




VIENNIN TIEKARTTA

PUUTUOTETEOLLISUUDELLE



PUUINFO



PUUTUOTE- TEOLLISUUDEN VIENNIN NYKYTILA JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Puutuoteteollisuudella on merkittävä viennin kasvupotentiaali. Vienti painottuu edelleen sahatavaraan ja levytuotteisiin, joten rakenteen monipuolistaminen ja siirtyminen korkeamman arvon tuotteisiin ovat keskeisiä keinoja kasvun saavuttamiseksi. Kasvua rajoittavat korkea aloituskynnys, resurssi- ja osaamiserot sekä heikko kansainvälinen tunnettuus. Samaan aikaan puurakentamisen ja vähähiilisten ratkaisujen globaali kysyntä kasvaa, mikä tarjoaa mahdollisuuksia – mutta edellyttää koordinoituja, yhteisiä toimenpiteitä viennin vauhdittamiseksi.

[Lue lisää taustaraportista](#)

[Siirry tiekarttaan](#)

Taustaraporttiin perustuvat viennin kehittämisen strategiset painopisteet:

1. Vientiin liittyvän osaamisen vahvistaminen

2. Yhteinen näkyvyys ja brändäys

3. Kohdennettu markkinatiedon tuottaminen

4. Yritysten yhteistyö ja verkostot

5. Julkisten toimijoiden roolin selkeyttäminen

VIENNIN TIEKARTTA PUUTUOTETEOLLISUUDELLE

Viennin tiekartan tavoitteena on vahvistaa suomalaisen puutuoteteollisuuden ja puurakentamisen viennin kasvua tilanteessa, jossa kotimarkkina on rajallinen ja jalostettujen tuotteiden markkinan kasvu siten vaikeaa. Kotimarkkinan pienuus vaikeuttaa sekä markkinan kasvua että referenssien syntymistä.

Puutuoteteollisuudella on merkittävä viennin kasvupotentiaali. Vienti painottuu edelleen sahatavaraan ja levytuotteisiin, joten rakenteen monipuolistaminen ja siirtyminen korkeamman arvon tuotteisiin ovat keskeisiä keinoja kasvun saavuttamiseksi.

Tiekartta kokoaa yhteen tausta-aineistona tuotetun yrityskyselyn, markkina-analyysin, kansainvälisen vertailun sekä julkisen sektorin roolin tarkastelun. Näiden pohjalta on muodostettu toimintamalli viennin systemaattiseksi kehittämiseksi.

Visiona on, että suomalainen puutuoteteollisuus ja puurakentaminen ovat tulevaisuudessa tunnistettuja ja arvostettuja toimijoita valituilla kansainvälisillä markkinoilla. Vienti perustuu yhä vahvemmin korkean lisäarvon tuotteisiin, palveluihin ja kokonaisratkaisuihin sekä asiakasarvoa tuottaviin ratkaisuihin, joissa yhdistyvät tuote, palvelu ja brändiin liittyvät mielikuvat.

Tavoitetila

- Yrityksillä on paremmat valmiudet ja resurssit viennin kehittämiseen.
- Vienninedistämistä tehdään systemaattisesti ja yhteisin viestein.
- Julkiset ja yksityiset toimijat toimivat selkeässä työnjaossa.
- Vienti perustuu yhä vahvemmin yhteiseen näkyvyyteen ja Suomi-brändiin, joka tukee yritysten kansainvälistymistä.
- Vienti on pitkäjänteistä, kohdennettua ja mitattavaa.

Tiekartan osa-alueet

- Yritysten tunnistaminen ja aktivointi
- Viennin tarpeiden ja valmiuksien arviointi
- Markkina- ja kohdevalinnat
- Kilpailukyvyn ja tuotteistamisen kehittäminen
- Markkinoille pääsy, kasvu ja kumppanuudet

[Siirry tiekarttaan](#)

[Katso eri toimijat ja roolit](#)

VIENNIN TIEKARTTA PUUTUOTETEOLLISUUDELLE



Yritysten
tunnistaminen
ja aktivointi

Viennin tarpeen
ja valmiuksien
arviointi

Markkina ja
kohderyhmä-
valinta

Go-To-Market-
strategia, resurssit
ja toteutusmalli

Markkinoille-
menon käynnistä-
minen, kasvu ja
kumppanuudet

[Lue lisää](#)

