

Pappapuhelinten markkinat ovat lapsenkengissä

28.3.2008 15:02 — Aleksis Moisio aleksi.moisio@sanoma.fi

Ikäihmisten kännyköitä suunnitteleva Emporia Telecom uhoaa myyvänsä kännykän viidelle prosentille yli 65-vuotiaista suomalaista tänä vuonna. Todellisuudessa pappapuhelinten markkinat ovat kuitenkin varsin pienet.

- **Ajatus ikäihmisille** suunnitelluista puhelimista sai alkunsa anopistani, Emporia Telecomin toimitusjohtaja **Eveline Pupeter-Fellner** sanoo.

Pupeter-Fellnerin mies ja 30 miljoonan euron liikevaihtoa pyörittävän perheyriksen toinen omistaja **Albert Fellner** ihmetteli, miten kännykän käyttäminen saattoi olla niin vaikeaa hänen äidilleen.

- "Äiti, sinä olet fiksu. Miten kännykän käyttö voi olla sinulle niin vaikeaa?" mieheni ihmetteli, Pupeter-Fellner kertoo.

Emporian mukaan tylsistyneet aistit vaikeuttavat kännyköiden käyttöä. Viisi vuotta sitten yhtiö lähti kehittämään matkapuhelimia ikäihmisille.

Tehtyään tutkimusta ikääntyneiden käyttäjien tarpeista ja ongelmista, 40 henkeä työllistävä Emporia rakensi matkapuhelin, jossa on isot näppäimet, selkeä näyttö ja yksinkertainen valikko.

Lisäksi kännykässä on helppokäyttöisyyttä lisääviä ominaisuuksia. Kun puhelimeen soittaa, vihreä luuri vilkkuu.

- Meidän tavoitteena on olla kiistaton teknologiajohtaja omalla sektorillamme, myyntijohtaja **Reinhard Handlgruber** sanoo.

Yhtiön vertaamista yksinkertaistettuja matkapuhelimia valmistavaan Doroon Handlgruber ei suostu hyväksymään.

- Se olisi sama asia kun vertaisi BMW:tä Skodaan, Handlgruber sanoo.

Vaikka ikäihmisille suunniteltuja matkapuhelimia kaivataan kahvipöytäkeskusteluissa tämän tästä, niiden markkinat ovat vielä lapsenkengissä.

Fellnerin mukaan yhtiö myi viime vuonna EmporiaLIFE-puhelinta Suomessa 6000 kappaletta. Markkinaosuus on liki olematon. Samaan aikaan kännykkävalmistajat toimittivat suomalaisille kaupoille 1,87 miljoonaa puhelinta.

Yksi myyntiä hidastavista syistä ovat puutteelliset kanavat. Toisin kuin esimerkiksi Saksassa, Suomessa operaattorit eivät voi jakaa Emporian 2g-puhelimia kyttykaupan avulla ilmaiseksi asiakkaille.

Toimitusjohtaja on kuitenkin optimistinen markkinoiden kehittymisen suhteen: esimerkiksi mahdollinen taloudellinen taantuma ei vaikuta yhtä paljon niche-sektorilla.

- Emme ole kiinnostuneita massamarkkinoille menemisestä, eivätkä ikäihmisille suunnattujen puhelinten markkinat kiinnosta isoja pelureita, kuten Nokiaa - ainakaan vielä, Pupeter-Fellner sanoo.

Toimitusjohtaja esittelee kovia tavoitteita: liikevaihto on tarkoitus tuplata 60 miljoonaan euroon. Suomessakin on tarkoitus yltää 40 000 myytyyn puhelimeen.

- Mallistossamme on kaksi uutta puhelinta, joista tulee menestyksiä, Pupeter-Fellner sanoo.

<http://www.digitoday.fi/mobiili/2008/03/28/pappapuhelinten-markkinat-ovat-lapsenkengissa/20088851/66>