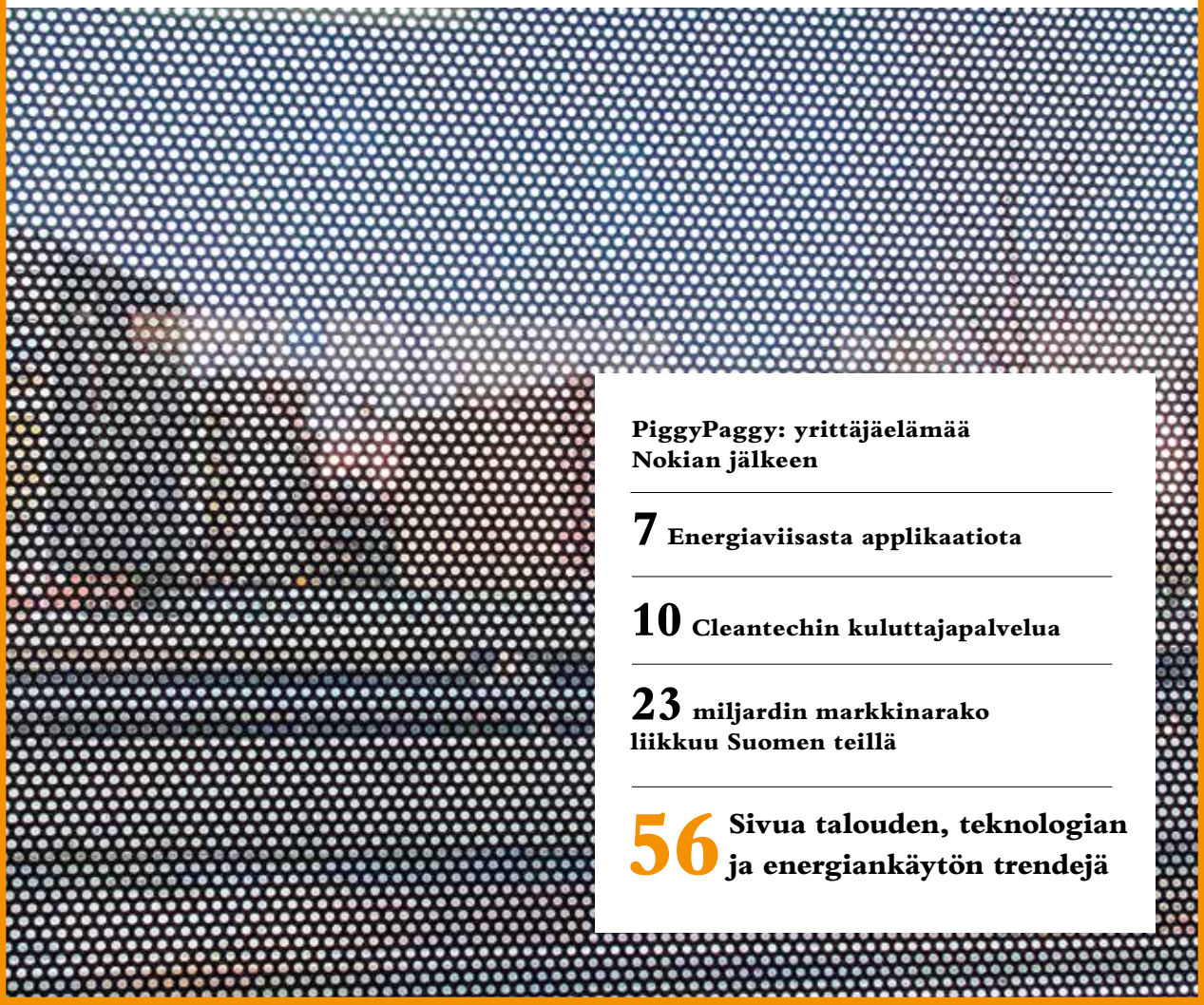
DEMOS HELSINGIN TULEVAISUUSKATSAUS

Sharetribe, RePack, Venuu ja seitsemän muuta resurssiviisasta kasvuyritystä

PELOTON

17 tapaa luoda uusia markkinoita

Tekesin Soini: Kasvua kokeilualueilta | **YM:n Nikula:** Autojen yhteiskäyttö tulee
TEM:n Pantsar-Kallio: Kaiken täytyy olla cleantechia | Kestääkö bisneksesi?



PiggyPaggy: yrittäjäelämää Nokian jälkeen

7 Energiaviisasta applikaatiota

10 Cleantechin kuluttajapalvelua

23 miljardin markkinarako liikkuu Suomen teillä

56 Sivua talouden, teknologian ja energiankäytön trendejä

Demos Helsingin katsaus tulevaisuuden liiketoimintaan.
Raportti perustuu ennakoivaan tutkimukseen sekä käytännön liiketoiminnan kehittämistyöhön vertaishautomo Peloton Clubissa. Peloton Club on ketterä ja yhteisöllinen kasvuohjelma. Siinä yritykset luovat arvoa ratkomalla energiankäytön ongelmia. Sivulta 53 löydät ohjeet siitä miten voit hyödyntää cleantech -kuluttajamarkkinoita ja lisäät kestäviä työpaikkoja alueellesi.

Demos Helsinki on vuonna 2005 perustettu riippumaton ajatushautomo, joka luo yrityksille, kaupungeille ja maille edellytyksiä menestyä murroksissa.

www.demoshelsinki.fi

DEMOS HELSINKI

KANSIKUVA OLLI KARTTUNEN

17 tapaa luoda uusia markkinoita

KILPAILU LUONNONVAROISTA TUHOAA LUUTUNEITA MARKKINOITA JA LUO UUSIA. TÄSSÄ KÄYTÄNNÖSSÄ TUTKITTUJA JA TESTATTUJA IDEOITA, JOILLA TEET MURROKSESTA MAHDOLLISUUDEN.

Liiketoiminta
#1 Resurssikriisi on mahdollisuus *s. 8–9*
#2 Kokeilukunnat *s. 10–13*
#3 Kehittäjäyhteisöt *s. 14–19*

Kaupunki
#4 Asumisen, työn ja vapaa-ajan rajat häviävät *s. 22–23*
#5 Yksityisautoista tulee joukkoliikennettä *s. 24–25*
#6 Ostosten kimppakyyti *s. 26–27*
#7 Kunnan autot yhteiskäyttöön *s. 28–29*

Koti
#8 Koti laajenee naapurustoon *s. 32–33*
#9 Tavaroiden jälkimarkkinat verkossa *s. 34–35*
#10 Tila on palvelu *s. 36–37*
#11 Verkkokaupan palautuspakkaus *s. 40–41*
#12 Suljetun kierron suihku *s. 42*
#13 Yrityksen ja yhteisön yhdistäjä *s. 43*

Ruoka
#14 Ruokarenessanssi *s. 46–47*
#15 Kortteliravintolan paluu *s. 48–49*
#16 2000-luvun pikaruoka *s. 50–51*

Ihminen
#17 Teknologia muuttaa käyttäytymistä *s. 54–57*

Seuraavat teollisuuden alat tulevat täältä

Luonnonresurssit niukkenevat. Resurssikilpailu etenee seuraavien viiden vuoden aikana kuluttajamarkkinoille. Tämän lehden luettuasi tiedät, mille aloille ja miten muutos iskee – ja mitä uusia mahdollisuuksia resurssikilpailu luo.

Suomessa kytee alan ainutlaatuista osaamista: teknologian taju, kyky rohkeisiin innovaatioihin ja ennen kaikkea startup-maailmassa näkyvä halu tehdä merkityksellisiä asioita. Näistä aineksista koottu Peloton Club on maailman mittakaavassa ainutlaatuinen startup-yhteisö. Cleantechin globaaleille kuluttajamarkkinoille yrityksiä kasvattavia organisaatioita on syntynyt vasta viimeisen vuoden aikana muualle.

PELOTON CLUB ON MAAILMAN MITTAKAAVASSA AINUTLAATUINEN STARTUP–YHTEISÖ.

Uusien tarpeiden luominen ja niillä vanhojen korvaaminen on kulutuskulttuurin ja kapitalismin modus operandi. Se on myös talouskasvun ydin.

Peloton luo tuotteita, joiden avulla elät vähemmillä luonnonvaroilla entistä paremmin. Peloton-yhteisössä ei paasata pahuudesta tai tunneta angstia siitä, tajuavatko kaikki, millainen murros on käsillä. Tajusivat tai eivät, muutos koskee kaikkia.

Suurin osa luonnon resursseista ja kotitalouksien varoista kuluu kotiin, liikenteeseen ja ruokaan. Niinpä murros ilmestyy juuri näille aloille. Tässä lehdessä esitellään seitsemäntoista ideaa siitä, miten resurssikilpailun eteneminen kuluttajamarkkinoilla muuttaa maailmaa. Kyseessä ei ole vain uusi Nokia vaan monta aivan uutta teollisuuden haaraa. Seuraavan kahdenkymmenen vuoden aikana syntyy uusi tapa asua, uusi tapa ostaa, uusi tapa valmistaa ja nauttia ruokaa, uusi tapa omistaa sekä uusi tapa liikkua. Tervetuloa tulevaisuuteen.

Maria Ritola johtaa Peloton Clubia ja resurssiviisaan talouden teema-aluetta.

Roope Mokka vetää Demos Helsingin toimintaa Pohjoismaissa.

KUVAT KAAPO KAMU JA OLLI KARTTUNEN

Kiinnostuitko?
Kysy lisää Peloton Clubista
Demos Helsingin resurssiviisaan talouden teema-alueen johtajalta
Maria Ritolalta:
maria.ritola@demoshelsinki.fi

Kasvuyritykset haastavat nyt suuret toimialat

1. Tulevaisuuden liiketoiminta

Yksi lähitulevaisuuden suurimmista trendeistä on energian ja luonnonresurssien hinnan vaihtelu. Se on saanut aikaan jo energiantuotannon, öljynporauksen ja kaivostoiminnan globaalin renesanssin. Resurssikilpailu muokkaa kuluttajamarkkinoita jo seuraavan viiden vuoden aikana. **Lisää sivuilla 8-19.**

2. Tulevaisuuden kaupunki

Vyöhykekaupunki on kuollut! Eläköön hybridikaupunki. Vyöhykekaupungissa oli eri alueet työspaikoille, ostoksille ja asunnoille. Uudet teknologiat ja energian hinnan vaihtelu johtavat hybridikaupunkiin, jossa kaikkialla on töitä, palveluita ja asuntoja. **Lisää sivuilla 20-29.**

3. Tulevaisuuden koti

Tulevaisuuden koti linkittyy voimakkaasti lähiympäristöön. Kodista tulee lähiseudun palveluiden portaali, josta käyttäjä ostaa, lainaa ja vuokraa pääsyn alueen tiloihin ja palveluihin. Kyse ei ole älykodista vaan täysin uudesta kodin käsitteestä: Tulevaisuuden koti on palveluiden jakelutie. **Lisää sivuilla 30-43.**

4. Tulevaisuuden ruoka

Tulevaisuuden ruoka tulee järjestelmän ohi. Älyruoka korvaa lähiruoan. Parasta vaativa syö globaalia kausiruokaa. Katuruoka ja välipalat menestyvät. **Lisää sivuilla 44-51.**

Resurssikilpailu tulee kuluttajamarkkinoille

ENTÄ JOS LUONNONVAROJEN NIUKKENEMINEN EI TARKOITAKAAN KÖYHEMPÄÄ ARKEA? UUSI PALVELUTALOUS KÄÄNTÄÄ AJATTELUN TOISIN PÄIN.

Tavallinen tarina: Liisa ja Niko ostavat ison kodin 35-vuotiaina. Koti lämpiää sähköllä neljänkymmenen minuutin ajomatkan päässä molempien työpaikasta. Täytyy ostaa toinen auto. Tuntuu, että kaikki rahat menevät välttämättömyyksiin: lainaan, ruokakauppaan, bensaan. Tätä on edessä loputtomiin: lainan maksaminen jatkuu 2030-luvulle asti.

Liisa ja Niko tuskin haluavat ajatella, mitä tapahtuu, jos sähkön ja bensan hinta nousevat taivaisiin. Britannian ilmasto- ja energiaministeriö arvioi kesällä sähkön hinnan nousevan 40 prosenttia vuoteen 2030 mennessä. Vaikkei hinnannousu olisi Suomessa näin dramaattinen, paineet hinnannousuun ovat kovat. Nousun logiikka on pettämätön: Kun globaali keskiluokka kasvaa, kilpailu luonnonvaroista kiihtyy. Fyysisten resurssien kuten energian ja veden kysyntä nousee dramaattisesti nopeammin kuin niiden tarjonta.

Ja nyt tulee yllätys: tämä on Liisalle ja Nikolle hyvä uutinen.

