

Hupparihörhö ja bisnesmies

OPAS STARTUP-KULTTUURIN YMMÄRTÄMISEEN

Sami Kuusela

Kustantaja: TALOUSTIETO OY
Ulkoasu: MONENTEKIJÄT OY / KIRSI SUNDELL
Kannen kuva: TUOMO KOSTET
Painopaikka: UNIGRAFIA, HELSINKI 2013
ISBN 978-951-628-572-9
ISBN 978-951-628-573-6 (PDF)

Esipuhe

Tavallisen tuntuksena kesäkuisena päivänä startup-yrittäjä Sami Kuusela astui ovesta sisään ja alkoi myydä ideaansa EVA-pamfletiksi. Kyseessä ei ollut myyntitapahtuman kahden minuutin *pitch*, vaan vuolas esitys tulevasta jättiläispamfletista. Se uuvutti meidät niin, että jossain vaiheessa tarvitsimme ruokaa. Ehdotin pizaa, koska oletin sen miellyttävän startup-yrittäjää.

Toisella meistä oli huppari ja lätsä, ja se en ollut minä. Tunsin olevani näytelmässä, ja olinkin. Sen loppuratkaisu alkaa tämän julkaisun sivulta 7.

Hupparihörhö ja bisnesmies on tehty oppaaksi niille, jotka ottavat vastaan seuraavan Sami Kuuselan. Se on kulttuurinen käsikirja, jossa avataan toisilleen outojen heimojen tapoja kaaviokuvien ja rituaaliselostuksien. Siinä on paljon itseironiaa, kokemuksesta nousevaa huvittuneisuutta, mutta pohjalla ikävän vakavaa asiaa.

Vuonna 2007 suomalaiset pääomasijoitusyhtiöt sijoittivat Suomeen 107,8 miljoonaa euroa. Sijoituskohteita oli 275. Vuonna 2011 sijoituskohteita oli enää 185, ja rahaa liikkui 59,5 miljoonaa euroa. Toiminta oli pudonnut neljässä vuodessa puoleen. Ellei ”romahdus” olisi ilmauksena niin kulunut jatkuvassa liikkäytössä, sanoisin että kyseessä on romahdus.

Startupit ovat tärkeitä. Painotamme niitä puheissa ja korostamme, että epäonnistumiselle pitää antaa tilaa. Rovio on lämmittänyt meitä jo vuosia. Mutta missä ovat seuraavat startupien kotimaiset menestystarinat?

Toinen Kuuselan tuoma huono uutinen on se, että perinteiset teollisuudenalat ja startup-yritykset kulkevat kaukaa toistensa ohi. Pienet kasvuyritykset tekevät pelejä, puhelinsovelluksia ja erilaista mobiilikivaa, mutta missä on se hupparimies

joka marssisi sisään paperitehtaaseen ja vakuuttaisi tekevänsä kumouksen tehtaan märkäpäässä?

Kuusela haastaa perinteisen suomalaisen yrittäjämallin ja mielikuvan yrittäjyydestä – mallin joka on perustunut pankkilainoille, lomakkeille, kansallisille strategialinjauksille ja hiljaiselle puurtamiselle. Parhaimmillaan on saatu julkista tukea, ja edistyksellinen kunta on voinut pystyttää yrityshautomon tai jopa kiihdyttämön elinkeinotoimintaa edistämään.

Samaan aikaan startup-yrittäjän ongelmana ei ole kunnan peltihalli, vaan pimeä hotellihuone jonka viereisessä sängyssä kuorsaa jetlagiaan toinen huppari. Heitä odottaa aamulla kahden minuutin myyntipuhe Piilaaksossa, tuhansien muiden seassa.

Ja omilla tahoillaan suuret yritykset fokuosoivat ydintoimintoihinsa, ja niillä on huonosti aikaa ylivilkkaileville ideakauppiaille.

Näiden maailmojen välille Kuusela haluaa rakentaa yhteyden, keskustelunavauksen murjottavan murrosikäisen ja töistään uupuneen isän välille: ”Sydämessään murrosikäinen toivoo, että ovi aukeaisi ja isä sanoisi: *Tule syömään. Jutellaan. Noissa sun jutuissa on kyllä jotain tosi kiinnostavaa.*”

Kiitän Sami Kuuselaa intoutuneesta ja sujuvakielisestä suorituksesta, jolla hän todisti oman myyntipuheensa todeksi. Hupparihörhö ei aina muuta maailmaa, mutta panee ajattelemaan.

Helsingissä 29.1.2013

Matti Apunen

Johtaja

EVA

SISÄLLYS

Esipuhe

Aluksi	7
1 Teknokuplan häpeästä hurmokseen	11
Maailma muuttui	12
Startupin syntyminen	13
2 Yrityskulttuurin kummajainen	15
Perinteinen yrittäjä	16
Byrokraattinen yrittäjä	17
Nykyaikainen kasvuyrittäjä	19
Paras yrittäjä	21
3 Kasvuyritysten kehitysmää	22
Enkelitoiminta vaatimatonta	22
Riskisijoitukset vähissä	23
Julkista tekohengitystä	25
Exitejä hävettävän vähän	26
4 Herätys suuryritykset!	29
Maailmalla osataan	29
Todellisia läpimurtoja	31
Olemattomat kontaktit	32
Ja herätys myös startupit!	34
5 Miksi startupeihin kannattaa tutustua?	36
Osajia, teknologiaa ja liiketoimintaa	36
Yhteistyöllä näköalapaikka	37
Enkeli pääsee bändiin	38
Ota riski ja rikastu	40
Pelasta Suomi	41
6 Näin pääset piireihin	44
Tuttavat ja verkostot	45
Suuri ja kaunis ArcticStartup	46
Tapahtumia lähes joka viikko	47
Kilpailuista pikakatsaus	48
7 Startupin ytimessä: hupparihörhön asenne	51
Synnyimme globaaleiksi	51
Raha on vain väline	52
Uusi pukukoodi ja näennäinen rentous	53
Elämme hetkessä	55
Hehkumme energiaa	57

8 Näin arvioit startupia	58
Ymmärrätkö mitä yritys tekee?	58
Missä vaiheessa yritys on?	59
Keitä muita on mukana?	61
Tykkäätkö tyypeistä?	61
Myös sinua arvioidaan	63
9 Kaaos – kuinka voit auttaa	65
Sinulla on voimaa, startupilla ideoita	65
Osaamistasi tarvitaan	68
Älä hidastele	70
Myllerrys alkakoon	71
Lähteet	72

Aluksi: Kiva tutustua

Hei, olen Sami, tavallinen suomalainen startup-yrittäjä, hup-parihörhö. Jos kasvuyritykset kiinnostavat, tulet tapaamaan monia kaltaisiani lähiaikoina. Kiva tutustua.

Kuten monet meistä, olen ollut varma rikastumisestani jo monta kertaa. Perustin ensimmäisen yritykseni kuusitoista vuotta sitten kaverini kanssa. Se oli maailman ensimmäinen internetin äänisuunnittelutoimisto Klak.

Ei se sitten tullutkaan, vallankumous. Verkkoääni ei yleistynyt olettamallamme tahdilla. Vaihdoimme fokusta ja vuonna 2000 saimme sijoittajilta miljoonia markkoja rahaa. Meistä piti tulla verkon sisällöntuotannon ykkönen ensin Suomessa, sitten maailmalla.

Vuonna 2001 internet-ala ajautui kuitenkin kaaokseen, Eurocardit katkaistiin ja paniikkimieliala iski. Kansa nauroi meille pioneereille, sillä olimme olleet varmoja erinomaisuudestamme ennen törmäämistämme seinään.

Pari vuotta huohotin ja tein toimittajan töitä.

Vuonna 2005 perustin kavereideni kanssa seuraavan yhtiön, jonka nimeksi tuli Memorandum International. Keksimme täysin uudenlaisen tavan käyttää matkapuhelinta nauhurina.

Taas alkoi vallankumous. Yritimme patentoida tuotettamme. Patenttihakemus kaatui uuvuttavan, vuosia kestäneen taistelun jälkeen, mutta yhtiö jäi henkiin.

Seuraava firmani oli Sofanatics, josta tulikin jo pienimuotoinen kansainvälinen ilmiö. Kehittämässämme palvelussa maailman jalkapallofanit tapasivat toisiaan otteluiden aikana. Faniareenana toimi virtuaalinen katsomo, jossa käyttäjät saivat riehua, hyppiä, itkeä ja huutaa – aivan kuten oikealla stadionilla.

Olimme lähellä läpimurtoa. Teimme yhteistyötä muun muassa maailman suosituimman jalkapallojoukkueen FC Barcelonan ja USA:n koripalloliigan NBA:n kanssa.

Toissa syksynä pitkään kestäneet rahoitusneuvottelut amerikkalaisen riskisijoittajan kanssa kuitenkin kaatuivat. Aivan kalkkiviivoilla. Kitkuttelimme vuoden ja suljimme yrityksen syyskuun alussa.

En tiedä vieläkään, mikä Sofanaticsissa meni pieleen. Ehkä olimme liian aikaisin liikkeellä. Ehkä konseptimme oli liian kapea.

Ymmärrän vain, että startup-yrittäminen on vaikeaa. Ja onnistumiseen tarvitaan aina roppakaupalla onnea. Tiedän myös, että vuosi vuodelta minusta on tullut kovempi, kokeneempi ja kaikin puolin taitavampi.

Hurmoksesta huolimatta suomalaiset startupit voivat huonosti

Aina välillä uskoni horjuu. Mutta sitten saan taas kymmenen ideaa ja pääsen vauhtiin. Tälläkin hetkellä minulla

on muutama firma kytessä. En pysty elämään ilman unelmaa kansainvälisestä menestyksestä.

Vaikka ymmärrän, etteivät yritykset voi syyttää epäonnistumisistaan pelkästään kotimaataan, osoitan tässä pamfletissa, miksi Suomessa on erityisen vaikeaa olla startup-yrittäjä.

Julkisesta startup-hurmoksesta huolimatta suomalaiset startupit voivat huonosti. Pääsyy on kivikautisessa rahoitus- ja yrityskulttuurissamme.

Startupien saamien kotimaisten riskisijoitusten määrä on laskenut jo vuosikaudet. Vielä suurempia ongelmia on niin sanotussa exit-markkinassa.

Maailmalla menestyvä startup päättyy yrityskaupalla osaksi suurempaa yritystä tai listautuu pörssiin, mutta Suomessa ei tällaisia mahdollisuuksia ole. Vai kuinka monta kotimaista

kasvuyrityksen listautumista tai mojavaa startup-yrityskauppaa tulee mieleen?

Kun startup ei löydä kasvusiipiä kotimaasta, se joutuu hakemaan rahoittajia ja ostajia ulkomailta – usein liian varhain. Ja kun suomalaisia startupeja myydään ulkomaille, katoaa maastamme osaamista ja huippuluokan tekijöitä. Joku muu hyötyy meidän kasvukelpoisista yrityksistämme.

Kun startupit eivät löydä kasvusiipiä kotimaasta, joku muu hyötyy kasvukelpoisista yrityksistämme

Suomalainen yritysmaailma on jakautunut kahteen leiriin – perinteisen teollisuuden konkareihin eli patruunoihin ja startup-yrittäjiin eli hupparihörhöihin – eivätkä nämä kaksi maailmaa kohtaa.

Suuryritykset eivät osta startupeja, koska startupit eivät keskity oikeisiin toimialoihin, kuten kone- ja metsäteollisuuteen. Startupit eivät panosta oikeisiin toimialoihin, koska mahdollisuuksia yhteistyöhön tai exit-kaupoilla rikastumiseen ei ole.

Tilanne ei voi jatkua näin. Startupit tarvitsevat suomalaisten suuryritysten ja näissä rahansa tehneiden bisnesenkeleiden osaaamista ja pääomaa. Suuret yritykset taas voivat oppia startupmaailman iloisen anarkistisesta ja kekseliäästä asenteesta.

Uskon vilpittömästi, että bisnesmiehen ja hupparihörhö kohdatessa syntyy kipinöitä, joista syttyy uusia ideoita ja energiaa koko yhteiskuntaan. Talous kohenee ja Suomesta tulee kivempi paikka elää ja tehdä bisnestä.

Tämä pamfletti on ensimmäinen suomeksi tehty startup-kulttuuria käsittelevä teos. Se on suunnattu perinteisen liike-elämän edustajille ja toivon, että se auttaa ymmärtämään, mistä startupeissa on kyse. Mutta tärkein tavoitteeni on saada bisnesmiehet ja hupparihörhöt innostumaan yhdessä.

Pohjimmiltaan startupeissa on kyse uudenlaisesta asenteesta. Ideoiden ja keksintöjen arvostamisesta, tekemisestä ilman pelkoa epäonnistumisesta, sisäänrakennetusta kansainvälisyydestä ja ennen kaikkea rohkeudesta.

Startup on energiapommi. Hauskoja lukuhetkiä. Tykitys alkaa.

Sami Kuusela

<http://about.me/deepsami>

1 Teknokuplan häpeästä hurmokseen

Startup-yrittäminen on kovassa nousussa. Mediassa esitellään uuden sukupolven yrittäjiä, ja moni on hurmospäissään povannut startupien jopa pelastavan Suomen kansantalouden. Venäjän pääministeri Dmitri Medvedevkin kävi marraskuun valtiovierailullaan Aalto-yliopiston yrityskehittämössä näpelöimässä suomalaisten startupien tuotteita. Hyvä.

Vaikka startupeista on puhuttu Suomessa viitisen vuotta, ilmiö ei ole uusi. Startupien taustat löytyvät jo 1990-luvulta, jolloin teknologiafirmoja kutsuttiin multimedia-, peli- tai nettipajoiksi ja meitä yrittäjiä nörteiksi.

Kotitietokoneiden yleistyminen ja internetin läpimurto innostivat perustamaan uudenlaisia firmoja, joissa kansainvälisyys oli sisäsyntyistä. Bisneksestä tuli helposti monistettavaa, koska bittien kopioiminen on helppoa. Tuotantokustannukset laskivat, kun huipputuotteita pystyi rakentamaan aivan tavallisilla tietokoneilla.

Itsekin aloitin urani vuonna 1996 suomalaisen digialan pioneerissa To The Pointissa. Teimme cd-rom-esityksiä yrityksille. Monet työntekijöistä – esimerkiksi kansainväliseen menestykseen nousseen Sulakkeen perustajat Aapo Kyrölä ja Sampo Karjalainen – kävivät koodaamisensa ohessa lukiota. Pitsaa ja kokista kului, kun muutimme maailmaa.

1990-luvun lopussa alkoi sitten hulluttelu. Riskisijoittajat kiinnostuivat teknologiayhtiöistä, ja raha alkoi virrata. Muutaman vuoden kuluttua kaikki kuitenkin läsähti.

Tuli kupla. Teknologiabuumi, joka näkyy vieläkin epäluulona internet-yrityksiä ja meitä yrittäjiä kohtaan.

Maailma muuttui

Yhä edelleen tapaa ihmisiä, jotka muistuttavat meitä veteraaneja vuosituhannen vaihteen uhosta ja romahduksesta. Eikä heitä voi tästä syyttää.

Myönnän olleeni yksi niistä maailmanomistajista, jotka syylistyivät ylimielisyyteen, tuhlailuun ja kaikenlaiseen nulikkamaisuuteen. Se ikään kuin kuului kuvioon. Kun kupla puhkesi, me paperimiljonäärit ansaitsimme pilkan.

Alan ulkopuoliset suhtautuvat meihin vieläkin epäluuloisesti

Silti koko ajatus kuplasta on pakko kyseenalaistaa. Muutamassa vuodessa me hullut tyypit mullistimme maailman lopullisesti: ihmisten tapa kuluttaa mediaa muuttui, kaupankäynti verkossa yleistyi ja maailmasta tuli muutenkin pienempi paikka, kun kenet tahansa saattoi tavoittaa reaaliajassa.

Totta kai kuvittelimme kaiken muuttuvan liian nopeasti. Mutta eroa haaveidemme ja todellisuuden välillä oli vain hetki. Utopistisimpien firmojen kaatumisen jälkeen alettiin suurissakin yhtiöissä panostaa verkkoteknologioihin ja digiviestintään ja mummotkin löysivät tiensä nettikauppaan.

Mutta onhan se uskottavuustaakka, se leuhka hölmöily. Eikä siitä ole kuin reilut kymmenen vuotta. Ymmärtää kyllä, että alan ulkopuoliset suhtautuvat meihin vieläkin epäluuloisesti. Hybriksestä ojanpohjaan, onhan se hauskaa.

Olemme kuitenkin oppineet virheistämme. Samalla kun olemme säilyttäneet ennakkoluulottomuutemme ja rohkeutemme, toiminnastamme on tullut organisoituneempaa ja aikuisempaa ja bisnekseen on tullut uudet säännöt. Alalle on tullut myös paljon uusia yrittäjiä.

Haluan siis pyytää anteeksi millenium-toilailujamme. Voidaanko unohtaa menneet, nähdä lyhyessä historiassamme myös hienoja onnistumisia ja vaikka halata?

