

Företagare

SOLIDARITET OCH SISU

Mer än vackra ord

**VI BEHÖVER ÖKAD INHEMSK
TURISM I SOMMAR**

Pandemin lyfter betydelsen
av resor i hemlandet

LÖRDAGSBASTU DELUXE

För en frisk framtid

Det gäller att satsa
rätt då konsumtions-
mönstret ändras

**WI-BOX
VÅGAR TÄNKA
FRAMÅT
ÄVEN UNDER
KRISTIDER**



FÖRETAGARE

En tidning för svenskspråkiga medlemmar i Företagarna i Finland
Upplaga 2 650
ISSN 2341-9555 (Print)
ISSN 2341-9563 (Online)

UTGIVARE

Företagarna i Finland
PL 999, 00101 Helsinki
tel. 09 229 221
www.yrittajat.fi

DISTRIBUTION

Delas ut till alla medlemmar inom Företagarna i Finland som har valt att få information på svenska.

CHEFREDAKTÖR

Hippi Hovi
Kust-Österbottens Företagare
hippi.hovi@yrittajat.fi

MATERIAL

Hippi Hovi
Kust-Österbottens Företagare
Rådshusgatan 12-14 D, 65100 Vasa
tel. 050 551 3995

SENIOR AD

Maarit Kattilakoski
maarit.kattilakoski@yrittajat.fi

PÄRM BILD

Peter Lundqvist

TIDTABELL

Nummer 1
Material 21.2.
Utkommer 18.3.

Nummer 2
Material 8.5.
Utkommer 3.6.

Nummer 3
Material 28.8.
Utkommer 30.9.

Nummer 4
Material 13.11.
Utkommer 9.12.

TRYCK

KTMP Group Ab Oy

4

**I KRISTIDER
INVESTERAR
SALMONFARM
I UTVECKLING**

6

**GULDSMEDS-
VERKSTADEN NISSI**

8

**ARBETSMORAL
SÄLLAN ETT
BEKYMME FÖR
FÖRETAGARE -
KLARA KRISEN
MED STIL!**

10

**LÖRDAGSBASTU
DELUXE**

12

**NYTT SKAPANDE I
GAMMALT FÖRETAG**

14

**HÖGKLASSIGA
NUTHAT-MÖSSOR
FRÅN VANDA**

16

**KNEPIGT LÄGE
FÖR FÖRETAGARE
- DU KAN HJÄLPA!**

18

**PRODUKTION AV
KORTTIDSKLÄDER
I LILLA DAGSMARK**

20

**NYA ATTACK-
MÖNSTER KAN SES
I DATASÄKER-
HETSARBETET**

22

**SOLIDARITET OCH
SISU - MER ÄN
VACKRA ORD**

23

**CORONA-
INFORMATION
FÖR FÖRETAGARE**

24

**KAFFE OCH BULLE
ÄR BILLIG
VARDAGSLYX**

28

**NATURLIG
SKÖNHET**

30

**TURISTORGANISA-
TIONERNA UPP-
MUNTRAR TILL
RESOR I HEM-
LANDET I
KAMPANJ**

32

**FÖRETAGARENS
VECKA**

34

**KÄNNBARA
MEDLEMS-
FÖRMÅNER
2020**



Viktigt att egenföretagarna inte glöms bort i tider som dessa

Corona har med besked skickat världen rakt in i en lågkonjunktur. Det började med ett nytt virus i Kina och hur det slutar vet ingen. Det nya coronaviruset har vänt upp och ned på världen som vi känner den. Från pandemi, karantän och sjukvårdsinsatser till en ekonomisk kris. Speciellt hårt har krisen drabbat många serviceföretag som kommer att tvingas till stora anpassningsåtgärder på grund av viruset. Därför tänker jag som privatperson fortsätta handla av våra lokala småföretagare. Om efterfrågan på både exportmarknaderna och hemmamarknaden viker samtidigt kommer det att få allvarliga följder även för industriföretagen. De mindre företagen inom industrin fungerar ofta som underleverantörer. De monterar ihop komponenter från olika delar av världen och har i många fall dåliga möjligheter att förbereda sig på överraskande chocker.

ANTALET EGENFÖRETAGARE ÖKAR

Ekonominyheterna fokuserar ofta på

stora arbetsgivarföretag och börsbolag. Det är givetvis viktigt att följa med utvecklingen i dessa företag, men vi skall inte glömma bort de allra minsta företagen. Majoriteten av Finlands företagare är nämligen egenföretagare utan anställda. Totalt är de 187 000 till antalet, vilket betyder att de utgör nästan två tredjedelar av alla företagare. Även om egenföretagaren inte skulle ha egna anställda sysselsätter denne många andra genom att köpa tjänster av andra företagare – det kan jämföras med ringar på vattnet som sprider sig. Så gott som varje stor har någon gång varit liten och många av våra i dag mest framgångsrika arbetsgivarföretag har startat som egenföretag. Utbredningen av egenföretagandet i arbetslivet är 2000-talets mest betydande trend.

FÖRETAGARNAS PÅVERKNINGSARBETE HAR GETT RESULTAT

De allra minsta företagen har minst buffertkapital att tackla krisen med. Speciellt för egenföretagare som har stora skulder kan hotet från corona-

viruset bli ödesdigert. Företagarna i Finland har därför redan i krisens initialskede påmint beslutsfattarna om att egenföretagarna inte får glömmas bort beträffande krispaketen. Påverkningsarbetet har gett resultat. Företagare som påverkats negativt av coronapandemin har möjlighet att söka om ett temporärt arbetsmarknadsstöd utan att lägga ned företagsverksamheten. Företagarorganisationen har även arbetat hårt för att egenföretagarna kan ansöka om ett engångsstöd på 2 000 euro hos kommunen. Båda dessa stödformer är nya. Det senaste förslaget från Företagarna i Finland som nyligen gått igenom var att pensionen inte är ett hinder för egenföretagarstödet.

Alla former av företagande bör lyftas upp till en likvärdig ställning i tider som dessa.

HIPPI HOVI
CHEFREDAKTÖR

I kristider investerar Salmonfarm i utveckling

I Kasnäs skiner alltid solen, även om det regnar annanstans. Så verkar det i varje fall. Då man kör upp på Lövö bro ser man bara blå himmel framför sig. Det får en att undra om Kasnäs är beläget på en speciell solsida i världsalltet.

Wilhelm Liljeqvist är företagaren på Ab Salmonfarm i Kasnäs på Kimitoön. Han skrattar åt tankarna om ständigt solsken och säger att det knappast är så.

- Tyvärr är det bara molnen från inlandet som inte orkar dra ut på havet.

Även om orosmoln ibland stigit upp i horisonten har familjekoncernen som Liljeqvist leder klarat sig bra genom

åren. En förklaring till framgången är verksamhetens mångsidighet. Koncernen står på flera ben och benen stöder varandra.

- Vi både odlar och förädlar fisk, och kontrollerar en väldigt stor del av produktionskedjan själva, förklarar Wilhelm.

Förutom fiskodling och förädling tillverkar företaget sedan år 2016 fiskmjöl.

Genom dotterbolaget Ab Kasnäsudden Oy drivs hotell- och restaurangverksamhet. Bolaget ägs av syskonen Wilhelm Liljeqvist och **Henrika Enestam**.

CORONAN GAV UTRYMME FÖR UTVECKLING

Innovativt tänkande och resiliens har genom åren varit utmärkande för Kasnäs-företaget. De har varit en resurs



"Det känns väldigt bra att få öppna igen."

Vem: Wilhem

Liljeqvist

Ålder: 37

Familj: Fru och dotter samt fruns två barn från ett tidigare förhållande.

Hobbyer: Allt som har med havet och båtar att göra. Och att göra ved!

Företaget: Ab Salmonfarm Oy som är moder till koncernens andra företag, inklusive Ab Kasnäsudden Oy som driver Hotel Kasnäs.

Antal anställda:

Under vinterhalvåret ca 95.

Under sommarsäsongen ca 135.

Grundades av Jörgen Liljeqvist år 1983 i Hitis skärgård. År 1989 köpte familjen upp fiskförädlingsanläggningen i Kasnäs. Dotterbolaget Ab Kasnäsudden Oy skaffades år 1995. Samtliga bolag har med åren utvecklats och år 2019 köptes ytterligare tre bolag inom fiskeriindustrin.

På gång: Ja-a!

Lådan med framtidsidéer är fylld till bredden. Vi har massor med saker som kommer att förverkligas vart efter det finns resurser.

också under pandemin. Hela turismsidan är så gott som nedstängd och endast butiken har fungerat normalt. På fiskesidan har hälften av omsättningen kommit från livsmedelsproduktionen, resten från fiskmjölsproduktionen. Nu har livsmedelsförsäljningen rasat med mer än 90 procent

- I praktiken står vi på noll där också, säger Wilhelm. I normala fall levererar vi endast till storkök och hotell- och restaurangbranschen, som väldigt långt varit stängda. Dessutom har partiaffärerna kört ner sina lager och inte gjort påfyllningar.

Trots att det har varit tyst, har verksamheten inte stannat upp. Våren har utnyttjats till underhåll och finslipning av nya idéer tillsammans med personalen.

- Det skulle ha varit ekonomiskt kortsiktigt att i det här läget ta till permitteringar. Vi har alltid arbetat väldigt långsiktigt och beslutade redan i ett tidigt skede att utnyttja stängningen till att utveckla verksamheten, säger Wilhelm.

Han vill rikta ett stort tack till de anställda.

- De har visat stor flexibilitet och arbetat med uppgifter de normalt inte arbetar med.

LJUSGLIMTAR

I JUNI

I skrivande stund ser coronaläget ljusare ut. Regeringen har meddelat att restriktionerna lättas från och med början av juni. Det stora frågetecknet är med vilka villkor verksamheten kan återupptas. Avgörande är också hur kundbeteendet kommer att utvecklas.

- Många längtar säkert efter att få komma ut i naturen. Men allt hänger på hur mycket folk vågar röra sig. Som leverantör av resmål inrikes kommer vi att ha en så bra säsong som det i detta läge bara går, säger Wilhelm.

Även om ekonomin så småningom öppnas är det oklart när man uppnår ett normaltillstånd i verksamheten.

- Och vad innebär ett normalläge i dessa tider? Det får vi se. Vi har endast sett början av det hela.

Kasnäs inväntar säsongstarten med optimism. Ett nytt utebad blev klart i fjol och det finns allt fler utomhusaktiviteter i området. Om vårens utvecklingsarbete vill Wilhelm Liljeqvist ännu inte uttala sig.

- Mycket är ännu på hälft. Men det känns väldigt bra att få öppna igen och se hur kunderna tar emot oss.

Wilhelm och
Tanja Liljeqvist



Guldsmedsverkstaden Nissi

Företagaren Laura Nissi har ett mycket självständigt arbete med gränslösa möjligheter. I guldsmedsverkstaden Kultasepänverstas Nissi tillverkas smycken för hand och på beställning för den som önskar något eget och unikt.

Guldsmeden **Laura Nissi** grundade sitt företag för tio år sedan. Nissi gör unika förlovnings- och vigselringar och erbjuder också reparationsservice för smycken. Laura Nissi gick direkt från skolvägen till företagarlivet, så hon har fått lära sig en del under vägen.

- Jag har lärt mig mycket under dessa år. Just nu tycker jag att lärandet börjar bära frukt, berättar Laura. Företaget har haft en betydande tillväxt de senaste åren och jag hoppas att omsättningen stiger till 100 000 euro inom de närmaste åren.