Keskiluokkaiset lapsiperheet eivät tule välttämättä kaatumaan henkilökohtaisiin konkursseihin. On myös toinen mahdollisuus. Arki jatkuu. Tulevaisuudessakin Liisa ja Niko käyttävät elämiseen paljon rahaa. Vain se, mistä Liisa ja Niko maksavat, muuttuu radikaalisti.

Tänään Liisan ja Nikon kaltaisista kuluttajista vasta 10-15 prosenttia tekee eettisiä valintoja. Luonnonvarojen niukkeneminen tulee vaikuttamaan kaikkien kuluttajavalintoihin. Asuminen, liikkuminen ja ruoka ovat globaalin keskiluokan kulutuksen muodoista raskaimpia. Siksi juuri ne kallistuvat tai mullistuvat.

Demos Helsinki on kehittänyt kuluttajamarkkinoiden murroksen ennakointiin Portinvartijamallin. ”Osa resurssiviisaan talouden toimialoista ei ole lainkaan ymmärtänyt mahdollisuuksiaan”, sanoo Demos Helsingin ennakointijohtaja **Aleksi Neuvonen**. Portinvartijamallin mukaan uutta liiketoimintaa syntyy erityisesti sinne, missä kuluttajalle voidaan tarjota parempia vaihtoehtoja suuriin energiapäätöksiin: asumisen ja liikkumisen sekä ruuan tuotannon ja kaupan aloille.

Sanotaan, että nämä alat ”disruptoituvat”. Kokonaiset tuotekategoriat käyvät vanhanaikaisiksi. Ajatus on houkutteleva. Millaisilla innovaatioilla esimerkiksi omakotitalo, pihvi tai auto voisivat jäädä vanhanaikaisiksi? Resurssiajattelun vaikutusta kuluttamiseen onkin verrattu siihen, miten internet muutti ensin pankkitoiminnan, sitten median ja nyt vielä vähittäiskaupan.

”Saamme vielä todistaa viisaan energiankäytön ikeoiden, facebookien, mcdonaldsien ja amazonien nousua maailman suurinten yritysten listalle.”

–Aleksi Neuvonen, ennakointijohtaja, Demos Helsinki

Energiankulutuksen portinvartija-aloille voi syntyä globaalisti skaalattavia palveluita. ”Saamme vielä todistaa viisaan energiankäytön ikeoiden, facebookien, mcdonaldsien ja amazonien nousua maailman suurinten yritysten listalle”, ennakoi Neuvonen. Energiatehottomien markkinoiden muutos tiputtaa vielä monta markkinajohtajaa, aivan kuten on käynyt aiemmissakin markkinamurroksissa.

Portinvartijoiden markkinat ovat valtavat. Siinä missä esimerkiksi telealan tuotto per asiakas on kolmenkymmen euron luokkaa, käytämme liikenteeseen lähes kaksikymmentä kertaa enemmän, viisisataa euroa kuussa. Asumisessa hypätään taas aivan uudelle tasolle. Pääkaupunkiseudulla yhdeksänsataa euroa, sähkölämmitteisessä omakotitalossa tuplatkin. Ruokaan keskimääräinen kotitalous käyttää 12 prosenttia tuloistaan.

Vielä nyt cleantech-markkinat koostuvat teollisista tuotteista ja palveluista, mutta seuraavaksi tulevat kuluttajat. ”Tämän vuoden aikana suuri kuluttajabisnes on alkanut liikkua”, sanoo tukholmalaisen Respect-konsulttitalon strategiajohtaja **Niclas Ihrén**. Esimerkiksi muutoksesta Ihren ottaa H&M:n. ”H&M ei yksinkertaisesti saa tarpeeksi puuvillaa kasvattaakseen myyntiään entiseen tahtiin. Pitää keksiä uutta.” Suuret kuluttajayritykset tulevat etsimään resurssikilpailun kestäviä tapoja kasvattaa bisnestään.

Miltä Liisan ja Nikon arki näyttää 20 vuoden kuluttua? Demos Helsinki teki Euroopan komissiolle skenaarioita tulevaisuuden palvelutaloudesta. Skenaarioissa Liisa ja Niko säästyvät viisaan energian pankkipalvelun ansiosta tekemästä virheinvestointeja asuntokaupoissa. Töissä he käyvät tilankäytön optimointiin perustuvassa popup-toimistossa. He liikkuvat sähköhybridipyörällä, jonka vuokraan kuuluu pääsy uusiin ja vanhoihin maksullisiin kulkuneuvoihin, kutsujoukkoliikenteestä luotijuniin. Ruoka tulee suoraan kotiin, tuoreena (skenaarioista lisää tämän lehden sivuilla 22-23, 32-33 ja 46-47.).

Puhe energiaköyhyydestä jäikin vain murroksen ikäväksi sivujuonteeksi. Liisa ja Niko saivat uuden palvelutalouden.

Kunnat luovat cleantechin massamarkkinat

UUDEN PALVELUTALOUDEN SYNTYYN TARVITAAN ROHKEITA INVESTOIJIA. JULKINEN SEKTORI VOI LUODA CLEANTECHIN KULUTTAJAMARKKINAT, USKOVAT DEMOS HELSINGIN HAASTATTELEMAT JOHTAVAT VIRKAMIEHET.

Teksti Roope Mokka

Valtio ei häiritse yrityksiä vaan avaa niille latua. Hallinto ei näivetä kilpailua vaan herättää sitä. Julkinen sektori ei valtaa markkinoita vaan luo niitä.

Taloustieteilijä **Mariana Mazzucaton** kirja *The Entrepreneurial State* esittää raikkaita väitteitä julkisen sektorin ja yritysten suhteesta. Mazzucato näyttää, että halki historian julkinen sektori on paitsi elvyttänyt vanhaa, myös luonut uutta liiketoimintaa: ”Valtio luo markkinoita, ei vain korjaa markkinavirheitä.” Mazzucato käyttää esimerkkeinä Googlen kaupallistamaa julkisin varoin kehitettyä hakualgoritmia sekä Applen käyttämiä verkkoteknologioita.

Jälleen julkisella sektorilla on mahdollisuus olla markkinoiden luoja. Nyt suuri potentiaali – ja julkisten investointien tarve – on cleantechissä, tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksia minimoivassa puhtaassa teknologiassa. Monen muun tavoin Mazzucato näkee ”vihreän vallankumouksen” seuraavana suurena mullistajana sitten internetin. Eikä nyt puhuta vain energiantuotannosta: cleantech tulee kuluttajamarkkinoille ja palveluihin.

Cleantechin demonstraatioalueet kiinnostavat kaikkia. Niillä globaalisti skaalattavat yritykset tekevät ensimmäiset kaupalliset keissinsä. Globaaliin skaalaan ei pääse ilman hyvää ”proof-of-conceptia”, eli todistusta palvelun kaupallisesta tarpeesta. Erityisesti demonstraatioalueet soveltuvat cleantechin kuluttajamarkkinoille.

”Ainoastaan yrityksillä, jotka huomioivat resurssitehokkuuden, tulee olemaan edellytyksiä jatkossa. Se ei ole vaihtoehto, se on lähtökohta,” sanoo työ- ja elinkeinoministeriön strateginen johtaja **Mari Pantsar-Kallio** (ja Sitran Resurssiviisas ja hiilineutraali yhteiskunta -teeman vasta nimitetty johtaja). Suomen elinkeinopolitiikan kärki on jo cleantechissä. Jos pelimerkit pelataan oikein, siitä tulee uutta työtä Suomelle vielä pitkään.

Samaan uskoo myös Tekesin pääjohtaja **Pekka Soini**. ”Valtiolla voisi olla iso merkitys kuluttajamarkkinoiden luomisessa”, hän toteaa. Eikä investoinneista ole pulaa. Yksin julkisiin hankintoihin käytetään Suomessa vuodessa yli 30 miljardia euroa, puhumattakaan julkisen sektorin tähtitieteellisistä kiinteistömenoista.

Julkisten kulujen näkeminen investointeina on kutkuttavaa. Ajattele, jos esimerkiksi kaikki julkiset toimistotilat olisivat iltaisinkin hyötykäytössä? Entä jos luovuttaisiin kokonaan pysyvistä toimipisteistä? Virkamies voisi aamulla kännykästä katsoa, missä tänään tehdään töitä. Tämänkaltaisilla tehokkaan tilankäytön cleantech-palveluilla riittää kysyntää. Suurin osa niin varallisuudesta kuin luonnonvaroistakin on kiinni rakennusneliöissä. Neliöiden todellinen käyttöaste on mitätön.

Yhteisten rahojen ohjailu on tietenkin valtaa ja valintoja: Millaisia markkinoita yhteisillä varoilla halutaan rahoittaa? Vallankäyttöä vain hidastaa se epämukava totuus, että valintoihin liittyy aina riskejä. ”Valtiollinen tai julkinen taho ei ole hyvä riskinottaja”, Soini myöntää. ”Mutta uutta innovaatiota ei ole ilman riskiä.” Tekes lupaa julkiseen riskinottoon täsmäapua. Esimerkiksi *Huippuostajat* ja *Innovatiiviset kaupungit* -ohjelmien tarkoitus on juuri lisätä virkamiesten kykyä ottaa riskiä ja levittää kokeilukulttuuria julkiselle sektorille.

Paradoksaalisesti valtio voi yhtä aikaa olla myös uusien markkinoiden synnyn esteenä. Samaan aikaan kun julkiset investoinnit karttavat riskejä, uusien markkinoiden syntyä vaikeutetaan vanhoin säädöksin. Cleantechin uuden aallon innovaatioiden pääseminen kuluttajamarkkinoille vaatii vanhasta luopumista. Esimerkiksi rakentamisen, liikenteen ja ruoan markkinat ovat Suomessa läpisäännöstelty harvainkauppa. Siksi liian usein startupit ja uudet ideat törmäävät vanhoihin sääntöihin, jotka suosivat vanhaa liiketoimintaa.

Esimerkiksi Peloton Clubin startupeista jokainen, jonka liiketoimintamalli perustuu oman omaisuuden innovatiiviseen käyttöön kuten vuokraukseen, vaihtoon tai lainaamiseen, on vaikeuksissa. Uusien palveluiden rahoittaminen, vakuutussäädökset, epäselvä verotus tai työstä maksamisen kustannukset työllistivät startupeja enemmän kuin itse palvelun kehittäminen ja myyminen.

”Ei tahdota tarpeeksi kovasti”, kuittaa Pantsar-Kallio. ”Kovasti paasataan vihreää kasvua, mutta käytännössä sitä samalla rajoitetaan. Kun pitäisi tehdä oikeasti uudella tavalla, törmätään siihen, että terveysviranomainen tai vakuutusyhtiö ei hyväksy. Uusilla avauksilla pitäisi olla yhteinen tuki ja tahto. Yksittäinen virkamies ei saa tai uskalla päättää yksin.” *jatkuu seur. sivulla >*

”Ainoastaan yrityksillä, jotka huomioivat resurssitehokkuuden, tulee olemaan edellytyksiä jatkossa. Se ei ole vaihtoehto, se on lähtökohta.”

–Mari Pantsar-Kallio, strateginen johtaja, TEM

”Valtiolla voisi olla iso merkitys kuluttajamarkkinoiden luomisessa.”

–Pekka Soini, pääjohtaja, Tekes

5 keinoa luoda uusia markkinoita

SELVITIMME MINKÄLAISIA ESTEITÄ PELOTON-STARTUPIT OVAT KOHDANNEET. TÄSSÄ KEINOT, JOILLA KYSELYYN VASTANNEIDEN YRITYSTEN MIELESTÄ UUDEN LIIKETOIMINNAN KASVUA VOI EDISTÄÄ.

1 **Perustetaan muutamia kokeilualueita, joilla uusia innovaatioita voi testata tietyn aikaikkunan sisällä kevyellä lupaprosessilla.** Nykyään testaamaan ei pääse ennen kuin kaikki asiaan liittyvä pykälät on selvitetty. Monista selvitettäviksi vaadituista asioista ei kuitenkaan voida sanoa mitään ennen kuin niitä on käytännössä kokeiltu.

2 **Perustetaan kokeilulähettilään toimisto auttamaan kokeilijoita läpi pykäläviidakon.** ”Innovaatiovaltuutettuna” toimiva lähettiläs auttaa yrittäjiä uuteen liiketoimintaan liittyvien lakien ja verotuksen kanssa ja vie ongelmakohtia ratkaisuun hallinnossa.

3 **Luodaan selkeät, lakiin nojautuvat pelisäännöt tavaroiden ja palveluiden vertaisvuokraukseen.** Nykyään laki ei sano monesta vertaisvuokraukseen liittyvästä asiasta mitään.