Startupin syntyä

Varsinainen peruskivi koko startup-toiminnalle laskettiin internetin ensimmäistä aaltoa seuranneessa Web 2.0 -vaiheessa noin kymmenen vuotta sitten. Silloin alettiin rakentaa sosiaalisia internet- ja mobiilipalveluita, joissa viestintä ei ollut enää yksisuuntaista, vaan käyttäjät tuottivat ylivoimaisesti suurimman osan sisällöstä. Tämä trendi on vahvistunut vuosi vuodelta ja johtanut nykyisten ykköspalveluiden, kuten Facebookin ja Twitterin voittokulkuun.

Aina ei historiaa kuitenkaan ymmärretä. Mediassa puhutaan startupeista aivan uudenlaisena kansanliikkeenä, ilmiönä, joka on muutamassa vuodessa pullahtanut pintaan Amerikassa ja kopioitu Suomeen. Hurmos on jopa humoristista.

Varsinkin Aalto-yliopiston startup-aktiiveista, näistä Teknillisen korkeakoulun ja Kauppakorkeakoulun ihmelapsista, on kirjoitettu laatulehdissä hampaattomasti. Punaposkisia bittipentuja on nostettu jalustalle ja lehteen painettu, kuinka opiskelijoiden firmat pelastavat Suomen kansantalouden.

Toissa vuoden elokuun Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä oltiin harvinaisen hurmaantuneita:

”He ovat liian kunnianhimoisia ja kaupallisesti suuntautuneita ollakseen hippejä. He eivät pelkää puhua isosti, mutta silti he motivoituvat selvästi jostain ihan muusta kuin rahasta. He tuntuvat ajattelevan, että jos tekee jotain kiinnostavaa, rahaa kyllä tulee aina jostain. He käyttävät uskaliaasti sanaa ”menesty”, mutta silti heidän suuhunsa tuntuvat sopivan paremmin sellaiset sanat kuin ”henkilökohtainen kehitys” tai ”oppiminen”.

No johan on superrotu! Espoossa haudotaan siis Suomen pelastajia, jotka rahaa tehdessään ovat kaupan päälle söpöjä.

**Startupien suurin
merkitys ei löydy
nuorisoliikkeistä**

On toki hienoa, että nuorten yritystoimintaa tuetaan pajaamalla heitä mediassa, mutta uskonnolliseen startup-hurmaan keskittymällä viedään uskottavuutta alalta. Startupien suurin merkitys ei löydy nuorisoliikkeistä.

Hurmosta paljon tärkeämpää on huomata, että teknologiayrityksistä on tullut mittakaavaltaan huomattavaa liiketoimintaa, ja niiden toimintatapoihin on tullut järjestelmällisyyttä. Alan tuotekehitys- ja analyysityökaluja sekä liiketoiminnan teoriaa on kehitetty vauhdilla.

Samalla rahoitusmallit ovat selkeytyneet, ja teknologian kehitys on vauhdittunut entisestään. Enää ei poukkoilla päättömästi, vaan tehdään tulosta.

2 Yrityskulttuurin kummajainen

Startup eroaa perinteisestä yrityksestä monella tapaa. Käytän tässä pamfletissa startupin synonyyminä sanaa kasvuyritys.

Ensinnäkin kasvuyritys on nuori, yleensä alle viiden vuoden ikäinen. Kasvuyrityksessä on myös jotain mullistavaa: oivalus, jota kukaan ei ole aiemmin toteuttanut, tai tekemisen tapa tai asenne, mikä tekee yhtiöstä ylivoimaisen sen kilpailijoihin verrattuna.

Erityispiirteidensä avulla kasvuyritys pyrkii valloittamaan maailman vauhdilla, mihin se tarvitsee riskirahaa. Startupin kasvu voi näkyä alkuvaiheessa suoraan liikevaihdossa tai esimerkiksi käyttäjämäärien kasvuna.

Kaikki kasvuyritykset tähtäävät kuitenkin taloudelliseen menestykseen. Suurella riskillä toimiva startup on myös herkkä kuolemaan, mikä tekee siitä nälkäisen ja rohkean, jopa hullunrohkean.

Suurin osa startupeista toimii internet- tai mobiilialalla, mutta esimerkiksi perinteisessä teollisuudessaakin tarvittaisiin kiipeästi kasvuyrityksiä.

Amerikkalainen kasvuyritysguru Steve Blank on määritellyt startupin blogissaan näin:

”Startup on organisaatio, joka on perustettu etsimään toistettavaa ja skaalautuvaa liiketoimintamallia.”

Blankin ajatuksen ydin on, että startup ei alkuaikoinaan yleensä tiedä, miten se tekee parhaalla mahdollisella tavalla rahaa. Startupilla on liike- tai tuoteidea, mutta se etsii kuumeisesti mahdollisimman kannattavaa bisnestä. Tästä syystä startup on liikkeissään erityisen notkea yritysmuoto.

Kun startup-yrityksiä vertaa muihin suomalaisiin tapoihin harrastaa liiketoimintaa, erityispiirteet huomaa helposti. Tutustutaan seuraavaksi kolmeen erilaiseen yrittäjätyyppiin.

Perinteinen yrittäjä

Suomalainen yrittäjä on lähtökohtaisesti nöyrä olio. Jo sanat ”yrittää” ja ”yrittäjä” sisältävät ajatuksen ponnistelun raskaudesta ja lopussa odottavasta tappiosta. On sääliittävä yrittää.

Jo sanat ”yrittää” ja ”yrittäjä” sisältävät ajatuksen ponnistelun raskaudesta

Vielä hetki sitten elimme maailmassa, jossa mies käveli hattu kourassa pankkiin, panttasi perheensä asunnon ja pystytti peltihallin pellon laidalle. Yrittäjä kulki kuolemanlaakson läpi – termi jolla yhä kuvataan yrittäjäkoulutuksessa yrityksen alkuvuosia – suuremman yhtiön alihankkijaksi.

Jos perinteinen yrittäjä oikein onnistui, hän sai vuosikymmenten aikana kasvatettua firmansa niin suureksi ja vakavaraiseksi, että saattoi haaveilla kansainvälistymisestä. Joka käännteessä hän joutui kuitenkin pelkäämään viranomaisia, sillä jos yksikin lomake jäi täyttämättä tai vero huomioimatta, hän saattoi joutua pulaan.

Rahoitus hoidettiin perinteisessä yrittämisessä pankkilainoilla, joiden takuiksi laitettiin henkilökohtainen omaisuus. Saattoi sitä joku vekseleihin nimiä pyydellä, mutta tästä seurasi jäytävää pelkoa toisen omaisuuden hävittämisestä.

Ainut helpotus arkeen tuli Lions Clubin saunailloista, joissa kylän porhot sopivat liiketoimistaan kuunneltuaan ensin alfaliikemiehen tarinoita idänkaupasta. Perheestään mies pysyi etäisenä ja naapurikateus teki katkeraksi.

Ajatus perinteisestä yrittämisestä on tylsä, ikävä ja pelottava – ja se on yhä voimissaan. Esimerkiksi Opetushallituksen Yrittä-

jjyysväylä-koulutuksen materiaaleissa kerrotaan, kuinka jo perustamisvaihe on ”yrityksen ensimmäinen kasvukriisi”, jonka jälkeen kuljetaan hätätilasta kriisiin kautta pulaan, kunnes kaikki ilo on puhallettu pois ihmisestä.

Yrittäjän taakkaa on lisätty harvinaisen kovalla rangaistuksen pelolla. Konkurssin tehneitä yrittäjiä rangaistaan luottotietojen menetyksellä ja velkavankeudella. Puhumattakaan epäonnistumiseen liittyvästä häpeän tunteesta, jonka vahvistamisessa kulttuurimme on ansiokas.

Kuka järjestysään oleva edes haluaisi yrittäjäksi tällaisessa ympäristössä? Kuka haluaisi elää jatkuvassa kriisissä, varsinkin jos epäonnistuttuaan on vaarassa joutua hylkiöksi ja pilkan kohteeksi?

Yrittäjyyden perisuomalaisessa määritelmässä on yksi syy, miksi me startup-ihmiset kuvittelemme keksineemme täysin uuden tavan harrastaa liiketoimintaa.

Byrokraattinen yrittäjä

Toinen tyypillinen suomalainen tapa ymmärtää yrittäjyyttä on nähdä yrittäminen byrokraatin silmin. Byrokraatti ymmärtää yrittäjän paineet ja haluaa keventää tämän taakkaa. Mikä sinänsä on ihan hienoa. Jotain tehdäkseen byrokraatti keksii kasvuyrityshankkeita, tukiohjelmia ja muuta bisnekseen hyvin ohuesti liittyvää puuhaa.

Yksinkertainen ajatus kasvuyrityksestä muuttuu mössöksi, kun mukaan sotetaan alueelliset työllistämistavoitteet, raportointivelvollisuudet ja kansalliset strategialinjaukset. Kaikki kuorrutetaan lomakkeilla. Byrokraatti ei ole itse koskaan omistanut firmaa, sillä jos hän olisi, hän keskittyisi tehokkuuteen.

Otetaan esimerkki: valtiollinen kasvuyritystoiminta. Siitä on ilo kaukana, vaikka sillä tarkoitetaankin hyvää.

Alueellinen innovaatiojärjestelmämme on kömpelö aparaatti

Alueellinen innovaatiojärjestelmämme on harvinaisen mutkikas ja kömpelö aparaatti. Miksi esimerkiksi halutaan, että yrittäjät pitävät firmansa maakunnissa? Eikö pitäisi toimia siellä, missä se on taloudellisesti järkevintä?

Byrokraatin asettamat työllistämistavoitteetkin ovat täydellisessä ristiriidassa kansainvälisen kasvuyritysjattelun kanssa: pärjätäkseen globaaleilla markkinoilla, yrityksen tulee palkata pelkästään huippuja ja näitäkin mahdollisimman vähän. Toiminnasta tulee tehdä mahdollisimman monistettavaa ja automaattista, jolloin työvoimaa tarvitaan vain pakollisiin toimiin, kuten kehitykseen, markkinointiin ja myyntiin.

Kun tätä pamflettia varten tutustuin esimerkiksi paperiteollisuuden kasvuyrityshankkeisiin, turhauhin niin syvästi, että oli pakko huutaa. Tässä yksi esimerkki fyysistä kipua aiheuttaneesta ”innovaatiohankkeen kuvauksesta”:

”Nyt käynnistyvässä Metsäklusteri Oy:n ja uusiutuva metsäteollisuus klusteriohjelman yhteisessä pilot-hankkeessa keskisuomalaisilla yrityksillä on mahdollisuus tutustua ideoihin ja jalostaa niitä eteenpäin. Tässä jalkauttamisprojektissa on tavoitteena luoda uutta ja kehittää olemassa olevaa liiketoimintaa, sekä luoda holistinen malli, miten Strategisista huippuosaamisen keskittymistä (SHOK) sekä Uusiutuva metsäteollisuus -osaamisklusterista tuotettua innovaatio- ja tutkimusmateriaalia voidaan tehokkaasti hyödyntää maakunnissa toimivissa pk-yrityksissä.”

Häh? Ihanko ”pilot-hanke”? Ja ”osaamisklusteri”, jossa tuotetaan ”innovaatio- ja tutkimusmateriaalia”?

On myös ilmeisen tärkeää, että ”innovaatiohankkeen” tuloksia ei hyödynnetä muualla kuin ”maakunnissa toimivissa pk-yrityksissä”. Ei muuta kuin into pintaan ja Suomi nousuun, vai mitä!

Olisiko ollut fiksumpaa kannustaa paperiteollisuuden kirkkaimpia aivoja perustamaan omia yrityksiä ja jakaa syntyneille firmoille yhteiskunnan tukea mahdollisimman vapaassa muodossa? Olisiko pitänyt tarjota taitavimmille tyypeille mahdollisuus rikastua?

Startupissa keskitytään innostukseen, oivalluksiin ja osaamiseen

Byrokraatin yrittäjä-käsityksessä startup-maailmasta tuttu kasvun palvonta yhdistyy aluepolitiikkaan ja perisuomalaiseen nöyryyteen. Yhtälö on mahdoton. Kuinka kukaan voi valloittaa maailman, jos yrityksen taustalta löytyy joku ”jalkauttamisprojekti”?

Byrokraatin näkemyksellä kasvuyrityksestä ei ole mitään tekemistä startup-toiminnan kanssa.

Nykyaikainen kasvuyrittäjä

Viime vuosina yleistynyt startup-toiminta on perinteistä suomalaista yrittäjyyttä selkeämpää, kunnianhimoisempaa ja kansainvälisempää. Se tuntuu keveämmältä kuin byrokraatin näkemys yrittämisestä, sillä startupissa keskitytään innostukseen, oivalluksiin ja osaamiseen.

Nykyaikaisen kasvuyrittämisen ytimessä ovat osaavat henkilöt, joilla on liikeidea. He pyrkivät jalostamaan ideastaan mahdollisimman kannattavaa liiketoimintaa mahdollisimman nopeasti. Suurin osa energiasta käytetään tämän päämäärän saavuttamiseksi. Turha tärkeily, byrokratia ja muu varsinaista tekemistä häiritsevä toiminta pidetään minimissä.

Yhtiöiden rahoitus hoidetaan maailmalta kopioidulla riskirahoitusmallilla (kuvio 1). Malliin kuuluu, etteivät yrityksen perustajat yleensä itse sitoudu rahallisesti yhtiöönsä esimerkiksi lainaamalla pankista rahaa, mikä helpottaa heitä riskinotossa.

Alkuvaiheessa tehdään lujasti töitä ilman palkkaa. Kun idea on jalostunut, haetaan siemenrahaa.

Siemenvaiheessa sijoittajiksi tulevat bisnesenkelit ja alkuvaiheen rahoitukseen keskittyneet yritykset. Pääomaa voidaan saada myös valtiolta.

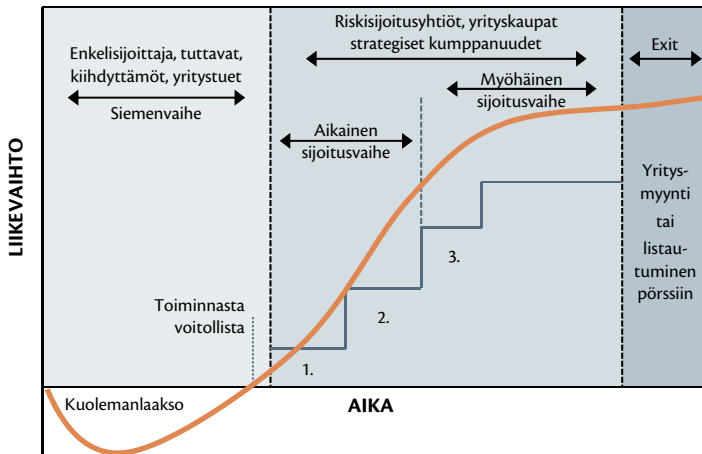
Kun tuote on saatu markkinoille, tarvitaan lisää rahaa. Tällöin mukaan tulevat pääomasijoitusyhtiöt.

Kun yhtiö kasvaa edelleen, järjestetään taas uusia sijoituskiertoja. Tavoitteena on, että jokaisella kierroksella yhtiön arvo kasvaa.

Lopulta – usein jo muutaman vuoden kuluttua perustamisestaan – yritys joko katuu tai se onnistuu tekemään exitin, eli se myydään isommalle yhtiölle tai listataan pörssiin. Jos exit saavutetaan, perustajat ja kaikki yritykseen sijoittaneet rikastuvat huomattavasti.

Jos yritys kaatuu, startup-yrittäjät laittavat uutta matoa koukkuun ja perustavat uuden firman. Jos he taas onnistuvat tekemään exitin ja rikastumaan, he sijoittavat rahaa uusiin yrityksiin tai startup-rahastoihin.

Kuvio 1 Startupin rahoituksellinen elinkaari



Lähde: Wikipedia (muokattu).

Konkurssia ei startup-toiminnassa liiemmin pelätä. Koska tavoitteet ovat kovat, epäonnistumisen riski on erittäin suuri. Riskirahoitusmalli takaa, etteivät yrittäjät joudu suuriin henkilökohtaisiin vaikeuksiin, vaikka yritys kaatuisikin.

Startup-yrittäjä ei yleensä koe yksittäistä yritystään elämäntehtäväkseen, vaan näkee sen osana elämäntarinaansa. Startup-yrittäjä on lähtökohtaisesti sarjayrittäjä.

Paras yrittäjä

Startup-yrittäjä on näistä kolmesta ehdottomasti paras yrittäjä, ainakin kansantalouden kasvun kannalta.

Toki myös perinteisiä yrityksiä tarvitaan, ei tässä pelkillä päiväperhosilla pärjätä. Vakaat perusfirmat takaavat jatkuvuuden ja toimeentulon valtavalle määrälle suomalaisia.

Mutta startup-henkiset yritykset voivat avata täysin uudenlaisia bisnesalueita sekä itselleen että suuremmille yhtiöille. Ainoastaan startupit ovat tarpeeksi vapaita ja rentoja tekemään jotain radikaalisti uutta, ilman jähmettävää pelkoa epäonnistumisesta. Startupeista hyötyy koko Suomi.

