

# Oma Yritys

kauppalehti.fi/yritykset

TUOTTAJAT » KIMMO KOIVIKKO JA PAUL ÖHRNBERG

PUHELINVAIHDE » 010 665 101 SÄHKÖPOSTI » KL.YRITYS@KAUPPALEHTI.FI TOIMITUS » ETELÄESPLANADI 20, PL 189, 00101 HELSINKI

## Fekman ja Dogipedia joutuvat

**Vuosi sitten perustetun Oravanpesän yritykset ovat edenneet kaupallistamisvaiheeseen**

Paul Öhrnberg  
paul.ohrnberg@kauppalehti.fi

Vuosi sitten käynnistyneen Oravanpesä-projektin ympärille syntyneet kaksi yritystä ovat nyt tosipaikan edessä, kun niiden ideat ja tuotteet joutuvat markkinoiden armoille.

Jos hyvin käy, alkaa Dogia-koira-konseptia verkossa pyörittävälle Dogipedia Oy:lle ja "Brrry"-marjama-

keisia valmistavalle Fekman Oy:lle pian tulla myyntituloja kassaan.

Toistaiseksi projekti on edennyt melko sujuvasti.

- Molemmat firmat ovat hengissä. Olisi tietenkin ollut dramaattisempaa, mikäli toinen yrityksistä olisi osoittautunut menestykseksi ja toinen kaatunut jo kalkkiviivoilla konkurssiin, lohkaisee Oravanpesä-idean isä **Marko Parkkinen**.

Hänen mukaansa Oravanpesän tämänhetkinen tilanne valaa uskoa tulevaisuuteen, jossa pienten kasvavien yritysten merkitys työllistäjänä korostuu.

- Uskon, että tämä projekti lisää omalta osaltaan yrittäjyyden ymmärrystä ja vähentää yrittämiseen liittyvää ryppyotsaisuutta. Olemme saaneet tästä projektista hyvää palautetta ja tiedän, että tätä seurataan laajalti, Parkkinen sanoo.

ti, Parkkinen sanoo.

Hänen mielestään sekä Fekmanin että Dogipedian hyvä edistyminen on ollut yritysten operatiivista toimintaa johtavien **Päivi Endenin** ja **Satu Saksmanin** ansiota.

- Meille on ollut onni, että olemme saaneet yrityksiin hyvät vetäjät, jotka ovat pystyneet väentämään asioita eteenpäin.

### Odotettu tappio

Vaikka tuotteet alkavatkin olla nyt valmiita, niin peli on vielä pahasti kesken. Tähän asti molemmat yritykset ovat pääsääntöisesti vain kuluttaneet rahaa.

Molemmat yhtiöt ovat julkistaneet odotetusti tappiolliset tuloslaskelmat kuluvan vuoden kymmeneltä ensimmäiseltä kuukaudelta. Fekman teki tammilokakuussa 19 721 euron tappion. Dogipedia oli vastaavasti 29 005 euroa miinuksella.

Kehitysvaiheessa olevasta liiketoiminnasta ei ole herunut kummallekaan yhtiölle vielä yhtään tuloja, joten kulut on katettu osakepääomalla ja osakeanneista saaduilla rahoilla sekä Ely-keskuksen avustuksilla.

**Perustajat.** Tämä porukka koontui reilu vuosi sitten kahden päivän aivoriiheen, jonka tuloksena perustettiin kaksi yritystä tyhjistä. Edessä vas. Pekka Siivonen-Uotila, Filip Ekman, Petteri Laine, Pirita Mäyrä, Pirjo Suhonen, takana vas. Riku Asikainen, Jaakko Villa, Marko Parkkinen.

Dogipedian suurimmat kuluerät ovat olleet verkkokaupan ja -sivustojen kehittämiskulut, reilut 11 000 euroa. Lisäksi yhtiö on maksanut saman verran laki- ja konsultointipalveluita.

Fekmanin kovimmat kulut liittyvät makeisten kehitystyöhön. Tuotekehityspalvelut maksoivat 6 700 euroa ja markkinatutkimukset 2 000 euroa.

Toimitusjohtajat saivat tyytyä molemmissa yhtiöissä vaatimattomaan tulotasoon. Fekman maksoi palkkoja ja palkkioita yhteensä 8 600 euroa ja Dogipediassa vastaavat kulut olivat noin 9 500 euroa.



