

Yhteiskunnallisuutta startup-tohinaan

Sitran Peloton-hanke kehittää energiaa säästäviä ratkaisuja

Alkavissa kasvuyrityksissä ei ole kyse vain teknologiasta, ohjelmistoista tai rahasta. Startup-yrityksissä on myös mahdollisuus yhteisen hyvän tuottamiseen, esimerkiksi uusien energiaratkaisujen tai kestävän kehityksen innovaatioiden kehittämiseen. Ainakin näin uskotaan Sitrassa.

Sitran ja **Demos Helsingin** järjestämään Peloton Innovation Campiin viime viikon lopulla osallistui sata tiimiläistä, jotka kehittivät energiaviisaan talouden tuotteita ja palveluita.

Helsingin leirin yritysideoita olivat muun muassa mökkien jakamispalvelu, ruuan hävikin brändäminen ravintolakonseptiksi, energiankäyttöä havainnollistava sovellus sekä energiansäästöpalvelua tarjoava isännöintitoimisto.

Leirin voittajajoukko oli autojen yhteiskäyttöpalvelu Weego, joka hyödyntää joukkoliikenteen aikataulutietoja ja kertoo milloin on laina-auton sijaan fiksuinta mennä julkisilla.

Peloton toteuttaa Sitran visiota, jonka mukaan Suomi menestyy kestävän hyvinvoinnin edelläkävijänä, sanoo leirillä vierailut Sitran ylijohtaja **Mikko Kosonen**. Se tarkoittaa sekä taloudellista, sosiaalista että ekologista kestävyttä ja ihmisläheisyyttä.

"Peloton-leirien idea on, että ihmiset oppisivat itse ekologisuutta ja parhaassa tapauksessa siitä syntyy myös bisnestä", Kosonen sanoo.

Ajatus on, että kasvu tulee uusilta markkina-alueilta: maailman

Kuluttajien portinvartijat

Leirit ovat Sitran kolmevuotisen Peloton-hankkeen loppuhuipennus. Aiemmin Demos Helsingin tutkijatiimi on auttanut eri alojen yrityksiä kuten rakennustarvikeliikkeitä ja lounasravintoloita luomaan tuotteita ja palveluita, joiden avulla ilmastoystävällisistä vaihtoehdoista tulee helppoja.

Nämä yritykset ovat portinvartijoita: niiden myymät asuminen, liikkuminen ja syöminen tuotteet ja palvelut vaikuttavat tavallisen ihmisen energiankulutukseen.



GURU JA TIIMI. Kestävän liiketoiminnan apostoli Eric Lowitt (keskellä) tutustui Peloton-leirin voittajan Weego-tiimin jäseniin Timo Nurmeen (vasemmalla), Mikko Mäkipähän, Mia Lehteen ja Matti Tiaiseen.

sosiaalisten ja ekologisten ongelmien ratkaisuun auttavista innovaatioista.

"Maailmanparannusbisneksessä on hyödyntämätöntä potentiaalia ja sijaa innovaatioille."

Lisäarvon tuottaminen yhteiskunnalle ja siitä lähtevät innovaatiot olivat esillä näkyvästi viime tammiukuussa talouslehti Harvard Business Review'ssa.

"Sen jälkeen aihe on puhuttanut yrityselämää ympäri maailmaa", kertoo Demos Helsingin tutkija **Juha Leppänen**.

Peloton-leirillä oli mukana myös Harvard Business Review'iin ja Wall Street Journaliin kirjoittava **Eric Lowitt**.

Lowittin ajatus on, että kestävän

kehityksen huomioimisen kaikesa yrityksen liiketoiminnassa täytyy olla strateginen päätös.

"Kestävä kehitys ei ole hyväntekeväisyyttä, vaan kannattavuutta parantava bisnesstrategia", Lowitt sanoo.

Kyse on esimerkiksi ekologisuudesta tuotepakkauksissa niin, että ympäristön huomioon ottaminen on yritykselle erottautumiskeino.

Lowitt on nähnyt vastaavia energiakysymyksiin pureutuvia kehitystreffejä yhdysvaltalaisen yliopistojen kampuksilla.

"Useimmiten ideat lähtevät liikkeelle teknologiasta, mutta täällä ideat ovat syntyneet ihmisten tarpeista ja käyttäjistä."

ELINA LAPPALAINEN

Toiseksi kallein punkku jyrää

Alkon litramääräinen myynti kasvaa joulua edeltävänä kahtena viikkona noin 3,7 miljoonaa litraa eli lähes 100 prosenttia normaaliarvoista. Eniten joulun alla kasvattaa suosiotaan punaviini, erityisesti Alkon toiseksi kalleimman hintaryhmän (13-17 euroa) punaviini. Sen myynti kasvaa noin 400 prosenttia.

Saksa takana, Ruotsi edellä

Suomen talous kasvoi Eurostatin mukaan heinä-syyskuussa 0,9 prosenttia. Ei kaksinkertainen saavutus, mutta paljon parempi kuin koko euroalueen 0,3 prosenttia tai Saksan 0,5 prosenttia. Mutta Ruotsi keppi meidät taas 1,6 prosentin kasvullaan.

Miksel lentävä markka?

Tänään perjantaina eletään euron kohtalonhetkiä. Mitä sitten, jos EU-huippukokous epäonnistuu ja euroalue hajoaa?

Valtiovarainministeriön rahoitusmarkkinaosaston ylijohtaja **Pentti Pikkarainen** arvioi Sunnuntaisuomalaisessa, että eurosta irtautumisen jälkeen Suomen valuutta olisi todennäköisesti kelluva markka. Talouselämä tarjoaa ratkaisuksi kelluvaa, mutta samalla lentävää markkaa. Kuvan Angry Birds -satsasen suunnitteli **Eric Lerailliez**.

Näkyvyyttä ainakin juhlimekossa

Jos vihaiset linnut eivät yllä seteleihin asti, ainakin ne pääsivät presidentin itsenäisyyspäivän juhliin **Teija Vesterbackan** mekossa. Punaista Angry Birdsä muistuttava iltapuku ylitti kansainvälisen uutiskynnyksen useilla teknologiasivustoilla.

Teija Vesterbackan aviomies, Rovion markkinointijohtaja **Peter Vesterbacka** sanoi tällä viikolla Business Insiderissa, että yhtiö on ohittanut jo Googlen mobiililaitteiden näyttömainonnassa 10 miljoonalla mainosnäytöllä kuukaudessa. "Aloitamme vuoden 2012 isolla pamauksella", hän lupasi.

