



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO

2026



Lapland Startup Hub

LAPLAND STARTUP HUB

Startup-Hautomo -käsikirja



Sisällysluettelo

Avaussanat.....	4
1 Johdanto.....	5
1.1. Mitä on startup ja miksi sitä tarvitaan Lapissa?	5
1.2. Lapland Startup Hub.....	7
2 Hautomon käytännön toiminta	8
3 hautomotoiminnan tekijät.....	11
4 hautomon osallistujat.....	12
5 ekosysteemin ja roolien kuvaus.....	13
6 toiminnan periaatteet ja lähtökohdat.....	15
7 Hautomon viestintä	17
7.1. Johdanto – miksi yhtenäinen viestintä?.....	17
7.2. Brändin ydin viestinnän perustana	17
7.3. Kohderyhmät ja viestinnän painopisteet	18
7.4. Tone of Voice – äänensävy käytännössä	18
7.5. Tyyliopas: tekstin pituudet ja mallit	18
7.6. Kanavakohtaiset ohjeet	19
7.7. Visuaalinen viestintä	19
7.8. Valokuvaus ja kuvien käyttö	19
7.9. Visuaalinen viestintä	21
7.10. Mittaaminen ja kehittäminen.....	22
7.11. Usein kysytyt – nopea apu	22
8 Lapin hautomotoiminta suhteessa kansalliseen ja kansainväliseen startup-hautomotoimintaan	23
9 Hautomon jatkuva kehittäminen	25
9.1. Tulevaisuuden tavoitteiden tarkempi käsittely.....	25
9.2. Toiminnan jatkuvuuden tukeminen	26
9.3. Toiminnan jatkuvuuden edellytyksistä.....	27
9.4. Vision ja mission määrittely	27
9.5. Vaikuttavuusmittarit ja raportointi	28
10 Lappilaisen startup-kulttuurin kasvustrategia - ideasta kasvuyritykseksi.....	29
Päätössanat	31



© 2026
Lapland Startup Hub
Startup-hautomon käsikirja
Lapin startup-hautomo ja -ekosysteemi -hanke

Sisällöt: Anne Harjulahti, Markus Pellikka, Esa Posio, Tuula Saarela, Leena Enbuske
Käsikirjan taitto: Katriina Matikainen

AVAUSSANAT

Tämä hautomokäsikirja tukee ja ohjaa Lapland Startup Hubin hautomotoiminnan toteuttamista. Käsikirjaa avaa Lapland Startup Hubin (Lapin Startup Hubin) toiminnan periaatteita, käytännön toteutuksen mahdollisuuksia sekä tulevaisuuden suuntaviivoja.

Hautomokäsikirjan ei ole tarkoitus olla tyhjentävä, vaan se täydentyy hautomotoiminnan kehittyessä. Käsikirjan avulla hautomotoiminnan toteuttaja ja/tai toteuttajat saavat sulavasti jatkettua toimintaa lapin startup-hautomo ja -ekosysteemi hankkeen 1.2.2024–28.2.2026 päättymisen jälkeen. Käsikirja toimii hautomotiimin ”käyttöohjeena” arjen työhön. Käsikirjaa täydentää ekosysteemistrategia, markkinointistrategia, brändistrategia ja viestintäsuunnitelma. Käsikirjaa voi hyödyntää myös oppilaitoksen johto hautomotoiminnan seurannan ja päätöksenteon apuvälineenä sekä hautomon kumppanit ja rahoittajat kuvauksena siitä, mitä hautomo tekee ja miten. Käsikirjaa voidaan käyttää myös uusien työntekijöiden ja mentorien perehdytysmateriaalina. Käsikirja täydentävillä liitteillä taipuu siis moneen käyttöön, mutta kaikkia vastauksia se tuskin antaa.

Hautomotoiminnan tulisi noudattaa hyväksi koettuja käytänteitä ja muiden hautomoiden banchmarkkauksen oppeja. Toiminnan ei tulisi kuitenkaan kangistua kaavoihinsa. Tarkoituksena on, että hankkeen aikana toteutettu käsikirjaa päivitetään toiminnan kasvaessa ja kehittyessä. Hautomon tulisi olla tekijöidensä näköinen.

Näillä sanoin etenemme kohti kehittyvää Lapin startup-kulttuurin rakentamista ja startup-toiminnan edistämistä kestävästi ja määrätietoisesti Lapin alueella.

Ready, set, grow!

Rovaniemellä 20.2.2026

Markus, Katriina, Anne, Kaisa, Esa, Leena ja Tuula





1 JOHDANTO

1.1. Mitä on startup ja miksi sitä tarvitaan Lapissa?

Startup-yrityksillä tarkoitetaan yleensä nuoria, voimakkaan kasvuhakuisia yrityksiä, joiden tarkoituksena on kehittää ja tuoda markkinoille uusia, innovatiivisia tuotteita tai palveluita. Startupeilla on potentiaalia olla merkittäviä innovaatioiden kehittäjiä, työpaikkojen luoja, elinkeinoelämän uudistajia ja taloudellisen kasvun ajureita.

Suomesta on viime vuosina noussut merkittäviä startup-yrityksiä, ja maahan on saatu paljon startupien kasvurahaa. Lapissa startup-toiminta on kuitenkin ollut vähäistä. Tarve kasvuhakuisten ja kansainvälistymiseen pyrkivien yritysten tukemiselle on tuotu esiin muun muassa useissa maakunnan kehittämislinjauksissa.

Startupien tavoitteena on voimakas kasvu. Kasvun onnistuminen edellyttää tukipalveluiden, osaamisen ja rahoituksen saatavuutta sillä alueella, josta nämä yritykset ponnistavat. Lapin startup-hautomo ja -ekosysteemi -hankkeessa on perustettu Rovaniemelle ja Kemi-Tornioon startup-yrityshautomo sekä suunniteltu ja käynnistetty alueellisen startup-ekosysteemin toimintaa. Hankkeen kohderyhmänä ovat olleet korkeakoulut ja ammatilliset oppilaitokset, kunnat, niiden kehittämisyritykset sekä osittain myös pk-yritykset.

Välillisiä kohderyhmiä puolestaan ovat olleet lappilaiset uutta, innovatiivista ja kasvuun tähtäävää yritystoimintaa suunnittelevat ihmiset ja tiimit, joilla ei ole vielä y-tunnusta tai toimivaa yritystä, erityisesti hankkeessa osatoteuttajina toimineiden oppilaitosten työkäiset opiskelijat.

Startup-hautomoiden ideana on tarjota yritysideoita kehittäjille tukea esimerkiksi liiketoimintamallin kehittämiseen, idean toimivuuden arviointiin, rahoitukseen saamiseen ja yrittäjävalmiuksiin. Hankeaikana perustettu, Rovaniemellä ja Kemi-Torniossa sekä soveltuvien verkossa toimiva startup-hautomo on monialainen ja sen läpileikkaavina teemoina ovat vihreä siirtymä ja digitalisaatio.

Lapin toimintaympäristö asettaa haasteita startup-yrittäjyydelle. Lapissa on pitkät välimatkat, suuri määrä pieniä yrityksiä ja pienehkö väkiluku. Lisäksi hankkeen aikana tuotiin esille sijoittajahaastatteluissa maakunnasta puuttuva tekninen yliopisto. Usein tekninen yliopisto tuottaa luonnollisesti startup-tyylisiä ratkaisuja ja spin-off yrityksiä. Projektin aikana henkilöstö koki, että voimme nykyisillä kehittämisympäristöillä sekä korkeakoulujen että oppilaitosten toiminnalla mahdollistamaan myös tutkimuksesta ja kehittämisestä nousevat startup-yrityksiä, kunhan pystymme osoittamaan toimintaan tukea. Maakunnan startup-kulttuuri on ollut vähäistä ja yksityinen pääomarahoitusta niukkaa. Haasteet voidaan kuitenkin kääntää vahvuudeksi ja Lapin startup-hautomon hautomotoiminnan avulla Lapin alueen vahvuuksia voidaan uusien innovatiivisten ja skaalautuvien liikeideoiden muodossa kasvattaa menestyväksi liiketoiminnaksi.

