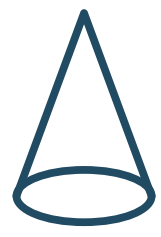




Muotoilijan työkirja

2021



Sisällysluettelo - Table of Contents

Alkusanat	3
<i>Foreword</i>	3
Millainen on hyvä muotoilijan portfolio?	4
Muotoilutyön hinnoittelu – se kuuma peruna!	5
<i>What makes a good designer portfolio?</i>	6
<i>Pricing design work – the hot potato!</i>	7
Mitä on IPR?	8
<i>What is IPR?</i>	13
Yrittäjyys muotoilijan urapolkuna	17
<i>Why become an entrepreneur?</i>	18
Vinkkejä piilotyönhakuun	21
<i>Tips for finding hidden jobs</i>	22
Sanoita asiantuntijuutesi!	24
<i>Putting your expertise into words</i>	27
Miksi liittyisin Ornamo-TEK-kaksoisjäseneksi?	28
<i>Why should I become an Ornamo-TEK dual member?</i>	31



Alkusanat

Tämä työkirja on sinulle muotoilija, joka haluat tietää lisää työelämästä, tunnet epävarmuutta yrittäjäksi lähtemisestä tai haluat tutustua sinun etuasi ajavien liittojen kuten Tekniikan akateemisten tai Ornamon toimintaan.

Erityisesti muotoilun opiskelijat ja valmistuneet muotoilijat ovat selvästi hankalammassa asemassa verrattuna alan konkareihin. Tiedot ja taidot työelämästä voivat olla hyvinkin sirpaleisia ja siksi, halusin tuoda tietoa yhteen ja antaa vinkkejä siitä mistä saada lisää apua pulmiin. Työelämäasioissa ei tarvitse jäädä yksin.

Muotoilijan työkirja sai alkunsa helmikuussa 2021, kun tutkintovastaavani kertoi tyttärensä saaneen TEKin Työkirjan, oli itsekin tutustunut tähän ja inspiroitunut Työkirjasta.

Foreword

This guidebook is for you, a designer who wants to know more about working life, feels unsure about becoming an entrepreneur or wants to learn more about the work of unions who supervise your interests.

Design students and recently graduated designers in particular are in a much more difficult position than seasoned veterans in the industry. Their knowledge and skills in working life can be quite fragmented, which is why I wanted to gather this information together and provide tips on where to find more help with problems. You do not need to deal with work-related issues all on your own.

The idea for a designer's guidebook first came to being in February 2021 when the head of my degree programme told me their daughter had received TEK's Työkirja (job-searching and career guide) and they had looked at it themselves and were inspired by it.

Aloin jatkojalostamaan ajatusta ja otin yhteyttä Tekniikan akateemisiin. Sainkin tietää, että pääsen tekemään työkirjaa TEKiin.

Heti oli selvää, että työ vaatii osallistamista, opiskelijoiden kuuntelemista ja asiantuntijoihin tutustumista. Pidin kesäkuussa 2021 työpajan muotoilun opiskelijoille Metropolia ja Aallossa ja oikeastaan sen jälkeen työkirjan sisältö oli selvä.

Erityisesti opiskelijat halusivat tietää yrittäjyydestä, portfolioista ja miten sanoittaa oma osaamisensa. Kaikki toivottu ei tähän kirjaan mahtunut, mutta saat varmasti vinkkejä, mistä saat avun. Tätä työkirjaa kannattaa käyttää yhdessä TEKin Työkirjan kanssa, jolloin ne täydentävät toisiaan.

Toivotan antoisia lukuhetkiä kirjan parissa.

I started to develop the idea further and contacted Academic Engineers and Architects in Finland TEK. The next thing I know I was told I would be able to work on the guidebook at TEK.

It was clear from the start that the work would require inclusion, listening to the students and learning more from experts. In June 2021, I held a workshop for design students from Metropolia and Aalto, and the contents of the guidebook were pretty much clear after that.

The students wanted to learn more especially about entrepreneurship, the portfolio and how to put their expertise into words. Not everything could be included in this guide, but you will find tips on where to seek more help.

Maria Jokinen

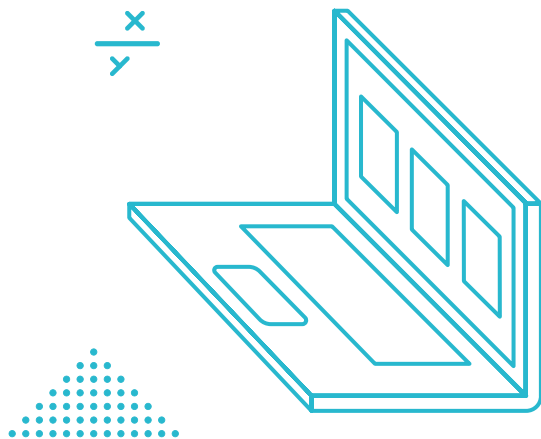
*Opinnäytetyöntekijä
Teollisen muotoilun opiskelija*

Kiitokset/Thanks to Jari Jokinen, Merja Kosonen, Ida Rantanen, Juhani Nokela, Matleena Kantola, Helena Hagberg, Fanny Posti, Panu Laturi, koko TEKin porukka/whole TEK group, Petra Ilonen & Ornamo ry, haastatellut/interviewed, Metropolia Ammattikorkeakoulu, ystävät/friends & Rosita

Millainen on hyvä muotoilijan portfolio?

Portfolio on työnäyte omasta osaamisesta ja muotoilijalle keskeinen työnhaun dokumentti. Muotoilun opiskelijat hyödyntävät portfolioa hakiesaan työtehtäviä, työharjoittelupaikkoja sekä vaihto-opiskelupaikkoja.

Hyvässä portfolioissa muotoilija esittelee ja kommunikoi osaamisestaan visuaalisesti, kirjallisesti ja verbaalisesti. Portfolioissa osaaminen on esitetty mahdollisimman visuaalisesti ja sen ulkoasu on viimeistelty. Visuaalisia materiaaleja täydentävillä teksteillä voi kertoa mm. asiakkaasta, millainen suunnittelutehtävä oli, mitä ongelmia ratkaistiin ja millä keinoilla sekä omasta roolista yhteistyöprojektissa. Portfolion ja CV:n tekstit on mietittävä tarkoin ja kirjoitusvirheitä ei saa olla. Portfoliossa ja sen ajan tasaisuudesta sekä linkkien toimivuudesta tulee pitää huolta. Laadukkaasti toteutettu portfolio antaa monipuolisen ja hyvän kuvan tekijän ammatti-identiteetistä.



Muotoilijan ja suunnittelijan portfolioissa listattuja taitoja ovat: piirustustaito ja luonnostelutaidot, visualisointitaidot, mallinnustaidot, protoilutaidot, konseptointitaidot ja -suunnittelu, ideointi, viimeistelytaidot, prosessin kuvaus, vuorovaikutteisuus, asiakastyöt, pakkaus- ja logosuunnittelu, kilpailu- ja näyttelyosallistumiset, näyttelysuunnittelu, harrastukset sekä muu erityisosaaminen. (Ryttilahti 2021, 59) Työkokemuksen puutetta voi kompensoida olemalla mukana non-profit-projekteissa, osallistumalla kilpailuihin tai tekemällä kuvitteellisia projekteja. (Kujala, 2016)

Vähimmäisvaatimuksena portfolioissa on, että hakija tuo esiin muotoiluosaamisen lisäksi ongelmanratkaisutaitoja sekä ajatteluprosessiaan. Portfolioa voi räätälöidä haettavan työtehtävän mukaan. Useita erilaisia työpaikkoja haettaessa verkkosivuportfolion rakenteen voi suunnitella teemojen, esimerkiksi tuotemuotoilu, palvelumuotoilu jne. avulla. Näin voidaan pyytää työnantajaa tutustumaan erityisesti esim. hakijan palvelumuotoiluprojekteihin.

Merja Kosonen

Tutkintovastaava,
Metropolia Ammattikorkeakoulu



Lähteet

Ryttilahti, P. 2021. Koulujen portfolioikäytänteet. Teoksessa Känkänen, A. & Putkonen, E. (toim.). Finnish Design Academy. Kooste hankkeen toimenpiteistä. LAB ammattikorkeakoulun julkaisusarja, osa 20.

Kujala, A. & Rosvall, P. & Hautamäki, A. & Vaajakallio, K. 2016. Kuinka saada ensimmäinen työpaikka muotoilijana. [Viitattu 1.8.2021] Saatavissa <https://www.ornamo.fi/fi/artikkeli/kuinka-saada-ensimmainen-tyopaikka-muotoilijana/>



Muotoilutyön hinnoittelu - se kuuma peruna!

Muotoilijan ydinosaamista on luova suunnittelutyö, mutta miten sen voi hinnoitella? Moni muotoilija painii tämän kysymyksen kanssa, eritoten uransa alkuvaiheessa. Isoimpana haasteena on se, ettei hinnoitteluun ole alalla selkeää ohjeistusta toisin kuin useilla muilla suunnittelun sektoreilla. Tästä syystä moni muotoilija kääntääkin katseensa sisustusarkkitehtien ja suunnitteluinsinöörin ohjeistusten puoleen. Muotoilutyön hinnoitteluun kaivattaisiin läpinäkyvyyttä ja se tulisi myös päivittää vastaamaan tämän hetken työmarkkinoita.

Miksi hinnoittelu on kaiken a ja o? Nykypäivänä moni muotoilija toimii yrittäjänä tai kevytyrittäjänä. Tämä yrittäjänäkökulma tulee monille, erityisesti uransa alkuvaiheessa oleville muotoilijoille yllätyksenä. Muotoilijan tulee kiinnittää huomiota oman työn hinnoitteluun, sillä yrittäjänä tarjoat suunnitteluosaamistasi. Janita Korvan Ornamo Ry:lle kirjoittamassa Työn iloa -oppaassa on avattu suunnittelutyön kustannusrakennetta suunnitteluinsinöörin näkökulmasta ja se antaa hyvää osviittaa myös muotoilijoille. Kustannusrakenne auttaa hahmottamaan sitä, mistä osaamisen hinnoittelussa on kyse: miten kattaa kustannukset ja mitä minulle jää muotoilijana lopulta käteen?

Mitä myyn ja kenelle? Hinnoittelussa sinun kannattaa asettua asiakkaan saappaisiin ja miettiä mitä konkreettista lisäarvoa tarjoat hänelle.

Hinnoittelussa kustannusrakenne on tärkeä ottaa huomioon, mutta kuitenkin lähestyä hinnoittelua mieluummin ostajan näkökulmasta, jotta tarjoukseksi on relevantti ja kiinnostava. Kun olet uran alussa, on tärkeää saada referenssejä ja kokemusta, jolloin kannattaa miettiä mitä hyötyä yhteistyö tuo sinulle palkkion lisäksi. Hedelmällisimmässä tilanteessa luot yhteistyösuhteen yrityksen kanssa, joka jatkuu myös ensimmäisen projektin jälkeen. Sopimukset yritysten kanssa vaihtelevat, ja sinä päätät minkälaiseen yhteistyöhön sitoudut. Kannattaa ottaa myös huomioon se, että yritykset voivat tarjota sinulle hyvin erilaisia mahdollisuuksia; myyntivolyymiltaan suurempi yritys voi tarjota sinulle sopimuksessa pienempää rojaltia, mutta pitkässä juoksussa, esimerkiksi laajemman myyntiverkoston vuoksi, saat kuitenkin suuremman kompensaaation työstäsi.

