

**Nina Tuominen:** Tervetuloa jälleen LAB Talk -podcastin pariin. Tämän päivän jaksossa sukellamme syvälle muotoilun maailmaan ja pohdimme, miten se voi konkreettisesti auttaa yrityksiä menestymään. Muotoilu on tärkeä osa liiketoiminnan kehitystä ja innovaatiota. Tänään meillä on ilo saada vieraaksemme Jorma Lehtonen, joka toimii kehityspäällikkönä LAB Muotoiluinstituutissa. Jorma tuo mukanaan pitkän kokemuksen muotoilun kentältä ja yritys yhteistyöstä, ja hän auttaa meitä ymmärtämään, miten muotoilu voi olla jokaisen yrityksen voimavara. Tervetuloa Jorma LAB Talkiin.

**Jorma Lehtonen:** Kiitos.

**Nina Tuominen:** Muotoilulla ja designilla on suomalaisessa kulttuurissa erityinen asema. Se liitetään kuuluisiin esineisiin, brändeihin ja muotoilijoihin. Onko se jopa vähän luksusta? Mitä mieltä olet tästä LAB Muotoiluinstituutin kehityspäällikkö Jorma Lehtonen? Onko design vain harvoille yrityksille tarkoitettua vai onko se kaikille arkipäivää?

**Jorma Lehtonen:** Kyllä sen tulisi olla kaikille arkipäivää. Mitä käytit luksuksesta, niin joskus sitä on sinne liitetty, mutta kyllä se on arjen helpottamiseen tarkoitettu työväline.

**Nina Tuominen:** Miten jos ajatellaan sitä luksusta sitten, niin mulle tulee muotoilusta ja designista mieleen kaikki litalan ja Arabian tuotteet tai jotkut mahtavat rakennukset ja muuta. Onhan tietyllä tavalla kuitenkin sitten Marimekon tuotteet luksusta, jota kaikilla ei ole varaa kuitenkaan hankkia.

**Jorma Lehtonen:** No joo, varmaan näinkin, mutta kyllä se arkea helpottamaan on tarkoitettu. Ja sieltä, jos katsotaan sitä tuotteen ja liiketoiminnan keskeisenä kilpailukykytekijänä, niin kyllä se kaikkiin tuotteisiin ja tavaroihin, esineisiin liittyy palveluihin, liittyy ihan samalla tavalla, että mä en osaa sitä luksuksena pitää. Varmasti olet oikeassa, jos me nostetaan kansainvälisiä brändejä tai tämän tyyppisiä, niin silloin meillä katoa eurot, jos me pyritään ostamaan Pradan laukkuja tai tämän tyyppisiä, mutta se on pieni tekijä siinä muotoilussa. Kyllä me pyritään kasvattamaan vastuullisia nuoria, jotka ymmärtävät tämän ekologisen pallon tilanteen ja sitä kautta lähestytään. Suomalaisia yrityksiäkin näyttää. Kaikille se kuuluu.

**Nina Tuominen:** Juuri näin. Mikä merkitys tai arvo muotoilulla ylipäätään on?

**Jorma Lehtonen:** Se on yrityksen vahvin kilpailukykytekijä. Sillä ei vaan voi mitään. Ihminen tekee ostopäätöksiä, jos puhutaan ihan tätä kautta, että miten hankitaan tavaroita tai palveluita. Kyllä se on merkittävä kilpailukykytekijä sellaisessa muotoilussa kohdallaan. Enkä tässä tapauksessa tarkoita sitä, että se pelkästään olisi tämmöinen esteettinen, kaunis elämys, vaan sehän liittyy moneen muuhun seikkaan, eli käytettävyys- ja asiakaslähtöisyys on otettu huomioon. Sitä kautta nämä ovat sen keskeisimpänä kilpailukykytekijänä.

**Nina Tuominen:** Onko sulla antaa jotain esimerkkiä nimenomaan siitä käytettävyydestä tai käytännön esimerkkiä?

**Jorma Lehtonen:** Paljonkin tietysti mainitsit ne luksustuotteet vaikka Fiskarsin. Jos ajattelen Fiskarsin ihan ikonisia tuotteita, vaikka heidän sakset tai kirves, niin käytettävyydeltä erittäin helppokäyttöisiä ja toimivia. Sitten jos otetaan ääriesimerkki ihan toisesta laidasta, mä oon käyttänyt tätä aikaisemminkin, että mennään sinne palvelujen tai digitaalisten palvelujen puolelle, niin pitää miettiä verotoimistoa. Sen kehityskaarta sieltä 80-luvulta semmoisesta päsmäristä on tullut palveluorganisaatio, joka auttaa meitä aika monessa kohtaa. Mä näen sen hyvänä palvelutuotteena tai muotoilutuotteena.

**Nina Tuominen:** Totta, mä en itse asiassa ajatellut muotoilua ollenkaan näiden digitaalisten palveluiden kautta. Eli se täytyy ottaa huomioon nykyään muotoilussa ihan interweb-maailmassa.

