

 FINNVERA

INFO

2 | 2020 www.finnvera.fi

"Keväästä
selvittiin
sisuhengellä
ja hyvällä
varautumisella."

Petri Kananen
Sisu Auto

2 Finnvera turvaa
rahoituksen
saatavuuden

8 Teknologiateollisuuden
puheenjohtajan Marjo Miettisen
eväät uuteen kasvuun

12 Työn murros on
viimeistään nyt
todellisuutta



Finnvera on varautunut turvaamaan rahoituksen saatavuuden kriisin kaikissa vaiheissa

Juuso Heinilä
liiketoimintajohtaja, pk- ja midcap-rahoitus

YRITYSRAHOITUS on toiminut Suomessa kriisiolosuhteissa hyvin. Usein talouskriiseissä rahoitusmarkkinoiden kiristyminen syventää ja levittää kriisin vaikutuksia, mutta nyt tämä on kyetty estämään. Yritystalouden kriisistä on kuitenkin nähty vasta ensimmäinen vaihe. Loppuvuoden aikana vaikutukset näkyvät erityisesti vientiyrityksissä ja niiden alihankintaketjuissa.

Tulevan kasvun pohja rakennetaan jo kriisin aikana. Yritysten asiakassuhteista on kyettävä pitämään kiinni ja tämä edellyttää usein joustoa rahaliikenteessä, mutta myös rohkeutta tehdä esimerkiksi vientikauppoja epävarmuudesta huolimatta. Tässä tilanteessa viennin rahoitusratkaisujen merkitys korostuu. Kun asiakasyritysten taloustilanne on vaikeutunut, suojaautuminen vientikauppojen riskeiltä on aiempaakin tärkeämpää. Finnvera myöntää kriisin aikana poikkeuksellisesti vientitakuita myös läntisiin teollisuusmaihiin. Niiden kysyntä on kasvanut selvästi, mutta olemme varautuneet vielä suurempiin määriin.

Toimintaympäristöstä johtuva liikevaihdon ja kannattavuuden heikkeneminen näkyy helposti yritysten tunnusluvussa ja niiden myötä rahoituskelpoisuudessa. Uusi kasvu edellyttää toimintojen ylös ajoa etupainotteisesti, mikä puolestaan edellyttää usein ulkopuolista rahoitusta. Finnvera on varautunut tukemaan yritysten rahoituskelpoisuutta Finnveran juniorilainoilla erityisesti uutta kasvua ajatellen. Juniorirahoituksen keskeisimpänä tarkoituksena on vahvistaa tunnuslukuja siten, että lainarahoituksen saaminen helpottuu.

Talouden kriisi on myös tilaisuus uudistua. Keskeinen osa suomalaisten yritysten uudistumista ovat onnistuneet omistajanvaihdokset. Finnvera on vuosittain mukana rahoittajana noin tuhannen yrityksen omistajanvaihdoksessa. Merkittävä osa yrityksistä kääntyy omistajanvaihdoksen jälkeen kasvuyritykseksi. Omistajanvaihdosten määrä väheni kriisin alussa, mutta on vähitellen palautunut normaalille tasolle. Suomessa tuhannet yritykset tarvitsevat lähivuosina jatkajan tai niiden toiminta päättyy.

Talouden kriisi koskee rajulla tavalla useita yrityksiä. Kriisistä toipuminen voi olla nopeaa, kun varaudumme uuteen kasvuun ajoissa ja uskallamme toimia nopeasti. Finnvera on varautunut turvaamaan lainarahoituksen saatavuuden kriisi-aikana ja sitä seuraavan uuden kasvun olosuhteissa.

Rahoitusratkaisujen merkitys korostuu kriiseissä.



SUUNNANNÄYTTÄJÄ

KATSO VIDEO: FINNVERA.FI

Keväästä ei selviydytty sattumalta

- ETEENPÄIN "SISUHENGELLÄ" JA SYSTEMAATTISELLA SUUNNITTELULLA

Sisu Auton toimitusjohtaja Petri Kananen on oman talon kasvatti. Toimitusjohtajan pestiä oli huhtikuussa kestänyt vuoden, kun maailmanlaajuinen pandemia pysäytti tuotannon ja laittoi miehen taidot todelliseen testiin. Erikoisesta keväästä selviytymiseen tarvittiin aitoa "sisuhenkä" ja hyvää varautumista.

Teksti Noora Kuusisto Kuvat Sampo Korhonen

1931

Kahden helsinkiläisen autokoritehtaan liiketoiminnat yhdistetään O/Y Suomen Autoteollisuus A/B:ksi, ja autojen suunnittelu alkaa.

2010

Yhtiö siirtyy yksityisomistukseen ja yhteistyö Daimler AG:n kanssa aloitetaan.

2016

SISU täyttää yhtiönä ja tuotemerkkinä 85 vuotta.

2004

Oma vientitoiminta lähtee vahvaan nousuun.

2012

Sisu Auton kehitysohjelma etenee – tuotanto siirtyy takaisin omiin käsiin.

”Haluan päivittäin kuulla kentän kuulumiset.”

KORONAN AIHEUTTAMA talouden pysähtyminen ja tuotannolliset vaikeudet iskivät keväällä Suomeen vauhdilla, jota kukaan ei osannut ennakoita. Sisu Auton toimitusjohtaja **Petri Kananen** muistelee Finnveran neuvottelukunnan kevään kokousta ja silloisia arvioita kevään tapahtumista. Kriisin nopeutta ja voimaa oli mahdoton arvioida.

– Kävimme läpi mahdollisuuksia ja arvioimme riskejä, mutta ei kukaan vielä osannut arvata miten raju ja nopea pysähdys on. Kaikesta on kuitenkin selvitty, ja koen myös, että tällaiset vaikeat ajat yhdistävät, Kananen pohtii.

Pandemian vaikutukset tuntuivat Sisu Auton Karjaan tehtaalla nopeasti. Maailmanlaajuiset komponenttitoimitushäiriöt seisauttivat Sisu Auton tuotannon huhtikuun alkupuolella, ja tuotanto jouduttiin sulkemaan kolmeksi kuukaudeksi. Kananen myöntää, että kyse ei ollut pienestä asiasta. Tilanne vaati nopeaa reagointia ja sopeutumistoimia.

– Meillä on hyvä porukka ja täytyy kiittää henkilökuntaa joustamisesta ja siitä, että kaikki ymmärsivät, että nyt ollaan isomprien haasteiden edessä.

