Julkaisuvapaa 4.11.2015 klo 09:30

Suomen Mittelstand

Löytyykö kasvu tästä yritysjoukosta?

Jyrki **Ali-Yrkkö** ja Petri **Rouvinen**

Kustantaja: Taloustieto Oy

Elinkeinoelämän tutkimuslaitos
Sarja ETLA B270
ISSN 0356-7443
ISBN 978-951-628-652-8 (nid.)
ISBN 978-951-628-653-5 (pdf)

Kansi: Dragan Bilic
Painopaikka: Next Print Oy, Helsinki 2015

Suositeltava lähdeviittaus tähän kirjaan:
Ali-Yrkkö, Jyrki ja **Rouvinen**, Petri (2015).
Suomen Mittelstand – Löytyykö kasvu tästä yritysjoukosta?
Helsinki: Taloustieto Oy (ETLA B270).

Suomen Mittelstand

Löytyykö kasvu tästä yritysjoukosta?

	Tiivistelmä ja johtopäätökset	7
1	**Mikä on Mittelstand?**	**15**
2	**Syväsukellus Suomen Mittelstand-yrityksiin**	**23**
3	**Uudistuminen ja innovaatiot**	**35**
4	**Mittelstand-yritysten kasvu ja kasvuhalukkuus**	**47**
5	**Suomen Mittelstandin tulevaisuus?**	**61**
	Summary and Conclusions	67
	Liitteet	73
	Kirjallisuus	75

Kiitokset

Tämän kirjan tekeminen ei olisi ollut mahdollista ilman yritysten apua. Lukuisat yrittäjät ja muut yritysten vetäjät ovat jakaneet näkemyksiään ja antaneet aikaansa sekä haastatteluille että vastatessaan kyselyihimme. Haluamme kiittää kaikkia näitä eri yritysten edustajia keskusteluista ja heidän ajastaan.

Mika Pajarinen Etlatiedosta teki ison työn auttaessaan tilastollisissa analyyseissä. Hänen huolellisesta työstään oli korvaamatonta apua. Juri Mattila puolestaan teki hyvää työtä kerätessään tietoja *Mittelstand*-yritysten taloudellisista tunnusluvuista.

Kiitoksen ansaitsevat myös Laila Riekkinen ja Kimmo Aaltonen oikoluennasta ja kirjan taittamisesta sekä John Rogers tiivistelmän ja abstraktin kääntämisestä.

Tutkimushankkeen rahoitti Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliiton (TT) Säätiö, jolle haluamme lausua parhaimmat kiitokset.

Jyrki Ali-Yrkkö ja Petri Rouvinen

Suomen Mittelstand – Löytyykö kasvu tästä yritysjoukosta?

Tiivistelmä

Suomessa on Saksan kaltainen, vaikkakin selvästi ohuempi, *Mittelstand*-yritysten ryhmä. Se koostuu 51 teollisuusyrityksestä, jotka globaalisti työllistävät 250–499 henkilöä. Kaksi kolmasosaa näistä yrityksistä on perheomisteisia, ja puolet niistä on perustettu yli viisikymmentä vuotta sitten. Myynnin, markkinoinnin ja jakelun haasteet ovat erityisesti näille yrityksille tyypillinen kasvun este. Yksi syy tähän saattaa olla se, että *Mittelstand*-yritykset ovat yhtä aikaa leimallisesti suomalaisia ja kansainvälisesti orientoituneita. Koska poikkeuksellisen pieni osa niistä on alihankkija-asemassa, niiden on pystyttävä seisomaan omillaan globaalissa kilpailussa, mutta huomattavasti pienemmin resurssein kuin suurten yritysten. Jo *Mittelstand*-yritysten harvalukuisuuden johdosta niiden kansantaloudellinen merkitys Suomessa jää rajalliseksi, joskin vuonna 2008 alkaneen talouskriisin kuluessa nämä yritykset ovat olleet teollisuusyritysten kärkipäässä tukemassa Suomen selviytymistä. Nimenomaan *Mittelstandiin* kohdistettavat politiikkatoimet eivät tunnu perustelluilta varsinkin, kun ne näyttävät kohtaavan rahoitusrajoitteita verrokkiyrityksiä vähemmän. Toisaalta innovaatiotoiminnan saralla nämä yritykset saattaisivat tarvita lisärohkaisua.

