



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TÄMÄ ON ALKUPERÄISEN ARTIKKELIN RINNAKKAISTALLENNE

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Siljamäki, T. 2021. Vahva brändi ja yhteistyö Ukko Finlandin menestyksekkään uudistumisen taustalla. AMK-lehti/UAS journal, no 1.

URL: <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202103096884>

Versio: käsikirjoitusversio

Copyright: © 2021 Tekijä

Kirjoittaja: Tommi Siljamäki, Taiteen maisteri (Teollinen muotoilu), asiakkuuspäällikkö, Muotoilukeskus Muova / Vaasan ammattikorkeakoulu, tommi.siljamaki@muova.fi

Vahva brändi ja yhteistyö Ukko Finlandin menestyksekkään uudistumisen taustalla

Mistä löytää aika ja raha sekä sopivat kumppanit kehitystyöhön? Yksi kokenut kehitystyön konkari on vaasalainen Ukko Finland Oy:n yrittäjä Jani Jaatinen, jonka tarina avaa kehitystyön arkea. Jaatisen intohimon, luovuuden ja kehitystyön tuloksena syntyivät Ukko-brändi ja sen ensimmäiset tuotteet vuonna 2014. Niin tuotteet kuin brändikin nojaavat vahvasti kotimaisuuteen. Kalevalan Ukko-ylijumalan mukaan nimetyt tuotteet ovat valmistettu Suomessa ja niiden pelkistetty muotoilu on saanut vaikutteensa karun kauniista Merenkurkun saaristosta. Jaatinen kiteyttää Ukon ytimen olevan perinteisen käsityötaidon ja nykyaikaisen teknologiaosaamisen saumattomassa liitossa.

Onnistuminen on vaatinut vahvaa näkemystä, sinnikkyyttä ja kekseliäisyyttä, jotta on pystytty luomaan kustannustehokas kotimainen toteutus ja kansainvälisesti erottuva brändi. Rinnakkaisten kehitysponnistusten johtaminen vaatii Jaatisen sanojen mukaan hieman pohjalaista hulluutta. Apuna Jaatisella on eri alojen ammattilaisten joukko, joiden kanssa onnistuneet ratkaisut ovat syntyneet. Tässä joukossa Vaasan ammattikorkeakoulun Muotoilukeskus Muovakin on osallistunut menestystarinoiden luomiseen. Usean vuoden kestänyt yhteistyö eri projektien parissa on luonut yhteisen ymmärryksen Ukon identiteetistä ja tulevaisuuden suunnasta. Jaatisen mukaan Muovan muotoilijat ovat kuin osa Ukkoa.

Korkeakoulumaailman ja yrityskehityksen välinen onnistunut yhteistyö perustuu ennen kaikkea avoimuuteen, sitoutumiseen ja aitoon molemminpuoliseen vuorovaikutukseen. Molemmat osapuolet tuovat kehitystyöhön oman osaamisensa ja verkostonsa, minkä pohjalta voidaan rakentaa yhdessä uusia ratkaisuja. Vaasan ammattikorkeakoulun Muotoilukeskus Muova on muotoilun edelläkijä, joka tutkii ja kehittää ja soveltaa muotoilua yhteiskunnassa ja yrityksissä. Ukko Finlandin ja Muovan yhteistyö on sisältänyt puolen kymmenen tuotteen suunnittelun markkinoille sekä yrityksen tuotevetoisen brändin kehittämistä yhdessä yrityksen kanssa. Käytännössä joka vuosi on saatu jalostettua uusia tuotteita markkinoille ja samalla laajennettua tuotekirjoa ja kehitettyä yrityksen näkyvyyttä niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

Tarina tuotteista

Kuningasidea tuotteisiin tuli alun perin patterin paineventtiilistä. Jaatinen oivalsi, että putkeen voidaan tehdä laserhitsaamalla pohja erillisestä osasta kustannustehokkaasti ja laadukkaasti. Yhdistämällä laserhitsaus ruostumattomaan teräkseen voisi syntyä huippulaadukas luksustuote. Oivalluksesta syntyi ensimmäinen tuote, ruostumattomasta teräksestä valmistettu snapsilasi, joka viimeisteltiin suomalaisesta koivusta valmistetulla kotelolla. Pian snapsilasien jälkeen syntyi ikoninen Ukkomatti-nimen saanut taskumatti, jossa ruostumattomaan teräkseen yhdistyi nahkatuppi perinnepuukkojen tyyliin. Nyt oli kasassa Ukon materiaalit: ruostumaton teräs, nahka ja puu.

