

## Jakso 6: Sarianna Niskala

**Sarianna:** Toisaalta on hyvä olla varovainen ja toisaalta liian varovaisia... Et ei ehkä erotuta tarpeeks. Et ois hyvä etenkin jos mietin tätä mun omaa kenttää niinku muotoilua ja muoti, i ni olis hyvä lähtee niinku omalla kulmalla eikä vaan kaikki sillä et "minä inspiroidun luonnosta ja teen minimalistista", koska sitä on jo hirveen paljon. Tottakai et jos on itselle ominta niin miksi ei mut jotenkin miten sais rakennettua siihen kiinnostavan kulman tai jotain mitä muut ei oo jo tehny?

**Laura:** Tervetuloa Osaamisen Aalloilla -podcastin pariin! Tässä elämänlaajuisen oppimisen podcast sarjassa vieraat eri aloilta kertoo omista oivalluksistaan ja tärkeimmistä opeista elämänsä käännekohdissa. Mikä on tärkein oppisi elämän varrelta ja mitä ehdottomasti haluat oppia seuraavaksi? Miten voit omalla uteliaisuudellesi kehittää osaamistasi ja pysyä muutoksissa mukana? Mun nimi on Laura Sivula. Tervetuloa mukaan kuulolle! Tässä jaksossa mulla on vieraana suunnittelija ja muotoiluliiketoiminta konsultti Sarianna Niskala. Tervetuloa!

**Sarianna:** Moikka!

**Laura:** Hei Sarianna, mulla on heti ensimmäiseksi sulle tämmönen pieni helppo kysymys, että miten näet suomalaisen muotoilun tulevaisuuden?

**Sarianna:** Mahtava kysymys! Tätä on hyvä miettiä et hirveen usein mietitään vaan suomalaisen muotoilun menneisyyttä ja niinku past glory moments niinku suuria hetkiä Italian biennalessa ja muuten, mut enemmänkin tärkeetä ois myös miettiä et mihin me mennään eteenpäin tai miten me mennään eteenpäin ja miten me ollaan nyt nähty... Esim oon ite valmistunut maisteriks 2019 ja mun oma sukupolvi ja vähän sen jälkeenkin ollaan nähty et mikä ei toimi tietyissä jutuissa. Ois hyvä reflektoida esim muotoilun koulutuksessa et mitä osa alueita sieltä puuttuu, miten esim alumnit ollaan huomattu et sieltä puuttuu ja miten niitä voitais tuoda sinne jotta samoja virheitä ei toistettais yhä uudestaan. Esimerkiksi liiketoimintaosaaminen tai ihan perusjärkinen niinku liiketoiminnan ymmärrys.

**Laura:** Tää on yks mun ihan lemppari aiheesta tavalla tää Aalto-yliopiston monitieteellinen lähestymistapa eri aloihin, niin ehdottomasti pitäisi liiketoimintaosaamista tuoda myös esimerkiksi muotoiluosaamisen rinnalle. Ja itse toimit muotoilu liiketoimintakonsulttina. Miten saat päätyneet itse yhdistämään muotoilun ja liiketoiminnan?

**Sarianna:** Voisi naurattaa kun oon aikoinaan ite luonut tän konseptin tai nimikkeen design business consultant koska sellasta ei ollu oikeestaan ja mulla se lähti ihan vaan siitä et mul on aika sellast hyvin maalaisjärkistä et mä olin vaikken opiskelukavereille tai muille et "hei tää vois myydä et sä voisit tarjota tätä tänne ja tänne asiakkaalle". Et ei mitään hirveen niinku korkealentoista vaan niinku hyvin arkeen tai niinku arjen pyörittämiseen sidottuu. Ja ehkä mitä on ite tullu huomattuu omien tota erilaisten asiakasprojektien kautta ja mejän alasta ylipäättään, et se on niinku valitettavaa kuinka vähän sitä ymmärrystä on ni sit sen näkee jos joku vaan miettiä et hei voisko mustakin tulla muotoilun liiketoimintakonsultti? Ehdottomasti voi! Et se on aika silleen et et ei olisi tosi perusarkesi juttu et esim. Et sun tuotteen valmistamisen täytyy maksaa vähemmän kuin niinku millä hinnalla sä myyt sen ulos. Tää on se taso mis me ollaan.

**Laura:** Mä oon ite opettanu muun muassa taide yliopistolla luova yrittäjäyys ja liiketoiminta kurssia ja tää on ollu ihan omis semmosia lemppari lemppari kokemuksia just sen takia että et olla päästy oikeesti sinne niinkun liiketoiminnan suunnittelun, toteuttamisen kaupallistamisen ytimeen. Ja siinä ei tavallaan itessä oo mitään rakettitiede tyyppistä kamaa, mut jos kukaan ei ikinä istuta sua alas ja käy läpi sitä ni ihan yhtä lailla niin mä aina vertaan siihen että et sä voi kauppiasopiskelijoille kaa sanoin hei et läheppä tonne nyt niinku muotoilemaan asioita. Jos kukaan ei ikinä istuttanu, suo alas ja niinku käynyt läpi, että hei, että miltä muotoiluprosessi esimerkiks voi näyttää, et siinä on kyse nimenomaan

siitä, että miltä liiketoiminnan prosessi voi itseasiassa näyttää ja miten sitä tuoda siihen omaan omaan tekemiseen. Mut mitkä on sun mielestä niinkun ehkä tärkeimpiin osaamisalueita muotoiljalle liittyen siihen liiketoiminnan ymmärtämiseen?