4 **Velvoitetaan vakuutusyhtiöt tarjoamaan vertaisvuokraukseen soveltuvia vakuutuspalveluja.** Nykyään esimerkiksi tarjolla olevat auton lisävakuutukset laskutetaan käyttöpäivien sijasta vuoden ympäri, mikä on vuokraajalle kannattamattoman kallista.

5 **Lisätään pienimuotoisen siemenrahoituksen ja riskirahoituksen saatavuutta.** Nykyään pilotille on vaikea saada rahoitusta ja esimerkiksi joukkorahoitukseen tarvitaan rahankeräyslupa.

”Esimerkiksi autojen yhteiskäyttöä ei ole kukaan kokonaan selvittänyt, kansainvälisestikään. Sen tekeminen olisi pioneerityötä.”

–Taina Nikula, neuvotteleva virkamies, Ympäristöministeriö

Muutos on kuitenkin vääjäämätön. ”Tämä voisi olla visio: Suomesta cleantechin suurvalta”, Pantsar-Kallio toteaa. Vision toteutumista voisi auttaa portaittainen eteneminen. Jos koko Suomi ei ole kerralla valmis uuden ajattelun markkinapaikaksi, kokeillaan pienemmillä alueilla. On esitetty, että sääntelyn purkamista ja esimerkiksi verotuksen helpottamista voisi kokeilla ensin kokeilualueilla, eräänlaisissa vapaakaupungeissa.

Cleantech-innovaatioiden vapaakaupungeissa voisi paitsi purkaa sääntelyn esteitä joustavalla laintulkinnalla, myös suosia julkisissa hankinnoissa resurssiviisasta teknologiaa: innovatiivisia rakennuksia, ruokaa ja liikkumista. Tätä kautta palvelut leviäisivät alueen kuluttajamarkkinoillekin. Saataisiin todellisia näyttöjä siitä, mitkä ideat lentävät ja mitkä markkinat syntyvät, jos esteitä puretaan.

Mitä markkinoita luovat julkiset hankinnat sitten voisivat Soinin visiossa olla? Vaikkapa sähköautoja julkiseen liikenteeseen. Tuulivoimaa. Led-valo- ja katulamppuihin. Älypuhelinsovelluksia, jotka auttaisivat kansalaisia liikkumisen suunnittelussa. Vapaakaupungeista toimivat innovaatiot ja uudet toimintatavat leviäisivät markkinatalouden vääjäämättömällä voimalla koko Suomeen, ja Suomesta muualle maailmaan.

”Suomi voisi olla pilottimarkkina, josta menestyskonsepti sitten skaalautuisi isommaksi kansainvälisesti”, Tekesin Soini visioi.

Ympäristöministeriössä kestävän kulutuksen ja tuotannon politiikasta vastaava neuvotteleva virkamies **Taina Nikula** pitää haastetta innostavana. ”Esimerkiksi autojen yhteiskäyttöä ei ole kukaan kokonaan selvittänyt, kansainvälisestikään. Sen tekeminen olisi pioneerityötä.”

Nikula näkee, että Suomen julkinen sektori voisi lähteä pioneerityöhön kokeilujen ja onnistuneiden esimerkkien kautta. Kuntatasolla kilvoittelu hiilivapaakaupungin tittelistä on jo alkanut. On neljäntoista hiilineutraaliksi pyrkivän pienen kaupungin Hinku-hanke, ympäristökaupungiksi brändäytynyt Lahti ja Sitran tuella resurssiviisaaksi pyrkivä Jyväskylä.

”On pieniä kuntia, jotka ovat ihan eturintamassa jo tuoneet ympäristönäkökulmaa hankintoihin ja pystyneet vaikuttamaan omiin kustannuksiinsa sekä kehittämään uusia ratkaisuja”, Nikulan mukaan haasteena on saada kuntien päättäjät mukaan.

Kuluttajakäyttäytymisen lisäksi taklattavana on myös kulttuurin muutos: kunnat ja yritykset pitäisi saada yhteistyöhön aivan uudella tavalla. ”On yleisin toimintatapa, että kunnat ostavat halvinta. Ympäristöministeriön taholta yritämme ohjata kestävyysnäkökulmaa, ehkä vähän norsunluutornista”, Nikula myöntää.

Mutta juuri siinä viisaus piileekin: Norsunluutornista todella voi ohjata, jopa villejä markkinoita. Rahan kaataminen älykaupunkiin ei auta, jos samaan aikaan kieltää auton vuokraamisen tai uudenlaisesta palvelusta maksamisen.

IDEA 3

Teollisuus kasvaa ongelmanratkaisusta

ENTÄ JOS TUOTEKEHITYS EI OLEKAAN SUURYRITYKSEN MONIMUTKAINEN PROSESSI, VAAN MUKAANSATEMPAAVA YHTEINEN HAASTE?

Bruce Oreckin turvamiehillä on hiki. Helsinkiläisen pizzerian kellariin on pakkautunut kevättalvisena torstai-iltana monisatapäinen yleisö, jonka läpi Yhdysvaltain suurlähettiläs joutuu tunkemaan päästäkseen ääneen. ”En halua kuulla enää kestävästä kehityksestä”, Oreck julistaa. ”Jos energiankäyttöä voi tiputtaa 90 prosenttia, se tarkoittaa usein lähes yhtä suurta voittoa. Silloin ei puhuta kestävästä vaan vallankumouksellisesta!”

Tilaisuus on kuukausittainen Peloton Club -ilta. Tänne kokoontuu yrittäjäyhteisö, joka ratkoo energiankäytön tulevaisuuden ongelmia. ”Kilpailu luonnonresursseista tulee radikaalisti muuttamaan tapaamme asua, käydä kaupassa ja syödä”, toteaa Peloton Clubia pyörittävä **Maria Ritola**. ”Kun tuodaan yhteen tarpeeksi samasta asiasta motivoituneita ihmisiä, syntyy uutta liiketoimintaa.” Demos Helsinki perusti Peloton Clubin vastaamaan uudenlaisen yrittäjäyhteisön kysyntään ja luomaan ekosysteemiä uudelle teollisuudenhaaralle.

Tämä start up -yritysten ”vertaiskiihdyttämö” on rakenteiltaan kevyt ja ideoiltaan avoin. Ei pitkiä tuotekehitysprosesseja vaan paljon kokeiluja. Ei raskaita hautomoita vaan pöhinää. Samanlaisesta ongelmanratkaisuyhteisöstä syntyi 1990-luvulla peliteollisuus.

”90 prosenttia alkuvaiheen rekrytoinneista tuli henkilökohtaisten kontaktien kautta”, muistelee **Ville ”Wili” Miettinen** pelialan alkuvaiheita. Miettisen Hybrid Graphics Ltd oli alan ensimmäisiä suuria menestystarinoita. Harrastajayhteisön merkitystä korostaa myös Supercellin perustaja **Visa Forssten**: ”Demoskene loi kulttuurin ja yhteydet, joille koko ala rakentuu.”

Tarinaa on avattu Tekesin *Peliteollisuus – kehityspolku* -selvityksessä: ”Ryhmäytymisen myötä kuvaan astui myös harrastajaryhmien välinen kilpailu. Nykypäivän näkökulmasta on erikoista, että myös pelien kopiosuojauksia kiertävillä alan harrastajilla, niin sanotuilla kräkkereillä, oli oma osuutensa demoskenen syntyyn.”

Innovaatiosysteemien tutkija **AnnaLee Saxenian** Berkeleyn yliopistosta esittää, että Peloton Clubin kaltaiset avoimet yhteisöt haastavat yhä useammin raskaan teollisen innovaatiomallin. *jatkuu sivulla 19 >*

Prototyyppien testaamista Flow-festivaaleilla

Piggy Baggy Harri Paloheimo hakemassa rahoitusta Slush startup-tapahtumasta.

Kansanedustaja Lasse Männistö ja Demos Helsingin Tuuli Kaskinen Peloton Clubin avajaisissa.

Moppiili-tiimin Esa Salokorpi ja Jaana Kokkonen testaamassa monipalveluauton prototyyppiä.

‹
PiggyBaggyn Gerard Bosch testaamassa kotiinkuljetuskonseptia Flow-festivaaleilla.

Demos Helsingin Maria Ritola ja Roope Mokka sekä Madventuresin Riku Rantala julkistamassa Peloton Summer Campin voittajaa.

"Energian viisas käyttö on aikamme suurin bisnesmahdollisuus", selvittää Yhdysvaltain suurlähettiläs Bruce Oreck peloton Clubilla.

Satu Korhonen ja Showermagic Slush-tapahtumassa.

Peloton Lean Day:n tuomarilla Ville "Wili" Miettisellä on hymy herkässä.

Ulkoministeri Alexander Stubbin Team Finland kohtaa Peloton Clubin.

Palvelusuunnittelija ja sarjayrittäjä Toni Laturi sparraa Weegosin Tomi Rimpiläistä.

Peloton Innovation Camp valmiina ottamaan tiimit vastaan.

Tunnista murros →
Vanhat elinkeinot ja perinteiset tavat kehittää niitä eivät vedä.

Yhdistä voimavarat →
Peloton Club on hyvä tapa tuoda yhteen yrittäjäyhteisöt, klusterit, hautomot, oppilaitokset, teollisuus ja kehittäjät.

Luo tiimit →
Kokoa ihmiset ryhmiksi Peloton-innovaatioleireillä ja -kilpailuilla.

Sparraa, kokeile ja skaalaa
Kannusta tiimejäsi jatkuvaan kokeiluun yhdessä käyttäjien kanssa.

Peloton Club perustuu motivoivalle yhteiselle haasteelle. Kilvoittelu ei estä yhteistyötä, vaan tietoa ja työvoimaa jaetaan.

Peloton Clubin kaltaiset avoimet yhteisöt tulevat entistä useammin haastamaan raskaan teollisen innovaatiomallin.

Saxenian nostaa esimerkiksi vuonna 1975 perustetun Homebrew Computer Clubin, joka haastoi vanhan viisauden siitä, ettei kukaan halua tietokonetta kotiinsa. Viidensadan ihmisen joukko ratkaisi kilvan teknisiä ongelmia. Lopulta kerhosta kasvoi kymmeniä alan yrityksiä, kuuluisimpana Apple.

Homebrew Computer Clubin ja Peloton Clubin kaltaisille kehitysyhteisöille on ominaista, että ne perustuvat uudelle motivoivalle haasteelle, ja että haastetta ratkotaan kilpailun sijaan kilvoitellen. Homebrew Computer Clubille haaste oli pienen ja halvan mikroprosessorin käyttäminen, demoskenelle alkeellisen pelikoneen rajoitukset. Peloton Clubille haaste on rajallisten luonnonvarojen käyttö. Kilvoittelu ei estä yhteistyötä, vaan tieto ja työvoima jaetaan. Näin oppiminen on nopeaa.

Peloton Club on noin neljänsadan ihmisen aktiivinen yhteisö. Tiimit tapaavat klubi-iltojen lisäksi leiripäivillä. Keväällä 2013 Aalto Design Garageen kokoontui 20 tiimiä kehittämään liikeideastaan ensimmäisen kiteytyksen. Jatkoon pääsi kymmenen tiimiä. Seuraava koetinkivi oli Flow-festivaaleilla elokuussa, kun prototyyppejä testattiin tuhansilla festivaalikävijöillä. Demos Helsinki on sparrannut tiimejä puolen vuoden aikana niin asiakkaiden kuin rahoittajien kohtaamisessa.

Peloton Clubin tiimien visiot ovat jännittäviä, sillä ne muuttavat tapaamme elää. Tiimejä kuunnellessaan miettii, millaista elämä on sitten, kun nämä visiot toteutetaan. Jos ei tarvitsisi käydä jokaisen ostoksen takia itse kehätien automarketissa? Jos turhat tavarat eivät kertyisi kellariin vaan muuttuisivat rahaksi? Ja jos kaikki tämä olisi kohta kannattavaa liiketoimintaa?

Kesäkuussa 2013 Peloton Clubin pizzeriassa oli taas inspiroivia vieraita: kasvuyritysten maailmanmenestykset Flickrin ja Etsyn perustanut **Caterina Fake** sekä Jaikun ja Ditton perustanut **Jyri Engeström**. Peloton Clubin tiimit olivat otollinen kuulijakunta Faken ja Engeströmin viestille: ”Etsi kulkue ja asetu sen kärkeen.”

TULEVAISUUDEN KAUPUNKI

IDEA 4

HYBRIDIKAUPUNKI

1900-luvulla syntyi vyöhykekaupunki, jossa asuttiin, käytiin töissä ja kaupassa eri alueilla. Teknologinen kehitys, ikääntyminen ja päästöjen leikkaaminen muuttavat tämän rakenteen vauhdilla. Eläköön elämää sykkivä hybridikaupunki.

Samalla alalla työskentelevät ja samoja asioita harrastavat ihmiset hakeutuvat samoille alueille.

