

GILLEBLADET

Medlemskrift
för Handelsgillet
i Helsingfors rf

Nr 1 • 2019

Byggstart i sommar?

Snart kan ett föreningsmöte
besluta om hotell och glastak
Sidorna 4–5

Helsingfors värmer med kol

Klimatsmart stad
hägrar i fjärran.
Sidorna 8–9

Populär social kanal

Så använder vi YouTube.
Sidorna 12–14



3

Ledaren

Byggnadsprojektet tar form.

4

Förskjutning i tidtabellen

Handelsgillets byggprojekt kan inledas på sommaren om föreningsmötet beslutar.

6

Ingen sordin på verksamheten

Färsk VU-ordföranden ser nya möjligheter om Gillevksamheten tillfälligt utlokaliseras.

8

Långt till klimatsmart

Helsingfors

Kol och naturgas värmer både människorna och klimatet.

10

Byggindustrin smutsar ned

Ingår inte i utsläppsstatistiken i Helsingfors.

11

Elbilen går egentligen på kol?

En elbil förorsakar jämförelsevis höga koldioxidutsläpp.



12

Ungdomarnas kanal

Vi reder ut fenomenet YouTube.

15

Börskolumnen

Skuggbanker bakom höstens kursfall.

16

En titt i arkivet

Så firade Handelsgillet 130-årsjubileum.

18

Vinspalten

En vegansk italienare utmärker sig bland de senaste utsläppen.

19

Gröten som blev pannkaka

Allt du behöver veta för att bli du med din blini.

20

Litteraturrutan

Annika Hällsten vandrar i författarnas världar.

21

Gilleaktuellt



GILLEBLADET

Kommunikationsutskottet 2018:

Ordförande:
Peter Nordling
Medlemmar:
Matts Dumell
Patrik Lindfors

Ansvarig utgivare:

Johan Hjelt

Chefredaktör:

Peter Nordling,
tfn 050 5595 778

Utgivare:

Handelsgillet i Helsingfors r.f.
Kaserngatan 23 A 12
00130 Helsingfors
tfn 09 669 798
info@handelsgillet.fi

Ombrytning:

Oy Nordinfo Ab, Maj-Len Roos

Annonser:

Tilininurkka Ky, Bo Gerkman
PB 89, 02211 Esbo
tfn 0400 449 724
bo.gerkman@tilininurkka.fi

Tryckeri:

Oy Painotalo tt-urex Ab, Borgå

Medlem i Tidskrifternas Förbund.

Utgivningschema 2019:

Nr 1	28.2	deadline 31.1
Nr 2	18.4	deadline 21.3
Nr 3	13.6	deadline 16.5
Nr 4	4.10	deadline 5.9
Nr 5	19.12	deadline 21.11

Foto: Karl Vilhjálmsón



Johan Hjelt

Svenska spillror eller brohuvuden?

Jag har tidigare i denna spalt ofta uppehållit mig kring frågor som gäller Handelsgillet ekonomi eller verksamhetsutbud samt ett nordiskt samarbete som en del av en större helhet. Delvis högtflygande teman eller ambitiösa föreställningar om mål och medel. Föreningens allmännyttiga mål att bidra till en gynnsam utveckling av näringslivet och främjandet av ett sällskapligt umgänge medlemmarna emellan är självskrivna.

Det självklaraste och naturligaste i vår vardag glömmar vi lätt, nämligen vårt svenska modersmål. Och då handlar det inte endast om ett kommunikationsmedel, utan om en referensram inom ett otal områden i vår vardag, till exempel på arbetsplatsen och under vår fritid. Så länge vi rör oss inom skolväsendet, med början på daghemmet, till yrkesutbildningen är utfallet ganska naturligt. Vi slussas automatiskt genom den svenskspråkiga tuben med all den samhörighet och trygghet den ger oss. I viss mån upprepas mönstret i äldrevården, med kanske en välkommen återförening.

Men vad händer däremellan. Efter slutförd yrkesutbildning sprids vi i arbetslivet ut i språkligt hänseende. I den omgivningen vinner vår språkliga minoritet, med allt vad den innebär, ringa gehör. Framför allt tappar vi dessutom lätt bort vårt svenskspråkiga kontaktnät på ett personligt plan. Just detta kontaktnät är samtidigt det i våra sinnen kanske mest inrotade, det vill säga barndoms-, skol- och studievännerna.

Det enkla svaret är att dagens kommunikationsmedel har löst problemet. Vi är ständigt uppkopplade och når varandra

oberoende av tid och rum. Eller är det kanske så, att vi just därför kan isolera oss ännu lättare utan att behöva träffa någon överhuvudtaget. Dagens teknologi ger oss också möjligheten till tidsfördriv genom spel och surfande i en oändlig värld av informationsutbud utan att vi behöver avlägsna oss från våra hem eller träffa någon annan människa. Faktumet är i alla fall, att ett umgänge öga mot öga inte kan ersättas av något tekniskt hjälpmedel.

Kommunikationsmässigt lever vi i en brytningstid. Olika tekniska medel för kontakt och informationsspridning lanseras i strida strömmar. Men man har inte lyckats komma på hur alla dessa tekniska medel kunde och borde användas för att ge ett riktigt mervärde på det sociala planet.

På Handelsgillet har vi genom tiden lyckats väl med uppgiften att bereda de fysiska möjligheterna till samvaro och nätverkande i en egen fastighet som kan disponeras fritt av medlemmarna. Och inte bara det, dessutom har vi kunnat ge samma möjligheter kostnadsfritt åt alla svenskspråkiga sammanslutningar i Helsingfors. För tillfället ser det ut som om de här möjligheterna rentav kan förbättras.

Att kunna bereda de fysiska möjligheterna till samvaro är inte en dålig prestation av Handelsgillet. Att kunna samla de svenskspråkiga spillrorna i ett språkligt fragmenterat Storhelsingfors fordrar antagligen ännu mera än så. I vilken utsträckning och på vilket sätt dagens teknologi kan hjälpa oss på vägen återstår att se. Med det utgångsläge Handelsgillet har, är föreningen stark nog att gå i bräsch för ett intensifierat umgänge över alla gränser och på det svenska språket.



Förskjutning i tidtabellen: Föreningsmöte i maj, byggstart i sommar

Starten för den planerade ombyggnaden av Gillefastigheten har skjutfits upp något. Men arbetet med hotellrum och glastak över innergården kan komma igång under sommaren.

Det goda är att byggplanerna inte har stött på patrull hos stadens byggnadsverk. Men bygglov kan utfärdas först efter att samt-

liga utlåtanden från andra myndigheter, som museiverket, tekniska verket och räddningsverket, har lämnats in.

– Vi hoppas på officiellt undantagstillstånd inom kort. Det är nyckeln till helheten med inglasning, hotellrum och nya lokaliteter för Gillet, säger styrelseordförande **Johan Hjelt**.

Tågordningen för beslut om ombyggnaden av gårdsbyggnaden har inte ändrats

även om tidtabellen har förskjutits. Styrelsen har godkänt vad detaljplaneringen ska innehålla, och arbetet kan inledas omedelbart då undantagstillståndet är beviljat.

Projektets arkitekt **Stefan Ahlman** uppger att en professionell inventering av andra våningen redan pågår. Som alla gamla byggnader gömmer också Gillet ledtrådar om ursprungliga färger och detaljer som täckts över med texmex-ornament, eller som nöts av tidens tand, därför att de inte blivit täckta.

– Undantagstillståndet skall ju även gälla gårdsserveringen under glastak. Hitills har vi inte fått några signaler om att staden skulle motsätta sig inglasning eller exklusiva hotellrum i centrum. Bägge är bristvara i Helsingfors.

Föreningsmöte i maj

Detaljplaneringen av ombyggnaden beräknas ta upp till två månader, och först därefter kan förfrågan om byggofferter läggas ut. När anbuden löper in, kanske en månad senare, tar styrelsen ställning till alternativen.

Styrelsens föreslag till avtalsutkast och byggtidtabell framläggs sedan vid ett extra föreningsmöte för att godkännas av Handelsgillets medlemmar.