**Sarianna:** Viel takas tohon et mun mielestä upeeta et jopa niinku taideyliopistossa on ilmeisesti ollu enemmän tän tyyppistä sisältöä. Mä oon kuulu musapuolelta, että siel on ollu niinku myös sillee musiikkibisneksessä puhuttu et mun ystävän isovelji Eero Tolppanen on käynyt pitämässä luennon musiikkiteollisuudesta niinku "ketkä kaikki on musiikkibisneksessä?" Hän on aina kysynyt opiskelijoilta, ja sit kukaan ei oikein viittaa ja sit hän on silleen et, "Kaikki te olette musiikkibisneksessä!" Niin vähän sama kun ylipäättään on kyseessä taide tai luovan alan minkä tahansa puolen, niin siel on kuitenkin oma bisnespuolensa ja me ollaan kaikki osallisia siinä halutaan me tai ei. Niin sitte se on tosi tärkeä viestii tai ottaa puheeks opiskelijoiden kanssa et hei et näin. Mutta toi mitä sä kysyit että miten se näkyy... Tai voitsä toistaa?

**Laura:** Mitkä on sun mielestä niinkun semmosii tärkeimpiä konkreettisia liiketoiminnan osaamisia, mitkä on tärkeitä luovalla alalla työskentelevillä henkilöillä?

**Sarianna:** Oman työn hinnoittelu. Et tää on... Tätä näkee ihan hirveen paljon. Tai kun tässä on, täs on haasteita. Ja niinku et et mä olen itse oppinut näitä kantapäähän kautta, mutta et sen ymmärtäminen millasta arvoonsa tuotat sun asiakkaille ja miten sä voit hinnoitella sitä ja niinku ehkä et just et ihmiset niinku... Tai tosi usein – mä nyt yleistän – mut tosi usein suunnittelijat tai muotoilijat on sillee et en mä viitti pyytää niin paljoo tai e tai niinku et en mä ny tiä ja mä kuitenkin vaa haluisin tän keikan. Mun tärkeet olis kans et sua ei ite harmita tehs sitä työtä ja se on kuitenkin niinku... Tuotemuotoilutyö, visuaalinen suunnittelu, niinku brändäys. Kaikki nää on hirvittävän arvokkaita, niinku myös yrityksille. Et kyllä niinku jos siel yrityksen puolet löytyisi ymmärrys ni kyl he on valmiit maksaa ja myös ehkä tää et miten me päästään brändäykseen myöhemmin niin et sun hinnat kommunikoi myös sun itsevarmuudesta tai et kuinka paljon se itse niinku luotat sun osaamiseen ja kykyihin. Et niinku se on nurinkurista, mut näin se menee et mitä kalliimmaksi hinnoittelet ittes niin kyllähän se kertoo silleen et "vau", että tyyppi oikeesti uskoo itteensä ja kehtaa pyytää tällasta määrää ja sit voidaan neuvotella et sit sitä voi tulla alaspäin mut on vaikea lähteä tinkimään hinnoista jos ne on jo niinku ihan hirvittävän pienet valmiiksi.

**Laura:** Sä mainitsit et sä oot tietyt asiat oppinu kantapäähän kautta. Mitä on ollu semmosii tiettyjä haasteita sulle itsellesi muotoilun ja liiketoiminnan yhdistämisessä.

**Sarianna:** Oppiminen tapahtuu edelleen. Tai niinkö teet koko ajan näit niinku sisäistää, mut ehkä just se oman työn hinnoittelu ja kommunikointi, et kuinka selkeesti... Tai vähän niinku asiakaspolku, et miten sä kommunikoi asiakkaan suuntaan ja kuinka helpoksi teet sen hankintojen ostamisen tai hankinnan. Ja just et ehkä toi mitä mä oon tässä pari viimeistä vuotta miettii sitä et kuinka paljon... Tai taas kun tää on ollu enemmänkin konsultointia mitä mä oon tehny aikasemmin tai palvelun myyntii, ja sit taas ku siirrytään tuotteen myynnin puolelle niin sitä taas miettii kun ollaan näinkin konkreettisessa asiassa kuin niinku vaate tai niinku asusteen, niin sit sä mietit et kuinka paljon sun materiaalit maksaa, kuinka paljon sun tuotanto maksaa ja mikä on kuitenkin sellanen niinku ulosmyyntihinta mikä on mahdollinen kuluttajalle tai tolleen. Se on ihan hirvittävän mielenkiintosta et tätä on tullut mietittyä tosi paljon ja tässä vielä opettelee, mutta et niinku kiinnostavaa.

