

Sata vuot

Brändi- ja viestintäjohtaja Eeva Solja edustaa perheyriyksessä neljättä polvea, jolle ympäristöarvot ovat erityisen tärkeit. "Juhlavuotemme kunniaksi tuomme esiin Kiillon luontosuhdetta, jonka voisi tiivistää nöyräksi kunnioitukseksi", hän kertoo.

ta Kiiltoa

■ Pieni paja Pispalasta on sadassa vuodessa kasvanut yhdeksi Suomen kemianteollisuuden ikoneista. Vuonna 1919 perustettu Kiilto on perheyhtiö, jonka tuntee koko kansa.

Emma Kaustara

Kiilto on yksi suomalaisista koko kansan yrityksistä. Tuoreimman tunnettuusmittauksen mukaan Kiillon tunnistaa 93 prosenttia kansalaisista.

”Tulos on iloinen mutta ei yllättävä”, hymyilee **Eeva Solja**, Kiillon brändi- ja viestintäjohtaja.

”Me olemme suomalaisten arjessa pitkään mukana ollut yhtiö ja nykyään myös Pohjoismaiden menestyneimpiä kemianyrityksiä.”

Konsernin tuotanto jakaantuu neljään pääalueeseen. Kiilto valmistaa muun muassa saumalaasteja, vedeneristeitä, liimoja ja muita kiinnitysratkaisuja rakentamisen tarpeisiin. Toiseksi yhtiö palvelee laajasti teollisuutta elintarvikealalta metalliteollisuuteen.

Kolmantena tulevat ammattisiivouksen ratkaisut, joilla pidetään puhtaina niin ravintoloiden keittiöitä ja hotelleja kuin kouluja, vanhainkoteja ja sairaaloita. Neljäs alue ovat kuluttajatuotteet.

Yksi yrityksen menestyksen salaisuuksista kuluttajamarkkinoilla on suomalaisuus. Kiilto on monilla toiminta-alueillaan, esimerkiksi tekstiilien pesussa, ainoa kotimainen valmistaja.

Kuluttajatuotteet tosin muodostavat vain kahdeksisen prosenttia kokonaisuudesta.

”Suurin osa meidän nykyisestä liiketoiminnastamme tapahtuu ammattilaisille suunnatun Kiilto Pro -brändin kautta suoraan rakentamisen, teollisuuden ja hygienian ammattilaisten kanssa”, Solja kertoo.

Teknokemiallinen Tehdas Pispalasta


Satavuotiaan Kiillon tarina sai alkunsa 27. lokakuuta vuonna 1919 Pispalassa, joka vielä tuolloin kuului Pirkkalan mahtipitäjään.

Pispalanharjun pohjoisrinteessä Näsjärven puolella seisoj talo, johon kolme miestä perusti yrityksen nimeltä Teknokemiallinen Tehdas O/Y Santalahti.

Ajankohta firman käynnistämiseksi ei ollut ruusuinen.

”Sisällissota, joka oli jättänyt jälkensä ennen kaikkea Tampereeseen, oli juuri päättynyt, ja yhteiskunta eli murrosvaihetta. Raaka-aineiden saanti oli vai-

» » »



Lempääläisyhtiö huolehtii tuotteidensa kehittämisestä pääasiassa omin voimin.

keaa ensimmäisen maailmansodan jälkimainingeissa”, Solja kuvailee.

Bisneksen käyntiinlähtöä hidastivat myös odottamattomat käytännön ongelmat.

”Yrittäjillä oli vaikeuksia saada edelliset vuokralaiset eli talon kuusi asukasta ulos rakennuksesta.”

Kun tuotanto lopulta pyörähti vauhtiin, Pispalasta alkoi lähteä markkinoille muun muassa kauneudenhoitotuotteita, lakkaa ja kenkäliimaa.

Kolmen vuoden puurtamisen jälkeen perustajien usko hankkeeseensa rupesi kuitenkin hiipumaan.

Soljan perhe ruoriin 1920-luvulla

Ratkaisevalla hetkellä vuonna 1922 löytyi pelastus. Liiketoiminnan osti kemisti **Ville Solja**, Eeva Soljan iso-isänisä.

Yhtiön osake-enemmistön on siitä pitäen omistanut Soljan perhe. Neljättä polvea yrityksen leivissä edustaa Eeva Soljan lisäksi hänen veljensä, isovaarin kaima **Ville Solja**, joka työskentelee liiketoiminnan kehitysjohtajana.