Bra tillväxt var också ett av kriterierna när Karleby Företagare utnämnde Laura Nissi till årets unga företagare år 2013 och när Mellersta Österbottens Företagare utnämnde Nissi till årets egenföretagare i regionen år 2019.

Arbetsdagarna består huvudsakligen av beställningsarbeten som t.ex. tillverkning av unika ringar och reparationsarbeten. Kundkretsen består av både privatpersoner och guldsmedsaffärer, till vilka Kultasepänverstas Nissi fungerar som underleverantör. Företaget har tillverkning och försäljning i samma utrymmen i centrala Karleby. Det gör det möjligt att samtidigt arbeta effektivt och betjäna kunder.

- Många kunder är intresserade av hurdan miljö man verkar i och med vilka metoder man framställer smycken, berättar Laura.

Företaget grundade hon utifrån en önskan att bedriva sitt älskade yrke på det sätt som företagaren själv såg som lämpligt, det vill säga självständigt.

- Det har nu blivit verklighet, trots

att all romantik kring att vara fri som företagare fallit bort, berättar Laura. Det är ett tungt arbete och under säsongerna har jag inte varit långt borta från burnout.

3D-UTSKRIFTSTEKNOLOGIN EFFEKTIVERAR TILLVERKNINGEN

Kultasepänverstas Nissis verksamhetsområde är Mellersta Österbotten, men företaget har försäljning över hela Finland. Nissi har inga anställda utöver företagaren själv. Det är ingen stor konkurrens i branschen, men företaget tävlar mot många guldsmedsaffärer.

- Min fördel är att jag kan leverera unika verk direkt från guldsmeden till kunden, konstaterar Laura.

För att få hjälp i bråda tider har företaget investerat i olika anordningar. Nissi har också aktivt deltagit i olika skolningar i branschen. Kundernas ibland mycket fördomsfria och utmanande beställningsarbeten har också bidragit till förbättrad yrkesskicklighet och bättre effektivitet.

- Själva arbetet är ändå den viktigaste huvudtråden, konstaterar Laura.

En framgångsfaktor är guldsmedens fördomsfria och angelägna attityd gentemot arbete. Hon har arvt sina föräldrars inställning till arbetet: "det är inget att vara rädd för". Ny teknik tar tid att lära sig, men möjliggör nya produkter. Kultasepänverstas Nissi använder sig t.ex. av 3D-utskriftsteknologin, med vars hjälp Laura skapar smycken som inte annars skulle ha varit möjliga att tillverka, också ur ekonomisk synvinkel.

- Genom marknadsföring i sociala

medier når jag ut till potentiella kunder, berättar Laura.

CORONA-ÖRHÄNGEN BLEV EN SUCCÉ

Den rådande coronapandemin har också inverkat på guldsmedens företag.

- Arbetet har minskat, men ännu finns det att göra, berättar företagaren. Nu när underleverantörsarbeten har blivit färre, har jag haft mera tid för andra beställningsarbeten.

Laura beslöt att tillverka örhängen med coronamotiv och de har redan gått åt bra.

- De som nu bara suckar, vissnar bort. All kreativitet i bruk, uppmanar hon andra företagare!

I framtidsplanerna har Nissi för avsikt att hålla företaget i jämn tillväxt, utveckla färdigheterna i tillverkningen och kundbetjäningen.

- Man skall dock inte glömma bort att företagandet i slutändan endast är ett arbete. Man skall komma ihåg sina närmaste och tillbringa tid med dem, konstaterar Laura.

BÄTTRE FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR FÖRETAGANDET

Laura Nissi hoppas att samhället och beslutsfattarna skulle förbättra småföretagens verksamhetsförutsättningar gällande lönsamhet och tillväxt ytterligare.

- Små- och medelstora företag behöver lönsamhetsgrunder för att anställa folk. Det är enda vägen att få lyft på Finland igen, konstaterar Nissi. En realistisk företagarlostran gör tröskeln att starta eget låg, för de som drömmer om det.

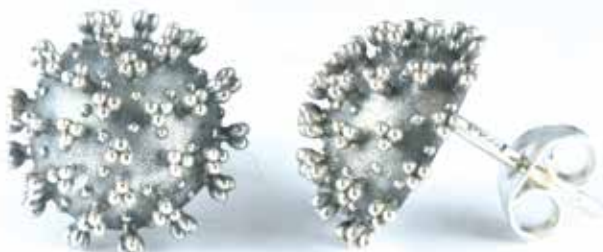
Namn: Laura Nissi

Ålder: 34

Familj: make

Hobbyn: crossfit-träning,
handarbete, vandring,
bärplockning

"Många kunder är intresserade av miljön och metoderna då man framställer smycken."



AKTUELLT

TEXT SUSANNE SKATA BILD PIXHILL



Arbetsmoral sällan ett bekymmer för företagare – klara krisen med stil!

10 tips för jobb hemma under coronakrisen

Många egenföretagare är redan vana att jobba ensamma i hemmiljö. De får nu sällskap av distansjobbare, då många företagare och anställda uppmannas hålla sig borta från arbetsplatser.

Då vardagen ändras så drastiskt som nu kan motgångarna i företaget bli tunga att bära. Företagare är ofta kända som driftiga människor med en flödande kreativitet. För många kan den nya situationen att jobba hemma ändå vara en utmaning. Framför allt om andra familjemedlemmar också trängs om både det fysiska och mentala utrymmet.

Företagarna i Finland-tidningens redaktion har samlat några konkreta tips på hur ni kan få fason på vardagen hemma i coronakrisens kölvatten.

1. Gör ett schema för morgondagen och för veckan som helhet. På så sätt vet både du – och eventuella familjemedlemmar som är hemma – vad som gäller och det som måste göras blir gjort, för alla. Gör små rutiner framför varje uppgift.

2. Stig upp samma tid som du gör i vanliga fall. Använd ”jobb-transporttiden” till att ta hand om dig själv! Ta en promenad i frisk luft, läs en fördjupande artikel om ett ämne som intresserar dig, fuldansa till favoritlåten på köksgolvet eller gör lite rörelseövningar. Det finns otaliga träningsappar och dessutom är t.ex. youtube fullt av gratis program för yoga, styrketräning eller meditation.

3. Glöm morgonrock och mjukisbyxor! Klä på dig, fixa frisyren, borsta tänderna, använd deodorant och ta på läppstiftet eller kamma mustaschen. Nu är du redo att börja jobba!

4. Följ ditt schema och gör dina uppgifter. Ha skilda tidsfönster för mejl, sociala medier och nyhetsintag, så du inte fastnar i dessa. Följ tidsplanen för vila.

5. Ta kaffepauser och lunch samma tid som du gjort på jobbet. Koppla upp dig via videochatt (ex. WhatsApp, Skype eller Messenger) till en kollega eller annan företagare. En promenad i dagsljus med kollegan på telefon är en annan variant. Är dina barn hemma från skolan, tillbringa pausen med en stunds lek. De sociala, kravlösa stunderna med avkoppling och struntprat är viktiga att upprätthålla i tider av förändring. De ger vila och utgör en motvikt till det svåra.

6. Bocka av de uppgifter du gjort. Då ser du att du presterat och inte slösat bort dagen. Beröm dig själv!

7. Avsluta jobbet den vanliga tiden. Använd transporttiden till en lyxig extra stund. Ta en tupplur. Ge en familjemedlem nackmassage. Red upp i det där skåpet du alltid suckar över. Se en komedi. Använd din fantasi.

8. Var ledig efter jobbet! Prova på nya fritidssysselsättningar som går att utöva hemma eller i närmiljön. Har du familj, umgås med den.

Ring en vän. Skriv ett brev. Undvik att jobba mer än vanligt, satsa istället på att ta hand om dig så att du orkar när allt tar fart igen.

9. Gå och lägg dig i vanlig tid. Eller tidigare, ta chansen att sova ut.

10. Se framåt! Vakna utvilad och taggad för att hugga tag i nästa dags schema och företagets framtidsplaner.

VAD HÄNDER NU OCH FRAMÖVER?

Om företaget står stilla, kunder uteblir och möten och arrangemang avbokas kan det vara svårt att få struktur på arbetsdagen. Ge dig tid att fundera genom – och kanske till och med lista – vilka knep som kommer att hjälpa just dig genom en lång tid av ovisshet. Listan kan tas fram som pepp också i framtiden.

Upplever du att du är utan att göra? Använd tiden till det där som du aldrig hinner med annars. Tänk över ditt företags strategi och mål. Städa hårddiskar, arkiv och lager. Uppdatera hemsidan och planera nästa drag i din marknadsföring. Fortbilda dig via kurser på nätet. Lär dig något helt nytt. Fyll en målarbok. Bli inspirerad av böcker, tv och film. Baka ett bröd. Chatta med andra företagare. Vila. Eller ta en kontemplationspromenad i skogen och var beredd att fänga och förverkliga dina nya idéer. Om inget av dessa förslag lockar, fundera ut ett eget som passar dig. Förbereder du dig och ditt företag för bättre tider, är du redo att gasa då krisen är över!

Lördagsbastu deluxe

Är framtiden här nu? Med lördagsbastun utbytt till ett piller som renar kroppen och smakar öl? Med småföretagare som sticker ullsockor till de anställda medan AI 3D-printar ut bästsäljande produkter? Med verkställande direktörer som målar mandala i kvartalsrapporter och med egenföretagare som gör långkok till lunch och pluggar Pi-decimaler till godnattsaga?

Futurologisterna har bråda tider. Många spånar och spanar. Medierna pressar framtidsforskarna på svar om hur livet efter coronakrisen ser ut. Då den första chocken lagt sig, stödansökningarna är inlämnade och distansarbetet inkörat behöver nya riktningar tas ut i de flesta företag. För de vars verksamhet ökade till max gick omställningen i ultrarapid. För många andra blev det en vardag i skräckfylld slowmotion.

Medvind och prövning. Skärseld och katharsis. Den svenska filosofen Jonna Bornemark pratar om coronapandemin som ett reningsbad där vi kan göra oss av med konventioner vi inte behöver (DN 7.5). Kan vi överföra den tanken till en gedigen företagstvagning för en frisk framtid i vår business?

Tänk dig en ledig lördag. Värm bastun – den fysiska om du har en, den mentala metaforen om du ogillar ved och svett. Sitt en stund, låt värmen av det du hittills åstadkommit – ditt företag, ditt magnum opus – omsluta dig. Släng på en skopa öppenhet. Fundera. Fungerar ditt företag? Fungerar det som du vill? Då alla sinnen och porer är öppna grabbar du både den hårda borsten och den mjuka svampen. Tvätta bort företagets onödiga utgifter, skrubba loss invanda beteendemönster och stryk undan osunda arbetsmoment. Passa på att gnugga bort fördomar om arbetstagare, kunder och konkurrenter. Skölj noggrant bort orealistiska mål. Torka försiktigt ditt livsverk och smörj in det med eftertanke och aktiviteter som faktiskt är viktiga för dig i ditt företagande.

