

# Tunnustame ettevõtjaid, kes kujundavad meile kindlamat tulevikku

Teie ees on EY Eesti Aasta  
Ettevõtja 2026 finalistid



The better the question.  
The better the answer.  
The better the world works.





# Täiesti uus elektriline Mercedes-Benz GLC.

Intelligentne disain, intuiitivne tehnoloogia  
ja mugavus, mis tundub loomulik.  
Vaevata. Kompromissideta.

[www.mercedes-benz.ee](http://www.mercedes-benz.ee)



140 YEARS OF  
INNOVATION



# Raul Kirjanen: me ei tohi leppida Euroopa keskmisega, peame olema Euroopa kõige konkurentsivõimelisem majanduskeskkond

Suurinvestor ja Biofueli tegevjuht **Raul Kirjanen** on seda meelt, et Eesti konkurentsieelis on targad ja ettevõtlikud inimesed ning meil tuleb eesmärgiks võtta see, et muuta Eesti Euroopa kõige konkurentsivõimelisemaks majanduskeskkonnaks.



Raul Kirjanen

Foto: Jake Farra

Sander Silm

**Millised on Eesti majanduse konkurentsieelised ja peamised takistused võrreldes naaberriikidega?**

Meie suurim eelis on targad ja ettevõtlikud inimesed ning loodetavasti jääb see nii ka edaspidi. Muud konkurentsieelised on paraku kadumas, olgu nendeks siis regulatsioonide selgus ja lihtsus, logistiline asukoht, madalad kulud või odav energia. Seega on tarvis kõigi osapoolte tugevat pingutust, et oma konkurentsivõimet parandada ja leida uusi lähenemisnurki uutes oludes. Arvestades, et Euroopa konkurentsivõime üldiselt on globaalselt üsna madal, tuleb võtta sihiks mitte olla Euroopas keskmine, vaid Euroopa kõige konkurentsivõimelisem majanduskeskkond.

**Kuidas te EY Eesti Aasta Ettevõtja 2025 konkursi žürii liikmena hindate tänavusi konkursi nominente? Kas nad on üksikud säravad tähed või iseloomustavad praegust ettevõtlusmaastikku?**

Kokkuvõtvalt väge äge protsess. Oma ettevõtlustegevuses oled alati seotud mingisuguse sektori ja teatud ettevõtjate ringiga. Nüüd siin žüriiliikmena on järsku kogu majanduse eri tahud laua peal ning saab nende üle arutleda ja neid võrrelda. Väga huvitav minu jaoks. Ma ei usu, et need on üksikud säravad tähed, kindlasti on palju ettevõtjaid, kes on leidnud endale õige niši

ja saavad seal hästi hakkama, aga üks rahvusena oleme pigem tagasihoidlikud ega kipu väga oma tegemistest rääkima.

**Kuidas mõjub selline konkurss Eesti ettevõtluskultuurile laiemalt?**

Panus, mida EY sellise konkursi korraldamiseks Eestis, aga ka globaalselt annab, on väga tänuväärne. Kindlasti on see paljudele ettevõtjatele suur võimalus tutvustada oma tegemisi siin Eestis, aga ka rahvusvaheliselt. Eduka ettevõtte ja ettevõtja eeldus on osata rääkida oma lugu ja see konkurss on selleks hea võimalus. Haarake sellest kinni ja sellest võib sündida palju kasu.

**Kuidas näete konkursi rolli Eesti majanduse kujundamisel järgmise kümnendi jooksul?**

Sellele küsimusele on raske vastata. On väga oluline, et ettevõtjad omavahel üksteist tunnustavad. Sellise konkursi võitmine ja ka finaali jõudmine on kaalukas motivatsioonilaks igale ettevõtjale. Samuti on tähtis, et oleks foorum, kus saab ka rahvusvaheliselt oma ettevõtet tutvustada ja oma lugu rääkida.

Ent aru tuleb saada ka sellest, et valik on selgelt subjektiivne. Nendele, kes finaali ei jõua või konkursi ei võida, võin küll öelda, et kõikidel ettevõtjatel, kelle tegemistega mina žürii liikmena kokku puutusin, on meeleu ambitsioon ja nad kõik on väga tublid.

**Rääkides Eesti majanduse tulevikust, siis millistele ettevõtlusharudele peaksime eelkõige tähelepanu pöörata, et mitte innovatsioonirongist maha jääda?**

Innovatsioonis on kõige tähtsam aru saada, et eksimine on innovatsiooni põhiline mootor. Kui seame innovatsiooni sihi sinna, et igal juhul peab õnnestuma, on siht väga madalal. Katsetama peab ka kõrgelennulisi asju ja kui need ei õnnestu, siis pole midagi teha, tuleb järgmine asi ette võtta. See, et ettevõtte või idee pankrotti läheb või tegevuse lõpetab või oma suunda töö käigus muudab, on tegelikult väga mõistlik. Teine asi on see, et idee iseenesest ei ole midagi väärt, kui seda ei vea ambitsioonikas meeskond. Igaüks võib diivanil lösutades unistada tähtedest, aga edasi jõuavad ikka vaid need, kes härjal sarvist haaravad ja eesmärkide nimel meeletult pingutavad.

Mida rohkem on meil neid kõrgelennulisi tegutsejaid, seda suurem on ka võimalus olulisteks ja Eesti majanduskonjunktuuri muutvateks avastusteks ja ettevõteteks. Ma ei ole ühegi majandussektori suhtes üleliia entusiastlik ega pessimistlik. Igas valdkonnas on võimalik teha vägevaid asju, kui on teadmised, tugev tahtmine ja natuke kapitali.

# Kiirus on eelis ainult siis, kui siht on selge



Foto: Aivo Kallas

**T**änavu 18. korda toimuv EY Eesti Aasta Ettevõtja konkurss tunnustab neid ettevõtjaid, kelle saavutatud tulemused kõnelevad enda eest. Äriedu kvaliteeti ei näita aga vaid tulemuslikkus numbrites, vaid põhimõtted, millele tuginedes otsuseid langetatakse ja sihti valitakse. Eesti turu väiksus muudab selle seose eriti nähtavaks: nii õiged valikud kui ka strateegilised pimekohad tulevad siin esile kiiremini ja selgemalt kui suurtes majandustes.

Selle aasta finalistide lood on üpris erinevad. On ettevõtjaid, kes on kasvatanud oma äri üha kiiremini liikumas maailmas stabiilselt ja järjepidevalt, aga ka neid, kes on teinud julgeid pöördeid: muutnud soovitusi eirates ärimudelit või asunud vallutama turge, mis algselt on tundunud ebaloogilised. Edukate ettevõtjate ühisosa ei seisne aga mitte sarnases kasvutempos, vaid strateegilises eneseteadlikkuses – oskuses eristada väärtusi, milles järeleandmisi ei tehta, neist kohtadest, kus ollakse valmis teadlikult ja julgelt riskima.

Viimastel aastatel on palju räägitud eri muutujate survest, millega ettevõtjatel tuleb iga päev silmitsi seista. Tehnoloogilised murrangud, geopoliitika ja kapitali kättesaadavus on vaid osa teguritest, mis tänaseid äriotsuseid mõjutavad. See tõttu kipub ka fookus nihkuma pindlikkusele ja kiirele kohanemisele, mis sellises muutlikkuses ellu aitavad jääda. Kiirus on aga eelis ainult siis, kui pikaajaline siht on paigas ning põhimõtted, mille järgi otsuseid tehakse, läbimõeldud. Pikk vaade tähendab kiirustavas maailmas distsipliini ja oma põhimõtetele kindlaks jäämist ka siis, kui tundub, et kõik teised jooksevad muus suunas.

Seda mõtteviisi toetab ka EY globaalne 2026. aasta megatrendide analüüs, mis rõhutab: tänases majanduses ei ole oluline mitte muutustega kaasa tormata, vaid võime eristada strateegilisi suunamuutusi ajutisest müra.

Mulluste võitjate, vendade Andreas ja Jaak Tiigi asutatud ÖÖD Mirror House on hea näide ettevõttest, mille kasv ei ole sündinud juhuslike võimaluste najal, vaid selgest ärioloogikast ja järjekindlast julgust teostusest. Just selline lähenemine loob usaldust investorite, aga ka koostööpartnerite ja klientide silmis. Eriti ajal, mil kapital on muutunud valivamaks ning otsitakse ettevõtteid, kelle suund ei muutu iga uue signaali peale.

Sama mõtet kannab ka EY Aasta Ettevõtja konkursil mullu esmakordselt tutvustatud mõjulooja kategooria. Selle tiitliga tunnustame neid, kelle algatused loovad väärtust laiemal skaalal – kogukondade ning Eesti majanduse ja ühiskonna jaoks tervikuna. Selline mõju ei teki kogemata ega trendide sabas joostes, vaid on pikaajaliste valikute ja järjepideva riskijulguse tulemus.

Eesti Aasta Ettevõtja finalistid ongi ettevõtjad, kes ei otsi lühiajalisi lahendusi. Nende otsustusvõime ja järjepidevus aitavad hoida Eesti majanduse toimivana ka olukorras, kus väline surve vähendab eksimisruumi. Eesti turu väiksus teeb ettevõtja mõju kiiresti nähtavaks – ning tänavused finalistid on seda mõju kujundanud viisil, mis väärib tunnustamist.

**Ranno Tingas**  
EY Eesti partner

## EY Eesti Aasta Ettevõtja laureaadid:

**Andreas ja Jaak Tiik, 2025**

**Jaanus Tamm, 2024**

**Kristjan Maruste, 2023**

**Kuldar Väärsi, 2022**

**Priit Kallas, 2021**

**Kaarel Kotkas, 2020**

**Tõnis Kaasik, 2019**

**Markus ja Martin Villig, 2018**

**Arno Kütt ja Peep Kuld, 2017**

**Jevgeni Kabanov, 2015**

**Jüri Raidla, 2014**

**Peeter ja Priit Rebane, 2013**

**Ruth Oltjer, 2012**

**Priit Alamäe ja Taavi Kotka, 2011**

**Peter Hunt, 2010**

**Indrek Sepp, 2009**

**Jaan Puusaag, 2008**

## Ettevõtja elutööpreemia laureaadid:

**Christina Jörg, 2025**

**Maie Niit, 2024**

**Tiit Kõuhkna, 2023**

**Mati Nurs, 2022**

**Enn Veskimägi, 2021**

**Illimar Toom, 2020**

**Jüri Kraft, 2019**

**Enn Kunila, 2018**

**Mati Vetevooll, 2017**

**Tiit Vähi, 2015**

**Enn Meri, 2014**

**Madis Habakuk, 2013**

**Endel Palla, 2012**

**Raul-Roman Tavast, 2011**

**Ülo Pärnits, 2010**

## Ettevõtja mõjulooja preemia laureaat:

**Tiina Lökk, 2025**





**Ahrens**  
Investing  
ERITELLIMUSMÖÖBEL

- ◆ Valmistame garderoobe, magamistoa-, elutoa-, vannitoa-, ja köögmööblit
- ◆ Valmistame mööblit avalikesse ruumidesse

# Peegelmajade tootja ookeanitagune läbimurre kiirendas kasvu kolm korda

**ÖÖD Group on lühikese ajaga kasvanud väikesest disaini- ja tootmisettevõttest rahvusvaheliseks tegijaks, kelle peamine kasvumootor asub nüüd ookeani taga.**

Erkki Erilaid

**K**olme aastaga murdis Eesti peegelmajade tootja Ameerika Ühendriikide turule ning 2025. aastal kasvav ettevõtte käive tervelt kolm korda – seda ajal, mil Euroopa turgudel valitses pigem vaikus.

ÖÖD Grupi edu pälvib mullu ka laiemat tunnustust, kui EY Eesti nimetas ettevõtte asutajad vennad Andreas Tiigi (37) ning Jaak Tiigi (49) aasta ettevõtjateks. Ettevõtte hinnangul oli see oluline märk, et aastatepikkune töö, riskide võtmine ja ebaõnnestumiste ületamine on kandnud vilja. Kiire kasv ei ole tulnud kergelt, kuid tunnustus kinnitas, et valitud suund on olnud õige.

«Ettevõtja elu on pidevad väljakutsed, probleemide lahendamine ning tihti ka töö isikliku ja pereelu arvelt,» märkis ÖÖD-i juht Andreas Tiik. «Kõik, kes on midagi nullist üles ehitanud, teavad, et see ei tule kunagi kergelt. Seda suurem on rõõm, kui vahepeal märgatakse tehtud tööd ja otsustatakse seda tunnustada. EY Aasta Ettevõtja tiitel on justkui kinnitus, et oled ajanud õiget asja.»

## ÖÖD-I EELIS ON ERINEVAD TURUD JA ERISTUVAD KLIENDID

Ettevõtte ärimudeli tugevus peitub hajutatuses: ÖÖD ei sõltu ühest turust. Kui Euroopa Liidus pidurdus investimisaktiivsus ja kliendid muutusid ettevaatlikuks, siis Ameerika Ühendriikides avanes vastupidine pilt. Just sealt tuli 2025. aasta hüppeline kasv. USA kliendid on emotsionaalsemad, otsustusjulgemad ning hindavad disaini ja eristuvust – just neid omadusi, millele ÖÖD oma tooted on algusest peale rajanud.

USA turule sisenemine osutus siiski märksa keerulisemaks, kui esialgu loode ti. Kõik on kallim, regulatsioonid erinevad osariigiti ning kohaliku meeskonna loomine nõuab kultuuride ja tööharjumuste mõistmist. ÖÖD-i esimesed kaks katset ebaõnnestusid ning ettevõtte kaotas nii aega kui ka raha. Lõpuks otsustati riskida veel viimast korda ja see osutus pöördepunktiks.



Jaak ja Andreas Tiik.

Foto: Karli Saul

## ÖÖD tegutseb Ameerikas endiselt premium-niis, kuid sealse turu mastaap tähendab, et ka kitsas niis võib anda väga suure mahu.

«Aja ja raha kaotus pani meid valiku ette: kas tulla tagasi ja tunnistada, et see ei õnnestunud, või proovida veel üks kord. Rahaliselt oligi jäänud vaid üks – see viimane katse,» kirjeldab Tiik.

USA turg on mitmes mõttes keeruline. Esiteks nõuab sisenemine märkimisväärselt rohkem kapitali, kuna seal on kõik kallim. Teiseks eeldab see tugevaid turupõhiseid teadmisi, head tunnetust ning kindlasti ka kontakte. Kolmandaks on mahukas ülesanne kohaliku meeskonna ülesehitamine – erinev kultuur, tööetika ja kommunikatsioon. Neljandaks oli suur väljakutse kohalikud osariikidepõhised regulatsioonid ja toote osariigi tingimustele vastavaks tegemine.

Nüüdseks paiknevad ÖÖD-i majad juba 35 USA osariigis, enim leidub neid Californias, Oregonis, Texas, New Yorgis ja Colorados. Ettevõtte tegutseb endiselt premium-niis, kuid USA turu mastaap tä-

hendab, et ka kitsas niis võib anda väga suure mahu. Samal ajal arendatakse uusi tooteid, mis võiksid tulevikus sobida ka laiemale turule.