**Jorma Lehtonen:** Kyllä olet oikeassa. Mä näkisin, että me oltiin pikkusen takamatkalla muotoiluinstituuttina siinä ja ollaan nyt onneksi yritetty toimeen ihan tän meidän uuden johtajan toimesta. Että pistetty asioita oikeasti jalalle, jos näin voi sanoa. Meillä on digitaalinen muotoilu ja digitaalisen muotoilun asiantuntijoita palkattu taloon. Minkä takia tähän muotoiluun kannattaa ylipäätään kiinnittää huomiota, miksi? Kysyin vähän palaan siihen äskeiseen, että sen arjen helpottaminenhan on meillä yksi semmoinen tehtävä tässä maailmassa. Enkä tarkoita sillä kulutushysteriaa. Tuotteita ei ole palveluiden. Täytyy olla helppokäyttöisiä, mukava käyttöä. Niistä täytyy tulla hyvä tunne kuin niitä käyttää. Eihän me tykätä sellaisista asioista kuin vanhat tietokoneohjelmat esimerkiksi oli, että me joudutaan kymmeneen kertaa menemään jonnekin taustalle, että me löydetään oikea appi tai tämmöinen, en saa sanoa, mitä ne olikaan edes. Se oli varmaan niitä ohjelman osa-asiaa. Tietokone-maailmassa kaikki tuli keskeneräisenä käyttäjilleen. Sanotaan, että siinä ei ole käytettävyyttä mietitty yhtään. Ja nyt ollaan vasta siinä tilanteessa, kun ollaan päästy pisemmälle, että kohta ollaan tekoälyn avulla saavutettu sellaisia osa-alueita, että ihmisen on helppo käyttää laitteita ja koneita, tai sitten ei.

**Nina Tuominen:** Itse asiassa mulla syttynyt sellainen lamppu, että mulla oli keväällä vieraana muotoilun puolelta toinen henkilö, joka kanssa puhuttiin kokemuksen muotoilusta, niin nythän mä vasta tajusin, että tavallaan muotoilu on niin laaja käsite, että se voi olla yritykselle esimerkiksi se tilanne, että ruvetaan miettimään uutta palvelua, olipa se interwebissä tai on se fyysisesti tarjottava joku palvelu, niin sehän täytyy miettiä se, että alusta asti sinne ihan loppukäyttäjälle ja vielä loppupalautteita jatkokehittämisen kannalta koko prosessi, niin onko se muotoilua myöskin?

**Jorma Lehtonen:** On, ja tuo minkä otitkin esille, niin siis mitä varhaisemmassa vaiheessa yritykset älyävät palkata muotoilijoita, muotoilutoimiston, sen parempi on lopputulos. Että se semmoinen vanhakantainen ajattelu muotoilijaa otetaan ihan siihen loppuun viimeistelemään sitä pintaa tai jotain palvelun osa-alueita, niin siitä ei ole hyötyä. Silloin kun se muotoilija pääsee sinne niin sanottuun tuotekehitysryhmään heti alusta lähtien, niin siitä saadaan suurin hyöty. Ja tämä on oikeastaan sitä, mihin pitäisi kaikkien pyrkiä muotoilun ajatteluun, että me pystytään tekemään yhdessä paljon enemmän kuin yksittäisen osatekijöihin.

**Nina Tuominen:** No kyllä. Mikä sinun mielestä muotoilun asema on tällä hetkellä suomalaisten yritysten liiketoiminnan kehittämisessä?

**Jorma Lehtonen:** Kyllä se on aika keskeinen. Isommat yritykset on ottanut sen ihan hienosti ja se on siellä strategiatasolla jo. Että jos ajatellaan meidän kansainvälisesti menestyviä yrityksiä, niin se on strategiassa. Mutta sitten jos me tullaan tänne meidän oman koulun strategiassa puhutaan PK-teollisuudesta, niin siinä teollisuudessa on valtavasti vielä tekemistä. Eli nähdäkseni noin kymmenen prosenttia hyödyntää muotoilua millään tavoin. Meillä on 70 000 yritystä pienessä ja keskisuudessa teollisuudessa, jotka työllistää jonkun toisen henkilön. Siellä se kasvupotentiaali lähtee hyvän teknologian kautta ja hyvän liiketalouden kautta, mutta pitää myöskin osata käyttää sitä muotoilua. Minä vieläkin epäilen, että se on siellä kymmenen prosentin tasolla, mitä ymmärretään käyttöä.

**Nina Tuominen:** Se on aika pieni.

**Jorma Lehtonen:** Se on pieni, joo. Mutta sitten kun katsotaan menestyviä yrityksiä, niin siellä on iso joukko muotoilutoimistoja tai in-house-muotoilijoita, jotka tekevät. Ja sitten se on aika kansainvälinen se toimintaympäristö sitten näillä isoilla toimijoilla.

