

Kauppalehti

KESKIVIikkona
26. Elokuuta 2015

IRTONUMERO 2,80€, TILATTUNA 1,44€/PV N:O 160 / 2015
WWW.KAUPPALEHTI.FI / MOBIILI: M.KL.FI / APP.KAUPPALEHTI.FI
PERUSTETTU VUONNA 1898

PEKKA KARHUNEN / KL



LUOTTAMUSLUJASSA. Maahanmuuttajien on tehtävä töitä saavuttaakseen suomalaisten luottamuksen, kertoo Florim Statovci (vas.). Purkutyönjohtaja Agron Mehmeti paiskii lujasti töitä.

Maahanmuuttajat töihin

Suomeen tulleet ulkomaalaiset työllistyvät usein yrittäjinä. Kokemuksesta he kertovat, että tärkeintä on saada suomen kieli haltuun nopeasti. UUTISET » 4-5

A UUTISET

Pelko voitti ahneuden markkinoilla

Professorit pitävät osakekurssien syöksyn syynä osittain robottikauppaa. »6

B MINÄ JOHDAN



Verkosto elättää yrittäjää

SAMAT SÄÄNNÖT. Martin Ahlberg on johtanut sekä isoja että pientä yritystä. Molemmat toimivat samoilla ehdoilla. »10-12

C PÖRSSI

Aktia uudistaa it-järjestelmät

Pari vuotta sitten aloitettu pankkijärjestelmän uudistus on testausvaiheessa.

»21



Tilaa oma Kauppalehti! Tutustu ajankohtaisiin tarjouksiin ja kestopilaajien etuihin osoitteessa www.kauppalehti.fi/asiakaspalvelu. Yhteystiedot: vaihde 010 665 101, Kauppalehti Asiakaspalvelu puh. 010 665 8100 sähköposti: kl.asiakaspalvelu@kauppalehti.fi

OMXH +3,83%

Minä johdan

B



NOPEAMMIN. "Paineet markkinoilla ovat kovat. Koko ajan on juostava nopeammin ja kauemmas, mutta pienempää korvausta vastaan", Martin

Verkostojen virit

Matkailualan nestori Martin Ahlberg heittäytyi kaksi vuosikymmentä sitten

Tukholma

Auli Mauno
Erja Lempinen, kuvat
auli.mauno@kauppalehti.fi

"Pienet yritykset ovat markkinoilla aivan samoilla ehdoilla kuin isot. Markkinoiden kovat ehdot pätevät kaikkiin." Matkailukonsultti **Martin Ahlbergin** mielestä tämä näkyy myös johtamisessa. Pieniä yrityksiä on johdettava siinä missä isojaakin. Ahlbergilla on takanaan pitkä ura isojen organisaatioiden palveluksessa.

"Isojen talojen paine on aika ikävä. Joku yrittää aina viedä tuolisi. Täällä ulkona sitä

tuolia ei edes ole, ei ole mitään. Mutta jos liikeideasi kestää, pystyt lentämään", Ahlberg filosofoi.

Ahlberg perusti pr- ja viestintäyrityksensä kaksikymmentä vuotta sitten. *Suomi-instituutin* naapurissa toimivalla firmalla on kaksi työntekijää: projekti- ja event-päälliköt. Toinen näistä on osapäivätoiminen. Töitä tehdään verkostossa: tarvittaessa käytetään assistentteja ja eri alojen ulkopuolisia osaajia.

"Ei se määrä vaan se laatu. Se on myös Suomen juttu!" aikoinaan nimen omaan Suomen

Fin-S Marknad & Kommunikation

Mikä: Martin Ahlbergin toiminimi (enskild firma).

Milloin: Perustettu 1995.

Henkilöstöä: Ahlberg plus kaksi henkeä.

Liikevaihto 2015: 3,5 miljoonaa kruunua.

Tulosarvio 2015: 300 000–400 000 kruunua.

LÄHDE: MARTIN AHLBERG.



Ahlberg sanoo.

täjä

johtajan paikalta yrittäjäksi. Johtaminen vaihtui yhteistyöksi.

ja Ruotsin välisenä sillanrakentajana aloittanut Ahlberg hehkuttaa. Nykyään Ahlbergin pelikenttä on koko Itämeren alue, Venäjä mukaan lukien.

Se, että Ahlberg lähti yrittäjäksi, liittyy sekin Itämereen. Virolaisen *M/S Estonian* upotessa syyskuussa 1994 Ahlberg oli juuri aloittanut silloisen *Silja Linen* Skandinavian-markkinointijohtajana. Onnettomuudessa kuoli noin 500 ruotsalaista. Ruotsalaisten risteilyhalut eli Siljan Skandinavian-markkinat katosivat yön yli.

”Koko bisnes häipyi lyhyellä tähtäyksellä.”