Mieti mikä on sinun muotoilun supervoimas! Kun tiedät mitä erityistä osaamista yritykselle tarjoat, niin suunnittelutyö on helpompi hinnoitella. Pääasia on, että aloitat heti, jo koulun penkillä, oman työn myynnin ja markkinoinnin, jotta pääset keskustelemaan yritysten kanssa yhteistyöstä ja jäisit yritysten mieleen. Ja muista, että myyt osaamistasi ihmiseltä ihmiselle. Kysy meiltä Young Finnish Designilta apua oman uran edistämisen kaikissa kysymyksissä. Missionamme on auttaa nuoria muotoilijoita työllistymään.

Muotoilijoilta muotoilijoille,

Elisa Luoto

Cofounder Young Finnish Design



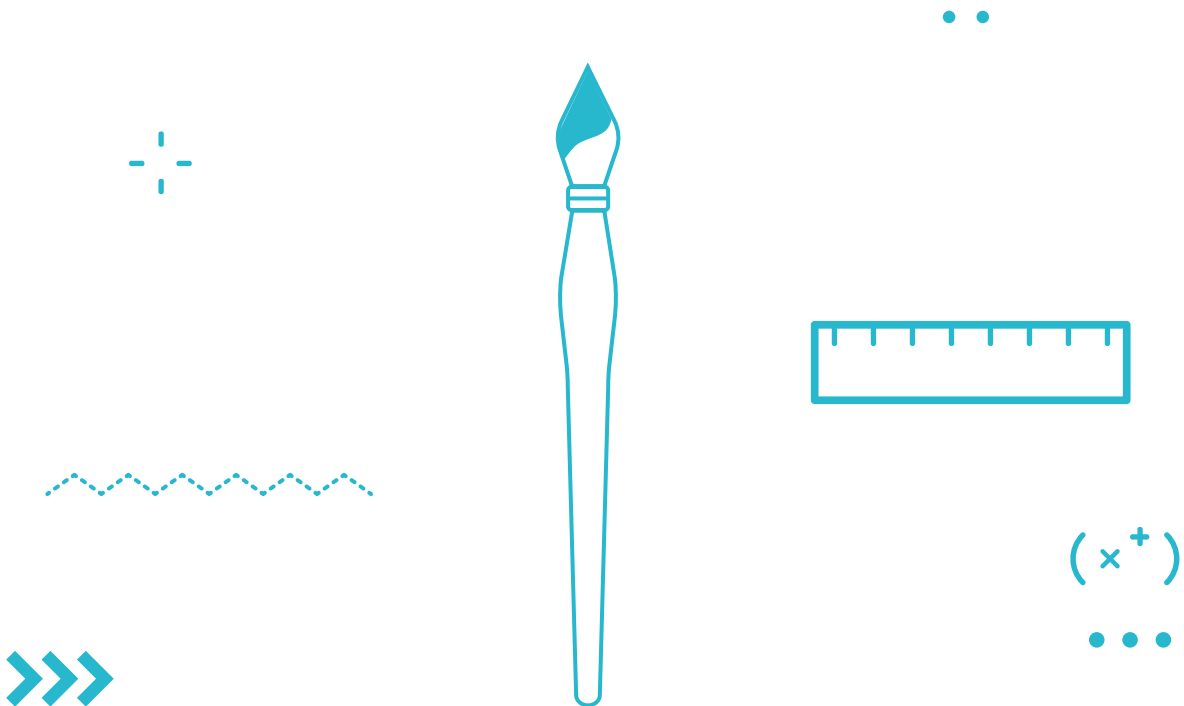
What makes a good designer portfolio?

A portfolio showcases your competence and is an essential job-seeking document for designers. Design students use portfolios when they apply for jobs, internship positions and exchange student programmes.

In a good portfolio, the designer demonstrates and communicates their competence in a visual, written and verbal form. Your portfolio demonstrates your competence as visually as possible and its layout is carefully polished. The texts that supplement the visual materials can describe, for instance, the client, the type of design task, the problems and how they were solved, and the designer's role in a collaborative project. The texts in the portfolio and CV should be carefully planned and there should be no spelling mistakes. You should maintain your portfolio, making sure it is up-to-date and the links work. A high-quality portfolio gives a versatile, positive impression of the author's professional identity.

The skills listed in a designer portfolio are: drawing and sketching skills, visualization skills, modelling skills, prototyping skills, conceptualization skills and conceptual design, ideation, finishing skills, process description, interaction, client assignments, packaging and logo design, competition and exhibition entries, exhibition design, hobbies and any other special talents. (Rytilahti 2021, 59) A lack of job experience can be compensated by taking part in non-profit projects, entering in competitions or completing imaginary projects. (Kujala, 2016)

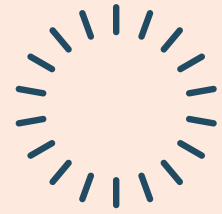
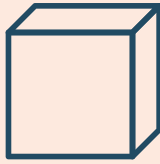
The minimum requirement for a portfolio is that the applicant not only describes their design skills, but also their problem-solving skills and thought process. You can customize your portfolio for specific job applications. When applying for several different jobs, you can design the structure of your portfolio website according to themes, such as product design, service design etc. You can then ask the employer to look at e.g. your service design projects, in particular.



Sources

Rytilahti, P. 2021. Koulujen portfoliokäytänteet. In Känkänen, A. & Putkonen, E. (eds.). Finnish Design Academy. Kooste hankkeen toimenpiteistä. LAB University of Applied Sciences publication series, part 20.

Kujala, A. & Rosvall, P. & Hautamäki, A. & Vaajakallio, K. 2016. Kuinka saada ensimmäinen työpaikka muotoilijana. [Referenced 1.8.2021] Available at <https://www.ornamo.fi/fi/artikkeli/kuinka-saada-ensimmainen-tyopaikka-muotoilijana/>



Pricing design work – the hot potato!

A designer's core competence lies in creative design work, but how do you set a price for it? Many designers struggle with this question, especially in the early stages of their career. The biggest challenge is that there are no clear industry guidelines for pricing, unlike in many other design sectors. Due to this, many designers turn to the guidelines for interior architects and design engineers. There is a need for transparency in the pricing of design work, and it should also be updated to reflect the current labour market.

Why is pricing so crucial? Many designers these days work as entrepreneurs or light entrepreneurs. This entrepreneurial perspective comes as a surprise to many designers, especially ones who are just starting their career. Designers should pay attention to how they price their work, because as an entrepreneur, you are offering clients your design competence. Written by Janita Korva for Ornamo Art and Design Finland, "Työn iloa!" is a guide that explains the cost structure of design work from the perspective of a design engineer and it provides useful tips for designers as well. The cost structure helps to understand what pricing your expertise is all about: how can I cover the costs and what am I ultimately left with as a designer?

What am I selling and to whom? When you set a price for your work, you should put yourself in the client's shoes and think about what concrete added value you bring to them. It is important to consider the cost structure in pricing, but still approach pricing

rather from the buyer's perspective to ensure your offer is relevant and appealing. At the start of your career, it is important to gain references and experience, so you should also consider what other benefits cooperation can give you besides a financial compensation. In the most beneficial situation, you establish cooperation with a company that will continue also after the first project. Agreements made with companies vary, and you decide what type of cooperation you can commit to. You should also keep in mind that companies can offer you a wide variety of opportunities; a company with a higher sales volume may offer you a smaller royalty in their agreement, but in the long run you may end up receiving a higher compensation for your work due to, for instance, a wider sales network.

Think about what your design superpower is! Once you know what special expertise you can offer to a company, it is easier to price your design work. The main thing is that you start selling and marketing your work immediately, even while you are still studying at school, to be able to discuss cooperation with companies and help them remember you later on. And remember, you are selling your competence person-to-person. Ask us at Young Finnish Design for help in any questions related to advancing your career. Our mission is to help young designers find employment.

By designers, for designers,

Elisa Luoto

*Cofounder, Young Finnish Design
Entrepreneurship as a career path for designer*



Jussi Ilvonen, mitä on IPR?

IPR (engl. *intellectual property rights*) tarkoittaa immateriaalioikeuksia, joiden tarkoitus on suojata yrityksen tai henkilön aineetonta omaisuutta, kuten taideteoksia, malleja, keksintöjä sekä erilaisia yritystoiminnan tunnuksia, ulkopuolisten luvattomalta käytöltä. IPR voi toimia sekä suojakeinona että ansaintavälineenä. IPR:a käytetään usein varmistamaan kilpailuetua markkinoilla, ja se on kilpailuedun yksi muoto. Se pitää sisällään monta immateriaalioikeustyyppiä ja riippuen siitä, miten kokonaisuutta hahmotellaan, siihen mahtuu immateriaalioikeustyyppisiä suojan muotoja.

Immateriaalioikeudet lain näkökulmasta oikein voimaan saatettuna tuottavat yksinoikeuden suojan kohteeseen. Yksinoikeus tarkoittaa, että lain nojalla kukaan muu, oli se sopimusosapuoli tai ei, ei saa käyttää ilman lupaa suojan kohteita niissä maissa, joissa suoja on voimassa.

Miksi IPR:n pitäisi sitten kiinnostaa muotoilun opiskelijaa tai vastavalmistunutta?

Immateriaalioikeudet ovat korostuneen tärkeitä luovilla aloilla, mutta laajemminkin tietointensiivisillä aloilla ja innovaatiobisneksessä. Okeastaan voi sanoa että IPR:n kannattaa aina kiinnittää huomiota. IPR:ssä hienoa on juuri se, että sen avulla pienikin toimija voi saavuttaa suojaa suuriakin pelureita vastaan markkinoilla. Samalla IPR on kanava myös kansainvälistymiselle ja ansainnalle verraten kevyellä tavalla hyödyntäen lisensointia strategisesti. Seuraavassa tärkeimmät syyt hieman tarkemmassa puinnissa.

1. Useimmille tärkein syy, miksi asian pitäisi kiinnostaa on suojaus: että suojaa omaa luovaa työtä lähtökohtaisesti. Oma design on "vapaata riistaa" markkinoilla jäljittelijöille, jos minkäänlaista IPR-suojaa ei ole voimassa. Monella opiskelijalla saattaa olla jo opiskeluaikana omia tuotemalleja tai muita luomuksia, joita haluaa esitellä esim. kotisivuillaan tai messuilla mahdollisille kiinnostuneille kumppaneille ja asiakkaille. Ilman vähintäänkin huolellista tilannekartoitusta ennen julkistamista ollaan valitettavasti aina riskaabeleilla vesillä. Hyvä uutinen on se, että yksittäisen tavaramerkin tai mallioikeuden rekisteröinti ei ole kohtuuttoman kallis investointi orasta-vaakaan muotoilubisneistä suojaamaan.

Jos mallilla on lakisääteinen yksinoikeus, siihen voi kaikkein pieninkin vedota tehokkaasti. Yksinkertaisesti, suoja on todella tärkeä ja ilman suojaa luovan työn tulos on vapaata riistaa.

2. Lisäksi voi tulla tilanne, jossa tekijän tietämättä joku muu on jo tehnyt esimerkiksi samanlaisen mallin, jota tekijä lähtee kaupallistamaan, ja tulee sitten niissä merkeissä kimppuun. Tässä kohtaa säästetään herkästi tuhansia euroja selvitys- ja oikeuskuluja, jos konfliktin pääsee ratkaisemaan esittämällä kopion

vaikkapa oman mallin mallioikeusrekisteröinnistä. Siten IPR:ään huomion kiinnittäminen jo ennen julkistamista tai sopimista, mieluiten IPR-asiantuntijan avustuksella, on omiaan suojaamaan omaa selustaa. Alkuun pääsee hyvin itsenäisestikin: esimerkiksi Patentti- ja rekisterihallituksen (PRH) mallioikeusrekisteristä pääsee itse maksutta tarkistamaan samankaltaiset Suomeen rekisteröidyt mallioikeudet, minkä jälkeen voi itse varmemmin mielin hakea mallioikeuden rekisteröintiä omalle mallilleen. PRH:sta saa myös rekisteröintiin liittyvää neuvontaa maksutta.

