



**Design Forum Finland**  
**muotoilun hyödyntämisen edistäjänä**

**Arvioinnin loppuraportti**

Toukokuu 2009

Sampo Ruoppila, Net Effect Oy  
Katri Haila, Net Effect Oy  
Turkka Keinonen, TaiK

# SISÄLLYSLUETTELO

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| <b>1.</b> | Johdanto .....                                       | 3  |
| 1.1       | Valtionaputoiminta osana kokonaisuutta.....          | 3  |
| 1.2       | Kolminkertainen murroskausi .....                    | 4  |
| <b>2.</b> | Arviointiprosessin kuvaus.....                       | 5  |
| <b>3.</b> | Muotoilun neljä kenttää .....                        | 6  |
| 3.1       | Neljän kentän rakentuminen .....                     | 6  |
| 3.2       | Muotoilun kentät ja muotoilun edistäminen.....       | 7  |
| 3.3       | Muotoilun käsitteen laajeneminen .....               | 8  |
| <b>4.</b> | Arvioinnin tulokset.....                             | 12 |
| 4.1       | Strategian ja toiminnan arviointi .....              | 12 |
| 4.2       | Design Forum Finlandin toiminnan vaikuttavuus.....   | 17 |
| <b>5.</b> | Pohjoismaiset vertailukohtat: Ruotsi ja Tanska ..... | 18 |
| <b>6.</b> | Kehittämissuositukset.....                           | 20 |
|           | Liite: Arvioinnissa haastatellut henkilöt.....       | 24 |

## 1. JOHDANTO

Työ- ja elinkeinoministeriön teettämän arvioinnin tarkoitus on tarjota kattava, selkeä ja tiiviisti esitetty kokonaiskuva Design Forum Finlandin roolista muotoilun hyödyntämisen edistämässä Suomessa, ja antaa suosituksia sen toiminnan kehittämiseksi.

### 1.1 VALTIONAPUTOIMINTA OSANA KOKONAISUUTTA

Design Forum Finlandin toiminnan pyörittämisestä vastaa Suomen taideteollisuusyhdistys ry. Tällä vuonna 1875 perustetulla yhdistyksellä on ollut historiansa aikana useita, ”aikaan sidottuja” tavoitteita. Yhdistyksen alkuperäisenä tehtävänä oli ylläpitää veistokoulua (nykyinen Taideteollinen korkeakoulu) ja vuonna 1873 Wienin maailmannäyttelystä hankittua taideteollisuusesineiden kokoelmaa, myöhempää Taideteollisuusmuseota, nykyistä Designmuseota. Tällä hetkellä taideteollisuusyhdistyksen pääasiallinen tehtävä on pitää yllä Design Forum Finlandin toimintaa. Design Forum Finland toimii suomalaisen muotoilun promootio-organisaationa ja edistää muotoilun hyödyntämistä.<sup>1</sup> Vuoden 2008 lopussa Design Forum Finlandissa oli 34 työntekijää, joista 14 työskenteli kahdessa myymälässä (joista toisen toiminta loppui vuoden lopussa). Suomen taideteollinen yhdistys ry ja sen ylläpitämä Design Forum Finland ovat yksityisoikeudellisia toimijoita.

Design Forum Finland on periaatteessa jäsenorganisaatio, mutta se pitää tehtävänänsä yleistä palvelutoimintaa muotoilun hyödyntämisen edistämiseksi. Sen jäsenistöön kuuluu sekä alan suunnitteluyrityksiä että teollisuusyrityksiä monilta erilaisilta elinkeinoelämän toimialoilta. Design Forum Finlandilla oli vuoden 2008 lopussa 39 yhteisöjäsentä. Jäsenistöä on viime vuosina laajennettu yritysten välisten yhteyksien ja tiedonkulun parantamiseksi. Jäseneksi pääsee vain toimitusjohtajan kutsusta.

Design Forum Finland on yhdistykseksi vakavarainen. Sen toiminta rahoitetaan omilla tuloilla (osallistumismaksut, jäsenmaksut, myyntitulot), Suomen taideteollisuusyhdistyksen sijoitetun varallisuuden tuotoilla, työ- ja elinkeinoministeriön valtionavulla (ns. yleisavustus), sekä muilla maksuilla ja avustuksilla. Vientihankkeita toteutetaan myös yritysten rahoittamana. Tuloista 40.6 % tuli valtiolta vuonna 2007. Tästä 98 % oli yleisavustusta, ja loput projekteihin myönnettyjä avustuksia. Valtionapu (yleisavustus) on ollut vuosina 2007, 2008 ja 2009 vuosittain 685 000 €. Muun julkisen rahoituksen määrä vaihtelee vuosittain toteutettavien projektien mukaan.

Valtionavustustoiminnan yleisenä kehittämishaasteena on ollut sen kytkeminen kiinteäksi osaksi kansallista tulohajautusjärjestelmää. Valtionhallinnossa on siirrytty 1980-luvun lopun ja 1990-luvun aikana tulohajautukseen, jonka myötä on tavoiteltu parempaa palvelua ja voimavarojen tehokkaampaa käyttöä. Työ- ja elinkeinoministeriön ja Suomen taideteollisuusyhdistyksen/Design Forum Finlandin välillä on laadittu sopimus valtionavun käytöstä ja käytölle asetetuista tulostavoitteista vuosille 2009–2010.<sup>2</sup> Tässä tulosasiakirjassa on erikseen listattu vuonna 2009 valtionavustuksella toteutettavat

<sup>1</sup> Design Forum Finland / Suomen taideteollisuusyhdistys ry: Toimintakertomus 2008.

<sup>2</sup> Työ- ja elinkeinoministeriön ja Suomen Taideteollisuusyhdistyksen/Design Forum Finlandin välinen sopimus valtionavun käytöstä ja käytölle asetetuista tulostavoitteista vuosille 2009-2010. Allekirjoitettu 19.12.2008.

hankkeet, joiden tavoitteiden toteutumista seurataan neljännesvuosittain järjestettävissä kokouksissa. Työ- ja elinkeinoministeriön teettää arvioinnin tarkastellakseen valtionavun käyttöä ja sillä aikaansaadun toiminnan tarkoituksenmukaisuutta ja tuloksellisuutta. Arviointi on kuitenkin mielekästä vain koko Design Forum Finlandin toimintaan suhteutettuna. Design Forum Finlandin toimintaa on arvioitu ministeriön puolelta viimeksi vuonna 2004. Valtionavustuslain (688/2001) mukaisesti valtionapuviranomaisen on määräajoin arvioitava valtionavustuksen tarpeellisuutta ja kehittämistarpeita.

## 1.2 KOLMINKERTAINEN MURROSKAUSI

Arviointi osuu kolminkertaiseen murroskauteen. Muutoksessa ovat olleet niin muotoilun käsite ja näkemykset sen käyttöalueesta, Design Forum Finlandin organisaatio, kuin myös Design Forum Finlandin valtionavun lähde. Nämä kaikki vaikuttavat toinen toisiinsa ja kiteytyvät keskeiseksi arviointikysymykseksi mihin Design Forum Finland sijoittuu muotoilun edistämisen kentässä.

Muotoilun käsite on viime vuosina laajentunut tuotemuotoilusta uusille alueille ja sitä hyödyntävä kenttä on kasvanut. Perinteisen tuotemuotoilun ohella uusi virtuaalinen design kattaa mm. käyttäjille suunnattuja palveluita ja Internetin käyttöliittymiä. Muotoilua käytetään enenevässä määrin tuotteiden kaupallistamisessa ja markkinoinnissa hyvin erilaisilla toimialoilla. Se tunnustetaan ja tunnustetaan entistä laajemmin strategisena tekijänä ja resurssina yritystoiminnassa ja muotoilun hyödyntämisessä onnistumista pidetään osana hyvää liiketoimintaosaamista. Tämä heijastuu myös kansalliseen toimintapolitiikkaan: muotoilu on esillä nykyisessä hallitusohjelmassa ja kansallisessa innovaatiostrategiassa.

Design Forum Finlandissa vietiin vuosina 2006–2008 läpi organisaatiouudistus, jonka tarkoituksena oli terävöittää Design Forum Finlandin roolia alan keskeisenä asiantuntijana, ja asemoida sen toiminta entistä lähemmäs alan yrityskehittämistä, ja pk-yritysten kehittämistä. Uudistuksessa yhdistyksen jäsenkuntaa laajennettiin käsittämään sekä merkittävämpi osa alan keskeisiä suunnitteluyrityksiä että johtavia teollisuusyrityksiä useilta muilta elinkeinoelämän toimialoilta. Vuosien 2007 ja 2008 toimintakertomukset selvittävät, kuinka vakiintuneita näyttely- ym. toimintoja on asemoitu sisällöllisesti uudelleen, ja uusia hankkeita valmisteltu vastaamaan uusia tavoitteita, siis lähemmäs yrityksiä ja liiketoiminnan kehittämistä muotoilun avulla. Vahvana painopisteenä on ollut edelleen myös edistää suomalaisen muotoilun kansainvälistymistä.<sup>3</sup> Arviointi osuukin haastavaan murrosvaiheeseen, jossa uuden perustan luonut Design Forum Finland kehittää ja uudistaa käytäntöjään muotoilun hyödyntämisen edistäjänä.

Myös Design Forum Finlandin valtionavun lähde ja tavoitteiden tarkkuus ovat vuosien varrella muuttuneet. Vuoteen 2002 asti Design Forum Finland sai valtionapua sekä opetusministeriöltä että silloiselta kaupp- ja teollisuusministeriöstä, jonka jälkeen momentit yhdistyivät ja avustus siirtyi jälkimmäisen hallinnoitavaksi, ja sieltä ministeriön yhdistymisen myötä edelleen työ- ja elinkeinoministeriöön. Vuodesta 2008 lähtien tukea on hallinnoinut työ- ja elinkeinoministeriön innovaatio-osaston kysyntäinnovaatiot-ryhmä. Nykyinen valtionavustus tulee momentilta, jolta myönnetään valtionapua elinkeinoelämää edistäville järjestöille. Itse avustuksen tarkoitus ja käyttöehdot määritellään tarkemmin valtionavustuspäätöksessä ja tulossopimuksessa. Valtion

---

<sup>3</sup> Suomen Taideteollisuusyhdistys – Konstflitföreningen i Finland ry: Toimintakertomus 2007. [http://www.designforum.fi/files/dff/vuosikertomukset/DFD\\_toimintakertomus2007.pdf](http://www.designforum.fi/files/dff/vuosikertomukset/DFD_toimintakertomus2007.pdf) ja Design Forum Finland / Suomen taideteollisuusyhdistys ry: Toimintakertomus 2008.

yleisavustuksen lisäksi Design Forum Finlandin toteuttamiin erillisiin hankkeisiin kanavoidaan myös muuta julkista rahoitusta, esimerkiksi opetusministeriöltä. Työ- ja elinkeinoministeriön myöntämästä valtionavustuksesta ei rahoiteta kilpailuja eikä näyttelyitä.

## 2. ARVIOINTIPROSESSIN KUVAUS

Tilaja oli asettanut arviointikysymykset seuraavasti: Toiminnan arviointihankkeessa selvitetään erityisesti

- miten valitut strategiset linjaukset vastaavat muotoilun laaja-alaistuvan kentän tarpeisiin,
- strategisen toimeenpanon tuloksellisuutta ja tehokkuutta,
- toiminnan resursointia ja suhdetta tärkeimpiin sidosryhmiin,
- toiminnan vaikuttavuutta sekä Suomessa että kansainvälisesti, ja
- toiminnan kehittämistarpeita, ml. kuinka muotoilun hyödyntämisen edistäminen vastaa uudessa innovaatiostrategiassa asetettuihin tavoitteisiin (mm. palveluinnovaatioiden, asiakas- ja käyttäjälähtöisyyden edistäminen).

Johtuen Design Forum Finlandin toiminnan murroksesta arvioinnin kohteeksi on otettu vain uusin strategia, tammikuussa 2009 hyväksytty ”Toiminnan strategia ja toimintasuunnitelma 2009”. Osa siinä mainituista toimenpiteistä on tosin käynnistynyt jo edellisenä vuonna, ja niitä arvioidaan toteutuneen mukaisesti. Suhdetta sidosryhmiin, ja Design Forum Finlandin toiminnan vaikuttavuutta, käsitellään myös pidemmällä aikajänteellä.