Ühendriikide ja Euroopa klientide ostukäitumine on nagu öö ja päev,» kirjeldab Tiik. «Euroopas ollakse täna pigem kaalutlevad, konservatiivsed, kahtlevad ja aeglased. Soovitakse teha võimalikult analüüsitut ja põhjalik otsus. Energiat ja emotsiooni on meil väga vähe võrreldes USA klientidega.»

Ta lisab, et USA turule sobivad just tooted, milles on emotsiooni, disaini ja eristuvust.

## VANAS MAAILMAS ON KASV AEGLASEM

Euroopa osas ootab ÖÖD lähiaastatel tagasihoidlikumat kasvu ning otsib aktiivselt uusi strateegiaid, kuidas sealsel turul hooгу juurde saada. «Euroopas näeme pigem tagasihoidlikumat kasvu, samas kui USA turg kasvab vähemalt järgneval kolmel-neljal aastal märkimisväärselt,» ütleb Tiik.

Küll aga otsib ÖÖD Euroopa turule mõeldes uusi lahendusi. «Rauad on pidevalt tules, et katsetada strateegiaid ja analüüsida, mis toob edu,» lausub Tiik.

Eesti turg on ettevõtte jaoks juba mõnda aega jäänud tagaplaanile – eelmisel aastal ei müüdnud kodumaale ühtegi toodet



# Kelgutamiseks perfektne

Reguleeritav  
tugitool  
**Comforto**



## ISKU

**Tugitoolispordi suurtoetaja**

TALLINN, Pärnu mnt 139F • Avatud E-R 10:00-19:00; L 10:00-16:00

[www.isku.ee](http://www.isku.ee)



**Vendade Tiikide suur unistus on müüa kokku üle 10 000 maja, kuid selleks kulub veel aastaid. Praeguseks on maju müüdud umbes 900.**

ja kogu äri põhineb ekspordil. Ettevõtte hinnangul on aga oluline, et Ühendriikides teenitud tulu jõuab tagasi Eestisse, toetades siinset tootmist ja töökohti.

Ettevõttel on nii Euroopas kui ka Ameerikas rida konkurente, näiteks RAUS Saksamaal ja PostCard Cabins Ameerikas. «Võrreldes teiste tootjatega, eriti USA-s, paistame silma eelkõige hea kvaliteedi ja hinna suhtega. Skandinaavia toodetega võrreldes eristuvad brändi tunnus, tugevad referentsprojektid, lai kättesaadavus ning materjalide kestlikkus ja kõrge kvaliteet,» hindab Tiik.

ÕÖD-i ambitsioonid ulatuvad aga kaugemale kui majade tootmine. Järjest enam liiguvad nad majutusäri suunas. Ettevõtte finantseerib koos partneritega majakesi, mida opereerivad kohalikud teenusepakkujad, ning koondab need stayood.com platvormi alla, saades osa üürikäibest. Eesmärk on kujundada aastaks 2030 looduskeskne premium-elamusmajutuse hotellikett, millele oleks Euroopas ja USA-s kokku tuhat hotellituba.

«Operaatorid rendivad meie majakesi välja ja meie omakorda saame kindla protsendi käibest,» selgitab Tiik.

Selle strateegia toetamiseks kaasas ÖÖD eelmisel sügisel Šveitsi investori Bayard Capitali kaudu täiendavat kapitali. «Kapitali kaasamine lõppes meil kolm-neli kuud tagasi ning täiendava omakapitali ja pankade finantseerimise abil on meie kapitalivajadus hetkel kaetud,» kinnitab ettevõtte juht. Uusi investeerimisringe lähiajal ei plaanita, kuid pikemas vaates peetakse tõenäolisemaks strateegilise investori kaasamist kui börsile minekut.

Kasvuga käib kaasas tootmismahu kasv. Mullu avati Tallinna lähisel Loos uus tootmisüksus ja tänavu kevadel laieneb

tootmine ka Texasies Houstonis. Samal ajal arendatakse uusi kontseptsioone, mis lähtuvad eelkõige majutusäri vajadustest – näiteks suuremaid ühiskasutatavaid hooned või täislahendusi, kus väikemajadega on ühendatud saunad ja spaad. Praktika näitab, et lisateenused tõstavad nii ööbimise hinda kui ka täituvust ning tasuvad end investeringuna kiiresti ära.

Erilist tähelepanu on pälvinud ka ÖÖD-i eksklusiivsed kuldseid peegelmajad, millest enamik on leidnud omaniku just Ühendriikides. Kuigi tegemist on nišitootega, on see aidanud tugevdada kogu brändi nähtavust ja müüki. «Kuldseid maju oleme järjest müünud – tõele au andes on enamik neist enda asukoha leidnud just USA turul,» sõnab Tiik. «Toode on aga saanud kõvasti tähelepanu ja aidanud standardtoodete müügil hoogsalt kaasa.»

Pikas plaanis näeb ettevõtte end mitte niivõrd majade tootjana, vaid globaalse premium-elamusmajutuse pakkujana, kus kvaliteet on ühtlaselt kõrge sõltumata asukohast – olgu selleks safaripark, kus majade ümber liiguvad kaelkirjakud, või Põhja-Norra rannik, kus külalised saavad minna vaalu vaatlema.

«Meie tootearendus juhindub peamiselt majutusäri vajadustest. Kui näeme, et uute asukohtade arendamisel on mõni toode puudu, siis sealt enamasti saab alguse ka tootearendus,» ütleb Tiik. «Näiteks Islandi arendusel mõistsime, et puudu on keskne suurem maja, kus inimesed saaksid koguneda ning üheskoos näiteks virmalisi jälgida.»

ÖÖD-i ettevõtmises moodustavad majutuseks mõeldud väikemajad, saunad ja spaalahendused ühtse terviku. «Kogemus näitab, et väikemajadele sauna või hot tub'i lisamine tõstab nii ööhinda kui ka täitu-

vust. Investeeringu vaates tasuvad need lisalahendused enamasti igati ära.»

ÖÖD-i asutajad soovivad, et kontroll ettevõtte ja otsuste üle oleks nende käes. «Meile on tähtis ajada Eesti asja väljaspool Eestit ning oleme oma päritolu üle uhked,» rõhutab Tiik.

Ettevõtte juhtimise juures peab ettevõtja oluliseks juhtimise vahetasandite loomist. «Asutajad peavad hoidma suurt pilti ja mitte liialt detailidesse minema,» arvab ta. «Tippjuhid peavad kasvama ja muutuma ühes ettevõttega ning olema strateegiliselt kursis, kuidas maailm praegusel tehisaruaajastul kiiresti muutub, et sellega sujuvalt kohaneda.»

## ÖÖD-I LOOMISE IDEE TULI VENDEADELE SAUNAS

Murrang tuli ühel tavalisel nädalavahetusel, kui ettevõtjatest vennad Andreas ja Jaak otsisid võimalust linnamelust ja inimestest korra eemale saada. Andreas oleks läinud meelsasti telkima, aga vanem vend soovis mugavamalt lahendust. Unistuseks sai üksik ja hubane hotellituba keset loodust – midaagi, mida turul sisuliselt ei olnud.

Idee asi ise ette võtta küpses kiiresti. Saunas istudes jäi vendadele silma peegelklaasist sauna uks. Sündis mõte: mis oleks, kui terve maja oleks peegelklaasist? Selline hoone sulanduks ümbrusse, ei hakkaks looduses silma ning oleks täpselt nii ilus kui keskkond, kuhu see on asetatud.

Mõte lasti 3D-disaineril visualiseerida ja 2016. aasta märtsis asutati kolmekesi OÜ ÖÖD. Esimese peegelmaja prototüübi valmides müüdi see Eesti puhkekeskusele.

Sealt edasi hakkas lumepall veerema. Eristuva disaini tõttu jõudsid ÖÖD-i peegelmajad jhuslikult USA arhitektuuriportaali Dwell, kus avaldatud fotod äratasid suurt tähelepanu. 2017. aastal ilmunud Dwelli artikkel tegi Eesti ettevõtmise maailmas üledõ tuntuks – lugu jõudis paljude teiste rahvusvaheliste väljaannete kaudu hinnanguliselt ligi 200 miljoni inimeseni.

Vendade Tiikide suureks unistuseks on müüa kokku üle 10 000 maja, kuid selleks kulub veel aastaid. Praeguseks on maju müüdud umbes 900.

Kiire kasvu juures peab ettevõtte suurimaks väljakutseks juhtimisstruktuuride ja protsesside arendamist ning ettevõttekultuuri hoidmist. Selleks liiguvad töötajad Euroopast ka USA tootmisüksustesse, et kanda Eesti ettevõtte väärtusi ja tööviisi üle ookeani. ÖÖD-i jaoks on oluline hoida kontroll ja sõltumatus asutajate käes ning ajada Eesti asja maailmas – ka siis, kui ettevõtte suurimad edulood sünnivad kaugel kodust.



# Parem hõbe käes kui kuld kaelas

Spordile kaasaelajaid  
toetab La Muu jäätis



LA MUU

ENDA  
ARVATES  
PARIM

# Lightyeari ükssarvikuks saamine on pigem paratamatus

Endised Wise'i võtmetöötajad **Mihkel Aamer (37)** ja **Martin Sökk (39)** asutasid oma praktilisest vajadusest tingituna rahvusvahelise investeerimisplatvormi **Lightyear**.

Romet Kreek

Ettevõtte tegutseb Euroopa ja Ühendkuningriigi finantsregulatsioonide alusel, pakkudes ligipääsu globaalsetele turgudele 25 riigis. Lightyeari tiim paikneb peamiselt Eestis (umbes 50 inimest) ja Ühendkuningriigis (umbes 20 inimest), kuid talente värvatakse üle Euroopa ning vajadusel tuuakse eksperte ka Tallinna.

Nelja aastaga on Koplis ettevõtte kaasanud 58 miljonit dollarit kapitali mitmelt rahvusvaheliselt fondilt. Platvormil on üle 6000 investeerimisinstrumendi (aktsiad, börsil noteeritud vabalt kaubeldavad investeerimisfondid ETF-id ning rahaturufondid MMF-id) ning hallatakse üle miljardi dollari klientide varasid.

Aamer ja Sökk olid varem töötanud Wise'is (endine TransferWise), kus nad puutusid kokku Euroopa finantsteenuste killustatuse, varjatud tasude ja keerukate toodetega. Nende kogemus rahvusvaheliste maksete ja *fintech*-innovatsiooniga andis selge arusaama, et Euroopa jaeinvestoril puudub ligipääs läbipaistvale, madalate kuludega ja tehnoloogiliselt ajakohasele investeerimisplatvormile.

## AVAINVESTORIKS ÄSJANE LEIVAISA

Mihkel Aameril on mitmekesine taust. Sinna kuuluvad nii inseneriõpingud Londonis kui ka UBS-i investeerimispinganduses ja Wise'i arendusjuhina saadud kogemused. Just Wise'is töötades tekkis tal arusaam, kui oluline on tehnoloogia ja automatiseerimine finantssektoris. Mihkel meenutab, et idee Lightyeari loomiseks sündis isiklikust vajadusest ja turuaukude märkamisest.

«Me nägime, et investeerimine Euroopas on täis peidetud tasusid ja keerulisi lahendusi. Tahtsime ehitada platvormi, mis oleks sama lihtne ja läbipaistev nagu Wise'i kogemus rahvusvaheliste maksetega,» lausub Aamer.

Enne Lightyeari loomist olid asutajad ehitanud üles Wise'i globaalse toote ning näinud, kuidas tehnoloogia ja automati-



Idufirma **Lightyear** asutajad **Martin Sökk** ja **Mihkel Aamer** näevad eurooplaste investeerima saamisel peaaegu lõputut tööpõldu.

Foto: Tanel Murd

## LIGHTYEAR EUROPE AS

|               | 2021    | 2022      | 2023       | 2024       |
|---------------|---------|-----------|------------|------------|
| Müügitulu €   | 106 998 | 448 940   | 1 126 627  | 2 320 662  |
| Kasum €       | -87 299 | -166 0407 | -2 244 202 | -2 992 671 |
| Töötajate arv | 9       | 19        | 25         | 32         |

Allikas: ettevõtte

seerimine võimaldavad murda vanu ärimudeleid.

Lightyear alustas koroona ajal kõõgilauaettevõtteks. Esimeseks investoriks sai meeste endine ülemus Taavet Hinrikus. Esimesed tooted loodi enda vajadustest lähtuvalt, kuid kiiresti selgus, et probleem – läbipaistva ja taskukohase investeerimisplatvormi puudus – on universaalne.

Aamer rõhutab, et riski võtmine on ettevõtluse alus.

«Kui riske ei võta, siis ei juhtu midagi – ettevõtteid ei sünni, arengut ei toimu. Aga riski võtmine tähendab ka, et vahel tuleb kaotada,» tõdeb ta. Ettevõtte alustas kahekesi, kuid peagi oli selge, et suurema mõju saavutamiseks on vaja tiimi kasvatada ja kapitali kaasata.

## EESMÄRK JA VISIOON

Lightyeari eesmärk on muuta investee-

mine Euroopas lihtsaks, läbipaistvaks ja taskukohaseks. Nende platvormi keskmises on peidetud tasude kaotamine, ligipääsu avardamine ja arusaadava finantsinfo pakkumine – kõik ühes rakenduses, mis on mõeldud nii algajale kui ka kogunud investorile.

Turu killustatus – erinevad keeled, kultuurid, maksusüsteemid ja valuutad – oli üks suurimaid väljakutseid. Lightyeari tugevus on just lokaalne kohandamine (nt maksuraportid, mitme valuuta kasutamise võimalused). Iga turg on erinev. Et pakkuda parimat teenust, on vaja see teha kohalike olusid arvestavaks nii palju kui võimalik. Paljud konkurendid seda ei tee, kuna leiavad, et üks lähenemine peab sobima kõigile.

Aamer rõhutab, et Lightyeari missioon on luua edukaid investoreid. Nende eesmärk on aidata inimestel teha teadlikke otsuseid, mitte lihtsalt spekuloida.



**SU VALGUS**

Relaxury lighting



Alates 2013. aastast loob **SU Valgus** disain-taimevalgusteid, kus põimuvad erakordne meisterlikkus, kõrge kvaliteet ja innovatsioon. Stiilipuhtad ja praktilised **SU Valgus** taimevalgustid lisavad interjööri ja õuealale looduslähedust, samas hoides taimed valgustatuna ja soodsates tingimustes ka pimedamatel perioodidel.

Käsitööna valminud valgustid, mille iga detail on hoolikalt läbi mõeldud, toovad soojust ja hubasust igasse interjööri või eksterjööri – olgu see kodu, terrass, rõdu või restoran, kohvik, hotell või kontor.

**Tel +372 5344 7223 | [www.suvalgus.ee](http://www.suvalgus.ee)**

Lightyeari visioon on olla Euroopa juhtiv investeerimisplatvorm, mis aitab kaasa kapitaliturgude arengule ja investoribaasi laienemisele, toetab finantskirjaoskuse tõusu ning muudab investeerimise kõigile kättesaadavaks. Lightyeari eelis on kasutajakogemus, tehnoloogiline sügavus ja otseintegratsioonid finantsinfrastruktuuriga.