– Det innebär i praktiken att det inte blir byggstart i maj, vilket vi optimistiskt hoppades på senaste höst. Ifall vi kan sammankalla det extra föreningsmötet i maj, och styrelsens förslag då godkänns, inleds byggnadsarbetena under sommaren, beräknar Hjelt.

Därmed kommer renoveringen av andra våningen inte att bli klar till årsskiftet. Också Hotell F6 Oy får sannolikt vänta till vintern 2020 innan de tio nybyggda lyxrummen i tredje våningen kan ta emot gäster.

Lagt ut krokarna

Det positiva i tidsförskjutningen är att Gillets och klubbarnas normala verksamhet inte kommer att påverkas under inkommande vår. Byggarbetena pågår hela hösten och sannolikt ett par månader efter årsskiftet. Det betyder exil för ungefär ett halvt år.

– Vi har sonderat och lagt ut krokar. Vissa viktiga dagar och evenemang är redan bokade i utomstående lokaler.

Detaljplanen från år 1836

I detaljplanen för Gardesstaden är bygglovet för Handelsgillets fastighet, Kaserngatan 23, beviljat för kontorsbyggnad. Det smått otroliga är att bygglovet är från år 1836. Antagligen ett av de äldsta ursprungliga.

De två stenhusen norr om Gillet är bägge K-märkta, eller skyddade, K25 år 1998 och K27 (Wasa Bank) år 1984. Också på andra sidan gatan är byggnaderna skyddade, kontorshuset vid Kaserngatan 44 år 1985 och Savoy, K 46-48, år 2005.

Men av någon anledning K-märktes varken Gillets gatu- eller gårdsbyggnader eller grannen i söder, stadens byggnadsverks hus, som senaste vår ersattes av det nya "advokathuset" vid Kaserngatan 21.

Vid stadsplaneringskontoret säger arkitekt **Hanna Pikkarainen** att Handelsgillets ansökan om undantagstillstånd för ombyggnad för närvarande är det enda för behandling vid Kaserngatan.

– Det är ingen rusning efter nya bygglov för hotelllokaler i Gardesstaden. Förutom Kaserngatan 23 har vi en hotellansökan för kontorsbyggnaden i hörnet av Unionsgatan och Södra Magasingatan, uppger Pikkarainen.

Kontorsfastigheten vid Unionsgatan 14 är från år 1953. Flera företag och organisationer i byggbranschen har sina kontor i huset.

MD

Information och beslut

Handelsgillets styrelse har beslutat informera om de planerade byggprojekten enligt följande:

Presentation av dagsläget i samband med tisdagslunchen den 5 mars klockan 12.00 i Donatorn.

Informationsmöte med kalkyler, offerter och projektplan efter bokslutsmötet den 28 mars klockan 18.00.

Dessutom ger ordförande **Johan Hjelt** korta lägesrapporter under Gilleaftnarna.

Från och med den 6 mars kan du bekanta dig med det uppdaterade bakgrundsmaterialet med bland annat kalkyler på Handelsgillets kansli. Kom ihåg att boka tid!

Aktuella nyheter finner du på föreningens webbplats handelsgillet.fi.

Observera att beslut om fastighetsprojekt fattas vid extra föreningsmöte, planerat att hållas i maj.

PN

Utän att avslöja vilka lokaler eller restauranger styrelsen har diskuterat med, kunde ganska naturliga alternativ vara till exempel Föreningen Brage, grannhuset K21 och centralt belägna krogar som Glaspalatsets.

Två miljonprojekt

Fastigheten förädlas som två projekt. Enligt utvecklingsplanen, som godkändes av det extra föreningsmötet den 17 september 2018, kostar det 1,75 miljoner euro att bygga om Donatorn och kabinetten i tredje våningen till hotellrum. Lyxrummen skulle vara i storleksordning 25–30 kvadratmeter.

Styrelsen fick i februari offert på hotell-

rummen och den har gett en fingervisning om hur väl de ekonomiska kalkylerna för intäkter överensstämmer med verkligheten. Siffrorna är inte offentliga i det här skedet.

Planen är att restaurangens dagligservering flyttar en våning ner och utvidgar på plan ett i gatufastigheten. Att lägga glastak och utveckla restauranglokaliteterna hade budgeterats till 1,3 miljoner euro. Senare har ytterligare kostnader dykt upp för ny golvläggning och nytt kök. Bägge miljonprojekten kommer därmed att få ungefär samma prislapp.

Text: **Matts Dumell**

Foto: **Matias Uusikylä**

Bygget kan ge inspiration

Verksamheten behöver inte lida nämnvärt av att Handelsgillet tillfälligt hänvisas till andra lokaliteter under det planerade ombyggnads- och renoveringsprojektet. Tvärtom kan omständigheterna inspirera till nya och annorlunda programformer.

För den här positiva synen står **Christian "Chriso" Borenius** som leder Gillets verksamhetsutskott sedan början av året.

Om ett föreningsmöte beslutar att bygga om tredje våningen i gårdsbyggnaden till hotell och andra våningen till nytt klubbрум och kabinettt innebär det att gårdsbyggnaden är stängd ett drygt halvår. Det betyder i sin tur att Gillets verksamhet måste förläggas till andra lokaliteter. Eventuellt lever Gillet i exil hela höstterminen och några månader in på nästa år.

Positiv syn

Chriso, som axlat **Clas-Håkan Wigells** mantel som VU-ordförande, ser flera möjligheter än svårigheter med bygget.

– Vi måste visserligen ordna programmet på andra ställen. Men det ger oss

möjligheter att experimentera och hitta på nytt. Att verka i andra lokaliteter kan ge både inspiration och nya samarbetsparter, säger han.

Han konstaterar att de annorlunda förhållandena automatiskt leder till att programmet temporärt får något andra former.

Klart är i varje fall att både Gilleaftnar och tisdagsluncher ordnas också under exiltiden. Men några av dem kanske ersätts med annat program, till exempel exkursioner.

På frågan om var programmet ska ordnas svarar Chriso att det inte råder brist på lämpliga lokaliteter i absoluta centrum av Helsingfors.

– Vi har redan sonderat utbudet och funnit både lämpliga restauranger och andra lokaliteter som motsvarar våra behov.

Gillets aktiva klubbar, som står för mera än hälften av den sammantagna verksamheten, har med fog uttryckt oro för hur de ska kunna verka då de tillfälligt blir husvilla.

– Jag förstår oron, men om alla är flexibla och bjuder till, går det nog bra. Flera klubbar håller annars också, helt eller delvis, till utanför Gillefastigheten. Dessutom handlar det endast om några

månader. Och det är viktigt att komma ihåg att satsningen tryggar Gillets ekonomi för flera årtionden, säger Chriso.

Han räknar med att programmet för hösten är klart i god tid på våren och att alternativa lokaliteter är bokade.

Våren som vanligt

Det står nu klart att fastighetsprojektet inte påverkar vårens program.

– Vi kör i stort sett som hittills. Föredragen under Gilleaftnarna hålls av kunniga personer inom ekonomi, politik och kultur.

Chriso noterar att tisdagsluncherna fått ett litet uppsving. Luncherna besöks i allmänhet av ungefär ett dussin Gillebröder. Men det verkar som om rätt tema kan dra en större publik. Gillebröder **Kristian Stenius** komprimerade föredrag om huruvida Finland klarar utsläppsbe-gränsningarna enligt Parisavtalet och EUs direktiv samlade 28 åhörare i mitten av januari. I slutet av månaden lockade **Jukka Karhunens** anförande om atombombens anatomi 20 Gillebröder till lunchbordet.

Chriso, som suttit i styrelsen två år, leder också den grupp som funderar över nya programformer. I fjol introducerades frukostseminarierna, tillställningar som är öppna för allmänheten.

– Seminarierna lockade också många unga deltagare, något som är viktigt för kontinuiteten i verksamheten, säger Chriso och lovar en fortsättning några gånger per termin.

Näst i turen på den scenen är basketcoachen **Henrik Dettman**. Den 26 mars berättar han om teambuilding och ledarskap.

Chriso har som ambition att, tillsammans med Verksamhetsutskottet, utveckla programmet på Gillet så att det blir ännu mångsidigare och relevantare.