Maakunnan haasteiden – ja mahdollisuuksien – vuoksi hautomotoiminnan käynnistämistä on edeltänyt tarpeiden ja toimintaympäristön analyysiä ja vastaavien alueiden startup-toiminnan benchmarkkaus. Näiden avulla on luotu alustava konsepti startup-hautomon ja -ekosysteemin toiminnasta. Konsepti on toiminut pohjana hautomon ja ekosysteemin kohde- ja sidosryhmien kanssa tehdylle yhteiskehittämiselle ja pilotoinnille, jonka avulla on suunniteltu hautomon ja ekosysteemin toimintamallia. Ekosysteemiä yhteistyötä ja hautomotoimintaa on kehitetty sidosryhmien kanssa pilotoimalla – keskustelemalla, kokeilemalla ja kuuntelemalla ajatuksia ja palautetta. Hautomon ja ekosysteemin tunnettuutta on rakennettu hankeaikana pitkäjänteisesti.

Hankkeen aikana tarkoituksena on ollut luoda vakaa pohja Lapin startup-kulttuurin kehittymiselle ja mahdollistamiselle. Tätä varten hankkeessa on painotettu startup-ekosysteemin ja hautomotoiminnan vakiinnuttamista ja toiminnan jatkumista ilman ulkopuolista rahoitusta.

Pidemmällä aikavälillä startup-kulttuurin synnyttäminen Lappiin tukee Lapin elinkeinotoiminnan uudistumista ja elinvoimaisuutta maakunnan osaamisvahvuuksien ja erityispiirteiden pohjalta. Startup-kulttuurin jalkautuminen Lappiin lisää Lapin veto- ja pitovoimaa: yrittäjyyden edellytyksiä tukevat toimet sekä vahva startup-ekosysteemi ehkäisevät osaajien poismuuttoa sekä houkuttelevat alueelle luovasta yrittäjyydestä kiinnostuneita ihmisiä, yrityksiä ja rahoittajia. Samalla vahvistuu Lapin innovaatio- ja yrittäjyyskulttuuri hyödyntäen pohjoisen ympäristön ja arktisen liiketoiminnan sekä kaksoissiirtymän tuomat kasvumahdollisuudet.

1.2. Lapland Startup Hub

Lapland Startup Hub on startup-yrittäjyyden lähtöpiste, joka kannustaa yrittäjiä innovatiiviseen ja kokeilunhaluiseen yritysideoiden kehittämiseen, skaalautuvan liiketoiminnan rakentamiseen ja asiantuntijuuden yhteisölliseen jakamiseen. Toiminnan tavoitteena on tarjota työkaluja ja resursseja, sekä asiantuntijuutta ja tukea, joka auttaa yrittäjiä kasvamaan sekä kehittämään kestäväää liiketoimintaa niin alueellisesti, kansallisesti kuin kansainvälisestikin. Startup-toimintaa tukeva ekosysteemi, joka koostuu lukuisista yrittäjyyttä tukevista toimijoista, organisaatioista, asiantuntijoista, rahoittajista sekä päättäjistä kokoaa samanaikaisesti kaikki eri toimijat edistämään yhteisiä tavoitteita lappilaisen startup-yrittäjyyden monipuoliseksi tukemiseksi ja alueellisen startup-kulttuurin vahvistamiseksi.

Lapland Startup Hubin kolme arvoperustaista painopistettä ohjaavat hubin toimintaa päätöksenteossa, käytännön toiminnoissa, sekä yhteistyössä:

ARVOPERUSTAISET PAINOPISTEET

VASTUULLISUUS

(eettinen, sosiaalinen,
taloudellinen ja ekologinen)

Hautomo sitoutuu edistämään vastuullista liiketoimintaa, joka tukee vihreää siirtymää ja kestäväää talouskasvua. Tämä näkyy siinä, että yrityksiä kannustetaan rakentamaan liiketoimintamalleja, jotka huomioivat ekologiset, sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset pitkällä aikavälillä.

YHTEEN HIILEEN PUHALTAMINEN

Hautomo korostaa avoimuutta, verkostoitumista ja keskinäistä tukea. Tavoitteena on luoda tiivis ja kannustava yhteisö, jossa yrittäjät, rahoittajat, mentorit ja koulutusorganisaatiot työskentelevät yhdessä (yrittäjän) menestymisen eteen.

INNOVATIIVISUUS JA KOKEILUKULTTUURI

Hautomo rohkaisee kokeilemaan uusia ideoita ja ajattelemaan rohkeasti tulevaisuutta. Innovatiivisuus näkyy toimintamalleissa, kuten tulevaisuuden skenaarioiden pohdinnassa ja uusien liiketoimintamallien kehityksessä.

Lapland Startup Hubin toiminnan tavoiteltuna lopputulemana on, että Lapissa syntyy enemmän yrityksiä, joiden toiminta tavoittelee skaalautuvuutta, kansallisia ja kansainvälisiä markkinoita, sekä innovatiivisen yrityskulttuurin toteutumista. Lisäksi tavoitteena on yhteisen ja yhtenäisen startup-kulttuurin synnyttäminen alueelle ja sen jatkuvuuden tukeminen ekosysteemin johdonmukaisen toiminnan avulla.

2 HAUTOMON KÄYTÄNNÖN TOIMINTA

Startup-hautomo on alkuvaiheen yrittäjille, yrittäjäksi haluaville ja innovaattoreille suunnattu sparrausohjelma, jonka tehtävä on tarjota tukea idean ja liiketoiminnan kehittämiseksi kohti kannattavaa, kestävää ja skaalautuvaa startup-yritystoimintaa. Hautomo toimii yrittäjille suorana kanavana erilaisiin tuen muotoihin ja laajoihin rakentuneisiin verkostoihin.

Hautomo tarkoituksena on tarjota koulutuksia, työpajoja ja asiantuntijasparrausta sekä tietoa rahoitusmahdollisuuksista ja –kanavista ja tukea rahoituksen hakemiseen. Hautomotoiminnan parissa on mahdollista verkostoitua erilaisten tapahtumien ja ekosysteemiverkoston avulla. Yhteistyötä tehdään muiden startup-toimijoiden kanssa niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Hautomo tarjoaa myös muunlaista tukea yrittäjälle: henkilökohtaista sparrausta, oikeiden asiantuntijoiden luo ohjaamista sekä ratkaisujen etsimistä yhdessä.

Hautomon keskeisiä toimintoja ovat **bootcamp**, **startup-hautomo**, **tapahtumat**, **kilpailut**, **asiantuntijainfot** ja **koulutukset**. Bootcamp on hautomon “sisäänheittotuote”, jossa esivaiheessa olevat yritykset ja ideat saavat sparrausta, kehittämisen tukea ja vahvistusta ideoilleen. Hankeaikana kokeiltiin kahdentyyppistä bootcampia, joista erityisesti Pitsaa ja bisnestä -tyyppinen hyvin kevyt ja matalankynnyksen ideointitapahtuma oli menestys niin Rovaniemellä kuin Kemissä järjestettynä.

Yrittäjyyttä suunnittelevat tai yrittäjät voivat hakea startup-hautomoon erilaisia polkuja pitkin. Taustalla voi olla yritysopintoja, Yrittäjäksi Lappiin –MOOC tai esimerkiksi aiempaa yrittäjyykokemusta. **Hautomoon valintaa ohjaa ideoiden startup-potentiaali, tahtotila työskennellä ja työstää ideoita yhdessä sekä ideoiden innovatiivisuus.** Hautomotoiminta etenee alkutapaamisen jälkeen erilaisten yhteisten sessioiden ja yritys kohtaisten sparrausten kombinaationa kunkin yrittäjän, tiimin ja idean tilanteen mukaan. Yhteisissä tapaamisissa ideoita työstetään yhdessä hautomon asiantuntijoiden ja muiden osallistujien kanssa. Ideakohtaisissa sparrauksissa paneudutaan kunkin idean henkilökohtaisiin kehitystarpeisiin tarpeeseen soveltuvien asiantuntijoiden tuella.

Arctic Bright Minds –liikeideakilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran loppusyksyllä 2025 ja se keräsi yhteen yli 20 innovatiivista liikeideaa. Liikeidea kilpailu toteutettiin Lapin ammattikorkeakoulun tiloissa ja paikan päällä kisaa seurasi noin 60 henkilöä. Tuomaristossa oli kuusi eri aloilla, johtavissa tehtävissä toimivaa asiantuntijaa, jotka haastoivat tiimejä kysymyksillään. Konsepti todettiin toimivaksi ja ajatuksissa on ollut toteuttaa kilpailu säännöllisesti myös jatkossa huomioiden toteutuneen kilpailun esille tuomat kehittämiskohdat.

