

Messurakentaja Maiserin kasvu kumpuaa hallitustyöstä sekä asiakastarpeiden ja vastuullisuuden huomioimisesta kehityksessä

30.12.2024

Euroopan unionin osarahoittama Think Big! Kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla-hanke haastatteli marraskuussa 2024 eteläpohjalaisia kasvuyrityksiä ja selvitti, mitkä syyt löytyivät yritysten kasvun takaa. Yksi haastatelluista yrityksistä oli tapahtuma-alalla toimiva Maiseri Oy. Yrityksen toimitusjohtaja Sami Isohella kertoi, mistä Maiserin kasvu on syntynyt.

Maiseri Oy toteuttaa yksilöityjä messuosastoja ja laajempia messukokonaisuuksia, sekä yritystapahtumia asiakkailleen. Yritys toteuttaa myös erilaisia toimi- ja liiketilojen kalustusprojekteja. Maiseri on yksi Suomen suurimmista messualan yrityksistä, ja sen vahva asema lisää luotettavuutta asiakkaiden silmissä, samalla edistäen myös yrityksen kasvun mahdollisuuksia.

Hallitustyöskentelyllä kasvu-uralle

Kun perheyrityksessä oli aika siirtää vastuu seuraavalle polvelle, ehdotti Jari Isohella pojalleen, että yritykselle rakennetaan ammattimainen hallitus tukemaan jatkajaa työssään. Sami Isohella astui yrityksen ruoriin vuoden 2019 alussa ja saman vuoden keväällä aloitettiin työt uuden hallituksen kanssa. Hallituksen työ on ollut yritykselle voimavara, jonka avulla on ideoitu ja kehitetty yritystä strategisesti oikeaan suuntaan.

– Erityisesti koronan aikana yrityksen hallitus oli suurena tukena. Uskalsi tehdä rohkeita päätöksiä, joita ei olisi itsekseen huomannut tehdä. Tämä on ollut yksi suuri syy meidän kasvuumme, toteaa Isohella.

Koronan aikana nopeita muutoksia ja päätöksiä todella tarvittiin, koska kaikki tapahtumat ja messut olivat täysin keskeytyksissä. Tuolloin pelastukseksi nousivat kalustusprojektit, joita Maiserilla tehtiin yritysten toimitiloihin, ravintoloihin sekä näyttely- ja liiketiloihin. Kun tapahtumat ja messut pääsivät taas käyntiin, kalustuksien osuus myynnistä laski. Kalustusprojektit ovat kuitenkin edelleen tärkeitä etenkin aikoina, jolloin ei ole messuja.

Hinnalla kilpailtu toimiala

Maiserin asiakastyytyväisyysprosentti on yli 90 %, mutta siitä huolimatta palaavien asiakkaiden määrä on vain kolmannes yrityksen myynnistä. Avaimet käteen toimitettavien messuosastojen myyminen onkin hyvin kilpailtu toimiala, jossa hinta on ratkaisevassa asemassa. Yritykset kilpailuttavat yleensä jokaiseen messutapahtumaan palveluntarjoajat. Valitettavasti valintatilanteessa aikaisempaa hyvää asiakaskokemusta painavampana vaakakupissa on usein edullinen hinta. Laatu- ja palvelutasosta ei Maiserilla haluta kuitenkaan tinkiä.

Asiakastarve muutti liiketoimintaa ja johti yritysostoon

Yksi merkittävin asiakasryhmä Maiserille on toistakymmentä kumppanina toimivaa markkinointitoimistoa, joiden kautta Maiseri pääsee toteuttamaan säännöllisesti messuosastoja. Maiserissa kuunnellaan tarkasti markkinointitoimistojen tarpeita, sillä niihin vastaamisella on yrityksessä ennenkin kehitetty yritystä ja koko toimialaa.