**Laura:** Mistä sä ammennat inspiraatiota sun sun suunnittelutyöhön, kun mainitsit, että oot siirtynyt näiden konkreettisten tuotteiden, myös vaatteiden ja asusteiden suunnittelun pariin?

**Sarianna:** Mun jonkin verran on aina pysynyt konkreettiset tuotteet mukana et oon tehny omaa vaikk vaatesuunnittelu tai asuste suunnittelua ja jälleen. Mut sitte tottakai oon myös laajentanu... Ei vaan pelkän niinku sen konkreettisen tuotteen suunnitteluun vaan myös niinku esim brändäykseen, visuaaliseen suunnitteluun brand guides tai et jos et, miten niinku ylipäättään eri brändit ilmaisevat itseään. Mut taas tuotesuunnittelu on nyt tullu entistä vahvemmin, koska jotenkin ehkä niinku palas

omille juurilleen ja mikä oikeesti kiinnostaa. Helpotti myös se, et mä sain Suomen kulttuurirahaston taiteilija-apurahan ni mä pystyin keskittymään ihan eri tavalla myös siihen niinku omaan luovaan tekemiseen.

**Laura:** No hei, sä mainitsit ton kulttuurirahaston apurahan ni miten sun mielestä tota yhteiskunnan pitäis pitäis tukea luovaa luovaa alaa monimutkaisemmin?

**Sarianna:** Se on tosi hyvät. Kaikki apurahat mitä meil on ni on aivan loistavia. Mut mikä oli mielenkiintosta siinä et mä esim sain ton apurahan et mun niinku tota apurahahakemus tai ehdotus SKR:lle oli verrattain kaupallinen et mä ite sain – tai tällä hetkellä mä työstän, loppusuoralla mennään jee – niin tätä omaa plus kokoista vaatemallistoa ja tota et mun hakemuksessa SKR:lle oli et hei et ois hirveä kysyntä että on kuluttajakunta jota ei oikeesti palvella. Tai ylipäätään tää on ehkä vaa mun henkilökohtainen mielipide, mut mun mielest tuntuu naurettavalta, et niinku ylipäätään tekstiili ja vaate niinku ala on, kärsii hirvestä ylituotannosta ja saastuttaa tosi paljo ja näin. Ja sitte taas on kuluttaja kunta jolle ei ole tarjontaa. Tai niinku et ei vaan löydy, ni sitte tosiaan siin mun apurahahakemuksessa oli kans et et hei täs ois oikeesti bisnes rakoo et tästä vois tulla jotain, tää vois kannattaa et haluisitteks te tukea mua, ja sit ne lähti siihen et mä olin silleen "Jee, Mahtavaa!"

**Sarianna:** Mut et just et ehkä tää et on tosi tärkeä et on ihan vaan niinku taiteen puolelle suunnattuja apurahoja, jotta voidaan tukea esimerkiks myös nuorempi tekijöitä, jotta he pääsee ees poraamasta mitä haluis tehdä. Mut eikö myös tota kaupallisempaa puolta et siinä näkis et on pieni aukko et miten taas kun itse puhtaasti taiteen puolelta ilmaisulliselle puolelle löytyy apurahoja ja sitte löytyy niinku Business Finlandin jotain yrityslainoja niinku näin. Mut taas esim muotoilu joka on pikkasen – eikä vaan pikkasen on tässä välissä ni sit oikeestaan puuttuu ne ja myös mitä mä oon – tai ylipäätänsä ymmärrys et mitä on tehty jo aikasemmin esim millaisiin joukkorahoituskampanjat on ollu, Millaisiin sijoitus prokkiksia on ollu ni se tieto puuttuu mejän alalta et mä oon ite kaivellut salapoliisityönä näitä et mitä näitten ollu aikasemmin. Mut et ehkä ylipäätään se et tässä ois holistinen ymmärrys et millasia tukia löytyy millasii puutoksia siel on ja miten niit voitais täyttää.

**Laura:** Sit on lisäksi vielä mielenkiintoinen aspekti on se, että et onko meillä itselles tarpeeks niinkun sijoittajia ja sijoituspääomaa luovalla alalla Suomessa? Et nythän me puhuttiin nimenomaan apurahoista, mut et sen lisäksi vielä sitte juurikin se, että et on omaa osaamista on kaupallisia konsepteja, niin miten varmistetaan että ne pääsee markkinoille ja etenkin tavallaan jos on kyse just vaikka niinku konkreettisista tuotteista tai sit tuotesuunnittelusta? Se vaatii investointia et saadaan tuote markkinoille.