Erilaisia asiantuntijainfoja ja -koulutuksia on pidetty Lapland Startup Hubin puitteissa noin kerran kuukauteen. Erityisesti rahoitukseen ja myyntiin liittyvät infot näyttivät kiinnostavan ja vetävän osallistujia. Asiantuntijatilaisuuksia on järjestetty myös muun muassa kierto-talouteen, IPR-oikeuksiin ja osakassopimuksiin liittyen. Tilaisuudet ovat olleet joko paikan päällä, etänä tai hybriditoteutuksena. Paikan päällä olleet tilaisuudet ovat olleet keskustel-
evampia ja osallistavampia. Mikäli etä- tai hybriditoteutuksia toteutetaan jatkossa, on syytä suunnitella tarkemmin fasilitointi ja osallistujien osallistaminen.

HAUTOMON YHDEKSÄN ERI TEEMAA:

Hautomokonseptiin on määritelty vuosien 2024–2025 aikana työpajatyöskentelyn avulla toteutetun konseptoinnin myötä yhdeksän eri teemaa:

- 1 STARTUP-YRITTÄJYYS JA HYVINVOINTI
- 2 SKAALAUTUMINEN JA KANSAINVÄLISTYMINEN
- 3 ENNAKOINTI JA SKENAARIOT
- 4 TALOUDEN JA RAHOITUKSEN SUUNNITTELU
- 5 JOHTAMINEN
- 6 MYYNTI
- 7 BRÄNDI JA MARKKINOINTI
- 8 PILOTOINTI JA LANSEERAUS
- 9 PITCHAUS-KOULUTUS

Konsepti esittää yhteistä ymmärrystä siitä, mitä startup-hautomo ja -ekosysteemi voivat olla ja miten ne voivat toimia hankeajan jälkeen. Samankaltaisia teemoja on löydetty myös muista startup-hautomo-ohjelmista kuten Accent toimijoilla Itävallassa. Konsepti on tavoitetilä, jonka on ollut tarkoitus muokkaantua hankkeen ja hankkeen jälkeisenä aikana. Hankeajana konseptia on hyödynnetty toiminnan suunnittelun lähtökohtana, mutta toiminnassa on testattu erilaisia muunnelmia alkuperäisestä konseptista.

Kaikki edellä mainitut teemat ovat keskeisiä niin “tavallisen” liiketoiminnan kuin startup-yrityksen käynnistystä suunniteltaessa. Hautomopilottien myötä hanketiimissä kuitenkin huomattiin, että käytännössä kaikkien teemojen systemaattinen käsittely valmennusten ja erilaisten tapahtumien muodossa voi olla aikataulullisesti haastavaa. Yhdessäkään hautomopilottissa ei perehdytty syvällisesti kaikkiin teemoihin, vaan valmennuksia ja erilaisia asiantuntijainfoja oli eri määrä kussakin pilotissa ja tietyt teemat tuotiin syvällisemmin esiin kuin muut.

Ensimmäinen keväällä 2025 toteutetussa hautomossa, ohjelma noudatteli vahvemmin alkuperäisessä konseptissa määriteltyjä teemoja, kun taas toinen ja kolmas pilotti käsitelivät teemoja läpileikkaavasti siten, että valmennuksissa edettiin business model canvasia täydentäen ja harjoittelen viimeisillä tapaamisilla pitch-deckin rakentamista ja pitchausta.

Lapland Startup Hubin pilottien myötä kokemus oli, että **lyhyempi ja kevyempi kierto näyttää paremmin tukevan aktiivista osallistumista**. Hautomo-osallistujilla – sen enemmän kuin muillakaan ihmisillä – ei löydy aikaa useampia tunteja osallistua erilaisiin valmennuksiin ja infoihin viikkotasolla. Lisäksi kaikille sopivan ajankohdan löytäminen arkipäiviin on haastavaa.

Osallistujilta saatu palaute tuki sitä, että hautomototeutuksissa **keskusteleva eteneminen oli antoisampaa lähitapaamisissa kuin etäosallistumisissa**. Kahden viimeisen hautomopilottin myötä erityisesti keskustelevaa otetta ja aikaa myös vapaamuotoiselle keskustelulle arvostettiin.

Toteutustavoissa pyrittiin erilaisiin kokeiluihin ja joustaviin ratkaisuihin. Toteutusta olisi hyvä jatkaa samalla periaatteella myös tulevaisuudessa. Maailma muuttuu, ja myös hautomotoiminnan on hyvä olla aallon harjalla, mikäli sen halutaan herättävän kiinnostusta startup-yrittäjyyttä suunnittelevien keskuudessa.

Hautomon käytännön toteutus vaatii jonkinäköistä osallistujarekisteriä, joka voi yksinkertaisimmillaan olla Excel-toteutus, kuten hankeajana. Sujuvan ja tehokkaan viestinnän näkökulmasta hautomotoiminta hyötyisi kuitenkin varsinaisesta CRM-järjestelmästä, jossa voitaisiin hallinnoida niin osallistujien, ekosysteemitomijoiden kuin asiantuntijoiden yhteystietoja ja jota voitaisiin käyttää tiedon hallintaan käytännön toiminnan tukena.

3 HAUTOMOTOIMINNAN TEKIJÄT

Hautomoa ei ole ilman tekijöitä, joten projektin aikana keskityttiin sidosryhmäyhteistyöhön ja asiantuntijoiden löytämiseen. Hautomoa toteutetaan hankkeen loputtua verkostomallilla, jossa Lapin AMK koordinoi kokonaisuutta ja sidosryhmien avulla hautomon toimintaan saadaan laajaa asiantuntijaosaamista ammattikorkeakoulun omien asiantuntijoiden lisäksi. Tätä laajaa asiantuntijaosaamista on saatu hautomoon muun muassa yritysneuvonnan, talouden ja rahoituksen sekä myynnin teemoihin. Hautomon yrityskehittäjille ja yrityskehittäjiltä hautomoon on rakennettu palvelupolku, joka tukee aloittelevia toimijoita toiminnan eri vaiheissa.

Hautomon toiminnan jatkuessa on edelleen **tärkeää ylläpitää ja kehittää sidosryhmäyhteistyötä ja asiantuntijaverkostoa**, sillä monialainen ja monipuolinen asiantuntijaverkosto mahdollistaa hautomon toiminnan kehittymisen. Hautomon tämänhetkiseen verkostoon kuuluu hankkeen toimijoiden lisäksi laaja-alaisesti toimijoita rahoitussektorilta, julkisista organisaatioista sekä aluekehitysorganisaatioista. **Hautomon toiminnan jatkues-**sa myös hautomon alumniverkoston merkitys kasvanee ja sitä tullaankin kehittämään hautomon toiminnassa.

Hautomo ei ole täydellinen, eikä tule sitä koskaan olemaankaan. Jo projektin aikana toteutuneissa piloteissa ja kokeiluissa, joissa on haettu hautomolle pysyvää muotoa, on havaittu eroja toimivissa käytänteissä eri toteutuksien ja toteutukseen osallistujien osalta. Yhtenä kertana toimii yksi toimintatapa ja toisella kertaa toinen. Siitä huolimatta toimintaa on kehitetty ja pysyvämpiä malleja ja käytänteitä on saatu rakennettua roolien, vastuiden, eri resurssien ja “toiminnoista sopimisien” osalta. Lisäksi on rakennettu hautomon toimintaa ohjaava tietopaketti, jonka avulla hautomon toimintaa voidaan jatkaa ja kehittää edelleen.

Esimerkinomaisesti asiantuntiosaamista on hankeaikana ollut käytettävissä seuraavasti:

Kemin Digipolis:	Liiketoimintasuunnitelma
REDU:	Yrityksen talous
TEAM Finland:	Rahoitus, yrityksen liiketoimintamallin kehittäminen
Pohjolan Osuuspankki:	Rahoitus
Kiertotalouskeskus:	Mitä kiertotalous on ja miten siitä voisi tehdä liiketoimintaa

4 HAUTOMON OSALLISTUJAT

Hautomon osallistujiksi ovat tervetulleita kaikki, jotka kehittävät uutta startup-liikeideaansa. Hankkeen yhteydessä kohderyhmä määriteltiin seuraavasti: **“Hankkeen kohderyhmänä ovat lappilaiset uutta, innovatiivista ja kasvuun tähtäävää yritystoimintaa suunnittelevat ihmiset ja tiimit, joilla ei ole y-tunnusta tai toimivaa yritystä, erityisesti hankepartnarioppilaitosten työikäiset opiskelijat”** ja hankkeen aikana voidaan todeta, että kohderyhmämäärittely on pitänyt varsin hyvin paikkansa.