**Nina Tuominen:** Just meinasinkin kysyä, että tuleeko sinulle mieleen, että Suomessa on sellaisia isoja yrityksiä, jotka ovat jo palkanneet muotoilijoita omille palkkalistoille, vai käyttävätkö isotkin yritykset mieluummin muotoilutoimistoja?

**Jorma Lehtonen:** Joo, tämä on oikeastaan herkullinen asia päijät-Hämäläisenä pohtia, koska vuosikausia tilastokeskus ja siellä olisikohan yliaktuaari Aku Alanen tilasto on ollut tämän tyyppisiä asioita. Päijät-Hämäläisenä oli in-house-muotoilijoita valtakunnan mittareissa huomiota herättävä seikka, että meillä oli kaikkein eniten in-house-muotoilijoita tässä Lahden talousalueella, ja se johtui aika paljon siinä, että oli huonekaluteollisuutta, ja huonekaluteollisuudessa oli sitten Asko, Isku, Sotka, ynnä muu, niin paljon in-house-muotoilijoita, vaikka käyttivät ulkopuolisiakin. No Nokiahan oli tietysti yksi merkittävä in-house-muotoilijoiden hautomot. Siellä oli paljon väkeä, ja Koneellakin tällä hetkellä on, mutta samanaikaisesti käyttävät paljon toimistoja. Suomen suurin, taitaa olla jo Euroopan suurin muotoilutoimisto on sitten aivan, joka on täältä muotsikaista neljä nuorta miestä perustanut firma, ja se taitaa olla tänä päivänä jo toista sataa henkilöä työllistävä muotoilutoimisto. Että se on iso firma joo.

**Nina Tuominen:** Elikkä nämä on kaikki vähän niinku suukasvatteja niinkään.

**Jorma Lehtonen:** Ei, ei, ei, oikeastaan niinku hyvä muotoilukin on siis monien tekijöiden summa, ja hyvät tämmöiset lahjakkaat opiskelijat, niin nehän pyörii meillä niinku sadan opettajan tai sadan henkilön kautta ulos. Että on meillä sen tyyppisen ihmisen alue, jotka on aina joskus maininnut, että tuo minun kasvatti, mutta ei se ihan niin mene. Että meillä on niinku iso tarjotin, niin on hyvä, kyvykäs opiskelija ottaa parhaat osa-alueet kaikista ulos, ja mittaa ne sitten omalle tekemiselleen tulevaisuudessa.

**Nina Tuominen:** Jes. Miten muotoilun arvostus tai sen puute näkyy sun mielestä?

**Jorma Lehtonen:** No oikeastaan taas tullaan sinne tämän tyyppisiin asioihin, kun jos me mennään isoihin konepajayhtiöihin, mitkä meillä on Metso tai Valmet tai vähän pienemmätkin, niin kyllä se näkyy henkilöstörakenteessa sitten. Siellä saattaa olla tuotekehityksessä parista insinööriä, ja sitten kourallinen muotoilijoita, tarkoittaa yksi tai kaksi muotoilijaa, ja sitten siitä pitäisi tehdä hyvää tulosta, että kyllä se näkyy tämän tyyppisissä. Tuo on sitten päivittäisissäkin, missä on sitten vähän isompi porukka, mutta kyllä Suomi on insinööriveton, ei sille voi mitään. Ehkä tässä rupeaa pikkuhiljaa itsekkin ajattelemaan, että on hyvä niin, mutta ei vielä. Tätä hyvä vähän laittaa. Mulla aina välillä tulee mieleen, että onko meillä jo kohta insinöörit kättilöinäkin. Niitä on niin paljon, että kyllä se näkyy meidän yhteiskuntapolitiikassa.

**Nina Tuominen:** No eikö me voida niistä insinööreistä vielä lisäkouluttaa muotoilijoita?

**Jorma Lehtonen:** No joo, kyllä meillä on aika hyviä muotoilijoita, jotka onkin käyneet ensiksi insinöörinkoulutuksen, ja sen jälkeen tulleet muotoilukoulutukseen, että ihan huippuja, että on ollut Koneella muotoilujohtajana, ja tällä tavalla, että kyllä se poisoppiminen näyttää joskus auttavan. Tää oli tämmöinen läppä.

**Nina Tuominen:** Me ei leikata mitään pois. Sä Jorma toimit kehityspäällikkönä muotoiluinstituutissa, jossa muotoiluopiskelijat osalta ovat mukana tuomassa muotoilua yritysten toimintoihin, ja yritysprojektit taitaa siis kuulua olennaisena osana koulutukseen ja

oppimiseen, niin kerro miulle vähän tarkemmin, että millaista yritysten ja opiskelijoiden yhteistyö käytännössä on?

