



Sisustusmyyjä Janika Ervasti esittelee lokakuun kampanjatuotteena ollutta TIMANTTI seinä- ja kattomaalia.

ta. Hyvä maine ammattikunnan piirissä levisi kuluttajillekin. Jos kauppa palvelee ammattikuntaa, miksei yhtä hyvin tee-itse –remontioijaa. Tänä päivänä RTV on profiloitunut yhtä hyvin ammattikunta- kuin kuluttajamyyntiin.

Ammattikunta on hyvin tietoinen, mitä maaleja ostavat ja missä sävyissä. Lehtonen sanookin, että heille haasteena on myydä ammattikunnalle jotain uutta. Maaleissakin kysytään paljon vielä niitä hyviä liuotemaaleja. Kuluttajan puolella asia on toisin. Siellä myyjän suositus valinnoissa on usein ratkaiseva. Kuluttajat toki ovat jo pitkään tiedostaneet ympäristöasiat ja sen, että hajuttomat, vesiohenteiset maalit ovat parhaita.

Värien valinta tuottaa monille päänvaivaa ja siinä pyydetään myyjän apua. – *Apuna ovat myymälöissä olevat väristudioit ja värimallit, mutta väriyysuunnittelijoiksi myyjät eivät lähde. Pyydämme silloin kääntymään maalitehtaan väriyysuunnittelijoiden puoleen*, Lehtonen sanoo ja kertoo juuri lukeneensa Väri ja Pinta -lehdestä Teknoksen väriyysuunnittelija **Kati Koistisen** haastattelun, jossa Katikin korostaa työssä oppimisen merkitystä. Värioppia voi opiskella, mutta käytäntö siinäkin on paras opettaja.

Tunnettuutta markkinoinnin keinoin

RTV käyttää pitkälti perinteisiä markkinoinnin keinoja itsensä tunnetuksi tekemiseen

kuten lehti-ilmoittelua sekä tv- ja radiomainontaa. Lisäksi RTV painattaa syys- ja kevätkuvastot, jotka jaetaan lähes kaikille Suomen kotitalouksille. Asiakastilaisuudet toimivat hyvinä markkinointitapahtumina, joskin tänä päivänä varsinkin pääkaupunkiseudulla ne ovat vetäneet vähemmän väkeä kuin aiemmin. Rauno Lehtonen kertoo myös, että RTV oli ensimmäinen ketju, joka järjesti naisten iltoja. Nyt niitä on monilla muillakin. Ulkomaalitapahtumat jatkuvat ja yhteistyötä tehdään Teknoksen väriyysuunnittelijoiden kanssa väripäivien järjestelyissä.

Hyvä konsepti kantaa vaikeidenkin aikojen yli

Uuden myymälän avaaminen juuri nyt, kun Suomen talouskehitys on heikentymässä, tuntuu rohkealta. Rauno Lehtonen sanoo, että he eivät näe tulevaisuutta synkkänä. – *Uudisrakentaminen on jäissä, mutta korjausrakentaminen ja sisustuspuoli tulevat kasvamaan ja uskon myös julkisen rakentamisen kasvuun. Enemmän taloudellinen lama koskettaa perinteisiä rautakauppoja.*

Keravan myymälä ei edes jäänyt vuoden ainoaksi uudeksi myymäläksi, vaan ketju kasvoi Lappeenrannan myymälällä, joka avattiin marraskuussa.

Maalarin ammatti kiinnostaa nuoria

Vielä 90-luvulla maalareiksi opiskelevista nuorista oli pulaa, mutta tänä päivänä tilanne on täysin päinvastainen. Maalarin ammattia arvostetaan ja koulutukseen hakijoita on aloituspaikkoihin nähden moninkertainen määrä. Näin toteaa maalarimestari Jari Jussila, joka itse aloitti maalarina vuonna 1979 ja joka vuodesta 1987 on ollut maalausalan yrittäjänä. Tällä hetkellä hän on osaomistaja Triasole Pinnoitus Oy:ssä.

