesti tuntua hurjilta perinteiseen valkoiseen tottuneille. Suunnittelemani palvelun kuvien kautta voi löytää itselle sopivia kokonaisuuksia ja yllättyä lopputuloksesta.

Tässä muutamia yleisiä näkemyksiä, jotka tulisi huomioida kaikkien tyyllilajien asunnoissa niin varustelun, kuin viimeistelynkin näkökulmasta:

Mikäli hintaero ei ole merkittävä, voidaan vakiovarusteena käyttää induktioliettä keraamisen liesitason sijaan. Uuni voisi olla kaikissa asunnoissa integroitu. Maiju Gebhardin kehittänyt astiankuivauskaappi (Meriläinen 2016, 45) saa jäädä astianpesukoneen olemassaolon myötä vähemmälle tilalle vaikka mainio keksintö onkin. Niissä keittiövaihtoehtoissa, jossa on yläkaapit, voidaan sijoittaa maksimissaan kahden ritilän kokoinen tila käsin tiskattavien astioiden kuivaamiseen.

Myöskään yksityiskohtien vaikutus-

ta ei kannata vähätellä, ne antavat hyvän viimeistelyn ja laadun vaikutelman. Valonkatkaisijoita ja pistorasioita myöten on hyvä nähdä hie-man suunnitteluvaivaa. Talotekniikkaan liittyvien säädinten sijoittelu kannattaa myöskin suunnitella. Hajalleen sijoitellut säätimet antavat huonon kuvan viimeistelyjärjestä ja ne voivat myös vaikeuttaa kalustamista ja sisustamista. Olisiko mahdollista yhdistää talotekniikan ohjaus yhteen ohjauskeskukseen tai edes yhteen mietittyyn paikkaan? Katon laskut ovat yleensä eteisessä, kylpyhuoneessa ja saunassa. Tarvittaessa katon lasku voidaan levittää myös keittotilan puolelle, jolla saadaan jaettava tilan toiminnot ilman rakennettavia seiniä. Perinteiset verholaudat eivät ole nykyaikaisia, ja niiden tilalle kannattaisi harkita muita vaihtoehtoja. Mikäli asuntoon asennetaan verhokisko, voisi miettiä keveämpiä vaihtoehtoja peittämään kiskojärjestelmä. Moni jättää nykyään käyttämättä perinteisiä verhoja, joten onko verhojärjestelmien olemassaolo vakiovarusteena edes välttämätöntä? Mielestäni ei ainakaan kaikissa tyyllilajeissa. Nämä ratkaisut tukisivat mielestäni viimeistelyä ilmettä. *Pienessä tilassa yksityiskohdat erottuvat tavallista selvemmin. Kannattaa käyttää samaa tyyliä ja materiaalia kodin kaikissa tiloissa.* (Conran 2011, 69.)

Valaistus

Keittotilassa perinteinen välitilan valaisu tulee kyseenalaistaa. Etenkin perinteinen loisteputkivalaisin tulee poistaa keittiöiden vakiovalikoimista. Riittävä valon määrä on toki keittiössä työskennellessä tärkeää, mutta voisiko valo koostua useista eri lähteistä tulevasta valosta? Nykyään käytetään paljon oleskelutilojen yhteydessä sijaitsevia keittiöitä, joten mielestäni myös valaistuksen tulisi olla kodinomaisempi. Mielestäni myöskään yläkaappien olemassaolon vaativa, niiden alla oleva valaistus ei saisi olla ainoa tapa hoitaa työvalaistusta. Keittiön valaisinten tulee kodinomaisuudesta huolimatta olla helppoja puhdistaa, koska rasvaa kertyy joka tapauksessa pyyhittäväksi.

Oleskelutilojen yhteydessä tulee mielestäni huomioida epäsuoran valaistuksen mahdollisuus jo rakennusvaiheessa. Väliseinien lokeroiva peittävyys on normaali tapa raken-

taa tiloja, mutta olisiko etenkin pienissä asunnoissa mahdollista hyödyntää luonnonvaloa muilla ratkaisuilla? Puoliavoimet tai valoa läpäisevät ratkaisut tuovat ahtaisiin tiloihin lisää tilantuntua, mutta jäsen-televät kuitenkin tilojen toiminnot. Tämän kaltaiset ratkaisut sopivat loistavasti etenkin yhden-kahten hengen asuntoihin, jossa ei tarvita voimakasta näkö- tai kuulosuojaa.

Kylpytilojen valaistuksessa olisi hyvä käyttää yleisvalon lisäksi vaihtoehtona tunnelmallisempaa vaihtoehtoa. Arjen keskellä rentoutuminen voi tapahtua saunassa ja kylpytiloissa. Nykyään remontoitaviin kylpyhuoneisiin luodaan usein tunnelmallinen, kylpylätyylinen kodin keidas. Valaistuksella ja pintavalinnoilla tunnelma voidaan saavuttaa helposti. Usein asunnoissa, joissa valaistusta ei ole tunnelman näkökulmasta huomioitu, ainoa tapa saavuttaa hyvä tunnelma on käyttää vain saunan tai kylpyhuoneen valoa ja pitää toinen tila täysin pimeänä. Fotorea-

listisia suunnittelukuvia tunnelmalisesta kylpyosastosta voidaan hyödyntää myös markkinoinnissa.

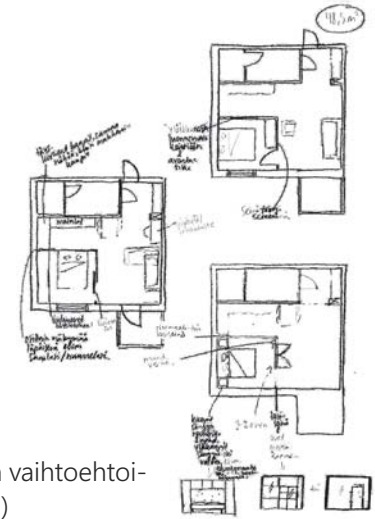
Taloteknisistä syistä tehtävissä kaatonlaskuissa kannattaa käyttää upospotteja ja vastaavia integroituja valaisimia. Upotetut valaisimet voivat kuulua vakiovalikoimiin tai niitä voidaan tarjota lisähintaan täydennykseksi.

Asukkaiden omille valaisimille suunniteltavat sähkövedot kannattaa suunnitella etenkin pienissä asunnoissa oletettujen irtokalustesijoittelujen mukaisesti. Perinteisillä kalusteilla, kuten sohva, pöytä ja tv-taso, sijoitteluvaihtoehtoja ei yleensä ole kovin montaa. Oletetut riippuvalaisinten paikat kannattaa miettiä erityisen tarkasti. Muut valonlähteiden paikat kannattaa sijoitella huonekalujen väliin tai siten, että esim. spottivaloja voidaan kohdistaa seiniin ja kattoon (Terence 2011, 65).

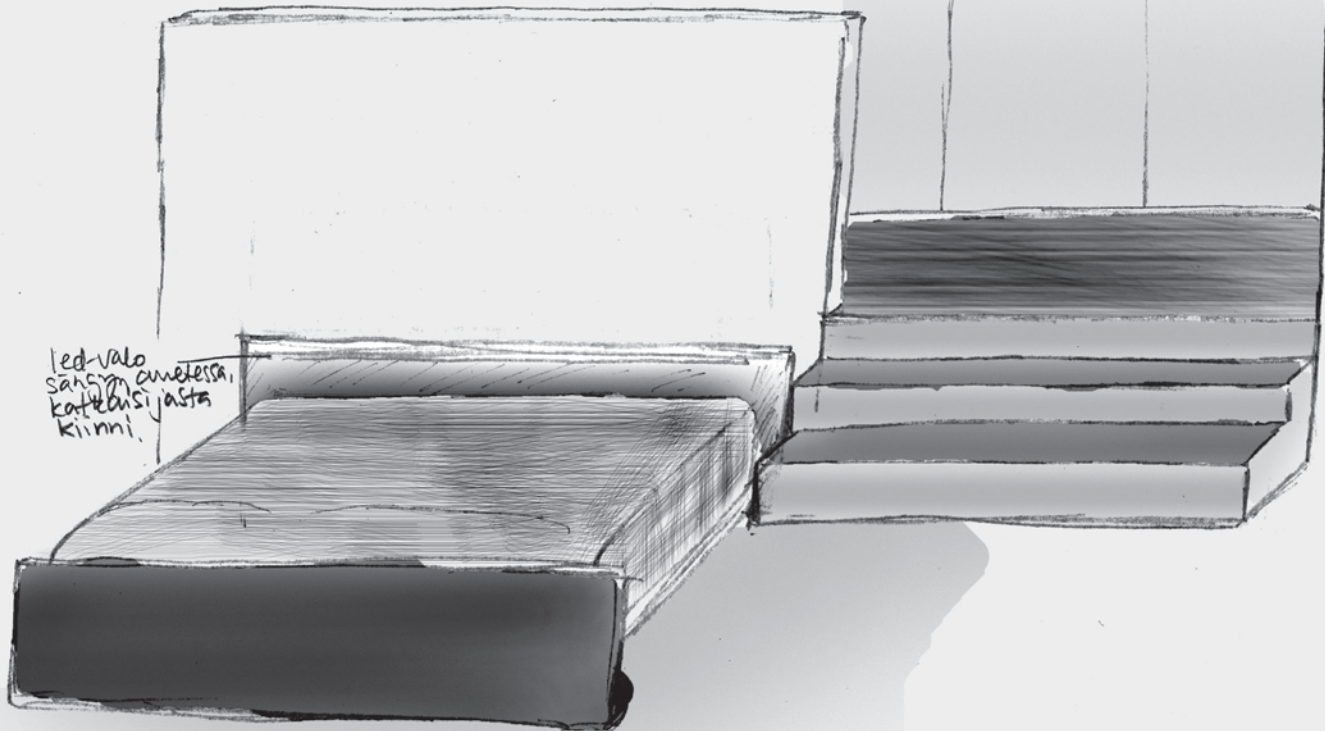
3.4 LUONNOSTELUVAIHE

Prosessin alkuvaiheessa hahmotelin asiakkaalle monikäyttöisten kaluste- ja tilaratkaisuja pieniin tiloihin. Asuntojen koot vaihtelivat välillä 23 m² - 48,5 m². Lisäksi luonnostelin valmiiden pohjakuvien

en layout-vaihtoehtojen lisäksi täysin uusia, mahdollisimman pieniä, toimivia ja muunneltavia pohjaratkaisuja. Tämä työvaihe oli erityisen antoisa ja mielenkiintoinen. Konseptista tein alussa paperille kaksi luonnosta siitä, miten sivurakenne ja asunnon räätälöinti voisi edetä.



KUVA 3: 48,5 m² pohjapiirroksen vaihtoehtoisia tilaratkaisuja. (A. Jääskeläinen)



KUVA 4: Luonnos lattian korotuksen alta vedettävästä sängystä. (A. Jääskeläinen)

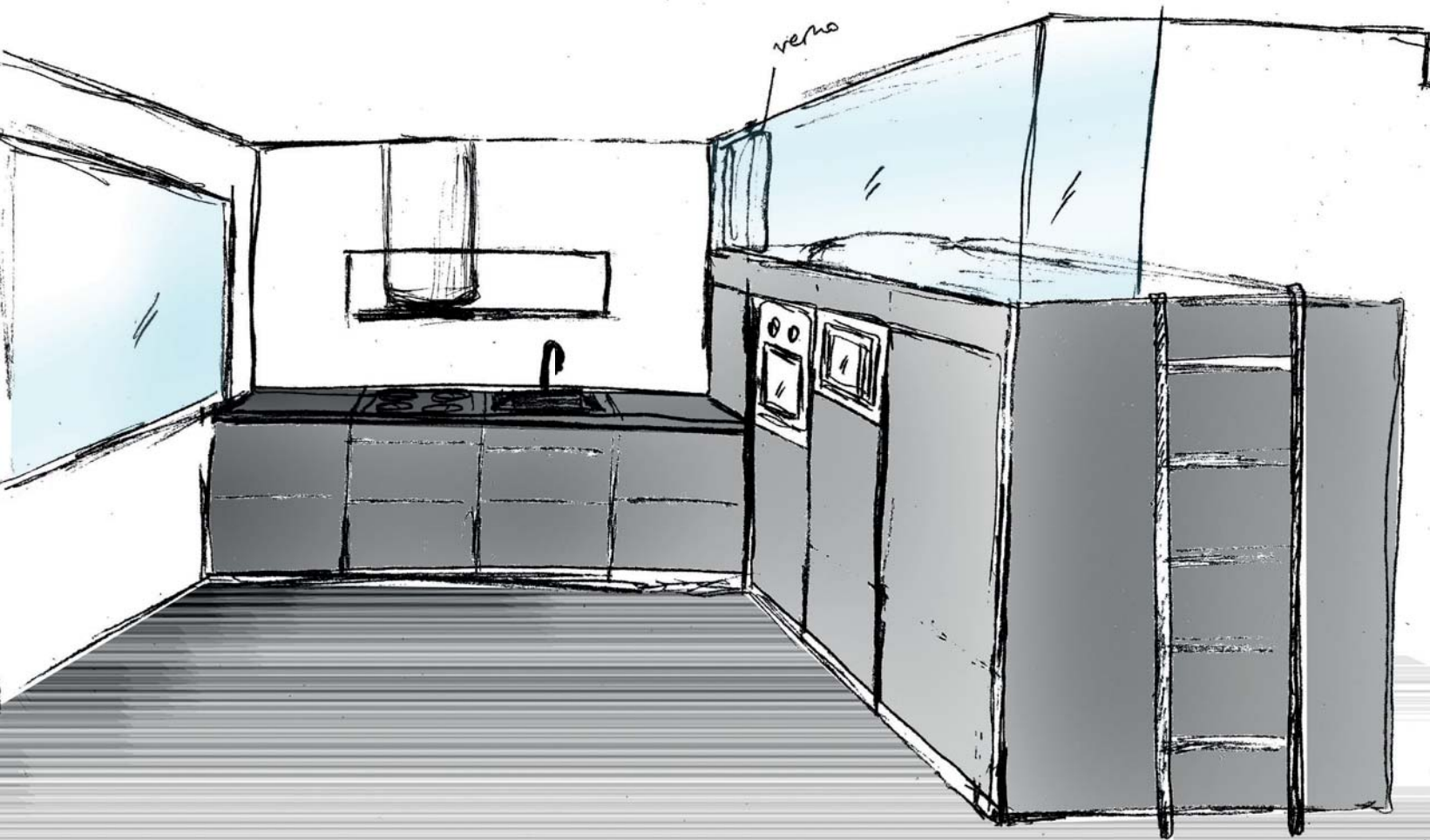
3.4.1 KALUSTEET JA TILARATKAISUT

Seuraavaksi perehdytään tarkemmin luonnoksiin ja niiden tärkeimpiin osa-alueisiin.

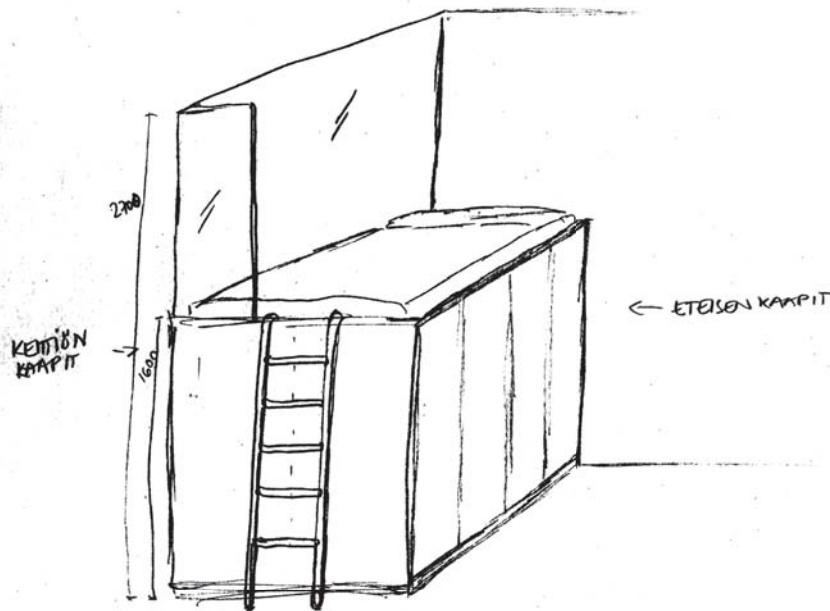
3.4.1.1 Kiinteät kalusteet pienissä asunnoissa

Toiminnalliset ja monikäyttöiset kiintokalusteet ovat mielestäni oleellinen osa hyvin suunniteltua asuntoa. Säilytysratkaisujen monipuolisuus takaa sen, että ne toimi-

vat hyvin asukkailla heidän erilaisista elintavoista riippumatta. *Pienten tilojen onnistuneet sisustusratkaisut sisältävät usein huomattavan paljon kiinteitä kalusteita. Tämä pätee etenkin säilytystiloihin. Kiinteät kaapistot vievät jonkin verran lattiapinta-alaa, mutta ne ovat visuaalisesti paljon*



KUVA 5: Luonnos 44 m² asunnon keittiö-parvi -ratkaisusta. (A. Jääskeläinen)



KUVA 6: Luonnos 44 m² asunnon eteinen-parvi -ratkaisusta. (A. Jääskeläinen)

miellyttävämpi ratkaisu kuin esillä lojuvat tavarat. Kiinteiden kalusteiden asentaminen vaatii suunnittelua ja huolellisuutta, mutta niiden avulla arkipäivän askareet sujuvat usein helpommin ja mukavammin. Pikkukeittiöön kenties mahtuu vain yksi kokki, mutta hyvin suunniteltuna sen käyttäminen on yhtä vaivatonta kuin jos tarttuisi tehokkaaseen koneeseen. Parhaimmillaan pienet asunnot ovat kaikissa suhteissa yhtä toimivia kuin isotkin kodit ja tarjoavat monipuoliset ja joustavat tilat jokapäiväiseen elämään. Ennen kaikkea niukat neliöt opettavat valitsemaan, mitä tavaroita ja aktiviteetteja kotiin pitää mahtua. Kaikkea ei voi ottaa, joten on keskityttävä olennaiseen ja han-

kittava sellaista, jota todella käyttää ja arvostaa. (Conran 2011, 12.)

Pieniin tiloihin sopivat usein parhaiten kiinteät säilytyskalusteet, joiden asentaminen edellyttää huolellista suunnittelua. Vaikka kiinteät kalusteet vievätkin jonkin verran lattiatailaa, lopputulos on usein visuaalisesti miellyttävä, etenkin jos kaapit varustaa sileillä ovilla. (Conran 2011, 43.)

Lähtökohtaisesti suunnittelemisani tyylilajeissa käytetään liukuovia muunneltavin säilytysjärjestelmin normaalien kalusteovien sijaan. Kylpyhuoneissa voisi käyttää seinä-wc-istuimia tai muita helpos- ti puhdistettavia malleja. Seinä-wc:t

saisi istutettua kalustukseen, joka antaisi viimeisteltyä vaikutelmaa.

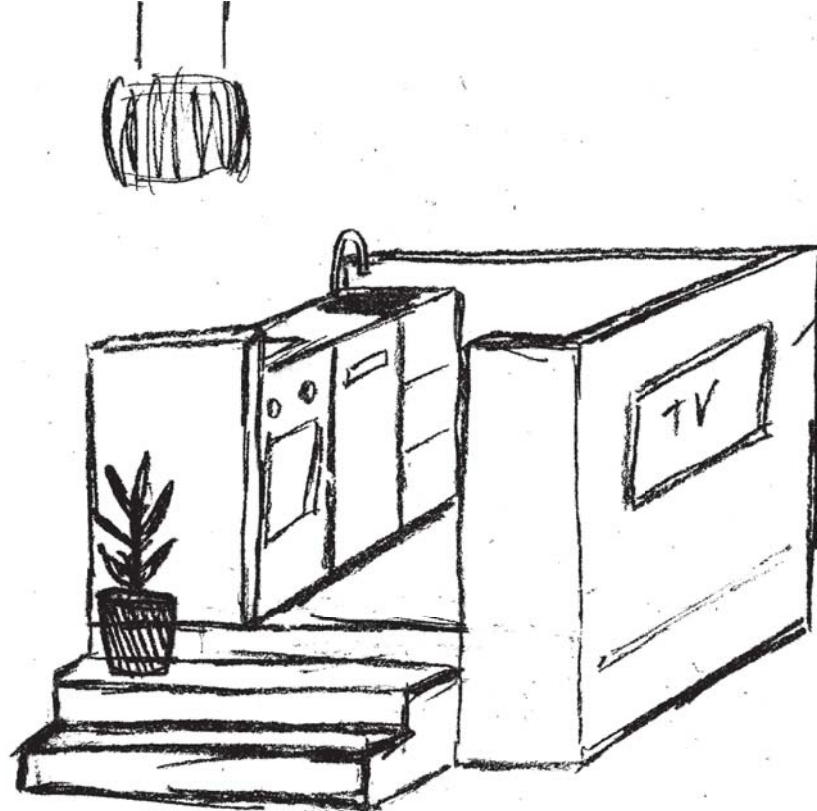
Kodinkoneiden integrointi kiintokalusteisiin on viimeistelty tapa tehdä asunnosta linjakas. Kylpyhuoneeseen sijoitettavan pesukoneen voi "koteloida" piiloon. Pesukoneen täyttötavasta riippumatta voidaan käyttää samanlaista kalustetta, jonka etuosa aukeaa kaapin oven tavoin ja taso on nostettavissa päältä auki. Mikäli halutaan jättää tilaa pesutornille, kannattaa miettiä miten integroitavuus kannattaa toteuttaa. Pienissä asunnoissa voidaan käyttää runkosyvyydeltään pienempää pesukonekaappia. Yhden hengen taloudessa on usein käytössä pienemmät pesukoneet. Mikäli asukkaalla ei ole käytössään pesukonetta, kaappiin voi liittää hyllylevyt.

3.4.1.2 Minikeittiöt

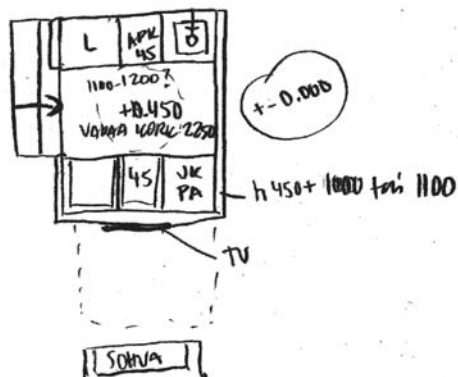
Valmiita minikeittiöitä löytyy paljon valmiina. Tosin valikoima on pääasiassa, etenkin visuaalisesta näkökulmasta, enemmänkin mökkikäyttöön soveltuva. Räätelöitävien pikkukeittiöiden suurimpana rajoitteena ovat pienten laitteiden valikoimat ja niiden korkeat hinnat. Minikeittiöiden lisäksi pienissä tiloissa toimivat hyvin kompaktit peruskeittiöt yläkaapein/hyllyin, joka on piilotettu liukuovien tai taiteovien taakse. Pienten keittiöiden vastak-

klaffikaapin. Ruokapöydän ympärillä käytettäviä tuoleja voidaan hyödyntää asunnon muissa tiloissa, kun ruokapöytä ei ole käytössä. Pienissä asunnoissa myös sohva voi toimia ruokailupaikkana, mutta silloin se on huomioitava pöydän räätälöitynä korkeutena.