## ÄRITEGEVUS, KASV JA PLAANID

Lightyear on viimase nelja aastaga ekspponentsiaalselt kasvanud, liikudes kiiresti Euroopa *fintech*-maastiku tippu. Ettevõtte eesmärk on kasvada 2,5 kuni kolm korda aastast ning jõuda viie-kuue aasta pärast stabiilsesse faasi.

Lightyeari kasvu on toetanud aktiivne kapitali kaasamine. Kui esimese investorihuhul mängisid rolli kontaktid, siis edasiste kaasamisringide eelduseks on olnud tugevad finantsnäitajad. Ettevõtte on kaasanud nelja aastaga 58 miljonit dollarit kapitali mitmelt rahvusvaheliselt fondilt, viimati teises rahastusringis 23 miljonit dollarit. Investorite seas on nii Eesti kui ka Briti ja Jaapani riskikapitalifondid, sh NordicNinja, Mosaic Ventures, Taavet Hinrikus ja Jaan Tallinn.

Aamer rõhutab, et investorite valikul on olnud oluline leida partnerid, kellega on hea koostööd teha ja kellele läheb korda ettevõtte missioon.

Platvormi instrumentide valikusse kuulub üle 6000 aktsia, ETF-i ja MMF-i. Viimastel aastatel on ettevõtte majasiseselt ehitatud ka murdosakud Euroopa aktsiatest ja ETF-idest, tuues kohalikud instrumendid igas summas investoriteni ning avanud ärikontod 20 riigis. Lightyeari teenuseid kasutatakse juba 25 Euroopa riigis ning hiljuti laieneti Taani, Rootsi ja Bulgaarias. Organisatsiooniline kasv on olnud kiire: tiim koosneb umbes 50 inimesest Eestis, 20 töötajast Ühendkuningriigis ja veel mitmest eksperdist mujal Euroopas. Kuigi eesmärk on hoida tiim pigem väiksem, siis prognoosib Aamer järgmiseks aastaks töötajate arvu kasvu kolmekohaliseks, mis tuleneb Lightyeari jätkuvast kiirest arengust, mille tõttu suureneb tunduvalt ka operatsioonide ja regulatiivse aruandluse maht.

Lightyeari organisatsiooniline mudel põhineb n-ö lamedal hierarhial ja ristfunktsionaalsetel tiimidel, mis võimaldavad kiiret innovatsiooni ja paindlikkust. Projektipõhised tiimid saavad selged eesmärgid ja ressursid, et viia ellu paralleelseid arendusprojekte.

«Meil on dünaamilised projektipõhised tiimid, mis tulevad kokku selge ees-

märgi ja «skoobiga», saavad kõik vajalikud ressursid, et eesmärgid saavutada, ja siis liiguvad edasi järgmise projekti juurde,» ütleb Aamer. Efektiivsuse arendamise juures on kasvav roll ka tehisintellektil, mida rakendatakse nii *back-office*'is kui ka tootarenduse poolel.

## DIGITÖÖRIISTAD ABIKS

Aameri sõnul on Euroopa turg killustunud ja konkurents tihe. «Euroopas on 6000 pank ja 8000 investeerimisühingut, konkurente on üle 10 000,» märgib ta.

Lightyeari eelis on kasutajakogemus, tehnoloogiline sügavus ja otseintegratsioonid finantsinfrastruktuuriga, mis võimaldavad pakkuda madalaid kulusid ja kiireid tehinguid. Tulevikus soovitakse jätkata laienemist uutele turgudele, kasvatada instrumentide valikut ja arendada uusi digitaalseid tööriistu, mis aitavad teha investoritel teadlikke otsuseid.

Lightyeari keskmine klient on 30–35aastane professionaal, kes investeerib pikaajaliselt, nt pensioniks, kodu ostuks. Platvormi kasutavad nii eraisikud kui ka väikesed ja keskmised ettevõtted VKE-d, eriti Eestis. Tuluallikateks on umbes pooleks intressitulu ja teenustasud, teenustasud on väikesed ja läbipaistvad, lähtutakse mahufilosoofiast.

Lightyeari pikaajaline plaan näeb ette laienemist uutele Euroopa ja globaalsetele turgudele, instrumentide valiku suurendamist ning uute digitaalsete tööriistade arendamist, mis aitavad teha investoritel teadlikke otsuseid.

Aamer rõhutab, et ettevõtte edu mõeldakse mitte ainult kasvunumbrite, vaid ka selle järgi, kui palju suudetakse muuta Euroopa investeerimiskultuuri. «Ambitsioon on selge: kui Lightyear suudab hoida praegust kasvutempot ja innovatsiooni-fookust, pole järgmine Eesti päritolu üks-sarvik sugugi välistatud,» sõnab ta.

Ettevõtja sõnul saavad nad üks-sarvikuks nagu muuseas. «Kui sa selle probleemi ära lahendad, siis võimalus on tohtu, sest turg on väga suur. Meie ambitsioon tuleb meie missioonist: aidata inimestel olla head investorid, teenida raha ja kasvatada oma kapitali,» kõneleb ta. «See on tähtis, ja kui seda üritada numbritesse panna, siis kõige ägedam oleks see, kui suudaksime panna rohkem inimesi investerima Euroopasse.»

Aamer toob välja, et Euroopas investeerib aktsiatesse märksa vähem inimesi kui Ameerika Ühendriikides: seal on see osakaal üle 50 protsendi, Euroopas sageli alla 20 protsendi. Lightyeari eesmärk on seda vahet vähendada, pakkudes kasuta-

jatele arusaadavat finantsinfot, hariduslike materjale ja tööriistu, mis aitavad teha teadlikke otsuseid.

## MAGAMISEKS JÄÄB TUNNIKE

Ühe fookusena vaadatakse ka seda, kuidas teha Aasia suured turud Euroopa investortele kättesaadavaks.

«Jaapanis, Hongkongis ja Hiinas toimub palju tähelepanuväärset,» ütleb Aamer. «Kui vaatame ka väärtussuhtarve, siis see on huvitav, kuid geopoliitiline pool on katsumusterohke.»

Martin Soku kinnitusel on Lightyearil praegu töös ka krüptoprojekt. Kuna USA suurtel börsidel käivad ettevalmistused ööpäevas 23-tunniseks kauplemiseks, siis mõjutab see ka eestlaste loodud investeerimisplatvormi.

«Magame siis ühe tunni ööpäevas,» naerab Sock. «See on suur edasimineku arv, et see tõstab USA turgude populaarsust. Praegu pole eurooplaste jaoks USA turul kauplemine ajaliselt mugav.»

Kuigi suures pildis ei pruugi see olulisena tunduda, siis Lightyear tegi oma 25 turul kättesaadavaks Balti aktsiatesse investeerimise. Seega on ettevõtte nagu omamoodi Balti investeringute suursaadik teistes Euroopa riikides. Vähe sellest, et laiem üldsus pole kuulnud Balti ettevõtetest ja aktsiatest, ka nende kodupangad ja maaklerfirmad ei vahenda internetipangas või mobiiliäpis meie aktsiaid.

Ettevõttes kasutatakse palju tehisintellekti, aga inimesed kontrollivad selle töö üle, mitte ei lase AI-l omapäi hullata. ■

## Žüriiliikme kommentaar

### Taavi Veskimägi

energeetika ja kaitsetööstuse investor



Mihkel Aamer ja Martin Sock on silmapaistvad ettevõtjad, kes on

loomud Lightyeari ning viinud selle lühikese ajaga üheks Euroopa kiiremini kasvavaks investeerimisplatvormiks. Tuginedes oma varasemale kogemusele finantstehnoloogia valdkonnas, on nad suutnud lahendada Euroopa investeerimisturu olulisi kitsaskohti, pakkudes läbipaistvat, madalate kuludega ja tehnoloogiliselt väga tugevat lahendust jaeinvestoritele. Nende selge visioon, oskus skaleerida äri rahvusvahelisel tasandil ning juhtida ettevõtet rangelt reguleeritud keskkonnas näitab küpset ja vastutustundlikku ettevõtlust. Just need omadused ja saavutused on põhjus, miks Mihkel Aamer ja Martin Sock on valitud EY Eesti Aasta Ettevõtja 2026 konkursi finalistideks.



# MiLADY

## VITAMIN D3 4000



### D-VITAMIIN NÕUDLIKULE NAISELE

Märtsis erihinnaga



Apotheka

BENU



Apteeck



EURO  
APTEEK



# Ameerikas kiirelt arenev Modash ihkab kümnnendiga jõuda miljardikäibeni

SaaS-mudelil (tarkvara kui teenus) mõjuisikute turundusplatvormi arendamisega tegeleva Modashi kaasasutaja ja tegevjuht **Avery Dylan Schrader (28)** kasvab üles Kanadas Nova Scotia väikelinna kalurite perekonnas. Pärast keskkooli lõpetamist kolis ta Saksamaale, kus elades kuulis esimest korda idufirmadest ja Eestist. Kuuldud, tehtud. Noormees asus Eestisse ja lõi taskuhäälingu, millega sukeldus Eesti idufirmade ja asutajate maailma.

Ann Marie Ansper

## KASVUMOOTORIKS ON DISTSIPLIIN

Ametlikult asutati Modash küll 2018. aastal, ent algusaastad kulgesid katse-eksituse vaimus. Reaalset käivet hakkas ettevõtte tegema 2020. aastal ning sellest ajast on kasv olnud hoogne. Käibe ja platvormi kaudu sisuloojatele vahendatud tasud, mis käivad enam-vähem ühte sammu, on viimastel aastatel stabiilselt kahekordistunud. 2024. aastal oli majandusaasta aruande järgi müügitulu 4,5 miljonit eurot, 2025. aastal üle kümne miljoni euro ning tänava oodatakse, et nii käive kui ka vahendatud tasud jäävad 20 miljoni euro kanti.

Aktiivseid kliente on umbes 2000, neist enam kui pooled Ameerika Ühendriikides ja Kanadas. Viindik asub Aasias ja Austraalias, ülejäänud Euroopas. Töötajaid on ettevõttel ligikaudu 80, kellest pooled on arendajad ja insenerid. Lisaks Tallinnale paikneb kontor Torontos – see avati ettevõtte Põhja-Ameerika suuna arendamiseks.

Kiire kasvu taga on Schraderi sõnul suuresti distsipliin ja algusaastate vigade põhjal paika pandud fookus keskenduda kitsaste probleemide lahendamisele: tee ühte asja, ent väga-väga hästi.

Kui alguses näis ahvatlev teha koostööd peaaegu kõigiga, kes seda soovisid, otsustas Modash aasta-kaks tagasi, et edaspidi jätkub töö vaid Shopify platvormi e-poodidega, kellel on oma meeskonnad sisuloojate turunduse haldamiseks.

«Kõik meie tooted, kogu meie turundus, on fokusseeritud sellele. Nüüd kasvame igal aastal üha kiiremini,» toonitab tegevjuht.

Nad hoiduvad täisteenuse pakkimisest. «Paljud ettevõtted selles vallas muutuvad põhimõtteliselt turundusagentuurideks. Sest brändid tulevad ettevõtte varajases faasis ja ütlevad: «Ma ei tea, siin



Avery Dylan Schrader koos Modashi tiimiga.

Foto: Tom Lee

on 500 dollarit sinu tööriista eest, aga maksan sulle 500 000 dollarit, kui sa minu eest kogu teemaga tegeled.» Ja asutajad ütlevad sellele alati jah.»

Modash aga keeldub teenuste osutamisest ja keskendub ettevõtte alusvaraks oleva tarkvara arendamisele. Ent isegi vaid platvormile keskendudes on oht üritada liiga palju teha. Modashi platvormil leidub mitmeid elemente alates otsingumootorist Shopify ning meiliintegratsioon ja sisuloojate tulemusmõõdikuni. «Kui sa ei ole ettevõtlik, siis võid lihtsalt palju häid asju ehitada. Meie eesmärk on suurepäraseid asju ehitada,» toonitab Schrader.

Andmeanalüütika tarkvara arendab ettevõtte ise, sest kui paljud tehisaruka-

sutavad ettevõtted saavad integreerida oma tootesse mõne teise firma AI-mootori, näiteks ChatGPT, pole Schraderi sõnul kellelgi teisel Modashile pakkuda vajalikku visuaalset otsingufunktsiooni.

Inseneeriatöö ise tegemine on Schraderi meelest ka üks põhjus, miks Modash on suutnud viimastel aastatel hoogsalt kasvada, sest enda toodet on lihtsam kontrollida ja klientide vajaduste järgi parendada.

## RAHAKAASAMINE POLE EESMÄRK OMAETTE

2020. aastal, kui Modash tegutsema hakkas ja üritas raha kaasata, oli see Schraderi sõnul keeruline, sest investorid arvasid, et

### OÜ MODASH

|                           | 2020    | 2021    | 2022      | 2023       | 2024      |
|---------------------------|---------|---------|-----------|------------|-----------|
| <b>Müügitulu</b> (€)      | 191 244 | 720 548 | 1 651 032 | 3 352 893  | 4 540 300 |
| <b>Kasum</b> (€)          | -41 665 | 396 041 | 155 046   | -1 440 919 | -189 135  |
| <b>Osaluse suurus</b> (%) | 30,24   | 30,24   | 30,24     | 30,24      | 30,24     |
| <b>Töötajate arv</b>      | 7       | 8       | 8         | 11         | 17        |

Allikas: ettevõtte



CASA  
CHARLIZE  
..... ITALIA .....

PROSECCO



Tähelepanu! Tegemist on alkoholiga. Alkohol võib kahjustada teie tervist.



nende idee on lihtsalt öeldes kohutav. Kuna raha oli raske saada, on ettevõtte harjunud ka vähe kulutama. 2025. aastal kulutas Modash Schraderi sõnul investeeritud rahast vaid ühe miljoni, mis on praegust arengu- faasi arvestades võrdlemisi väike summa.

2024. aastal kaasas Modash A-seeria rahastusraundis 12 miljonit dollarit. Uuest raha kaasamisest ettevõtte Schraderi sõnul praegu ei mõtle. Ja mitte ainult – rahakaasamisest kui iseseisvast eesmärgist rääkimine on ettevõttes vaikinisi taunitud. «Enamik ettevõtteid planeerivad oma äri tulevikku paralleelselt rahakaasamisega. Meie ei tee seda. Meil on reegel omaenda saatust kontrollida, sisuliselt,» räägib kaasasutaja.

Ettevõtte prognoosib, et on kasumlik 2027. aasta keskpaigaks. Siis mõeldakse uuesti, kas ja milleks raha kaasata. Suurusjärg oleks siis eelmise korraga võrreldes juba suurem – 50 kuni 100 miljonit.

## KÜMNE AASTAGA MILJARDINI, SAJA AASTAGA TRILJONINI

Ettevõtte ambitsioonid on suured ja ootuste ajahorisont pikk. Sel sajandil – jah, sajandil – on Modash seadnud eesmärgiks sisuloojatele vahendada triljon dollarit. Kui töödistsipliin peab, ootab Schrader, et juba aastaks 2035 küündib Modashi käive miljardi dollarini.