**Jorma Lehtonen:** Joo, sinne on aika pitkä perinne meillä, että sitä on jatkunut kauan, itse muistan sen sieltä 90-luvun alusta, että sen aikana rehtori Antti Assi silloin yhdessä tämmöisessä, että siihen aikaan vielä opettajan kokouksia pidettiin, että nyt ryhdytään tekemään bisnistä, että se oli aina tämmöinen lausahdus, mutta kyllä se on opiskelijan näkökulmasta, että se tämmöinen todellinen tekeminen ja se arviointi tulee sieltä yrityksen puolelta, että onko se prosessi mennyt oikein ja onko sieltä löydetty niitä uusia ideoita ja innovaatioita, joita voidaan viedä lopulliseen tulokseen, mutta sen tyyppisiäkin on tullut, että kyllä mä näen sen opiskelijan kehittymisen kannalta äärimmäisen hyvänä ratkaisuna, että me on joskus otettu tämmöinen yritys yhteistyö. Meillä on ollut sisäisiä ristiriitoja ja siellä henkilökunnan kanssa näitä ei saisi tehdä, joskus on opiskelijat kieltäytyneet tekemästä, mutta kyllä me vaan niitä koko ajan on tehty ja sitten luotu sinne sellaisia järjestelmiä, että kaikki pyrki, että kaikki oppi sitten kuitenkin samalla tavalla. Joo, parhaimpina vuosina varmaan toistasataa projekteja on tehty yritysten kanssa ja joskus 2006, kun me avattiin tuossa Kannaksenkadulla yksi uusi rakennus, niin siinä yhteydessä meillä oli sellainen tilaisuus, jos me laskettiin kaikki, mitä oli tehty siihen mennessä, olisiko ollut 1600 yritystä, joiden kanssa oltiin tehty yritys yhteistyöprojekteja, että niitä on tehty paljon kaikilla pääaineilla ja se on aika luonnollista ollut. En tiedä, minusta se on ollut kyllä ihan hyvä tapa oppia ja siinä on myöskin oppinut henkilökuntaa, että koska siellä on ihan selkeä yhteys sinne elinkeinoelämään koko ajan, ei tarvitse lähteä kaivelemaan väkisin sitä tietoa, mitä siellä tapahtuu, että siellä on ollut luontainen suhde.

**Nina Tuominen:** Kuulostaa kyllä hurjalta määrältä, mutta toisaalta ymmärrän sen ihan todella hyvin, että pitäähän sitä päästä sinne käytännön työelämään tekemään niitä projekteja, sitä kauttahan sitä oppii ja oivaltaa ja kaksi maailmaa kohtaavat. No itse asiassa seuraavaksi minä menisin kysyä, että mitä oivalluksia yritysprojektista voi syntyä niin yritykselle kuin opiskelijalle?

**Jorma Lehtonen:** Joo, semmoinen voimavara, mitä ehkä sitten ei ole esimerkiksi muotoilutoimistoilla. Meillä on paljon opiskelijoita. Jos me mennään sinne alkuideointiin, niin 20 henkilöä ja 2-3 hyvää ohjaajaa, jos voidaan käyttää sanota sieltä yrityksen puolelta kaksi meiltä kyvykäs lehtori, niin siinä tapahtuu ihan mitä vaan, että se on niin kuin semmoinen kämpi, missä oikeasti ajatukset ja ideat sinkoilee ja sieltä sitten lähtee löytymään joku langanpää, jota lähdetään viemään eteenpäin ja joskus se voi olla sitten käytettävissä oleva tuote jollakin tai palvelu.

**Nina Tuominen:** Kyllä ja ajatellen taas, niin itse jos olisin yrityksen edustaja, niin eihän mulla riittäisi aika ees mieltä heittää hurjaa ajatuksia, mitä sitten opiskelijalla on. On aikaa tehdä ja keskittyä ja perehtyä siihen.

**Jorma Lehtonen:** Joskus mä oon korjannutkin silleen, ettei ne tänne muotoilu instituutteja tule hakemaan, eikä ne tule hakemaan henkilökuntaa, ne tulevat hakemaan nuoria ihmisiä, joilla on näkemyksiä, jotka ovat jo erityyppisiä kuin taas edellisillä sukupolvilla. Ajattelevat tulevaa ihan toisella tavalla ja silloin ne yritykset saavat jotain uutta ja uutta ne haluavat. Ei ne halua meiltä mitään jo kerran keksittyä, että tehdään se juttu.

**Nina Tuominen:** No se on kyllä totta. Tuossa ihan kotielämässä huomaa, että omat lapset ja bonuslapset, niin ne ajattelevat asioista jo niin eri tavalla ja niillä tulee hyvin erilaisia ajatuksia, ihan vaikka arjessakin.

**Jorma Lehtonen:** Ja joskus he ovat oikeassa. Se täytyy hyvä myöntää.

**Nina Tuominen:** Sekin on totta. Ja nykyään tuntuu, että ovat melko useinkin jopa oikeassa. No mutta itsehan olen kasvattanut.

**Jorma Lehtonen:** Näinhän se menee. Sinä olet ollut pitkään Muotoiluinstituutissa ja mukana kehittämässä muotoilijoiden koulutusta jo vuosien ajan. Kerro ensin, kuinka kauan sinä olet ollut ja sen jälkeen, miten koulutus on elänyt ajan mukana?