#tervetuloa

Autottomilla asuinalueilla on paljon yhteistä tilaa. Varsinkin näillä alueilla on paljon pieniä kaupunkifestivaaleja, ruokatapahtumia ja katutaidetta.

#YIMBY

Ei ole vaikeaa saada postipakettia perille myöskään iltaisin – joku samaan suuntaan kulkeva voi napata sen kyytiinsä leikatakseen polttoainekulujaan.

#vertaiskuljetus

Vajaakäytössä oleville tiloille on aktiiviset välittäjät, jotka osaavat myös muokata tilat vaihtoehtoiseen käyttöön soveltuviksi.

#hyötykäyttö

Autoja on rekisterissä yhä vähemmän, sillä käyttäjät ja firmat vuokraavat mielellään ajoneuvonsa muille, kun eivät itse tarvitse niitä.

#vertaisvuokraus

Harrastajaryhmät testaavat ja räätälöivät palveluja omiin tarpeisiinsa yhdessä yritysten kanssa.

#asiakaslähtöisyys

"Kun haluan nopeasti kaupunginosasta tai kaupungista toiseen, käytän yleensä vertaiskyytejä. Naapurustossa on joku liikkeellä melkein aina, ja kyydin voi maksaa verkossa."

#katuruoka

KUVA STRATEGIC DESIGN SCENARIOS, EDELLISEN SIVUN KUVA OLLI KARTTUNEN

Yksityisautoilusta tulee osa joukkoliikennettä

ENTÄ JOS HARVOIN TOIMIVA LIFTAUS MUUTTUISI TOIMIVAKSI PALVELUKSI JA LIIKETOIMINNAKSI?

Bussi ja juna eivät vie Suomessa kaikkialle eikä kaikkien kannata pitää omaa autoa. **Kyyti.net** -palvelun kehittäjät halusivat ratkaista ongelman ja paikata aukon. Helppoa, mobiililla toimivaa kyytien jakamiseen tarkoitettua sivustoa ei ollut. Sellainen piti siis perustaa.

Kyyti.net-palveluun jätetään kyytihaku tai kyytitarjous. Tunnistautuminen tekee palvelusta turvallisen. Kyyti.net erottuu muista kimppakyytipalveluista ennen kaikkea mobiilisovelluksella ja pysäkkiverkostolla. Se haluaa tehdä liiketoimintaa, joka voi levitä minne tahansa. Samalla palvelu vastaa globaaliin päästöongelmaan.

”Haluamme hyödyntää ajettavat matkat yhä paremmin ja täydentää joukkoliikennettä”, toimitusjohtaja **Ilkka Saramies** sanoo.

Esimerkiksi Saksassa lähtee yksi verkossa sovittu kyyti joka kuudes sekunti, ja carpooling on siellä helppokäyttöinen vaihtoehto kaupunkien välillä siirtymiseen. Suomessa tarve kimppakyyteihin on suuri haja-asutusalueella. Kyyti.net kehittääkin omaa reittiverkkoa, jonka pysäkit sijaitsevat ammattikuskien ja työmatkalaisten usein ohittamissa kohdissa, vaikkapa huoltoasemilla. Ihmisten on helppo hakeutua pysäkeille ja nousta kyytiin.

”Olemme nähneet, miten joukkoliikennettä on ajettu alas monilla paikkakunnilla. Rakentamalla reittejä ja pysäkkipisteitä käytämme olemassa olevia autoiluresursseja tehokkaammin siellä, missä on eniten tarvetta.”

Kyyti.net on hyvä vaihtoehto myös, kun vaikkapa autoton kaupunkilainen on menossa kaverin mökille, mutta viimeinen bussi lähtee jo kello 16. Kirjautumisen jälkeen sivulle syötetään lähtöpaikka ja määränpää sekä toivottu ajankohta. Sitten ilmoitus onkin valmis. Kyytihaun voi jättää vaikka tunnin ennen lähtöä, mutta aiemmin tehty haku on varmempi. Kyytitarjouksen jättäminen on yhtä helppoa. Palvelu laskee kyydeille hintasuosituksen. Esimerkiksi sadan kilometrin mökkikyydin hinta olisi kahdeksan euroa.

Kyyti.net on yksi Peloton Clubin startupeista hyvästä syystä: liikkuminen muodostaa suomalaisen yksityisen kulutuksen päästöistä yli 20 prosenttia. Suomessa on yli kolme miljoonaa henkilöautoa, joissa usein matkustaa vain yksi ihminen. Joukkoliikenteen ohella autoissa on siis tilaa reilusti yli 10 miljoonalle ihmiselle. Saramies katsoo, että tämä potentiaali on vain odottanut hyödyntämistään.

”Meillä on nykyaikana teknologiset edellytykset autojen ja matkustajien koordinoimiselle. Jonkun piti vain kehittää kyyti.netin tapainen palvelu, jotta kyytiä tarvitsevat löytäisivät kyydin tarjoajat. ”

Suomen teillä kulkee vuosittain noin 23 miljardin euron käyttämätön kuljetuskapasiteetti.

”Jos saisimme prosentin autoilijoista käyttämään palveluamme, pystyisimme tuottamaan koko maan kattavan joukkoliikennepalvelun 20-30 minuutin vuorovälillä”, Kyyti.netin toimitusjohtaja Ilkka Saramies sanoo.

KUVA NOORA ISOESKELI

”Menestys riippuu siitä, paljonko on käyttäjiä, eli paljonko kyytejä tarjotaan. Pitää päästä jonkin tietyn määrän yli, että on jatkuvasti tarjontaa.”

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Tätä on Euroopassa kuplimassa paljon, Hollannissa ja muualla. Näissä kysymys on se, mikä on tuottoa tai tuloa, vai katatko vain kustannukset. Tässäkin on kyse siitä, kuinka helppo se käyttäjäkokemus on. Jos haluat vaikka lentokentälle, kuittausten ja maksun ja kaiken pitää olla helppoa. Tietotekniikka, käyttöliittymä, palveludesign ovat olennaisia.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

Kimppakyytejä myös mikroaaltouuneille

AJAAKO NAAPURISI KEHÄTIEN HUONEKALUKAUPALLE PÄIN LÄHIPÄIVINÄ? ENTÄ JOS HÄN TOIMISI KURIIRINASI?

Harri Paloheimo istui jo toisessa bussissa jaloissaan sininen Ikea-kassi ja kassissa rikkinäinen mikroaaltouuni. Hän oli matkalla kodinkoneiden takuuhuoltoon Martinlaaksoon. Mikro kassiin ja kassin kanssa bussiin oli autottomalle perheenisälle ainoa vaihtoehto.

”En tee sitä enää koskaan toiste”, Paloheimo muistelee retkeä. Julistus on sikäli kohtalokas, että sama mikrouuni on jälleen rikki. Edellisestä korjauksesta on jo kaksi vuotta, ja nyt Paloheimojen parveketta kaunistava mikro pitäisi saada loppusijoitukseen Sortti-asemalle. ”Mitä pidempään se tuolla on, sitä enemmän olen valmis siitä maksamaan, että joku vain veisi mikron pois. Vaimokin kannustaa tässä. Sortti-aseman perusmaksu on 60 euroa. Varmasti joku matkansa varrella veisi sen huomattavasti halvemmalla.”

Ongelmaan on syntynyt ratkaisu samassa kodissa. Paloheimo on ideoinut ja perustanut yhdessä entisen kollegansa **Heikki Wariksen** kanssa **PiggyBaggyn**, tavarakimppakyytipalvelun, jota testataan parhaillaan beta-versiona 300 ensikäyttäjän kanssa. Palvelun ideana on saattaa yhteen tyhjillään tai vajaalla kuormalla kulkevat autot ja kuljetusta tarvitsevat autottomat ihmiset.

Taustalla on ajatus paitsi ajan ja rahan, myös luonnon säästämisestä. ”Öljy tulee olemaan kipupiste yhteiskunnassa, ja siinä tärkeimpänä tekijänä on liikenne”, Paloheimo sanoo. Öljyn hinnan ennustetaan tuplaantuvan vuosikymmenen loppuun mennessä. Maailman öljystä puolet kuluu liikenteessä. Paloheimo ja Waris ovat kirjoittaneet yhdessä **Rauli Partasen** kanssa kirjan *Suomi öljyn jälkeen*. ”Halusimme ryhtyä kehittämään ratkaisuja, emme vain jäädä pyörimään ongelmaan.”

PiggyBaggy on tarina siitä, mitä Nokian perinnöstä voi kasvaa.

PiggyBaggy on tarina siitä, mitä Nokian perinnöstä voi kasvaa. Paloheimo, Waris sekä PiggyBaggyä pyörittävän Coreorient Oy:n muut osakkaat ovat toistensa tuttuja entiseltä uraltaan Nokian tutkimus- ja tuotekehitysyksiköstä. Paloheimo veti Nokian Green Team -tutkimusryhmää. ”Pohdimme, millaista liiketoimintaa voisi syntyä, jos luonnonvarat niukkenevat.” Nokian jälkeen päästiin sanoista tekoihin.

PiggyBaggyn kaltaisia kuljetuspalveluita on maailmalla jo toiminnassa, muun muassa Englannissa ja Yhdysvalloissa. ”Kimppakyytien jälkeen seuraava aalto, joka lyö läpi, ovat tavarakimppakyydit”, Paloheimo uskoo – ja toivoo.” Tavaran kuljettaminen on aina projekti”, pyöräilevä perheenisä huokaa.

PiggyBaggyn Gerard Bosch testaamassa kotiinkuljetuskonseptia Flow-festivaaleilla.

KUVA TUOMAS SARPARANTA

Turun AMK:n opiskelijat ja D-mat Oy vertasivat oman automatkan ja PiggyBaggy-kyydin kotiinkuljetuksen materiaalijalanjälkiä, kun automarkettiin on matkaa 5 km suuntaansa ja PiggyBaggy-kyydin tarjoava joutuu ajamaan yhden kilometrin ylimääräistä. Laskelmat sisältävät automatkat, joissa on huomioitu bensan kulutus, auton valmistus sekä myös auton osaltaan tarvitseman tieinfran rakentaminen ja ylläpito.

Ostosten kotiinkuljetuksen materiaalijalanjälki PiggyBaggy-kyydissä verrattuna kauppamatkan ajamiseen omalla autolla.

”Yksi lupaavimpia juttuja, monipuolisia osaajia, jotka pystyvät rakentamaan toimivan järjestelmän. Pitää löytyä kriittinen massa, että toimii.”

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Tässä jos jossain tulee esiin luottamus. Onko niin, että on ns. luotettavia tyyppejä ja pitääkö yhteisö huolta siitä, että rikollisuus ei taivu tänne? Monet näistä ideoista perustuvat yhteisöllisyyteen, ja siihen perustuu myös luottamus.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

IDEA 7

Kunnan autot kaikkien käyttöön

ENTÄ JOS ILTAISIN KÄYTTÄMÄTTÖMINÄ SEISOVAT AUTOT SAATAISIIN HYÖTYKÄYTTÖÖN?

Tänä päivänä kovin moni ei lupaa kunnille muuta kuin lisää tehtäviä vähemmillä varoilla. **Tommi Rimpiläinen** lupaa päinvastaista. Rimpiläisen perustama startup **Weegos** tekee kunnan omistamista autoista yhteiskäytettävän autolaivueen. Samalla säästyy rahaa ja syntyy uusi palvelu kunnan työntekijöille. Tämä taitaa tehdä sinusta halutun miehen kunnantaloissa?

”Näin uskon. Kuntien talouksissa on tuskin hirveästi ylimääräistä myöskään tulevaisuudessa, ja siksi on tärkeää saada kaikki irti olemassa olevasta.”

Miten Weegos tämän tekee?

”Weegos on niin sanottu fleet share -palvelu. Meidän palvelun avulla kunta voi helposti parantaa koko ajoneuvolaivueensa yhteiskäyttöä. Iso osa kuntien autoista seisoo suuren osan ajasta käyttämättöminä. Käyttöastetta kasvattamalla jo olemassa olevista resursseista saadaan huomattavasti enemmän irti, eikä uusia investointeja tarvita.”

Kuinka suurista hyödyistä puhutaan?

”Arvioimme, että Weegosin käyttöönotolla kunta voi vähentää joka kuudennen auton. Uusia ajoneuvohankintoja tarvitaan siis vähemmän. Käyttökuluissa puhutaan yli viidenneksen säästöistä.”

Miten autojen yhteiskäyttö toimii käytännössä?

”Kunnan työntekijälle Weegosin käyttö tapahtuu kännykkäsovelluksella. Sieltä näkee vapaat autot ja voi ottaa auton avaimettomasti käyttöön. Järjestelmä kerää ajotiedot ja raportoi ne eteenpäin.”