Kolmas syy kiinnittää IPR:ään huomiota yritystoiminnan aikaisesta vaiheesta alkaen on IPR:ään liittyvä ansainta-arvo ja ansainta. Muotoilija tai yritys, joka haluaa kaupallistaa omaa malliaan, on kiinnostavampi kumppanien ja rahoittajien silmissä, mikäli suojaus on kunnossa. Lisäksi jos myöhemmin haluaa myydä oman yrityksen ja siellä on suojattua IPR:ää, on yrityskin arvokkaampi. Ei ole harvinaista, että luovan alan yritykseksi kasvaneen brändin peruskivenä toimiva tavaramerkki tai tavaramerkit muodostavat suurimman osan koko yrityksen arvosta.

Ansaintatyökaluna IPR:ää voi käyttää kaupallistamisen työkaluna esimerkiksi näin, kun on malli ja mallisuoja rekisteröitynä EU:hun. Muotoilija (tai vaikkapa tämän agentti) menee esittelemään malliaan eurooppalaisille messuille, mitä kautta muotoilija tapaa valmistajien edustajia ja alkaa tekemään sopimuksia kaupallistamisesta. Suojattu mallioikeus huomioidaan sopimuksissa siten, että kaikki hyötyvät. Laajemminkin kaupallistamisriskejä jaetaan sopimukseen kirjatulla tavalla saadun hyödyn mukaan.

Oikeuksien myymisen sijaan usein kannattavinta on neuvotella käyttöoikeus- eli lisenssisopimuksesta diili, jossa myönnetään useammille yhteistyökumppanille (esim. paikallinen suurempi valmistaja-myyjä-yhtiö) samaa suojattua mallia koskeva yksinomainen tai rinnakkainen oikeus valmistaa ja myydä malliin perustuvia tuotteita tietyissä maissa. Tietyn ajanjakson ajan valmistaja saa joissakin Euroopan maissa, missä mallioikeus on voimassa yksinoikeuden tai rinnakkaisen oikeuden valmistaa ja myydä malliin perustuvia tuotteita. Ihanteellisesti näin muotoilijalle syntyy useita uusia rojaltilvirtoja ja brändipresenssiä mallin kaupallistamisesta – kaikki tämä ilman, että muotoilijan tarvitsee itse aktiivisesti kaupallistaa tuotteita ulkomailla.

Lisäksi jos joitain ongelmia ilmenee, myös valmistajalla on jotain kättä pidempää, jolla valmistaja puolustautuu jäljittelyä vastaan. On siis valmistajan kilpailuedun turvaamista, että malli on suojattu IPR:llä, mikä perustelee mallin kaupallista arvoa sopimusneuvotteluissa.





Mitkä ovat yleisimmät tavat suojata omaa designia muotoilijana?

Sekä aineellisia että aineettomia asioita voi muotoilla. Muotoilun lopputuloksena ei välttämättä synny mitään selkeärajaista esinettä tai muuta lopputuotetta. Lisäksi monenlaista suojan tarpeessa olevaa tietoa ja muuta oheisaineistoa voi liikkua suunnitteluprojektin aikana monissa käsissä moneen suuntaan. Näin ollen varsinkin laajassa mielessä muotoilun suojaaminen voi tarkoittaa montaa asiaa ja tätä kautta myös monen IPR-suojavaihtoehdon pohdintaa. Karkeistaen silti voidaan sanoa, että keskeisimpiä harkittavia IPR-suojamuotoja muotoilussa ovat mallioikeus, tavaramerkki ja tekijänoikeus. Tapauskohteisesti myös keksintöjen IPR-suojamuodot patentti ja hyödyllisyysmalli voivat nousta tärkeään asemaan, kuin myös varsinaisten IPR:ien ulkopuolella olevat suojakeinot liikesalaisuussuoja ja sopimukset.

Lähtökohtaisesti aina kun työn tuloksena on tuotemalli tai mallisto, jos työn tuloksena on joku tuote jota voidaan monistaa teolliseen mittakaavaan, mallioikeus voisi olla järkevä suojan muoto. Mallioikeus suojaa tuotteen ulkomuotoa tai sen osaa. Suoja on voimassa rekisteröitynä Suomessa (*ja useassa muussakin maassa*) enintään 25 vuotta, 5 vuotta kerrallaan.

Mallioikeus monesti muotoilun kohdalla paikkaa niitä puutteita, mitä tekijänoikeussuoja jättää, sillä

tekijänoikeuteen kuuluva teoskynnys on Suomessa muotoilun osalta muodostunut korkeaksi, verrattuna vaikkapa taideteoksiin, musiikkiin taikka kirjallisuudenteoksiin.

Vaikka tekijänoikeus ilman muuta voi suojata myös muotoilua, tekijänoikeus sinänsä suojaa hyvin laajasti erilaisia luovan työn ilmaisun muotoja kunhan ne ovat riittävän omaperäisiä. Kynnys että omaperäisyyden katsotaan ylittyvän on kuitenkin korkealla, ja moni muotoilija onkin vuosikymmenten saatossa yllättynyt siitä, että oma design ei saakaan tekijänoikeussuojaa. Jälkikäteen on huomattu, että ollaankin tyhjän päällä, kun ollaan sokeasti luotettu, että tekijänoikeus suojaa. Totuus on, että tuotemuotoilun kaupallistajan näkökulmasta on viisautta suhtautua aina hieman epäilevästi tekijänoikeussuojaan ainoana suojan muotona. Lisäksi kannattaa aina dokumentoida huolella omat työvaiheet ja työ – tällä voi olla jopa ratkaiseva merkitys etenkin sellaisissa kiistatilanteissa, joissa kiistan osapuolten IPR:ään liittyy epäselvyyksiä.

Tavaramerkki suojaa elinkeinonharjoittajan tavaroitten tai palveluiden erilaisia tunnuksia, eli suojana se on laaja-alainen ja taipuu moneen. Myös tuotteen ulkomuotoa voidaan monessa maassa suojata tavaramerkillä, eli se lähenee osittain mallioikeutta. Kuitenkin, toisin kuin mallioikeus, on tavaramerkki voimassa vain niissä tavara- ja palveluluokissa joihin se on rekisteröity ja se voidaan myös menet-

tää käyttämättömyyden vuoksi. Toisaalta tavaramerkki on pitkäikäisin IPR-muoto: se on voimassa useissa maissa 10 vuotta kerrallaan mutta on uusittavissa ikuisesti.

Suojauksen osalta kannattaa keskustella tarkemmin esimerkiksi mallikohtaisesti vaikka Ornamon juristin kanssa tai muun IPR:iin perehtyneen asiantuntijan kanssa. Kun käyttää asiantuntija-apua, voi itse keskittyä rauhassa omaan juttuunsa ja saada mielenrauhaa työskentelyyn sekä tuntuvaa helpotusta kaupallistamisen eri vaiheisiin – varsinkin kun on ensimmäisiä kertoja tekemässä kaupallistamiseen tai muuhun yhteistyöhön liittyviä sopimuksia.

Mitkä ovat yleisimmät mokat mitä IPR:n suhteen tehdään ja miten ne voisi välttää?

Itselleni mieleen tulee kolme skenaariota, jossa usein tehdään virheitä, jotka olisivat suhteellisen helposti vältettävissä. Näitä havaintojeni mukaan tapahtuu niin muotoilualan yrittäjille kuin muidenkin alojen toimijoille.

Ensinnäkin: Usein unohtetaan, että on itsessään riski, jos lähtee julkistamaan tuotemalleja tai muita luovan työn tuloksia suojaamista miettimättä. Tämä johtuu siitä, että lain nojalla lähtökohta useimmissa maissa on, että jos malli on julkaistu, siihen ei enää saa suojaa.

Erityisesti tämä pätee mallioikeuteen ja uusien keksintöjen suojan muotoon eli patentin ja hyödyllisyysmallin kohdalla. Jos patentoitavissa oleva keksintö on tullut julkiseksi ennen suojan rekisteröinnin hakemista, ei suojaa voi saada. Tämä kannattaa muistaa niin oman markkinoinnin, kuin vaikkapa opinnäytetöihin tai kilpailuihinkin liittyvien omien muotoilutyön tulosten osalta. Pieniä poikkeuksiakin tähän uutuusvaatimukseen on, joiden osalta suosittelen konsulttoimaan asiantuntijaa etukäteen. Esimerkiksi Suomessa ja EU:ssa mallioikeuden rekisteröinnin osalta niin sanotun 12 kuukauden armonajan kuluessa julkistamisesta mallioikeuden voi vielä rekisteröidä. Tässä on teoriassa aina riski, että joku ulkopuolinen taho ehtii ensin, jos on havainnut mallisi ja haluaa ottaa siihen liittyvät oikeudet nimiinsä.

Mallioikeuslaissa on Suomessa ja ulkomaillaakin vähän vaihdellen peruslähtökohta, että jos olet kouluprojektissa tai kotisivuilla julkistanut mallin, et voi saada mallioikeutta rekisteröityä.

Patentti- ja hyödyllisyysmallin uutuus on ehdoton Suomessa ja useimmissa maailman maissa. Tämän mallin mukaan, jos tuote on hetkeksikin yleisölle julkistettu, ei voi saada patenttia tai hyödyllisyysmallia. Välillä paras voi olla, että koko homma pidetään salassa kokonaan tai osittain. Vähän niin kuin Coca-Colan resepti.

Toinen sudenkuoppa on, että oletetaan, että toisen designia ei saa varastaa, tai että IPR-suojamattomankin designin jäljittelyyn voi aina kieltää – vastaavalla logiikalla, kuin että toisen omistamaa autoa tai muuta esinettä ei saa ottaa luvatta

omaa käyttöön. Ei olla välttämättä tietoisia tekijänoikeudesta tai IPR:stä, vaan ajatellaan että toisen designiin ei kosketa. Vain suojattu aineeton omaisuus on sellaista, minkä käytön saa kieltää.

Ei pidä tuudittautua siihen, että kyllä minun pitää saada puuttua loukkauksiin siitä huolimatta, että olenko minulla mitään suojaa voimassa vai ei

Väärä oletus yksinoikeuksien osalta voi johtaa paitsi hallitsemattomaan jäljittelyyn, myös aiheuttaa moninkertaisia ongelmia omien sopimuskumppanien kanssa. Ulkopuolisten toimesta tapahtuvaan jäljittelyyn ei välttämättä pystytä puuttumaan, mikäli olettaa oman mallin olevan riittävän omaperäinen, olettaa tekijänoikeuden suojaavan designia ja lähtee sopimaan kaupallistamisesta, valmistamisesta ja myynnistä. Sopimuksessa voi lukea esimerkiksi, että muotoilija vastaa siitä, että ei loukkaa muiden oikeuksia tai siitä, että hänellä on oikeudet designiin. Tämän tyyppisiä ehtoja näkee monesti, ja neuvottelusta on kiinni miten suotuisat ehdot ovat muotoilijalle.