[Lue lisää](#)

[Lue lisää](#)

[Lue lisää](#)

[Lue lisää](#)

YRITYSTEN TUNNISTAMINEN JA AKTIVOINTI

Yritysten tunnistaminen ja aktivointi perustuu yrityslähtöiseen (bottom-up) toimintamalliin, jossa yritysten oma vientihalukkuus ja strategia ovat lähtökohtana. Julkiset sekä alueelliset toimijat tarjoavat tunnistamiseen, sparraukseen ja rahoitukseen liittyvät tukirakenteet. Vaihe tukeutuu strategisesti vientiin liittyvän osaamisen vahvistamiseen sekä yritysten yhteistyön ja julkisten tukitoimien kohdentamiseen.

Tavoite

Tunnistaa vientipotentiaaliset yritykset ja aktivoida ne mukaan viennin kehittämiseen.

Toimenpiteet

Yritysten tunnistaminen ja kartoitus

- Alueellisten toimijoiden (elinvoimakeskukset ja kehitysyhtiöt) rooli on toimia yrityskentän tuntijoina ja linkkeinä sekä tunnistaa ja aktivoida yrityksiä vientiin, kuitenkin valitsematta tai ohjaamatta niitä vastoin yritysten omaa strategiaa.
- Yrityksiä tavoitetaan kohdennetusti toimialan, koon sekä tuotteiden ja jalostusasteen perusteella.
- Tehdään alkutason kartoitus yrityksen tuotteista, resursseista ja aiemmasta vientikokemuksesta.

Aktivointi ja viestintä

- Yrityksiä aktivoidaan aluettaisilla vientiteemaisilla tilaisuuksilla, webinaareilla ja käytännön esimerkeillä.
- Viennin mahdollisuuksia konkretisoidaan yritystasolle.
- Viestinä korostuu, että vienti on pitkäjänteinen polku, ei kertaluonteinen hanke.
- Vaihe tukee erityisesti yritysten vientiosaamisen vahvistamista ja ymmärryksen lisäämistä viennin vaatimuksista.

Tukitoimet ja rahoitus

- Yrityksille avataan saatavilla olevat tukipalvelut ja rahoitus (Business Finland, Team Finland, toimialajärjestöt).
- Kartoitetaan yritykselle soveltuvat rahoitusmahdollisuudet.
- Arvioidaan yrityksen omat resurssit ja valmiudet vientiin liittyvään taustatyöhön.

Tulos

- Sitoutuneet yritykset
- Yhteinen lähtötilanne jatkovaiheiden suunnitteluun

 [Siirry takaisin tiekarttaan](#)

VIENNIN TARPEEN JA VALMIUKSIEN ARVIOINTI

Vaihe vahvistaa strategisesti yritysten vientiosaamista ja hyödyntää kohdennettua markkinatietoa päätöksenteon tukena.

Tavoite

Selvittää, onko yrityksellä aito tarve ja realistinen valmius lähteä vientiin.

Toimenpiteet

Vientitarpeen ja -motivaation arviointi

- Arvioidaan viennin tarve kasvun ja kotimarkkinan rajallisuuden näkökulmasta.
- Tunnistetaan tuotteet ja ratkaisut, joilla on kansainvälistä potentiaalia.
- Hyödynnetään kysyntäsignaaleja, kontakteja ja aiempaa kokemusta.

Johdon sitoutuminen ja resurssit

- Arvioidaan johdon sitoutuminen viennin kehittämiseen. Onko johto sitoutunut vientiin ja valmis panostamaan alkuvaiheen selvitystyöhön?
- Tarkastellaan käytettävissä olevia resursseja ja ajankäyttöä. Voidaanko näihin sitoutua ilman välitöntä tuottoa?

Valmiuksien kartoitus

- Muodostetaan käsitys vientiin liittyvistä vaatimuksista.
- Käydään läpi keskeiset osa-alueet:
 - sääntely ja sertifikaatit
 - asiakas- ja markkinavaatimukset
 - kaupalliset ja sopimukselliset perusasiat.

