

Suomalaisen Työn Liiton toimintakertomus 2014

Sisällysluettelo

1 Toimintaympäristö	3
2 Liiton merkit	3
2.1 Avainlippu-merkki	4
2.2 Design from Finland -merkki	4
2.3 Yhteiskunnallinen yritys -merkki	5
3 Tutkimus	6
3.1 Kuluttajatutkimus	6
3.2 Merkkitutkimukset	6
3.3 Merkityksellisen ja arvokkaan työn tutkimushanke	6
3.4 Robottiviikko	7
4 Viestintä	7
4.1 Verkkoviestintä	7
4.2 Julkaisut	8
5 Palkinnot	8
5.1 Tasavallan presidentin kansainvälistymispalkinto	8
5.2 Vuoden Designteko 2014	8
5.3 Design from Finland -tunnustukset	9
5.4 Tuottava Idea -palkinto	9
6 Tapahtumat ja tilaisuudet	9
6.1 Seminaarit	9
6.2 SuomiAreena	10
6.3 Design from Finland -työpajat	10
7 Yritysyhteistyö	10
7.1 Messut ja tapahtumat	10
7.2 Kampanjat	11
7.3 Avainklubi	12
8 Jäsenistö	13
9 Organisaatio	13
9.1 Liittokokoukset	13
9.2 Toimielimet	13
10 Avainlippu Oy	14
11 Talous	14

1 Toimintaympäristö

Suomen talouden heikko kehitys jatkui vuonna 2014. Standard & Poor's arvioi lokakuussa 2014, että menossa on kolmas peräkkäinen vuosi, kun Suomen bruttokansantuote supistuu reaalisesti. Huolestuttavaa on se, että Suomen talous on viime vuosina jäänyt jälkeen monista verrokkimaista esimerkiksi tuottavuuden, työllisyyden ja kasvun osalta. Suomen talouden hitaaseen kehitykseen on vaikuttanut muun muassa väestön ikääntyminen, työvoiman tarjonnan väheneminen, kulutuskysynnän ja investointien heikko taso, jäykät työmarkkinat ja vientimarkkinoiden hidaskelpyminen erityisesti euroalueella ja Venäjällä.

Käynnissä oleva rakennemuutos sekä teknologia-alan ja metsäteollisuuden viennin supistuminen ovat johtaneet irtisanomisiin ja kasvattanut työttömyyttä niin yksityisellä kuin julkisella puolella. Kaupan alan haasteina ovat kasvava kansainvälinen verkkokauppa sekä kuluttajien käytettävissä olevien tulojen väheneminen, mikä näkyi heikosti kehittyvinä kaupan alan myyntilukuina erityisesti käyttötavaroissa.

Vuonna 2014 Suomalaisen Työn Liitossa jatkettiin työhön vaikuttavien muutosvoimien selvitystä, koska työn luonne ja sisältö on muuttunut neljännesvuosisadan aikana. Muutoksen ajureina ovat olleet taloustilanteen muutokset, teknologian kehitys ja globalisaatiosta seurannut kaupankäynnin avautuminen. Suomalaisen Työn Liiton tavoitteena on edelleen vahvistaa suomalaisen työn arvostusta niin kotimaassa kuin kansainvälisesti. Jotta liitto pääsisi tavoitteeseensa, on tärkeää määrittää miten uusi liiketoimintakulttuuri ja työympäristö synnyttävät uusia mahdollisuuksia sekä tuottavat arvoa työnantajille, työntekijöille ja yhteiskunnalle. Vuonna 2014 liitto nosti esiin merkityksellisen ja arvokkaan työn käsitteen osana kansainvälistä tutkimushankettaan.

Merkityksellinen ja arvokas työ on:

- tuottavaa, koska se luo työtä, uudistaa työtapoja ja perustuu asiakkaiden tarpeiden ymmärtämiseen.
- kestävä, koska se synnyttää arvoa pitkäkestoisesti esimerkiksi kestävien arvoketjujen ja pitkäaikaisten lojaalisuuteen perustuvien asiakassuhteiden muodossa.
- osallistavaa, koska se tuo jaettua arvoa osakkeen omistajan lisäksi työntekijöille ja yhteiskunnalle.

Jatkuneen talouskriisin mainingeissa on käynyt selväksi, että meidän on luotava työtä, joka mahdollistaa vakaan elintason. Tässä keskustelussa Suomalaisen Työn Liitto haluaa olla aktiivinen ja tunnistaa hyvinvointia ja suomalaista työtä edistävät mahdollisuudet.

2 Liiton merkit

Suomalaisen Työn Liitolla oli vuoden 2014 lopussa 2567 jäsentä, joista 3273 käyttää liiton hallinnoimia merkkejä: Avainlippua, Design from Finland -merkkiä tai Yhteiskunnallinen yritys -merkkiä.

2.1 AVAINLIPPU-MERKKI

Avainlippu on Suomalaisen Työn Liiton omistama ja hallinnoima tunnus, jonka käyttöoikeus voidaan myöntää suomalaisille tuotteille ja palveluille. Avainlippu-tuotteiden keskimääräinen kotimaisuusaste on noin 80 prosenttia. Vuoden 2014 lopussa Avainlipun käyttöoikeus oli 2087 yrityksen 3009 tuotteella, tuoteryhmällä tai palvelulla. Vuoden aikana käsiteltiin 1055 Avainlippu-hakemusta.

Lisää työkaluja jäsenyritysten käyttöön

Avainlipun asema suomalaisuudesta kertovana välineenä on vahva. Tunnettuus on jo nyt korkealla tasolla, mutta toisaalta se ei kuitenkaan riitä, vaan vaikuttavuus tunnettuuden rinnalla on yhtä tärkeä tekijä. Merkin vaikuttavuus kasvaa, kun käyttäjämäärä kasvaa ja jäsenyritykset käyttävät merkkiä näkyvästi omassa markkinointiviestinnässään.

