

INFO

1 | 2019 www.finnvera.fi



"Finnveran
vientitakauksella oli
ulkomaankaupallemme
iso merkitys."

Pekka Koski
Lojer Oy

6 Professori Monika von Bonsdorff:
"Yrittäjä: Valmistaudu
eläköitymiseesi varhain"

9 Pk-yritysten
listautuminen helpottuu
valmennuksella

10 Kaslink kurottaa
maailmalle
kauratuotteillaan



Viennin rahoitusratkaisut kasvun avuksi

Juuso Heinilä
liiketoimintajohtaja, pk-yritykset

ALKUVUODEN TALOUSENNUSTEET viestivät hidastuvasta kasvusta. Markkinat eri puolilla maailmaa kasvavat siis kokonaisuutena edelleen, mutta eri syistä hieman aiempaa hitaammin. Uhkakuvien maalailun sijaan kannattaa nähdä mahdollisuuksia. Tilaa ja tilausta suomalaisille tuotteille ja palveluille on edelleen maailmalla valtavasti.

Suomalaiset yritykset aistivat toimintaympäristön muutosta ja onneksi yrityksemme ovat tunnuslukujen perusteella poikkeuksellisen vahvassa kunnossa. Yritysten taloudelliset valmiudet uudistua ja sopeutua ovat erinomaiset. Paikalleen ei kuitenkaan voida jäädä, vaan uudistumista, investointeja ja kansainvälistymistä on jatkettava nopeutuvalla vauhdilla.

Tässä lehdessä kerrotaan erinomaisia esimerkkejä rohkeasta uudistumisesta ja määrätietoista kansainvälisestä kasvusta. Nämäkin tositarinat alleviivaavat suomalaisen osaamisen valtavaa potentiaalia myös maailman markkinoilla.

Kasvun hidastuminen kiristää kilpailua ja viimeistään nyt yritysten on otettava myös rahoituksen osalta kaikki välineet

käyttöön myyntineuvotteluissa menestyäkseen. Finnveran ja Keskuskauppakamarin 2018 teettämästä tutkimuksesta havaitsimme selkeästi sen, että suomalaiset pk-vientiyritykset käyttävät viennin rahoitusratkaisuja liian harvoin ja kilpailijamaidemme pk-yrityksiä selvästi vähemmän. Tällaista taseitusta meidän ei pidä antaa, sillä ostajalle rahoitusehdoilla on usein ratkaiseva merkitys.

Finnverassa koemme tärkeäksi sen, että vientiyrityksemme tuntevat viennin rahoitusratkaisut ja kykenevät suojautumaan vientikaupan luottoriskeiltä. Tästä syystä käynnistimme Keskuskauppakamarin kanssa viime syksynä kiertueen, jossa kerromme yhteistyökumppaneidemme kanssa eri puolilla Suomea ratkaisusta, joilla ostamista on mahdollista helpottaa ja viennin riskeiltä voidaan suojautua.

Jatkamme viennin rahoituksen kiertuetta myös tänä vuonna ja haluamme erityisesti panostaa yrityskohtaiseen neuvontaan vientikaupan riskeiltä suojautumisessa ja rahoitusvälineiden hyödyntämisessä. Maksuttomissa pk-yritysten avainhenkilöille suunnatuissa vientikaupan rahoituspajoissa tavoitteena on tuoda yritysten käyttöön rahoituksen työkaluja vientimyynnin kehittämiseen ja kasvattamiseen. Haluamme Finnverassa osaltamme varmistaa, ettei viennin kasvu jää rahoituksesta kiinni!

”Tilaa ja tilausta suomalaisille tuotteille ja palveluille on edelleen maailmalla valtavasti.”



SUUNNANNÄYTTÄJÄ
KATSO VIDEO YOUTUBESTA

Sairaala- ja hoitokalusteita maailmalle laatutakuulla

Tänä vuonna sata vuotta täyttävä, Sastamalasta ponnistava Lojer valmistaa sairaala- ja hoitokalusteita, joita se vie 50 maahan. Vaikka alan kilpailu on erittäin kovaa, on Lojerin vahvuutena tuotteiden laatu ja pitkä käyttöikä. Yrityksen vientijohtajana työskentelevän Pekka Kosken mukaan myös suomalaisuus on alan vientikaupassa iso etu, ja onpa Finnvera-yhteistyökin auttanut isojen kauppohen neuvotteluissa.

Teksti Viivi Viitanen **Kuvat** Karri Harju

Pekka Koski, Vammalan kasvatti, on päässyt seuraamaan sairaala- ja hoitokalustealan kehitystä työnantajansa Lojer Oy:n leivissä jo 34 vuoden ajan. Kotimaisessa omistuksessa oleva yritys on alansa merkittävin suomalainen työllistäjä, jolla on tuotantoyksiköt Sastamalan lisäksi Kempeleessä. Palkkalistoillaan yrityksellä on kaikkiaan 150 henkilöä, joista yksi on muutaman vuoden päästä ansaitulle eläkkeelle pääsevä Koski. Lojerin menestys kietoutuu Kosken mukaan moniin asioihin, muun muassa sitoutuneisiin ja osaaviin omistajiin, kykyyn haistaa alan tulevia, kansainvälisiä tuulahduksia ja toisaalta tuotteiden valmistustapaan.