**Sarianna:** Sit ylipäätään niinku muotoilu ja etenkin muoti tai vaate puoli on hyvin pääomaintensiivistä, että tarttee hyvin paljon pääomaa ennen ku sulle tulee mitään sisään. Ja niinku tai just et hirveen moni valita et ei löydy sijoittajia jotka tähän laittais rahaa. Ei, mä olen löytänyt ihmisiä jotka on laittanut tänne Suomi muotiin rahaa ja sit mä oon haastatellut heitä. Ainoa valitettava puoli tässä on se, et kaikkien kokemukset on ollu poikkeuksetta negatiivisia. Et he jotka on laittanut Suomi muotiin rahaa ni on kokenu et se ei oo vastannut odotuksii tai näin. Ja sit mä ite rupesin miettimään et okei et mikä tällainen kipukohta löytyy et miten tätä vois niinku muokkaa? Ja sen takia mä oon ite hirveesti tänä syksynä esim rummuttanu niinku muotoilukoulutuksen muokkaamisen – tai niinku haluisin et sitä muokattais jotta sinne tuotais sitä liiketoimintaosaamista ihan vaa perustasolla.

**Sarianna:** Et jotta ihmiset ymmärtää et miten tehdään kannattavaa liiketoimintaa ja myös sekin et et mihin vaik esim sijoittajien rahoja loput pyydetään tai millasii hankintoja niillä tehdään, millasia satsauksia niinku mitä on tehty jo aikasemmin jotta samoja kuvioita ei toistettais uudestaan. Koska tätä näkee kans tosi paljon, Ne on hyvin samankaltaisia ne tarinat mitä siel on ollu ja miten noi asiat on menny ja et ei oo tietenkään ainoa asia, mut se et suunnitelijalla ei oo ymmärrystä kannattavan tuotteen tai taloudellisesti kannattavan tuotteen suunnittelusta ni se on iso kompastuskivi tuol.

**Laura:** Hei sit mennään sun intohimo kohteeseen. Sä oot maininnut että yksi sun intohimon kohteista on brändäys. Miten sä näät suomalaisen osaamistason, brändäyksen ja onnistuneen markkinoinnin suhteen?

**Sarianna:** Aina sanotaan tätä suomalaisten tosi hyvin suunnittelemaan tuotteita ja sit ajatellaan, että hyvä tuote myy itse itseään ja toteaa, että niinku markkinointiin tai myyntiin ei satsata niin paljon. Kyl mä näkisin että on edelleen totta. Mut ehkä se et Suomessa on hirvee dikotomia siinä et mikä nähään et mikä on markkinointi ja mikä ei. Et esim se et ku sul on hyvä tuote josta niinku lähtee vaik puskaradion kautta et hei tää on tosi hyvä tuote, kyllä sekin markkinointi tai et se on tollasta niinku ruohonjuuritason settii. Et ehkä ymmärtäis sen et kaikki kaikki vaikuttaa kaikkeen tai ylipäätänsä et sul on hyvä tuote mitä myydä. Tottakai helpottaa tosi paljon sitä myyntiin tai markkinointii. Mä väittäisin, että on tosi paljon osaavia ihmisiä. Ehkä se, ettei oo niin paljon isoja prokkiksia missä ihmiset ois voinu marinoitua tai saada kokemusta. Ja sitte ehkä se et ollaan pikkasen – toisaalta on hyvä kyl olla varovainen ja toisaalta liian varovaisia et ei ehkä erotuta tarpeeks. Et ois hyvä – etenkin jos mietin tätä mun omaa kenttää niinku muotoiluu ja muotii – nii olis hyvä lähtee niinku omalla kulmalla eikä vaan kaikki sillee et "minä inspiroidun luonnosta ja teen minimalistista", koska sitä on jo hirveen paljon.

**Sarianna:** Tottakai et jos on itselle ominta niin miksi ei mut jotenkin miten sais rakennettua siihen kiinnostavan kulman tai jotain mitä muut ei oo jo niinku tehny? Sori jos sivuun sun kysymyksiä ja en vastaa täysin.

**Laura:** Ei se haittaa ollenkaa. Tulee just just oikeat pointit. Mut hei mä jatkan tosta suomimuotiteemasta minkä sä mainitsit jo aikasemmin Ja Aalto-yliopistollahan on ihan niinku kreisi kansainvälinen rankkaus esimerkiksi muodissa. Niin niin tavalla et näkykö tää millään tavalla niinku kansainvälisillä markkinoilla? Oks meillä osaamista mennä sitte sen mejän suomalaisen osaamisen kanssa kansainvälisille markkinoille ja et vetoks siellä se luonto juttu?