Kolmas tyypillinen moka liittyy useimmiten IPR:stä sopimiseen. Pahimmat sopimusmokat liittyvät vastuiden jakoon ja määrittelyyn. Näistä kannattaa neuvotella aina tiukasti, mutta toki hakien kohtuullista win-win-tilannetta huomioiden esimerkiksi osapuolten mahdollisuudet vakuuttaa riskejä sekä osapuolten sopimuksesta saama hyöty suhteessa vastuunkantoon. Muotoilijalle liian ankariin ehtoihin suostuminen on riski myös vastapuolelle, eli huolellinen neuvottelu on aina itsessään molempien osapuolten etu. Pahimpia IPR-sudenkuoppia voi olla esimerkiksi sopimus siitä, että muotoilija kaikissa tilanteissa on velvollinen puolustamaan kustannuksellaan kumppania, tai tuotevastuun säilyttäminen muotoilijalle, jos tuotteiden valmistus on kokonaan valmistajayhtiön vastuulla.

Nykyään ymmärretään onneksi jo paremmin, ettei allekirjoitettua sopimusta voi muuttaa lähtökohtaisesti, ellei sopimusehto itsessään salli sitä, tai jos toinen sopijaosapuoli ole suostuvainen muuttamaan sitä.

Sopimusneuvotteluissa käy herkästi inhimillisiä mokia, varsinkin jos ei ole aikaisempaa kokemusta tai asiantuntijuutta tällaisten sopimusten teosta. Silloin kannattaa herkästi tukeutua IPR:ää ja sopimusoikeutta tuntevan juristin apuun – mieluiten aina reilusti ennen neuvottelujen alkamista.

Ornamo on myös tuottanut materiaaleja ja sopimusmalleja, joihin voi tutustua. Materiaaleissa on muotoilijan kannalta lähtökohtaisesti hyviä ehtoja, eivätkä ne ole myöskään kumppanin kannalta kohtuuttomia.

Kun huomioi nämä asiat, ollaan jo tosi hyvissä kantimissa.

Olisiko vielä jotain, jota haluaisit sanoa muotoilun opiskelijoille?

Kannattaa asennoitua strategisesti IPR:n ja hankkia siihen liittyvää perustason sopimusosaamista.

Suojaus on parhaimmillaan kilpailuetu, neuvotteluvallti ja yksi avain kasvuun ja kansainvälistymiseen, kun ottaa henkisen pääoman haltuun. Kannattaa kiinnittää varhaisesta vaiheesta asti huomiota näihin, ja jos ei mitään muuta, niin yllättävän pitkälle vie jo yksinkertainen sääntö: pysähdy aina ajan kanssa analysoimaan tilannetta ja tarpeen mukaan aina asiantuntijan kanssa, ennen kuin teet ratkaisevia päätöksiä muotoilubisnekseksi, esimerkiksi muotoilun kaupallistamisen osalta.

Jussi Ilvonen

*Ornamo Ry
Juristi*



What is IPR?

IPR, or *Intellectual Property Rights*, mean incorporeal rights that are intended to protect the intangible assets of a company or person, such as artworks, designs, inventions and different business insignia, from unauthorised use by third parties. IPR protects intangible property and can act as both a safeguard and a means of generating earnings, and it is often used to ensure a competitive advantage in the marketplace. It can also be seen as one kind of competitive edge. IPR includes many kinds of incorporeal rights and, depending on how the issue is framed, it can include various forms of protection.

From a legal perspective, when incorporeal rights are promulgated appropriately they provide exclusive protection on the intangible asset in question.

Exclusivity means that no one else, whether they are a contracting party or not, may legally use the protected assets in any of the countries where the protection is in place.

The significance of incorporeal rights is highlighted in creative fields, but they are also important in information-intensive fields and in the innovation business. Actually, one could say that IPR should always be taken into account regardless of the size of the company.

What kinds of IPR are there?

In a broad sense, the protection of intangible assets includes various types of statutory incorporeal rights, including copyright, design right, trademark and patent, as well as other means of protection such as various cooperation agreements and the company's data security solutions, for example.

The most familiar form of IPR in creative fields is copyright, which grants the author the exclusive right to make the results of their creative work, the so-called works, available to the public and to produce copies of them. This protection is formed automatically if the work is seen to be original enough, i.e., if the so-called threshold of originality is exceeded. In addition to copyright there is a group of mainly registrable rights, which are called industrial property rights. Industrial property rights contain many forms of protection that are significant for designers, including design right, trademark, patent and utility model.

Why should IPR be of interest to design students or recent graduates?

The significance of incorporeal rights is highlighted in creative fields, but they are also important in information-intensive fields and in the innovation business. Actually, one could say that IPR should always be taken into account regardless of the size of the company. The great thing about IPR is that it allows even small operators to find protection against major players on the market. IPR is also a relatively lightweight channel for internationalisation and

generating earnings through the strategic utilisation of licensing. What follows is a list of the most important reasons in more detail.

1. For most people the most important reason to be interested in IPR is protection: protecting one's creative work. Your design is "fair game" for copy-cats if there is no IPR protection in place. Many students might already have their own product designs or other creations while they are still students that they would like to present to potential partners and customers on their website or at an exhibition, for example. Without conducting at least a careful situation overview prior to publication, unfortunately, one is always in risky waters. Good news is that registering an individual trademark or design right is not an unreasonably expensive investment even for a design business that is just starting out.

When properly promulgated, incorporeal rights provide exclusivity to the results of creative work. Exclusivity means that the law protects you in the area where the exclusivity is in effect so that in that area nobody else can use the results of your creative work without permission, whether they are your contractual partner or not.

If a design has statutory exclusivity, even the tiniest operator can effectively appeal to it. Put simply, protection is incredibly important and without it the result of your creative work is fair game for others.

2. Furthermore, any entrepreneur or self-employed person in the design sector might face a situation, even at the very beginning of their careers, where unbeknownst to the author someone else has already created a similar design to the one you are seeking to commercialise and then legally attacks you on those grounds. Here one can easily save thousands of euros in investigation and legal fees if one can solve the conflict by presenting a copy of their design's design right registration document. In this manner, one can cover their back by paying attention to IPR matters even before publication or before entering into an agreement, preferably with the help of an IPR specialist. The basics can be learned independently: the design right register maintained by the National Board of Patents and Registration (NBPR) is one resource that allows you to check for similar design rights registered in Finland, after which you can apply to register your design right with a more peaceful mind. The NBPR also offers registration-related counselling free of charge.

The third reason to pay attention to IPR from the very beginning of business operations is the earnings value provided by IPR. A designer or company wishing to commercialise their design is more interesting to potential partners and investors if their IPR protection is in order. Furthermore, if you wish to sell your company at a later date and it contains protected incorporeal assets, the company is all the more valuable for it. It is not rare that the trademark

or trademarks serving as the cornerstone of a brand that has grown into a creative enterprise form the lion's share of the company's total value.

As an earnings tool, IPR can be used for the purposes of commercialisation in situations where the designer has registered their own design for protection in the EU area, for example. The designer (*or their representative*) presents their design at European exhibitions and fairs where they meet representatives of potential manufacturers and begin to negotiate commercialisation agreements. A protected design right is taken into account in the agreement in a manner that benefits everyone involved. More broadly, the risks of commercialisation are distributed in a manner written into the agreement based on the gained benefit.

Instead of selling one's rights, the most lucrative option is to negotiate a right of use or licensing deal where several partners (*e.g., a larger local manufacturer and retailer*) have the exclusive or parallel right to manufacture and sell products based on the same protected design for a certain period of time in certain European countries where the design right is in effect. Ideally the commercialisation of the design creates brand presence and several new royalty streams for the designer – all without the designer having to actively commercialise their products abroad.

Additionally, if there are any problems with copy-cats, for example, this also gives the manufacturer something to defend themselves with. In other words, protecting the design with IPR also helps secure the manufacturer's competitive advantage, which can be used to justify the design's commercial value in the agreement negotiations.

What are the most common ways to protect your own design as a designer?

Both material and immaterial things can be designed. Design work might not necessarily result in any clearly defined object or other end product. Furthermore, information and other supplementary material that should be IPR protected might also flow into many directions and end up in many hands during a design project. Especially in this broad sense protecting a design might mean many things and involve several possible IPR protection options. However, it can be roughly stated that the most essential forms of IPR protection in design work are design right, trademark and copyright. In some cases the IPR protections for inventions – patents and utility models – might also be important. The same goes for ways of protection that fall outside of actual IPR protections, such as business secret protections and relevant agreements.

As a rule, design right might be a sensible form of protection whenever the work results in a product design or range of products that can be scaled up to an industrial scale. Design right protects the appearance of a product or a part of it. In Finland (*and*

several other countries) the registered protection remains in effect for 5 years at a time, for a maximum total of 25 years.

With regard to design work, design right often patches up the holes left by copyright protection, as the threshold of originality for design in Finland is high when compared to works of art, music or literature, for example.

Even though copyright may of course also protect a design, copyright as such provides very wide-ranging protection for various forms of creative expression – as long as they are original enough. However, the threshold of originality is high, and many designers have been surprised over the decades when their design has not been granted copyright protection. Then, afterwards, the designers have come to the realisation that they have been left with nothing because they had blindly trusted that copyright would protect their design. The truth is that from the perspective of someone aiming to commercialise a product design, the idea of treating copyright as the sole form of protection should always be met with some suspicion. You should also always carefully document your work and its stages – this could make the crucial difference especially in dispute situations where there are ambiguities regarding the IPR of the parties to the dispute.

A trademark protects the various insignia of an entrepreneur's products or services, which makes it a wide-ranging and versatile method of protection. The appearance of a product may also be protected with a trademark in many countries in a fashion similar to design right. However, unlike design right, a trademark is only in effect in the product and service categories it has been registered for, and it can also be lost if unused. On the other hand, the trademark is the most long-standing form of IPR: in many countries it remains in effect for 10 years at a time and may be renewed indefinitely.

You should discuss protection in more detail and on a design-specific basis with an Ornamo lawyer or some other IPR specialist. When you enlist the help of specialists, you can focus on your own thing and work in peace knowing that you will receive significant help at the various stages of the commercialisation process – especially when you are negotiating your first commercialisation or cooperation agreements.

What are the most common mistakes people make regarding IPR and how can they be avoided?

I can think of three scenarios where people often make mistakes that could be avoided relatively easily. In my experience these mistakes are made both by design entrepreneurs and entrepreneurs in other fields.

Firstly: People often forget that publishing product designs or other results of creative work without thinking about protection is a risk in and of itself. From a legal perspective, the starting point



for many countries is that if a design has been made public then it can no longer be granted protection.

This is especially true for design right and the protections for new inventions, i.e., patent and utility model. If a patentable invention has become public before registration has been sought, it cannot be afforded protection. You should keep this in mind regarding your own marketing efforts and the results of design work related to your theses or competition entries, for example. There are slight exceptions to this novelty requirement, and I recommend you consult a specialist about them beforehand. For example, in Finland and the EU, it is still possible to register a design right within a 12-month grace period after the design has been made public. However, when a design is published there is always the risk that a third party gets there first if they have noticed your design and wish to acquire the rights related to it for themselves.

With slight variation, the basic starting point for legislation concerning design rights in Finland and abroad is that if you have published a design on a website or as a part of a school project, for example, you will not be able to register a design right for it.

When it comes to patents and utility models, the novelty requirement is absolute in Finland and in most other countries of the world, meaning that if your design has been made public even for just a moment, it is ineligible for a patent or utility model. And sometimes the best course of action is to keep the entire thing a secret, either partially or in full. Like the Coca-Cola recipe.