Mirror Online rapporterar om en brittisk undersökning som visar att endast 9 % av befolkningen vill återgå till

det som var normalt före corona. Hos oss företagare snurrar nu många tankar kring hur vi tror det blir post corona, men kanske också om hur vi önskar att det ska bli. Är det en nödvändighet att under krisen utveckla hemsida, företagsstrategi, tjänster, företagskultur, webshop, produkter, målbilder, miljötank... och mig själv? Är ständig tillväxt min ständiga strävan? Vad mår jag bra av som företagare? Kan framgång vara att trivas? Kan "good enough" vara ett reko drivmedel? Svåra perioder tillspekar verksamheter. Det blir tydligt vad som är väsentligt i företaget och vad som kanske till och med har varit skönt att slippa under kristiden. Även om det minskat inkomsterna, kontakterna eller arbetstiden.

Pandemin förändrar både världen och oss själva. Det som finns kvar är en uppsjö av kända, prutthurtiga råd om hur vi ska se krisen som något nyttigt för både oss själva och våra företag. Mitt är att tagga ner. Medan du ännu kan: ta ett rejält bastubad – en lördagsbastu deluxe. Den kanske inte ökar omsättningen, men du har gett dig och ditt företag en väl unnad reflektion i ett historiskt skede av livet. Eller så har du bara fått slappna av en stund, och det är helt okej det med.





**Livet är till för att levas.
Därför finns Fennia.**

fennia

Nytt skapande i gammalt företag

Niko Tervamäki såg att den legendariska läderbutiken på hans tidigare hemgata sökte en efterträdare. Inom kort steg han in i butiken och sa att han vill bli företagare.

Ar 1975 öppnade **Anja och Jussi Neirtamo** en kvartersbutik i Kro-nohagen i Helsingfors. Butiken specialiserade sig på läderprodukter och fick namnet Nippanappa. Grundarna hade en bra kombination av kompetens, vision och utbildning inom hantverks-branschen. Till en början reparerade paret Neirtamo gamla produkter och sålde andras läderprodukter. Då de reparerade lärde de sig hur man inte ska göra produkter och småningom började de utveckla en egen kollektion.

Då pensionsåldern närmade sig beslöt paret Neirtamo att det var dags att släppa taget om företaget och bege sig ut på resa. Som bakre gräns satte man slutet av år 2019, tills dess skulle man hitta en ny ägare till företaget.

Niko Tervamäki drömde om ett hantverkaryrke. Då han i september 2019 bläddrade i Företagsbörser fick han syn på ett bekant namn: Nippanappa var till salu. Den ikoniska kvartersbutiken i de tidigare hemkvarteren hade fastnat i minnet och skulle nu kunna hjälpa honom att förverkliga sina drömmar.

NYA VISIONER

Doften går inte att ta miste på: vi befinner oss i en läderverkstad. På arbetsborden finns verktyg som används till bearbetning av läder och på väggen hänger diplommet "Lamankaatajan kunniakirja", som undertecknats av dåvarande statsminister Matti Vanhanen. Det bakre rummet i kvartersbutiken är lågt och stämningsfullt. Där har hantverk tillverkats sedan början av 1980-talet.

Intresset för hantverk tog Niko Ter-

vamäki till en urmakarutbildning. Nu presenterar han som nybliven företagare berättelsen om den traditionsrika kvartersbutiken. Istället för klockor säljer han läderprodukter, men han har redan idéer om att kombinera dessa två.

Maskiner, utrustning och orientering ingick i företagsaffären med paret Neirtamo, även regelbunden kontakt under den avtalade övergångsperioden. Sparringen har varit viktig, årtionden av kompetens kan inte överföras till en ny ägare på ett ögonblick.

Niko har även fått råd av sin pappa, som gjort egen företagarkarriär inom evenemangsbranschen. Trots att det är olika branscher finns det vissa lagar som gäller för alla företag. Vänner och anhöriga har också uppmuntrat och ställt goda frågor. Andra företagare i Kronohagen har också kommit med användbara tips.

- Jag lär mig något nytt och får små aha-upplevelser varje dag. Företagandet har huvudsakligen varit så som jag föreställde mig, berättar Niko.

Han förberedde sig mentalt på företagandets första arbetsfyllda år och har tillsvidare även annat arbete. Men coronasituationen överraskade totalt: kundantalet har sjunkit dramatiskt. Den nyblivna företagaren beslöt sig för att utnyttja eldprovet till att skapa något nytt. Nu provar han på att göra jobb på beställning och utvecklar nätbutiken.

NIPPANAPPA 2.0

Köpet av Nippanappa var ett överraskande enkelt beslut för Niko Tervamäki

eftersom företaget funnits länge. Det är ett landmärke och ett begrepp.

- Det skulle inte gå att starta ett dylikt företag från grunden idag. Det var bara att vänta på att möjligheten skulle dyka upp, konstaterar Niko.

Han drömde länge om ett företag som satsar på kvalitet. Istället för det snabba modet tror han att många idag vill konsumera mindre och köpa mer hållbart. Då Nippanappas nya vardag börjar rulla på vill Niko sätta sin egen prägel på butiken och lyfta fram produkterna på ett nytt sätt.

Butikens läge kostar och därför finns det förutom planerna på att öppna en nätbutik också planer på digital marknadsföring. Tidigare var företagets försäljningsområde i praktiken Helsingfors och som marknadsföring räckte det med rekommendationer från person till person och sporadisk reklam. Niko identifierar nutidens krav - produkterna får tala för sig själva även i fortsättningen.

- Läget är viktigt för mig eftersom jag gillar att vara bland människor. I nätbutiken är kundbetjäningen också i centrum, men på ett annat sätt.

Företagsärenden snurrar runt i tankarna även på fritiden, men det stör inte den nye företagaren. Inspiration till läderprodukterna finns i omgivningen och på nätet. Familjemedlemmarnas och vännernas läderväskor och handskar har undersökts med nya ögon.

- Utan större förklaringar kan jag konstatera att jag är en läderköpman, säger Niko.

Niko Tervamäkis tips till den som är intresserad av att köpa ett företag:

- Red ut finansieringsmöjligheterna i tid.
- Ta emot allt stöd du kan få. Själv upplevde jag det viktigt att kunna fråga direkt av bekanta om det lönar sig att köpa ett företag.
- Experthjälp finns och det lönar sig att använda sig av den.
- Planera tidtabellen för företagsaffären realistiskt. Kräv information och alla nödvändiga dokument och handlingar.
- Säkerställ att företagsaffären har en lämplig övergångstid och att du har möjlighet att ställa alla nödvändiga frågor till den tidigare ägaren.



Vem: Niko Tervamäki
Ålder: 30
Hobbyn: frivilligarbete, förtroendeposter
Företag: Nippanappa Oy
Grundat år: 1975, ägarskifte år 2019
På gång: bygga upp och utveckla nätbutiken

Coronakrisen gav Niko Tervamäki tid att göra beställningsarbeten, bygga upp en egen nätbutik och förnya logon och hemsidorna. Det har sålts mer presentkort än vanligt.



Högklassiga NutHat-mössor från Vanda

Under våren har många familjer tillbringat mycket tid tillsammans hemma. För somliga har det orsakat stress och till och med ångest. För Tiina och Jari Orava är det deras normala sätt att leva. De grundade företaget NUT-Group Oy för åtta år sedan, när deras tredje barn var baby. Ända sedan dess har de arbetat hemma i Vanda. Jag träffar dem virtuellt – i dagens anda – för att ta reda på hur de har kombinerat jobb och familj.

Egentligen började allt mycket tidigare. **Tiina** och **Jari** berättar att de har varit ihop i 22 år, vilket verkar otroligt med tanke på att de båda är klart under 40 år gamla. Innan de blev företagare arbetade Jari i restaurangbranschen och Tiina jobbade på apotek. Jari har också studerat företagsledning. Eftersom hans föräldrar är företagare, hade han också funderat på det alternativet. Men han säger att han inte ville bli företagare i restaurangbranschen.

Hur kom de på att börja tillverka mössor? Tiina säger att det egentligen var helt oplanerat – fast själva tanken på att bli företagare inte var det. De sökte mössor för sina barn på nätet. När de inte hittade vad de sökte, dvs. högklassiga och inhemska produkter, började de helt enkelt tillverka sådana själva. Tiinas och Jaris barn är nu 8, 11 och 13 år gamla. År 2012 grundade de NUT-Group Oy.

I början fick parets vardagsrum fungera som arbetslokal, där de både tillverkade mössorna och tog hand om pappersarbetet. Nu åtta år senare har de större lokaler, men fortfarande i an-

slutning till hemmet. Enligt Tiina är det här en av orsakerna till företagandet. Paret anser att det har varit ett privilegium att få vara hemma när barnen kommer från skolan. De tycker inte att det har varit svårt att kombinera arbete och familj. Tvärtom.

MÖSSOR OCH MERA MÖSSOR

Företaget inledde sin verksamhet genom att tillverka och sälja mössor under produktnamnet Tähtituote. Jari avlade företagarens yrkesexamen ungefär den tiden då företaget grundades. Företagarna var också i kontakt med FöretagsVanda och ansökte om startpeng och lån från Finnvera. Det lånet togs 2012, men efter det har tilläggsfinansiering inte behövts. Lokalen finns hemma och material skaffas efter hand. Det finns inte heller behov av ett jättestort lager, eftersom produkterna delvis tillverkas på beställning av företag och föreningar.

Enligt Jari har mössor faktiskt visat sig vara en utmärkt produkt för nätförsäljning. Det är en lätt produkt, eftersom den i princip bara tillverkas i några

få storlekar. Nätförsäljningen av kläder innebär alltid en hel del försändelser fram och tillbaka, när kunderna byter fel storlekar, och det blir dyrt för en liten nätbutik. Men när det gäller mössor beställer kunden oftast rätt storlek.

Tack vare coronakrisen har NUT-Group introducerat en ny produkt: tubscarfen. Annars säljer de främst mössor och urvalet är enormt: stjärnor, rosor, hundar, glitter, reflexbilder – för att inte tala om mössor med företagets och föreningarnas egna logor. Hela tillverkningen inklusive tryckning sker alltså hemma.

KUNDKRETSEN

Ända sedan början har Facebook varit en central marknadsföringskanal. Våldigt snabbt hade NUT-Group – eller Tähtituote – 10 000 följare, nu ungefär 55 000. Också andra sociala medier och mässor samt TV-serien Elixir har varit bra sätt att nå kunder på. Men lika viktiga är kundernas egna erfarenheter. Många kunder har hittat webbsajten tack vare sina bekanta eller rekommendationer på nätet.



”Folk litar på
ett inhemskt
familjeföretag.”

Vem: Tiina och Jari Orava
Ålder: 37 och 36 (ihop i 22, av vilka gifta i 12 år)
Familj: tre barn: 8, 11 och 13 år
Hobbyer: motion utomhus och på gym, crossfit, musik
På gång: ”Vårt mål är att växa på hemmamarknaden och satsa på nya återförsäljningskanaler. Produkternas försäljning och marknadsföring till Sverige och Tyskland inleds när den nya nätbutikens öppnar.”
Företag: NUT-Group Oy
Personalmängd: 2, företagarna själva
Grundat: 2012

Av företagets kunder är cirka två tredjedelar privatpersoner, resten är företag och t.ex. föreningar. Ungefär 70 % av omsättningen kommer från konsumentförsäljningen. Företag och föreningar kan beställa mössor med egen logo, men också en privatperson kan beställa sin mössa t.ex. med hundens namn. Och matchande tubscarfar.

Företaget har många stamkunder, och för dem är det viktigt att produkterna är inhemska och att leverantören är pålitlig.

- Folk litar på ett inhemskt familjeföretag, säger Tiina.