– Jalostusasteemme on poikkeuksellisen korkea, sillä valmistamme tuotteidemme osat pääosin itse. Tämä on kansainvälisestikin katsoen harvinaista. Valmistuksella pystymme varmistamaan tuotteidemme laadun omin voimin. Ulkomaiset asiakkaamme eivät aina tahdo uskoa silmiään, kun viemme heidät tehtaallemme todistamaan tuotantomme laajuutta, Koski iloitsee.



Sastamalasta lähtöisin oleva Lojer suunnittelee ja valmistaa kaikki tuotteensa Suomessa.

LOJER OY:

- Suomen johtava sairaala- ja hoitokalusteiden valmistaja ja alan merkittävin kotimainen työllistäjä. Perustettu 1919.
- Kotimaisen ja yksityisessä omistuksessa olevan yhtiön tuotantoyksiköt sijaitsevat Sastamalassa ja Kempeleessä.
- Työllistää Suomessa yhteensä 120 henkilöä, välillisesti kymmeniä muita. Kaikkiaan konserni työllistää 150 henkilöä kolmessa maassa.
- Liikevaihto n. 29 miljoonaa euroa. Viennin osuus on noin 60 %, tuotteita käytössä 115 maassa. Tärkeimpiä vientialueita Skandinavia, Keski-Eurooppa, Venäjä sekä Lähi-Itä.
- www.lojer.com

Koski kertoo, että suomalaisuus on vientikaupassa etu, ja esimerkiksi Venäjällä suomalaisten tuotteiden laatua arvostetaan. Vaikka Lojerin tuotteet ovat monesti ulkomaisten kilpailijoiden tuotteita kalliimpia, on käyttöaikakin eri luokkaa. Siksi yritys puhuu mieluummin tuotteiden elinkaarikustannuksista. Koski mainitsee esimerkkinä tekemänsä Tampereen yliopistollisen sairaalan mittavan sairaalasänkykaupan lähes 30 vuoden takaa – näistä sängyistä vielä kolmannes on normaalikäytössä.

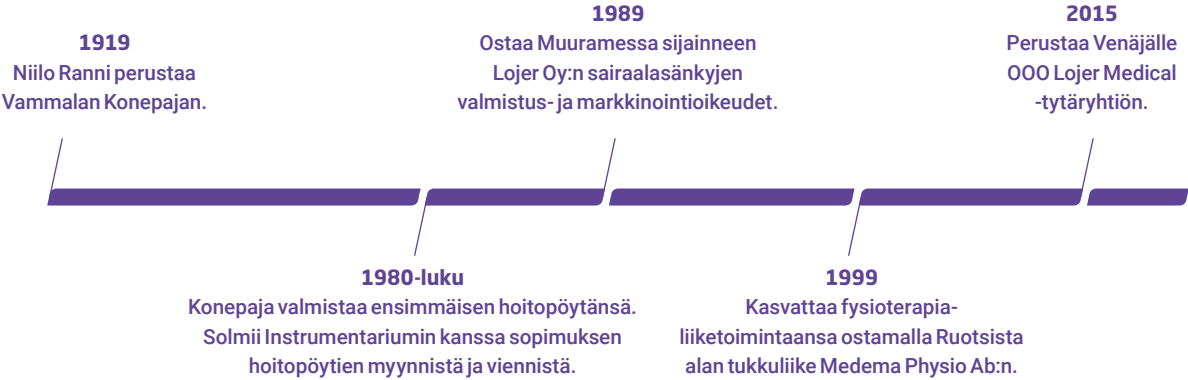
– Myös pitkäaikaiset asiakassuhteemme, muun muassa vanhin ja edelleen voimissaan oleva, 50 vuotta kestänyt jälleenmyyjäsuhteemme osoittaa asiakkaallemme, että meihin kannattaa luottaa, Koski kertoo.

”Finnvera on erittäin kiinnostunut meistä ja tuntee toimintamme hyvin. Molemminpuolinen luottamuksemme mahdollistaa hyvän yhteistyön.”

Kova kilpailu johtaa tiukkoihin laatuvaatimuksiin

Lojer aloitti kansainvälistymisensä hiljalleen 1970-luvulla, muun muassa yrityskauppoja tehden. Tällä hetkellä sen tärkeimmät vientimarkkinat ovat Ruotsi, Venäjä, Saksa, Italia ja Saudi-Arabia. Kilpailijakenttää voi Lojerin alalla kuvailla Kosken mukaan hyvin kansainväliseksi ja aggressiiviseksi. Esimerkiksi julkisissa tarjouspyynnöissä on mietittävä tarkkaan, miten oma tuote hinnoitellaan – ja millaisia asioita ostava asiakas päätöksessään

painottaa. Yritykset pyrkivät myös vaikuttamaan asiakaisiin jo etukäteen niin, että tietyt, myyjän toivomat erityispiirteet kirjataan tarjouspyyntöön, jolloin tarjouksen voittaminen helpottuu. Omat haasteensa kansainvälisillä



markkinoilla toimiville tuovat myös vientimaiden, esimerkiksi Kiinan, vaihtuvat ja protektionistiset kauppatavat.