**Sarianna:** Mä voin olla väärässä mun mä olin siis tota – nopee aasinsilta –siis mä järkkäsin täs pari viikkoa sitten oli Aalto Alumni Weekend, missä oli alumni ja puheenaiheet eri aihealueista ja mä ite järkkäsin Creative Business tai luovan alan liiketoiminta puhjaseinaariin. Ja sit siellä oli yks mun opiskeluaikojen – tai sain Pekka Mattilan sinne puhumaan. Yks mun opiskeluaikainen profesta ja tota ja sit mä olin antanut Pekalle tällasen pähkinä purtavaksi et voitko pitää viidentoista minuutin puheen teemalla et miksi suomalainen nuori muotoilu ja muoti ei nouse ja mitä voitaisiin tehdä jotta näin tapahtuis? Tää liity tähän mitä sä kysyt sillä et Pekka just sano sitä et ku aina niinku Suomi brandit lähtee maailmalle et Suomi ja metsä ja hiljaisuus ja näin. Mut ulkomaalaiset ei ymmärrä. Ihmisillä ei oo samanlaista kulttuurillista kontekstia tai sen arvostusta välttämättä. Niin eka sun täyty selittää et minkä takia metsä on niinku "It's a great thing" tai niinku et mitä niinku suomalaisuus tai tollanen merkkää ja sen jälkee sä rupeet niinku vast niinku promomaan tai selittää minkä takia sun tuote on valtavan hyvä tai brandi on valtavan hyvä ni se on itseensä niinku double the work tai siin on hirveä määrä duunia mikä sun pitää tehdä tai hirveen määrä kommunikointia kans mitä sun pitää yrittää selittää sille kohdeasiakkaalle tai niinku seuraajalle ennen kuin pääset siihen oikeesti pihviin et mitä sun pitäis tehdä jo niinku alunperin. Tätä on ehkä hyvä miettii meille tulevaisuuden tekijöille et jos tää olis – nyt tosi vahva kärjistys, tää on vaan mun mielipide, voin olla väärässäkin – mut jos se olis toiminu, ja jos niinku tää suomalaisuus tai metsän hiljaisuus ja inspiroidun luonnosta ja näin olis niin suuri valttikortteja ku mitä me kuvitellaan, niin eikö meil olis enemmän menestystarinoita tän pohjalta?

**Laura:** Tää on mun mielestä hyvä. Hyvä kysymys ja ehkä tää liittyy siihen mitä sä sanoit aikasemmin, että meillä on tapana. Ehkä suo suomimuotoilussa myös tarkastella niitä menneisyyden menestyksiä. Et ehkä ehkä en tiedä voiko näin radikaalisti sanoo, mut ehkä tavallaan se niinku Alvar Aalto stoori pitää keksiä uudestaan. Meidän pitää löytää jotain niinku toisenlaisii näkökulmiin myös sinne kansainvälisille markkinoille, koska se on niinku fakta, että Suomihan on liian pieni markkina oikeesti tämmösiin muoti menestystarinoihin et kyl sitä pitää hakee hakea tota jostain muualta.

**Sarianna:** Ja sit just palaten tohon mitä sä kysyit aikasemmin, siis joo kiinnostusta on niin valtavasti et jos et niinku jee Aaltolaiset suunnittelijat on voittanut vaik mitä kaikkia palkintoja nostetaan mediassa esiin, mut se mikä siin ontuu et se ei korreloi myynnin kanssa. Ensinnäkään ei oo ei oo niin paljo niinku myytäviä tuotteita, koska ei oo ollut varaa tuottaa varastoon tai niinku tolleen. Ja sitte ehkä myös se ymmärrys mikä niinku puuttuu et et kuka sun kohde asiakas on ja onkos niil varaa ostaa sun tuotteita? Kaikil ihmisillä ei oo varaa ostaa kahden tuhannen viidensadan euron trenssitakkia. Et se ymmärrys et jos et, kuka sun kohdeyleisö oikeesti on ja miten sä palvelet niinku heitä? Et toi on niin kuin mitä me näkisit, et meillä on ihan valtavan lahjakkaita suunnittelijoita, mut se niinku liiketoimintapuoli niinku ontuu tai se puuttuu. Löytyy tosi lahjakkaita, niinku entisiä kauppisopiskelijoita. Mut ehkä myös se, et sitte taas ei oo saatu tuotuu suunnittelijoita sitä puolta yhteen. Ja se toisaalta myös se, et suunnittelel pitäs olla perus haisu, et niinku tää 2500€ maksava trenssi ei välttämättä oo se cash cow, et se voi olla sellainen tai se ei oo se myyvin tuote, et se voi olla sellainen niinku näkyvyys tuote et sitä ihastellaan. Mutku sun pitäs kuitenkin saada niinku tota myytistä bulkkia kans millä sä pystyt maksamaan itsellesi palkkaa, millä pystyt maksaa sun työntekijöille palkkaa ja rakentaa toimintaa eteenpäin.

**Laura:** No hei, katotaan vaan tonne naapuriin. Ja totta, siellä on keksitty tämmösiä niinkuin uskomattomia pikamuotiin perustuvia liiketoimintoja. Mut et onks ne sit taas kuitenkin niinkun muodin tulevaisuus tai muotoilun kaan tulevaisuus? Tämä naapurin konsepti, ettei pelkästään liity muotiin vaan myös huonekaluihin. Miten sä näät että että tuleeko niin kun se markkina ole olemassa semmoselle niinku kertakäyttötavaraalle voi tullaks me jossain vaiheessa ihmisenä löytää joku joku toinen tapa tapa kuluttaa.

