

FISKARS GARDEN – BRÄNDITUOTTEET

– pakkaukset osa tuotesuunnittelua

Maija Olkkonen-Seppo

Fiskars Garden brändin tuotteet ovat tunnettuja ympäri maailman. Niiden tuotekehitys- ja muotoilu edustavat kansainvälisillä areenoilla palkittua suomalaista huippuosaamista. Uusia innovatiivisia ratkaisuja kehitetään aktiivisesti oman katon alla Billnäsissä. Billnäsissä kehitetään myös pakkaukset osana tuotekehitystä tukemaan tuotteen ja brändin menestystä.

Korkealaatuista brändiä ja tuotetta suunnitellaan ja vaalitaan huolella. Myös pakkauksen tulee toteuttaa ja heijastaa brändin ja tuotteen arvoja niitä rakentavan ja tukien sekä lisäarvoa tuoden. Tähän ei päästä ”perinteiseen tapaan” herää-

mällä pakkaamisen tarpeisiin vasta tuotteen ollessa jo lähes myymälässä. Fiskars Garden -tuoteryhmän perinne onkin erilainen. Pakkauksen merkitys tuotteen menestystekijänä on Fiskarsilla ymmärretty jo pitkään ja pakkaussuunnittelu

onkin mukana tänä päivänä tuotesuunnitteluprosessissa yhä aikaisemmassa vaiheessa.

Fiskarsilla pakkaussuunnittelua toteutetaan kiinteänä osana koko tuotteen suunnittelua. Jo itse tuotteen konseptointivaiheessa mietitään tuotteen sekä pakkaamisen ketju kaikkine vaiheineen ja kustannuksineen. Kun pakkausta ja tuotetta mietitään yhtenä kokonaisuutena jo varhaisessa vaiheessa, löydetään tehokkaimmat ratkaisut, kertoo pakkauskehityspäällikkö **Marko Halttunen**.

Toisinaan pakkaus ja pakattavuus saattavat olla vaikuttamassa jopa itse tuotesuunnitteluun ja -muotoiluun. Haravan piikkejä ei tietenkään muokata eurolavan mittojen mukaan, mutta toki on järkevää ottaa ne huomioon, jos siten päästään joustavampiin ja tehokkaampiin ratkaisuihin. Saattaa olla, että tuotteen mitoituksen muuttaminen josakin kohden ei vaikuta sen toiminnallisuuteen tai ulkomuotoon merkitsevästi, mutta pakattavuus tehostuu ja päästään kustannustehokkaampiin ratkaisuihin, korostaa Fiskars Garden EMEA:n tuotekehitysjohtaja **Markus Paloheimo**. Tällaisia asioita päästään tarkastelemaan ainoastaan kokonaisprosessissa, jossa pakkaussuunnittelu on mukana alusta saakka.

Pakkauksia myös omasta tuotannosta

Fiskarsilla Billnäsissä tuotekehitys, markkinointi ja valmistus ovat saman katon alla. Suomalaisin voimin suunnitellaan tuotteita ja toteutetaan tuotemuotoilua. Omalla konepajalla valmistetaan muotiosia ja valmistuksessa ruiskutetaan muovikomponentteja sekä karkaistaan terästä. Esimerkiksi jo ikoniseksi muo-



KUVAT: FISKARS GARDEN EMEA

Pakkaussuunnittelu Fiskarsilla on yhteistyötä. Kuvassa vasemmalta Marko Halttunen, Heli Säde ja Timo Sunila.



Oksasaksia erilaisiin katkaisutarpeisiin.

dostuneiden Fiskarsin oranssikalvaisten saksien terät käyvät lävitse monta käsittelyvaihetta, joista osa on koneellisia, osa yhä käsityötä. Laatu tarkastetaan yksilöllisesti ja jokaiselle sakselle tehdään leikkaavuustesti. Tuotteiden laatu on viimeistelyä ja se erottaa ne kilpailijoista.

Myös pakkauksen tulee olla laadukas osa itse tuotetta. Esimerkiksi osa kirveen valmistuslinjaa on muovisen teräsuojan valmistus ja pakkaaminen, jonka yhteydessä tuotteeseen liitetään painettu kartonkikortti. Tämän jälkeen tuote on myymälävalmis. Koko ketju oman katon alla tarjoaa ainutlaatuisen nopeuden ja joustavuuden. Esimerkiksi tällä hetkellä tuotannossa käy kova viilke, kun ennätysmäinen lumitilanne vaatii ennätysmäärän lumityövälineitä; lumilapiolinja käy vuorokauden ympäri.

