

Har jeg nogensinde  
fortalt dig om den gang

# Mikko Iivonen

På en eller anden måde kender mange, som aldrig har mødt Mikko Iivonen, ham alligevel. De hører om direktøren for forskning, udvikling og tekniske standarder hos Rettig ICC, læser om ham eller ser ham i den nye 15 % kampagne. Han er måske ikke den mest sandsynlige person, man kunne forestille sig til at præsentere en markedsføringskampagne. Han er nemlig ikke en, der råber højt, men er beskeden og ligefrem med en lige blanding af akademisk og teknisk viden. Så har han det godt med at præsentere den nye 15 % kampagne?

“Jeg har sådan set ikke noget imod det, jeg blev spurgt, og så sagde jeg ja”, svarer Mikko nøgternt. “Det er min rolle at forsyne markedet med fakta, og det er jo en måde at udveksle information på, så det er også en del af min rolle. Faktisk er ideen om 15 % vældig god, men det er en udfordring udelukkende at fokusere på ét tal. Naturligvis er alle bygninger forskellige, med forskellig isolering, varmebehov osv. 15 % er tommelfingerreglen, og man kan ofte opnå højere besparelser. Men vi syntes, at det var på tide at tage et standpunkt, at forklare tallene og videnskaben bag dem. Og det er jo faktisk min afdeling. Så jeg har ikke noget imod at vise mit ansigt med faktaene.”

## MED DET PERFEKTE JOB HAR DU VERDEN I DIN HULE HÅND

### Er du den person, vi søger?

Som en innovativ og verdensførende virksomhed inden for radiatorer og gulvvarme søger Purmo Radson altid dynamiske og energiske medarbejdere.

Så er du en person, der søger nye udfordringer og leder efter et alsidigt job med muligheder for personlig og faglig udvikling, så kontakt os [www.purmo.com/dk/firmaet/job.htm](http://www.purmo.com/dk/firmaet/job.htm), og hør mere om dine muligheder.

Vi håber snart at kunne byde dig velkommen hos Purmo.

**PURMO**   
clever heating solutions



I varmebranchen har der traditionelt været "venlig rivalisering" mellem gulvvarme og panelradiatorer. Engang betød den polariserende effekt inden for området, at man kun kunne anbefale det ene eller det andet, men sjældent begge dele. At Purmo Radson leverede (og nu også fremstiller) begge systemer, var engang kilde til megen morskab og mange livlige diskussioner i virksomheden. Men da gængs viden nu anbefaler begge systemer som det ideelle valg, hvad sker der så med den meget opreklamerede 15 % kampagne og de tidligere undersøgelser, der foretrak radiatorer? "Videnskaben står ved magt," bekræfter Mikko, "forskningen gælder stadig, beviset er stadig gyldigt," siger han. "Radiatorer er stadig bedre til at udnytte varmegevinster og har mindre varmetab. I løbet af de sidste 30 år er forbrugerne blevet manipuleret meget, fra et markedsførings-synspunkt, om fordelene ved gulvvarme. Komfort var den store fordel, der altid blev fremhævet ved at sammenligne den med de negative punkter ved radiatorer. Men nu for lavenergibygninger er markedsføringen blevet ændret, og her er nøgleordet energieffektivitet."

Den bedste måde at udfordre en videnskabsmand på er at fremsætte en påstand uden beviser. Tilbage i 2008 samarbejdede Mikko med en gruppe forskere om at undersøge nogle af de påstande, som var blevet fremsat om radiatorer. Resultaterne er veldokumenterede i dokumentet: 'For radiatoropvarmning', et faktabaseret forsvar, som klarlægger 2 års indsamling af 140 argumenter fra feltet. Den korte udgave: den bragte en masse myter til tavshed og viste en række bemærkelsesværdige forskelle mellem

varmesystemer i lavenergibygninger, der benyttede lave vandtemperaturer. For nylig udviklede forskningen sig til kampagnen om at spare 15 % energi. "Det har gjort arbejdet lettere for salgsstyrken," siger Mikko. "Vi har fået en masse positiv feedback om, at forskningen nu er lettere at forstå, og at faktaene er lettere at forklare," siger han. "Hvilket naturligvis er fantastiske nyheder. Og for kunder, som også ønsker at sælge gulvvarme, kan vi naturligvis også tilbyde det."