**Sarianna:** Mä luulen et tää on vaan spekulointia. Mä en oo alan ammattilainen tai tähän niinku syventynyt erityisesti. Mä kuvittelisin, että se ei oo mahdollista jatkaa loputtomiin, koska jos ylipäättään vaan miettii ilmastoja ja niinku ylitarjontaa ja näin. Mut mä kuvittelisin jonkin verran pikamuoti tai se niinku ylenkulutus siirtyy second handin puolelle. Et sit vaihdetaan asuja kaikkee tollasta samalla tahdilla. Mut toisaalta se hyvä puoli siin on et ne on sitte jo tuotettu tai et se siirtyy niinku sinne puolelle. Mut et just se et ku aina verrataan Suomea Ruotsiin niin tota se on hyvä vertailu tai sitä on hyvä miettiä mitä siel on löydetty, mitä on tehty eri tavalla, mikä on mahdollistanut sen menestyksen. Me ei toisaalta voida kopioida täysin tätä enää, koska me eletään niin eri ajassa ja meillä on eri ilmiöitä. Ja niinku heti just et kulutustottumukset esim muuttuu ja niinku näin. Se mikä olis sinänsä ehkä hyvä copy-pastee niinku Ruotsin puolelta on se et ei vaan se ei vaan suunnittelijat vaan nimenomaan brändien rakennus se niinku bisnes mallien ymmärrys. Jos miettii mitä innovaatioita esim H&M tai Ikea tai nää on tehnyt, nehän on tehnyt nimenomaan siel liiketoimintapuolella ne, eikä niinkään sen tuotemuotoilussa. Niin jotenkin ehkä senkin ymmärtäminen Suomessa, et se jo pelkästään vaan sitä suunnittelua et meillä on tosi hyviä suunnittelijoita jo, mut sen pitäs olla sen koko bisnes puolen ekosysteemin ymmärtäminen.

**Laura:** Hypätään hei opetuksen ja oppimisen teemoihin. Sä oot toiminut myös opettajana Aalto-yliopistolla ja Metropolia Ammattikorkeakoulussa. Mikä on sun opetusfilosofia?

**Sarianna:** Mun opetusfilosofia on yrittää antaa nuoremmille suunnittelijoille kaikki mitä mä en saanut mun opinnoissa. Asioita mitä mä oisin itse kaivannut niin paljon mun opinnoissani, et mä yritän antaa niitä eteenpäin seuraaville sukupolville. Mä opetan tälläkin hetkellä Metropoliasa ja mä meen opettajan Aaltoon nyt taas ens keväänä, mut et mä oon vetäny sellaista muotoilijan ammatillinen portfolio kurssi et mis käydään läpi et miten sä esittelet sun osaamista portfolioon tai kuvanäytteiden kanssa ja CV kautta ja motivaatiokirjeestä. Mä oon saanut tungettua sinne myös et miten sä teet asiakastarjouksen. Koska mitään tällaista ei käyty aikoinaan läpi, niin mä oon esim yrittäny olla just opiskelijoille sillee et suojelkaa itseenne et laittakaa sinne kommenttikierrosten määrä ettette hinkkaan sijoitu niinku loputtomiin ja tehkää tuntiarviot sen takia että myös suojelette itteenne. Et ei vaan niinku mee ihan loputtomasti aikaa. Ja sit ehkä myös tietty sellainen meidän alan parodiointisointi tai itseironinen huumorintaju liittyy kans mun opetukseen vahvasti.

**Sarianna:** Et jos teet tosi use esim. Ku tosi usein tuntuu et suunnittelijoilla tai muotoilijoilla jotenki on tällainen eetos toiminnan takana et silleen niinkuin maximum effort minimum profit et se on niinku et et sä teet ihan hirveesti duunia ja sä käsin ompelet tai hiot jotain puupintaa aivan loputtomiin, ja sit oot silleen et en mä voi myydä tätä kuitenkaan niin kalliilla hinnalla ulos. Sit mä oon yrittäny silleen kärjistäen mun opiskelijoille olla, että se et ei, et niinku work smarter not harder et työskentelee mielummin silleen vähemmä mut järjellä, et sillee minimum effort maximum profit, et mikä on niiku sun silleen tai miten sä voit oikeesti hyödyntää sun aikaa parhaiten ja joista et miten sä saat parhaan tuloksen ulos pienemmällä työmäärällä.

**Laura:** Mä luulen et oon tosi tärkeet. Itse asiassa yleisestikin ottaen niinkun työ elämään liittyviä teemoja. Mä ite rakastan tätä work smarter not harder ajattelua, koska kun kattoo tän hetkistä niiku työelämän tahtia, oot sitte palkkatöissä tai yrittäjänä, niin usein se tahti on aika kova. Ja jotta tavallaa siinä tahdissa pysyy mukana, ni sä et itse asias voi joka ikistä yksityiskohtaa aina olla hinkkaamassa tai itseises. Monet ihmiset aika perfektionistia ei ja tunnu ehkä et tunnollisuus on kans semmonen suomalainen helmasynti. Niin monet haluun tehdä tosi tunnollisesti asioita. Mut sit taas liiketoiminnan näkökulmasta se, että sä löydät tapoja tehdä asioita helpommin ja tehokkaammin, niin sehän on nimenomaan se mikä niinkun tekee siitä liiketoiminnasta kannattavampaa. Ja tää on semmonen minkä iteki oon huomannu kun opettanu nuoria muotoilijoita luovalalla työskenteleviä henkilöitä et he ajattelee et se on jotenkin niinku et se heidän niinku taiteellinen imputti jotakin huonompaa jos he keksivät tavan niinku tehdä omaa työtänsä paremmin.