Nykyisen ikonisen nimensä perheyhtiö sai pian kaupan jälkeen.

”Isoisoiä piti alkuperäistä nimeä

kömpelönä ja järjesti henkilökunnalle ideakilpailun. Sen tuloksena syntyi Kiilto Oy.”

Saman tien vaihtui yrityksen logokin. Kemistinä Ville Solja ikuisti liike-merkkiin retortin eli tislauastian.

Tampereen suurimpia teollisuudenaloja oli 1920–1930-luvuilla kenkäteollisuus, jota Solja päätti keskittyä palvelemaan. Kiilto ryhtyi valmistamaan vahoja, kumiliimaa ja kengänkiillokkeita, joissa yhtiö mainosti itseään maan ykkösenä.

Tuotannon laajentuessa Pispalan toimipiste kävi ahtaaksi. Vuonna 1925 Kiilto muutti itsekin Tampereelle Hatanpään valtatie varrelle kiinteistöön, jossa oli aiemmin toiminut sikala.

Omistajaperhe myös asui pitkään saman rakennuksen ylimmässä kerroksessa.

”Vielä isäni **Erkki Solja** on syntynyt siellä”, Eeva Solja kertoo.

Tätä nykyä Hatanpään tiloissa toimii budjettimatkoilijoiden suosima hotelli Ville, joka kunnioittaa nimellään Kiillon kantaisää.

1930-luvulla Kiillon tehdas oli ensimmäinen, joka hyödynsi huonekaluteollisuuden lakoissa nitroselluloosaa. Yhtiö alkoi valmistaa sellulakkaa nimestä Kesto. Tuotemerkki on yhä käy-

tössä.

Samalla vuosikymmenellä yritys ryhtyi tuottamaan myös ensimmäistä nitroliimaa rakennusteollisuuden tarpeisiin.

Liimoihin Kiilto alkoi keskittyä 1960-luvulla, josta lähtien ne ovat säilyttäneet asemansa yhtenä yrityksen kilvijoista.

”Suuruudenhullu” kauppa kannatti

1960-luvun lopulla Kiilto etsi jälleen isompia tiloja. Kun Tampereelta ei löytynyt sopivaa paikkaa, yhtiö osti monen hehtaarin tontin naapurikunnasta Lempäälästä.

Vuonna 1977 päästiin juhlimaan uuden tehtaan avajaisia. Toimipisteessä oli lääninä entiseen verrattuna kaksinkertaisesti.

”Tontin kokoa pidettiin aikoinaan suuruudenhulluutena. Mutta ostos oli kauaskatseinen. Onpahan voitu vuosien mittaan laajentua ilman huolta tilan loppumisesta”, Eeva Solja huomauttaa.

1980-luvulla laajentui myös Kiillon liiketoiminta. Yhtiö otti repertuaariinsa puhtausalan ja osti muoviyritys Sarviksen kemiantuotannon.

Yritys alkoi myös kansainvälistyä.

Kiilto perusti ensimmäisen ulkomaisen tytäryhtiönsä vuonna 1987 Ruotsiin. Myös Soljan perhe muutti väliaikaisesti Tukholmaan.

Ensimmäiset kuluttajatuotteensa Kiilto toi markkinoille vuonna 1998.

”Kun kodinpuhdistustuotteet lanseerattiin, lähdettiin ihan puhtaalta pöydältä. Ei ollut ollenkaan varmaa, kuinka käy. Mutta kävi niin, että nyt olemme markkinajohtaja”, Solja naurahtaa.

Vuonna 2010 Kiillon hygieniabisnes kasvoi entisestään, kun yhtiö osti turkulaisen Farmoksen.

”Kaupan mukana meille tuli monta tuttua tuotemerkkiä, kuten Erisan ja Serto. Myös ammattipuolella puhtaus- ja hygieniatoimen valikoima laajeni merkittävästi.”

Perheyrityksellä on oma horisonttinsa

Kiilto on paisunut vauhdikkaasti myös viime aikoina. Vuonna 2018 yhtiö osti lattiapinnoituksiin erikoistuneen ruotsalaisen TM Progressin.

”Pinnoitteiden pumpattavuus oli meille uusi aluevaltaus. Kaupan myötä tuomme töitä myös Suomeen”, Solja lupaa.

