



Ovatko yrityksesi SEPA-asiat jo hoidossa? Siirry SEPA-aikaan turvallisesti Visma Monipankilla

Visma Monipankki on kattava maksuliikenneohjelma pk-yritysten tarpeisiin.

Visman pankkiyhteysratkaisuja on toimitettu jo yli 25 vuoden ajan tuhansille suomalaisille yrityksille ja yhteisöille.

Visma Monipankilla siirryt SEPA-aikaan helposti, turvallisesti ja edullisesti.

Soita ja kysy lisää 0207 560 511
monipankki@visma.com, visma.fi/monipankki

Visma Monipankki
799 €
+alv 22%



Design-yrittäjät murttavat

Suomalaisten markkinointiponnistus tekee uuden designin tuoreita nimiä tutuksi Yhdysvalloissa

New York

Antti Mustonen
antti.mustonen@kauppalehti.fi

Suomalaiset suunnittelijat ja muotoiluyritykset esittäytyivät näyttävästi New Yorkissa järjestetyssä markkinointitapahtumassa viime viikonvaihteessa. Suomalaisista muotoilua liuttavan Straightforward-vientihankkeen tarkoituksena on saada uusille tekijöille jalansijaa Yhdysvaltojen markkinoilla.

Viestintä- ja manageriyritys Huippu Design Managementin johtajan **Laura Sarvilinnan** mukaan julkisuuden lisäksi tapahtuman tavoitteena on saada yhteistyömahdollisuuksia USA:ssa. Järjestäjät valitsivat tapahtumaan töitä, joissa on potentiaalia Yhdysvaltain markkinoille.

Hän korostaa, että tavoitteiden täyttyminen mitataan seuraavan puolen vuoden aikana. Sarvilinna on toiveikas ja luonnehtii hankkeen onnistuneen hyvin tähän mennessä.

Yhdysvaltojen suuruus, heterogeenisuus ja poikkeava lainsäädäntö asettavat kuitenkin haasteita muotoilun viennille.

– Koko Yhdysvaltoja ei voi halata samaan aikaan. Täytyy aloittaa sieltä, missä on alan tapahtumia ja ammatillaisia. Amerikkalaiset ovat innostuvaa kansaa ja ihastuvat helposti. Tuotteen, tarinan ja ajatuksen täytyy toimia ja ihastuttaa heti. Jos pääsee markkinoille, on oltava hyvä toimituskyky ja laatu kohdallaan.

Suomalaisen muotoiluviennessä kannalta kynnyskysymyksiä ovat usein myös taloudelliset resurssit ja vientiosaamisen puute. Sarvilinna kuitenkin korostaa, että pieni tekijä voi sumplia asiat uudella tavalla ja raikkaasti.

Lampulla maailmalle

Tapahtumassa esittäytyi nimekkäitä tekijöitä ja vielä tuotanto- ja jakelusemimuksia etsiviä muotoilijoita.

Lahten muotoiluinstituutista valmistuneen suunnittelijan **Jonas Hakaniemen** tavoitteena on tehdä Box Light -valaisimensa tunnetuksi Yhdysvalloissa. Hän on saanut valaisimelleen jo levityskanavan Design House Stockholmilta, joka valmistaa tuotetta lisenssillä ja aloittaa maailmanlaajuisen myynnin kesäkuussa.

– Kun avaat autotallin oven Suomessa, edessä on kaksi metriä lunta, mutta kun teet saman Yhdysvalloissa, sinulla on edessä maailman suurimmat markkinat, näin kaverini kuvaili USA:n markkinoiden potentiaalia. Kyllä se varmasti on niin, että kaikki on mahdollista, jos täällä lyö läpi, Hakaniemi sanoo.

Hakaniemen tuotteelle on hyvät lähtökohdat, sillä Design House Stockholmilla on seitsemän omaa myymälää. Lisäksi valmistajan tuotteita myynnissä 500:ssa vähittäismyymälässä Euroopassa, 200:ssa Yhdysvalloissa ja 100:ssa Aasiassa. Tuotteet ovat myös New Yorkin ja San Franciscon MoMA-museoissa.