FRAMTIDEN

Just nu håller företaget på att bygga en ny webbutik. Dagens konsumenter kräver mycket av en webbutik: den ska ha en attraktiv visuell image, vara lätt att använda och fungera smidigt - och dessutom vara trygg. Dagens exceptionella situation har ökat nätförsäljningen, och troligen kommer denna trend att bestå även när krisen är över. Företagarparet ser en ljus framtid. När den nya webbsajten är klar kommer kanske också andra textilier med i urvalet, men då främst för företags- och föreningskunder.

Ja, när krisen är över återgår de flesta kanske till sina sedvanliga kontor, men distansjobb kommer säkert att öka. Hur är det då att vara tillsammans, dag och natt, att även ha samma hobbyer?

- Många säger att vi nog är lite tokiga, men vi trivs på det här sättet, skrattar Tiina.

WWW.TAHTITUOTE.FI

AKTUELLT



Knepigt läge för företagare – du kan hjälpa!

Coronaviruspandemin påverkar småföretagarna kraftigt. Efterfrågan på produkter och tjänster har avtagit, överenskomna beställningar har avbokats och majoriteten av alla evenemang har inhiberats. Företagarna får inga intäkter att betala löner och andra kostnader med.

MÅNGA SMÅFÖRETAGARE ÄR I KNIPA

Du kan hjälpa och lindra den uppkomna situationen genom att köpa av inhemska småföretag. Du har en viktig roll då det gäller att bevara våra arbetsplatser och säkerställa att även småföretagarnas familjer klarar sig i denna turbulens. Med din hjälp kan den ekonomiska stabiliteten åtminstone delvis bevaras.

Vi har nu möjlighet att göra kloka, planerade val och hjälpa varandra. Samtidigt kan vi bidra till att Finland klarar sig ur denna kniviga situation med minsta tänkbara skador.

Många bäckar små bildar tillsammans en stor å. Detta gäller även de små uppköpen. Försäkra dig om att just dina euron skapar möjligheter och välfärd för de lokala småföretagarna.

VAD KAN DU GÖRA?

Köp från inhemska små nätbutiker, skaffa presentkort på tjänster som du kan använda efter att pandemin sinat ut eller beställ en hemkörning från den lokala butiken eller restaurangen. Du kan även låta bli att kräva tillbaka biljettpriset för ett inhiberat evenemang, om du har ekonomiska möjligheter till det. Det finns många olika sätt.

Vi har kollektiv kraft att ta hand om varandra. Genom att köpa varor och tjänster av lokala små företag upprätthåller vi produktion, tjänster och ekonomi.

Det är den bästa ekonomiska säkerheten för oss alla.

TARU JUSSILA
KOMMUNIKATIONS DIREKTÖR
FÖRETAGARNA I FINLAND

Produktion av korttidskläder i lilla Dagsmark

Surret av symaskiner är det första som hörs i bakgrunden då jag går in på Kerno. Tanken ”det inte är varje dag man hör dem” flyger genom mitt huvud. En dörr öppnas från en annan del av produktionen och Tomas Forslund tar emot mig.



I den lilla byn Dagsmark i Kristinestad ligger familjeföretaget Kerno. Här har man verkat sedan 2017 då **Tomas Forslund** köpte fastigheten och flyttade verksamheten från Bötom till Dagsmark. Själv bor han både i Lappfjärd i Kristinestad och i Estland, där han har halva familjen. Flytten från Bötom till Dagsmark innebar att han på ett sätt flyttade företaget lite närmare hemknutarna.

På 1980-talet arbetade Tomas far, **Göran Forslund**, på Tells i Lappfjärd.

De tillverkade regnkläder. Tells var ett svenskt företag och Göran var på den tiden anställd som chef för enheten i Lappfjärd. Mot slutet av 80-talet började man köra ner verksamheten i Lappfjärd och det var då som Göran slog slag i saken och startade upp verksamheten i egen regi. Från och med 1986 kunde han kalla sig själv företagare. På den tiden var de cirka femtio anställda i företaget. De tillverkade och tillverkar än idag regnkläder och korttidskläder i nonwovenmaterial.

TVÅ LÄNDER

Redan i början av företagsskedet hade Forslund två verksamhetspunkter: en i Bötom och den andra i Kuusalu i Estland. Rent byråkratiskt var det enklast att starta två olika företag som samverkar och så fungerar det än idag, 34 år senare.

Idag har man en ganska klar uppdelning. Estlandsenheten kör på med regnkläder och enheten i Dagsmark tillverkar olika varianter av skyddskläder och produkter i nonwoven. Om kunden inte hittar produkten eller modellen som hen vill ha, kan hen komma med egna önskemål eller skraddarsy enligt behåv tillsammans med personalen på Kerno.

- Vi har under åren haft ungefär 1200 olika produkter som vi tillverkat i nonwoven, berättar nuvarande vd:n Tomas Forslund. Ett nyligen exklusivt projekt var en dansk bonde som behövde något som värmer de nyfödda kalvarna. Vi funderade tillsammans en stund och lösningen blev regnkläder som var typ som en filt.

Behov och lösningar varierar stort hos Kernos kunder och det gör jobbet mer intressant. De flesta kunderna finns idag inom finländsk industri och i sjukhussektorn. Men även privatpersoner kan beställa skraddarsydda produkter från företaget. Kerno exporterar också till bland andra Sverige,

Tyskland och Danmark.

- Första hjälpen och åldringsvården är ett par av de stora användarna av våra produkter, berättar Tomas.

DYR BYRÅKRATI I FINLAND

Tomas Forslund växte egentligen in i företagandet, han var runt tio år då Göran körde igång det egna företaget. Tomas var med och hjälpte till. Senare blev det mera som arbete.

- Jag var borta några år och studerade ekonomi och utrikeshandel i Jakobstad. År 2000 var jag tillbaka och axlade vd-titeln då pappa gick i pension, berättar Tomas.

Idag ligger tillverkningen av regnkläder jämfört med skyddskläderna i nonwoven på en 30/70-fördelning. I Finland har Kerno sex anställda och i Estland femton. Det intressanta med att driva två företag i två länder är främst skillnaden på byråkratin och hur de anställda är, menar Tomas.

- I den här branschen går det upp, och det går ner. Det mest knepiga är all byråkrati här i Finland. För att kunna säga att man säljer regnkläder, måste man ha en massa olika certifikat som kostar så oerhört mycket. I föl kom det en bokstav till på sifferkoden som ska vara stämplad på namnappar i nacken. Tilläggen som kom betyder att det är vattentätt. Att få sätta dit de två nya siffrorna blev dyrt. Det är galet vill jag påstå.

Frustrationen är påtagbar i ärendet kring finländsk byråkrati, men valet att vara egenföretagare är inget han ångrar.

- Man får ju disponera sin egen tid på ett lite annat sätt som egen. Det passar mig, säger Tomas.

"Man får ju disponera sin egen tid på ett lite annat sätt som egen. Det passar mig."



Nya attackmönster kan ses i datasäkerhetsarbetet

Du har kanske märkt att din dator börjat arbeta långsammare. Ännu för en tid sedan kan det ha varit ett tecken på att datorn infiltrerats av skadliga program. Det är nu mer osannolikt för varje dag som går. Numera får man troligtvis söka efter en annan förklaring till att datorn har blivit lite slö. De flesta av dagens angripare använder sig inte av skadliga program för att få tillträde till datorn.

Dagens sakkunniga cyberbrottslingar använder sig för det mesta av stulna användarnamn och lösenord för att få tillträde till sitt mål. Så se upp för "social engineering" (social ingenjörskonst på svenska). Det är ett stort hot mot organisationer, där angriparna använder psykologisk manipulation för att få människor att äventyra säkerheten och för att avslöja konfidentiell information – de allra skickligaste kan få dig att lämna ut ditt användarnamn och lösenord utan att du är alls medveten om det.

Då de fått tillträde försöker inkräkterna på alla sätt och vis att undvika upptäckt. Därför använder de också hårdskivorna på måldatorerna så lite som möjligt, och kör de program de behöver i datorernas andra minnesrymder. Som en följd av det här är infiltratorerna väldigt svåra att upptäcka. På grund av de stulna användarnamnen och lösenorden är det också väldigt svårt att försvara sig mot dem.

Enligt den senaste Global Threat-rapporten från datasäkerhetsföretaget CrowdStrike var 2019 det första året på länge då majoriteten av datasäkerhetsattackerna begicks utan hjälp av skadliga programvaror. Under år 2019 stod datasäkerhetsattackerna som utfördes utan hjälp av skadliga programvaror för cirka 51 % av alla fallen globalt. De attacker där man använde skadliga programvaror stod för ungefär 49 % av fallen. Om man jämför med år 2018 och 2017 var motsvarande siffror omkring 40% och 60%.

Orsaken till förändringen i typen av datasäkerhetsattackerna är att de flesta organisationer inte har den nödvändiga teknologin eller resurserna för att se skillnaden mellan en legitim användare och en angripare. Möjligheter att kolla om främmande ofarliga program körs i datorernas diverse minnen existerar oftast inte heller. För att upptäcka att något är fel i dessa fall krävs väldigt ofta att man påbörjar ett intensivt manuellt arbete för att ta reda på vad som har skett. Dessutom krävs vanligtvis också att man tar i bruk specialprogram som bland annat upptäcker ovanligt beteende.

Den enda långsiktiga lösningen för att hjälpa till att bekämpa dessa nya attackmönster är att man ser till att hela organisationens personal integreras till att bli en del av säkerhetskulturen. Man måste bygga upp ett konkret samarbete

och ett djupgående förtroende mellan IT-avdelningen och personalen. Dessutom måste man skapa en förståelse för helheten som består av tekniken, människan och organisationen och också hur dessa samverkar.

Det handlar i grund och botten om att göra saker så konkreta som möjligt. Man kan finna många praktiska exempel på nätet om arbetssätt och metoder för att mäta och utveckla säkerhetskulturen i form av oberoende utvärderingar, enkäter, intervjuer, uppföljningar av avvikelser, observationer, granskningar och analyser av dokumentation med mera. Oavsett metod är det viktiga att man försöker konkretisera säkerhetsfrågorna och att man diskuterar igenom dem i hela organisationen – alla försök är bra försök, bara man visar en vilja och tar tag i saken.

Kom också ihåg att befästa den nyskapta kulturen genom att repetera glädjebudskapet med jämna mellanrum! Varför inte till exempel låta kreativiteten flöda och skapa utskick med nyheter om säkerhetssfären eller utforma en intern säkerhetsfrågesport som väcker tävlingsinstinkten? Att etablera en god säkerhetskultur tar tid och kräver insatser, men ansträngningarna ökar samhörigheten samtidigt som förändringarna leder till en höjd nivå av säkerhet. På samma gång skapar man ett väldigt bra skydd mot de nya attackmönster vi alla riskerar att drabbas av.

Visa att du bryr dig!