Alussa startup oli ajatuksena uusi niin osallistujille kuin toisaalta myös toimijoille, joten ensimmäiseen hautomoon otettiin mukaan kokeilumielessä myös ei täysin startup-määritelmään kuuluvia toimijoita. Se oli loppujen lopuksi hyvä idea, sillä se auttoi määrittelemään ja ymmärtämään paremmin, mitä hautomo ja startup voisivat olla tällä alueella. Toiminnan kehittyessä myös osallistujien liikeideoiden startupmaisuus kasvoi ja liikeideoiden toimialan skaala moninaistui.

Hautomon osalta rakennettiin myös erilaisia määritelmiä/toimialoja, jotka toimisivat alueella. Niiden määrittelyssä käytettiin tukena Lapin älykkään erikoistumisen strategiaa, alueen vahvuuksia, toimijoiden strategioita ja tulevaisuuden kasvun aloja sekä kokemuksia benchmarkatuista hautomoista.

Teemat eivät ole pysyviä ja ovatkin toimineet hautomossa enemmänkin ohjenuorina osallistujille ja heidän ideoilleen. Määrittelyä pohdittiin ja lopulta päädyttiin vahvasti seuraavien teemojen ympärille:

- Innovatiiviset ratkaisut kiertotalouden periaatteiden mukaisesti
- Innovatiiviset ratkaisut hyvinvointi- ja elämyspalveluissa.
- Innovatiiviset uusiutuvan energian ja uusien teknologioiden ratkaisut

Määritelmistä/toimialoista ei haluttu tehdä liian sitovia ja jäykkiä. Liian tarkka määrittely voi aiheuttaa sen, että osa kohderyhmistä joko määrittää ideaansa liikaa niiden mukaan tai ei löydä idealleen paikkaa määritelmästä.

Hautomoon osallistujat ovat tulleet useiden eri reittien kautta ja sitä myöden heidän polkunsä hautomon jälkeen on myös erilainen. Osa on tullut erilaisten yrittäjyysopintojen kautta, joiden aikana liikeidea on keksitty tai kehitetty. Osa on tullut yrityskehittäjien kautta jalostamaan ideaansa pidemmälle ja saamaan käytännön tukea startup-idealleen.

Osa hautomon osallistujista jatkaa matkaansa yrityskehittäjän pakeille, osa jopa kenties hakemaan rahoitusta ja osa jää kehittämään ideaansa muun toiminnan, työn tai opintojen ohessa. Hautomon toiminnan kehittyessä ja jatkuessa hautomoon osallistuvien tulevaisuuden polut tulevat varmasti näyttämään erilaisilta, kuin mitä ne nyt hautomon käynnistyessä ovat.

5 EKOSYSTEEMIN JA ROOLIEN KUVAUS

Lapin startup-ekosysteemi tarkoittaa alueellista, yhteistyöhön perustuvaa verkostoa, joka luo paremmat edellytykset startup-yritysten syntymiselle ja kasvulle Lapin alueelle. Ekosysteemin ytimessä tulee olemaan opiskelijat, yrittäjät ja yrittäjyydestä kiinnostuneet innovaattorit sekä ympärillä toimivat yritykset, korkeakoulut ja oppilaitokset, kehittämis- ja tukipalvelut, rahoittajat sekä alueen päätöksentekijät. Toimintaa kannattelevat avoimuus, luottamus sekä tiedon ja osaamisen jakaminen ja myös ajatus siitä, että epäonnistuminen voi olla uuden alun paikka.

Nykyinen ekosysteemi tulee rakentumaan Lapissa erityisesti korkeakoulujen, kuntien ja kehittämisorganisaatioiden ympärille, ja sitä vahvistetaan startup-hautomotoiminnan kautta. Keskeisiä toimijoita ovat muun muassa Lapin ammattikorkeakoulu ja Lapin yliopisto sekä alueen kehittämistoimijat, esimerkiksi Kemin Digipolis Oy, joka toteuttaa elinvoimatehtävänsä Business Kemi -yritysneuvonnan sekä Kiertotalouskeskuksen kautta. Mukana tulee olemaan myös muita sidosryhmiä ja asiantuntijoita; ekosysteemi ja toimintamallit viimeistellään ja muokataan yhdessä sidosryhmien kanssa, jotta syntyy yhteinen ymmärrys rooleista ja yhteistyötavoista.

Tällä hetkellä ekosysteemin yhteistyö ei vielä perustu sopimussuhteeseen, koska hankkeessa on painottunut startup-hautomon kehittäminen ja toiminnan käytännön toteutus pilottien kautta. Toimijat ovat olleet mukana tekemisessä ja yhteiskehittämisessä, mutta yhteistyön "pelisäännöt", vastuut ja jatkuvuus on toistaiseksi rakennettu kevyemmällä mallilla.

Sopimuksellisesta mallista on kuitenkin jo olemassa luonnos, jossa kuvataan yhteistyön rakenne sekä tarvittavat resurssit. Aloitusvaiheessa on tunnistettu tarve, että keskeiset toimijat voisivat osoittaa hautomon toimintaan ja kehittämiseen noin 10–20 tuntia työpanosta sovitulla jaksolla. Seuraava askel onkin siirtää ekosysteemi pilotoinnista hallittuun perustoimintaan: selkeyttää roolit, resursointi ja päätöksenteko, sekä sopia käytännöistä, joilla uudet yritykset, mentorit ja kumppanit liittyvät mukaan.

EKOSYSTEEMIN JÄSENIÄ KUVAAVA KAAVIO



Lapland Sartup hub, Katriina Matikainen 2025

6 TOIMINNAN PERIAATTEET JA LÄHTÖKOHDAT

Lapland Startup Hubin päätoimipaikka on Lapin ammattikorkeakoulun tiloissa, Jokiväylän kampuksella Rovaniemellä. Lapland Startup Hubin tilat löytyvät A-talon toisesta kerroksesta huoneesta A214. Startup Hubin toimintaa pyöritetään fyysisesti myös Kemissä sekä erilaisten pop-up-tapahtumien muodossa eri puolilla Lappia. Soveltuvien osien toimintaa on myös verkossa, muun muassa erilaisten asiantuntijainfojen tai henkilökohtaisten sparraustapaamisten muodossa.

Startup Hubin hautomotoiminta tulee ensisijaisesti perustua osallistujien ja asiantuntijoiden keskinäiseen luottamukseen ja kunnioitukseen. Ideoita kehitetään yhdessä muiden osallistujien ja hautomotoimintaan osallistuvien asiantuntijoiden yhteisenä ponnistuksena. Ideaalitulanteessa osallistujat kertovat ideoistaan mahdollisimman avoimesti ja jakavat keskenään omaa osaamistaan, näkemyksiään ja kokemuksiaan. Ideoista ja niiden kehittämisen etenemisestä keskustellaan yhteisesti: kun asioita sanotaan ääneen, saadaan helposti uusia oivalluksia.

Hankeaikana Lapland Startup Hubin hautomotoiminnassa ei ole kirjoitettu salassapitosopimuksia, sillä tarkoitus on ollut kehittää ideoita mahdollisimman pitkälle siten, että ne jo varhaisessa vaiheessa altistetaan toisten ihmisten antamalle palautteelle. Osallistujat jakavat ideoistaan toisilleen niin paljon, kuin kokevat pystyvänsä kertomaan. Esimerkiksi tarkkoja teknisiä yksityiskohtia erilaisista sovelluksista tai laitteista ei ole tarkoitus jakaa. **Toiminnassa on käytetty periaatteena Chatham House Rule-sääntöä**, jota soveltaen osallistujat voivat puhua hautomossa käsitellyistä asioista ja ideoista yleisellä tasolla hautomon ulkopuolella, mutta ei sitä, kuka on sanonut ja mitä.

Jatkossa salassapitosopimusten tarvetta ja linjauksia arvioidaan tapauskohtaisesti, erityisesti silloin kun käsitellään luottamuksellista dataa, asiakasrajapintojen aineistoa tai yrityksen IPR:ää.

Toiminnan pohjana käytetään lisäksi **turvallisen tilan periaatteita**, jolloin kaikilla on oikeus osallistua ja tulla kuulluksi ja nähdyksi sellaisena kuin on. Kenenkään ideoita tai sanomisia ei lytätä. Asioista voidaan kuitenkin puhua ”asioina” ja keskusteluissa voidaan tuoda esiin erilaisia kokemuksia ja näkemyksiä rehellisesti.