RUOTSIIN jo 1980-luvun puolivälissä siirtynyt Ahlberg haki töitä Ruotsista. Kun ei heti onnistunut, hän päätti uskaltaa ”hypätä ilman laskuvarjoa”. Ahlberg marssi pankkiin ja pyysi Siljan entisenä markkinointijohtajana 50 000 kruunun lainaa muun muassa tietokoneen ostoon.

”Pankin kysymykset olivat sitä luokkaa, että päätin aloittaa ilman. Kun olet 40 plus, olet jo vähän liian vanha, ja jos olet 50 plus, on jo

hyvin vaikeata. Oma yrittäminen voi sen sijaan viedä aika pitkälle.”

Vaimo **Eva** tuki hanketta. Ahlberg hankki toimitilat Tukholman keskustasta, ja tila-auton, seitsenpaikkaisen Pontiacin.

”Se kohotti itsetuntoa. Sitä tarvittiin, kun ei ollut tietoa liikeidean kestävydestä eikä siitä, minkä arvoista oma osaaminen todellisuudessa olisi.”

Viihtyisiin ullakkotiloihin majoittuneella konttorilla on hiljaista, kun *Kauppalehti* tapaa Ahlbergin heinäkuun alussa. Työntekijät,

Martin Ahlberg, 64

Kuka: Fin-S Marknad & Kommunikation -yhtiön omistaja-toimitusjohtaja
Koulutus: Åbo Akademi, opintoja 1972–75.
Ura: Kalastajatorppa 1975–80, Hotell Waskia 1980–84, Vasabåtarna 1984–85, Finska Turistbyrån 1986–1993, Silja Line 1994–95, konsultti omassa yrityksessä 1995–.
Perhe: ruotsalainen vaimo Eva, yhteinen poika ja Evan lapset.
Harrastukset: Golf, veneily, sieniretket torpalla Salassa, Ruotsissa.
Muuta: Isä kauppaneuvos Hugo Ahlberg, aikanaan tunnettu radioääni ja Saab-Scanian toimitusjohtaja.



URHEILUMIES. Martin Ahlberg oli aikoinaan lupaava jääkiekkoilijanuorukainen.

Martin Ahlbergin teesit

- 1 Älä** aina toimi kuten kaikki muut. Tämä voi olla sekä ongelma että vahvuus.
- 2 Älä** elä vanhoilla meriiteillä. Työ on jatkuvaa etsimistä, vanhat ansiot eivät tänä päivänä merkitse välttämättä mitään.
- 3 Arki** saa myös olla hauskaa. Töitä tehdään tosissaan, mutta liika totisuus ei ruoki luovuutta.

Martin Ahlbergin suosikkikohteet

- 1** Marrakech ja rantakaupunki Essaouira.
- 2** Istanbul.
- 3** Belgrad, ”uusi Berliini”.

puolalaistaustainen **Marta Wallin** ja keväällä yrityksessä aloittanut **Irma Aalto** ovat lomilla. Ahlberg itse riemuitsee vastikään saamastaan tarjouspyynnöstä.

”Isotkin yritykset tarvitsevat välillä meidän pienten apua. Pieni yritys pyörii vuorokauden ja vuoden ympäri. Kesälläkin firman on oltava auki koko ajan. Se vaatii itsekuria, itseluottamusta, aloitteellisuutta ja luovuutta.”

Alkukesästä Ruotsin media ja lobbausväki olivat kaikki Almedalenissa, Ruotsin isossa pr-tapahtumassa Vis- >>

Minä johdan

”Suomen ja Ruotsin erot ovat tasoittuneet, mutta edelleen olemme erilaisia samalla lailla kuin ennenkin.”

byssä. Mutta ei Ahlberg?

Ahlberg tietää, että matkailu on siellä laajasti edustettuna, ja voi olla ”virkavirhe” pyssyä poissa sieltä.

”Mutta rahkeet eivät yksinkertaisesti riitä kaikkeen.”

AHLBERGIN mukaan yrittäminen ei Ruotsissa ole niin helppoa kuin poliitikot väittävät.

”Se on oikeasti paljon hankalampaa, lähinnä veroihin ja palkkoihin liittyvän byrokratian takia. Kyse ei ole vain ruotsalaisesta vaan myös EU-byrokratiasta. Byrokratia nostaa yrityksen kustannuksia ja on suoranainen este yrityksen kasvattamiselle.”

Ahlberg osallistuu ahkerasti erilaisten matkailualan järjestöjen toimintaan, vaikka kiistää olevansa järjestöihminen. Järjestöjen kautta verkostoituminen on yksi tapa kompensoida omaa pientä organisaatiota.

”Olen kiinnostunut ihmisistä järjestöjen takana. Lisäksi toimintaan liittyy bisnesmahdollisuuksia”, nuorena myös diplomaatin urasta haaveillut Ahlberg perustelee.

KYMMENENNEN polven helsinkiläinen jääkiekkoilijanuorukainen Ahlberg aloitti matkailu-uransa helsinkiläisen hotelli *Intercontinentalin* piccolona. Etyk-kesää juhlinut *Kalastajatorppa* kutsui, kun juridiikkapitoiset valtiotieteen opinnot Turussa eivät oikein sytyttäneet.