Koski paljastaa, että asiakkaiden tuotteilta vaatima laatutaso on vuosikymmenten myötä noussut roimasti, ja jokaisessa yksityiskohdassa – valmistuksesta markkinointiin – on markkinoilla pärjätäkseen oltava mestari. Myös asiakaspalvelukulttuuri on ottanut aikojen saatossa ison loikan: Lojerilla painotetaan, että asiakkaat ovat niitä, jotka maksavat palkan, ja niinpä heille on aidosti annettava kaikkensa.

– Asiakkaiden kanssa toimiminen on jokapäiväistä psykologiaa, summaa Koski.

Pitkän kansainvälisen uran tehneellä Koskella on yksi tärkeä vinkki kansainvälistymistä harkitseville suomalaisyrityksille – sinnikkyys.

– Moni käy kerran kansainvälisillä messuilla ja lamaantuu, jos kauppaa ei heti synny. Me olemme esimerkiksi osallistuneet Medica-messuille 25 vuoden ajan, ja tiedän, että jokavuotinen messuläsnäolo on välttämätöntä, ettei ikäviä huhuja yrityksen kisakunnosta synny. Epäonnistumisten jälkeen tulisi siis vain nuolla haavat, ottaa opiksi ja pistää seuraavalla kerralla paremmaksi.

Finnveran vientitakauksella iso merkitys Lojerille

Kannattavaan, kaksinumeroiseen kasvuun tähtäävä Lojer on hyötynyt vuosien varrella Finnvera-yhteistyöstä monin tavoin. Yritys on aktiivisesti hyödyntänyt Finnveran vientitakausinstrumenttia, ja Koski toteaa, että vientitakauksen myötä Lojer pystyi eräässä kaupassa tarjoamaan asiakkaalleen riittävän maksuajan, millä oli asiakkaalle paitsi taloudellinen myös iso psykologinen merkitys. Ilman Finnvera-yhteistyötä tällaista palvelua ei olisi voitu tarjota.

– Finnvera on erittäin kiinnostunut meistä ja tuntee toimintamme hyvin. Molemminpuolinen luottamuksemme mahdollistaa hyvän yhteistyön, Koski kehuu Finnveran sitoutumista.

Vaikka Lojer katsoo liiketoiminnassaan pitkälti Suomen ulkopuolelle, palaa kaikki aina yrityksen juurille, Pirkanmaan sydämeen Sastamalaan. Lojer pystyy omalla liiketoiminnallaan ja alihankintaverkostoillaan vaikuttamaan merkittävällä tavalla alueen elinkeinoelämän virkeyteen. Yrityksessä on ollut työntekijöitä monessa polvessa – sen ansiosta sairaala- ja hoitokalustevalmistuksen opit siirtyvät edelleen saumattomasti nuoremmille tekijöille.



Tuotteiden valmistuksessa käytetään korkealuokkaisia materiaaleja ja komponentteja.



Yrittäjän eläköityminen vaatii huolellista valmistautumista

Akatemiatutkija ja professori Monika von Bonsdorff tutkii kollegoineen mikro- ja pienyrittäjien eläkeprosessia. Yrittäjien eläköitymistä hidastavat monenlaiset syyt, ja eläköitymisen taustalla tapahtuvaa psykologista prosessia tunnetaan vielä heikosti. Se tiedetään, että eläköitymistä kannattaisi alkaa suunnitella mahdollisimman varhaisessa vaiheessa.

Teksti Viivi Viitanen **Kuva** Sampo Korhonen

Miksi niin monet suomalaiset mikro- ja pienyrittäjät vitkuttelevat eläkkeelle jäätinsä kanssa? Muun muassa tätä kysymystä **Monika von Bonsdorff**, Vaasan yliopiston liiketoiminnan kehittämisen professori, on pohtinut useamman vuoden ajan. Von Bonsdorff vetää tällä hetkellä Suomen Akatemian rahoittamaa Entrepreneur-tutkimushanketta, jossa pyritään selvittämään yrittäjien eläkkeelle siirtymisen prosessia ja yrittäjien sopeutumista eläkkeellä oloon. Aihe on tärkeä, sillä yhteiskunnassamme on tälläkin hetkellä merkittävä joukko 60–70-vuotiaita ikääntyviä yrittäjiä, joille kysymys on erittäin ajankohtainen, muttei suinkaan helppo.

– Tiedämme, että ikääntyvien pienyrittäjien yritysten liikevaihto alkaa laskea merkittävästi eläköitymistä edeltävien vuosien aikana, ja niinpä niin kutsuttua exit-suunnitelmaa tulisi valmistella hyvissä ajoin etukäteen, viimeistään kuusikymppisenä, ettei hiipumista ala tapahtua, von Bonsdorff toteaa.