Tämän vuoden hankinta on ruotsalainen CCS Healthcare Holding. Ostopksen ansiosta suomalaisyritys nousi käsi- ja pintadesinfektoratkaisujen markkinajohtajaksi Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa.

Perheyrityksenä Kiilto pystyy lähestymään liiketoimintaansa omien arvonsa kautta ja katsomaan tulevaisuut-



Kuvat: Kiilto

Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiojohtaja Oili Kallatsa huomasi heti taloon tultuaan, että perheyrityksessä perspektiivi on pitkä.

”Aikaskaalamme on pitkä. Teemme nyt päätöksiä vuosi 2080 mielessä.”

ta omasta näkökulmastaan.

”Meillä horisontti on erilainen kuin muilla”, Solja sanoo.

”Aikaskaalamme on huomattavan pitkä. Juuri nyt Kiilto tekee kaikki tärkeät päätökset vuosi 2080 mielessä.”

Samasta todistaa KiiltoClean Oy:n tutkimus-, kehitys- ja innovaatiojohtaja **Oili Kallatsa**.

”Heti talossa aloitettuani kävi isois- ja pienistä asioista selväksi, että Kiilto operoi pidemmällä kehitysperspektiivillä kuin useat kvartaali kerrallaan toimivat pörssiyritykset”, Kallatsa kuvailee.

”Vaikka Kiilto on osakeyhtiö, sillä on perheyrityksen asenne, joka mahdollistaa pitkän tähtäimen suunnittelun niin

» » »

KIILTO-KONSERNI

- Perustettu vuonna 1919.
- Vuosiliikevaihto noin 200 miljoonaa euroa.
- Työllistää noin 980 henkeä. Tuotantolaitokset Suomessa Lempäälässä, Turussa ja Hankasalmissa. Lisäksi tehtaita Ruotsissa, Tanskassa ja Venäjällä.
- Tytäryhtiöiden kautta tuotantoa ja myyntikonttoreita 12 maassa. Suomen lisäksi merkittävimmät toimialueet Skandinavia, Venäjä ja Baltia.
- Kiilto Family -konserniin kuuluvat Kiilto Oy, KiiltoClean Oy, Kiiltoplast Oy ja Intermedius Oy.
- Kiilto Oy vastaa rakentamisen ja teollisuuden ratkaisusta. Päätoimitilat Lempäälässä, jossa myös valtaosa kotimaan tuotteista valmistetaan.
- KiiltoClean Oy vastaa teollisuuden hygieniaratkaisusta, ammattipuhtaus- ja hygieniaratkaisusta sekä kuluttajatuotteista. Päätoimitilat Turussa, jossa tehdään puhdistus- ja hygieniatuotteita sekä ammattilaisille että kuluttajille. Kodinpuhdistustuotteet valmistetaan Hankasalmissa.
- Liikevaihdosta 92 prosenttia tulee ammattilaisuutetuotteista.
- Tuotemerkkejä muun muassa Kiilto, Kiilto Pro, Serto, Erisan, Linna ja Aisti.



”Tutkijan ei Kiillossa tarvitse pysyä tutkijankammiossa, vaan pääsen olemaan mukana monessa”, Raija Polvinen kiittelee.

Ympäristö edellä

Kiillon kodinpuhdistustuotteilla on ollut alusta asti ympäristömerkki.

”Luonnosta huolehtiminen on ollut meillä jo varhain päätöksenteon keskiössä, vaikka sitä ei silloin vielä laajemmin kommunikoitu”, **Eeva Solja** sanoo.

Juhlavuotensa kunniaksi yhtiö haluaa tuoda linjansa esiin selvin sanoin. Kiilto asetti jo viime vuonna itselleen tarkat, kunnianhimoiset tavoitteet, jotka se tiivistä Lupaus ympäristölle -hankkeeseensa.

Lupaus kokoaa yhteen neljä näkökulmaa: vihreät pakkaukset ja logistiikan, vihreät materiaalivalinnat, vihreän energian ja vihreät asiakkaille tarjottavat palvelut.

Vihreiden materiaalivalintojen osalta konserni sitoutui puolittamaan tuottamiensa jätteiden määrän vuoteen 2022 mennessä. Samassa ajassa Kiilto aikoo tuplata uusiutuvien ja kierrätysperäisten raaka-aineiden osuuden tuotannossaan.