– Verksamheten i en av landets äldsta föreningar är av betydelse för hela samhället, för Svenskfinland och för Helsingfors. Därför är det viktigt att säkerställa förutsättningarna för Handelsgillet.



Christian "Chriso" Borenius ser nya öppningar på programfronten.

Text & foto: Peter Nordling

GILLEshoppen

I Gilleshoppen kan du köpa bästsäljaren Bordsvisor på Handelsgillet, Handelsgillet's manschettknappar och slipshållare samt kondoleans- och gratulationsadresser.

Bordsvisor på
Handelsgillet,
20 euro.



Kondoleans- och gratulationsadresser à 15 euro.



Servettkedja
25 euro



Manschettknappar
+ etui 52 euro per
par.



Slipshållare +
etui 17 euro.

Produkterna kan beställas via Handelsgillet's kansli:
annika@handelsgillet.fi eller tfn 09 669 798.

Avhämtas från kansliet.



Du som blivit medlem i Handelsgillet år 2012 eller senare och inte fått den första upplagan av historiken kan avhämta ett exemplar gratis på Gillekansliet.

För övriga och för dig som vill ha flera exemplar finns historiken att köpa på kansliet under kanslitid (vardagar kl. 9-14) till ett pris om 30 euro per exemplar.

Kansliet tar emot jämnt belopp i kontanter eller en kvittens på förhandsinbetalning till Gillets konto

Nordea FI35 2401 1800 0601 12

eller

Aktia FI09 4055 1020 1828 57.

Fjärran till klimatsmart Helsingfors:

Bränner fortsatt mera



Helsingfors har fortsatt att öka användningen av stenkol 2016–17, men vill fortfarande bli koldioxidneutralt fram till år 2035. Det handlar inte om drastiska förskjutningar. Men att värma upp staden med fossila bränslen som stenkol och naturgas rimmar illa med huvudstadsregionens ambitiösa planer på en radikal minskning av utsläpp av växthusgaser.

Boven i dramat är Helsingfors produktion av fjärrvärme. Energiverket Helen har i tre år ökat förbränningen av stenkol. Orsaken är prisstegringen på naturgas som delvis ersatts med billigare kol. Även gas är ett fossilt bränsle, men ett mindre hälsovådligt alternativ än stenkol.

Helsingfors har som mål att vara "dekarboniserat" senast om 16 år. Borgmästare **Jan Vapaavuori** skriver (Hbl 4.2.2019) att "de stora städerna bör gå i täten för att bekämpa klimatförändringen". "När målet nås värmer livet i Helsingfors inte längre upp klimatet."

– Städerna har skärpt sina ambitioner för att fasa ut stenkålet, och hela Finland har som mål att upphöra med förbrukningen av stenkol under år 2029. Klimatutsläppen i huvudstadsregionen visar en nedåtgående trend, men nuvarande åtgärder räcker inte för att uppnå målen inom utsatt tid, säger för sin del verkställande direktör **Raimo Inkinen** vid Helsingforsregionens miljötjänster HRM (HSY).

Regionens syndabock

Användningen av värmepumpar och

stenkol



Bränsleförbrukning i Helsingfors fjärrvärme:

	GWh	Förändring 2016–17
Stenkol	3 235	+ 6 %
Naturgas	1407	- 11 %
Olja	131	- 32 %
Bio	105	+ 36 %
Värmepumpar	765	+ 56 %
Avfall	0	0
Totalt	5644	+ 5 %

åttondedel. Fram till 2035 borde minskningen vara 80 procent.

– Vi borde målmedvetet ha minskat utsläppen, och den ökade användningen av stenkol är inte förenlig med den nivå vi har som mål.

Statistiken över hur utsläppen i huvudstadsregionen utvecklades och hur mycket stenkol som användes år 2018 blir offentliga under våren, uppger HRM. Chefen för Helens energianskaffning och partihandel **Harri Mattila** uppger att Helsingfors ifjol minskade en aning på stenkålet och istället höjde gasförbrukningen.

– Siffrorna är preliminära och jag understryker att det handlar om "en aning" (fi. hieman).

Hanaholmen slutar 2024

Enligt stadsfullmäktiges beslut stängs det ena av Helsingfors stenkolskraftverk senast i slutet av år 2024. Därefter fortsätter Sundholmens kraftverk ensamt med kolförbränning.

– Den direkta följden av att Hanaholmen slutar bränna stenkol är att koldioxidutsläppen för fjärrvärmen minskar med 40 procent år 2025, försäkrar Mattila.

Hur bortfallet efter Hanaholmen skall ersättas är inte alls solklart. Raimo Inkinen vid HRM säger att Vanda och Esbo har betydligt längre framskridna planer på hur de skall producera fjärrvärme utan fossila bränslen.

– Både Esbo och Vanda vill vara koldioxidneutrala redan år 2030, alltså fem år före Helsingfors. Det innebär att stenkålet måste fasas ut helt och hållet och även naturgasen skall ersättas med rejält förnybara källor.

Fokus på bilar och boende

De tre största klimatförorenarna är fjärrvärmen, trafiken och konsumtionselektriciteten. Fjärrvärmen orsakar över två femtedelar av utsläppen och trafiken ungefär en fjärdedel. Därför fokuserar städernas klimatlösningar speciellt på boende och bilar.

I december 2018 godkände Helsingfors stadsfullmäktige enhälligt en ny klimatstrategi med sammanlagt 148 åtgärder för att minska utsläppen. Jan Vapaavuori skriver att det är ett av världens ambitiösaste och konkretaste klimatprogram. Miljöchefen Esa Nikunen är lite försiktigare.

– Att vi lyckades presentera över 140 möjligheter att pressa ned utsläppsnivån visar att det nog är möjligt att staden är koldioxidneutral år 2035, men då måste alla alternativ följas upp. Vi kommer att lägga ut på webben hur arbetet framskrider.

Varför utnyttjar Helsingfors inte spillvärmen från raffineriet i Sköldvik eller atomkraftverket i Lovisa?

– Det skulle sannolikt vara klimatsmart att dra fjärrvärmerör från Borgå och Lovisa för att ta till vara det uppvärmda vatten som nu pumpas ut i Finska viken, medger Nikunen. Personligen tycker jag det är rent ut sagt korkat att inte utnyttja möjligheten.

Tekniken finns i Finland, frågan är väl närmast finansiell; hur mycket lyckas Helsingfors viga i bistånd av staten och kan staden räkna med stöd också ur EUs kassakistor?

Text: Matts Dumell

Foto: Karl Vilhjälmsson

bioenergi i produktionen av fjärrvärme har ökat lovande sedan år 2015, men i Helsingfors är stenkol och naturgas fortfarande råvara för fyra femtedelar (82 procent 2017) av fjärrvärmen. Därmed är Helsingfors huvudstadsregionens stora syndabock när det gäller utsläpp av växthusgaser.

– Det är rätt pinsamt med tanke på stadens klimatambitioner, men tyvärr har det gått så här, kommenterar stadens miljödirektör **Esa Nikunen**.

Under perioden 1990–2017 minskade utsläppen av växthusgaser med endast en

Kryphål för byggindustrin

I Finland talar man försiktigt om hur stort fotavtryck byggandet lämnar. Byggindustrin är en av de erkänt stora nedsmutsarna, men klimatpolitikerna pekar sällan på hur mycket byggandet och byggelementen bidrar till utsläpp av koldioxid.

Det finns nämligen betydande skillnader i restriktionerna för byggnaders energikrav per kvadratmeter. Utan att krångla till det med en massa byggteknik, kan man till exempel jämföra hur byggnadsreglementet har skärpts i Finland och Danmark.

I Danmark körde man igenom en gradvis förändring av byggreglerna åren 2010, 2015 och 2018. Den innebar en reduktion av kolbundna utsläpp med 40 procent. BR 20, som träder ikraft nästa år, höjer ribban till 60 procent. I Finland gjordes en motsvarande reduktion på 30 procent år 2012.