On sanottu, että julkisen sektorin pitäisi tukea uutta taloudellista toimintaa, johon yksityinen raha ei vielä virtaa, mutta jossa on kova tulevaisuuden potentiaali. Onko jakamistalous tällainen ilmiö?

”Ehdottomasti. Jakamistaloudessa on usein kyse luottamuksesta. Kunta ja kunnan työntekijät ovat jo yhteisö. Siksi myös yhteiskäyttö on luontevaa. Yhdysvalloissa on arvioitu, että jakamistalouden markkinakoko on 26 miljardia dollaria tällä hetkellä. Kunta, joka alkaa hyödyntää tätä potentiaalia, on vahvoilla myös veronmaksajien silmissä.”

”Yksi lupaavimpia projekteja. Meillä seisoo paljon autoja, ei kaikki aja niillä koko ajan. Kuntasektorilla on näitä virityksiä. Sehän on kuntien talouden kannalta hullua, että autoja seisoo tyhjillään.

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Tämäntyyppinen on kova hitti maailmalla. Autotehtaat optimoivat jo autoja tällaiseen toimintaan. Jotkut näkevät, että tulevaisuudessa suuri osa autoista tulee olemaan yhteiskäytössä.

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

KUVA KAAPO KAMU

Autojen yhteiskäyttöjärjestelmät Weegos säästää rahaa ja leikkaa päästöjä. Säästöt syntyvät paremmasta suunnittelusta ja autojen tehokkaammasta käytöstä, oikeanlaisen ajoneuvon valinnasta ja yhdistetyistä matkoista. Säästö on moninkertainen, jos mukaan lasketaan työntekijälle aiheutuneet säästöt ja vähentyneet ajokilometrit.

TULEVAISUUDEN KOTI

IDEA 8

KOTI LAAJENEE

Vaikka älykoti odottaa vielä tulemistaan, palvelut siirtyvät verkkoon. Kodista tulee lähipalveluiden keskus.

Hallintajärjestelmän ansiosta energiankulutusta ei tarvitse miettiä itse.

#energianhallinta

"Olen saanut uusia näkökulmia omaan työhöni naapureiden ammateista. En olisi oppinut niistä mitään, jos emme yöskentelisi yhdessä naapuruston työtiloissa miltei joka päivä."

#työkulttuuri

Jos pienremonttiin ei löydy apua asuinalueelta, osaavan tekijän löytää edullisesti tai vastapalvelusta vastaan verkosta.

#activehome

Ammattilaisen suunnittelema funktionaalinen koti mahtuu pieneen tilaan.

#tilatehokkuus
#arkkitehti
#hukkaneliöt

Asuinalueen energia tulee suurimmilta osin aurinkopaneeleista ja ruoka pihaviljelystä.

#uusiutuvuus

Alityöllistetty voi tienata energiatalkkarin töillä.

#DIY-ratkaisut

"Jos haluan uudet kengät, tarkistan ensin, lojuuko vaatehuoneessa puhkikuluneita jalkineita. Palauttamalla ne valmistajalle saan alennuksen uudesta parista."

#hyödykekierrätys

Ruokaa laitetaan ja nautitaan naapuruston yhteisissä keittiötiloissa.

#yhteistilat

KUVA STRATEGIC DESIGN SCENARIOS, EDELLISEN SIVUN KUVA KAAPO KAMU

Kuinka monta porakonetta ihminen tarvitsee?

ENTÄ JOS KODIN PIENKONEILLE KÄVISI KUIN ASUNNOILLE AIRBNB:SSÄ? NIISTÄ TULISI VUOKRATULOJA, KIRJOITTAA MARIA RITOLA.

Perheemme muutti Alppilaan tammikuun alussa. Siitä lähtien olen ajatellut akkuporakonetta harva se päivä. Syynä tähän ovat lattianrajassa pölyä taakseen keräävät taulut. Kymmenen kuukautta on kulunut, mutta en ole saanut tauluille koukkuja seinään.

Meillä ei ole porakonetta. Voisin tietenkin kävellä kolmensadan metrin päässä sijaitsevaan Alppirautaan ja ostaa sellaisen. Mutta koska emme tarvitse konetta juuri muuhun kuin taulujen kiinnittämiseen, hinta per kiinnitetty ruuvi nousisi sfääreihin.

Ostamisen sijaan porakone olisi viisasta vuokrata, mieluiten mahdollisimman läheltä. Tutkimusten mukaan porakoneen keskimääräinen käyttöaika on koko elinkaarensa aikana 12-13 minuuttia. Jos näin on, 99,9 prosenttia kaikista Helsingin kotitalouksien akkuporakoneista on juuri nyt käyttämättöminä. Jos saisin vuokrata niistä yhden tunniksi, ongelmani olisi ratkaistu. Mutta miten löydän porakoneen omistajan ja sovin lainasta? Tähän ongelmaan **Juho Makkonen** ja **Antti Virolainen** ovat keksineet ratkaisun. Sen nimi on **Sharetribe**.

Urheiluvälineet, elektroniikka, lasten vaatteet, vanhat kurssikirjat, autot ja jopa kodit ovat porakoneen tavoin vajaakäytöllä valtaosan käyttöiästään.

Urheiluvälineet, elektroniikka, lasten vaatteet, vanhat kurssikirjat, autot ja jopa kodit ovat porakoneen tavoin vajaakäytöllä valtaosan käyttöiästään.

Tyhjillään olevista kodeista kehitettiin vuonna 2009 Kaliforniassa yritys ja nettisaitti nimeltä Airbnb. Se tekee asuntojen lyhytaikaisesta vuokraamisesta helppoa ja houkuttelevaa, asuipa vuokranantaja Phoenixissä tai Rovaniemellä. Palvelun suosio kasvoi räjähdysmäisesti parissa vuodessa. Airbnb:n kautta tarjotaan vuokralle asuntoja jo 192 maassa. Yli kymmenen miljoonaa ihmistä on vuokrannut lyhytaikaisen kodin sen kautta.

Sharetribe on yritys, joka tarjoaa kenelle tahansa mahdollisuuden perustaa oman Airbnb:n logiikalla toimivan markkinapaikan. Se on siis markkinapaikkojen markkinapaikka, 2010-luvun Marrakechin tai Karthagon tori. Nyt jo yli 15 000 Sharetriben kautta kohtaavaa käyttäjää ostaa, myy ja jakaa kaikkea seattlelaisten pientuottajien sadosta Aalto-yliopiston kurssikirjoihin, leluautoihin, surffilautoihin ja ihmisten omaan asiantuntemukseen.

Sharetribe sai Peloton Summer Campin jälkeen rahoitusta Reaktorin Polte-ohjelmasta.

KUVA MIKKO PITKÄNEN, REAKTOR

Sharetribea voivat käyttää myös yritykset. Yksi niistä, Kierrätysverkko Oy, perusti Sharetriben avulla materiaalipankin, jonka avulla yritykset voivat myydä ja ostaa toisiltaan erilaista ylijäämämateriaalia metallista kankaisiin. Yhtenä materiaalipankin asiakkaista on vaatteita ja asusteita näistä ylijäämistä valmistava design-yritys Globehope.

Tarve Sharetriben kaltaiselle alustalle kertoo markkinoiden muutoksesta. Olemassa olevien resurssien entistä parempi hyödyntäminen on taloudellisesti fiksua. Siksi ostamiseen, myymiseen, vaihtamiseen ja vuokraamiseen helpolla ja houkuttavalla tavalla on suuri kysyntä. Talouslehti *Forbes* on arvioinut, että jakamistalouden kautta kulkee vuonna 2013 jo 3,5 miljardia dollaria ihmiseltä toiselle. Ilmiön asiantuntija **Rachel Botsman** on arvioinut lukeman nousevan ennen pitkää 110 miljardiin dollariin. Markkinapaikat ottavat myynti- ja vuokraustapahtumista palvelumaksun, joka on tyypillisesti noin 10 prosenttia transaktion suuruudesta. Kyseessä on siis iso bisnes.

Mutta löytyykö kauan kaipaamani akkuporakone Sharetriben kautta? Huomaan, että Kalliossa toimii kaupunginosan oma Sharetribe-markkinapaikka. Naputtelen selaimeeni osoitteen ”kallio.sharetribe.fi” ja kirjoitan hakukenttään sanan ”pora”. Ja kas, löytyyhän niitä! Lähin vuokrattava porakone sijaitsee kolmen korttelin päässä, lähempää kuin yksikään rautakauppa.

Palvelu pelaa Alppilan ulkopuolellakin.

Sharetribella käydään kauppaa jo yli viidessäkymmenessä maassa yli tuhannella markkinapaikalla.

”Näitä palveluitahan on muitakin, mutta Sharetribe voisi valtavirtaistaa tätä. Tämän kautta voi liikkua vaikka kankaan jämät, tai sitten jotain ihan muuta, sen ei tarvitse edes olla tavaraa. It-ratkaisuna tuntuu toimivalta ja kehittyneeltä.”

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Tämän tyyppisissä tärkeintä on, että se on käyttäjäystävällinen, nopea, helppo ja turvallinen. Toteutus on äärimmäisen tärkeä.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

KUVA KAAPO KAMU

IDEA 10

Tyhjä tila on vapaa tila

ENTÄ JOS KAIKKI KAUPUNGIN TILAT OLISIVAT POTENTIAALISIA JUHLAPAIKKOJA – KOKO KAUPUNKI YHTEISKÄYTÖSSÄ?

Mitä haluat järjestää? **Venuu.fi** –palvelu kysyy avaussivullaan. Lokakuun alussa testiversiona avatussa palvelussa on jo nyt esillä 180 tapahtumatilaa ympäri Helsinkiä. Saunailta? 30 ehdotusta. Häät? 140 vaihtoehtoa.

Perinteisten saunakabinettien ja ravintoloiden rinnalle palvelu hakee yllättäviä juhlatiloja: tyhjillään seisovia halleja, öisin käyttämättömiä työtiloja, vartioveneitä ja käytöstä poistettuja öljysiiloja, kaupunkilaisten yhteisiä salaisuuksia. Ajatuksena on tarjota toimiva, Googlea täsmällisempi hakupalvelu tilaisuuksien järjestäjille ja ottaa samalla kaupungin tilareservit käyttöön.

Katso ympärillesi. Missä kaikkialla olisi hienoa järjestää juhlat? Harva tila on täysin suljettu ulkopuolisilta. Venuu.fin kautta voi esimerkiksi vuokrata tilaisuutta varten Alvar Aallon kodin. Kattotiloja löytyy 10, teollisuuskiinteistöjä 17.

Palvelu syntyi **Jasu Koposen** ja **Jerome Saarisen** omasta tarpeesta löytää erilainen biletila. Ideallaan kaksikko voitti kesällä Aalto-yliopiston Summer of Startups -kisan, ja palvelu saatiin pystyyn muutamassa kuukaudessa. Helsingin jälkeen on tarkoituksena laajentua muihin kaupunkeihin ja maihin.

Kaupunkitilan käyttämättömän potentiaalin evankeliumille on helppo kuvitella löytyvän vastakaikua Berliinin ja Lontoon kaltaisista metropoleista.

”Voisi ajatella, että tämä toimisi muuhunkin kuin juhlatiloihin. Tiloja seisoo tyhjillään 10-12 tuntia vuorokaudessa. Ei ruvettaisi aina suunnittelemaan, että rakennetaan joku uusi talo, vaan miettiäisiin sitä, miten erilaiset toiminnot sijoitetaan samaan. Vaihdetaan vaikka työpaikkaa sen mukaan, mistä löytyisi tilaa. Ehkä etätyön kanssa rinnan?”

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Päivälla kodit ovat tyhjinä, iltaisin toimistot. Päiväkodit ovat päivällä käytössä, illalla tyhjiä. Seiniin satsataan ihan liikaa, kaupungit on niin siiloutuneita, että kaikki rakentavat omat tilat. Tätä pitäisi ajatella myös kunnallisena projektina.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

WANT TO DISRUPT A MARKET WITH 900€* ARPU?

*Typical housing cost in Helsinki per month

PELOTON

Palautuspantit verkkokauppapaketeille

ENTÄ JOS VERKKO-OSTOSTESI PAKKAUKSET OLISI YHTÄ LUONTEVAA PALAUTTAA KIERTOON KUIN TÖLKIT JA PULLOT NYT?

Voisitko kuvitella, että saunaoluttölkeissä ei olisi panttia ja viskaisit tyhjät tölkit roskiin? Entä miltä kuulostaa se, että verkko-ostosten pakkaukset voisi palauttaa ja niistä maksettaisiin palautuspantti?

Tölkkien panteista tuskin luovutaan, pikemminkin päinvastoin: panttijärjestelmä voi levitä muihin pakkauksiin.

Suomalainen **RePack**-yritys on kehittänyt pantillisen palautettavan postipakkauksen.RePack-järjestelmä on suunniteltu erityisesti verkkokauppaan: palautusautomaattina toimii postilaatikko ja panttikuitin sijaan kuluttaja saa sähköpostitse verkkokaupan etusetelin.