Varsinkin muovi on tarkoitus saada entistä paremmin kiertoon.

”Muovi on hyvä materiaali niin kauan kuin se kiertää”, Solja muistuttaa.

”Me hyödynnämme pakkausmateriaalinamme kierrätettyä muovia ja ohjeistamme kuluttajakaukuisissa niiden kierrättämistä.”

Nurinkurista kyllä, muovipakkausten kierrättäminen voi olla paljon vaikeampaa teollisuudelle ja yrityksille kuin kuluttajille. Siihen Kiilto kuitenkin pyrkii.

Muumimailma käyttää Kiillon keittiöhygieni- ja ammattisiivoustuotteita, joiden pakkaukset se keräsi kesän pilotti-projektissa talteen ja palautti takaisin. Samaa lempäläläisyhtiö aikoo kokeilla muidenkin asiakkaidensa kanssa.

Lopullinen tavoite on suljettu kierto, jossa käytetyistä pakkauksista tehtäisiin aina uusia pakkauksia.

Energia auringosta, hukkalämpö talteen

Kiilto on mukana monessa muussakin kestäväen kehityksen hankkeessa. Euroopan aluekehitysrahaston tukemassa projektissa yhtiö kehittää puupohjaisia ratkaisuja sairaalahygieniaan.

Yritys on myös sitoutunut käyttämään vastuullisesti tuotettua palmuöljyä kasviöljypohjaisissa raaka-aineissaan. Lisäksi se osallistuu useisiin hiilinielujä lisäviin hankkeisiin.

”Yhteistyössä 4H:n kanssa tuemme nuoria esimerkiksi puiden istuttamisessa. Näin kompensoimme ne kotimaan liikematkat ja tehtaiden suorat päästöt, joista emme pysty luopumaan.”

Kiilto lupaa myös vuoteen 2028 mennessä käyttää sataprosenttisesti uusiutuvaa energiaa kaikissa toimissaan. Yrityksen logistiikka ja matkat ovat silloin hiilineutraaleja.

Lempälään toimitilojen katolle ilmestyivät aurinkopaneelit jo vuonna 2008, jolloin syntyi aikansa suurin aurinkovoimama Suomessa. Koko kiinteistön valaistus toimii aurinkosähköllä.

Myös yhtiön Hankasalmen tehtaaseen asennettiin viime vuonna aurinkosähköjärjestelmä, joka kattaa 15 prosenttia laitoksen energiankulutuksesta. Samaan lukuun päästään pian myös pääkonttorissa.

”Aurinkopaneeleista on tullut kymmenen viime vuoden aikana merkittävästi tehokkaampia. Lempälään asennetaan tänä vuonna uudet paneelit, joiden muodostamien voimaloiden yhteisteho on 984 piikkikilowattia”, Solja kertoo.

Lempälässä on lisäksi otettu käyttöön hybridijärjestelmä, jossa energiaa kerätään tehtaan omasta hukkalämmöstä sekä kiinteistön maalämmöstä ja maakylmästä. Näin lämmitetään koko tuotantolaitos ja sen käyttövedet.

”Kaasulämmitystä tarvitaan enää vain kylmimpinä pakkauspäivinä.”

Uudistuksen on noteerannut muun muassa Suomen ympäristökeskus, joka kesäkuussa myönsi Kiillolle Hinku-ympäristöpalkintonsa.

Kiilto ei tyydy pelkästään petraamaan ympäristöasioissa itse, vaan se tarjoaa apua myös ammattilaisasiakkailleen. Esimerkiksi prosesseja optimoimalla voidaan vähentää hukan määrää.

Yhtiön koulutuksiin osallistuu vuosittain noin 20 000 eri alojen ammattilaista. Koulutuksiin on tulossa mukaan kestäväen kehityksen ja ympäristöasioiden osio.

>>>

tuotekehityksessä kuin ympäristön huomioimisessa.”

Tuotekehitys tehdään itse

Tuotekehitys on Kiillon toiminnassa erityisen suuressa osassa.

”Tutkimuksessa ja tuotekehityksessä työskentelee meillä poikkeuksellisen paljon väkeä suhteessa firman koko henkilöstömäärään”, kertoo Kiilto Oy:n tutkimus-, kehitys- ja innovaatiojohtaja **Raija Polvinen**.