Arviointi perustuu yllä mainitun strategian analyysiin ja 18 alan keskeisen toimijan haastatteluun. Haastatteluaineiston muodostivat kaksi ryhmähaastattelua ja seitsemän yksilöhaastattelua. Yksilö- ja ryhmähaastatteluissa käytettiin samaa haastattelurunkoa, poikkeuksena muutamat lyhyet yksilöhaastattelut, joissa keskityttiin yhteistyöhön tietyn sidosryhmän kanssa. Ryhmähaastatteluihin (4.3. ja 9.3.) osallistuneet ovat osin työ- ja elinkeinoministeriön sekä osin arviointitiimin ehdottamia tahoja, joissakin tapauksissa myös ehdotettu organisaatio nimesi oman edustajansa, joka saattoi olla eri kuin ensisijainen kutsuttu taho. Haastateltujen nimiluettelo on arviointiraportin liitteessä. Haastatellut tahot edustavat vakiintuneita suomalaisia muotoilualan toimijoita. Myös Design Forum Finlandin toimitusjohtaja, yksi muu henkilökunnan jäsen, hallituksen puheenjohtaja sekä kaksi hallituksen muuta jäsentä, mukaan lukien työ- ja elinkeinoministeriön edustaja, haastateltiin yksilöhaastatteluina. Kansainvälisen toiminnan puolelta ei tehty haastatteluja, johtuen ministeriön kiinnostuksen painopisteestä. Arvioinnin alustavia tuloksia ja kehittämissuosituksia käsiteltiin (18.3.) työpajassa, jossa oli läsnä kaksi ministeriön edustajaa ja Design Forum Finlandin toimitusjohtaja.

Arviointi suoritettiin tammi-maaliskuussa 2009. Sen toteutti helsinkiläinen konsulttitoimisto Net Effect Oy, projektipäällikkönä VTT, johtava konsultti Sampo Ruoppila ja muina toteuttajina ETT, johtava konsultti Katri Haila sekä alihankkijana TaT, professori Turkka Keinonen Taideteollisesta korkeakoulusta.

### 3. MUOTOILUN NELJÄ KENTTÄÄ

Arvioinnin lähtökohtana on ollut taideteollisen korkeakoulun professorien Ilpo Koskisen ja Turcka Keinosen näkemys muotoilun kytkeytymisestä neljään yhteiskunnallisen toiminnan kenttään, joilla on omat keskeiset toimijansa, toimintatapansa ja päätöksentekojärjestelmänsä. Nämä kentät ovat käsityö, taide, innovaatiotoiminta ja tiede. Vastaavat muotoilukentän liittymäpinnat ovat taidekäsityö, taideteollisuus, teollinen muotoilu ja muotoilututkimus.

#### 3.1 NELJÄN KENTÄN RAKENTUMINEN

Historiallisesti muotoilu on kehittynyt käsityöläisyyden ympärille. Monet muotoilun oppilaitokset ympäri maailmaa ovat omaksuneet Bauhausin mallin ja painottaneet opetuksessaan materiaalin tuntemusta ja työpajoilla tapahtuvaa käsin tekemistä tapana työstää muotoa. Käsityöläisyyden kenttä kattaa sellaisia materiaalipohjaisia muotoilualoja kuten tekstiili, lasi ja keramiikka. Materiaalipohjaista käsityöläisyyteen kytkeytyvää muotoilua opetetaan studioissa sahojen ja uunien läheisyydessä, siten että opettaja siirtää oppilaille taitoja, joita hän itsekkin on oppinut alan vanhemmilta taitajilta. Käsityöläisyydelle läheinen kenttä on muotoilun taidekonteksti. Varsinkin Skandinaviassa ja Saksassa modernismista tuli 1900-luvun alussa kyseenalaistamaton muotoilun taiteellinen perusta. Esimerkiksi Italiassa vaikuttajat ovat olleet moninaisempia: kubismi, surrealismi, dada, ekspressionismi, pop-taide, ja käsitetaide ovat kaikki vaikuttaneet useisiin muotoilun aloihin kuten lasi- ja keraamiseen muotoiluun, sisustusarkkitehtuuriin, huonekalu- ja vaatesuunnitteluun.

Kolmannessa kentässä, innovaatiotoiminnassa, muotoilu yhdistyy markkinoihin ja uuteen tekniikkaan. Innovaatiokentällä muotoilu nähdään taloudellisesti perusteltavana ja liiketoiminnallisesti hyödynnettävänä yrityksen kilpailukykyä lisäävänä toimintana. Markkinavetoisessa Design management -ajattelussa muotoilun fokus on ollut yritysidentiteetissä ja brändien kehittämisessä. Muotoilijoille brändien luominen on tuonut töitä pakkaussuunnittelusta yritysidentiteettien rakentamiseen. Muotoilun innovaatiokenttään liittyy myös informaatioteknologian merkityksen lisääntyminen teollisuudessa ja mediassa, mikä on muuttanut muotoilun menetelmiä ja kohteita. Esimerkiksi mallikappaleiden rakentaminen perinteisin työkaluin on korvautunut tietokoneavusteisella mallintamisella ja prototyyppien pikavalmistuksella. Digitalisoituminen on myös johtanut tuotekäsityksen uudelleen arviointiin ja laajenemiseen. Innovaatiokentällä muotoilijoiden keskeiset vahvuudet toteutuvat yhteistyössä insinöörien ja markkinoinnin kanssa. Tämä eroaa oleellisesti kahdesta ensin mainitusta kentästä, sillä käsityökentällä muotoilija huolehtii itse koko prosessista, mukaan lukien tuotteen valmistus, kun taas taidekentällä vallitsee usein jännite konservatiivisemman tuotantokoneiston ja avantgarden muotoilun välillä.

Neljäs muotoilun kenttä rakentuu tutkimukselle. Parhaiten tunnettu historiallinen puolestapuhuja muotoilun tieteellisen perustan luomiselle on ollut Hochschule für Gestaltung Ulmissa Saksassa, mutta vastaavia pyrkimyksiä on ollut myös Yhdysvalloissa. Ilmeisin esimerkki näistä on ergonomiaan perustuva muotoilu. 1960-luvulla muotoilun menetelmiä ja prosesseja pyrittiin tieteellistämään seuraten muiden alojen laskennallisten menetelmien avulla saavuttamia tuloksia. Erääksi merkkipaaluksi nousi Herbert Simonin 'The Science of the Artificial', joka pyrki luomaan

suunnittelutieteen perusteet ja asemoimaan ne luonnontieteiden rinnalle<sup>4</sup>. Varsinkin teolliset muotoilijat ovat olleet muotoilun tutkimuksellistamisen etulinjassa. 1990-luvulla uudeksi muotoilun erikoisalaksi nousseen vuorovaikutussuunnittelun tutkimuksellinen tausta on kognitiivisessa psykologiassa, etnometodologiassa, osallistuvassa muotoilussa ja toimintatutkimuksessa.

Tarkastelun kohteeksi nostettavaa muotoilukäytäntöä ei voida yksiselitteisesti lokeroida yhteen mallin kentistä. Muotoilukoulutus ja muotoilun ammattitoiminta operoi astuen yli kenttärajojen hyödyntäen eri kenttien toimintaperiaatteita ja menetelmiä. Tiettyjä muotoilun ilmiöitä tarkasteltaessa jokin kentistä saattaa näyttää hallitsevalta, mutta silti sisältää ja hyödyntää muilta kentiltä peräisin olevia toimintamalleja. Esimerkiksi muotoilun tulkitseminen vain osaksi yritysten innovaatiotoimintoja voi redusoida sen näkemyksettömäksi, ellei taidetta, käsityötä tai tutkimusta käytetä muotoilun voimavarana ja lähestymistapana. Malli neljästä kentästä hahmottaa muotoilun ilmiöiden juuria ja niihin liittyviä käytäntöjä ja arvostuksia, jotka yhdessä selittävät muotoilun ilmiöt sellaisina kuin ne näemme ja tulkitsemme. Muotoilun keskeinen kyvykkyys on operoida mallin tunnistaman neljän kentän välillä ja niiden yli<sup>5</sup>. Hyvä muotoilu esimerkiksi hyödyntää käsityön arvo- ja osaamisperustasta nousevaa materiaalien hallintaa ja kytkee sen taidekentän kriittiseen uudistavaan työtapaan ja tutkimuskentän järjestelmällisiin kokeiluihin. Hyvässä muotoilussa myös käyttäjälähtöisyys on keskeinen osa prosessia. Jos nämä vielä kytetään tuomaan yritystoiminnan rationaliteettiin innovaatio-osaamisen ja yhteistyötaitojen kautta, lähestyimme menestystuotteita. Kenttien välinen jännite ja samanaikainen välttämättömyys niiden yli käyvään vuorovaikutukseen ja tulkinna viitekehysten vaihtamiseen yhdenkin muotoiluhankkeen puitteissa tekee muotoilusta vaikeasti käsitteellistettävän sekä yhteiskunnallisesti ja organisatorisesti hankalasti asemoitavan.

### 3.2 MUOTOILUN KENTÄT JA MUOTOILUN EDISTÄMINEN

Muotoilun monikasvoisuus heijastuu niihin toimenpiteisiin, joilla muotoilua ja sen yhteiskunnallista vaikutusta voidaan edistää ja on edistetty. Muotoilun käsityötaustaan voidaan kytkeä muodon antamisen ja valmistamisen läheisen yhteyden lisäksi materiaalien, työtapojen ja muotokielen kunnioittaminen. Käsityöperinteeseen kuuluva mestarilta oppiminen siirtää sanattoman tiedon ohella myös esteettiset arvostukset, joiden puitteissa uudet mestarit jatkavat työtä pikemminkin evolutiiviseen kuin vallankumouksellisen uudistamisen hengessä. Pyrkimys vallitsevien esteettisten mieltymysten mukaiseen minimalistiseen tyylikkyyteen ja Finnish design -perinteen ylläpitämiseen ja kunnioittavaan tulkintaan voidaankin ymmärtää käsityöperinteestä nousevana muotoilun arvona. Vuokko Takala-Screibin mukaan Design Forum Finlandin toiminta onkin edellisinä vuosikymmeninä profiloitunut muotoilualojen sisäisen eheyden ja arvopohjan ylläpitämiseen ja suomalaisen muotoilun erityisyyden rakentamiseen<sup>6</sup>.

Yleisemminkin pysyvät esinekokoelmat, arvovaltaisen edistämistahon esille tuomat näyttelyt tai vuosikirjat jatkavat jo 1800-luvun puolivälissä erityisesti Englannissa alkanutta hyvän muotoilun edistämisen perinnettä, joka perustuu esimerkillisten malliratkaisujen esillepanoon. Teollistuminen vaaransi mestarilta kisällille siirtyvän oppimisen tradition ja siihen liittyvän evolutiivisen tuotteiden

<sup>4</sup> Simon, H. (1996/1969) *The Science of the Artificial*. Cambridge, MA: The MIT Press.

<sup>5</sup> Keinonen, T. (2007) *Fields and Acts of Art and Research*, teoksessa Mäkelä M ja Routarinne S (toim.) *The Art of Research. Research Practices in Art and Design*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki, 42–59.

<sup>6</sup> Takala-Schreib, V. (2000) *Suomi muotoilee – Unelmien kuvajaisia diskurssien vallassa*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

kehityksen. Tarvittiin uusia keinoja vakauttamaan tuotemuotoja ja muotokieltä. Suunnittelijoiden lisäksi muotoilunäyttelyjen kohteena oli myös suuri yleisö, jonka esteettistä makua pyrittiin kohentamaan niin ikään esimerkkien avulla. Vaikka näyttelypohjaisella muotoilun edistämällä on pitkä historiallinen tausta, voi näyttelyinstituutiolla olla tarkoituksenmukaisesti profiloituna merkittävä rooli edelleen. Näkemyksellisesti esiin nostetut esimerkit auttavat reflektoimaan muotoilun muutosta.