Ukkomatin jälkeen alkoi yhteistyö Ukko Finlandin ja Muovan välillä. Ensimmäisenä yhteisenä kehityskohteena oli luoda moderni tulkinta perinteisestä kuksasta kaveriksi luontorettille. Ukko Coffee –

nimen saanut tuote osoittautui menestykseksi niin kaupallisesti kuin markkinoinnillisesti. Tuotetta on nähty niin EMA:n (MTV Europe Music Awards) vip-lahjana Louis Vuittonin kaltaisten luksusbrändien rinnalla kuin Manner-Euroopan suurimman tavaratalon, Kaufhaus des Westensin hyllyssä Berliinissä.

Ukko Coffee oli ensi askel alkoholiin viittaavien tuotteiden ulkopuolelle samaan aikaan, kun aiemmat tuotteet, snapsit ja ukkomatit, olivat suosionsa huipulla. Moni olisi pitäytynyt menestysreseptissä, mutta yrittäjä Jaatinen ennakoiki markkinoiden muutosta ja mahdollisuuksia investoidessaan uuteen tuotesegmenttiin. Vaati paljon saada kaikki eri osa-alueet nivoutumaan saumattomasti yhteen: toiminnallisuus, materiaalit, design ja tuotanto. Se vie aikaa ja rahaa, mutta onneksi kehitystyöhön on saatavissa myös apua.

Kehitystyötä nopeutti julkinen yritystuki, jolla kehittämisen riskiä saatiin Ukko Coffeen sekä muiden tuotteiden saralla jaettua. Jaatisen mukaan erilaiset Business Finlandin ja ELY-keskuksen yritystuet ovat pienelle yritykselle kullan arvoisia. Niiden avulla yritys on saanut eri alojen eksperttien osaamista kehitystyön nopeuttamiseen sekä resursseja omaan työhön ja investointeihin. Muovassa yhteistyö Business Finlandin ja ELY-keskuksen kanssa on pitkään ollut tiivistä erilaisissa tutkimus- ja kehittämissuhteissa, joissa painopiste on kehitystyön alkupäässä. Näin ollen oli luonnollista yhdistää Muovan muotoilu- ja projektiosaaminen Ukko Finlandin vahvaan visuaaliseen visioon ja valmistusosaamiseen.

Suomalaisuuteen vahvasti nojaavalle Ukko Finlandille luonnollinen seuraava aluevaltaus oli sauna, jonne suunniteltiin uudentyypinen löylykauha, joka noudatti hyväksi havaittua materiaali- ja muotokieltä. Se aurasi selkeästi tuotepalettia uudelle saralle, vahvasti brändin monipuolisuutta sekä oli liikevaihdon kannalta merkittävä tuote. Ensimmäisten löylyjen jälkeen oli Jaatisella jo katse seuraavassa kohteessa. Yhdessä hänen kanssaan laajennettiin valikoimaa ruoanvalmistuksen saralle.

Erilaisista tuoteaihoista ensimmäisenä on markkinoille lanseerattu Hakka-lihanuija, joka näki päivänvalon koronan jyllätessä vuonna 2020. Tuote menestyi olosuhteisiin nähden hyvin huolimatta siitä, että kyseessä on luksustuote muiden Ukko Finlandin tuotteiden tavoin. Globaalin kriisin aikana olisi uskonut, että tällaisille tuotteille ei ole markkinoita, mutta Ukko Finland on selviytynyt koronasta kohtuullisesti tähän mennessä. Syitä tähän voidaan nähdä vahvassa brändissä, uudistuvassa ja laadukkaassa tuotetarjonnassa sekä aktiivisessa asiakastyössä. Olennaista on myös tinkimättömyys tuotteiden suomalaisuudessa. Se, että kaikki komponentit ovat Made in Finland, nousi uuteen merkitykseen maailman sulkeutuessa ympärillä.