**Jorma Lehtonen:** Paljonhan se on ollut. Olen pitkään ollut ja olin toistakymmentä vuotta välillä poisikin. Tämä tuli 2017 uudestaan hankkeeseen ja sitten vähän ajauduin erilaisiin tehtäviin. Siinä oli vähän huoltakin silloin taustalla, että ei meidän koulumme voinut silloin hyvin. Sillä oli huonoja aikoja tuossa 2013 ja 2015, että se oli vähän vaipumassa jonnekin unholaan. Jotenkin itse sitä tarkastelin ulkoa päin silloin, että siinä oli pelko, joka oli henkilökuntaan tavallaan, jos toisella tarttunut ainakin osittain. Pelko on yksi este luovuudelle. Sitä ei missään nimessä haluaisi kokea tai antaa kenenkään kokea tämän tyyppisessä maailmassa, missä me elämme, ilmapiiri, että ainakin pyritään kehittämään. Isohan tämä laiva, että aina vaikeutuu. Jos mennään sinne historiaan, silloin kun olen tullut opiskelijaksi, niin puhuttiin 300 opiskelijan talosta. Nyt meiltä on yli 1000 opiskelijaa ja se on tapahtunut kaikki tässä noin 40 vuodessa. Se muutos, ehkä suuri muutos nyt sitten ammattikorkeakoulun vuosina, joka silloin 1991–1992 alkoi kokeiluna, niin siitä meidän 600 oppilaan talosta on pikkuhiljaa tullut tällainen. Vähän isompi toki tähän on liittynyt sitten tuo taide Lappeenrannasta, mutta aika isosta on, että välillä tulee mietittyä sitten, että saadaanko me aina lahjakkaita opiskelijoita riittävästi sisään ja onko se minkälainen työsarka meidän henkilöstöllemme opettaa, kun siellä on isoja ryhmiä.

**Nina Tuominen:** Semmoinen ihanne, missä me olemme eläneet, me otettiin kymmenen opiskelijaa kerralle sisään per pääaine, niin se on vähän toinen, kun otetaan joidenkin pääaineisiin jopa 40. Se on erilaista pedagogiikkaa, mehän puhutaan helposti täällä muotoilupedagogiikasta ja joskus täytyy aina kysyä, mitähän se tarkoittaa tai mitähän se on, mutta se on aika usein sellaista ongelmanratkaisukykyä, mitä me yritetään niille opettaa ihmisille ja sitten tuoda semmoisia portteja, jotka avautuvat helposti eikä sulje, eli se luovuus pitäisi saada kukoistamaan ja on rohkaista, kun jokainen ihminenhan on luova, voi olla vähän eri tavalla tai jollakin tavalla, mutta sitä pitää kutitella sieltä esiin. Mutta on koulutus paljon muuttunut, siitä on tullut systemaattisempaa ja tietysti järjestelmät on tullut erityyppisiksi, että me oltiin oikeastaan silloin alkuun aika tällainen taidekoulumainen enemmän, ehkä semmoinen mestareista koostuva opinahjo, jota sitten nuoremmat opettajat seurasivat vanhempien ja kuinka se metodiikka siellä kehittyi ja monesti jopa sanottiin sillä tavalla, että opiskelijoita ei saisi häiritä opettamisella, että ne oppii paremmin kuin se opettaja, jos siinä lästään, ehkä tällaisista, mutta kyllä se on muuttunut paljon, jopa voisi sanoa, että koulumaisemmaksi kuin aikaisemmin, että se, että ollaanko korkeakoulumaisempi, niin sitä täytyy sitten tarkastella vielä erikseen, että ehkä en haluaisikaan, että tulisi yliopistomainen tästä metodista, mitä täältä täytyy tehdä, että kyllä meidän täytyy olla niin lähellä elinkeinoelämää. En tiedä, mihin mä nyt vastasin, mutta johonkin.

**Nina Tuominen:** Hyvin sä vastasit, hyvin vastasit ja sitten mulle jäi tuo kun sanot, että opiskelijoita täytyy kutitella, että sieltä luovuutta herää ja lähtee kukoistamaan, niin ehkä tuli jopa semmoinen ajatus mieleen, että onko nykypäivänä opettaminen sit myöskin muotoiltu enemmän semmoiseksi valmentavaksi opettamiseksi, eli annetaan mahdollisuuksia ja tuetaan ja herätellään kysymyksillä, että opiskelija itse havahtuu.