Vaan miksei näin aina käy? Kun palkkatyöläinen jää eläkkeelle, prosessiin kuuluvat Kela-koukerot, kakkukahvit, palautetut kellokortit ja viimeistä kertaa sulkeutuvat toimiston ovet. Pienyrittäjälle matka saattaa olla monimutkaisempi. Taloudelliset syyt estävät, muuttotappioalueella sijaitsevalle yritykselle voi olla vaikea löytää ostajaa, yritys on niin henkilöitynyt, ettei myminen ole mahdollista tai velvollisuudentunto pitkäaikaisia työntekijöitä kohtaan hidastaa omaa eläkepäätöstä. Ja henkinen prosessi on oma lukunsa.

– Voisiko olla niin, että eläkkeelle jääminen on niin suuri uhka monen yrittäjän identiteetille ja elämän jatkuvuuden tunteelle, että prosessi vaatii erityisen paljon kypsytelyä, pohtii von Bonsdorff yrittäjien mahdollisia tuntemuksia.

Hän toteaa, ettei eläkkeelle jäävien yrittäjien psykologista prosessia tunneta vielä tarpeeksi hyvin ja kertoo kantavansa yrittäjistä huolta. Vaikka osaa yrittäjistä pitää työssä vahva työmoraa ja into yrittäjyyttä kohtaan, osa on todella väsyneitä ja

fyysisen jaksamisensa rajoilla. Jossakin vaiheessa työ ei enää ole terveyttä edistävää, vaan sen terveysvaikutukset kääntyvät negatiivisiksi. Lisäksi tekemisen into saattaa hyytyä. Uusimpiin digi-ilmiöihin ei enää jakseta tutustua, ja toimintaan ei investoida, sillä ainakin jollakin tasolla tiedetään, ettei olla tulevaisuudessa näkemässä työn hedelmää.

Yrityksen myynti on usein fiksua vetoa ostajalle kuin myyjällekin

Käytännössä eläköitymistä harkitsevalle yrittäjällä on kolme vaihtoehtoa: yrityksen myynti, toiminnan alasajo tai sukupolvenvaihdos. On luonnollista, että jotkut yritykset käyvät kaupaksi toisia paremmin, ja maailma muuttuu niin nopeasti, ettei kaikkien alojen tehohengittäminen ole viisasta:

– Toisaalta voidaan pohtia, voisivatko yrittäjät suojautua joitakin muutoksia vastaan vaikkapa pyrkimällä modernisoimaan yrityksen rakenteita nykyistä ketterämmin, von Bonsdorff pohtii.

Monissa tapauksissa yrityksen myynnillä voi olla virkistäviä seurauksia. Seuraavaa sukupolvea edustavalla jatkajalla saattaa olla uudenlaista osaamista ja intoa investoida ja lähteä kehittämään toimintaa eteenpäin. Myös ostajalle jo toiminnassa olevan yrityksen osto on usein fiksua vetoa, sillä yrityksellä on mitä luultavimmin valmis asiakaskanta sekä hiottuja prosesseja, yritystoiminnassa tarvittavaa välineistöä ja joskus jopa patenteja.

– Yritysten osto- ja myynti-ilmoituksille on olemassa foorumeita, mutta meidän tulisi pystyä lieventämään myyntiin liittyviä tabuja, jotta kaikki yrittäjät uskaltaisivat puhua verkostoilleen tulevasta kauppaamisesta avoimesti ja hyvissä ajoin, lisää von Bonsdorff.

”Ikääntyvien pienyrittäjien yritysten liikevaihto alkaa laskea eläköitymistä edeltävien vuosien aikana, ja niinpä exit-suunnitelmaa tulisi valmistella hyvissä ajoin etukäteen.”

Eläköitymiseen kannattaa valmistautua varhain

Jos edessä on yrityksen myynti, on siihen valmistautuminen pitkätkö tie. Vastuuta tulisi hiljalleen siirtää muille, ja prosesseja ja toimintatapoja tulisi dokumentoida, jotta seuraajan olisi mahdollisimman helppo hypätä yrittäjän saappaisiin. Myös taseen siivoaminen tulee myytävän yrityksen osalta usein kyseeseen. Kuten monet yrityskaupan asiantuntijat ovat todenneet, potentiaalinen ostaja ei luultavasti ole kiinnostunut yritykselle merkityistä veneistä ja perämootoreista, vaan itse liiketoiminnasta. Niinpä olisi oleellista pysähtyä miettimään, mikä on se ydinosaaminen, jota seuraajalle ollaan itse asiassa tarjoamassa.

Myös onnistunut sukupolvenvaihdos vaatii pitkän linjan suunnittelua ja usein ulkopuolisten asiantuntijoiden, kuten Finnveran, konsulttien ja veroammattilaisten apua, jotta vaihdos saadaan vietyä maaliin hallitusti. Välillä esteeksi saattaa kaikesta huolimatta tulla raha.

