

Podcast on tuotettu ESR rahoitteen Lets Learn Work -hankkeen toimesta.

Jakson aiheena: Yrittäjän arvomaailma

Jakson henkilöt:

Henri Hautabakka, host

Kristiina Liedes, Clewor

Let's learn work on Euroopan sosiaalirahaston rahoittama hanke, jonka tavoitteena on edistää nuorten työelämä- ja yrittäjyystaitoja Keskipohjanmaan alueella. Podcast on tuotettu yhteistyössä Centria ammattikorkeakoulun ja Kpedun Mediakeskus Limen kanssa. Sen tavoitteena on löytää hyödyllistä tietoa työelämästä ja yrittäjyydestä oikeiden työelämäosaajien kautta, sekä kuulla heidän tarinoita.

Henri: Tervetuloa kuuntelemaan podcastia. Minun nimi on Henri Hautapakka, toisen vuoden liiketalouden opiskelija Kokkolan Centrialta, ja tänään meillä on vieraana Kristiina Liedes Kannuksen keskuspesulasta, entiseltä nimeltään Keskuspesula, nykyinen Clewor, tervetuloa.

Kristiina: Heippa. Mä olin heti aivan järkyttynyt, ei me olla Keskuspesula enää.

Henri: Sä voisitkin heti ensimmäisenä kertoa, että että mitä tapahtui?

Kristiina: Mitä tapahtui? No, oikeastaan, tiedätkö mä koitan selittää tän lyhyesti. Kun mä tulin 2007 taloon, niin me oltiin silloin tosiaan Kannuksen keskuspesula, niin mun mentorit sanoi mulle, että sun täytyy vaihtaa tuo nimi, että se Kannus tulee olemaan sulle este. Ja toki silloin 2007, niin meidän asiakaskunta oli vaan Kannus. Ei ollut lähikuntia muualta, ja mä en oikein uskonut ensin sitä juttua. Mutta sitten kun me pikkuhiljaa kasvettiin ja kehitettiin, niin mä huomasin, että se Kannus oli vähän semmoinen hidaste, että se ei ole oikeastaan antanut sitä mielikuvaa meistä mitä me ollaan ihan oikeasti. Ja sitten viime keväänä, se taisi olla toukokuu 2022, kun me sitten se rekisteröitiin. Toki itse me ei nimeä keksitty, meidän yhteistyökumppani Hurmos sitten asetti meille tällaisia eri vaihtoehtoja. Ja sitten me, meillä oli oma pieni porukka, me valittiin tai katsottiin, oliko niitä 2 tai 3 tällaista vaihtoehtoa. Tää Clewor tuntui semmoiselta että “clean work” ja “clean world”,

Henri: Ai se tulee siitä.

Kristiina: Se tulee siitä. Tää on niin meidän juttu.

Henri: OK, koska mä oon kaikilta vierailta täällä kysellyt vähän yrityksen nimen historiaa ja logojen historiaa ja tällaista. Ja sitten kun mä mietin, että mikä on Clewor. Mä rupesin vaan yhdistään sen siihen, että se on jollakin lailla “clever”, niin kuin fiksu, järkevä.

Kristiina: Aivan. Ehkä sitäkin. Joo.

Henri: Mutta se on clean work.

Kristiina: Ja clean world, clever, ja Clewor on kyllä myöskin sitä, että on älykäs, tottakai, kun on digitalisaatiota. Ihan olet oikeilla jäljillä.

Henri: Joo. No niin, mutta että siinä oli ihan tuommoinen oikea, oikeita sanoja mistä sitten se muodostuu. Hieno homma.

Kristiina: Kyllä joo.

Henri: Tuo on muuten totta, että etenkin pienillä paikkakunnilla musta tuntuu, että käytetään sitä paikkakunnan nimeä yrityksen nimessä tosi usein. Sitten taas poikkeuksena voisi olla vaikka Pori, että Porissa melkein jokainen yritys on Pori jotain tai jotain Pori, että se voi olla vaikka Kaluste-Pori tai se voi olla Pori työkalu tai joku.

Kristiina: OK. Ai semmoistako on.

Henri: Mun mielestä, mä oon ainakin kuullut tämmöistä juttua, en ole perehtynyt porilaisiin yrityksiin, mutta joku tämmöinen meininki. Se toisaalta voi olla vähän, miten sitä myydään sitä ajatusta sitten ulkopaikkakunnalle jos nimi on tavallaan omalla paikkakunnalla.

Kristiina: Ja tiedätkö se, että kun ollaan tosi pieni pieni paikkakunta tai pieni kaupunki, niin tavallaan sitten huomattiin se, että meiltä ei oteta tosissaan. Että voiko Kannuksen keskuspesulasta tulla muka jotakin tämmöistä palvelua mitä me tehdään? Ja kun tää meidän nykyinen palvelukonsepti on semmoinen, että tää itse pesu on vain yksi osa sitä koko tuotantoa, että se perustuu siihen palveluun tosi pitkästi.

Henri: No näin mäkin olisin ymmärtänyt, että eikö se ole ennen vanhaa ollut, se on ollut pesua.

Kristiina: Kyllä joo.

Henri: Mutta nykyään se ei ole pelkkää pesua vaan siinä – no saat itse kertoa, että mitä kaikkea muuta se on kun pesua.

Kristiina: Joo, no oikeastaan meidän palvelukonsepti, se poikkeaa muista alan konsepteista siinä, että me ollaan niin siinä asiakkaan arjessa mukana, lähtien ihan siitä kun se asiakas tarvitsee sen työvaatteen. Eli me mennään sen asiakkaan luokse ja me mietitään mikä on hänelle siihen toimintamalliin tai siihen toimintapaikkaan, mitä hän tekee, mikä on hänelle se just oikea ratkaisu. Että onko se sitten joku tämmöinen hitsaaja? Onko se ykkös- vai kakkosluokan suojaus siinä, tarviiko hän valokaaria, onko hän sähköjen kanssa tekemisissä? Mennään siitä valitsemaan sitten hänelle se oikeantyyppinen työvaate. Ja sen jälkeen asiakas itse sanoo, että okei onko hänen ihmisillä siellä, onko ne henkilökohtainen työvaate, vai onko se niin sanottu unisex elikkä yhteisvaate, ja sitten me tehdään sinne tämmöinen sirutus, elikkä me tehdään RFID-siruja vaatteeseen, jossa kerrotaan sitten se sirulle, että onko tämä nyt Kristiinan vaate vai onko tämä yhteisvaate.

Henri: OK, joo joo.

Kristiina: Yksilöidään se vaate sitten. Ja sen jälkeen se vaate lähtee sinne asiakkaalle kiertoon, ja asiakas käyttää. Jos se sattuu menemään hajalle, niin me sitten korjataan se. Meillä on korjauspalvelu. Sitten kun hän käyttää sitä tarpeeksi kauan aikaa, ja nähdään, että tätä ei kantsi enää korjata, niin sitten me kierrätämme sen. Suomessa on ainut paikka, mun täytyy tsekata, mä muistelen, että Paimio taisi olla missä meidän tuo kierrätyslaitos on.

Henri: Eli tässä tulee nyt tämmöinen nimen tsekkaus tässä vaiheessa.

Kristiina: Paimio joo, muistin sen oikein. Joo ko tässä on niin paljon, nyt kun on tää kierrätysshomma on tullut niin uudeksi, jos sä meet googlettaan, niin tiedätkö on hirveän paljon muka Suomessa kaikennäköisiä kierrätysjuttuja, mutta ei niitä niin kamalasti kuitenkaan loppupeleissä ole. Mutta kierrätystekstiilit, se mihinkä ne menee on Paimio.

Henri: Ok. Eli teillä otatte asiakkaan, joka on todennäköisesti yritys tai joku julkinen sektori.