Företagarnas egna i Tammerfors tryckta

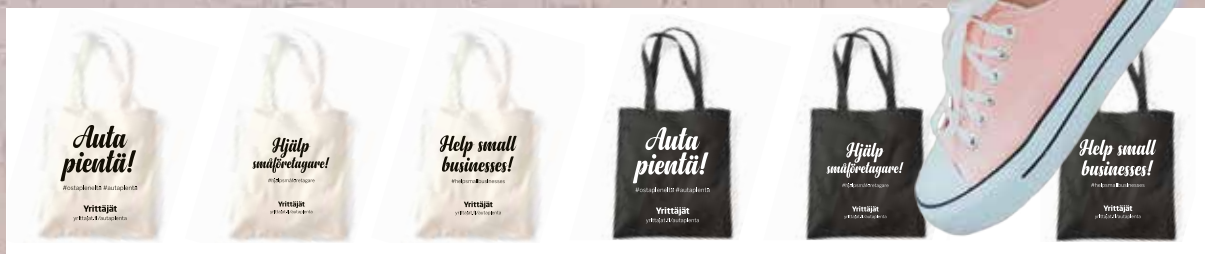
#hjälpsmå- företagare

-bomullskassar

BESTÄLL HÄR:
kauppa.yrittajat.fi

*Hjälp
småföretagare!*
#hjälpsmåföretagare
Yrittäjät
yrittajat.fi/autapienta

I två färger på tre språk!



Yrittäjät



Solidaritet och sisu – mer än vackra ord

I tider av kris är solidaritet det som ger oss styrka att ta oss upp och framåt.

I Finland kavlar vi upp ärmarna och tar vi till vår urkraft, sisu, för att få landet på fötter igen. Den digitala utvecklingen och en global marknad har lett till att sätten kanske är nya för en del av oss, men med sisu bygger vi vår nya framtid tillsammans.

Pandemin var inte många timmar gammal i vårt land då stödaktionerna började dyka upp. Det digitala flödet fylldes av kampanjer till förmån för företagare och framför allt de lokala företagarna. En del företagare vädjade direkt till sina kunder och kontaktnät, bad kunderna att inte säga upp kontraktet, bad oss vänta på ersättande service.

Jag vill naturligtvis stödja andra lokala företagare och har fortsatt betala för åtminstone medlemskap på gymmet, min personliga tränare och barnets privata förskoleplats. Det här utan att få någon service i retur.

Det är självvalt, jag klagar inte. Som egenföretagare har jag ändå slagits

av tanken: då jag som egenföretagare stöder andra företag, hur kommer de att stödja mig i framtiden?

En eller flera tummar på Facebook betalar inga räkningar. Det som behövs är jobb eller beställningar man får betalt för. Jag har lyckats få nya kunder också under den här pandemin, men det är kunder jag själv rott i land genom mina egna idéer och förslag.

Krisen tvingar oss företagare ut ur den berömda lådan, piskar oss att vara kreativa. Krisen tvingar oss att se nya möjligheter som vi i bästa fall kan dela med andra företagare. Det kan vara en form av konkret hjälp som i ett lite längre lopp kan gynna alla inblandade parter.

Under ett samtal med min bokföringsbyrå kom vi att prata om företag i vår egen näromgivning som för tillfället förlorat alla möjligheter att jobba och kände att vi också vill bidra med vår gemensamma kunskap i form av tankar, idéer och förslag.

Skickade dagarna efter det här samtalet ett meddelande till ett familjeföre-

tag som verkar i en bransch jag absolut inte har någon djupare insikt i, tankar om en service som det plötsligt uppstått ett skriande behov av. Fick svar en stund senare:

"Du får gärna komma med idéer och tankar. Vi är så inne i våra egna tankar om företagets överlevnad att det är svårt att vara kreativ och innovativ."

Så enkelt kan det vara. Huvudsaken är att var och en av oss i mån av möjlighet gör något konkret för att stödja andra företagare.

Solidaritet och sisu är mer än vackra ord och en känsla, solidaritet och sisu kräver också handling.

MICAELA RÖMAN
JOURNALIST OCH KOMMUNIKATÖR
GRUNDARE, ÄGARE OCH VD
FEEL IS GOOD AB - MEDIA- OCH
KOMMUNIKATIONSBYRÅ, SIBBO
WWW.FEELISGOOD.FI

CORONA INFORMATION FÖR FÖRETAGARE

www.yrittajat.fi/corona-information-foretagare

REGIONAL RÅDGIVNING PÅ SVENSKA

Advokatbyrå Boucht & Nikula

Frågor om bolagsjuridik
och allmänna juridiska frågor

- Jurist Björn Boucht
arbetsrätt och straffrätt
tfn +358 50 337 4594
bjorn.boucht@boucht-nikula.com
- Advokat Peter Boucht
fuktskadeproblem i byggnader
tfn +358 500 265 873
peter.boucht@boucht-nikula.com
- Advokat Peter Nygård
arvsfrågor, tvister och avvitrning
tfn +358 50 531 7243
peter.nygard@boucht-nikula.com
- Juris magister Nathalie Brännkarr
tfn +358 50 562 6568
nathalie.brannkarr@boucht-nikula.com

Advokatbyrå Kim Åstrand Ab

Råd i företagsjuridiska ärenden
innefattande avtalsjuridik, bolagsjuridik,
företagsköp, arbetsrätt samt
fastighetsrätt

- Advokat och affärsjurist
Kim Åstrand
tfn +358 40 8410 811
kim@kimastrand.fi

Advokatbyrå Näsman & Båsk

Frågor speciellt rörande avtalsjuridik,
konkursförfarande och företagssanering-
ar samt ger råd i frågor kring familje-
och arvsrätt

- Advokat Christian Näsman
tfn 06 356 5611 eller +358 50 511 8158
christian.nasman@anb.fi
- Advokat Björn Båsk
tfn 06 356 5612 eller +358 50 541 1980
bjorn.bask@anb.fi

DKCO Advokatbyrå

Arbetsrätt, bolagsrätt och tvister

- Advokat Heidi Furu
tfn 020 527 4005
heidi.furu@dkco.fi
Bolagsrätt, kommersiell avtalsrätt,
offentlig upphandling, arbetsrätt och
kredit- och pantsättningsarrangemang
- Advokat Nathalie Myrskog
tfn 020 527 4006
nathalie.myrskog@dkco.fi
Offentlig upphandling, arbetsrätt
samt insolvens-, immaterial-
och fastighetsrätt
- Jurist Jonna Hagström
tfn 020 527 4008
jonna.hagstrom@dkco-law.com
Offentliga upphandlingar,
skatterätt samt förmögenhets-
och familjerätt
- Jurist Adine Lagus
tfn 020 527 4019
adine.lagus@dkco-law.com
Arbetsrätt, bolags- och avtalsrätt
samt immaterialrätt
- Jurist Sofia Saarikko
tfn 020 527 4015
sofia.saarikko@dkco-law.com

Ernst & Young EY

Råd i företagsjuridik innefattande
avtalsrätt, bolagsrätt, företagsköp
och arbetsrätt

- Jurist Kjell Renlund
tfn +358 40 577 7466
kjell.renlund@fi.ey.com

HanhisaloLaw Juridisk Byrå Ab

Frågor om bolagsjuridik,
avtalsjuridik och arvsfrågor

- Kimmo Hanhisalo, vicehäradshövding
tel. 040 5500 875
info@hanhisalolaw.fi

KPMG

Frågor om arbetsrätt och
samarbetsförhandlingar

- Jurist Teresa Laine-Puhakainen
tfn 020 760 3470
teresa.laine-puhakainen@kpmg.fi

LEXTERA LAW

Frågor om vilken bolagsform som passar
ditt företag bäst, arbetsavtal, företags-
juridik, arbetarskydd, gåvobrev och
testamenten samt uppgörande av
avtal och köpebrev

- Vicehäradshövding och ekonom
Anne Lindgren-Slotte
tfn +358 50 344 7758
anne.lindgren-slotte@lextera.fi

FÖRETAGARFÖRENINGENS SVENSKSPRÅKIGA EXPERTER

Kust-Österbottens Företagare

Hippi Hovi, verkställande direktör
hippi.hovi@yrittajat.fi
tel. 050 551 3995

Kust-Österbottens Företagare

Ann-Christin Wik, medlemskoordinator
ann-christin@foretagare.fi
tel. 050 344 0099

Mellersta Österbottens Företagare

Nina Niemi, kommunikationschef
nina.niemi@yrittajat.fi
tel. 050 516 7602

Företagarna i Finland

Thomas Palmgren, chef för
internationella ärenden
thomas.palmgren@yrittajat.fi
tel. 050 500 3384

Företagarna i Finland

Heiju Simola, nätverkskoordinator
heiju.simola@yrittajat.fi
tel. 040 843 1991

Företagarna i Finland

Carita Törnqvist, juridisk rådgivare
tel. 09 229 222

FRAMGÅNGSSAGAN

TEXT MIA BERG-LUNDQVIST BILD PETER LUNDQVIST

Matbröden har nästan samma ätgång som innan, men efterfrågan på söta bakverk och tårter har minskat drastiskt med pandemin.

Coronakrisen har satt sina spår, men man måste trots det våga tänka framåt. När arbetstempot tillfälligt sänks finns det tid att fundera på hur man vill utveckla företaget. Och en sak är säker, också i dåliga tider vill man mötas över en kopp kaffe.

KAFFE OCH BULLE ÄR BILLIG VARDAGSLYX

Jag hade aldrig tänkt på mig själv som en företagare, utan halkade in som på ett bananskal. Men här står jag nu dryga tjugo år senare, ler **Annika Äbb.**

Hon driver Wi-Box i Raseborg tillsammans med maken **Mika Äbb.** Till företaget hör ett bageri, en lunchrestaurang och ett café inne i Ekenäs centrum. Annika har en lång historia i företaget. Hon började som praktikant då hon gick sista året i högstadiet. Därefter sommarjobbade hon i bageriet fram till 1992, då hon slutförde sin bagarutbildning. Sedan var det heltidsanställning som gällde.

Efter sju år i företaget ville dåvarande ägaren **Ulla Näsman** sälja bageridelen och enbart fokusera på caféet i Ekenäs centrum. Tyvärr fanns det inga hugade köpare och personalen riskerade bli utan jobb.

- Det var min pappa och mina bröder som hejade på mig att köpa bageriet. De övertygade mig att jag nog skulle klara det, minns Annika.

FÄRRE CAFÉLEVERANSER

Och klarat sig, ja det har Annika och hennes man Mika gjort med väl god-

känt betyg. Då Annika tog över bageriet var det hon plus tre anställda. Personalstyrkan är idag tiofaldigt större, med dryga fyrtio fast anställda på lönelistan. Under sommarmånaderna, då omsättningen fördubblas, sysselsätter man ytterligare drygt tjugo personer. Den lilla lokalen man startade verksamheten i är ersatt med en ny stor bageribyggnad i Horsbäck, och senaste tillskottet är lunchrestaurangen Wi-Box Bakery & Kitchen. Paret är överens om att den nya bageribyggnaden som stod klar 2010 var en viktig milstolpe för företags utveckling.

- De nya utrymmena gav helt andra förutsättningar att bygga ut verksamheten, säger Mika.

Under fjolåret hade företaget en omsättning på cirka tre miljoner euro. Från bageridelen går cirka 60 procent till återförsäljning och 40 procent säljer man direkt via sina egna två försäljningspunkter. Många av kunderna är samma som för tjugo år sedan. Kundkretsen befinner sig huvudsakligen på axeln Hangö-Helsingfors.

- Av butikskunderna är det ytterst få som fallit bort, tvärtom har deras andel ökat. En sak som förändrats under våra

år i branschen är att caféleveranserna till mindre caféer har minskat. De är idag klart färre än för tjugo år sedan, konstaterar Mika.

INGA LÄTTA VINSTER

Vilka lärdomar har ni fått som företagare?