**Sarianna:** Mut se on oikeesti jonkin verran varmaa luova puolella edelleen tää kärsivä taiteilijan stereotypia et mun pitäis kärsii sun tekemisen eteen tai niinkun näin. Ja mä muistan kun mä olin ite opiskellen ja toi tietty joukko sellasia ns kapinalliset et me oltiin et hei tää on duuni että pitäis olla täs pitäis saada rahaa. Tällä pitäis pystyy elättää itteensä eikä vaan se silleen grandiose et minä kärsin taiteeni takia. Ehkä just sen takia yrittää niinku opetuksessa tuoda tota niinku ihan vaan se et joku on sanonut sulle noin ja saat niinku kuullut ton jostain, koska niinku sekin voi tehdä ja paljon. Se voi jäädä kytämään niinku hyvin tunnollisena tai perfektionistille ihmiselle. Et koska ei se tavoitteena olis myös se, että ihmiset ei polttais itteään loppuun tai et ketä varten sä olet perfektionisti? Et se et usein ihan vaan se 80% tai 70% saa riittää, etenkin jos saat palkkatöissä.

**Laura:** Ja sit mun mielestä niinku näille tuleville luovalla yrittäjällekin, mä aina kysyn että et paljon sä haluut ja paljo sun pitää tienata kuussa rahaa, että sä voit elää sellaista elämää kuin sä haluut elää. Niin, kyllähän siitä voi lähteä sit back-castaamaan sitä, että kuinka monta tuntia pitää myydä tietyllä hinnalla tai kuinka monta tuotetta tietyllä hinnalla. Ja sitte että mitä siel on erilaisia velvotteita liittyen esimerkiksi veroihin ja YEL:n ja kaikkeen muuta sellasta ni sit ku sä ite lasket sen semmoseen kokonaisuuteen ni sit sä näät että mitä se tarkoittaa minulle henkilökohtaisesti. Tää esimerkki nyt toki oli oli tavallaan freelance yrittäjän niinkun esimerkki, mutta siitä se lähtee ja usein tota kaa keskustelu ei edes käydä, että kun työllistät itsesi niin mitä se tarkoittaa että saat maksettua itsellesi joka kuukausi palkkaa?

**Sarianna:** Ei mut just tää niinku kans mitä mä yritin Aalto Alumiini Weekendissä mun opetukses tolleen koska just mitä ei ehkä hirveen helposti nähä niinku esim. Aalto Artsin ulkopuolella. Et se tilanne sil jo mitä ne käydä läpi. Referoin taas Pekka Mattila mut se oli vaa sillee et se eka kertaa ku se opetti niinku artsilaisi opiskelijoidensa et se oli ensimmäinen kerta kun hänen on täytynyt perustella kauppakorkeakoulussa et miksi on tärkeää tehdä myyntiä. Et toi on se taso mistä me lähetään. Et niinku et ei oo mitään. Ja just et esim sä sanoit tota et niinku on käyty läpi et kuinka back-trackataan et siellä toki et haluaisi tällasen elintason, kuinka paljon mun pitää laskuttaa tai mitä kaikkee kustannuksisii jua näin. Meil ei käyty mitään tollas läpi ever. Et sillee niinku jotenkin yrittää säästää niinku tulevi sukupolvi siltä et niitten täytyisi itse löytää kaikki tai niinku käydä kaikki läpi, koska tottakai kyllähän oma-aloitteisuudella on merkitystä, mut on paljon todennäköisempää et jengi opettelee vapaa ajalla vaik niinku piirtään tai kaavotaan, kun taas se et sä opettelisit vapaa ajalla

käyttään Exceliä niinkö se siin on sellainen niinku kyllä sitäkin tapahtuu, mut se on paljo harvinaisempaa.

**Laura:** Jos sun pitäis nytt niinkun listata pari asiaa mitkä ois tärkeimpiä asioita opettaa nuorille muotoilun opiskelijoille, niin mitä ne olisi?

**Sarianna:** Ehkä tai just et se et ehkä et sä riität niinku vähemmälläkin, et se on tosi tärkeet niinku saada opetettu niille, et se on hirveen usein niinku luovan alan tekeminen niin henkilökohtaista, et jotenkin et sais vähän niinku erkaannutetuu ihmisistä, et sä et ole yhtä kuin sun työ, et sun ihmisarvo ei ole yhtä kuin sun taiteellinen ilmaisu. Et mä näkis et se on tosi tärkeetä et jotenkin saa siihen sellast niinku ilmaa. Tai jotenkin toi koska toi on mikä ihmisiin kolahtaa tosi pahasti, mitä mä tunnistan itteeni nuorempana? Sit just et ihan tällaset perus liiketoiminnan realiteetit, koska tää on minkä takia mä ite tätä paasaa niin paljo on mulle jo nyt referoida tähän tutkimuksta, mut mä oon ymmärtäny et niinku prosentuaalisesti jos verrataan Aallon korkeakouluja ni kuitenkin artsis tulee jos ei eniten ni yhtenä eniten kuitenkin prosentuaalisesti yrittäjiä, niin se tuntuu ihan hirveältä et sieltä kuitenkin jengi päättyy yksityisyrittäjiks tai niinku tekeen omaa vaatebrändiä tai mikä se nyt onkaan ja sit siellä jo mitään käyty läpi.