Kristiina: Kyllä, kyllä joo.

Henri: Ja asiakas on mukana sen aikaa siinä, että te katsotte yhdessä sen, mikä se vaate on, ominaisuudet ja näin, ja te toimitatte ne ja te huollatte ne. Ja kun elinkaari on päätöksessään, niin sitten te pidätte huolen siitä, että se menee oikeaan paikkaan sen jälkeen.

Kristiina: Kyllä. Koska tosiaan tänä vuonna, nyt mä en osaa sanoa, mun mielestä ei ole tarkempaa päivämäärää tullut, mutta sanotaan, että 2023 EU kieltää, että vaatteita ei saa enää hävittää polttamalla tai sekajätteeseen, ne täytyy kierrättää. Sen suhteen me ollaan tehty tätä jo pari vuotta, että me ollaan niitä vaatteita kierrätetty sen takia, että niistä tehdään uutta lankaa, tai uutta tämmöistä kuitua, jotka sitten menee eteenpäin.

Henri: Eli teillä ei ole tavallaan huolta siitä, että teidän tarvitsee ruveta reagoimaan tuleviin lainmuutoksiin, kun te olette jo vähän...

Kristiina: Kyllä. Joo me olemme reagoineet niihin jo.

Henri: No tästähän päästäänkin sitten oikein nätisti tähän arvomaailmaan, mikä on tämän päivän jonkinnäköinen teema, yrittäjän ja yrityksen arvot. Tuommoinenhan on erittäin fiksua, mistä se on lähtenyt tommoinen, että pysytäänpä vähän edellä muita näissä asioissa.

Kristiina: No tavallaan, tosiaan kun me ollaan kuitenkin pieni yritys. Me ollaan haluttu kuitenkin koko ajan miettiä sitä, että me halutaan olla erilainen kuin muut. Ja me halutaan olla edellä aikaamme, ja nää on sitten tullut... Me ei olla mun mieheni kanssa yksin tässä mukana, vaan meillä on tämmöinen nuorisoketju, elikkä meidän lapset on siinä ollut mukana. Ja kun he osaa kanssa katsoa sinne pitkälle tulevaisuuteen, niin he ovat sitten kans saaneet tietonsa, onkineet tietonsa, semmoinen kaikki, että mitä tulevaisuus tuo tullessaan, ja tavallaan sitten ohjanneet meitä menemään sinne mukana. Ja nyt kun ollaan tässä oltu, niin sen näkee, että on oikeastaan räjähdysmäisesti tullut tää kaikki kierrättäminen, ja ilman saastumiset ja kaikki. Tää kaikki tuntuu sillä tavalla vähän kuin käsien peseminen: yhteen aikaan oli, että joku opetteli pesemään käsiä. Niin kun me ollaan tehty tavallaan ympäristöystävällistä jo tässä vuosia niin se tuntuu meistä, että mitä meidän tarvii enää tehdä ylimääräistä muuta.

Henri: Periaatteessa teidän pitää vaan niinku odottaa, että mitä se tulevaisuus taas tuo tullessaan. Ja teillä on tosiaan sitä omaa porukkaa tässä yrityksessä. Onko se jo päätetty, että he jatkavat sitä siinä kohtaa, kun esimerkiksi sinä lähdet jossain kohtaa tekeen jotain muuta, tai eläkkeelle tai mitä tahansa se sitten onkaan. Elikkä se on periaatteessa jo integroitu siihen strategiaan, että tämä jatkuu myös tulevaisuudessa ja tämä ympäristöstä huolehtiminen tässä?

Kristiina: Kyllä, ja tosiaan se mikä mikä on hupanen huomata nyt, musta on ihana se, että myöskin vaatetoimittajat ovat reagoineet siihen, elikkä vaatteesta tulee tämmöisiä kierrätettyjä vaatteita, enää ei ostetakaan kaikkia puuvillapellolta suoraan, vaan sitten tekstiilejäkin myöskin kierretään, ja niistä tehdään sitten uusia vaatteita. Hyvä on meidän yhteistyökumppani Freestylesin tämmöinen Green-mallisto, joka on tehty kierrätystekstiileistä ja näistä. Niin kun se otetaan huomioon heilläkin siinä ihan miten se vaate on pakattu, kun se tulee tulee vaikka meille, sitä ei ole pakattu minnekään muoviiin tai paperiin, vaan se on otettu hirveän hyvin huomioon se ihan se asiakkaalle tulokin, että se on semmoinen ympäristöystävällinen.

Henri: Kuinka vaikeata tämmöisiä yhteistyökumppaneita on löytää, jotka ajattelee samalla tavalla kuin te?

Kristiina: No en mä tiedä, kyllä niitä tavallaan löytyy, kun sulla on se oma halu mihin sä haluat mennä, niin kyllä niitä sitten löytyy. Ja tää tosiaan oli kyllä meille semmoinen hyvä kumppani justiin tää meidän työvaatetoimittaja, koska meidän arvomaailma on sama, justiin tää ympäristöystävällisyys ja kierrättäminen, justiin nimenomaan tää Green-mallisto. Mä oon ihan myyty sille mallistolle, kun tietää, että meidän asiakkaatkin rupeaa reagoimaan, että meidän täytyy pelastaa tätä maailmaa, niin ne haluaa pelastaa sen sitten sillä, että ne ottaa itselle sen työvaatteita jotka on kierrätettyjä.

Henri: Mutta kuulostaa, että nämäkin tyypit on jo vähän niin kuin muita edellä.

Kristiina: Kyllä ovat. Ne ovat muita edellä.

Henri: Elikkä tätä mä mieltisin, että miten miten sä löydät näin hyvin samalla tasolla olevan yhteistyökumppanin, koska periaatteessa on varmaan joku sertifikaatti tai joku mikä kertoo, että sä oot ympäristöystävällinen esimerkiksi. Mutta jonkun tarvitsee vaan saada se, ja se on hänelle sitten tavallaan siinä. Että sen jälkeen voi pestä kädet, kun on saanut sertifikaatin, mutta että sen jälkeen jos sä haluat panostaa niin pitää tehdä oikeasti vielä enemmän töitä.

Kristiina: Kyllä, ja ylläpitää.

Henri: Niin, niin sitten löytää ne samalla tasolla olevat tyypit, niin kuulostaa mun mielestä jotenkin haasteelliselta.

Kristiina: Meillä sitä ei koettu noin. Ehkä sitten me ollaan oltu onnekkaita, että me ollaan löydetty ne kumppanit. Kun ollaan keskusteltu ja kumpikin arvostaa toisen liiketoimintaa ja kuuntelee, että mihinkä te haluatte olla menossa. Ja sitten he ovat totta kai - mä en voi sanoa, että ne ne keksii meille sen, vaan heillä on kanssa omaa oma tuotekehitys pitkälle mennyt, kun he paljasti, että tämmöinen on heille

tulossa, niin mehän oltiin silloin että no vau! Ja totta kai sä voit sitten itse käyttää sitä omassa liiketoiminnassa, miettiä sun asiakkaita, että hei kenelle tällainen Green-mallisto vaikka olisi nyt tiedätkö tosi hyvä juttu, vaikka hänen omaa mainontaansa ja arvomme. Silmänsä ja sitten sä käyt sen myymässä, että hei, tässä olisi tällainen vaihtoehto tälle perinteiselle, vaikka näkyvälle vaatteelle, on tällainen Green-malliston näkyvä, joka on tehty vähän ympäristöystävällisemmin, vettä säästään.

Henri: Miten sitten nuo muut arvot? Palataan toki vielä ympäristöönkin, mutta että mitä muita arvoja Cleworilla on?