Asiasanat: Mittelstand, Suomi, teollisuus, yritysrakenne, kasvu

JEL: D920, L230, L250 ja L600

The Finnish Mittelstand – Can growth be found from this group of companies?

Abstract

Finland has a German-like, although clearly thinner, group of *Mittelstand* companies. It is composed of 51 industrial companies globally employing 250–499 people. Two-thirds of these companies are family-owned, and half of them have been established over fifty years ago. The challenges posed by sales, marketing and distribution are typical barriers to growth particularly for these companies. One reason for this may be that the *Mittelstand* companies are simultaneously both distinctively Finnish and internationally oriented. Since only an exceptionally small portion of them operate as subcontractors, they must be able to withstand global competition, but with significantly fewer resources than large enterprises. Due to their small numbers, the economic importance of the *Mittlestand* companies to Finland remains modest, even though these companies have been at the forefront of the manufacturers helping Finland cope with the economic crisis that started in 2008. It does not seem warranted to aim policy measures specifically at the *Mittelstand*, especially when they appear to face fewer financing constraints than the comparison companies. On the other hand, these companies could use some more encouragement to bolster their innovation activity.

Key words: Mittelstand, Finland, manufacturing, company structure, growth, mid-sized

JEL: D920, L230, L250 ja L600

Tiivistelmä ja johtopäätökset

Suomen *Mittelstand* on harvalukuinen teollisuusyritysten joukko. Enemmistö näistä yrityksistä on perheomisteisia ja melko vanhoja. Usein ne ovat pitkälle erikoistuneita ja kansainvälisesti suuntautuneita.

Myynnin, markkinoinnin ja jakelun haasteet ovat erityisesti näille yrityksille tyypillinen kasvun este. Oman arvionsa mukaan nämä yritykset hyötyisivät merkittävästi kustannuskilpailukyvyn kohenemisesta ja hallinnollisen taakan kevenemisestä.

Nimenomaan *Mittelstandiin* kohdistettavat politiikkatoimet eivät tunnu perustelluilta varsinkin, kun ne näyttävät kohtaavan rahoitusrajoitteita verrokkiyrityksiä vähemmän. Toisaalta innovaatiotoiminnan saralla nämä yritykset saattaisivat tarvita lisärohkaisua.

Vahva *Mittelstand* avitti Saksassa talouden tervehtymisessä – entä Suomessa?

Saksaa sanottiin Euroopan sairaaksi mieheksi vielä 2000-luvun alussa. Alle kymmenen vuotta myöhemmin sen katsottiin olevan Euroopan talouden veturi.

Muun muassa brittilehti *Economistin* (12.7.2014) mukaan Saksan tervehtymisestä tulee kiittää hieman täsmentymätöntä ja vähän myyttistäkin *Mittelstand*-yritysten joukkoa (esim. *Institut für Mittelstandsforschungin*, mielestämme huonossa, määritelmässä tähän joukkoon kuuluvat kaikki alle 500 henkilöä työllistävät yritykset).

Nyt Suomi on samankaltaisessa tilanteessa kuin Saksa viitisentoista vuotta sitten. Tämä herättää kysymyksiä *Mittelstandin* roolista Suomessa:

- Onko Suomessa Saksan mallin mukaisia *Mittelstand*-yrityksiä?
- Onko näillä yrityksillä muista yrityksistä poikkeavia piirteitä?
- Millainen merkitys niillä on Suomen taloudessa?

Näihin kysymyksiin vastaamme tästä kirjassa.

Suomen *Mittelstand*: 51 yritystä, jotka globaalisti työllistävät 250–499 henkilöä

Suomen *Mittelstand* on harvalukuinen joukko teollisuusyrityksiä ja -konserneja, joiden maailmanlaajuinen työllisyys on vähintään 250 mutta kuitenkin alle 500 henkilöä. Näitä yrityksiä löytyi Suomesta vain 51 kappaletta. Tässä kirjassa tätä yritysjoukkoa verrataan muuten lähinnä vastaaviin mutta kooltaan pienempiin ja suurempiin teollisuusyrityksiin.

Lähes kaksi kolmasosaa *Mittelstand*-yrityksistä on perheomisteisia ja reilu puolet niistä on perustettu yli viisikymmentä vuotta sitten. Usein ne ovat erikoistuneita ja kansainvälisiä sekä toimivat yritysten välisillä markkinoilla. Ne myös tavoittelevat sekä hieman pienempiä että suurempia yrityksiä todennäköisemmin maantieteellisen markkina-alueensa laajentamista.