– Sukupolvenvaihdoksen veroseuraamukset saattavat olla jatkajalle niin kovia, ettei vaihdokseen ole tästä syystä taloudellisia mahdollisuuksia, von Bonsdorff kertoo keskusteluistaan yrittäjien kanssa.

Toki onnellisiakin tarinoita löytyy kosolti, samoin kuin yrittäjältä toiselle kantautuvia vinkkejä onnistuneeseen luopumisstrategiaan. Von Bonsdorff mainitsee esimerkkinä erään menestyneen yrittäjän kanssa käymänsä keskustelun. Kyseinen yrittäjä kertoi aloittaneensa exit-strategiansa suunnittelun heti, kun yritys perustettiin. Hänen neuvonsa oli, että suunnitelma tulisi yhdistää normaaliin liiketoiminnan suunnitteluun, jotta se pysyy jatkuvasti ajan tasalla ja realistisena. Kenties tässä onkin tärkein vinkki yrittäjille: eläkkeelle jäämisen suunnittelun kanssa ei suinkaan tarvitse odottaa aivan kalkkiviivoille saakka. Ehkä sille oikea aika onkin – iästä riippumatta – juuri tässä ja nyt.

Finnvera mukana tukemassa suomalaista yrittäjyyttä

Aloittaville tai alle kolme vuotta toimineille yrityksille tarkoitettu alkutakaus on löytänyt hyvin käyttäjäkuntansa, ja tälläkin hetkellä Finnvera auttaa vuosittain tuhatta uutta yritystä saavuttamaan unelmansa. Alkutakauksen taustalla on voimakas yhteiskunnallinen missio. Finnvera haluaa olla varmistamassa, että Suomessa rohkaistuttaisiin yrittämään.

Kuva Pasi Leino

Pankkilainan saamista helpottava alkutakaus sopii monenlaisille toimialoille, valmistavasta teollisuudesta palveluihin. Sen hyödyt ovat selkeät – yrityksen alkuvaiheessa vakuuksista on usein pulaa, ja niinpä alkutakaus mahdollistaa monille yrittäjäksi ryhtymisen. Yrittäjän voi olla fiksua hyödyntää alkutakausta myös siksi, että silloin omia, henkilökohtaisia vakuuksia voi säästää myöhempiin rahoitustarpeisiin.

Alkutakauksen hakeminen on yksinkertaista

Finnveran alkutakauksen hakeminen on helppoa, sillä yrittäjä voi hakea sitä suoraan omasta pankistaan. Ensin yrittäjä esittää luottihakemuksensa pankille, joka arvioi yrityksen toimintaedellytykset ja luottokelpoisuuden. Tämän jälkeen pankki hakee alkutakauksen Finnverasta – yrittäjä ei siis asioi suoraan Finnveran kanssa.

Finnvera saa yrittäjiltä paljon positiivista palautetta alkutakauksesta. Helpoksi koetaan esimerkiksi se, että takauksen

saadakseen ei tarvitse asioida usean eri tahon kanssa. Hakuprosessia on lisäksi kehitetty nopeaksi ja helpoksi.

Alkutakaus auttoi Cinemahousea pääsemään haaveisiinsa kiinni

Finnveran alkutakaus oli elokuva-alan yritykselle Cinemahouselle elintärkeä, sillä sen turvin yritys perusti uuden elokuvateatterin Kaarina – ilman suurempaa byrokratiaa. Yrityksen ja Finnveran yhteistyön ei kuitenkaan suinkaan tarvitse jäädä alkutakaukseen, vaan Finnvera voi auttaa yritystä myös muissa rahoitustarpeissa, kuten kävi Cinemahousenkin tapauksessa. Lue verkkosivuiltamme yrityksen tarina ja katso video.

”Yksikään hyvä hanke ei saisi jäädä toteutumatta rahoituksen puutteen vuoksi”, toteaa Finnveran tuotepäällikkö **Leena Waarna**.

FINNVERAN ALKUTAKAUS

- Alkutakaus helpottaa yrityksen pankkilainan saamista. Jos yrityksen omat vakuudet eivät riitä lainan saamiseen, pankki voi hakea Finnveran alkutakausta luoton osittaiseksi vakuudeksi.
- Alkutakaus on tarkoitettu aloittaville, EU:n pk-määritelmän mukaisille henkilöömistisille yrityksille, joiden kaupparekisteriin merkitsemisestä on kulunut enintään kolme vuotta.
- Hakijayrityksen oma pankki hakee alkutakausta Finnveralta. Yrityksen ei tarvitse olla suoraan yhteydessä Finnveraan.
- Finnveran takausosuus voi olla enintään 80 % kuitenkin siten, että yhdelle yritykselle myönnettyjen alkutakausten määrä on enintään 80 000 euroa.

Cinemahousen perustajajäsen Henry Erkkilä on tyytyväinen Finnveran alkutakaukseen: ”Ilman sitä emme olisi voineet perustaa uutta teatteria”, hän kehuu.