Taidekentällä olemassa olevan kyseenalaistaminen ja uusien tulkintojen etsiminen on keskeinen arvo. Näyttelyt yhteisen ymmärryksen luojina, esikuvina tai suorastaan koulutusinstrumentteina vaihtuvat käsityökentältä taidekentälle siirryttäessä kriittisen dialogin foorumeiksi. Taidekentän arvojen mukaan toimiva muotoilun edistäjä luo kohtaamispaikkoja, joissa muotoilua, sen traditiota ja muutoksen suuntaa kyseenalaistetaan ja sijoitetaan uusiin yhteyksiin. Käsityökentälle ominainen ammattiyhteisön konsensus erinomaisuuden kriteerinä korvautuu yksilön korostamisella niin tekijän kuin vastaanottajan roolissakin.

Innovaation kentällä muotoilu abstrahoituu, immaterialisoituu ja liukenee muun tuotekehitystoiminnan joukkoon. Muotoilun määrittely käy vaikeaksi, koska se integroituu yritystoiminnan muihin prosesseihin<sup>7</sup>. Vastaavasti myös suomalaisen muotoilun edistämälle oleellinen suomalaisuuden käsite hämärtyy. Kansainvälisen yrityksen innovaatiotoiminnasta on vaikea rajata suomalaista muotoilua. On verkkoja, verkostoja, yhteistyötä, kyvykkyyksiä, prosesseja ja resursseja, jotka ylittävät alojen ja maiden rajat. Muotoilun edistäminen innovaatiokentällä kohdistuneekin muotoilun integrointiin. Muotoilijat ja muut toimijat tarvitsevat jaettuina arvoja, käsitteitä, toimintatapoja ja yhteistoiminnan alustoja.

Tutkimuksen kentällä muotoilun tavoitteena on muiden muassa valaista muotoilun ja yhteiskunnan välisiä vuorovaikutuksia, tutkia muotoilun tiedonmuodostusta ja menetelmiä. Vaikka yliopistosektorille on annettu yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen tehtävä, eivät tutkimus ja käytännön tarpeet aina luontevasti kohtaa. Onkin tarvetta välittävälle organisaatioille, jotka siirtävät osaamista kentälle ja toisaalta välittävät kentän tarpeita tutkimuksen toimijoiden suuntaan.

### 3.3 MUOTOILUN KÄSITTEEN LAAJENEMINEN

Design Forum Finlandin strategiassa, toimintasuunnitelmassa ja tulossopimuksessa viitataan muotoilukentän muutoksiin ja siihen, että muotoilun edistämisen tulisi tarttua muotoilun muutoksen avaamiin laajempiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Työ- ja elinkeinoministeriössä on käynnissä viitekehikon luominen tavoista, joilla kysyntä- ja käyttäjälähtöistä innovaatiopolitiikkaa toteutetaan. Tässä yhteydessä myös muotoilu on nousemassa entistä tärkeämpään asemaan.

Muotoilun on 2000-luvulla nähty yleisemminkin asemoituvan uudelleen ja eräiden pitkään vaikuttaneiden muutosilmäiden on tulkittu eskaloituneen teknologiakehityksen, innovaatioympäristön ja kansainvälistyneen liiketoiminta- ja kulttuuriympäristön muutosten myötä. Kyseessä ei ole kuitenkaan yksi helposti hahmotettavissa oleva muotoilun muutos, vaan laaja joukko kansainvälisiä ja suomalaisia kehityskulkuja, joita ovat muiden muassa muotoilun integroituminen, digitalisoituminen, immaterialisoituminen, demokratisoituminen, fragmentoituminen ja strategisoituminen.

---

<sup>7</sup> Valtonen, A. (2007) Redefining industrial design. Changes in the design practice in Finland. Helsinki: University of Art and Design.

**Integroituminen.** Perinteinen käsitys, jota Suomessa erityisesti ruokkivat 1950-luvun trienalemenestykset, kytkee mielikuvat muotoilusta kodin esineistöön ja veistoksellisiin huomion kohteisiin. Käytännössä kuitenkin merkittävää kasvua muotoilun hyödyntämisessä on tapahtunut investointihyödykkeitä valmistavan teknologiateollisuuden piirissä. Vaikka jo esimerkiksi Henry Dreyfussin viitoittama tekninen muotoilu on ollut tunnettua jo kohta vuosisadan, voidaan muotoilun kytkeytyminen tekniseen tuotekehitykseen ja koneensuunnitteluun nähdä edelleen monelta osin pioneerityönä ja muotoilun laajenemiskenttänä. Tähän vaikuttaa se, että muotoilun rooli joudutaan teknologiatuotteiden suunnittelussa usein tapauskohtaisesti määrittelemään uudelleen siten, että se tukee tarkoituksenmukaisesti kyseistä yritystä ja sen liiketoimintaa<sup>8</sup>. Nykyisin katsotaan, että muotoilun tarkoituksenmukainen rooli teknisessä tuotekehityksessä edellyttää tiivistä alojen välistä yhteistyötä ja muotoilu-käsitteen sijasta puhutaankin usein integroidusta tuotekehityksestä, joka sisältää muotoilun, teknisen suunnittelun ja asiakasrajapinnan toiminnot<sup>9</sup>. Integroitu tuotekehitys ei tarkoita vain muotoilun entistä tiiviimpää yhteistyötä, vaan muotoilun ja muiden tuotekehittäjien välisen ammatillisen raja-aidan purkamista.

**Digitalisoituminen.** Digitaalisten tuotteiden ilmaantuminen 1980-luvulta alkaen on luonut uusia tuotekategorioita, joissa visuaalisuus on määriteltävä keinotekoisissa virtuaaliympäristöissä ja joiden käytettävyys ja käyttökokemus ovat mittavia suunnitteluhaasteita. Näiden tuoteryhmien suunnittelu käynnistyi teknologiavetoisesti, jatkui psykologian ja kognitiotieteen tieteellistämään suuntaan, mutta vähitellen muotoilun näkökulma on alkanut lähestyä suunnitteluyhteistyön keskiötä<sup>10</sup>. Nykyään puhutaan arjen tietoyhteiskunnasta tai jokapaikan tietotekniikasta, joka on yhtä oleellinen osa elinympäristöä kuin muukin rakennettu ja ihmisen tuottama materiaallinen ympäristö, ja jonka suunnittelu kaipaa näkemyksellistä, luovaa, esteettistä ja inhimillistä muotoilua.

**Immaterialisoituminen.** Digitaalisten artefaktien tulo materiaalisten tuotteiden rinnalle on jatkunut erilaisten yhä moninaisempien tuotemuotojen ilmestymisellä muotoilijoiden työkenttään. Tuotejärjestelmät, ympäristön infrastruktuurit ja palvelukokonaisuudet<sup>11</sup> ovat materiaalisia tuotteita oleellisesti moniulotteisempia, herkemmin eri tilanteisiin reagoivia ja tavoittavat loppukäyttäjän entistä useampia kanavia pitkin. Palvelutarjoajat kuten joukkoliikenne, rahalaitokset tai julkiset toimijat, kuten esimerkiksi sairaalat tai hallintopalvelut, ovat kiinnostuneet muotoilun avulla tapahtuvasta asiakasrajapinnan uudelleen organisoinnista. Muotoilun kohteena oleva tuote voi olla kokonaisuus, joka koostuu fyysisestä osasta, digitaalisesta vuorovaikutuksesta, vaihtuvaisältöisistä on-line palveluista, digitaalisesta sisällöstä, henkilökohtaisesta palvelusta ja kaikkien näiden osien konseptoinnista ja hallinnasta. Näitä muutoksia kuvaava käsitteistö ei ole vakiintunut. Konseptimuotoilu, käyttökokemuksen muotoilu, ja palvelumuotoilu ovat rinnakkain käytössä olevia termejä painottaen eri näkökulmia suunnittelun muuttuviin kohteisiin.

<sup>8</sup> Keinonen, T. (2008) Designing Business from Nucleus and Periphery. Design Management Review 19(3); Keinonen, T. (2008) Design Innovation in the Margin – Industrial Design in Finnish Engineering Industry. EUROMOT 2008 Conference in September 2008, Nice, France.; Hasu, M., Keinonen, T., Mutanen, U.-M., Aaltonen, A. Hakatie, A. ja Kurvinen, E. (toim. 2004) Muotoilun muutos - Näkökulmia muotoilutyön organisoinnin ja johtamisen kehityshaasteisiin 2000-luvulla. Helsinki: Teknologiateollisuus.

<sup>9</sup> Cagan, J. & Vogel, C. (2002) Creating Breakthrough Products: Innovation from Product Planning to Program Approval. NJ: Prentice Hall.

<sup>10</sup> Binder, T.; Löwgren, J.; Malmborg, L. (Eds. 2009) (Re)Searching the Digital Bauhaus. London: Springer; Kaasinen, E. & Norros, L. (toim. 2007) Älykkäiden ympäristöjen suunnittelu – Kohti ekologista systeemiajattelua. Helsinki: Teknologiateollisuus.

<sup>11</sup> Buchanan, R. (2001) Design Research and the New Learning. Design Issues, 17:4, 3–40.

**Demokratisoituminen.** Koulutustason nousu, tietoteknisten muotoilun työvälineiden helppo saatavuus ja verkkoyhteisöjen keskeinen tiivis kommunikaatio, sekä tarpeiden individualisoituminen on käynnistänyt muotoiluilmiön, johon viitataan innovaation demokratisoitumisen tai 'ammattilaisamatöorien' käsitteillä. Tuotteiden käyttäjät nähdään aikaisempaa kykenevämpinä tuottamaan merkityksellisiä parannuksia materiaaliseen ympäristöön. Muotoilu laajenee ammatillisesta toiminnasta lähes ammatillisella tasolla tehtäväksi harrastustoiminnaksi, joka tuottaa taloudellisesti hyödynnettäviä tuloksia. Tällöin ammattisuunnittelijoiden rooli muuttuu esimerkiksi innovaatioita etsiväksi tai niitä mahdollistavaksi toimijaksi sen sijaan, että olisi ensisijaisesti itse niitä synnyttävä<sup>12</sup>. Innovaation demokratisoitumista tukee myös 2000-luvulla yleistynyt ajatus avoimesta innovaatioympäristöstä, jossa tutkimus- ja suunnittelutyö tapahtuu organisaatioiden ulkopuolella, välillä, niiden ylitse tai niiden yhteisellä kentällä toisin kuin perinteisesti ollaan totuttua ajattelemaan<sup>13</sup>.

**Fragmentoituminen.** Suomessa muotoilun koulutusvolyymeja on nostettu 1990-luvun alkuun verrattuna oleellisesti ja muotoilualalle valmistuneiden määrät ovat moninkertaistuneet. Uudet tulijat työskentelevät pääasiassa perinteisillä taideteollisuusvalmiuksilla, mutta samaan aikaan osa muotoilun koulutus- ja yritys kentästä pyrkii rakentamaan uusia osaamisia ja perinteisestä poikkeavia suuntautumisia. Vielä 1990-luvulla muotoilijat olivat varsin homogeeninen ammattiryhmä, mutta 2000-luvulla muotoilijan ammattinimike viittaa erittäin laajaan kirjoon valmiuksia ja asentaita. Vastaavasti myös osaamisen syvyydessä on vaihtelua.

**Strategisoituminen.** Muotoilun integroituminen tuotekehityksen muihin toimintoihin voidaan nähdä horisontaalisena kehityksenä. Samanaikaisesti sen kanssa on alettu kiinnostua yhä enemmän muotoilun vertikaalisesta laajenemisesta kohti yrityksen strategisen suunnittelun tehtäviä<sup>14</sup>. Muotoilun irrottaminen suoraa tuotekehitystä tukevista ja sitä edistävästä toimista mahdollistaa muotoilulla tuotetun tiedon hyödyntämisen yrityksen liiketoiminnan kokonaisuuden hahmottamisessa. Muotoilun avulla voidaan luoda vaihtoehtoja, tulevaisuusskenaarioita ja konsepteja, jotka auttavat sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä yhteisen ymmärryksen synnyttämisessä ja monella tavalla liiketoimintaan vaikuttavien päätösten teossa<sup>15</sup>. Myös muotoiluosaamisen strateginen kehittäminen liiketoimintakontekstissa on noussut kiinnostuksen kohteeksi<sup>16</sup>.