Vuonna 2014 kaikille merkeille tehtiin jäsenyritysten käyttöön viestinnän työkalupakki, joka on ladattavissa liiton Extranetistä. Kaikille merkeille myös tuotettiin keväällä liiton omaan käyttöön sekä jäsenyritysten tarpeita varten kaksi videoa. Toinen video avaan merkin piirteitä, ja toinen avaa merkien brändilupausta. Myös videot ovat ladattavissa liiton Extranetistä. Lyhyemmästä esittelyvideosta tehtiin myös englannin- ja venäjänkieliset versiot.

Avainlippu 50 vuotta 2015

Avainlippu täyttää 50 vuotta vuonna 2015. Juhlavuosi antaa merkille hyvän syyn muistuttaa kuluttajia, päättäjiä ja suomalaisia btob-sektorilla toimivia yrityksiä siitä, mistä merkki kertoo ja mitä kaikkea se vuonna 2015 edustaa: tuotteita ja palveluja, eri kokoisia yrityksiä kaikilta toimialoilta.

Juhlavuoden suunnittelu aloitettiin jo vuoden 2014 syksyllä. Mainostoimisto Dynamo suunnitteli Avainlipulle 50-vuotis-logoversion sekä juhluvuoden kampanjatunnuksen. Tapahtumatoimisto Tapauksen kanssa vietiin eteenpäin juhluvuoden kampanjan tapahtumakonseptia.

2.2 DESIGN FROM FINLAND -MERKKI

Suomalaisen Työn Liiton Design from Finland -merkki viestii suomalaisen, ainutlaatuisen muotoilun alkuperästä. Merkki lanseerattiin vuonna 2011, ja sen logo uudistettiin vuoden 2013 lopulla. Design from Finland -merkki on rekisteröity yhteisömerkki, ja se korostaa laajasti suomalaisen ai-neettoman työn ja erityisesti muotoilun merkitystä Suomen menestymisen ja työllisyyden kannalta.

Design from Finland -toimikunta kokoontui 6 kertaa vuoden 2014 aikana. Vuoden lopussa Design from Finland -merkin käyttöoikeus oli 206 yrityksen 223 tuotteella, tuoteryhmällä tai palvelulla. Vuoden aikana 60 uudelle yritykselle myönnettiin merkin käyttöoikeus. Kesäkuun alussa lähti liikkeelle syyskuun loppuun asti kestänyt Suomalaisen Työn Liiton jäsenhankintakampanja yhdessä Avainlippu- ja Yhteiskunnallinen yritys -merkkien kanssa.

Lisää työkaluja jäsenyritysten käyttöön

Design from Finland -merkille tehtiin viestintäohjeet auttamaan jäsenyrityksiä merkin käyttöönotossa ja siitä viestimisessä sisäisille sekä ulkoisille sidosryhmille. Lisäksi tehtiin kaksi merkin pääpiirteitä ja brändilupausta avaavaa videota.

Design from Finland -yrityksille järjestettiin kaksi omaa työpajaa, sekä neljä *Merkillistä iltapäivää*, joiden tarkoituksena on tukea jäsenten toimintaa ja antaa työkaluja jäsenten myynnin ja markkinoinnin kehittämiseen.

Merkki esillä messuilla ja tilaisuuksissa

Merkkiä markkinoitiin useissa eri tapahtumissa ja seminaareissa eri puolilla Suomea. Merkki oli esillä omilla puheenvuoroillaan kauppakamaritilaisuuksissa Kuopiossa ja Tampereella, Forma- ja Habitare messuilla Helsingin Messukeskuksessa, Modus ry:n tilaisuudessa Tampereella, Helsinki Design Weekillä ja Suomi Asemalla Frankfurtissa.

Palkinnot ja luottamustoimet

Vuonna 2014 Design from Finland -merkki palkitsi Vuoden Designin, myönsi Design from Finland -tunnustuksia sekä osallistui jäsenenä Finatexin Vuoden 2014 suomalainen muotiteko- ja Allerin Muoto-raateihin. Tämän lisäksi liitto osallistui aktiivisena jäsenenä Työ- ja elinkeinoministeriön Finnish Design Centre -johtoryhmän ja työvaliokunnan toimintaan.

Merkin kansainvälinen käyttö ja näkyvyys

Merkin kansainväliseen kehittämiseen saatiin tukea työ- ja elinkeinoministeriöltä. Merkin graafiset ohjeet ja merkkidiplomit käännettiin englanniksi ja venäjäksi tukemaan jäsenyritysten vientitoimintaa. Design from Finland -merkin esittelyvideosta tehtiin lisäksi englannin- ja venäjänkieliset versiot.

Design from Finland -merkkiä tehtiin tutuksi myös venäläisille kuluttajille. Tähän tarkoitukseen tehtiin oma venäjänkielinen video Ville Haapasalon tähdittämänä, ja videoon kohdistettiin digimarkkinointipanostuksia. Myös muille Suomeen matkustaville matkailijoille merkkiä markkinoitiin Finnairin Blue Wings -lehden advertoriaaleilla.

Design from Finland -merkki osallistui elokuussa luovien alojen Agma ry:n järjestämälle Suomi Asemalle Frankfurtissa. Merkkiä tuotiin esille saksalaiselle medialle ja design-toimijoille tapahtuman lehdistötilaisuudessa, pop-up kaupassa jäsenyritysten kanssa sekä matchmaking-tapahtumassa. Lisäksi liitto kirjoitti Design from Finland -merkistä ja suomalaisesta designista kaksi artikkelia Scan Magazineen.

2.3 YHTEISKUNNALLINEN YRITYS -MERKKI

Yhteiskunnallinen yritys -merkin tavoitteet vuodelle 2014 olivat merkin käyttäjämäärän lisääminen sekä merkin tunnetuksi tekeminen monipuolisella viestinnällä. Merkkiä myöntävä toimikunta koontui 4 kertaa vuoden 2014 aikana ja myönsi 15 uutta käyttöoikeutta. Merkistä tehtiin myös kohdennettu viestintäohjeistus merkkiä käyttävien yritysten hyödynnettäväksi. Lisäksi tehtiin kaksi merkin pääpiirteitä ja brändilupausta avaavaa videota, joista lyhemmästä myös englanninkielinen versio.