Pysähdyksessäkin suunniteltiin uutta

Kun toimitusjohtaja katsoo taaksepäin kevättä ja siitä selviytymistä, puheesta kuultaa usko pitkäjänteiseen kehittämiseen ja systemaattisiin valintoihin. Kananen on itse päässyt seuraamaan Sisu Autossa muutosta omakohtaisesti.

– Kymmenessä vuodessa on tapahtunut paljon muutoksia, ja meillä on tehty asioita johdonmukaisesti. Hallituksen puheenjohtaja **Timo Korhonen** on ollut



Tuotannon pysähtyessä paukkuja pistettiin asioiden uudelleen organisointiin, uuden suunnittelemiseen ja suunnittelu- ja konsultointipalveluiden myyntiin.

itse viemässä muutoksia läpi, ja hänellä on ollut iso rooli siinä, että tuotteemme ovat nyt kunnossa ja Sisu on se, mitä se tänä päivänä on.

Kananen uskookin, että omistus- pohjalla on todella iso merkitys siihen, mihin satsataan, minkälaisia riskejä otetaan ja mihin suuntaan yritystä viedään. Sisu Autossa nämä valinnat autoivat reagoimaan nopeasti ja sopeutamaan tuotantoa.

Tuotannon pysähtyttyä yrityksessä ei jäädy odottelemaan, vaan hihat käärittiin entistä tarmokkaammin. Paukkuja pistettiin asioiden uudelleen organisointiin, uuden suunnittelemiseen ja tuotannosta riippumattomien suunnittelu- ja konsultointipalveluiden myyntiin.

Kananen uskoo, että keväästä selviytymiseen vaikutti yrityksen keskimääräistä parempi varautuminen. Silti hän

myöntää, että varoitusmerkeistä huolimatta oli vaikea uskoa kuinka suuri kriisi tulisi olemaan.

– Olemme huoltovarmuuskeskeinen yritys ja ehkä siksikin varautumisemme oli keskimääräistä parempi, mutta ei tällaiseen globaaliin virukseen pysty kukaan varautumaan. Vientimarkkinat menivät totaalaisesti jäihin, ja näimme heti, ettei tämä ole mikään muutaman viikon juttu, Kananen muistelee.

Pitkä kumppanuus Finnveran kanssa

Finnveran kanssa Sisu Auto on tehnyt yhteistyötä pitkään eri muodoissa. Kananen puhuu kumppanuudesta arvostavasti.

– Olen pitänyt Finnveran asiakaspalvelusta todella paljon. Asioihin suhtaudutaan tehokkaasti, ja meillä on pelkästään positiivisia kokemuksia asioiden etenemisestä. Tuntuu, että Finnveralla ymmärre-



Toimitusjohtaja Kanasen mukaan henkilökunta ymmärsi keväällä yrityksen olevan haasteiden edessä, ja kaikki joustivat.

”Kukaan ei osannut arvata, miten raju ja nopea pysähdys on. Kaikesta on kuitenkin selvitty.”

tään bisneksemme idea ja tuotto-odotuksia katsotaan pitkällä perspektiivillä.

Vientitoiminta liittyy Sisu Auton kaikkiin markkinoihin niin siviili- kuin sotilasajoneuvoihin sekä konsultointipalveluihin. Vientiponnistelujen onnistuminen vaatii myös vahvat kumppanit.

– Esimerkiksi sotilasajoneuvokaupoissa saatetaan puhua kymmenistä tai sadoista autoista, ja se voi tarkoittaa kymmenien miljoonien hanketta. Silloin tarvitaan rahoituskumppaneita, joilla on harteita.

Finnveran pk-yritysten neuvottelutoimikunnassa istutaan samassa pöydässä eri aloja edustavien pk-yritysten, Finnveran johdon ja ministeriön edustajien kanssa. Rahoitus- ja pankkimaailman analyysit auttavat tärkeän kokonaiskuvan muodostamisessa.

– Olemme tyytyväisiä, että olemme päässeet mukaan jakamaan viestiä auto-

teollisuudesta ja kuulemaan muiden toimijoiden näkemyksiä. Vastaavalaista tietoa olisi vaikea saada muualta, Kananen kiittelee.

Katse kansainvälistymisessä

Kotimaanmarkkinoilla Sisu on tunnettu erityisesti Suomessa valmistettävien kuorma- ja sotilasajoneuvojen tuotannosta ja tuotekehityksestä. Harvempi sen sijaan tietää, että merkittävä osa Sisu Auton viennistä on suunnittelu- ja konsultointipalveluja autoteollisuudelle.

Siviili-kuorma-autojen päävientimarkkinat ovat Pohjoismaat ja Venäjä. Sotilasajoneuvojen puolestaan Nato-maat, pääsääntöisesti Baltia, Pohjoismaat ja Eurooppa. Suunnittelupalvelujen markkinat ovat sen sijaan globaalit. Kananen on tyytyväinen, että Kaukoidän markkinoilla on onnistuttu.

– Kaukoitää on keskeistä markkinamme. Projektit ovat siellä pitkiä, ja vaikka hankkeet ovat meille suuria, asiakkaille ne ovat suhteessa pienempiä, eivätkä niin kvartaaliherkkiä.

Kansainvälistymisellä ja viennillä yritys varmistaa tulevaisuuden kasvua ja kehitystä, mutta se odottaa myös kotimarkkinoiden elpymistä. Tällä hetkellä tuotanto Karjaalla pyörii normaalia nopeammin. Varautumisesta markkinatilanteeseen kertoo se, että kapasiteettia on laskettu matalammalle tasolle.

– Meillä on tilauskantaa tammikuun lopulle niin, että tuotannollista tekemistä voidaan suunnitella vuoden loppuun, mutta syksyn haasteet liittyvät myyntiin. Tulevaisuuden suhteen haluan olla optimisti ja uskon, että kuorma-automarkkina alkaa elpyä.



Tällä hetkellä tuotanto Karjaalla pyörii normaalitahtia, ja yritys uskoo kuorma-automarkkinan elpymiseen.

Kotiläksyt on tehtävä hyvin

Kansainvälisiä markkinoita havittelevia yrityksiä Kananen neuvoo valmistelevaan asiayhteyteen. Oman osaamisen lisäksi onnistumiseen tarvitaan luotettavat kumppanit kohdemaasta.

– Sopimusten, vakuuksien ja takuiden pitää olla niin hyvät, ettei niiden kanssa tule ongelmia. Kumppaneita etsiessä kotiläksyt on tehtävä hyvin. Kaiken pitää toimia aina markkinoinnista tuotetukeen. Myös Finnvera auttaa taustojen selvityksessä, Kananen huomauttaa.