Teoorias on taoliste tulemuste saavutamiseks turul ka ruumi. Tegevjuht selgitab, et üleilmselt kulutatakse mõjuisikute turundusele praegu umbes 30 miljardit dollarit aastas, mis on vaid mõni protsent kogu turundusele suunatud kulutustest. Kui Modash teeb mõjuisikute turunduse lihtsamaks, usub Schrader, et ka ettevõtete valmidus sisuloojatesse investeerida kasvab.

«Ausalt, ma arvan, et Modash on kõige lähedam tarkvarafirma Eestis. Mulle tundub, et üldiselt inimesed vaatavad meid ja arvavad, et oleme igav turundustehnoloogia platvorm. Aga oleme valdkonnas, kus tegutseme, ja võimaluste mastaapi arvestades praegu universumi keskpunktis. Asi, mida on vaja tõestada, on see, kas oleme õiged inimesed seda tegema, sisuliselt,» nendib Schrader.

Kaasasutaja vaates on nüüd nii edu kui ka läbikukkumine ainult ettevõtte enda kätes. «Meie fundamentaalsed eeldused olid õiged. Saime aru, mis teooriale põhinedes tuleks firma üles ehitada. Seega, kui läbi kukume, on see ainult meie endi süü. Väga lihtne oleks turgu süüdistada,» naerab ta.

## VÕIMAS ANDMEANALÜÜSI-MOOTOR

Modashi peamine toode on taotluslikult kitsa funktsiooniga, ent majasiseselt aren-

datud andmeanalüüsi lahendused. Need on võrdlemisi universaalsed ja, kui uskuda Schraderi hinnangut nende võimekusele, on neil potentsiaali märksa laiemas sfääris kui mõjuisikute turundus.

«Sisuliselt oleme pidanud ehitama masina, mis mõistab, mis toimub sotsiaalmeedias,» märgib ta.

«Kui sa oled ükskõik milline tuhandest maailma suurimast ettevõttest, siis sul on maailma kohta küsimusi. Mis inimestele meeldib? Mida nad minu ettevõttest arvavad? Mis aktsiad võiksid üles või alla liikuda?» loetleb ta.

Kõikidele nendele küsimustele saaks kaasasutaja sõnul parima vastuse sotsiaalmeediast, kui leiduks vaid tööriist selles sfääris toimuva mõistmiseks.

Kui kõrge on Schraderi hinnangul nende andmetaristu tase? «Oleme maailmas parimad, niipalju kui teame. Sest suurimad firmad tulevad meie juurde ja neil ei ole konkurentsivõimelist alternatiivi,» ütleb ta. «Kui sul on sotsiaalmeedia kohta küsimus, saame sulle anda küsimusele vastamise hinna,» naljatleb ta.

Teiste hulgas on ettevõttel lepingud ka ülikoolidega, mille teadurid kasutavad Modashi andmeid. Ka tuntud uuringuettevõtte Pew Research on Modashi andmetele viidanud, kuid seda, kas ettevõtte on ka nende klient, Schrader öelda ei saa. Küll aga on avalikult kinnitatavate klientide seas mulu augustis 3,1 miljardi dollarilise väärtuse juures 100 miljonit dollarit kaasanud müügi- analüütika start-up Clay.

2035. aasta miljardieesmärgist olulise osa toobki kaasasutaja sõnul ilmselt nende andmeanalüüsi taristu. Praegusest käibest toob see Modashi tegevusvaldkond vaid viiendiku, kuid see on ka kõige kiirema kasvutempoga suund. Juba tänavu peaks tulud enam kui kahekordistuma.

## ETTEVÕTJAPLATVORM SISULOJATELE

Lisaks turundusplatvormile ja tarkvarale on Schraderi sõnul firmas peidus veel kolmas potentsiaalne üksus: sisuloojatele suunatud ettevõtjaplatvorm.

Nimelt, kui bränd maksab sisuloojale, on viimane perfektses olukorras, et olla huvitatud tootest, mis teeks väikeettevõtja elu lihtsamaks. «Kuidas ma arvet koostan? Kuidas ma oma makse deklareerin? Mul on TikToki 10 000 jälgijat, sest ma armastan puslesid. Ma ei taha mõelda nende asjade peale,» selgitab Schrader võimalike klientide mõtteprotsessi.

Potentsiaalseid kliente – sisuloojaid või väikseid meediafirmasid, nagu Schrader neid kirjeldab – leidub miljoneid. Schraderi

sõnul ei näi aga keegi neist väga huvitatud olevat. Põhiprobleeme on kaks – valdava osa sisuloojate sissetulek on väike, samas on nende klientideks saamine keeruline ja kallid. «Kui sa kirjutad kellelegi, kel on 100 000 TikToki jälgijat, siis ta ilmselt ei vasta sulle. Ja nad ei teeni eriti raha. Nii et isegi siis, kui saad nad kliendiks, ei teeni sa käivet,» kirjeldab ta.

«Aga kui sinu missioon on selle kategooria inimeste teenindamine, siis saad ehitada selle hullumeelse masina, mis püüab sisuloojaid tasuta – sest brändid maksavad neile Modashi kaudu – ja siis jõuab looja täiuslikul hetkel nende toodete ja teenusteni, et neid kasutada.»

## MISSION ON SISULOJATE SISSETULEKU TOETAMINE

Kui küsida, mis on Schraderi silmis Modashi tehnoloogia unistuste use case, tuleb ta tagasi sisuloojate juurde. «Ausalt öeldes olen lihtsalt armunud sisuloojate majanduse kontseptsiooni. Inimesed tõesti alahindavad potentsiaalset mõju, mis võib olla sadadel miljonitel inimestel, kes saavad ära elada kultuuri eksportides, selle asemel et kodust ära kolida,» ütleb ta.

«Kasvasin üles paljude inimestega, kes tegid asju vajadusest. Nad pidid selle kompromissi tegema. Või nad tundsid, et pidid. Kas ma tahan stabiilsust või ma tahan rõõmu? Ma loodan, et sisulooja majanduse skaleerimise mõju on see, et palju vähem inimesi peab endale selle küsimuse esitama,» võtab Schrader oma motivatsiooni kokku. ■

## Žüriiliikme kommentaar

**Kaidi Ruusalepp**  
Metsa Collectioni  
asutaja ja juht

**Avery Dylan Schrader**  
on kõige paremas mõttes uue põlvkonna ettevõtja. Tema asutatud



ja juhitud Modash teenib miljoneid äris, mille peamine komponent – suunamudijate turundus – hakkas arenema alles 2020ndatel. Avery on olnud julge ja sihikindel. Ka oma teenust müües teeb ta kliendile kõigepealt selgeks suunamudimise vajalikkuse konkreetses kontekstis ja kui kliendil suunamudimisest abi ei ole, siis kliendisuhteni ei liiguta. Tema pragmaatiline lähenemine äridele on teinud Modahist Eestis ühe kiiremini kasvava iduettevõtte. Avery on iduettevõtete kogukonnas aktiivne liige, kuuludes mõni aasta tagasi Asutajate Seltsi juhatusse. Mul on hea meel näha Avery Dylan Schraderit finalistide hulgas: tema futuristlik ja piirideta maailmavaade on märgiline eeskuju.



Kunstkivi  
 Fassaadipaneelid  
 Kõrgsurvelaminaadid  
 Töötasapinnad  
 Kompaktlaminaat  
 Metallkattega laminaadid  
 Melamiin  
 MDF plaadid





# Kolm aastakümnet Eesti puhta vee

EY Eesti Aasta Ettevõtja 2025 pidulik galaõhtu. Lavale kutsutakse elutööpreemia laureaat **Christina Jörg** ning kogu saal tõuseb lugupidamise märgiks püsti. On ju tema töötanud kolm aastakümnet selle nimel, et Eesti inimesed saaksid juua puhast vett.

Sander Silm

**C**hristina Jörg (74) ise endast loomulikult nii palju ei arva. «Mul pole ju midagi rääkida, kes ma selline üldse olen, et minust artikkel teha,» naerab ta nakatavalt. Muide, Schöttli Keskkonnatehnikas, mille nõukogu liige ta on, kutsuvad kolleegid ja kaasvõitlejad teda lihtsalt Jörgiks. Tundub, et Christinale teeb see omajagu nalja.

Tegelikult on Christina väga tagasihoidlik, öeldes, et temast pole midagi kirjutada. Vastupidi, ainuüksi tema elukäik on väärt, et kirja panna tummine raamat. See oleks erakordne põimik ajaloost – 1970. aastal lahkus ta Eestist Saksamaale, mis polnud toona üldse tavaline – kui ka 1990. aastate pöörasest majanduselust.

## SELLE ALA PIONEER EESTIS

Ka haridus on Jörgil pigem ebaharilik: ta lõpetas Kölni ülikooli matemaatilise filosoofia erialal. Veelgi põnevam on aga tööik, et ta täiendas end hiljem Leningradi riiklikus ülikoolis, käies samas koolis ja samal ajal Vladimir Putiniga. Kas Christina kohtas seal ka Putinit? «Ei, seda mitte,» naerab ta vastuseks. «Ma vaatasin siis tunduvalt ilusamaid poisse,» muigab ta.

Kölni aastatesse jääb ka Christina teine abielu ettevõtjaga, kel oli valutehas ja kelle ettevõttesse asus ta tööle prokuristina. «Vana Jörg lasi aga ühel hetkel sekretäriga jalga ja nii jäi mul valida, kas elada Saksamaal sotsiaaltoetuste peal või töötada ennast surnuks,» meenutab ta. Christina valis kolmanda variandi – otsustas ennast surnuks töötada Eestis.

1990. aastate alguses töötas Christina Šveitsis Schöttli perefirma. Eestisse naastes asutas ta 1996. aastal koos Šveitsi firma Schöttli AG omaniku Theodor Schöttliga Schöttli Keskkonnatehnika AS-i, mis hakkas paigaldama reoveepuhasteid. Hiljem ostis Christina ettevõtte šveitslastelt välja.

Kes mäletab, siis 1990ndad olid Eestis omapärane aeg: ääretult optimistlik, samas üpris vaene. Keskkonnahoid võis olla üks viimane, millele mõeldi. Kuid Christina nägi siin võimalust – Nõukogude armee oli



Christina Jörg EY Aasta Ettevõtja galal elutööpreemiat vastu võtmas.

Foto: Mihkel Maripuu

**Christina Jörg nägi Eestis võimalust: lah-kuv Nõukogude armee oli maha jätnud täieliku laga ja seda tuli hakata doonorriikide toel puhastama.**

maha jätnud täieliku laga ja seda tuli hakata doonorriikide toel puhastama. Kerge see loomulikult polnud. Christina kirjeldab naeru lagistades toonaseid aegu, kus ka altkäemaksu küsimine polnud teab mis surmapatt.

Ent see ei tähenda, nagu Christina elu ettevõtjana oleks teab mis lill olnud.

Vastupidi, naisettevõtja oli toona pigem erand kui reegel, mistõttu tuli ennast kohati topelt tõestada. Nagu iga teine ettevõtja seisis temagi päevast päeva murede ees, et riigimaksud oleksid makstud ja töötajatel õigel ajal palgaraha arvel.

Lisandusid isikliku elu mured. Christina lapsed olid jäänud Saksamaale, kuna lahku läinud vanemad leidsid, et nii on lastele kõige parem. Christina on tunnistanud, et see lõhestas teda omajagu, kuna tundis ennast süüdi, et pole Saksamaal pere juures.

«Kui lapsed olid 16–17aastased, siis Eestis olles tundsin, et mind pole nende jaoks olemas, ja Saksamaal tundsin, et mind pole ettevõtte jaoks olemas. Kogu aeg oli tunne, et teen liiga vähe,» meenutab ta mitte just kuigi lihtsat aega.



# ja inimeste teenistuses

Praeguseks on Schöttli panus Eesti keskkonnahoidu hoomamatu: üle 80 protsendi riigist on varustatud ajakohase kanalisatsiooniga ning Schöttli Keskkonnatehnika meeskond on projekteerinud ja ehitanud Tallinnast Setumaani üle 300 puhasti.

Praegu on kõik tema neli last – Philipp, Johannes, Mirjam ja Isabel – leidnud oma tee: kes masinaehituses, kes õiguses või hotellinduses. Erilist uhkust tunneb ta noorema poja Philipi üle, kes õppis selgeks eesti keele, teenis siin aega sõjaväes ja tegutses kiirabis, kandes edasi ema kirglikku Eesti patriotismi.

## INIMESTE INIMENE

Ettevõtlusest filosoferides tõmbab Christina paralleeli ettevõtluse ja kooselu vahele, sest ka kellegagi koos elades ei hakka ju probleemide tekkimisel saatma nõudekirju, vaid proovid probleemi rääkides ära lahendada. Ärinaine ei tee saladust, et ta pole oma otseütlemistega alati teab mis präänik, kuid tundub, et tema kolleegid hindavad seda. Paljud Schöttli Keskkonnatehnika töötajad on töötanud seal pikka aega. Ka praegune suuromanik ja tegevjuht Tarmo Juhanson on ettevõttes 2007. aastast.

2014. aastal müüs Jörg ettevõtte mitte seda osta soovinud finantsinvestoritele, vaid kauaaegsele juhtkonnale – Indrek Salisele, Tarmo Juhansonile, Veiko Veltrile ja Raul Juhkamile. See nn *management buyout* tagas ettevõtte väärtuste säilimise.

Jörg jäi Schöttli nõukogu esimeheks, et toetada meeskonda seni, kuni aktsiate ostuks võetud pangalaenu on tasutud. Vähe sellest, Christina andis osa ettevõtte müügist saadud rahast neile töötajatele, kes aitasid seda omal ajal üles ehitada. Olgem ausad: Eesti ärimaailmas pole just tegu igapäevase sammuga.

Nüüd jätkab Christina nõukogu liikmena, öeldes talle omase lõbusa otsekohesusega, et ta ei viitsi nõukogu esimehe staatusega kaasas käiva bürokraatiaga tegeleda. Sellegipoolest tuleb ta iga päev kontorisse ja töö vähesuse üle ei kurda.

Samuti räägivad Schöttli tunduvalt nooremad juhid, et tihti kaasatakse Christina läbirääkimistesse klientidega. «Mitmed meie kliendid on viisakalt palunud, et läbirääkimised võiksid olla vene keeles,» põhjendab Tarmo Juhanson.

Christina, kes valdab perfektselt vene ja saksa keelt, pole selle vastu midagi. Seda enam, et sakslased ja venelased on üliloojaalsed kliendid, kui nende usaldus kord juba võita. Seega tasub neid hoida.

## KALMISTUL RIKKUS EI LOE

Vaieldamatult kuulub Christina süda heategevusele. Vesteldes märgib ettevõtja ikka ja jälle: siis ma toetasin seda ja ka teda olen ma toetanud. Rahvusvahelise Rotary klubi kaudu toetab Christina lasterikkaid peresid, kuid on teinud seda talle omase pragmaatilisusega: mitte sularaha jagades, vaid ostes vajalikke kodumasinaid või mööblit.