Tarvitsemme myös byrokraatin näkemyksen mukaisia yrittäjiä, koska... Noh... Olisiko siksi, että maakunnissa tarvitaan työpaikkoja? Ei.

Koska loisinfektion lailla leviävät yritystukikonsultit tarvitsevat asiakkaita? Ei... En pysty vakuuttamaan itseäni tästä.

Kyllä se niin on, että tarvitsemme mahdollisimman kunnianhimoisia startupeja. Väittäisin näin, vaikken olisi itse kasvuyrittäjä.

Startupit voivat kuitenkin Suomessa huonosti. Miksi näin on?

3 Kasvuyritysten kehitysmaa

Juhlapuheissa puhutaan kasvuyritystoiminnan tärkeydestä. Poliitikot puoluekannasta riippumatta taputtavat meitä yrittäjiä selkään, ja startup-puuhailu on kaikista hirmuisen kivaa. Julistetaan kilvan tahtoa tehdä Suomesta Pohjolan Piilaakso.

Unelmissa Suomessa olisikin valtava kirjo yrityksiä. Varsinkin startupeja olisi enemmän kuin nyt, ja niistä jokaisella olisi halutessaan mahdollisuus kasvaa.

Onnistujia pidettäisiin esikuvina. Lukisimme aamun lehdestä menestystarinoita sankareista, jotka olisivat rikastuneet oivaluksilla ja ankaralla työllä. Nämä ylistetyt hahmot olisivat perustaneet yrityksen, hankkineet sille rahoituksen, saaneet sen kasvamaan ja päässeet nauttimaan työnsä hedelmistä.

Suuret yritykset hyötyisivät pikkufirmojen notkeudesta ja kekseliäisyydestä. Nuorempi sukupolvi esittelisi ideoitaan kokeneemmille yrittäjille, ja patruunat auttaisivat junioreita kemuksellaan ja kontakteillaan.

Emme kuitenkaan elä unelmamaailmassa. Elämme kasvuyritysten kehitysmaassa, joka on täynnä tyhjää höpinää ja epärealistisia haaveita.

Enkelitoiminta vaatimatonta

Kasvuyrityksen alkuvaiheen rahoitus hoituu yleensä enkelisijoittajien, yrityskiihdyttämöjen ja julkisen tuen avulla. Näistä parhaiten bisneskulttuurin ilmapiiristä kertoo enkelisijoituksen määrä, sillä eniten uskoa sijoittamiseen vaaditaan, kun laitetaan peliin ikiomaa rahaa.

Suomessa enkelisijoitustoimintaa on harrastettu hillitysti, vaikka muutamia järjestöjä on yksityissijoittajille perustetukin. Suurimman enkeliverkoston Finnish Business Angels Networkin koordinaattori Claes Mikko Nielsen määrittelee suomalaisen enkelitoiminnan vielä vaatimattomaksi.

Kotimaisten riskisijoitusten määrä on lähes puolittunut

”Uudessa-Seelannissa on 4,4 miljoonaa asukasta ja kuusitoista alueellista enkeliverkostoa, joissa on 600 rekisteröityä jäsentä. Meillä Suomessa on neljä enkeliverkostoa, joissa on noin 450 jäsentä”, Nielsen vertaa.

Vuoden 2011 alkupuoliskolla Finnish Business Angels Networkin jäsenet tekivät 44 rahasijoitusta ja mediaanisijoitus oli noin 40 000 euroa. Ei siis päätä huimaa.

Riskisijoitukset vähissä

Kun tutustutaan tarkemmin pääomasijoitusten määrään, alkaa käydä selväksi, että riskisijoitukset startupeihin ovat Suomessa tiukassa. Samaan aikaan kun valtamedia hehkuttaa startup-huimaa, kotimaisten riskisijoitusten määrä on lähes puolittunut viimeisen viiden vuoden aikana (taulukko 1).

Taulukko 1 Suomalaisien pääomasijoitusyhtiöiden kotimaiset sijoitukset

	Sijoitukset, milj. euroa	Sijoitusten lukumäärä
2007	107.8	275
2008	82.8	290
2009	76.9	250
2010	87.0	233
2011	59.5	185
2012*	34.8	103

* Tiedot tammi-kesäkuulta.
Lähde: Suomen pääomasijoitusyhdistys.

Riskisijoitusten määrän selvä notkahdus vuonna 2009 voidaan selittää taantumalla, joka pani rahahanat kiinni. Mutta eipä pääomasijoitusmarkkina ole senkään jälkeen kovin riva-kasti elpynyt.

Voi hyvin kysyä, voiko todellista startup-ilmiötä olla edes ole-massa, jos suomalaisten rahoitusyhtiöiden panostus ja ilmei-sesti myös usko kasvuyrityksiin on vähentynyt.

Suomen vanhimman aktiivisen venture-rahaston Nexit Ven-turesin perustajan ja toimitusjohtajan Artturi Tarjanteen mu-kaan Suomen tilanne on huono – pääomaa uusille venture-rahastoille ei yksinkertaisesti löydy.

”Jos vuosittain sijoitetut eurot suhteutetaan bruttokansan-tuotteeseen, Suomessa ollaan todella kaukana Yhdysvalloista ja myös parhaista Euroopan maista”, arvi-oi Tarjanne.

**Onnistumisia saadaan
siellä, missä on hyvä
exit-markkina**

Sijoituskohteita kyllä löytyy. Tarjanteen mukaan kaikki venture-rahastoihin saa-

dut rahat sijoitetaan. Mutta pääoman kerääminen on vuosi vuodelta vaikeutunut.

”Kun vielä vuosituhanteen vaiheessa riskipääomaa sijoitettiin 175 miljoonaa suomalaisiin yrityksiin, viimeisen vuoden ai-kana summa on kutistunut 70 miljoonaan euroon”, Tarjan-ne sanoo.

Yksi syy pääomasijoitusten supistumiseen löytyy eläkeyhtiöis-tä. Ne ovat pettyneet riskirahastojen tuottoihin ja vetäneet ra-hansa pois.

”Hyviä tuottoja löytyy pääasiassa Pohjois-Amerikasta. Voi-daan sanoa, että onnistumisia saadaan siellä, missä on hyvä exit-markkina”, korostaa Tarjanne.

Kun startup ei saa kotimaasta rahaa, se hakee investoijansa ul-komailta. Silloin omistusta katoaa Suomesta ja todennäköisyys

koko yhtiön myyntiin ulkomaille kasvaa. Suomalaisten kasvuyrittäjien menestyksestä hyödytään siis muualla kuin meillä.

Julkista tekohengitystä

Rumista luvuista huolimatta on viime vuosina hoettu, että startupit saavat helposti rahaa toimintansa starttaamiseen. Ho-kema voi selittyä sillä, että yksityisen rahan puutetta paikataan julkisella rahoituksella.

Jos julkinen rahoitus vietäisiin pois, startup-kulttuuri kuolisi. On siis pakko kiittää varsinkin Tekesiä. Lähes kaikki varteenotettavat startupit kun saavat tukea esimerkiksi Tekesin nuorten innovatiivisten kasvuyritysten rahoitusohjelmasta (NIY). Tekes rahoittaa ohjelmaan pääsevien yritysten vähennyskelpoisista kuluista (palkoista, matkoista, ostopalveluista) jopa 75 prosenttia.

NIY-ohjelma on hyvä esimerkki onnistuneesta julkisesta tuesta. Kun tek-noraamattu Wired-lehti julkaisi puolitoista vuotta sitten listan Suomen kuumimmista startup-yrityksistä, suurin osa firmoista kuului juuri Tekesin NIY-ohjelmaan. Mukana oli myös osakkuusyhtiöni Sofanatics.

Tutkimusyhtiö Etlatiedon toimitusjohtaja Petri Rouvinen on yrittänyt kaivaa esiin lukua, joka kertoisi julkisen rahan määrän suomalaisissa alkuvaiheen pääomasijoituksissa. Sellaista ei tilastoista kuitenkaan löydy.

”Potista yli puolet on julkista rahaa, kun eläkesijoittaminen, kuntien sijoitusyhtiöt sekä osuudet yksityisissä rahastoissa ja rahastojen rahastoissa huomioidaan”, Rouvinen arvioi.

Miksi julkinen rahoitus on sitten väärin? Ei se olekaan väärin, mutta parempi vaihtoehto olisi, että startup-yrityksemme

Arviolta yli puolet alkuvaiheen pääomasijoituksista on julkista rahaa

olisivat kiinnostavia myös suomalaisille rahoitusyhtiöille sekä varsinkin suurille yrityksille.

Tilanne olisi terveempi, jos julkisen rahan määrää voitaisiin vähentää ja antaa markkinoiden päättää, mikä bisnes lentää ja mikä ei. Nyt virkamiehet joutuvat miettimään suomalaisen liiketoiminnan tulevaisuutta.

Exitejä hävettävän vähän

Alkuvaiheen rahoitusta kenties vielä keskeisempi startupin menestyksen mittari on exit eli irtautuminen. Exitillä tarkoitetaan startupin myymistä toiselle yritykselle tai startupin listamista pörssiin.

Yrityskaupat ovat ehdottomasti yleisin tapa onnistua startup-yrittäjänä. Konsulttiyhtiö Ernst & Youngin tilastojen mukaan pääomasijoitusta hankkineiden länsimaisten yritysten exiteistä 80–90 prosenttia toteutuu yrityskauppoina.

Exiteillä on merkitystä myös kasvuyrityskulttuurin sisällä: jos joku menestyy, se kannustaa muita ponnistelemaan ja yleensä raha laitetaan kiertoon joko perustamalla uusia firmoja tai sijoittamalla muihin startupeihin.

Kaiken lisäksi suomalaiset exiitit ovat vähentyneet jatkuvasti

Ruotsalainen pääomasijoitusyhtiö Creandum on kerännyt dataa pohjoismaisista startup-exiteistä (kuvio 2). Syksyllä julkaistut tilastot ovat surullisen huonoja Suomen näkökulmasta katsottuna.

Ruotsalaiset startup-yritykset ovat tehneet 208 exitiä, joiden yhteenlaskettu arvo on ollut 10,9 miljardia euroa. Samaan aikaan Suomesta on myyty tai listattu 70 teknologiayritystä yhteisarvoltaan 3,1 miljardia.

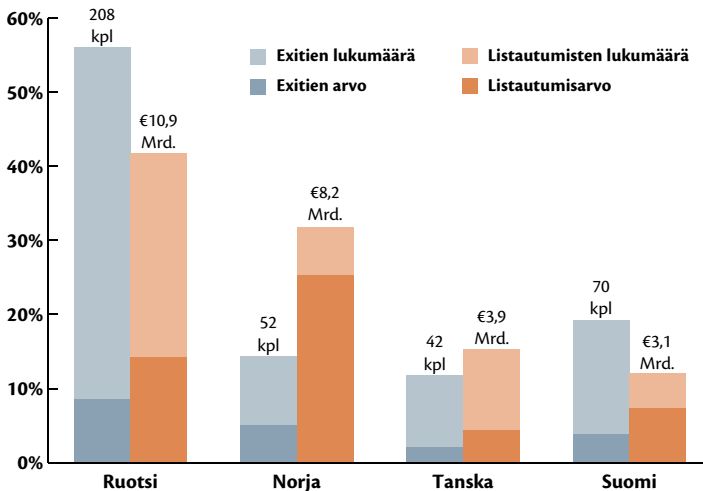
Olemme onnistuneet surkeasti verrattuna naapureihimme. Kaiken lisäksi suomalaiset exitit ovat vähentyneet jatkuvasti vuodesta 2001 lähtien.

Tätä pamflettia varten tapasin suuren joukon sijoittajia, yrittäjiä ja yhdistysväkeä. Kukaan juttukumppaneistani ei muistanut viime vuosilta yhtään merkittävää kauppaa, jossa suomalainen kasvuyritys olisi myynyt osakekantansa isommalle suomalaiselle yhtiölle.

Onhan alalla toki muutama pienempi yrityskauppa ollut, lähinnä media-alalla. Vuonna 2006 Yhtyneet Kuvalehdet (nykyisin Otavamedia) osti käytettyjen autojen kauppaan erikoistuneen Nettiauto.comin. MTV taas hankki portfolioonsa viime syksynä Eat.fi-ravintolapalvelun, ja uutislinkkejä keräävä Ampparit.com meni tänä vuonna sekin Otavamedialle.

Lähimpänä todellista exit-kauppaa oltiin vuonna 2009, kun Nokia osti Marko Ahtisaaren ja hänen kansainvälisen kaveri-

Kuvio 2 Pohjoismaiset exitit vuosina 1998–2011



Lähde: Creandum.

piirinsä kehittämän Dopplr-matkailupalvelun. Huhujen mukaan kauppahinta oli kymmenisen miljoonaa euroa. Kaupan jälkeen sivuston kävijämäärät laskivat nopeasti, eikä palvelua enää kehitetty. Myös yhtiön blogin päivitys lopetettiin.

Kyseessä oli oikeastaan malliesimerkki niin sanotusta ”aquihiire”-kaupasta, jossa suuryritys ostaa startupin pelkätään saadakseen sen työntekijät palvelukseensa. Marko Ahtisaari nimitettiinkin välittömästi kaupan jälkeen Nokian muotoilujohtajaksi.

Siinä ne melkein olivatkin. Suomalaiset exit-harjoitukset. Alkaa kiukku nousta. Pitää huutaa hetki.

4 Herätys suuryritykset!

Hävetkää! Te suurten yritysten pöhöt pomot, patruunat, jotka mahonkipöytienne takaa todistatte alaisillenne, kuinka ajat ovat vaikeat, mutta vyötä kiristämällä ja fokusta tiukentamalla tästä kyllä selvittäään.

Hävetkää! Te realiteeteista tietämättömät startup-pölvästit, hupparihörhöt, jotka luulette opiskelijasolusta hyökkääväne Piilaaksoon.

Hävetkää molemmat! Antakaa syvän nolostumisen punan nousta kasvoillenne, kun myönnätte, että teidän pitäisi puhua keskenänne. Kun tajuate, ettei kukaan tässä maailmassa selviä yksin, ja joskus pojan on kuunneltava isäänsä ja joskus taas isän poikaa.

Minäkin häpeän. Olen yksi hupparihörhöistä, ja olen ollut ymmärtämätön ja tyhmä. Anteeksi.

Huh. Kyllä helpotti ainakin hetkeksi. Se saarnaamisesta ja itsensä ruoskimisesta. Mennään asiaan, sillä Suomi on kriisissä. Perustellaan ensin, miksi on suomalaisten suuryritysten kannattaisi kiinnostua startupeista.

Maailmalla osataan

Terveessä yrityskulttuurissa suuryhtiöt tekevät yhteistyösopimuksia pienempien yritysten kanssa ja antavat pikkufirmojen keskittyä liiketoimintansa kasvattamiseen. Pikkufirmojen bisnes on usein jättiläisille marginaalista, mutta kuitenkin tarpeellista kokonaisuuden kannalta.

Jos pikkufirman liiketoiminta kasvattaa merkitystään tai se kehittää ylivoimaisen tuotteen, suuren yrityksen kannattaa si-

touttaa pienempi firma itseensä tai ostaa se kokonaan itselleen. Tämä on siis se yrityskauppa, jota startup-maailmassa kutsutaan exitiksi.

Maailmalla varsinkin internet- ja mobiilialalla yrityskaupat ovat arkipäivää. Monet kansainväliset huippuyhtiöt, kuten Cisco tai Apple, pitävät yritysostoja strategiansa ytimenä ja kasvunsa edellytyksenä. Viime viiden vuoden aikana Cisco on on ostanut 41 yritystä, joista suurin osa voidaan laskea startupeiksi.

Takaisin kotimaahan. Suomen kymmenen suurimman yrityksen joukosta löytyy kolme metsäteollisuusyritystä, öljy-yhtiö, energiayhtiö, konepajakonserni, hissivalmistaja, kaksi kaupan konsernia ja Nokia. Miksi meidänkin suuryritysten kannattaisi kiinnostua startupeista?

Isänmaallisuuteen on turha vedota. Olisi naurettavaa vaatia, että suomalaisen suuryrityksen velvollisuus olisi auttaa suomalaisia kasvuyrityksiä tarjoamalla hupparihörhöille mahdollisuus sikarikastumiseen yrityskaupoilla. Yrityksen tärkein velvollisuus on tietysti tuottaa tuloa omistajilleen.



Liikevaihdoltaan Suomen suurimmat yritykset

1. Nokia
2. Neste Oil
3. SOK
4. Stora Enso
5. UPM-Kymmene
6. Kesko
7. Metso
8. Fortum
9. Metsä Group
10. Kone

Lähde: Balance Consulting.

Todellisia läpimurtoja

Suuryritysten kannattaa seurata startupien maailmaa, jotta ne eivät jäisi kehityksestä jälkeen. Amerikkalainen enkelisijoittaja ja menestynyt sarjayrittäjä Chris Dixon kirjoittaa blogissaan herätyksestä, jonka suurempi yritys voi startupilta saada.