Another pitfall is that people assume that they are protected by copyright without knowing much about the matter, or that nobody would steal another's design, or they assume that one can prohibit the copying of a design even if it is not IPR protected – using the same logic as how one cannot just use a car or other object owned by someone else. People might not be aware of copyrights or IPR but assume that you simply do not touch another person's designs. The starting point of legislation is that one may only prohibit the use of intangible property if it is protected.

“You must not lull yourself into believing that yes, I should be able to interfere with infringements regardless of whether I have any valid protections in place or not

A wrong assumption regarding exclusivity may not only result in rampant copying, but it might also create a multitude of problems with one's contracting parties if the copying of outsiders cannot be prohibited as assumed because one was operating under the assumption that the design was original enough so that copyright would protect it when entering negotiations on commercialisation, manufacturing and retail. The agreement might contain a

stipulation that the designer is responsible for not infringing on the rights of others, or for having all the rights to the design. These kinds of stipulations are common, and it is decided in the negotiations how favourable they are for the designer.

The third typical mistake relates to agreements about IPR. The worst agreement mistakes concern the division and definition of responsibilities. You should always hold a tough negotiation stance in this regard, but in such a manner that seeks a reasonable win-win situation considering such factors as the contracting parties' abilities to insure risks and the benefits each party gains from the agreement in relation to their responsibilities. When a designer agrees to terms that are too stringent, it also presents a risk to the other contracting party, so careful negotiations are always in the interests of both contracting parties. One of the worst IPR pitfalls can take the form of a stipulation that commits the designer to defending their partner at their own expense in every situation or hoisting the product liability entirely on the shoulders of the designer in a situation where the manufacturing of the products is completely the manufacturing company's responsibility.

Luckily, nowadays people have a better understanding of the fact that as a rule an agreement cannot be altered once it has been signed, unless a stipulation specifically allows it or the other contracting party agrees to changing it.

Human errors can easily occur in agreement negotiations, especially if one does not have prior experience or expertise in making these kinds of agreements. The inexperienced should not hesitate to seek help from a lawyer well versed in IPR and contract law – preferably in good time before the negotiations.

Ornamo has also produced materials and agreement templates for you to peruse that contain terms and stipulations that are favourable for the designer and not unreasonable to the other contracting party either.

If you take the aforementioned factors into account when commercialising your design, you are well on your way to success.

How can Ornamo help with IPR and what kind of services can an Ornamo lawyer provide?

In addition to providing free counselling on legal and agreement-related matters to Ornamo members, we also offer materials, agreement templates and training sessions on legal matters to our members. We also produce training materials. Of our guides I could highlight Ornamo's The Joy of Work guide (*Työn ilo*) that will receive an updated edition in the autumn of 2021.

Furthermore, Ornamo's website hosts the Incorporate Earnings Abroad guide (*Aineetonta ansaintaa maailmalta*) for members interested in IPR and internationalisation that gives more detailed guidance on how to successfully commercialise one's design abroad.

We have also created a project related to the theme together with Akava's Entrepreneurs AKY. The project may be found at www.aineetonansainta.fi. This page contains great information (*in Finnish*) on how to begin forming an initial IPR strategy for your company and illustrative examples of how entrepreneurs from different fields have made use of IPR to improve their profitability and protect their company. The site also contains example videos, links to IPR guides and general agreement templates that are not specific to any field.

Of course, for me personally early legal counselling is also important, and it is free of charge for members. This includes commenting on various agreements, initial outlining of the protection of a design or business, dealing with various conflict situations and labour law counselling in the early stages of operation. We also provide salary counselling and spar with you on pricing from the perspective of the factors you should consider.

Furthermore, if you are an Ornamo-TEK dual member, you also have access to more extensive legal counselling and help through TEK, especially in matters concerning labour law.

Is there something else you would like to say to students of design?

You should begin to pay attention to protecting your business and the results of your work already in the early stages. A strategic approach to IPR, including a basic understanding of the relevant agreements, is important. At its best, IPR protection is a competitive edge and a trump card in negotiations. Having control over one's intangible capital is one of the keys to growth and internationalisation. You should focus on these issues from the get-go, and if nothing else, following this simple rule will get you surprisingly far: always take some time to analyse the situation and consult a specialist when needed when you are about to make crucial decisions concerning your design business and the commercialisation of a design, for example.

Yrittäjyys muotoilijan urapolkuna



Miksi yrittäjäksi?

Yrittäjänä pystyy itse vaikuttamaan siihen, millaisia töitä tekee, miten paljon töitä tekee, mitä työkaluja käyttää, milloin ja mistä työnsä tekee. Yrittäjyys on itselleni tarjonnut mahdollisuuden toteuttaa itseäni ja elää omannäköistäni elämää.

Mikä yritysmuoto valita?

Ennen yritysmuodon valitsemista kannattaa pohtia vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

Aiotko tehdä pelkästään konsultointia? Aiotko tehdä omia tuotteita, joita myyt? Perustatko yrityksen yksin vai onko sinulla yhtiökumppani? Haluatko myöhemmin ottaa yhtiökumppanin? Onko haaveisiasi palkata työntekijöitä?

Konsultointia voi tehdä laskutuspalvelun kautta tai toiminimellä. Se saattaa olla järkeväkin, etenkin jos kyse on yksittäisistä keikoista silloin tällöin. Täysipäiväisenä yrittäjänä toimiessa kannattaa kuitenkin huomioida, että osakeyhtiössä vastuu on yhtiöllä ja toiminimellä toimiessa vastaat toiminnastasi myös henkilökohtaisella omaisuudellasi.

Miten verot ja byrokratia?

Verojen ja byrokratian kanssa suosittelen joko varamaan aikaa siihen, että opettelee niiden kanssa toimimisen – tai hankkimaan hyvän tilitoimiston. Kirjanpitäjä hallitsee verotuksen, palkanmaksun ja tietää mihin rekistereihin yritys kannattaa lisätä (yleensä kaikkiin) ja osaa auttaa paitsi vähennyksien myös oikeastaan minkä tahansa yrityksen byrokrati-aan liittyvän kanssa.

Mistä se raha sitten tulee?

Raha tulee siitä, että myyt itsesi mukaan erilaisiin projekteihin. Nämä projektit tulevat usein verkostojen kautta. Itsestään ja omasta tekemisestään kannattaa siis puhua ääneen ja panostaa verkostoitumiseen. Useimmiten työt tulevat kavereiden kautta. Ne tyypit, joiden kanssa bailasit opiskeluaikana saattavat myöhemmin tarvita juuri sinun osaamistasi. Verkostoja kannattaa myös ylläpitää osallistumalla erilaisiin tapahtumiin aktiivisesti.

Yrittäjyys tarjoaa mahdollisuudet päästä mukaan kiinnostaviin projekteihin ja tekemään vaihtelevia työtehtäviä. Itse olen yrittäjänä toimiessani tehnyt palvelumuotoilua, teollista muotoilua, käyttöliittymäsunnittelua, taittoja ja kuvituksia.

Pirita Paananen on Metropoliaa vuonna 2017 valmistunut teollinen muotoilija, joka on toiminut yrittäjänä LaumaDesign Oy:ssä vuodesta 2018 ja ennen sitä vuosia freelancerina. Tällä hetkellä hän on luovana johtajana Ellie Technologies Oy:ssä ja toimii sivutoimisena yrittäjänä.

Tärkeimmät asiat aloittavalle yrittäjälle:

1. Apua saa ja pitää pyytää

Kaikkea ei tarvitse opetella itse. Etenkin yrityksen alkuvaiheessa uuden opettelua on paljon ja yrittäjän kannattaisi keskittyä ydinosaamiseensa, eli niiden vastaan tulevien keikkojen tekemiseen, sen sijaan, että käyttää aikansa esimerkiksi taloushallinnan opetteluun. Aloittavan yrittäjän paras ystävä on hyvä kirjanpitäjä, joka osaa neuvoa yrityksen päivittäiseen taloushallintaan ja byrokraatiaan liittyvissä asioissa. Toisena vinkkinä kannattaa panostaa myyntiin. On helpompi keskittyä tekemään sitä omaa hommaa, jos ei tarvitse jatkuvasti etsiä seuraavaa keikkaa. Mikäli tulee mahdollisuus ottaa itselleen mentori tai liittyä ns. sparrailuryhmään, niin niihin kannattaa tarttua. Vertaistuesta on usein korvaamatonta iloa.

2. Tee prototyypejä!

Prototyypointi on muotoilijoiden työkalu, joka valmistuessa pitäisi olla jokaisella meistä hallussa. Sitä kannattaa soveltaa erityisesti oman yrityksen kanssa rohkeasti kokeilemalla ja tekemällä matalalla kynnyksellä asioita. "Yrittäjyys" sanana juontaa juurensa sanaan "yrittää" ja siitä yrittäjyydessä juuri onkin kyse: kokeillaan erilaisia asioita ja opitaan virheistä (*mielellään myös muiden virheistä, ettei ihan kaikkia tarvitse tehdä itse*).

3. Tee työsi hyvin.

Hyvin tehty työ kantaa aina hedelmää! Pysy aikatauluissa, ole paikalla silloin kun on sovittu ja toimita se mitä olet luvannut, silloin kun olet luvannut. Kun työt tekee hyvin, saa lisää töitä ja sana kiertää. Usein vaikeinta ei ole löytää työlle tekijää, vaan vaikeinta on löytää luotettava tekijä.

4. Hinnoittele itsesi oikein

Älä sorru alihinnoittelemaan itseäsi ja omaa osaamistasi. Yrittäjänä loma-ajan palkka ja lomarahat tulevat niistä rahoista, jotka lomien ulkopuolella tienaat. Lisäksi asuminen ja laskut pitää maksaa myös silloin, kun keikkoja on vähemmän. Vastat itse myös työvälaineistä ja niihin liittyvistä hankinnoista, joten ne pitää laskea mukaan hintoihin.

MYÖS TÄÄLTÄ SAAT APUA:

Uusyrittäjäkeskus

Suomenyrittäjät

1

2

3

4

Why become an entrepreneur?

As an entrepreneur, you have a say in the type of work you do, how much work you do, what tools you use, and when and where you work. Entrepreneurship has given me the opportunity to fulfil myself and live a life that looks like me.

Which company form should I choose?

Before choosing a company form, you should think about the answers to the following questions:

Are you planning to provide consultation only? Do you intend to make products for sale? Will you be starting a company on your own or do you have a partner? Will you want to add a partner later? Do you hope to hire employees?

Consultation can be provided via an invoicing service or as a private entrepreneur (*private trader*). This may be a practical choice, especially if your work consists of individual assignments now and then. However, when working as a full-time entrepreneur, you should remember that a limited company is liable for its operations and, when working as a private entrepreneur, you are liable for your operations also with your personal assets.

How about the taxes and the bureaucracy?

When it comes to the taxes and the bureaucracy, I recommend you either take the time to learn to manage them yourself – or find a good accounting firm. An accountant can take care of your taxation and salary payment, knows which registers the company should be registered in (*usually all of them*) and can help you not only with deductions, but pretty much anything you need to know about the bureaucracy of running a company.

So where does the money come from?

The money comes from selling your contribution in various projects. These projects often come to you through networks. You should therefore make yourself and your actions known and invest in networking. Most assignments come through friends. The people you partied with during your studies may later need your particular expertise. You should also maintain your networks by actively taking part in various events.

Entrepreneurship gives you a chance to be included in interesting projects and work on a wide variety of assignments. As an entrepreneur, I myself have worked with service design, industrial design, user interface design, layouts and illustrations.

Pirita Paananen is an industrial designer who graduated from Metropolia in 2017 and has worked as an entrepreneur at LaumaDesign Oy since 2018, after working as a freelancer for years. She is currently the Chief Creative Officer at Ellie Technologies Oy and a part-time entrepreneur.