Tulos

- Selkeä kuva yrityksen vientimotivaatiosta
- Yhteinen näkemys resursseista ja sitoutumisesta
- Valmius siirtyä markkina- ja kohderyhmäarviointiin

 [Siirry takaisin tiekarttaan](#)

MARKKINA- JA KOHDERYHMÄVALINTA

Vaihe perustuu kohdennetun markkinatiedon hyödyntämiseen ja tukee markkinaymmärryksen syventämistä.

Tavoite

Tunnistaa yritykselle realistiset ja potentiaaliset kohdemarkkinat sekä tehdä perusteltu päätös viennin käynnistämisestä.

Toimenpiteet

Markkinoiden alustava kartoitus (ylätason markkinatutkimus)

- Tunnistetaan potentiaaliset markkinat, mukaan lukien niche-markkinat ja korkean arvon segmentit, hyödyntämällä messuja, opintomatkoja ja markkinavierailuja alustavan markkinatiedon ja kontaktien hankkimiseksi.
- Asiakassegmenttien, kohderyhmien ja kysynnän alustava arvioiminen.
- Muodostetaan kuva kilpailutilanteesta tutustumalla markkinoilla oleviin tuotteisiin ja ratkaisuihin.
- Tunnistetaan mahdollisuudet pilotti- ja koetoimituksiin (alihankinta, kumppanuudet, referenssikohteet).
- Verkostojen ja yhteistyön merkitys korostuu markkinoiden tunnistamisessa ja kontaktien luomisessa.

Päätös viennin lähdöstä ja kohdemarkkinan valinta

- Tunnistetaan keskeiset asiakassegmentit ja kohderyhmät valitulla markkinalla.
- Tarkastellaan markkinan realistisuutta suhteessa yrityksen resursseihin.
- Tehdään päätös markkinoille lähdöstä ja kohdemarkkinan valinnasta.

Tuotteen soveltuvuus ja kilpailukyky

- Arvioidaan tuotteen kilpailukyky hinnan, laadun ja ominaisuuksien osalta.
- Tarkastellaan alustavasti sertifikaatti- ja viranomaisvaatimuksia.
- Analysoidaan kilpailijoiden tarjonta.

Tulos

- Valittu markkina-alue, määritetyt asiakassegmentit ja kohderyhmät
- Perusteltu päätös viennin käynnistämisestä
- Valmius siirtyä syvempään markkina- ja tuoteanalyysiin

 [Siirry takaisin tiekarttaan](#)

MARKKINOILLE MENO (GO-TO-MARKET) -STRATEGIA , RESURSSIT JA TOTEUTUSMALLI

Vaihe tukee erityisesti yhteistä näkyvyyttä ja brändäystä sekä yritysten välistä yhteistyötä.

Tavoite

Tunnistaa yritykselle realistiset ja potentiaaliset kohdemarkkinat sekä tehdä perusteltu päätös viennin käynnistämisestä.

Toimenpiteet

Markkinoille meno (Go-To-Market) -strategian määrittely

- Määritellään tavoiteltava kohderyhmä ja ansaintamalli.
- Päätetään markkinoillemenon ja brändin lähestymistapa: itsenäisesti omalla brändillä tai yhdessä muiden toimijoiden kanssa (esim. Suomi-brändin alla), mikä voi madaltaa vientikynnystä ja vahvistaa uskottavuutta uusilla markkinoilla.
- Määritellään kumppanivaihto eri osapuolille: agentit, jakelijat, paikalliset toimijat.

Resurssi- ja tuotantovalmiuksien varmistaminen

- Arvioidaan tuotantokapasiteetti ja joustavuus.
- Tunnistetaan investointi- ja tuotannon kehittämistarpeet huomioiden kohdemaan vaatimukset.
- Suunnitellaan rahoitus viennin ja tuotannon tueksi.