Hän muistuttaa myös maksuaikojen pituudesta. Isoissa hankkeissa pitää varmistaa oma rahoitus. Vaikka maksuehdot olisivat hyvät ja kaikki sujuisi kellontarkasti, harvoin osuu niin, että maksut menisivät aivan kohdilleen – ja yritystä pitää pystyä pyörittämään ennen kuin rahat on kotiutettu.

Toimitusjohtajan pitää näkyä kentällä

Toimitusjohtaja Kananen puhuu talosta ja Sisu-brändistä ylpeänä. Yritys on tehnyt paljon töitä kehityksen ja sen eteen, että se pystyy vastaamaan monenlaisiin vaatimuksiin.

– Uusien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen on vaatinut ympärillemme erinomaisen verkoston. Me kokoamme autoja, mutta alihankkijat valmistavat ne, ja iso osa tästä tapahtuu sadan kilometrin päästä tehtaasta.

Yrityksen lippua kannetaan ylpeydellä. – Kannan ylpeänä Sisu-lippua. Se on yhdistävä tekijä niin asiakkaiden kuin työntekijöidenkin keskuudessa. Haluan päivittäin kuulla mitä kentältä kuuluu ja olla päivittäisessä työssä yrityksen kasvot asiakkaille – pitää nähdä, että tätä viedään oikeaa suuntaan, Kananen kiteyttää johtamisfilosofiaansa.

SISU AUTO

- 1931 perustettu yritys sijaitsee Karjaalla
- Valmistaa Sisu-merkkisiä kuorma-autoja siviili- ja sotilaskäyttöön sekä tuottaa vientiin painottuvia ajoneuvoteknologian konsultointipalveluja, suunnittelua ja projektijohtamista
- Liikevaihto 46,0 Me
- Työllistää 103 henkilöä
- sisuauto.com

FINNVERALAISEN SUUSTA

Timo Lindholm Pk-yritysbarometristä: Heikko taloustilanne pitkittyy

Korona-ajan ensimmäisen Pk-yritysbarometrin viesti on odotetun synkkä. Suhdanne pysyy heikkona, liikevaihto ei kasva ja investoinnit vähenevät. Kun barometrissä kysytään odotuksia aina 12 kuukaudeksi eteenpäin, on saldolukujen viesti selvä: talouden vaikeudet pitkittyvät ja käännettä parempaan saadaan odottaa ensi vuoden jälkipuolelta saakka. Myönteistä on rahoitusjärjestelmän toimivuus sekä yritysten uudistumishalukkuus.

Yrittäjät vastasivat barometriin kesä–heinäkuussa, jolloin koronakriisin ensimmäiset kuukaudet oli eletty. Kesän jo valmiiksi heikosta tilanteesta katsoen suhdanteiden odotetaan siis heikkenevän vielä lisää. Tätä tulkintaa korostaa se, että korona tuntui nopeimmin ja rankimmin erityisesti palvelualoilla, jotka edustavat 60:tä prosenttia barometrin vastaajista.

Siirtymisestä koronakriisiin toiseen vaiheeseen kertoo se, että odotukset putosivat eniten suuremmissa, yli 50 henkeä työllistävissä pk-yrityksissä. Tämä muutos on linjassa teollisuuden uusien tilausten kanssa, jotka vähenivät tammi–heinä-

kuussa lähes 15 prosenttia vuoden takaiseen verrattuna.

Lisää rahoitusta, lisää lyhennysvapaita

Ulkoisen rahoituksen hakemisessa tapahtui selvä hyppy ylöspäin, kun lähes kolmannes vastaajista kertoi ottaneensa rahoitusta. Tämä näkyy myös pankkien yritysluottokannassa. Sen nousu on jopa nopeutunut. Pankkien luottokanta teollisuudelle nousi helmikuun jälkeen muutamassa kuukaudessa lähes 2 miljardia euroa eli noin neljänneksellä. Luottokanta paisuttaa kaikilla toimialoilla yritysten hakemat lyhennysvapaa. Luottokanta ei siis ”sula” lyhennysten kautta läheskään normaaliin tahtiin. Samalla osa hyvän luottokelpoisuuden yrityksistä on voinut ottaa rahoitusta jopa ennakkoon – varautuen rahoituksen saatavuuden vaikeutumiseen. On myös selvää, että lainojen lyhennysvapaita tarvitaan, ja syksyn aikana yritysten ja pankkien välillä käydään laaja, viime kevättä hankalampi, neuvottelukierros uusista lyhennysvapaista.



Positiivista barometrissä on yritysten vahva kehittämishalukkuus. Vaikeat ajat pakottavat tarkastelemaan kriittisesti nykyistä liiketoimintaa ja hakemaan uusia toimintatapoja, tuotteita tai markkinoita. Myös kehittämishankkeisiin saatu rahoitus on kannustanut tähän suuntaan. Kehittämishalusta kertoo sekin, että rahoitusta aiotaan hakea paljon yleisemmin investointeihin kuin käyttöpääomaksi heikon suhdanteen pakottamana.

Kirjoittaja Timo Lindholm on Finnveran pääekonomisti

Lukuja Pk-yritysbarometristä

32 %

YRITYKSISTÄ RAPORTOI OTTANEENSA VIIMEKSI KULUNEIDEN 12 KUUKAUDEN AIKANA ULKOISTA RAHOITUSTA.



KONE- JA LAITE-INVESTOINTEIHIN RAHOITUSTA AIKOO HAKEA

39 %

RAHOITUSTA HAKENEISTA YRITYKSISTÄ AINOASTAAN 5 % KERTOI SAANEENSA KIELTEISEN RAHOITUSPÄÄTÖKSEN.



30 %

AIKOO HAKEA RAHOITUSTA KEHITTÄMISHANKKEISIIN. AIKOMUKSET OVAT KAKSINKERTAISTUNEET KEVÄÄN BAROMETRIIN VERRATTUNA.



72 %

YRITYKSISTÄ KERTOO SAANEENSA KAIKKI TARVITSEMANSAA RAHOITUKSEEN LIITTYVÄT KANSAINVÄLISTYMISPALVELUT FINNVERASTA.



Pk-yritysbarometri

Suomen Yrittäjät, Finnvera ja työ- ja elinkeinoministeriö tekevät kaksi kertaa vuodessa Pk-yritysbarometrin, joka kuvaa pienten ja keskusurten yritysten toimintaa ja taloudellista toimintaympäristöä. Syksyn 2020 Pk-yritysbarometri perustuu 5 100 pk-yrityksen vastauksiin. Lisätietoa Pk-barometristä: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/pk-yritysbarometri/pk-yritysbarometri-22020-629974>

Kriisistä vauhtia positiiviselle rakennemuutokselle

Jälkisyklisenä maana Suomi kokee pandemian pitkäaikaiset vaikutukset hieman ensi-iskua myöhemmin. Koronakriisin kurittaessa Suomen teollisuutta nähtävissä on kuitenkin myös myönteisiä merkkejä. Teknologiateollisuus ry:n puheenjohtaja Marjo Miettinen uskoo niin teknologiayritysten kuin muidenkin teollisuuden alojen löytävän avaimet uuteen kasvuun osaamisen kehittämisestä, digitalisaatiosta ja vihreistä innovaatioista.