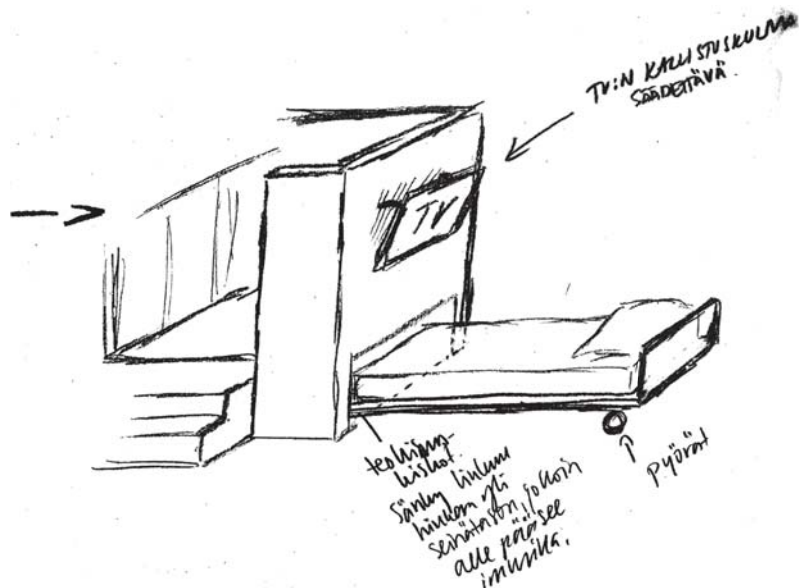
Sänky voi olla esimerkiksi piilossa oleva, joka vedetään tasanteen/lattiakorotuksen alta. Mekanismina toimivat kiskot ja/tai renkaat. Variaatioita toteutuksesta on useita. Modernina versiona toimii täysin integroitu, kiinteä kaluste, joka toimii teollisuuskiskoilla ja on tarvittaessa etuosastaan renkaiden tuke- ma. Boheemissa tyyllissä "luukun" sisältä voidaan vetää vain lukittavien renkaiden varassa oleva, liikuteltava vanerilavetti. Levyn päällä on patja. Vanerin reuna-alueille jää tyhjää tilaa, joka toimii myös yöpöytänä. Jälkimmäisessä tapauksessa sänkyä voi käyttää asunnossa myös löhöilysohvana.



KUVA 10: Luonnos korotetusta pienestä keittiöstä. (A. Jääskeläinen)



KUVA 11: Luonnos korotetun keittiön pohjasta. (A. Jääskeläinen)



KUVA 12: Luonnos korotetun keittiön alta vedettävästä sängystä. (A. Jääskeläinen)

3.4.1.4 Irtokalusteet

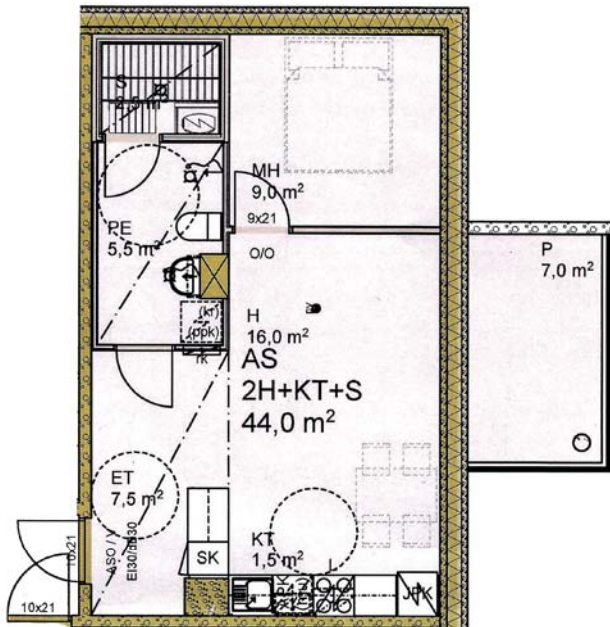
Pohjapiirrosten suunnittelussa pidin jatkuvasti mielessä tilojen kalustetavuutta. Huomioin tilasuunnittelussa sen, minkä kokoisia kalusteita asukkailla yleensä kotonaan on. Etenkin pienissä asunnoissa vuokrauksen (ja toki myynninkin) esteenä voi olla se, että asukkaan olemassa olevan kalusteet eivät mahtuisi asuntoon. Pysin pitämään kiinni siitä, että sängyn on oltava vähintään 1200 mm leveä, 2000 mm leveälle sohvalle tuulee löytyä sopiva paikka ja pienen ruokapöydän on mahdollista asuntoon.

3.4.2 Layoutit

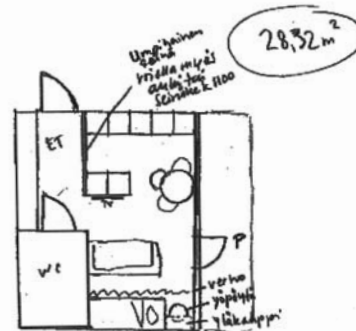
Tein luonnoksia asiakasyrityksen rakennuskohteen pohjiin eri sijoitteluvaihtoehdoista. Layout-vaihtoehdot ovat keino lisätä loppuasiakkaalle sopivien vaihtoehtojen määrää. Layout-vaihtoehdot on valmiiksi mietitty ja siihen liittyvät talo- ja rakennustekniset ratkaisut on mietitty valmiiksi. Asiakkaalle tarjottavina layout-vaihtoehtoina toimisi pääasiassa kaksi saman hintaluokan vaihtoehtoa. Vaihtoehdot on suunniteltu tilan muuntomahdollisuuksien mukaisesti ja niissä on tärkeää huomioida yleiset käytetyt muutostarpeet, esim. saarekekeittiö tai

suljettu/avoin keittiö. Pohjalayoutit kannattaisi huomioida jo suunnittelun alkuvaiheessa.

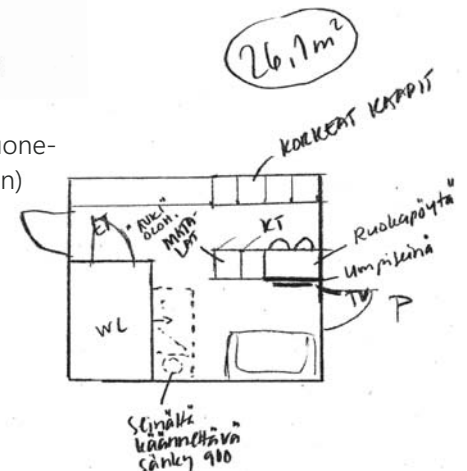
Lopullisiin visualisointeihin, eli konseptiesittelyyn, otin ensimmäisten arkkitehtisuunnitelmien pohjalta suunnitellun 44 m² kaksion. Layout-vaihtoehtona käytin lisäparvella suunnitelmaa, joka sopii esimerkiksi yhteishuoltajaperheelle tai pariskunnalle, jotka kestävät yövieraita säännöllisesti. Pohjaratkaisun umpinainen väliseinä vaihtui tilantunnon parantamiseksi erilaisiksi lasiseinävaihtoehtoiksi kunkin tyylilajin mukaisesti.



KUVA 13: 44 m² pohjapiirros, jonka pohjalta visualisoinnit tehtiin. (Pohjola Rakennus)



KUVA 14: Luonnos pienen asunnon pohjasta kylpyhuonemoduulilla. (A. Jääskeläinen)



KUVA 15: Luonnos pienen asunnon pohjasta kylpyhuonemoduulilla. (A. Jääskeläinen)

4. KONSEPTIN KEHITTELY

Konseptin lähtökohtana mietin uuden asunnon ostoprosessia, etenkin vaiheessa, jossa ei ole vielä juuri mitään konkreettista saatavilla. Ennakomarkkinointivaiheessa asunto varataan yleensä tietämättä mitä hinta tulee sisältämään. Tässä vaiheessa on tiedossa yleensä vain asunnon perushinta, neliömäärä ja alustava pohjapiirros. Etenkin ensimmäistä kertaa uudiskohteeseen tutustuva voi tuntua, ettei hankinta ole riittävän konkreettinen. Millaisia materiaalivaihtoehtoja kuuluu perushintaan? Miltä asunto tulee näyttämään? Hahmotanko riittävän hyvin mistä olen maksamassa? Kokeeko asiakas käsin kosketeltavana uuden asunnon ostamisen? Asunnon, jota hänellä ei ole ollut mahdollista nähdä. Voisiko konsepti auttaa ihmistä ymmärtämään ja sitoutumaan asunnon hankintaan eri tavalla? Anneli Junton (2010, 33) mukaan *materiaaliseen minään kuuluu kaikki, mitä ihminen voi ajatella omakseen, kuten oma keho, vaatteet, tavarat, perhe ja läheiset ihmiset. Myös asunto kuuluu materiaaliseen minään. Näistä asioista tärkeimpiä ovat ne, jotka ihminen on itse tehnyt, luonut tai koonnut.*

Suunnittelun ideointivaiheessa mietin, miten asunnon hankinta olisi konkreettisempi, etenkin yllä maini-

tussa vaiheessa? Millä keinoin muutostöiden määrää ja siitä aiheutuvaa vaivaa voisi vähentää asiakasyhteyksessä ja miten asiakas löytäisi sopivan vaihtoehdon helposti ja vaivattomasti? Millä keinoin ostokynnystä voisi madaltaa eikä päinvastoin?

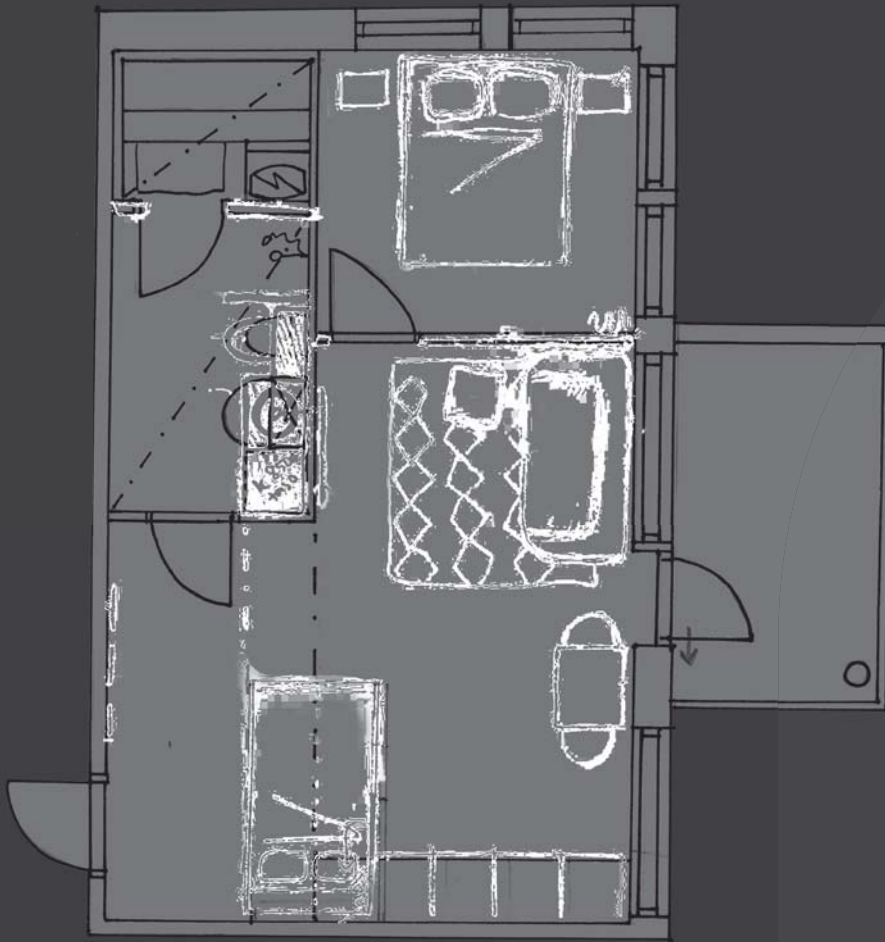
Otin huomioon näkökulman; mitä lisäarvoa sisustusarkkitehdit voivat tuoda uudisasuntotuotantoon? Miten voimme olla alalle hyödyksi? Miten sisustusarkkitehdin työpanos integroituisi luonnollisena osana alan suunnittelu- ja markkinointiprosesseihin? Miten alalla voitaisiin työllistää enemmän sisustusarkkitehtejä? Tärkeää on tehdä työpanos riittävän hyödylliseksi ja tarpeelliseksi.

Konseptiksi valikoitui eri tyyllilajeihin pohjautuva konfiguraattori, jossa ostajaehdokas näkee visuaalisesti asunnon valintavaihtoehdot. Tyyllilajeiksi halusin nykyisten perusturvallisten tyylien lisäksi nykyaikaisia vaihtoehtoja sekä ainakin yhden persoonallisemman vaihtoehdon. Vaikka persoonallisimpien vaihtoehtojen valinta voi olla vähäisempää etenkin tämänhetkisen ostajakunnan keskuudessa, ne luovat mielikuvaa monipuolisista, persoonallisista ja yksilöllisistä vaihtoehtoista, laadusta sekä vaihtoehtojen laajuudesta. Konseptisuunnitelmaidea sopi myös hyvin osaksi yrityksen jo olemassa olevaa strategista hanketta (Porento 2017-2-16).

4.1 Konfiguraattori

Toimintaperiaatteeksi muovautui nettisivuilla toimiva konfiguraattori, jonka voi ladata myös applikaationa mobiililaitteisiin. Konfiguraattorissa potentiaalinen asiakas näkee näytöllä koko ajan valintansa visuaalisena kokonaisuutena. Hän pystyy räätälöimään asunnon useasta vakiovaihtoehdosta, jotka sisältyvät asunnon myyntihintaan. Asiakas räätälöi asunnon aloittaen kaupungista ja kohteesta ja edeten asunnon ostoon tai varaukseen saakka. Kun asiakas tekee kussakin vaiheessa valinnan, hän siirtyy seuraavaan kohtaan edellisten valintojen perusteella. Mikäli loppuvaiheessa on vielä tarvetta, hän voi vielä laskettaa lisää muutostöitä. Lopuksi ohjelma tekee koonnin, jonka voi tulostaa itselle tai lähettää yhteydenoton yritykseen. Ohjelmaan täytetyt tiedot jäävät järjestelmään ja ovat sieltä hyödynnettävissä. Asiakas näkee jatkuvasti hinnan edetessään konfiguraattorin vaiheiden läpi. Tulovaisuudessa asiakas voisi tutustua valitsemaansa tilaan virtuaalitodellisuudessa ja/tai 360-videona. Opinäytetyössä toteutan esityksen konfiguraattorin toimintaperiaatteesta, jolla idea voidaan esitellä yrityksen johdolle.

Konfiguraattorin vahvuutena on, että asiakkaan on sen avulla helppo valita kokonaisuus selkeän käyttöliit-



KUVA 16: Luonnos 44 m2 pohjan kalustuksesta.
(A. Jääskeläinen)

tymän avulla. Nykyisellä käytettävissä olevalla tekniikalla konfiguraattori olisi nykyaikainen ja sitä voisi tulevaisuudessa, tekniikan kehittyessä viedä eteenpäin. Mielestäni tämän kaltainen tapa hankkia asunto, erotuu kilpailijoista, auttaa hahmottamaan valitun kokonaisuuden ja tuo laaduntuntua. Kun valintavaihtoehdot on pureskeltu jo valmiiksi kokonaisuudeksi, loppuasiakas saa rahalleen enemmän vastinetta. Uskon, että konseptin kaltaisella ratkaisulla asiakas myös kokee saavansa enemmän, kuin mitä odottaa lähtökohtaisesti. Kun asiakas voidaan yllättää positiivisesti, sillä on tapana ruokkia myös sitä toimivinta markkinointikanavaa, puskaradiota.

Vastaavan tyyppisiä konfiguraattoreita käytetään autoteollisuudessa ja siellä se vaikuttaa toimivan. Automalleja on toki vähemmän, kuin asuntovaihtoehtoja, joka osaltaan helpottaa konfiguraattorin ylläpitoa ja räätälöintiä. Tästäkin huolimatta asunto on keskimäärin autoa suuremman kokoluokan hankinta ja pidemmän aikavälin sijoitus, joten myynnin tehostamiseen kannattaa varmasti panostaa.

Suunnittelun lähtökohtana oli, että esimerkki-ihmistyyppin tai valinnaisen arvopohjan ja siihen liittyvän sisustusideakuvan mukaan lähdetään valitsemaan omien mieltymysten

mukaista kohdetta. Samassa yhteydessä voisi olla lyhyt, koostava kuvaus elämäntyylistä tai arvomaailmasta. Esimerkiksi tähän tapaan: "Boheemin kodin asukas haluaa kuvastaa omaa identiteettiään ja luoda kodista itselleen kotoisan rauhoittumispaikan. Värikäs ja etninen tyyli miellyttää hänen silmää. Eri kuvioiden ja värien yhdistely on luonnollinen tapaa sisustaa. Laadukkaat luonnonmateriaalit ovat tärkein kodin sisustuselementti. Luova ja rento tyyli yhdistyvät ekologiseen elämäntyyliin"

Pidin tärkeänä, että konfiguraattorilla olisi oma markkinointinimi. Nimeksi valikoitui ideointivaiheen 48:sta nimivaihtoehdosta Haltija. Haltija -nimellä haetaan viittausta asunnon haltijaan, mutta myös taruhahmoon, joka toteuttaa ihmisten toiveet. Molemmat asiat liittyvät konfiguraattorin käytön pohjimmaiseen ideologiaan.

4.1.1 Konseptisuunnittelun osa-alueet

Konseptisuunnitteluun halusin tuoda sopivan yhdistelmän käytännöllisyyttä ja esteettisyyttä. Osa-alueita suunnittelussa oli aina markkinoinnista teknisen käytön kautta visuaaliseen mielikuvien luomiseen.

4.1.1.1 Käytännön toimivuus ja soveltuvuus

Tärkeää on luoda käytännössä toimiva sivusto/applikaatio ja siihen hyvin linkittyvät osa-alueet. Valittavissa on maltillinen määrä vaihtoehtoja, ollen silti riittävän taipuisa ja muokattava. Kohdekohtainen räätälöityvyys tulee miettiä, mutta myös kopioitavuus esimerkiksi samojen visualisointien käyttö eri kohteissa. Tämä riippuu paljolti siitä, miten erilaisia pohjaratkaisuja eri kohteissa tullaan käyttämään. Valittavat vaihtoehdot voidaan räätälöidä myös eri maantieteellisille alueille sopiviksi.

Suunnittelussa on mietittävä soveltuvuus asiakaskohderyhmille. Konfiguraattori palvelee näkemykseni mukaan parhaiten ostajia, jotka hakevat asuntoa itselle. Heille, joille asunnon ostaminen ei ole rutiinia, vaan he tarvitsevat tukea ostopäätökselleen. Vaativien asiakkaiden tarpeisiin löytyy konfiguraattorin kautta enemmän vaihtoehtoja visuaalisessa muodossa. Tuleva ostajasukupolvi on tottunut ostamaan netistä, jolloin asunnon ostaminenkin voisi tapahtua samalla tavoin. Sijoittajat voivat löytää konfiguraattorin kautta myyviä vaihtoehtoja. He voivat käyttää visualisointikuvia vuokrailmoituksissa jo ennen rakennuksen valmistumista.

4.1.1.2 Sisältö

Sisällön tuottamisessa tulee suunnitella tekstin sisältö ja sisällön kerontamuodot. Kerrontamuodoista esimerkkinä tarinalliset kuvaukset, faktat teksteissä ja tunnelmataulut visuaalisina kuvina. Sisällön eteneminen toimivasti ja loogisesti vaatii ajatustyötä ja muutoksia suunnittelun varrella. Sisällön määrä on myös keskiössä, jotta kaikki tarvittava tieto on saatavilla, olematta sekavasti tai vaikeaselkoisesti esillä. Vasta asiakasyrityksen näkemyksen ja kokemuksen sekä asiakaspalautteiden kautta sivut ja niiden sisältö muovautuvat lopulliseen muotoonsa. Myös graafikon mielipidettä on järkevää kuunnella toteutuksessa.

4.1.1.3 Tyylien ja värimaailmojen nimet

Tyylien nimet muovautuivat prosessin aikana. Tarkoitus oli luoda mahdollisimman kuvaavat ja helposti ymmärrettävät nimet, jotka kuvaavat tyyllisiä selkeästi. Uudet tyylliset nimet jatkossakin yksilöllisesti. Listasin myös Pohjola Rakennuksen nimeen liittyviä mielenyhty-

KUVA 17: Pohjola Rakennuksen verkkosivut. (Pohjola Rakennus)

miä ja halusin hyödyntää niitä jollain tasolla suunnittelemisani tyyllisissä. Pohjolan luontoon liittyviä, kuvaavia nimiä löytyykin konfiguraattorin värien ja värimaailmojen nimistä, esim. usva, sammal ja karpalo.

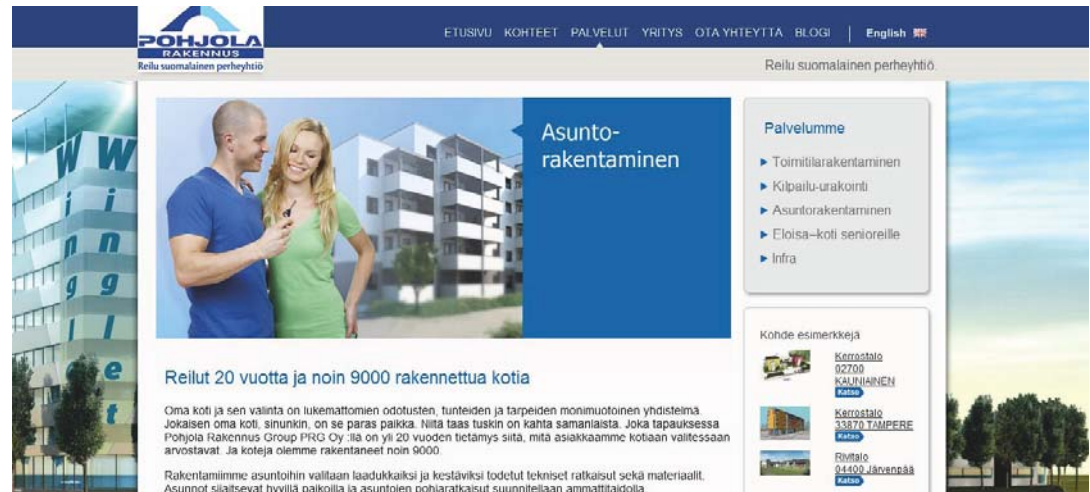
4.1.1.4 Graafinen suunnittelu ja typografia

Tavoitteena on suunnitella yksinkertaista ja pohjoismaiseen makuun sopivaa. Yleisilmeeltään selkeää ja "kaikille sopivaa". Silti tyylliltään nuorekasta ja tuoretta. Käyttöliittymän rajoitukset muoivasivat sivujen ulkoasun. Tekemäni sivuesimerkki on suunniteltu tablettitietokoneelle. Pikselikokona on 2560 x 1600. Fontit pyrin pitämään mahdollisimman selkeinä ja keveinä, jotta ne tukevat skandinaavista typografiaa. Kuvan

tulee olla pääosassa konfiguraattorin sivuilla. Kuva kertoo "tarinaa" siitä, miten koti rakentuu oman näköiseksi.