Kristiina: Mitähän meillä arvoja kaikennäköisiä on. Tuo oli hyvä koska tota, mä justiin katsoin kun tänne lähdin, niin mietin tätä meidän meidän arvomaailmaa, tai oikeastaan meidän lupauksia, mitä me ollaan tehty meidän asiakkaille. Niin mua tiedätkö hymyilytti, koska se on tavallaan niin jo iskostettu sinne meidän selkäyttimeen, semmoinen tietty asiakkaan ymmärtäminen. Ja mä tarkoitan sitä, että ainahan ihmisillä on joku haaste tai niillä on ongelma. Ja sitten kun sä keskusteleet sen asiakkaan kanssa, niin sä löydät sille sen ratkaisun sun omalla toiminnalla tai sun omalla palvelulla. Niin ne on semmoisia tosi mukavia hetkiä sitten, varsinkin kun sä saat sen sun palvelun myytyä sille asiakkaalle, ja hän huomaa, kun mennään eteenpäin kuukausia, hän tajuaa että tää meni just, tää asia toimii niin kuin te lupasitte. Se asiakaslupaus on mun mielestä yksi meidän arvomaailmasta, että ei vaan höpötä ja panna sopimuksia paperiin niin, että sitten meistä ei enää kuulu, vaan asiakaslupaus on kyllä ihan sen koko asiakassuhteen ajan.

Henri: Pidättekö te kuinka tiivistä yhteistyötä, tai kuinka paljon asiakkaisiin tarvitsee pitää yhteyttä sen jälkeen, kun hommat lähtee rullaamaan?

Kristiina: Pitää pitää hyvää huolta. Sitä mä sanonkin, että mitä me halutaan olla. Toki peiliin saa katsoa. Pitäisi olla vielä ahkerampikin. Mutta asiakas ei saa olla meillä vaan pelkkä nimi paperissa, vaan hänen täytyy tuntea se, että hän on meille enemmänkin.

Henri: Joo eli ihan puhdas yhteistyö tavallaan, että ilman toista toinen olisi vähemmän.

Kristiina: Joo kyllä. Sä olisit hyvä myyntimies meille.

Henri: Meinasin seuraavaksi kysyä, että miten te miten te hankitte asiakkaita? Odotatteko te, että yritys tulee teidän luo, vai onko teillä väkeä jossain kertomassa, että meillä on nämä palvelut olemassa, ja te tarvitsette todennäköisesti niitä, jos teillä on paljon työntekijöitä, joilla on työvaatteita ja tai on ne sitten vaihtomattoja, tai mitä tahansa?

Kristiina: Joo tää oli hyvä kysymys. Toki meille tulee niin sanottuja liidejäkin, mutta meillä on ihan oma myyntiorganisaatio, oikeastaan meillä kasvaa se tässä tän kevään aikana, tän kuun aikana tehdään päätöksiä. Myöskin tänne alueelle tulee uutta aluemyyntipäällikkö. Nää aluemyyntipäälliköt toimii omilla alueillaan, ne tsekkaa sen alueen yritykset, ja sitten ovat heihin yhteydessä ja menevät käymään ja kuuntelemaan sen asiakkaan tarinan.

Henri: Ja siitä se sitten...

Kristiina: Siitä se sitten lähtee. Sitten se lähtee sitä kautta, toki tää tilanne, kun miettii tää maailmantilanne, mikä meillä nyt tällä hetkellä on, elikkä on sotaa ja on kallista ympärillä kaikki, niin se on tavallaan hyvä aika meille, koska me tarjotaan se vaihtoehto.

Henri: Joo, se on ihan ymmärrettävää. Ja sen verran kävin lunttaamassa tuolta teidän verkkosivuilta nää teidän muutkin arvot.

Kristiina: Okei, hyvä.

Henri: Koska ymmärrän, ettei ne nyt varmasti, ne on sanoja, kun sitten taas kun toimitaan, niin ne sanat muuttuu teoiksi ja kokemuksiksi, niin vaikea muistaa niitä tarkkoja termejä. Mutta te olette maininneet muun muassa rehellisyyden, innovatiivisuuden, hyvän yhteishengen ja sitten oli tämä asiakaslähtöisyys ja ympäristö. Ja nyt tässä ollaan ympäristö ja asiakaslähtöisyys todettu, että ne tuntuu olevan hallussa, että ollaan ympäristöasioissa jo vähän edellä, ja asiakkaat koetaan oikeasti kumppaneiksi. Mites yhteishenki? Montako työntekijää teillä on Cleworilla?

Kristiina: Hui kamala, tää on ihan hupanen, koska aina kun multa kysytään, mun pitää laskea, koska meille tulee tosi paljon porukkaa. Onkohan meitä 12 tällä hetkellä meillä tuotannossa, sitten mulla on tosiaan se mun myyntihenkilöstö, jossa mulla tällä hetkellä on kolme, neljäs on tulossa, tai viideskin on tulossa, että meitä on varmaan kaiken kaikkiaan meitä rupeaa olemaan 20. Jos mä otan myöskin koko niin sanottu toimihenkilöt, ja sitten tän ydinjoukon, joka on siellä tuotannossa. Siinä on meidän jengi tällä hetkellä, mutta niin kuin sanoin, että ollaan positiivisen vireen äärellä, että ollaan kasvamassa, niin sen takia me tarvitaan lisää sitä porukkaa meidän jengiin.

Henri: Miten esimerkiksi hyvä yhteishenki työpaikalla näkyy ihan arjessa?

Kristiina: No tavallaan me on haluttu siinä mielessä sitä, että meillä ei ole semmoista vaikka, on sanottu, että ei ole semmoista asiaa mitä et tohdi tulla sanomaan meille sinne toimistoon tai sille työkaverille. Että jos on ollut joku huono aamu tai huono päivä, ja sitten on vähän naama nurinpäin...

Henri: Olen kokenut monta tällaista.

Kristiina: Että mielellään ennemmin, että kertoo sille työkaverille, että hei mulla oli vähän rankkaa mun lasten tai mun miehen kanssa, että en ole vihainen sulle, vaan mä otin sen kanssa. Että annetaan sitten se tila kaverille rauhoittua tai tasapainottua siihen työhetkeen. Että sitä minä haluan viljellä ja heittää tosiaan mun henkilökunnalle, että ollaan aitoja ja rehellisiä toisillemme.

Henri: Joo. Uskaltaako he olla sitä? Onko hän huomannut?

Kristiina: Välillä uskaltaa, välillä ei. Sekin on vähän semmoinen tyyppikysymys. Sitten kun tulee enemmän sinuiksi sen porukan kanssa, niin sitten ehkä huomaa, tohtii sanoa mitä ajattelee.

Henri: Mä itse heti muistan omasta työhistoriasta, että on ollut vähän kiukku aamu. Mutta mä en sitä hirveän helpolla päästä ulos, mä en sano sitä kellekään, että hei mulla on nyt tänään huono päivä että, mulle ei kannata puhua. Koska mä aina oletan, että siitä tulee heti: "No miksi sulla on huono päivä?" Kun "mähän just sanoin, että mä en halua puhua." Tulee tuo fiilis. Ja sitten siinä kohtaa, kun se rupeaa ärsyttämään se mun kiukkuisuus jotakin, niin sitten siinä kohtaa mä tiedän, että nyt mä oon astunut jonkun kynnyksen yli, ja nyt mä sanon sen, että anteeksi, että mulla on tänään huono päivä. Ehkä pitäisi osata sanoa se jotenkin siinä alussa. Koska sitten taas tiedän, että jos tekee töitä ihmisen kanssa, jolla on selvästi joku huonosti, mutta se ei anna sitä ilmi millään lailla, niin kyllä se vähän niinku latistaa sitä työntekotunnelmaa.