Merkistä viestittiin mediassa muun muassa mielipidekirjoituksin Maaseudun tulevaisuudessa ja Kauppalehdessä. Samoin merkki oli esillä maakuntalehdissä vuoden aikana eri yritysesimerkkien kautta. Merkin viestintään kuului myös kahden *Yhteiskunnallisen yrityksen superpäivän* järjestämi-

nen, toinen keväällä Lahdessa ja toinen syksyllä Oulussa. Lisäksi Helsingissä järjestettiin Arvo-Liiton kanssa yhteinen seminaari yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä joulukuussa 2014.

Yhteiskunnallinen yritys -merkin alla järjestettiin myös yritysten kanssa yhteinen osasto syksyn Kuntamarkkinat-tapahtumassa.

3 Tutkimus

Liiton tutkimukset keskittyivät vuonna 2014 selvittämään kotimaisuuden merkitystä kuluttajille, mielikuvia liiton hallinnoimista merkeistä sekä arvokkaan ja merkityksellisen työn osatekijöitä niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

3.1 KULUTTAJATUTKIMUKSET

Liitto teki Sinivalkoinen jalanjälki -kampanjan yhteydessä seurantatutkimuksen marras- ja joulukuussa. Tutkimuksilla selvitettiin suomalaisuuden merkitystä ostopäätökseen elintarvike ja käyttötavaroiden osalta, sekä ylipäättään suomalaisuuteen liittyviä tekijöitä. Tutkimuksessa selvitettiin myös Sinivalkoisen jalanjälki -kampanjan tunnettuutta ja vaikuttavuutta kuluttajiin. Tutkimuksen toteutti Taloustutkimus ja tutkimukseen vastasi ensimmäisessä osassa 1677 (16-75 -vuotiasta) ja toisessa osassa 1952 (16-75 -vuotiasta).

Liitto selvitti myös kesäkuluttamiseen vaikuttavia tekijöitä sekä Venäjä-pakotteiden vaikutuksia suomalaisten ostopäätökseen. Molemmat tutkimukset toteutti Innolink Research Oy internetpaneelissa otoskoolla 1004 ja 1006.

3.2 MERKKITUTKIMUKSET

Avainlipun tunnettuustutkimus tehtiin alkuvuodesta 2014. Tutkimuksessa keskityttiin Avainlipun tunnettuuteen ja sen vaikutuksiin ostopäätöksessä. Loppuvuodesta 2014 liitto selvitti suomalaisten mielikuvia liiton kaikkiin merkkeihin liittyen. Tutkimuksessa selvitettiin merkkien tunnettuutta, vaikutusta ostopäätökseen sekä merkkeihin liitettäviä adjektiiveja. Molemmat tutkimukset toteutti Innolink Research Oy internetpaneelikyselyin otoskoolla 1004.

3.3 MERKITYKSELLISEN JA ARVOKKAAN TYÖN TUTKIMUSHANKE

Suomalaisen Työn Liitto jatkoi strategiansa mukaisesti työn tulevaisuutta luotaavia tutkimuksia. Merkityksellisen ja arvokkaan työn tutkimuksia toteutettiin kansainvälisesti ja Suomessa. Kansainvälisessä tutkimuksessa keskityttiin merkityksellisen ja arvokkaan työn määrittelyyn ja yritysten toimintakulttuurin tarkasteluun. Tutkimus toteutettiin kansainvälisen yhteistyökumppanin The Futures Companyn kanssa. Yhteistyön tuloksena syntyi vuonna 2014 kaksi raporttia: *Merkitykselli-*

sen ja arvokkaan työn ohjelma sekä Merkityksellisen ja arvokkaan työn tuottaminen: Toimintaehdotukset.

Suomessa tehtävä tutkimus keskittyi suomalaisten työhön liittyvien arvojen muutoksiin ja tulevaisuuden odotuksiin. Tutkimuksen tavoite oli tuottaa uutta ymmärrystä kansalaisten näkemyksistä työhön liittyvistä arvoista ja toimintatapamuutoksista. Tutkimuksen toteutti Innolink Research Oy, joka teki internetissä paneelikyselyn otoskoolla 1011. Tutkimusta täydennettiin laadullisella tutkimuksella, jossa vastaajia oli 55.

Tämän lisäksi toteutettiin case study -tutkimus kuudelle yritykselle, jossa selvitettiin miten erilaiset suomalaiset yritykset ovat löytäneet uusia liiketoimintatapoja, muuttaneet esimiestyötä ja muokanneet yrityskulttuuria avoimemmaksi. Laadullisen tutkimuksen puhelinhaastatteluin toteutti Innolink Research Oy.

3.4 ROBOTTIVIIKKO

Suomalaisen Työn Liitto osallistui toiseen Suomessa järjestettyyn Robottiviikkoon tarjoten tutkimuksiin pohjautuvia alustuksia ja asiantuntijapuheenvuoroja Robottiviikon tilaisuuksissa.

4 Viestintä

Liitossa panostettiin vuoden 2014 aikana viestinnällisesti erityisesti asiantuntijaroolin vahvistamiseen. Liitto julkaisi useita mielipidekirjoituksia eri päämedioissa muun muassa työn tulevaisuutta luotaavaan tutkimushankkeeseen liittyen ja tapasi aktiivisesti median edustajia.

Mediaosumien määrässä ja liiton asiantuntijoille esitettyjen lausuntopyyntöjen määrässä päästiin tavoitteeseen. Liiton, sen myöntämien merkkien sekä kampanjoiden runsas medianäkyvyys lisää osaltaan myös liiton jäsenmäärää ja merkkien käyttäjiä.

Liiton ostamia Pohjoisrannan palveluja käytettiin liiton asiantuntijaviestinnän lisäksi Sinivalkoinen jalanjälki -kampanjan viestinnässä, joka oli liitolle vuoden merkittävin viestintäponnistus.

Liiton logo ja visuaalinen ilme uudistettiin vuoden 2014 alussa. Uudistuksen toteutti mainostoimisto Dynamo.