**Jorma Lehtonen:** No varmasti sitäkin on ja sitten mä luulen, että meillä nyt tällä hetkellä lehtorit joutuvat opettamaan aika paljon ihan perusasioita, että mitä aikaisemmin ei ehkä, mehän otettiin visuaalisesti lahjakkaita ihmisiä sisään, joilla on hyvä ongelmanratkaisukyky meidän mittarien mukaan ja sitten ne pystyvät olemaan luovia ja sitten heillä oli jo tietyt lukijoista tai aikaisemmasta taidekoulusta hankitut perusairat, niin meillähän pääsi henkilökunta aika helpolla, suhteellisen helpolla. Kun nyt joudutaan isompia ryhmiä, niin se ei voi olla kaikki niin sanotusti kymppin tyttöjä, jos näin sanottais, että siellä joutuu tekemään niin kuin useita tällaisia erilaisia oivalluksia, että kuinkahan tämänkin asian kertoisin heille ja miten tämä lähtisi viemään, mutta sitä kun tässä nyt viime aikoina on saanut sivusta seurata, että ei ole itse siinä opetuksessa keskiössä, niin kyllä se näyttää vaan tehoavan, kun katselee niitä töitä, mitä valmistuu ja ideoita, niin aina sieltä löytyy pilkahduksia.

**Nina Tuominen:** Sitten tulee mieleen alan vaatimukset, eli mitä vaatimuksia tai toiveita uuden sukupolven muotoilijoille asetetaan?

**Jorma Lehtonen:** No niin siitä paljon on muuttunut, että täytyy olla kuitenkin sitä visuaalista ajattelukykyä, muotoiluajattelukykyä, tulee ehkä enemmän toimeen ryhmässä kuin aikaisemmin, että ennenhän muotsikkalaisia tai muotoilupi, puhuttiin, että ne on aika indejä, mutta eihän se niin ollut, että se vähän riippuu muotoiluinstituutissakin koulutettavista ammasteista, missä voi olla. Teollinen muotoilu on aina ollut ryhmässä tekemässä asioita, mutta se on ehkä korostuneempaa nykyisin.

Eri ammattikuntien kanssa pitää tulla toimeen, pitää hakeutua sellaisia ryhmiä, mistä saa tietoa, tehdä psykologien kanssa töitä tai sitten sosiologien, että tietää, miten ihminen käyttäytyy, päästään jyvälle enemmän siitä, että joo, se on arkea ja kyllähän se tulee nuoremmalle sukupolvelle on arkea, ei sitä tarvitse enää erikseen mennä mainitsemaan, että kyllä se siellä on. Ehkä itse näkisin vielä, että enemmän ehkä vielä tämmöistä voimakkaampaa sitoutumista siihen tekemiseen, että kyllä mä harmittelen aika ajoin tätä meidän firmaa, kun täällä on aika hienot laitteet ja vehkeet ja sitten menee himmeäksi jo kello 18 aika useassa kohtaa ja sitten kun mä muistelin sitä vanhaa aikaa, kun meillä ei valot sammuneet ollenkaan, että ihmiset työskentelivät niin kuin joitain päiviä. Toki siinä omat vaaransa, moni polttaa itsensä sitten joku koulun aikana, mutta ehkä vielä enemmän sellaista tekemistä ja yhdessä tekemistä tuolla pajoissa ja luokissa, kun ne on vapaasti käytettävissä niin näkisin. Ja sitten nyt kun tämä meidän Mikkulan kampus on luotu ja neljä yksikköä on tuotu yhteen ja sitten LUT-kirja on otettu sieltä Lappeenrannasta tuonne yläkertaan, niin kyllä mä haluaisin nähdä, että sitä yhteistyötä olisi sitten vielä enemmän, että opiskelijat ymmärtäisivät, että sitä kaivataan sitten tuolla elinkeinoelämässä. Sitä osaamista, että se on vielä vähän ajavaista. En tiedä, johtuuko se henkilökunnasta, siis läpi henkilökunnasta, eikö me osata ruokkia sitä vai onko siinä jotain muuta vai onko meillä kaikilla niin puhtaat nämä ja selkeät.

**Nina Tuominen:** Kyllä se on muuttunut.

**Jorma Lehtonen:** On muuttunut paljon. Jäi mietityttämään tuo psykologin kommentti ja siitä lähti ajatus vielä juoksemaan eteenpäin, että nyt jos ajatellaan, että pitäisi tehdä joku todella myyvä palvelu esimerkiksi nettiin, niin aika tärkeitä ymmärtää ihmisten käyttäytymistä ja miten vaikka nettikäyttäytyminen ja ostokäyttäytyminen, en ole koskaan edes ajatellut tuommoista pointtia.

**Nina Tuominen:** Joo, en mäkään, mutta mä muistan joskus, milloinkohan noi lökäpöksyt tuli motiin. Silloin kaupunkikuvassa rupesi, että keskustoihin syntyy uusia olohuoneita. Se on

varmaan ollut 90-luvun loppupuolella sitä aikaa ja silloin me tehtiin yhtä projektia Jyväskylän yliopiston kanssa ja silloin sosiologit toivat ihmisryhmä meille. Että kattokaa, nyt mä laitan sitaatteihin lökäpöksyjä, että ne vetää niille skeittilaudalla tai sen ajan vehkeellä ja se olohuone on muuttunut sinne ja toi on se kohderyhmä ja noiden kanssa meidän pitäisi tehdä. Silloin se asiakas- ja käyttäjälähtöisyys tuli toisenlaiseen näkökulmaan, että me ei haeta jonkun yrityksen asiakkaan asiakasta tai tämän tyyppistä, jota me haluamme tutkia, vaan myöskin sitä meidän pitää seurata, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Ja silloin tulee tämmöinen, että ehkä meidän pitäisi tehdä enemmän käyttäytymistieteilijöiden kanssa yhteistyötä, missä on sosiologit ja psykologit ynnä mukana, että me ymmärretään sitä ihmiskuvaa paremmin kuin ehkä nyt.

