

Sama tuote, eri asiakas?

4.8.2026

Tämä artikkeli jatkaa sarjaa, jossa perehdymme takaisinottoliiketoimintaan. Sarjan ensimmäisessä artikkelissa käsittelimme, mitä takaisinottoliiketoiminnalla tarkoitetaan, miksi sen kehittäminen on tärkeää ja miten SEAMKin, SAMKin, TAMKin ja Metropolian yhteisessä RETAKE-hankkeessa edistetään takaisinottoliiketoiminnan käyttöönottoa vielä hyvin lineaarisesti toimivalla rakennusalalla.

Lyhyesti kerrattuna takaisinottoliiketoiminnalla tarkoitetaan sitä, että tuotteen valmistaja tai jokin muu taho ottaa asiakkaalta käytetyn tuotteen takaisin ja tarvittavien huoltotoimien jälkeen voi myydä tuotteen uudelleen. Takaisinotto mahdollistaa tuotteisiin sitoutuneen materiaalin ja energian arvon säilyttämisen mahdollisimman korkeana, joten se vastaa sekä globaaleihin ympäristöhaasteisiin, että yritysten tulevaisuudessa yhä enemmän kohtaamiin energian ja materiaalien hinta- ja saatavuushaasteisiin.

Takaisinottoliiketoimintaa voidaan toteuttaa monella tapaa. RETAKE-hankkeen asiantuntijat ovat perehtyneet muilla toimialoilla toteutettuihin takaisinottoliiketoiminnan muotoihin tutustumalla 20 yrityksen toimintaan. Tavoitteena on tunnistaa erilaisia takaisinottoliiketoiminnan toteuttamistapoja, ja tunnistaa, minkälaisia malleja voidaan luoda rakennusalalle. Aikaisemmissa artikkeleissa on jo selvitetty, miten takaisinotto laajentaa yrityksen rooleja, kumppanuuksia sekä ansaintalogiikkaa. Kun edellisissä osissa on tarkasteltu takaisinottomallia yrityksen näkökulmasta, siirrytään tässä artikkelissa tarkastelemaan, ketkä ovat takaisinottomallia toteuttavien yritysten asiakkaat ja miten takaisinottoliiketoiminta voi vaikuttaa asiakassuhteisiin.

Takaisinotto voi yhdistää yritys- ja

kuluttajamarkkinat?

Takaisinottoa voidaan toteuttaa niin kuluttaja-, yritys-, kuin julkisten organisaatioiden markkinoilla, eli siis niillä samoilla markkinoilla, joilla yritykset jo toimivat. Monet yritykset toimivatkin useammassa asiakassektorissa. Kuten yleisestikin, esimerkiksi yrityksen tarjoamat tuotteet tai palvelut eri markkinasektoreille voivat poiketa toisistaan hyvinkin paljon.

Takaisinottomallia toteuttavia yrityksiä tarkastellessa huomattiin, että osa yrityksistä toimii takaisinottomarkkinoilla täysin samoilla markkinoilla, kuin uudismyynninkin osalta. Esimerkiksi edellisessä artikkelissa esitelty Iittala myy, ottaa vastaan ja myy second hand -tuotteita pääasiassa kuluttaja-asiakkaille, kun taas jo aiemmin mainitut Caterpillarin ja Valtran asiakkaita sekä uudistuotannon että kunnostettujen laitteiden osalta ovat raskaita työkoneita toiminnassaan käyttävät yritykset.

Sen sijaan jotkut yritykset toteuttavat joko takaisinottoa tai uudelleenmyyntiä vain osittaisella markkinasektorilla. Usein uudismyyntiä kaikilla kolmella sektorilla tekevät yritykset ottavat palautuksia vastaan ainoastaan yritys- ja julkishallintoasiakkailta johtuen riittävän suurista volyymeistä. Esimerkiksi elektroniikkayritykset Dell ja Apple toimivat perinteisesti sekä B2B-, B2G- että B2C-markkinoilla. Yritysasiakkaille yritykset tarjoavat leasing-sopimuksia, minkä ansiosta yritysasiakkaalla on käytössään riittävän uudet, tehokkaat ja toimivat laitteet, kuten tietokoneet sekä esimerkiksi tietoturvalliset jatkokäsittelypalvelut. Leasing-sopimuksen päättymisen jälkeen takaisinotettu ja huollettu tietokone voidaan myydä uudelleen kuluttaja-asiakkaille, joille yleensä huolletun koneen teho on riittävän hyvä. Martela tarjoaa toimistokalusteita ja niihin liittyviä palveluja yritysmarkkinoille, mutta jo aikaisemmin mainittu Martela Outlet palvelee myös kuluttaja-asiakkaita, joiden on mahdollista löytää edullisempaan hintaan laadukkaat, hyväkuntoiset kalusteet.