Muotoilun strategisoitumiskehitys jatkuu yhteiskunnallisen päätöksenteon tasolle. Valtioneuvoston muotoilupoliittisen periaatepäätöksen<sup>17</sup> ja sitä seuranneen Muotoilu 2005 -ohjelman jälkeen on muotoilu Suomessa kytkeytynyt merkittävästi entistä tiiviimmin kansalliseen innovaatiostrategiaan. Strategiassa innovaatiolla tarkoitetaan hyödynnettyä osaamislähtöistä kilpailuetua, jota syntyy

---

<sup>12</sup> Thackara, J. (2005) *In the Bubble – Design in Complex World*, Cambridge, MA: MIT Press; Von Hippel, E. (2005) *Democratizing Innovation*. Cambridge, MA: MIT Press; Fischer, G., Giaccardi, E., Ye, Y., Sutcliffe, A.G., Mehandjiev, N. (2004) *Meta-design: a manifesto for end-user development*, *Communications of the ACM* 47/9, 33–37.

<sup>13</sup> Chesbrough, H. (2006). *Open Innovation*. Boston: Harvard Business School Press.

<sup>14</sup> Järvinen, J. & Koskinen, I. (2001) *Industrial design as a culturally re-exive activity in manufacturing*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki; Valtonen, A. (2007) *Redefining industrial design. Changes in the design practice in Finland*. Helsinki: University of Art and Design.

<sup>15</sup> Keinonen, T. & Takala, R. (eds. 2006). *Product Concept Design - A review of the Conceptual Design of Products in Industry*. Springer.

<sup>16</sup> Mutanen, U.-M., Virkkunen, J. & Keinonen, T. (eds. 2006). *Muotoiluosaamisen kehittäminen teknologiayrityksissä*. Helsinki: Teknologiateollisuus.

<sup>17</sup> Valtioneuvoston periaatepäätös muotoilupolitiikasta 15.6.2000  
[http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/1999/liitteet/muotoilu2005opm3\\_99.pdf?lang=fi](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/1999/liitteet/muotoilu2005opm3_99.pdf?lang=fi).

tutkimuksen ja teknologiakehityksen lisäksi myös uusista liiketoimintamalleista, palveluratkaisuista, muotoilusta, tavoista organisoida työtä ja tuotantoa tai näiden yhdistelmistä. Innovaatiostrategia peräänkuuluttaa laaja-alaisuutta siten, että tarjontalähtöisyyden rinnalla vahvistetaan kysyntä- ja käyttäjälähtöistä innovaatiopolitiikkaa, jossa painotetaan enemmän asiakkaiden tarpeita vastaavien tuotteiden ja palvelujen kehittämistä sekä käyttäjien ja kehittäjien yhteisen kehitystyön vahvistamista. Katsotaan, että näin toimittaessa saadaan paljon piilevää innovaatiopotentiaalia hyödynnettyä. Strategian linjaus tässä yhteydessä on seuraava: ”Vahvistetaan liiketoiminta-, johtamis-, toimintatapa-, muotoilu-, luoviin aloihin sekä palvelu- ja sosiaalisiin innovaatioihin kohdistettavia kehittämistoimenpiteitä ja kannusteita. Luodaan uusia kannusteita innovaatiotoiminnan käynnistämiseen yrityksissä kaikilla niillä aloilla, joissa innovaatiotoiminnalla voi olla keskeinen rooli toiminnan ja tuottavuuden parantajana”<sup>18</sup>.

Muotoilu on huomioitu Tekesin organisaatiossa, samoin ETLA<sup>19</sup> ja Sitra näkevät muotoilun osana innovaatiojärjestelmää. Malli kysyntävetoisesta innovaatiosta edelleen korostaa muotoilun roolia. Eräs Aalto-yliopiston keskeisistä perustamislähtökohdista oli lisätä teollisuuden kilpailukykyä intensiivisemmän muotoilukytkennän kautta. Muotoilusta on tullut tunnustettu osa elinkeinopolitiikkaa ja makrotason innovaatiostrategiaa. Suomalainen tulkinta muotoilun innovaatiopotentiaalista vastaa OECD:n ja EU-komission linjauksia. EU:n laaja-alaisessa innovaatiopolitiikassa muotoilu on nousemassa keskeisempään asemaan osana käyttäjälähtöisyyden korostumista ja monien toimenpiteiden osalta Suomi on ollut jopa muotoilun hyödyntämisen edelläkävijämaa<sup>20</sup>.

Eräs useita yllä esitettyjä muotoilun muutosilmiöitä selittämään pyrkivä malli tuo perinteisen tuotemuotoilun rinnalle kaksi uutta käsitettä, jotka kuvaavat muotoilutyön etäisyyttä tuotetta tai palvelua tarvitsevasta loppukäyttäjistä. Lähimuotoilu viittaa niihin muotoilun ilmeneviin toimintatapoihin, jotka kytkeytyvät ihmisten ja organisaatioiden jokapäiväisiin käytäntöihin ja pyrkivät välittömästi ja spesifisesti vastaamaan heidän tarpeisiinsa oleellisesti herkemmin kuin tuotekehityksen suhteellisen pitkän ja yleisen toimintaperiaatteen kautta. Etämuotoilu puolestaan luo lähi- ja tuotemuotoilulle niiden tarvitsemia tiedollisia ja resursseihin liittyviä toimintaedellytyksiä<sup>21</sup>.

Muotoilun laajeneminen tuottaa päällekkäisyyttä muotoilijoiden ja muiden toimijoiden kanssa, vaatii uutta yhteistyötä ja luo paineita uudelle ammatilliselle järjestäytymiselle sekä nostaa esiin kysymyksiä muotoilun ydinmerkityksistä. Eräät ammattiryhmät, jotka laajentuva muotoilukäsitys sulkee sisäänsä, eivät hyväksi muotoilua heihin viittaavana käsitteenä, vaikka tunnustavatkin olevansa muotoilukentän toimijoita. Englannin kielen ’design’ näytetään hyväksyttävän helpommin yhteiseksi nimikkeeksi.

Useissa laajenemissuunnissa tarvitaan uutta osaamista. Esimerkiksi palvelumuotoilu on paljon huomiota kerännyt uusikäsite, mutta se on vasta jäsentäytymässä Suomessa ja kansainvälisesti niin tutkimuksen ja koulutuksen kuin ammatillisen toiminnankin näkökulmista. Suomessa ei ole esimerkiksi yhtään palvelumuotoilun professuuria, yhtään aihetta nimenomaisesti käsittelevää väitöstyötä ei ole julkaistu, yhtään suomenkielistä oppikirjaa ei ole kirjoitettu, ensimmäiset

<sup>18</sup> Valtioneuvoston innovaatiopoliittinen selonteko eduskunnalle, 2008, ss. 22-23.

<http://www.innovaatiostrategia.fi/files/download/INNOPOLSELONTEKO.pdf>

<sup>19</sup> Lindström, M., Nyberg, M. ja Ylä-Anttila, P. (2006) Ei vain muodon vuoksi - muotoilu on kilpailuetu. ETLA B220, Helsinki; Nyberg, M. ja Lindström, M. (2005) Muotoilun taloudelliset vaikutukset. ETLA Keskusteluaiheita nro 982.

<sup>20</sup> Design as a Tool for User-centred Innovation. Commission Staff Working Document, Advance copy, 23.1.2009.

<sup>21</sup> Keinonen, T. (2009) Immediate and Remote Design of Complex Environments. Design Issues, Spring 2009.

tutkimushankkeet ovat vasta käynnissä, ja ensimmäiset opetusohjelmat vasta tulossa Aalto-yliopistoon. Vastaavasti ammatilliset palvelumuotoiluun erikoistuneet tarjoajat ovat harvassa. Onkin harkintaa vaativa kysymys, onko kehkeytymässä oleva osaamispääoma esimerkiksi tällä saralla vielä riittävä Suomen elinkeinoelämän laajamittaiseen uudistamaan.

## 4. ARVIOINNIN TULOKSET

### 4.1 STRATEGIAN JA TOIMINNAN ARVIOINTI

Arvioinnissa tarkasteltiin Design Forum Finlandin toiminnan onnistuneisuutta muun muassa kysymällä haastateltavilta, mitä mieltä he olivat strategian tavoitteenasettelusta ja kuinka he arvioivat, että Design Forum Finland oli onnistunut toiminnassaan suhteessa tavoitteisiin.

Arvioinnissa on tarkasteltu ensi sijassa Design Forum Finlandin vuoden 2009 toiminnan strategiaa ja toimintasuunnitelmaa, joka otsikkotekstistä poiketen ulotetaan itse strategiatekstissä koskemaan myös vuotta 2010.<sup>22</sup> On huomattava, että Design Forum Finlandin verkkosivuilla on edelleen esillä aiemmin laadittu strategia 2006-2010,<sup>23</sup> joka poikkeaa uusimmasta vuosien 2009 ja 2010 strategiasta.

Design Forum Finlandin vuosien 2009 ja 2010 toiminnan ja strategian missio on seuraava:

*Vahvistaa muotoilun roolia keskeisenä osana suomalaista innovaatiotoimintaa ja kytkeä muotoilu ja Design Forum Finland yhteistyöhön innovaatiotoiminnan ja luovien alojen kehittämiseksi toimiviin keskeisiin organisaatioihin. Tavoitteena on todentaa laajenevan muotoilun monet mahdollisuudet ja buolehtia siitä, että tämä tieto ja toiminta löytävät paikkansa osana kansallisen tason toimenpideohjelmia. Viime kädessä tavoitteena on edistää suomalaisen elinkeinoelämän kilpailukykyä, kasvattaa muotoilualan vaikuttavuutta ja sen markkina-arvoa.*

Vuosien 2009 ja 2010 strategian mukaan Design Forum Finlandilla on kahdeksan strategista tavoitetta seuraavasti:

1. Edesauttaa suomalaisen muotoilun laajenemista uusille sovellusalueille sekä välittää tietoa laajenemisen seurauksena syntyneistä mahdollisuuksista suomalaiselle elinkeinoelämälle ja yhteiskunnalle.
2. Vahvistaa suomalaisen muotoilun yrityskenttää sen kaikilla tasoilla.
3. Edistää muotoilun käyttöä elinkeinoelämässä kaikilla muotoilun nykyaikaisilla käyttöä elinkeinoelämässä kaikilla muotoilun nykyaikaisilla käyttöalueilla tuotekehityksestä johtamiseen.
4. Integroida muotoilu kansalliseen innovaatiostrategiaan ja sen toteuttamisen kannalta keskeisimpiin kansallisiin organisaatioihin (Tekes, TE-keskukset, Sitra, korkeakoulut, tutkimuskeskukset jne.).

<sup>22</sup> Suomen Taideteollisuusyhdistys – Konstflitföreningen i Finland ry: Toiminnan strategia ja toimintasuunnitelma 2009.

<sup>23</sup> Design Forum Finland, strategia 2006-2010. [www.designforum.fi/strategia](http://www.designforum.fi/strategia)

5. *Luoda muotoilukentän toimijoita yhdistäviä työskentelymuotoja niin kansallisten kuin kansainvälistenkin toimenpiteiden osalta ja tätä kautta vahvistaa kansallisen muotoilukentän ydintoimijoiden yhteistä fokusta.*
6. *Kansainvälistää suomalaista muotoilua osana elinkeinoelämämme osaamispoolia ja vahvistaa tätä kautta muotoiluyritysten kansainvälistymisen edellytyksiä.*
7. *Kasvattaa alan vaikuttavuutta ja markkina-arvoa.*
8. *Vahvistaa Design Forum Finlandin roolia muotoilualan tiedotuskeskuksena ja promootio-organisaationa ajanmukaistamalla viestintävälineitä ja muotoilusta välittyvää kokonaisviestiä vastaamaan muotoilukentän nykytilaa.*

Strategian johdantoteksti ja tavoitteet ovat Suomen ja EU-komission innovaatiopolitiikan mukaan päivitettyt ja tässä mielessä ajanmukaiset. Ne sijoittavat muotoilun edellä esitetyn mallin innovaatiokenttään ja muotoilun kilpailukykyä lisäämään pyrkivät tehtävät korostuvat.