4.1 VERKKOVIESTINTÄ

Liitossa aloitettiin verkkopalvelu-uudistus, jonka tavoitteena on selkeyttää liiton hajanaista verkkoläsnäoloa sekä palvella paremmin merkkien viestintätarpeita ja liiton eri kohderyhmiä. Lisäksi uudet sivut tulevat toimimaan responsiivisesti kaikilla päätelaitteilla. Uudistuksen myötä liiton kotisivun verkko-osoitteeksi tulee suomalaisentyo.fi entisen avainlippu.fi:n tilalle. Uudet sivut julkaistaan vuoden 2015 alussa.

Liitto viestii aktiivisesti myös sosiaalisessa mediassa, jota hyödynnetään liiton verkkoviestinnässä tuotetun materiaalin jakelukanavana, keskustelualustana ja sisäänheittäjänä liiton verkkopalveluihin.

Vuonna 2014 liitto lähetti myös kuluttajille uutiskirjeitä Sinivalkoinen jalanjälki- ja Suomalainen joulukuukampanjoiden yhteydessä.

4.2 JULKAISUT

Liiton uudistettu sidosryhmä- ja jäsenlehti Jussi ilmestyi ensimmäisen kerran vuoden 2014 helmikuussa. Kaiken kaikkiaan lehti ilmestyi vuoden aikana neljä kertaa. Otavamedian kanssa yhteistyössä tuotetun lehden tavoitteena on nostaa liiton profiilia asiantuntijana sekä lisätä tunnettuutta. Lisäksi lehdellä vahvistetaan yhteistyötä jäsenyritysten kanssa sekä houkutellaan potentiaalisia jäsenyrityksiä.

Lehden jakelu on noin 5500 ja sitä jaetaan jäsenyritysten lisäksi myös muille sidosryhmille sekä valituille päättäjille ja median edustajille. Lehti julkaistaan myös verkkolehtenä osoitteessa jussi.avainlippu.fi.

5 Palkinnot

Liitto osallistui muutaman sen mission kannalta keskeisen yrityspalkinnon myöntämiseen vuonna 2014.

5.1 TASAVALLAN PRESIDENTIN KANSAINVÄLISTYMISPALKINTO

Tasavallan presidentti Sauli Niinistö myönsi vuoden 2014 kansainvälistymispalkinnon peliyrittäjä Supercellille, kaukolämpöventtiilejä valmistavalle Vexvelle ja led-valaisinoptiikkaan erikoistuneelle Ledilille.

Finpro toteuttaa vuosittain kansainvälistymispalkintoehdokkaiden haun ja ennakoarvioinnin. Finpron hallitus tekee ehdotuksen palkinnon saajista presidentille yhteistyössä Suomalaisen Työn Liiton kanssa. Tasavallan presidentti valitsee kansainvälistymispalkinnon saajat ehdotusten pohjalta. Palkinto jaettiin nyt 46. kerran. Palkinnot lahjoittaa Suomen Messusäätiö.

5.2 VUODEN DESIGNTEKO 2014

Suomalaisen Työn Liitto ja Design from Finland palkitsi puisia Lastu-nimisiä suojakuoria mobiililaitteille valmistavan Droplet Hitech Design Oy:n Vuoden 2014 designteko -tunnustuksella Habitarre-messuilla. Nyt kolmannen kerran jaettu Vuoden designteko -palkinto myönnetään suomalaiselle yritykselle, jonka liiketoiminnassa design näyttelee merkittävää roolia. Vuoden designteko -palkinnon muita kriteereitä ovat omaperäisyys, vastuullisuus ja design osana arkea.

Kaikki Design from Finland -merkin saaneet yritykset olivat ehdolla palkinnon saajaksi ja voittaja-suosikkiaan sai kuka tahansa äänestää sosiaalisessa mediassa. Päätöksen voittajasta teki Vuoden designteko -palkintoraati, johon kuuluivat Suomalaisen Työn Liiton toimitusjohtaja Tero Lausala, teollisuusneuvos Kari Kallonen ja Finatexin toimitusjohtaja Anna-Kaisa Auvinen. Aiempina vuosina tunnustuksen ovat saaneet VM-Carpet (2013) sekä Beibamboo Oy (2012).

5.3 DESIGN FROM FINLAND -TUNNUSTUKSET

Design from Finland -merkkitoimikunta myönsi ensimmäistä kertaa Design from Finland -tunnustukset Helsingin Energialle ja Pelago Polkupyörille ansiokkaasta suomalaisesta muotoilusta. Tunnustuksen myötä yritykset saavat Design from Finland -merkin vuodeksi käyttöönsä. Tunnustuksen tarkoitus on lisätä suomalaisen muotoilun ammatillisuutta, tunnettuutta ja kiinnostavuutta kotimaassa ja kansainvälisillä markkinoilla. Tunnustuksen saajat täyttävät Design from Finland -merkin kriteerit. Tunnustukset jaettiin syksyllä Suomalaisen Työn Liiton vuosiseminaarissa. Jatkossa Design from Finland -tunnustuksia jaetaan kaksi kertaa vuodessa keväisin ja syksyisin toimikunnan toimesta.

5.4 TUOTTAVA IDEA -PALKINTO

Liitto osallistui sponsorina ja tuomarina myös nuorkauppakamareiden järjestämään Tuottava idea -palkintoon, joka myönnettiin kauppakamaripäivillä marraskuussa. Vuonna 2014 yrityssarjan voitti Ponsse Oy:n Scorpion-harvesteri, yhteiskuntasarjan voitti MIPsoft Oy:n BlindSquare-älypuhelinsovellus ja palveluliiketoimintasarjassa voiton nappasi Babyfit Oy:n Babyfit-palvelu. Lisäksi kilpailun raati myönsi kunniamaininnan FilmMe Group Oy:n My Personal Camaraman-idealalle.

6 Tapahtumat ja tilaisuudet

6.1 SEMINAARIT

Suomalaisen Työn Liiton jäsenistölle ja sidosryhmille suunnattu *Future of Work – Work of Future* -kevätseminaari järjestettiin 8.5. Millennium Paviljongissa yhdessä Tekniikan Akatemian ja Aalto Future Clubin kanssa. Tapahtumassa etsittiin vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Mikä on arvokasta ja mielekästä työtä yksilölle? Miten se tuottaa merkityksellistä arvoa yrityksille? Miten arvoihin uskovasta sukupolvesta voi tulla vahva resurssi tulevaisuuden työssä – ja työn tulevaisuudessa? Mitä tulevaisuuden työ vaatii johtajuudelta, koulutusjärjestelmältä ja elinikäiseltä oppimiselta? Tilaisuus pidettiin englanniksi.

