

Har jag berättat
för dig om när...

Mikko Iivonen

Även människor som aldrig har träffat Mikko Iivonen vet vem han är. De vet att han är direktör för FoU, forskning och tekniska standarder på Rettig ICC, de läser om honom eller ser honom i den nya 15 % -kampanjen. Han är kanske den person man allra minst väntar sig som frontfigur i en marknadsföringskampanj. Privat är han lågmäld, blygsam och försynt, en blandning i lika delar av akademiker och teknikfantast. Hur känns det då för honom att stå i rampljuset i den nya 15 % -kampanjen

“Det är ok, jag blev tillfrågad och jag sade ja”, svarar Mikko sakligt. “Min roll är att föra fram sanningen till marknaden, och det här är ett sätt att sprida information, så det här är också en del av min roll. Tanken med 15 % är ju mycket bra, men det är utmanande att fokusera på en enda siffra. Alla byggnader är olika, de har olika isolering, värmebehov och så vidare. 15 % är bara en tumregel, och det går ofta att göra ännu större besparingar. Men vi tyckte det var dags att sätta ner foten, förklara siffrorna och föra fram vetenskapliga fakta. Och det är ju min avdelning, så att säga. Så jag har inget emot att ge fakta ett ansikte.”

MED DET PERFEKTA JOBDET HAR DU VÄRLDEN I DINA HÄNDER

Är du den vi efterlyser?

Som ett innovativt och världsledande företag inom radiatorer och golvvärme söker Purmo Thermopanel LVI ständigt efter dynamiska och energiska kandidater som hjälper företaget att växa.

Är du en person som gillar utmaningar och letar efter ett omväxlande jobb med möjligheter till personlig utveckling och utrymme för egna initiativ, kontakta oss www.purmo.com/vacancies och ta reda på vad vi kan erbjuda.

Vi hoppas att vi snart får välkomna dig till Purmo Thermopanel LVI.

PURMO 
clever heating solutions

THERMOPANEL 
clever heating solutions

LVI 
the hot alliance



I värmebranschen har det av tradition rått en "vänskaplig rivalitet" mellan golvvärme och panelradiatorer. Frågan blev till sist så polariserad, att det bara gick att rekommendera det ena eller det andra, sällan båda delarna. Det faktum att Purmo Radson levererade (och numera även tillverkar) båda systemen gav en gång i tiden upphov till både skämt och livliga diskussioner på företaget. Men eftersom den accepterade sanningen numera rekommenderar båda systemen som den idealiska lösningen, hur går det då med den lovordade 15 % -kampanjen och den tidigare ProRadiator-forskningen? "Vetenskapen står fast", understryker Mikko, "forskningsresultaten är giltiga och bevisen håller fortfarande. Radiatorer är fortfarande bättre på att utnyttja värmevinster, och de uppvisar mindre värmeförluster. Under de senaste 30 åren har konsumenterna blivit manipulerade av stark marknadsföring om fördelarna med golvvärme. Komfort har varit ledordet som förts fram och kontrasterats mot negativa synpunkter på radiatorer. Men nu låter det annorlunda: i lågenergihus marknadsför man numera radiatorer för deras energieffektivitet."

Bästa sättet att utmana en vetenskapsman är att komma med ogrundade påståenden. År 2008 gick Mikko och en grupp forskare ihop för att undersöka en del påståenden som gjordes om radiatorer. Resultaten finns dokumenterade i "Pro Radiator"-rapporten, som undersöker fakta bakom 140 påståenden om radiatorer, som samlats in på fältet under två år. Rapporten tog kål på

många myter och visade på många anmärkningsvärda skillnader mellan värmeavgivare i lågenergibyggnader som utnyttjade låga vattentemperaturer. Forskningen utmynnade nyligen i kampanjen "15 % energibesparing" som enligt Mikko har "underlättat för våra försäljare." "Vi får många positiva synpunkter på att forskningen nu är lättare att ta till sig, det är lättare att förklara fakta", säger han. "Det är förstås väldigt bra. Och till kunder som också vill sälja golvvärme kan vi så klart erbjuda det med."

TALAR SÄLJARNAS SPRÅK

Rettig ICC har en klassisk företagsstruktur där det finns en skiljelinje mellan försäljning och marknadsföring å ena sidan och inköp, produktion, logistik och affärsverksamhet å den andra. Kanske den enda person som är verksam på båda sidorna samtidigt är VD:n Markus Lengauer. Men Mikko Iivonen har en bakgrund inom försäljning som går tillbaka till hans studietid för många år sedan.

"Jag var 20 år och gick på Tekniska högskolan i Helsingfors", förklarar Mikko, "och läste VVS-teknik och Industriell produktionsteknik. Jag tog ett sommarjobb i sydvästra Finland på en radiatorfabrik, där jag svetsade radiatorer för hand på det gammalmodiga

sättet. Samtidigt hjälpte jag också försäljarna att planera värmesystem, och det gav mig en verkligt bra praktisk grund, ett bra perspektiv på hur försäljare arbetar, vad de behöver, hur de tänker. Så jag har alltid förstått att de behöver klara fakta i sitt arbete, och det var det jag kunde hjälpa dem med. Medan jag höll på med detta, arbetade jag som forskare på Tekniska högskolan och undervisade om VVS, och 1982 blev jag inbjuden av ägaren till Lämpölinja Oy att börja på hans företag i Finland. Strax efteråt blev företaget

Historien bakom historien om 15 % kampanjen

uppköpt av Rettig ICC och jag har tillhört familjen sedan dess", säger Mikko med ett leende. Så hur passar ett tekniskt sinnelag in i en värld av massproduktion? "Mycket bra förstås. När jag var ung älskade jag förstås maskiner, jag tog isär dem och satte ihop dem, och jag använde samma logik, samma nyfikenhet på värmeelement. Det var därför jag började min studie, för att ta reda på hur de kom till och varför." Och

sedan var det ett naturligt steg för Mikko att gå vidare till produktutvecklingssidan, där design möter teknik. "Ja, jag höll på med integrerade ventilsystem, berättar han, "radiatorns konvektorfläns, formen och placeringen av den, och jag har alltid varit fascinerad av den typen av designfrågor."

VÄGVALEN STYR LIVET

Men hans liv kunde ha sett helt annorlunda ut om hans andra tidiga kärlek hade fått blomma ut. "Ja, visst", skrattar han.

"Musikakademin." Det är en liten inblick mellan raderna i en blygsam mans tekniska CV. "Jag tänkte också bli musiker", förklarar Mikko. "Keyboards, hårdrock och hammondorgel, och jag var förstås med i ett band och vi skulle förstås bli stora som mina idoler Uriah Heep och Led Zeppelin. Men det var för länge sedan, när jag hade hår", säger han, "och vi kanske inte var så duktiga ändå. Dessutom är jag väldigt nöjd med den väg jag slog in

på. Jag har en fantastisk familj, två söner, och som alla finska familjer åker vi skidor, på sommaren är vi i sommarstugan, och så seglar jag. Och spelar golf." Det finns helt klart mycket mer hos denne direktör för FoU, forskning och tekniska standarder än man ser vid första anblicken. "Å, det finns mycket att berätta", ler Mikko. "Har jag berättat för dig om när jag var med i en riktigt lyckad annonskampanj?"