Arvioinnin perusteella voidaan kuitenkin sanoa, että organisaatio Design Forum Finlandin strategiset tavoitteet ovat liian abstrakteja ja epärealistisia. Strategiset tavoitteet ovat sellaisia, joita yksi organisaatio ei voi saavuttaa - ei sen enempää Design Forum Finland kuin jokin muu organisaatio. On selvää, että organisaation voimavarojen kannalta Design Forum Finlandin tavoitteiden hajanaisuus on ongelmallista. Suurin osa yllä mainituista strategisista tavoitteista on sen sijaan sellaisia, joita Design Forum Finland voi tavoitella yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Ongelma tavoitteiden kirjaamisen jäämisessä tällaiselle yleisten yhteiskunnallisten tavoitteiden tasolle onkin, ettei strategia tuo esiin riittävän selvästi Design Forum Finlandin omaa roolia ja panosta niiden saavuttamiseksi. Nykyisissä strategisissa tavoitteissa on organisaation aiempiin tavoitteisiin (strategia 2006–2010) verrattuna korostetusti esillä muotoilun kytkentä innovaatiotoimintaan. Kuitenkin tämän arvioinnin perusteella nykyisistä strategisista tavoitteista kahdeksas tavoite eli rooli promootio-organisaationa ja kolmas tavoite eli muotoilun käytön edistäminen koetaan ensisijassa luonteviksi tavoitteiksi Design Forum Finlandille. Strategiassa näkyy varsin nopea muutos verrattuna aikaisempaan kulttuuripainotteisempaan linjaan, mikä asettaa haasteen Design Forum Finlandin henkilöstölle, yhteistyöverkolle ja edelleen uskottavan profiilin luomiselle.

Siitä huolimatta, että strateginen väljyys on osittain harkittua, liian laaja tavoitteenasettelu ei ole uskottavaa ja tekee karhunpalveluksen niille toimille, joista Design Forum Finland selvästi nauttii laajaa arvostusta. Haastatteluissa nousi esille, että esimerkiksi sidosryhmien on vaikea ymmärtää, mikä on nykyisin Design Forum Finlandin ydintehtävä. Sidosryhmät näkevät Design Forum Finlandin nimenomaan promootio-organisaationa. Arvioinnin aineiston perusteella Design Forum Finlandin tulee harkita, että tavoitteista valitaan ja/tai muotoillaan sellaiset, joihin toiminta keskittyy. Samalla joistakin tavoitteista voidaan luopua kokonaan, tai muotoilla ne uudelleen siten, että täsmennetään, mikä rooli Design Forum Finlandilla on yhteistyökumppanina niiden saavuttamisessa.

Strategian toimeenpanon tuloksellisuutta ja tehokkuutta on liian varhaista arvioida tässä vaiheessa, kun strategia ja toimeenpanosuunnitelma 2009–2010 ovat upouusia. Yleisellä tasolla voidaan kuitenkin sanoa, että strategiassa esitetyt toimenpiteet kohdistuvat pitkälti näkyviin objekteihin ja niiden tekijöihin, yksilöihin. Innovaationäkökulman kannalta prosessit, kompetenssit ja verkostot saattaisivat olla keskeisempiä. Näihin pureutuminen taas vaatisi oleellisesti uudenlaisia toimenpiteitä. Strategiassa on esitetty kolmiportainen toimenpideohjelma, joka muodostuu seuraavista

toimenpiteistä: 1) Mikroyritykset (Jalostamot, Muotoilurengas), 2) PK-yritykset (Muotoilun Road Show, Jalostamot) ja 3) Suuryritykset ja PK-yritykset (Innovaatiotyöpajat). Nämä ovat keskeiset toimenpiteet, joilla toteutetaan valtionavulle asetettuja tulostavoitteita. Design Forum Finlandin perinteiset toiminnot kuten kilpailut ja palkinnot, näyttelyt, viestintäpalvelut, yhteistyöhankkeet ja Design Forum Shop on esitetty strategiassa toimenpideohjelman jälkeen alaotsikolla ”Näkyvyyttä tuottavat toiminnot / Viestintä”. Lisäksi on strategiassa esitetty erikseen kansainväliset hankkeet vuosille 2009–2010. Strategian muotoilussa korostuvat toimenpiteet, joiden listaus ei ole aivan looginen. Organisaation tavoitteenasettelu jää lukijalle epäselväksi, samoin kuin tavoitteiden ja niitä toteuttamaan pyrkivien välineiden suhde. Lisäksi kolmiportainen toimenpideohjelma ylikorostuu. Strategia tulisi ennemmin pyrkiä kirjoittamaan organisaation visiosta ja tavoitteista lähtöisin.

Kolmiportaisesta toimenpideohjelmasta Jalostamo-toiminta on jo käynnistynyt, mutta toistaiseksi Design Forum Finlandin oma rooli toimijana (jalostamona) on vielä vaatimaton tässä mikro- ja pk-yrityksille kohdennetussa toimintamuodossa. Kysymyksiksi nousevatkin, olisiko Design Forum Finlandille lähtökohtaisesti luontevampi rooli olla viestinviejä verkostossa ja onko Design Forum Finlandilla toisaalta riittävästi kompetenssia olla toimijan roolissa yrittäjyyden kehittäjänä. Design Forum Finland itse katsookin asiaa siitä näkökulmasta, että se toimii jo nyt enemmän viestinviejänä; että heidän tehtävänsä on tunnistaa kentän toimijat, ja avustaa muotoilutoimintaan liittyvissä kysymyksissä, kun taas varsinaisesta liiketoimintaosaamisen kehittämistyöstä vastaa Diges. Ryhmähaastatteluiden perusteella muut toimijat eivät tällä hetkellä näe työnjakoa yhtä selväksi.

Toimenpiteistä käynnissä oleva Road show, jonka tavoitteena on saattaa muotoilupalveluiden tarjoajat ja niitä tarvitsevat yritykset yhteen, ja joka kohdentuu pk-yrityksille ympäri Suomea, sai enimmäkseen kiitosta ja hyvää palautetta arvioinnissa haastatetuilta henkilöiltä. Road show:ta pidetään toimivana ns. ”match making” -konseptina, jossa Design Forum Finland on toimijan ja verkottajan roolissa. Vuonna 2008 toteutettiin kolme Road showta, paikkakuntina Turku, Tampere ja Rovaniemi, ja vuonna 2009 toteutetaan niin ikään kolme, yhteistyössä alueellisten elinkeinotoimijoiden kanssa.

Toimenpideohjelman suuryrityksille ja pk-yrityksille kohdennetut innovaatiotyöpajat eivät ole vielä käynnissä. Innovaatiotyöpajoissa, joissa voidaan vastata yhdessä oppimisen haasteeseen, Design Forum Finland tulee olemaan sekä toimijan että verkottajan roolissa. Muotoilun uusiin toimintatapoihin siirtymisessä tarvitaan myös suurempia yrityksiä, jotka panostavat tuotekehitykseen. Arvioijat yhtyvät Design Forum Finlandin linjaukseen, että sen tulee edistää muotoilun käyttöä elinkeinoelämässä, ei vain yhteistyössä pk-sektorin, vaan laajemmin sellaisten yritysten kanssa, jolla on kyvykkyyttä siihen. Näissä verkostoissa on oleellista myös saada mukaan koulutus- ja tutkimuspuolen kansainvälisiä asiantuntijoita, kuten on esimerkiksi ns. JIPDO:n (Japan Industrial Design Promotion Organization) mallissa, jossa rekrytoidaan sisältöasiantuntijoita ja järjestetään kansainvälisten asiantuntijoiden vetämiä workshoppeja yritysten muotoilujohtajille.

Kansainväliset toiminnot on Design Forum Finlandin ominta ja perinteistä tehtäväkenttää. Suomalaisen muotoilun promootio ulkomaille on Design Forum Finlandin kiistatta tunnustettu toiminta-alue. Haastateltujen yleinen tuntuma oli, että Design Forum Finlandin toteuttamat kansainväliset markkinointitapahtumat ovat onnistuneet keskimäärin hyvin. Kansainvälisten toimintojen selkeä kvantitatiivinen mittari eli toteutettujen tapahtumien tuottamien media-hittien määrä ja niillä tuotetun julkisuuden laajuus on vakuuttava. Muotoilun kansainvälistämisessä Design Forum Finlandin toiminnalla on selvä lisäarvo ja organisaatiolla oma toimintakenttä. Yhteistyötahot kuten muun muassa Finpro, ulkoasiainministeriö ja yritykset tarvitsevat Design Forum Finlandia, jolla

on sekä muotoilun tuntemus, että hyvä brändi ja tunnettuus ulkomailla. Vuosien 2009–2010 strategiassa mainittuja tulevia kohteita USA, Venäjä ja Aasia ei tietenkään voida vielä arvioida.

On ilmeistä, että Design Forum Finland ei ole kyennyt riittävästi selvittämään medianäkyvyyden merkitystä muotoilun hyödynnän edistämiseksi ja muotoilun liiketoimintapotentiaalin kasvattamisessa, eikä sitä miksi se toimii niin aktiivisesti tällä alueella. Tähän saattaa olla syynä se, että strategiassa promootiota ei ole nostettu keskeiseksi asiaksi, kenties juuri työ- ja elinkeinoministeriön kanssa sovitun kolmiportaisen kansallisen ohjelman painottumisesta johtuen. Organisaation strategian tulee kuitenkin lähteä sen omasta missiosta ja roolista. Strategiassa pitää esittää selvästi mikä on organisaation oma panos ja miten juuri se edistää omalta osaltaan yleisemmän tason yhteiskunnallisten tavoitteiden saavuttamista. Siksi strategiaa koskeva suurin kysymys onkin, miksi organisaatiolle oikeasti keskeiset toiminnot kuten promootio on esitetty vasta uuden strategian lopussa alaotsikolla ”Näkyvyyttä tuottavat toiminnot / viestintä”? Tässä yhteydessä luetellut toiminnot ovat Design Forum Finlandin perinteisiä keinoja päästä tavoitteisiinsa, ja yleisellä tasolla myös työ- ja elinkeinoministeriön sille asettamiin tavoitteisiin. Niiden asema keinoina ja välineinä, ei päämääränä itsessään, tulisi kirjoittaa selvästi auki strategiassa ja toimintasuunnitelmassa. On huomattava myös, että vaikka työ- ja elinkeinoministeriön ja Design Forum Finlandin välisen tulossopimuksen rahoituksessa korostuu yllä mainittu kolmiportainen toimenpideohjelma, mainitaan siinä myös promootioluonteisia ja kansainvälistymistä edistäviä tavoitteita ja toimenpiteitä. Tulossopimuksen yhteenvedossa todetaan vielä, että ”toiminnan päämääränä on promovoida suomalaista muotoilua 2000-luvun viesteillä ja keinoilla” (s. 6). Tämä on uskottava päämäärä, joka tulisi myös strategiassa purkaa auki: mitä kaikkea se tarkoittaa. Tässä yhteydessä myös promootio-toiminnan luonteen ja sisällön voi määritellä täsmällisemmin (ks. Tanskan esimerkki, s. 19). Tässä arvioinnissa promootio on käsitetty laveasti ideoiden, soveltamisen ja objektien kehitystyön ja myynnin edistämisenä. Arvioinnissa toteutettujen haastatteluiden perusteella nimenomaan promootio on se, mitä Design Forum Finland osaa tehdä, missä se on hyvä, missä sitä arvostetaan, mitä toimintaa tarvitaan, ja mitä sen sidosryhmien mukaan myös ennen kaikkea tulisi tehdä.

Kilpailutoimintaa pidetään yleisesti relevanttina keinona lisätä tietoutta muotoilusta ja nostaa esiin uusia konsepteja. Kilpailutoiminta on ”laajenevan” muotoilukentän itsereflektiota, jolla voidaan tuottaa julkisuuteen kirjallista ja kuva-aineistoa, joihin voidaan edelleen viitata monessa yhteydessä. Muotoilupalkinnot ovat monesti se, joista promootorit tunnetaan kansainvälisesti (esim. Red Dot, If design award, Braun prize). Design Forum Finlandin kilpailuista arvioinnin yhteydessä keskusteltiin vain arvioinnin teeman kannalta oleellisesta Fennia Prizesta, joka tunnetaan hyvin muotoilun laaja-alaistumisesta valaisevia esimerkkejä tuottavana kilpailuna. Fennia Prizen katsotaan onnistuneen aktivoimaan yrityskenttää ja kuvastavan hyvin muotoilun nykyhetkeä.