Yrityksen nimen mielenyhtymien lisäksi sivustan ilmeeseen on hyvä tukea yrityksen tämänhetkistä tyyliä. Otan kuitenkin oikeuksia kehitellä Haltijaa hieman omanlaiseensa suuntaan. Yrityksen väreistä valkoinen ja sininen ovat mukana konfiguraattorissa. Pohjola Rakennuksen sivuilla käytetty kolmion muoto toistuu varioituna Haltijan lehdillä.

Konfiguraattorin alussa ostajalla on samat asiat tiedossa, kuin normaalin ostoprosessin alussa: pohjakuva (ja mahdolliset layout-muutokset) ja visualisointikuva rakennuksesta. Kun konfiguraattorissa edetään eteenpäin, päästään jo visuaalisesti todella konkreettiselle tasolle aina



sisustusideoita myöten. Näin yksityiskohtaiseen, visuaaliseen konkrettiaan saakka ei nykyisissä ostoprosesseissa edetä.

Graafiset kuvakkeet

Konfiguraattorissa etenemistä tukemaan voidaan käyttää erilaisia valintoja visualisoivia graafisia kuvakkeita. Kuvakkeita voi käyttää esimerkiksi kuvastamaan valittua tyyllilajia ja täydentymään esimerkiksi väreillä, kun lisävalintoja tehdään. Tämän kaltaisia graafisia kuvakkeita en käyttänyt lopullisessa konfiguraattoriehdotelmassani.

Graafisia kuvakkeita käytin kuitenkin osoittamaan sen, missä vaiheessa asunnon räätälöinti on. Tähän tarpeeseen suunnittelin kuvakkeille ”navigointipalkin”, joka kulkee läpi suunnitteluprosessin. Palkki ei ole

navigointia varten, vaan osoittamaan missä kohti suunnitteluprosessia ollaan kulloinkin menossa. Mielestäni räätälöinnissä on tärkeää hahmottaa kokonaisuus. Tieto siitä, mitä valintoja pääsee vielä myöhemmissä vaiheissa tekemään, auttaa hahmottamaan asuntojen eroavaisuuksia ja potentiaalia esimerkiksi ennen värivalintoja.

Kuvassa esimerkki suunnittelun alkuvaiheessa särmä-tyylilajille hahmotellusta kuvakkeesta.

Lisätietovalinnat

Perussivujen lisäksi suunnittelin konfiguraattoriin lisätietosivuja, jotta normaalisivujen informaatiomäärä pysyy riittävän vähäisenä. Lisätietosivuilta löytyy mm. ohjeita ja lisätietoja materiaaleista. Rinnakkaisvertailussa on tarkoitus helpot-

taa eri tyyllilajien ja värimaailmojen vertailua vierekkäin, mikäli valinta ei ole itsestäänselvyys. Alkuperäisessä luonnoksessa rinnakkain vertailun olisi voinut tehdä pääsivulla, mutta mielestäni on järkevää pitää se erillään. Konfiguraattorin käyttäjä ei näe lähtökohtaisesti kaikkia vaihtoehtoja, joten valinnan tekeminen on helpompaa.

Sivurakenne

Pääasiallisesti sivut koostuvat samoissa paikoissa sijaitsevista toiminnallisuuksista, jotta konfiguraattorin käyttö olisi mahdollisimman selkeää. Seuraavilla sivuilla esitellään kuvin sivun toiminnalliset alueet, sivukaavion navigointieen ja konfiguraattorin sivut yksittäin seliteteksteineen.



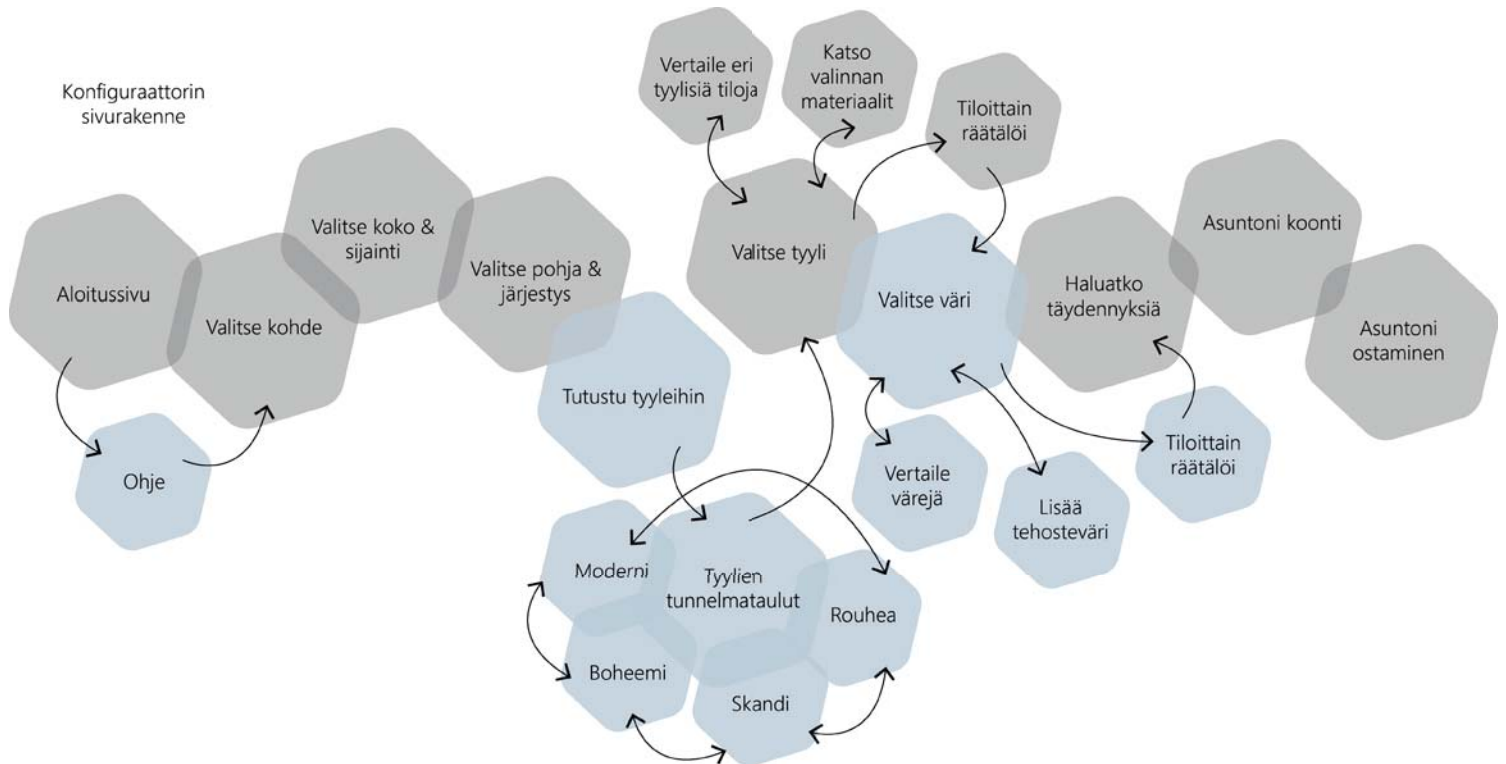
KUVA 18: Esimerkki suunnittelun alkuvaiheessa särmä-tyylilajille hahmotellusta kuvakkeesta. (A. Jääskeläinen)



KUVA 19: Konfiguraattoriin suunniteltu ”navigointipalkki”. (A. Jääskeläinen)



KUVIO 4: Konfiguraattorin perussivun toiminnalliset alueet. (A. Jääskeläinen)



KUVIO 5: Kaavio konfiguraattorin sivurakenteesta. (A. Jääskeläinen)

ALOITUSSIVU

- Sivulta voi valita kielen, katsoa pikaohjeen tai aloittaa
- Aloituskuvalla haetaan tunnetta siitä, kun pääsee itse suunnittelemaan työpöydän äärelle

Haltija

POHJOLA
RAKENNUS

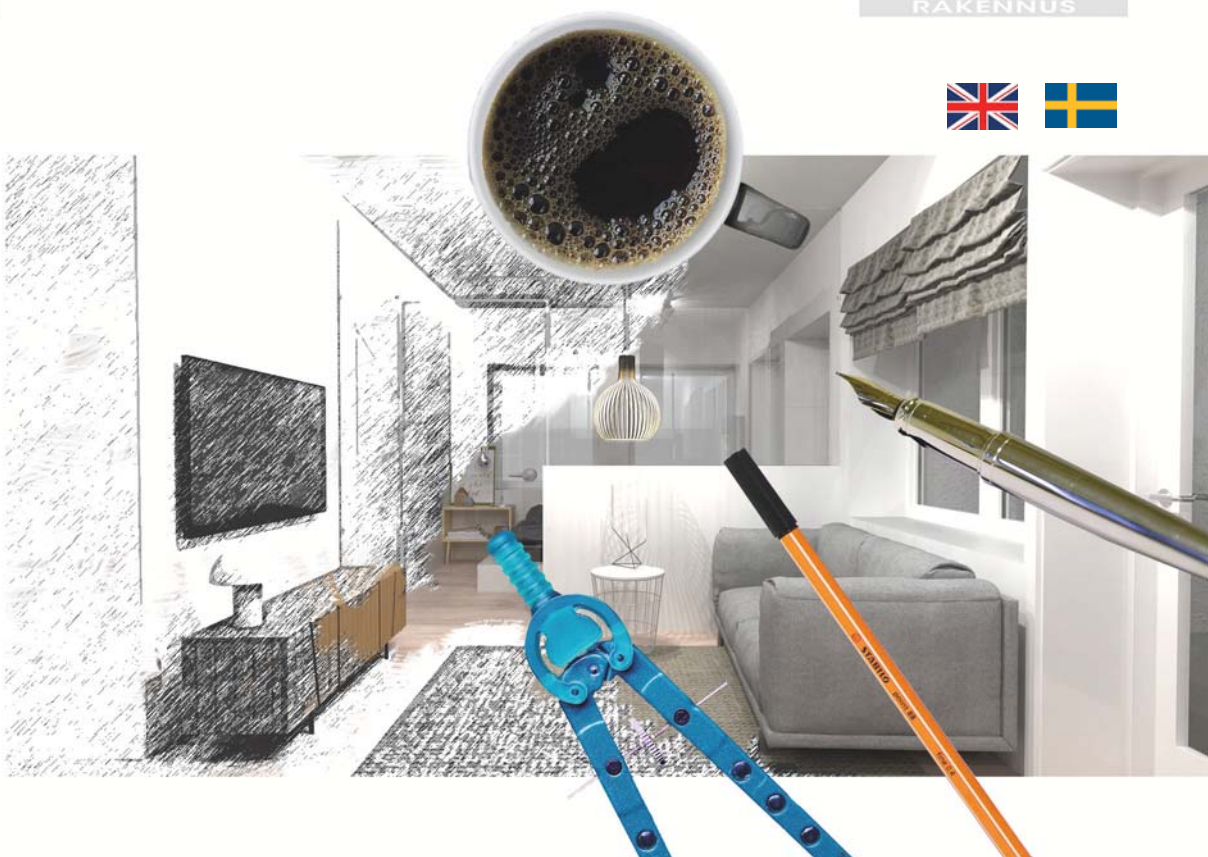


Tervetuloa Haltija -palveluun

Räätälöi oman näköisesi koti helposti. Palvelun avulla uuden asunnon haltijan kaikki toiveet toteutuvat!

KATSO PIKAOHJE

ALOITA



OHJEET KÄYTTÖÄ VARTEN

- Valinnainen lisätietosivu
- Sivulta aloitetaan Haltija-palvelun käyttö

haltijan ohje

PIKAOHJEET

Tältä sivulta näet perustoiminnallisuudet kohti unelmiesi asuntoa.

LISÄOHJEITA & LISÄTIETOJA



Merkin alta näet lisäohjeita etenemiseen tai voit valita lisätietoja kohteesta

ALOITA

Haltija

KOKOA KOTISI VAIHE VAIHEELTA

Näet etenemisesti kohti unelma-asuntoa alla olevin kuvakkein



KOHDE

KOKO &
SIJAINTI

POHJA &
JÄRJESTYS

TUTUSTU
TYYLEIHIN

VALITSE
TYYLII

VALITSE
VÄRI

LISÄ-
VALINNAT

KOONTI

YHTEYS &
OSTAMINEN

EDELLISEEN KOHTAAN PALAAMINEN

Voit aina palata takaisin ja muuttaa edellisiä valintojasi. Palaaminen tapahtuu selaimen "paluu" -nuolella.

360 -VIDEO

Päätset katselemaan valitsemaasi asuntoa 360 -videona. Kääntelee hiirellä tai kosketusnäytöltä näkymää ja tutustu rauhassa asuntoosi.

KOHDE

- Paikkakunnan voi valita valikon lisäksi kartalta.
- Paikkakunnasta tulee tietoja näkyviin. Tiedot voivat olla yleistiedon lisäksi asumiseen/sijoittamiseen liittyviä faktoja
- Kohteen voi hakea suoraan hakusanalla tai paikkakunnan ja kohteen nimen valitsemalla
- Alkaen hinta päivittyy paikkakunnan valinnan mukaan

valitse
kohde

Haltija

Hae kohde nimellä



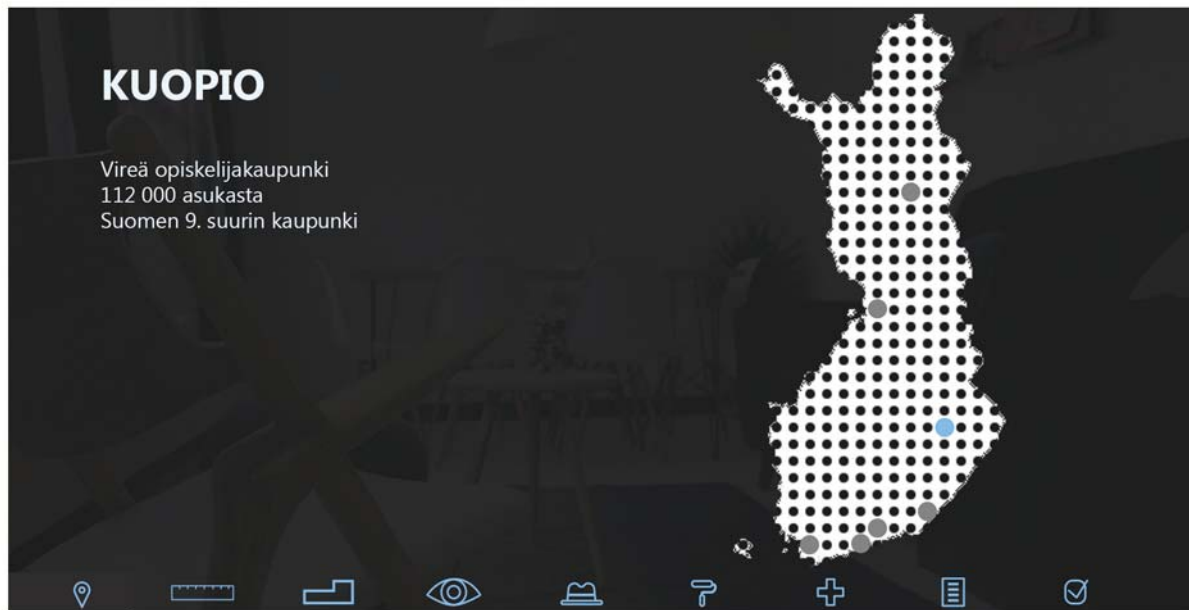
Valitse paikkakunta



Valitse kohde



JATKA



alkaen 95 000 €

KOHDE

- Valittaessa kohteen, kuvaan ilmestyy kuvaus kohteesta ja havainnekuva/valokuva rakennuksesta
- Alkaen hinta päivittyy kohteen mukaan

valitse
kohde

Haltija

Hae kohde nimellä

Valitse paikkakunta

Valitse kohde

JATKA

RUUTIKELLARI

Osoite

As Oy Kuopion Ruutikellari
Kaksi viisikerroksista kerrostaloa
70 asuntoa ja 12 autotallia
Asuntojen koot 25 m²-94,5 m²
Rakentaminen käynnistyy
maaliskuussa 2017 ja kohde
valmistuu keväällä 2018



alkaan 99 000 €

ASUNNON KOKO JA SIJAINTI

- Valittaessa neliömäärän, kuvaan ilmestyy tieto vapaista asunnoista ko. neliömäärässä
- Valittaessa kerroksen, kuvaan ilmestyy tieto vapaista asunnoista ko. kerroksessa
- Alkaen hinta päivittyy neliöiden ja kerroksen mukaan

valitse
koko &
sijainti

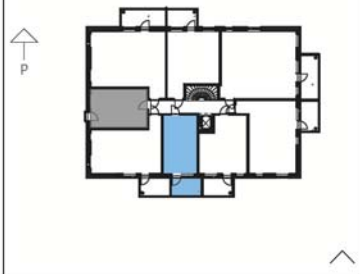
Haltija

Valitse neliömäärä

44 m²

Sijainti rakennuksessa

2. KERROS



JATKA

RUUTIKELLARI 44 m²

2. kerroksessa 2 huoneistoa vapaana
Hinnat alk. 135 000



Klikkaa valikosta vapaata
asunnon pohjaa valitaksesi
tai tutustuaksesi asuntoon



alkaen 135 000 €

ASUNNON KOKO JA SIJAINTI

- Valittaessa asunto rakennuksen pohjakuvasta, kuvaan ilmestyy pohjapiirros, tiedot asunnosta ja suuntaa-antava maisema/maisemat ikkunoista.
- Hinta päivittyy valitun asunnon mukaan

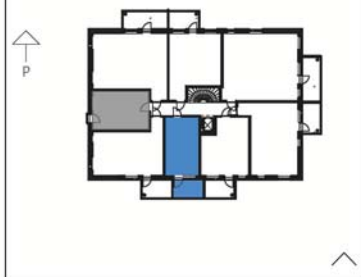
valitse koko & sijainti

Valitse neliömäärä

44 m² ▼

Sijainti rakennuksessa

4. KERROS

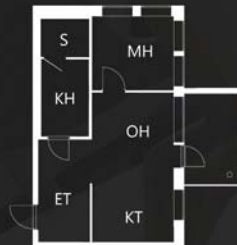


JATKA

Haltija

44 m²

Ikkunat etelään
Ruutikellari
4. kerroksessa 2 huoneistoa vapaana
Esteetön, hissillinen kohde
Hinnat alk. 135 000



Maisema ikkunasta



136 000 €

POHJALAYOUT

- Asunnon layout-vaihtoehdot tulevat esille, esim. kaksi-kolme eri vaihtoehtoa. Vaihtoehdon alla näkyy pohjakuva.
- Pohjakuva voi päivittyä myös kuvaan.
- Mikäli mitään plussista ei paineta, oikean puoleinen kuvaus eri yksityiskohdista vaihtuu 8 sekunnin välein.
- Klikkaamalla + -merkkiä, kuvaan avautuu tarkempi kuva ratkaisusta ja lyhyt selostus

valitse pohja & järjestys

Haltija

Valitse pohja & järjestys

VAIHTOEHTO 1

Sijainti rakennuksessa

VAIHTOEHTO 2



JATKA

VAIHTOEHTO 2

Suunnittelussa on huomioitu asukkaat, joilla on usein vieraita.
Sopii myös loistavasti uusperheen tarpeisiin.



+ PARVI

Nerokas parvi kätkee sisälleen eteisen kaapit sekä keittiön koneet. Käynti onnistuu päädyn tikapuiden avulla. Parvelle mahtuu 1200 leveä patja. Kapeampien patjojen kanssa parvelle jää lisäksi mukavasti laskutilaa.



136 000 €

TYYLILAJEIHIN TUTUSTUMINEN

- Kuvaus tyyllilajin arvomaailmasta ja mieltymyksistä
- Valitsemalla halutun tyyllilajin, avautuu tyyllilajin tunnelmataulu
- Hinta ei näy tässä kohdassa

tutustu tyyliin

Haltija



MODERNI

Jään kiiloa ja huurteen mattaa. Puhdasta valkoista ja hiilen tummuutta. Keveää ja ryhdikästä. Silmäni lepää yksinkertaisissa linjoissa ja viimeistellyissä yksityiskohdissa. Sisustaa voi voimakkain kontrastein mustavalkoisen graafisesti tai minimalistisen eleettömästi. Koti on kuin tyhjä, puhdas paperi. Linjakaassa ympäristössä isoäidin lapsuuden kaapisto saa arvoisensa huomion ja luo uniikin, oman näköisen kodin.



BOHEEMI

Mielenmaisemissani vehreät saniaiset taipuvat eri suuntiin vanhojen mäntyjen varjossa. Ne näkyvät usvan takaa murretuissa sävyissä. Nautin. Hetki sitten mieleni oli matkalla mehevien tuoksujen keskellä maustebasaarissa. Boheemin kodin asukas on ekologinen, rohkea ja värikkään persoonallinen. Sisustuksessa näkyy kerroksellisuus; uuttaa ja vanhaa, kierrätettyä ja perittyä. Rönsyilevää vai karsittua? Sinä päätät.



SKANDI

Nautin pohjolan talven väreistä. Vaaleista ja luonnollisista. Lumen valkoista, vaaleaa puun pintaa, hieman harmaata. Pohjolan valossa kylpevä tyyli on juuri suomalaisen makuun ja se kestää aikaa. Se luo kauniit puitteet ja se on helppo sisustaa oman maun mukaisesti; perinteisen skandinaaviseksi, laadukkaan klassiseksi, pellavan pehmeäksi. Minimalistisella otteella tai romanttisen runsaaksi.



ROUHEA

Jyrkästi laskeutuvaa kallioscinämää voin katsella kauan. Kivinen pinta on nähnyt elämää ja monia tarinoita. Tummaa ja tunnelmallinen tai valkoinen, varjojen maalaama. Muita värejä ei tarvita. Voimakkaat rakastavat epäsuoraa valoa. Tyylikkään yksinkertaista ja mutkatonta. Sisustaminen on maskuliinista, minimalistista. Aidot materiaalit saavat rohkeasti näkyä loft-hengessä. Kalusteita on vähän ja ne ovat riittävän suuria. Rouhea sisustaja ei sipitele!