**Jorma Lehtonen:** Tässä tulee semmoinen olo, että pitää olla oma elämänsä muotoilija, koska se liittyy ihan arkeen ja työelämään ja kaikkeen.

**Nina Tuominen:** Simppeli ammattihan tämä on. Katot, miten toiset käyttäytyvät ja koetat sinne luomaan vain asioita. Jos on aivan parin vaikea nostaa niitä, tehdään se asiaan joku helpottava väline.

**Jorma Lehtonen:** Niin joku koukku.

**Nina Tuominen:** Koukku tai tunkki tai mikä on.

**Jorma Lehtonen:** Kuulostaa siis siltä, että tämä ala ja taito muuttuu koko ajan. Niin kuin maailma tuppaa muuttumaankin, mutta onko tässä alassa jotain pysyvää, joka ei muutu mihinkään milloinkaan?

**Nina Tuominen:** Sinä?

**Jorma Lehtonen:** No minä jään kohta pois. Kyllä näkisin, että jotkut asiat ovat kuitenkin sellaisia pysyviä. Minä vielä näen sen esteettisyyden, vaikka sitä en nyt halua missään nimessä tuoda väärin. Että kyllä silmällisiä ihmisiä kaivataan koko ajan, että pystyy luomaan myöskin tuotteista ja palveluista kauniita. Kukaan voisi sitä kiistää, että eikö sitä mukavampi pitää käsissä esimerkiksi tuotetta hyvin tehtynä tai hyvin muotoiltuna, mutta se on vain yksi osa tekijää. Mutta semmoisesta en haluaisi ainakaan, että se jäisi pois. Eikä vaikka sen digitaaliset palvelutkin tule, niin kyllä ne sieltäkin, että aika nopeasti huomaa, että tuossa on ollut ööga mukana, kun se on tehty. Ainakin se olisi niin jäävä.

**Nina Tuominen:** Kyllä, kauneutta ja estetiikkaa tarvitaan jokaisen ihmisen elämässä.

**Jorma Lehtonen:** Joo, ja varsinkin sitä, mikä tuonne sisälle jää. Se kauneuden taju pitäisi olla siellä, että ymmärtää, että se on joskus erinäköistä kuin Leonardo piirsi.

**Nina Tuominen:** Minä olen nyt kysynyt sulta Jorma aika paljon asioita. Nyt esitän vielä sulle viimeiseksi tällaisen kysymyksen, jonka aina esitän loppuun, että onko jotain, mitä minä en ole tajunnut nyt kysyä tai mistä ei ole keskusteltu, tai haluaisit nostaa kenties ylös?

**Jorma Lehtonen:** No en minä ehkä silleen näe sitä, että olisi tajunnut kysyä. Valtavasti kysyttävää tai vastattavaa, jos haluaisi koko alaa peilata. Mutta ehkä tätä voisi nyt jo vähän, jos puhutaan muotoiluinstituutista, niin vähän mihin viittasin niihin mahdollisuuksiin, mitkä täällä meillä on. Että ollaanko me tehty nyt siihen kaikkeemme vai ollaanko me vasta niinku alkutekijöissä, kun tämä ammattikorkeakoulu aloitti, että olisiko siinä vielä nyt semmoinen uuden tekemisen paikka? Mä tykkään, että kaikki yksiköt on vahvoja, kaikilla on hyvää osaamista, mutta sitten, kun se osaaminen yhdistetään, niin olisiko se yksiköiden summa suurempi kuin nyt? Jotenkin minusta tuntuu, että me ollaan vielä alkutaipaleella tai jotenkin.

**Nina Tuominen:** Jätettäisiin tilaa, tilaa keskustella ja tilaa rakentaa yhteistä. Joo.

**Jorma Lehtonen:** Joku semmoinen minua vaivaa, niin kuin tässä, että muutama päivä sitten, viime viikolla itse asiassa tapasin semmoisia meillä töissä olleita ihmisiä tuolta liiketalouden puolelta. Meillä oli silloin 90-luvulla tällainen Dynamo-koulutusohjelma, tai siis siinä oli liiketalous, tekniikka ja muotoilu, jotenkin yhdessä opiskelijat teki yhdessä yrityksille 16-20 projekteja vuodessa. Se oli ennen kuin innovaatio-yliopisto Aalto syntyi tai joku muu. Meillä oli jo silloin alussa se, mitä voitaisiin tehdä yhdessä, mutta ei otettu kehittää sitä. Sitä olisi voinut kehittää pidemmälle. Tämän tyyppisiä kysymyksiä olisi tietysti voinut vielä kaivella sieltä, ja onko Jorma tyytyväinen, että ollaan Mikkulan kadulla? Tätä tyyppisiä asioita, mutta eihän tässä mitään.