Tulevaisuuden työn teemaa syvennettiin myös 12.11. liiton seminaarissa otsikolla *Mistä Suomeen saadaan lisää merkityksellistä työtä*. Aiheeseen liittyvät kysymykset koskivat seuraavia asioita: Mitä on merkityksellinen ja arvokas työ? Miksi se on tärkeää? Miten yrityksissä voidaan uudistaa toimintamalleja työn tuottavuuden ja arvon lisäämiseksi? Seminaarissa julkaistiin kotimaisia ja kansainvä-

lisiä tuloksia Suomalaisen Työn Liiton tulevaisuuden työtä koskevasta tutkimushankkeesta sekä esiteltiin yritysmerkkien kautta, miten edelläkävijäyritykset Suomessa ja ulkomailla ovat uudistaneet työntekemisen toimintamallejaan saavuttaakseen menestystä.

6.2 SUOMIAREENA

Suomalaisen Työn Liitto osallistui Porin SuomiAreenaan 14.–18.7. Liitto järjesti oman keskustelutilaisuuden Porin teatterin kahvilassa torstaina 17.7. Lisäksi liitto osallistui TEM:n ja Työterveyslaitoksen järjestämiin keskustelutilaisuuksiin.

Kuluttajia liiton väki kohtasi Porissa Kansalaistorilla keskiviikosta perjantaihin 16.–18.7. Tapahtumapisteellä torilla kävijät pelasivat iPad-peliä, jonka avulla päästiin luontevasti keskustelemaan Suomalaisen Työn Liiton kaikista merkeistä ja työn tulevaisuudesta Suomessa. Tapahtumapisteellä kävi kolmen päivän aikana runsaasti kuluttajia.

6.3 DESIGN FROM FINLAND -TYÖPAJAT

Design from Finland -merkin alla järjestettiin myös kaksi työpajatilaisuutta jäsenyrityksille. Ensimmäinen työpaja järjestettiin Designmuseossa kesäkuussa, aiheena *Designia maailmalle*. Toinen työpaja järjestettiin Pentagon Designin tiloissa joulukuussa, aiheena *Trendien ennustaminen ja hiljaiset signaalit*.

7 Yritysyhteistyö

7.1 MESSUT JA TAPAHTUMAT

Habitare

Suomalaisen Työn Liitolla oli Avainlippu- ja Design from Finland -yritysten kanssa yhteisosasto Ahead! -alueella Habitare-messuilla 10.–14.9. Helsingin Messukeskuksessa. Esillä osastolla olivat Melaja Oy / Studio Eero Aarnio, VM-Carpet Oy, By Johanna Lehtinen Oy, Sulattamo Oy / be&liv, myKolme design Oy, Arvo Piironen Oy, Isku Oy, Anttila Oy /Anno tekstiilit, Green House Effect Oy ja Timberwise Oy. Osastolla järjestettiin Vuoden Designteko -palkinnon julkistustilaisuus sekä sisustussuunnittelijoiden treffit. Tämän lisäksi Habitaressa Suomalaisen Työn Liitolla oli kaksi puheenvuoroa ahead!-areenalla.

Helsinki Design Week

Design from Finland järjesti yhteistyössä Helsinki Design Weekin kanssa seminaarin osana Helsinki Design Week -tapahtumaa Helsingissä Kellohallissa 11.9. Yhteisseminaarissa pohdittiin millainen loikka muotoilutoimialan tulisi ottaa kasvaakseen ja kansainvälistyäkseen. Tilaisuuden juonsi Katja

Pantzar ja vierailevina puhujina olivat Robert Bronwasser SMOOL:sta, Andrew Curry The Futures Companysta sekä Fiskarsin tuotekehitysjohtaja Petteri Masalin.

Designmuseon Design Club -yhteistyö

Design from Finland -merkki kuuluu Designmuseon manageroimaan yritys yhteisöön Design Clubiin. Design Clubin jäsenenä kutsuimme uusia Design from Finland -jäseniä kolmeen erilliseen teemalliseen yhteisötapahtumaan sekä kolmeen yhteiseen tilaisuuteen Designmuseon näyttelyavajaisiin vuoden aikana. Tämän lisäksi Design from Finland -merkki oli näkyvästi esillä Designmuseon shopissa.

Maakuntatilaisuudet

Vuonna 2014 liitossa aloitettiin järjestämään uusille merkinkäyttäjille niin sanottuja *Merkillisiä iltapäiviä*. Ne ovat työpajoja, joissa kerrotaan liiton viestintäkanavista ja kampanjoista sekä annetaan vinkkejä siihen, miten yritys saisi merkeistä kaiken hyödyn irti. Merkillisiä iltapäiviä järjestettiin vuonna 2014 yhteensä neljä: Tampereella 16.5., Helsingissä 5.11. ja 20.11. sekä Kuopiossa 11.12.

7.2 KAMPANJAT

Suomalainen joulukuukampanja

Suomalainen joulukuukampanja toteutettiin 1.11.–31.12. verkkokampanjana. Kampanjassa oli mukana viisi yhteistyökumppania sekä kolme videokumppania.

Suomalainenjoulu.fi -kampanjasivuston ilme ja ominaisuudet pysyivät edellisvuonna uusitusilmeessä ja toteutuksessa. Responsiivinen lahjakone toimi suomalaisten tuotteiden ja palveluiden lahjaideapankkina, johon yhteistyökumppanit saivat korostetun näkyvyyden ja kaikki liiton jäsenet saivat jäsenetuna yhden tuotteen lahjakoneeseen ilmaiseksi.