Klikkaa tyyliä & näe lisää



TUNNELMATAULUT

- Tunnelmataulu tyyliäjästä. Esille tulee Tutustu tyyliihin –kohdassa valitun tyyliäjästä taulu
- Nuolista pääsee selaamaan muita kolmeä tyyliäjästä
- Jatka–painikkeestä siirrytään “Valitse tyyli” -kohtaän
- Hinta ei näy tässä kohdassa



MODERNI

JATKA



BOHEEMI

JATKA



SKANDI

JATKA



ROUHEA

JATKA

TYYLIN VALINTA

- Tyyliuunnan valinnaksi tulee suoraan edellisen kohdan tyyllilaji, jonka kohdalla painettu jatka -painiketta
- Tyyliuuntaa voi vaihtaa valikosta.
- Tyyliuunnat esitetään väreiltään neutraaleina/tyyliuunnalleen tyyppillisenä irtokalusteideoilla (vain tässä ja koonti –kohdissa).
- Kuva vaihtuu 4 sekunnin välein: OH, MH, KT, KH, S, (ET). Vaihtoehtoisesti kuvassa voi olla 360-video, jota käännellään hiirellä
- "Katsele tiettyä tilaa" –valikosta voi katsella valinnan mukaista tilaa, esim. kylpyhuonetta
- Hinta näkyy

valitse
tyyli

Haltija

Valitse tyyliuunta

ROUHEA

Katsele tiettyä tilaa

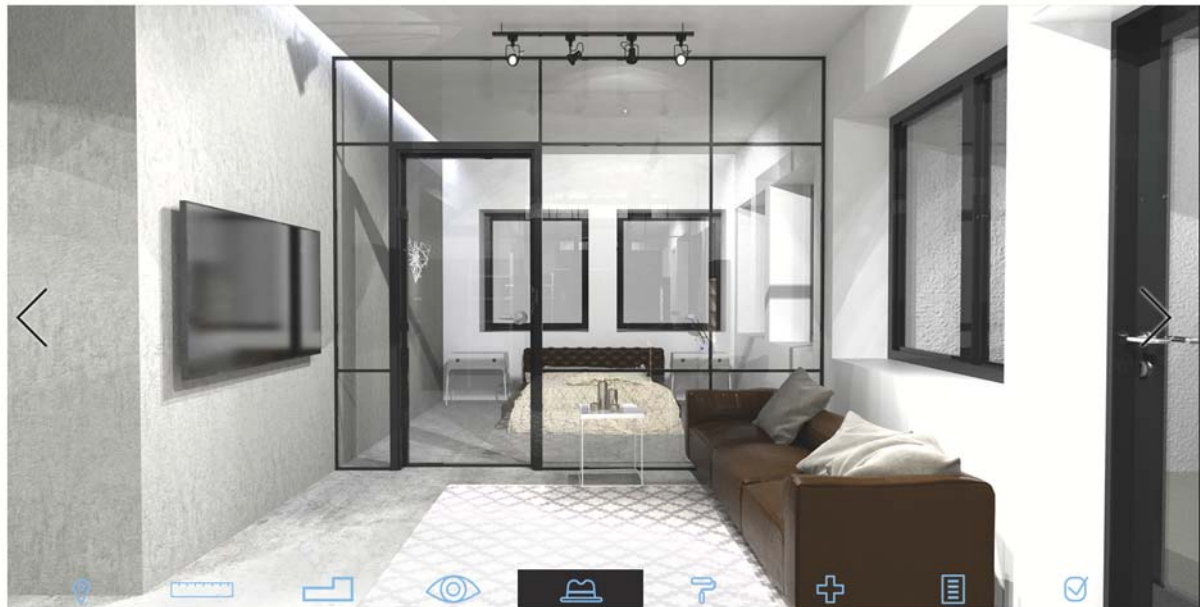
OLOHUONE

VERTAILE ERI TYYLISIÄ TILOJA

KATSO VALINNAN MATERIAALIT

RÄÄTÄLÖI

JATKA



136 000 €

TYYLILAJIEN RINNAKKAISVERTAILU

- Valinnainen lisätietosivu
- "Vertaile eri tyyliä tiloja" -napin takaa avautuu oheinen ruudukko, jossa voi rinnakkain vertailla eri tyyliä tiloittain.
- Kustakin tyyllilajista aukeaa valkoinen perusvaihtoehto ilman erityistä värimaailmaa, joka valitaan vasta myöhemmin.
- Eri tilat kiertävät ympäri painelemalla nuolta alaosassa
- Klikkaamalla yksittäistä kuvaa, voi se aueta suuremmaksi lightboxina
- Jatka-painiketta painamalla palaa takaisin edelliseen "Valitse tyyli" -kohtaan

vertaile eri tyyliä tiloja

Haltija

MODERNI



BOHEEMI



SKANDI



ROUHEA



OH



MH



KT



KH



JATKA

RINNAKKAISVERTAILUN LIGHBOX

- Valinnainen lisätietosivu
- Tyyllilajien rinnakkaisvertailun kuvat aukeavat klikkaamalla suuremmaksi, jolloin niitä voi katsoa tarkemmin
- Tarvittaessa lightboxiin voi liittää myös nuolet, jolloin kuvia voi selata suoraan tässä näkymässä



VALITTUNA OLEVAN TYYLILAJIN MATERIAALIT

- Valinnainen lisätietosivu
- "Katso valinnan materiaalit" –napin takaa avautuu oheinen ruudukko, jossa voi tutustua tarkemmin materiaaleihin.
- Ruudukko voidaan muokata sopivaksi materiaalimäärien mukaisesti.
- Materiaalin tiedot riippuvat materiaalista: Materiaali, valmistaja, koko, väri (mikäli se ei vaihdu tulevissa vaiheissa) ja laatoissa sauman väri. Materiaaleihin liittyvät tekstit voivat tulla näkyviin tietokoneella vasta hiirellä yli rullattaessa
- Eri tilat kiertävät ympäri painelemalla nuolta alaosassa
- Klikkaamalla yksittäistä kuvaa, voi se aueta lightboxina suuremmaksi ja sisältää laajempaa tietoa materiaalivaihtoehtoista
- Jatka-painiketta painamalla palaa takaisin edelliseen "Valitse tyyli" -kohtaan

katso valinnan materiaalit

Haltija

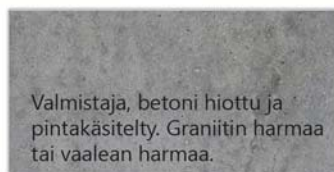
LATTIA

SEINÄT

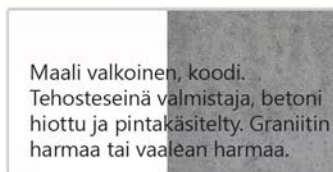
KATTO

KIINTOKALUSTEET

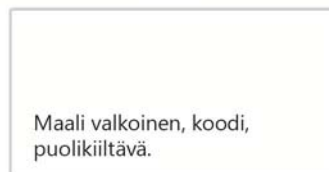
OH



Valmistaja, betoni hiottu ja pintakäsittely. Graniitin harmaa tai vaalean harmaa.



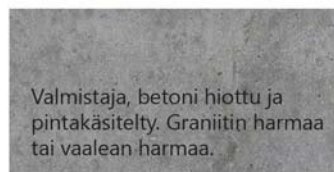
Maali valkoinen, koodi.
Tehosteseinä valmistaja, betoni hiottu ja pintakäsittely. Graniitin harmaa tai vaalean harmaa.



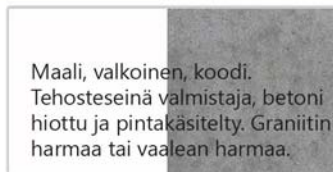
Maali valkoinen, koodi, puolikiiltävä.



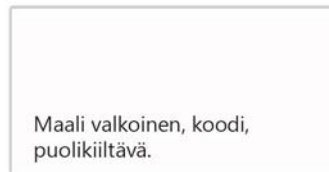
MH



Valmistaja, betoni hiottu ja pintakäsittely. Graniitin harmaa tai vaalean harmaa.



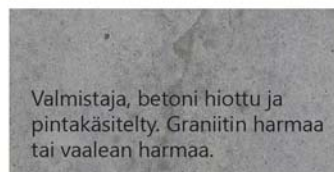
Maali, valkoinen, koodi.
Tehosteseinä valmistaja, betoni hiottu ja pintakäsittely. Graniitin harmaa tai vaalean harmaa.



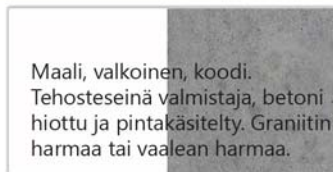
Maali valkoinen, koodi, puolikiiltävä.



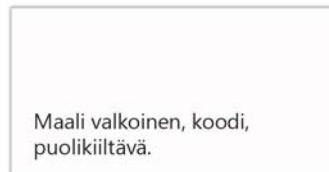
KT



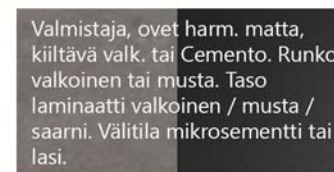
Valmistaja, betoni hiottu ja pintakäsittely. Graniitin harmaa tai vaalean harmaa.



Maali, valkoinen, koodi.
Tehosteseinä valmistaja, betoni hiottu ja pintakäsittely. Graniitin harmaa tai vaalean harmaa.



Maali valkoinen, koodi, puolikiiltävä.



Valmistaja, ovet harm. matta, kiiltävä valk. tai Cemento. Runko valkoinen tai musta. Taso laminaatti valkoinen / musta / saarni. Välitila mikrosementti tai lasi.

KH



JATKA

RÄÄTÄLÖINTI ERI TYYLILAJEISTA

- Valinnainen lisätietosivu
- "Räätälöi"-napin takaa avautuu oheinen ruudukko, jossa voi valita eri tiloihin eri tyyllilajit.
- Valikko on sama, kuin kohdassa "Vertaile eri tyyllisiä tiloja".
- Eri tilat kiertävät ympäri painelemalla nuolta alaosassa
- Jatka-painiketta painamalla siirtyy suoraan "Valitse väri" -kohtaan, mikäli kaikki kohdat on valittu. Muussa tapauksessa palaa "Valitse tyyli" -kohtaan.

tiloittain räätälöi

+ Valitse kunkin tilan tyyllilaji klikkaamalla

Haltija

MODERNI



BOHEEMI



SKANDI



ROUHEA



OH



MH



KT

KH

RÄÄTÄLÖINNIN VALITSEMINEN

- Valinnainen lisätietosivu
- Klikkaamalla huoneen kuvaa valitusta tyylijajista, se tulee valituksi ko. huoneen kohdalle.
- Valinta erottuu alla näkyvillä kehyksillä tai kuvan jäädessä näkyville, muiden valintavaihtoehtojen vaihtuessa sumeiksi.
- Alaosan nuolta painamalla kuvat rullaavat. Tarvittaessa valitut kohdat voivat olla lukittuina, jolloin valittu tila näkyy ruudulla

tiloittain räätälöi

+ Valitse kunkin tilan tyylijaji klikkaamalla

Haltija

MODERNI



BOHEEMI



SKANDI



ROUHEA



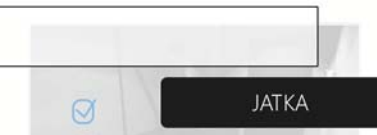
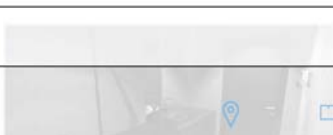
OH



MH



KT



KH

JATKA

VÄRIMAILMA

- "Valitse värimailma" –valikosta voi valita kolmesta – neljästä valittuun tyyliin sopivasta värimailmasta
- Kuva vaihtuu 4 sekunnin välein: OH, MH, KT, KH, S, (ET). Vaihtoehtoisesti kuvassa voi olla 360-video, jota käännellään hiirellä
- "Katsele tiettyä tilaa" –valikosta voi katsella valinnan mukaista tilaa, esim. kylpyhuonetta
- Räätelöidyn tyylivalinnan mukaan värimailma määräytyy yleisimmän tyylin mukaan tai voi olla myös räätälöity
- Hinta näkyy

valitse
väri

Haltija

Valitse värimailma

USVA

Katsele tiettyä tilaa

KEITTIÖ

VERTAILE VÄREJÄ

LISÄÄ TEHOSTEVÄRI

RÄÄTÄLÖI

JATKA



136 000 €

VÄRIMAAILMOJEN RINNAKKAISVERTAILU

- Valinnainen lisätietosivu
- Värimaailmoja voi verrata valitun tyyli suunnan tilojen kuvista rinnakkain ruudukossa
- Eri tilat kiertävät ympäri painelemalla nuolta alaosassa
- Jatka painiketta painamalla siirtyä takaisin "Valitse väri" -kohtaan

vertaile värejä

Haltija

LUMI

YÖ

USVA

OH



MH



KT



KH



RINNAKKAISVERTAILUN LIGHTBOX

- Valinnainen lisätietosivu
- Klikkaamalla kuvaa, se avautuu suurempana lightboxina
- Tarvittaessa lightboxiin voi liittää myös nuolet, jolloin kuvia voi selata suoraan tässä näkymässä



TEHOSTEVÄRI

- Valinnainen lisätietosivu
- "Lisää tehosteväri" -napista avautuu tyylisuuntaan sopivat kolme tehosteväriä
- Tässä kohdassa voi olla vaihtoehtoisesti myös värikartta, josta voi suoraan valita esim. tehosteseinän värisävyn
- Aktiivisena oleva valinta tulee näkyviin visualisointikuvaan. Kaikki tehostevärit tulevat samoihin ennalta mietittyihin seiniin / muihin kohtiin.
- Oletusasetuksena päällä ylin, ei tehosteväriä

lisää tehosteväri

Haltija

Ei tehosteväriä



Tiili



Petrooli



Karpalo



JATKA



Huom! Värit saattavat näyttää erilaisilta näytöllä. Värikoodilla voit tarkistaa todellisen värin.

TEHOSTEVÄRI

- Valinnainen lisätietosivu

lisää
tehosteväri

Haltija

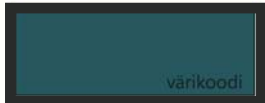
Ei tehosteväriä



Tili



Petrooli



Karpalo



JATKA



Huom! Värit saattavat näyttää erilaisilta näytöllä. Värikoodilla voit tarkistaa todellisen värin.

TEHOSTEVÄRI

- Valinnainen lisätietosivu
- Jatka painikkeesta palaa takaisin "Valitse väri" -kohtaan, tehosteväriä jätetään voimaan

lisää
tehosteväriä

Haltija

Ei tehosteväriä



Tilli



Petrooli



Karpalo



JATKA



Huom! Värit saattavat näyttää erilaisilta näytöllä. Värikoodilla voit tarkistaa todellisen värin.

RÄÄTÄLÖINTI ERI VÄRIMAILMOISTA

- Valinnainen lisätietosivu
- "Räätälöi" -napin takaa avautuu oheinen ruudukko, jossa voi valita eri tiloihin eri värimailmat
- Valikko on sama kuin kohdassa "Vertaile värejä".
- Eri tilat kiertävät ympäri painelemalla nuolta alaosassa
- Jatka-painiketta painamalla siirtyy suoraan "Haluatko täydennyksiä" -kohtaan, mikäli kaikki kohdat on valittu. Muussa tapauksessa palaa takaisin "Valitse väri" -kohtaan.

väreittäin räätälöi

Haltija

LUMI

YÖ

USVA

OH



MH



KT



KH



JATKA

RÄÄTÄLÖINNIN VALINTA

- Valinnainen lisätietosivu
- Klikkaamalla huoneen kuvaa valitusta värimaailmasta, se tulee valituksi ko. huoneen kohdalle.
- Valinta erottuu alla näkyvillä kehyksillä tai kuvan jäädessä näkyville, muiden valintavaihtoehtojen vaihtuessa sumeiksi.
- Alaosan nuolta painamalla kuvat rullaavat. Tarvittaessa valitut kohdat (huoneet) voivat olla lukittuina, jolloin valittu tila näkyy ruudulla

väreittäin räätälöi

Haltija

LUMI

YÖ

USVA

OH



MH



KT



KH



LISÄVALINTOJA

- "Tuoteryhmä" –valikosta aukeavat tuoteryhmät otsikoitain
- "Valitse tuote" –valikosta voi katsella tuoteryhmäkohtaisia vaihtoehtoja. Lisähinta ja perustiedot näkyvät.
- Klikkaamalla tuote valikosta tai erillisellä lisäys–painikkeella, lisävalinta näkyy kuvan alla. (Lisävalinta ei päivity visualisointikuvaan.)
- Osa muutoksista voi olla 0 € hintaisia, esim. muuta liukuovet normaaleiksi kaapin oviksi tai muuta lasiseinä vä-liseinäksi.
- Kuva vaihtuu 4 sekunnin välein
- Hinta päivittyy lisävalinnoilla

haluatko

täydennyksiä

Haltija

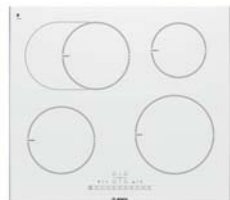
Vallitse tuoteryhmä

LIESITASO



Valitse tuote

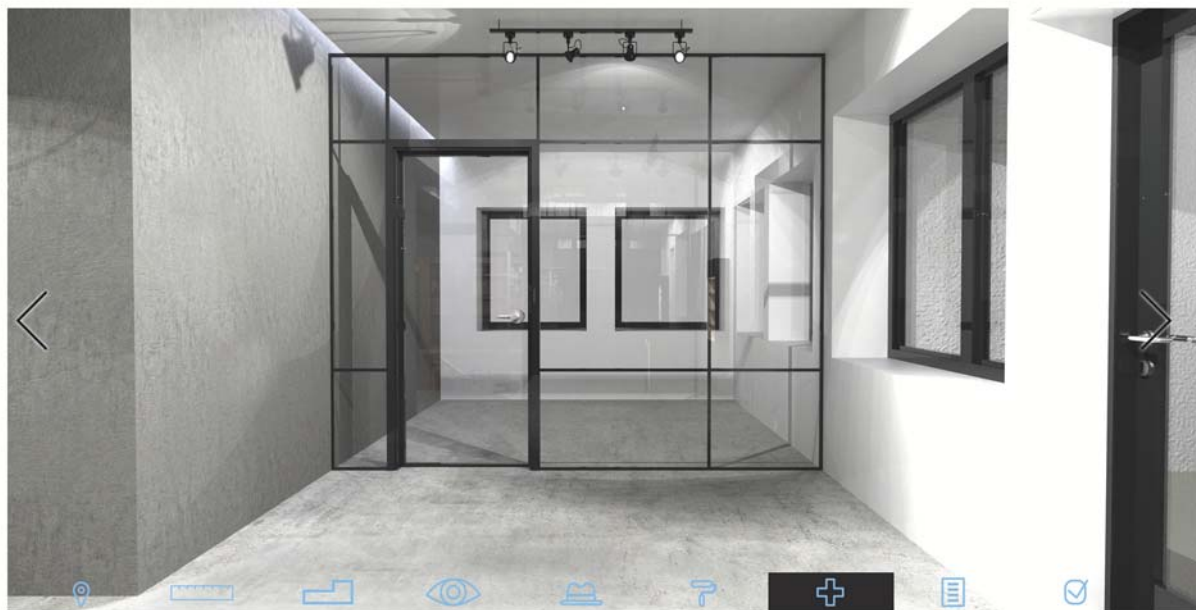
BOSCH INDUKTIOTASO
valkoinen
lisähinta 300 €



SEURAAVA VAIHTOEHTO



JATKA



LISÄVALINNAT

BOSCH INDUKTIO LANKKU PARKETTI

136 650 €

KOONTI VALINNOISTA

- Asunnon valinnoista koostuu tarinallinen lyhyt koonti
- "Katsela kuvia" –valikosta voi valita katseleeko kuvia irtokalusteideoilla vai ilman, oletusasetuksena on kalusteilla
- Kuva vaihtuu 4 sekunnin välein/360 -video
- Katsela tiettyä tilaa, voi katsella yhtä tiettyä huonetta
- Lopullinen hinta päivittynyt tehtyjen valintojen myötä
- Valittavissa on, esitetäänkö myös myyntihinta kussakin kohdassa
- Kuvassa alla kalustettu olohuone tyyliä "Rouhea" värimaailmalla "Yö"

asuntoni

koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouhea tyyli on makuuni, valitsin väriyukseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsela kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsela tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

KOONTI VALINNOISTA

- Kuvassa alla kalustettu makuuhuone tyylilajista "Rouhea" värimaailmalla "Yö"

asuntoni

koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouhea tyyli on makuuni, valitsin väriyukseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT

+ BOSCH INDUKTIO LANKKU PARKETTI

136 650 €

KOONTI VALINNOISTA

- Kuvassa alla kalustettu keittotila tyyliä "Rouhea" värimaailmalla "Yö"

asuntoni
koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx.
Ruutikellari, 4. kerros.
Rouhea tyyli on makuuni, valitsin
väriyukseksi yön tummat sävyt, joita
räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan
värejä.
44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella,
josta ikkunat ja parveke etelään.
Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat,
jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

KOONTI VALINNOISTA

- Kuvassa alla kalustettu eteinen tyylilajista "Rouhea" värimaailmalla "Yö"

asuntoni

koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouhea tyyli on makuuni, valitsin väritykseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

KOONTI VALINNOISTA

- Kuvassa alla kalustettu kylpyhuone tyylijajista "Rouhea" värimaailmalla "Yö"

asuntoni

koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx.
Ruutikellari, 4. kerros.

Rouhea tyyli on makuuni, valitsin
väriyukseksi yön tummat sävyt, joita
räätälöin mieleiseksi lisäämällä usvan
värejä.

44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella,
josta ikkunat ja parveke etelään.

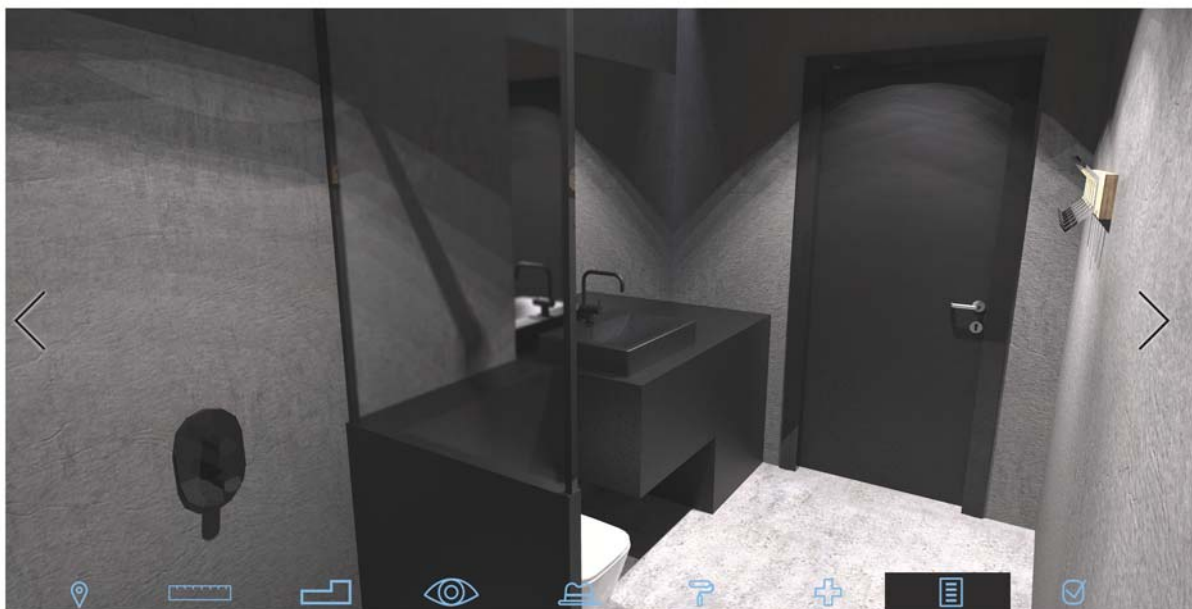
Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat,
jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

KOONTI VALINNOISTA

- Kuvassa alla kalustettu sauna tyylilajista "Rouhea" värimaailmalla "Yö"

asuntoni
koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx.
Ruutikellari, 4. kerros.
Rouhea tyyli on makuuni, valitsin
väriyukseksi yön tummat sävyt, joita
räättäloin mieleisekseni lisäämällä usvan
värejä.
44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella,
josta ikkunat ja parveke etelään.
Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat,
jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

OSTAMINEN JA MUUT TOIMENPITEET

- Valintoina: ostaminen, varaaminen, varaaminen ja sisustussuunnitelman pyytäminen, varaaminen ja lisämuutospyyntö, ajan varaaminen VR-laseilla tehtävään virtuaaliesittelyyn asiakkaan itse räätälöimään tilaan, lisätietopyyntö tai koonnin tulostaminen kohteesta (tästä kohdasta voi lähteä myös tiedoksianto Pohjola Rakennukselle ja tulosteissa valintojen mukainen koodi, jolla asunnon tehdyt valinnat löydetään myöhemmin).
- Ostamisen yhteydessä voi olla myös rahoitukseen liittyviä pyyntöjä
- Edellisen kohdan valittu kuvan esitystyylillä (kalusteideoin/ilman) käytössä
- Kuva vaihtuu 4 sekunnin välein/360 -video
- Hinta näkyvillä

asuntoni

ostaminen

Haltija

OSTAN

VARAAN

VARAAN & HALUAN
SISUSTUSSUUNNITTELUN

VARAAN & TEEN LISÄMUUTOKSIA

HALUAN VIRTUAALIESITTELYN

HALUAN LISÄTIETOJA

TULOSTAN KOONNIN



136 650 €

OSTAMINEN JA MUUT TOIMENPITEET

- Valitun toiminnon mukaisesti avautuva lomake
- Lomakkeen lähetyksen jälkelen avautuu vielä päätössivu, jossa kuittaus toimintojen onnistumisesta

asuntoni

ostaminen

Haltija

OSTAN

VARAAN

VARAAN & HALUAN
SISUSTUSSUUNNITTELUN

VARAAN & TEEN LISÄMUUTOKSIA

HALUAN VIRTUAALIESITTELYN

HALUAN LISÄTIETOJA

TULOSTAN KOONNIN

KIITOS!