Design Forum Finlandin näyttelytoiminta herätti haastatelluissa henkilöissä erilaisia mielipiteitä. Koetaan että Helsinkiin tarvitaan suomalaista nykymuotoilua esittelevä näyttelytila, ja että tässä toiminnassa Design Forum Finland voi olla mukana, mutta että itse näyttelytilan ei tarvitsisi välttämättä sijaita samassa paikassa kuin Design Forum Finland. Yhtäältä, jotkut haastateltavat kokevat uhkana, että jos Design Forum Finlandilla ei ole näyttelyosoitetta, organisaatio voi muuttua entistä kaukaisemmaksi ja epämääräisemmäksi ja entistä vähemmän kokoavaksi foorumiksi. Toisaalta, jos painopiste on laaja-alaisessa muotoilutoiminnassa, oma näyttelytila on vähemmän keskeinen toiminto kuin aikaisemmin. Arvioinnin aineiston perusteella näyttelytoiminnassa on tarve edelleen selvittää yhteistyön mahdollisuuksia eri tahojen kuten Design-museon kanssa.

Design Forum Shop lisää Design Forum Finlandin houkuttelevuutta paikkana ja tuo organisaation lähemmäksi suurta yleisöä sekä tuo myös uudet muotoilijat lähemmäksi suurta yleisöä. Haastatteluissa nousi esille se, että liikettä tarvitaan myyntikanavana käsityö- ja perinteisille taideteollisuustuotteille, mutta samalla liikkeen valikoiman kapeudesta ilmeni kriittisiä mielipiteitä.

Helsinki Design District sai haastatteluissa kiitosta toimintatapana, jolla on kaupunkikuvaa rakentava ja muotoilu- ja käsityöyrittäjyyttä tukeva vaikutus. Epäselväksi jää, miksi Helsinki Design District mainitaan vuosien 2009–2010 toimintasuunnitelman lopussa vain sivulauseessa, eikä itse strategiassa lainkaan, vaikka Design Forum Finland on toiminnan vetäjä. Tämä tukee vaikutelmaa, ettei strategiaa ole kirjoitettu toiminnan kohdistamisen avuksi, ja myös ettei Design Forum Finland osaa riittävästi nostaa esiin omia vahvuuksiaan. Helsinki Design District on osaltaan rakentamassa Helsingistä luovaa ja innovatiivista ympäristöä<sup>24</sup> eli siis paikkaa, jossa kaupunkipoliittisessa puheessa vilahteleva ”luova luokka” viihtyy.

Design Forum Finlandin viestinnän kokonaisuudistus on parhaillaan käynnissä, minkä vuoksi on liian varhaista arvioida uusia palvelumuotoja. Nykyisellään organisaation verkkosivuja ei ole laadittu asiakaslähtöisesti niin, että verkkosivuilta löytyisivät palvelut kohdistetusti muotoilijoille, elinkeinoelämän edustajille tai suurelle yleisölle. Mediapalveluista on todettava se, että ulkomaisten toimittajien vierailujen organisointi on tunnustettua toimintaa, ja myös media-hittien määrä on erittäin hyvä. Tässä toiminnassa myös yhteistyökumppanit ovat varsin vakiintuneita: kansainvälisiä toimittajavierailuita on järjestetty ulkoasiainministeriön, Taloudellisen tiedotustoimintonsa/Finnfactsin, Matkailun edistämiskeskuksen ja Helsingin kaupungin matkailutoimen kanssa vuodesta 2005 lähtien.

Kaikkiaan Design Forum Finlandin strategian toimeenpanon haasteena on yhteistyö, joka on Design Forum Finlandin tehokkaan toiminnan edellytys. Tässä voidaan todeta, että verkostot, jotka olisivat edellytys toimenpiteiden tuloksellisuudelle ja tehokkuudelle, eivät ole vielä rakentuneet tyydyttävästi. Arvioinnin aikana pidetyissä haastatteluissa nousi esille se, että erityisesti yhteistyö Ornamon, yliopistojen ja oppilaitosten, TE-keskusten ja erilaisten yrittäjyyttä edistävien tahojen kanssa on riittämätöntä. Tekesin kanssa yhteistyö toimii jo hyvin. Kaiken kaikkiaan sidosryhmät eivät riittävästi tiedä, mitä Design Forum Finland tekee, mikä taas on edellytys hedelmälliselle yhteistyölle. Toisaalta on huomattava, että muotoilukentän muidenkin toimijoiden profiilissa on selkiyttämisen varaa, mikä edelleen vaikeuttaa Design Forum Finlandin asemoitumista.

Suuri haaste on se, että Design Forum Finlandia ei koeta riittävän avoimeksi foorumiksi. Sen sijaan koetaan, että Design Forum Finland toimii liikaa yksin. Design Forum Finland saa kritiikkiä muun muassa etäisyydestä ja elitistisyydestä, joskin samalla koetaan, että sidosryhmäyhteistyö on jo parantunut viime aikoina. Design Forum Finlandin tulisikin kyetä olemaan proaktiivinen sen suhteen, miten se voisi olla mukana edistämässä muotoiluliiketoimintaa ja muotoilun hyödyntämistä muilla toimi- ja taiteenaloilla. Tässä on tosin huomattava, että esimerkiksi pelialalla koettiin, että Design Forum Finlandin alttius uuteen yhteistyöhön jo toteutunut.

Design Forum Finlandin ja yrittäjyyden kehittäjien välinen yhteistyö on toistaiseksi puutteellista. On ilmeistä, että tässä kysymys on nimenomaan Design Forum Finlandin epäselvästä roolista uudehkoissa yhteistyössä. Design Forum Finlandin tuleekin kirkastaa omaa rooliaan uusissa yhteistyöverkostoissa kuten alueellisten toimijoiden kanssa.

---

<sup>24</sup> Ks. myös Kao, J. 2009. Tapping the World's Innovation Hot Spots. Harvard Business Review, March 2009, 109-114; Ruoppila, S., Lehtovuori, P. & von Hertzen, N. (2007) Infrastructures for Innovation: Enhancing Innovation Activity through Urban Planning in Baltic Metropolises. Helsinki, BaltMet Inno Project.  
<http://www.baltmet.org/uploads/filedir/File/Infrastructures%20for%20Innovation.pdf>

## 4.2 DESIGN FORUM FINLANDIN TOIMINNAN VAIKUTTAVUUS

Valtionhallinnossa on 1980-luvun lopulta lähtien siirrytty tulosjohtamiseen, jonka tavoitteena on muun muassa saada aikaan mahdollisimman vaikuttavaa ja taloudellisesti tehokasta julkista toimintaa ja julkisten varojen käyttöä. Tämän perusteella toiminnan vaikuttavuuden ja erityisesti yhteiskunnallisen vaikuttavuuden tarkastelussa kiinnitetään huomiota aikaansaatuihin tuloksiin suhteessa asetettuihin tavoitteisiin sekä tulosten ja kustannusten väliseen suhteeseen (eli tehokkuuteen).

Design Forum Finlandin toiminnan vaikuttavuus syntyy pitkällä aikavälillä. Kyse on ketjusta, jonka alkupisteenä ovat konkreettiset tuotokset ja tulokset, sekä lopputuloksena laajakantoisemmat vaikutukset ja viimekätinen vaikuttavuus. Vaikutukset voivat olla välittömiä tai välillisiä ja myös aiottuja tai ei-aiottuja. Yhteiskunnallinen vaikuttavuus syntyy pidemmällä aikavälillä ja ilmenee laajoina ja yleisinä yhteiskunnassa tapahtuvina muutoksina, jotka kuvaavat sitä, missä määrin Design Forum Finlandin vaikutukset ovat edistäneet sen tavoitteiden saavuttamista.

Design Forum Finlandin toiminnassa korostuvat välilliset vaikutukset, mikä on luonnollista organisaatiolle, jonka yksi keskeisistä tehtävistä on toimia promoottorina. Tyypillisissä toimituksissa Design Forum Finland on yksi osallinen (promoottori) prosessissa, joka on riippuvainen useamman toimijan panoksesta ja onnistumisesta. Design Forum Finlandin vaikuttavuuden arviointia hankaloittaa myös se, että uudet strategiset tavoitteet ovat niin abstrakteja, että (mahdollisia) vaikutuksia on hyvin vaikeaa suhteuttaa niihin. Design Forum Finlandilla tulisikin olla sellaiset selkeämmin määritellyt tavoitteet, joissa voidaan osoittaa organisaation oma funktio ja tarvittaessa yhteistyökumppanit. Tällä hetkellä myös kaikki valtionavun käyttöä koskevassa sopimuksessa Design Forum Finlandille kirjatut tulostavoitteet ovat luonteeltaan välillisiä vaikutuksia.

Konkreettisia ja välittömiä, helposti mitattavia Design Forum Finlandin toiminnan tuloksia ja vaikutuksia voidaan osoittaa esimerkiksi media-hittien määrällä, Design Forum Finlandin tapahtumiin osallistuneiden tai sen palveluita käyttäneiden yritysten lukumäärän avulla jne. Sen sijaan useita toiminnan välillisiä vaikutuksia on vaikeaa, ellei mahdotonta, mitata nykyisten tietolähteiden avulla. Esimerkiksi talouden tilinpidossa muotoilutoimintaa lähestytään suppeasti, niinpä muotoilun hyödyntämisestä ja hyödyistä muilla toimialoilla ei juuri ole tietoa saatavilla. Design Forum Finlandin tulisi pyrkiä myös itse tarkemmin seuraamaan ja osoittamaan yhteistyönsä ja yhteistyöstä edelleen seuraavia tuloksia muun muassa ulkomaankaupassa. Kuten esimerkiksi Alanen on esittänyt, muotoilupainotteisten tavaroiden osuus Suomen ulkomaankaupasta on merkittävä<sup>25</sup>.

Design Forum Finlandin toiminnalla on kansainvälistä vaikuttavuutta, jonka osoittaminen on haasteellista organisaation luonteen vuoksi. Esimerkiksi Design Forum Finlandilla on promoottorina ja suomalaisen muotoilun esille nostajana välillinen vaikutus muotoilun viennin edistämiseen. Kansainvälistä vaikuttavuutta, kuten esimerkiksi sitä, miten suomalainen muotoilu on markkinoilla ja käytössä ulkomailla, edistävää työtä tehdään luontevasti yhteistyössä muiden toimijoiden, kuten muun muassa ulkoasiainministeriön ja Finpron kanssa. Design Forum Finlandin kansainvälisen toiminnan onnistuneisuudesta on osoitettavissa hyviä tuloksia esimerkiksi medialäpäisevyydessä.

---

<sup>25</sup> Alanen, A. (2006) Muotoilulla kansainvälistä kilpailukykyä. Tieto&trendit, 6-7 heinäkuu 2006, ss. 14-19.

## 5. POHJOISMAISET VERTAILUKOHDAT: RUOTSI JA TANSKA

### Stiftelsen Svensk Industridesign

Ruotsin teollisen muotoilun säätiö, Stiftelsen Svensk Industridesign eli SVID, ilmoittaa tehtäväkseen työskentelyn sen puolesta, että yritykset, organisaatiot ja julkinen sektori tulevat tietoisiksi muotoilun merkityksestä kilpailutekijänä, ja integroivat muotoilumetodit toimintaansa.<sup>26</sup> Tehtäviin kuuluu myös tukea koulutus- ja tutkimuspanostuksia muotoilun alueella ja siten osaamisen kehittymistä. Toiminnan kohderyhmiä ovat muotoilua hyödyntävät yritykset, muotoilijat tai muotoiluyritykset, muotoilun tutkijat ja opiskelijat. Yleisellä tasolla SVID järjestää kursseja ja kilpailuja, jakaa kunniamainintoja, ja tekee think tank -hengessä erilaisia tutkimuksia, selvityksiä ja projekteja.