Joulukuukampanjaa mainostettiin verkkomarkkinoinnilla Google Display -verkostossa, Facebookissa ja Youtubessa. Verkkokampanjassa tehdyt panostukset toivat tulosta:

- Aikavälillä 1.11.–31.12.2014 suomalaisjoulu.fi -sivuilla oli yhteensä 257 000 yksilöityä kävijää (vuonna 2013 yksilöidyt kävijät 188 000).
- Kolmea kampanjan yhteydessä markkinoitua videota katseltiin yhteensä yli 53 000 kertaa.

Sinivalkoinen jalanjälki

Sinivalkoinen jalanjälki -kampanja toteutettiin yhdessä noin 50 elintarvike- ja käyttötavarayrityksen sekä kuuden K-ryhmän ketjun kanssa (K-citymarket, K-supermarket, K-market, K-extra, Anttila ja Kodin Ykkönen). Kampanja muistutti kuluttajia siitä, että heidän tekemillään kulutusvalinnoilla on merkitystä Suomen talouteen. Kampanja alkoi vuoden 2014 alussa ja jatkuu vuoden 2015 loppuun asti.

Kampanjan päätavoitteena on lisätä suomalaisten tuotteiden myyntiä, kertoa suomalaisesta suunnittelusta ja työstä tuotteiden taustalla sekä helpottaa kuluttajien mahdollisuuksia valita tuotteita, jotka edistävät suomalaista työtä. Kotimaisten elintarvikkeiden suosiminen kasvoi merkittävästi

kampanjan aikana. Kun maaliskuussa 2014 suomalaisen elintarvikkeen valitsi aina tai useimmiten 62 % suomalaisista, joulukuussa vastaava luku oli peräti 71 %.

Sinivalkoinen jalanjälki -tunnus ja kampanjailme auttavat tunnistamaan suomalaista työtä edistäviä tuotteita. Suomalaisen Työn Liiton hallinnoimien Avainlipun ja Design From Finland -merkkien lisäksi kampanjassa ovat mukana Hyvää Suomesta ja Sirkkalehti -merkit. Tutut merkit kertovat kaupoissa kotimaisuudesta, suomalaisesta suunnittelusta ja työstä tuotteiden taustalla. Kampanjassa mukana olleet yritykset toteuttivat kampanjailmeellä varustettuja tuotteita ja myymäläesillepanoja.

Pääviesti *Kymppi kuussa lisää luo 10 000 uutta vuosityöpaikkaa* meni hyvin läpi mediassa. Mediaosumia oli yli 600 ja lähes 30 pääkirjoituksessa otettiin pääviesti esille. Kampanjan mainonnassa tv-spotin huomioarvo mitattiin elokuvamainonnassa. Se oli hyvä 79 %, kun kaikkien spottien keskiarvo on 64 %.

Madeinfinland.fi

Suomalaisen Työn Liitto suunnitteli yhdessä jäsenyritysten kanssa kampanjakokonaisuuden, jonka tavoitteena on saada venäläisten kuluttajien, erityisesti Suomeen tulevien matkailijoiden ostopäätökset kohdistumaan suomalaisiin, Avainlipulla tai Design from Finland -merkillä varustettuihin tuotteisiin ja palveluihin. Tavoitteena on saada verkkoon pitkäikäinen venäläisiä kuluttajia hyödyttävä ja kiinnostava palvelu. Kampanja kestää vähintään vuoden 2015 loppuun asti.

Kampanjan suunnitteluvaiheessa järjestettiin suunnittelutapaamisia jäsenyritysten kanssa, jonka jälkeen pyydettiin ehdotuksen mainostoimistoilta. Yhteismarkkinointikampanjan toteuttajaksi yhdessä jäsenyritysten kanssa valittiin Mediakolmio East. Työ alkoi marraskuussa 2014, jolloin aloitettiin kampanjasivuston toteutus, kampanjavideoiden suunnittelu ja niiden tuotanto. Kampanjan keulakuvana on Ville Haapasalo, joka esiintyy kampanjan markkinointimateriaaleissa.

7.3 AVAINKLUBI

Avainklubi on yhteisöllinen verkkopalvelu, jonka tarkoituksena on jalostaa suomalaisten arjen ideoitukset menestystuotteiksi ja työllisyydeksi. Palvelu yhdistää kuluttajat ja yritykset, jotta saataisiin kilpailukykyisempiä suomalaisia tuotteita ja palveluita. Vuonna 2014 palvelussa oli 28 yritystä ja yli 20 000 omalla nimellään rekisteröitynyttä kuluttajaa.

Avainklubin toiminta oli vuonna 2014 aktiivista. Uutiskirje lähti viikoittain ja sen avasi keskimäärin noin 1 900 klubilaista. Yritykset tekivät noin 50 kyselyä, joihin tuli satoja vastauksia useimmiten parissa päivässä.

Syyskaudella valmisteltiin Avainklubin laajempaa kehittämistä. Exove Design Oy teki palvelusta konseptiehdotuksen, jonka perusteella jatketaan palvelun kehittämistä.

Yritysyhteistyön tulot ja kulut näkyvät Avainlippu Oy:n kirjanpidossa.

8 Jäsenistö

Suomalaisen Työn Liittoon kuului vuoden 2014 lopussa 2567 jäsentä (2013, 2255). Näistä yrityksiä oli 2470, kuntia 44, järjestöjä 52 ja henkilöjäseniä 1. Vuoden 2014 aikana liitto sai 523 uutta jäsentä (2013, 574).

9 Organisaatio

9.1 LIITTOKOKOUKSET

Liiton sääntömääräinen vuosikokous pidettiin 8.5.2014 Millennium Paviljongissa Kansalaistorilla Helsingissä. Kokouksessa käsiteltiin edellisen vuoden vuosikertomus ja tilinpäätös. Osallistujia oli 27 henkilöä.

Sääntömääräinen vaalikokous pidettiin 12.11.2014 Astoria-Salissa Helsingissä. Läsnä oli 22 henkilöä. Vaalikokouksessa liiton jäsenet valitsivat valtuuston ja vahvistivat jäsenmaksut vuodeksi 2015.

9.2 TOIMIELIMET

Liiton toimielimet ovat keskeinen voimavara koko toiminnalle. Toimikuntien laaja asiantuntemus ja sitoutuneisuus liiton toimintaan ja sen kehittämiseen on arvokasta.

