

Kahdeksan ikkunaa auki tulevaisuuteen

15.9.2009 julkistettava ainutlaatuinen teos kuvaa tulevaisuuden kuluttajia ensimmäistä kertaa laajaan tutkimustietoon pohjautuen

Sanomatalossa julkistettava Kahdeksan ikkunaa tulevaisuuteen -teos tarjoaa ensimmäistä kertaa näkymiä tulevaisuuden kuluttajan maailmaan pohjautuen laajaan tutkimustietoon. Ainutlaatuisen teoksen takana ovat Suomen johtava markkinatutkimusyriitys TNS Gallup ja palkittu designtoimisto Kuudes Kerros. Helsingin Sanomat tukee teoksen julkistamista.

Sähköisenä kirjana julkistettava teos avaa ikkunat huomispäivään tarjoamalla kahdeksan erilaista kuvausta tulevaisuuden ihmisistä ja heidän maailmastaan. Näkymien luomiseksi tehtiin mittava skenaariotyö, jonka pohjana hyödynnettiin laajaa RISC Monitor -kuluttajatietopankkia. RISC Monitor on tutkinut suomalaisten asenteita, elämäntyyliä ja kuluttamista yli 30 vuotta.

”Toteutustapa oli uusi. Erään määritelmän mukaan tulevaisuuden tutkiminen on tutkijana ja taiteilijana toimimista samaan aikaan. Se toteutui tässä projektissa, jossa tieto & luovuus sekä informaatio & design yhdistyivät. Kyse ei ole vain siitä *mitä* on edessä, vaan myös *mitä* se näyttää”, kertoo Kuudennen Kerroksen trendiasiantuntija, designer Leena Fredriksson, joka vastasi projektissa muun muassa tulevaisuuden visualisoinnista.

Laaja tutkimustieto kertoo omaa tarinaansa tulevaisuudesta. Tulevaisuus pitää kuitenkin aina sisällään yllätyksiä. Niitä haettiin keräämällä hiljaisia signaaleja sekä kartoittamalla mahdollisia tulevaisuusreittejä skenaariotyössä.

Rauha, tottumus, verkosto, vapaus, valta, tunne, valo ja laatu

Kaksi vuotta kestäneen skenaariotyön tuloksena syntyneet ikkunat kuvaavat tulevaisuuden ilmiöitä, joille määriteltiin nimet *rauha, tottumus, verkosto, vapaus, valta, tunne, valo* ja *laatu*. Ne ovat skenaarioita eli hypoteettisia tulevaisuudenkuvia.

”Tärkeä vaihe skenaariotyössä oli määritellä nykyilmiöille muutosajurit – eräänlaiset moottorit, jotka luot-saavat niiden matkaa tulevaisuuteen. Tällaisia ajureita olivat esimerkiksi uusi teknologia, verkostoitumi-nen, mukavuudenhalun kasvu, kuluttajien voimaantuminen sekä kestävä kehityksen nousu”, kuvaa teoksen sisällöistä vastannut, RISC Monitor tutkimuksesta Suomessa vastaava Tiitta Tiilikainen.

Kahdeksasta ikkunasta kaksi – tottumus & rauha – kuvaavat ilmiöitä, joissa muutos on tietoisesti vä-häisempää. Saattaa olla, että tällaiset ’tavallista elämää’ edustavat ilmiöt tulevat olemaan jatkossakin kaikkein isoimpia. Kirjassa ei määritellä ilmiöiden suuruusluokkaa numeroina.

”Tulevaisuusmatkailussa on kiusaus ampua myös yli. Tosiasia kuitenkin on, että esimerkiksi suomalais-ten harrastukset ovat kokeneet vain pieniä muutoksia vuosien kuluessa”, Tiilikainen sanoo.

Media is the message

Sähköinen teos on suunniteltu tietopakettiksi, mutta myös visuaaliseksi elämykseksi. Kukin ikkuna on kuvitettu kertomaan tarinaa tulevasta kehityksestä. Teoksessa esitellään myös tulevaisuuden ilmiöiden inspiroimia huomispäivän tuote- ja palvelukonsepteja. Konseptit suunnitteli designtoimisto Kuudes Kerros.