Myynti- ja toteutusmallin rakentaminen

- Määritellään kohderyhmän arvolupaus.
- Valitaan myyntikanavat (suoramyynti tai agentti-/jakelijamalli).
- Suunnitellaan logistiikka- ja toimitusketjut.
- Valmistellaan sopimusmallit ja riskienhallinnan käytännöt.
- Julkisten toimijoiden rahoitus- ja verkostopalvelut tukevat toteutusta.

Tulos

- Selkeä toimintamalli valitulle markkinalle ja kohderyhmälle
- Ymmärrys resurssi- ja tuotantotarpeista
- Valmius siirtyä markkinoillemenon käytännön toteutukseen

 [Siirry takaisin tiekarttaan](#)

MARKKINOILLEMENON KÄYNNISTÄMINEN, KASVU JA KUMPPANUUDET

Vaihe hyödyntää yhteistä näkyvyyttä, verkostoja ja julkisten toimijoiden tukea viennin käynnistämisessä.

Tavoite

Käynnistää vienti käytännössä ja rakentaa pohja kestäväälle kasvulle.

Toimenpiteet

Markkinoillemenon käynnistäminen

- Osallistutaan yhteisesiintymisiin ja asiakastapaamisiin sovitun brändin alla.
- Hyödynnetään myynti- ja markkinointimateriaaleja.
- Panostetaan erityisesti referenssien, näkyvyyden ja tarinallistamisen rakentamiseen uusilla markkinoilla.
- Tehdään ensikontakteja ja toteutetaan koetoimituksia.
- Hankitaan jakelijoita ja kumppaneita.

Verkostojen hyödyntäminen ja tuki

- Hyödynnetään Business Finlandin verkostoja ja vientimatkoja.
- Rakennetaan yhteyksiä keskeisiin markkinatoimijoihin.

Kasvun ja kumppanuuksien kehittäminen

- Kehitetään yhteistyötä agenttien, kumppaneiden ja logistiikkatoimijoiden kanssa.
- Parannetaan tuotteita ja prosesseja jatkuvasti.

Tulos

- Ensimmäiset referenssit ja asiakassuhteet syntyneet
- Toimiva vientimalli ja valmius toiminnan kasvattamiseen

 [Siirry takaisin tiekarttaan](#)

PUUTUOTETEOLLISUUDEN VIENNIN NYKYTILA JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Puutuoteteollisuuden viennin nykytilaa leimaa se, että tunnistettu vientipotentiaali realisoituu vielä heikosti, erityisesti pk-yrityksissä ja yritysten osaamis- ja resurssierot ovat suuria. Puutuoteteollisuudella on merkittävä viennin kasvupotentiaali. Vienti painottuu edelleen sahatavaraan ja levytuotteisiin, joten rakenteen monipuolistaminen ja siirtyminen korkeamman arvon tuotteisiin ovat keskeisiä keinoja kasvun saavuttamiseksi. Samanaikaisesti rinnalla kasvaa korkean arvonlisän niche- ja premium-tuotteiden vienti, jossa osalla yrityksistä viennin osuus on jo merkittävä.

Yritysten halukkuutta lähteä vientiin ohjaavat useat tekijät, kuten parempi hintataso kansainvälisillä markkinoilla, kotimaan rajallinen ja pieni markkina ja myös tuontakilpailu sekä yleisesti kasvumahdollisuuksien hakeminen.

Viennin aloittamisen kynnys koetaan monissa yrityksissä korkeaksi. Haasteita liittyy erityisesti rahoitukseen, markkinakohtaiseen sääntelyyn ja sertifiointiin sekä myyntiin, markkinointiin ja kansainvälisten verkostojen rakentamiseen. Suomalaisen puutuoteteollisuuden pitkälle jalostettujen tuotteiden tunnettuus on kansainvälisesti vielä heikko, mikä rajoittaa viennin kasvua ja korostaa yhteisen näkyvyyden, brändäyksen ja viestinnän merkitystä.

Keskeiset kehittämistarpeet liittyvät:

- vientiosaamisen vahvistamiseen,
- kohdennetun markkinatiedon saatavuuteen,
- yhteisen näkyvyyden ja brändin rakentamiseen,
- yritysten yhteistyön lisäämiseen ja
- julkisten toimijoiden roolien selkeyttämiseen.