**Ettevõtja andis osa ettevõtte müügist saadud rahast neile töötajatele, kes aitasid seda omal ajal üles ehitada. Eesti ärimaailmas pole just tegu igapäevase sammuga.**

Küsimusele, et miks ta seda teeb, vastab Christina naeru lagistades, et viimane asi, mida ta tahab, on olla Rannamõisa kalmistu kõige rikkam asukas.



**Christina Jörg Balti elektriijaama tuhatranspordivee krooni ärastuse puhasti avamisel.**

Foto: Schöttli Keskkonnatehnika

Ka praegusel äreval ajal on Jörgil plaan valmis. Kuigi Saksamaal ootavad teda neli last ja kaheksa lapselast, on ta otsustanud igal juhul jääda Eestisse. «Mul on jäänud kuigivõrd raha üle Düsseldorf-lähedase villa ostmisest ja võin vajadusel endale lubada ka Javelini raketi ostmist,» naerab ta.

Kui küsida, kas tal on pika ettevõtjakarjääri jooksul midagi hingele jäänud, vastab Christina, et tema hinnangul Eestis ei väärtustata ettevõtjaid. «Tegelikult on ju ettevõtjad need, kes maksavad õpetajate ja raamatukogutöötajate palga, kuid siiani olen kokku puutunud suhtumisega, et eks need ettevõtjad ühed ärikad ole,» tunnustab ta.

Christina isegi ei saa kurta liigse tunnustuse üle. Nii pole ettevõtja panus leidnud märkimist näiteks presidendi poolt. «Ju ma olin siis kummikutega solgiaugus, kui president aurahasid jagas,» viskab ta mõru nalja.

## Šveitsilik täpsus Eesti veepuhastuses

Šveitsi juurtega ettevõtte Schöttli Keskkonnatehnika tegeleb joogi-, tarbe- ja reovee puhastusseadmete projekteerimise, müügi, paigalduse ja hooldusega. 1996. aastal Eestis tegevust alustanud ettevõtte asutasid Schöttli AG omanik Theodor Schöttli ja Christina Jörg, kes naasis samal ajal Eestisse.

Schöttli abiga on valminud üle 300 reoveepuhasti ning kaetud enam-vähem

kõik Eesti alevikud ja väikelinnad. Sama palju või rohkemgi veel on valminud joogiveepuhastussüsteeme. Üks märgilisemaid töid, mille Christina Jörg välja toob, oli Vaivara ohtlike jäätmete käitluskeskuse puhastusseadmete rajamine ning üks põnevaid väljakutseid Tallinna loomaaja jääkarude ekspositsiooni veetöötlussüsteemi rajamine.

Schöttli suuromanik ja tegevjuht

Tarmo Juhanson ei tee saladust, et praegune aeg on ettevõtte jaoks keeruline ja konkurents hangetel väga tihe. Sellegipoolest vaatavad nad tulevikku optimistlikult, sest lisaks tavapärastele vee- ja kanalisatsiooni- valdkonna vajadustele peavad vee-ettevõtte üha olulisemaks ka ressursitõhusust ja energiasäästlikku tootmist, mis on seotud vee ja muude ressursside tõhusama kasutamisega.

# Venten kasvas ühe aastaga kolm korda

Metallitööriistadele ja -seadmetele spetsialiseerunud Venten laieneb kõikidesse Balti riikidesse, kasvatades käivet ja meeskonda. Kasv oli nii intensiivne, et Venteni asutaja ja omanik Toomas Tammer (37) tegi Eesti äriilmas ebahariliku sammu – ta taandus tegevjuhi kohalt ja palkas selleks inimese, kes aitaks kaasa laienemisele.

Andrus Karnau

«Oleme kasvanud eelmise aastaga 18 inimeselt 46-le. Oleme avanud kontori Riias, Vilniuses ja Kaunases,» ütleb Tammer. «Viie miljoni eurose käibe juurest kasvasime 6,5 peale ja prognoos on vähemalt 15 miljonit eurot aastas.»

Kasv ei olnud juhuslik. «Kui on juhust, siis mõned protsendid, aga kasv kümnetes protsentides on eesmärgistatud tegevuste tulem. Varasem töö ja õnn olid toeks, et Saksa suurtootja Trumpf, otsides Balti riikides uut esindajat, valis Venteni,» räägib ta.

Venten oli üks viiest-kuuest ettevõttest, kes sattus Trumpfi radarile.

«Nii mõnigi klient andis meile viisakalt mõista, et te toimetate treimise ja freesimise masinatega ning kõigi sellega seotud toodetega, aga meil on ka lehetöötlusüksus ja äkki saate meid aidata,» räägib Tammer.

Trumpfi esindajaks saamisele eelnes pikk kvalifikatsiooniring. Ennekõike huvitas suurfirmat, kuidas Venteni organisatsioon on üles ehitatud, millised on väärtused, kuidas suhtutakse klienti ning milline on finantsdistsipliin. «Usun, et meie ettevõtte vastas kõige rohkem ootustele ja Venten valiti Trumpfi ainuesindajaks Balti riikides,» ütleb Tammer.

«Kui mullu märtsis esinduse üle võtsime, oli meil lehetöötuse valdkonnas ainult üks ekspert töö. Meile pärandati 260 avatud juhtumit, kus masinad seisis või vajasis järeltegevust kõigis Balti riikides,» meenutab Tammer. «Järgnes üsna hullumeelse tempoga värbamine, koolitamine, mõttelaadi ühtlustus ja riskide maandamine.»

## ÄRIREEGEL NUMBER ÜKS

Lehetöötus on kõik, mida tehakse metallist ja õhukesest materjalist – köögid, mööbel, karkassid, masinate korpused ehk kogu toodang, mida lõigatakse laseriga, painutatakse ja stantsitakse.

«Kui natuke nalja teha, siis juhina palkasin endale eestvedaja, teejuhi ja järele-



**Venteni asutaja Toomas Tammer kinnitab, et eestlased oskavad ehitada väärt masinaid ja seadmeid ning et meie inseneridel on olemas kõik vajalikud oskused selliste võimaluste ära kasutamiseks.** Foto: Konstantin Sednev

## OÜ VENTEN

|                      | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Müügitulu (€)</b> | 3 494 429 | 2 989 117 | 4 384 253 | 5 003 221 | 4 977 611 |
| <b>Kasum (€)</b>     | 345 169   | 241 752   | 665 241   | 313 397   | 435 245   |
| <b>Töötajate arv</b> | 11        | 11        | 10        | 14        | 18        |

Allikas: ettevõtte

**«Lõpuks on kõik mõtlemises kinni, eesmärgis, kuhu tahetakse jõuda, mida tahetakse saavutada, millist organisatsiooni-kultuuri hoida.»**

valvaja, astusin tegevjuhi ametist müüjuhi rolli ning palkasin grupile septembris tegevjuhi, kel on kogemust teisest valdkonnast ning kes on kasvanud organisatsioone suuremaks. Meie põhimõte oli, et olemasolevad kliendid ei kannataks, kui organisatsioon liigub äris uutele segmentidele,» selgitab Tammer.

Ettevõtte rajaja ja ainuomanikuna ületas ta endas soovi kõike viimase detailini kontrollida ehk mikromanageerida.

«Lõpuks on kõik mõtlemises kinni, eesmärgis, kuhu tahetakse jõuda, mida tahetakse saavutada, millist organisatsioonikultuuri hoida,» põhjendab Tammer.

Venteni uus tegevjuht on Egon Veermäe, kel on nii riigi- kui ka erasektori kogemus ning kelle spetsialiteet on digitaliseerimine ja oskus kasvatada tugevat meeskonda.

«Meie valdkonnas on esindatud kõik maailma tuntud ettevõtted otse või partnerite vahendusel. Konkurents pole nii tihe kui näiteks Saksamaal või Inglismaal, aga turg on seal ka hulga suurem,» lausub Tammer.



GOLDEN CLUB

Võta aega  
iseendale!

Treeningpaketid  
al 55 €/kuu

[goldenclub.ee](http://goldenclub.ee)

Konkurents käib üle riigi piiride – Eesti ettevõtted ei osta ainult Eesti ettevõtetest või Läti ettevõtteid ei osta ainult Läti ettevõtetest. Ventenil on umbes 40 konkurenti.

«Tähtis on mõtestada, miks kliendil meid vaja on. Warren Buffett on öelnud, et äri esimene reegel on – ole kasumlik. Teine reegel – järgi esimest reeglit. Meie ülesanne on aidata meie klientidel olla kasumlik,» märgib Tammer.

Et olla edukas ja toimekas, tuleb läbi mõelda, miks organisatsioon loodud on, millist väärtust ja sisu millisele kliendisegmendile pakutakse.

Tammeri sõnul on Venteni konkurentsielisel see, et minnakse protsessidesse sügavamalt, kui müügiks vajalik. «Küsimine ebatavaliselt küsimusi, et aidata kliendil läbi mõelda, kas ja millist investeeringut on üldse vaja. Me tegelikult ka hoolime,» räägib ta.

«Oleme oma tooted ja teenused kohati sedasi üles ehitanud, et need oleksid seotud ettevõtte missiooniga. Meie missioon on lihtne, peame aitama oma kliendil kasvada. Peame kõik selle nimel tegema,» lisab Tammer.

«Oleme ainus müügiorganisatsioon Balti riikides ja võib-olla ka tuhande kilomeetri raadiuses, mis on registreeritud kui õppeasutus. Meil on täiendõppeasutuse litsents, tegeleme ka tööpinkide operaatrite koolitamisega,» ütleb Venteni juht.

«Oleme oma põhiäri üles ehitanud nii, et kliente aidata, milliseid tooteid ja teenuseid on vaja, et temal läheks hästi. Oleme sellise lähenemise juurutanud organisatsioonis ning see nõuab teistmoodi fookust ja kontsentratsiooni,» kinnitab ta.

Tammeri sõnul pakub ettevõtte töötajatele tööstusele koolitust, hooldust ja remonti ning uusi seadmeid, tehnilisi lahendusi ja teadmisi.

«Näitame kliendile, kuhu selles segmendis äri liigub, mis on edukuseks oluline ning leiame koostööks talle parima lahenduse,» lubab Tammer.

## TERAV TORGE AITAS EDASI

Venteni äri sai alguse õpingute ajal Tallinna tehnikakõrgkoolis. «Töötasin tööstuses ja küsisin tollaselt koostööpartnerilt-hankijalt CNC-freesimise tööriistade kohta, täpselt sõrmfreeside kohta, kuidas ja miks need nii töötavad. Selle peale tollane koostööpartner ja praegune konkurent ütles viisakalt: tead, Toomas, mul ei ole mõtet rääkida, see on nii keeruline teema, sa ei saa sellest aru,» meenutab Tammer.

«Ma ei pea end maailma kõige targemaks inimeseks, kuid tean, et alati on võimalik teadmisi ja arusaamist süvendada ning juurde õppida. Ülikooliõpingud aitasid

mul valdkonda paremini mõista ning soovisin teadlikumaks saada,» jätkab ettevõtja.

Siis sai kätte võetud mõned raamatud, tekkis sügavam huvi. «Tegin selle peale ülikooli lõputöö, kus lõikasin tonni terast laastuks, et leida kõige optimaalsem viis tööriistade kasutamiseks ja taastamiseks,» meenutab ta.

«Projektiga sai reisisid Lääne tootjate juurde, nähtud, kuidas tööriistu valmistatakse, võetud sealt mõned näidised. Avastasime, et tollal oli Eesti turul vaakum, kas teadmistest või siis ka natuke kõvema taseme tööriistadest. Tekkis äriidee, et hakkan neid ise maale tooma. Tollasest tööandjast sai ka minu esimene klient,» sõnab Tammer.

## «Et jõuda Euroopa tasemele, peame olema süstemaatilised, andmetele tuginema ja optimeerima protsesse.»

Venteni eesmärk on pakkuda terviklahendusi, alustades masinate hooldusest ja remondist ning lõpetades masinate, tööriistade ja inimeste koolitustega. Ainult läbi tervikpildi on võimalik täita oma missiooni.

«Eristume sellega, et toome sellele masinale ja sellele kulutavikule kaasa teadmise kasutamise kohta. Me mitte lihtsalt ei pane seda kliendi lauale ega ütle, et vaata nüüd, kuidas ise edasi saad. Meie jaoks on oluline ettevõtte missioon, kuidas aidame kliendil kasvada – koos tootega peab olema konsultatsioon ja abistamine, kuidas klient saab sellest endale maksimumi,» kõneleb Tammer.

Tootjad ja masinad on üle maailma kõik samad, ometigi on Eesti töötleva tööstuse lisandväärtusel kasvupotentsiaali. «Euroopast oleme kaks korda maas. Me saame teha asju veelgi paremini,» tõdeb Tammer.

«Oleme noor kapitalistlik ühiskond. Kui Rootsi, Soome või Saksamaa said olla pikalt vabad, siis meil oli vahepeal aeg, kus polnud ettevõtlust ega mõtlemist, et kas olen efektiivne või miks me tööl käime. Kurnagine kultuuriline pärand on meil endiselt üksjagu sees,» nendib Venteni juht.

«Me ei oska alati mõõta tulemuslikkust ja selle saavutamise hinda. Et jõuda Euroopa tasemele, peame olema süstemaatilised, andmetele tuginema ja optimeerima protsesse,» usub Tammer. «Viimase viie aastaga on toimunud murang digitaliseerimise suunas, aga arengupotentsiaali on küllaga.»

«Me saame seda, mida mõeldame või eesmärgistame. Kui tahame arengut, siis ei tuleks niivõrd keskenduda tööstuses soetushinnale, hinnata kasutushinda. Seda teadmist me ka oma klientideni viime,» ütleb Tammer. «Inimesed loovad väärtust – pidev mõõtmine, analüüsimine ja sellest johtuv optimeerimine toob edu.»

«Meie visioon on olla juhtiv partner töötlevale tööstusele Balti riikides, kes tuleb ja aitab edu ja kasvuga. Mõte on lihtne – kõigi kolme riigi käekäik sõltub töötlevast tööstusest,» kinnitab Tammer.

## LEEDU NÄITAB KANDU

Leedul läheb ülejäänud Baltikumiga võrreldes kõige paremini.

«Eesti on pikalt eksportinud Skandinaaviasse, aga kui ühel hetkel Rootsi kroon ei ole enam soodne euro suhtes, tooted ja teenused lähevad automaatselt kallimaks, siis Skandinaavia asemel võiks vaadata kaugemaid turge,» arvab Tammer. «Poola ja Leedu on olnud kogu aeg vaatega mitte Skandinaaviasse, vaid ennekõike Läände, kus rahaturgude mõttes on kõik stabiilsemad.»