- En allmän visdom som visat sig stämma ganska bra är att om något kommer lätt, blir det inte långvarigt, ler Mika.

- Det stämmer nog, man ska inte tro att saker kommer lätt. Att vara företagare är en bra övning i tålmod, och man ska inte förvänta sig ledig tid. Får man en stund ledigt är det att betrakta som en bonus, inflikar Annika.

Mika konstaterar att hur man klarar sig också är mycket fast vid ens grundinställning. Han är själv uppvuxen i Sydösterbotten på en gård där lantbruk och transporter var familjens inkomstkällor. Han fick från tidig ålder lära sig om service och vikten av att anpassa sig efter kundernas behov.

- Och att det är viktigt att ha en rejäl hacka i besparingar, för när det börjar snöa, kan det snöa länge. Alla räddningsvägar ut kostar rejält och



Vem: Annika (47 år) och Mika Åbb (47 år)

Familj: tre döttrar

Hobbyn: Annika gillar naturvandringar och skidning, Mika olika former av motion, speciellt skidning.

Företag: Wi-Box Bageri (inkluderar Bakery & Kitchen och Wi-Box Café)

Grundat år: 1951 av Hälge Wikström och Valter Boxberg. Annika Åbb köpte bageriet 1999 och caféet 2014.

Årsomsättning: ca 3 miljoner euro

Personalmängd: ca 40 fast anställda plus inhoppare. Sommartid ytterligare ca 20 sommararbetare.

då är varje besparing guld värd, säger han och tillägger att han är lättad att coronakrisen kom innan de hade hunnit påbörja sommarens nyinvesteringar. Nu fanns det kapitalet kvar och investeringarna får dröja till ekonomiskt stabilare tider.

NYA KONSUMTIONSMÖNSTER

Som företagare i café- och restaurangbranschen har coronakrisen satt kännbara spår. För första gången någonsin hamnade Annika och Mika att permittera personal. I skrivande stund är nästan hälften av personalstyrkan permitterad. I lunchrestaurangen får man givetvis sälja take away-portioner, men omsättningen är långt ifrån det normala. Många familjer lagar mat tillsammans då man vistas mera hemma.

- Det är i och för sig en trevlig sak att de gemensamma måltiderna blir fler,

men rent ekonomiskt betyder det ju ett inkomstbortfall för oss, säger Mika.

Matbröden har fortfarande nästan samma åtgång som innan, men efterfrågan på söta bakverk och tårter har minskat drastiskt. Här inverkar naturligtvis att inga större sammankomster är tillåtna. Men motgångarna till trots, finns det också ljusglimtar. Det sänkta arbetstempot ger tid för eftertanke och reflektion över hur man vill se företaget utvecklas.

- Det är allmänt känt att konsumtionsmönster ändras i samband i stora kriser. Nu gäller det bara att utkristallisera vilka de förändringarna är, att man satsar på rätt saker, säger Mika.

LÄRA AV MISSTAG

Paret Åbb konstaterar att det talats mycket från regeringshåll om företags hjälp och understöd. Mika önskar för



Det nya bageriet som stod klart 2010 har varit en viktig milstolpe för företagets utveckling. Nu kunde man baka bröd i klart större mängder.

sin del att regeringen är väl insatt med effekterna av olika stödåtgärder från 1990-talets lågkonjunktur, och inte upprepar samma misstag. Han nämner transportbranschen, som var hans tidigare arbetsgivare, som exempel. Företag som hade traggat sig igenom den värsta lågkonjunkturen fick plötsligt statsstödda nya konkurrenter.

- Statens subventioner ledde till ett enormt prisras i branschen och torpederade verksamheten för de företagare som på egen hand klarat sig igenom lågkonjunkturen, exemplifierar Mika.

OJÄMNA UTBILDNINGAR

Ett annat orosmoln inför framtiden, som inte har med pandemin att göra, är de stora pensionsklasserna och behovet av nyrekrytering. Paret Åbb har upplevt att utbildningsnivån inom kock- och bagarutbildningen, speciellt under de fem senaste åren, varierat stort mellan olika läroinstanser.

- Det verkar som att eleverna ska bäras igenom systemet med silkesvantar till vilken kostnad som helst. Om de inte blir utexaminerade, förlorar skolan anslag, funderar Mika.

- För oss blir det ju en väldigt otrevlig

"Om något kommer lätt, blir det inte långvarigt."

sits om man ska betala en yrkeskunnigs lön till någon som mera är som en praktikant, examen till trots, säger Annika.

De efterlyser här en allmän höjning av utbildningsnivån, men också en mer jämn kvalitetsnivå mellan olika yrkesskolor. De ställer sig också frågan om det eventuellt skulle vara lättare att höja kvaliteten genom att ha färre utbildningsplatser.

FRAMGÅNGSRECEPT

Vad är receptet på framgång?

- Jag är övertygad om att känslan av samhörighet, att vi alla arbetar för ett gemensamt mål är helt A och O. Om det är stor omsättning på personalen är det svårt att bygga upp en "vi-anda". Om folk trivs på jobbet stannar de länge, vilket också betyder att kunskapen och erfarenheten hålls i huset, säger Annika.

Mika inflikar att en annan hörnsten är pålitligheten och kontinuiteten. Arbetsdagen är slut först då alla beställningar är avklarade. Hela kedjan måste fungera klanderfritt, allt från produktion till marknadsföring, försäljning och transport.

- Det är sant, man behöver inte missa många tårtbeställningar innan man skapat sig ett dåligt rykte som kan vara svårt att reparera, säger Annika.

FÖRMÅNLIG GULDKANT

Vågar man prata om framtiden i dessa tider?

- Nog vågar man det. Redan förra ägaren konstaterade att också i svåra tider hittar folk pengar till en kopp kaffe och en bulle när man vill ut och träffa sina vänner. Folk behöver lite guldkant på vardagen och en kopp kaffe är rätt billig vardagslyx jämfört med mycket annat, säger Annika.

Paret Åbb har heller inte helt tappat hoppet inför sommarsäsongen, även om det blir en något annorlunda sommar på grund av pandemin. Och när vardagen går mera mot det normala - eller nya normala - kommer det att finnas många kalas att fira.

- Det är heller inte orealistiskt att anta att den inhemska turismen får ett uppsving, spårar Mika.

- Så länge vi får hållas friska ordnar det sig, men hårt jobb väntar, avrundar Annika.

MOT STRÖMMEN

TEXT OCH BILD LISBETH BÄCK/KUSTMEDIA AB



Kati Ramfelt-Thapa
och Pia Sebbas driver
Arkiliving. Affären
är inbjudande och
erbjuder en mix av
möbler, bruksföremål
och gåvoartiklar.

Naturlig skönhet

De gjorde inte som många andra gjort de senaste åren – stängde butiken. I stället öppnade de en inrednings- och gåvoaffär intill torget i Vasa. Arkiliving är ett showroom för MUUBS och Anna Bülow, och det enda i sitt slag i Finland.

Pia Sebbas och Kati Ramfelt-Thapa bjuder in:

– Här möts naturmaterial och varm minimalism. Här är hållbarhet i fokus.

Arkipelaga i Vasa bedriver, som ett av flera segment inom företaget, agenturverksamhet i Finland för märken som MUUBS och Anna Bülow. Nätet av återförsäljare finns nu landet över och Kati Ramfelt-Thapa ansvarar för support till dessa och för inredningsaffären Arkiliving.

Pia Sebbas är grundare, delägare och VD för Arkipelaga och berättar hur det började:

– Företagarparet Dorthe och Bent Povlsen i Danmark blev, under en semester i Indonesien, förtjusta i lokalt tillverkad inredning. De beslöt skeppa hem en container till sitt nybyggda hus. När andra såg deras hem väcktes intresse och efterfrågan. Mera inredning importerades och egen design/tillverkning inleddes. Så föddes MUUBS, som i dag säljs i många länder, främst i Europa. På frågan om vi kände till någon intresserad av en agentur i Finland tackade vi själva ja.

Kati Ramfelt-Thapa har jobbat med inredning i decennier.

– Efter att vi byggt upp ett nätverk av återförsäljare testade vi att ha en popup-affär i Vasa och kunderna ville ha mera. Tyvärr ser vi pulsen avta i stadskärnan och butikslokaler gapar tomma. Vi såg potential i att öppna en affär, som tillika är showroom för MUUBS i Finland. Vi utökade sortimentet med grafiska produkter av Anna Bülow, berättar Kati.

UNIKA PRODUKTER

MUUBS är inredning där hållbara val och levande material står i fokus. Det är asiatiska influenser och skönhet i det oregelbundna. I sortimentet finns möbler och föremål gjorda av trä, metall, lera och läder. Korgarna där är tillverkade av återvunna bildäck, visar företagarduon.



Man har tagit tillvara det som betjänar hållbarhetstanken. Här korgar av återvunna bildäck.

”På frågan om vi kände till någon intresserad av agentur i Finland tackade vi själva ja. Det är viktigt att våga.”



Anna Bülow är en svensk grafiker och konstnär som gör posters och kort. Arkiliving är en av återförsäljarna i Finland.

– Materialet i mattan här är framtällt av nåt som fiskats upp ur världshaven. Vi har handjordade skålar i terracotta som bränts över öppen eld och robusta trämöbler. Många produkter är rent hantverk, berättar Pia.

Samarbetet är okomplicerat. MUUBS är ett gäng i Danmark, ett gäng i Finland och alla har möjlighet att påverka både design och utbud. Filosofin baserar sig på ofullkomlighet, att allt inte behöver vara så perfekt och att ett föremål får åldras, precis som vi människor.

– Det är ett nöje att få arbeta med vackra ting, säger Kati. Att knyta kontakter och stärka brandet vid mässor, samarbeta med kunder och inredare eller utveckla synligheten på sociala medier är väldigt inspirerande.

– Jag fokuserar till stor del på företags övriga verksamhetsområden men deltar naturligtvis i utvecklandet av agenturverksamheten och Arkiliving, säger Pia.

Nästa steg är att öka den projektbaserade försäljningen och samarbetet med planerare och arkitekter.

VIKTIGT ATT VÅGA

Under våren 2020 har affären delvis varit stängd med anledning av undantagstillståndet.

– Vi har förnyat rummet, gett utrymme för terrassprodukter och möblerat om. Vi öppnar upp igen i den takt som medges. Det gäller att vara modiga nu, att förändra och utvecklas. Det är viktigt att vi företagare vågar, tycker Pia Sebbas.

Hon känner en viss oro för framtiden och hur det blir innan världen återhämtat sig från coronapandemin.

– I sommar hoppas vi att människor satsar på att förnya och inreda sina hem, stugor och trädgårdar.



Turistorganisationerna uppmuntrar till resor i hemlandet i kampanj

Turistorganisationernas riksomfattande gemensamma kampanj 100 skäl att resa i Finland uppmuntrar finländare att resa i hemlandet, när det är tryggt att resa.

Kampanjen 100 skäl att resa i Finland, som stöds av Arbets- och näringsministeriet och genomförs av Föreningen Finlands turistorganisationer Suomalainen Turistiliitto, förenar turistaktörerna runt om i landet. Den genomförs för fjärde gången. I år är kampanjen

särskilt betydelsefull.

Enligt en enkätundersökning som utfördes i slutet av mars har 57 procent av finländarna som avsikt att resa inom Finland den kommande sommaren. Naturresemål intresserar 43 procent och dagsutflykter i närregionen

intresserar 45 procent av finländarna. Stadsresemål är på favoritlistan hos 35 procent av personerna som svarade.