Jo käyttämämme määritelmä edellyttää, että *Mittelstand*-yritysten pääkonttori on Suomessa. Ne ovat muutoinkin leimallisesti suomalaisia: esimerkiksi niiden koko työvoimasta kolme neljäsosaa on kotimaassa, vaikka useimmat myyvät pääosan tuotteistaan Suomen ulkopuolelle.

Mikä Suomen *Mittelstand*?

Määritelmä

Itsenäinen ja Suomessa pääkonttoriaan pitävää teollisuusyritys/-konserni, jonka maailmanlaajuinen työllisyys on vähintään 250 mutta alle 500 henkilöä (Tilastokeskuksen yritys- ja konsernirekisterin viimeisen saatavilla olevan tiedon mukaan). Näitä yrityksiä löytyi Suomesta 51 kappaletta.

Koko

Suomen *Mittelstandin* yhteenlaskettu liikevaihto on lähes 3 miljardia euroa ja niiden työllisyys on yli 17 000 henkilöä, joista 12 800 Suomessa.

Kansainvälisesti

Saksassa vastaavalla tavalla määriteltyjen *Mittelstand*-yritysten osuus yrityskannasta on yli kaksinkertainen Suomeen verrattuna. Espanjassa ja Ranskassa osuus on yhtä suuri kuin Suomessa.

Aiemmin

Vuonna 2004 Suomen *Mittelstand* oli jonkin verran nykyistä laajempi; samalla määritelmällä ryhmään kuului tuolloin 65 yritystä.

Hidden Champions

Yli puolet Suomen *Mittelstand*-yrityksistä täyttää myös *Hidden Champion* -määritelmän eli niillä on varsin hyvä kansainvälinen markkina-asema.

Millainen Suomen *Mittelstand?*

53 %
yli 50-vuotiaita

53 % on perustettu yli 50 vuotta sitten.

63 %
perheyrityksiä

63 % on suomalaisen perheen tai suvun omistamia.

72 %
B2B-markkinoilla

72 % toimii yritysten välisillä *business-to-business*-markkinoilla; 39 % tekee investointi-hyödykkeitä.

78 %
erikoistunut

78 % on keskittynyt vain yhteen toimialaan (loppujen ollessa monialayhtiöitä).

14 %
alihankkijoita

Mittelstandeista 14 % näkee itsensä alihankkijana, mikä on *vähemmän* kuin keskisuurissa (36 %) tai suurissa yrityksissä (18 %).

76 %
työvoimasta Suomessa

Mittelstandin maailman-laajuisesta henkilöstöstä 76 % on Suomessa; suuryrityksissä 33 %.

50 %
puolet vientiin

Mittelstandeista 50 %:lla yli puolet kotimaisesta tuotannosta menee vientiin; keskisuurista 28 %:lla ja suurista 38 %:lla.

36 %
uusiin maihin

Mittelstandista 36 % tavoittelee aggressiivisesti laajentamista uusiin maihin; keskisuurista 32 % ja suurista 22 %.

57 %
innovoi

Mittelstandista 57 % harjoittaa innovaatio-toimintaan; keski-suurista 67 % ja suurista 84 %.

Suomen *Mittelstand*-yritykset eivät ole erityisen aktiivisia innovaatiotoiminnan harjoittajia. Teollisuusyrityksiksi niillä on kuitenkin laajaa omaa ohjelmistokehitystä ja ne aikovat panostaa teolliseen internetiin: 27 %:lla on omia päätoimisia ohjelmistokehittäjiä (keskisuurista 24 %:lla ja suurista 29 %:lla). Niistä *Mittelstand*-yrityksistä, joka ylipäätään katsovat teollisen tai esineiden/kaiken internetin (*Internet of Things*, IoT) keskeiseksi omien liiketoimintasegmenttiensä näkökulmasta, 83 % panostaa siihen (keskisuurista 66 % ja suurista 92 %).

Kotimainen työllisyys on pitänyt pintansa

Kymmenessä vuodessa *Mittelstand*-yritysten ryhmä on ohentunut ja enemmistö sen edustajista on vaihtunut. Vuonna 2008 alkaneen kriisin kuluessa *Mittelstand*-yritysten ovat säilyttäneet kotimaista työllisyyttä verrokkiryhmiä paremmin ja ovat siten tukeneet Suomen selviytymistä.