**"Uskon, että tämä projekti lisää omalta osaltaan yrittäjyyden ymmärrystä ja vähentää yrittämiseen liittyvää ryppyotsaisuutta."**

Oravanpesä-idean isä Marko Parkkinen

### Oravanpesän vaiheet

2009  
lokakuu

Marko Parkkinen ja viisi muuta yrittäjää päättävät toteuttaa idean, jossa perustetaan tyhjistä kaksi uutta yritystä. Projektin nimeksi tulee Oravanpesä.

maaliskuu

Hankkeeseen värvätään mukaan kaksi "ulkopuolista" yrittäjää. Hakemusten perusteella valituksi tulivat Pirita Mäyrä ja Filip Ekman.

Oravanpesä-yrittäjät kokoontuvat kahdeksi päiväksi Raaseporiin "Kurke Camp" -aivomyrskyyn, jossa perustettaville yrityksille keksittiin mm. liikeideat, nimet ja toimintasuunnitelma. Kurke Campissa hankkeen jäsenet "valitsivat" yrityksensä ja kukin sijoitti 2 000 euroa.

joulukuu

Fekman Oy ja Dogipedia Oy perustetaan.

Dogipedia rakentaa verkkoon koirapalvelutietokantaa. Lisäksi yritys lanseeraa oman koiratarvikesarjan. Fekman kehittää suomalaisiin marjoihin perustuvan vaihtoehdon perinteisille makeisille.

Molempien yritysten etenemistä seuraavat asiantuntija- ja opiskelijaraadit kokoontuvat ensimmäisen kerran. Asiantuntijaraadissa on mukana mm. yrittäjiä, konsultteja ja juristeja. Kokouksen jälkeen raati äänestää kumpaan yritykseen se sijoittaisi rahansa. Dogipedia voittaa ylivoimaisesti 8-0.

2010  
helmikuu

Päivi Enden Fekmanin toimitusjohtajaksi. Molempien yritysten tuotekehitystyö etenee.

Päivi Enden

maaliskuu

Yritykset esittelevät etenemistään asiantuntijaraadille. Äänestyksessä Dogipedia oli yhä voitolla, mutta puntit tasoittuivat: 5-3.

huhtikuu

Fekman esittelee ja maistattaa ensimmäisiä makeisiaan Viikki Food Centerissä. Dogipedian verkkosivuston rakentaminen etenee hitaasti.



**Vientiin.** Innojokin toimitusjohtajan Jukka Jokiniemen mukaan yhtiö vie kirkasvalolamppuja muun muassa Ranskaan, Kanadaan ja muihin Pohjoismaihin.

## Innojok saa uuden logistiikkakeskuksen

**Valaisinvalmistaja aikoo kasvattaa kotimaan tuotantoaan**

Esko Lukkari  
esko.lukkari@kauppalehti.fi

Kirkasvalolaitteita ja kotimaisia klassikkovalaisimia valmistavan Innojokin 4 000 neliön logistiikkakeskus valmistuu keväällä. Yhtiö uskoo jakelun pullonkaulojen poistamisen antavan lisävahtia yritykselle. Keravalle siirtyä myös tärkein yhteistyö-

kumppani eli muoviosia valmistava Melaja.

-Vaikka muut valmistajat ovat supistaneet valaisintuotantoaan Suomessa, me aiomme kasvattaa sitä, sanoo yhtiön toimitusjohtaja **Jukka Jokiniemi**.

Jokiniemi on tekniikan tohtori ja näkövammaisen. Siksi yhtiön tuotevalikoimassa on myös näköergonominia toimisto- ja sisävalaisimia. Jokiniemi on valittu vuoden sähköinsinööriksi, vaikka hänellä ei kuulemma olekaan juuri sen alan koulutusta.

-Kaikki valittavat yleensä heikkoa valaistusta. Minulla se oli henkilökohtaisena syynä yrityksen perustamiseen, koska näkövammaista eivät

muut työllistäneet, hän naurahtaa.

Kuuden miljoonan euron liikevaihtoon yltävä Innojok on perustettu vuonna 1993. Yhtiö on kasvattanut liikevaihtoaan keskimäärin kymmenen prosentin vuosivauhtia.

Tänä vuonna kirkasvalolaitteiden markkinajohtajan myynti kasvaa reilut 30 prosenttia.

Yhtiön kirkasvalolamppujen tähti-tuote on **Eero Aarnion** suunnittelema design-valaisin. Se soveltuu himmentimen ansiosta myös yleisvalaisimeksi. Valaisin on voittanut Red dot design 2010 -palkinnon.

Yhtiössä työskentelee parikymmentä henkeä. Tuotekehitys, myynti ja hallinto ovat Helsingin Kurki-