Valtuusto

Suomalaisen Työn Liiton ylin päättävä elin on valtuusto, joka valitsee johtokunnan sekä vahvistaa toimintasuunnitelman ja talousarvion. Se kokoontui Astoria-Salissa Helsingissä 12.11.2014. Puhetta johti valtuuston varapuheenjohtaja, Ulrika Romantschuk. Läsnä oli 13 valtuuston jäsentä.

Johtokunta

Suomalaisen Työn Liiton johtokunta kokoontui kuusi kertaa vuonna 2014. Johtokunnan puheenjohtajana toimi kertomusvuonna hallituksen puheenjohtaja Anne Berner Oy Vallila Interior Ab:stä. Varapuheenjohtaja toimi toimitusjohtaja Pekka Sairanen Domus Oy:sta.

Avainlippu-merkin toimikunta

Johtokunnan nimeämä, ulkopuolisista asiantuntijoista koostuva toimikunta kokoontui vuonna 2014 kuusi kertaa. Puheenjohtajana toimi neuvotteleva virkamies Raila Kehälinna (TEM) 30.6.2014 asti ja sen jälkeen neuvotteleva virkamies Mikko Härkönen (TEM).

Design from Finland -merkin toimikunta

Johtokunnan nimeämä, ulkopuolisista asiantuntijoista koostuva toimikunta kokoontui vuonna 2014 kuusi kertaa. Puheenjohtajana toimi ylitarkastaja Katri Lehtonen (TEM).

Yhteiskunnallinen yritys -merkin toimikunta

Johtokunnan nimeämä, ulkopuolisista asiantuntijoista koostuva toimikunta kokoontui vuonna 2014 neljä kertaa. Puheenjohtajana toimi vuorineuvos Kari Neilimo.

Toimisto

Liiton palveluksessa oli vuoden 2014 lopussa yhteensä 11 henkilöä ja Avainlippu Oy:n palveluksessa 2 henkilöä. Toimitusjohtajana toimi Tero Lausala.

10 Avainlippu Oy

Avainlippu Oy on liiton täysin omistama osakeyhtiö. Liiton kampanjat sekä muut yritys yhteistyöhankkeet on organisoitu osakeyhtiön kautta. Avainlippu Oy:n liikevaihto oli 649 157,35 euroa (2013: 528 133,35 euroa).

11 Talous

Liiton talous perustuu varsinaisesta toiminnasta saataviin tuottoihin, jäsenmaksutuloihin sekä työ- ja elinkeinoministeriön avustukseen. Työ- ja elinkeinoministeriö myönsi Suomalaisen Työn Liitolle projektirahoitusta 157 269 euroa vuonna 2014.

TOIMIELIMET

*VALTUUSTO 2014***Puheenjohtaja:**

Lumene Oy

Toimitusjohtaja

Tapio

Pajuharju

Varapuheenjohtajat:

Oy Karl Fazer Ab

Työ- ja elinkeinoministeriö

Markkinointi- ja
viestintäjohtaja
Osastopäällikkö

Ulrika

Petri

Romantschuk

Peltonen

Jäsenet:

(suluissa varajäsen)

Berner Oy

Toimitusjohtaja
(Hallituksen varapuheen-
johtaja

Antti

Hannes

Korpiniemi

Berner)

Diacor terveystalot Oy	Myynti- ja markkinointi-johtaja (Viestintäjohtaja)	Minna Esko	Elomaa Häkkinen)
Elinkeinoelämän keskusliitto EK	Johtaja (PK-johtaja)	Jussi Pentti	Mustonen Mäkinen)
Elintarviketeollisuusliitto ry	Toimitusjohtaja (Johtaja)	Heikki Petri	Juutinen Linkoneva)
Erikoiskaupan Liitto ry	Toimitusjohtaja (Toimitusjohtaja)	Arja Tiina	Tammi Oksala)
Finpro	Johtaja (Markkinointijohtaja)	Jarmo Maarit	Karesto Nevalainen)
Helsingin Diakonissalaitoksen säätiö	Viestintäjohtaja (Toimitusjohtaja)	Mika Mika	Mäkinen Tolppola)
Kesko Oyj	Toimitusjohtaja (Johtaja)	Arja Petteri	Talma Niemi)
Keskuskauppakamari	Kv asioiden päällikkö (Kehityspäällikkö)	Marja-Liisa Pirjo	Peltola Liukas)
Metsäteollisuus ry	Viestintäjohtaja (Viestintäpäällikkö)	Anne Jaana	Pirilä Lindman)
OP-Pohjola ryhmä	Brändijohtaja (Asiantuntijapäällikkö)	Stina Maarit	Suominen Lindström)
Orion Oyj	Markkinointijohtaja (Markkinointijohtaja)	Jarmo Peter	Seppälä Lindström)
Perheyritysten liitto ry	Toimitusjohtaja (Toimitusjohtaja)	Tom Matti	Kaisla Vanhanen)
Raisio Oyj	Liiketoimintajohtaja (Toimitusjohtaja)	Tomi Leif	Järvenpää Liedes)
SAK ry (SEL ry)	Kv-sihtööri (Päätoimittaja)	Nina Jenni	Laine-Tuominen Korkeaoja)
SOK	Johtaja (Johtaja)	Jorma Vesa	Vehviläinen Kyllönen)
Suomen Keksijäin Keskusliitto KEKE ry	Toiminnanjohtaja (Hallituksen jäsen)	Mauno Eero	Korpela Lohikoski)
Suomen Kerta Oy	Myyntijohtaja (Markkinointipäällikkö)	Petteri Salla	Vilkman Kivinen-Luokomaa)
Suomen Kuntaliitto	Kehityspäällikkö (Erityisasiantuntija)	Jarkko Tommi	Huovinen Eskonen)