Key points for a new entrepreneur:

1. You can and should ask for help.

You do not have to learn everything on your own. There is a lot to learn especially in the early days of a company, and entrepreneurs should focus on their core competence, i.e. completing any assignments that come their way, instead of spending time trying to learn financial management, for example. A new entrepreneur's best friend is a good accountant who can provide advice on the daily financial management and bureaucracy involved in running a business. Another tip is to focus on selling. It is easier to concentrate on doing your thing if you do not have to constantly search for your next assignment. If you have the opportunity to work with a mentor or join a sparring group, you should definitely go for it. Peer support is often an invaluable source of joy.

2. Create prototypes!

Prototyping is a designers' tool that each and every one of us should have mastered by the time we graduate. You should apply it especially in your company by boldly testing and making things without setting the threshold too high. The word "entrepreneurship" comes from the French word "entreprendre", which means to undertake, to set about doing something. That is what entrepreneurship is all about: trying out different things and learning from your mistakes (*and preferably from other people's mistakes as well so you do not have to make all the same mistakes again*).

3. Do your job well.

A job done well always bears fruit! Stick to the schedule, be there when you agreed to, and deliver what you promised, when you promised. When you do your job well, you get more work and word gets around. Usually, the hardest part is not finding someone to do the job, but finding someone reliable to do the job.

4. Price yourself right.

Do not end up under-pricing yourself and your expertise. As an entrepreneur, your holiday pay and holiday bonus come from the money you make outside your holidays. In addition, you also need to pay your living expenses and bills when there is less work to do. You are also responsible for the equipment you need and the related purchases, so you need to include them in your rates.

Pirita Paananen

Lauma Design Oy
Yrittäjä

1

2

3

4





Vinkkejä piilotyöhakuun

Pohditko, miten voisit erottua tehokkaammin muista hakijoista ja edetä muutenkin kuin julkisen haun kautta kohti tavoittelemaasi työpaikkaa? Työnhaussa monipuolinen taustatyö, vaihtoehtoiset suunnitelmat ja innovatiiviset ajatukset ovat valttia! Voit rikastaa työnhakuasi huomioiden muutkin kuin tunnetut, isot (*muotoilu*)toimistot, jotka todennäköisimmin houkuttelevat puoleensa laajalti muitakin potentiaalisia kandidaatteja. Tässä saat ideoita, miten työnhakua voi laajentaa ja houkutella piilotyöpaikkoja esiin.

Verkostojen voima

- Kuulostele verkostoltasi vinkkejä kiinnostavista työpaikoista – voit saada tietoa paikoista, joita ei ole vielä laitettu avoimeen hakuun tai joissa ei olla käynnistämässä avointa rekrytointiprosessia, mutta tarve sopivalle tekijälle kuitenkin olisi.
- Ole yhteydessä vanhan kesätyöpaikkasi pomoon ja työkavereihin – he tuntevat jo työskentelytapasi. Jos tutussa paikassa ei ole tällä kertaa avointa työmahdollisuutta, voi näiden kontaktien kautta saada vihiä muistakin paikoista.
- Ota selvää onko professoreillasi/opettajillasi tietoa työpaikoista. Osa työmahdollisuuksista liikkuu heidän kauttaan.
- Kerro avoimesti lähipiirillesi, että etsit töitä. Kiinnostava vihje tai kontakti voi löytyä vaikkapa opiskelu- tai harrastuskaverin, naapurin tai messuilla tavatun työnantajan kautta.
- Laajenna aktiivisesti verkostojasi. Tähän on lukuisia tapoja ja väyliä: seminaarit, messut, LinkedInin verkostoitumishaasteet, LinkedInryhmät, erilaiset työnantajatapaamiset ja rekrytapahtumat, kerhot ja yhdistykset, nuorten osaajien verkostot.

CV-tietokantojen hyödyntäminen

- Täytä tietosi huolellisesti relevantteihin CV-tietokantoihin (*rekrytointipalvelut, työnantajat, oman korkeakoulun ura- ja työelämäpalvelut*), joista rekrytoijat tekevät hakuja avainsanoilla. Vaikka et nappaisikaan juuri sitä tehtävää, jota alun perin hait, voi osaamisesi sopia johonkin toiseen tehtävään.
- Sosiaalinen media, verkkosivut ja alan uutisointi
- Seuraa kiinnostavia työnantajia sosiaalisessa mediassa ja kiinnitä huomiota esimerkiksi laajennusuutisiin, investointeihin ja nimi-tyksiin, yrityskauppoihin, kumppanuusjulkistuksiin, tuote- tai palvelulanseerauksiin, rahoituspäätöksiin, pörssicurssin kehitykseen ja osakeanteihin.



- Ota rohkeasti ensimmäinen askel ja lähesty kiinnostavaa firmaa joko soittamalla suoraan pienen yrityksen toimitusjohtajalle tai HR:ään. Isomman yrityksen tapauksessa lähetä avoin hakemus, jossa osoitat motivaatiosi juuri tätä työnantajaa kohtaan ja kerrot miksi sinä olisit heille sopiva työntekijä.
- Läsnaolo ja oma aktiivisuus LinkedInissä ja muussa sosiaalisessa mediassa
- Hio profiilisi avainsanoineen kuntoon ainakin LinkedIniin, rekrytoijien ykkösalustalle.
- Linkitä CV:hen ja LinkedIniin mahdollinen portfoliosi työnäytteineen – nämä ovat konkreettisia osoituksia taidoistasi.
- Lähetä rohkeasti verkostoitumiskutsuja kiinnostaville henkilöille ja rekrytoijille personoidulla saateviestillä.
- Osallistu aktiivisesti alasi keskusteluihin. Voit tehdä myös omia postauksia. Entä miten olisi oma työnhakukampanja? Työnhakuun voi saada buustia myös verkostoltasi – he voivat laittaa positiivisen sanan leviämään sinusta työnhakijana.

Työmahdollisuuksien bongaaminen

- Näitkö houkuttelevan työnantajan mainoksen? Kuulitko lähipiiristä mielenkiintoisesta projektista? Luitko tuotteesta tai palvelusta, jonka parissa haluaisit työskennellä? Kerää informaatiota aistit avoimna ja kirjaa kiinnostavia signaaleja ylös – tällä tavoin saat koottua listan potentiaalisista työnantajista lähempää tarkastelua varten. Saat työnhakuun myös suunnitelmallisuutta ja rakennetta, kun tunnistat sinua kiinnostavia työnantajia ja motivaatiosi lähestyä juuri heitä.
- Oman osaamisen sanoittaminen
- Treenaa hissipuhe, pitch, joka auttaa sinua kertomaan osaamisestasi napakasti yllättävissäkin tilanteissa – näin olet valmis loistamaan, kun sopiva työmahdollisuus osuu kohdallesi!

Katja Sulenko

*Tekniikan akateemiset TEK Ry
Uravalmentaja*

Tips for finding hidden jobs

Are you trying to find more effective ways to stand out from other applicants and pursue the job you want through other means besides a public application process? Thorough background research, alternative plans and innovative thoughts are assets in job-seeking! You can enrich your job-seeking by also considering other (design) companies besides the big, well-known ones, which are likely to attract many other potential candidates as well. Here are some ideas to help you expand your job search and uncover hidden jobs.

The power of networks

- Keep your ears open within your network for interesting job tips – you may find out about positions that have not yet been advertised publicly or that will not lead to an open recruitment process, despite a need for a suitable expert.
- Contact the boss and colleagues at your old summer job – they already know your working methods. If the familiar place has no job openings available right now, these contacts may still point you to other positions.
- Find out if your professors/teachers know of any jobs. Some of the job opportunities pass through them.
- Tell your social circle that you are looking for a job. You might discover an interesting tip or contact through a friend from school or a hobby, a neighbour or an employer that you met at a fair.
- Actively expand your networks. There are numerous ways and paths for doing this: seminars, fairs, LinkedIn networking challenges, LinkedIn groups, various employer meet & greets and recruitment events, clubs and associations, networks for young talent.

Use CV databases

- Carefully enter your information into any relevant CV databases (recruitment services, employers, the career services of your university). Recruiters conduct keyword searches in these databases. Even if you do not land the job you originally applied for, your expertise might still make you suitable for some other job.

Social media, websites and news from the field

- Follow interesting employers on social media and pay attention to news of expansions, investments and appointments, corporate acquisitions, partnership announcements,

product and service launches, financing decisions, stock exchange rates and share issues.

- Boldly make the first move and approach an interesting small company directly by calling the CEO or HR department. In the case of a bigger company, submit an open application in which you demonstrate your motivation to work for that particular employer and explain why you would be a good fit for them.

Presence and activeness on LinkedIn and other social media platforms

- Polish your profile and its keywords at least on LinkedIn, the number one platform used by recruiters.
- Add a link your profile, if you have one, and samples of your work to your CV and your LinkedIn page – the samples are practical demonstrations of your skills.
- Do not hesitate to send networking invites to interesting people and recruiters with a personalized message attached.
- Actively take part in discussions that concern your field. You can also publish posts of your own. Or how about running your own job-seeking campaign? You can also use your network to boost your job-seeking – your network can help to spread a positive word about you as a candidate.

Spotting job opportunities

- Did you notice the ad of an interesting employer? Did someone you know tell you about an intriguing project? Did you read about a product or service that you would like to work with? Gather information by keeping your senses alert and write down any interesting signals – this gives you a list of potential employers that you can then explore further. You can also make your job-seeking more systematic and structured by identifying employers that interest you and your motivation to approach them in particular.

Katja Sulenko

*Tekniikan akateemiset TEK Ry
Uravalmentaja*





(x⁺)



Sanoita asiantuntijuutesi!

Janne Palovuori, miten korjaisit käsityksen muotoilusta kauniiden koriste-esineiden suunnitteluna ja lasinpuhalluksena?

”Jos Suomen kaikkien muotoilijan titteliä käyttävien työtunnit laitettaisiin yhteen läjään, nähtäisiin varmaan, että ainakin kahdeksan kymmenestä tekee päivätyökseen jotain ihan muuta kuin puhalttaa lasia tai ja suunnittelee koriste-esineitä.”

Muotoilijan työ on luovaa ongelmanratkaisua. Luova suunnitteluprosessi ja ihmislähtöisyys ovat edelleen alan keskeisimmät teemat, mutta muotoilun kohde voi olla melkein mitä tahansa:

”Käytännössä kaikki mikä päättyy ideasta kaupallisesti kannattavaksi kikkareeksi kaupan hyllylle, nettiin tai sovelluskauppaan, kulkee ainakin jossain vaiheessa muotoilijan työpöydän kautta. Oli se sitten suoratoistopalvelu, digitaalinen työkalu tai kahvinkeitin, ollakseen menestyneitä asioiden pitää olla helppokäyttöisiä, toimintavarmoja ja turvallisia – sellaisia, mitä ihmiset haluavat käyttää, ja mistä he ovat valmiita maksamaan. Tämä kaikki on muotoilijan työkenttää.”

Palovuori kertoo, että muotoilualalle ominaista on tuotosten näkymättömyys: harva miettii suoratoistopalvelua käyttäessään tai mobiililippua ostaessaan sitä, kuinka hyvin suunniteltuja monimutkaiset asiat ovat. Mutta heti kun jonkin käyttö alkaa kiristää hermoja, jokainen osaa syyttää huonoa suunnittelua.