Kristiina:

Se on totta, koska sä mietit koko ajan, että oonko mä tehnyt hänelle jotakin justiin, tai oonko mä sanonut - voiko olla niin, että sä et ole tehnyt yhtään mitään. Sä oot vaan niinku väärässä hetkessä väärässä paikassa.

Henri: Niin, ja tulee vähän semmoinen, että oonko mä unohtanut tehdä jotakin nyt, että oliko mennä tarkoitus puhua, tai jotakin tämmöistä, että mitä nyt tapahtuu, niin ei tiedä yhtään. Ja innovatiivisuus, sitä selvästi löytyy, koska olette tosiaan päässyt jo vähän lakipykäliäkin pidemmälle työssänne. Miten rehellisyyttä pystyisi, miten annetaan ulospäin ilmi, että hei me ollaan rehellisiä?

Kristiina: Me ollaan rehellisiä siinä, on hyvä esimerkki vaikka kun asiakas tulee meidän Smartware - palvelun piiriin, niin hän saa semmoisen portaalin, mitä kautta hän pystyy nähdä totta kai omaan yksikköönsä työvaatteiden kulun, niin hän pystyy sen kautta tilata vaatteita.

Henri: Ai se on näin pitkälle edistynyt?

Kristiina: Kyllä. Jja sitten hän näkee vaikka senkin - mä nyt käytän itseni tässä nimenä - että hän näkee vaikka sen, että kuinka monesti Kristiinan työvaatetta on pesty tai kuinka monesti Kristiinan vaatetta on korjattu. Kun tässähän paljastuu sille asiakkaalle sekin, että käyttäkö Kristiina vaatteita pesussa ollenkaan, että käyttäkö se samaa vaatetta tyyliin kaksi viikkoa, vai peseekö se ne ehkä kotona, joka sitten ei sovi ollenkaan tähän meidän sopimukseen. Niin se on semmoinen rehellinen. Plus se, että kun asiakkaan vaatteet korjataan, niin hän näkee sen kaiken datan siitä, että kun se lasku sitten syntyy kerran kuussa, niin se lasku on rehellinen. Sinne tule mitään piilokuluja, vaan kaikki on hirveän näkyvää. Se on mun mielestä, sä et voi valehdella asiakkaalle kun kerran, ensimmäisen ja viimeisen kerran.

Henri: Joo, ei tule toista tilaisuutta.

Kristiina: Siksi me ollaan koettu, haluttu nähdä justiin tämän portaalin kautta, että se on läpinäkyvää se meidän yhteistyö.

Henri: Tää oli tosi mielenkiintoinen, koska edellisessä jaksossa puhuttiin tekoälystä ja digitaalisuudesta ylipäättänsäkin, niin tämä on tasan sitä, tää on tasan tekoälyä, että tekoäly katsoo, että miten sitä vaatetta käytetään, miten sitä pestään, kuinka usein ja näin pois päin. Ja rehellisesti tuossa ilmaistaan se oma rehellisyys periaatteessa. Kun mä mietin näitä arvoja ylipäättänsäkin, että voiko arvoja opettaa, vai onko ne enemmän sisäsyntyisiä asioita, että tavallaan kuka tahansa pystyisi sanomaan, että hei mä oon rehellinen, että milloin niiden tarvitsee todistaa se?

Kristiina: No niin. Sepä se.

Henri: Että sä voit vaan todistamalla vastaan, voit todistaa heidät valehtelijaksi tai jotakin, mutta miten...?

Kristiina: Ja vastaavasti jos miettii sitäkin, että myöskin se meidän asiakaskumppani pystyy tsekata sitäkin, jos hänellä on vaikka sertifikaatti, vaikka hygieniasertifikaatti, niin hän näkee sitten senkin suhteen niiden vaatteiden käytön. Että pestäänkö niitä tossa, että jos on sovittu, että pitää pestä vaikka joka käytön jälkeen, niin hän voi sitten seurata sitten sitä omaa hygieniajuttuja, että meneekö se niin, että onko mun henkilökunta ymmärtänyt, että nää vaatteet vaihdetaan joka päivä, ei joka toinen viikko.

Henri: Joo. No sä et varmaan hirveän montaa sitten semmoista negatiivista puolta löydä tämmöisestä teknologiasta?

Kristiina: En mä nää, toki mun on täytynyt, niin kuin mä sanoin sulle, että alun perin, puhuin tästä meidän sirutuksesta kun laitetaan, niin mun täytyy sanoa, että mä olin ensin vähän että no mikä. Ja mä oon sanonut sen kaikille ääneen, myöntänyt rehellisesti, että onneksi mua ei kuunneltu, että onneksi meidän nuorisoketju ei mua kuunnellut, vaan ne sanoi, että tää nyt kuule vaan Kristiina tulee tähän meidän järjestelmään tää RFID-siru. Ja tavallaan senkin suhteen, että se on niin läpinäkyvä, että me nähdään koko ajan tuossa sen asiakkaan, kun se on niin henkilöity ja yksilöity, niin mitenkä se vaate kulkee siellä meidän tuotannossa, tai vastaavasti sitten siellä asiakkaan kautta, niin niissä on semmoinen, se on sen vaatteiden sotu.

Henri: Joo, sehän se on. Mutta mitä mieltä sitten olet siitä, että voiko arvoja opettaa vai onko ne sisäsyntyisiä?

Kristiina: No mun mielestä, tiedätkö ne on osaltansa sisäsyntyisiä, joo, että minkälainen sä oot ja mitä sä arvostat? Mut jos sä vaikka tämmöisessä myyntipuheessa, kun sä tapaat sen asiakkaan ensimmäisen kerran, sä kerrot sen sun oman arvomaailman tai sun oman tavan toimia, miten sä haluat tulla sen asiakkaan työyhteisöön sinne, jotta hän voi keskittyä siihen omaan liiketoimintaansa. Koska tää on meidän liiketoimintaa, tää ei oo sun liiketoimintaa, ja meidän arvomaailma on tämä, että sä voit tehdä sitä työtä turvallisesti ja tietäisit, että ainako sä aamulla tulet töihin, sä meet sun lokerokaapille ja siellä on puhtaat vaatteet, jotka on kunnolla sinne laitettu. Niin se on semmoinen, että se sä voit sillä tavalla ehkä opettaa sitä asiakasta sitten ymmärtämään sen ihan perus, kun tämä meidän tää vaatehuolto, niin täähän on semmoista ihan perusjuttua, vähän niinku siivoustyö, se on semmoista välillä näkymätöntäkin, mut jos ei se toimi, niin silloin se on näkyvää, niin se tavallaan sen arvon ymmärtäminen sitten, kuinka tärkeää, niin kyllä mä uskon, että sen voi opettaakin.

Henri: Kyllä joo, ja sitten toisaalta, rupesin heti miettimään sitä, että jos pystyy todistaa, että minkälaisia tuloksia ja seurauksia tulee, sillä kun on tietynlaiset arvot, niin sen ehkä omaksuu ja nimenomaan oivaltaa sen, että tämänhän on hyvä tapa toimia, koska sillä on tämmöiset ja tämmöiset seuraukset sitten. Elikkä periaatteessa voi myös oppia niitä. Joo. Jos mennään takaisin tuohon luontoon ja ympäristöön. Kun puhutaan pesulasta ja tämmöisestä, niin totta kai vettä kuluu paljon. Energiaa kuluu paljon. Ja siinä tulee sitten sitä jätettä tosiaan, niitä vanhoja vaatteita niin kuin sanoit, että ne kierrätetään, niitä ei polteta.

Kristiina: Ei.

Henri: Ja sitten on tietenkin kemikaalit millä pestään. Niin miten pystyttäisiin esimerkiksi vedenkulutusta vähentämään, tai tarvitseeko sitä vähentää?