Teksti Salla Matilainen **Kuvat** Sampo Korhonen

Tuoreiden ennakkotietojen perusteella Suomen bruttokansantuote supistui huhtikesäkuussa edellisestä vuosineljänneksestä 4,5 prosenttia.

Viime vuoden vastaavan ajankohtaan verrattuna BKT pieneni 6,4 prosenttia. Vientiteollisuuteen painottunut talous tarkoittaa, että isku tulee usein jälkijättöisesti, ja syksystä on ennakoitu vaikeaa. Koronakriisin pitkän aikavälin vaikutukset näyttävätkin huolestuttavilta: tilaukset ovat vähentyneet yhtäjaksoisesti puoli vuotta ja tuotanto kolme kuukautta. Pandemia-aikaa onkin verrattu tyrmäysiskun sijaan pitkäksi suoaellukseksi.

Teknologiateollisuus ry:n puheenjohtaja ja Ensto Oy:n hallituksen puheenjohtaja **Marjo Miettinen** antaa käytännön neuvoja työpaikoille, vaikka toteaa kunkin työpaikan tietävän itse parhaiten keinot toimia.

– Ensto meni koronan voimasta polvilleen, vaan ei aivan rähmälleen, ja syynä on se, että pohjoismainen klusterimme on toiminut. Olemme pystyneet toimittamaan tavaraa kriisin aikanakin. Teimme lähityöllä pyörivässä tuotannossa kaikki mahdolliset varoimenpiteet: maskit,

suojapleksit, porrastetut ruokailut, vierailukiellot. Näillä keinoin saimme pidettyä tuotannon pyörimässä. Käymme kuukausittain läpi seuraavan kuukauden toimintatavat. Pitää kiittää suomalaista yhteiskuntaa, sillä pystyimme välttämään yhteiskunnan täydellisen sulkemisen. Työpaikat toimivat nyt esimerkkeinä siitä, miten vapaa-ajallakin on hyvä toimia.

”Myönteistä on se, että digitalisaatio ja kestäväan kehitykseen liittyvät teknologiat ovat ottaneet ison harppauksen.”

Onko yrityksellä resilienssiä?

Miettisen pitkä kokemus perheyriytensä Enston johdossa on tuonut oppia myös kriiseihin, joihin varautumisessa hän kehottaa pohtimaan neljää seikkaa: Onko liiketoiminnalla resilienssiä ja

kantovoimaa kriisien yli ja tarvitaanko toimintaa myös kriisien aikana? Onko pääomarakenne kunnossa – vahva tase pitää yrityksen pystyvässä kriisienkin aikaan. Jaksavatko ihmiset vetää yhtä köyttä? Onko yrityksen maine kunnossa?

Miettinen on todennut olevansa huolissaan yritysten omistusten pysymisestä Suomessa etenkin nyt koronakriisin aikaan ja toivoo rohkaisevansa niin yrittäjiksi pyrkiviä kuin yrittäjyydestä luopuvia antamaan sukupolvenvaihdokselle aikaa.

– Toivoisin Suomen erinomaisen osaamisen pysyvän Suomessa, jos kotimainen vaihtoehto yrityksen jatkamiseen vain löytyy. Sukupolvenvaihdos on teknisesti helppo toteuttaa, mutta luopujasukupolven tulisi ottaa nuorempi sukupolvi riittävän ajoissa mukaan esimerkiksi tilaisuuksiin ja asiakaskäynteihin, jotta heidän verkostonsa muodostuisi mahdollisimman laajaksi jo etukäteen. On myös hyvä huomata nuoremman polven erilaiset painotukset: vuoropuhelua esimerkiksi vastuullisuudesta ja johtamisesta on hyvä käydä ajoissa.

Suomalaista vientikenttää hän rohkaisee uudistumaan hiljaisenaikin aikana – kriisin keskellä on syntynyt myös positiivisia asioita.

– Tilauskanta ei mittarina välttämättä kerro kaikkea. Osa yrityksistä elää kuukauden sykleillä. Myönteistä on se, että digitalisaatio ja kestäväan kehitykseen liittyvät teknologiat ovat ottaneet ison harppauksen. Meillä on koulutus-, terveys-tekniikan ja kiertotalouden kaltaisia erityisosaamisalueita, ja Suomen on oltava nyt tarkka, että otamme tämän potentiaalilin hyötykäyttöön ja saamme nämä vientieurot Suomeen panostaen samaan aikaan uusiin innovaatioihin. Siten pystymme hoitamaan homman kotiin, Miettinen toteaa.

Elämmekö digivihreällä kiihdytyskaistalla?

Teknologiateollisuus on kesän aikana valmistellut skenaarioita koronakriisin jälkeiseen aikaan. Kuudesta hahmotellusta skenaariosta valittiin kolme todennäköisintä.

Ensimmäisen mahdollisuuden mukaan olemme jo nyt hitaan palautumisen skenaariossa – korona saadaan taittamaan alkuvuonna 2021, mutta sen jälkeen talous palautuu vasta 2–4 vuoden kuluessa.

– Pahin tilanne on edessä toisessa skenaariossa; emme pysty tekemään oikeita päätöksiä ja tekemään yhteistyötä eri sektoreiden kesken, käsillä on täydellisen

pysähtyneisyyden skenaario eli stagnaatio, mikä tarkoittaisi vielä pidempää toipumista. Siinä palkankorotusten ja inflaation epäsuhta johtaisi työmarkkinakriisiin.

Kolmas skenaario on digivihreä-kiihdytyskaista, joka toisi Suomeen lisäeuroja vauhdittamalla digiloikan ja kestäväan kehityksen ympärillä olevaa liiketoimintaa. Tässä vaihtoehdossa koronakriisi toimii piristysruiskeena digitalisaatiolle ja vähähiilille teknologioille mahdollistaen positiivisen rakennemuutoksen ja runsaasti investointeja.