Tarvitsemme vielä oheiset tiedot ostoa varten:

Etunimi

Sukunimi

Osoite

Postinumero & kaupunki

Puhelin

Sähköposti

Tunnistaudu verkkopankissa

Tavataan henkilökohtaisesti

HYVÄKSY JA LÄHETÄ

136 650 €

4.1.1.5 Kuvien käyttö

Kuvakerronnallisuus on pääosassa konfiguraattorissa. Haluan, että kuvat ovat suuressa osassa fyysisesti, mutta siten, että esimerkiksi eri tyyllilajien vertailu olisi kuitenkin vaivatonta. Kuvat haluan toteuttaa riittävän laadukkaina, vaikka niitä tulee olemaan useita. Kuvien tulee olla sellaisia, että niistä saa helposti mielikuvan tyylikkäästä tavoitekodista. Samaan aikaan niiden tulee sisältää myös kodinomaisuutta, jotta niihin on helppo samaistua.

Aloitussivun kuvalla halusin ilmentää Haltija-palvelun käyttäjän roolia asunnon suunnittelussa. Hän pääsee palvelun avulla osaksi asunnon suunnittelua.

4.1.1.6 Visualisoinnit

Haltija-palvelussa käytettävät visualisointikuvat on ajatuksena toteuttaa 3D-mallinnusohjelmilla sekä rendausohjelmin. Mikäli konfiguraattorin kehitykseen halutaan käyttää runsaammin rahaa, voidaan ajatella kuvien toteutusta myös järjestelmän tuottamina. Silloin mm. asuntokohtaiset yksityiskohtaisemat räätälöinnit voisi saada visualisointeihin "kivuttomimmin".

Konfiguroinnissa olevat kuvat huoneista näkyisivät pääasiassa vain kiintokalustein. Alussa tyyllilajia valitessa ja lopussa valinnan ollessa valmis, näkyisivät myös irtokaluste- ja sisustusehdotelmat. Tärkeää on tehdä ei-liian-rajavaa sisustusta, mutta pitäen kuitenkin tyyllilajille omi-

naiset piirteet selkeinä ja erottuvina. Tavoitteena kun on, että jokaiselle löytyy mieleinen kokonaisuus helposti. Tarkoitus on jättää mielikuvitukselle tilaa. Esimerkiksi rouheasta asunnosta saa karun, miehekkään, teollisuushenkisen kokonaisuuden, mutta myös siron, modernin ja naisellisen. Tyyllilajien visualisoinneissa hyödynnän irtokalustusta viimeistelemään tyylin mielikuvan. Laadukkaan näköiset irtokalusteet ja designklassikot lisäävät laaduntuntua ja viimeistelevät kokonaisuuden. Kalusteet täydentävät ja ilmentävät pintaratkaisujen toimivuutta. Irtokalustuseidat antavat konkretiaa ostettavalle kohteelle ja tuovat ilmi asunnon potentiaalin. Haltija-palvelun käyttäjä voi saada myös mieleisiä sisustuseidaita asunnon kalustamiseen ja viimeistelyyn. Kaluste-sijoittelussa huomioin riittävän väljyyden tunnun; asunto itsessään on pääosassa.

Esimerkkinä toimivan rouhean ja tumman asunnon sisustus- ja kalustevalinnoissa käytin värillistä persialaistyylistä mattoa väripilkkana. Sen on tarkoitus antaa kuva siitä, että vaikka asunto on pinnoiltaan väritön, väri voidaan tuoda tilaan helposti yksittäisin elementein. Kuten Sykön (2014, 57) kirjoittamana: *Harmonia huutaa väripilkkaa*, Helene Schjerfbeckin tyyliin.



KUVA 55: Visualisointi rouhean tyylin olohuoneesta kalusteideoilla (A. Jääskeläinen)

4.2 Brändäys ja mielikuvamarkkinointi

Konseptin brändäysnäkökulmasta olisi tärkeää tehdä yrityksen imagoon sopiva visuaalinen ilme ja nimetä brändissä olevia osa-alueita yritykselle sopivalla tavalla. Osa-alueilla tarkoitetaan tässä yhteydessä tyyliisuuntia, värimaailmoja, tehostevärejä ym. Pohjola Rakennus viittaa nimensä puolesta pohjolan olosuhteisiin ja ympäristöön. Oheisessa kuvassa aihetta brainstormattuna.



KUVIO 6: Pohjolaan liittyviä sanoja (A. Jääskeläinen)

Juuri positiivisten tunteiden rakentaminen markkinoitavaa asiaa kohtaan eli tykkäämisen aikaansaaminen ja tykkäämiseen vaikuttaminen onkin markkinoinnissa onnistumisen aivan keskeinen tekijä. Tämä tunteiden merkityksen hyväksyminen on joillekin henkilöille erittäin hankalaa. Tai vaikka se hyväksytäänkin joidenkin henkilöiden kohdalla vai-

kuttavaksi tekijäksi, niin omalla kohdalla sitä ei useinkaan suostuta näkemään tai myöntämään. Tai vaikka se hyväksytäänkin jossain kohdassa olevan vähän taustalla, niin toisissa tilanteissa – esim. ammattiostajan tehdessä teknisestä investointilaitteesta hankintapäätöstä – ei tämän tunnekriittisen henkilön ajatuksissa tunteiden pitäisi mitenkään päästä vaikuttamaan ostopäätökseen. Hie- man yleistäen voidaan sanoa, että erityisesti teknisen koulutuksen saaneiden joukossa on ollut runsaasti vahvaa tunnekriittisyyttä. Silloin voidaan puhua myös mielikuvakriittisyydestä, koska ko. henkilö ajattelee kykenevänsä tekemään rationaalisia ja objektiivisia päätöksiä. (Rope ja Methers 2001, 15 - 16.)

Koska tunnekriittiset ostajatkin tekevät tunneperäisiä päätöksiä, mielikuvamarkkinoinnin vaikutusta ei voi missään nimessä vähätellä. Visuaalisen ja tunneperäisen vaikuttavuuden myöntäviä ostajaehdokkaita uudistuotannossa liene kuitenkin valtaosa. Eikä määrä tule varmasti tulevan kymmenen vuoden aikana laskemaan. Voimakkaasti visuaalisten ärsykkeiden ja esim. sosiaalisen median (etenkin Instagram) kanssa kasvanut sukupolvi on visuaalisesti valveutunut.

Asunnon ostajan näkökulmasta katsottuna uudisasuntojen myynti on ollut aiemmin erittäin teknistä. Vi-

suaalisointien puuttuessa ostajan on täytynyt käsittää ostokohteensa teknisten piirrosten ja materiaaliselitteiden kautta. Ostaminen tuntuu muutoinkin isolta asialta tai jopa riskiltä, koska se on ihmisen elämän kalleimpia ostopäätöksiä. Mielikuvan rakentaminen ostajan avuksi auttaa varmasti etenkin "arimpien" tai uusien ostajien lopullisen ostopäätöksen tekemistä. Kuten Rope ja Methers (2001, 18) ovat todenneet psykologisesta näkökulmasta: Mielikuvan määrittäminen sanotaan olevan ihmisen kokemusten, tietojen, asenteiden, tuntemusten ja uskomusten summa, joista vain kokemukset ja tiedot ovat jotenkin tosiperusteisia. Asenteet, tuntemukset ja uskomukset vain ovat. Ensimmäisen ostoksen yhteydessä ei asiakkaalla ole tuotteesta vielä mitään omia tietoja tai kokemuksia. *Ensimmäinen ostopäätös pohjautuu siten vain asenteisiin, tuntemuksiin ja uskomuksiin, jotka eivät ole reaali-perusteisia ko- asiaa kohtaan. Ensikauppa on siis aina puhtaasti mielikuvapohjainen ja toinen kauppa puolestaan tyytyväisyyspohjainen.*

Niinpä ei olekaan ollut väärin joskus todeta markkinoinnissa olevan kolme asiaa ylitse muiden; yksi on ihminen, toinen on ihminen ja kolmas on ihminen. Oleellista ihmisessä on, että tämä on mielikuva muodostava ja mielikuvallinen olento, jonka toimintapäätökset ovat aina mieli-

kuvapohjaisia. Tämä tekee mielikuvamaailman ymmärtämisen myös markkinoijille niin tärkeäksi. (Rope ym. 2001, 17.) Samaisesta kirjasta sivulta 22 vapaasti lainaten, markkinoinnin tärkeä tehtävä onkin ostohalun kasvattaminen, jonka keskiössä on mielikuvan luominen. Kun ostohalu saadaan markkinoinnin keinoin kasvatettua korkeaksi, ei tarvita enää juurikaan myyntityötä perinteisessä merkityksessään.

Yksityisen kodin ostajan näkökulmasta mielikuvavaikutus on kiistanon. Sijoittajaa voisi tässä yhteydessä rinnastaa teknisen koulutuksen saaneeseen, tunnekriittiseen henkilöön, joka tekee omasta mielestään ainoastaan rationaalisia päätöksiä. Vaikka tutkimusten mukaan mielikuvilla on hänenkin ostopäätökseen vaikutusta, ei olisi pahitteeksi hankkia markkinoinnin tueksi esimerkiksi kyselytutkimuksella "faktatietoa" siitä, miten maltillisesti personoidut

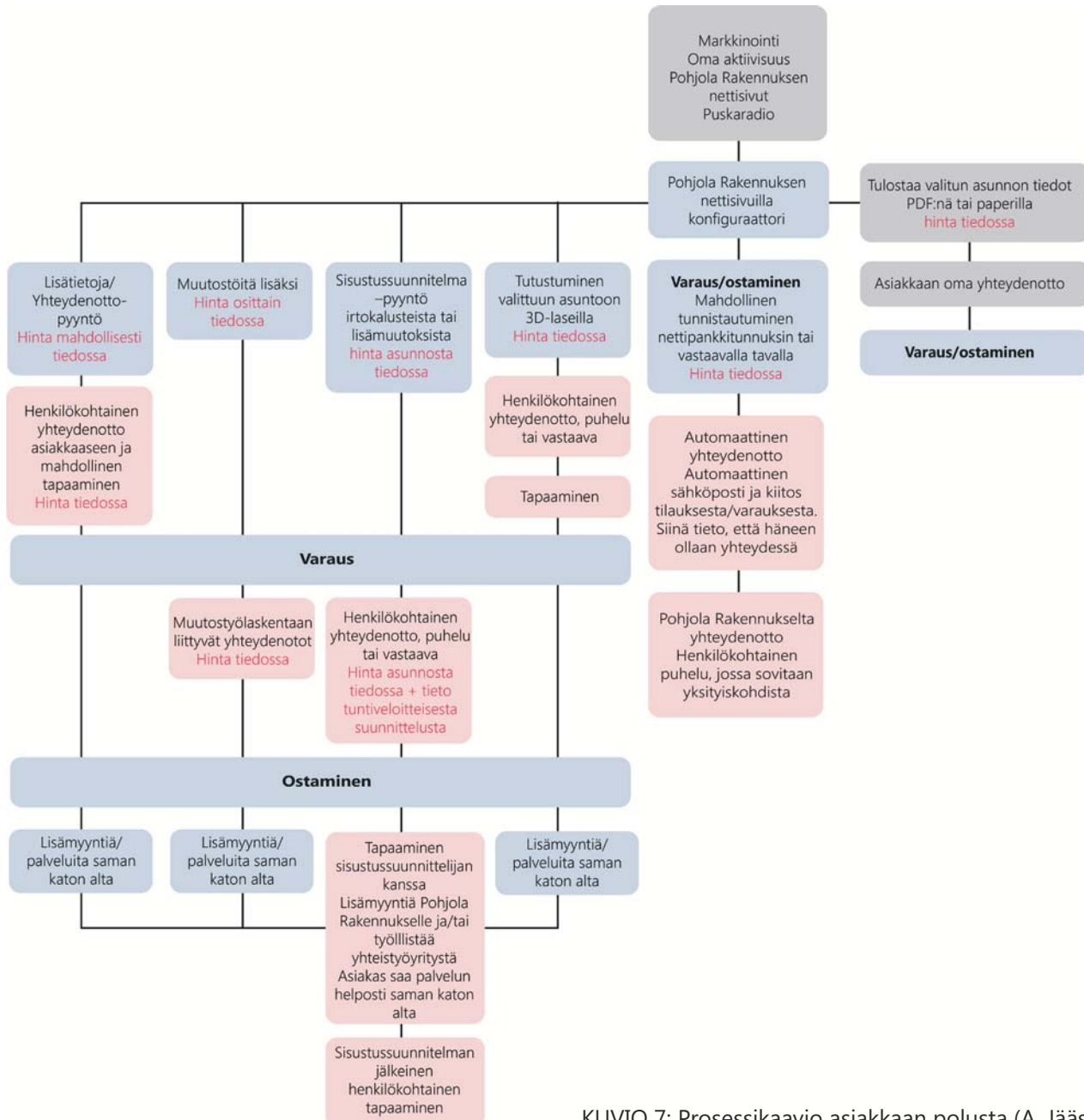
kodit vaikuttavat vuokralaisten kiinnostumiseen asunnosta, asunnossa viihtymiseen (pitkät vuokrasuhteet) sekä maksettavan vuokran määrään. Näkemykseni mukaan tämän kaltaisen tutkimus auttaisi sijoittajaa ymmärtämään (yleistäen) tulevien vuokra-asujien mieltymyksiä ja tarpeita, joista itse sijoittajakin hyötyisi.

Tärkein myyntityöhön liittyvä oppi, jonka olen myyntikoulutuksissani saanut, on se, että kaikki ostopäätökset tehdään tunteella. Päätös täytyy olla vain perusteltavissa järjellä. Tämän allekirjoitan 100-prosenttisesti. Samainen viisaus löytyy Ropen ja Metherin (2001) kirjan sivulta 85. Tästä syystä markkinoinnin tulisi aina sisältää informatiivisuuden lisäksi mielikuvia herättävää materiaalia. Näiden yhdistelmällä herätetään ostohalut ja tehdään ostotilanne hyväksyttäväksi käyttämällä emotionaalisia mielikuvatekijöitä (Rope ym. 2001, 86). Konfiguraat-

torin avulla tehtävässä markkinoinnissa löytyy molempia osa-alueita. Informatiivisesti ostajaehdokas saa riittävästi tietoa esimerkiksi materiaaleista ja näkee konkreettisesti sen, mitä on ostamassa. Myös hinta on rehellisesti näkyvillä. Emotionaaliin mielikuviin vedotaan asuntojen visualisointien ja kalusteideoiden myötä. Ostaja näkee, millaisen kodin hän saa ja miltä se voisi näyttää. Vaikka irtokalustetyyli ei olisi juuri sitä, mitä ostaja itse tulisi käyttämään, hän voi saada hyviä ideoita oman kodin luomiseen. Lisäksi ostaja saa lisäarvoa sillä, että päätöksenteko on tehty hänelle helposti räätälöitävään muotoon, eikä vaikeita materiaalipäätöksiä tarvitse tehdä täysin "yksin".

4.3 Prosessikaaviot

4.3.1 Prosessikaavio asiakkaan polusta

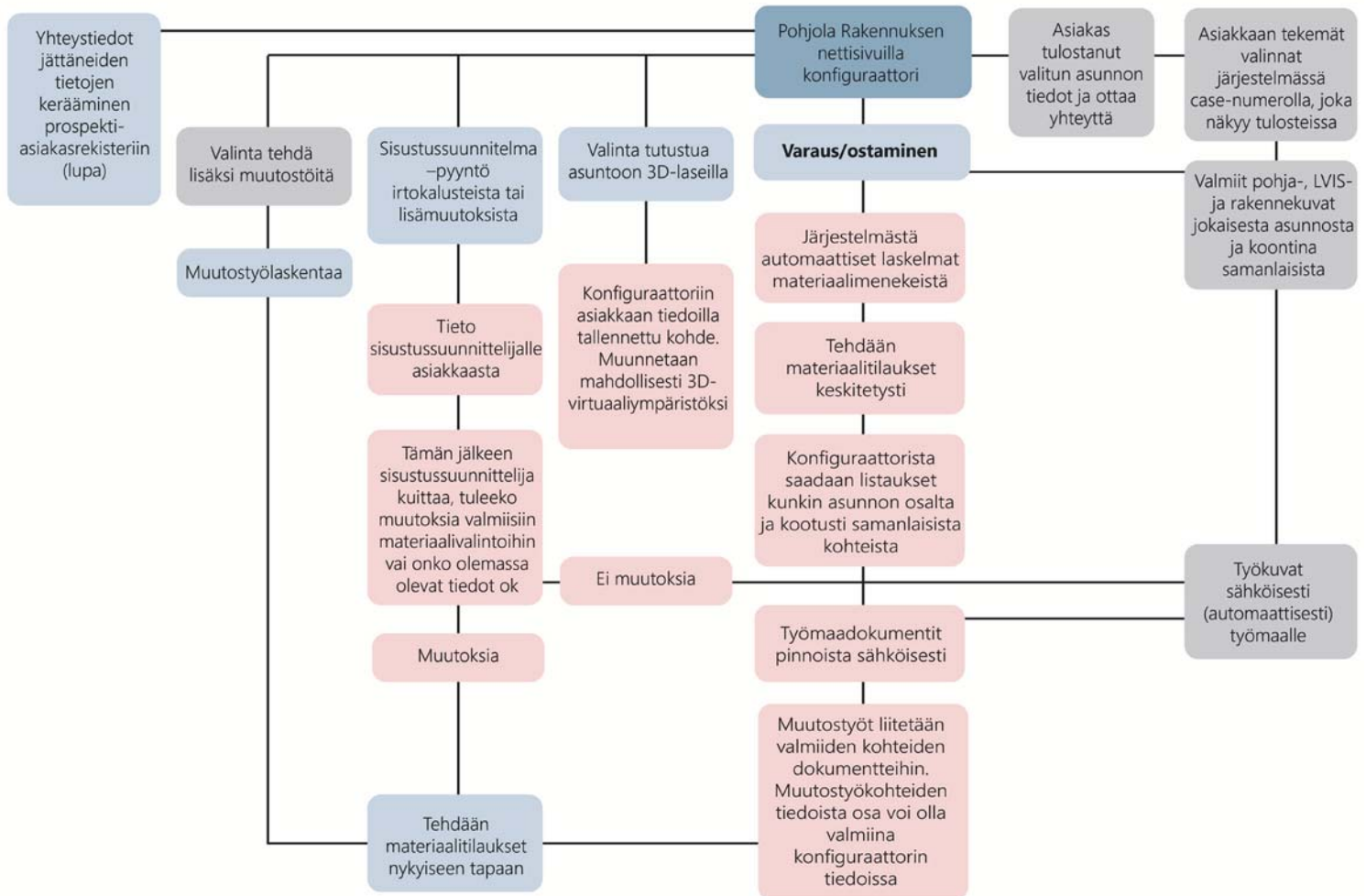


KUVIO 7: Prosessikaavio asiakkaan polusta (A. Jääskeläinen)

4.3.2 Prosessikaavio sisäisestä tiedonkulusta

Ohessa yksinkertaistettu kaavio tiedoista, joita voisi mahdollisesti kerätä suoraan konfiguraattorin kautta, jolloin voidaan mahdollisesti vähentää manuaalista ”paperien pyörit-

telyä”. Tekniset yksityiskohdat tulee käydä erikseen läpi ja miettiä niiden järkevä toteutus ja kustannusperusteet.



KUVIO 8: Prosessikaavio mahdollisesta sisäisestä tiedonkulusta konfiguraattorin käytön mukaisesti (A. Jääskeläinen)

4.4 Tyylisuunnat

Viime aikojen asuntokeskustelussa on kiinnitetty paljon huomiota yksilöllisyyteen, elämäntyyliin ja asukkaan itsensä totuttamiseen asumisvalinnoissa ja sisustusratkaisuissa. Hitaasti muuttuva elämäntapa muuttuu elämäntyyliksi, jotka ovat erottautuvia, mutta omassa samastumisryhmässään kollektiivisia ja yhteisyyttä korostavia. (Juntto 2010, 33.)

Hahmottelin tyylisuuntia erilaisista näkökulmista. Valittuja tyylisuuntia yhdistää moderni yksinkertaisuus ja linjakkuus (vrt. Lahti ja Sukuvaara 2016, 58-63). Neutraaleimmissa vaihtoehdoissa on tästäkin huolimatta mahdollisuus myös runsaampaan sisustukseen.

Tyylisuuntien suunnittelun ensimmäisessä vaiheessa minulla oli useita esimerkkejä tyylilajeista ja niiden piirteistä. Esittelin tyylilajit asiakkaalle tyylitaulujen muodossa. Tyylitaulujen esittelyversiot löytyvät kunkin alkuperäisen tyylilajin yhteydestä.