Tammeri sõnul on Leedu näinud palju vaeva digitaliseerimise ja keskkonna loomisega, kus ettevõtjatel oleks mõnus toimetada. «Eesti ärikultuuris on pikalt olnud kombeks teha asju kõhutunde pealt, sest pole pikka ja kvaliteetset andmerida. Kõhutunde on tihtipeale emotsiooniga segamini. Kõik oleme inimesed, tähelepanu saab see, mis tunnetuslikult on olulisem, aga kas ka äriliselt tähtis?» resümeerib Tammer. ■

## Žüriiliikme kommentaar

### Aavo Kokk

Tartu südalinnakuultuuri-keskuse Siuru juhataja



**See on konkurss, kus tõstetakse esile ettevõtjad, kelle ambitsioon**

**loob midagi erakordset. Toomas Tammer on üks neist. Venten ei müü pelgalt seadmeid, vaid julgustab teisiti mõtlema tervet tööstuse valdkonda, edendades järjepidevalt targemaid ning tõhusamaid lahendusi. Tehased ei kasva nupuvajutusega ning tootlikkus ei sünni loosungitest, vaid teadmistest, protsessidest ja inimestest. Venten on ettevõtte, mis on suutnud leida tasakaalu kõikide nende aspektide vahel. Koolitused, tehnoloogia ja rahvusvaheline ambitsioon moodustavad tervikliku mudeli, mis muudab kogu sektori tugevamaks. Uhke on elada riigis, kus julgelt tulevikku suunatud pilgul selliseid ideid ellu viiakse.**

Külasta salongi NOBLSSNERIS!

kodumaine diivan MOSS



OOT-OOT STUDIO

Staapli 10, Tallinn

[www.oot-oot.com](http://www.oot-oot.com)





# Rootslane tegi Eestist salaja USA masinate meka

Eestis asub ettevõtte, mis ekspordib aastas 20 pakkimismasinat Ameerika Ühendriikidesse. Nii juba aastakümneid – ja nõnda vaikselt, et vaid vähesed teavad Tallinna külje all käivast üleilmsest miljoniärist. Windak teeb midagi, mida Eestis ostab ainult üks ettevõtte – kaablikerimisseadmeid. Kaableid nad ise ei tooda. Ettevõtte juht Staffan Edström (63) võrdleb seda äri toiduainetööstusega – nad pole need, kes suppi keedavad, vaid need, kes aitavad supi purki pakendada.

Liina Laks

Kui otsida Windaki kohta infot Eesti andmebaasidest, siis selgub, et see loodi siia 2004. aastal. Ettevõtte üks looja Edström kinnitab, et tegelikult sai ettevõtte alguse kümme aastat varem Rootsis, sedagi juhuse läbi. Nimelt polnud tal kunagi plaani toota kaablikerimisseadmeid.

«Kaabliäri on nišiturg. Meil on Eestis ainult üks klient, Soomes on neid neli ja Ameerika Ühendriikides 80,» märgib ettevõtja.

## TUNDMATUNA AHVATLEVAL TURUL

Pärast õpinguid sattus Edström tööle Rootsi firmasse, mis siiani edukalt tegutses. «Nad on kasumikumad, meie aga kasvame kiiremini,» kiidab ta.

Kolm sealset kolleegi rajasidki koos Rootsis Windaki. Edström läks esialgu Austraaliasse, kus kohtas oma abikaasat. «Mul on olnud elus paar väga head võimalust. Töötasin Austraalias kolm aastat fiiberoptikakaablifirmas ja sain aru, et see valdkond oli 1990. aastatel nagu kuld,» kõneleb mees. Ta nägi, kuidas kallite kaablite ostjad on vägagi valmis maksma lahenduste eest, mis nende kaupa kaitsevad.

Kaablikerimisseadmeid soetavad lugeamatud ettevõtted üle maailma, sest neid läheb tarvis nii energeetikasektoris, andmekeskustes, automaatikatööstuses kui ka mujal. Nõnda juhtuski, et seal, kus on kaablid, on ka Windak ja Edström.

1995. aastal nägi Edström oma sõpru järjekordsel messil Ameerika Ühendriikides Atlantas. Ta otsustas nendega käed lüüa ning sai üheks osanikuks neljast. «Kui tagasi Sydneyse läksin, ütlesin oma tüdruksõbrale, et rajame nüüd Ameerikasse ettevõtte. Tema ütles «kölab hästi», ja ko-



Staffan Edström

Foto: Dmitri Diaz

**Staffan Edströmi aitasid tema vanad töökogemused. Kui küsiti, et kes ta selline üldse on, siis õnneks teati tema endist tööandjat, kaablivaldkonnas tegutsevat Rootsi firmat, väga hästi.**

lisimegi Ühendriikidesse. Läksime Põhja-Carolinasse, kus oli fiiberoptilise kaabli

tootjaid nii palju, et see oli tõeline meka,» kirjeldab rootslane.

Kui minna ehituspoodi, siis kaablirollil olev kaabel võib maksta mitusada eurot. Windaki masinad võimaldavad minutis kerida – sõltuvalt kaabli hinnast – näiteks 800 euro eest kaupa, mis tähendab, et tunnis suudab nende masin pakkida 48 000 euro eest. «Kui käin Ameerikas Home Depotis, siis pooled kaablid on pakendatud Windaki masinates,» on Edström uhke.

Algus oli Edströmi sõnul keeruline – nagu igas firmas. Ta näitab kätega, kuidas alguses pole midagi, ei kasvu ega käivet, aga siis ühel hetkel hakkab kasv kiiresti tulema. Kõige raskem oli alguses noorte meeste jaoks asjaolu, et neid ei teatud – oli küll ettevõtte Rootsis ja nüüd Ameerikas, aga neist polnud keegi midagi kuulnud.

Edströmi aitasid tema vanad töökogemused. Kui küsiti, et kes ta selline üldse on, siis õnneks teati tema endist tööandjat, kaablivaldkonnas tegutsevat Rootsi firmat, väga hästi. Sellel oli kvaliteedimärk peal, mis omakorda aitas tõsta noore ettevõtte usaldusväärsust.

Algusaja mure oli rootslase jaoks ka see, et kuna ta oli välismaalane ilma krediidialaloota, ei saanud ta pangakaarte ning pidi nii enda kui ka firma asju aasta jooksul sularahas ajama.

«Eks tegime ka vigu. Ka sellel aastal teen ma kindlasti vigu, aga loodan, et roh-

## OÜ WINDAK

|                      | 2020      | 2021      | 2022       | 2023       | 2024       |
|----------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| <b>Müügitulu (€)</b> | 5 421 498 | 8 944 285 | 11 582 936 | 13 007 315 | 14 501 915 |
| <b>Kasum (€)</b>     | 457 321   | 1 457 481 | 1 587 179  | 1 560 195  | 1 499 632  |
| <b>Töötajate arv</b> | 39        | 37        | 47         | 55         | 60         |

Allikas: ettevõtte



Soovime kõikidele klientidele ja koostööpartneritele head vana-aasta lõppu  
ja teguderohket uut aastat!

## KÖÖGITÖÖPINDADE TOOTMINE

GRANIIT

MARMOR

PRESSKIVI

KERAAMIKA

PAEKIVI

TERRAZZO



**Stonetop OÜ** Sauna tn 10, Riisipere alevik, Saue vald, Harju maakond 76202  
+372 521 0160, 553 7222 | [info@stonetop.ee](mailto:info@stonetop.ee) | [www.stonetop.ee](http://www.stonetop.ee) | [@stonetop.ee](https://www.instagram.com/stonetop.ee)

kem teen häid otsuseid,» sõnab Edström. «Aga ma ei arva, et äris on raske olla hea – ole lihtsalt väga vastuvõtlik.»

Näiteks on alustava ettevõtte jaoks kriitiline koht see, kui lubatakse klientidele liiga palju kokku, ent siis selgub, et seda ei suudeta täita või tuleb hiljem parandustöödega liiga palju vaeva näha.

## INDIA HUVITAB, HIINA MITTE

Ühendriikidesse ettevõtte tegemine ja sinna müümine oli õige otsus, sest selgus, et kohapeal on Windakil vaid üks konkurent. Euroopas on neid aga mitu. Kuigi Windak müüb ka Euroopasse, siis ütleb Edström, et ehkki Euroopa Liit olevat ühisturg, siis tegelikkuses ollakse ühisturust väga kaugel. Igal Euroopa riigil on oma eripära, näiteks tullakse mõnest riigist ja öeldakse, et näe, meil on siin veel selline punane eriline kaabel, tehke selle tarbeks masin. Windak saab teha küll, kuid võrreldes Ühendriikidega on Vana Maailma tellimused väiksemad. Ameerikas tellivad huvilised tihtilugu mitu masinat korraga.

## Kuigi Windakil on ärikeha Rootsis veel alles, pole seal ühtegi töötajat. Ettevõtte tõeliseks keskuseks on saanud Eesti: siin mõeldakse masinad välja, siin asub tehas, siin laienetakse.

Ühendriikide turul läheb Windakil praegu nii hästi, et see teeb Edströmile lausa muret: juba otsivad nad võimalusi, kuidas mujalegi rohkem müüa, et mitte olla sõltuvuses ühest suurest turust. «Plaan on, et pool läheks USA turule ja pool mujale. India on huvitav turg, aga Hiinas ei taha me ise müüa – arvatakse müüksime sinna ühe masina, nad võtaksid selle kohapeal lahti ja teeksid järele,» ei tee Edström saladust, kuidas maailmas asjad käivad.

Oluliseks äriotsuseks peab Rootsi ettevõtja õigete inimeste leidmist. Eesti meeskonda kiidab ta taevani.

«Meid aitavad ühised teadmised ja nooruslik meeskond. Meie üks vanimaid töötajaid on 45 ja töötab meie juures juba 25 aastat. Meie USA tehase juht töötab varem Eestis ning on ainult 35-aastane. Ettevõttes on kultuur ja kogemused tähtsad. Arvan, et meie inimesed on uhked selle üle, mida nad teevad. Meil oli avatud uste

päev, kus töötajad said peredele näidata, millega nad iga päev tegelevad. On väga hea, kui inimene saab öelda: mina tegin selle, mina ehitasin selle,» sõnab Edström.

## KOGU PROTSESS NÜÜD EESTIS

Eestisse äri ajama sattus Edström samuti juhuse tõttu. Ärisidemed Eestiga olid olemas juba 1990. aastatel, mil üks äripartner käis Eestist masinaosi ostmas. Põhjus lihtne: toona oli Eesti väga odav riik ning on rootslase sõnul on see paljude asjade osas nii ka tänini. Tööjõukulud on küll ülespoole läinud, aga see on loomulik.

«Peame maksma konkurentsivõimelist palka, sest ka teised ettevõtted tahavad häid töötajaid. Aga toona oli tööjõud tõesti väga odav,» meenutab Edström. Tema ise käis Eestis esimest korda 1998. aastal, kui äripartnerid tulid purjekaga üle mere ja asju aeti Viru hotelli ööklubis Café Amigo. Eestisse poleks firmat võib-olla rajatudki, kuid seesama Edströmi äripartner leidis Eestist abikaasa ning siis alustati tegutsemist ka siin.

Nüüdseks on nii, et kuigi Windakil on ärikeha Rootsis veel alles, pole seal ühtegi töötajat ning ettevõtte tõeliseks keskuseks on Eesti: siin mõeldakse masinad välja, siin asub tehas, siin laienetakse.

«Eestile ja Eesti tööjõule panustamine oli see, mis Windakile edu tõi,» leiab Edström. «Oleme Eestist müünud aja jooksul 500 pakendiliini 40 riiki. Tänavu on meil novembrini tellimusraamatud täis. Eduka ekspordi põhjus peitub selles, et meil on tark Eesti disainimeeskond ning kogu protsess – tootearendus, turundus, arendus, disain, tootmine, tarnimine ja hooldus – toimub Eestis.»

Kuna kogu äriotsused töötab ühes kohas, saab Windaki meeskond hea ülevaate, mis tegelikult toimub. Ettevõttel on töötajaid kõikjal üle maailma – Edström ise elab Austraalias ja käib Eestis vaid paar korda aastas. Veerandsada töötajat tegutseb Ameerikas ning Euroopa-suunalist turundust tehakse Austriast.

Edström meenutab, kuidas alguses Eestisse firmat luues oli kõik teisiti. «Toona oli veel vana ajastu – pidid töötajatele täpselt ette ütlema, mida nad tegema peavad, sest nad kartsid väga vigu teha ja karistada saada. Hakkasime siis ehitama avatud töökeskkonda – see on end ära tasunud, sest inimesed töötavad niimoodi palju paremini.»

Windak on mitmest kriisist läbi käinud: kui 2000. aastate alguses oli Eestis vaid kaks töötajat, siis 2007. aastaks oli neid juba 63. 2007. aasta majanduskriisi ajal

## Staffan Edström ettevõtte juhtimisest

Ma pole Windaki ainulooja ja enamusaktsionärikski sain alles 2018. aastal. Usun, et on hulga lihtsam, kui ettevõttel on üks suuromanik, üks juht. Kui omanikke on mitu, nagu Windakil aastaid oli, on keerulisem ühist keelt leida ja prioriteete seada – iseäranis juhul, kui elatakse eri riikides. Ühel päeval oled ehk ühe partneriga ühte meelt, järgmisel teisega – see tekitab pikas plaanis ainult segadust ning võib häirida ettevõtte kasvu.

vähendati töötajate arvu hoobilt 33 peale. Majanduskriisist tehti veel üks vale otsus – hangiti tehas Ühendriikidesse, kuid loodetud kasu see ei toonud. Firmal hakkas paremini minema alles siis, kui nad tehase 2018. aastal maha müüsid, äriprotsessid Eestisse koondasid ja ettevõtte fookuse paika panid.

Windak katsetas vahepeal ka teisi ärisuundi. Edström meenutab, kuidas nad arvasid, et võiks ka toiduainete pakendamise tegeleda, kuid kiiresti saadi aru, et konkurents on ülikiire. Ettevõtte tegi kiire kannapöörde ja jäi vanade liistude juurde.

«Me ei ole kõikides aspektides maailma parimad, aga arvan, et mitmetes asjades oleme,» sõnab Edström. «Meie äri ei ole hea kiireks kasvatamiseks. Hea masina arendamine võtab üks kuni kolm aastat.»

## Žüriiliikme kommentaar

### Reet Roos

OÜ Inspired  
Universal McCann



Rolf Staffan Edströmi juhtimisel on Windakist kujunenud rahvusvaheline tehnoloogiline liider kaablipakendusseadmete valdkonnas. Tema pika vaatega strateegia, inseneritehniline täpsus ja järjepidev fookus innovatsioonile on loonud ettevõtte, mille lahendusi kasutatakse enam kui 40 riigis üle maailma. Muljet avaldab Windaki võime ühendada tipptasemel tootearendus, tugev ekspordisuunitlus ja kestlik mõtteviis, muutes keeruka tööstusvaldkonna efektiivsemaks ja keskkonnateadlikumaks. See on näide sellest, kuidas rahvusvaheline ambitsioon ja süsteemne juhtimine loovad pikaajalist väärtust.



# KULLI FARM

## EESTIMAISED ÕRREKANADE MUNAD



Maitse loeb

# Terviseagentuur – perearstide kriisile lahendust pakkuv ettevõte

**Doktor Madis Tiiki (58) võib julgelt nimetada oma ala pioneeriks. Enam kui 30 aastat tagasi, kui nõukogudeaegne esmatasandi tervishoiusüsteem hakkas lagunema ja tekkisid esimesed perearstikeskused, oli just tema see, kes rajas Kuressaarde oma kulu ja kirjadega Eesti ühe esimestest tänapäeva mõistes tervisekeskustest.**

Sander Silm

**2**006. aastal lõi Tiiki aga osahinguga Terviseagentuur, mille eesmärk oli leevendada perearstide järjest süvenevat põuda ning kasutada tervishoiusüsteemis olevat vähest raha võimalikult efektiivselt.