Apua monipuolisesta rahoituksesta

Pohdittaessa rahoituksen keinoja auttaa yrityksiä koronakriisistä eteenpäin Miettinen nostaa esiin EK:n Kasvu maksaa velan -ohjelman. Se pitää sisällään esimerkiksi seuraavat keinot työllisyyden parantamiseksi: omistajuuden ja yrittäjyyden vahvistaminen, joustavat ja kilpailukykyiset työmarkkinat, työhön kannustava sosiaaliturvan uudistus ja investoinnit ilmastonmuutoksen ratkaisuihin.

– Tutkimukseen ja kehitykseen on varattava tulevaisuudessa neljä prosenttia BKT:sta, vientiyritysten on pysyttävä kilpailukykyisinä ja osaamisesta on pidet-

tävä kiinni, Miettinen summaa kriisistä selviytymisen avaintekijöitä.

Vaikka suomalaisyrityksillä on laajat rahoitusmahdollisuudet, Miettinen toivoo yritysten paremmin hyödyntävän EU-rahoitusta, johon liittyvään neuvontaan tulisi myös fokusoida resursseja.

– Yritykset toivovat Finnveralta pienten, alle 50 miljoonan euron, vientikauppojen suoraa rahoitusta, koska pankit eivät ole näistä kiinnostuneita. Myös valtiokonttorin myöntämää kustannustukea tulisi jatkaa ja sen saamisen kriteereitä tarkistaa. Koronakriisi jatkuu edelleen.

Avainasemassa osaaminen

Teknologiateollisuutta on viime vuosina vaivannut krooninen osaaajapula. Vuosille 2018–2021 ennustettiin muutama vuosi sitten 53 000 uuden osajaan tarvetta, eikä tilanne ole kohentunut. Ratkaisuna Miettinen näkee työperäisen maahanmuuton.

– Työperäisessä maahanmuutossa merkittävä pullonkaula on lupakäsittelyn venyminen jopa kuudeksi kuukaudeksi. Tavoitteen pitäisi olla lähempänä paria viikkoa, minkä vuoksi katsonkin, ettei maahanmuuttovirasto ole oikea taho lupia hoitamaan. Niiden käsittely tulisi siirtää työ- ja elinkeinoministeriön alaisuuteen.

Osaaminen on avainasemassa myös siinä, että suomalaista teknologiaosaamista voitaisiin viedä tehokkaammin kansainvälisille markkinoille.

– Osaamisen pitäisi myös tukea yritysten kansainvälistymistä. Kun kilpaillaan globaaleilla markkinoilla, on selvää, että siinä kilpaillaan kustannuksilla. Suomessa on verrattain jähmeä työmarkkinajärjestelmä, minkä koronakriisikin toi ilmi. Ruotsi ja Saksa pystyivät siirtämään työehtoneuvottelua ja etenemään vanhoilla prosentteilla, mikä asetti ne etulyöntiasemaan. Toki kiitosta voi antaa työmarkkinaosapuolille nopeista lomautusehtoihin liittyvistä muutoksista.

Osaamisen kautta Suomi saa myös houkutelua investointeja.

– Meillä on perinteisesti korkeatasoista syväosaamista esimerkiksi materiaalitutkimuksessa ja sähköteknologiassa, mikä näkyy Suomessa esimerkiksi ABB:n tehtaina ja Bayerin Pohjoismaiden pääkonttorina. Meillä on heille sopivaa tuotekehitystä ja osaamista. Kriisien aikaan houkuttelevaksi tekijäksi nousee myös Suomen turvallisuus.

Uhana hakee harkittua kasvua

- kriisissä kannattaa katsoa kauas

Koronakriisin aikana Uhanan omistajakaksikko keksi tiimilleen niin paljon uusia töitä, että kivijalkaliikkeiden avatessa jälleen ovensa töitä oli lähes liiaksikin. Yrityksen ratkaisukeskeinen toimintafilosofia yhdistyy malttiin ja harkintaan – horisontissa siintää kansainvälinen kasvu.

Teksti Salla Matilainen Kuvat Sampo Korhonen

OMALEIMAISISTA printheistä ja koruista sekä laadukkaista hyvin leikatuista vaatteistaan tunnettu Uhana syntyi kahden opiskelijatoverin huomattessa, että he jakoivat arvojen lisäksi samankaltaisia ajatuksia yrittäjäksi hypäämisestä. Kummankaan suvussa ei ollut yrittäjätaustaa, mutta vaatetusalan työllisyysnäkömät arveluttivat, joten yrittäjyys näyttäytyi väylältä tehdä omaa juttua.

– Koulun loputtua suoritimme yrittäjän ammattitutkinnon, ja ajattelimme, että kokeillaan, sillä opiskelijoina suurta tulotason tiputusta ei ainakaan olisi edessä. Se oli helppo vaihe kokeilla, Uhanan **Mira Vanttaja** ja **Hanna Virkamäki** kertovat.

Uhanan strategia on vuosien varrella hioutunut, mutta sen ydin on pysynyt samana: yrityksen tavoitteena on tehdä hyvin suunniteltuja mallistoja ja laaduk-

kaita tuotteita, joista nautitaan ja pidetään huolta pitkään. Vastuullisuus kulkee syvästi yrityksen DNA:ssa.

– Monet tekevät nyt harkitumpia ostoksia, eikä ”shoppailu” ole enää cool. Näin ollen vastuullisuus ei ole enää erottautumistekijä. Varsinkin nyt pandemian aikana ihmiset ovat pysähtyneet miettimään, mikä ovat ne merkit ja liikkeet, joiden toivovat jatkavan. Tämä support your local -asenne

on varmasti auttanut myös meitä. Haluamme tuottaa ihmisille iloa. Sen toivoisimme meihin liitettävän, Vanttaja sanoo.

Kriisissä keskityttiin ketterästi uuteen

Koronakriisi iski keväällä täydellä voimalla. Kaupat piti sulkea, ja yritys joutui pohtimaan lomautuksia. Niihin ei kuitenkaan turvaututtu – melkein päinvastoin.

– Emme jääneet lepäämään laakerilemme. Keksimme tiimillemme niin paljon hommaa, että melkein tuntui, että töitä oli suorastaan enemmän kuin aikaisemmin, Virkamäki naurahtaa.

Uhanalaiset toteuttivat verkossa ystävämyynnin, kävivät läpi tuotteita ja siivosivat verkkokaupan ulkoistetun varaston. Lisääntyvää verkkoasiointia silmällä pitäen he loivat uuden tavan viestiä vaatteiden mitoituksesta sosiaalisessa mediassa, suunnittelivat tulevaa ja lanseerivat Uhana Dreams -vaatevuokrauspalvelun, joka pohjaa sekin vahvasti yrittäjäkaksikon arvoihin. Pienimuotoisesti avattu vuokrauspalvelu on testivaiheessa, eikä näy vielä kassavirtana.