**Nina Tuominen:** Minä olen ihan tyytyväinen. Toki asustelin Hämeenlinnassa, eli ajomatkaa on, mutta kyllä tämä tykkää tiloista.

**Jorma Lehtonen:** Eihän näissä tiloissa mikään. Se harmittaa lahtelaisena, kun tuo keskusta on tyhjä. Jos me saataisiin 6,5-7000 opiskelijaa käyttämään kaupungin palveluita keskustassa, niin saataisiin elävämpi kaupunki. Samoinhan se koskee sitä Hämeenlinnaa, kun se HAMK on siellä hevонkuudessa. Jos se olisi keskustassa, niin olisiko se sitten yksi lääke niihin näivettymisiin?

**Nina Tuominen:** Kyllä.

**Jorma Lehtonen:** Nuoret pörräisivät siinä, eikä tehtäisi enää koulussa mitään ruokallaan, vaan ne käyttäisivät ravintolapalveluita ympäri.

**Nina Tuominen:** Joo. Tällainen mulle tuli vielä mieleen, että nyt sitten jos joku yrityksen edustaja tätä kuuntelee, niin kuuntelepä sitä sillä korvalla ja niillä aivoilla, että nyt kun otat yhteyttä LABiin, niin olisikin projekti, joka koskisi eri osa-alueita. Eli että siinä olisi muotoilu mukana, siinä voi olla teknologia mukana, siinä voi olla hyvinvointi mukana, liiketoiminta. Eli yhteis... Ehkä sitäkin kautta lähtisi tulemaan sitä yhteistyötä, että tulisi projekti, jossa oikeasti tarvitaan, eli yritykset kuulolle vaan ja täällä osaamista löytyy, niin kuin on monessa LAB Talk -jaksossa käsiteltykin.

**Jorma Lehtonen:** No tuolla on pari yritystä tällä hetkellä, missä tehdään hyvinvoinnin kanssa ja sitten tehdään teknologian kanssa. Meidän täytyy vaan tehdä itsestämme tietoisemmaksi yrityksille, että on niin monialainen tämä LAB.

**Nina Tuominen:** Kyllä. Ja LAB Talk on yksi kanava, jota kautta sitä tehdään. Mitenkäs sitten jos joku yritys kiinnostuu, että täytyisi rakentaa tällainen yhteistyöprojekti tai muotoiluprojekti opiskelijoiden kanssa, niin mistä kautta sitten otetaan yhteyttä? Onko sun yhteystiedot jotenkin olemassa, että pystyy vaikka vinkkaamaan, vai onko joku muu muotoilun...

**Jorma Lehtonen:** No meillä on siellä sivustolla yrityksille, että sieltähän löytyy yhteystiedot kaikkiaan. Itse tykkään puhelimesta kaikkiaan, niin kun saattaa, niin silloin se tapahtuu heti.

**Nina Tuominen:** Eli soitellaan.

**Jorma Lehtonen:** Soitellaan, niin että se on kyllä ylivoimainen. Tuossa viime viikolla, vai toisessa viikolla, kun oli se TKI-päivä, minkä ELY-keskus järjesti sitten täällä meidän kanssa, niin sielläkin yleensä on kysymys sitten yrityksiltä, että kenelle he voivat soittaa. Tässä tapauksessa nyt ne tarkoittivat, että on ELYn virkamiehen sun muita. Kenelle? Siitähän se aina lähtee, vaan nopeasti.



**Nina Tuominen:** No niin nyt vaan nopeasti Jormalle soittamaan.

**Jorma Lehtonen:** No kyllä niin soittaa. Tietysti. Hyvä, hyvä.

**Nina Tuominen:** No lämmin kiitos Jorma vierailustasi ja kiitos myös sinulle kuuntelija, että kuuntelit tämänkertaisen LAB Talk -jakson. Tästä jäi miulle tiivistettynä käteen, että muotoilu ei ole pelkästään esteettistä. Vaan se voi olla merkittävä kilpailuetu yritykselle. Ja niille yrityksille varsinkin, jotka haluavat erottua ja kehittyä. Ja Jorma, sun kanssa käyty keskustelu, niin se toi esiin itselleni monia oivalluksia, niin kuin varmasti tuossa kävi ilmi keskustelun aikana. Ja myös oivalluksia siitä, että miten muotoilulla on ratkaiseva rooli liiketoiminnan kehittämisessä. Ja miten tulevaisuuden muotoilijat voivat tuoda uutta näkökulmaa yritysyhteistyöhön.

Toivottavasti tämä jakso antoi sinulle, kuuntelija, uusia ajatuksia ja inspiraatiota siitä, miten muotoilua voisi hyödyntää omassa työssä tai yrityksessä. Tai ihan siellä arjessa. Kuullaan tässä seuraavassa LAB Talk -jaksossa. Moikka!