”Suuryrityksen pitää tulla startupin lyömäksi jollain tärkeällä liiketoiminta-alueellaan, ennen kuin se tajuaa yritysostojen tärkeyden. Esimerkiksi Google muutti asennettaan dramaattisesti, kun YouTube murskasi Google Videon. Lopulta tällainen hetki koittaa kaikille suurille yrityksille”, Dixon arvioi.

Dixonin esimerkki on valaiseva. Internet-videoiden yleistyessä vuosituhanen alussa jättiyritys Google yritti kilpalla aggressiivisen YouTube-startupin kanssa omalla videotuotteellaan. Mutta kuluttajat päättivät toisin.

Google taipui ostamaan YouTuben 1,7 miljardia dollarilla, mikä oli aikoinaan sen historian suurin yrityskauppa. Jos yrityskauppaa ei olisi tehty, Google olisi jäänyt altavastaajaksi internetin videopalveluissa.

Otetaan vielä toinen Google-esimerkki. Kun Google osti vuonna 2005 pienen paloaltolaisen Android-yhtiön, kukaan ulkopuolinen ei vielä nähnyt, kuinka suuresti kauppa muuttaisi koko mobiilialaa. Kauppahinta tästä salaperäisestä ”matkapuhelinohjelmistoja valmistavasta yhtiöstä” oli arvioiden mukaan 50 miljoonaa dollaria.

Kolmen vuoden kuluttua markkinoille ilmestyi ensimmäinen Android-käyttöjärjestelmää käyttävä puhelin. Viime marraskuussa tutkimusyhtiö IDC kertoi Androidin löytyvän jo 75 prosentista maailmalla myydyistä älypuhelimista.

**Suuryrityksen pitää tulla
startupin lyömäksi,
ennen kuin se tajuaa
yritysostojen tärkeyden**

Olemattomat kontaktit

Meille suomalaisille startup-yrittäjille tilanne on turhauttava. Koska asumme kasvuyritysten kehitysmaassa, joudumme yleensä aivan liian aikaisin lähtemään rapakon taakse tai muualle maailmalle rahanhakuun tai yritystä kauppittelemaan.

”Ei voi olla pitkällä välillä kestävä malli, että Suomi on tällainen Piilaakson etäpesäke”, menestynyt sarjayrittäjä ja startup-aktiivi Ville Miettinen toteaa.

Piilaaksolaistenkin helpompi toimia paikallisten yritysten kanssa

Kun lentää turistiluokassa Piilaaksoon neljäksi päiväksi ja asuu säästösyistä samassa hotellihuoneessa yhtiökumppaninsa kanssa, on erittäin vaikea vakuuttaa sijoit-

Hallitus ja omistajat päättävät

”On hyvin vaikea upottaa isoon yhtiöön kymmenen miljoonan euron uutta bisnestä”, kertoo vuorineuvos Jorma Eloranta, kun tivaan häneltä, mikseivät suomalaiset suuryhtiöt osta suomalaisia pikkufirmoja.

Eloranta on harvinainen tapaus suomalaisessa bisneskulttuurissa. Lopettaessaan työnsä Metson toimitusjohtajana vuonna 2011 hän hyppäsi jätteenlajittelurobotteja kehittävään ZenRobotics-kasvuyritykseen.

”Täytyyhän sitä eläessään kerran hullutella”, hymähtää Eloranta.

Juuri Elorannan kaltaisia ennakkoluulottomia huippujohtajia suomalaiseen startup-ekosysteemiin kaivataan lisää. Mies itse korostaa, että kun kokenut yritysjohtaja lähtee startupin toimintaan mukaan, hänen kannattaa sijoittaa aikansa lisäksi rahaa.

Kasvuyrityksen liiketoiminta-ala pitää myös tuntea hyvin. Eloranta oli käyttänyt paljon aikaa kierrätysbisnekseen jo Metson aikoinaan, sillä Metso on globaali ykkönen metallinkierrätysteknologiassa.

”Jos Metson toimarina ollessani joku ZenRobotics olisi lähettänyt sähköpostin ja kertonut olevansa hie-

tajia, ostajia tai partnereita. On suuri haaste olla yhtä rento ja innokas kuin amerikkalaiset kilpailijansa, kun riutuu jetlagissa, eikä ole yöllä saanut edes valoa laittaa päälle, kun huonetoveri on vihdoin saanut nukahdettua.

Joudumme leikkimään amerikkalaista, mikä on hölmöä. Vaikka jenkin esittäminen voi Piilaaksossa olla hauskaa, poro on kuitenkin poro, myös San Franciscossa.

Eivätkä amerikkalaiset meihin helposti rakastu. Piilaaksolais-tenkin on helpompi toimia paikallisten yritysten kanssa verrattuna firmoihin, joiden luokse joutuu lentämään valtameren yli.

Paljon mieluummin minäkin istuisin bussiin ja köröttelin Helsingin keskustaan, Espooseen tai vaikka Tampereelle neuvottelemaan yhteistyöstä tai yrityskaupoista rauhassa. Mutta

no firma, olisin laittanut asian strategiajengille katsottavaksi, en olisi pannut asiaan enempää aikaa”, Eloranta kertoo.

Mutta olisiko hyötyä, jos startupien luovaa hulluutta saataisiin isoihin firmoihin yrityskaupoilla?

”Metsollakin on 900 tuotekehitysihmistä, ja siellä osataan aika paljon. Isossa yrityksessä kaikki kokevat olevansa – ja usein ovatkin – hyviä tyyppejä. Syvällisiin transformaatioihin tarvittaisiin kulttuurimuutoksia.”

”Mutta viime kädessä kaikki lähtee asiakaspinnasta. Jos asiakkaat haluavat muutoksia, silloin ostokset voisivat muuttaa kulttuuria”, Eloranta sanoo.

Eloranta näkee kuitenkin suuryritysten ajattelussa myös kyseenalaistettavaa.

”Kieltämättä meillä on ollut johtamiskulttuurissa tätä ”back to basics” -ajattelua ja ”focus focus focus” -hokemia, joilla on haettu kannattavuutta.”

”Isoissa yrityksissä hallitus ja sen kautta sijoittajat ja omistajat päättävät, missä rahat pidetään. Viime vuosina ne eivät ole suosineet monialaisia bisneksiä, vaan jonkun tietyn alan yrityksiä”, Eloranta muistuttaa.

kun vuorovaikutus suuryritysten ja startupien välillä on Suomessa olematonta.

Maailmalla viihtyvälle Ville Miettiselle Suomen tilanteen kurjuus valkeni lopullisesti, kun hän alkoi etsiä startup-yrittäjille valmentajia suomalaisista suuryrityksistä. Miettisellä on LinkedIn-palvelussa 2 800 kontaktoa. Hän tuntee valtavasti väkeä jenkeistä ja Aasiasta, myös todella suurista yrityksistä.

”Mutta kontaktejani selatessani tajusin, etten tunne ketään suomalaisesta perinteisestä teollisuudesta. En ketään. Abso-luuttisen naurettavaa ja järkyttävää”, Miettinen sanoo.

Ja herätys myös startupit!

Startup-väen on kuitenkin turha kiukutella ja syytellä suuryrityksiä tai niiden kalkkeutuneita johtajia. Vika on nähtävä myös itsessä.

Suuryrityksillä ei ole mitään syytä kiinnostua kasvuyrityksistä, jos startupit keskittyvät väärin asioihin. Jos ollaan rehellisiä, suomalaisilla startupeilla on tällä haavaa todella vähän tarjottavaa suomalaisille suuryrityksille.

Startupeilla on todella vähän tarjottavaa suomalaisille suuryrityksille

Tarjontaa on lähinnä operaattoreille, kaupan alan yrityksille ja tietenkin Nokialle. Varsinkin paperiteollisuudesta nykyaikaiset kasvuyritykset puuttuvat lähes kokonaan.

”Suomessa on esimerkiksi miljardien telakkabisnes tai vielä isompi metsäteollisuus, mutta kuinka moni startup edes poh-tii tuotteita näille aloille. Onhan meillä maa- ja metsätieteellinen tiedekuntakin, muttei yhtään sen alan startupia”, startup-aktiivi Ville Miettinen harmittelee.

Tilanne on outo: Suomessa on maailmanluokan osaamista kone- ja metsäteollisuudessa, muttei näiden alojen startupeja. Samalla meillä on iso joukko startup-yrityksiä, jotka hakevat läpimurtoa kuluttajainternetistä.

”Startupin pyörittämisen alkeita pitäisi opettaa jo koulussa. Ei tämän logiikan ymmärtäminen ole vaikeaa. Sen tulisi kuulua kansalaistaidon piikkiin”, sanoo Miettinen.

Olemme pattitilanteessa. Ei ole yhteistyötä tai yrityskauppoja, koska startupit eivät tee oikeita asioita. Startupit eivät panosta oikeisiin toimialoihin, koska mahdollisuuksia yhteistyöhön tai exit-kaupoilla rikastumiseen ei ole.

On aloitettava muutos! On jo korkea aika! Aloitetaan perustelemalla vielä tarkemmin, miksi jokaisen liikemaailmassa toimivan pitäisi tutustua startupeihin.

5 Miksi startupeihin kannattaa tutustua?

Jos olet päättänyt ottaa riskin ja tutustua uudenlaiseen yrityskulttuuriin, onnittelut, olet tehnyt oikean ratkaisun.

Suuryritykset voivat hyötyä startupeista monella tavalla. Jos taas olet liikkeellä sijoittajana, voit henkilökohtaisesti saada todella paljon irti yhteistyöstä startupien kanssa.

Osaajia, teknologiaa ja liiketoimintaa

Sarjayrittäjä Chris Dixon erittelee blogissaan kolme motiivia, miksi ison yrityksen kannattaa hankkia startupeja siipiensä suojaan.

Ensimmäinen on rekrytointi. Ostamalla kasvuyrityksen suuryritys saa palvelukseensa kapean alan huippuosajia, ehdoton ta eliittiä. Huippujen palkkaamiseen tämä on usein ainut reitti, sillä tähdet tietävät arvonsa ja näitä haluttuja supermiehiä ja

naisia on myös meillä Suomessa – ennen kuin he muuttavat maailmalle.

Löytyykö startupeista maailmanluokan tähtiä?

Onko suomalaisissa suuryrityksissä parhaat mahdolliset ihmiset töissä? Löytyykö startupeista maailmanluokan tähtiä myös insinööri- ja projektiosaamisen ulkopuolelta, esimerkiksi viestinnästä, markkinoinnista tai internet-suunnittelusta?

Toinen motiivi on teknologian hankkiminen. Tällöin kaupahinta on yleensä suurempi kuin huippuosajia hankittaessa. Startupin arvo määräytyy sen mukaan, kuinka suuri vaiva ja riski suurelle yritykselle olisi kopioida startupin kehittämä teknologia. Teknologian ostaminen isollakin summalla on usein järkevämpää kuin oman ratkaisun parissa puurtaminen.

Olisiko esimerkiksi mielekästä korvata osa jättiyrityksen tuotekehitysosastosta parilla kasvuyrityskaupalla? Tulisiko yhtiöön tuore tuulahdus ulkopuolisten astuessa remmiin ja haastaessa totutut toimintatavat?

Kolmas syy liittyy suoremmin bisnekseen. Startup kannattaa ostaa, jos sen liiketoiminta on niin merkittävää, että kauppa kasvattaa suuremman yhtiön arvoa.

Bisnesmielessä startupilla voi myös olla hallussaan strategisia asiakkaita, markkinaosuuksia tai muita resursseja, joiden hankkiminen ilman yrityskauppaa on vaikeaa. Yritysostoja on tehty myös uusien markkina-alueiden valtaamiseksi, kilpailun estämiseksi ja imagosyistä.

Yhteistyöllä näköalapaikka

Yrityskauppa ei tietenkään ole ainoa tapa, jolla suuryritykset ja startupit voivat hyötyä toinen toisistaan. Suuret yritykset voivat myös panostaa yhteistyöhön startupin kanssa.

”Jos saisin itse valita, ottaisinko miljoonaan asiakkaalta vai sijoittajalta, valitsisin ilman muuta asiakkaan”, sanoo sarjayrittäjä Ville Miettinen.

Yhteistyöhön startupin kanssa pääsee myös pienemmällä panostuksella kuin yrityksen koko osakekannan ostamisella. Yhdysvalloissa suuryritys ostaa usein osuuksia useammasta pienestä yrityksestä ja takaa näin näköalapaikan niiden toimintaan.

Yrityskaupassa ei myöskään tarvitse olla kyse sadoista miljoonista. Pienemmilläkin yritysostoilla voidaan saada aikaan ihmeitä, jos tarttuu lupaavaan startupiin jo sen alkutaipaleella, kun yrityksen arvo ei ole vielä kasvanut silmittömäksi.

Enkeli pääsee bändiin

Jos unohdetaan hetkeksi kansantalous ja kasvuyritysten merkitys suuryrityksille, löydämme paljon henkilökohtaisia syitä, miksi yritysjohtajien ja muiden perinteisessä liike-elämässä vaikuttavien kannattaa tutustua startup-maailmaan esimerkiksi ryhtymällä enkelisijoittajiksi.

Yksi tärkeimmistä syistä on tietysti pysyä ajan hermolla. Miksei siinä samalla voisi pitää vähän hauskaakin? Sarjayrittäjä Ville Miettinen vertaa startup-yrittämistä bänditoimintaan.

”Ehkä siisteintä on just se yhdessä tekemisen juttu. Valtaosa bändeistä ei edes välttämättä pidä läpi lyömistä tärkeimpänä tavoitteenaan. Tehdään asioita, koska se on hauskaa ja päästään haastamaan itseä vaikeiden juttujen kanssa”, Miettinen sanoo.

Startup-maailmalle on ominaista ehdottoman innostunut puuhailu, joka saattaa ulkopuolisesta vaikuttaa nörttien harastelulta, mutta jonka pohjalta on syntynyt monta menestystarinaa. Eivät esimerkiksi Applen perustaneet Steve Jobs ja Steve Wozniak osanneet vuonna 1976 arvata, että syksyllä 2012 heidän yhtiönsä nousisi markkina-arvoltaan USA:n historian suurimmaksi yritykseksi.

Nokian hallituksen puheenjohtaja Risto Siilasmaa pyrkii tekemään enkelisijoittamisesta yritysjohtajien keskuudessa arkipäivää.

”Olisi hienoa, jos esimerkiksi vuorineuvosten metsästysreissuilla jokaisella osallistujalla olisi jokin startup-sijoitus ja aktiivinen rooli kyseisen yhtiön kehittämisessä. Jos jollakulla ei omaa enkelisijoitusta olisi, kokisi hän poikkeavansa joukosta”, Siilasmaa sanoo.

Moni enkelisijoittajista mainitsee tärkeimmäksi syyksi toiminnalleen halun oppia ja innostua jostain uudesta ja tunte-

**Haluatko sinä
muuttaa maailmaa?**

mattomasta. Jotkut haluavat muuttaa maailmaa – asia jota harvemmin perusfirman palveluksessa pääsee kokemaan.

Haluatko sinä muuttaa maailmaa? Kiinnostavatko bändihommat?

Kuten bändien nuoret jäsenet, myös startup-yrittäjät voivat vaikuttaa lyhytpinnaisilta kakaroilta, jotka tekisi mieli palauttaa maan pinnalle. Mutta häsläyksen ja leikin tuloksena moni tapaamani enkelisijoittaja kertoo nuortuneensa vuosikaupalla.

Verokannustimella lisää enkeleitä

Valtio alkaa vauhdittaa bisnesenkelitoimintaa verovähennyksellä. Eduskunta hyväksyi joulukuussa bisnesenkeleille suunnatun verokannustimen, jossa yksityishenkilöt hyötyvät pääomaverotuksessaan sijoittaessaan pieniin yhtiöihin.

Yksityishenkilö voi vähentää puolet 10 000–150 000 euron startup-sijoituksistaan pääomatuloistaan jo vuoden 2013 verotuksessa. Kun osakkeet myöhemmin luovutetaan ja sijoituksen luovutusvoitto tai -tappio realisoituu verotuksessa, vähennetty summa vähennetään osakkeiden hankintamenosta. Näin verokannustin on tavallaan siirrettyä verotusta.

Enkeliverkosto Finnish Business Angels Network suhtautuu verovähennykseen myönteisesti. Verovähennyksellä pyritään vapauttamaan pääomaa yksityissijoittajilta yrityksille.

”Kyllä se luo houkuttelevuutta ja on merkittävä kannustin. Kun Britanniassa lanseerattiin vuonna 1995 samanlainen malli pienemmällä vähennysoikeudella, se lähes tuplasi enkelisijoitusten määrän”, kertoo verkoston koordinaattori Claes Mikko Nielsen.

Entä leikkaako enkelikannustin valtion verotuloja, kuten monissa laskelmissa on esitetty?

”Toisin kuin muissa laskelmissa, me laskimme, että valtio tienaa tällä. Sijoitukset luovat uutta kasvua, jolloin verot todennäköisimmin kasvavat”, arvioi Nielsen.

Ja tajunneensa syvällisesti, mistä internet-, mobiili- tai muussa nopean kasvun liiketoiminnassa on kyse. Se on valtava pääoma.

Mitä siitä, jos muutaman kymppitonnin menettää? Mitä siitä, jos varallisuus vähenee sadalla tonnilla? Se on herätyksestä pieni hinta.