Cirka 1000 personer svarade på enkäten under tiden 18-22 mars.

Näringsminister **Mika Lintilä** påminner att man kan stöda inhemska



Näringsminister Mika Lintilä uppmunar finländare att främja tillväxten genom att turista inrikes.

tjänster och företagare genom att resa inom landet.

- Efter krisen är vårt viktiga mål att få turismen i hemlandet att öka igen, precis som den gjort tidigare år. Coronapandemin betonar den ansvarsfulla närturismens betydelse ännu mer, konstaterar Lintilä.

DET SÄKRASTE SÄTTET ATT RESA

Kampanjen som inleddes i maj fortsätter undantagsvis ända till slutet av oktober i år. Dess syfte är att erbjuda inspiration till vad man kan göra i hemlandet.

- Finlands turism kommer på fötter igen med hjälp av inrikesturismen. Människorna kommer under lång tid ännu att uppleva att hemlandet är det tryggaste alternativet. Coronatiden har fått många finländare att intressera sig för närbelägna platser och att röra sig i naturen på ett helt nytt sätt, säger Suomas ordförande **Anne-Margret Hellén**.

Hon poängterar dock att det är viktigt att komma ihåg säkerheten då man planerar resor. Myndigheternas

"Efter krisen är
vårt viktiga mål att
få turismen i hemlandet
att öka igen, precis
som den gjort
tidigare år."

hälso- och hygienanvisningar ska följas noggrant.

- Ansvaret ligger både på turistföretaget och resenären, säger Hellén.

SÄSONGEN MÅSTE FORTSÄTTA LÄNGRE IN PÅ HÖSTEN

Ansvarsfullhet är en växande trend inom turismen. Inrikes- och närturismens popularitet var senaste år i toppklass: övernattningarna inom Finland ökade i maj-september med 5,8 procent. Det motsvarar 450 000

övernattningsdygn.

Enligt enkätundersökningen innebär ansvarsfull turism särskilt att värna om naturen och det lokala. I toppen fanns respekten för naturen och vattendragen, som 68 procent ansåg var viktigast. Respekten för de lokala invånarna och deras vardag var näst populärast (58 procent) och att stötta lokala tjänster och produkter kom på tredje plats (52 procent).

Hellén uppmuntrar finländare att friskt göra upp planer även för slutet av året.

- Inrikesturismen behöver aktivitet året runt, och en förlängning av säsongen. Det lönar sig att planera längre in på hösten och att satsa på exempelvis stadernas kulturutbud eller matupplevelser, säger Hellén.

Samma planering förväntas även av företagen.

- Det förutsätts ännu bättre produktifiering av tjänsterna till sensommaren. Vi har en ny definition av sommarsäsongen framför oss och det förutsätter att tjänsterna hålls öppna längre in på hösten, säger Hellén.



Förklarar det globala lokalt

Journalisten Peter Stolpe har alltid känt att han vill bli företagare. Devisen "du blir en möbel efter tio år" fick honom att ta steget 2018. Han lämnade sin tjänst på Vasabladet och grundade Vaasa Insider, ett modigt medieföretag som publicerar tvåspråkiga näringslivsnyheter på nätsajten Vaasa Insider och i fysiska affärstidningen Botnia Insider.

- Hjärtat klappar hårt för mediesektorn trots utmaningarna med lönsamhet. Vårt mål är att förändra näringslivet. Vi bidrar till att folk får upp ögonen för småföretagarna och deras försättningar. Företagarna utgör ju stommen som hela det här landet står på. De får sällan kredd för det, säger Peter.

Vaasa Insider rapporterar ekonominyheter ur de österbottniska företagens synvinkel. Globala skeenden tolkas lokalt.

- Vad har börsfall eller oljepris för inverkan på företagen här? Vi lyfter fram saker positivt och vill att man ska ha mera energi då man

varit på vår sajt än man hade innan.

Start-up-företaget har dubblat sin omsättning och nått nollresultat de första två åren. Den vanligtvis hårt arbetande företagaren är nöjd med början och låter sig inte nedslås av coronakrisen.

- Alla våra planer för våren blev inaktuella på en sekund, konstaterar Peter. All annonsering för event och evenemang är helt borta, men på lång sikt vet vi ännu inte hur det blir. Vi har ingen brist på idéer och ser fram emot hösten.

Peter Stolpe är en principfast person och har nyligen bestämt sig för att stärka sig på säljsidan. Han har skaffat en coach och fått ett "ansvarsplank" med uppdrag att följa.

- Då jag sagt att jag ska göra något så måste jag göra det, inga undantag. Jag förväntar mig att få mera struktur och drive i försäljningen, säger Peter hoppfullt.

FÖRETAGARENS FRAMTIDSDRÖM:

"Jag vill bygga något stort och fint som tar företagarnas ärenden till folks frukostbord. Jag vill växa betydligt!"

4-5

personer sysselsätts
i Vaasa Insiders nätverk
av medarbetare



10.000

Magic-kort,
varav tre är Power 9,
finns i hobbyspelarens
samling



70 000

exemplar av Botnia Insider
delas gratis ut i Österbotten
varje månad

PETERS VECKA

Måndag: Väckning 05.30. Två produktiva timmar innan familjen vaknar. En halv liter vatten i kroppen. Planen är att göra det viktigaste först, men oftast blir det inte så. Akuta grejer tränger på och pockar på uppmärksamhet. Vid halv åtta vaknar familjen. Våra två underbara döttrar, 6 och 9, har fått för sig att börja göra frukost, härligt! Gröt och löskokta ägg startar allas dag. Det är samma under hela veckan.

Klockan 9-13 leker jag lärare och drar hemskola för barnen. En ypperlig chans att förstöra också nästa generation! Vi kör hårt på raster och vid varje tillfälle tas laptopen fram, så jag inte halkar så långt efter dagens planerade jobb. Sambon distansstuderar och jobbar nätter på ett serviceboende, så hon har det tuffare programmet. Trots det orkar hon se till att vardagen löper. Hon är bäst!

Klockan 13 till 17 jobbar jag in det jag kan. Egentligen är jag långt ifrån färdig, men jag kör en kampanj att sluta klockan 17 och det gör jag idag.

Tisdag: Väckning 05.00. Lyfter lite skrot i hemmet, träning kan man kanske kalla det, om man är vänlig. Spektaklet pågår 1,5 timme och mellan flåsandet jobbar jag lite. Sedan samma rutin som dagen innan. Jag lyckas igen sluta klockan 17! Det här går ju strålände. Senast jag jobbade så här lite minns jag inte. Nu skulle det bara gälla att också få inkomster från någonstans...

Onsdag: Väckning 05.00. Det vad jag gör på en dag är att skriva ett par artiklar och hålla i trådarna för företaget. Vanligtvis träffar jag massvis med folk, men coronan har gjort att det blir mest telefonsamtal och onlinemöten. Jag slutar klockan 17 igen, det här har på riktigt inte hänt ofta.

Torsdag: 05.00. Nya ämnen och nya människor, men jobbet är ungefär detsamma. Helt nytt i dag är att jag börjat coachas av Peter Höckert, en av Sveriges bästa ledarskaps- och affärscoacher. Det är givande! Klockan 17 loggar jag ut igen, helt enligt planerna. På kvällen joggar jag också, eller vad man nu ska kalla lunkandet.

Fredag: Väckning 05.00. Nu kör vi! Fredagen är snabbt under kontroll, märkligt nog, så jag hinner jobba lite med framtiden. Perfekt, då kanske jag har en chans att lista ut varifrån det kan komma lite stålar så vi får det här att gå runt! Känner ni igen er i problematiken?

Lördag-söndag: Familjetid och det menar jag verkligen. Jag tillhör tokarna som ofta stänger av mobilen och helt kopplar ner till helgen. På veckorna brukar jag jobba som en galning, det blir timantal som nästan bara andra företagare kan relatera till, så när jag är offline så är jag det på riktigt.

KÄNNBARA MEDLEMS- FÖRMÅNER 2020

Företagarnas medlemmar har tillgång till värdefulla förmåner.

Du hittar dina riksomfattande förmåner på adressen yrittajat.fi/jasenedut

ALMA TALENT

Alma Talent ger Företagarnas medlemmar 20 procent rabatt på alla fortlöpande tidnings- och digiprenumerationer. Tidningsprodukter som du kan prenumerera på är Talouselämä, Tekniikka&Talous, Kauppalehti Fakta, Markkinointi&Mainonta, Arvopaperi, MikroBitti, Tietoviikko och Metalliteknikka. För närvarande kan du göra en digiprenumeration på Arvopaperi, Talouselämä eller MikroBitti. Kom ihåg att nämna att du är Företagarnas medlem när du gör prenumerationen.

www.almatalent.fi

ASIAKASTIETO

Suomen Asiakastieto Oy är ett av Finlands ledande informationservicebolag inom företagsledning, ekonomiförvaltning, riskhantering samt försäljning och marknadsföring. Asiakastieto erbjuder Företagarnas medlemmar gratis internetnummersökning. Sökningarna kan användas på medlemssidorna på Företagarnas webbsajt. För att kunna göra en sökning måste man logga in på medlemssidorna med medlemsnumret. Som medlemsförmån även 30 procent rabatt på målgrupper för försäljning och marknadsföring. Som medlemsförmån ett avtalskundförhållande utan årsavgift under det första året. Värdet på förmånen är 260 €. Förmånen gäller nya kunder.

www.asiakastieto.fi

CLARION

Clarion Hotel Helsinki, Clarion Hotel Helsinki Airport och närmare 200 hotell i kedjan Nordic Choice Hotels ger Företagarnas medlemmar medlemsförmåner på nästan 200 hotell i Finland, Norden, Lettland och Litauen. Medlemsförmåner erbjuds av hotellet i Clarion-, Quality och Comfort-kedjorna samt av cirka 30 självständiga Luxury-föremål. Resenärer från Företagarnas medlemsföretag får 19 procent rabatt på dagens bästa pris på Clarion-hotellen i Finland. På andra hotell är rabatten 10 procent. Mötes- och gruppresor prissätts individuellt. Rabatten får du på adressen nordicchoicehotels.fi. Logga in på medlemssidorna på yrittajat.fi för att få rabattkoden.

www.nordicchoicehotels.fi

EAZYBREAK

Eazybreak är den lättaste vägen till personalförmåner. Personalförmåner ger även företagaren mer skattefri lön, upp till hundratals euro per år. Som Företagarnas medlem får du upp till 60 procent rabatt på lunch-, motions-, kultur-, välmående- och arbetsreseförmåner i Eazybreaks webbservice. I praktiken hanterar servicen sig själv, och förmånerna används lätt och smidigt med mobiltelefonen. Personalförmåner är lön som betalas i annan form än pengar. Därför måste en arbetstagare som får en personalförmån även få penninglön för att kunna utnyttja Eazybreaks medlemsförmån.

