

Suhdanteiden seuraustako, mutta joka tapauksessa perusrakennusmateriaalien välinen kilpailu tuntuu edelleen kovenevan. Osapuolet pyrkivät kukin tukemaan omia intressejään tuomalla keskusteluun näitä tukevia argumentteja, joko tosia, puolittomia tai vielä tätäkin vähemmän tosia. Suoranaisesta valehtelusta en tohdi ketään syyttää.

Nykyinen "sekaannustila" soveltuu tähän asioiden hämmentämiseen erinomaisesti. Tarkasteluun on tuotu joukoittain uusia asioita, kuten hiilijalanjälkeä, energiatehokkuuslukua, primäärienergiaa, homeindeksiä, ilmanpölyvyyttä jne. Luettelo on vasta alkua. Useimpien näiden asioiden merkitys ja hyödyntämistapa hakevat vielä muotoaan. Silloin jokainen toimija voi esittää omat tulkintansa, ja yleensä vedättää kotiinpäin. Voi sitä arkkitehti- ja insinööriparkaa, joka joutuu tekemään ratkaisevat käytännön valinnat tässä argumenttien sekamelskassa. Tunne taitaa ratkaista valinnan.

Edellisen siivittämänä ja uusien tehtävieni johdosta ajattelin kirjoittaa betonin puolesta. Harkinnan jälkeen tulin kuitenkin toisiin ajatuksiin. Ehkä puolustuspuheet kannattaa pitää muussa mediassa ja kirjoittaakin tämä ajatelma mieluummin ns. omille joukoille, jotka tuntevat betonin edut jo ennestään. Toki muutkin saavat lukea.

Pitkässä juoksussa ratkaiseva seikka betonialan menestymisessä on tuotteiden ja palveluiden korkea taso ja laatu. Asiakkaiden pitää olla tyytyväisiä, ja mieluummin pitkään. Ammattimaisessa rakentamisessa asiakassuhteet ovat kestäviä. Kerta-asiakkuuksilla ei pitkälle pötkitä. Jos pystymme vieläpä yllättämään asiakkaan positiivisesti, aina parempi.

Takanaanhan betonilla on loistava menneisyys. 1900-luvun alkupuoli oli suoranaista betonin voittokulkua. Betonin hallitsematon käyttöönotto julkisuuksissa 1960-luvulla löi betonin kiiltävään kilpeen parikymmentä vuotta myöhemmin sellaisen lommon, että sitä oietaan vieläkin. Ongelmat on kyllä ratkaistu, mutta maine valitettavasti laahaa perässä.

Olen vakuuttunut siitä, että juuri laatu on alal-

lemme jopa kohtalonkysymys. Kansakunta vaurastuu tulevaisuudessa kovaa vauhtia. Fyysisen niukkuuden aikana kaupaksi on käynyt laadun sijasta määrä. Ala ja sen asiakkaat ovat tuottaneet ja myyneet määrää, esimerkiksi lattianeliöitä. Tulevaisuudessa laatu ajaa määrän ohi. Kun neliöitä on riittävästi, kiinnostus siirtyy muualle. Kaupaksi käyvät ne tuotteet, jotka edustavat huippulaatua, siis sellaista, josta kannattaa maksaa. Jos emme pysty tähän, kasvava kulutus suuntautuu muualle, vaikkapa matkailuun tai elektroniikkaan.

Rakennusalalla asiakkaat eivät juuri piiskaa toimittajiaan yhä korkeamman laadun tuottamiseen. Hankintoja tekevät eivät tunne tuotteita ja niiden laatuun liittyviä ongelmia ja mahdollisuuksia usein kovinkaan syvällisesti. Tästä syystä meidän on huolehdittava itse siitä, että tuotteemme ja palvelumme kehittyvät jatkuvasti säilyttäen kilpailukykyä. Muut eivät sitä tee puolestamme. Tähän liittyy minulle tuntemattomaksi jääneen aforistin ajatuksia herättävä mietelmä: "Vain harva organisaatio on epäonnistunut tekemällä vääriä asioita. Sen sijaan paljon useampi organisaatio on epäonnistunut tekemällä oikeita asioita liian pitkään."



1 Hämeenlinnan maakunta-arkisto. 2009. Arkkitehtuuritoimisto Heikkinen-Komonen Oy. Betonijulkisivu-arkkitehtuuripalkinto 2009.