365 päivässä pörssiin -valmennusohjelmasta eväät listautumiseen

Suomen Yrittäjät ja Finnvera ovat käynnistäneet listautumiseen valmistavan 365 päivässä pörssiin -valmennusohjelman, johon kutsuttiin avoimella haulla Helsingin pörssin Nasdaq First North -markkinapaikasta kiinnostuneita yrityksiä. Vuoden kestävään ja seitsemän ohjelmatyöpäivää sisältävään valmennusohjelmaan valikoitui yhteensä 34 yritystä. Tammikuussa 2019 alkanut ohjelma jatkuu koko vuoden.

365 päivässä pörssiin -valmennusohjelma tarjoaa yrityksille hyvät valmiudet listautua sitten kun aika on oikea – ohjelmaan osallistuminen ei siis vielä tarkoita, että yritys tulisi varmuudella listautumaan. Sen sijaan yritykset saavat ohjelmasta runsaasti ajanmukaista tietoa esimerkiksi tilinpäätöksiin ja listautuneen yhtiön talousvaatimuksiin liittyen. Esille valmennusohjelmassa nousevat myös hallitustyöskentely, rahoitus, sijoittajaviestintä sekä pörssiyrityksen toimitusjohtajan ja hallituksen puheenjohtajan roolit.

”Suomen Yrittäjien 115 000 jäsenen joukossa on satoja, ellei tuhansia listauskelpoisia yrityksiä”, kertoo Suomen Yrittäjien Kasvuyrittäjäverkoston puheenjohtaja **Petri Roininen**.

Pienet ja keskiuuret yritykset ovat erityisen tärkeitä Suomen kansantalouden kannalta, sillä ne luovat suurimman osan uusista työpaikoista. Suomalaiset First North -yhtiöt ovat keränneet listautumisanneissa jo yli 400 miljoonaa euroa ja niiden yhteenlaskettu markkina-arvo on 1,3 miljardia euroa.

Läntisen naapurimme vauhtiin on kuitenkin vielä matkaa. Ruotsissa Nasdaq First North -markkinapaikalla on lähes 300 yritystä eli noin kymmenkertainen määrä Suomeen verrattuna.

Listautumisvalmius esiin kriittisellä itsearvioinnilla

Finnveran rahoitusjohtaja **Titta Mantila** avasi ensimmäisessä ohjelmatyöpäivässä Finnveran tapaa luokitella yrityksiä, ja haastoi valmennukseen osallistuvia yrittäjiä arvioimaan omaa yritystään samoilla kriteereillä.

”Pörssiin mielivällä yrityksellä on oltava selkeä käsitys omista vahvuuksistaan ja heikkouksistaan muun muassa johtamisessa, hallitustyöskentelyssä sekä liiketoiminnassa ja taloudessa”, Mantila sanoo.

Listautuminen tuo tullessaan useita hyötyjä niin yritykselle kuin yrittäjälle itselleenkin. Oman pääoman hankinta mahdollistaa esimerkiksi investoinnit ja kasvun. Lisäksi yhtiön omavaraisuusaste kasvaa, ja vieraan pääoman kustannus pienenee. Omistajan kannalta merkittävää on myös se, että osakkeelle syntyy kauppapaikka ja yritykselle markkina-arvo.



Nasdaq First North

Nasdaq First North on pörssin ylläpitämä ja pörssin päämarkkinaa kevyemmin säännelty markkinapaikka. Nasdaq Helsingin päämarkkina on säädeltä EU:n tasolla, kun First Northia taas säätelee pitkälti Nasdaq Nordic itse. First North pyrkii toimimaan rahoituksen ja näkyvyyden mahdollistavana markkinapaikkana pienemmille ja keskiuurille kasvuhakuille yrityksille. Suomessa First North -markkinapaikalla on 29 yhtiötä, joiden lisäksi pörssin päämarkkinapaikalle on jo siirtynyt kuusi yhtiötä.

Kolmen Kukkosen Kaslink tähtää korkealle kauratuotteillaan

Voimakkaasti kasvava Kaslink tähtää globaaleille markkinoille Aito-kauratuotteillaan. Yrityksen takana ovat visionääri-isä sekä kolme veljestä, jotka ovat viime vuosina uudistaneet kouvolaaisyrittystä perin pohjin. Kaslinkilla uskotaan voimakkaasti paitsi kauraan myös muihin suomalaisiin elintarvikkeisiin. Seuraava hittituote voisi olla vaikkapa suomalainen vesi.

Teksti Viivi Viitanen Kuvat Sampo Korhonen

”Yrittäjyydessä tarvitaan ratkaisukeskeistä otetta, verkostoitumiskykyä ja sopivaa nöyryyttä.”