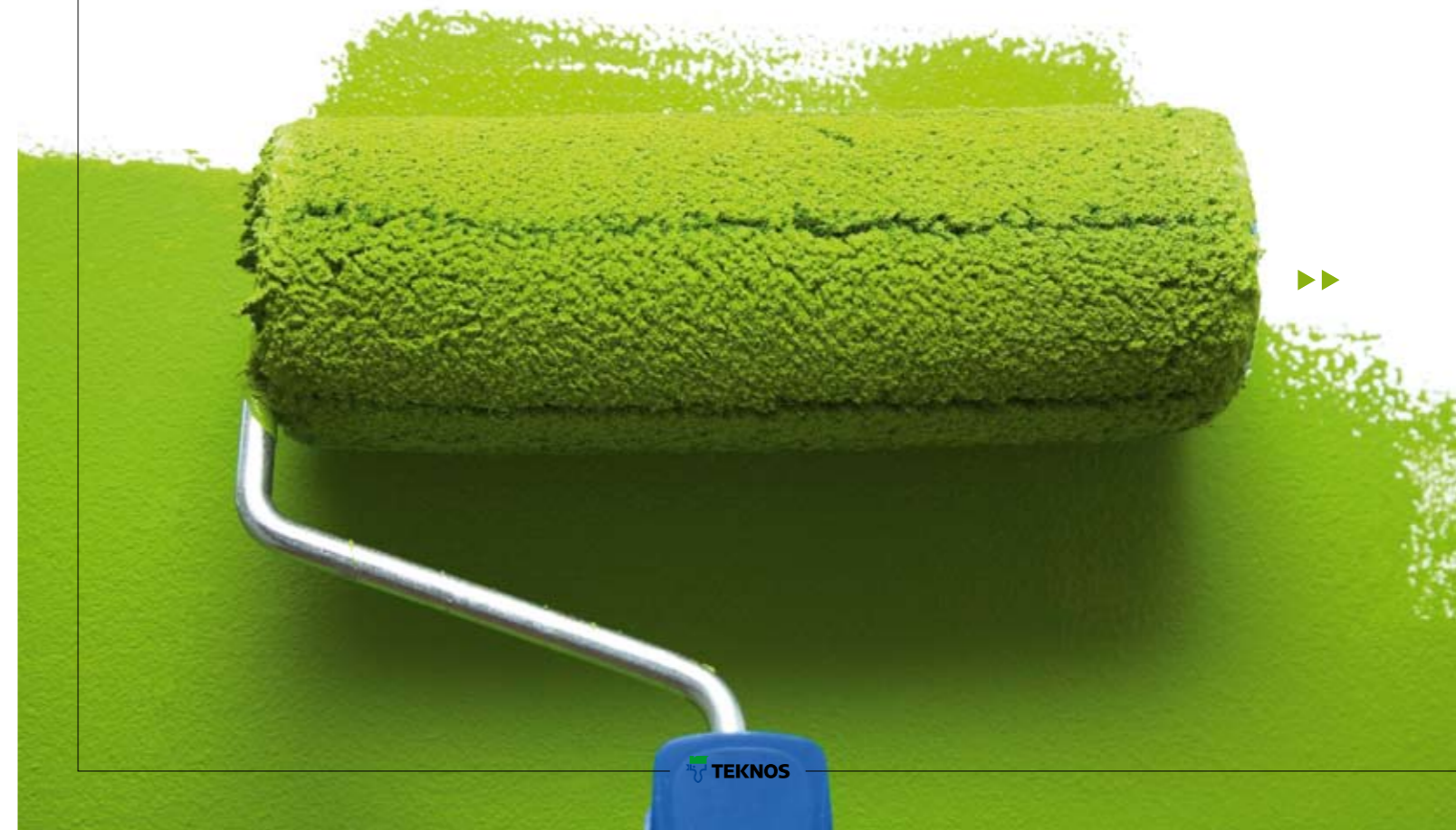
Perheyritys yhdistää – nyt jo toisessa sukupolvessa

RTV:tä ja Teknosta yhdistää perheomistajuus, sillä kummatkin yritykset ovat suomalaisessa perheomistuksessa. Yhteistyö alkoi jo edellisen sukupolven aikana ja jatkuu nyt toisessa sukupolvessa. – *Meille perheomistajuus merkitsee sitä, että omistajalla on kasvot sekä tahto ja kyky kehittää yritystämme*, Rauno Lehtonen sanoo ja jatkaa, että Pohjolassa ei ole yhtään vastaavan suuruista kauppaketjua, joka olisi yhden perheen omistuksessa kuten RTV.