**Laura:** Siel on tietty semmoisia niinku rakenteellisia asioita, et monethan luovan alan luovaa alaa opiskelleista henkilöistä valautuu pakko yrittäjiksi myöskin. Niin niin tota, kyl mä oon yrittäny ainakin ite omalla sit taas opetustyön nimenomaa tukea sitä, että että tavallaan sitä yrittäjyyttä ei nähtäisi niin pakkona. Mut se pakkoyrittäjyys kuvahan nimenomaan tulee siitä jos ei ikinä ni käydä läpi tavallaan niitä erilaisiin vaihtoehtoja, myös mahdollisuuksia mitä sit taas yrittäjyys myös tuo tullessaan. Ja sit vaan mietin sitä et Suomen pitäis olla niinkun maailman yrittäjäpositiivisin maa ja siihen on yritetty panostaa tosi paljon. Mutta silti mä kyl ite niinku tunnistan meidän yhteiskunnassa aika paljon semmosta yrittäjävastaisuutta mikä tulee nimenomaisesti rakenteista ja sit yhdistää siihen vielä tavallaan niinku toimialaa ja sen semmosta opetusta missä ei millään tavalla käydä käydä sitä yrittäjyyttä läpi, niin siinä hukataan helposti aika monta mahdollisuutta.

**Sarianna:** Mut just näin. Ja ylipäätään se et miten sit puhutaan tai tai niinku just toi et eihän siis kenenkään ole pakko ryhtyä yrittäjäksi ni pitäis olla näin. Mutta tuota niinku esille et mitä hyötyy siitoin mitä sä voit saavuttaa sillä josta nimenomaan et pääsekään niinku tekeen sun omaa juttua? Tai niinku näin ja ehkä sekin vaik ei... On täysin ok jos ei halua koskaan ryhtyä yrittäjäksi. Mut et se niinku yritystoiminnan ymmärtäminen että et mitä siellä tapahtuu niin sitä mun mielestä ois hyvä tuoda myös ihan niinku muuhunkin koulutukseen, jotta jos ymmärrys siitä et miten yritykset pyörii ja just et se että yrityksen täytyy pyöriä jotta palkatyöntekijät saa myös palkkaa.

**Laura:** Ja sit jos miettii ylipäänsä työllistymistä, niin onhan sun paljon helpompi työllistyä esimerkiksi vaikka muotoilijana johonkin organisaatioon, jossa ymmärrät sitä liiketoiminnan perusteita ja ydintä siellä. Yhä enemmän kuitenkin nähään työelämässä sitä, että on kauheasti kysyntää isommille osaajille, jotka pystyy yhdistää tekniikkaa ja taloutta, pystyy yhdistää muotoiluja, bisnestä ja niin edespäin. Et se ei oo ehkä enää niin mustavalkoista myöskään, että minkälaisia ne urapolut on kun opiskelet jotain tiettyä ainetta?

**Sarianna:** Just näin. Ja siis just mitä ollaan puhuttu tästä oppimisen teema et joo totta kai sul on sun syväosaaminen minkä sua kiinnostaa ja niinku mihin sä myös profiloidut mut etsi tuloisesti ymmärrys siitä et mitä niinku koko lafkassa tapahtuu tai mitä alalla tapahtuu. Niin toi on kanssa et jotenki silleen save yourself et sais sitä tietoa jaettua eteenpäin.

**Laura:** Jos voisit vielä lopuksi antaa yhden neuvon meidän kuulijoille, mikä se olisi?

**Sarianna:** Tää on niin klisee, mut et ole utelias, laita ihmiselle viestii. Kysy ihmsten mielipiteitä, kysy neuvoja tai juttele erilaisten ihmisten kanssa et toi on niinku ehkä muotoilus jotenkin on tosi tärkeetä

myös mennä oman alan ulkopuolelle ja niinku laajentaa sitä skaalaa et keiltä ihmisiltä hankit sun viisauden tai tälleen.

**Laura:** Hyvä. Kiitos Sarianna, että saat sun tarinan meille ja kiitos myös teille kuulijoille! Käykää tutustumassa Aalto-yliopiston elämänlaaisen oppimisen tarjontaan osoitteessa [aalto.fi/lifewidelearning](https://aalto.fi/lifewidelearning). Ja seuratkaa meidän podia sinun suosimassa toistopalvelussa. Me jatketaan mielenkiintoisten haastattelujen parissa ensi tuotantokaudella. Mun nimi on Laura Sivula ja tää oli Osaamisen Aalloilla -podcast.