Näistä kehittämistarpeista johdetaan viennin kehittämisen strategiset painopisteet.

Kansainvälinen kysyntä puurakentamiselle ja vähähiilisille materiaaleille kasvaa, ja monet kilpailijamaat panostavat pitkäjänteisesti yhteiseen vientibrändiin ja organisoituun viennin edistämiseen. Kansainvälisen kysynnän taustalla ovat usein ilmastotavoitteet, mutta yhä enenevässä määrin kysyntä kohdistuu esivalmistettuihin ja teollisiin ratkaisuihin, jotka yhdistävät materiaalitehokkuuden, rakentamisen nopeuden, tasaisen laadun, terveellisuuden sekä hinnan ennustettavuuden. Suomalainen osaaminen nähdään vahvana erityisesti kokonaisuuksien hallinnassa.

Puurakentaminen on globaalisti kasvava trendi erityisesti varhaiskasvatuksen ja opetuksen rakennuksissa, kuten päiväkodeissa ja kouluissa. Lisäksi sote-rakentamisessa on laajaa kansainvälistä kiinnostusta puun hyödyntämiseen rakenteissa, verhouksissa ja kalusteissa, mikä avaa merkittäviä mahdollisuuksia suomalaiselle osaamiselle ja tuotteille.

Tässä toimintaympäristössä viennin kasvu edellyttää yksittäisten ja erillisten projektien sijaan koordinoituja ja yhteisiä toimia. Näiden tekijöiden vuoksi viennin kehittäminen edellyttää toimia, jotka vahvistavat strategisia painopisteitä läpi koko viennin kehittämispolun.

ERI TOIMIJAT JA NIIDEN ROOLIT

Viennin tiekartan toteuttaminen perustuu selkeään työnjakoon eri toimijoiden välillä, joissa kullakin on oma roolinsa viennin edistämisessä.

Yritykset

- Omistavat vientitoiminnan ja vastaavat kaupallisesta toteutuksesta
- Tekevät päätökset markkinoille menosta, investoinneista ja kumppanuuksista
- Kehittävät tuotteita, myyntiä ja kilpailukykyä

Toimialajärjestöt

- Koordinoivat yhteisiä toimenpiteitä ja aloitteita
- Edistävät toimialan näkyvyyttä ja yhteistä viestiä
- Toimivat yritysten yhteistyön ja tiedonvaihdon mahdollistajina

Julkiset toimijat

- Tarjoavat rahoitusta, markkinatietoa ja verkostoja
- Tukevat yritysten kansainvälistymistä (esim. Team Finland)
- Edistävät viennin edellytyksiä ja kansainvälisiä suhteita

Alueelliset toimijat

- Tunnistavat ja aktivoivat yrityksiä
- Tarjoavat yrityslähtöistä sparrausta ja kehitystukea
- Toteuttavat hankkeita ja tukevat paikallista yhteistyötä

Valtiotaso: Team Finland –kokonaisuus

Vienninedistämisen strateginen ja operatiivinen kokonaisuus, viennin prioritettilojen määrittäminen

Ulkoministeriö
Viennin edistäminen, kansainväliset verkostot ja talousdiplomatia

Työ- ja elinkeinoministeriö
Kotimaan vienninedistämisen järjestelmän ohjaus

Business Finland
Kasvu, innovaatiot ja kansainvälistyminen

Finnvera
Viennin ja kasvun rahoitus

Elinvoimakeskukset
Yritysten ensikontakti ja valmiuksien kehittäminen

Kauppakamarit
Osaaminen ja verkostot

Alueelliset kehitysytöt ja maakunnat
Yrityslähtöinen kehittäminen ja hanketoiminta

EU-rahoitus ja ohjelmat
Kehitys, pilotointi ja investoinnit

Toimialajärjestöt
Edunvalvonta ja yhteinen tekeminen

[Siirry takaisin alkuun](#)

[Katso eri toimijoiden tarkemmat roolit](#)

ERI TOIMIJOIDEN ROOLIT JA TEHTÄVÄT

[Siirry takaisin alkuun](#)