Juha-Petteri Kukkonen

Kolme veljestä ja tarina, josta riittää ammentavaa. Kaslink, vuonna 2001 perustettu elintarvikealan perheyritys, on kokenut viimeisen parin vuoden aikana huiman muodonmuutoksen, josta on kiittäminen **Juha-Petteri, Matti ja Tuomas Kukkosta**. Veljeskolmikko on pistänyt tuulemaan sen jälkeen, kun heidän isänsä, pitkän linjan yrittäjä **Raino Kukkonen** vetäytyi Kaslinkin operatiivisesta toiminnasta neljä vuotta sitten. Nyt alun perin kouvolaalainen Kaslink, kastikkeisiin ja meijerituotteisiin keskittynyt yritys, nostaa itseään maailmankartalle Aito-kauratuotteillaan. Menestystarinaa ymmärtääkseen on kuitenkin palattava ajassa taaksepäin, piskuiseen Sotkamoon.

Kaslinkin viestintä- ja markkinointijohtaja Juha-Petteri Kukkonen kuvailee lapsuuttaan vahvasti yrittäjyyden väreiksi. Raino-isä, oman elämänsä Pelle Peloton, harjoitti yritystoimintaa jo ennen Kaslinkin tarinan syntyä. Juha-Petteri ja muut veljekset kasvoivat isän kokeilujen keskellä: olohuoneessa kasvatettiin mehiläispesä ja kehiteltiin mehiläisvaakoja. Kun muut teinit kuuntelivat Metallicaa ja ajelivat mopoilla, Kukkokset matkustelivat maasta toiseen. Mukaan tarttui kova kiinnostus eri kulttuureita kohtaan – ja sellainen into yrittäjyyteen, että sitä voi hyvin kutsua elämäntavaksi.

Kului kuitenkin kauan, ennen kuin Juha-Petteri astui perheyrityksen ruoriin. Monipuolinen markkinointi- ja yrittäjäura vei nuorta miestä Lontooseen ja Sydneyyn, ja oli hilkulla, ettei hän olisi jäänyt sille tielleen. Kun muut veljekset soittivat ja pysivät häntä liittymään perheyrityksen joukkoihin, ei kieltäytyä kuitenkaan voinut. Juha-Petteri ymmärsi, että käsissä oli niin ainutlaatuinen tarina, että siitä piti päästä kertomaan maailmalle. Niinpä, vuonna 2016, hän palasi kotikonnuilleen Suomeen.

Kauratuotteet voisivat olla Suomen globaali valttikortti

Juha-Petteri Kukkonen kertoo, että vielä puolitoista vuotta sitten kukaan ei tuntenut Kaslinkia. Nyt tilanne on kääntynyt pääläelleen, ja yrityksen kasvuvauhti on huima. Juha-Petteri pitää jopa mahdollisena liikevaihdon moninkertaistamista muutaman vuoden kuluessa. Kaslink on lyhyessä ajassa kasvattanut myös kauratuotevalikoimaansa kolmeenkymmeneen ja tähtää voimakkaasti globaaleille markkinoille. Pitkän aikavälin tavoitteet ovat korkealla: Kaslink haluaa olla tulevaisuudessa jokaisen ruokapöydän vakiovieras ympäri maailman.

– Suomi vie jo nyt paljon kauraa maailmalle ja on Iso-Britannian ja Ruotsin ohella kauraan liittyvän tutkimuksen huippumaa. Uskon, että näistä kolmesta maasta tulevat ne kaurabrändit, jotka hallitsevat jonakin päivänä globaaleja markkinoita, maalaa Juha-Petteri. – Suomalaisen kaurabisneksen avulla voimme jopa varmistaa sen, että maaseutemme pysyy tulevaisuudessa asuttuna, hän uskoo.

Kouvolassa Kaslink luo positiivista virettä jo nyt: yritys on investoinut voimakkaasti siellä sijaitsevaan tuotantolaitokseensa, ja isä-Kukkonen on perustanut eläkepäiviensä ratoksi uuden elintarvikealan yrityksenkin. Toisista huolenpito, oli kyseessä sitten oma perhe tai laajempi paikallisyhteisö, on Kukkosille tärkeää. Vaikka Kaslinkin hallituksessa ja johtopaikoilla on tätä nykyä myös perheen ulkopuolisia henkilöitä, pidetään yrityksessä kiinni siitä, että siellä vallitsee aina perhemäinen tunnelma. Myös veljesten välinen yhteistyö tuntuu rullaa- van mainiosti.



”Suomi on kauratutkimuksen huippumaa – kauran avulla voimme jopa varmistaa sen, että maaseutemme pysyy tulevaisuudessa asuttuna.”

– Jos meillä on keskusteltavaa, lämmittämme saunan ja juomme lonkerot. Päätöksenteko on varsin suoraviivaista ja nopeaa, ja tämä on myös yksi menestyksemme salaisuuksista, kertoo Juha-Petteri.