Verkkokauppa sen sijaan kasvoi koronakevään aikana huomattavasti. Kasvu sai odottamatonta vetoapua myös pääministeri **Sanna Marinilta**, joka kuvattiin useaan otteeseen Uhanan vaatteissa. Tämä toi nostetta mediassa ja sitä myötä uusia someseuraajia ja uutta ostajakuntaa niin Suomesta kuin ulkomailta.

Kriisin tärkein oppi oli rauhallinen ote, Vanttaja ja Virkamäki tiivistävät.

– Yrittäjänä on tärkeää ottaa aikaa kokonaistilanteen katsomiseen. Älä hätiköi esimerkiksi suoraan lomautuspäätöksiin, vaan rauhoita tilanne. Minut pelasti paniikkimyllystä se, että lopetin uutisten lukemisen – katsoin vain hallituksen tiedotustilaisuudet, Vanttaja kertoo.

– Tärkein pitkälle kantava oppi kevästä on työpäivien rajaaminen ja itselle oman ajan ottaminen. Yrityksen osalta lopetin talousskenaarioiden lukemisen, Virkamäki lisää.

Tulevaisuus hyvällä tavalla auki

Korona asetti monessa yrityksessä tulevaisuuden tähtäimet uuteen asentoon, eikä Uhana ole poikkeus. Yrityksen linja kuitenkin pysyy: tavoitteena on vakaa ja hyvin pyörivä yritys. Juuri nyt ei ole suurten

askelten tai riskien aika. Pöydällä on monenlaisia ajatuksia sekä kansainvälistymisen, vaatemallistojen laajentamisen ja kodin malliston suhteen.

– Kansainvälistymissuunnitelmat olisivat alustavasti ajoittuneet ensi vuoden alkuun, mutta niitä pitää nyt pohtia uudelleen pandemiatilanteen valossa. Pärjäämme Suomessakin. Toki toivomme vähintään pientä kasvua edelleenkin, jotta pystymme tulevaisuudessa kehittämään uutta, Vanttaja toteaa.

Kasvuun vaikuttaa myös rahoitus. Uhana sai tänä vuonna Business Finlandin rahoitusta, millä on ollut suuri merkitys. Se on toiminut etupainotteisen yritystoiminnan puskurina ja mahdollistanut liiketoiminnan.

– Kehotuksista huolimatta emme ole olleet kovin hanakoita hakemaan suuria rahoituksia. Onneksi ympärillä on ihmisiä, joille rahoitus on enemmän sydämenasia. Finnveran avulla olemme pystyneet kasvattamaan tuotantomääriämme, mikä vauhditti alun kasvua. Olemme Finnveran rahoituksen voimin saaneet myös suurempia jälleenmyyjä ja pystyneet sitä kautta palvelemaan suurempaa asiakaskuntaa, Virkamäki tiivistää.



UHANA DESIGN OY

- Vuonna 2012 perustettu design-yritys, jonka mallistoissa on pääosin vaatteita, koruja ja asusteita
- Pääpaikka Tampereella, Helsingissä yhteinen liiketila toisen yrityksen kanssa
- Työllistää omistajien lisäksi 8 työntekijää sekä satunnaisia projektityöntekijöitä
- Liikevaihto vuonna 2019 1,6 Me
- uhanadesign.com



Kasvu ei ole Uhanalle itseisarvo, vaan väylä toteuttaa omia ideoita, sanovat Hanna Virkamäki (vas.) ja Mira Vanttaja.

Uhana käy strategiansa läpi joka vuosi. Viime vuonna yrityksen liikevaihto kasvoi yli 27 prosenttia ja ylitti miljoonan euron rajan. Vuosi 2020 oli luonnollisesti poikkeuksellinen, eikä kaikkea suunniteltua pystytty toteuttamaan: kasvu jäi odotetusta, ja kansainvälistymiseen liittyvät suunnitelmat ja aikataulut menivät uusiksi.

– Kasvu ei ole meille itseisarvo, vaan väylä toteuttaa omia ideoita. Kasvua on aina haettu vain tarkkaan harkituista paikoista: omista liikkeistä ja verkkokaupasta. Jälleenmyyjät olemme rajanneet niihin, jotka myyvät mallistoamme laajasti, eli olemme karsineet paikat, joissa myytiin esimerkiksi vain koruja. Tämä palvelee asiakkaitamme paremmin, Vanttaja jatkaa.

Yksi tulevaisuuden visio on kuitenkin selvillä jo nyt: elämyksellisyyden lisääminen niin verkko- kuin kivijalka-asiointiin.

– Ihmiset kaipaavat kohtaamisia, ja kivijalkaliikkeet ovat väylä merkkimme. Saamme paljon hyvää palautetta nimenomaan asiointikokemuksesta ja asiakaspalvelusta. Asiassa ei ole vastakkainasettelua: haluamme panostaa sekä verkon että kivijalka-asiointiin elämyksellisyyteen. Myynnin näkökulmasta verkkokauppa toki mahdollistaa laajemman asiakaskunnan, Virkamäki kertoo.



“Suomalaiset ovat perusjärkeviä. Luotamme toisiimme, käärimme hihat ja kysymme, miten me tämä nyt hoidetaan.”

KATRI SAARIKIVI

on aivotutkija, joka tutkii Helsingin yliopiston Kognitiivisen aivotutkimuksen yksikössä oppimisen, empatian ja laadukkaan vuorovaikutuksen mekanismeja. Hän on myös puhuja ja tieteen popularisoija.

Nyt työn murros on viimeistään todellisuutta

Kun aivotutkija ja Eezy Oy:n viestintä- ja markkinointijohtaja kutsuttiin saman pöydän ääreen keskustelemaan lähi- ja etätöiden eri puolista, kävi ilmi, että koko kysymyksenasettelu on itse asiassa väärä. On aika unohtaa vastakkainasettelu ja kysyä työn sijainnin sijaan, miten voimme tehdä sitä fiksummin.

Teksti Salla Matilainen **Kuvat** Sampo Korhonen

S Katri Saarikivi **L** Hanna Lehto

Väite 1: Yritysten liiketoiminnan ja Suomen talouden kannalta lähityö on paras vaihtoehto.