Jälleenmyyjä haussa

PasPas-yhtiön suunnittelijat **Mari Isopahkala** ja **Tanja Sipilä** markkinoivat New Yorkissa Box Box -mattoa, joka on valmistettu kierrätetyistä, käsinkudotuista anatolialaisista villamatoista, jotka on värjätty ja muokattu

Straightforward

■ New Yorkissa 14.-17. toukokuuta, Meatpacking District Design '10 -tapahtuman yhteydessä

■ Manhattanin Meatpacking Districtille on keskittynyt runsaasti muoti- ja muotoilualan yrityksiä sekä myymälöitä, gallerioita ja ravintoloita

■ Chelsea Marketin näyttelymyymälässä oli töitä yli 50:ltä USA:n markkinoista kiinnostuneelta muotoilijalta ja yritykseltä

■ Järjestäjät evästivät muotoilijoita Design Bootcamp -vientikoulutusseminaarissa Suomessa maaliskuussa

■ Hankkeen järjestivät Suomen New Yorkin kulttuuri-instituutti, Suomen New Yorkin pääkonsulaatti, Huippu Design Management

■ Näyttelykuraattorit Paula Bello ja Teemu Oksanen

■ Tapahtuman tukijat Digium, opetusministeriö, Private Case, ulkoasiainministeriö ja World Design Capital Helsinki 2012

■ Straightforward on New Finnish Design -pilotihankkeen kolmas suomalaisen nykymuotoiluun keskittyvä tapahtuma.

Lähde: www.straightforward-design.net

uudelleen. Isopahkalan mukaan yrityksen tavoitteena on saada jälleenmyyjä Yhdysvalloista. PasPas on valmistautunut kasvattamaan tuotanto merkittävästi tilausten perusteella. Isopahkalan mukaan myös amerikkalainen manageri on tähtäimessä

–Tuotteemme on uusi ja olemme vasta hahmottelemassa markkina-alueena Skandinavia. Olisi hyvä saada myyntiin ja markkinointiin lisävoimia, sillä muotoilijana keskittyisi mielusti suunnittelutyöhön. Meidän mattomme kaltaisille tuotteille tuntuisi olevan markkinoita Yhdysvalloissa.



Valoa kansalle. Design-yrittäjä Jonas Hakaniemi otti vauhtia Box light -valaisimilla.

Majoitusliikkeiden käyttöasteet nousussa

Intialaisten ja kiinalaisten yöpymiset kovassa kasvussa

Esko Lukkari

esko.lukkari@kauppalehti.fi

Majoitusliikkeiden huonekäyttöasteet ovat kääntyneet Suomessa nousuun. Maaliskuun käyttöaste 51,1 prosenttia oli vajaat kaksi prosenttiyksikköä korkeampi kuin edellisvuoden maaliskuussa. Luku on yhä alempi kuin huippuvuosina 2006-2008.

Koko talven 2009-2010 yöpymiset olivat silti maaliskuun lopussa vielä 1,6 prosenttia miinuksella. Pudotus johtui ulkomailta tulleiden yöpyjien määrän 5,7 prosentin pudotuksesta.



NINA MÖNKKÖNEN/KL

Kotimaiset yöpymiset lisääntyivät 0,3 prosenttia.

Parhaimmat huonekäyttöasteet mitattiin hiihtokeskuksissa. Vuokattissa käyttöaste oli peräti 78,7 prosenttia. Levillä ylettiin 72,5, Tahkolle 71,1, Ylläksellä 67,5 ja Saariselällä 66,1 prosenttiin.

Muulla maassa hyvään käyttöasteeseen pääsivät esimerkiksi lentokenttäkaupunki Vantaa (66,1 %) , Kuopio (65,4 %) ja Oulu (64,3 %). Luvut käyvät ilmi Art-Travellin Tilastokeskuksen luvuista muokkaamista ennakkoluvuista.

Yksittäisistä kunnista, alueista tai keskuksista yöpymiset lisääntyivät muun muassa Helsingissä, Vantaalla,

Kasvua idästä. Turismi on kasvanut erityisesti Aasian maista.

Gartner: Älypuhelinmyynti kasvoi 49 prosenttia

Tutkimusyhtiö Gartnerin mukaan maailmanlaajuinen älypuhelinmyynti kasvoi 49 prosenttia tämän vuoden ensimmäisellä neljänneksellä. Gartner kertoi asiasta tiedotteella keskiviikkona.

Kasvu on nopeutunut, sillä viime vuoden viimeisellä neljänneksellä älypuhelinmyynti kasvoi 41 prosenttia.

Gartnerin tutkimusjohtaja Carolina Milanese kommentoi uutistoimis-

to Bloombergille Nokian käyttämän älypuhelinjärjestelmän Symbianin markkinaosuuden supistumista 44,3 prosenttiin samalla kun Symbianin myynti kasvoi kolmanneksen: - Paine Nokian keskimyymintihintaa kohtaan jatkuu.

Gartnerin mukaan ensimmäisellä neljänneksellä matkapuhelimia myytiin yli 314 miljoonaa kappaletta.