1990. aastad olid Eesti meditsiinis keerulisemad. Palgad ei olnud suured, mistõttu arstid suundusid massiliselt Soome. Teisalt jäid pensionile ka vanemad endised jaoskonnaarstid, kelle nimistutest kasvasid hiljem välja perearstikeskused, ning eriti väikestes kohtadesse oli perearsti leidmine pea võimatu missioon.

Kuressaare perearst Madis Tiik juhtis toona ka Eesti Perearstide Seltsi, ja kuhu ikka terviseamet või kohalikud omavalitsused oma murega pöördusid? Loomulikult Eesti Perearstide Seltsi poole. Just siis sai selgeks, et üksikute ajutiste lahenduste asemel on vaja struktuursemat ja paindlikumat mudelit, mis suudaks reageerida kiiresti ja üle-eestiliselt. Tulekahjude kustutamisest üksi ei piisa. Vaja oli toimivat lahendust, mis aitaks seda probleemi lahendada.

Kui terviseamet ja kohalik omavalitsus ei leidnud kord Tsiguliinasse perearsti, pöörduti murega Madise kui Eesti Perearstide Seltsi esimehe poole. Kuna Tiik oli värskelt oma nimistust Kuressaares loobunud, pakkus ta appi iseennast. Ülejäänud, nagu öeldakse, on ajalugu.

## TERVISEAGENTUUR KUI ÜLE-EESTILINE TERVISEKESKUS

Terviseagentuuri loomise ajend oli seega vajadus lahendada olukord, kus perearstide lahkumine – pensionile jäämise, haigestumise või välismaale tööle siirdumise tõttu – jättis nimistud ilma arstita. Terviseagentuuri missioon oli luua üle-eestiline paindlik organisatsioon, mis aitaks seda probleemi lahendada.



Madis Tiik ja Heidi Ait

Foto: erakogu

## Algusaastatel keskendus Terviseagentuur eelkõige ajutiste asenduste pakkumisele piirkondades, kus nimistu oli ootamatult jäänud arstita.

Algusaastatel keskendus Terviseagentuur eelkõige ajutiste asenduste pakkumisele piirkondades, kus nimistu oli ootamatult jäänud arstita. Ettevõtte meeskond oli valmis sõitma üle Eesti – Saaremaalt Lõuna-Eestini –, et tagada arstiabi järjepidevus ka väikestes ja kaugemates kohtades. Aja jooksul kasvas sellest kriisimehhanismist välja püsiv organisatsioon, mis hakkas haldama nimistuid, palkama personali ja looma tugistruktuure.

See mudel on ennast õigustanud. Praeguseks tegutseb Terviseagentuur üle Eesti, hallates 16 nimistut ning pakkudes perearstiabi ja tugiteenuseid. Ettevõtte areng on olnud kiire: müügitulu on viie aastaga kasvanud enam kui viis korda ning töötajate arv mitmekordistunud, ületades juba saja töötaja piiri.

Terviseagentuuri juhtimises on keskne roll nii meditsiinilisel kui ka organisatsioonilisel

nilisel vaatel. Kui asutaja Madis Tiigil on meditsiini ja tervishoiupoliitika taust, siis ettevõtte igapäevase juhtimise ja struktuurse arengu eest vastutab tegevjuht Heidi Ait (31).

2017. aastal tegevjuhi kohale asunud Heidi on Madise tütar, kelle sõnul on Terviseagentuur midagi enam kui lihtsalt ettevõttega liitunud tervisekeskuste juhtimine. Üks ettevõtte keskseid lähtekohti on arusaam, et perearst on eelkõige meditsiinieksperit ning tema väärtuslikku ressursi tuleb väbasta muust perearstiabi juurde käivast, mis pole seotud patsientide ravimisega.

Iseseisvalt tegutseval perearstil lasub lisaks ravitööle suur hulk muid kohustusi: personalijuhtimine, IT-lahenduste haldamine, aruandlus, suhtlus tervisekassaga ning vastavuse jälgimine pidevalt muutuvate regulatsioonidega. Terviseagentuur ongi loonud keske tugistruktuuri, mis võtab suure osa sellest koormusest enda kanda, ning see võimaldab arstidel ja õdedel keskenduda patsientidele.

Juriidilises mõttes on perearstikeskused Eestis praegu äriühingud, mistõttu ülesanded, mis neil lasuvad, on väga suured. Perearstid teevad seda lisatööd paljuski oma põhitöö kõrvalt. Seega pole ime, et meditsiinitöötajad läbi põlevad.

## OÜ Terviseagentuur

|                           | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      | 2024      |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Müügitulu (€)</b>      | 1 365 561 | 1 961 147 | 3 272 011 | 4 775 524 | 7 176 132 |
| <b>Kasum (€)</b>          | -173 720  | -297 549  | 47 605    | 115 062   | 150 756   |
| <b>Osaluse suurus (%)</b> | 100       | 100       | 100       | 100       | 100       |
| <b>Töötajate arv</b>      | 21        | 25        | 45        | 46        | 91        |

Allikas: ettevõtte

Ent leidub ka valdkondi, mille väljakutsetega ei saa väikesed perearstikeskused enam ka parima tahtmise juures hakkama. Näiteks küberturvalisus. Tervisekeskuste arvutitesse häkkimine ja andmete vargus on juba reaalsus, mistõttu peavad perearstikeskused panustama väga palju küberturvalisusse. Pisematel keskustel on see aga juba üksnes rahalises mõttes raske.

Lisaks pakub Terviseagentuur paindlikke töövorme. Osakoormusega töötamine on oluline eelkõige vanemate ja pensioniaaliste perearstide jaoks, kelle jaoks täiskoormus ei ole enam jõukohane. Selline lähene mine aitab hoida arste süsteemis kauem ning aeglustada nende lahkumist tööturult. See on leevendus probleemile, mida tervishoiuekspertid peavad üheks kriitilisemaks lähiaastatel.

Samuti võimaldab paindlik töökorraldus ja endale sobiva koormuse valimine töötada perearstidel, kellel on väikesed lapsed, abi vajavad vanemad või mõni muu tähtis eluline ülesanne. Terviseagentuuris kujundatakse töökoht koos töötajaga.

Tervishoiusüsteem  
PINGE ALL

Praegu on 2026. aasta, mitte 2006. aasta. Meedikute palgataseme üle ei saa enam kurta. Suuremates linnades tuleb õdedel suisa kandideerida vabadele ametikohadele. Seega tekib küsimus, kas sellisel ärimudelil on praegu tulevikku.

Heidi Ait on seda meelt, et koondumine suurtesse tervisekeskustesse saabki olema Eesti perearstinduse tulevik. See ei tähenda aga füüsilist koondumist, vaid liikumist ühtsele organisatsioonilisele platvormile. Nii ootab Terviseagentuur endaga liituma ka väikeste kohtade perearste, mis ei tähenda, et nad peaksid oma nimistuga kuhugi suurde keskusse kolima.

Üks koondumiste põhjus on asjaolu, et perearstisüsteem on järjest suurema pinge all. Statistika järgi külastab keskmine eestlane perearsti ligikaudu viis korda aastas. See tähendab püsivat ja kasvavat koormust esmasandi arstiabile, eriti olukorras, kus perearstide arv ei kasva samas tempos ning märkimisväärne osa arstkon-nast läheneb pensionieale. Samal ajal suu-

reneb krooniliste haigustega patsientide osakaal ning üha sagedamini pöörduakse perearsti poole ka väiksemate või mittekii-reloomuliste muredega.

Teisalt pole saladus, et tervisekassa eelarve on järjest suuremas miinuses, mistõttu Eesti tervishoiusüsteem on juba praegu sisenemas täiuslikku tormi, kus ühelt poolt on järjest vähem raha ja teisalt suureneb tervishoiuteenuste nõudlus. Ainuke lahendus on selle vähese raha või-

Perearsti tööaeg peab  
olema maksimaalselt  
suunatud arstitööle,  
mitte administratiivse-  
tele või lihtsamatele  
toimingutele.

malikult efektiivne kasutamine.

Terviseagentuuris on efektiivsuse saavutamise üks võtmesõna digilahendused, ka siin on ettevõtte omal alal pioneer. Ait lausub aga, et digilahendused pole eesmärk omaette. «Need on vahendid, millega juhtida ootusi, vähendada tarbetuid pöördumisi ja suunata patsiendid õige spetsialisti juurde õigel ajal,» ütleb ta.

Üks olulisemaid samme selles suunas oli eelviisi digiplatvormi loomine juba enne Covid-19 pandeemiat. Platvorm võimaldab patsiendil oma muret üksikasjalikult kirjeldada ning loob aluse esmas- seks triaaziks. Selle tulemusel ei pea iga pöördumine jõudma automaatselt perearstini – osa juhtumeid lahendab pereõde, füsioterapeut, kliiniline assistent või muu meeskonnaliige.

Kui Eesti perearstikeskustes veel kliinilisi assistente sageli ei leia, siis ka see oli Terviseagentuuri initsiatiiv muuta esmane triaaz kolmeastmeliseks. Kõigepealt suhtleb patsient kliinilise assistendiga, kes suu- nab siis patsiendi edasi kas pereõde või arsti juurde. Kuigi kliiniliste assistentide kasuta- mine on patsiendi vaates justkui lisatakis- tus perearstini jõudmisel, siis tegelikkuses vabastas see hulgaliselt pereõdede aega.

Aida sõnul on eelviisi digiplatvorm ennast õigustanud piirkondades, kus arstiresurss on piiratud. Kui perearst on

valmis töötama näiteks kaks päeva nädalas väiksemas keskus, peab tema aeg olema maksimaalselt suunatud arstitööle, mitte administratiivsetele või lihtsamatele toimingutele.

Terviseagentuuri strateegia keskmeks on ka andmepõhine juhtimine. Terviseagentuur kogub ja analüüsib süsteemselt andmeid kogu patsiendi raviteekonna ulatuses – alates esmasest kontaktist kuni ravi lõpuni. See võimaldab hinnata teenuse kättesaadavust, töökoormust ja kitsaskoh- ti mitte kõhutunde, vaid faktide alusel.

Näiteks olukord, kus patsient kurdab, et ei saanud perearsti kätte, võib andmete põhjal osutada hoopis ootuste ja tegeliku teenuse erinevuseks. Kui pöördumine tehti reede õhtul ning vastus saadi esmaspäeva hommikul, on see normaalne, sest perearstikeskused töötavad tööpäeviti. Patsiendi vaates võis see aga tähendada «kolm päeva ootamist».

Just selliste vastuolude lahendamiseks on Terviseagentuuris tööl patsiendikom- munikatsiooni juht, kelle tööülesanne on suhelda patsientidega, õpetada digilahen- duste kasutamist ning seeläbi vähendada rahulolematust.

Terviseagentuuri kiire kasvu mootor on järjest süvenev probleem: laiutav lõhe meditsiinisüsteemis oleva raha ja nõudlu- se vahel on loonud olukorra, kus ettevõt- luslik lähenemine on paratamatus. Samas rõhutab Ait, et Terviseagentuuri puhul pole tegemist klassikalise kasumimaksi- meerimise mudeliga. Äriline jätkusuut- likkus on eeltingimus, et oleks võimalik investeerida inimestesse, süsteemidesse ja kvaliteeti.

## Žüriiliikme kommentaar

## Raul Kirjanen

OÜ Fibenol

**Terviseagentuur on ehe näide sellest, kuidas ettevõtlik mõtle- mine ja süsteemne juhtimine võivad lahendada ühiskondlikult keerulisi ja pikaajalisi probleeme. Madis Tiigi ja Heidi Aida eestvedamisel on loodud toi- miv mudel, mis aitab tagada esmasandi arstiabi kättesaadavuse ka piirkondades, kus süsteem muidu ei toimiks. Muljet aval- dab organisatsiooni võime kasvada kiiresti, säilitades samal ajal kvaliteedi, paindlikkuse ja tugeva patsiendikeskse fookuse. Tervisea- gentuuri kogemus kinnitab, et keerulises ter- vishoiukorralduses on võimalik innovatsiooni, andmepõhist juhtimist ja kestlikku väärtust edukalt ühendada.**





# Tiina Lokk pööratab Tallinnas miljoneid

Tiina Lokk juhib Pimedate Ööde filmifestivali (PÖFF), mille mõju ulatub kaugemale Eesti ja Euroopa maailmajao piiridest.

Andrus Karnau

«**L**oometööstus on üks osa tavamajandusest. PÖFF on nagu õudselt suur võitlus. Kogu aeg tööstus ja selgitamine, et festival on majanduslikult ja imagoloogiliselt kasulik,» räägib ta.

Meie vestlus ei alga mullusest võidufilmist või uuematest suundumustest maailmakinos. Selle asemel räägime rahast. See pole ka ime, sest festivali juhina tuleb tal igal aastal uuesti ja uuesti tõestada, et loometööstus on niisama hädavajalik majandusharu kui metsatööstus või IT-sektor.

Mullu oli PÖFF-il ligi 95 000 külastust.

## LOOMEMAJANDUSE VÕLUD

Filmiäri tehes kulutatakse miljoneid, andes sissetulekut ka neile, keda kinokunst ükskõikseks jätab. Majandusministeeriumi sotsiaalmajandusliku mõju mudeli põhjal kulutas iga kohalik filmifestivali külastaja keskmiselt 38,6 eurot ning välismaalane 102,5 eurot. PÖFF-i üheks osaks oleva filmitööstuse üritusel käija aga umbes 250 eurot iga päev.

Iga euro, mis pandi festivali korraldamisele, toob tagasi 5,3 eurot.

Loki sõnul on PÖFF suurema mõjuga kui WRC etapp Otepääl. PÖFF-i majanduslikku mõju võib võrrelda näiteks Riias toimunud korvpalli EM-i mängudega.

PÖFF kavatseb ühel aastal tuua fookusesse Lõuna-Korea, et näidata, kuidas see riik käsitleb loomemajandust, kuidas see on nende majanduse üks osa ja kuidas nad on üles ehitanud oma K-brändi ning kuidas nad panustavad läbi selle oma kultuuri arengusse ja kultuurieksporti.

«Island on teine, kes elab puhtalt loomemajanduse, suures osas filmi peal. Nende majandus on sellele üles ehitatud, ja kui aus olla, maailmas on vähe riike, kes ei tunnista loomemajanduse vajalikkust ega arendaks seda kui majandussektorit. Eesti on üks väheseid, kes seda ikka veel ei tunnista,» tõdeb Lokk.