Kristiina: No tavallaan veden kulutustahan on, kun pesuaineet menee niin eteenpäin, että jos miettii aikaa kun mä oon tullut tuohon taloon, niin oli tällöinen yleinen mielikuva, että pesulämpötilan pitää olla 90 tai 60 astetta. Että se pitää keittää. Mutta kun pesuaineet menee niin paljon eteenpäin, niin puhutaan tällöisestä matalalämmöstä. Elikkä meidänkin melkein voi sanoa periaate on, että meidän pesulämpötila on 40-45 astetta myöskin tällöisissä likaisissa työvaatteissa, niin sen suhteen kun se pesukone täyttyy, tää on niin jännä, kun mä tiedän, että tää kuulostaa nyt hassulta, mutta tavallaan se ohjelma ymmärtää, kun se pesuainetoiminto on tehty ja se ohjelma sinne, se ohjelma ymmärtää paljonko se tarvii vettä ja paljonko se tarvii sitä pesuainetta, jotta se toimii. Elikkä kotona varmaan tämänkin päivän kotikone, ei ne laita sitä pesukonetta hirveän täyteen, mutta jos miettii aikakautta joskus ennen vanhaan, sitähan pantiin sitä pesujauhetta hirveästi, se vaahtosi siinä ja pesukoneet oli vettä täynnä. Että se teknologia menee eteenpäin näissä pesukoneessa, ja tuossa niin kuin sanoin, niin nää pesuaineet muuttuu niin paljon, että ne ei tarvitse enää sitä keittoa sinne.

Henri: Eli ne pesuaineetkin muuttuu koko ajan sitten ympäristöystävällisemmäksi?

Kristiina: Kyllä nekin varmasti sitä tekee, ei ne nyt varmaan mitä joutsenmerkkejä saa, mutta totta kai pesuaine on aina, sehän on aina voimakasta siinä.

Henri: Niin totta kai, kun sehän on periaatteessa niinku myrkky.

Kristiina: Kyllä joo. No mutta totta kai. Nyt mä en voi meidän pesuaineen toimittajan puolesta puhua, mutta totta kai hekin ottaa sen, totta kai heilläkin on oma vastuunsa luontoon mitä se menee, mutta he kehittävät justiin sitä, että voidaan säästää sitä vettä, että sitä menee vähemmän ja pesuainetta tarvii vähemmän, kun on vähän tehokkaampia ne aineet, niin väitän että luontoa säästyy kyllä senkin takia.

Henri: Joo. Mulla oli äsken vielä jotain mielessä noista pesuaineista. Niin, että varmaan nämäkin pesuaineen toimittajat, nekin on valittu tietyn prosessin kautta, että sitäkin kautta olette miettinyt sitä, että kuka antaa ne parhaat -mä en tiedä mitkä ne kriteerit - mikä on paras pesuaine, mikä tekee toisesta pesuaineesta paremman, mutta että varmaan siinä on kriteerejä kuitenkin, että keneltä sitä ostetaan ja keltä ei? Käyttekö te mitään uusiutuvia energianlähteitä vielä tässä kohtaa?

Kristiina: No ei, tää on ollut meillä se meidän Cleworin ydin on tosiaan se polttoaine, tai siis se millä se koko laitos käynnistyy, niin se on kevyt polttoöljy. Elikkä meillä on haaveena jossakin vaiheessa mennä tällöiseen biokaasuun. Siitä on meneillään tutkimuksia ja hankkeita ja selvityksiä, että onko se mahdollista tuottaa se. Niin sehän on aika semmoinen, semmoiseen kun me joskus päästään, että meidän kaikki koneet ja meidän kaikki kuivurit, lämpö, niin se höyry mikä lämmittää, niin tulee sitä biokaasusta, niin se on mun mielestä sitten aika verenseisauttava ympäristösäästö sitten, että ei tarvitse enää lämpöpuiston tuoda meille polttoöljyä, vaan se tulee sitten.

Henri: Sekin on jo ajatuksissa. Nämä asiathan ei ole mitään semmoisia, että sormellaan napsastaa ja yhtäkkiä kaikki on taas...

Kristiina: Ei, että nääkin on tullut kun löytyy tällöisiä hyviä asiantuntijoita, jotka heittää pöydälle, niin osaan tartutaan sitten ja halutaan viedä eteenpäin, että löytyykö siitä meille ratkaisuja. Ja että onko meidän koneet, voi ottaa vastaan sitten sen energiamuodon, mikä voidaan tarjota.

Henri: Joo. Ja pystyykö näitä asioita käyttämään markkinoinnissa hyväkseen vai koetaanko tällöiset jonain markkinointikikkoina tai jotakin, jos puhuu ylipäättänsä arvoista tai siitä, että on hyväksi ympäristölle, luonnolle?

Kristiina: No mun mielestä jos haluaa käyttää markkinointina, se ei saa olla kikka, se pitää näyttää toteen. Että sulla on näyttää se fakta, koska onhan se päivänselvä kun katsotaan mainoksia, niin sä voit miettiä että onko tuo nyt vaan puhetta tai onko...

Henri: Nimenomaan tältä kannalta.

Kristiina: Niin sun täytyy kyllä silloin kun sä valitset jonkun energiamuodon, tai sen pesuaineen, tai sen työvaatteen niin sun pitää näyttää se sille asiakkaalle tai sille maailmalle, että se mitä sä kerrot ulos, niin se on faktaa eikä fiktiota.

Henri: Joo. Mitä Cleworille kuuluu vuonna 2035? Heitän tästä nyt heti kahdentoista vuoden päähän.

Kristiina: Joo, no Kristiina toivottavasti silloin istuu kiikkutuolissa ja katsoo vieraskirjaa. Mä sanon siksi vieraskirjaa, koska kun me 11 vuotta sitten muutettiin vähän isompiin tiloihin, niin mä hommasin vieraskirjan, koska nyt meillä on pystynyt käymään vieraita kylässä tai katsomassa. Koska ennen kun oltiin tuommoinen kolmensadan neliön tila, niin meille ei päässyt, meillä ei mahtunut liikkumaan siellä. Mutta nyt kun meillä on vähän enemmän tilaa, niin mulla on se vieraskirja. Niin mä katson sitä, ja sitten mä katson samalla varmaan Kauppalehteä tai Optiota, kuinka Clewor on Suomen kannattavin tuon alan yritys.

Henri: Onko Clewor siinä kohtaa levinnyt ympäri Suomea tai jonnekin muuallekin?

Kristiina: Clewor on levinnyt nyt jo ympäri Suomea. Me olemme valtakunnallinen toimija.

Henri: No niin. Kansainvälistyminen?

Kristiina: Apua joo, niin se on ehkä seuraava vaihtoehto. Se mennäänkö tuonne Ruotsiin tai mennäänkö, niin Venäjältä ei tohdi mainitakaan, mutta...

Henri: Onko alalla ylipäättänsä käytäntönä levitä vielä kansainväliseksi yhtiöksi?

Kristiina: No en mä tiedä, nyt mä en halua sanoa ääneen näitä kahta suurta, jotka meilläkin Suomessa on, että hehän ovat valtakunnallisia toimijoita. Joo, mutta nyt kun mä puhun itsestäni ja mieheni visioista, niin kyllä meille riittää, että tässä valtakunnassa on niin paljon torppia ja kyliä ja kaupunkeja joille, me olemme vaihtoehto ja riitämme. Se on ollut meillä se, että kun sitä toimintaa kehitetään ja haetaan niitä oikeita kumppaneita, niin sitten samalla tulee se kannattavuus myöskin siinä.

Henri: Totta. Mielenkiintoinen tää vieraskirjahomma, koska tässä kun mä mietin, että miten tätä jaksoa tässä veisi eteenpäin, ja rupesin sitten miettiin, että mä en ole ikinä käynyt pesulassa. En ikinä, oon monissa tuotantotiloissa käynyt ja näin, mutta että teillä on vielä tämmöinenkin, että sinne pystyy tulla oikeasti ihmiset katsomaankin.

