

TEKSTI Anne Lampinen, KUVAT Viljami Schleutker

Less is MORE

- vähemmän on enemmän

Koti ruukkikylässä, bisnekset kaupungissa ja verkostot ympäri Suomea, siinä on yksinkertainen resepti, jolla syntyy estetiikan helmiä. Suunnittelija **Ville Witka** kertoo, kuinka tempu tehdään.

Mies nojaa kaunisrun-koiseen mäntyyn pienen erämaajärven rannalla kahvikuppi kädessään. Hänen tyyneytensä istuu maisemaan, josta hän ammentaa energiaa. Katse vaeltelee vastarannalla, ja ajatukset kenties vieläkin kauempana.

Paikka on Meri-Teijon Matildajärven rantakallio ja mies suunnittelija Ville Witka.

- Mänty on suomalaisista puista kaikkein kaunein. Mitä vaikeammat kasvuolosuhteet sillä on, sen kauniimmaksi se kasvaa. Se elää satoja vuosia. Mänty muistuttaa minua suunnittelijan vastuusta; mitä tänä päivänä suunnitellaan, jälki jää tulevien sukupolvien riemuksi tai riesaksi.

- En ymmärrä Guggenheim-museon tuomista Suomeen. Guggenheimit ovat kuin

McDonald'seja. Parempaan workarkkitehtuuriin pystyttäisiin suomalaisvoimin, Witka täryyttää.

IDEAT RAHAKSI?

Witkan päässä pyörii lennokkaita ajatuksia, mutta mistä syntyvät ideat, jotka voi kaupallistaa?

- Epäkohtien edessä ryhdyn pohtimaan, mitä tekisin toisin, jotta tuote tai asia toimisi niin, että se miellyttäisi minua. Tai jos joku asia särkee silmäni, mietin, miten saisin siitä visuaalisesti toimivamman ja miten sitä voisi jatkojalostaa.

Ville Witka muistuttaa, että suunnittelussa asioita voi myös yhdistää. Jo kerran keksityn toimivan idean voi päivittää. Näin syntyi esimerkiksi Linnatuli-

takka: Double-V. Vanha kunnan pönttöuuni sai uuden rosteripinnoitteen holkin muodossa. Syntyi yksinkertainen ja näyttävä kokonaisuus.

Siinä kulminoituivat suunnittelijan perusarvot eli visuaalisuus, käytännöllisyys ja tekninen toimivuus niukoilla elementeillä.

- Less is more, Witka kiteyttää.

Hän kuitenkin korostaa, että ideasta valmiiksi tuotteeksi on pitkä matka. Pelkkä idea ei riitä, sillä 90 prosenttia hyvistäkin ideoista ei koskaan tuoteistu. »

→ Täydellinen on toki kaunis, puutteellinen kauneus on kiehtovampaa. Kun joku rikkoo harmonian, syntyy jännite, pohdiskelee Witka.



Guggenheim-museot ovat kuin McDonald'seja. Parempaan wow-arkkitehtuuriin pystyttäisiin suomalaisvoimin.

» TUOTTEISTAMINEN

– Muotoilu ei ole yksinomaan muotoilua tai teollista suunnittelua. Se ei tarkoita vain tuotteen tai logon suunnittelua. Se on paljon enemmän. Toki se lähtee tuotteen suunnittelusta ja visuaalisen ilmeen löytämisestä, mutta se pitää sisällään koko prosessin muotoilusta jakelustrategiaan asti ja sisältää myös markkinoinnin. Kyse on brändäyksestä, vaikka se kliseiseltä kuulostaakin.

Hän huomauttaa, että siinä pitää yhdistyä myös onnistunut tekninen tuotekehitys ja järkevät kustannukset.

Tämän lisäksi tarvitaan yritys, jonka tuotevalikoimiin tuote soveltuu ja tar-

» – *Kahvittelen mieluusti hyvässä seurassa, sanoo Witka ja viittaa Eckhart Tollen kirjaan Tie henkiseen heräämiseen.*

peeksi suuri potentiaalinen kohderyhmä, ellei tuote sitten toimi yrityksen brändin ja imagon tukijana.

Tuotesuunnittelun alkumetreilla on tärkeää löytää asiakas, joka uskoo ideaan.

– Itse olen varsin spontaani ihminen. Jos bongaan tv:ssä joitain työhöni liittyviä ideoita, saatan tarttua luuriin välittömästi ja esitellä näkemykseni kyseiselle taholle. Joskus toimintani johtaa yhteistyöhön, joskus ei. Jos ampuu sata haulia ilmaan, niin ainakin yksi tipu tippuu syliin, kuvaa Witka asiakashankintaansa.

Olisi hienoa, jos yrityksissä olisi enemmän rohkeutta perinteisen ajattelumallin murtamiseen. Monesti neuvottelupöydässä törmäävät insinöörien ja taiteilijan näkemykset. Menestyvä yritys tarvitsee luovuutta ja luovia ratkaisuja muuhunkin kuin muotoiluun ja tuotesuunnitteluun. Se tarvitsee sitä esimerkiksi markkinointiin. Näin vanha tuote-

ryhmä voi löytää uusia kohderyhmiä.

– Kun sain toimeksiannon suunnitella modernin pianon, ehdotin lähestymiskulmaksi jakelukanavan uudistamista. Suunnitellaan vaikka ”Ikea-piano”, sanoo ihminen, joka on myös kosketinsoittamisen ammattilainen.