Vuoteen 2013 saakka Maiseri toteutti messuosastot lähinnä alumiiniprofiilirakenteisina, mutta markkinointitoimiston tarpeesta he toteuttivat ensimmäisen puurakenteisen messuosaston. Tämän jälkeen puiset messuosastot ovat vakiinnuttaneet asemansa ja nykyisin Maiserin messuosastoilla on paljon puusta valmistettuja rakenteita.

Puisia erikoisrakenteita ja kalusteita ostettiin aluksi paikallisesta puusepänliikkeestä, mutta alihankkijan harkitessa lopettamista, päätti Maiseri ostaa yrityksen osaksi liiketoimintaansa. Tämä on jälkeenpäin katsottuna ollut erinomainen päätös, sillä puurakenteiden tarve on ollut kovassa kasvussa ja tälle osaamiselle on ollut kysyntää.

Sijainti on sekä etu että haaste

Maiserin suurimmat kilpailijat ovat sijoittautuneet Etelä-Suomeen suurten messukeskusten läheisyyteen. On selvää, että lyhyet etäisyydet säästävät merkittävästi sekä aikaa että kuljetuskustannuksia. Maiserin toimitilat

sijaitsevat kuitenkin Kurikassa, josta on Tampereelle parin tunnin ja Helsinkiin neljän tunnin ajomatka.

Etäisyyden kanssa pärjää, kunhan kuljetukset suunnitellaan tarkasti. Rekat eivät esimerkiksi koskaan kulje tyhjänä. Tarvittaessa rekka-autot jäävät odottamaan messukeskuksen pihaan ja työntekijät käyvät välillä kotona junalla.

Kilpailueduksi sijainti muuttuu, jos vertaillaan toimitilojen hintoja Helsingin ja Kurikan välillä. Maiserilla on suuret 3600 neliön modernit ja juuri heidän toimintaansa suunnitellut toimitilat, joista Etelä-Suomessa joutuisi maksamaan todella paljon. Toimitilojen ansiosta Maiseri pystyy tarjoamaan esimerkiksi kilpailijoita paremmat varastointipalvelut. Varastointi parantaa mm. mahdollisuuksia kierrättää messuosastojen rakenteita.

Tasaisesta työtahdista voidaan vain haaveilla

Messuosastojen parissa työskentely on haastavaa myös alan kausiluonteisuuden vuoksi. Suurimmat messut ajoittuvat yleisesti syksyyn. Esimerkiksi lokakuun alussa päättyneillä Tampereen Alihankintamessuilla Maiseri toteutti ennätykselliset 36 messuosastoa. Tehtaalla onkin ollut kiireinen syksy, sillä kaikki osastot suunnitellaan, toteutetaan, toimitetaan ja rakennetaan messupaikalle samaan aikaan.

Kausiluontoisuutta silmällä pitäen Maiserissa on viime aikoina panostettu myyntiin. Yritykseen on palkattu myyjä, jonka tavoitteena on hankkia lisää asiakkaita, uusia tapahtumia sekä tasaisempaa myyntiä koko vuodelle.

Messuille kaikissa suhdanteissa

Kuluttajamessut eivät ole päässeet vielä täysin entiselle tasolleen koronavuosien jälkeen. Sen sijaan ammattilaisten messut kuten Alihankinta- ja FinnBuild messut ovat saavuttaneet sekä kävijä- että näytteilleasettajatavoitteet.

Isohella kertoo, että talouden suhdanteet eivät isommin näy yritysten osallistumisessa omien toimialojensa merkittävimpiin messutapahtumiin. Isoimmat yritykset ymmärtävät sen, että silloin kun heillä menee huonosti, on erityisen tärkeää olla näkyvillä messuilla. Messuille halutaan osallistua, koska se on erinomainen tapa tuoda esiin yrityksen brändiä, tavata asiakkaita ja tehdä myyntiä. Asiakkaille se on hyvä tilaisuus testata tuotteita ja vertailla erilaisia tuotteita ja palveluntarjoajia. Messuosastojen kokoa voidaan pienentää ja osaston kalustusta riisua, mutta messuosallistumista ei kuitenkaan jätetä kokonaan väliin.