RePack näyttää iskevän juuri oikeaan hetkeen: 2/3 suomalaisista tekee jo säännöllisiä verkkokauppahankintoja ja verkko-ostosten määrä on kasvussa. Verkkokauppa on erityisen hyvässä vauhdissa juuri pakkauksia vaativissa tavaroissa: elektroniikka, vaatteet, kengät, lemmikkien tarvikkeet ja sisustustavarat. Euroopan verkkokaupat käyttävät valtavan määrän pakkauksia vuodessa: 3,5 miljardia kappaletta. Euroopan verkkokauppamarkkinat ovat maailman suurimmat ja kasvavat keskimäärin 20 prosentin vuosivauhtia.

”Äkkiä maailmalle”, toteaakin **Jonne Hellgren**, yksi RePackin perustajista. ”Suomalaisilla yrityksillä ei ole juurikaan kansainvälisiä verkkokauppoja, suuret tekijät ovat esimerkiksi Tanskassa ja Ruotsissa.”

Yritys haluaa kitkeä kertakäyttökulttuuria. RePack pienentää Euroopan unionin keskivertokansalaisen pakkausjätevuorta. Tuotamme vuodessa keskimäärin 160 kiloa pakkausjätettä per henki. Kymmenen kertaa käytetyn RePackin hiilijalanjälki on noin neljäsosa kertakäyttöpakkauksen hiilijalanjäljestä. RePack syntyi, koska sellaista ei ole aiemmin ollut, ei maailmallakaan. ”Palautteena meiltä on kysytty, miksi tällaista ei ole aina ollut”, kertoo Jonne Hellgren. ”Se tuntuu hyvältä, sillä meidän ajatus on, että RePackista pitää tulla totta kai -juttu. Haluamme ihmisten ajattelevan, että totta kai postipakkaus on pantillinen. Niin kuin oluttölkkikin.”

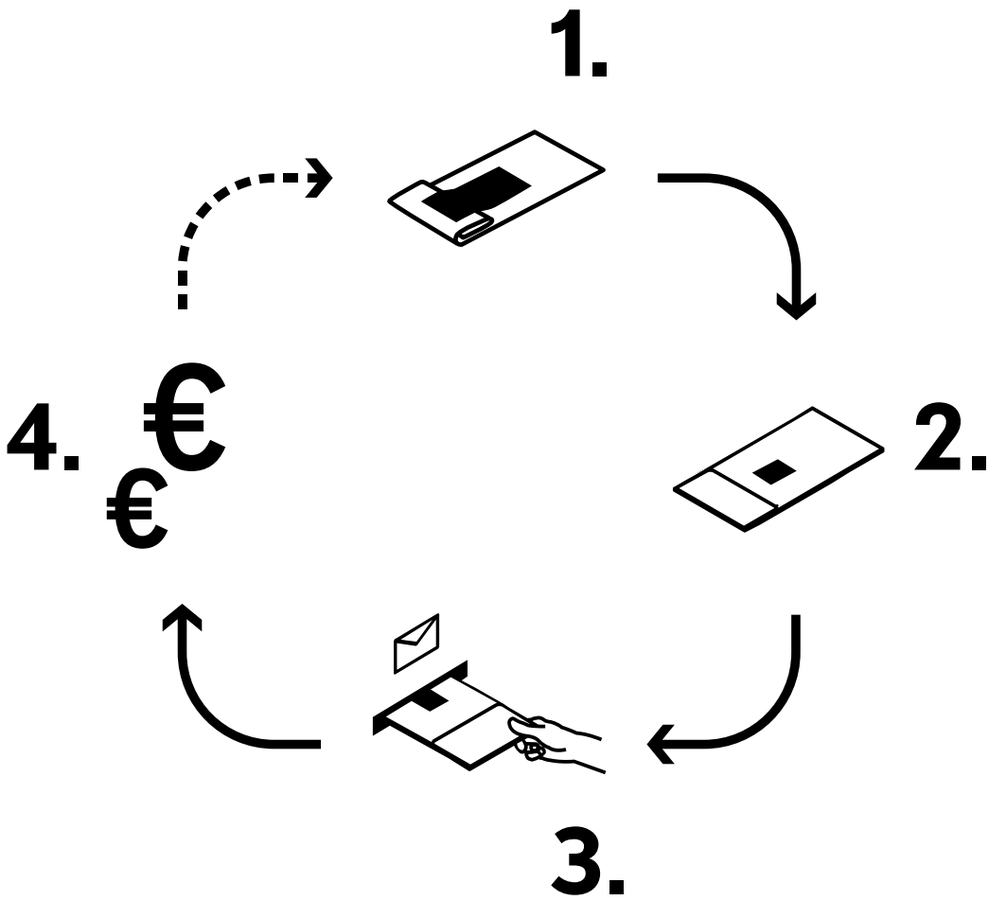
”Tää on aika pitkällä, melkein käyttöön otettavissa. Eli tosi hyvä idea, jos isot toimijat saadaan ostamaan idea ja rakentamaan sille logistiikka.”

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Logistiikka on tässä ihan olennainen. Ettei tule lisää liikennettä siinä, kun pakkauksia kerätään.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

Näin toimii RePack



1. Tilaan talvitakin verkkokaupasta. Klikkaan toimitustavaksi RePackin.

2. Noudan paketin postista, vedän uuden talvitakkini esiin ja litistän pakkauksen.

3. Tipautan RePackin postilaatikkoon.

4. Muutaman päivän kuluttua saan sähköpostiini etusetelin, jonka arvon on päättänyt verkkokauppa. Yleensä se on enemmän kuin maksetun pantin arvo. RePack-pakkaus on jo jatkanut matkaansa toisen verkko-ostoksen kääreeksi.

Lämmintä suihkuvettä pilkkahintaan

SUOMALAINEN INNOVAATIO TEKEE LÄMPIMÄSTÄ VEDESTÄ EHTYMÄTTÖMÄN LUONNONVARAN.

Normaalissa suihkussa vettä kuluu kymmenen litraa minuutissa. **ShowerMagic**-suihku käyttää saman määrän koko suihkun aikana, riippumatta siitä, kuinka kauan suihkussa viihtyy. Näin säästyy huomattavasti lämmitysenergiaa. ”Keksintö perustuu useisiin suodattimiin, jotka puhdistavat veden reaaliaikaisesti”, selittää **Jason Selvarajan**, yksi ShowerMagicin kolmesta kehittäjästä.

Selvarajan keksi idean yhdessä **Keiran Hollandin** kanssa Metropolian ympäristötekniikan kurssilla, jolla piti tutkia lämpövaihtimia. Tylsä aihe sai heidät miettimään käytännön sovellusta. Tiimin vahvistukseksi tuli **Eduard Kobak**, joka viimeistelee parhaillaan diplomityötään Tampereen teknillisessä korkeakoulussa ja vastaa ShowerMagicin automaatiotekniikasta.

”Kymmenen litraa lämmintä riittää vaikka tunnin suihkuun”, Jason Selvarajan lupaa.

ShowerMagicin voi asentaa omaan kylpyhuoneeseen: pömpeli on noin 20 senttiä leveä ja ulottuu lattiasta kattoon. Suomessa kohderyhmänä ovat kokeilunhaluiset edelläkävijät, mutta isot markkinat ovat muualla: vesipulasta kärsivissä kehittyvissä maissa tai alueilla, joiden vesiverkosto on vaurioitunut esimerkiksi luonnonkatastrofin vuoksi. ”Haasteena on toistaiseksi hinta. Prototyypin valmistus maksoi noin tuhat euroa. Tästä pitäisi päästä kymmenesosaan”, Selvarajan pohtii.

”Tää on varsinainen *magic!* Onkohan tässä markkinointi- ja liiketoimintanäkökulmaa riittävästi mukana? Huima pudotus tietty vesimäärässä, tietyissä maissa olisi ihan keksintöjen keksintö, vedestähän on valtava pula.”

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Loistava. Tällaisella on valtavat markkinat maailmanlaajuisesti. Vesi tulee olemaan niin arvokas luonnonvara jatkossa. Voisi kuvitella, että tämän tyyppiset jutut skaalautuvat helposti. Sitä voi miettiä, miten energia tuotetaan, auringolla vaikka.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

Yhteinen arvo kestää

Porterin perilliset: Johannes Nuutinen, Antti Tarvainen, Mirja Hämäläinen ja Aleksi Mallea Avanto Helsingistä.

ENTÄ JOS YHTEISÖSTÄÄN HUOLTA PITÄVÄT YRITYKSET TEKEVÄT PAREMPAA BISNESTÄ? AVANTO TIETÄÄ MITEN.

Kuuden helsinkiläisen yhteiskuntatieteilijän perustama **Avanto Helsinki** lupaa auttaa yritykset mukaan ”kasvaville ongelmanratkaisumarkkinoille”. Miten Avanto Helsinki syntyi, **Mirja Hämäläinen**?

”Ensin perustettiin Facebook-ryhmä. Nyt Avanto työllistää kolme kuudesta täysipäiväisesti. Autamme yrityksiä ja yhteisöjä löytämään yhteiskunnallisen ydintehtävänsä, tai vahvistamaan sitä.”

Ajattelu noudattelee ja edelleenkehittelee Harvard Business Schoolin professorin **Michael E. Porterin** shared value -teoriaa. Porterin mukaan yritykset, jotka ymmärtävät roolinsa ja vastuunsa osana yhteiskuntaa, kykenevät parempaan taloudelliseen tulokseen. Luomalla arvoa yhteisölle yritys luo pysyvämpää arvoa myös itselleen.

Avanto Helsinki muotoilee jaetun arvon ajatuksen näin: ”Yhteiskuntavastuu ei ole vain kuluerä, vaan myös mahdollisuus saada kilpailuetua ja uutta liiketoimintaa.”

Onko viesti mennyt kaupaksi, Mirja Hämäläinen?

”Kiinnostusta on, mutta näitä asioita on vaikea mitata. Monet yritykset eivät edes tunnista, mikä heillä on jo kestävää ajattelua. Tämä vaatii pitkäjänteisyyttä, irrottautumista kvartaaliajattelusta.”

Tähän mennessä Avanto Helsinki on työskennellyt muun muassa Helsingin Energian ja Nuorisoasiankeskuksen kanssa. Mikä on unelmanne?

”Kasvaa. Haluamme olla tekijäkonsultteja, itse mukana tekemässä yritysten ja yhteisöjen kanssa.”

KUVAT NOORA ISOESKELI

TULEVAISUUDEN RUOKA

VIISAS RUOKAKETJU

Ruokajärjestelmä oli pitkään yksi markkinoidemme keskittyneimmistä tuotantoketjuista. Nyt vähittäiskauppa on kriisissä, ja samaan aikaan siirrytään vähäpäästöiseen ruokaan. Murros luo paljon mahdollisuuksia uuteen liiketoimintaan.

Ruoka siirtyy ruokaosuuskunnan viljelmältä kotiin älykkäässä pakkauksessa, joka kertoo ruoan bakteeripitoisuuden.

#älypakkaus

Ravintoterapeutit ja kauppa ohjaavat funktionaaliseen ruokavalioon – paljon kasvisproteiinia, marjoja ja vihanneksia.

#funktio-ruokavalio

Naapuruston ruokakerhossa kehitetään ja jaetaan yhdessä reseptejä terveelliseen ja edulliseen ruokavalioon.

#ruokayhteisö

Ruoka tilataan kaupasta verkossa ja toimitetaan taakkapyörällä.

#verkkokauppa

Applikaatio suosittelee omaan ruokavalioon, perintötekijöihin ja terveydentilaan sopivat raaka-aineet ja reseptit.

#ravinto-optimointi

Tuontielintarvikkeiden käyttö on kausittaista: appelsiineja syödään, kun on niiden paras sesonki Marokossa ja kotimaisia marjoja on vähän.

#kausiruoka

Naapuruston yhteiset grillipaikat puistossa vetävät puoleensa myös torikauppiaita ja katuruoan myyjiä.

#katuruoka

Ruokajäte viedään kompostikäymälään, jonka tuottama multa kiertää talon omalle viljelmälle.

#kompostointi

KUVA STRATEGIC DESIGN SCENARIOS, EDELLISEN SIVUN KUVA MAIJA ASTIKAINEN

Let's Eat Togetherin vahvuus on suuri yhteisö: Ravintolapäivällä on 930000 käyttäjää.

KUVA MAIJA ASTIKAINEN

Kortteliravintolan paluu

MITÄ TAPAHTUU, KUN RAVINTOLAPÄIVÄN ENERGIA, TOIMELIAISUUS JA HYVÄ TAHTO KANAVOITUVAT ENTISTÄ PYSYVÄMMÄKSI ILMIÖKSI – JA LIIKETOIMINNAKSI?