Vertailun kannalta kiinnostavia ovat kohderyhmittäiset toimenpiteet, erityisesti muille kuin alan yrityksille suunnatut tietopaketit ja palvelut. Yrityksiä tuetaan monipuolisesti muotoilun hyödyntämisessä tavaroiden, palveluiden, prosessien, viestien ja tilojen kehittämisessä. Sivustolla olevalla sanastolla perehdytetään muotoilun monipuoliseen nykytilanteeseen, kuvataan miten yritykset voivat hyödyntää muotoilua, kerrotaan miten muotoilupalveluita ostetaan, ja esitetään miten muotoiluprosessi toimii. SVID:in alueelliset toimistot tarjoavat yrityksille muotoilutarpeita koskevaa analyysia, antavat vihjeitä sopivista muotoilukonsulteista joita voi käyttää muotoilun kytkemisessä yrityksen t&k-prosessiin, ja tarvittaessa neuvovat miten muotoilupalvelun hankinta kannattaa tehdä. SVID pitää myös yllä rekisteriä muotoiluyrittäjistä.

SVID:lla on seitsemän omaa toimistoa ja 16 yhteistyötoimistoa eri puolilla Ruotsia. Toimintaa rahoitetaan pääosin julkisista elinkeinopoliittisista määrärahoista. Verkkosivuilla ei kerrota vuosibudjettia. Suomeen verrattuna SVID:ia voi pitää jonkinlaisena osittain Design Forum Finlandin, Ornamon ja TE-keskusten Design Start -projektien toiminta-alueella liikkuvana organisaationa. SVID tarjoaa kiinnostavan esimerkin painokkaasta viestimisestä muotoilun hyötyjen puolesta, ja Suomen osalta nostaa kysymyksen miten Design Forum Finlandin toiminnan alueellista kattavuutta voisi parantaa alueellisten TE-keskusten tai elinkeinoyhtiöiden kautta.

### ”Design Denmark” eli Tanskan muotoilustrategia ja Danish Design Centre

Tanskan hallitus julkisti vuonna 2007 Tanskan muotoilupolitiikkaa koskevan Design Denmark ”valkoisen paperin”.<sup>27</sup> Design Denmark sisältää Tanskan hallituksen muotoilupolitiikan vision ja toimenpiteet lähtökohtanaan, että Tanska tulee säilymään kansainvälisen muotoilun eliitissä. Tanskan muotoilupolitiikan tavoitteena on edistää muotoiluteollisuuden kasvua, ja toisaalta kiihdyttää muotoilulla muun elinkeinoelämän kasvua. Design Denmark -strategia pyrkii vastaamaan siihen, että 1) tarvitaan paremmin toimivia muotoilupalveluiden markkinoita, 2) tarvitaan kaupallisesti suuntautunutta ja kansainvälistä muotoiluosaamista, ja että 3) tanskalaista muotoilua käytettäisiin kansainvälisesti enemmän. Strategiassa on esitetty kaikkiaan yhdeksän aloitetta, joissa on yksilöity toimenpiteen tavoite, sisältö budjetteineen, aikataulu ja vastuutahot. On huomattava, että Tanskan muotoilupolitiikan toimeenpanossa on vastuita jaettu useiden eri hallinnonalojen välillä (esim. Ministry of Economic and Business Affairs, Ministry of Culture, Ministry of Education, Ministry of Science, Technology and Innovation, Ministry of Foreign Affairs). On huomattava myös, että Tanskan

<sup>26</sup> <http://www.svid.se/>

<sup>27</sup> Design Denmark. The Danish Government, April 2007. <http://www.ebst.dk/file/7260/designdenmark.pdf>

muotoilupolitiikka nostaa yhdeksi omaksi kehittämiskohteekseen muotoilun käytön julkisissa palveluissa. Siten palvelumuotoilun kehittämistä voidaan edistää myös sektoreilla, joissa julkisen toimijan rooli tilaajana tai sääntelijänä on merkittävä.

Tanskan muotoilupolitiikan toimeenpanossa tärkeä rooli on Dansk Design Centre (DDC) -organisaatiolla, joka muistuttaa tehtäväkentältään ja orientaatioltaan Design Forum Finlandia, mutta jossa ambitiotaso on viritetty selvästi korkeammalle ja myös resurssit ovat huomattavasti suuremmat. DDC on itsenäinen, yksityisoikeudellinen toimija, jonka kanssa ministeriöllä on sopimussuhde. Organisaation rahoituksesta puolet on peräisin valtion kanssa tehdyistä sopimuksista ja puolet omasta kaupallisesta toiminnasta. Julkisesta rahoituksesta suurin osa tulee elinkeinoministeriöltä (The Danish Ministry of Economic and Business Affairs), vuosittainen sopimussumma on ollut viime vuosina 19.6 miljoonaa Tanskan kruunua eli 2.63 miljoonaa euroa. Vuosina 2005–2008 DDC sai vuosittain 2 miljoonaa Tanskan kruunua eli 270 000 € Tanskan opetusministeriön design-määrärahoista. Lisäksi organisaatiolle myönnetään julkista rahaa erillisiin hankkeisiin.

DDC:n strategiset toiminta-alueet ovat tietoisuuden lisääminen muotoilusta ja muotoilun taloudellisista vaikutuksista liiketoiminnassa, tanskalaisten muotoiluyritysten kompetenssin lisääminen, tanskalaisen muotoilun brändääminen kansallisesti ja kansainvälisesti. DDC:lla on Kööpenhaminan keskustassa oma rakennus, jossa on toimitilojen ohella näyttelytilaa, kauppa, kahvila ja konferenssitilat. Organisaationa DDC on jakautunut viiden toimialueen mukaan, joita ovat muotoilun promootio, tiedotus, näyttelyt, konferenssitilat - kauppa - kahvila, ja yhteistyösuhteet. DDC:lla on 55 vakituista työntekijää, ja lisäksi 45 osittain organisaatioon kytkeytynyttä asiantuntijaa, harjoittelijaa tai assistenttia. Toukokuussa 2008 muotoilupalkinto Index sulautui DDC:n organisaatioon. Tärkeimmäksi kohderyhmäkseen DDC nimeää yritykset ja tärkeimmäksi tavoitteeksi muotoilun käytön lisäämisen tanskalaisten yritysten toiminnassa.<sup>28</sup>

Sopimuksenalaisuuteen kuuluvat seuraavat tehtävät: (1) Promootiotoimenpiteet, joilla pyritään lisäämään muotoilun käyttöä laajemmin teollisuuden eri sektoreilla. (2) Promootiotoimenpiteet, joilla pyritään lisäämään muotoilun käyttöä eri puolilla Tanskaa. Käytännössä DDC järjestää opastuksen muotoilun asiantuntijoille, joita palkataan vähintään yksi jokaiseen viiteen Tanskan Business Link -keskukseen (Væksthus, vastine Suomen TE-keskuksille), ja järjestää seminaareja ja työpajoja muotoilua hyödyntäville yrityksille. DDC käynnistää myös alueellisia verkostoja muotoiluyritysten ja muiden alojen yritysten välillä. (3) Tukea muotoilutoimialan kehitystä, millä tarkoitetaan kasvuhakuisten muotoiluyritysten yhteensaattamista ulkopuolisten rahoittajien ja teknologioiden kehittäjien kanssa. Näiden kolmen tehtävän täyttämistä rahoitetaan yllä mainitulla elinkeinoministeriön vuosittaisella sopimussummalla.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> <http://www.ddc.dk>

<sup>29</sup> Design Denmark, s. 28.

## 6. KEHITTÄMISSUOSITUKSET

Arviointituloksista nousevat seuraavat Design Forum Finlandin toiminnan kehittämissuosituksat:

### 1. Design Forum Finlandin hyvä brändi ja uskottavuus tulee säilyttää

Design Forum Finlandin hyvä brändi ja painoarvo tulee säilyttää arvoisessaan käytössä ”suomalaisen muotoilun puhemiehenä”. Organisaation hyvä brändi on merkittävä lisäarvo ja lisää sen houkuttelevuutta yhteistyökumppanina sidosryhmien näkökulmasta.

Hyvä brändi ja uskottavuus voidaan säilyttää täsmentämällä Design Forum Finlandin perustehtävä ja rooli muotoilun hyödyntämisen edistämisessä. Toimintaa suunnattaessa on huomioitava, että brändi voi vaarantua, mikäli muotoilua lähestytään liian kapea-alaisesti. Kytkenät muotoilun muihin kenttiin ovat oleellisia osia muotoilua ja siksi myös niiden tulee ainakin jossain määrin heijastua muotoilun edistämiseen (näistä ja muotoilutoiminnan luonnetta muuttavista kehityskuluista, ks. luku 3).

### 2. Design Forum Finlandin tulee laatia täsmällinen ja realistinen omaa tarkoitustaan ja toimintaansa kuvaava strategia

Jokaisen organisaation strategian tulee lähteä sen oman mission, perustehtävän ja oman toiminnan tavoitteiden määrittelystä. Strategiassa voidaan kuvata yleisemmän tason yhteiskunnallisia tavoitteita, joita edistetään välillisesti, mutta siinä pitää esittää selvästi mikä on organisaation oma panos ja rooli, eli miten juuri se edistää yleisempiä tavoitteita omalta osaltaan. Design Forum Finlandin tulee laatia uusia strategia näistä lähtökohdista, ja kirkastaa oman toimintansa päämäärä niin itselleen, rahoittajilleen kuin sidosryhmilleenkin.

Strategiaan tulee myös kirjoittaa auki millä tavalla olemassa olevaa toiminnan keinovalikoimaa suunnataan ja käytetään tavoitteiden saavuttamiseksi.

Muotoilun muutoksista ja laajentumisista tulee löytää ja määritellä ne ilmiöt, joilla uskotaan olevan riittävästi kantavuutta ja joihin Design Forum Finland voi toimillaan kytkeytyä. Kaikkiin eivät resurssit riitä.

Design Forum Finlandin tulee fokusoida toimintaansa nykyistä paremmin ja täsmentää asiakkuutensa, ja niille suunnatut palvelut ja toimenpiteet. Asiakkuudet voi erotella esimerkiksi seuraavasti kolmeen ryhmään: muotoilua hyödyntävä elinkeinoelämä (pk- ja suuret yritykset), muotoilijat ja muotoilutoimistot (so. muotoiluyrittäjät), ja suuri yleisö.

### 3. Uuden strategian lähtökohdaksi tulee ottaa Design Forum Finlandin toiminta promootio-organisaationa

Design Forum Finland on lähtökohtaisesti promootio-organisaatio, minkä tulisi olla myös strategian lähtökohta. Todetaanhan myös työ- ja elinkeinoministeriön ja Design Forum Finlandin välisessä tulossopimuksessa, että Design Forum Finlandin ”toiminnan päämääränä on promovoida suomalaista muotoilua 2000-luvun viesteillä ja keinoilla” (s. 6). Käsitämme promootion laajasti: ideoiden, soveltamisen ja objektien kehitystyön ja myynnin edistämisenä. Tästä näkökulmasta voisi lähestyä

myös niitä tehtäviä, joita valtionavustuksen tulossopimuksessa korostetaan, erityisesti pk-yritystoiminnan edistämistä ja alueellisia kehittämishankkeita. Suosittelemme, että Design Forum Finlandin rooli tässä useampien toimijoiden verkostossa toteutuvassa toiminnassa kirkastetaan, ja lähtökohdaksi otetaan, että se on promovoiva. Arvioinnissa saadun palautteen mukaan Design Forum Finlandin tulee edistää muotoilun hyödyntämistä ensisijassa promootio-organisaation ja viestinviejän roolissa. Sidosryhmät korostivat tarvitsevänsä Design Forum Finlandin toimintaa nimenomaan tässä tehtävässä.

#### **4. Design Forum Finlandin toiminnan seurantajärjestelmää tulee kehittää**

Design Forum Finlandin hallituksen, jäsenistön, sille merkittävää valtionapua maksavan työ- ja elinkeinoministeriön, ja muiden rahoittajien, tulee antaa entistä systemaattisemmin palautetta Design Forum Finlandille sen toiminnasta. Palautteen antaminen on yhteydessä selkeän seurantajärjestelmän kehittämiseen. Seuranta helpottuu, kun Design Forum Finland määrittelee toimintasuunnitelmassa sen saaman valtionavun käytön vuositasolla kohteittain. Käytännössä suuri osa Design Forum Finlandin saamasta avustuksesta käytetään henkilökunnan palkkakustannuksiin. Seurantajärjestelmän avulla voidaan seurata työresurssien kohdentumista, toiminnan vaikutuksia ja vaikuttavuutta entistä paremmin. Seurantajärjestelmässä tulee olla sekä määrällisiä että laadullisia mittareita.