Suomen Laatu yhdistys ry	Toimitusjohtaja (Johtaja)	Tani Kari	Järvinen Keskinen)
Suomen Messut Osuuskunta	Toimitusjohtaja (Näyttelyjohtaja)	Christer Mikko	Haglund Horppu)
Suomen Yrittäjät ry	Varapuheenjohtaja (Järjestöjohtaja)	Kirsi Kari	Åkerlund Hiltunen)
Teknoliateollisuus ry	Apulaisjohtaja (Johtaja)	Ari Esko	Sipilä Keskinen)
Tekstiili- ja vaatetusteollisuus ry	Toimitusjohtaja (Asiamies)	Anna- Kaisa Lassi	Auvinen Räsänen)
Toimihenkilökeskusjärjestö STTK ry	Ekonomisti (Elinkeinopoliittinen asiantuntija)	Seppo Antti	Nevalainen Aarnio)
Työ- ja elinkeinoministeriö	Työmarkkinaneuvos (neuvotteleva virkamies)	Jarmo Tuija	Palm Groop)
Wärtsilä Oyj Abp	Manager, Corporate Relations (Henkilöstöpäällikkö)	Minna Riitta	Kröger Savikko-Bellafesta)

JOHTOKUNTA 2014

Puheenjohtaja: Toimitusjohtaja Anne Berner

Varapuheenjohtaja: Toimitusjohtaja Pekka Sairanen

Jäsenet (suluissa varajäsenet)

Johtaja Ari Akseli (Kenttäjohtaja Arttu Laine)	Kesko Oyj SOK
Hallituksen puheenjohtaja Anne Berner (Varatoimitusjohtaja Aino Määttä)	Oy Vallila Interior Ab Sinituote Oy
Johtaja Rauno Hiltunen (Markkinointijohtaja Olli Heikkilä)	Valio Oy Olvi Oyj
Johtaja Olli Holmström (Talousjohtaja Riitta-Leena Rossi)	Helsingin Diakonissalaitoksen säätiö
Markkinointijohtaja Heli Jimenez (Toimitusjohtaja Susanna Blomqvist)	OP-Pohjola ryhmä Saintex Oy
Yhteyspäällikkö Harri Järvinen (Elinkeinopoliittinen asiantuntija Sauli Hievanen)	Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry
Teollisuusneuvos Kari Kallonen (Johtaja Arto Lehtinen)	Orthex Group Tikkurila Oyj

Teollisuusneuvos Petri Lehto (Neuvotteleva virkamies Kirsti Vilén)	Työ- ja elinkeinoministeriö
Toimitusjohtaja Pekka Sairanen (Strategiajohtaja Liisa Lundström)	Domus Yhtiöt Oy Isku Oy
Hallituksen puheenjohtaja Jorma Tarkki (Toimitusjohtaja Pekka Savela)	Sukkamestarit Oy Myllyn Paras Oy
Toimitusjohtaja Sanna Varpukari-Anttila (Toimitusjohtaja Jukka Korhonen)	FC Sovelto Oyj Huonekalutehdas Korhonen Oy

Avainlippu-merkkitoimikunta 2014

Puheenjohtaja: Kaupallinen neuvos Raila Kehälinna / Mikko Härkönen

Jäsenet:

Järjestöjohtaja Kari Hiltunen, Suomen Yrittäjät ry (varapj)
Diplomi-insinööri Tapio Manner
Johdon eritysavustaja Paula Viertola, MTK
YTM Tuomo Paalanen, Helsingin Kuluttajat ry
Johtaja Jukka Viitasaari, Teknologiateollisuus ry
Kehityspäällikkö Pirjo Liukas, Keskuskauppakamari

Sihteeri: Hallintopäällikkö Erja Antell, Suomalaisen Työn Liitto

Design from Finland -merkkitoimikunta 2014

Puheenjohtaja: ylitarkastaja Katri Lehtonen TEM

Jäsenet:

Toimitusjohtaja Mikko Kalhama Design Forum Finland
Teollisuusneuvos Kari Kallonen, STL:n johtokunta
Markkinointipäällikkö Kristiina Kaski, Teknologiateollisuus ry (varapj)
Graafinen suunnittelija, Grafian hallituksen jäsen Tiina Latva Grafia ry
Toimialajohtaja Irma Patala, Finpro
Johtaja Tuire Ranta-Meyer Metropolia
Apulaisosastopäällikkö Ilkka Saarinen, UM
Tutkimuspäällikkö Anssi Tuulenmäki Aalto-yliopisto
Vaatetussuunnittelija Karoliina Vilander, Teollisuustaitteen liitto Ornamon puheenjohtaja

Sihteeri: Brand Manager Rilla Engblom, Suomalaisen Työn Liitto

Yhteiskunnallinen yritys -merkkitoimikunta 2014

Puheenjohtaja: vuorineuvos Kari Neilimo

Jäsenet:

Pääsihteeri Juha Beurling, Kuluttajaliitto – Konsumentförbund ry
Neuvotteleva virkamies Auli Korhonen, Työ- ja elinkeinoministeriö
Sopimustoimitsija Sari Bäcklund, Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL

Toiminnanjohtaja Aija Bärlund, Suomen ekonomiliitto Sefe
Projektipäällikkö Elina Vanhapiha, Aalto-yliopisto, pienyrityskeskus
Johtaja Ville Grönberg, Terveysten- ja hyvinvoinninlaitos
Toiminnanjohtaja Tuuli Kaskinen, Demos Helsinki
Toimitusjohtaja Timo Wallenius, Nuorkauppakamari

Sihteeri: kehityspäällikkö Kimmo Nekkula, Suomalaisen Työn Liitto

Tilintarkastajat

Varsinainen tilintarkastaja
KHT-tilintarkastaja Katja Hanski

Varatilintarkastaja
KHT-tilintarkastaja Marko Reponen

Henkilökunta

Toimitusjohtaja
Hallintopäällikkö
Tutkimuspäällikkö
Brand manager
Viestintäpäällikkö
Hallintoassistentti
Viestintäpäällikkö
Projektipäällikkö
Brand manager
Kampanjapäällikkö
Kehityspäällikkö
Myyntipäällikkö
Verkkoviestinnän asiantuntija

Tero Lausala
Erja Antell
Jokke Eljala
Rilla Engblom
Sanna Huovinen
Päivi Ikonen
Hanna Malinen
Merja Mantila-Knuuttila
Reetta Mentu
Pia Mikkonen
Kimmo Nekkula
Jaana Tuomila
Pilvi Reko