Yleisesti hautomotoiminnassa ja osallistujien välisessä viestinnässä on hyvä noudattaa alla kuvattua Lapin ammattikorkeakoulun pikaviestiryhmille suunnattua etikettiä muukailevaa ohjeistusta. Etiketti perustuu kunnioitukseen, yksityisyyden suojaan sekä hyviin viestintätapoihin.

STARTUP-HAUTOMON YHTEINEN ETIKETTI

- KUNNIOITA MUITA RYHMÄN JÄSENIÄ JA KÄYTÄ KUNNIOITTAVAA KIELTÄ.
- PYSY RYHMÄN AIHEEN MUKAISESSA KESKUSTELUSSA. KUNNIOITA YHTEISTÄ AIKATAULUA.
- ESITÄ ASIASI SEKÄ KOMMENTTISI ASIALLISTESTI JA PERUSTELLUSTI.
- LÄHETÄ KAHDENKESKISET ASIAT YKSITYISVIERTEINÄ.
- PYYDÄ LUPA TOISEN TEKSTIEN, KUVIEN TAI VIDEOIDEN JAKAMISEEN.
- ÄLÄ JAA TOISTEN NUMEROITA TAI HENKILÖKOHTAISIA TIETOJA KYSYMÄTTÄ LUPAA.
- ÄLÄ JAA ARKALUONTEISIA TAI LUOTTAMUKSELLISIA ASIOITA.

Säännöt hyväksytään toimintaan liittyessä. Hautomotoiminnan vetäjän tehtävänä on huomauttaa ryhmän jäsenille, jos etikettiä on rikottu.

Hautomotoiminnan tavoitteet ja periaatteet tulee selkeästi käsitellä erilaisissa hautomovalmennuksien ja -tilaisuuksien aloituksen yhteydessä. Nämä periaatteet tulee olla myös julkisesti esillä muun muassa Lapland Startup Hubin verkkosivuilla. Toiminnan periaatteista on myös hyvä muistuttaa säännöllisin väliajoin eri tilaisuuksissa tai tarpeen mukaan. Toiminnan tavoitteita ja periaatteita on mahdollista tarkentaa eri ryhmien ja tilaisuuksien yhteydessä, mutta pääperiaatteet tulisivat olla toiminnassa aina samat tilaisuudesta tai tilanteesta riippumatta.

7 HAUTOMON VIESTINTÄ

Käsikirjan Viestintä-osio kokoaa hautomon viestinnän periaatteet, käytännöt, mallit ja tarkistuslistat. Osio palvelee sekä uusia että jatkavia hautomotoimijoita, ja sen linjaukset perustuvat Lapin Startup Hubin brändikirjaan ja markkinointistrategiaan (äänensävy, pilarit, kohderyhmät, visuaaliset suuntaviivat). Brändikirjaa ja markkinointistrategiaa voi ja kannattaa hyödyntää tässä koottujen tietojen lisäksi.

7.1. Johdanto – miksi yhtenäinen viestintä?

Viestintä on olennainen osa Lapin Startup Hubin identiteettiä ja toimintaa. Se rakentaa yhteistä ymmärrystä, vahvistaa brändiä ja auttaa asiakkaita löytämään polun ideasta kestävään ja skaalautuvaan liiketoimintaan. Käsikirja antaa selkeät ohjeet arjen viestintätilanteisiin – mitä tehdä, miten ja milloin.

7.2. Brändin ydin viestinnän perustana

Viestintä toteuttaa brändiä käytännössä.

ARVOLUPAUS:

Mahdollistamme kestävää kasvua, innovaatioita ja ainutlaatuisuutta tukemalla yrittäjiä, jotka haluavat muuttaa maailmaa.

ASIAKASLUPAUS:

Tuemme sinua jokaisella askeleella matkallasi ideasta uniikiksi ja kannattavaksi liiketoiminnaksi.

BRÄNDIPERSOONA:

luova – viisas – seikkailija – taikuri (ideoita sytyttävä, selkeyttä tuova, utelias ja oivalluttava).

BRÄNDIPILARIT:

Kasvu, Selkeys, Yhteisöllisyys, Kestävyys.

Johdannaisohje: jokaisessa julkaisussa nosta esiin hyöty lukijalle, kutsu mukaan yhteisöön ja pidä sävy rohkeana mutta helposti lähestyttävänä.

7.3. Kohderyhmät ja viestinnän painopisteet

OPISKELIJAT (SUOMALAISET JA KANSAINVÄLISET)

Ydinsanoma:	Turvallinen tila testata ja kasvaa yrittäjäksi, tuki käytännön askeliin
Sävy:	Lämmin, kannustava, selkokielineen englanti KV-yleisölle
Sisällöt:	Bootcamp/hautomohaut, mentoritarinat, konkreettiset “ensiaskleet”

YRITYSIDEAN KEHITTÄJÄT / ASIAANTUNTIJAT

Ydinsanoma:	Ideasta poluksi; sparraus, rahoitusneuvonta, pilotoinnit
Sävy:	Realistinen ja rohkeaseva, asiantunteva
Sisällöt:	Case-esimerkit, sparrauspolut, työkalut

HANKEPARTNERIT JA SIDOSRYHMÄT

Ydinsanoma:	Kumppanuudella vaikuttavuutta – roolit ja yhteiset hyödyt selkeästi
Sävy:	Strateginen, yhteistyöhön kutsuva
Sisällöt:	Mittarit, tapahtumat, deal flow, opiskelijayhteistyö

VIESTIRUNKO

Koukku	(haaste / mahdollisuus)
Hyöty / lupaus	(mitä saat)
Näyttö	(esimerkki/verkostot/mentorointi)
Kutsu toimintaan	(CTA)

7.4. Tone of Voice – äänensävy käytännössä

PERUSLINJA: Inspiroiva, helposti lähestyttävä, yhteisöllinen. Sinuttele. Kirjoita selkeästi ja konkreettisesti.

TEE NÄIN: Aloita hyödyllä. Kerro miksi tämä on tärkeää juuri tälle kohderyhmälle. Käytä suoria verbejä ja lyhyitä kappaleita. Kerro “miten mukaan” ja anna helppo CTA.

VÄLTÄ: Jargonia ja monimutkaisia rakenteita. Ylilupaamista tai epäselviä aikatauluja.

7.5. Tyyliopas: tekstin pituudet ja mallit

Some (IG):	Koukku 1–2 virkettä, hyöty 1–2, CTA, 1–3 täsmällistä hashtagia.
LinkedIn:	400–900 merkkiä, 1 kuva tai 3–5 dian karuselli.
Uutiskirje:	Pääaihe + 3 nostolinkkiä, skannattava asettelu.
Esitysmateriaalit:	Yksi viesti per dia, kuva tai kaavio tukee tekstiä.

7.6. Kanavakohtaiset ohjeet

LINKEDIN

Kohderyhmä: Kumppanit, rahoittajat, asiantuntijat.
Sisältö: Caset, tulokset, kumppanuuskutsut.
Tiheys: 1-2 / vko.

INSTAGRAM

Kohderyhmä: Opiskelijat, yhteisö.
Sisältö: Arjen hetket, mentorit, tapahtumafiilis.
Tiheys: 2-4 / vko.

VERKKOSIVUT

Kohderyhmä: Kaikki.
Sisältö: Mikä hautomo on, kenelle, miten mukaan; tapahtumat ja haku.
Päivitys: Aina ajantasainen.

UUTISKIRJE

Kohderyhmä: Laaja sidosryhmä.
Sisältö: Koonti hyödyistä, tulevat haut, linkit.
Tiheys: Kk / kvartaali tarpeen mukaan.

7.7. Visuaalinen viestintä

KUVAMAAILMA: Arktinen sävy, mutta ei kliseinen; ihmiset ja tekeminen keskiössä.
VÄRIT: Revontulista inspiroituvat, raikkaat ja keväiset liukuvärit; kontrasti saavutettavuuden ehdoilla.

TYPOGRAFIA: Moderni, selkeä; käytä otsikkohierarkiaa johdonmukaisesti.
SOVELLUKSET: Somepostaukset, rollupit, esityspohjat – yhdenmukainen ilme.

7.8. Valokuvaus ja kuvien käyttö

PERIAATE: kuvia saa käyttää hautomon viestinnässä, kun valokuvaajan nimi mainitaan selkeästi jokaisen julkaisun yhteydessä.