Haastateltavamme Rauno Lehtonen on työskennellyt maalialalla jo 70-luvun alusta niin teollisuuden kuin kaupankin parissa. RTV:ssä hänellä on meneillään yhdeksäs vuosi. Paikallisjohtajana hän vastaa Riihimäen ja Keravan myymälöistä. – *Äärimmäisen mielenkiintoinen ala*, Lehtonen perustelee viihtymistään rakentamisen ja maalien parissa.



Paras
Maalikauppa
www.rto.fi



Jari Jussila seuraa maalausalan koulutusta aitiopaikalta. Hän toimii Maalariammattikoulun Kannatusyhdistys ry:n johtokunnan jäsenenä. Jussila opettaa tarjouslaskentaa aikuiskoulutuksen opiskelijoille Helsingin Maalariammattikoulussa ja Amiedussa. Opiskelijan näkökulmasta hän seuraa maalausalan kehitystä ja siihen liittyvää koulutusta myös ”koulun penkiltä”, sillä meneillään on rakennusmestariksi opiskelu työn ohessa. – *Ennen ammattikorkeakouluun hakemista kävin netissä läpi viime vuosien sisäänpääsykokeita. Ymmärsin, etteivät tietoni olisi riittävät, joten päivitin osaamistani suorittamalla ensin lukion pitkän matematiikan kolme ensimmäistä kurssia. Läpäisin sitten ammattikorkeakoulun pääsykokeet ja nyt on edessä kolmen vuoden opiskelu.* Jari Jussila nauraa, että opiskelussa on sekin hyvä puoli, että saa olla tekemisissä nuorten parikymppisten opiskelijoiden kanssa. – *Minun ikäisiäni (47 v) on meidän kurssillamme vain pari.*

Jussila on iloinen, että maalausala kiinnostaa nuoria. Esimerkiksi Helsingin Ma-

lariammattikoulun syksyllä 2008 alkavan koulutuksen 54 aloituspaikkaa haki yhteensä 419 hakijaa. Oppilaitoksessa on viime vuosina myös maalareiden ylioppilaspohjainen koulutus kasvanut merkittävästi. – *Naisten määrä hakijoissa on viime vuosina edelleen lisääntynyt ja jo tasa-arvon vuoksi pitäisi poikien pääsy koulutukseen varmistaa. Naiset erikoistuvat usein koristemaalauksen, mutta ala tarvitsee kyllä enemmän ihan tavallisia ”seinämaalareita”.*

Jussila toimii myös Helsingin maalarimestariyhdistys ry:n johtokunnassa. Yhdistys tekee omalta osaltaan paljon arvokasta työtä alan arvostuksen nostamisessa. – *Olemme pyrkineet esimerkiksi tuomaan pintakäsittelyä esille suurelle yleisölle mm. erilaisten työnäytösten ja kilpailujen avulla. Tämä markkinointityö on saanut myönteistä palautetta. Vaikka tilanne alalla nyt on hyvä, on pidettävä huolta, että arvostus säilyy jatkossakin. Myös maaliteollisuudella on merkittävä rooli maalausalan markkinoinnissa.*

Hyvämaineinen yritys

Triasole Pinnoitus on Jari Jussilan osittain omistama urakointifirma, joka työllistää 11 henkeä. Jussila on tyytyväinen omiin maalarirekrytointihinsa. – *Meillä ”nuorinkin” maalari on jo ollut talossa kaksi vuotta ja suuren osan kanssa töitä on yhdessä tehty yli 10 vuotta. Vaihtuvuus on lähes olematonta, mikä on yrittäjän kannalta hieno asia. Tiimi hioutuu yhteen ja työt saadaan tehdyiksi aikataulujen mukaisesti.*