Tiukasti kiinni ajankohtaisissa ruokatrendeissä

Kaslinkin kasvua avittaa se, että myös massat ovat kiinnostuneet kasvipohjaisista tuotteista: esimerkiksi Suomessa jopa 75 prosenttia kuluttajista on jo testannut kasvipohjaisia elintarvikkeita. Juha-Petteri Kukkonen toteaa, että tämän hetken ruoankultusilmiö on fleksaaminen, liha- ja kasvissyönnin vuorottelu. Mistään ohimenevästä trendistä ei liene kyse, ja Kukkosen veljekset käyttävätkin tällä hetkellä aikansa kaupantekoon maailman eri kolkissa. Kasvussa on ollut apuna myös Finnvera.

KASLINK

- Vuonna 2001 perustettu ruoanlaittotuotteisiin, juomiin ja välipaloihin keskittynyt perheyritys. Omistajina Juha-Petteri, Matti ja Tuomas Kukkonen.
- Liikevaihto 65 milj. euroa (2018).
- Työllistää yhteensä 170 henkilöä.
- Toimipaikat Koriolla ja Helsingissä.
- Yksi Suomen nopeimmin kasvavista yrityksistä 2000-luvulla.
- www.kaslink.fi

– Olemme käyttäneet Finnveran takauspalveluita vuosien varrella, kun olemme tarvinneet lisärahoitusta kasvumme ja kansainvälistymisemme varmistamiseksi. Kaslink on perheomisteinen yhtiö, joten Finnveran rahoitusinstrumentit sopivat meille hyvin. Varmasti käytämme palveluita myös tulevaisuudessa, jos näemme ne kasvun kannalta tarpeelliseksi, Juha-Petteri kertoo.

Suomalaisten elintarvikeyritysten esiinmarssin ei suinkaan tarvitse jäädä kauraan. Esimerkiksi vesi voi olla yksi tulevaisuuden trendituotteista.

– Suomessa puhdasta vettä ja sen saatavuutta pidetään usein itsestään selvyytenä, vaikka isossa osassa maista samanlaisesta tilanteesta voidaan vain haaveilla. Vesi on esimerkki sellaisesta pohjoismaisesta huipputuotteesta, jota kannattaisi viedä globaaleille markkinoille voimakkaasti, hyödyntäen asemaamme elintarvikeeturvallisuuden ykkösmäana. Myös Kaslinkilla on jo useampia vesituotteita valikoimassaan, Juha-Petteri muistuttaa.

Paitsi yrittäjänä myös enkelisijoittajana toimiva Juha-Petteri toteaa, että yrittäjyydessä tarvitaan ratkaisukeskeistä otetta, verkostoitumiskykyä ja sopivaa nöyryyttä. Samalla hän peräänkuuluttaa oikeanlaista asennetta. Jos haluaa pärjätä maailmalla, pitää lähteä tavoittelemaan piirimestaruuden sijaan maailmanmestaruutta. Ja jos toinen saa menestyksensä ansiosta ostettua Ferrarin, ei kateus kannata. Sen sijaan on ajateltava: ”Ei tuo ollut niin ihmeellistä – minä ostan vielä jonakin päivänä kaksi!”



Posti Green

AJANKOHTAISTA



Vientikaupan rahoituskierue pk-yrityksille

Pk-yritysten vientiosaamista
vahvistaakseen Finnvera ja kauppakamarit
yhteistyössä pankkien ja luottovakuuttajien
kanssa käynnistivät valtakunnallisen vienti-
kaupan rahoituskierueen, joka alkoi syksyllä
2018 ja jatkuu kevääseen saakka. Alue-
tilaisuuksissa on tarjolla kansainvälistyville
pk-yrityksille uutta tietoa asiasta.

Lisätietoa kauppakamari.fi
ja paikallisista kauppakamareista.



Chattaa kysymyksesi asiakaspalveluun

Chatissa voimme vastata rahoitusta ja
sen hakemista käsitteleviin kysymyksiin.
Chat on avoinna arkisin kello 10–15.

TUTUSTU: finnvera.fi

Ratkaise vientikaupat rahoituksella

Vientikauppa on joukkuepeliä. Autamme löytämään
oikeat rahoitusratkaisut, joiden avulla teet kilpailu-
kyyisen tarjouksen rasittamatta yrityksesi kassaa.

Katso vinkit: finnvera.fi/pk-vienti



FINNVERA

Vaihe 029 460 11 / Puhelinpalvelu 029 460 2580 / Sähköposti: etunimi.sukunimi@finnvera.fi / Pääkonttorit: Helsinki, Kuopio / Toimipisteet: Helsinki, Joensuu, Jyväskylä, Kajaani, Kuopio, Lahti, Lappeenranta, Mikkeli, Oulu, Pori, Rovaniemi, Seinäjoki, Tampere, Turku, Vaasa / Edustusto: Pietari
Finnvera Info: Julkaisija: Finnvera Oyj, Porkkalankatu 1 (PL 1010), 00101 Helsinki / Toimitus: Minna Hassinen, puh. 029 460 2418 / Osoitelähteet: Suomen Asiakastieto Oy, Myyntioptimi. Puh. 010 270 7000, Finnveran osapuoli- ja sidosryhmärekisteri / Taitto: Miltton Oy / Painopaikka: Grano / Jakelu: Yritykset ja sidosryhmät