LÄHDEMERKINTÄKÄYTÄNTÖ

Sijoittelu: Kuvateksti, lopputeksti tai dioissa alakulma / lopun kiitossivu.
Muodot: "Kuva: Etunimi Sukunimi" tai "Kuva: Etunimi Sukunimi / Lapin Startup Hub".

Somen erityistapaus: jos kuvatekstiin ei mahdu, lisää lähdemerkintä ensimmäiseen kommenttiin ja alt-tekstiin.

OIKEUDET JA LISENSSIT

Oletus:	Käyttö hautomon omissa kanavissa (verkkosivut, some, uutiskirje, esitykset, painotuotteet).
Poikkeukset:	kolmannen osapuolen maksetut kampanjat/ulkomedia → pyydä erillinen lupa kuvaajalta.

Säilytä kirjallinen vahvistus (sopimus tai sähköposti), jossa käyttöoikeuden laajuus näkyy.

HENKILÖTIETOSUOJA JA SUOSTUMUKSET (GDPR)

Tapahtumissa ilmoita:	“Tapahtumassa kuvataan. Kuvia käytetään Lapin Startup Hubin viestinnässä. Kerro kuvaajalle, jos et halua näkyä.”
Tunnistettavat kasvokuvat:	Suositus kirjallisesta suostumuksesta; alaikäiset ja sensitiiviset tilanteet: aina suostumus.
Yksityiset tilat/yritykset:	Varmista kuvauslupa tilan omistajalta.

SAAVUTETTAVUUS (ALT-TEKSTIT)

Kirjoita 1–2 virkkeen alt-teksti:	Kuka/mitä, missä, miksi olennaisen uutisen kannalta.
Vältä tekstiä kuvassa:	Jos pakko, anna tekstivastine julkaisussa.

TEKNISET VAATIMUKSET

Some:	Vähintään 2000 px leveys; verkkosivu: ≥ 2400 px; paino: 300 dpi.
Rajaus:	Jätä tilaa kasvoille, luonnollinen värimaailma, vältä liiallista filttä.
Värimaailma:	Raikas ja kevyinen; arktinen tunnelma nykyaikaisesti (ei kliseitä).

TIEDOSTONHALLINTA JA METADATA

Pakolliset metatiedot:	Creator/Photographer; Credit/Provider; Copyright; Usage Terms; Description/Caption; Keywords.
Nimeäminen:	YYYYMMDD_tapahtuma_paikka_kuvaaja_juokseva.jpg (esim. 20260312_bootcamp_rovaniemi_suvi-salmi_001.jpg).
Kansiorakenne:	01_Tapahtumat/YYYY; 02_Henkilöt; 03_Tilat_ja_ymparisto; 04_Mediakuvat/Lehdistopaketti (hyväksytty, korkearesoluutio).

MISTÄ KUVIA JA MITEN TILAAAN?

Omat kuvaukset:	Briiffi (tavoite, kohderyhmä, käyttöoikeus, pakolliset otokset), kuvaussopimus, toimitusaikataulu.
Kumppanin kuvat:	Varmista lisenssin soveltuvuus ja krediittivaatimus.
Arkistokuvat:	Käytä vain kirjastoja, jotka sallivat organisaatiokäytön; vältä geneerisiä stock-kliseitä.

MALLITEKSTIT

Suostumus (FI):	“Annan luvan käyttää minusta otettuja valokuvia Lapin Startup Hubin viestinnässä (verkkosivut, sosiaalinen media, esitykset, painotuotteet). Luvan voi perua ottamalla yhteyttä viestintäyhteyshenkilöön. Nimi, päivämäärä, allekirjoitus.”
Consent (EN):	“I give permission for Lapland Startup Hub to use photos of me in its communications (website, social media, presentations, print). You may withdraw consent by contacting the communications contact. Name, date, signature.”
Lähdemerkintä esityskalvossa:	“Kuva: Etunimi Sukunimi”
Lähdemerkintä tiedotteessa:	“Kuvat (lähdemerkintä pakollinen): Etunimi Sukunimi / Lapin Startup Hub – latauslinkki: ...” amaaailma: Arktinen sävy, mutta ei kliseinen; ihmiset ja tekeminen keskiössä.
Värit:	Revontulista inspiroituvat, raikkaat ja keväiset liukuvärit; kontrasti saavutettavuuden ehdoilla.
Typografia:	Moderni, selkeä; käytä otsikkohierarkiaa johdonmukaisesti.
Sovellukset:	Somepostaukset, rollupit, esityspohjat – yhdenmukainen ilme.

7.9. Visuaalinen viestintä

Roolit:	Julkaisun omistaja (sisältö), viestintävastaava (brändi & saavutettavuus), ohjelmavastaava (asiasisältö).
Kaksivaiheinen tarkistus:	1) Sisältö & faktat 2) Brändi, kuvat, luvat, alt-tekstit.
Tapahtumaviestinnän polku:	Save the Date → Ilmoittautuminen → Tapahtuma (live-sisällöt & kuvaus) → Jälkiviestintä (kooste, kuvalinkki, kiitokset).
Kriisiviestinnän miniohje:	Tosiasiat ensin; mitä tiedämme/emme; mitä teemme seuraavaksi; yhteyshenkilö.

7.10. Mittaaminen ja kehittäminen

Tavoittavuus ja sitoutuminen kanavittain (orgaaninen/maksettu).

Yhteisöllisyyden kokemus (NPS osallistujilta, kvalitatiiviset lainaukset).

Bränditunnettuus ja visuaalisen ilmeen tunnistettavuus (kvartaali/puolivuosi).

Kuvapankin laatu: Hyväksyttyjen mediakuvien määrä; lähdemerkintävirheiden määrä (tavoite 0).

Raportointi: Kuukausikooste tiimille; neljännesvuosikatsaus hankepartnereille.

7.11. Usein kysytty – nopea apu

“Voinko käyttää tämän kuvan?”

– Kyllä, jos käyttö tapahtuu hautomon viestinnässä ja lähdemerkintä on näkyvissä. Muuhun käyttöön pyydä lupa.

“Henkilö ei halua kuvaansa julkaistavan.”

– Kunnioita pyyntöä; käytä laajempaa tai selkäkuvaa; poista kuva tarvittaessa.

“Miten kirjoitan alt-tekstin?”

– 1 lause: kuka/mitä tekee, missä, miksi olennainen uutisen kannalta.

“Paljonko hashtageja?”

– 1–3 kohdennettua; vältetään hashtag-seiniä.



8 LAPIN HAUTOMOTOIMINTA SUHTEESSA KANSALLISEEN JA KANSAINVÄLISEEN STARTUP- HAUTOMOTOIMINTAAN

Lapin startup-hautomo ja ekosysteemi eivät synny yksittäisistä tapahtumista vaan pitkäjänteisestä mallista, jossa yrittäjät ja tekijät saavat samanaikaisesti:

- Osaamista (ohjatun oppimispolun ja työkalujen avulla),
- Sparrausta (mentoreilta ja asiantuntijoilta),
- Verkostoja (yhteisön ja sidosryhmien kautta)
- Sekä realistisen rahoituspolun (enkelit, pääomasijoittajat, julkinen rahoitus, pilotit).

Tavoitteena ei ole kopioida muiden alueiden malleja, vaan hyödyntää parhaita käytäntöjä ja sovittaa ne Lapin arktisiin, harvaan asuttuihin ja monialaisesti painottuneisiin olosuhteisiin (pitkät etäisyydet, sesonkitalous, vahva julkisen sektorin rooli, rajat ylittävät verkostot).

- Oppeja muualta
- Selkeä vaiheistus: esihautomo – hautomo – kasvu/kansainvälistyminen.
- Yhteisö ensin + hautomo-ohjelma: yhteisö motivoi ja tuottaa tiimejä, ohjelma ohjaa etenemistä.
- Sisäänrakennettu rahoituspolku: rahoituksen eri muodot ovat jatkuvasti läsnä, eivät erillisiä tapahtumia.
- Mentoroinnin laatu korostuu määrän sijaan: sitoutuneet mentorit toimivat paremmin kuin laaja nimilista.
- Näyttöön perustuva eteneminen: tiimit osoittavat edistymistä konkreettisilla todisteilla, kuten asiakashaastatteluilla ja piloteilla, eivät pelkästään hyvällä tarinalla.
- Hybridi-toteutus: fyysiset huippuhetket yhdistetään jatkuvaan etäsparraukseen, mikä on erityisen tärkeää Lapin pitkien etäisyyksien vuoksi.