Moderni tyyli

Linjakkaan yksinkertainen tyyli. Keittiössä voi käyttää saareketta, vetimettömät kaapit ja laatikostot, keittiön voi myös laittaa täysin piiloon oleskelutiloista esimerkiksi taiteovien ja yläkaapit ovat kevyet tai niitä ei ole ollenkaan. Työvalona keittiössä toimii yläkaappeihin kiinnitetty led-nauha tai valaistus hoidetaan

yksinkertaisin, huonemaisin valaisimin. Liesituuletin on näkymättömissä tai yläkaappien puuttuessa se on modernin yksinkertainen. Modernissa tyyliä käytetään yksinkertaisia liukuovia ja seinäkkeitä. Säilytyskaapit ovat integroidun näköisiä ja ulottuvat kattoon saakka. Verhokiskot ovat huomaamattomat tai niitä ei ole ollenkaan. Käytössä on epäsuora valaistus. Saunan lau-

teet ovat paksulautaisesta haavasta, joihin on upotettu kiuas. Kylpyhuoneen seinällä on iso peili ilman peiliä kaappia. Kattojen alaslaskuissa on uppospotit tai valopaneelit. Lattiana tasainen kiiltävä pinta, esim. laatta. Vaihtoehtoisesti valkokuullotettu parketti. Valoisuus ja kontrastit ovat suuressa osassa modernissa tyyliä.



Moderni

Boheemi tyyli

Tämä tyyli on värikäin ja rohkein. Asujan persoona ja tavarat saavat näkyä. Avoimet säilytystilat/avohyllyt umpinaisten lisäksi käytössä. Naulakot ja tapit saavat näkyä sei-

nilä. Vaihtoehtoista löytyy välitilaan kuviolaattaa. Kaapit ja laatikot aukeavat nahkavetimin. Pienissä asunnoissa nukkuma-alueen voi erottaa vain verho. Lattia on luonnollista parkettia, tummaakin tai lattia voi olla jopa tekstiililaattaa.



Loft/industrial –tyyli

Tässä tyyliässä materiaalit saavat näkyä sellaisenaan. Vaneria, tiiltä, betonia, lasia ja rapattua pintaa. Väripaletti on kapea, mutta pintojen karheat tekstuurit toimivat mielenkiinnon luoja. Pinnat näyttävät

erilaisilta eri vuorokauden aikoina ja eri valaistuksissa. Kiiltävät ja mattapinnat kohtaavat saumattomasti. Keittiön välitilana voi toimia mikro- sementti tai kiiltävä metrolaatta. Kaapit ja laatikostot ovat eleettömiä ja vetimettä. Musta kehystää neutraaleja värejä. Vaalea versio kyl-

pee valossa ja tumma versio on oikeasti tumman tunnelmallinen. Putket saavat näkyä. Korkeuserot kuuluvat loft-koteihin, joten korkeuden tuntua tuodaan tilaan kalustevalinnoin ja epäsuoralla valaistuksella. Valaistus on suuressa osassa myös tässä tyyliässä.

Loft/industrial



Pehmeä tyyli

Pehmeässä tyylijajissa on nimensä mukaisesti feminiinistä kodikkuutta. Tyyli on ainoa romanttisen lajin edustaja. Koriste-esineitä on tässä kodissa verrattain paljon. Myös kankaita ja verhoja on paljon. Verhotangot ovat näkyvillä, tässä kodissa ei käytetä verholautoja. Pehmeä koti

leikittelee kankaiden struktuureilla eikä se pelkää valossa kiilteleviä tapettejakaan. Lampaan taljat ja läpinäkyvät muovi- ja lasimateriaalit sopivat tähän tyyliin. Värimaailmaan kuuluvat beiget, pastillit, luonnonvalkoinen ja helmen harmaa. Kaikki värit ovat vaaleita eikä asunnossa näy juurikaan tummuuskontrasteja.

Pehmeä/ romanttinen



Luonnollinen/skandinaavinen tyyli
Tässä tyyliässä näkyy paljon vaaleaa puupintaa ja valkoista. Tämä tyyli on turvallinen kenelle vain suomalaiselle. Keittiö on neutraali ja raikas, puulla maustettu. Keittiön taso on puuta. Keittiön vaaleat kaapit ja

laatikot aukeavat yksinkertaisin, linjakkain rosterivetimin. Sauna on perinteinen vaalea, puu saa näkyä. Irtoalusteet kestävät aikaa ja edustavat skandinaavisia klassikoita. Värimaailmaltaan ne ovat suomalaisen makuun: valkoista, hiekan sävyjä ja hieman raikkaita tehostevärejä.

Luonnollinen/ skandinaavinen



Klassinen tyyli

Klassisesta tyylistä löytyvät kuvioitdut peiliovet tai ikkunalliset ovet, vaaleat seinät ja kasettikuvioinnit. Vaatekaapin ovet ovat kuvioituja tai kauneutta toistavia yksinkertaisia peilejä. Neutraalin värimaailman kruunaavat rohkeana tehosteena kuviotapetit. Keittiöstä löytyvät

messinkihana ja näyttävä liesituuletin. Työtasot näyttävät marmorilta ja vetimet edustavat klassisia muotoja. Värimaailmana ruskea ja valkoinen. Puumateriaaleista vaihtoehtoja ovat tiikki, tammi tai nuorekkaimpana versiona vaalea saarni. Lattia on mosaiikkimaista parkettia tai marmorilaattaa.



Klassinen

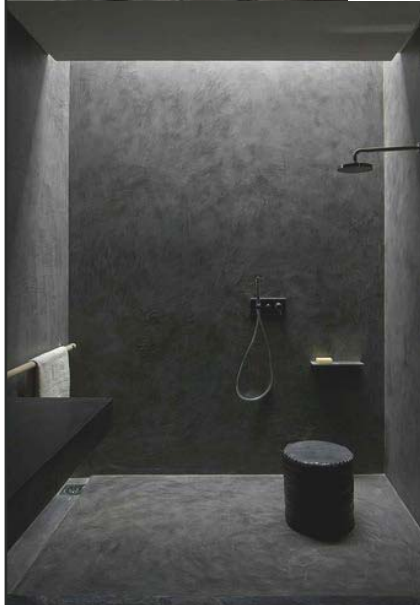


Raju

Tämä tyyli on miehekäs. Mustaa ja rouheaa. Keittiö ei ole järin suuri, mutta se on tyylikäs: betonia ja mustat allas ja hana. Materiaalit ovat konstailemattomia, teräslevyä, kulunutta nahkaa, harmaata ja hie-man hämärääkin. Tehostevärit ovat taitettuja sinisen ja vihreän sävyjä.



Miehekäs



Särmä tyyli

Tämä tyyli on nyt pinnalla. Se on trendikäs, graafinen, nykyaikainen, jopa hieman loft-henkinen. Väripaletina musta, valkoinen, harmaat ja tarkkaan harkitut pastellin sävyt. Graafiset tapetit, Marimekko ja reilut kuviot ovat tyyliä tuttuja.

Hexagon-laatat löytyvät valkoisesta kylpyhuoneesta ja saunan seiniltä löytyykin vaneria. Koriste-esineitä on runsaasti, mutta ne ovat mustia, valkoisia ja graafisia. Seinähyllyiltä löytyvät moninaiset taulukollaasit. Tyyli on trendikyydestään huolimatta syvän pohjoismainen ja raikas.



Yhdistelin ja muuntelin yllä olevien tyyli-suuntien pohjalta lopulliset tyyllilajit, jotka toimivat konfiguraattori-idean selkärankana. Tyyllilajien suunnittelussa olivat mukana visuaalisten seikkojen lisäksi tyyllilajien käyttäjien arvomaailmat sekä asukaskohderyhmät.

Lopulliset tyyllilajit rajautuivat neljään vaihtoehtoon: moderni, boheemi, skandi ja rouhea. Modernin tyyllilajin ratkaisut soveltuvat mainiosti myös särmän tyylin edustajan kodiksi. Skandi-tyyllilaji on pinnoiltaan neutraali ja sopii siitä syystä myös klassista tai romanttista tyyliä edustaville. Rouhea tyyli sulauttaa yhteen miehekkään ja teollisen tyylin. Näistä neljästä tyyllilajista uskon löytyvän riittävän kattavat vaihtoehdot erilaisiin asukkaiden tarpeisiin. Vaihtoehtoisissa on persoonaa, mutta myös neutraaleja ja tuttuja tyylejä.

Tarkoituksena on, että nyt valitut tyyli-suunnat päivittyvät ajan mittaan ja rakennuskohteen sekä sen sijainnin mukaisesti. Mikäli kyseessä on saneerauskohte, tyyli-suunnissa huomioidaan voimakkaammin rakennuksen arkkitehtuuriset piirteet. Ajatuksena on kuitenkin, että vaihtoehtoisissa on aina yksi selkeästi persoonallisempi vaihtoehto. Valitsemistani vaihtoehtoisista boheemi tyyli edustaa sitä. Lähtökohtaisesti voidaan ajatella, että tätä tyyliä eivät esimerkiksi sijoittajat valitse. Tär-

keää on kuitenkin pitää vaihtoehtoisissa mukana selkeästi rohkeam- paakin tyyliä valinnan monipuoli- suuden vuoksi ja antamaan vaikutelman erottuvan rohkeasta ja per- soonallisesta valikoimasta. Boheemi tyyli edustaa nykyaikaista ja kodikasta tunnelmaa, jonka kaltaista vaihtoehtoa ei kilpailijoilla ole tarjota. Strategisista syistä on siis mielestäni tärkeää tarjota muutakin, kuin turvallista valkoista ja harmaata.

4.4.1 Tyyllilajien soveltuvuus kohderyhmille

Suunnittelin tyyllilajit soveltuviksi kaikkiin kolmeen ostajakohderyhmään. Analysoin ihmistyyppejä niin arvönäkökulmasta, kuin käytännön- lähtöisestäkin. Käytin ammatillista näkemystä siitä, minkä tyylliset ratkaisut soveltuvat keskimääräisesti monille ryhmiin kuuluville. Pidän tärkeänä asuntoon "ihastumisessa" tyyllillisiä seikkoja. Samaa näkemystäni tukee asumistutkimuksen professoriemeritan Anneli Junton (2011) näkemys: *Asumisessa korostetaan elämäntapa ja tyyllivalintoja.*

Suunnittelin eri tyyllilajit ostajakun- tien tarpeita silmällä pitäen, oletettuihin arvomaailmoin peilaten. Hahmottelin (ks. Tyyli-suunnat) erilaisia klassisia ja nykyaikaisia tyyllilajeja, joita yhdistelleen ja karsien päädyin edellä mainittuihin neljään

tyyllilajiin. Alla kuvaukset ihmistyy- peistä kunkin tyyllilajin osalta perus- tuen Martti Puohiniemen arvokon- fliktitypologiaan.

Modernin asunnon asukas on arvo- maailmaltaan itsenäinen. Hän ha- luu valita itse päämääränsä ja kan- taa niiden saavuttamisesta vastuun. Vaikka hän hakee elämäänsä jänni- tystä, on hänellä tarve kontrolloi- da elämäänsä. Itsenäinen vaalii yk- silönvapauksia. Internet, elokuvien ensi-illat, uudet automallit ja tieto- tekniikka kiinnostavat häntä. (Puohiniemi 2002, 53.) Itsenäisen arvo- maailman edustaja on yleisimmin mies (Puohiniemi 2002, 344).

Boheemin asunnon asukas on arvo- maailmaltaan itseohjautuva univer- salisti. Hän haluaa valita päämää- ränsä itse, mutta ei itsekkin perus- tein. Itsenäisen ajattelun lisäksi uu- det ratkaisut ja riskinotto ovat hä- nelle tärkeitä asioita. Itseohjautuvat universalistit ovat yhteiskunnallises- ti kriittisiä ja suvaitsevaisia. Teolli- suuteen ja kaupallisuuteen suhtau- tuminen on kielteistä. Urheilu ja au- tot eivät juuri kiinnosta tätä ryhmää. Kiinnostuksen kohteita ovat esim. taide, tiede, luonnonsuojelu ja ympäristöasiat. (Puohiniemi 2002, 52.) Yli puolet tämän tyyllilajin edustajis- ta on naisia (Puohiniemi 2002, 344).

Skandi-kodin asukas on turvalli- suutta arvosta universalisti. Hän ar-

vostaa tasaista elämää, mutta on valmis asettamaan jonkin tärkeän asian itsensä edelle. Suvaitsevaisuus ja kulttuurinen avoimuus kuuluvat asenteisiin. Hän suhtautuu myönteisesti yhteisten sääntöjen noudattamiseen ja teollisuuteen. Kiinnostuksen aiheita ovat mm. puutarhanhoito ja kirja-arvostelut. Häntä eivät kiinnosta internet, elokuvien ensi-ilat, vapaat työpaikat tai julkkisten asiat. (Puohiniemi 2002, 58.)

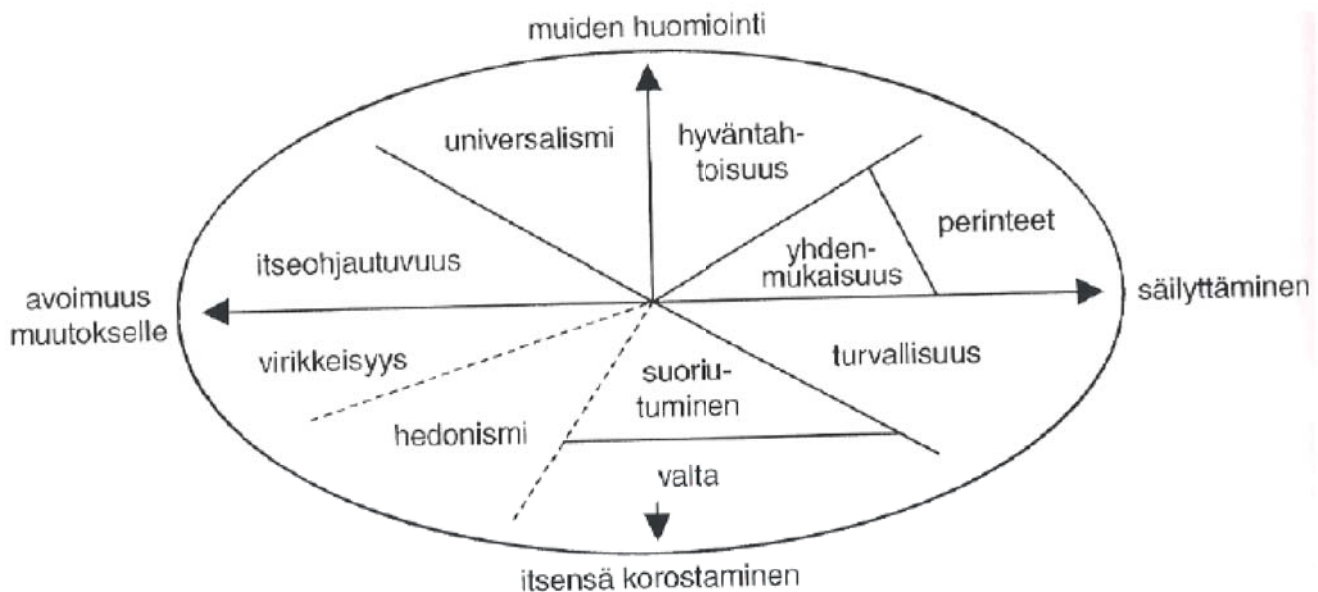
Rouhean asunnon asukas on arvo maailmaltaan individualistinen hedonisti, jonka valintoja ohjaa oma mielihyvä. Yksilön vapauden arvostus liittyy voimakkaasti tämän ryh-

män arvoihin. Siitä esimerkkinä tehokkuusajattelu, kaupallisuus ja seksuaalinen sallivuus. Heitä kiinnostavat viihde, henkilökohtaiset asiat, internet, matkailu, muoti, vapaat työpaikat ja asunnonvaihto. Ryhmää ei kiinnosta puutarhan hoito, maatalous, politiikka, eikä kollektiivinen vastuunotto. (Puohiniemi 2002, 54.)

Kaikkien edellä mainittujen ryhmien kesken yhdistäviä asioita ovat pääsääntöisesti keskimääräistä väestöä korkeampi koulutustaso. *Rakentajat etsivät tuotantoaan suunnatessaan ja markkinoidessaan maksukykyistä kysyntää. Uustuotanto on kallista, näin se kohdentuu usein keskimää-*

räistä suurituloisemmille eli suuri- tai keskituloisille. (Hirvonen ym. 2005; Juntto 2008, 68.) Tämän tiedon mukaisesti tyyli suunnatkin on hyvä kohdentaa sopimaan erityisesti korkeasti koulutettujen ryhmiin, jotka yleistäen ovat keski- tai suurituloisia sekä haluavat panostaa asumiseen.

Ryhmiä yhdistävä tekijä on myös suvaitsevaisuus. Schwartzin arvokehän mukaisesti ryhmät sijoittuivat kehän puolelle, jossa ollaan avoimia muutokselle, itseohjautuvia ja virikkeellisyttä hakevia. Heidän arvomaailmassaan on hedonismia ja universalismia piirteitä. (Puohiniemi 2002, 44.)



KUVIO 9: Schwartzin arvokehä (Puohiniemi. 2002, 28)

4.4.2 Tyyllilajien materiaalit

Eri tyyllilajien materiaalit on suunniteltu tukemaan kunkin tyylin tunnelmaa ja siihen soveltuvaa irtokalustusta. Valitsemieni materiaaleja tai vastaavia löytyy eri valmistajilta, joten valinnat eivät ole sidottuja yksit-

täisiin yrityksiin. Suurimmasta osasta materiaaleja löytyy vaihtoehtoja myös eri hintaluokissa (vrt. kivi/laminaatti). Yksityiskohtien tärkeyttä uusissa asunnoissa ei voi vähätellä. Näyttävimmässä osassa ovat silti lattiapinnat, etenkin pienissä tiloissa (Conran 2007, 55). Myös suuret sei-

näpinnat ovat luonnollisestikin tärkeitä.

Seuraavasta taulukosta löytyvät eri tyyllilajien materiaali- ja ratkaisuehdotukset esimerkkihuvoneistona toimivaan 44 m² asuntoon.

TAULUKKO 2: Tyyllilajien esimerkkimateriaalivalinnat (A. Jääskeläinen)

	MODERNI	BOHEEMI	SKANDI	ROUHEA
LATTIAT YLEENSÄ	VALK. / TUMMA LAATTA. VÄRIN MUKAINEN, PIENI SAUMA	PARKETTI RUSEHTAVA TAI TEKSTIILI	PARKETTI TAMMI VAALEA	BETONI KÄSITELTY
SEINÄT YLEENSÄ	VALKOINEN/TAPETTI	SÄVYTETYT VÄRIMAILMAN MUKAAN KEVYESTI	VALKOINEN	VALKOINEN
KARMIT JA PUITTEET	VALK. / MUSTA	PUU LATTIAN MUKAAN	VALK. / TAMMI	MUSTA / SAARNI
KIIINTOKALUSTEET & VETIMET	MATTA VALK. / KIILTOMUSTA / CEMENTO, VEDINURALLA. / PEILILIUKUOVI, EI VETIMIÄ.	VALK. / VANERI / HIEKKA. OSIN AVOIMET. NAHKALENKIVETIMET ALAKAAPPEISSA, YLÄKAAPIT POMPPU.	VALK. / VALK. JA TAMMIKANTTAUS. PITKÄT ALUMIINIVETIMET. PEILILIUKUOVI, EI VETIMIÄ..	MATTA HARMAA / KIILTÄVÄ VALK, / MATTA VEDEN VIHREÄ. EI VETIMIÄ, (POMPPUKYTKIN).
KIIINTEÄT VALAISIMET	VALOPANEELIT LASKUISSA, EPÄSUORA VALAISTUS KATOSTA OH-MH & KH	UPOTETUT, YKSITÄISET SUUNNATTAVAT SPOTIT	VALKOISET SPOTTIVALOT LASKUISSA, EPÄSUORA VALAISTUS KATOSTA VALOPANEELINA OH-MH & KH	MUSTAT UPPOSPOTTIT LASKUISSA, EPÄSUORA VALAISTUS KATOSTA OH-MH & KH

	MODERNI	BOHEEMI	SKANDI	ROUHEA
--	---------	---------	--------	--------

INTEGROIMINEN	KAIKKI	OSIN	KEITTIÖN KONEET / KAIKKI	KAIKKI
OVET YLEENSÄ	LAAKA & LASI	PEILIOVI	VALKOINEN LAAKA- OVI / PEILIOVI	LAAKA & LASI
TEHOSTESEINÄ	MAALATTU VÄRI- MAAILMAN MU- KAAN VALK. / MUS- TA / HARMAA	TAPETTI KUVIOLLA	MAALI HIEKAN / HARMAAN SÄVYIS- SÄ	BETONI KÄSITELTY
KEITTIÖ	ELEETÖN	VÄRILLINEN	PERINTEINEN	ELEETÖN / PIILOSSA
KEITTIÖN TAUSTASEI- NÄ	VALKOINEN / MUS- TA / HARMAA MAA- LATTU	SAMALLA KUIN MUUT TAI HIEMAN TUMMEMPI	VALKOINEN	MIKROSEMENTTI / BETONI KÄSITEL- TY / VEDEN VIHREÄ STRUKTUURISEINÄ
KEITTIÖN ETUSARJAT	MATTA VALK. / KIIL- TOMUSTA	VALK. / VANERI / HIEKAN VÄRINEN MDF	VALKOINEN / VAL- KOINEN KANTATTU TAMMIREUNALLA	MATTA HARMAA / KIILTÄVÄ VALK. / CE- MENTO (novart)
KEITTIÖN YLÄKAAPIT	EI	MATALA, VOI OLLA OSITTAIN AVOIN	KORKEAT	EI
VÄLITILA	LAMINAATTI / LASI	KUVIOLAATTA 10 X 10 TAI SUUREMPI	LASI / VAALEA LASI	MIKROSEMENTTI / LASI + BETONI/ STRUKTUURISEINÄ
KEITTIÖN VALAISTUS	RIIPUVAT VALAISI- MET KATOSTA	YLÄKAAPPIEN ALAREUNASTA LED-NAUHA SEKÄ SEINÄVALAISIMET	SPOTIT / LED-NAU- HA YLÄKAAPEISTA	TANGOSTA RIIPPU- VALAISIMET / KIS- KOSPOTIT
LIESITUULETIN	SYLINTERIMALLI TAI VALAISINMAINEN	UPOTETTU YLÄ- KAAPPIIN	YLÄKAAPEIHIN UPOTETTU /LIESI- KUPU	SYLINTERIMALLI