En stor skillnad är dessutom att det finska reglementet räknar med ett klumpvärde (kWh/kvm) under design, så att säga på ritbordsstadiet. I Danmark adderas till det här grundutsläppet även byggnadens livscykel så att man lägger till ettusen kilowattimmar för varje år (kWh/kvm + 1 000 kWh/kvm per år). Det visar hur fokus ligger längre fram i tiden.

En annan påfallande skillnad är på vilket sätt cirkulär ekonomi tillämpas på byggmaterial. Genom att inte enbart satsa på förbättring av isolationsvärden, försöker man tvinga dansk byggindustri till design av element med lägre eller noll bunden koldioxid. Till exempel staden Aalborg värms upp av överloppsenergi från byggindustrin Aalborg cement, vilket gör att man kan bygga i betong och ändå vara hållbar.

Inget nytänk i Helsingfors

Klimatplanen för miljonstaden Köpenhamn är att vara koldioxidneutral år 2025. Modern stadspla-

nering är en av de stora influenserna i Köpenhamn, och bland annat stans värmesystem har helt byggts om. Stockholm har blivit förebild för miljöplanerna, i Tammerfors experimenterar man med helt nya ekosmarta kvarter. I Helsingfors har egentligen inget nytänkande skett sedan energihusen i Vik blev klara år 2011.

I Helsingfors räknas byggindustrin överhuvudtaget inte in i utsläppsstatistiken. Kriterierna är att endast det som produceras inom stadens gränser tas med, inte byggmaterial som hämtas över stadsgränsen från Kina eller Mellersta Finland. Med i statistiken kommer endast utsläpp från arbetsmaskinerna på byggplatserna.

Stadsplaneringsnämnden i Helsingfors är inte känd för att direkt brinna för stränga byggnormer eller energikrav med livscykel. De stora byggprojekten på Busholmen, i Fiskehamnen, mellersta Böle eller Kronbergsstranden klarar byggreglementets minimivå med darr på ribban.

Beskrivande är att Helsingfors hade ritat upp en plan om att bygga lägenheter med boyta på i medeltal 75 kvadratmeter. Men eftersom ettor ger ett bättre kvadratmeterpris än treor, sjunker nu medelytan stadigt mot 60 kvadratmeter. Alltså avviker man från stadsplanen och detaljplanerna, och från en urban klimatutveckling. Istället förefaller avvikelserna att gynna främst de koncerner som är byggherrar, åter på Busholmen, i Fiskehamnen...

Text: Matts Dumell

Foto: Karl Vilhjálmsen

Elbilar som går på kol?

I Helsingfors är trafiken den näst största nedsmutsaren. En fjärdedel av koldioxidutsläppen sägs härstamma från fordonsmotorer.

Vem skulle inte vilja dra sitt strå till klimatstacken och köpa en elbil? Statsminister **Juha Sipilä** har gjort det och hävdar att han kör med sin Tesla ända till hemtrakterna i Uleåborg. Enligt regeringen borde vi andra köpa hundratusen elbilar per år, för att dekarbonieringen av trafiken skall ske planerligt.

Vurmen för elbilar är stark och vi hoppas naturligtvis alla att priset sjunker när allt fler länder börjar begränsa försäljningen av diesel- och bensinbilar. I Sverige lovar den nya regeringen att det ska ske redan år 2030, Tyskland siktar på 2050.

Idag kostar en Tesla-3 över 60 000 euro och en Volkswagen el-Golf en tredjedel mindre. Det är mycket pengar för ett relativt simpelt transportmedel, speciellt då statistiken för år 2018 visar att medellivslängden för bilar nu stigit till över 12 år. Dessutom har en Tesla en räckvidd på kanske högst 400 km i normala förhållanden, en Leaf hälften kortare.

Att ladda en elbil tar två timmar, att tanka fyrtio liter bensin tar fyra minuter och räckvidden är 600 km. Driftkostnaden för bensinbilar torde vara 11–12 cent per kilometer och 2 cent per kilometer för elbilar. Vid 15 000 kilometer blir inbesparningen ungefär 1 400 euro per år. Då tar det endast åtta år att spara in prisskillnaden

mellan en bensindriven och en eldriven bil.

Tillverkningen av en elbil och batteri kan förorsaka tjugoton koldioxid (beroende på hur stort batteriet är), medan en normal bensindriven bil utsöndrar cirka två ton koldioxid ifall man kör 15 000 km per år. Med samma kilometertal blir en elbil klimatsmart tidigast efter tio år.

Så kallade hybridbilar brukar förses med ett batteri som har en tiondels effekt av elbilens. Det innebär kanske 40 kilometers räckvidd och sedan tar bensinmotorn över. Eftersom batteriet tynger, förbrukar hybridbilen mer energi än en motsvarande vanlig bensindriven bil. Hybridbilen har skattelättnader och går åt, men laddas nästan aldrig.

Eftersom Helsingfors energibolag Helen till största delen använder stenkolk och gas för sin energiproduktion (82 procent år 2017), och andelen stenkolk har fortsatt att öka, är elen i slutändan inte riktig så ren som man föreställer sig.

Men förstås, om vi som i Norge skulle befrias från både statlig bilskatt och trafikskatt, slipper moms för nya elbilar, får köra i bussfil och har gratis parkeringsru-



tor och gratis laddning, då kanske man kunde blunda för att elbilar i Helsingfors egentligen går på kol!

Text: Matts Dumell

Foto: Karl Vilhjälmsen

Börsklubben antog 43 kvinnor

Börsklubben hade förlängt ansökningsperioden för nya medlemmar till slutet av november och det gav utdelning. Av totalt 140 sökanden var över en tredjedel kvinnliga.

Vid valnämndens möte den 30 januari intogs sammanlagt 125 nya medlemmar. Av dem är 43 kvinnor. De första någonsin i Börsklubbens historia.

– Vi gläds över stort intresse och fina ansökningar. De kvinnliga medlemmarna är

varmt välkomna, kvittrade klubbdirektör **Michael Nyman** då resultatet stod klart.

Av dem som inte intogs var hälften kvinnor.

Varför spolades sju-åtta kvinnors ansökningar?

– Vi röstar alltid om varje enskild medlemsansökning. Valnämndens medlemmar lägger sina svarta och vita kulor enligt övertygelse.

Har Börsklubben kriterier om arbetser-

farenhet med banking eller värdepapper?

– Vi godkänner medlemmar av alla riktningar och det finns inga speciella krav.

Nyman säger att Börsklubben aldrig haft så många nya medlemsansökningar som nu. Ifjol var antalet medlemmar 1 760 och ett tjugotal av dem har antingen avlidit eller uteslutits. Med 125 nyintagna stiger medlemsantalet till cirka 1 850.

Text: Matts Dumell

Kanalen som når alla unga

Fenomenet YouTube

Alla 12–15-åringar använder YouTube någon gång, och fyra av fem gör det dagligen. Ända upp i 35-årsåldern går så gott som alla, mer än 98 procent, regelbundet in på YouTube flera gånger i veckan.

Fenomenet med videobloggar på YouTube har snabbt blivit en helt egen mediekategori. En hel värld utan gränser, där alla kan ta del av innehållet, och i princip vem som helst kan producera och publicera medieinnehåll.

Speciellt uppmärksammade och populära är video-bloggar av så kallade vloggar. En vloggar är en person som laddar upp olika typer av video-bloggar på en internetplattform, oftast flera gånger per vecka. Bjärt förenklat är vloggning en del av kampen om medial uppmärksamhet, där massmedierna förlorar publik till sociala medier, som tillåter alla att publicera sig.

Vetenskapligt handlar det om en pågående social samhällsförändring där det privata blir allt mer offentligt och där publiken letar efter "äkta", autentiskt medieinnehåll. Medborgare födda efter

millennieskiftet 2000 kallas av proffsen för Z-generationen. Det gemensamma är att de inte har anknytning till tiden före smarttelefonerna. All information de behöver och de viktigaste kontakterna till vännerna har de på fingeravstånd.

Alla unga följer YouTube

– De yngsta är inne på sajten varje dag. De tittar på videor upp till 40 timmar i veckan. Det visar vilken dominerande roll och särställning Youtube har bland unga i Sverige, säger SVT Nyheters sociala medier-reporter **Linnea Carlén**.