PÖFF maksab makse ja ostab teenuseid enam kui 600 ettevõttelt Eestis. «Kui riik vähendab kultuuri toetussummasid, siis võit on suhteline: kultuuri eelarveid kärpides kaotab ta raha, mida kultuur tal le kordades rohkem tagasi tooks. PÖFF-i



Tiina Lokk mullusel EY galal talle antud mõjulooja auhinnaga. Foto: Rene Riisalu

**Maailmas on vähe riike, kes ei tunnista loomemajanduse vajalikkust ega arendaks seda kui majandussektorit. Eesti on üks väheseid, kes seda ikka veel ei tunnista.**

**Tiina Lokk**

pankrotti minekul kaotaks riik 13 miljonit eurot,» ütleb Lokk.

«Me arvutasime veel enne koroonat, et loomemajandus toob Eesti majandusse sisse umbes sama palju kui põllumajan-

dus- ja ehitussektor,» märgib ta. «Ja siiani ma ei ole suutnud ennekoike Reformierakonna poliitikutele selgeks teha, mis asi on loomemajandus.»

## ÜKS KURADITOSINAST

PÖFF on 2014. aastast A-klassi filmifestival, mis tähistab maailma tippklassi. Rahvusvahelise meediaagentuuri Meltwateri värske analüüs ütleb, et PÖFF-i kajastasid 97 riigi meediakanalid.

«A-klassi festivalid on maailmas ülihinatud, sest neid on vähe. Rahvusvaheliselt filmiprodutsentide assotsiatsioonide föderatsioonilt tunnustuse saamise nimel on konkurents suur,» selgitab Lokk.

PÖFF-il toimuvad maailmaesilinastused ja kohale sõidab hulk filmitegijaid üle

maailma (eelmisel aastal 87 riigist). Eesti filmitööstusele loob see kontakte maailmaga, riigile tervikuna tähendab A-kategooria head mainet, imagot ja nähtavust. Tallinn on aga maailmakaardil, sest PÖFF on ühes reas Cannes'i, Berliini, Veneetsia ja teiste nimekate festivalidega.

Maailmas on 13 A-klassi festivali, kel on laialdane õigus kokku panna ilma temaatiliste ja geograafiliste piiranguteta programm, aga ka kohustus tuua välja maailmaesilinastuste näol uusi talente, promoda väikese filmitootmisega maid, leida ja kasvatada uusi talente ning tegeleda filmihariduse, noore publiku kasvatamisega ja filmitööstuse arenguga.

## **PÖFF-i kui mõjuisikut võib võrrelda IShowSpeediga. PÖFF-i laikide ja jälgijate arv oli sel aastal 43 miljardit üle maailma.**

**Tiina Lokk**

«PÖFF-i kui mõjuisikut võib võrrelda IShowSpeediga. PÖFF-i laikide ja jälgijate arv oli viimati 43 miljardit üle maailma,» ütleb Lokk.

Ta möönab, et kui suured staarid on festivalil, siis miljardeid laike saada pole keeruline: «Kui oled tõepoolest maailma festival. Aga selleks pead jõudma suurtele turgudele, mitte ainult siin Euroopas tiirutama ja sind peavad külastama suured staarid. Aga oleme jõudnud sinna.»

Lokk toonitab, et mullu tulid Tallinna A-klassi staarid. «Usume, et see on läbimurre,» nimetab ta. Mullu kasvas festival plahvatuslikult ja tegijad olid katkemise äärel. «Suure vaevaga manageerisime staariplahvatuse ära.»

Kui festivali tavakülastajad maksavad ise, siis staarkülastajad tähendavad suuri kulusid. Hotellid, turvameeskonnad, õhtusöögid. Filmitähed ei reisi kunagi üksi.

«Kui Brad Pitt otsustaks tulla meile – ja ära me talle öelda ei saaks, sest see on osa suurte poiste mängureeglitest –, siis oleks see meie ilus luigelaul. Oleksime nagu Tita-nicu orkester – mängime ja läheme põhja, sest nii suure staari kulusid ei suuda me eales katta, vähemalt mitte selle eelarve juures, mis meil on,» tõdeb Lokk.

Briti näitlejad Simon Pegg ja James McAvoy viisid PÖFF-i korraldajad novembris kinosali ette Apollo pimedat tagatreppi mööda, sest alumise korruse fuajees ei olnud võimalik turvalisust tagada. «Ilm-

selt jäi see neile elu lõpuni meelde, aga kas meie tahame, et selline mälestus oleks see, mis defineeriks PÖFF-i, Tallinna ja Apollo kino?» küsib festivali juht.

## **KOOLIPINGIST LINDIILMA**

Lokk sattus filmitööstusse juhuslikult. «Kunagi tegin päris korralikku sporti ja iga asi peab elus olema kasulik. Ma küll hiljem olen mõelnud, mille kuradi pärast ma ennast pool elu kergejõustikuga piinasin, kus see kasutegur siin on,» jutustab Lokk. «Festivali tehes sain ühel hetkel aru – vastupidavus, energiajaotus pikal distantstil ja eneseületus.»

«Sain filmikiiksu siis, kui töötasin Meediumis, riiklikus filmilevi- ja reklaamifirmas,» ütleb Lokk. Toona oli Eesti veel okupeeritud.

«Ma olen ju sellest ajast pärit. Siis oli selline traditsioon, et festivalid vahetasid igal aastal asukohta, ainult A-kategooria Moskva rahvusvaheline festival oli erand,» meenutab Lokk.

Nii juhtuski, et Meediumis töötanud Lokk pidi hakkama korraldama spordifilmide festivali.

«Mul ei olnud mingit huvi ega kavatsust minna filmi õppima, ausalt. Mis siis, et olin toona lõpetanud filmiklassi, mis oli 22. keskkoolis, praeguses Westholmis, üks esimesi Nõukogude Liidus. Mõtlesin, kas spordimeditsiin või maastikuarhitektuur või kunstiteooria, teatrikriitika, ega suutnud otsustada,» räägib Lokk.

1975. aasta spordifilmide festival andis impulsid, sest filmid olid põnevad ja filmitegijad tulid kohale. 1976. aastal läks neiu õppima Moskvasse rahvusvahelisse filmiinstituuti, inglise keelt oskas ta paremini kui vene keelt.

## **Olen esimesest päevast alates, kui rahvusvahelisse filmitööstusesse sisenen, seal omaks võetud ja läinud sellest läbi nagu nuga sulavõist.**

**Tiina Lokk**

«Läksin sinna uudishimust ja sellepärast, et kõik muudkui rääkisid, et pead minema,» meenutab Lokk.

Samal ajal küpses uus filmitegijate põlvkond: Mark Soosaar, Arvo Iho, Ago Ruus, Valentin Kuik.

Lokk alustas filmikriitikuna. Esimene toimetaja ja taganttõukaja oli Maris Laubre toonasest Noorte Häälest.

«Kui ma filmiinstituuti sisse sain, siis oli küll äratundmine või nagu öeldakse – armastus esimesest silmapilgust. Mõistsin, et see on nüüd minu töö, armastus ja kirk, sest film koondas endasse kõik, mida armastasin: kirjanduse, kunsti, teatri, muusika – kõik!» kinnitab Lokk.

Moskva õppejõud korraldasid «pannkoogiõhtuid» üliõpilastele. Neil kokkusaamistel räägiti sellest, millest auditooriumis rääkida ei tohtinud.

Nii oli võimalus näha keelatud filme ning kuulda Cannes'i ja Berliini filmifestivalidest, kuulata loenguid toona Vene-maal keelatud kirjanikest, kunstnikest ja filosoofidest.

«Olin absoluutselt kindel, et ma ei pääse mitte kunagi Cannes'i ega Berliini, sest Nõukogude Liidust ei lastud mind välja, kuna keeldusin KGB heaks töötamast. Esimest korda sain välismaale 1989. aastal, Jugoslaaviasse, aga siis oli juba sula,» meenutab Lokk.

## **KIREKS TOIMETAMINE**

Kui PÖFF-i juht esimest korda Berliini sattus, sai ta aru, kui äge on tõeline filmifestival.

«Tekkis unistus teha midagi sellist ka Eestis, sest Eestis ei olnud mitte midagi. Balti riikides oli olemas üks Arsenali festival ja Soosaar oli suutnud teha dokumentaalfilmide festivali,» lausub Lokk.

Lokk meenutab, et ta vajab julgustamist. Üks julgustajatest oli toonane Taani suursaadik Eestis.

«Aga muidugi on mul kogu aeg olnud tohutu eelis paljude teiste festivalijuhtide ees – eriharidus. Ma olen ikkagi diplomeeritud filmitoimetaja, filmiajaloolane ja kriitik, stsenaaristika konsultant,» märgib ta. «Olen esimesest päevast alates, kui ma 1990. aastate alguses rahvusvahelisse filmitööstusesse sisenen, seal omaks võetud ja läinud sellest läbi nagu nuga sulavõist.»

Lokk ütleb, et ise pole ta kunagi tahtnud filme teha – kõik muu oli huvitavam. Tõsi, paar dokumentaalfilmi on ta teinud Tallinnfilmis, kus töötas mängufilmide toimetajana.

«Toimetamine oli minu kirk, polnud filmi, mida ma toona Tallinnfilmis ametlikult või mitteametlikult toimetanud poleks,» lisab ta.

Kõige värskem PÖFF-i uudis räägib sellest, et Tiina Lokk teeb programmijuhi kohalt ruumi oma tütrele Triini Trambergile. «Mina aga saan nii keskenduda paremini PÖFF-i juhtimisele ja järgneva kümne aasta ettevalmistamisele. Usun, et sellest võidavad kõik,» ütleb korraldamislegend. ■

# Konkursi tutvustus

Kes on need ettevõtjad, kelle ambitsioon loob midagi erakordset?

**EY** Aasta Ettevõtja on üks maailma prestiižikamaid ettevõtlusauhindu, mida antakse välja enam kui 60 riigis üle maailma, sealhulgas Eestis. Konkursi kaudu tunnustame ettevõtjaid, kelle ambitsioon, julgus ja järjepidevus aitavad luua innovatsiooni ning edendada maailma arengut.

Eestis on aasta ettevõtjat valitud 2008. aastast. EY Eesti Aasta Ettevõtja konkursi eesmärk on esile tõsta kirge ja tahte jõudu, mis iseloomustavad Eesti ettevõtjaid kõigis erasektori valdkondades – alates loomeettevõtlusest kuni tööstusettevõteteni.

## Konkursi hindamisprotsess koosneb kolmest etapist:

- Esimeses etapis toimub põhjalik intervjuu EY esindajaga, mille eesmärk on saada terviklik ülevaade ettevõtja teekonnast, ettevõtte arenguloost, ärietikast, sotsiaalsest vastutusest, uuendusmeelsusest ning tulevikuplaanidest.
- Teises etapis hinnatakse ettevõtte viimase kolme aasta majandusnäitajaid. Intervjuu ja finantsanalüüsi põhjal koostatakse kokkuvõtte, mille alusel sõltumatu žürii valib konkursi finalistid.
- Kolmandas etapis kohtuvad finalistid žüriiga, mille järel selgub EY Eesti Aasta Ettevõtja laureaat.

## EY Eesti Aasta Ettevõtja konkursi žürii 2026



### Aavo Kokk

Siuru kultuurikeskuse juhataja, žüriis alates aastast 2008



### Reet Roos

Inspired Universal McCanni omanik, žüriis alates aastast 2015



### Kaidi Ruusalepp

Metsa Collectioni asutaja ja juht, žüriis alates aastast 2017



### Taavi Veskimägi

Energeetika ja kaitsetööstuse investor, žüriis alates aastast 2023



### Raul Kirjanen

Fibenoli juhatuse esimees, žüriis alates aastast 2025



### Andreas Tiik

Eesti Aasta Ettevõtja 2025, žüriis aastal 2025



Foto: Rene Riisalu

## EY Aasta Ettevõtja nominendid

### EY Aasta Ettevõtja konkurs annab sulle võimaluse:

- laiendada oma ärivõrgustikku,
- tutvustada oma brändi,
- peegeldada oma äritegevust ekspertidega,
- võrrelda ennast teiste ettevõtjatega,
- saada lisa meediakajastust,
- saada inspiratsiooni.

### Mida annab EY Aasta Ettevõtja tiitel?

- Võitja esindab Eestit EY Maailma Aasta Ettevõtja konkursil.
- Võimalus suhelda ärimaailma tippudega.
- Maailma Aasta Ettevõtja akadeemia eluaegne liikmesus: ligipääs ülemaailmsele suhtlusvõrgustikule.
- Koostöös EY-ga valmib ingliskeelne ülevaade ettevõtjast ja tema tegevusest.
- Enda äri tutvustamine rahvusvahelisele žüriile.
- Kohalik ja rahvusvaheline meediakajastus.

**Konkursil osalemiseks peab olema ettevõtte omanik või asutaja, st inimene, kes juhib, otsustab, vastutab ja on ettevõttes tegev.**

### Millised on nõuded ettevõttele?

- Ettevõtte on tegutsenud vähemalt kolm aastat.
- Ettevõttes töötab vähemalt kümme inimest.
- Ettevõtte aastakäive oli vähemalt kaks miljonit eurot.



# ME EI NÄITA ENAM REKLAAME.

TELLIJALE, ÄPIS.

Tõmba äpp siit!



# Postimees

# EY Maailma Aasta Ettevõtja 2025

Juba enam kui kaks aastakümnet kogunevad igal suvel maailma silmapaistvaimad ettevõtjad Monacosse, et tähistada innovatsiooni, tugevat juhtimist ja ettevõtluse tipptaset. Mitmepäevane sündmus kulmineerub piduliku galaõhtuga, kus kuulutatakse välja EY Maailma Aasta Ettevõtja laureaat.

2025. aastal pälvis selle tiitli küberturvalisuse teerajaja **Stina Ehrensverd** Rootsist, kelle töö digitaalse usalduse ja privaatsust hoidva identiteedi arendamisel on kujundanud turvalise sisselogimise standardeid miljonitele kasutajatele üle maailma. Eestit esindasid Monacos 2025. aastal Eesti Aasta Ettevõtja laureaadid **Andreas** ja **Jaak Tiik**, ÖÖD House'i loojad, kelle rahvusvaheliselt tunnustatud majutuskontseptsioon ühendab arhitektuuri, looduse ja disaini ainulaadseks tervikuks. Lisaks galaõhtule pakub sündmus inspireerivaid arutelusid, väärtuslikke kohtumisi ning mitmekesist kultuuri- ja meelelahutusprogrammi, muutes Monaco paigaks, kus sünnivad ideed ja rahvusvahelised koostööd.





Spaanauding, mis  
muudab iga päeva  
eriliseks!



wellspa

**Tervislikum elustiil algab siit.**

Euroopa spaaturu suunanäitaja juba üle 20 aasta

Tallinn: [salong@balteco.ee](mailto:salong@balteco.ee) | Tartu: [salong.tartu@balteco.ee](mailto:salong.tartu@balteco.ee) | Tehas: [info@wellspa.ee](mailto:info@wellspa.ee)

Tel: +372 489 8800 | Varbola küla, Varbola, 78203 Rapla maakond | [www.wellspa.ee](http://www.wellspa.ee)



# Kõik vajalik sinu äriks



**lhv.ee/ariklient**

Finantsteenuse pakkuja on AS LHV Pank.  
Tutvu tingimustega lhv.ee ja pea nõu meie asjatundjaga.

**LHV**