”Matkailuala on muuttunut erittäin paljon, mutta alalle tullaan vieläkin aika keveällä koulutuksella. Nopein tie on aloittaa charter-yhtiön oppaana.”

Ahlberg sanoo pelkäävänsä, että sinänsä hyvä asia koulutustason nousu voi vähentää tunneosaamista. Matkailualalle ominainen tatsi voi olla uhattuna.

”Tekninen osaaminen on tietysti paikallaan. Kaikki on netissä, lukuja voi verrata pitkän poikin, tilastoja saa vaikka mistä. Mutta jos mukana ei ole tunnetta, ei ole myöskään lukuja, mitä katsoa!”

AHLBERG myöntää, että ilmiö voi koskea muitakin aloja. Eikä se merkitse sitä, että hän halveksisi teknistä osaamista, sitä monet asiakkaat edellyttävät tiedusteluissaan:

”Tässäkin firmassa numero-osaamista saisi olla nykyistä enemmän.”

Vuosikymmenten saarnaamisesta huolimatta matkailuala on Pohjoismaissa yhä monella tapaa lapsipuolen asemassa. Ruotsissa sentään on keksitty alaa kokoava ja ryhdistävä pr-henkinen termi ”besöksnäringen”. Myös turismi Ruotsiin jatkaa kasvuaan.

Toisaalta, ei Ruotsissakaan kohkata matkailualan startupeista, vaikka digitalisaatio ubereineen ja airbnbeineen myllää matkailua perusteellisesti.

”Huono arvostus voi olla koulutuskysymys, status ei riitä. Maailmalla matkailu on miljardibisnestä, kun taas täällä Pohjoismaissa aika pienimuotoista ja sirpaleista. Palvelutasokin hirvittää.”

Ahlberg muistuttaa, että matkailu on niistä harvoja aloja, joissa työpaikkoja ei voi automatisoida kokonaan tai viedä ulkomaille. Sitä paitsi Pohjoismailla on turisteille paljon annettavaa.

”Ehkä koko Eurooppa on kohta hyvä museo, jonne muiden kannattaa tulla.”

Matkailualan tukemisesta Ahlbergillä on selkeä käsitys:

”Minä en saa tukiaisia. Mutta tietysti julkinen tuki helpottaa myös konsulttien asemaa. Esimerkiksi täällä Ruotsissa virallisen Suomen pitäisi hyödyntää täysillä Suomen satavuotisjuhlia vuonna 2017.”



RUOTSIIN. ”Virallisen Suomen pitäisi hyödyntää myös matkailumielessä täysillä Suomen satavuotisjuhlia 2017.”

Johtamista Ahlberg opiskeli Siljan ja *Mekin* aikoina erilaisilla kursseilla. Alaisia hänellä on ollut Kalastajatorpan ajoista lähtien.

”URAN huippu taisi olla, kun olin Suomen matkailupäällikkönä Ruotsissa ja Silja halusi virkamiehen Skandinavian-markkinointijohtajaksi. Silja-aika oli sellainen kaupallinen kurssi, että ilman sitä en istuisi tässä.”

Siirtyminen kohta 30 vuotta sitten pysyvästi Ruotsin-markkinoille ei ollut Ahlbergille kulttuurishokki, työkokemuksensa ansioista hän tiesi minne oli menossa.

”Sittemmin Suomen ja Ruotsin erot ovat tasoittuneet ja hioutuneet, mutta edelleen me

olemme erilaisia samalla lailla kuin ennenkin. Suomenruotsalaisena kieli minulta sujuu, mutta muuten olen yhä suomalainen. Kun Ruotsi ja Venäjä pelaavat jääkiekkoa, niin todennäköisesti toivon, että Ruotsi saa takkiin.”

Konsulttina Ahlberg kutsuu itseään ”vahvistimestariksi”.

”Esimerkiksi kun suomalainen yrittäjä on tullut Arlandaan ja ottanut sen 3000 kruunun taksin: Pidän kädestä, avaan ovia, tulkiten kulttuurieroja. Kun vaikka istutaan tanskalaisten kanssa, niin pitää olla varovaisia.”

Entä matkailualan markkinointiosaaminen, onko se Ruotsissa parempaa?

”Kyse ei ole vain pidemmistä perinteistä ja

rikkaammasta maasta. Täällä on enemmän avoimuutta, kielitaitoa ja todellista mielenkiintoa markkinoita kohtaan. Ettei sanota niin kuin vitsissä, että ”Tulkaa saaristoon, mutta älkää tulko meille!” ■

Katso videolta Martin Ahlbergin haastattelu.

AVAA QR-KOODI PUHELIMELLASI

Windows Phone: Valitse alareunan valikkorivistä oikealta suurennuslasi. Paina alareunan sillmän kuvaa. Osoita kameralla ruutukoodia. Avaa linkki. Muut puhelimet: Lataa qr-kulija ja toimi ohjeiden mukaan.