Ota riski ja rikastu

Onhan aina olemassa sekin mahdollisuus, että osakkuusyhtiösi osoittautuu kultakaivokseksi. Bändisi on tehnyt hitin. Huomaat eräänä päivänä, että kännykkäkuvafilttereitä kehittävästä yrityksestäsi on tarjottu miljardi. Ja omistat yhtiöstä monta prosenttia. Tajuat, ettei lapsenlapsenlapsesikaan tarvitse syntyä varattomana. Ostat Swanin. Peruskorjaat linnan. Tai laitat voittosi uusiin startupeihin.

Vain yksi kymmenestä
startupista tuottaa edes
jotain sijoittajilleen

Hypervaurastuminen on mahdollista, jos onnistut sijoittamaan oikeaan aikaan oikeaan startupiin. Kun yritys tuhatkertaistaa arvonsa, muutaman kymppitonnin sijoituksesi on kasvanut miljooniksi.

Mitä sinä tekisit kymmenellä miljoonalla? Entäpä sadalla? Mitä jos henkilökohtaisella tililläsi olisi kahdeksan- tai yhdeksännumeroinen summa?

Turha kuitenkin innostua. Pikarikastuminen on vain ihana unelma. Yleensä kasvuyritykseen sijoittava menettää rahansa.

Vain pieni osa näistä suuren riskin yhtiöistä lyö itsensä läpi kansainvälisesti, suurin osa kaatuu tai lopetetaan, eikä risiksijoittaja saa edes valittaa. Rahat on kulutettu serverikuluihin, markkinointiin, palkkoihin, tietokoneisiin ja matkusteluun, eikä ketään kiinnosta menettämäsi tonnit. Yrittäjilläkin jo uudet kuviot pystyssä.

Jos rehellisiä ollaan, enkelisijoitustoimista ei ole juttusi, jos tärkein syys kiinnostua startupeista on mahdollisuus tehdä rahaa. Vain yksi kymmenestä startupista tuottaa edes jotain sijoittajilleen. Lottopottitason supermenestyksiä – kuten esimerkiksi Rovio, Skype, Twitter tai Facebook – on yleisen näppituntuman mukaan alle yksi tuhannesta.

Yrityskiihdyttämö Lifeline Venturesin perustaja Timo Ahopelto pitää ongelmana, että tällä haavaa Suomessa moni enkelisijoittaja sijoittaa vain yhteen firmaan. Koska startupeihin sijoittaminen on riskialtista, kannattaisi riskiä hajauttaa sijoittamalla useampaan yritykseen. ”Ideaali olisi, jos pystyisi keräämään portfolioonsa 9–16 yhtiötä, mutta 3–4:llä pääsee jo hyvään tilanteeseen. Työmäärää voi vähentää sijoittamalla yhdessä muiden enkelien kanssa siten, että joku ottaa vetovastuun kaikkien puolesta”, Ahopelto sanoo.

”Ammattienkelit pitävät nyrkkisääntönä, että yhteen yhtiöön ei kannata laittaa kuin korkeintaan 10 prosenttia nettovarallisuudestaan”, kertoo Ahopelto.

Sijoittajalta vaaditaan myös kärsivällisyyttä. Enkeliverkosto Finnish Business Angels Networkin mukaan enkelisijoituksen keskimääräinen kesto on yhdeksän vuotta. Kuinka vanha sinä olet yhdeksän vuoden kuluttua?

Pelasta Suomi

Jos olet yhtään isänmaallinen, voi yksi motiiveistasi olla jopa epäitsekäs. Voit tutustua suomalaisiin startupeihin, koska haluat auttaa kotimaatasi. Jos siis uskot, että kasvuyritystoiminta on tärkeää Suomelle.

Olisi hienoa, jos aikaasi riittäisi startupeille. Kahtiajako on sairastuttanut tämän maan. Tarvitaan eheyttäjiä.

Koska kysymys on sukupolvien välisestä kuilusta, on kypsempien velvollisuus ojentaa ensin kätensä. Siellä se murrosikäinen murjottaa huoneensa nurkassa, mutta sydämessään toivoo, että ovi aukeaisi ja isä sanoisi: ”Tule syömään. Jutellaan. Noissa sun jutuissa on kyllä jotain tosi kiinnostavaa.”

Keskustelu suomalaisesta kasvuyritystoiminnasta on täynnä kliseitä ja itsensä alentamista. Yksi yleisimpiä hokemia on rui-

Suosi suomalaista

Vuoden verran Nokian hallituksen puheenjohtajana toiminut Risto Siilasmaa on tunnettu hahmo startup-kentässä. Pörssiyrityksiä johtanut ja lukuisia enklisijoituksia tehnyt Siilasmaa on oikea henkilö kertoamaan, miksi suuryritysten kannattaa suosia suomalaisia kasvuyrityksiä.

”Keskeinen ongelma ulkomailta ostettaessa on, että syntyy liian monta tuotekehityskeskusta. Suomalaiset yhtiöt on paljon helpompi integroida olemassa oleviin tuotekehitysyksiköihin”, Siilasmaa toteaa.

Siilasmaalla on omiakin kokemuksia epäonnistuneista ulkomaille suuntautuneista yrityskaupoista. Pahimmillaan tuotekehityksen hajottaminen eri puolille maailmaa synnyttää hänen mukaansa valtavan määrän kommunikointia, hitautta ja väärinkäsityksiä.

Siilasmaan mielestä suomalaisessa yritysälämässä tuntuu vallitsevan harhanäky, jossa kuvitellaan ulkomaalaisen olevan parempi.

”Monesta suuresta yhtiöstä löytää esimerkkejä, joissa on missattu hyvä suomalainen yhtiö ja päädytty ostamaan kovemalla hinnalla yritys maasta, jossa ostajalla ei ole merkittävää tuotekehitystoimintaa ennestään”, Siilasmaa arvioi.

Yrityskauppakonkarin mielestä maantieteellisen sijainnin merkitystä ei voi liikaa painottaa.

”Toiminta tulee pitää mahdollisimman suppealla alueella. Esimerkiksi Cisco on loistava esimerkki. Se ostaa edelleenkin mieluiten kalifornialaisia yrityksiä”, Siilasmaa korostaa.

kuttaa, kuinka me täällä olemme kyllä hyviä insinöörejä, mutta missä on markkinointiosaaminen.

Miksi meidän pitäisi olla maailman parhaita markkinoijia, jos puhumme ja kirjoitamme kieltä, jota ei muualla osata? Ja jos kulttuurimme kaikessa hiljaisessa jylhydessään ei kannusta itsensä myymiseen?

Pitää lopettaa turha suomalaisuuden vähättely

Kyllä se riittää, että meillä on mahtavia insinöörejä, jotka innoissaan kehittävät huipputeknologisia tuotteita. Jos saamme yhteistyön suuryritysten ja startupien välillä käyntiin, ei meidän tarvitse toimia kansanluontoamme vastaan.

Pitää lopettaa turha suomalaisuuden vähättely ja nähdä etuja korkeassa koulutustasossamme ja halussamme tehdä laadukasta tuotekehitystä. Kulttuurimme yhtenäisyydessä on valtava voima.

6 Näin pääset piireihin

Kun olet vakuuttunut, että startup-toimintaan kannattaa tutustua, on aika aloittaa sinulle sopivien yhtiöiden etsiminen. Startup-piireihin ei ole vaikea päästä, mutta kannattaa muistaa, että startupien taso vaihtelee todella paljon.

Koska startup-puuhailu on muodikasta, monet yrityksistä ovat harrastelijamaisia yritelmiä, joihin ei kannata aikaansa hukata. Onneksi myös vakavammin otettavia yrityksiä löytyy.

Me startup-ihmiset rakennamme yrityksen tarinan niin, että bisnesmahdollisuudet näyttävät loistavilta ja pikarikastuminen on nurkan takana. Kirkkain silmin kerromme, kuinka tonnit muuttuvat miljooniksi.

Vanha sanonta ”Jos jokin asia vaikuttaa liian hyvältä ollakseen totta, se ei ole totta” pätee moniin startupeihin, mutta toisin kuin vanhan maailman aikaan, poikkeuksiakin löytyy. Uutuudennälässään startup saattaa todellakin osua kultasuoneen ja löytää mahtavan markkinaraon, jota kukaan ei vielä ole aiemmin osannut hyödyntää.

Huijatuksi tulemista ei startupien kanssa puuhatessa kannata liiemmin pelätä. Perinteisen huijariliikemiehen erottaa startup-idealista monta asiaa.

Tutustuminen startupeihin kannattaa aloittaa avoimin mielin

Kun ketku liikemies etsii porsaanreikiä lakipykälästä ja hankkii ympärilleen hyväuskoisia hölmöjä huijattavaksi, startup-yrittäjä yleensä uskoo oman bisneksensä hienouteen eikä edes yritä olla turhan ovela. Avoimuutta korostavassa startup-kulttuurissa erityisesti henkilöihin kohdistuvia vedätyksiä pidetään tuomittavina.

Tutustuminen startupeihin kannattaa aloittaa avoimin mielin, kuin suurena seikkailuna tarinoiden maailmaan, uskoen että joku fantasiaista voi osoittautua todeksi.

Tuttavat ja verkostot

Kuten kaikessa bisneksessä, parhaat yritykset löytyvät luotettavien ja kokeneiden ihmisten kautta. Suomessa on muutamia suuren luokan bisnesenkeleitä ja joukko aktiiveja, jotka voivat suositella hyviä yhtiöitä sijoituskohteiksi tai yhteistyökumppaneiksi.

Jos olet kiinnostunut enkelisijoittamisesta, kannattaa olla yhteydessä yksityissijoittamiseen erikoistuneisiin organisaatioihin. Verkostojen kautta löytää muita enkeleitä ja pääsee mukaan myös yhteissijoituksiin.

Suomessa toimii neljä bisnesenkeliverkostoa. Kaksi verkostoista on voittoa tavoittelemattomia: Finnish Business Angels Network ja valtiollisen rahoitusyhtiö Finnveran enkeliverkosto. Business Angels Finland ja tamperelainen Ledi taas toimivat yksityisinä yrityksinä.

Kannattaa myös olla yhteydessä yrityskiihdyttämöihin, joita löytyy esimerkiksi Tekesin Vigo-ohjelman alta. Kiihdyttämöt skannaavat alkuvaiheen yrityksiä ja sijoittavat niihin. Usein kiihdyttämöt toivottavat enkelit tervetulleiksi mukaansa sijoituskierroksille samalla kun ottavat päävastuun sijoituskierroksen järjestämisestä.

Jos taas kuulet mielenkiintoisesta startupista suosittelijalta, muista kysyä kaikkein yksinkertaisimmatkin kysymykset jo suosittelijalta itseltään: Miksei firmalla ole toimistoa? Kuinka paljon on investoitava koneisiin? Miksi siellä Facebookissa pitää olla? Mikä on applikaatio?

**Muista kysyä kaikkein
yksinkertaisimmatkin
kysymykset**

Vaikutat kysellessäsi tietysti vähän pöljältä, mutta se on hinta, joka on uuden jutun äärelle pääsystä maksettava. Onhan niin, että ellei hölmöjä kysymyksiä esitä, vain luulee tietävänsä.

Älä silti huoli. Jokainen tapaamistasi hienoja termejä viljelevistä startup-asiantuntijoista on joskus ollut hukassa kasvuyritysten kanssa. Suurin osa on yhä pihalla, vaikka takana saattaa olla jopa exit-onnenpotkuja.

Suuri ja kaunis ArcticStartup

Yksi tärkeimmistä tietolähteistä startupeja etsittäessä on tietysti internet. Hommaan tutustuminen kannattaa aloittaa selaamalla Pohjoismaiden suurinta startup-uutispalvelua osoitteessa ArcticStartup.com.

Englanninkielinen ArcticStartup on toiminut viisi vuotta. Se on ainut suomalainen media, jonka kautta esimerkiksi kansainväliset sijoittajat ja alan uutispalvelut saavat tietoa maamme startup-yrityksistä.

Ideat vaihtelevat arkisen ymmärrettävistä täysin utopistisiin

Alan turbulensseista ja startup-ekosysteemin onnettomasta tilasta kertoo, että syksyllä ArcticStartup ilmoitti ra-

hojensa loppuneen ja palvelun jatkon olevan vaarassa. Palvelun ylläpitoa on kuitenkin jatkettu vapaaehtoisvoimin.

”Jos toiminta olisi loppunut, täältä olisivat valot sammuneet maailmalle”, sanoo sivuston perustaja ja toimitusjohtaja Antti Vilpponen.

Sivustoa selaamalla huomaat, kuinka valtavasti supertähteydestä haaveilevia ja rahaa hakevia yrityksiä on. Ideat vaihtelevat arkisen ymmärrettävistä täysin utopistisiin. Pitää myös muistaa, että sivustolle nostetut firmat ovat läpäisseet alan läpikotaisin tuntevan toimituksen journalistisen seulan.

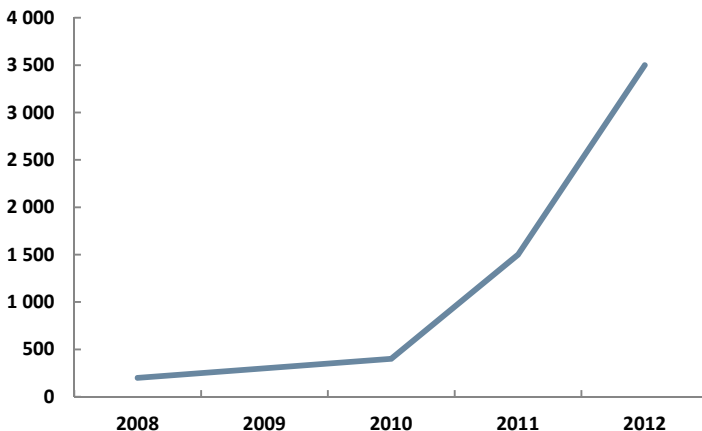
Laajempaa, kansainvälistä näkökulmaa ja vertailukohtaa suomalaisiin yrityksiin saa ulkomaisista internetpalveluista, kuten Techcrunch.com tai Mashable.com. Ulkomaisista lehdistä lukemisen arvoisia ovat ainakin Wired ja Fast Company, vaikka tietysti kaikki maailman tärkeimmät talouslehdet käsittelevät myös kasvuyritysten asioita.

Tapahtumia lähes joka viikko

Kasvuyritystilaisuuksia järjestetään Suomessa lähes joka viikko. Suurin tapahtuma on vuosittain pidettävä kaksipäiväinen Slush-konferenssi, joka on pakollinen näyttätymispaikka kaikille startupeille ja niistä kiinnostuneille.

Alun perin Slushin perustivat suomalaisyrittäjät, ja nyttemmin siitä on kasvanut koko Pohjois-Euroopan suurin startup-tilaisuus. Enenevässä määrin Slushiin on saapunut startupeja ja sijoittajia myös Venäjältä (kuvio 3).

Kuvio 3 Slush-konferenssin kävijämäärä räjähti



Lähde: Slush.

Slushin päätehtävä on saattaa yhteen yrittäjiä ja heistä kiinnostuneita. Yritykset pääsevät esille muun muassa myyntipuhekilpailuissa tai hankkimalla itselleen esittelypöydän.

Toinen merkittävä tapahtuma on lokakuun puolivälin Arctic-Startup-uutispalvelun järjestämä Arctic15, joka on Slushia hiukan pienempi, kalliimpi ja enemmän ammattilaisille suunnattu konferenssi.

Näissä tilaisuuksissa on tapana, että startup-yrittäjät ja opiskelijat maksavat lipuistaan selvästi vähemmän kuin sijoittajat. Sijoittajat saavat käyttöönsä ylimääräistä materiaalia tapahtumissa itseään esittelevistä yrityksistä.

Muita tapahtumia järjestävät muun muassa espoolainen Technopolis-yrityshautomotom sekä erilaiset kasvuyrityskeskukset, enkeliverkostot ja valtiolliset rahoittajat, kuten Tekes.

Kilpailuista pikakatsaus

Erilaisten startup-tilaisuuksien yhteydessä pidetään usein myyntipuhe- ja liikeideakilpailuja. Niitä seuraamalla voi päästä tutustumaan kasvuyrityksiin jo niiden alkuvaiheessa.

Myyntipuhekilpailun ideana on se, että yrittäjän muutaman minuutin mittainen lavaesiintyminen antaa kokonaiskuvan yrityksestä. Varsinkin Slush-tapahtuman yhteydessä järjestettävä myyntipuhekisa on koomisuudessaan ja innostuksessaan upea – ja kuvaa hyvin yritysideoiden aihekaalaa ja tason vaihtelua.

Slushin vuoden 2011 myyntipuhekilpailun seitsemän finalistia:

- Internet-kuvankäsittelyohjelma Sumo
- Sähkökäytön säätelyyn keskittyvä Asema
- Telemarkkinointijärjestelmiä kehittävä LeadDesk
- Sukeltajien matkapalvelu TangaReef

- Sosiaalisen median käännösyhtiö Transfluent
- Matkailuapplikaatio Zeighted
- Kitaransoiton opettelupelejä valmistava Ovelin

Mikä voitti kilpailun? Hauskimman pitchin vetänyt Ovelin.