Maailman suurimman matkapuhe-

linvalmistajan Nokian osuus matkapuhelinten maailmanmarkkinoista oli 35 prosenttia eli 1,2 prosenttiyksikköä pienempi kuin edellisvuonna.

Markkinakakkosen Samsungin osuus oli 20,6 prosenttia. Toisen korealaisen LG:n osuus markkinoista oli 8,6 prosenttia.

RIMin osuus kasvoi 3,4 prosenttiin edellisvuoden 2,7:stä prosentista.

Japanilaisruotsalaisen Sony Ericssonin osuus putosi 3,1 prosenttiin ja amerikkalaisen Motorolan osuus kolmeen prosenttiin.

Kauppalehti

Saksa ei saa muita mukaan shorttauskieltoonsa

Saksa ei ole onnistunut saamaan muita maita seuraamaan lyhyeksi-myymintikieltoaan. Euroopan markkinoita valvova **Eddy Wymeersch** sanoo, että koko Euroopanlaajuinen myyntirajoitus on "epätodennäköi-

nen". Sekä Suomi että Alankomaat ovat sanoneet, että eivät aio ryhtyä samanlaisiin toimenpiteisiin.

Pyrkinessään rauhoittamaan euroalueen rahamarkkinoita, Saksan talousregulaattori BaF toimeenpani lyhyeksi-myymintikiellon, joka kestää 31.3.2011 saakka. Liike aiheutti sen, että osakkeet ympäri maailmaa lähtivät laskuun ja euro painui dollaria vastaan.

-Jos tukena ei ole Iso-Britanniaa, Yhdysvaltoja sekä koko muuta Eurooppaa, on tällainen ajanhaaskausta, sanoo BGC Partnersin markkina-analytikko **David Buik**.

Kauppalehti, Bloomberg

muotoiluvien patoja

ANNE PELTOLA



en maailmanvalloitukselle New Yorkissa. Suomalaisen järjestämä Straight Forward-markkinointiponnistus raivaa tietä 50:lle suomalaismuotoilijalle ja yritykselle Yhdysvalloissa.

Porissa, Kokkolassa, Lappeenrannassa ja Joensuussa.

Hiihtokeskuksista kasvua kirjattiin Himoksella, Rukalla ja Tahkolla.

Yöpymisen keskihinta oli majoitusliikkeissä maaliskuussa 49,06 euroa eli yli neljä euroa vuoden takaista alempi. Viimeksi maaliskuun keskihinta oli tätä alhaisempi vuonna 2005.

Korkeimmat yöpymisen keskihinnat kirjattiin pääkaupunkiseudulla. Hotellihuone Helsingissä maksaa keskimäärin 67,01 euroa. Vantaalla huoneen sen saa 64,05 eurolla ja Espoossa 60,68 eurolla. Suomen korkeimmat hinnat olivat Levillä 110, 2 ja Rukalla 109,95 euroa.

Ulkomailta tulleiden yöpymiset lisääntyivät maaliskuussa 4,8 prosenttia edellisvuoden maaliskuusta. Kotimaisten matkailijoiden yöpymisten

kasvu oli maaliskuussa vielä voimakkaampaa eli 10,5 prosenttia. Viimeisen 12 kuukauden aikana ulkomalaisyöpymiset ovat vähentyneet 473 000:lla eli 8,8 prosenttia.

Aasiasta tullaan

Eniten ulkomalaisyöpymisiä tuli maaliskuussa Venäjältä. Venäläisten määrä jopa kasvoi yhdeksän prosenttia. Seuraavilla sijoilla olivat saksalaiset, joiden määrä putosi 0,4 prosenttia ja britit, joille kirjattiin jopa 15,1 prosentin pudotus. Ruotsalaisyöpyjien määrä kasvoi 2,3 prosenttia.

Merkittävistä markkina-alueista voimakkainta kasvua kirjattiin Virossa 47,4 prosenttia. Kovaa kasvua on myös Aasian maista. Intialaisten yöpyjien määrä Suomessa kasvoi peräti 49,7 ja kiinalaistenkin 36,0 prosenttia.

Helpota yrityksesi kirjanpitoa ja kulujen hallintaa. Keskitä ostot Nordea Business MasterCardille.

Soita 0200 2121 (pvm/mpm) ma-pe 8-18 ja varaa aika tapaamiseen. Voit voittaa yrityksellesi ainutlaatuisen Myyntiboosti-paketin.

Kampanja-aika 17.5.-24.6.2010, lisätietoja kampanjasta nordea.fi/etuyrittajyys

nordea.fi

Nordea



Teemme sen mahdolliseksi

Nordea Pankki Suomi Oy