Samma iakttagelse gör finska Töttörö Networks i sin undersökning från 2018. I praktiken alla 15–25 åringar känner till YouTube och 97 procent använder sig av YouTube. Videor på YouTube når dem bättre än vad kommersiell tv gör. De unga baserar sina inköpsbeslut i större utsträckning på YouTube än på reklam i kommersiell tv.

Z-generationen känner vittring av marknadsföring på flera kilometers håll. Klichéartade budskap och annonser avskys som pesten, och ifall det bara är möjligt, förhindrar Z-generationen all reklam som kan stoppas i nätet. De unga utesluter inte all reklam, det handlar om att de inte vill bli lurade och därför är väldigt selektiva.

Varför YouTube?

I dagens värld utgår precis allting, från Google. Nästan alltid. Då det dyker upp en obesvarad fråga, ett olöst problem



eller när vi vill veta nåt nytt, tar vi fram mobilen och öppnar Google.

För två år sedan i december 2016 uppgav Googles nyblivne landschef **Antti Järvinen**, att det i Finland görs 30 miljoner sökningar varje dag. I december 2017 bekräftade Googles analytiker **Jaakko Pihlaja** att Googles sökmaskin i Finland används över tio miljarder gånger per år.

För att få något slags begrepp om omfattningen lönar det sig att omvandla antalet sökningar till sekunder. En miljon sekunder är tolv dagar, en miljard sekunder motsvarar 31 år. Tio miljarder skulle då vara en sökning varje sekund i 310 år.

– Nästan samtliga sökningar i Google kommer att utföras med smarttelefon senast år 2020, förutspår Järvinen.

Företaget ebrand Suomi Oy frågar i mitten av år 2016 över femtusen 13–29-åringar om some-vanor. Drygt hälften (55 procent) av de svarande uppgav att de vistas på nätsidor över 20 timmar i veckan. Två tredjedelar kopplar upp sig till sociala medier i sammanlagt ett halvt dygn per vecka.

Smarttelefon är det överlägset populäraste sättet att använda nätsidor och sociala medier. Den är alltid tillgänglig (unga förlägger nycklar, kort och väskor,

men nästan aldrig sina smarttelefoner) samtidigt som de nyaste some-tjänsterna som Snapchat, eller det litet äldre Instagram, är utformade för smarttelefon.

Då ebrand Suomi bad ungdomarna lista sina favoritkanaler och plattformar i sociala medier år 2017, var ordningen följande: WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram, Spotify, Snapchat, Facebook Messenger, Skype, Twitter och Steam.

Tre i topp – WhatsApp, YouTube och Facebook – användes av över 80 procent av de svarande. En noggrannare sällning av svaren visade snabbt att 13–17-åringarnas och 23–29-åringarna skiljer sig speciellt när det gäller användningen av Facebook.

Litet överraskande ramlade Twitter ut ur topp fem; endast var fjärde över 18-åring hade använt Twitter. Under de senaste fem till sju åren har Twitter inte lyckats öka sin popularitet bland unga, och man kan förmoda att trenden förblir vikande.

Facebook är klar favorit hos över 25 år fyllda. Det är den åldersklassen som var i tonåren då Facebook lanserades år 2004, och de har förblivit den trogen. Ungefär som med Twitter.

YouTube är nästan jämnårig med Facebook (grundades endast ett år senare 2005). I motsats till Facebook har YouTube armbågat sig fram till den populäraste plattformen för att lägga upp videor, både bland privatpersoner och företag.

Det som lockar mest är unga videobloggare, som dagligen följs av tusentals unga tittare. Som mest har vloggare nått

över 300 000 aktiva tittare i Finland. Det är mer än vad musikidoler och skådespelare förmår locka.

Vägen till vloggvärlden

Begreppet vlogging syftar oftast till ett videoinnehåll där en person talar in i kameran. Det kallas vardags-vlogging när personen filmar sin egen omgivning (rum, släktingar, arbetsutrymmen, resor, ofta hela dagen) och vänder kameran rakt emot sig själv och talar till tittarna. Sedan finns det den andra typen av vlogg, som är mer välproducerad med ett tydligt förbestämt syfte, oftast reklam i mer eller mindre dolda former.

Nyckelordet i det som kallas vardagsvloggning är just "äkta". Om innehållet i bloggen inte är autentiskt eller inte handlar om äkta känslor och/eller riktiga personer förlorar tittarna intresset och vloggarens saga är all.

Den YouTube-stjärna som enligt tidskriften Forbes hade mest reklamintäkter i världen år 2017–18 är **Ryan**, en 7-årig förstaklassist. Hans (och föräldrarnas) Ryan ToyReview följdes av 17,3 miljoner tittare och hade otroliga 26 miljarder visningar. In i kassan klirrade 22 miljoner dollar (m€ 19).

Ryan gör inget märkligt. Han öppnar leksakspaket och "recenserar" innehållet, alltså leker och kommenterar. Det näst roligaste efter att själv få paket är att se på när andra öppnar och leker med innehållet. Den typ av video-bloggar Ryan gör kallas träffande för "Unboxing-videos".

Målgruppen för vloggare på YouTube är främst yngre användare. Att en ung person kan nå stor framgång genom att några gånger i veckan filma en video i sitt sovrum där hen delar ut av sina skönhetsråd, eller ge leksakstips, kan vara svårt att helt begripa eller uppskatta som en form av kulturell verksamhet. Men vlogging på YouTube är definitivt populärkultur, och gör heller inga anspråk på att vara finkultur.

När McDonald's floppade

Vloggarna når mycket högt i statistiken över antal följare, men tenderar att ha färre visningar än kommersiella reklamvideor. I de kanaler som når statistiskt flest visningar består övervägande delen av innehållet av videor som produceras



FOTO: PONDS

Populäraste kanaler bland 13–17-åringar:

1. WhatsApp 90 %
2. YouTube 90 %
3. Instagram 80 %
4. Snapchat 80 %
5. Facebook 75 %

Populäraste kanaler bland 23–29-åringar:

1. Facebook 87 %
2. WhatsApp 81 %
3. Youtube 78 %
4. Facebook Messenger 63 %
5. Instagram 60 %

av mer traditionella medieproducenter.

När YouTube under sina tio första år hade stigit som en raket beslöt hamburgerkedjan McDonald's grunda en egen kanal i YouTube. Avsikten var att locka den mest svårflörtade av alla konsumentkategorier, 16–24-åringarna.

Koncernen anställde två ansedda vloggarer för att starta upp kanal "Channel Us". Under det första året 2015 lyckades duons videor som mest attrahera en trekvarts miljon tittare, men plötsligt störtök kanalen. Följande år samlade endast en av de publicerade videorna mer än ettusen tittare. Någoting hade gått helt snett.

När några tidskrifter efteråt intervjuade experter på reklam, var slutsatsen att McDonald's-kedjan förefaller att inte överhuvudtaget ha förstått hur sociala medier fungerar. De pekade på två grundläggande misstag. Det första är att endast självklara life-style brand har potential att framgångsrikt upprätthålla en egen kanal i YouTube. Som exempel nämndes Redbull.

Det andra felet var att McDonald's i sina videor i första hand prioriterade varumärket och först i andra hand dem som producerar vloggar. Publiken snusade sig till reklam och flydde vidare till följande kanal. McDonald's spinn-off-kanal lades ned som extremt förlustbringande efter endast ett experimentår.

Tidningen Markkinoointi&Mainonta citerar Ogilvy and Mather Advertisings **James Whatley**: "Ingen vits att bygga ett eget hus och festa där, när alla andra redan firar nån annanstans".

Enda sättet att engagera unga

McDonald's försök är som taget ur en äldre lärobok om marknadsföring typ – "publiken nås effektivast genom att marknadsföra där kunderna tillbringar sin tid". Reklambyrån hade tipsat om att digital marknadsföring i sociala medier lyckas ifall videon eller produktionen får visningar och delas vidare av konsumenterna. Marknadsförarens våta dröm är att konsumenterna själva sprider budskapet, problemet är hur man får det att hända?