”Uskallan väittää, että suurin osa muotoilijan tuotoksista tänä päivänä ei koskaan tule suoraan näkyviin loppukäyttäjälle. Palvelumuotoilulle olennaista on, että asiakkaalle näkyvän osuuden lisäksi suunnitellaan sitä pellin alla piilossa toimivaa koneistoa, joka tarvitaan, jotta se asiakkaalle näkyvä osa voisi pyöriä.”

”Muotoiluprojektit ovat myös suuressa määrin kompleksien asioiden yksinkertaistusta. Sitä, että selvitetään, mitkä osat olemassa olevasta palvelusta tai prosessista ovat niin vähäpätöisiä tai vaikeita, että niiden ylläpitämisestä on enemmän haittaa kuin hyötyä. Sitten kun nämä turhat asiat karsitaan, ne merkityksellisemmät jutut voidaan nostaa esiin selkeämmin ja tuotettua laadukkaammin ja kustannustehokkaammin. Tämä voi näyttäytyä asiakkaille käytännössä vain tyhjänä tilana, joka ei pakota ajattelemaan.”

”Tämä näkymättömyyden aspekti on varmasti yksi syy, miksi muotoilu monesti yhdistetään edelleen vain niihin kolmijalkaisiin jakkaroihin ja lasilintuihin – niihin asioihin, jotka on alun perinkin suunniteltu tulemaan huomatuksi.”

Kannattaisiko muotoilijoiden hakeutua enemmän insinööritoimistoihin tai muotoilijoille epätyypillisiin paikkoihin töihin?

”Ehdottomasti. Muotoiluosaaminen on luovaa, ihmislähtöistä ongelmanratkaisua. Kilpailussa pärjäävät ne lafkat, jotka tuottavat asiakkailleen parempia kokemuksia ja palveluita. Firmoissa kyllä tiedetään, että asiakas ei jää odottelemaan jos naapurissa on tarjolla parempaa. Hyvät palvelut eivät synny itsestään.”

Muotoiluosaamisen kysyntä räjähti erityisesti erityisesti mobiililaitteiden yleistyessä 2010-luvulta lähtien. Yritykset, jotka eivät olleet koskaan aiemmin palkanneet ainuttakaan muotoilijaa, alkoivat palkata kovaan tahtiin kokonaisia muotoilutiimejä ja ostaa kokonaisia designtoimistoja. Muotoiluosaaminen ei kuitenkaan ole vain isojen yritysten tarvelistalla, vaan mikä tahansa vapailta markkinoilla toimiva yritys tarvitsee muotoiluosaamista jossain muodossa.

”Loppujen lopuksi vain yksi voi olla halvin. Loput yritykset joutuvat keksimään jotain muuta erottuakseen. Tarve uudistua tarkoittaa väistämättä tarvetta muotoiluosaamiselle, oli toimiala mikä tahansa. Kasvavaa kysyntää muotoiluosaamiselle on erityisesti perinteisemmissä yrityksissä, joiden on pakko tehdä pikaisesti radikaaleja liikkeitä jäädäkseen henkiin.”

”Haastaisin erityisesti alan uudet tekijät pitämään silmänsä auki ja näkemään myös nämä epätyypilliset toimialat ja yritykset potentiaalisina työnantajina. Uskallan väittää, että tarvetta osaamiselle on enemmän kuin tekijöitä.”

Miten myydä oma osaamisensa? (=Miten muuttaisit muotoilupuolesta?)

Muotoilijan pitää osata kertoa, mitä hyötyä omasta osaamisesta on paitsi käyttäjille, myös miten ratkaisu luo arvoa yritykselle. Kun molemmat puolet huomioi, tulee myös oman osaamisen myynnistä huomattavasti helpompaa.

”Tätä liiketoiminnan puolta kolikosta ei koulussa liikaa opeteta. Olen itse joutunut töissä opettelemaan paljon sitä, miten perustelen oman roolini ja tekeeni paitsi asiakashyödyn, myös liiketoiminnan näkökulmasta.”

Oman osaamisen myynnin jarruna Palovuori mainitsee kuplautumisen opiskeluaikoina:

”Omissa kandiopinnoissani opiskelijoiden keskuudessa oli semmoinen oudon suojeleva ylpeys omasta alavalinnasta. Koulussa puhuttiin pienissä piireissä designia, eikä naapurialojen opiskelijoille puhuttu ikinä mitään. Oli kova hinku päästä designtoimistoon töihin ja luoda nimeä itselleen, mutta samaan aikaan hommat tehtiin alusta loppuun yksin ja laajimmillaankin oman luokan kesken. Keskeneräisiä töitä ei kehdattu näyttää ikinä kellekään, eikä kentälle koskaan ihan oikeasti jalkauduttu kysymään ihmisten mielipiteitä.”



Jos kuvaus kuulostaa tutulta, Palovuori varoittaa opiskelijoita tulevasta kulttuurishokista työelämään siirtymässä:

“Tämä kymmenisen vuotta sitten muodostamani mielikuva on ihan päinvastainen sen roolin ja toimenkuvan kanssa, mitä nykyään työkseni teen. Nykypäivänä muotoilija toimii lähes poikkeuksetta osana monialaista tiimiä, josta vain osalla on muotoilutaustaa. Työhön kuuluu olennaisesti se, että on yhteydessä suoraan asiakkaaseen ja toimii viestinviejänä ja tulkkina eri alojen eksperttien välillä. Muotoilijat tutkivat ja keräävät tietoa loppukäyttäjiltä, sekä kommunikoivat ja testaavat ideoita hyvinkin keskeneräisten tuotosten avulla.”

Muotoilijan rooliin kuuluu ennen kaikkea ratkaista ihmisen ongelmia, ja yrityksillä taas on rahallinen intressi.

Mikä on vinkkisi rekrytoijana opiskelijoille?

Palovuori muistuttaa, että on haastatellut ja arvioinut hakijoita enimmäkseen visuaalisen suunnittelun, käyttäjäkokemussuunnittelun ja palvelumuotoilun tehtäviin.

“Tässä skenessä ne kandidit, jotka eivät mainitse kertaakaan käyttäjiä, asiakkaita, tai heidän tarpeitaan, karsiutuvat rekrytuksesta aina ensimmäisenä. Tällaisia hakijoita on aina harmillisen paljon, myös kokeneempien hakijoiden joukossa.”

“Erityisesti junnuille hakijoille sanoisinkin ihan kärkeen, että on tottakai siisti juttu, että osaat alan työkalut, mutta teknistä osaamista tärkeämpää on se, että osaat laittaa ihmisen asioiden keskiöön. Hyvä hakija antaa heti itsestään kuvan, että häntä ihan aidosti kiinnostaa se ihminen jolle niitä kikka-reita suunnitellaan. Jos hakijasta taas jää sellainen kuva, että hän suunnittelee asioita vain omista lähtökohdistaan, ja omien oletuksien päälle, niin ei hänellä ole sen etsittävän henkilön kanssa enää paljon yhteistä.”

“Toinen tärkeä juttu on prosessin avaaminen, eli sen avaaminen, miten teet hommia. Rekryävät henkilöt haluavat tietää millaisen kollegan he sinusta saisivat ja millaista töiden tekeminen kanssasi olisi. He haluavat myös tietää minkä vaiheiden kautta ja millä perusteilla päädyit siihen mihin päädyit. Joten jos et hae puhtaasti visuaaliseen rooliin, niin portfolioissa on fiksumpaa esitellä vaikka vain yksi projekti kaikkine kommelluksineen sen sijaan, että näyttäisit kymmenen nättiä kiiltokuvaprojektia ilman mitään taustoja.”

Janne Palovuori

*Senior Service Designer
Futurice Oy*

Putting your expertise into words!

Janne Palovuori, how would you correct the impression people have of design as just about designing pretty ornaments and glass blowing?

"If we piled up the working hours of all the people who call themselves designers in Finland, we would probably see that at least eight in ten do something completely different for a living than blowing glass or designing ornaments."

The work of a designer is creative problem-solving. The creative design process and a human-oriented approach are still the main themes of the industry, but the object of design can be just about anything:

"Practically everything that starts out as an idea and is turned into a commercially viable object on the shop shelf, in the internet or an app store will pass through the hands of a designer somewhere along the way. Whether it is a streaming service, a digital tool or a coffee machine, it needs to be easy to use, reliable and safe in order to succeed – so that people want to use it and are willing to pay for it. All this makes up the playing field for designers."

Palovuori says that the invisibility of creations is typical of the design industry: when we use a streaming service or buy a mobile ticket, few of us stop and think about how well-designed such complex things are. But as soon as something starts to get on our nerves, we all know how to blame the poor design.

"I would go as far as to say that the majority of designers' creations these days are never directly visible to the end user. One of the fundamental elements of service design is not only designing the part that is visible to the customer, but also the underlying machinery that is necessary for the visible part to run smoothly."

"Design projects are to a large extent also about simplifying complex things. Trying to identify which parts of an existing service or process are so insignificant or difficult that maintaining them does more harm than good. Once you get rid of these things, you can give the more important parts more room and improve their quality and cost-efficiency. In practice, customers may only see this process as a blank space that does not force them to think."

"This aspect of invisibility is probably one reason why design is still often associated only with those three-legged stools and glass birds – things that were originally designed to be noticed."



Should designers seek out more jobs in engineering offices or places that are not typical workplaces for designers?

"Definitely. Design competence is creative, human-oriented problem-solving. The firms that produce better experiences and services for their customers do better in the competition. Firms are well-aware of the fact that customers will not wait around if there is a better offer next door. Good services do not just spring up on their own."

The demand for design skills surged particularly when mobile devices started to become more common in the 2010s. Companies that had never hired a single designer suddenly raced to hire entire design teams and buy entire design agencies. However, design skills are not in demand only among big companies, but any company operating on the open market needs some form of design skills.

"In the end, only one can be the cheapest. The rest have to come up with something else to stand out from the competition. The need to reinvent yourself inevitably means a need for design skills, whatever the industry. There is a growing demand for design skills particularly in more traditional companies that are forced to take quick, radical action to stay in the game."

"I would challenge especially newcomers in the industry to keep their eyes open and try to also see these atypical industries and companies as potential employers. I would argue that the need for talent is greater than the number of talents out there."

How can I find my thing in the field?

"I wouldn't stress too much about finding your thing. Being open to and interested in learning and trying out new things is much more important than mastering a specific skill. Of course, there will always be people who are incredibly talented at something, but even talent does not automatically mean that that's the thing you want to keep doing forever."

Palovuori wants to make it clear that you should absolutely advertise your special skills, but he also points out that not nearly all designers have a specialty and there is no need to pick one either.

"The design industry is constantly reforming at a crazy pace. If you put all your efforts into one, extremely narrow area of expertise, it is quite possible that there will no longer be a need for it in a year's time. A human-oriented approach and visualization skills are always in vogue, and there will always be jobs available for a generalist in design."

The wise thing is to do what interests you – even if that is not the most useful thing in terms of your current personal brand or even something in your field. You should therefore be curious, try out and learn things with an open mind. Curiosity always leads to learning something new, and wide-ranging expertise never goes to waste," says Palovuori.

How should designers sell their expertise? (= How would you change design studies?)

Above all, the designer's role is to solve people's problems, whereas producing these solutions is in the financial interest of companies. Designers should therefore be able to describe not only how their skills will benefit the users, but also how the solution will create value for the company. It is much easier to sell your expertise when you take both sides into consideration.

"This business side of the coin could be taught a lot more in schools. I have had to spend a lot of time at work learning to justify my role and creations not only in terms of customer benefits, but also business operations."