Design Forum Finlandin valtionosuutta ei tule tämän arviointiraportin perusteella leikata, vaikka sen toiminta ei nykyisellään täysin vastaa valtionapua hallinnoivan tahon näkemystä mihin muotoiluliiketoiminnan ja muotoilun hyödyntämisen edistämiseksi tulisi keskittyä. Osa Design Forum Finlandin toiminnasta on valtionapua nykyisen hallinnoivan tahon intressien mukaista, mutta osittain on näkemuseroja esimerkiksi siitä missä määrin Design Forum Finland tulisi keskittyä yhteistoimintaan juuri pk-sektorin yrittäjyyttä edistävien sidosryhmien kanssa. Vaikka rahoittajalla pitää olla mahdollisuus päättää mihin rahoitus kohdistuu, ja vaikka Design Forum Finlandin pitää terävöittää toimintaansa, tulee rahoittajan kuitenkin välttää kohdistamisessa kovin suppeaa katsantokantaa. Etenkin juuri nyt kun ollaan keskellä muotoilun laajenemisen suurta murroskautta. Pidemmällä tähtäimellä yksi ratkaisu voisi olla myös julkisen rahoituspohjan laventaminen niin, että toiminta-avustus myönnettäisiin useammalta momentilta, tai työ- ja elinkeinoministeriön lisäksi esimerkiksi opetusministeriöltä, joka myöntääkin nykyään Design Forum Finlandille valtionavustukseen verrattuna pieniä määrärahoja erillishankkeisiin. (Tällainen uusjako voisi olla osa laajempaa muotoilualan toimijoiden roolien ja julkisen rahoituksen tarkastelua, uutta muotoilupolitiikkaa.) Aluksi on kuitenkin tärkeämpää, että Design Forum Finland määrittelee täsmällisemmin tehtävänsä, osoittaa toimintansa hyödyt ja teroittaa rooliaan osana laajempaa muotoiluosaamista ja muotoilun hyödyntämistä edistävien toimijoiden verkostoa.

Valtionapu tulee tasoltaan asemoida myös yhdistyksen vakavaraisuuden kehitykseen. Yhdistyksen oman varallisuuden tuottojen kehitys vaikuttaa käytännössä myös siihen mitä valtionavulla lopulta edistetään.

## **5. Design Forum Finlandin tulee kehittää yhteistyötään muotoilun verkostossa**

Design Forum Finlandin tulee toimia enemmän yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Design Forum Finlandin tulee vahvistaa yhteistyötään erityisesti Ornamon, mahdollisesti syntymässä olevan muotoilutoimistojen liiton, Design-museon, yliopistojen (erityisesti Aalto-yliopiston), oppilaitosten, TE-keskusten ja yrittäjyyttä edistävien tahojen, kuten seudullisten kehittämissyhtiöiden kanssa. (Design Forum Finlandin ja Ornamon yhteistä kenttää on nimenomaan muotoilun ja sen hyötyjen ”näkyväksi tekeminen”, jossa organisaatioiden välillä esiintyy näkökulmasta riippuen joko turhaa tai toimintaa sparraavaa kilpailua.) Design Forum Finlandin tulee kehittää viestinviejän rooliaan ja ammentaa muiden organisaatioiden asiantuntemuksesta. Lunastaakseen paikkansa verkoston solmukohtana Design Forum Finlandin tulee pitää muotoilun verkostoa jatkuvasti ”hereillä” innostamalla, aktivoimalla ja välittämällä näkemyksiä. Toiminnan tulee myös olla jopa korostetun avointa, koska se liittyy myös yksittäisten yritysten ja ammatinharjoittajien intresseihin.

Alueellisissa kehittämissankkeissa Design Forum Finlandin tulee toimia yhdessä erityisesti TE-keskusten ja alueellisten kehittämissyhtiöiden kanssa. Oleellinen ja tällä hetkellä vajaan käytössä oleva resurssi kattavamman alueellisen toimintamallin luomiseksi ovat TE-keskukset, ja niissä erityisesti Design Start -ohjelmista vastaavat henkilöt. Tanskan DDC:n ja alueellisten Business Link -keskusten välinen yhteistyö voi tarjota mallin toiminnan organisoimiselle. Yhteistoimintamallin luomisessa tarvitaan myös TE-keskusten aktiivista ohjausta TEM-konsernin puolelta. Muotoilun laajeneminen huomioiden Suomessa yhteistyön voi rakentaa laajemman design-intensiivisyyden aktivoimisen varaan, jossa TE-keskusten partnereiksi nostetaan Design Forum Finlandin rinnalle esimerkiksi Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL ja Suomen pelialan keskus Neogames, erilaisin alueellisin painotuksin. Myös Tekes on t&k&i-toiminnan rahoittajana syytä kytkeä tähän mukaan. Olisi hyvä, jos tässä asiassa voitaisiin aktivoitua jo käynnistyvien luovien alojen kehittämissuunnitelmien puitteissa.

Muotoilun verkoston osallisten rooleja ja vastuita tulee selkeyttää ja työnjakoa määrittellä laajemminkin kuin vain Design Forum Finlandin osalta. Paremman kokonaisuhyödyn saavuttamiseksi verkoston toimijoiden tulee jakaa nykyistä paremmin osaamistaan.

## **6. Design Forum Finlandin tulee kehittää edelleen viestintää, joka kuuluu promootio-organisaation ydintehtäviin**

Design Forum Finlandin verkkosivuja on toivottavaa uudistaa nopeasti siten, että niistä selviää, miten Design Forum Finland määrittelee oman toiminta-alueensa muotoilun kentällä, sekä sen asiakkuudet ja niille suunnatut palvelut. Viestinviejän ja promootorin roolissa tähän voi liittyä myös muiden tuottamien palveluiden esiintuontia, esimerkiksi alan liiketoiminnan kehittämiseen tai tutkimus-, innovaatio- ja tuotekehitystoiminnan rahoittamiseen liittyen.

Lisäksi Design Forum Finlandin tulee pyrkiä järjestämään lyhytkoulutuksia suomalaisille toimittajille siitä, mitä muotoilu nykyään on, että prosessikehittämissäkökulma tulisi paremmin esiin perinteisen tuotokeskeisyyden rinnalla.

## 7. Kilpailutoimintaa tulee kehittää alan muutosparrauksen välineenä

Kilpailuissa, esimerkiksi kiitetyssä Fennia Prize –kilpailussa, tulee olla eri sarjoja, joiden kautta voidaan nostaa esiin muotoilun eri kenttiä. Kilpailutoiminnassa on myös kiinnitettävä huomiota alueellisuuteen ja saavutettavuuteen. Kilpailuprojektit ovat edelleen merkityksellinen muoto alan itseymmärryksen uudistajana, tekijöiden ja tuotteiden esille nostajana, ja muotoilun laaja-alaisen hyödyntämisen onnistuneiden esimerkkien todentajana.

### Lopuksi: Muotoilupolitiikan päivitys

Suomessa on edellisen kerran laadittu korkean tason poliittinen päätös muotoilupolitiikasta, Muotoilu 2005! -ohjelma, vuonna 2000.<sup>30</sup> Tavoitetasolla päätöksessä korostui muotoilukompetenssin lisääminen. Vastuuministeriöinä toimivat silloinen kauppa- ja teollisuusministeriö sekä opetusministeriö (ja jossain määrin myös ulkoministeriö). Ohjelman toteutukseen liittyi mm. Tekesin Teollisen muotoilun teknologiaohjelma Muoto 2005:den implementointi.<sup>31</sup> Ohjelma huipentui Muotoilun Vuoteen 2005. Ohjelmaa tuki ja eri osapuolten näkemyksiä kokosi Teollisuuden ja Työnantajien (nykyisin EK) kahdesti vuodessa koolle kutsuma ”Muotoilun Round Table”, jonka oli tarkoitus koota teollisuuden, kaupan, muotoilijayhteisön, tiedotusvälineiden sekä julkisen vallan eri osapuolet. Ohjelman päätteeksi visioitiin seuraavaa, yritys- ja teollisuusvetoisempaa Muotoilu 2010 -strategiaa toteutettavaksi kauppa- ja teollisuusministeriön johdolla. Se on kuitenkin jäänyt toteutumatta.

Suomea on visioitu muotoilun kärkimaaksi sittemmin Etlan 2006 julkaisussa ”Ei vain muodon vuoksi” (jossa muuten Design Forum Finlandin rooliksi nähtiin yleinen muotoilutietoisuuden lisääminen).<sup>32</sup> Myös Sitra järjesti vuonna 2008 ensimmäisen Helsinki Design Lab -foorumin, jolla pyrittiin edistämään Suomen asemaa designin ja innovaatioiden maana. Muotoilun strategiataso on ajankohtaisesti esillä myös EU-tason keskusteluissa.

Aika on nyt Suomessa kypsä uuden muotoilun politiikka-asiakirjan laatimiselle, muotoilun roolin kasvaessa käyttäjälähtöisen innovaatiopolitiikan välineenä. Asiakirjassa tulisi täsmentää niin muotoilun hyödyntämistä edistävien organisaatioiden tehtäviä ja keskinäistä työnjakoa kuin julkisesta rahoituksesta vastaavien eri ministeriöiden vastuu- ja koordinointialueita. Asian ajankohtaisuutta lisää luovien alojen yrittäjyyden kehittämisenle pantu painoarvo.<sup>33</sup> On sääli, mikäli muotoiluliiketoiminnan määrätietoinen kehittäminen ei kentän hajanaisuuden tai verkoston määrittelemättömyyden vuoksi tule täysimittaisesti jatkuneeksi sen puitteissa.

Design Forum Finland on Suomessa muotoilun keskeisin promoottori ja verkostotoimija. Tästä syystä olisi sille luonteva rooli toimia nimensä mukaisesti foorumina, joka koordinoisi politiikka-asiakirjaa edeltäviä, muotoilun hyödyntämisen parantamista koskevia keskusteluita.

<sup>30</sup> Valtioneuvoston periaatepäätös muotoilupolitiikasta 15.6.2000

[http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/1999/liitteet/muotoilu2005opm3\\_99.pdf?lang=fi](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/1999/liitteet/muotoilu2005opm3_99.pdf?lang=fi)

<sup>31</sup> Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2004:11. [http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2004/liitteet/opm\\_195\\_tr11.pdf?lang=fi](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2004/liitteet/opm_195_tr11.pdf?lang=fi)

<sup>32</sup> Lindström, M., Nyberg, M., Ylä-Anttila, P. (2006) Ei vain muodon vuoksi. Muotoilu on kilpailuetu. ETLA B 220, [http://www.etla.fi/files/1852\\_b220\\_ei\\_vain\\_muodon\\_vuoksi.pdf](http://www.etla.fi/files/1852_b220_ei_vain_muodon_vuoksi.pdf)

<sup>33</sup> Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015. Kauppa- ja teollisuusministeriö, elinkeino-osasto, julkaisuja 10/2007. [http://www.tem.fi/files/19795/Luovat\\_alat.pdf](http://www.tem.fi/files/19795/Luovat_alat.pdf)

# LIITE: ARVIOINNISSA HAASTATELLUT HENKILÖT

## Ryhmähaastattelut

Iris Aalto, Designer-yrittäjä (Ornamo)

Maija Fagerlund, tekstiilitaiteilija (freelancer)

Leena Hoppania, PKT-säätiö

Pekka Korvenmaa, Taik

Pekka Krook, Diges ry

Marketta Luutonen, Taide- ja käsiteollisuusliitto Taito ry

Reijo Markkula, Design Reform Oy

Markku Salimäki, HSE, IDBM-ohjelma

Kaija Savolainen, Jykes / läänintaiteilija

Laura Sarvilinna, Huippu Design Management

Janne Viemerö, Tekes

## Yksilöhaastattelut

Kalevi Ekman, Aalto yliopisto, Design Factory

KP Hiltunen, Neogames ry

Mikko Kalhama, Design Forum Finlandin toimitusjohtaja

Hannele Pohjola, Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Design Forum Finlandin hallituksen puheenjohtaja

Hanna Punnonen, Design Forum Finland

Lena Strömberg, Ornamo, Design Forum Finlandin hallituksen jäsen

Petra Tarjanne, Työ- ja elinkeinoministeriö, Design Forum Finlandin hallituksen jäsen