Kristiina: Sun pitää tulla käymään. Tai oikeastaan silloin käynyt justiin yhteistyökumppanit tai kouluvierailijoita on käynyt, ja se on tiedätkö ihanin juttu. Mä tavallaan nautinkin, koska mä tiedän, että jokaisella on tietty mielikuva, että minkälainen tuon alan yritys on: siellä on varmaan vettä lattialla ja sitten saippuakuplat nousee ja ihmisillä on hiki. Ja sitten kun ne tulee sinne meidän tuotantoon, niin ne näkee, että siellä on tietokoneita ja siellä on ihmiset ihan tuommoisilla matalilla kengillä ja työvaatteet päällä, huivit päällä ja siellä ei ole - totta kai kesänä meillä on hiki kun on kuuma - mutta että siellä ei ole kumisaappaita.

Henri: Joo siis kun tämä oli se mun mielikuva kanssa, että pesula kuin pesula, siellä on hirveästi vesihöyryä, ja se vesihöyry on vähintään sata-asteista, ja siellä tapahtuu välillä jotain vahinkojakin sen takia, että on kemikaaleja, on kuuma ja näin, ja että siellä ollaan kumisaappaat jalassa, koska kaikki muu olisi liian vähän ja sukat kastuisi.

Kristiina: Ihana. Sun pitää tulla käymään. Kun sulla on tuo mielikuva, niin ikävä kyllä joudun tuon romuttamaan.

Henri: Joo, mutta toisaalta se olisi ihan tervetullut näky, että se onkin ihan modernia toimintaa, että se ei ole mikään hikipaja.

Kristiina: Ei, ei, ja sitä mä oon joutunut sanoakin ihmisille, että me ollaan teollinen laitos, että me ei olla semmoinen, tavallaan se kotipesula mikä meillä kotona on siellä kylpyhuoneessa tai kodinhoituhuoneessa, että me ollaan teollinen laitos.

Henri: Sinusta ihan yrittäjänä. Mistä sulla on lähtenyt kipinä yrittäjyyteen? Miten sä oot päätenyt yrittäjäksi?

Kristiina: No mun täytyy melkein sanoa, mun edesmennyt setäni sanoi mulle, että se on mulla veressä. Tulin tähän Cleworille tai keskuspesulaan, siihen vanhaan, niin 2007, en tiennyt mitään, me tultiin

miehen kanssa elintarviketeollisuudesta. Me ei tiedetty yhtään mitään tekstiilialasta. Ei muuta kuin sen mitä oot kotona pessyt, sen mä tiesin. Mut mä päätin heti, että en rupea olemaan fiksumpi kun mä oon, vaan että mä etsin vastauksia kanssatovereilta, -sisarilta ja -veljiltä, että mitä mitä tää homma on. Ja kun mä mietin sitä matkaa tosiaan sen, että tänä vuonna tulee 16 vuotta täyteen, tää on mennyt ihan hirveää vauhtia, siis tuntuu että niin kuin vasta oltiin siellä Miilutiellä ja pestiin vaan kannuslaista pyykkiä. Pouttu oli silloin vielä suuri, oli vielä paljon Poutun eri osastojen pyykkiä. Ja nyt kun mä menen tuotantoon, niin siellä on pyykkiä Turusta, siellä on pyykkiä Sodankylästä, siellä on ympäri Suomea. Niin se on ollut semmoinen, välillä tuntuu, että pitää pysähtyä, että missä, mitä täällä on niin kuin tapahtunut. Mutta tavallaan se on ollut hirveän semmoinen, kun mä oon miettinyt justiin tätä yrittäjyyttä, että se on vaan sulla veressä. Vaikka mä monesti oon miettinyt, että voisiko minusta olla töihin jonnekin toiseen paikkaan niinku työntekijäksi.

Henri: Niin ei.

Kristiina: Niin en mä tiedä. Ehkä mä tekisin sielläkin työtä niin kun oisin yrittäjä.

Henri: Niin niin, koska yrittäjällä on kuitenkin tämä, pitää olla se sisäinen yrittäjyys. Elikkä sä teet ne asiat mitkä mitkä sä käsket itsesi tekevän, että sä oot periaatteessa sekä työntekijä että työnjohtaja samaan aikaan siinä kun sä oot yrittäjä.

Kristiina: Just näin. Ja sitten on se mitä tuossa aikaisemmin puhuttiin asiakaslähtöisyydestä, asiakaslupauksesta, että aikaisemmin, kun meillä ei ollut myyntiä, minä ja Milko oltiin ne meidän myyjät, niin sä oot ollut niitten asiakkaitten rajapinnassa ja sä oot tiennyt mitä ne tekee siellä pajassa tai siellä tehtaalla. Niin vaikka sä et ole enää niin paljon uusasiakashankinnassa mukana, sä oot ehkä oikeastaan mukana enemmän siinä vanhojen moikkaamisessa ja kysymyssä, että onko kaikki OK. Ne on kaikki niin lähellä sun sydäntä, tavallaan sun semmoisia lapsia, niin kuin olen sanonutkin, että tää meidän Smartwear, niin siitä on melkein tullut kuin mun neljäs lapsi. Se on niin tärkeää mulle että ne asiat toimii sille asiakkaalle niin kun asiakaslupaus on tehty. Niin sitäkin olen monesti miettinyt, oikeastaan mietin matkalla tännekin, kun mä ajattelin, että sä kysyt varmaan yrittäjäkysymyksen, että voiko tavallinen – no tavallinen ihminen on tyhmä sana - mutta voiko työntekijällä olla semmoinen sama palo siihen asiakassuhteeseen, minkä se tekee, kun se vaikka on sillä yrittäjällä. Mä en tiedä.

Henri: Totta. Mielenkiintoinen. Olisi kiva tietää.

Kristiina: Että vaikka joku kahvila, niin jos et sä ole sen perheen tytär tai poika, ja sä oot siellä töissä, sä teet sen latten. Niin teetkö sä sen vaan sen takia, että se kuuluu sun työnkuvaan, vai teetkö sä sen että hei nyt tälle on pakko tehdä tää hyvä.

Henri: Ja siinä tulee itsellekin sitten hyvä fiilis siitä.

Kristiina: Niin, onnistumisen fiilis.

Henri: Joo tota jään jään kyllä itsekin miettimään. Mietin omaa suhtautumista töihin ja työntekoon niin siinä on jotain siinä on semmoista, että jos joku nyt menisi pieleen, niin mä en pystyisi nostamaan vaan käsiä pystyyn sillä lailla, että hups, mutta eihän tämä muhun liity, että tähän on nyt vaan pois tämän firman varoista, että jos nyt jotain meni rikki. Vaan mulle tulee siinä sitten itselle oikeasti huono mieli siitä, että mä kämmäsin tai nyt satuin tekemään jotain vahinkoa.

Kristiina: Sä ihan fiksumusti ajattelet.

Henri: Joo, mutta että periaatteessa sun ei tarvinnut olla alan ammattilainen, kun sä rupeisit alan ammattilaiseksi.

Kristiina: Ei ei. Tavallaan se oli taakka, että toki mun piti opetella ihan kaikki, ja se oli kyllä ihan ihana olla.

Henri: Sä koit sen ihanaksi?