"Jo tuolloin [1950-luvulla] ihmisten pelättiin jäävän työttömiksi tuotannon automatisoinnin takia. Kun kehitystä peilaa vaikkapa meidän näkökulmasta, on käynyt juuri päinvastoin. Enemmän olisi jäänyt syntymättä uutta työtä ilman automatisointia."

Mikael Ahlbäck, yrittäjä, Rani Plast Oy

Mittelstand-yritysten yhteenlaskettu kotimainen työllisyys laski vuosina 2008–2013 noin 3,6 %, siinä missä keskisuurten yritysten Suomen työllisyys tippui 8,2 % ja suuryritysten 22,1 %. Muita pienemmän *Mittelstand*-ryhmän työllisyyden lasku jäi alle viiteensataan henkilöön siinä missä keskisuurten ryhmässä menetettiin monikertainen ja suuryritysten ryhmässä moni*kymmen*kertainen työllisten määrä.

Kasvun pullonkaulat: myynti, markkinointi ja jakelu

Kasvun esteitä tarkasteltaessa *Mittelstand*-yritykset poikkeavat verrokeistaan erityisesti kahdessa suhteessa:

- Myynti- ja jakelukanavien puutteellisen toiminnan koetaan olevan kasvun esteenä erityisesti suuryrityksiin verrattuna.
- Myös oma tavara- ja palveluvalikoima nähdään sellaiseksi, että se on kasvua merkittävästi rajoittava tekijä. Ero sekä pienempiin että suurempiin yrityksiin on kymmenkunta prosenttiyksikköä.

Kuten muissakin ryhmissä, *Mittelstand*-yritysten kasvua rajoittaa eniten kilpailijamaita korkeampi kustannustaso. Tulevaisuuden kannalta onkin tärkeää, että yritykset pystyisivät erottautumaan muutenkin kuin hinnalla. Vain siten ne kykenevät kilpailemaan edullisen työvoiman maan yrityksiä vastaan. Niin tekevät kilpailijat myös Saksassa, Ruotsissa ja muissa korkean kustannustason maissa.

Toiseksi merkittävimmäksi kasvua rajoittavaksi tekijäksi *Mittelstand*-yritykset kokevat julkisen sektorin taholta tulevan hallinnollisen taakan. Kasvuhakuiset *Mittelstand*-yritykset ovat kokeneet myös rakennus- ja muiden viranomaislupien saannin kasvun esteeksi.

Taivaalta tupsahtavat rahat käytettäisiin myyntiin ja jakeluun

Kysyimme, mitä yritykset tekisivät tilanteessa, jossa niille tupsahtaisi tilille suurehko summa rahaa. *Mittelstand*-yritykset investoisivat ison osan, keskimäärin 40 %, kasvunsa keskeisimpään esteeseen (suhteessa verrokkeihin) eli myyntiin, markkinointiin ja jakeluun.

Myynti, markkinointi ja jakelu näyttäytyvät nimenomaan *Mittelstandin* Akilleen kantapäänä. Keskisuuret yritykset käyttäisivät 32 % ja suuret yritykset 31 % lisärahasta tämän tyypin investointeihin.

"Panostamme voimakkaasti jakelu- ja diileriverkoston ja jälkimarkkinoinnin kehittämiseen. Euroopan lisäksi kehitämme tulevaisuudessa markkinointia ja jakelua ympäri maailman, varsinkin Aasian ja Venäjän suuntaan."

Martti Toivanen, Mantsinen Groupin toimitusjohtaja, Etelä-Savon yritysmaailma, 2/2015

"... uudet ideat syntyvät ihmisiltä eri puolilla organisaatiota ja varsinkin asiakasrajapinnassa."

Aaro Cantell, Normet Oy:n hallituksen puheenjohtaja Ulkopolitiikka-lehti, 2/2015

Velkarahan saatavuus ei rajoita Suomen *Mittelstandin* kasvua

Usein esitetään, että rahoituksen saatavuus rajoittaa yritysten kasvua. Pääsääntöisesti tällä viitataan pankeista haettavaan lainarahoitukseen.

Kyselymme perusteella vaikuttaa siltä, että vain muutamalla prosentilla *Mittelstand*-yrityksistä on ongelmia rahoittaa haluamiaan investointeja pankkilainalla tai muulla vieraanpääomanehtoisella velkarahoituksella. Osuus on monin verroin pienempi kuin keskisuurilla tai suurilla yrityksillä.

Katvealueita saattaa olla, mutta *Mittelstandilla* ei näyttäisi olevan mitään yleistä investointien rahoitukseen liittyvää ongelmaa.