#### AT TALE SALGSSPROG

Rettig ICC har en klassisk for-/bag forretningsstruktur med en opdeling mellem salg og markedsføring på den ene side og indkøb, produktion, logistik og drift på den anden. Måske er den eneste person, som arbejder på begge sider samtidig, Markus Lengauer, CEO. Men Mikko Iivonen har en fortid inden for salg, da han studerede. "Jeg var 20 og læste på Helsinki University of Technology," (HUT) forklarer Mikko, "hvor jeg studerede HVAC (varme, ventilation og luftkonditionering) og mekanisk industriel produktionsteknologi.

Og jeg fik et sommerferiejob i det sydvestlige Finland på en radiatorfabrik, hvor jeg svejsede radiatorer på gammeldags måde, med håndkraft. På det tidspunkt hjalp jeg også nogle gutter i salgsafdelingen med at projektere centralvarmesystemer, og det gav mig virkelig god praktisk erfaring, et

virkeligt perspektiv af, hvordan sælgere arbejder, hvad de har brug for og hvordan de tænker. Så jeg har altid været klar over, at de har brug for fakta for at kunne arbejde, og det var den måde, jeg også kunne hjælpe dem. Mens jeg gjorde det, arbejdede jeg som forsker på HUT og underviste yngre studerende i HVAC, og derefter blev jeg i 1982 kontaktet af ejeren af Lämpölinja Oy, som tilbød mig at arbejde for sit firma i Finland. Kort derefter overtog Rettig ICC

## Historien bag historien om 15 % kampagnen

firmaet, og siden da har jeg været en del af familien," siger Mikko med et smil.

Så hvordan udtrykker en teknisk hjerne sig i en verden med masseproduktion? "Nå, det er nu ikke så svært. Da jeg var ung, var jeg naturligvis meget interesseret i motorer, skilte dem ad og samlede dem igen, så jeg brugte samme logik og samme videbegærlighed til varmelementer. Det var grunden til, at jeg begyndte mit studium for at finde ud af, hvordan disse ting blev til og hvorfor." Den naturlige progression førte Mikko til

produktudviklingsiden i varmeverdenen, hvor design møder teknologi. "Ja, jeg var involveret i integrerede ventilsystemer," siger han, "og radiatorkonvektionsfinnen, dens form og placering. Jeg har altid været fascineret af sådanne designspørgsmål."

#### VIGTIGE VALG VÆKKER GENKLANG I LIVET

Hans historie kunne have været meget anderledes, hvis Mikkos anden tidlige store

interesse havde udfoldet sig. "Nå ja," ler han.

"Musikakademiet." Det er et lille glimt mellem linjerne af en beskeden mands tekniske CV. "Jeg havde også tænkt mig at blive musiker," forklarer Mikko. "Keyboard, heavy rock og Hammondorgel, for selvfølgelig var jeg i et band, og selvfølgelig ville vi blive berømte ligesom mine helte, Uriah Heep og Led Zeppelin. "Men det er meget længe siden, dengang jeg havde hår,"

siger han, "og måske var vi alligevel ikke så gode. For øvrigt er jeg meget tilfreds med den sti, jeg har valgt. Jeg har en dejlig familie, to sønner, og som alle finske familier løber vi langrend om vinteren, om sommeren tager vi i hytte, og jeg sejler også og spiller golf." Der er mere ved direktøren for forskning, udvikling og tekniske standarder end man konstaterer ved første øjekast. "Der er meget at fortælle," smiler han, "har jeg nogensinde fortalt dig om den gang, jeg var med i en virkelig succesrig reklamekampagne?" ■