- L** Työn tekeminen tuottavasti olosuhteista riippumatta on paras vaihtoehto. Esimerkiksi palvelualoilla etätöskentely ja digiloikka eivät ole aina mahdollisia.
- S** Toisaalta digitalisaatio vaikuttaa kaikkiin aloihin, ja palveluliiketoimintakin on kasvanut digitalisaation kautta, kun yksinkertaiset työt on automatisoitu. Lähityö ja etätö ovat työn tekemisen tapoja. Ei ole mahdollista sanoa, että jokin tapa on aina parempi kuin toinen. Etätö vaatii yrityskulttuurilta päätöksenteon ja vallan hajauttamista. Yksilöltä se edellyttää aktiivisuutta ja vastuunkantoa.
- L** Digitalisaatio on muuttanut työtä nopeammin kuin ennustimme. Pakko on erinomainen motivaattori aikana, jolloin yrityksen on pidettävä liiketoiminta pystyssä.
- S** Uuden oppimisella on aina myös iso hinta, ja etänä vuorovaikutus voi helposti tökkiä. GIFit tai reaktionapit ovat ilmaisuun ja tulkintaan melko yksinkertaisia keinoja, ja ovat aina käyttäjältään harkittu valinta. Jäämme vaille tietoa pienistä tunnemuutosten häivähdyksistä, jotka auttavat paremmin pysymään toisen tarkoituksista kärryillä. Livetilanteessa tietoa on enemmän, tiedonsiirto on nopeampaa ja kommunikaatiota helpottaa myös jaettu konteksti.
- L** Miten voisimme lisätä tuota inhimillistä tietoa digitaaliseen maailmaan? Taidamme elää nyt pioneerivaihetta.
- S** Se on pitkä kehityskulku. Vuorovaikutusteknologiat ovat vasta nuoria, ja niitä kehitetään jatkuvasti. Parempi tunnekuuluvuus olisi tärkeä lisä niissä tilanteissa, kun halutaan todella ymmärtää toista. Ehkäpä meillä kaikilla on kohta iholla antureita, jotka välittävät muille tietoa reaaliaikaisesti tunteistamme!

Väite 2: Luova yhteistyö sujuu etätöissä ja lähityössä yhtä hyvin.

- S** Luovassa työssä on monenlaisia vaiheita. Visiointiin riittää yksi ihminen, rauha ja laiturinnokka. Mahdollisuus etätööhön on suuri rikkaus, ja se sallii yksilöllisen harkinnan esimerkiksi sen suhteen, koska kenenkin tuottoisin työajankohta on. Ideoiden ja visioiden jatkokehittäminen edellyttää kuitenkin laadukasta vuorovaikutusta ja siksi usein fyysistä läsnäoloa.
- L** Etätö saattaa usein valua vapaa-ajan puolelle. Meidän ei pitäisi opettaa pelkästään esimiehiä johtamaan ihmisiä, vaan myös ihmisiä itse itseään.

Väite 3: Tulevaisuuden työelämä pohjaa koronakriisin mukanaan tuoman digiloikan oppeihin.

- S** On mietittävä opit ja pohdittava, mikä on tarkoituksenmukaista, jotta ei siirrytä johonkin uuteen normaalikäytäntöön puntaromatta sen haittoja ja hyötyjä. Korona-ajan työelämästä tulee taatusti sukupolvikokemus.
- L** Kaiken keskustelun ja jargonin jälkeen, nyt se työnmurros todella tapahtui. Työelämä koettiin kiireiseksi, ja siltä toivotaan kannustavuutta ja turvallisuutta. Pystymmekö luomaan turvallisuutta digitaalisesti?
- S** Ehkä ymmärrämme, että yhdessäoloa tarvitaan juuri turvallisuuden ja laadukkaan yhteistyön aikaan saamiseksi. Lähityöltä vaaditaan nyt tarkoituksenmukaisuutta. Toisaalta on myös kokemuksia siitä, että yhteenkuuluvuuden tunnetta työyhteisössä pystytään ylläpitämään etänäkin työskennellen.

Väite 4: Ihmiset kaipaavat työnteon monipaikkaisuutta.

- L** Ihmiset kaipaavat pikemminkin vapautta ja mahdollisuutta oman työn muokkaamiseen.
- S** Ihmiset haluavat lähtökohtaisesti tehdä työnsä hyvin. Ei siis ole kyse siitä, että valitsemme tietyn mallin, vaan siitä, että tekisimme asioita fiksummin.
- L** Työn murros ei siis liity pelkkään digiloikkaan tai koronaan, vaan merkityksellisyys toiveeseen.
- S** Samalla vapaus tarkoittaa monelle työn ja vapaa-ajan rajan hämärtymistä.
- L** Väheneekö jaksaminen, jos työlle ei ole enää omaa fyysistä tilaa?
- S** Tilat vaikuttavat ajatteluun. Aivot oppivat, että tietyissä tilassa on tietyissä moodissa – käytämme tiloja aivojemme jatkeena.

Väite 5: Etätöskentelyn valtavirtaistuminen tuo pysyviä muutoksia yritysten toimitiloihin ja niiden tarpeeseen.

- S** Tilojen suunnittelussa on tärkeää kysyä, millainen tila parhaiten palvelee työnteoa. Tiedämme, että työntekijän oma paikka vähentää kognitiivista kuormaa ja helpottaa ajattelua. Avokonttoreissa se on nyt menetetty. Emme mieltä ihmistä, ihmisaivoja. Sama pätee etä- ja lähityön problematiikkaan.
- L** Vierastan ajatusta, että yritys olisi jotenkin taantumuksellinen, ellei se salli täyttä etätö vapautta. Kaikille itsensä johtaminen ei ole helppoa ja siihen tarvitaan tukea. Keskustelusta pitäisi purkaa polarisaatio. On myös pohdittava, mitä tuottavuus todella on – tuntia viikossa, tuloksia per viikko? Tämä on ratkaisevaa, ei työnteon paikka. Myös johtamisen on muututtava.



“Suomalainen työelämä on suoriutunut todella hienosti – on tehty isoja päätöksiä hyvin vähällä tiedolla.”

HANNA LEHTO

on Eezy Oy:n Ihmiset ja kulttuuri -johtaja. Eezyn missiona on toteuttaa työelämän unelmia ja auttaa ihmisiä päättämään, milloin ja missä he työskentelevät ja mikä on työn ja vapaan suhde.

Korona sai piirtämään uudet suuntaviivat

Vuonna 2014 perustettu Evoke Oy kehittää luonnollisia välipala- ja urheilutuotteita. Keväällä uutuustuoteprojektit menivät jäihin. Toimitusjohtaja Mikko Lähdetie raottaa meille tyypillistä päiväänsä.