Kristiina: Se oli. Kun mä opein aivan uuden asian, niin se tuntui, vaikka mä kuvittelin... vaikka nyt semmoinenkin simppele, mä muistan kun mä viikkasin työvaatteita ja mä kysyin mun perehdyttäjältä, viikkaanko mä oikein. Ja sitten hän sanoi, että näytöpäs miten sä vinkkaat. No mä viikkasin, ja hän sanoo, että ei noin. Mä en edes muista enää, miten mä oon voinut viikata, koska nyt mä viikkaan samalla tavalla

kun meidän työvaatteet viikataan. Paitsi että meillä nyt on käytössä lauta, että me emme käsin niitä heiluttele ilmassa, vaan laudan avulla tehdään semmoinen siisti paketti.

Henri: Eli se on lauta mihin tulee se vaate, ja sitten sivu taittuu?

Kristiina: Sivun taittuu, kyllä. Työvaatteet ja housut menee sen laudan kautta, käsin ei enää, että sen laudan käytön minä joutuisin opettelemaan, jos minut tuotantoon laitettaisiin.

Henri: Mutta uskaltaisiko jopa näille nuorille sanoa, että teidän ei tarvitse olla yhdessä asiassa täysiä spesialisteja, että te voisitte kuitenkin tehdä sitä ja aloittaa sen tekemisen?

Kristiina: Siis ihan täysin, että kukaan ei ole seppä syntyessään. Ei kukaan. Kaiken voi oppia, jos on halua ja uskallusta, ja tavallaan sitäkin kautta, että näkee sen kolikon toisen puolen. Mä oon huomannut senkin, että kun meillä on ollut noita kesätyttöjä tai -poikia, niin mä oon saanut opetettua, että osaa edes vaatteista pesumerkinnät. Koska ennen vanhaan kukaan ei katsonut pesumerkintöjäkään, ne osti vaan vaatteita. Ja kun ne on mulla töissä, niin mä sanon, että hei, katsokaapa nyt sitten, että teidän petarin pystyy pestä 60 astetta ja ei ole kuivausrumpukieltoa vaikka jossakin paidassa, että joudut riiputtaa sitä. Sitten he katsoo mua ihan ihmeissään, että mikä, niin kokemus on opettanut sen, että pitää jaksaa katsoa se pesumerkintä, jos se ei halua kaikkia viedä sitten aina sinne pesulaan.

Henri: Joo tälleen yksin elävänä miehenä niin nostan käden pystyyn. En katso pesumerkintöjä.

Kristiina: Katsotko seuraavan kerran, lupaako, kun menet kauppaan? Niin katsot, että mitä siellä on?

Henri: Lupaan. Seuraavan paidan tai housut mitkä ostan, niin lupaan katsoa pesumerkinnät, koska niistä voisi ehkä olla jotain hyötyäkin. Mikä sun koulutausta on?

Kristiina: Mä oon kuule ihan perusylioppilasmerkonomi. Ajattelin sillon, että mä oon jossakin ihan muualla kuin missä mä nyt oon. Mutta kun Milko sitten 2007 pyysi, että menetkö vetämään tätä yritystä, niin musta tuntui ensin, että mitä mä osaan, kun en mä ymmärrä siitä mitään, tai mä en ymmärrä johtamisesta mitään. Mutta ehkä se on ollut sitten meidän kasvuna se meidän juttu. Vaikka on käyty koulutuksia ja kaikkea tämmöisiä kursseja sun muuta, että ollaan mahdollisimman rentoja ja aitoja omia itsejä. Mä muistan sen alkuaikoina, kun kävin paikallisessa syömässä ja mulla oli rikkinäiset housut jalassa, kun olin siellä tuotannossa, ja sitten mä mietin vaan, että mun pitäisi olla toimitusjohtaja ja mä pukeudun näin. Ja mun pitäisi puhuakin varmaan eri tavalla ja mä puhun näin, mutta sitten mä päätin, että hei, mä oon Kristina Liedes ja mä oon tämmöinen, mä oon tämän näköinen, mä pukeudun näin, ja mä puhun näin. Että se saa luvan kaikille riittää, mutta totta kai nyt tähän mun on pakko sanoa, että kun mä meen asiakkaisiin, niin en mä mene sinne rikkinäissä housuissa, kyllä mä sinne puen puhtaat vaatteet päälle ja suorat vaatteet, että katson vähän minne mä meen. Mutta se lähtötilanne, menin aivan tämmöiseen uuteen asemaan mitä ei ollut, niin mietin, että minkä näköinen tai minkälainen tai miten minun pitää puhua, kun on se tietty titteli.

Henri: Joo. Olisiko sulla vielä jotain hyviä vinkkejä näille nuorille jotka nyt sinne työelämään tai yrittäjyyteen siirtyy? Ehkä oma henkilökohtainen kanta tässä on ollut koko ajan, että mä haluaisin nimenomaan kaikkia kannustaa yrittäjyyteen. Mä haluaisin itsekin olla yrittäjä, mutta mä en ole vielä löytänyt omaa sitä yrittäjäpolkuani. Että jos etenkin tuonne yrittäjämaailmaan, niin miten saisi napsautettua sen kamelin selän, joka estää ryhtymästä? Ihmisillä on paljon pelkoja yrittäjäksi ryhtymiseensä. Onko ne turhia, vai onko ne enemmän semmoisia, että sä pystyisit pienelläkin ajattelulla kumota niitä omia pelkoja?

Kristiina: No kyllä mä uskon tänä päivänä, just jonkun kanssa tästä vasta puhuinkin, että mun mielestä tänä päivänä sun ei tarvitse pantata omakotitaloa tai koko omaisuutta.

Henri: Niin, nämähän on ne kauhukuvat.

Kristiina: Niin, mä haluaisin uskoa näin, ettei tarvitse, koska meillä on kaikennäköisiä, meillä on Finnvera, ja meillä on kaikennäköisiä tukipaketteja ja nuorta yrittämistä tai tämmöistä mitä EU tukee. Näin mä ainakin haluan uskoa, nyt en ole perehtynyt niihin, kun ei ole niitä tarvinnut hakea, mutta mä uskoisin, että on se yksi kompastuskivi, että pelätään että mä menetän koko omaisuuteni, jos mä epäonnistun. Mutta totta kai kannattaa ensin miettiä se, että jos sulla on se tietty toive tai halu mikä sä

haluaisit olla, että onko maailmassa muualla tämmöisiä? Mitenkä ne siellä käyttäytyy? Miten ne siellä on tämän tämän luonut tai tehnyt? Ja sitten tavallaan, että jos riittää pelimerkkejä, euroja, niin vaikka matkustaa sinne Ruotsiin tai Tanskaan tai jonnekin jossa oi, että miten siellä on tehty tää juttu. Ja miten se siellä on. Ja sitten tohtia vaan yrittää, koska yrittänyttä ei laiteta. Sulla voi tulla tämmöisiä enkelisijoittajakin mukaan, joille sä voit myydä sen sun idean - ne kyllä kertoo, että onko tuossa mitään järkeä, vai kannattaako nyt mennä vaan sinne Ikeaan tai johonkin kassalle, tai hyllyttään jonnekin S-markettiin. Mutta mun mielestä, että jos sullakin on joku semmoinen toive tai semmoinen, että sä haluaisit, niin sä tulet katumaan sitä sitten silloin kun sulla on se kiikkutuoliaika, kun sä et oo kokeillut, että oisko musta ollut siihen. Ei sun tarvitse sitä tehdä koko sun loppuelämäsi. Kyllä sä näet sen sitten aika pian, että oliko tää sun juttu.

Henri: Joo kyllä, että mieluummin voitottelee sitä, että jos epäonnistuu, kun se että katu sitten vanhana.

Kristiina: Just näin, kun se on aika pitkä katumus, sitten on kaikki myöhäistä. Kun on jo sitten se vanhuus ja sä et enää pysty tekemään, toteuttamaan, niin sitten se katumuksen määrä, mä veikkaan, että se on aika suuri.