"On urbaani paradoksi, että samaan aikaan kun elämme niin lähekkäin ja muiden ihmisten keskellä, jäämme entistä helpommin sosiaalisen elämän ulkopuolelle ja tunnemme olevamme yksin", sanoo **Timo Santala**. Santalaa ei ilmiöstä voi syyttää. Hän on perustanut kaupunkikulttuuriyhteisö We Love Helsingin ja menestykseksi paisuneen Ravintolapäivän – ja viimeisimpänä **Let's Eat Together** -liikkeen ja -palvelun.

Idea jatkaa siitä, mihin Ravintolapäivä on päässyt. Airbnb räjäytti käsityksen hotellimajoituksesta: miksei kuka tahansa voisi tarjota kotiaan yösijaksi kenelle tahansa? Ravintolapäivä ja Let's Eat Together kysyvät samoin: miksei kuka tahansa voisi tehdä kodistaan ravintolan kenelle tahansa? Let's Eat Togetherin vahvuus on suuri käyttäjäyhteisö – ravintolapäivällä on 930 000 "käyttäjää". Luku, jolle mikä tahansa startup voi olla kateellinen.

Let's Eat Together arkistaa Ravintolapäivän yhteisöllisen kokemuksen ja valjastaa sen tekemään hyvää kaupunkilaisille ympäri vuoden. Yksinäisyyden lievittämisen lisäksi tuntemattomien yhteisillä illallisilla voidaan vähentää ruoka-aineiden hävikkiä ja tehdä arkiruuasta terveellisempää. "Kun itse laitan ruokaa, voin helposti laittaa sitä myös muille ja samalla raaka-aineetkin tulevat paremmin käytettyä", Santala toteaa.

Helsingissä Facebook-ryhmänä aloittanut Let's Eat Together on poikinut kymmeniä illallisia ja satoja kohtaamisia. Useimmiten illallisille osallistuu keittiönpöydän verran väkeä, mutta esimerkiksi Let's Eat Togetherin grillijuhliin osallistui nelisenkymmentä ruokailijaa. Viimeksi on kutsuttu ja osallistuttu muun muassa jälkkärinyyttäreille ja pizzasunnuntaihin, jossa tarjottiin kasvispizzojen lisäksi pähkinäinen alkupala ja jälkiruuaksi appelsiinisuklaamoussea. Ei ole mikään ihme, että yhteisö kasvaa.

Vertaishotelli Airbnb majoittaa enemmän ihmisiä joka yö kuin koko Hilton-hotelliketju. Milloin Let's Eat Together kattaa enemmän pöytiä kuin S-ravintolat?

"Tää on enemmänkin yhteisöllinen juttu, tällä ei ehkä välttämättä vastata ilmastonmuutokseen. Tällä tavalla voi tarjota mitä tahansa ruokaa."

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

"Tämäkin on hyvä esimerkki siitä, miten julkinen sektori voi edesauttaa kehitystä ja suhtautua joustavasti itse asetettuihin määräyksiin. Tämä on asennekysymys, jos halutaan, että tällainen on ok, keksitään kyllä keinot. Muutetaan vaikka lakia, jos on tarvis."

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

IDEA 16

2000-luvun pikaruoka

ENTÄ JOS UNELMA MONIPUOLISISTA KATUKEITTIÖISTÄ OLISI MAHDOLLINEN JOPA SÄÄNTÖJEN JA TARKASTAJIEN LUVATUSSA KAUPUNGISSA?

Syökää toreilla! Kokeilkaa katukeittiöitä! Rohkeasti vaan, paras ruoka on siellä, missä paikallisetkin syövät!

Näin me ohjeistamme tuttuja, jotka ovat lähdössä maailman metropoleihin matkoille. Sillä niinhän se on, että Berliinissä, Hong Kongissa tai Bangkokissa jokainen päivä on ravintolapäivä.

Suomessa katukeittiöitä ei oikein ole. Helsingissä saa nopeasti lähinnä pikaruokaa. Toisaalta: olemme oppineet hakemaan take away -kahvia, ja festareilla syödään nykyään muutakin kuin grillimakkaraa. Ehkä asiat ovat muuttumassa?

Tulevaisuuden Katukeittiö Oy:llä on idea siitä, miten muutos voisi tapahtua yrityksen kehittämän **Ewäs**-konseptin avulla.

Kaksi yksinkertaista mallia katukeittiön perustamiseksi ovat: **1.** Ravintolabisneksessä jo mukana olevat voisivat viedä Ewään kautta myymälänsä helposti kadulle. **2.** Ravintolasta tai kahvilasta haaveilevat voisivat panna katukeittiön pystyyn Ewäs-tuotemerkin alla helposti ja edullisesti.

Ewäs lupaa hoitaa kaiken ravintolan perustamiseen liittyvän avaimet käteen -periaatteella: pakkaukset, myyntipisteen, lupakäytännöt, valmennuksen, jopa ruokalistan tai ainakin sen sparrauksen. Firmassa on mukana myös keittiömestareita, muun muassa villiyrteistä kirjan kirjoittanut **Sami Tallberg**.

Firman osakas ja pakkaussuunnittelija **Janne Asikainen** sanoo, että uudella katukeittiöyrittäjällä pitää olla lähinnä palava intohimo asiaa kohtaan. Alkuinvestoinnit eivät ole suuret, kun myyntipiste kuuluu pakettiin.

Millaisia Ewäs-pikaruokalat ja katukeittiöt voisivat olla?

”Kaupunki on täynnä erilaisia rytmejä. Aamulla take away -aamupalaa, lounasaikaan ruoka-annoksia, illalla iltapalaa, tai vaikka festarikioski. Konsepti on joustava.”

Miten Ewäs eroaa perinteisestä pikaruokapaikasta?

Se menee ohi keskitetyn ruoantuotantojärjestelmän. Esimerkiksi niin, että myyntipiste on siirrettävä. Se voi olla arkisin keskustassa ja siirtyä jonkin tapahtuman ajaksi puiston laitaan. Ewäs-katukeittiöt lähtevät siitä, että ruoka ja pakkausmateriaalit ovat ekologisesti ajateltuja. ”Sesongin raaka-aineet, lähituotanto, tälläistä kestävää näkökulmaa, uutta ajattelua pikaruokapuolelle”, Janne Asikainen kuvailee.

Asikainen on ammatiltaan pakkausmuotoilija ja Ewään voima onkin pakkausinnovaatioissa. Ensi kesänä valmistuu ensimmäinen ravintolan protyyppi - ja vähitellen sen jälkeen periaatteessa kenellä tahansa on mahdollisuus ryhtyä ravintola-alan yrittäjäksi.

Ewään voima on pakkausinnovaatioissa.

Turun AMK:n opiskelijat laskivat yhdessä D-mat Oy:n **Michael Lettenmeierin** kanssa, kannattaako Ewäs-lähiruoka ekologisesti. ”Ewäksen savusärkiwrap-aterian valmistuksen ja pakkauksen materiaalijalanjälki on yhteensä 2,3 kg, kun pikaruokalan kerroshampurilaisaterian vastaava luku on 12,7 kg. Ero on merkittävä”, Lettenmeier kertoo.

Tulevaisuuden visio on, että katukeittiöt muuttavat Helsingin katukuvaa. Janne Asikainen kuvailee muutosta näin: ”Kun toreille, aukioille tai puistoihin tulee ruokaa, sinne tulee myös ihmisiä ja muita toimijoita. Me ajatellaan, että kaupungista tulee viihtyisämpi ja elävämpi.”

Ewäs-annoksen materiaalijalanjälki verrattuna pikaruokapaikan hampurilaisateriaan.

”Mielenkiintoinen, mutta onko tämä dramaattisen radikaali? Toisi monipuolisuutta snackeihin: voi syödä muutakin kuin energiajuomia ja sokeria. Hyvin mietitty terveyden ja ympäristön kannalta, on villivihannesta ja yrttiä. Kysymys on, lähteekö tämä lentoon? Voisi ajatella, että tällainen leviäisi pikkuhiljaa tapahtumien kautta."

Taina Nikula
neuvotteleva virkamies, ympäristöministeriö

”Me pyrimme (Tekesissä) löytämään kasvutarinoita ja kasvukeissejä. Mikä tahansa idea, palvelu tai tuote on kyseessä, sillä pitää olla mahdollisuus skaalautua. Joku osa tästäkin konseptista voi levitä laajalle: vaikkapa ekologinen pakkausinnovaatio.”

Pekka Soini
pääjohtaja, Tekes

KUVA TUOMAS SARPARANTA

KUVA MAIJA ASTIKAINEN

Näin teet tulevaisuudesta liiketoimintaa

1.

Tunnista murros

Alueellasi haetaan uutta lähestymistapaa työllistämiseen. Vanhat elinkeinot ja perinteiset tavat kehittää niitä kyseenalaistetaan. On aika esitellä ajatus ketterästä vertaiskiihdyttämöstä.

2.

Yhdistä voimavarat

Mitä olemassaolevia voimavaroja voit tuoda mukaan? Peloton Club on hyvä tapa tuoda yhteen paikalliset yrittäjäyhteisöt, klusterit, hautomot, oppilaitokset, teollisuus ja kehittäjät.

3.

Luo tiimit

Peloton Clubin ydin ovat tiimit. Tiimit kilpailevat keskenään ja auttavat toisiaan. Tiimien luominen onnistuu innovaatioleireillä ja -kilpailuilla. Niiden lisäksi tiimit tapaavat pizzan ja oluen ääressä.

4.

Sparraa, kokeile ja skaalaa

Testaa, testaa ja testaa. Kannusta tiimejäsi jatkuvaan kokeiluun yhdessä käyttäjien kanssa. Kokeneet yrittäjät auttavat mielellään tiimejä. Peloton Clubin tavoitteena on tehdä vientiin skaalattavaa bisnestä.

IDEA 17

Teknologia muuttaa sinut

KUVA KAAPO KAMU

VASTOIN YLEISTÄ KÄSITYSTÄ, TEKNOLOGIAN TEHOSTUMINEN EI AUTOMAATTISESTI VÄHENNÄ PÄÄSTÖJÄ. TODELLISTA TEHOSTUMISTA TAPAHTUU KUN KÄYTTÄYTYMISEMME MUUTTUU, KIRJOITTAA ROOPE MOKKA.

Kun tulee puhetta energian riittävyydestä, ekokatastrofista tai resurssikriisistä, tiedämme mitä tehdä. Nyökyttelemme kohteliaan vaivaantuneesti. Niin, ilmastonmuutos on hirvittävä juttu, Filippiinien ja Norjan hirmumyrskyt eivät saa toistua. Lapsillamme pitää olla ruokaa, emmekä halua miljoonia ilmastopakolaisia rajallemme. Samalla pelkäämme, että bluffimme paljastuu. Pelkäämme, että joku kysyy, mitä pitäisi tehdä.

Voimme tietenkin väistää kysymykseen. Voimme siirtää pallon yritysjohtajille ja poliitikoille. Jos väistöliike ei onnistu, joudumme valitsemaan kahdesta vaihtoehdosta. Luonnonresursseista ja energiasta puhuminen pakottaa ennen pitkää valitsemaan kenen joukoissa seisomme, insinöörien vai viisastelijoiden.

On olemassa porukka, jonka mukaan teknologia ratkaisee kaikki ongelmat. Ruokaa tuotetaan tehokkaammin. Milloin mikäkin teknologian taikaluoti ratkaisee energiaongelmat. Autojen tehokkuus kasvaa vielä paljon, kuten myös lentokoneiden, asuntojen ja ruoan tuotannon. Elämä jatkuu samanlaisena kuin aemmilla sukupolvilla, vain sen moottorit tehostuvat. Ajatus on ihan uskottava. Hyödyntämätöntä energiaa on moninkertaisesti verrattuna hyödynnettyyn, ja uusia energianlähteitä löydetään jatkuvasti. Ihmisen kekseliäisyys on loputonta. Kutsutaan tätä porukkaa vaikka insinöörijengiksi.

Jos tämä ajatuskulku ei miellytä, sinun on valittava toinen joukko. Toisessa porukassa uskotaan ihmisten muuttuvan. Viisastumme ja alamme vähentää resurssien tarvettamme. Syömme kasvisruokaa, asumme pienissä asunnoissa lähellä palveluita ja pyöräilemme kaikkialle. Silloin kun lennämme lomille, viivymme pitempään. Ostamme vain palveluita ja laatua. Luomua ja läheltä. Tämäkin porukka on tavallaan oikeassa. Todellista tehokkuutta on vaikuttaa loppukäyttöön. Eikä teknologinen kehitys ei ole vielä osoittanut minkäänlaisia merkkejä taipuvaisuudesta resurssien tehokkaampaan käyttöön. Eivätkä uudet energiamuodot kehity, jos kaikki raha hassataan ydinvoimaan. Kutsutaan tätä porukkaa viisastelijoiksi.