	MODERNI	BOHEEMI	SKANDI	ROUHEA
--	---------	---------	--------	--------

HANA, ALLAS, LIESI-TASO	VALK. / MUSTA, TASOSSA, VALK. / MUSTA	MESSINKI, UPOTETTU TASOON, MUSTA	ROSTERI, ROSTERI, MUSTA / VALK.	MUSTA, MUSTA, MUSTA / VALK.
KEITTIÖN TASO	VALK. / TUMMA KIVI (JÄLJ.) OHUT / PUU.	PUU / VALK. TAI MARMORI VALK. OHUT	VALKOINEN / TAMMI	MUSTA / VALK. / SAARNI
TIKAPUUT	VALK. / MUSTA	VÄRIKKÄÄT / PUU	VALK. / TAMMI / TEHOSTEVÄRIN MUKAAN	MUSTA /TEHOSTEVÄRIN MUKAAN
PARVEN REUNAT JA SEINÄ	KEITTIÖN ETUSARJOJEN MUKAAN JA LASI ELETÖN	KUTEN KEITTIÖN ETUSARJAT, EI SEINIÄ, VERHOKISKO KAIKILLA KOLMELLA SEINÄLLÄ	VALKOINEN / TAMMI JA LASI / LASI TAMMILISTOIN	KEITTIÖN ETUSARJOJEN MUKAAN JA LASI, TEHOSTELISTOITETTU
VÄLISEINÄ MH-OH	LASISEINÄ, KEHYKSENÄ KAPEAT PUITTEET VALK. / MUSTA	OVEN PUOLI LASIA, TOINEN PUOLI UMPINAINEN, MAHD. YLÄOSASSA LASI H 2100	ALAOSA KIINTEÄ, YLÄOSA LASIA. (VALK. / TAMMI LISITOUS.)	LASISEINÄ JAETTU OSIIN METALLIPUITTEIN, MUSTA / SAARNI
MH-OH OVI	LASIA	LASI	LASITETTU PUUOVI	LASIA
KYLPYHUONE	KONTRASTINEN	ILMEIKÄS	VAALEA	TUMMA
SEINÄT	MATTA VALK. / TUMMA HARMAA 30 X 60 LAATTA, LAATAN VÄRINEN SAUMA, LAAKALADONTA	VALK. KIILTÄVÄ LAATTA, KOKO LADONTATYYLIN MUKAAN. SAUMA LÄHES VALK. TIILILADONTA / EPÄSYMMETRINEN LADONTA	VALK. 20 X 40 LAATTA KIILTÄVÄ / MATTA, SAUMA VALK. LAAKALADONTA	MIKROSEMENTTI TUMMA / VAALEA

	MODERNI	BOHEEMI	SKANDI	ROUHEA
--	---------	---------	--------	--------

LATTIAT	SUURIN MAHDOL- LINEN LAATTAKOKO KARHEA	KUVIOLAATTA 10 X 10	VALK. / HARMAA 10 X 10 LAATTA, SAU- MA HARMAA	MIKROSEMENTTI TUMMA/ VAALEA
KAAPPIEN / LAATI- KOIDEN ETUSARJAT	KUTEN KEITTIÖSSÄ	VALK. / VANERI / HIEKAN VÄRINEN MDF	VALKOINEN / TAM- MI	KEITTIÖN MUKAAN / VEDEN VIHREÄT
ALLASTASO	OHUT	PUU / VALK. TAI MARMORI VALK. OHUT	VALKOINEN / TAM- MI	MUSTA / VALKOI- NEN / SAARNI
PEILI / YLÄKAAPPI	KOOKAS PEILI	PEILI JA AVOHYL- LYJÄ	PEILIKAAPPI	SUURI PEILI
PYYKINPESUKONE	PIILOTETTU OVELLA	AVOIN	AVOIN / PIILOTETTU OVELLA	PIILOTETTU OVELLA
SUIHKUSEINÄ	LASI, VALK. / MUSTA OHUT KEHYS	KUVIOLAATTA, KUTEN LATTIASSA. TARVITTAESSA SÄ- VYN MUUTOS. PUO- LIKORKEA.	ALAOSA LAATTA VALKOINEN, YLÄ- OSA LASI	ALAOSA UMPINAI- NEN MIKROSE- MENTTI, YLHÄÄLTÄ LASI JA LISTOITUS MUSTA / SAARNI
ALLAS, HANA, SUIHKU + SEKOITIN	VALK. / MUSTA	MESSINKI	ROSTERIA	MUSTAT
KATTO	VALKOINEN	VALKOINEN	SORMIPANEELI KH + S	VALKOINEN
SAUNA	KONTRASTINEN	LUONNOLLINEN	PERINTEINEN	TUMMA
SEINÄ JA OVI KH-S	LASI	UMPINAINEN SEI- NÄ, YLÄOSA LASIA H 1700 JA LASIOVI	ALAOSA LAATTA VALK., YLÄOSA LASI KIRKAS, OVI LASI- KIRKAS	LASI KIRKAS / SA- VULASI

	MODERNI	BOHEEMI	SKANDI	ROUHEA
--	---------	---------	--------	--------

SEINÄT	VANERI VAALEA / TUMMA	KUUSIPANEELI TAI VASTAAVA, TEHOS-TESEINÄ KATAJALAATTA SAUNAVANERI	LÄMPÖKÄSITELTY LEPPÄ	PANELOINTI MUSTA / VALK.
LAUTEET	HAAPALANKKU LEVEÄ. POIKITTAIN. LAUDEVÄLI UMPI- NAINEN	ESIM. HAAPA TAI LEPPÄ. PITKITTÄIN, LAUDEVÄLISSÄ LAUTEISSA KÄYTYSTÄ LAUDAUSTA TEHTY RIMOITUS	LÄMPÖKÄSITELTY LEPPÄ, PITKITTÄIN. LAUTEIDEN VÄLISSÄ RIMOITUS	MUSTAT / PUUNVÄRISET. POIKITTAIN. LAUDEVÄLI UMPI- NAINEN.
KIUAS	UPOTETTU UMPI- NAINEN VALK. / MUSTA	YKSINKERTAINEN PERINTEINEN "TORNI" UPOTETTAVA SEINÄÄ VASTEN	UPOTETTU UMPI- NAINEN	SYLINTERIMALLINEN, UPOTETTAVA KIVET NÄKYVILLÄ
SAUNAN VALAISTUS (YLEISVALON LISÄKSI)	EPÄSUORA TAKASEINÄLTÄ KATON JA SEINÄN VÄLISTÄ	KUITU / LED KATOSTA SEINÄN VIERELLE	KUITUVALOT / LED- VALOT	EPÄSUORA TAKASEINÄLTÄ KATON JA SEINÄN VÄLISTÄ



4.4.3 Värät

Pohjola Rakennuksella on ollut käytössä eri määriä vaihtoehtoja (materiaalit ja värät). Joissain kohteissa vaihtoehtoja on ollut viisikin erilaisista. Värimaailmojen määrä on järkevä pitää maltillisena, tarjoten kuitenkin riittävän valikoiman eri tyyli-suunnat huomioiden. Värimaailmojen mukaan valitsemisani tyyllilajeissa vaihtuvat myös mm. kiintokalusteiden etusarjat. On mahdollista, että värimaailmat toteutettaisiin keveämmilläänkin muutoksilla. Väri-

maailmat on suunnitelmassani mietitty sopimaan kuhunkin tyyllilajiin ja siitä syystä niitä on useita erilaisia. Käytännössä värimaailmavaihtoehdot voisivat olla myös yhtäläisiä. Se vaikuttaisi tyyllilajien viimeistelyonnistumiseen, mutta olisi kuitenkin vaihtoehtoinen toimintatapa.

Kaikissa vaihtoehtoisissa löytyy väri vaihtoehtona valkoinen. Valkoinen on klassikko. Väriin suosio sisustuksessa on alun perin lähtenyt hygienian korostamisesta, koska lika näkyy siitä hyvin (Lindroos 2013, 26).

Valkoinen on jäänyt isoksi osaksi suomalaista sisustusta ja siten se on mielestäni tarjottava kaikissa tyyli-vaihtoehtoisissa.

Tehostevärejä löytyy jokaisen värimaailman lisäksi kolme kappaletta. Tehostevärit toistuvat kussakin asuntotyyppissä samoissa paikoissa. Tehostevärit voivat esiintyä esimerkiksi kaltaisessa asunnossa mm. tilakapissa, eteisen seinässä, mahdollisessa tehostetapetissa, kuviolaatoissa ja wc-kalusteissa.



KUVA 64: Tyylien värimaailmat (ylemmät) ja tehostevärit (alla) (A. Jääskeläinen)

4.5 Muunneltavuus eri rakennuskohteisiin

Konsepti olisi hyvä toteuttaa mahdollisimman helposti räätälöitäväksi tuleviin kohteisiin. Suunnittelukohdeista tulee toki tehdä mallinnukset ja suunnitelmat. Todennäköisesti tulevaisuudessa rakennuskohteista tehdään 3D-mallit joka tapauksessa, joita voi tähän työvaiheeseen hyödyntää. Mikäli uudessa kohteessa käytetään täysin tai osittain samoja pohjaratkaisuja, voidaan niitä hyödyntää uudelleen. Uuden rakennuskohteen sijainnista ja profiilista riippuen tai vain vaihtelun vuoksi, voidaan osaa tyyllilajeista muuttaa kohteeseen sopiviksi.

Konseptin mukaiset valikoimat on tärkeä päivittää säännöllisesti. Sen tyyllilajien tulee seurata aikaa, mutta pitää silti mukanaan yleispäteviä ja klassisia elementtejä. Hyvä olisi, jos saatavilla olisi aina eri tyyliissä rokkeita sekä klassisen turvallisia vaihtoehtoja.

4.6 Toteutuksen hinnan muodostuminen

Konseptin hinta koostuu seuraavallisista osa-alueista:

- Konfiguraattorin aloituksesta, ylläpidosta ja päivittämisestä
- Sisustusten ja materiaalien suunnittelusta, jotka toki tehdään tälläkin hetkellä
- Visualisointien tekemisestä kohteisiin

Säästöjä olisi mahdollista saavuttaa automatisoimalla mm. materiaalilaskuria ja vähentämällä muutostyölaskentaan käytettävää aikaa. Myyntiprosessissa voidaan säästää materiaalivalintoihin liittyvissä asiakaspalvelumäärissä, välittäjäpalkkioissa ja saada nopeammin ja enemmän asuntoja myydyksi. Kun jatkossa rakennusvaiheessa todennäköisesti vaaditaan tietomallit, voidaan niitä hyödyntää myös visualisointien tai videoiden tekemisessä.

Tarkemman hinta-arvion selvittämisessä voi hyödyntää nettisivupohjaa ohjeistuksineen.

5. PROSESSIN ANALYSOINTI

Projekti oli moniammatillinen, ja siinä tuli miettiä asioita useista eri näkökulmista. Asiakaskohderyhmiä oli useita, joka vaati asiakasryhmien analysointia niin visuaalisten mieltymysten, kuin psykologiankin näkökulmasta. Mukana kulki koko projektin läpi markkinoinnillinen ja myynnillinen näkökulma, olihan aiheen oltava asiakasyritystä hyödyntävä ja hyvin myyvä.

Haltija-palvelun osalta tuli toteuttaa idea kuviksi graafisin työkaluin. Konfiguraattorin suunnittelussa piti huomioida myös käyttöliittymän toimivuutta käytännössä. Tyyllilajien ja niihin liittyvien eroavaisuuksien sekä materiaalien osalta käytin hyväkseni puhtaasti sisustusarkkitehtuurin osaamista ja näkemystäni suomalaisesta nykypäivän asumisesta. Asiantuntijuuden kehittämisen näkökulmasta opinnäytetyön aihe oli minulle sopiva. Pääsin työskentelemään oikean yrityksen kanssa ja toteuttamaan omaa visiotani. Projekti oli luova, jonka lopputuotos, eli Haltija-palvelun kehittäminen, ei ollut tiedossa projektin alkaessa.

Aiherajaus oli alussa laaja ja tarkentui projektin edetessä. Tarkempi aiherajaus opinnäytetyössä olisi ollut

vähemmän työllistävä, mutta jälkeensä ajatellen tarkan rajauksen puuttuminen antoi minulle enemmän. Jouduin ratkaisemaan useita ongelmia ja tekemään paljon päätöksiä opinnäytetyön loppuunsaattamiseksi. Löysä aiherajaus antoi minulle ja asiakasyritykselle enemmän liikkumanvara. Toimiminen Pohjola Rakennuksen kanssa oli helppoa ja joustavaa. Voin nähdä itseni työskentelemässä vastaavallisissa kehitysprojekteissa jatkosakin. Paljon aikaa se otti, mutta oli kuitenkin antoisa projekti.

6. POHDINTA

Olen seurannut myytäviä asuntoja, vanhoja ja uuskohteita jo pitkälti yli kymmenen vuoden ajan etenkin Kuopion alueella. Roolini asuntomarkkinoilla on ollut olla se vaativa asiakas, joka osin jo edustaa tulevan ostajasukupolven vaatimuksia. Etenkin uusista asunnoista on ollut todella vaikeaa löytää mieleistä ilman merkittäviä muutostöitä. Minua on mietityttänyt, miksi uuskohte ei voi olla taloudellisen näkökannan kärsimättä rakentamisen ja asuminen suunnannäyttäjät?

Asuntomarkkinoita seurattessani olen löytänyt palavan halun päästä töihin kehittämään uusasuntotuotantoa. Tästä syystä halusin pureutua aiheeseen opinnäytetyössäni. Tutustuessani lähdekirjallisuuteen ja alan tutkimuksiin huomasin, että ne ovat päätelmieni kanssa samoilla linjoilla. Uudistuotannossa, kuten myös vanhemmissakin asunnoissa, ollaan Suomessa globaalista näkökulmasta persoonattomia. Enkä tarkoita tällä modernia tyylisuuntaa enkä suomalaista sisustusta, joita itsekin kannatan. Uskon, että ostajat ovat jo nyt (vaikkakin pikkuhiljaa) sisustusinnostuksen

myötä heränneet kavahtamaan haajuttomia ja mauttomia bulkkiasuntoja. Karkeasti yleistäen kaikista löytyy se sama allaskaappi ja liesituuletin sekä suurpiirteisesti ne samat materiaalit kohteen sijainnista ja arvokkuudesta riippumatta.

Kodissa halutaan olevan sitä jotain. Mielestäni tulevaisuudessa nykyiset ratkaisut eivät enää myy uudelle sukupolvelle ja siitä syystä on aika tehdä muutoksia. Ostajat eivät enää vain tyydy siihen, mitä tehokkaasti ja helposti tuotetaan. Uskon, että suunnitteluun panostamalla saadaan upeita, odotukset täyttäviä kohteita aikaan. Silloin myös vanhempaa asuntoa kovempi hinta on helpommin perusteltavissa ja uskon rakentamisen työllistävän enemmän paikallisia toimijoita, esimerkiksi puuseppiä ja suunnittelijoita.

Opiskeluaikanani on markkinoilla näkynyt jo valonpilkahduksia, mutta mielestäni ollaan vasta matkan alussa. Minä uskon, että Suomessa tullaan jatkossa näkemään "värikäämpää" asuntokantaa, niissä suomalaisten suosimissa maanväreissä. Ne edustavat persoonallisuutta hyvällä maulla toteutettuna.

LÄHTEET JA TUOTETTU AINEISTO

Kirjalliset

CONRAN, T. 2007. How to live in small spaces: design, furnishing, decorations, detail for the smaller home. New York: Firefly Books Ltd.

CONRAN, T. 2011. Sisustajan pienet tilat. Suom. Koskinen Marita. (Essential Small Spaces: Back to Basics Guides to Home Design, Decoration, and Furnishing). Helsinki: A Bonnier Group Company

GOODMAN, J. 1999. The Changing Demography of Multifamily Rental Housing. Housing Policy Debate 10:1.

HIRVONEN, J., MANNINEN, R. ja HAKASTE, H. 2005. Asuntosuunnittelun ja rakentamisen tila. Helsinki: Edita Publishing Oy, Ympäristöministeriö. Suomen ympäristö 791.

JALLINOJA, R. 1997. Asumisen tavat ja tyylit. Teoksessa Kaarin Taipale & Harry Schulman (toim.): Koti Helsingissä. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.

JUNTTO, A. 1999. Asuminen. Teoksessa Kristiina Andreasson ja Vesa Helin (toim.): Suomen vuosisata. Helsinki: Tilastokeskus.

JUNTTO, A. 2007. Suomalaisten asumistoiveet ja mahdollisuudet. Helsinki: Tilastokeskus.

JUNTTO, A. 2008. Asumisen muutos ja tulevaisuus. Rakennetarkastelu. Erilaistuva asuminen, osaprojekti I. Helsinki: Edita Publishing Oy, Ympäristöministeriö. Suomen ympäristö 33/2008.

JUNTTO, A. 2010. Asumisen unelmat ja arki, Suomalainen asuminen muutoksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press Oy Yliopistokustannus, HYY Yhtymä.

JUNTTO, A. (toim.) 2011. Asumistutkimus kertoo tulevaisuudesta. [viitattu 2016 -12-26]. Saatavissa: <https://www.aspa.fi/en/node/829>

KOIVUNIEMI, H. (toim.) 2014. Tämän takia asumishaaveet eivät toteudu. [viitattu 2017 -1-2]. Saatavissa: <http://www.nurmijarvenuutiset.fi/artikkeli/274628-taman-takia-asumishaaveet-eivat-toteudu>

LAHTI, K. ja SUKUVAARA, M. 2016. Kodin sisustussuunnittelun käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy.

LEHTINEN, E., NIPPALA, E., JAAKKONEN, L. ja NUUTTI-LA, H. 2005. Asuinrakennukset vuoteen 2025. Uudistustannon ja perusparantamisen tarve. [viitattu 2017 -6-2]. Saatavissa: http://www.vtt.fi/inf/julkaisut/muut/2005/asuinrakennukset_vuoteen_2025.pdf

LEVY, D ja LEE, C. 2004. The Influence Of Family Members on Housing Purchase Decisions. Journal of Property Investment & Finance.

LINDROOS, K. 2013. Momo Koti elementissään. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Siltala.

MERILÄINEN, S. 2016. Tavallisia koteja. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Millaisia koteja Kuopioon ER 2003:1. 2003. Kuopio: Kuopion kaupungin painatuskeskus.

MÄKINEN, M. 1997. Paratiisin arkkitehti. Helsinki: Rakennustieto Oy.

PUOHINIEMI, M. 2002. Arvokonfliktitypologia. Espoo: Limor kustannus.

ROPE, T. ja METHER, J. 2001. Tavoitteena menestysbrändi –onnistuu mielikuvamarkkinoinnilla. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

SYKKÖ, S. 2014. Avaimia ajattomiin suomalaisiin sisustuksiin. Helsinki: Gummerus Kustannus Oy.

Suulliset

PENNANEN Risto, PORENTO Pasi. 2016-11-28 Asiakas. [neuvottelu]. Kuopio: Pohjola Rakennus

PENNANEN Risto. 2016-12-14 Asiakas. [neuvottelu]. Kuopio: Pohjola Rakennus

PENNANEN Risto, PORENTO Pasi. 2017-01-16 Asiakas. [neuvottelu]. Kuopio: Pohjola Rakennus

Kuvaluettelo

Työn numeroimattomat kuvaikonit ja kansikuva: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 1: Minimal. 2017. Sijainti: <http://www.miserv.net/post/scandinavian-style-interior-design-kit-chen/148943166636213.html>

KUVA 2: Pinterest. Sijainti: www.pinterest.com

KUVA 3: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 4: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 5: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 6: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 7: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 8: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 9: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 10: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 11: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 12: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 13: Pohjola Rakennus. 2016. Sijainti: Tekijän tiedostot ja Pohjola Rakennus luonnosvaiheen piirrokset.

KUVA 14: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 15: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016.. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 16: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 17: Pohjola Rakennus. 2016. Sijainti: www.pohjolarakennus.fi

KUVA 18: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 19: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 20 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 21 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 22: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 23 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 24 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 25 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 26 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 27: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 28: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 29 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 30: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 31 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 32 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 33 JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 34: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 35: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 36: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 37: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 38: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 39: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 40: JÄÄSKELÄINEN, A. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 41: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 42: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 43: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 44: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 45: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 46: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 47: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 48: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 49: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 50: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 51: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 52: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 53: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 54: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 55: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 56: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 57: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 58: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 59: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 60: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 61: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 62: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 63: JÄÄSKELÄINEN, A. ja Pinterest. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVA 64: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 1: JÄÄSKELÄINEN, A. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 2: JÄÄSKELÄINEN, A. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 3: JÄÄSKELÄINEN, A. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 4: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 5: JÄÄSKELÄINEN, 2017. A. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 6: JÄÄSKELÄINEN, A. 2016. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 7: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 8: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017. Sijainti: Tekijän sähköiset tiedostot.

KUVIO 9: PUOHINIEMI, M.. 2002, 28. Sijainti: Arvokonfliktitypologia.

TAULUKKO 1: Tilastokeskus, Asuinolotilasto.

TAULUKKO 2: JÄÄSKELÄINEN, A. 2017.

LIITE

LIITE 1: Konfiguraattorin sivu-layoutit PDF-tiedostoina

Haltija

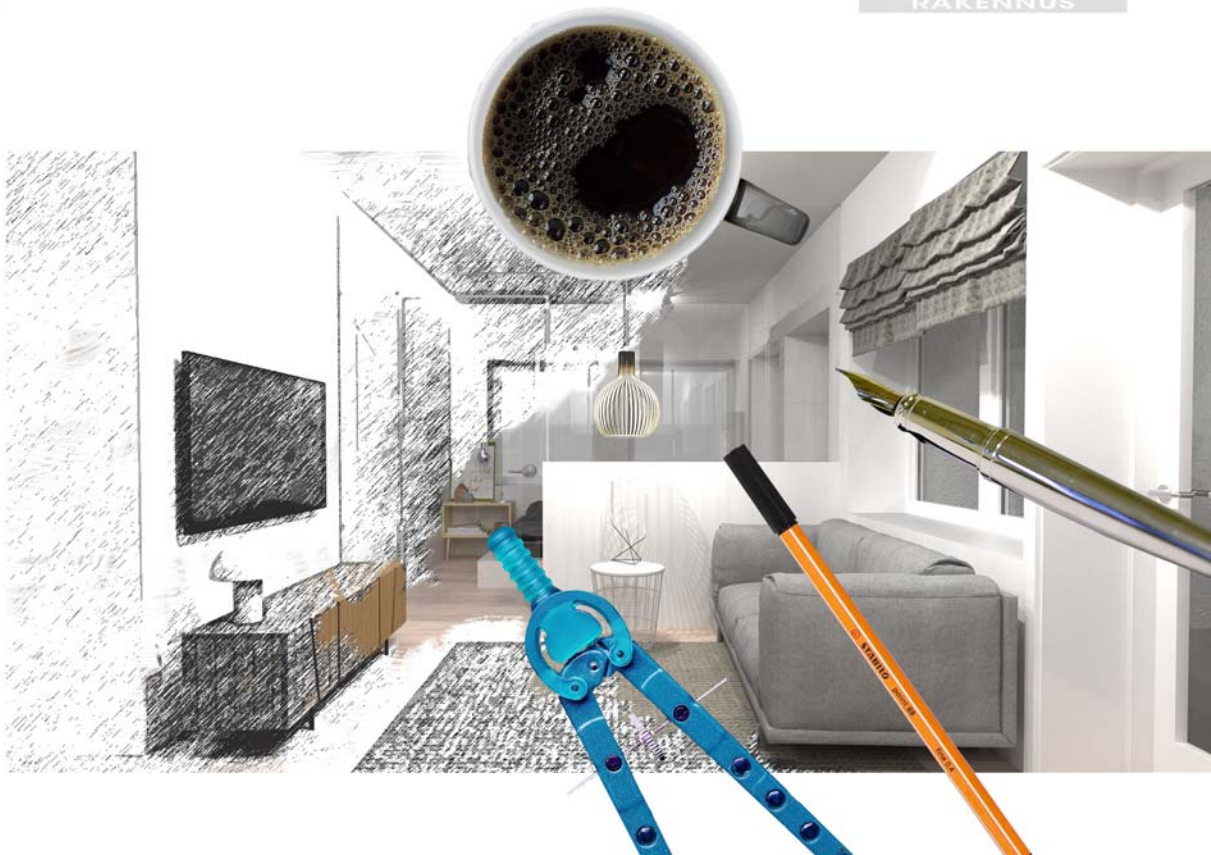
POHJOLA
RAKENNUS

Tervetuloa Haltija -palveluun

Räätälöi oman näköisesi koti helposti. Palvelun avulla uuden asunnon haltijan kaikki toiveet toteutuvat!