RUSINAT PULLASTA

Hyvät verkostot ovat kaiken A ja O yhdenmiehen suunnittelutoimistolle. Niiden luomisessa tietenkin auttaa sosiaalinen luonne ja se, ettei polta siltoja takanaan. Witkan monipuolinen työura on kieltämättä auttanut verkostojen luomisessa. Aiemmin luodut suhteet osajiin ja mediaan ovat aktiivisessa käytössä Witkan toimistossa

– Kun toimeksiantajana palkkaa verkostoituneen suunnittelijan, hän saa käyttöönsä alan parhaat ammattilaiset ja »



« Viisi asiaa, jotka kuuluvat Witkan elämään: luonto, musiikki, auto, aurinkolasit, tuli.



Salon nuorin yrittäjä

Witka oli aikoinaan Salon nuorin yrittäjä. Hänellä oli jo 17-vuotiaana oma jätelökiiski.

Alkujaan Witka ei ollut suunnittelija, vaan hän ansaitsi elantonsa musiikilla – ensin muusikkona ja säveltäjänä, sittemmin tuottajana.

Lahjakkaan ihmisen on vaikea pysyä lestissään, ja veri veti Witkaa myös elokuva-alalle 90-luvulla. Hän toimi muun muassa **Aleksi Mäkelän** elokuvan Romanovin kivet tuottantopäällikkönä ja teki yhteistyötä myös Kaurismäen yhtiön kanssa.

Suunnittelu vei miehen lopullisesti mennessään 2000-luvun alussa, jolloin hän urakoi serkkupoi-kansa kanssa erikoissistuksia laivasteollisuudelle.

Suunnittelijan ura jatkui Savcorilla tuoteryhmäjohtajana, suunnittelijapiireissä hänet tunnetaan printtikaakelien kehittäjänä. Sittemmin hän on suunnitellut miltei kaikkea mahdollista julkisista tiloista yksittäisiin esineisiin. Mukaan mahtuu takkoja, taloja ja huonekaluja.

Pyydettyäessä hän ryhtyy pohtimaan, mistä on tullut eväät rohkeaan ammatilliseen toteuttamiseen.

– Isoisän merkitys on ollut suuri. Hän oli ennakolluuloton diplomi-insinööri, joka rakennutti 1960-luvulla pyöreän sementtikattoisen talon kodikseen. Hän oli myös innovaattori, joka valmisti Suomen ensimmäisiä kierrätystuotteita, vanhoista autonrenkaista tehtyjä kynnysmattoja.

» heidän parhaan työvaiheensa eli mania-vaiheen. Näin depressio ei mene ostajan piikkiin – siis vain rusinat pullasta, vitsailee suunnittelija.

Hän kiteyttää, että keskisuurenkkaan yrityksen ei kannata ottaa palkkalistoilleen kaikkia tarvitsemiaan ammattilaisia, koska projektikohtainen palkkaus on kustannustehokkaampaa.

Omasta kokemuksestaan hän kertoo, että innovatiiviselle ihmiselle sopii hyvin projektiluonteinen työ. Tosin parhaimmillaan projekteista tulee ketju ja pysyvä asiakassuhde.

Witka Kertoo verkosto-esimerkin suunnittelusta markkinointiprosessiin asti.

– Kun suunnittelin kuopiolaiselle Peura-taloille Poolhouse-talomallistoa, ihmiset olivat eri puolilla Suomea. Valokuvaus hoitui Turusta käsin, copy istui Helsingissä, AD työskenteli omassa yrityksessään Rovaniemellä, 3D mallintaja Kuopiossa ja graafikko toimi Salosta käsin. Minä työskentelin puolestani Meri-Teijossa.

HEKTISYYS JA HENKISYYS

– Nykyliike-elämä on hektistä ja vaatii nopeita ratkaisuja, tämä korostuu

etenkin Helsingissä, sanoo Witka katsolessaan Pohjois-Esplanadin väen paljoutta.

Hän jatkaa, että moni asia on muuttanut bisneksessä. Enää pelkkä ekologisuus ei puhuttele nykykuluttajaa, se on itsestäänselvyys. Vihreä lanka -ajatus on pidemmälle vietyä. Se tarkoittaa, että koko prosessi toimii vihrein arvoihin suunnittelijan pöydältä asiakkaan kotiin.

Witka sanoo, että luovan ihmisen korvien välissä on käyttöpääoma, jolle pitää antaa polttoainetta.

– Vuosi sitten tajusin, ettei alkoholi ole rentoutuskeino työuupumukseen. Nykyisin stimulanttina toimii luonto. Itsestään täytyy pitää huolta.

Luominen on toisinaan henkisesti rankkaa, koska vähintään toinen aivopuolisko työskentelee jatkuvasti. Tämä kulminoituu etenkin silloin, kun joutuu joskus väkisin väentämään.

– Olisi osattava myös luovuttaa ajoissa. Onhan juhlistakin lähdeävä silloin, kun siellä vielä on hauskaa.

– Olen riskinottaja, en peluri. Vasta yli 40-vuotiaana pitkäjänteisyys on kasvanut. On tullut myös nöyryyttä. En odota elämältä enää mahdottomia. Sillä kaikkihan on nyt ja tässä: päivä kerrallaan. //