Triasole Pinnoitus on erikoistunut saneerauskohteisiin ja toimii pääasiassa pääkaupunkiseudulla. Yritys ja Jari Jussila ovat hyvässä maineessa, joten töitä on riittänyt. Tämän hetkinen taloustilanteen heikkeneminen ja rakennusalan vaikeudet eivät pelota Jussilaa. – *Kilpailu varmasti kovenee, mutta töitä uskon saneerauspuolella riittävän.*

Vesikemian mies

Ammattimaalareiden keskuudessa käytetään vielä paljon perinteisiä liuotinhentaisia maaleja, mutta Jari Jussila tekee tässä poikkeuksen. Hän on jo pitkään käyttänyt

vesiohenteisiä maaleja aina kun se on ollut mahdollista ja tunnustaakin olevansa ”vesikemian mies”. Teknos on maali-tuotteissa ykkössijalla ja ostospaikkana ykkösenä on Maalarimestarien Oy. – *Minulle Teknos on henkilöitynyt Veli-Pekka Kyléniin ja Martti Kopistoon. Hyvien ja kilpailukykyisten tuotteiden lisäksi olen aina saanut erinomaista palvelua. Jussila antaa vielä lisäkehuja Martti Kopistolle, joka ehkä yhteisen maalarimestaritaustan johdosta ajattelee asioista samalla tavalla ja jonka kanssa monet tekniset kysymykset saatu ratkaistua.*

Talin Tenniskeskuksen maalausurakointi on jäänyt erityisesti Jussilan mieleen. Suunnittelija oli antanut ohjeet toiselle tuotteelle, mutta Martti Kopiston kanssa ohjeet muutettiin Teknosin maaleille. Kohde oli erittäin vaativa. Nyt on juuri mennyt kahden vuoden takuu aika umpeen ja kaikki on priimakunnossa.

Triasole Pinnoitus käyttää urakkakohteissaan paljon Teknosin valmistamia M-sarjan tuotteita sekä EKORAA ja SU-

PERLATEKSIA. Julkisivuissa yleisin tuote on taas SILOKSAN.

Ekologinen jalanjälki

Rakennusallalla on omat tiukat norminsa ja vaatimuksensa. Jokaisella työmaalla on omat laatuohjeensa sekä ohjeet mm. jätteiden lajittelusta. Triasole Pinnoitus pyrkii toimimaan esimerkillisellä tavalla ympäristöasioiden hoidossa. – *Kohteisiin valitaan aina sellaiset tuotteet, jotka kuormittavat ympäristöä mahdollisimman vähän. Jos esimerkiksi suunnittelija on tehnyt maalausohjeet liuotemaaleille, etsitään niille Teknosin avulla vaihtoehtoiset tuotteet. Maaleja tilataan tarkasti menekin mukaan eikä kerätä ylimääräisiä maaleja omiin varastoihin. Kaikki tyhjät maalipurkit toimitetaan Maalarimestarien Oy:hyn, josta ne siirtyvät asianmukaisesti eteenpäin. Tällä hetkellä yrityksessä on työn alla laaja ympäristösuunnitelma, Jussila kertoo.*

Aktiivinen ote ympäristöasioihin on myös omalle henkilöstölle signaali modernista ja menestyvästä maalausurakointifirmas-

ta. Ja yrityksestä, joka houkuttelee nuoria, osaavia maalareita.

Referenssejä

Seuraavassa muutama tuorein Triasole Pinnoituksen referenssikohte. Keskimäärin yksi kohde sitoo 2–3 maalaria noin puolen vuoden ajaksi kohteeseen.

- Asunnottomien Palvelukeskus, Hieta-niemenkatu 5. – meneillään
- Mäkelänrinteen lukio, Mäkelänkatu 47. – meneillään
- Roihuvuoren palvelutalo, Roihuvuorentie 3. – meneillään
- Kivelän sairaala, Sibeliuksenkatu.
- ATT / Pehtoorintie 2–4, asuntoja 232 kpl.
- Vajaan 4:n vuoden aikana useita palvelutalojen (4 kpl) ja koulujen (12 kpl) saneerausmaalauskohteita

www.triasole.fi.

Talin Tenniskeskus oli erittäin vaativa kohde, johon Teknoselta löytyivät toimivat maalit.



Maalarin ammattia arvostetaan ja koulutukseen hakijoita on aloituspaikkoihin nähden moninkertainen määrä

