

GLORIANKOTI

MARRASKUU 2010 HINTA 7,90 €

NYT

Lämpimät kotipesät

24 LUUKKUA JOULUUN
12 X GLÖGIMUKKI

TAKKATULI LOIMUAA
UUSIOKARTANON KUISTILLA

50-LUVUN RIVITALO
ASTUI 2010-LUVULLE

TAITEILIJAN KAKSI TALOA
KOKKOLASSA

DESIGNIA
KOTIOVELLE
- NETTI KOUKUTTA
OSTOKSILLE

138 suloista löytöä
makuuhuoneeseen

TALVIUNILLE!

Savonlinna
MARRASKUU 2010

VAIN JÄSENILLE

NETTIKAUPAT TEKEVÄT paljon, jotta myös virtuaalinen ostoksilla käynti tuntuisi elämykseltä. Kutsuvierasalennusmyynnit ja pop-up-shopit ovat tuttuja muodin maailmasta. Rajatut painokset "kaverihintaisia" tuotteita saattavat mennä kuumille kiville, kun ostajalle syntyy mielikuva etulyöntiasemasta. Moni nettikauppa hyödyntää sosiaalisessa mediassa syntyviä yhteisöjä. Mielenpitoita kerrotaan, ja ostopäätökset syntyvät vikkelästi muiden samanmielisten jalanjäljissä.

Suomalaiset Inka Mero ja Mia Lewin ovat vieneet elämysnettikaupan konseptin myös sisustusmaailmaan Yhdysvalloissa. Heidän Design Story -nettikaupansa myy viikoittain vaihtuvia, valikoituja erä designtuotteita vain jäsenilleen.

Bisnesnaisten arvion mukaan USA on täynnä netissä shoppailevia, hyvin toimeen tulevia designin ystäviä, joiden on ollut vaikea saada käsiinsä ihailemaansa skandinaavista muotoilua. Ostopäätöksiä auttavat muotoilijoiden tarinat ja tuotteiden kuvaus yhteen sopivina kokonaisuuksina aidossa ympäristössä. Suomi-designia kuvattiin viime kesänä Eero Aarnion kotona Kirkkonummella.

- Amerikkalaiset kulluttajat ovat suomalaisia valmiimpia isoihin heräteostoksiin, mutta maa on takapajula, mitä tulee keskihintaisen modernin muotoilun saata-vuuteen, Inka Mero sanoo.

Tähän mennessä Design Story on tarjonnut jäsenilleen olemassa olevia tuotteita, mutta se tähtää pidemmälle. Tulevaisuudessa Eero Aarnion uunituore designesine on ennakkomyynissä vain kirjautuneille jäsenille. Tuote valmistetaan USA:ssa, ja nopeimmat tilaajat saavat omansa maestron signeeraamana.

Inka Mero Design Story kurvasi Eero Aarnion muotoilua tämän Veikkolan kodissa.



Design Storyn tyypillinen asiakas on design lover tai digital mum.

AITO VAI AARNION INSPIROIMA?

HALPA MERKKIKÄSILAUKKU verkko-kaupassa on kopio, sen tietävät jo kaikki. Designesineiden väärennösmarkkinat käyvät yhtä kuumana. Suomalaisista tuotteista Fiskarsin sakset ja Harri Koskisen Block-valaisin ovat väärentäjien suosikkeja, samoin Eero Aarnion Pallotuoli.

Välttääkseen ikävät yllätykset verkossa on syytä valita ostopaikka huolellisesti, lukea aina myös pienellä prääntäty ja pohtia tarjousta rehellisesti. Jos hinta tuntuu liian huokealta, tuote on luultavasti kopio.

- Jos Pallotuolin saa tuhannella eurolla, voi olla aivan varma, että se on väärennös. Oikea hinta on 6 000-9 000 euroa, Aarnion personal manager Antti J. Kallio sanoo.

Internet on Aarnio-designille tärkeä myyntikanava. Kaksi vuotta sitten muotoilija avasi nettikaupan myös omalla nimellään. Kun kauppaan klikkaa, Aarnio kävelee vasemmalta sisään ja jää seisomaan Pallotuolin viereen. Ei jää epäilystä, kenen tuotteita myydään.

- Aarnion tuotannosta 90 prosenttia menee vientiin. Joka päivä tehtaalta lähtee ainakin yksi Pallotuoli, Kallio kertoo. ■