Kestävä kehitys osa tuotefilosofiaa

Fiskarsin tuotteissa 360-vuotinen tuotekehitys ja tiivis yhteistyö eri toimintojen välillä näkyykin yhä uusissa ratkaisuisissa, joista useita on maailmalla myös kopioitu. Tämä koskee niin itse tuotteita kun pakkausratkaisuja. Fiskarsin tuotteet erottaa kopioista kuitenkin korkea materiaalien ja viimeistelyn taso. Kestävän kehityksen mukaisesti tuotteista pyritään tekemään pitkäikäisiä "perintökalleuksia", joihin on saatavilla myös huolto- ja varaosia.

Pakkauksella tuetaan kestävän kehityksen mukaista ajattelua. Pakkausmateriaaleja käytetään vain tarpeellisessa määrin ja käytettävät materiaalit valitaan siten, että ne riittävät suojaamaan itse tuotetta ympäristöltä ja ympäristöä tuotteelta. Pakkauksen perusfunktion

täytyminen onkin näiden kestohyödykkeiden kohdalla ensisijaisen tärkeää. Arvokkaan tuotteen naarmuttuminen jo ennen käyttöä ei edistä mielikuvaa laadukkaasta tuotteesta tai brändistä. Pakkauksen tärkein tehtävä on saattaa tuote kunnossa ja edustavana myymälään ja sieltä kotiin.

Fiskarsin pakkaussuunnittelussa on mietitty myös pakkausten jälkikäyttöä. Osa pakkausratkaisuista toimii säilytysuojina tuotteiden teräosille.

Myymälä entistä kriittisempi ympäristö

Pakkauksen rooli on tullut entistä tärkeämmäksi myös tuotteiden markkinoinnissa. Viime vuosituhaten loppua kohden voimistui suuntaus, jossa kuluttajat valitsevat tuotteensa yhä useammin itse suurista myymälöistä ja laajasta tarjonnasta. Myyjä ei myymälöissä enää avuksi löydy. Tarjolla on erihintaisia ja -laatuista tuotteita erilaisilla toiminnoilla varustettuina ja valintatilanteista olisi selvittävä itse ilman apua, kertoo tuotekehitysjohtaja Markus Paloheimo ja näyttää esimerkkinä erilaisia oksasaksia erilaisiin leikkaamisen tarpeisiin. Kun myyjä ei ole, täytyy pakkauksen hoitaa myyntityö.

Fiskars kehittää jatkuvasti uusia innovatiivisia tuotteita, joilla on uusia, käytettävyyttä parantavia tai uutta funktionaalisuutta tarjoavia ominaisuuksia. Pakkauksissa halutaan tarjota ohjeet tuotteen hoitoon ja huoltoon, jotta se olisi mahdollisimman pitkäikäinen ja sitä kautta kestävä kehitystä tukeva. Tämän kaiken viestiminen kuluttajalle on kuitenkin haasteellista. Tuotteen ja brändin on noudettava esille myymälässä, mutta

sen lisäksi kuluttajan tulisi saada tietää entistä enemmän tuotteista sekä ennen kaikkea ymmärtää mitä etuja uudet ratkaisut tarjoavat.

Kun valinta on suoritettava itse on pakkauksen rooli entistä kriittisempi. Lisää painopintaa saataisiin helposti pakkausta kasvattamalla, mutta tätä Fiskarsilla ei haluta tehdä. Tuote halutaan nostaa esiin siten, että sen viimeistely laatu ja ergonominen muotoilu ovat käsin koskeltavissa. Tuotteen jokainen yksityiskohta rakentaa mielikuvaa korkealaatuisesta tuotteesta. Itse tuotetta ei siis haluta peittää umpipakkauksella, korostaa tuotevalikoimapäällikkö **Heli Säde**. Tällainen ratkaisu toimisi myös kestävä kehityksen vastaisesti.

Uutta tulossa

Tällä hetkellä Fiskarsin pakkausratkaisut ovatkin uudistustyön alla. Tähän saakka pakkaukset ovat toimineet erittäin hyvin brändin tukena ja rakentajana. Uudistusprojektilla haetaan nyt tehostusta tuotekommunikaatioon.

Fiskars Gardenin tuotesuunnittelun kolme kulmakiveä ovat toimivuus, valmistettavuus sekä kaupallinen ymmärrettävyys. Näiden varassa lepää tuotemuotoilu ja pakkauskehitys. Toimivuus ja valmistettavuus toteutuvat osana kokonaisvaltaista kehitysprosessia, kaupallisessa ymmärrettävyydessä pakkauksella on oma, entistä tärkeämpi roolinsa. Tulevaisuudessa pakkaus toimiikin entistä paremmin myös tuotteen myyntimiehenä myymälässä. Uutta pakkauskommunikaatiota näemme myymälöissä ensi vuoden alussa.