Eikä yrityksen menestys siihen päättynyt, vaan Ovelin voitti useita palkintoja ympäri maailmaa ja siitä tuli eniten ladattu musiikkiapplikaatio 34 eri maassa. Rahaa sijoittajilleen Ovelin ei kuitenkaan ole vielä tuottanut.

Viime vuonna myös valtamedia otti osaa startup-pöhinään Slushin yhteydessä, kun MTV Media järjesti Slush-organisaation kanssa Tosielämän diili -kilpailun, jossa etsittiin Suomen tykättyintä startup-yritystä.

Myyntipuhekilpailun perinteelle rakennettuun Tosielämän diiliin valittiin 20 Suomen johtavaa startupia. Yritykset esiteltiin sekä internet-sivustolla että MTV3:n Huomenta Suomi -aamuohjelmassa.

Tosielämän diilin vuoden 2012 kilpailijoina olivat:

- Puhelinkulujen hallintasovellus Alekstra
- Älypuhelinpalvelua perusluureille tuottava Blaast
- Jätesensoriyhtiö Enevo
- Internet-sisältöä järjestävä Futureful
- Kaupunkiympäristöä roolipeliksi muokkaava Grey Area
- Desing-palvaroittimia valmistava Jalo Helsinki
- Meego-puhelimia kehittävä Jolla
- Internet-kauppapalvelu Kiosked
- Terveystieteiden tutkimuskeskus Laastari
- Verensokerimittauksiin erikoistunut Mendor
- Rutiinitehtävien joukkoistamisyhtiö Microtask
- Kehomittausvälineiden valmistaja Omegawave
- Virusperusteisia syöpähoitoja kehittävä Oncos
- Kitaransoiton opettelupelejä valmistava Ovelin

- Tablettipeleihin erikoistunut Supercell
- Verkkokuvien lisätietoihin erikoistunut Thinglink
- 3D-mallinnusohjelma Tinkercard
- Kasvilamppuja LED-valoista valmistava Valoya
- Aaltoenergiayhtiö Wello
- Jätteenlajittelurobotteja kehittävä ZenRobotics

Voittoon ylsi peliyhtiö Supercell. Kilpailun yhteydessä MTV Media tiedotti hakevansa yhteistyökumppaneita erityisesti mobiili- ja internetliiketoimintaansa, mikä oli hieno päänavaus mediyhtiöltä startupien suuntaan.

Kasvuyritysten kirjosta – ja myös lyhytikäisyydestä – kertoo, että Ovelin oli ainoa yritys, joka osallistui kumpaankin kilpailuun.

7 Startupin ytimessä: hupparihörhön asenne

Jos et ole aiemmin tehnyt yhteistyötä startupin kanssa, asenteemme todennäköisesti yllättää sinut. Ennen startupissa puuhaavien hupparihörhöjen kohtaamista on hyvä valmistautua kulttuurishokkiin.

Hupparihörhöihin kannattaa suhtautua avoimin mielin. Tarjoamme tuoreutta, selkeyttä ja suuria unelmia – juuri sellaista vapautta ja rohkeutta, mitä suurissa yrityksissä ja Suomen tunkkaisessa taloudessa nyt tarvitaan.

Startup-väen asenteet voi tiivistää nopeasti näin: synnyimme globaaleiksi, ajattelemme isosti, olemme rentoja, elämme hetkessä ja hehkumme energiaa. Eikö olekin mahtavaa? Ja suurellista, jopa pöyhkeää? Hyvin epäsuomalaista, eikö niin?

Synnyimme globaaleiksi

Startup-yritys on lähtökohtaisesti kansainvälinen. Suomalainen startup on erityisen globaali, koska kotimaassa on niin hankala yrittää. Jo Suomen koko tekee meistä kansainvälisiä, sillä viiden ja puolen miljoonan asukkaan maassa bisneksen rajat tulevat nopeasti vastaan.

Hupparihörhö suuntaa suoraan suurille markkinoille

Hupparihörhö kavahtaa perinteistä yrittämisen ajatusta, jossa tuote testataan ensin kotimaassa ja testistä valistuneena aletaan hidas ja kallis kansainvälistyminen. Hän suuntaa suoraan suurille markkinoille ja samalla unohtaa Suomen, mikä on toisinaan hiukan hölmöä.

”Suuryritykset karsivat liian innokkaasti kotimaan toimintojaan. Startupit taas koettavat olla muodikkaasti globaaleja päi-

västä nolla, joko omasta tahdostaan tai sijoittajien painostuksesta. Ensimmäiset sparrausasiakkaat olisi kuitenkin näppärintä olla heti kulman takana”, arvioi Etlatiedon toimitusjohtaja Petri Rouvinen.

Startupien maailmankansalaisuus on suloista. Yrityksen virallisena kielenä saattaa olla englanti, vaikka kaikki työntekijät olisivat suomenkielisiä. Valtaosa yrityksistä ei myöskään tee koskaan suomenkielistä presentaatiota.

Startupit hankkivat bisnesopit pääasiassa Amerikasta. Raamattuja ovat yhdysvaltalaiset teknologiasivustot kuten Techcrunch.com ja Mashable.com. Harvoin hupparihörhö edes tietää suomenkielisiä vastineita termeille, joita käyttää.

Raha on vain väline

Koska startup syntyy globaaliksi, myös ajatus menestymisestä on skaalautunut maailmanluokkaan. Hupparihörhölle on täysin luontevaa puhua miljoonista tai jopa miljardeista, vaikka reaalityodellisuudessa hän asuu vuokrayksiossä ja keittää nuudeleita.

Ajatus menee näin: Voimme ajatella rohkeasti, sillä olemme yleensä köyhiä, eikä meillä ole mitään menetettävää. Voimme vain voittaa. Ja voiton on oltava kolossaalinen.

”Jos sinulla on pää pilvissä, se ei sinänsä ole ongelma. Mutta siitä tulee ongelma, kun on aika kohdata ulkopuolinen rahoittaja.

Puolensa täytyy toki pitää, mutta olisi hyvä, että käsitys oman yrityksen arvosta olisi tästä maailmasta”, sanoo Petri Rouvinen.

Joku voisi tietysti todeta, että parin vuoden työllä hankittu neljännesmiljoonakin lämmittää. Ettei aina tarvitse kurottaa

Keskiverto startup-yrittäjä suhtautuu rahaan eri tavalla kuin mihin olet tottunut

tähtiin. Että ensin voisi varmistaa taloudellisen riippumattomuutensa maltillisilla unelmilla.

Mutta hupparihörhöt eivät moista latistajaa usko. Jos unelma on pieni, kuinka voisi valloittaa maailman? Miten pääomasijoittajat voisivat kiinnostua itseään vähättelevästä yrityksestä?

Hupparihörhöt ovat siis huiman rohkeita. Joskus myös epärealistisia. Mutta silti raikkaan rohkeita.

Keskiverto startup-yrittäjä suhtautuu rahaan eri tavalla kuin mihin olet tottunut.

Raha on hupparihörhölle vain väline, jota tulee ulkopuolelta ja jolla tehdään mahtavia asioita.

Toki hupparihörhö haaveilee toisinaan suuresta henkilökohtaisesta omaisuudesta, mutta ei silti mittaa onnellisuuttaan pankkitilin saldolla.

Koska kulttuuriin kuuluu pysyä mahdollisimman aitona, rahan tekeminen ei ole kasvuyrittäjälle useinkaan edes tärkein tavoite. Raha on rakas ja oleellinen sivutuote, joka monistaa itseään tehokkaasti, jos tuotteesta, yhtiöstä tai palvelusta tulee kansainvälinen menestys.

Uusi pukukoodi ja näennäinen rentous

Ennen startupin kohtaamista kannattaa valmistautua pokkuroinnin puutteeseen ja rentoon pukeutumiseen. Varsinkin Pii-laaksossa startup-väen pukukoodi on tiukka. Pukuun sonnustautuvaa yrittäjää pidetään pyrkyrinä.

Tässä suhteessa startup-yrittäjät muistuttavat punkkareita tai muita nuorison alakulttuurien edustajia. He vaativat vapautta ja oikeutta olla oma itsensä, mutta kieltävät normaalin pukeutumisen oman porukkansa jäseniltä.

Pukukoodin aiheuttama hämmennys näkyi esimerkiksi viime keväänä, kun Facebookin perustaja Mark Zuckerberg tapasi yhtiön pörssilistautumisen alla sijoittajia huppariin pukeutuneena. Monen mielestä Zuckerberg oli pukeutunut liian rennosti. New York Times -lehden Somini Sengupta selitti asiaa näin:

”Hupparit, kuten mustat poolopaidat, vaikuttavat arkisilta, aivan kuin heittäisit päällesi ensimmäisen jutun, mikä vaatekaapista löytyy. Todellisuudessa huppariin liittyy paljon merkityksiä. Se on vastakohta Wall Streetin suosimalle Hermèsin solmiolle. Se näyttää, että olet kiireinen tehdessäsi asioita, joilla on todellista merkitystä maailmalle.”

Ehkä nyt ymmärrät, miksi Rovion ”Mighty Eagle” Peter Vesterbacka tapaa valtionpäämiehiä punaisessa lintuhupparissa. Vaikka monia moinen touhu ärsyttääkin.

Rentous tai ainakin näennäinen rentous näkyy startupeissa myös muulla tavoin kuin vaatevalinnoissa. Piilaakson teknologiamiljonäärit sopivat tapaamisensa San Franciscon hipsterikahviloihin, missä he esittävät nöyrää ja köyhää, vaikkeivät ole kumpaakaan.

Illuusiosta on miljonääreille hyötyä, sillä tavista leikkimällä he pystyvät löytämään helmiä nälkäisimpien pyrkyreiden joukosta. He tajuavat, että menestys puuduttaa ja tekee varovaiseksi, kun köyhyys taas pakottaa luovuuteen. He haluavat olla ensimmäisiä, jotka iskevät kultasuoneen kiinni. Sillä aikainen sijoittaja tai rekrytoija hyötyy eniten.

Näennäisestä rentoudesta johtuen moni suomalainen hupparihörhö elää ajatusharhassa, joka menee näin: koska amerikkanelit näyttävät tavallisilta kavereilta, he voisivat olla myös minun ystäviäni. Eivät voisi. Ensin pitää tehdä miljoona dollaria rahaa tai keksintö, jonka potentiaalinen tuotto on miljardi.

Pakotettu rentous liittyy alalla yleisesti koettuun hierarkiainhoon, joka saavuttaa toisinaan naurettavia mittasuhteita. Kun satojen miljoonien liikevaihtoa pyörittävä ja silmittömän rikas kolmekymppinen supertähti esittää työntekijänsä kaveria, molemmat teeskentelevät hiki hatussa. Työläinen yrittää olla ihan muina miehinä, vaikka tekisi mieli kiljua onnesta. Supertähti taas miettii, milloin olisi kohteliasta lähteä tilanteesta pois.

Startup-väen löysyys on kuitenkin pintapuolista

Startup-väen löysyys on kuitenkin pintapuolista. Suurin osa tosissaan maailmalle haluavista kasvuyrittäjistä tekee valtavasti töitä ja saa parissa viikossa aikaan pienellä porukalla saman, mitä suuremmassa yhtiössä puurrettaisiin vuosi.

Startupissa paine on kova, koska hupparihörhöet haluavat olla parhaita. On sanottu, että startup-yrittäjä on valmis tekemään 12-tuntisia päiviä ilman palkkaa, jotta välttäisi kahdeksan tunnin palkkatyön.

Elämme hetkessä

Kun kokoustat meidän hupparihörhöjen kanssa, saatat hämentyä: voimme puhua itsemme kanssa ristiin ja saatamme saada uusia tuoteideoita jopa kesken palaverin. Älä huoli, tämä kuuluu asiaan.

Startup-yrityksissä liiketoiminnan suuntaa tai tuotteiden ominaisuuksia voidaan muuttaa hyvin usein. Vauhtiin on syynsä: koska suurin osa yrityksistä vielä etsii optimaalista bisnesmallia tai markkinat mullistavaa tuotetta, nopeat liikkeet ovat välttämättömiä.

Hetkessä eläminen näkyy päivittäisessä toiminnassa muun muassa analytiikan mittavassa käytössä sekä välittömässä rea-

goinnissa käyttäjäpalautteisiin ja käyttäjien toimintaan. Pää- töksiä tehdään nopeasti.

Yksi startupin ydinajatuksista on tuotteiden altistaminen mahdollisimman aikaisin markkinoiden arvioitavaksi. Kuulet usein Eric S. Raymondin lanseeraaman hokeman: ”Release early. Release often. And listen to your customers.” Perusajatus on, että parhaiten ohjelmisto kehittyy, kun se altistetaan mahdollisimman monelle silmäparille.

Hupparihörhö saa aikaan paljon ja myös epäonnistuu usein

Eric Ries kehitti Raymon- din ajatusta eteenpäin, ja loi kokonaisen metodin uuden- laiseen yritystoimintaan. Mahdollisimman aikaiseen altista- miseen, tarkkaan mittaamiseen ja tuotekehityksen nopeutta- miseen perustuva Lean startup -metodi osoittautui valtavak- si menestykseksi.

Startup ei siis yleensä hio tuotettaan loppuun asti oletuksen pohjalta, vaan julkaisee raakileita, joita muutetaan vauhdilla, kun asiakasta ymmärretään paremmin. Hupparihörhö saa ai- kaan paljon ja myös epäonnistuu usein, mutta sitä ei koeta hä- peäksi.

On parempi hylätä toimimaton tuote tai bisnes mahdollisim- man aikaisessa vaiheessa kuin jatkaa puskemista tuhon tiellä.

Viime vuonna menestykseen nousseen pelitalo Supercellin toimitusjohtaja Ilkka Paananen onkin kertonut, että Super- cellissä juodaan samppanjaa, kun jokin projekti keskeytetään. Projektien hautajaisissa kilistellään kuohuvalla juhlistaen yri- tystä, oppimista ja miksei myös epäonnistumistakin.

Supercellissä pelejä kehittävät itsenäiset muutaman hengen tiimit. Tiimien kehittämistä tuotteista valitaan parhaimmat ja muut hylätään.

Supercellin toimintatapa on osoittautunut menestyksesi. Yhtiön pelit nousivat loppuvuodesta Applen sovelluskaupan eniten liikevaihtoa tuottavien listan kärkijoukkoon.

Eipä ihme, että Supercell on riskisijoitusyhtiö Accel Partnersin kautta aikojen nopeimmin liikevaihtoaan kasvattava kohdeyritys. Vaikka Accelin salkusta löytyy muun muassa ruotsalaiseen musiikkiyhtiö Spotifyn, tarjousjätti Grouponin sekä Facebookin osakkeita.

Hehkumme energiaa

Startup-yrittäjien kanssa oleminen on haastavaa. Se tuntuu myös oudolta ja aiheuttaa jännää kutinaa. Olemmehan täynnä energiaa, kuin murrosikäiset. Idealismiamme pitää ymmärtää, eikä innostustamme saa tappa.

Moni huippuluokankin kasvuyrittäjä käyttäytyy väärin, kun pääsee vauhtiin: puhuu liikaa ja keskeyttää, jankuttaa turhia asioita käyttäen termejä, joita kukaan maailmassa ei kunnolla tajua. Ulkopuolisen kannattaa tässä tilanteessa vain kuunnella ja antaa olla. Vaahtoaminen – tuo innon ja anarkian lapsi – kun on tällä alalla välttämätöntä.

Hupparihörhöt ovat myös äärimmäisen herkkiä, varsinkin ensimmäistä rahoitusta hakiessaan. Startupin menestys kun perustuu uskalle, ja usko on helppo murskata. Toisaalta, kun hupparihörhö kuulee kehuja tai saa vastapuolen innostumaan, hän kiihtyy lähes pidättelemättömäksi.

Juuri tämä into ja raivo on syynä, miksi olet ylipäättään halunnut tutustua startupeihin. Ime tapaamisista kaikki energia, mitä irti saat. Anna startup-herätyksen valua ylllesi ja ota se vastaan, sillä se on ilmestys.

Ime tapaamisista kaikki energia, mitä irti saat

8 Näin arvioit startupia

Kukaan ei tiedä varsinkaan alkuvaiheen startupista, menestyykö se vai tuleeeko siitä pannukakku. Kun harkitset yhteistyötä startupin kanssa, olet suuntaamassa tutkimattomille bisnesalueille, tai ainakin reitti on uusi.

Siksi varsinkin ensimmäisissä tapaamisessa molempien osapuolten kannattaa keskittyä yhteisen innostuksen etsimiseen. Oletteko samalla aaltopituudella? Onko tapaamisessa energiaa?

Suuri osa startup-yrityksiä käsittelevistä oppaista keskittyy liikeideoiden arvottamiseen. Toki tiimin merkityskin huomioidaan, mutta yleensä perustajaporukka kuitataan kasaksi ansioluetteloja. Se on tyhmää, sillä kasvuyrityksen suurin voima on sen väessä.