www.eazybreak.fi

ELISA

Elisa erbjuder Företagarnas medlemmar förmåner värda upp till hundratals euro. Rabatt ges bland annat på mobiltelefonabonnemang, mobilt bredband och företagsnummer. Som Företagarnas medlem får du också IT-stödet Yritysguru och Omaguru 20 procent billigare. Yritysguru ger dig handledning och hjälp i alla IT-problem snabbt och enkelt per telefon, även om du är kund hos en annan operatör. I nätbutiken kan du köpa apparater med en räntefri månadsavgift på adressen yrittajat.fi/ylisa. Bekanta dig med alla medlemsförmåner som Elisa erbjuder på adressen www.elisa.fi/yedut

www.elisa.fi

ELO

Elo är ett arbetspensionsbolag som ägs av kunderna och som tar hand om det lagstadgade arbetspensionsskyddet för företagare och de anställda på kundföretagen. Ledning av arbetsförmågan är förebyggande, målinriktad och långsiktig verksamhet med syfte att främja de anställdas arbetsförmåga och chefernas förmåga att leda arbetet. Elos tjänster underlättar informationsledningen och hjälper ditt företag vidta effektiva åtgärder. Vi erbjuder företag i alla storlekar och i olika tillväxtskeden verktyg för kartläggning, utbildning, yrkesinriktad rehabilitering och expertstöd. Med FöPL-räknaren kan du enkelt kontrollera hur

FöPL-arbetsinkomsten påverkar försäkringspremier, pensionen och socialskyddet. Elo erbjuder företag i olika storlekar mångsidiga finansieringsalternativ för bland annat tillväxt och internationalisering, företagsförvärv och ägarbyten samt investeringar.

www.elo.fi

FENNIA

Fennia erbjuder Företagarnas små medlemsföretag en skräddarsydd företagsskyddslösning. Dessutom kan du teckna en utvidgad rättsskyddsförsäkring utan extra avgift och få förmåner på företagets resgodsförsäkring. Du och dina anställda är företagets viktigaste resurs. Vi erbjuder dig 50 procent rabatt på premien för dagssättningsdelen i sjukförsäkringen, 20 procent högre ersättningsbelopp för bestående arbetsoförmåga, dock högst 100 000 euro. Som tilläggsskydd en heltidsförsäkring till Företagarens olycksfallsförsäkring till extrapris. Till person- och paketbilar i privat bruk 30–45 procent rabatt på omfattande Fenniasko samt Premiumkasko samt 70 procent bonus och dessutom gratis glasförsäkring med en självrisk på 100 euro. På Fennia får du omfattande tjänster för skadesituationer, till exempel Fennias Bilassistent 24h och FenniaVårdare. Dessutom får du 20 procent rabatt på de flesta försäkringar som ansluter sig till ditt hem.

www.fennia.fi

FUNDU

Fundu erbjuder kompletterande finansiering för finska aktiebolag. Vår finansiering lämpar sig för nästan vilka behov som helst som ett företag kan möta under sin livscykel – för att starta företaget, som driftskapital, investeringar, beställningsfinansiering, projektfinsiering. Fundu ägs huvudsakligen av sina grundare – vi är alltså också själva företagare och förstår företagarnas utmaningar. Vi tror att samarbete ger styrka och därför samarbetar vi med nästan alla de viktigaste bankerna. Vi konkurrerar inte med banker utan kompletterar varandras starka sidor. Fundus styrka och kärnexpertis ligger i företagslån utan säkerhet.

Vi erbjuder Företagarnas medlemmar 50 procent rabatt på etableringskostnaderna för ett lån som förmedlats via Fundu. Eurobeloppet på förmånen är 250-750 euro beroende på lånesumman. Ditt partnerskap med Fundu börjar här: www.fundu.fi/hae-rahoitusta/

www.fundu.fi

HOLIDAY CLUB

Som Företagarnas medlem får du 15 procent rabatt på dagspriset på Holiday Club-spahotell och semesterbostäder. Förmånen gäller vid online-bokningar på adressen www.holidayclub.fi. Du behöver en kampanjkod, som du får genom att logga in på medlemssidorna på yrittajat.fi.

www.holidayclub.fi

JURINET

Jurinet erbjuder Företagarnas medlemsföretag ett 20 minuter långt inledande möte gratis på JuriNets kontor och 15 procent rabatt på juridiska tjänster, dock högst 1 000 euro. Förmånerna gäller även medlemsföretagets anställda personligen samt företagarens familjemedlemmar som bor i samma hushåll som företagaren. I juridiska ärenden behöver SME-företag en partner som det är lätt att samarbeta med och på vars expertis företagaren kan lita i alla juridiska ärenden. De mest typiska ärenden som Jurinet hjälper företagare med gäller anställningsförhållanden, upprättande och granskning av avtal samt biträdande vid tvister, förvaltningsprocesser och rättegångar. Ange ditt medlemsnummer när du bokar tid eller vill utnyttja dina förmåner.

www.jurinet.fi

NESTE

Neste erbjuder alla SME-företag betydande förmåner och smidig service. När du tankar på Nestes servicestationer med företagskort (antingen mobilt eller med själva kortet) eller med magnetbandet på Företagarnas medlemskort, får du 2,5 cent rabatt på de stationsspecifika priserna (inkl. moms) på bensin och diesel. Du tankar enkelt och till konkurrenskraftiga priser även i Finlands närområden Baltikum och Sverige. Tankningsförmånen gäller inte på Neste Truck- och Neste Express-stationer. Neste-smörjmedel, -kemikalier, -gasol och -bränslen som skaffas som direktleveranser erbjuds alltid till konkurrenskraftiga avtalspriser. Som företagskund drar du nytta av Finlands största nätverk av servicestationer samt flexibelt, omfattande och kundorienterad service. Pålitligheten av Nestes stationsnätverk grundar sig på lokala, erfarna företagares kompetens.

www.neste.fi

SCANDIC

Scandic erbjuder Företagarnas medlemmar högklassiga hotell- och konferenstjänster till ett nedsatt pris. Förmåner beviljas inte bara av Scandic utan även av Hilton-, Holiday Inn-, Crowne Plaza- och Indigo-hotell. Du får rum till konkurrenskraftiga avtalspriser, 16 procent rabatt på dagens rumspris och 10 procent rabatt på ett heldags-, halvdags- eller kvällsmötespaket med mer än 8 deltagare.

Rumsbokningar och förfrågningar med online-bokningssystemet på www.scandichotels.com. Du får rabattkoden när du loggar in på medlemssidorna på yrittajat.fi.

www.scandichotels.fi

TALLINK SILJA

Tallink Silja erbjuder Företagarnas medlemmar förmåner på både arbets- och fritidsresor. På en båtkonferens förenar du nytta med nöje. På havet finns inte sådana störande faktorer som finns i kontorsmiljön, gruppen hålls samlad och bildsköna havsvyer ger evenemanget en guldkant! När ni efter ert teamwork behöver slappna av är båten det bästa stället att släppa loss. Fritidsresor kan bokas direkt på nätet, och när du bokar arbetsresor hjälper vår försäljningstjänst dig. Som Företagarnas medlem får du 15 procent avtalsrabatt på arbets- och konferensresor på Tallinks och Silja Lines normalprissatta kryssningar och reguljärresor. Som medlemsförmån på fritidsresor kan Företagarnas medlemmar ansluta sig direkt till Silver-nivån i stamkundsprogrammet Club One.

www.tallinksilja.fi

TEBOIL

Teboil ger Företagarnas medlemmar 2,2 cent rabatt per liter på bensin och diesel. Rabatten fås med medlemskortet på stolpriserna vid Teboils samtliga servicestationer och automatstationer. Med Teboils Företagskort får medlemmen dessutom 10 procent rabatt på smörjmedel, bilkemikalier, flytgas och biltvätt. Du får anvisningar om hur du ansöker om ett företagskort när du loggar in på medlemssidorna på yrittajat.fi. Teboils uppvärmningsolja och motorbränslen till ett konkurrenskraftigt avtalspris. Uppge ditt medlemsnummer när du gör beställningen. Minimimängden vid en engångsleverans är 1 000 liter.

www.teboil.fi

VIKING LINE

Som Företagarnas medlem får du upp till 20 procent rabatt på dagspriset på kryssningar. Hyttkategorierna LUX, SUM och SUI till normalpris. Som medlem får du på rutten Helsingfors-Mariehamn/Stockholm upp till 20 procent rabatt på hytt- och bilpaket samt personbilplatser, på rutten Helsingfors-Tallinn upp till 20 procent rabatt på personbiljetter och personbilplatser samt upp till 10 procent rabatt på hytter samt på rutten Åbo-Mariehamn/Stockholm upp till 10 procent rabatt på hytt- och bilpaket samt upp till 20 procent rabatt på personbilplatser. Det slutliga priset beror på avfärdsdagen och -tiden, bokningstiden och fordonets storlek. Du får rabattkoden när du loggar in på medlemssidorna på yrittajat.fi.

www.vikingline.fi

VENI ENERGIA

VENI Energia hjälper Företagarnas medlemmar anskaffa el till ett så förmånligt pris som möjligt och tar hand om allt som gäller elavtalen på dina vägnar. VENI Energia erbjuder Företagarnas medlemmar elanskaffningstjänster med 20 procents rabatt. VENIs experter sköter konkurrensutsättandet och anskaffningen av el på kundens vägnar. Experterna sköter hela elanskaffningsprocessen på kundernas vägnar och enligt deras bästa intresse. I kontrolltjänsten av energifakturer går VENI genom kundens elfakturer för att upptäcka eventuella fel. Om ett fel hittas och kunden får en återbetalning, tar VENI ut ett arvode, på vilket Företagarnas medlemmar får 30 procent rabatt. Om vi inte hittar några fel, är kontrollen gratis. Du får motsvarande medlemsförmåner som hos VENI Energia även via ett annat dotterbolag i koncernen, Företagarnas Elanskaffning. Du kan teckna ett avtal genom att kontakta VENIs kundtjänst eller Företagarnas Elanskaffning. Kom ihåg att uppge ditt medlemsnummer.

www.venienergia.fi

WIHURI, METRO-TUKKU

Wihuris Metro-tukku är en av de ledande partiaffärerna inom dagligvarubranschen och betjänar dagligen ungefär 30 000 kunder inom HoReCa-branschen, den offentliga sektorn samt detalj- och servicestationshandeln. Sortimentet omfattar ungefär 25 000 produkter: färskvaror, frukter och grönsaker, frysvaror, drycker, industriella livsmedel samt non food-produkter. Vi betjänar genom det landsomfattande grossistnätverket, leveransförsäljning och emetro.fi. Företagarnas medlemmar får 5 procent rabatt på Metro-snabbgrossars normalprissatta produkter. Rabatten gäller inte tobaks-, alkohol- och bryggeriprodukter, panter eller servicedebiteringar. Förmånen får man genom att uppvisa medlemskortet vid kassan.

www.emetro.fi

YRITYSPÖRSSI

Yrityspörssi.fi är en mötesplats för köpare och säljare av företag. När du vill sälja eller köpa ett företag eller affärsverksamhet eller när du vill hitta en delägare, bekanta dig med tjänsten Yrityspörssi.fi. Du kan lämna en annons, skapa sökvakter och bläddra i hundratals företag som är till salu. Företagarnas medlemsförmån är 30 euro rabatt på alla nätannonser i tjänsten Yrityspörssi.fi. Du använder förmånen genom att mata in rabattkoden i det fält som har reserverats för den när du lämnar in en annons i webbtjänsten.

www.yritysporssi.fi

.....

KOLLA MEDLEMSFÖRMÅNERNÄ PÅ ADRESSEN
YRITAJAT.FI/JASENEDUT

FÖRSTÄRKER

PÅVERKAR

NÄTVERKAR

En för alla.