Rakentamisen lopputuotteen tulee olla korkeatasoinen, mutta itse rakentamisen pitää silti olla mahdollisimman yksinkertaista. Tämä on ollut betonialan selkeä valti ja siitä meidän tulee pitää jatkossakin tiukasti kiinni. Jos haluamme onnistua, tarjolla tulee olla selkeitä, jopa yksinkertaisia, ja samalla hyvin toimivia ratkaisuja. Huippulaadun tulee olla leivottuna ratkaisuihin niin, että työmaalla onnistutaan, kelissä kuin kelissä. Rakennustöitä kun tehdään tulevaisuudessa monesti melko vähällä koulutuksella ja osaamisella, ja edelleen ulkosalla ja pitkälti säiden armoilla. Monimutkaisilla ja hienostuneilla järjestelmillä saadaan aikaan monimutkaisia ongelmia.

Toki myös käytännön työssä tarvitaan panostusta laatuun. Perustaltaan asiamme ovat kuitenkin kunnossa. Tuotamme luotettavia ja toimivia rakenteita ja rakennuksia. Häiriötilanteiden minimointiin ja niiden hallintaan sekä loppuviimeistelyyn tarvitaan kuitenkin paljon nykyistä enemmän osaamista. Tämä edellyttää kaikilta meiltä lisää huolellisuutta ja työn arvostusta sekä suunnittelussa että toteutuksessa. Lisäksi moitteettoman teknisen laadun saavuttaminen edellyttää laajamittaista lisäkoulutusta ja tiedotusta sekä asennekasvatus- ja motiivintyötä.

Mitä tulevaisuuden voittoa laatu sitten on? Näen, että perinteisten teknisten asioiden kuten mittatarkkuuden, toimitusvarmuuden, pitkän käyttöajan yms. lisäksi kuvaan arvostavat paljon pehmeämät arvot. Asiakkaamme ovat valmiita maksamaan ympäristöystävällisyydestä sen mitä erilaisimmilla mittareilla mitattuna, estetiikasta sekä suuressa että pienessä mittakaavassa, asumisviihtyvyydestä sekä monenlaisista turvallisuuteen ja turvallisuuden tunteeseen liittyvistä asioista. Tulevaisuudessa on merkitystä sillä, miltä tuntuu.

Jussi Mattila  
Tekniikan tohtori  
Suomen Betoniyhdistys ry:n toimitusjohtaja  
(1.1.2010 alkaen)

## IT'S ALL ABOUT FEELING

Whether it be a result of the fluctuations, competition in basic building materials seems to become ever fiercer. All the operators attempt to fight for their own interests by bringing into the debate arguments supporting them; the arguments are true, or semi-true or even less true. Not that I would accuse anybody of downright lying.

The present "confusion" is excellently suited to making a muddle of things. Numerous new topics have been introduced, such as the carbon footprint, energy efficiency figure, primary energy, mould index, air permeability, etc. And this is just the start of the list. The significance and manner of utilisation are still to be defined for most of these. This means that every operator can present their own interpretations, usually to their own benefit. One cannot but feel sorry for the architect or engineer, who has to make the practical selections from this abundance of arguments. The selection is probably based on a gut feeling.

In the long term, the success of the concrete industry is based on the high quality of products and services. Customer must be satisfied, and preferably remain satisfied for a long time. Long-lasting customer relationships are the key to professional building. One-off accounts will not take a company far. If we can even

surprise the customer in a positive sense, so much the better.

As we know, concrete has a glorious past. The beginning of the 20th century was an era of triumph for concrete. The uncontrolled use of concrete in façades in the 1960's tarnished the reputation of concrete twenty years later so much that we are still fighting with it. Problems have been solved already, but unfortunately reputation takes longer to recover.

I am convinced that quality is the key, even the question of survival for our industry. The wealth of the nation will increase rapidly also in the future. In times of austerity quantity becomes more important than quality. In the future, however, quality will surpass quantity. With enough square-metres, different matters begin to attract interest. Customers will be looking for top quality, or products worth their price. If we cannot supply them, other trades, such as travel or electronics, will benefit from the growing consumption.

In the building industry customers are not active in demanding better quality from the suppliers. Persons who handle purchasing often do not have in-depth knowledge of the products or the problems and possibilities associated with them. Therefore we must

ensure ourselves that our products and services are constantly developed to keep them competitive.

The end-product of building must be of high quality, but the building process itself should be as simple as possible. This has been the trump card of concrete and we must make sure it remains so. We must provide straightforward, even simple, yet well performing solutions. Top quality must be integrated in the products to allow successful site application regardless of the conditions.

What is required of winning quality in the future? In addition to traditional factors, such as dimensional accuracy, reliability of deliveries, long service life, etc. also softer values need to be introduced. Our customers are willing to pay for environmental friendliness measured with a number of different indicators, as well as for aesthetics, in both large and small scale. Comfort of living and various solutions enhancing security and the feeling of security are also important. Security comes from feeling secure.

Jussi Mattila  
Doctor of Technology  
Managing Director of the Concrete Association of Finland (as of 1.1.2010)