Kampanjer i dagstidningar eller television har ingen effekt på ungdom som varken prenumererar eller tittar på tv. Traditionella medier upplevs av unga som gammal skåpmat. Some- och "digi-

nativa" unga styrs visserligen från sociala medier till andra nätsidor, men tenderar att snabbt byta tillbaka till some. Redan år 2015 hade majoriteten av unga flyttat från nätsidor till sociala medier.

Mångsysslaren **Hjallis Harkimo** uttalade sin syn på hur idrottare ska resonera för att nå ut i bruset (Hufvudstadsbladet 17.10.2018). Hans lösning är stark närvaro på sociala medier. När han våren 2019 ordnar ett e-sportevenemang är marknadsföringen klar:

"Om vi lägger in en helsidesannons i Helsingin Sanomat kommer inte en enda läsare att ta sig till Hartwallarenan. Ingen, som läser HS eller Hbl, är intresserad. Men om jag lägger upp en video på YouTube när jag spelar Counter Strike med min son ser 120 000 personer på den. Det är enda sättet att nå unga människor i dagens läge."

Harkimo är intressant därför att han ordnar evenemang, har lång erfarenhet av sponsring och sommaren 2018 steg fram som längdåkaren **Ivo Niskanens** manager. Han fyller på med ett konkret exempel från en diskussion om sponsor-kontrakt:

"Företagen var inte alls intresserade av tidningar eller traditionell reklam, de ville bara veta hur många som följer Niskanen på Instagram och andra sociala medier."

De unga ser alltså inte på television, och att surfa på internet är för dem lika uråldrigt som att skida terräng eller att använda smarttelefonen för att ringa samtal. Facebook håller stadigt på att droppa ut i Z-generationen. Utvecklingen går så snabbt att inte ens föräldrarna vet i vilka medier ungdomarna spenderar sin tid, utom att Instagram växer och att Snapchat är en plats där unga dagligen lagrar videor och bilder.

Viral marknadsföring

I internet kan till och med ett barn (no pun intended) blockera reklam så att den försvinner med ett fingertryck då man surfar framåt sida för sida. Det är saligt för konsumenten men ingen lisa för företaget som betalat skjortan för sin marknadsföringskampanj.

Därför gör allt fler som Harkimo och de flesta moderna företag, de maskerar sin reklam så bra, att även de kräsnaste konsumenter vill se den och rent av letar

efter den. Poängen är att inte koncentrera sig på sin egen produkt eller sitt brand, utan mer på kunden och kundens behov och intressen. När innehållet är tillräckligt intressant får företaget följare i YouTube. Motsatsen är McDonald's beryktade flopp.

För kommersiella marknadsförare är idealet att inte längre tvingas betala för själva reklamplatsen, åtminstone tills räkningen för produktionen av den kvalitativt högklassiska videon dimper ner.

För det här fenomenet använder reklambyråerna gärna termen "virtuell marknadsföring". Kunden deltar (medvetet eller omedvetet) i marknadsföringen genom att dela vidare, kommentera och på andra sätt uppmärksamma offentligt. I bästa fall förflyttar sig budskapet som en ökenstorm och får enorma visningssiffror.

Artikeln baserar sig på en färsk studie "Hallå finska Unga!" som utarbetats för Svenska kulturfonden av **Matts Dumell** och **Olav S. Melin**.



I slutet av 2018 loggade ungefär två miljarder (!) användare varje månad in sig på YouTube i över nittio länder.

Varje dag konkurrerar över ettusen miljoner timmar video-material om deras gunst, och det genererar sin tur miljarder dagliga visningar, främst i smarttelefoner.



Stefan Törnqvist

När skuggbankerna hostar, stannar världsekonomin

Sedan finanskrisen har finansövervakningen samt kapitalkraven för bankernas värdepappershandel och utlåning till företag skärpts betydligt. Bankerna har tvingats krympa sina balanser och spelar idag en mycket mindre roll än tidigare på värdepappersmarknaden och inom företagsfinansiering. Då man numera inte får ränta på riskfria placeringar, har deponenter och andra ränteplacerare blivit tvungna att se sig om efter alternativ. Detta tomrum har fyllts av nya marknadsparter, som förmedlar finansiering direkt från placerarna till låntagarna, i gråzonen utanför den hårt reglerade bankvärlden.

Då nollräntorna varat i många år har volymerna ökat och en myriad av olika instrument, som antingen återuppstått och dammats av eller nyskapats, har uppstått. Subprime-bostadslån är fortfarande paria, men allt annat, det vill säga billån, konsumtionskrediter, studielån, leveraged loans, junk bonds och så vidare och så vidare, ompaketeras i stora volymer till sådana former, att de kan säljas vidare till institutionella investerare eller vanliga sparare.

Svag övervakning

Räntefonder, pensionsinstitut, försäkringsbolag och den stora allmänheten investerar i dessa paket för att få en bättre ränta. Bankerna har mest stått vid

sidolinjen och följt med uppkomsten av detta, som idag kallas skuggbanker. Centralbankerna och finansinspektionerna, som övervakar och styr likviditeten i det traditionella bankväsendet, har oftast väldigt svaga kopplingar till skuggbankerna. Vem manne gör riskbedömning, lånedokumentation, låneuppföljning et cetera när vanliga placerare ger direkta lån åt låntagarna, och mellanhänderna bara förmedlar volymerna genom sina datorer?

Företagens tillgång till finansiering är idag långt beroende av skuggbanksystemet, som för att fungera, i sin tur är beroende av placerarnas förtroende och riskvilja. Detta förtroende tröt i november och december 2018, varvid placerarna bromsade sina nyinvesteringar i skuggbankernas produkter. Dessutom började de sälja räntefonder, masskuldebrev och övriga paketerade ränteprodukter.

December 2018 blev den första månaden sedan hösten 2008, då emissionerna på High Yield-marknaden i USA stod helt stilla, det vill säga då företag med kreditbetyg BB+ eller sämre, inte kunde få finansiering ens till högre räntor. Många helt vanliga företag är i denna kategori, till exempel SSAB har kreditbetyget BB.

Blir företagen osäkra beträffande sin finansiering, är de tvungna att spara till både räntor och amorteringar. Då många

företag gör det samtidigt, uppstår en recession eller depression. Ett sådant scenario började prissättas i börskurserna i slutet av 2018, därav kom det tvära börsfallet.

Man funderade mycket i media på symtomet, de fallande börskurserna, men väldigt litet på själva sjukdomen, det vill säga att skuggbankerna hostade betänkligt. Och bankerna kom inte till undsättning, trots en stor likviditetsbrist och lockande höga räntor!

Skrämskott

Dessbättre verkar slutet av år 2018 gå till historien som ett skrämskott, eftersom Kina pumpade in massvis av likviditet i systemet och investeringsviljan återkom. I skrivande stund kan företag låna pengar på marknaden igen. Men företagens finansiering är fortfarande beroende av marknadspsykologin, så likviditeten kan när som helst försvinna om placerarna drar öronen åt sig.

Skuggbankernas hostning var en förvarning om vad som kan, och antagligen kommer att ske i framtiden. Trots att myndigheterna satsar mer än någonsin på finansövervakning, har finansmarknadens basfunktion att para ihop kapitalöverskott med finansieringsbehov, inte varit så här oreglerad och utsatt för marknadens nycker på väldigt länge.



Ordförande Ragnar Langhoff hälsade Gillebröderna välkomna till festbanketten.

Arkivfynd visar:

Celebert firande och aktiva ungdomar

Åtminstone under de senaste decennierna har Handelsgillet alltid firat sina jubileer med stil. Även 130-årsjubileet år 1987 fick en inramning i både silver och guld, bara fem år efter det mera påkostade 125-årsfirandet. Samtidigt ökade antalet medlemmar, både unga och gamla.

Ser man till jubileumsprogrammet var det tämligen traditionellt, men lite anspråkslösare än fem år tidigare.

Fredagen den 27 november 1987 rädde redan vinterväder då firandet inleddes med uppvaktning vid hedersmedlemmars och hedersordförandes gravar på Sandudds begravningsplats.