Toinen väärä tapa arvioida startupia on tuijottaa liikaa yrityksen lukuja, liittyivätpä ne sitten toteutuneeseen liikevaihtoon tai fantasioihin, joita myös budjettisuunnitelmiksi kutsutaan. Ei pidä unohtaa, että startup on yleensä vasta etsimässä täydellistä rahantekomallia.

Juuri alkuvaiheessa yritykset tapaavat olla innovatiivisia. Kasvaessaan yritys menettää helposti rohkeutta, kun suurin osa energiasta käytetään olemassa olevan bisneksen suojelemiseen.

Aluksi kannattaa siis ensin keskittyä ihmisiin ja omaan intui-tionsa. Kun innostus on tarttunut, aletaan tehdä laskelmia.

Ymmärrätkö mitä yritys tekee?

Liikeidea on tietysti merkityksellinen – ja pakollinen. Jotta startupiin kannattaa sijoittaa aikaa tai rahaa, on sen idean tai tuotteen oltava mielestäsi loistava.

Idean on oltava niin hyvä, että juteltuasi siitä perustajien kanssa, et saa seuraavana yönä unta, vaan mielessäsi pyörii, kuinka juuri tällä jutulla muutetaan maailmaa – ja kuinka tähtitieteelliseksi yhtiön arvo nousee jo lähitulevaisuudessa. Tai kuinka paljon tuotteen liittäminen osaksi yrityksesi liiketoimintaa nostaa yhtiösi arvoa.

Oma henkilökohtainen innostuksesi on paras mittari

Oma henkilökohtainen innostuksesi on paras mittari arvioidessasi varsinkin varhaisvaiheen startupin liiketoimintaa. Riski on joka tapauksessa valtavan suuri, joten kannattaa varmistaa, että saat yhteistyöstä edes energiaa ja intoa arkeesi.

SEK & Grey -mainostoimiston strategiajohtaja, enkelisijoittaja Jari Pasanen muistuttaa, että enkelisijoittajan ei kannata sijoittaa yhtiöön, jonka toimialaa ei ymmärrä.

”Ennen kuin tapaan startupin, mietin aina, miten voin tätä auttaa”, lisää Pasanen.

Ennen tapaamista tietosi startup-yrityksestä ovat yleensä rajalliset. Tietosi perustuvat lähinnä ”hissipuheeseen” eli muutamien minuutin tiivistykseen liikeideasta ja sinulle mahdollisesti lähetettyyn presentaatioon.

Ymmärrätkö näiden vähäisten tietojesi pohjalta, miksi juuri tämä yhtiö on mahtava? Tajuatko mitään startupin toimialasta? Oletko täynnä kysymyksiä, joihin odotat vastauksia?

Jos vastauksesi edellä mainittuihin on edes varovainen kyllä, tapaamisesta voi tulla hedelmällinen. Jos olet aivan ulalla, etsi joku toinen yritys, sillä nälkäisiä firmoja Suomessa riittää.

Missä vaiheessa yritys on?

Startup on lähtökohtaisesti nuori yritys, eikä monikaan lupavimmista yhtiöistä tee merkittävää liiketoimintaa. Kasvupotentiaalia kuitenkin riittää.

Jos yritys on uransa alkutaipaleella, sillä saattaa olla pelkäänsä bisnesidea ja innostunut tiimi. Jos kysymys on tuotebisneksistä, sinulle saatetaan esitellä Alpha-versiota, esittelykäyttöön kehitettyä hahmotelmaa, joka on vaillinainen ja täynnä virheitä.

Homma saattaa vaikuttaa yli-innokkaalta puuhastelulta, varsinkin, jos liikevaihtoa ei ole saati yhteistyösopimuksia. Tilanne on kuitenkin parempi ja mahdollisuudet isommat, kuin jos

**Yrittäjät arvioivat
bisneksensä arvon
aina yläkanttiin**

yritys olisi tahkonnut jo vuosikaudet vaatimatonta liikevaihtoa ja nyt haaveiltaisiin hallitusta laajentumisesta. Startupeissa juuri alkuvaiheen innostuksesta pumpataan kaikki irti ja parhaimmillaan notkeus ja oival-

lukset johtavat superkasvuun. Jos yhtiö on jo pidemmällä, sen analysoiminen on tietysti helpompaa kuin juuri aloittaneen yrityksen arvioiminen.

Yrityksen kehitysvaihe vaikuttaa yhtiön arvoon eli valuaatioon. Muita firman osakkeiden hintaan vaikuttavia seikkoja ovat talousluvut, mutta myös perustajien kokemus ja maine, markkinapotentiaali sekä yhtiöön rahaa laittaneet sijoittajat.

Jossain vaiheessa tapaamista on pakko puhua rahasta. Valmistaudu tässä vaiheessa shokkiin.

Yrittäjät arvioivat bisneksensä merkityksen ja arvon aina yläkanttiin. Useimmat hupparihörhöt uskovat täydestä sydämeästään satojen miljoonien valuaatioihin.

Kasvuyrittäjissä on tietysti myös paljon täysjärkisiä talousihmisiä ja kokeneitakin johtajia, mutta hekin painottavan suuren riskin kasvubisneksen erikoisluonnetta. He pystyvät esittämään huolellisesti laadittuja budjetteja, jotka pohjautuvat kasvuennusteisiin.

Juuri tässä keskustelussa sinä olet hyvä. Olet todennäköisesti tottunut pyörittelemään Excelissä budjettilaskelmia, miet-

timään markkinaosuuksia ja arvioimaan sijoitetun pääoman tuotto prosentteja.

Lukuihin ei kuitenkaan kannata alkuvaiheessa liikaa jumi-
tua, tärkeämpää on tutustuminen ihmisiin ja tuotteeseen tai
ideaan. Kukaan kun ei voi luvata, että juuri tästä yhtiöstä tu-
lee menestys.

Keitä muita on mukana?

Älä siis pysähdy pelkkiin lukuihin, sillä startup-bisneksen on-
nistuessa luvut ovat aina moninkertaisia suunnitelmiin verrat-
tuna. Ja jos homma ei lähde kasvuun, ei budjeteista ole mi-
tään apua.

Muista, että ensimmäisissä tapaamisissa et vielä sitoudu mihin-
kään. Ennen sijoitusta tai yhteistyötä tulette käymään läpi yk-
sityiskohtia ja laskelmia väsymykseen asti.

Jos harkitset sijoitusta, nyrkkisääntö on, että kannattaa laittaa ra-
hansa yhtiöön, jonka muihin sijoittajiin luostat. Monet enkeleis-
tä tekevät ensimmäisen sijoituksensa yhdessä tuttaviansa kanssa.

Myös yhteistyötä startupin kanssa harkitsevien kannattaa tut-
kia yrityksen taustavoimia. Onko neuvonantajina, hallituksen
jäseninä tai sijoittajina ihmisiä, jotka tunnet?

Jos siis ymmärrät, miksi yhtiö on oivaltanut jotain hienoa ja li-
säksi tunnet väkeä yhtiön liepeiltä, startup kannattaa ottaa va-
kavasti.

Tykkäätkö tyypeistä?

Ensimmäisen tapaamisen – ja miksei myös myöhempienkin –
ehdottomasti tärkein päämäärä on tutustua yrityksen perus-
tajiin ja johtoon ja katsoa, löytyykö yhteistä säveltä. Totta kai
bisneksistäkin puhutaan, mutta se on toissijaista alkuvaiheessa.

Ari Korhonen, yksi Suomen aktiivisimmista enkelisijoittajista, painottaa tiimiä erityisen paljon sijoituskohteita valitessaan.

”Hyvänkin bisnesidean pystyy huono tiimi pilaamaan. Jos taas idea on vähän huonompi, hyvä tiimi pystyy suuntaamaan firmaa uudestaan”, Korhonen perustelee.

Hyvänkin bisnesidean pystyy huono tiimi pilaamaan

Korhosen mukaan henkilökemian pitää toimia, sillä enkelisijoittaminen on kuin parisuhde. Neuvotteluvaiheessa seurustellaan ja sijoitettaessa mennään naimisiin.

”Minulla on lähtökohtana hissitesti. Pitää miettiä, miten tul-taisiin yrittäjäporukan kanssa toimeen, jos juututtaisiin joka päivä hissiin jumiin kahdeksi tunniksi seuraavan kolmen vuoden ajan”, Korhonen kuvailee.

Myös yhteistyötä harkittaessa kannattaa kiinnittää erityinen huomio ihmisiin. Yrittäjiin pitää luottaa, koska startup on lähtökohtaisesti nopeasti kehittyvä ja muuttuva yritys, joka optimoi liiketoimintaansa valtavalla tahdilla. Voitko olla varma, että he ottavat myös sinun yhtiösi huomioon kehittyessään ja valloittaessaan maailmaa?

Kun osoitat aitoa kiinnostusta meitä hupparihörhöjä kohtaan ja hyväksyt meidät sellaisina kuin me olemme, rentoudumme oikeasti – emmekä vain näennäisesti. Vasta vilpittömästi juttelevan ihmisen suusta saat kuulla rehellistä tekstiä, vasta esittämisen loputtua todellinen into tai sen puute paljastuu.

Startup-maailmasta voi luoksesi kömpiä vaikka minkälaista väkeä. Yrityksen tuppisuinen ja katsekontaktia välttävä tekninen johtaja saattaa vaikuttaa satanistilta piiskatukassaan ja mustassa nahkatakissaan – mutta olla silti maailman paras alallaan. Jopa startupin markkinoinnista vastaava tyyppi saattaa olla helppoheikin oloinen halvassa pikkutakissaan. Eikä yli-innokas toimitusjohtaja vaikuta useinkaan siltä, että voisi istua

Kysymyksiä ensitapaamiseen

- Miksi juuri te olette parhaita tekemään tämän tuotteen tai bisneksen?
- Mikä tässä innostaa teitä henkilökohtaisesti?
- Miksi maailmalla ei ole tehty tätä aiemmin?
- Millaisia ihmisiä haluatte palkata seuraavaksi tekemään asioita, joita te ette kunnolla osaa?
- Miksi tapaatte juuri minut tai yritykseni, mitä me voimme teille antaa?
- Miten yritykseni hyötyy yhteistyöstä kanssanne?
- Keitä sijoittajia on rahoittamassa yhtiötä tai keitä haluaisitte mukaan?

alas vuorineuvosten kanssa. Silti hänellä saattaa olla loistava kokonaiskäsitys yrityksen toimialasta ja hieno kontakti työntekijöihin.

Yritä siis päästä ensivaikutelma yli. Ole suvaitseva.

Myös sinua arvioidaan

Koska kyse on aina yhteistyöstä, startup-yrittäjät arvioivat sinua. Yhteistyökumppaneilla tai sijoittajilla on muutamia tapoja erottua edukseen.

Vakuuta kontakteillasi: menestystä tavoittelevalla yrityksellä ei ole koskaan riittävästi kontakteja.

Yksi enkelin, neuvonantajan tai yhteistyökumppanin tärkeimmistä tehtävistä on avata ovia piireihin, joihin perustajilla ei ole pääsyä. Mieti siis, ketä tunnet ja miten voit auttaa, ja kerro se tapaamillesi yrittäjille.

Kuuntele, anna tilaa: Osoita kunnioitusta yrittäjiä kohtaan. Kehu jopa, sillä se ei ole sinulta pois.

Ihmisläheisellä otteella jäät helposti mieleen ja maineesi startup-maailmassa kasvaa, vaikket sijoittaisikaan juuri tapamaasi yritykseen tai alkaisi heidän kanssaan yhteistyöhön.

Älä ole hankala: Älä ehdota omituisia diilejä, joissa tyrkytät lainaa kovalla korolla tai vaadit ylimääräistä valtaa tai veto-oikeuksia. Kukaan ei pakota sinua sijoittamaan startupiin tai lähtemään mukaan bisnekseen. Voit olla ystävällinen ja sanoa ei, jos näkemyksenne eivät kohtaa.

Myös yrityskauppoja hierottaessa asenteellasi on väliä. Startup-yrittäjät ymmärtävät, että jos he myyvät yrityksensä yhtiöllesi, kauppaan kuuluu yleensä työvelvoite, eli he tulevat teille hommiin. Jos tämä vaihtoehto ei in-

nosta, kauppoja ei useinkaan synny.

Parhaiten voit pilata yhteistyömahdollisuudet asettumalla hupparihörhön yläpuolelle ja esittämällä kaikkietietävää.

Parhaiten voit pilata yhteistyömahdollisuudet asettumalla hupparihörhön yläpuolelle

Muista, että tapaamisessanne ei ole kysymys työhaastattelusta, sinun ei tarvitse osoittaa erinomaisuuttasi, eikä palavereita startupin kanssa kannata tuhлата kouluttamiseen.

Ensin on fiksumpaa perehtyä sekä yrityksen liike-ideaan, markkina-alueeseen että ihmisiin yhtiön takana. Et sinä ole opettamassa, olet oppimassa – varsinkin jos et ole ennen tutustunut startupien maailmaan. Toki myöhemmin vinkeistäsi ja kontakteistasi voi olla suurta apua.

Huonoihin yrittäjiin ei kannata tuhлата aikaa, sillä he eivät kuitenkaan opi. Hyvät taas tulet tapaamaan jo huomenna uudestaan.

Tiivistetysti: Ole kiva.

9 Kaaos – kuinka voit auttaa

Päätit sitten ryhtyä tekemisiin startupin kanssa. Olette tavanneet lukuisia kertoja, pitkät neuvottelut ovat ohi ja olette allekirjoittaneet sopimuksen. Onnea ja pahoittelut.

Homma voi joko onnistua hienosti tai mennä mönkään. Todennäköisempää on, että epäonnistutte.

Harvard Business Reviewin mukaan monet tutkimukset osoittavat, että 70–90 prosenttia yrityskaupoista epäonnistuu tai ei ainakaan saavuta kaupalle asetettuja tavoitteita. Sama pätee myös startup-sijoituksiin: vain yksi kymmenestä sijoituksesta tuottaa jotain sijoittajilleen.

Mutta on myös mahdollisuus, että hupparihörhön ja patruunan yhteisestä seikkailusta tulee hieno menestys. Ilman riskejä menestyksen mahdollisuudet olisivat paljon pienemmät.

Yksi asia on kuitenkin varma: startup ja siinä toimivat hupparihörhöt tulevat aiheuttamaan sinulle tai yrityksellesi valtavasti päänvaivaa.

On usein mahdotonta erottaa täyttä hulluutta loistavasta liikeideasta tai oivalluksesta. Se kuuluu asiaan. Juuri tällaisella hetkellä sinä saatat olla se henkilö, joka kysyy tärkeimmän kysymyksen tai avaa oikean oven, ja idea jalostuu liiketoiminnaksi.

Sinulla on voimaa, startupilla ideoita

Lähdettyäsi mukaan startup-maailmaan olet päässyt osaksi joltain jännittävää. Startupisi on raketti, joka tarvitsee polttoainetta.

Startup tarvitsee voimaa. Jos edustamasi yritys on ostanut startupin, tilanne on herkullinen: käytössäsi on porukka, joka tekee innolla asioita, joista voi seurata valtavaa arvonnousua yrityksellesi.

Sinulla taas on resursseja ja pääomaa, joilla startupin tuote tai idea saadaan lentoon. Avaruuteen asti. Mutta samalla pitää olla tarkkana: miten säilyttää startupin luovuus ja vapaus samalla kun tarjoaa voimavarojaan hupparihörhöjen käyttöön?

Startupin kanssa sinulla on mahdollisuus uudistaa yrityksesi kulttuuria

Startupin kanssa sinulla on mahdollisuus jopa uudistaa yrityksesi kulttuuria: olet juuri ostanut porukan, jolla ei ole taakkanaan suur yrityksen jähmeää tapaa toimia. Olet käynnistämässä – tai ainakin vahvistamassa – sisäisen yrittämisen kulttuuria, jossa pienet ja kekseliäät tiimit kehittävät asioita mahdollisimman vapaasti ja joka johtaa parhaimmillaan hienoihin tuloksiin.

Maailmalla monet nopeimmin kasvavista yrityksistä panostavat sisäiseen yrittämiseen. Muun muassa Ernst & Young ja PricewaterhouseCoopers järjestävät työntekijöilleen kilpailuja, joissa etsitään seuraavia suuria innovaatioita. Monet suur yritykset kuten 3M, Facebook ja Google taas kannustavat työntekijöitään käyttämään 15–20 prosenttia työajastaan luoviin henkilökohtaisiin projekteihinsa.

Jos sisäinen yrittäjäyys ei ole yrityksellesi se tärkein juttu, haluat todennäköisesti sulauttaa startupin ja sen hupparihörhöt osaksi ydinliiketoimintaasi. Silloin haasteena on varmistaa, että hörhöt todella integroituvat osaksi firmasi porukkaa.

Tällaisessa tilanteessa tarvitaan usein kulttuurinmuutosta ja ymmärrystä puolin ja toisin. Asiat kannattaa tehdä yhteisymmärryksessä, jolloin molemmat oppivat ja hyötyvät. Sinä tiedät tietysti parhaiten, miten kauppasi hyöty maksimoidaan.