Henri: Jep. Ehkä sitä pitäisi sitä sanaa saada enemmän etenkin just sinne nuorisolle, että nykyään on esimerkiksi Kokkolanseudun kehitys Kosek, heillä on näitä yrityskehittäjiä siellä, aivan ilmaiseksi tarjoavat sitä palvelua siellä, että ihmisillä ei tarvitse olla edes yritystä olemassa. Sulla on vaan idea, sä voit niiltä kysyä ihan rennosti ja kasuaalisti, että hei mulla on tämmöinen idea. Voisiko tää teidän mielestä toimia ja millä puitteilla, ja sieltä tulee vastaus, nyt on taas niinku askeleen viisaampi.

Kristiina: Just näin.

Henri: Tietää, että no voisiko tää mun idea olla mistään kotoisin.

Kristiina: Tiedätkö just näin. Ja sitten kun siellä on niitä kehittäjiä, ja on yrityskummeja, joilla on vaikka se oma yritystausta takana. Ja nyt on eläköitynyt tai jäänyt pois, nekin osaa vähän sanoa, että hei, ei kantsi, tuossa on liian iso riski. Että siinäkin varmaan haluan uskoa, että sanoo rehellisesti eikä halua ajaa ketään ojasta allikkoon. Mutta nuorille tosiaan, että älkää tyytykö minnekään hyllytykseen tai tämmöiseen helppoon elämään, koska tavallaan tää yrittäjäyyskin, niinku sanoit tuossa, että on yhdistetty työntekijä. Niin vaikka se yrittäjäyys se sitoo sua paljon, sulla ei oo, jos et sä itse päättä, niin sulla ei ole niitä viittä viikkoa lomaa, jos et sä tee sitä päätöstä kalenterissa, että hei nyt minä olen nämä kaksi viikkoa pois, niin sitten sä olet sen kaksi viikkoa pois. Siihen kolikolla on se toinenkin puoli, että se on se tietty vapaus siihen sun yrittäjäyteen, kun sä teet tai tuotat. Tai oot sä kosmetologi tai hiustenleikkaaja tai sä teet jotakin iltapukua, sä oot ompelija, niin sulla on se kolikon toinen puoli, se tietty vapaus, sä itse määrittelet sen oman työaikasi.

Henri: Ja tässähän voisi myös palata takaisin siihen, että jos on niitä ihmisiä jotka ei sitä työntekoa koe, nimenomaan sitä vastuuta siitä, tai sitä, että voi kun asiakkaalle tuli hyvä fiilis tästä mitä mä tein. Niin jos et koe sitä työpaikalla, niin perusta yritys ja katso, että lähteekö se siellä etenemään se, että hei mulle tulee hyvä fiilis tästä mitä mä teen, ja mä vielä osaan tehdäkin tämän asian.

Kristiina: Tuo oli ihan fiksusti sanottu, mä haluaisin kanssa sitä luoda omallekin henkilöstölle, että kun mä saan positiivista palautetta asiakkaalta, niin se jaetaan kaikkien kesken. Vaikka se tulee Kristiinan sähköpostiin, niin Kristina ei laita semmoisia merkkejä ulkopuolelta, että "hyvä minä", vaan mää kävelen saman tien tuotantoon, ja mä huudan, että "hei nyt porukat tänne!" Ja sitten kerron sen yrityksen kuka sanoi, että nyt olette tehnyt tosi hyvin. Koska se hyvä juttu kantaa, ja varmaan tää mikä sanoitkin, niin voi olla nuorelle se, että ne haluaa että tekee sen oman jutun, mikä tuntuu niille tärkeältä. Ne haluaisi, että sitten he saa sen tosiaan sen feedbackin, että sä tykkäsit tästä mitä mä tein.

Henri: Kyllä, koska se vahvistaa heitä itseään.

Kristiina: Vaikka se latte mistä mä puhuin sulle äsken.

Henri: Joo, siis nimenomaan.

Kristiina: Nyt oot tehnyt sen oikein.

Henri: Ja mieti, se latten tekijä ajattelee, että ehkä ensi kerralla mä teen tästä latesta vielä paremman. En vielä tiedä miten, mutta ehkä siinä jotain muskottipähkinää vielä sekaan, niin katsotaan mitä sitten on mieltä sen jälkeen. Mutta hei, me ollaan tässä nyt jo yli kolme varttia puhuttu, ja mä en ole vielä kysynyt edellisen jakson vieraan kysymystä, jonka hän esitti edellisessä jaksossa. Eli Janne Lehtisen kanssa puhuttiin tosiaan näistä digiasioista ja tekoälystä, ja hän sai kysyä kysymyksen liittyen arvoihin tai tähän ympäristöön. Niin mähän tosiaan unohdin sen tässä jo yhdessä kohtaa. Mutta hänen pointti oli se, että miten me jatkossa vaalittaisiin ympäristöä yhtä hyvin, ellei jopa paremmin kuin tällä hetkellä? Laittaisın jopa näin, että miten me Suomena vaalitaan tätä meidän ympäristöä? Miten sitä pitäisi vaalia?

Kristiina: No tää lähtee jo jokaisesta meistä itsestä. Nyt tätä ei voi panna että tää on jonkun yrityksen tekemä, vaan jokaisella on se oma valinta minkä se tekee. Enkä mä nyt tarkoita, että kaupasta pitää ostaa tiettyjä kaikkia greentuohteita, vaan se kun sä ostat sen vaatteen tai sä ostat sen ruoan tai minkä tahansa, niin miten sä sen sitten jatkojalostat tai jatkokierrätät sen eteenpäin? Että mietitään sitä oman teon kautta, että mitenkä haluaisi, että minulle nämä asiat tehtäisiin, niin tehtäisiin se myöskin sinne toiselle. Ja tähän mä väitän, että pystyy oppia semmoinenkin ihminen, joka kokee, että voi laittaa biojätteen vaikka johonkin sekajätteeseen. Koska, jos sulle annetaan mahdollisuus kotipihalla tai jossakin tehdään ne roskalaatikot, että siellä on ne kaikki jätejutut mitä pitää olla, niin sä opit kaikkeen tekemään. Kaikkeen oppii.

Henri:

Tuo oli hyvä vastaus, ja tässä jotenkin korostui se, että nimenomaan omien tekojen kautta, eikä silleen, että ”no koska mun naapuri heittää biojätteet sekajätteeseen ,niin miksi mun pitäisi laittaa biojätteeseen?”.

Kristiina: Jos kaikki ajattelee näin, niin ikään ei tää maailma muutu.

Henri: Niin, että nimenomaan sitä omaa tekoa, välittämättä siitä mitä ne muut tekee, on ne sitten kuinka hyviä ja siinä tai kuinka huonoja. Mutta kunhan itse pidän sen ympäristön siistinä ja fiksuna.

Kristiina: Kyllä, just näin.

Henri: Hei, kiitos tosi paljon, että tulit vierailemaan tänne podcastiin.

Kristiina: Tää oli siis ihan, vaikka mua pelotti, jännitti mitä sä kysyit multa, ja mä tiedän, kun tää tulee joskus ulos ja mä tulen saamaan nootteja mun nuorisolta, että Kristiina ei muistanut meidän arvoja, tai että Kristiina ei muistanut sitä tehdasta missä me kierrätetään. Mutta mä oon ihminen ja minäkin voin unohtaa. Mutta tää oli ihana kokemus ja tää oli ihan mahtava, tää oli yksi lisää sinne mun kiikkustuolimuistoihin, että mä sain olla sun kanssa täällä höpöttämässä. Kiitos ihan kamalasti tästä mahdollisuudesta, tää oli ihan parasta.

Henri: Kiitos, hei lopetetaan tähän näin, että kaikki ollaan ihmisiä.

Kristiina: Kyllä, hyvä.

Henri: No niin, moi.