Osiensa summa

Nopeat tuotevalikoiman laajennukset saattavat näyttää hajottavan tuotepalettia ja sotivan loogista kehitysprosessia vastaan, jossa kehitys etenee portaittain ilman radikaaleja siirtymiä. Ukko Finlandin tapauksessa tilanne on toinen. Yrityksen ytimessä on vahva visuaalinen brändi, joka tunnistettavasti ilmenee kaikissa tuotteissa. Selkeästi johdettu brändi mahdollistaa tuotekokeilut. Jaatisen yrityksessä ketterä uudistuminen on avainroolissa. Yritys toimii start up-maailman mukaisesti, niin että kokeilut ja mahdolliset epäonnistumiset tehdään nopeasti ja voidaan reagoida muuttuviin tilanteisiin. Epäonnistumiset ovat jääneet Jaatisella vähiin, mikä kertoo yrittäjän vahvasta markkinaymmärryksestä ja ehkäpä onneakin on ollut mukana. Haastavilla luksustuotteiden markkinoilla tuotteiden kehitys on oltava nopeaa, mutta

saman aikaisesti brändi ja visio tulee pysyä kirkkaana. Kulutustuotteiden markkinat ovat valmistavalle yritykselle kuluttavia ja vaativat jatkuvaa uudistumista.

Tuotevalikoima on runsaassa viidessä vuodessa kasvanut snapseista ja taskumateista ruoanlaittoon ja saunatuotteiksi. Jälkimmäisissä tuoteryhmissä ollaan vasta lähtökuopissa ensimmäisten tuotteiden myötä, mutta suunta on selvä. Brändin nimi kuvastaa hyvin tuotevalikoimaa. Siinä on ukkomaista otetta ja lifestyle-brändinä se on jo nyt puhutellut tuhansia ihmisiä Suomessa ja maailmalla.

Onnistuneen yritysyhteistyön ainekset

Ukko Finlandin tarina näyttää päällisin puolin ruusuiselta onnistumisten voittokululta, mutta se kätkee taakseen runsaasti työtä. Yhdessä tekemällä Ukko Finland ja Muotoilukeskus MUOVA ovat oppineet tuntemaan toinen toisensa ja luomaan yhteisen kehittämiskielen. Ennen kaikkea onnistuminen on edellyttänyt yhteisen kehitystyön rytmin löytämistä. Korkeakoulun on pystyttävä yritysmaailman nopeaan tempoon ja tarpeisiin. Osaamisen on oltava ajantasaista, käytännönläheistä ja korkeatasoista. Varsinaisen kehitystyön rinnalla on huomioitava myös taloudelliset resurssit ja nimenomaan yritystuet, joilla kehitystyö usein saadaan liikkeelle suomalaisissa pk-yrityksissä. Julkisen tuen avulla pieni pohjalainen Ukko on pystynyt toteuttamaan isoja kehityspyrahdyksiä ja ponnistamaan kansainvälisille markkinoille. Johtopäätöksenä todettakoon, että ymmärrys kehitystyötä tukevista rahoitusratkaisuista yhdistettynä kilpailukykyiseen osaamiseen tekee korkeakouluista haluttavia yhteistyökumppaneita. Yhdessä olemme enemmän.

Avainsanat: yritysyhteistyö, tuotekehitys, brändin rakentaminen, muotoilu, yritystuet, kansainvälisyys

Key words: company cooperation, RDI, brand development, design, public business funding, internationality

Tiivistelmä:

Helping companies in RDI and branding

Successful cooperation between universities and companies is based on openness, commitment and genuine mutual interaction. Both parties bring their own expertise and network to the development work that creates a basis for building new solutions together. The cooperation between Ukko Finland Ltd and Vaasa University of Applied Sciences, Design Centre MUOVA has involved brand and product development to the market. Public business funding, agile development and high competence have played a significant role in successful co-development, which has accelerated Ukko Finland's success in Finland and internationally.