KATSO PIKAOHJE

ALOITA



PIKAOHJEET

Tältä sivulta näet perustoiminnallisuudet kohti unelmiasi asuntoa.

LISÄOHJEITA & LISÄTIETOJA



Merkin alta näet lisäohjeita etenemiseen tai voit valita lisätietoja kohteesta

ALOITA

KOKOA KOTISI VAIHE VAIHEELTA

Näet etenemisesti kohti unelma-asuntoa alla olevin kuvakkein



KOHDE

KOKO &
SUJAINTI

POHJA &
JÄRJESTYS

TUTUSTU
TYYLEIHIN

VALITSE
TYYLI

VALITSE
VÄRI

LISÄ-
VALINNAT

KOONTI

YHTEYS &
OSTAMINEN

EDELLISEEN KOHTAAN PALAAMINEN

Voit aina palata takaisin ja muuttaa edellisiä valintojasi. Palaaminen tapahtuu selaimen "paluu" -nuolella.

360 -VIDEO

Pääset katselemaan valitsemaasi asuntoa 360 -videona. Kääntelee hiirellä tai kosketusnäytöltä näkymää ja tutustu rauhassa asuntoosi.

valitse
kohde

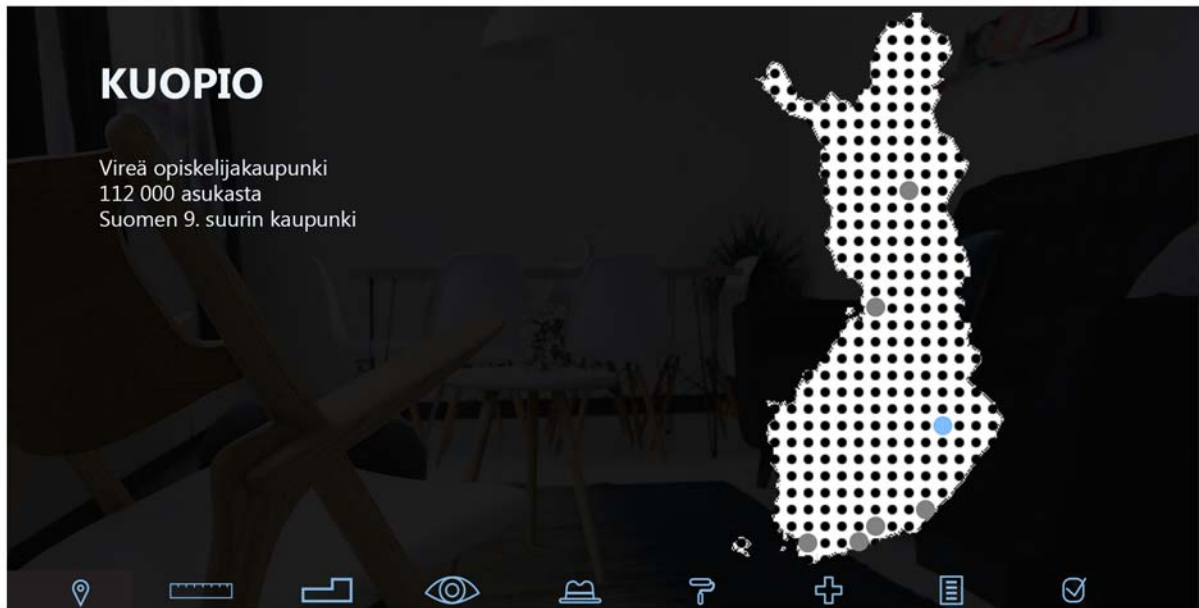
Haltija

Hae kohde nimellä

Valitse paikkakunta

Valitse kohde

JATKA



alkaen 95 000 €

valitse kohde

Haltija

Hae kohde nimellä



Valitse paikkakunta



Valitse kohde



JATKA

RUUTIKELLARI

Osoite

As Oy Kuopion Ruutikellari
Kaksi viisikerroksista kerrostaloa
70 asuntoa ja 12 autotallia
Asuntojen koot 25 m²-94,5 m²
Rakentaminen käynnistyy
maaliskuussa 2017 ja kohde
valmistuu keväällä 2018



alkaen 99 000 €

valitse

koko & sijainti

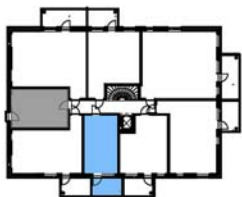
Valitse neliömäärä

44 m²



Sijainti rakennuksessa

2. KERROS



JATKA

Haltija

RUUTIKELLARI 44 m²

2. kerroksessa 2 huoneistoa vapaana
Hinnat alk. 135 000



Klikkaa valikosta vapaata
asunnon pohjaa valitaksesi
tai tutustuaksesi asuntoon



alkaen 135 000 €

valitse

koko & sijainti

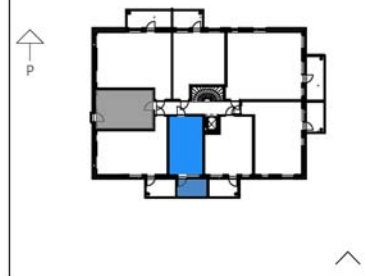
Haltija

Valitse neliömäärä

44 m²

Sijainti rakennuksessa

4. KERROS



JATKA

44 m²

Ikkunat etelään
Ruutikellari
4. kerroksessa 2 huoneistoa vapaana
Esteetön, hissillinen kohde
Hinnat alk. 135 000



Maisema ikkunasta



136 000 €

valitse

pohja & järjestys

Haltija

Valitse pohja & järjestys

VAIHTOEHTO 1



Sijainti rakennuksessa

VAIHTOEHTO 2



JATKA

VAIHTOEHTO 2

Suunnittelussa on huomioitu asukkaat, joilla on usein vieraita.
Sopii myös loistavasti uusperheen tarpeisiin.



+ PARVI

Nerokas parvi kätkee sisälleen eteisen kaapit sekä keittiön koneet. Käynti onnistuu päädyn tikapuiden avulla. Parvelle mahtuu 1200 leveä patja. Kapeampien patjojen kanssa parvelle jää lisäksi mukavasti laskutilaa.



136 000 €

tutustu tyyleihin

Haltija



MODERNI

Jään kiiloa ja huurteen mattaa. Puhdasta valkoista ja hiilen tummuutta. Keveää ja ryhdikästä. Silmäni lepää yksinkertaisissa linjoissa ja viimeistellyissä yksityiskohdissa. Sisustaa voi voimakkain kontrastein mustavalkoisen graafisesti tai minimalistisen eleettömästi. Koti on kuin tyhjä, puhdas paperi. Linjakaassa ympäristössä isoäidin lapsuuden kaapisto saa arvoisensa huomion ja luo uniikin, oman näköisen kodin.



BOHEEMI

Mielenmaisemissani vehreät saniaiset taipuvat eri suuntiin vanhojen mäntyjen varjossa. Ne näkyvät usvan takaa murretuissa sävyissä. Nautin. Hetki sitten mieleni oli matkalla mehevien tuoksujen keskellä maustebasaarissa. Boheemin kodin asukas on ekologinen, rohkea ja värikään persoonallinen. Sisustuksessa näkyy kerroksellisuus; uuttaa ja vanhaa, kierrätettyä ja perittyä. Rönsyilevää vai karsittua? Sinä päätät.



SKANDI

Nautin pohjolan talven väreistä. Vaaleista ja luonnollisista. Lumen valkoista, vaaleaa puun pintaa, hiekan harmaata. Pohjolan valossa kylpevä tyylil on juuri suomalaisen makuun ja se kestää aikaa. Se luo kauniit puitteet ja se on helppo sisustaa oman maun mukaisesti; perinteisen skandinaaviseksi, laadukkaan klassiseksi, pellavan pehmeäksi. Minimalistisella otteella tai romanttisen runsaaksi.



ROUHEA

Jyrkästi laskeutuvaa kallioseinämää voin katsella kauan. Kivinen pinta on nähnyt elämää ja monia tarinoita. Tummaa ja tunnelmallinen tai valkoinen, varjojen maalaama. Muita värejä ei tarvita. Voimakkaat struktuurit rakastavat epäsuoraa valoa. Tyylikkään yksinkertaista ja mutkatonta. Sisustaminen on maskuliinista, minimalistista. Aidot materiaalit saavat rohkeasti näkyä loft-hengessä. Kalusteita on vähän ja ne ovat riittävän suuria. Rouheaa sisustaja ei sipitele!



Klikkaa tyyliä & näe lisää





MODERNI

JATKA



BOHEEMI

JATKA



SKANDI

JATKA



ROUHEA

JATKA

valitse
tyyli

Haltija

Valitse tyyliisuunta

ROUHEA

Katsele tiettyä tilaa

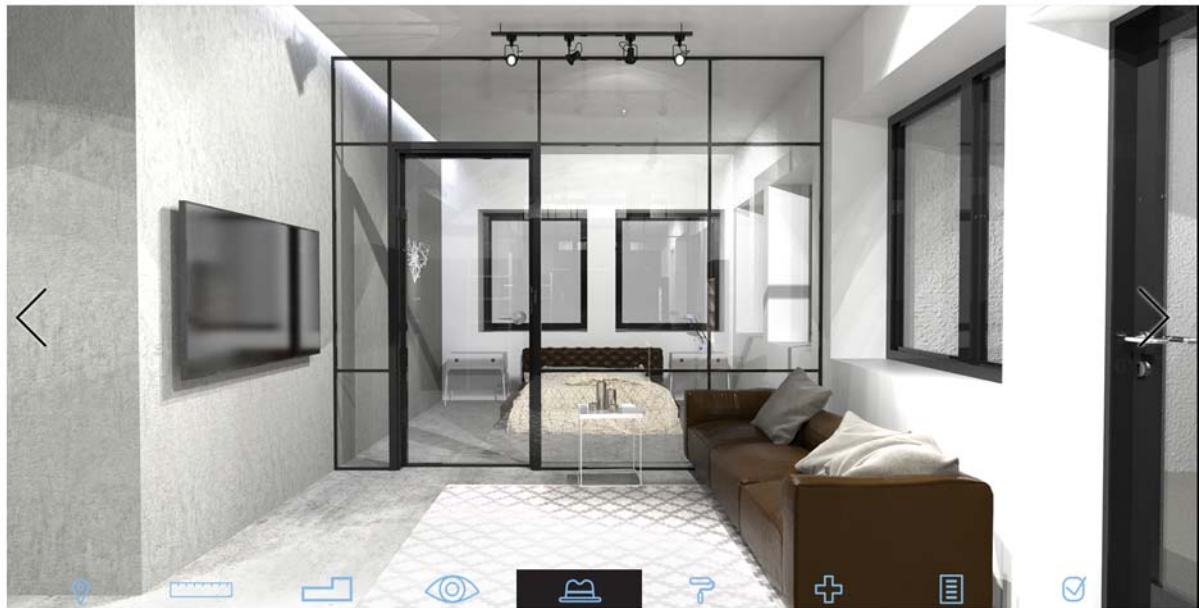
OLOHUONE

VERTAILE ERI TYYLISIÄ TILOJA

KATSO VALINNAN MATERIAALIT

RÄÄTÄLÖI

JATKA



136 000 €

vertaile eri tyyllisiä tiloja

Haltija

MODERNI



BOHEEMI



SKANDI



ROUHEA



OH



MH

KT



KH



JATKA

vertaile eri tyylisiä tiloja

Haltija

MODERNI

BOHEEMI

SKANDI

ROUHEA



OH

MH

KT

KH



JATKA

katso valinnan materiaalit

Haltija

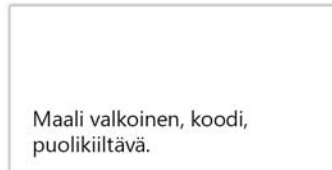
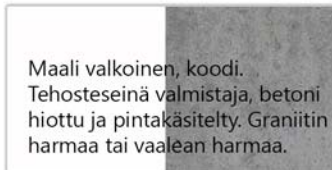
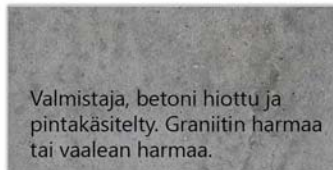
LATTIA

SEINÄT

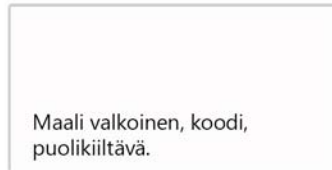
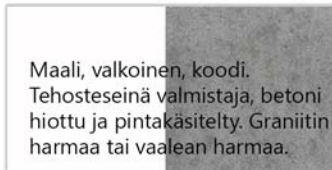
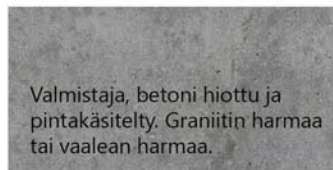
KATTO

KIINTOKALUSTEET

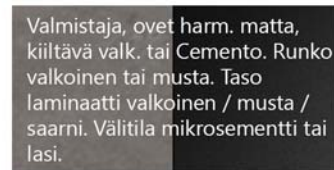
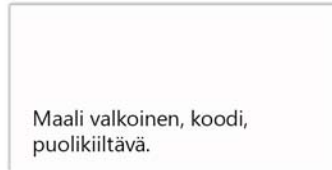
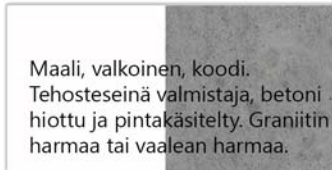
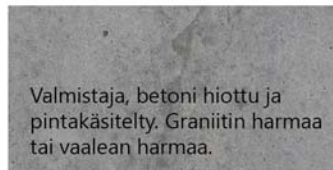
OH



MH



KT



KH



JATKA

tiloittain räätälöi



Valitse kunkin tilan
tyylilaji klikkaamalla

Haltija

MODERNI



BOHEEMI



SKANDI



ROUHEA



OH



MH



KT

KH



JATKA

tiloittain räätälöi



Valitse kunkin tilan
tyylilaji klikkaamalla

Haltija

MODERNI



BOHEEMI



SKANDI



ROUHEA



OH



MH



KT



KH



JATKA

valitse
väri

Haltija

Valitse värimaailma

USVA

Katsele tiettyä tilaa

KEITTIÖ

VERTAILE VÄREJÄ

LISÄÄ TEHOSTEVÄRI

RÄÄTÄLÖI

JATKA



136 000 €

vertaile värejä

Haltija

LUMI

YÖ

USVA

OH



MH



KT



KH



JATKA



lisää tehosteväri

Haltija

Ei tehosteväriä



Tiili



Petrooli



Karpalo



JATKA



Huom! Värit saattavat näyttää erilaisilta näytöllä. Värikoodilla voit tarkistaa todellisen värin.

lisää

tehosteväri

Haltija

Ei tehosteväriä



Tiili



Petrooli



Karpalo



JATKA



Huom! Värit saattavat näyttää erilaisilta näytöllä. Värikoodilla voit tarkistaa todellisen värin.

lisää tehosteväri

Haltija

Ei tehosteväriä



Tiili



Petrooli



Karpalo



JATKA



Huom! Värit saattavat näyttää erilaisilta näytöllä. Värikoodilla voit tarkistaa todellisen värin.

väreittäin räätälöi

Haltija

LUMI

YÖ

USVA

OH



MH



KT



KH



JATKA

väreittäin räätälöi

Haltija

LUMI

YÖ

USVA

OH



MH



KT



KH



JATKA

haluatko

täydennyksiä

Haltija

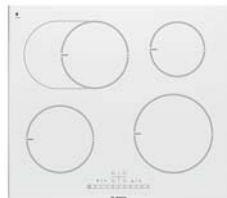
Vallitse tuoteryhmä

LIESITASO



Valitse tuote

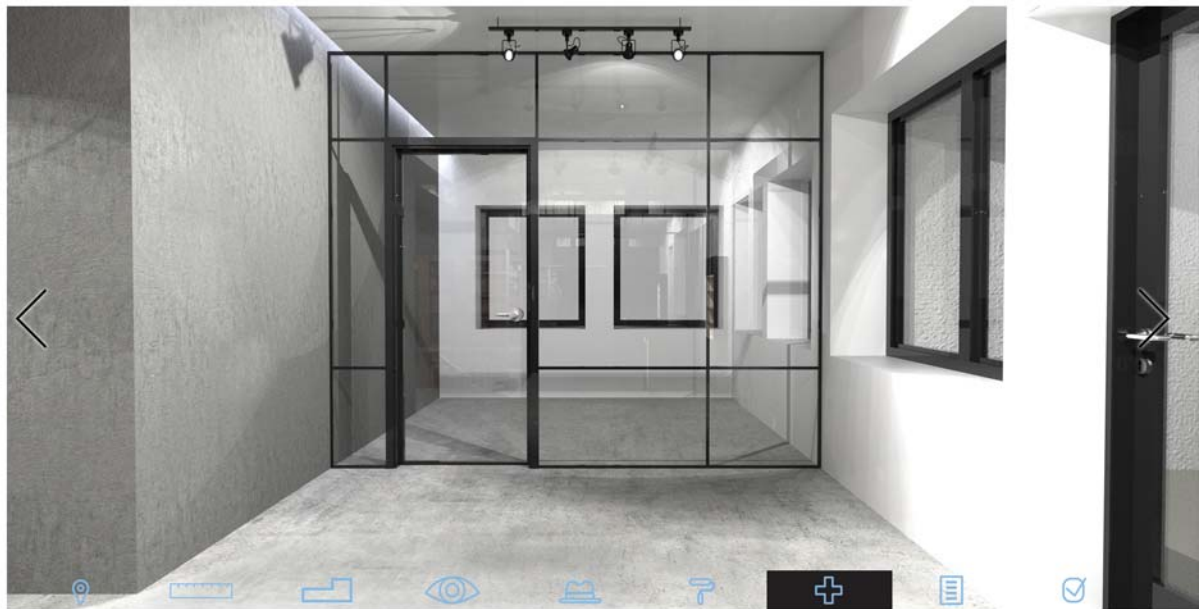
BOSCH INDUKTIOTASO
valkoinen
lisähinta 300 €



SEURAAVA VAIHTOEHTO



JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO



LANKKU
PARKETTI



136 650 €

asuntoni
koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx.
Ruutikellari, 4. kerros.
Rouhea tyyli on makuuni, valitsin
väriytykseksi yön tummat sävyt, joita
räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan
värejä.
44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella,
josta ikkunat ja parveke etelään.
Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat,
jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTKOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

asuntoni koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouheaa tyyli on makuuni, valitsin väritykseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

asuntoni
koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx.
Ruutikellari, 4. kerros.
Rouhea tyyli on makuuni, valitsin
väriyukseksi yön tummat sävyt, joita
räättälöin mieleisekseni lisäämällä usvan
värejä.
44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella,
josta ikkunat ja parveke etelään.
Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat,
jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

asuntoni koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouheaa tyyliä on makuuni, valitsin väritykseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTokALUSTEIDeOilla

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

asuntoni
koonti

Haltija

ASUNTONI

Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouheha tyyli on makuuni, valitsin väriytykseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTOKALUSTEIDEOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

asuntoni

koonti

Haltija

ASUNTONI

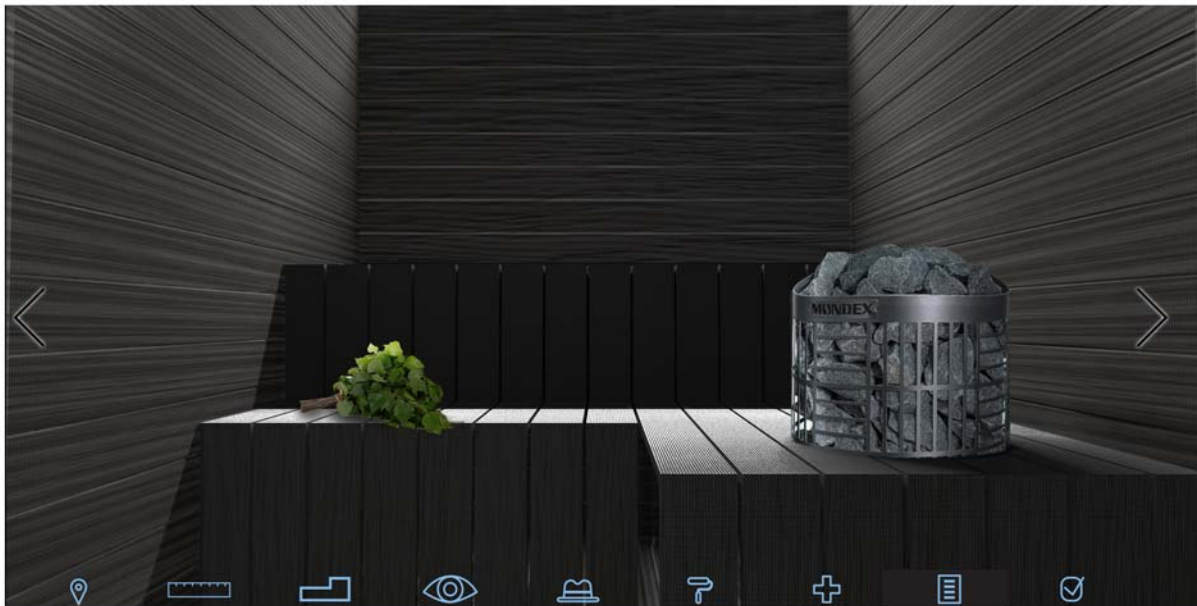
Sijaitsee Kuopiossa osoitteessa xxxx. Ruutikellari, 4. kerros. Rouhea tyyli on makuuni, valitsin väriytykseksi yön tummat sävyt, joita räätälöin mieleisekseni lisäämällä usvan värejä. 44 m² avara pohjaratkaisu sänkyparvella, josta ikkunat ja parveke etelään. Asuntoni viimeistelee lisäämäni valinnat, jotka näkyvät kuvan alla

Katsele kuvia

IRTokALUSTEIDeOILLA

Katsele tiettyä tilaa

JATKA



LISÄVALINNAT



BOSCH
INDUKTIO

LANKKU
PARKETTI

136 650 €

asuntoni

ostaminen

Haltija

OSTAN

VARAAN

VARAAN & HALUAN
SISUSTUSSUUNNITTELUN

VARAAN & TEEN LISÄMUUTOKSIA

HALUAN VIRTUAALIESITTELYN

HALUAN LISÄTIETOJA

TULOSTAN KOONNIN



136 650 €

asuntoni

ostaminen

Haltija

OSTAN

VARAAN

VARAAN & HALUAN
SISUSTUSSUUNNITTELUN

VARAAN & TEEN LISÄMUUTOKSIA

HALUAN VIRTUAALIESITTELYN

HALUAN LISÄTIETOJA

TULOSTAN KOONNIN

KIITOS!

Tarvitsemme vielä oheiset tiedot ostoa varten:

Etunimi

Sukunimi

Osoite

Postinumero & kaupunki

Puhelin

Sähköposti

Tunnistaudu verkkopankissa

Tavataan henkilökohtaisesti

HYVÄKSY JA LÄHETÄ



136 650 €