Fotograf **Matias Uusikylä** dokumenterade hela firandet och har ställt bildskörden till Handelsgillet och Gillebladets förfogande. Fotografierna visar bland annat en snötäckt gravgård där en deputation Gillebröder inledde jubileet med att lägga ned en krans på marskalken av Finland, **C.G. Mannerheims** grav.

Många bilder ingick i Gillebladet. I tidningen kan man bland annat läsa

att Gillet på dagen ordande en festsammankomst som också speglade föreningens allmännyttighet. Studentkåren vid Svenska Handelshögskolan fick ett stipendium på 10 000 mark (motsvarande 3 114 euro) för en skrivare till generalsekreteraren och annan utrustning för kåren. Svenska skolan för synskadade erhöll ett bidrag om 3 000 mark (motsvarande 934 euro) för att köpa en bandspelare.

Desutom belönades Gillets kanslist, **Marianne Backlund** med Centralhandelskammarens förtjänsttecken för 15 års trogen tjänst.

I samband med kvällsfestligheterna tilldelades fem gillebröder stora förtjänsttecknet och tre fick lilla förtjänsttecknet.

Bankett med egen stav

Kvällsprogrammet bestod av en festbankett för medlemmar och några inbjudna gäster, bland annat från Mercuri Orden i Stockholm. Sammanlagt bänkade sig ett 60 tal herrar till middagen i Donatorn. Gilleordföranden **Ragnar Langhoff** höll ett välkomsttal och styrelseledamoten **Filip Hamro-Drotz** framförde styrelsens hälsning. Minister **Grels Teir** höll tacktalet. Något festföredrag hölls inte, eftersom jubileet var av den mindre karaktären.

Men fel på stämningen var det inte. Sorlet avbröts dock flera gånger av ett taktfast dunkande, ett i och för sig bekant, men ändå nytt ljud. Festmarskalken kunde nu för första gången stöta med Gillets egen marskalkstav. Tidigare hade en lämplig stav lånats för Gillets fester.

Mångårig Gillebladsredaktören **Sven Sirén** hade tagit initiativet till staven och Gillebroder **Henrik Dickman** (som ville förbli anonym under sin livstid) bekos-



Uppvakning vid C.G. Mannerheims grav.



Gilletts kanslist, Marianne Backlund fick Centralhandelskammarens förtjänsttecken för 15 års trogen tjänst.



Barbara Hisinger-Jägersköld tog emot stipendiet på 10 000 mark som Studentkåren för Svenska Handelshögskolan fick.



Nuvarande hedersmedlemmen Bernd-Johan von Konow fick Handelsgilletts stora förtjänsttecken år 1987.

tade den. **Birger Mickwitz**, fortfarande aktiv på Gillet, skissade märket av silver i toppen av staven och guldsmedsaffären Tillander stod för tillverkningen. Staven används fortfarande flitigt på Gillets fester. Detta enligt Enligt historiken 160 år Gilleliv och stad i förvandling, skriven av **Bo Finne**.

Gillebladet celebrerade stort 130-årsfestligheterna. Årets tredje tidning var ett jubileumsnummer. Dessutom gav tidningen ut specialnumret Handelsgilletts kulturella guldkant. Det var baserat på tidigare artiklar av kultur- och personhistoriskt intresse. För text och redigering stod Sven Sirén.

Torsten Almquist, som recenserade Guldkanten i Gillebladet i december

1987, skrev bland annat att det är svårt att låta bli att sträckläsa Siréns lilla mäs-terverk.

Höjd profil

I samma tidning noterade dåvarande chefredaktören Bo Finne, i ledaren under rubriken Höjd profil, att jubileerna duggat tätt de senaste tio åren. "Men skall 60-talet upplädda herrar på 130-årsjubileet tolkas som en signal på att festbanketterna behöver damer?"

Ledarskribenten konstaterade att jubileerna (120, 125 och 130) ledde till att Gillefastigheterna var snyggare än på länge, ekonomin i skick och att medlemskåren växte. På fem år ökade antalet medlemmar från cirka 800 till

ungefär 900. Samtidigt sjönk medelålder i styrelsen från 60 till 45 år. Dessutom hade Juniorutskottet "aktiverat sig som aldrig förr".

Åren 1977–1987 var det tydliga drag i Juniorutskottet. Utskottet ordnade bland annat företagsbesök, föredragsaftnar och fester. Medlemsantalet ökade från 61 till 101.

"En intressant detalj är att tre av juniornamnen i den 10 år gamla förteckningen idag återfinns i Gillets styrelse som högst aktiva medlemmar när det gäller att göra programverksamheten mer attraktiv och fastigheten snyggare."

Text: Peter Nordling

Foto: Matias Uusikylä



Kim Björkwall

Vegansk höjdare

Ett urval av prisvärda, goda, ett riktigt ovanligt vin samt ett fynd från december och januari utsläpp.

Vi börjar med ett mousserande vin från den välkända firman de Bortoli i Australien, **Lorimer Rosé Extra Dry N.V.** (Non Vintage, icke årgångsbestämd), 11 %, 20 g restsocker/l, 10,49 euro, och får för priset det goda betyget 13 p (++) , således väl prisvärt! Detta rosa bubbel är gjort på Chardonnay och Pinot Noir. Karamellrosa i färgen, hallon- och lingonsaft i doften, en bra, tät mousse och syra och en trevlig fruktsötma i avslutningen. Känns torrare än de 20 gram per liter som indikeras. Ett verkligt bra mingelbubbel till snittar och annan plockmat.

Ett riktigt ovanligt vitt vin kommer från Indien, från odlingar norr om Bombay och heter **Grover Chenin Blanc 2017**, 13,5 %, 9 g/l, kostar 12,50 euro, får 14 p och (++) , vilket åter igen är väl prisvärt! Det är ljusst halmgult och har en ren, fräsch och yppig doft av mandarinskal. Fint anslag, bra syra, frukt och längd. Ett utmärkt spännande vin till buffén, eller soffan. Prova!

Nästa vita vin har det förbryllande namnet **1112 Blanc de Noirs Trocken 2017**. Det kommer från Baden i Tyskland och kostar 10,00 euro, 12,5 %, har 5 g restsocker/l och får 14 p och (+++). Benämningen 1112 i namnet anger att Markgreven från Baden har ägt marken på denna plats sedan år 1112. Det finns vidare belägg för att man odlat vin här redan 1399. Druvan är Spätburgunder, en kusin till Pinot Noir, men som i Champagne kallas vitt av svart, alltså ett vitt vin gjort på svarta druvor. Det är halmgult med en ren doft av svartvinbärsblad samt toner av smultron och blodgrape.

Fin fruktkoncentration och syra som ger en balanserad helhet som passar väl till exempelvis en Caesarsallad med kyckling, eller som ett buffévin. Detta är ett ve-ritabelt Fynd!

Från Piemonte i Italien kommer **Prunotto Bansella 2016**. Det kostar 19,98 euro, 14,5 % och får inte mindre än 18 p och (++)! Odlaren Prunotto hör till pionjerna i Piemonte och vinerna klassas som veganska, även om det inte noteras på etiketten. Benämningen veganskt betyder i detta sammanhang att man inte använt några animaliska råvaror i tillverkningen, till exempel äggvita för att klarna vinet före buteljering. Färgen är vacker purpur med mognadstoner. Dof-ten är härligt yppig med toner av fikonsylt, mogen ek och chokladdoppade kaffebönor. Rent anslag med höga fruktsyror, fina balanserade tanniner och tät fruktsötma med tryffeltoner. Lång, fruktig eftersmak och som passar till exempel till kalvrullader i gräddsås, smaksatta med svart tryffel, potatispuré och fikongelé.

Även **Campo al Pero Bolgheri Rosso** kommer från Italien, från det lilla, men verkligt fina, distriktet Bolgheri i Toscana. Gjort på Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc och Merlot, med andra ord en Bordeauxblandning som ofta går under benämningen Super Tuscan då det innehåller andra än italienska druvor. Det håller 14,5 %, kostar 24,89 euro och får det fina betyget 18,5p och (++) , vilket är väl prisvärt! Det är mycket mörkt och tätt med en aning mognad. Härligt yppig doft av mogna svarta vinbär, plommon, dadlar och en ton av viol. Finstämt och mäktigt anslag med relativt mogna tanniner, stort djup och koncentration. Vinet utvecklar ganska markerade tanniner i avslutningen varför några år i källaren är att rekommendera och därutöver krävs en dekantering! Njut sedan till en Bistecca Fiorentina, en T-benstek med en mustig vinsås!