Zokem – yksi onnistujista

Mobiilianalytiikkayhtiö Zokem on hyvä esimerkki kotimaisesta startup-menestyjästä. Amerikkalainen markkinointitutkimuksiin keskittynyt Arbitron osti Zokemin 12 miljoonalla dollarilla kesällä 2011. Lisäksi kauppaan sisältyi optio tulosbonuksista.

Zokem perustettiin vuonna 2006, ja parin vuoden kuluttua se julkisti ensimmäisen tuotteen. Se oli kuluttajille suunnattu applikaatio, joka tallensi käyttäjänsä kaikki päivittäiset puhelinpuuhailut sekä elämänrytmiin liittyvät asiat, kuten sijaintitiedot. Palvelun avulla pystyi myös jakamaan kaiken datansa sosiaalisiin medioihin.

”Siihen kuluttajatuotteeseen ei laitettu mitenkään erityisesti paukkuja”, muistelee Zokemin perustaja, nykyinen enkelisijoittaja Hannu Verkasalo.

”Saimme noin 10 000 käyttäjää ja onnistuimme todistamaan, että tällainenkin konsepti voi toimia osana mediamittaustoimialan murroksia. Samalla testasimme teknologiapohjaa.”

Noin vuosi kuluttajatuotteen julkaisusta Zokem keräsi pääomasijoittajilta kaksi miljoonaa euroa ja tarkensi fokustaan. Yritys alkoi keskittyä ammattimaisempaan mobiilianalytiikkaan.

”Olimme globaalisti ensimmäinen firma, joka teki mobiilimaailmassa paneelitutkimuksia”, Verkasalo kertoo.

Joskus kannattaa olla ensimmäinen. Kun Zokem sai tehtyä isoja kauppvoja, monet kansainväliset yhtiöt alkoivat ilmaista kiinnostusta yhtiöön. Asialla olivat erityisesti sellaiset yritykset, jotka menettivät liikevaihtoaan ja tunsivat, että pieni suomalainen firma oli valloittamassa kasvavia mobiilipuolen mediamittausmarkkinoita.

”Arbitron oli eniten hyökkäävä”, sanoo Verkasalo.

”Kävi selväksi, että he halusivat myös liiketoiminnan, tiimin, brändin ja osaamisen, eivät pelkkää teknologiaa”, lisää Verkasalo.

Yrityskauppaneuvotteluihin kului seitsemän kuukautta. ”Sinä aikana jatkettiin toimintaa entiseen malliin. Tehtiin yhteistyötä myös Arbitronin kilpailijoiden kanssa”, Verkasalo kertoo.

Lopullista kauppahintaa korotti se, että neuvottelujen aikana Zokem oli onnistunut nostamaan vuosiliiketoimintonsa ”kuusinumeroisesta seitsemännumeroiseksi”. Brändi alkoi olla markkinoilla tunnettu.

Vaikka Zokem eteni exitiin ulkopuolelta arvioituna nopeasti, Verkasalo muistuttaa, ettei menestystä synny ilman kovaa työtä.

”Ydintiimi aloitti jo vuosituhannen vaihteessa tällaisten tuotteiden kehittämisen. Yrittäjien omaa rahaa oli sijoitettuna lähemmäs miljoona euroa”, Verkasalo kertoo.

Yhtiössä oli jo perustamisvaiheessaan alansa konkareita. Tuotteita kehitettiin asiakasprojektien yhteydessä ja samalla tehtiin tuottavaa liiketoimintaa.

Vasta pitkän oppimisen jälkeen Zokem lanseerasi oman palvelun. Ja kun liikevaihtoa haluttiin taas kasvattaa, palvelun suuntaa muutettiin.

Hannu Verkasalo on asunut ulkomailla – erityisesti Yhdysvalloissa – jo useamman vuoden. Hän on juuri vapautunut Arbitron-kaupan yhteydessä syntyneistä työvelvoitteistaan. Kehitteillä on vielä salainen uusi bisnes.

”Sen verran voin sanoa, että on kyse liiketoiminnasta, jossa asiakkaat ovat USA:ssa, mutta tuotekehitys Euroopassa, erityisesti Suomessa”, Verkasalo vihjaa.

Mobiiligurun mukaan Suomesta löytyy valtavasti tietoa ja taitoa kehittää tuotteita. Alkuvaiheen rahoitustakin on mahdollista löytää, mutta rohkeutta kansainvälistymiseen tarvitaan rutkasti lisää.

Osaamistasi tarvitaan

Miten sinä itse voit auttaa startupiasi? Tämä kysymys on oleellinen ainakin, jos olet lähtenyt sijoittajaksi kasvuyritykseen.

Ainakin kokemuksestasi on hupparihörhöille valtavasti apua. Kasvuyrittäjät ovat usein pihalla suuren kokoluokan bisneksestä, sillä monikaan heistä ei ole ollut mukana suuren luokan liiketoiminnassa. Kasvuyrittäjät ovat innostujia, keksijöi-

tä, kyseenalaistajia, mullistajia ja käynnistäjiä, eivät pitkäjänteisiä bisneksen kehittäjiä. Se on tuoreuden hinta.

Megatrendejä startupeissa osataan toki määritellä ja näkymä tulevaisuuteen on selvä, mutta aivan tavallinen myyntityö tai asiakkaan kuunteleminen saattaa intoillessa unohtua.

Eivät liiketoiminnan perussäännöt ole kuitenkaan mihinkään kadonneet. Loppujen lopuksi tärkeintä on tuotto, vaikka se tulisi internetin kissavitseistä. Juuri tässä sinä voit auttaa.

Entinen Metson toimitusjohtaja, ZenRobotics -startupin hallituksen puheenjohtaja Jorma Eloranta tiivistää hienosti, miten perinteinen bisnesäly voi auttaa startupia menestyksen tielle – tai miten startupin ainutlaatuisuutta voidaan jalostaa suuren yrityksen käyttöön.

”Itsestäänselvyydet pitää haastaa ja jauhaa niistä niin kauan, että niistä tulee selvyyksiä”, Eloranta painottaa.

Pitää todella syvällisesti ymmärtää, mitä asiakas tarvitsee. Sen jälkeen mietitään, mitä asiakkaalle pystytään tekemään ja toimittamaan. ”Vasta näiden jälkeen pohditaan ansaintalogiikkaa”, sanoo Eloranta.

”Kaikki lähtee strategisen johtamisen perusasioista, jotka pitää pystyä kommunikoimaan uskottavasti sijoittajille, työntekijöille ja myös asiakkaille”, Eloranta summaa.

Myös Lifeline Ventures -yrityskiihdyttämön toinen perustaja Petteri Koponen korostaa perinteistä osaamista. Hänen mukaansa esimerkiksi sijoittajat vaativat yhä enemmän, että yrityksestä löytyy idean lisäksi myös kunnan suunnitelmat ja tehokas organisaatio.

**Kasvuyrittäjät ovat
usein pihalla suuren
kokoluokan bisneksestä**

”Hipsterifounderit luulevat usein, että tämä on aivan eri maailma. Hyvin toimiva firma on yhä hyvin toimiva firma”, Koponen toteaa.

”Parhaiten pärjääviä startupeja yhdistää, että niissä osataan katsoa numeroita. Ja suunnitelmat ovat selkeät, vaikka niitä usein muutettaisiinkin”, Koposen yhtiökumppani Timo Ahopelto jatkaa.

Älä hidastele

Startupia täytyy todennäköisesti hieman patistaa keskittymään raportointiin ja huolelliseen valmisteluun. Nämä voivat tuntua hupparihörhöistä turhauttavilta, mutta ilman niitä suuren kokoluokan yritykset eivät voi toimia.

Mitä ikinä teetkin, älä hidastele. Jos olet alkanut kumppanuuteen startup-yrityksen kanssa, tärkein tehtäväsi on varmistaa, ettei organisaatiossasi jähkailla. Yhteistyössänne on erityisen tärkeää olla estämättä kasvuyrityksen nopeaa kasvua ja vauhdikasta tuotekehitystä.

Startupille viivytys on kohtalokasta. Tiedän sen, sillä olen monet kerrat joutunut palaveriluuppiin suurten yritysten kanssa. Turha tuolinkuluttaminen ei hyödytä ketään, vauhdista ja vaaran tunteesta on hyötyä myös sinulle ja yrityksellesi.

Kun kumppani jumittaa startupille tärkeää yhteistyötä, kasvuyritys joutuu vaikeuksiin, koska se on suunnannut rajattuja resurssiaan tahmaisiin tai toteutumatta jääviin hankkeisiin.

Jo pelkkä sopimuksenne on erittäin merkittävä asia startupille. Sopimus menettää kuitenkin nopeasti arvonsa, ellei mitään konkreettista tapahdu.

Kumppanuudet katsotaan yrityksen arvoa lisääviksi myös esimerkiksi sijoituskierröksillä. Kaatuneet yhteistyöt taas syövät yrittäjien ja yrityksen uskottavuutta.

Myllerrys alkakoon

Toivon siis, että alkaessasi yhteistyöhön startup-yrityksen kanssa, otat huomioon näiden yritysten erityislaadun. Näin saat eniten energiaa uudesta kuviosta.

Hyvinvoiva startup on eduksi myös kumppanille. Yritä siis kaikin tavoin taata uusille yrittäjätovereillesi mahdollisimman suuri vapaus, jotta he voivat intoilla ja tuottaa mahdollisimman paljon lisäarvoa.

Voimaa ja notkeutta. Järkeä ja intoa.

Bisnesmiehen ja hupparihörhön yhdistelmä on voittamaton. Onnea matkaan! Olet saanut kumppanin, jonka kanssa ei ainakaan pitkästy.

Bisnesmiehen ja hupparihörhön yhdistelmä on voittamaton

Lähteet

Haastattelut

- Ahopelto, Timo, Lifeline Ventures -yrityskiihdyttämön perustaja, haastateltu 9. elokuuta 2012.
- Eloranta, Jorma, ZenRoboticsin hallituksen puheenjohtaja, 26. syyskuuta 2012.
- Hattula, Jussi, Teollisuussijoituksen sijoitusjohtaja, 10. lokakuuta 2012.
- Koponen, Petteri, Lifeline Ventures -yrityskiihdyttämön perustaja, 9. elokuuta 2012.
- Korhonen, Ari, Lagoon Capitalin omistaja ja bisnesenkeli, 26. marraskuuta 2012.
- Kuittinen, Jonne, Suomen pääomasijoitus ry:n analyytikko, 10. lokakuuta 2012.
- Lindgren, Jaakko, Tiedon lakimies, 23. elokuuta 2012.
- Miettinen, Ville, startup-aktiivi, sarjayrittäjä ja enkelisijoittaja, 14. elokuuta 2012.
- Nielsen, Claes Mikko, koordinaattori Finnish Business Angels Network, 9. lokakuuta 2012.
- Pasanen, Jari, SEK & Grey:n strategiajohtaja, 13. syyskuuta 2012.
- Rouvinen, Petri, Etlatiedon toimitusjohtaja, 6. marraskuuta 2012.
- Siilasmaa, Risto, Nokian hallituksen puheenjohtaja, 9. marraskuuta 2012.
- Tarjanne, Artturi, Nexit Venturesin perustaja ja toimitusjohtaja, 2.1. 2013.
- Verkasalo, Hannu, enkelisijoittaja, 17. tammikuuta 2013.
- Vilpponen, Antti, ArcticStartupin perustaja, 16. marraskuuta 2012.

Kirjalliset lähteet

- Aaltoes (2011): Introducing the top 7 startups of Slush100 <http://aaltoes.com/2011/11/introducing-the-top-7-startups-of-slush100/>.
- Balance Consulting (2012): ”2000 suurinta yritystä”, <http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/suurimmat/hakutullos.jsp?sortBy=lvnorm&sortorder=desc&val1=lvnorm&rows=50&x=13&y=8>.
- Blank, Steve (2010): ”What’s A Startup? First Principles”, <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>.
- Cheshire, Tom (2011), ”Europe’s hottest startup capitals”, Wired, <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2011/09/european-startups/helsinki>.
- Christensen, Clayton M., Alton, Richard, Rising, Curtis, Waldeck, Andrew (2011): ”The Big Idea: The New M&A Playbook”, Harvard Business Review, <http://hbr.org/2011/03/the-big-idea-the-new-ma-playbook/ar/1>.

Cisco (2012): "Acquisition Summary", http://www.cisco.com/web/about/doing_business/corporate_development/acquisitions/ac_year/about_cisco_acquisition_years_list.html.

Creandum (2012): "Nordic exit analysis", http://www.slideshare.net/d_bloomquist/2012-02-creandum-nordic-exit-analysis.

Dixon, Chris (2011): "Three types of acquisitions", <http://cdixon.org/2011/12/10/three-types-of-acquisitions/>.

Ernst & Young (2011): Globalizing venture capital, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Globalizing_venture_capital/\\$FILE/Globalization%20Venture%20Capital%20VC%20Insights%20and%20trends%20report%202011.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Globalizing_venture_capital/$FILE/Globalization%20Venture%20Capital%20VC%20Insights%20and%20trends%20report%202011.pdf).

Finnish Business Angels Network (2012): Bisnesenklien verokannustin – Mitén käytännössä?, <https://www.FiBAN.org/bisnesenklien-verokannustin-miten-k%C3%A4yt%C3%A4nn%C3%B6ss%C3%A4>.

Finnish Business Angels Network (2012): Results from the private investment survey covering the first half of 2012, <https://www.FiBAN.org/survey-1-2012>.

Heiskanen, Mirva (2012): "Monty Widenius: Startup-yrittäjien ei pitäisi haluta niin paljon rahaa", Talouselämä 9.12. 2012, <http://www.talouselama.fi/uutiset/monty+widenius+startupyrittajien+ei+pitaisi+haluta+niin+paljon+rahaa/a2158915>.

IDC (2012): "Android Marks Fourth Anniversary since Launch with 75.0% Market Share in Third Quarter", <http://www.businesswire.com/news/home/20121101006891/en/Android-Marks-Fourth-Anniversary-Launch-75.0-Market>

Knowles, Jamillah (2012): "Slush 2012, Helsinki: Cold outside but hot for startups", The Next Web 26.11. 2012, <http://thenextweb.com/eu/2012/11/26/slush-cold-outside-but-hot-for-startups/>.

Koistinen, Olavi (2012): "Sijoittaja ei löydä aloittelevia yrityksiä", Helsingin Sanomat 26.11. 2012, <http://www.hs.fi/paivanlehti/talous/Sijoittaja+ei+l%C3%B6yd%C3%A4+aloittelevia+y yrityksi%C3%A4/a1353818372909> .

Luoma-Aho, Veera (2011): "Aaltoliike", Helsingin Sanomien Kuukausiliite 8/2011 s. 24–40.

McKenzie, Hamis (2012): "Supercell is Accel's fastest growing company ever. (And it has a ball pit)", Pandodaily.com, <http://pandodaily.com/2012/11/27/supercell-is-accel-fastest-growing-company-ever-and-it-has-a-ball-pit/>.

Metsäklusteri (2011): "Radikaalit asiakas- ja markkinalähtöiset innovaatiot -hanke" <http://humap.fi/rami/test/>.

MTV Media (2012): Tosielämän diili, <http://www.tosielamandiili.fi/>.

Next Ventures (2010): Nexit Mobile Insights, http://www.nexitventures.com/mobile_insights/.

Opetushallitus (2006): Etälukion verkkomateriaalit, Yrittäjyysväylä, <http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=262>.

- Raney, Colin (2012): "Start-ups, Skunkworks, and Your Next Big Product", Harvard Business Review, http://blogs.hbr.org/cs/2012/06/start-ups_skunkworks_and_your.html.
- Raymond, Eric Steven (2000): "The Cathedral and the Bazaar", <http://www.catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/cathedral-bazaar/index.html>.
- Ries, Eric (2008): "The lean startup", <http://www.startuplessonslearned.com/2008/09/lean-startup.html>.
- Sajari, Petri (2012): "Supercellissä pieni on kaunista", Helsingin Sanomat 6.11.2012, s. B4.
- Schawbel, Dan (2012): "How Big Companies Are Becoming Entrepreneurial", Techcrunch, <http://techcrunch.com/2012/07/29/how-big-companies-are-becoming-entrepreneurial/>.
- Sengupta, Somini (2012): "Why Is Everyone Focused on Zuckerberg's Hoodie?", The New York Times, Bits, <http://bits.blogs.nytimes.com/2012/05/11/why-is-everyone-focused-on-zuckerbergs-hoodie/>.
- Suomen pääomasijoitusyhdistys (2012): Suomalaisten kohdeyhtiöiden saamat pääomasijoitukset, http://www.fvca.fi/files/612/Kalvot_12H1_fi_20120827.pdf.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2012): Kasvuyrityskatsaus 2012, <http://www.tem.fi/julkaisut?C=98033&xmid=4807>.
- Vehviläinen, Maija (2012): "Ei ole helppoa olla pioneeri – Se on riskialtista ja vaikeaa", Uusi Suomi, <http://www.uusisuomi.fi/raha/56029-ei-ole-helppoa-olla-pioneeri-se-riskialtista-ja-vaikeaa>.
- Wikipedia (2012): "Startup-company", http://en.wikipedia.org/wiki/Startup_company.