Teos on tarkoitettu virikeaitaksi ja ajattelun avaajaksi kenelle tahansa tulevaisuudesta kiinnostuneelle. Erityisesti se on kuitenkin käytännön työkalu markkinoinnille ja tuotekehitykselle. Skenaarioita vasten voi peilata esimerkiksi oman brändin tulevaisuuden polkuja.

”Elämme voimakasta muutoksen aikaa sekä mediakentässä että kuluttajan elämässä. Skenaariot tarjoavat meille mahdollisuuden pohtia ja ennakoida tulevia lukijoiden ja asiakkaiden tarpeita. Olemassa olevan tutkimustiedon rinnalla näkökulma laajenee. Skenaariot irrottavat ajatukset tästä hetkestä ja suuntaavat katseen tulevaisuuteen”, kuvaa teosta Helsingin Sanomien markkinointijohtaja Caroline Lilius.

Helsingin Sanomat lähti tukemaan teoksen julkistamista, koska näkee skenaariotyön tarpeellisena, arvokkaana työvälineenä.

Teoksesta löytyy ulkopuolisten asiantuntijoiden näkemyksiä tulevaisuuden kehityksestä & skenaarioista. Kirjoittajina ovat mm. taiteiden tohtori, erikoistutkija Tanja Kotro Kuluttajatutkimuskeskuksesta, kauppatieteiden tohtori, tutkija Kirsti Lindberg-Repo, sekä Tekesin Foresight Manager Pirjo Kyläkoski.

Kahdeksan ikkunaa tulevaisuuteen -teoksen julkaisevat TNS Gallup ja Kuudes Kerros. Teosta voi tilata suoraan yrityksistä.

Lisätietoja

TNS Gallup Oy
Tiitta Tiilikainen
RISC Monitor -tutkimusohjelman johtaja
Puh. (09) 613 500
etunimi.sukunimi@tns-global.com

Kuudes Kerros Oy
Leena Fredriksson
trendiasiantuntija, designer
Puh. 020 729 1700
etunimi.sukunimi@kuudes.fi

Kuudes Kerros Oy

Kuudes Kerros on brand design-toimisto, joka on erikoistunut luovaan ongelmanratkaisuun, konseptisuunnitteluun ja konseptien kaupallistamiseen. Toimiston tavoitteena on rakentaa kaupallisesti menestyviä brändejä, jotka erottuvat tila- ja pakkaussuunnittelun, muotoilun sekä visuaalisen identiteetin keinoin. Osaamisen takaa poikkitieteellinen tiimi brändistrategia, visuaalisia suunnittelijoita, arkkitehteja, sisustusarkkitehteja, trendianalytikoita ja pakkaussuunnittelijoita

TNS Gallup Oy

TNS Gallup Oy on täyden palvelun tutkimusyriys, jonka strategiset lähtökohdat ovat tutkimusosaaminen, asiakkaiden toimialasektoreiden tuntemus ja testatut, kansainväliset tutkimusratkaisut. TNS Gallup on osa kansainvälistä TNS-konsernia, joka on maailman suurin kyselytutkimuksiin perustuvan markkinainformaation tuottaja, suurin Euroopassa sekä Pohjoismaissa. TNS:llä on toimintaa yli 110 maassa ja yli 14 000 työntekijää. Suomessa henkilöstön lukumäärä on n. 170.

RISC Monitor

RISC (Research Institute on Social Change) Monitor on kansainvälinen arvojen, asenteiden ja elämäntyylien tutkimusohjelma. Tutkimusta tehdään noin 50 maassa ympäri maailmaa, Euroopassa tutkimusohjelma käynnistettiin vuonna 1978.

RISC Monitor on laajin Suomessa toteutettava asennetutkimus. Vuoden 2009 tutkimus toteutettiin tammi- ja huhtikuun välisenä aikana TNS Gallupin Internet-vastaajapaneelissa. Tutkimuksen ensimmäisen osan otos, 8235 henkilöä, edustaa 15-70 vuotiasta suomenkielistä aktiiviväestöä Manner-Suomessa.

Tutkimusohjelmasta Suomessa vastaa TNS Gallup Oy. Tutkimusohjelman tilaajia ovat kotimaiset ja kansainväliset yritykset, mediat ja julkisyhteisöt.