Mittelstand-yritysten lisääntyminen/laajentuminen vaikuttaisi melko suoraan suomalaisten hyvinvointiin

Suomessa tosiaankin näyttäisi olevan saksalaishenkinen *Mittelstand*-yrityksen ryhmä, vaikka sen suhteellinen merkitys Suomessa onkin Saksaa pienempi. Monissa suhteissa Suomen *Mittelstand*-yritysten ominaisuudet vastaavat niiden kokoa, mutta tällä ryhmällä on myös sille ominaisia luonteenpiirteitä (ks. edellä).

Jo *Mittelstand*-yritysten harvalukuisuuden johdosta niiden kansantaloudellinen merkitys jää rajalliseksi. Mutta esimerkiksi vuonna 2008 alkaneen talouskriisin kuluessa nämä yritykset ovat olleet teollisuusyritysten kärkipäässä tukemassa Suomen selviytymistä.

Mittelstand-yritysten suurehko kokokin kertoo, että ne ovat historiassaan menestyneet vähintään kohtuullisesti. Monet niistä ovat erikoistuneet melko kapeisiin segmentteihin, joissa niillä on myös kansainvälisesti merkittävä markkina-asema. Silti myynti, markkinointi ja jakelu näyttävät olevan nimenomaan tässä ryhmässä kasvun esteenä. Yksi syy tähän saattaa olla se, että *Mittelstand*-yritykset ovat yhtä aikaa leimallisesti suomalaisia ja kansainvälisesti orientoituneita. Koska poikkeuksellisen pieni osa niistä on alihankkija-asemassa, niiden on pystyttävä seisomaan omillaan globaalissa kilpailussa. Tällöin myyntiin, markkinointiin ja jakeluun kohdistuu verrokkiryhmiä kovempia vaatimuksia – etenkin kun resurssit ovat rajallisempia kuin suuryrityksillä.

"Silloin kun tuotekehityspanostukset tuntuvat tosi kipeiltä, ne saattavat olla lähellä riittävää määrää. Omistajien sitoutuminen on erittäin tärkeää."

Eero Pekkola, Oilon Groupin toimitusjohtaja

Mittelstand-yritykset ovat juuri sitä ydinryhmää, mitä elinkeinopoliittisen keskustelun "vientiyrityksillä" tarkoitetaan. Niillä on takanaan kansainvälistä menestystä ja niiden kasvu vaikuttaisi niin omistuksen kuin tuotannon maantieteellisen jakautumisen kautta melko suoraan suomalaisten hyvinvointiin.

Erityisesti *Mittelstand*-yrityksiin kohdistuvat politiikkatoimet eivät välttämättä ole perusteltuja varsinkin, kun ne näyttävät kohtaavan erityisen vähän esimerkiksi rahoitusrajoitteita. Saattaa kuitenkin olla niin, että innovaatiotoiminnan saralla ne voisivat tarvita jonkinlaista ylimääräistä rohkaisua: samaan aikaan kun ne näkevät tuote- ja palvelupalettinsa kehitystarpeita, ne *eivät* harjoita innovaatiotoimintaa erityisen aktiivisesti. Ristiriita on ilmeinen. Voidaan myös kysyä, mikseivät ne investoi enemmän Akilleen kantapäähänsä – myynti, markkinointiin ja jakeluun? Kohtaavatko ne jonkin rajoitteen, josta ei ole yleisesti keskusteltu?

"... uusia ideoita syntyy, kun myynti ja markkinointi kulkee käsi kädessä tuotekehityksen kanssa."

Risto Kekäle, Avant Tecno Oy:n toimitusjohtaja
Kauppalehti 3.4.2014

Mittelstandilla voisi olla *erityistä* merkitystä Suomen tulevaisuuden kannalta, mutta jos historia toistaa itseään, nämä yritykset pysyvät positiivisena mutta rajallisena voimana Suomen koko kansantalouden kannalta myös aikavälillä 2015–2025.

Elinkeinoelämän yleisten edellytysten paraneminen, kuten hallinnollisen taakan keveneminen, hyödyttää sekä *Mittelstand*- että muitakin yrityksiä.

Jos rakenneuudistuksissa onnistutaan kuluvalla hallituskaudella, vaikutuksien pitäisi näkyä laajemman ja vahvemman *Mittelstandin* muodossa jo 2025. Sitä odotellessa.