Takaisinottomallia toteutetaan alueellisista lähtökohdista

Osa yrityksistä on rajoittanut takaisinottoliiketoimintaansa myös maantieteellisesti. Erityisesti kansainvälisistä konserneista suurin osa on rajoittanut takaisinottoa kokonaisuudessaan tai rajoittanut siihen liittyviä palveluitaan. Esimerkiksi saksalainen, sisärakentamisen ratkaisuja tarjoava Lindner Group toteuttaa projekteja maailmanlaajuisesti, mutta yrityksen takaisinottoon ja uudelleenkäyttöön keskittynyt LinLoop-liiketoiminta toimii ainoastaan Euroopassa.

Sveitsiläisen Forbo Flooringin Back to the Floor -ohjelman maakohtaiset käytännöt ja kattavuus vaihtelevat Forbon paikallisen organisaation mukaan. Esimerkiksi takaisinotettavien tuotteiden kohdalla on vaihtelua. Suomessa on saatavilla ainoastaan asiakkaalle toimitettava ohjeistus ja keräyssäkki + nouto -malli, kun suuremmilla markkinoilla isoihin kohteisiin on saatavilla myös suurempi keräysastia. Yritys kertoo kehittävänsä paikallisia takaisinotto-/kierrätysratkaisuja alueittain sen mukaan, kuin se on logistiikan hiilijalanjäljen mukaisesti kestävää.

Tyypillistä on, että takaisinottoa testataan ensin vain osittaisella markkina-alueella. Esimerkiksi ranskalaiseen, maailmanlaajuisesti toimivaan Saint Gobain -konserniin kuuluva, akustisia alakatto- ja seinäjärjestelmiä valmistava Ecophon aloitti takaisinottomallin pilotoinnin Ruotsista, jossa sen pääkonttori sijaitsee. Pilotoinnista saatujen positiivisten kokemusten jälkeen palvelu on nyt täysimittaista toimintaa Ruotsissa ja pilotointia on seuraavaksi tarkoitus laajentaa Suomeen.

Olemme aikaisemmissa artikkeleissa tarkastelleet takaisinottomallia yrityksen näkökulmasta ja miten yritykset hyötyvät takaisinottoliiketoiminnasta. Tässä artikkelissa selvitimme, keitä takaisinottoliiketoiminnan asiakkaat ovat, joten luonnollisesti seuraavassa osassa siirrymme tarkastelemaan, miten nämä asiakkaat hyötyvät takaisinottoliiketoiminnasta. Tämä artikkeli on osa artikkelisarjaa, jonka osat ovat:

1. Kuinka hyvällä tuotteella voi rahastaa useampaan kertaan?
2. Takaisinotto muuttaa yrityksen roolia tuotteen valmistajasta elinkaaren hallitsijaksi
3. Käytetystä tuotteesta liikevaihtoa monella tavalla
4. Sama tuote, eri asiakas?
5. Miksi asiakas tarttuisi takaisinottomalliin?
6. Onko liiketoiminnan sanoittamisella merkitystä?
7. Mitä takaisinotto merkitsee yritykselle?

Artikkelisarja on kirjoitettu osana Euroopan unionin osarahoittamaa RETAKE-hanketta. Artikkeleiden kirjoittajat työskentelevät RETAKE-hankkeessa projektipäällikkönä ja asiantuntijoina.

Krista Mäki
SEAMK

Maarit Liikala
SEAMK

Jenni Nurmi
SAMK