Minulle tulee paha olo, kun ajattelen tätä keskustelua. Se käännetään päälle heti, kun pitäisi päättää, mitä teemme tälle ennennäkemättömän akuutille ongelmalle, joka vie lapsiltamme arvokkaan elämän pienimmätkin mahdollisuudet. Kinaamme milloin mistäkin teknisestä yksityiskohdasta samaan aikaan, kun juna kiitää hirvittävää vauhtia kohti vääjäämätöntä. Ravintolavaunussa tunteet leimuavat kun matkaamme **Pertti Salolaisen** sanoin ”ensimmäisessä luokassa kohti helvettiä”.

Ei ihme, että mitään ei tapahdu. Ei ihme, että ratkaisut ovat vaikeita. Ei ihme, että maailman suuriltakin ajattelijoilta puuttuvat tarvittavat ajatukset ongelman ratkaisuun. Ei ihme, että kestävälla kasvulla tarkoitetaan hyvinvointivaltion rahoitusta ja ei ihme, että seisomme kuin peura ajovaloissa. Ei ihme, että vaihdamme puheenaihetta ennen kuin bluffimme paljastuu.

Olemme jumissa. Ennen kuin voimme kääriä hihat, meidän tulisi muka valita, kumpaan uskomme: teknologian vai ihmisen kehitykseen. Mahdotonta!

Ehkä on kolmaskin tie. Insinöörijengin ja viisastelijoiden näkemykset eivät ole toisilleen vastakkaisia vaan perinjuurin virheellisiä. Ne perustuvat harhaiseen käsitykseen sekä teknologiasta että ihmisestä. Teknologia ja ihminen eivät pitkään aikaan ole olleet toisistaan erillisiä. Tämän pitäisi olla kaikille itsestään selvää,

jatkuu seur. sivulla >

jopa arkista tietoa. Hakkaamme ystäviemme seurassa älypuhelinta, asumme mukavasti kylmässä ja pimeässä maailman kolkassa, käymme päivittäin töissä kymmenien kilometrien päässä kodistamme ja syömme kesät talvet suomalaisia tomaatteja. Listaa voisi jatkaa loputtomiin.

Todellisuudessa ihmisen käyttäytymiseen ja sen muutokseen vaikuttaa aina teknologia. Meidän ei tarvitse – emmekä voi – erottaa munaa ja kanaa. Olemme jo siinä pisteessä, että teknologiaa on usein jopa vaikea muuttaa omaa käyttäytymistä. Uudet käytännöt ja tavat toimia voivat syntyä ja levitä erilaisissa harrastelija- ja friikkiporukoissa, mutta valtavirtaa niistä tulee vasta silloin, kun teknologinen kehitys levittää ne tasaisesti eri kansanosiin. Juuri sitä on liiketoiminnan skaalaaminen.

Ranskalainen sosiologi **Jacques Ellul** huomasi tämän ensimmäisten joukossa 1900-luvun puolivälissä. Ellulin mukaan elämme ”teknosfäärissä”, johon yhdistyvät massiiviset toisiinsa liittyvät teknologiat ja niitä hallitsemaan syntyneet teknokraattiset organisaatiot, suuryritykset ja valtionhallinto. Ellulin mielestä on täysin perusteetonta tehdä erottelua teknologian ja sen käytön välillä, sillä teknologialla on aina sosiaalisia ja psykologisia seurauksia.

Olemme siis läpikotaisin teknologisia, jo ennen kuin meihin on upotettu yhtään mikrosirua tai anturia. Käytämme kaiken aikamme joko istuen autossa, tuijottaen näyttöä, oleskellen lämmitetyissä sisätiloissa, syöden muuta kuin löytämäämme ruokaa, muuta kuin itse alusta loppuun valmistamamme vaatteet päällä. Istumme melko varmasti yrityksissä ja virastoissa, jotka näitä tuotantoteknologioita ylläpitävät. Tätä on teknosfääri.

Muutama vuosi sitten tapahtui jotain teknologisesti merkittävää. Kuluttajamarkkinat muuttuivat. Jos aiemmin piti paikkansa väite ”Mitä enemmän teknologia vaikuttaa käyttäytymiseen, sitä menestyksekkäämpi se on”, 2000-luvulla voi vielä pitää paikkansa väite ”ainoastaan käyttäytymiseen vaikuttavat teknologiat luovat lisäarvoa”.

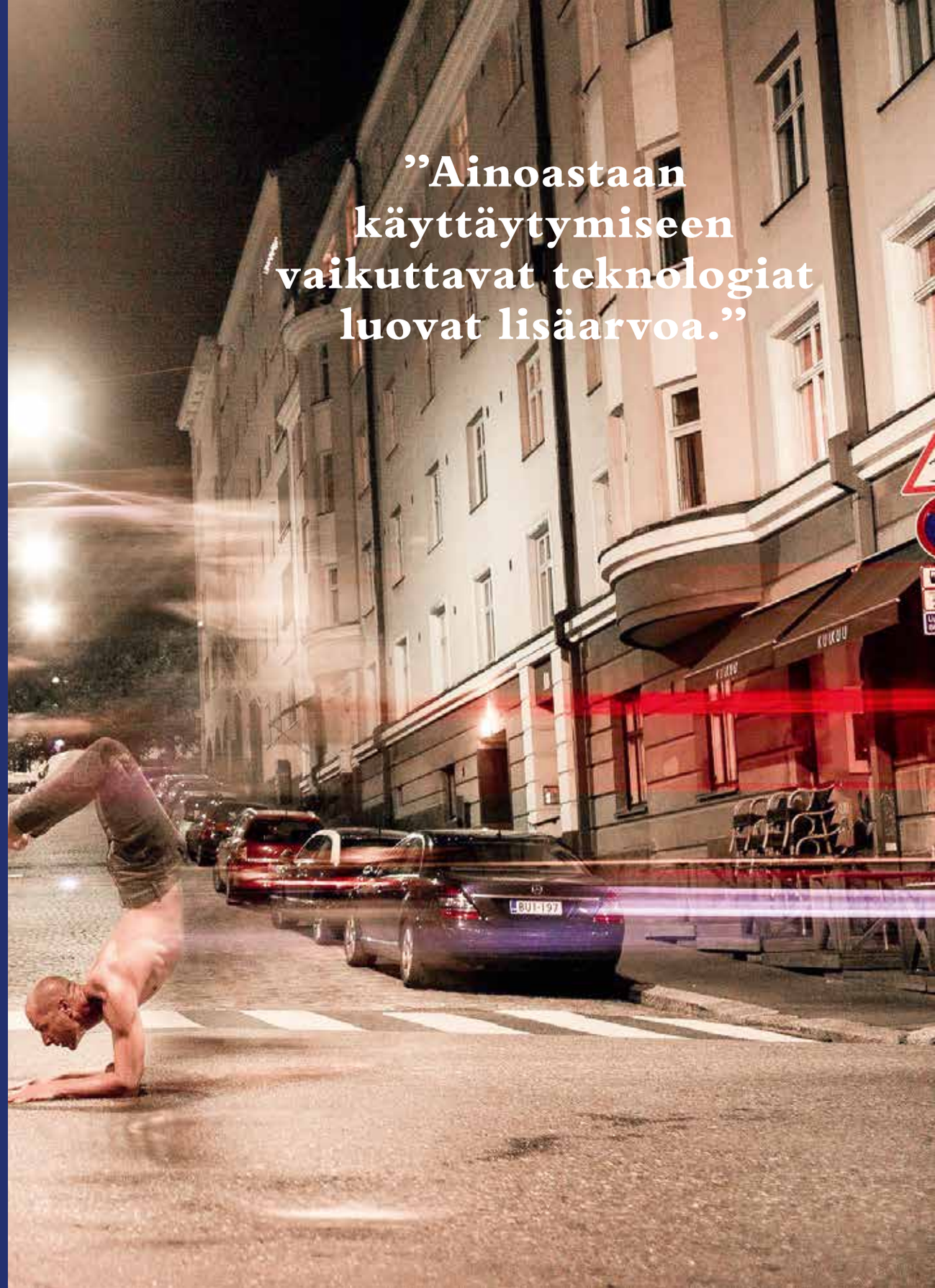
Kulutuskulttuurin ensimmäistä viittäkymmentä vuotta hallitsivat brändikokemukset. Nyt sitä hallitsevat käyttäytymisen muutokset. Applen puhelin ei upottanut Nokiaa, koska sillä oli arvokkaampi brändi. Päinvastoin – Apple upotti Nokian, vaikka sillä oli marginaalinen brändi. Apple tarjosi meille uuden tavan toimia. Google ei tarjonnut meille paremmin brändättyä arkistoa, vaan nyt saimme ensi kertaa kaiken informaation yhdeltä luukulta. Samaan tapaan Facebookia ennen ei ollut tapaa olla yhteydessä lähes reaaliaikaisesti niin läheisiin kuin kaukaisiin ystäviin. 2000-luvun teknologiat muuttavat käyttäytymistä ja saavat (kuluttaja)arvonsa siitä.

Missä ovat ilmastonmuutoksen Apple, Google ja Facebook? Miksi resurssikilpailu on saanut aikaan vain yhä kehittyneempiä kaivos- ja öljynporausteknologioita? Missä viipyvät teknologiat, joiden avulla voimme elää viisaammin? Missä ovat teknologiat, joiden ansiosta kaikki voivat syödä enemmän kasvisruokaa, asua pienessä asunnossa lähempänä toisia ihmisiä, töitä ja palveluita ja pyöräillä (hikoilematta).

Kutsutaan näitä teknologioita vaikka kuluttajamarkkinoiden clean techiksi. Ne vapauttavat hyvinvointimme päästöistä ja muuttavat tapaamme asua, liikkua ja syödä.

Millaisia nämä teknologiat sitten olisivat? Ne muuttavat tapaamme käyttäytyä suhteessa rakennuksiin, liikuttuihin kilometreihin ja ruokaan. Suhteestamme ei tule älykkäämpi, eli kyse ei ole smart home tai smart city -teknologioista, jotka hukuttavat meidät informaatioon kodistamme tai kaupungistamme. Kyse on smart tech -teknologioista, jotka muuttavat käyttäytymistämme.

Kutsutaan näitä teknologioita vaikka kuluttajamarkkinoiden clean techiksi. Ne ovat teknologioita, jotka vapauttavat hyvinvointimme päästöistä. Ne muuttavat tapaamme asua, liikkua ja syödä. Lomailla, huvitella ja käydä töissä. Kun joku seuraavan kerran kysyy sinulta, miten homma hoidetaan himaan, kerro hänelle kolmannesta porukasta. Kerro, että teknologiat ratkaisevat resurssikriisin, sillä ne muuttavat ihmisten käyttäytymistä.



YRITYKSET

Idea 4
Kyyti.net
sivut 24–25

Idea 5
PiggyBaggy
sivut 26–27

Idea 8
Weegos
sivut 28–29

Idea 9
Venuu
sivut 40–41

Idea 10
RePack
sivut 42–43

Idea 11
Sharetribe
sivut 44–45

Idea 12
ShowerMagic
sivut 46

Idea 13
Avanto
sivut 47

Idea 15
Let´s Eat Together
sivut 48–49

Idea 16
Ewäs
sivut 50–51

PELOTON

Julkaisija Demos Helsinki | www.demoshelsinki.fi
Päätoimittaja Roope Mokka | roope.mokka@demoshelsinki.fi
Toimitussihteerit Reettä Räty ja Ville Blåfield | www.rsb.fi
AD Rebekka Gröhn
Kirjoittajat Mikko Annala, Outi Kuittinen, Veikka Lahtinen, Juha Leppänen, Aleksi Neuvonen, Maria Ritola, Satu Lähteenoja | Demos Helsinki
Kuvat Maija Astikainen, Kaapo Kamu, Olli Karttunen, Tuomas Sarparanta, Noora Isoeskeli, Maria Miklas, Kaustisen kunta, Strategic Design Scenarios
Konseptointi Liisa Karttunen
Repro Otso Kaijaluoto, Kuvain | www.kuvain.com
Paino Printall, Tallinna 2013

www.pelotonclub.me

KUVA TIMO NOKO

Kiinnostuitko?
Kysy lisää Demos Helsingin resurssiviisaan talouden teema-alueen johtajalta Maria Ritolalta:
maria.ritola@demoshelsinki.fi

PELOTON

Peloton Club on vertaishautomo. Se on avoin ja ketterä tapa luoda uutta liiketoimintaa. Peloton Club skaalaa kokeilut kehittyväksi liiketoiminnaksi.

Peloton Clubin kasvuyritykset hyötyvät uudesta megatrendistä: raaka-aineiden ja energian lisääntyvästä hinnanvaihtelusta.

www.pelotonclub.me