Valtiotaso: Team Finland -kokonaisuus

Rooli: Vienninedistämisen strateginen ja operatiivinen kokonaisuus, viennin prioritettilojen määrittäminen

- linjaa ja priorisoi vienninedistämisen painopisteitä yhteistyössä toimialojen kanssa
- kokoaa vienninedistämisen yhdelle luukulle (2026→)
- tukee markkinoillepääsyä, verkottumista ja arvoketjuihin pääsyä
- hyödyntää talousdiplomatiaa ja maakuvatyötä
- tukee yrityksiä kansainvälisissä hankkeissa ja ekosysteemeissä

Ulkoministeriö (UM)

Rooli: Vienninedistäminen, kansainväliset verkostot ja talousdiplomatia

- lähetystö- ja konsulaattiverkosto (kontaktit, vaikuttaminen)
- markkinoillepääsyesteiden ratkaisu
- kohdemarkkinoiden säädösympäristöön vaikuttaminen
- Suomi- ja alabrändityö

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM)

Rooli: Kotimaan vienninedistämisen järjestelmän ohjaus

- ohjaa Business Finlandia, Finnveraa ja elinvoimakeskuksia
- vastaa viennin ja kansainvälistymisen palvelurakenteesta
- strateginen työnjako kotimaan ja ulkomaantoimijoiden välillä

Business Finland (BF)

Rooli: Kasvu, innovaatiot ja kansainvälistyminen

- TKI-rahoitus ja kehitysohjelmat
- markkinatieto ja verkosto-ohjelmat (esim. vähähiilinen rakentaminen, kaupungit, palveluvienti)
- yritysten mukaantulo kansainvälisiin arvoketjuihin
- tuki ekosysteemimäiselle viennille

Finnvera

Rooli: Viennin ja kasvun rahoitus

- lainat ja takaukset vientikauppoihin
- investointi- ja käyttöpääomarahaus
- maariskien ja kauppariskien hallinta

Elinvoimakeskukset (alueellinen Team Finland)

Rooli: Yritysten ensikontakti ja valmiuksien kehittäminen

- rahoitus- ja kansainvälistymisneuvonta
- kasvun ja viennin tilannekuva yrityksille
- ohjaus sopiviin Team Finland -palveluihin
- kansainvälistymistesti ja -sparraus

Kauppakamarit

Rooli: Osaaminen ja verkostot

- kansainvälistymiskoulutukset
- mentorointi ja verkostoitumistilaisuudet
- käytännön viennin osaamisen vahvistaminen

Alueelliset kehitysyhtiöt ja maakunnat

Rooli: Yrityslähtöinen kehittäminen ja hanketoiminta

- kansainvälistymisvalmiuksien kartoitus
- yritysکوhtainen sparraus ja pitkäaikainen tuki
- EU- ja aluekehitysrahoituksen hyödyntäminen
- alueelliset vienti- ja ekosysteemihankkeet

EU-rahoitus ja ohjelmat

Rooli: Kehitys, pilotointi ja investoinnit

- TKI-rahoitus (esim. Horisontti Eurooppa)
- kilpailukyky- ja investointiohjelmat
- tuki viennin valmiuksien ja kapasiteetin kasvuun

Toimialajärjestöt

Rooli: Edunvalvonta ja yhteinen tekeminen

- vaikuttaminen Team Finlandin painotuksiin
- yhteisten vienninedistämistoimien koordinointi
- yritysten tiedottaminen ja kokoaminen
- kansallisten ja kansainvälisten aloitteiden edistäminen



Puinfo Oy on voittoa tavoittelematon yhtiö, jonka tehtävänä on kasvattaa kotimaisten puutuotteiden kysyntää ja käyttöä. Päämääräänsä Puinfo pyrkii jakamalla uusinta tietoa puutuotteista ja puupohjaisista ratkaisuista, kehittämällä alan osaamista sekä edistämällä rakennushankkeiden toteutumista. Toiminnan kohderyhminä ovat sekä rakennusalan ammattilaiset että kuluttajat.

Puutuotteiden, puurakentamisen ja alan yhteistoiminnallinen viennin edistämisen tiekartta -hanke on toteutettu Metsämiesten säätiön tuella



PUUINFO