Tulevaisuudessa vastuullisuuden merkitys korostuu

Toimiala on aika vakiintunut, eikä siellä ole mitään suurempia uudistuksia näköpiirissä. Kestävyyden merkitys on Isohellan mukaan kuitenkin selvästi kasvussa. Vastuullisuuteen ja ympäristöön liittyvien arvojen nouseminen entistä tärkeämmiksi ja jopa ostokriteeriksi on Maiserin mielestä pelkästään hyvä asia, sillä

yrityksessä on tehty paljon jo näiden asioiden eteen. Lisäksi yrityksessä on käynnistymässä muutamia kehityshankkeita vastuullisuusteemaan liittyen.

Tulevaisuuden messuosastot saattavat olla valmistettu entistä ekologisemmista materiaaleista. Esimerkiksi joitain kokonaan pahvista valmistettuja messuosastoja on toimialalla jo nähty. Maiserissa ollaankin koko ajan hereillä ja tarkkaillaan alan trendejä.

Kestävä kehitys on osa liiketoimintaa

Kestävä kehitys on ollut Maiseri Oy:n strategian osa jo pitkään, ja vastuullisuus näkyy yrityksessä kaikilla tasoilla. “Me kierrätämme materiaaleja, ja rakenteet suunnitellaan niin, että ne voidaan käyttää uudelleen. Jos asiakas haluaa brändinsä mukaisen messuosaston, voimme maalaamalla päivittää vanhat rakenteet”, Isohella kertoo.

Vastuullisuus näkyy yrityksessä jo tekoina, mutta näiden tekojen viestinnässä on vielä Isohellan mielestä kehitettävää. Tähän tullaan panostamaan tulevaisuudessa, sillä vastuullisuuden merkitys korostuu jatkossa entistä selkeämmin.

Teimme haastattelun päätteeksi Maiserille kestävän liiketoiminnan kasvukorteilla testin siitä, millaisia kiertotalouden mukaisia toimintatapoja yrityksessä on käytössä. Testissämme on 19 erilaista tapaa toimia vastuullisesti, ja Maiserilla näistä tavoista oli käytössä peräti 15, joten kiertotalouden asiat ovat jo hyvin kiinteästi osa liiketoimintaa.

Kasvutavoitteet ja tulevaisuuden suunnitelmat ovat selviä

Suurten messujen ansiosta Maiserin vuosi 2024 tulee olemaan ennätyksellinen liikevaihdon suhteen. Noin 4,2 miljoonan liikevaihto on peräti miljoonan enemmän kuin tälle vuodelle osattiin arvioida. Ensi vuodelle kasvua ei kuitenkaan edes tavoitella, sillä vuosi 2025 on ”välivuosi” suurten messujen suhteen. Monet suuret messut kuten FinnBuild järjestetään ainoastaan parillisina vuosina ja tämä vaikuttaa suuresti Maiserin liikevaihtoon.

“Toimialan näkymät ovat hyvät, mutta suuret messutapahtumat ovat epäsäännöllisiä. Meidän tavoitteemme on kuitenkin maltillinen kasvu ja kannattavuuden parantaminen”, Isohella tiivistää. Maiseri Oy:n kasvu on perustunut maltilliseen ja vastuulliseen toimintaan, ja niin tulevaisuudessakin.

Artikkeli on kirjoitettu osana Think Big! Kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla-hanketta, joka on Euroopan unionin osarahoittama.

Maarit Liikala
asiantuntija, TKI
SeAMK

Heikki Punkari

asiantuntija, TKI
SeAMK

Kirjoittajat toimivat SeAMKissa kasvuyrittäjyyden asiantuntijoina. Lisäksi Punkarilla on usean vuoden kokemus messuorganisaation johdossa. Liikalalla on puolestaan kokemusta tapahtumajärjestäjänä mm. musiikkifestivaalien, konserttien, koulutusten ja yritystapahtumien osalta.