KOMPASTUSKIVET – VÄLTETTÄVÄÄ LAPISSA

- Eventismi: runsaasti tapahtumia, mutta vähän yrityksiä syntyy tai sitoutuu.
- Palvelusilppuri: palveluiden hajanaisuus johtaa yrittäjän putoamiseen kuiluun.
- Ohjelman ylisuunnittelu: liiallinen suunnittelu tukahduttaa kokeilukulttuurin ja tiimien energian.
- Rahoituskatkos: tiimit ovat valmiita, mutta sijoittajapolku puuttuu tai rahoitus käynnistyy liian myöhään.
- Yhden organisaation show: ekosysteemin onnistuminen vaatii roolien selkeyttä ja jaettua tekemistä.

Kansallinen vaikuttamis- ja yhteisötoimija Suomen Startup-yhteisö korosti, että kansallinen painopiste on vahvasti pääkaupunkiseudulla. Yhteistyötä tulee rakentaa avoimesti muiden toimijoiden kanssa.

RAKENTUNEET JA TUNNISTETUT VERKOSTOT HANKEAIKANA

- BusinessOulu / Oulu
- Joensuu & Kuopio (Draft-polku ja alueelliset toimijat)
- Tribe Tampere
- Hanken Business Lab / Helsinki
- Jyväskylä / Yritystehdas
- FiBAN (enkeliverkosto)
- Crazy Town
- Norinnova / Tromsø
- ICE Kirkenes / Kirkenes
- Tehnopol / Tallinn & Sparkup / Tartu

Käytännössä verkostoitumisen eteneminen kannattaa sitoa hautomon vuosikelloon. Jokaiseen ohjelmakierrokseen määritellään 2-5 kumppanuustavoitetta (rahoitus, markkinat, asiantuntijat), vastuuhenkilöt, yhteistapaamiset, mahdollinen vaihtovierailu rakentuneisiin verkostoihin, yhteinen tai yhteiset tapahtumat.

TOIMINNAN VASTUUT

- Hautomotoiminnan koordinoija: Verkostokartan ylläpito, yhteyshenkilöt, vuosikellon aktiviteetit sekä yhteistyömallit (vaihto, sparraus, mentorointi ja pilotit).
- Kumppanit (Lapin AMK, Lapin yliopisto, Business Rovaniemi, Business Kemi/Digipolis, REDU jne.): teema- ja asiantuntijaresursointi sovitun mallin mukaan (esim. 10–20 h / toimija / jakso), jotta yhteistyö säilyy johdonmukaisena eikä jää satunnaiseksi.

9 HAUTOMON JATKUVA KEHITTÄMINEN

Lapin startup-hautomotoiminnan ydin rakentuu pitkäjänteiselle kehittämiselle, avoimelle rohkealle kokeilukulttuurille sekä koko Lapin alueellisen ekosysteemin vahvistamiselle. Hautomon tehtävä ei ole vain tukea yksittäisiä tiimejä, vaan kasvattaa koko Lapin startup- ja yritysinnovaatiokenttää kestävästi, monialaisesti ja päämäärätietoisesti tulevaisuuteen katsoen. Jatkuva kehittäminen tarkoittaa kokonaisuutta, jossa toiminnan tavoitteet, rakenteet, prosessit ja mittarointi/arviointi kehittyvät systemaattisesti yhdessä ekosysteemikumppaneiden, yrittäjien ja rahoittajien kanssa.

Lapin startup-hautomon pitkäjänteisen kehittämisen selkärangan muodostavat seuraavaksi esiteltävät viisi keskeistä osa-aluetta.

9.1. Tulevaisuuden tavoitteiden tarkempi käsittely

Tulevaisuuden tavoitteiden määrittely on jatkuva prosessi, jossa huomioidaan sekä alueellinen toimintaympäristö että kansainväliset kehityssuunnat ennakoititietoa hyödyntäen. Lapin startup-ekosysteemissä tämä tarkoittaa muun muassa:

- **Kasvualojen tunnistamista ja niihin vastaamista.** Matkailu, luontopohjaiset ratkaisut, tekoäly, vihreä siirtymä, kulttuuri- ja luovat alat sekä biotalous tarjoavat mahdollisuuksia, joihin hautomon tulee pystyä vastaamaan kehityspoluillaan.
- **Yritysvalmennuksen laajentamista kohti monivaiheista polkumallia ja ”yhden luukun periaatetta”.** Pelkkä alkuvaiheen tuki ei riitä; tavoitteena on rakentaa polkuja ideavaiheesta markkinaaajennukseen ja kansainvälisyyteen.
- **Kansainvälistymisen vahvistaminen.** Tavoitteet liittyvät kumppaniverkoston kasvattamiseen, osallistumiseen pohjoisen startup-verkostoihin sekä tiimien tukemiseen vientikelpoisten ratkaisujen rakentamisessa.
- **Ekosysteemitomijoiden yhteisten resurssien vahvistamista.** Suunnitelmallinen yhteistyö Lapin kuntien, korkeakoulujen, kiihdyttämöiden ja yrityspalvelujen kanssa on strateginen painopiste. Jokaisen ekosysteemin toimijan vahvuudet ja asiantuntijat tulee tunnistaa ja ottaa osaksi Lapin startup-hautomoa aktiivisesti sekä kiinnittyen.

Tavoitteita tarkennetaan vuosittain yhdessä sidosryhmien kanssa, mutta samalla säilytetään ketteryys reagoida nopeasti uusiin tarpeisiin.

9.2. Toiminnan jatkuvuuden tukeminen

Toiminnan jatkuvuuden turvaaminen edellyttää sekä rakenteellista että kulttuurista tukea. Käytännössä tämä tarkoittaa:

- **Rahoituspohjan varmistamista ja vahvistamista.** Julkisen rahoituksen lisäksi pyritään aktiivisesti kehittämään yritys yhteistyötä ja yksityisiä rahoituskanavia.
- **Kumppanuuksien vahvistamista.** Yhteistyö korkeakoulujen, kehitysyhtiöiden, yrittäjäjärjestöjen, toisten hautomoiden ja yksityisen sektorin kanssa luo pohjan pitkäkestoiselle toiminnalle.
- **Palveluiden kehittämistä.** Startup-tiimit arvioivat säännöllisesti hautomon palveluja, ja palautteen pohjalta ohjelmaa päivitetään.
- **Henkilöstön osaamisen jatkuvaa kehittämistä.** Mentoroinnin, ohjausosaamisen ja startup-asiantuntijuuden kehittäminen varmistaa laadukkaat palvelut myös tulevaisuudessa.
- **Ekosysteemin näkyvyyden ja vetovoiman kasvattamista.** Menestystarinat, viestintä ja tapahtumat luovat houkuttelevuutta, mikä tukee uusien tiimien rekrytointia hautomoon.

Toiminnan jatkuvuuden tukeminen ei ole yksittäinen toimenpide, vaan pitkäkestoinen ja ennakoiva kehityspolku.

9.3. Toiminnan jatkuvuuden edellytyksistä

Jotta hautomon toiminta voi olla pitkäjänteistä ja vaikuttavaa, se edellyttää:

- Selkeitä rakenteita, joissa on johdonmukaisia toimintamalleja, yhtenäisiä palveluprosesseja ja läpinäkyviä päätöksentekokäytänteitä.
- Riittäviä resursseja, jotka vaativat ja samalla luovat taloudellista vakautta, osaavaa ja motivoitunutta henkilöstöä sekä toimivia työkaluja, tiloja ja digitaalisia alustoja.
- Avoimuutta ja oppivaa kulttuuria, joka toteutetaan vahvalla palautteenkeruulla, kyvyllä uudistaa rakenteita sekä kokeilujen sallimista ja epäonnistumisten hyödyntämistä.
- Pitkän aikavälin sidosryhmäyhteistyötä, joka on ennakoivaa keskustelua rahoittajien kanssa, yhteisiä kehittämisfoorumeita ja jatkuvaa tiedonvaihtoa ekosysteemin sisällä.

Toiminnan pitkäjänteisyys rakentuu näiden elementtien varaan, ja ne luovat perusedellytykset hautomon kehittymiselle eteenpäin.

9.4. Vision ja mission määrittely

Visio ja missio toimivat keskeisinä strategisina suuntaa antavina periaatteina kaikelle kehittämiselle. Ne ohjaavat strategisia valintoja ja tuovat yhteisen kielen ekosysteemin toimijoille.