Myös tuotekehittäjän toimenkuva on Kiillossa laaja-alaisempi kuin yleensä.

”Firmahan on yrityksenä moniotelija. On monia osa- ja tuotealueita ja monia ihan erilaisia kemiapohjia.”

Tutkimuksessa ollaan ”maailmalle avoinna”, ja tuotekehittäjät tekevät läheistä yhteistyötä raaka-ainetoimittajien, tuotannon ja markkinoinnin kanssa. Näin he pääsevät vaikuttamaan moniin asioihin.

”Se pitää virkeänä. Tämä ei ole mikään tutkijankammio”, Polvinen naurahtaa.

Myös Turussa työskentelevä Oili Kallatsa kiittää tuotekehitystä hyvin luontevaksi prosessiksi. Koko arvoketju on läpinäkyvä ja läsnä tutkimus- ja kehitystiimin arjessa.

”Yrityksen muut funktiot eivät ole kaukana erillisissä siiloissaan vaan lähellä meitä, ja vuorovaikutus on tiivistä. On tyydyttävää nähdä suoraan, kuinka oma työ vaikuttaa tuotantoon ja myyntiin”, Kallatsa sanoo.

Vaikka kehitystyö on valtaosin kiiltolaisten omalla kontolla, linkki akateemiseen maailmaan on vahva.

”Yliopistot ja muut tutkimuslaitokset ovat olleet meille tärkeitä alusta asti”, Eeva Solja kertoo.

Kun rintama on laaja, innovaatioita syntyy. Yksi sellainen ovat Åbo Akademin tutkimuksesta alkunsa saaneet myrkyttömät palonestoaineet, jotka ovat niittäneet kiitosta ja palkintoja.

Eteenpäin Kiillon hengessä

Kiillossa kannustetaan kaikkia työntekijöitä osallistumaan innovointiin. Yrityksen startup-kilpailuun voi ottaa osaa koko henkilöstö. Kisaan eh-



Kiilto työllistää kaikkiaan liki tuhat henkeä. Yhtiön Suomen-tuotantolaitokset sijaitsevat Lempäälässä, Turussa ja Hankasalmella.



Kuvat: Kiilto

Heini Järvensivu on varsinainen Kiilto-konkari, joka on viihtynyt yrityksen palkkalistoilla jo neljä vuosikymmentä.

dotuksen lähettäneet tiimit saavat käyttää pari kuukautta työaikaan ideoidensa kehittämiseen.

”Viime vuoden kilpailu poiki muun muassa tuotepakkaustemme takaisin-kierrätyksen, jota pilotoimme kesällä Naantalın Muumimailman kanssa”, Solja kertoo.

Kun Eeva Solja katsoo taaksepäin Kiillon satavuotista taivalta, hän ei halua nostaa esiin ketään yksittäistä ihmistä tai mitään yksittäistä tapahtumaa.

”Sen sijaan korostaisin yhtiön henkeä. Se erottaa meidät muista yrityksistä.”

Myös yhtiössä 40 vuotta työskennellyt HR-koordinaattori **Heini Järvensivu** tunnistaa oitis ”kiiltolaisuuden”.

Hän kehuu yhteisöä ”loistavaksi ja aktiiviseksi”.

”Kiilto on työntekijäystävällinen työpaikka. Täällä satsataan henkilöstön työturvallisuuteen, työhyvinvointiin ja osaamiseen.”

Järvensivun intoa ovat vuosikymmenten vieressä pitäneet yllä työn monipuolisuus ja tehtävien vaihtuminen riittävän usein.

”Ei ole koskaan tarvinnut jäädä junaamaan paikoilleen.”

Konserni ei satsaa pelkästään työntekijöiden psyykkiseen vaan myös fyysiseen hyvinvointiin. Viime vuonna KiiltoClean Oy sai Suomen aktiivisin työpaikka -tunnustuksen. Kaksi vuotta sitten saman palkinnon pokkasi Kiilto Oy.

”Meillä on vuosittaiset vapaaehtoiset kuntotestit. Jo pelkästä osallistumisesta saa rahallisen bonuksen”, Eeva Solja kertoo.

”Lisäksi meillä on laaja tarjonta omia harjoitusvuoroja. Järjestämme myös erilaisia liikuntakampanjoita ja -tapahtumia.” □

Kirjoittaja on vapaa toimittaja.
emmakaustara@gmail.com