Teksti Mikko Lähdetie **Kuvat** Sampo Korhonen



6.15 Herään ennen muuta perhettä. Keitän kahvin, aamupuuron ja kananmunat. Muut heräävät yleensä ennen kello seitsemää, kukin omaan tahtiinsa. Yleensä aamupalan valmistamisen yhteydessä tyhjennän tiskikoneen ja käyn nopeasti suihkussa. Kahtena aamuna viikosta käyn kuntosalilla. Tänä on toinen niistä aamuista, joten nyt käyn suihkussa kuntosalin jälkeen.



9.30 Saavun toimistolle. Meitä on toimistolla paikalla nyt kokonaista kaksi henkilöä, minä ja Sara. Meillä Evokella tehdään paljon etätöitä, tehtiin jo ennen koronapandemiaa. Hyväksyn saapuneita ostolaskuja, vastaan sähköposteihin, soitan muutaman puhelun ja valmistaudun tulevaan palaveriin.



11.00 Aloitamme Saran kanssa palaverin tulevan vuoden budjeteista ja mahdollisista tuoteuutuuksista. Keväällä laitoimme jäihin kaikki uutuustuoteprojektit. Huhti-toukokuu olivat meille hyvin poikkeukselliset kuukaudet. Myynti vaihteli voimakkaasti viikosta toiseen. Uutuustuotteiden sijaan teimme keväällä päätöksiä; mitä emme aio enää jatkossa tehdä, mihin tuotteisiin ja toimintoihin aiomme todella keskittyä. Monet aiemmin tehdyt päätökset päätettiin toteuttaa nopeammin, ja teimme useita uusia päätöksiä.



12.00 Lounas Evoken Helsingin-toimiston läheisessä Krog16-ravintolassa. Lounas on aina hyvä, myös tällä kertaa. Nyt ei ole tavallista salaattibuffetia, vaan alkusalaatti tarjoillaan pääruoan yhteydessä suoraan pöytään. Ihmisiä on ravintolassa vähemmän kuin edellisellä viikolla.



12.45 Jatkamme palaveria. Tykkään nykyään piirtää fläppitaululle, vaikka sinne ei synny mitään järkevää. Budjetit ja toimenpiteet tulevalle vuodelle olemassa oleville ja jäljelle jääville tuotteille ovat selkeitä ja piirtyvät fläppitaululle nopeasti. Tuotteista osan kohdalla jatkamme niin kuin tähänkin asti ("Se mikä ei ole rikki, ei sitä myöskään kannata korjata"). Osalle tuotteista ja brändeistä joudumme miettimään toimenpiteitä syvällisemmin. Ainoa, mitä tulevalta vuodelta puuttuu, ovat uutuustuotteet. Mikäli emme lanseeraa mitään keväällä 2021, meiltä ei tule 12 kuukauteen yhtäkään uutuustuotetta markkinoille. Se ei varsinaisesti haittaa, sillä olemme keväästä asti karsineet turhia tuotteita ja keskittyneet paremmin kiertäviin tuotteisiin. Käymme kuitenkin läpi kaikki loppusuoralla olleet tuoteaihiot, niiden hinnoittelut, tuotekonseptit ja myyntipotentiaalin. Yksi tuotekonsepti nousee esiin poikkeuksellisen hyvällä myyntipotentiaalilla ja tiedossa olevalla kulutta-

jakysynnällä. Lisäksi lanseeraaminen olisi hyvä jatkumo vuotta aiemmin tehdyille lanseeraukselle. Moni asia puoltaa tätä. Palaverin päätyttyä soitan takaisin useampaan vastaamattomaan puheluun.

14.15 Minulla on Teams-palaveri Oshee-brändin päämiehen kanssa. Käymme nopeasti läpi, miten myynti on sujunut, muutamia tuotteiden logistiikassa tapahtuneita virheitä sekä näistä virheistä aiheutuneita ongelmia ja kustannuksia. Tämän jälkeen käymme läpi syksyn sovitut toimenpiteet ja päivitämme lyhyesti myös tulevan vuoden suuntaviivoja. Palaveri on tällä kertaa ohi jo noin puolessa tunnissa.



14.45 Päätän suunnata tässä välissä kotitoimistolle. Tyttären jalkapallo-ottelu alkaa kuudelta Van-taan Jakomäessä, joten nyt on hyvä hetki siirtyä nopeasti kotiin.



15.05 Kotona on ensimmäisenä vastassa aina yhtä iloinen mäyräkoiramme Martti. Teen tyttäreni välipalaa ja keitän vielä iltapäiväkahvit itselleni ja vaimolle. Vaimokin oli näemmä koti-toimistolla tänään.

15.15 Avaan koneen ja käyn läpi päivän tilauskannan. Tämän jälkeen ryhdyn valmistelemaan materiaaleja seuraavan viikon asiakastapaamisiin. Tulevan viikon tapaamisista yksi on perinteinen tapaaminen. Muut ovat Teams-palavereja.



16.45 En saa kaikkia tulevan viikon materiaaleja valmiiksi, joten jatkan myöhemmin. Seuraavaksi alan tehdä ruokaa. Valmistan salaatin ja laitan pastakastikkeen porisemaan. Sanon vaimolle, että hänen tarvitsee vain keittää pasta sen jälkeen, kun he tulevat pojan kanssa jalkapalloharjoituksista.

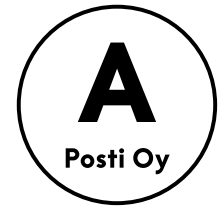


17.30 Otamme auton kyytiin tyttäreni kaverin, joka myös pelaa jalkapalloa, ja hänen isänsä. Suuntaamme kohti Jakomäkeä. Helsingissä ei ole ruuhkaa. Liikenne sujuu erittäin jouhevasti. Olemme perillä hyvissä ajoin.



20.00 Saavumme tyttäreni kanssa kotiin vähän kahdeksan jälkeen. Käymme molemmat nopeasti suihkussa ja syömmme aiemmin valmistamaani ruokaa. Lapset menevät nukkumaan yhdeksän nurkilla. Me katsomme vaimon kanssa jotain uutta sarjaa telkkarista. Selailen huonon tapani mukaisesti samalla kännykkää.

22.30 Menen nukkumaan ja laitan herätyksen päälle 6.15.



Posti Green

**Finnveran Rahoitus & kasvu LIVEt
ke 11.11. | to 3.12. klo 9**



Elisa Sipponen
Aluepäällikkö
Finnvera



Jussi Haarasilta
Liiketoimintajohtaja
Finnvera



Timo Pihkala
Professori
LUT-yliopisto



Risto Murto
Toimitusjohtaja
Varma



Haastattelijana
Timo Lindholm
Pääekonomisti
Finnvera

FINNVERA

**Ilmoittaudu:
finnvera.fi/rahoitusjakasvu**

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