Visiossa, jonka uudet toimijat itse määrittelevät 2027 alkaen, tulee näkyä muun muassa, että Lapin startup-hautomo tukee rohkeita, kestäviä ja innovatiivisia ratkaisuja kehittäviä tiimejä ja yrittäjiä Lapissa sekä vahvistaa alueen elinvoimaa ja kilpailukykyä.

Missio, jonka myös uudet toimijat määrittelevät 2027 alkaen, pohjautuu visioon sekä ainakin seuraaviin ajatuksiin, joissa vuonna 2030 Lapin startup-hautomo on pohjoisen alueen johtava innovaatioalusta, joka yhdistää osaajat, tutkimuksen, yritykset ja kansainväliset kumppanit. Se toimii ekosysteemin keskuksena, joka tuottaa vaikuttavia kasvuyrityksiä ja luo uuden sukupolven kestävän kehityksen ratkaisuja Lappiin.

HANKKEEN VISIO 2026:

Vuoteen 2035 mennessä...Teemme Lapin startup-hautomosta Pohjoismaissa tunnetun, rohkeiden innovaatioiden ja omalaatuisten startup-yritysten kasvualustan, jossa syntyy monialaisena yhteistyönäloistavia ideoita. Hautomo houkuttelee kasvuhaluista yrityksiä osallistumaan toimintaan ja edistää alueenmonimuotoista elinkeinoelämää ja työllisyyttä.

HANKKEEN MISSIO 2026:

Missiomme on rakentaa startup-yhteisö, jossa yrittäjät saavat tukea, verkostoja ja työkaluja, jotka auttavat heitä kasvamaan yrittäjinä ja kehittämään kestävää ja skaalautuvaa liiketoimintaa.

Tarkistus ja jatkokehitys. Visio ja missio tarkistetaan säännöllisesti osana hautomon kehityskierrosta yhdessä keskeisten kumppaneiden kanssa.

9.5. Vaikuttavuusmittarit ja raportointi

Vaikuttavuuden ja tuloksellisuuden seuranta/arviointi on olennainen osa Lapin start-up-hautomon jatkuvaa kehittämistä. Konkreettiset, kuvaavat, realistiset ja Lapin alueelle sopivat indikaattorimittarit kuvaavat sekä yrityskohtaisia tuloksia että koko ekosysteemin kehitystä.

NIITÄ VOIVAT OLLA ESIMERKIKSI:

- **Toimintamittarit**, joita voivat olla muun muassa hautomoon osallistuvien tiimien määrä, tiimien elinkaari ja jatkopolut, mentorointikertojen määrä ja sisältö sekä koulutus- ja sparraustilaisuuksien määrä.
- **Vaikuttavuusmittarit**, joita voivat olla esimerkiksi syntyneet uudet yritykset, tiimien rahoitus (julkinen ja yksityinen), liikevaihdon kasvu, työpaikkojen määrä, kansainvälisten kontaktien ja kumppanuuksien kasvu sekä osallisuus ja hyvinvointivaikutukset alueella.
- **Laadulliset mittarit**, joita voivat olla vaikkapa hautomon osallistujien palaute, kumppanien arvio hautomon hyödyistä ja alueellisen innovaatiokyvyn vahvistumisen merkit.

Raportointi ja arviointi toteutetaan säännöllisesti vähintään vuosittain ja läpinäkyvästi. Tuloksia hyödynnetään sekä sisäiseen kehittämiseen että sidosryhmäviestintään. Mittarit eivät vain osoita, mitä on tehty, vaan ne ovat keskeinen strateginen pohja oppimiselle siitä, miten hautomon toimintaa ja vaikuttavuutta voidaan parantaa entisestään lappilaista start-up-kulttuuria ja -tuloksia kehittäen.

10 LAPPILAISEN STARTUP-KULTTUURIN KASVUSTRATEGIA - IDEASTA KASVUYRITYKSEKSI

Lappilaisen startup-kulttuurin kasvustrategia perustuu ajatukseen siitä, että Lapissa on runsaasti potentiaalisia ideoita, osaamista ja halua rakentaa uusia, skaalautuvia yrityksiä. Haaste ei ole ideoiden puute, vaan se, miten ideat tunnistetaan, jalostetaan ja johdetaan systemaattisesti kohti kestäväää liiketoimintaa ja kasvua. Tätä kokonaisuutta jäsentää Lapland Startup Hub ja Lapin startup-ekosysteemi, jotka toimivat alueellisena lähtöpisteenä startup-yrittäjyydelle ja kokoavana voimana Lapin startup-ekosysteemissä.

Kasvustrategian ytimessä on ekosysteemi: kehittämisympäristöt, oppilaitokset, yrityskehittäjät, asiantuntijat, sijoittajat ja julkiset toimijat, jotka yhdessä muodostavat matalan kynnyksen rakenteen ideoiden testaamiseen ja kehittämiseen. Lapland Startup Hub kokoaa nämä toimijat yhteen ja mahdollistaa ihmisten, osaamisen ja ideoiden törmäyttämisen arjessa – ei vain yksittäisten tapahtumien kautta, vaan jatkuvana toimintana.

Rakentunutta ja kehittyvää ekosysteemiä hyödyntämällä voidaan tuottaa **kohdennettuja startup-hautomo- ja bootcamp-ohjelmia, jotka vastaavat eri vaiheissa olevien tiimien ja yrittäjien todellisiin tarpeisiin.** Hautomo ei ole vain koulutusohjelma, vaan prosessi, jossa ideaa validoidaan, liiketoimintamallia kirkastetaan, asiakastarvetta testataan ja tiimiä vahvistetaan asiantuntijasparrauksen, mentoroinnin ja verkostojen avulla.

Keskeinen osa kasvustrategiaa on myös alkuvaiheen **konkreettinen panostus.** Pienet, 1 000–10 000 euron suuruiset varhaisen vaiheen rahoitukset mahdollistavat ratkaisevia askeleita: brändin rakentamisen, liiketoiminnan kehittämisen, ensimmäiset pilotit, markkinatestaukset sekä co-founderin tai tiimin täydentämisen. Näillä suhteellisen pienillä panostuksilla voidaan merkittävästi kiihdyttää lupaavien ideoiden etenemistä kohti markkinoita ja myöhempää yksityistä rahoitusta.

Alla olevan kuvion logiikka ja rakenne kuvaavat selkeää polkua ideasta kasvavaksi yritykseksi. Jokainen idea tarvitsee mahdollisuuden, turvallisen ympäristön kokeilla ja epäonnistua sekä selkeän jatkopolun seuraavaan vaiheeseen. Lapland Startup Hubin toimintamalli tekee tästä polusta näkyvän, toistettavan ja saavutettavan Lapin erityispiirteet huomioiden. Näin rakennetaan pitkäjänteisesti yhtenäistä startup-kulttuuria, joka tukee alueen elinvoimaa ja mahdollistaa lappilaisten startupien kasvun alueellisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti.

KUVAUS LAPIN STARTUP-KULTTUURIN KASVUSTRATEGIASTA



Lapland Sartup hub, Katriina Matikainen 2026

PÄÄTÖSSANAT

HANKKEEN PROJEKTIPÄÄLLIKÖN (LAPIN AMK) POHDINTA

Startup-kulttuuri muodostuu ihmisistä, yrityksistä, johtavista toimijoista sekä erilaisista päätöksistä, niin suurista kuin pienistäkin. Kyse ei ole yhden organisaation tai yksittäisen henkilön aikaansaannoksesta. Kestävän kulttuurin rakentaminen edellyttää motivoituneita tekijöitä, jotka jakavat yhteisen vision ja mission. Erityisesti Lapissa tarvitaan henkilöitä, jotka tunnistavat alueen moninaiset mahdollisuudet ja haasteet samalla tavoin kuin Lapin startup-hautomon ja ekosysteemiprojektien kehittäjät.

Lapin nykyistä startup-toimintaa ei tule suoraan verrata muiden maakuntien tilanteeseen, sillä kehitystyö on ollut käynnissä vasta 6–24 kuukautta. Yhteistyön kautta voimme kuitenkin oppia muilta, jakaa kokemuksia ja rakentaa yhdessä tulevaisuutta. Yhdessä toimiminen tukee lappilaisen startup-kulttuurin kasvua ja vahvistumista.

Markus Pellikka
Projektipäällikkö, Lapin AMK
2026





Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



Lapland Startup Hub

KIITOS!

LAPLAND STARTUP HUB

Startup-Hautomo -käsikirja

2026