When asked about the obstacles to selling your expertise, Palovuori mentions forming isolated bubbles during studies:

"When I was studying for my bachelor's degree, there was a strangely defensive pride among the students towards the field they had chosen. Students would talk design jargon in small circles, and nobody ever talked to the students in neighbouring disciplines. Everyone was eager to work at a design agency and make a name for themselves, but at the same time, everything was done alone from start to finish or at most together as a class. Nobody ever dared to show their unfinished work to anyone, and we never really went out there to ask the public for their opinions."

If the description sounds familiar, Palovuori has a word of warning for students about the culture shock they will experience when they start working:

"This impression that I have from about ten years ago is the complete opposite of the role and job that I have these days. Today, designers almost always work in a multiprofessional team where only some members have a background in design. An essential part of the work is being directly in contact with the customer and acting as a messenger and an interpreter between experts in different fields. Designers research and gather information from end users, in addition to communicating and testing ideas using versions that are far from final."

As a recruiter, what is your tip for students?

Palovuori points out that he has interviewed and assessed candidates applying mainly for jobs in visual design, user experience design and service design.

"In this scene, the graduates who never mention the users, the customers, or their needs, are always the first to be eliminated during the recruitment process. There are always frustratingly many applicants like this, even among the more experienced ones."

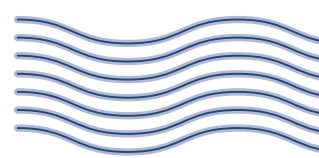
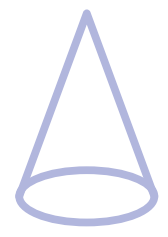
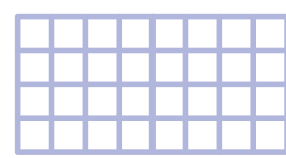
"The first thing I would say, particularly to newly graduated applicants, is that it is obviously great that you are good with the tools of the trade, but more important than technical skills is the ability to

put people at the heart of things. A good applicant immediately gives the impression that they are genuinely interested in the person for whom the objects are designed. Whereas if the applicant gives the impression that they design things only from their own standpoint and based on their personal assumptions, they no longer have a lot in common with the kind of person we are looking for."

"Another important thing is explaining the process, describing how you work. Recruiters want to know what kind of colleague they would be getting if they hired you and what it would be like to work with you. They also want to know what stages you went through and why you ended up where you did. So if you are not applying for a purely visual role, it is better to showcase just one project in your portfolio with all its mishaps, instead of displaying ten pretty and perfect projects without any background."

Janne Palovuori

Senior Service Designer
Futurice Oy





Miksi liittyisin Ornamo-TEK -kaksoisjäseneksi?

Ornamo tarjoaa muotoilijoille kollegiaalisen yhteisön tuen ja TEK laajemman tekniikan alan yhteisön. Esimerkiksi suunnittelutoimistoissa tai muissa yrityksissä palkansaaja-asemassa työskentelevät muotoilijat saavat TEKistä apua työehtosopimusneuvotteluihin sekä kattavat urapalvelut. Ornamon juridiset palvelut keskittyvät muotoilijan työn arvontuontiin (*IPR*) ja alan sopimukseen. Henkilökohtaista tukea Ornamosta saat esimerkiksi muotoilijaiden titeetin tai luovan yritystoiminnan kehittämiseen. Kaksoisjäsenyydellä saat tuplasti enemmän turvaa työhösi!

ORNAMO

Muuttuva muotoilu – turvallinen yhteisö

Ornamo on Suomen suurin monialainen muotoiluyhteisö, joka kasvattaa muotoilijan työn arvoa yhteiskunnassa ja tukee muotoilijoita työssään. Yhdistämme muotoilijat, kehitämme alan ammatillista osaamista ja toimimme muotoilualan verkostona toimialojen välillä. Vuonna 1911 perustettuun Ornamoon kuuluu 2 700 jäsentä.

Ornamo on muotoilijoiden ääni, yhteisö ja tukiverkosto, jota kuvastavat ennakkoluulottomuus, uteliaisuus ja monialaisuus.

Kattavat jäsenpalvelut ja -edut tarjoavat muotoilijalle tärkeän tuen ja turvan työelämään. Monipuolisten jäsenpalveluiden lisäksi Ornamo tekee monialaista kumppanuustoimintaa yritysten, kaupunkien ja kolmannen sektorin toimijoiden kanssa.

Ajamme muotoilulle vahvaa asemaa yhteiskunnassa. Kehitämme alalle reiluja ammatillisia pelisääntöjä, fiksua sopimuskulttuuria ja kannattavaa liiketoimintaa. Muotoilijana saat Ornamosta tukea ammatillisille pyrkimyksillesi uran kaikissa vaiheissa.

Ornamo on myös muotoiluyritysten yhteisö. Valvomme yritysten etua, tarjoaa lainopillista neuvontaa sekä ajaa parempia muotoilun tilaamisen käytäntöjä ja ammattieettisiä periaatteita.

Muotoilijoiden yhteisö

Ornamo on Suomen vanhin muotoilun ammattilaisten yhteisö. 110-vuotias järjestö on vakiinnuttanut paikkansa osana kansainvälistä muotoilun kenttää. Jäsenemme ovat muotoilun opiskelijoita ja korkeakoulutettuja ammattilaisia, jotka työskentelevät muotoilun monipuolisella kentällä digitaalisten ja fyysisten tuotteiden sekä palveluiden suunnittelijoina.

Tekniikan akateemiset TEK Ry

Tekniikan akateemiset TEK on ammattijärjestö, jonka tehtävä on tukea osaamisesi kehittymistä ja auttaa sinua vaalimaan omaa hyvinvointiasi sekä jaksamistasi.

Suomessa lainsäädäntö liittyen työntekoon ja työsuhteisiin on melko väljä. Lakien säätäjät ovat antaneet paljon valtaa työntekijöille ja työnantajille neuvotella keskenään yhteisistä työehdoista, joiden tuloksena syntyvät työehtosopimukset. Olemalla TEKin jäsen tuet neuvottelukulttuuria, jolla on pysytty luomaan tasa-arvoisempaa sekä turvallisempaa työelämää.

Jäsenenä sinulla on eri alojen asiantuntijoita palveluksessasi, jotka:

- Edustavat sinua yhdessä muiden akavalaisten liittojen asiantuntijoiden kanssa alakohtaisissa työehtosopimusneuvotteluissa, joissa sovitaan esimerkiksi työajasta, lomarahasta, palkan TES-korotuksista ja matka-ajan korvauksista.
- Vaikuttavat yhteiskunnallisiin asioihin ja pitävät huolta koulutuksen laadun arvostuksesta.
- Antavat henkilökohtaista neuvontaa työelämäasioissa, kuten palkkasuosituksissa, työsuopimuksissa ja yrittäjyyteen liittyvissä asioissa.
- Järjestävät valmennuksia ja tapahtumia, joissa voit kehittää itseäsi ja tutustua muihin yhteisösi jäseniin.

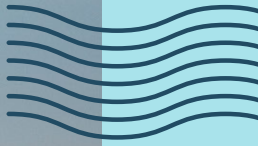
TEK hoitaa palkansaaja-asemassa olevien muotoilijoiden työsuhte-edunvalvonnan yhteistyössä YTN:n ja Akavan kanssa. TEK hoitaa työmarkkinaedunvalvonnan palvelut ja edut, kuten laki- ja urapalvelut.

Me tekniikan takana

Tekniikan akateemiset TEK on noin 75 000 ammattilaisen joukko diplomi-insinöörejä, arkkitehtejä, muotoilijoita, tietojenkäsittelytieteilijöitä sekä matemaattisluonnontieteellisten alojen asiantuntijoita ja näiden alojen opiskelijoita. Olemme osaltamme ratkomassa muun muassa aikamme suuria kysymyksiä ilmastonmuutoksesta luonnon resurssipulaan ja modernin työelämän haasteisiin. Tällaiseen työhön tarvitaan paitsi intohimoa ja kutsumusta, myös tietoa ja tutkimusta.

Valitsemallamme tiellä ei työ lopu tekemällä, ja juuri siksi sille on suotava sen edellyttämä rauha, aika ja toivo. Tämän takia TEK on olemassa: varmistamassa, että jäsenemme voivat keskittyä työarjensa oleelliseen ja vapaa-ajalla siihen vielä oleellisempaan - elämään.







Why should I become an Ornamo-TEK dual member?

Ornamo offers designers the support of a collegial community and TEK brings with it the wider tech community. For designers working as employees in design firms and other companies, TEK can offer comprehensive career services and support in collective bargaining negotiations. Ornamo's legal services focus on agreements of the field and value creation in the work of designers (IPR). Ornamo can also provide personal support for cultivating a designer identity or developing creative business operations, for example. A dual membership gives you twice the support for your work!

ORNAMO

Changing design – a safe community

Ornamo is the largest multisectoral design community in Finland that supports designers in their work and strives to increase the value of designers' work in society. We bring designers together, develop professional expertise and serve as a designer network between different sectors. Founded in 1911, Ornamo has some 2,700 members.

Ornamo is the voice of designers, as well as a community and support network that is characterised by open-mindedness, curiosity and multisectorality.

Comprehensive member services and benefits offer designers crucial support and security in their professional lives. In addition to a broad selection of member services, Ornamo also engages in wide-ranging cooperation with companies, municipalities and third sector operators.

We promote a strong status for design in society. We develop fair professional rules, smart agreement culture and profitable business operations for the sector. As a designer, Ornamo can support your professional endeavours at every stage of your career.

Ornamo is also a community of design companies. We supervise the interest of the companies, provide legal counselling, and promote better ordering practices and ethical principles for the design sector.

A community of designers

Ornamo is the oldest community of professional designers in Finland. The 110-year-old organisation has established itself as part of the international design world. Our membership consists of design students and highly educated professionals employed in the diverse sector as designers of both digital and physical products and services.

Academic Engineers and Architects in Finland TEK

TEK is a trade union with a mission to support the development of your professional expertise and help you cherish your health and well-being.

In Finland the legislation concerning work and employment relationships is quite loose. Legislators have given employees and employers a lot of power to come to mutual agreements concerning the terms of employment, and collective labour agreements are the results of this. By being a member of TEK you support a negotiation culture that has been able to create a safer and more equal working life.

As a member you will have access to specialists of different fields who:

- Represent you together with specialists from other Akava unions in sector-specific collective bargaining negotiations where matters such as working hours, holiday bonuses, collective raises and travel time compensations are agreed upon.
- Influence social matters and ensure that the quality of education is appreciated in society.
- Provide personal counselling on matters related to working life, such as employment contracts, entrepreneurship issues and salary recommendations.
- Organise coaching sessions and events where you can develop yourself and meet other members of your community.

TEK supervises the professional interests of salaried designers in cooperation with YTN and Akava. TEK is also responsible for providing services and benefits related to this supervision work, such as legal and career services.

We are the people behind technology

Academic Engineers and Architects in Finland TEK is a community of some 75 000 professionals, including academic engineers, architects, designers, computer scientists and STEM specialists, as well as students of these fields. For our part, we are involved in solving the great questions of our age ranging from climate change to scarcity of natural resources and the challenges of modern working life. In addition to passion and calling, this kind of work also requires knowledge and research.

On the path we have chosen, the work is never done, therefore it must be given the time, peace and hope it calls for. TEK exists for the following reason: to ensure that our members can focus on the essentials while at work, and on the most essential once off the clock – on life itself.

**Täältä saat lisää apua ja
tietoa työelämästä:**

www.tek.fi

www.ornamo.fi

www.uusyrityskeskus.fi

www.businessfinland.fi

www.yrittajat.fi