Betygsättningen är den 20-gradiga skalan tillsammans med prisvärdhet från ej prisvärd (-) till prisvärd (+), mycket prisvärd (++) och fyndvin (+++).



Gröten som blev pannkaka

Maslenitsa, eller pannkaksveckan, smörveckan eller bliniveckan, har sina rötter i över 1 000 år gamla traditioner. Ursprungligen symboliserade den att våren var på kommande. Enligt sägner uppstod pannkakan eller blinin då någon glömde sin gröt på elden, med en god och knaprig plätt som resultat.

På 1800-talet fick maslenitsan en religiös innebörd. Den firas den 7 veckan innan påsk, veckan innan fastan börjar. I år infaller Maslenitsa den 4–10 mars.

Ursprungligen var blinin en tunn plätt som kunde lagas på olika sädesslag och ätas med både salta och söta fyllningar. Den äts under hela veckan och serverades bland annat fattiga och nyblivna mödrar.

Från Ryssland

Då den blev en religiös symbol, främst i Ryssland, fick den en högre status och man började servera den med lyxigare tilltugg som fiskrom och kött.

Även plätten förändrades från stor och tunn till mindre och tjockare och fick mycket skirat smör. Traditionen med blinier kom till oss från Ryssland i slutet av 1800-talet. Där föll den i glömska då religiösa högtider förbjöds under Sovjeteran. Efter Sovjetunionens fall återupplivades seden, och på många håll i Ryssland firas Maslenitsa i dag med pompa och ståt.

Hos oss har bliniveckan blivit ett begrepp tack vare att restaurangerna marknadsför den synligt och frestar med blinier på sin meny i februari och mars.

Tjock plätt

I dag är vi vana vid att blinin är en tjock plätt, ca 10 cm i diameter, och vanligtvis äts med fiskrom, finskuren lök och smetana. Plättsmeten, som består av yoghurt, bovete, jäst, smör och ägg, har fått jäsa ungefär ett dygn och får då en karakteristisk syrlig smak. Plätten steks på medel-

hög värme i rikligt med skirat smör och serveras genast då den är färdig. Den kan kylas och värmas på nytt i ugn, men man måste då vara försiktig så att den inte torkar och blir hård. Den får inte heller vara för fuktig, för då tappar den sin knaprighet. Tilltuggen till blinin ska serveras i skilda skålar och blandas precis innan de äts så att de inte värms av den heta blinin.

Följ receptet

De flesta bovetepåsar har utmärkta recept på blinier. Följer man dem blir resultatet bra. Bovetet innehåller inte gluten, vilket gör att plättarna lätt går sönder, men med ett tillräckligt stort verktyg (t.ex. en kakspade) går det bra att vända dem.

Gör litet extra smet, så kan du "öva" lite först. En blinistekpanna, cirka 10 centimeter i diameter och helst i gjutjärn, är en bra investering. Förvärm den innan du börjar steka och använd skirat smör. Vanligt smör innehåller mjölkproteinpartiklar som brinner under stekningen och ger en otrevlig bismak. Plättarna kan hållas varma på ett fat i ugnen (<100 °C) tills alla är stekta.

Gör inte plättarna för tjocka, de är väldigt mättande och det är trevligare att

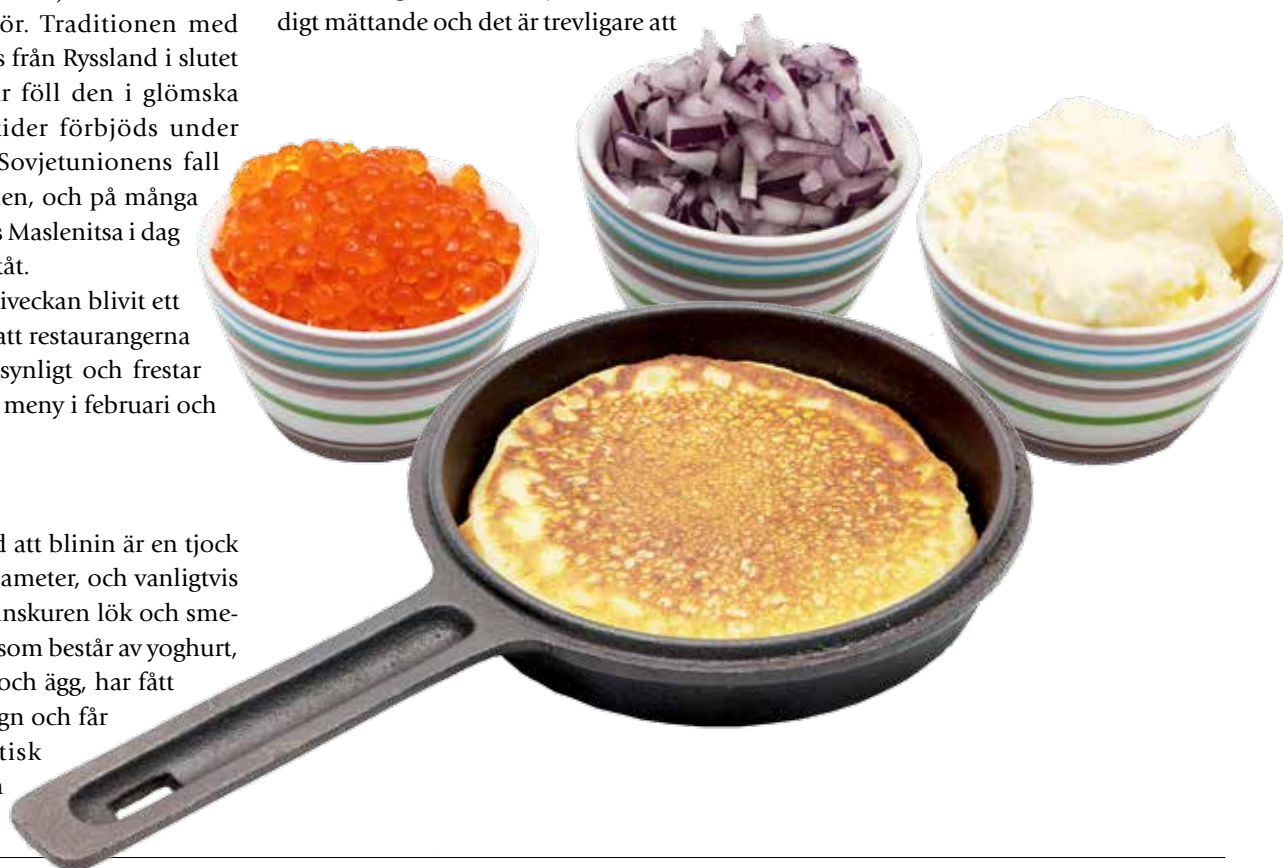
äta flera tunna blinier än en tjock. Som pålägg fungerar fiskrom utomordentligt, använd till exempel sikrom, rom av siklöja eller lakrom med smetana, lök och svart- eller kryddpeppar till. Andra goda pålägg är kallrökt eller gravad lax, kallrökt kött, saltgurka med honung och smetana eller skagenröra. Som alternativ till smetana kan man ha mosad avokado blandad med litet citron och crème fraîche.

Söta pålägg

Pröva också blinin med söta pålägg, den är jättegod med glass och sylt. Ett litet stänk av någon god likör (t.x. Grand Marnier) på plätten ger lite extra sting. Innan man steker blinierna för den söta varianten kan man tillsätta lite socker i smeten.

Kom också ihåg vår gamla tradition med ärtsoppa och punsch, man kan ju kombinera den med blinier. Lunch med ärtsoppa och punsch i pulkbacken och middag på nystekta blinier med olika pålägg och en "Blini Suzette" till dessert!

Text & foto: Ben Wiberg





Annika Hällsten
Kulturredaktör
vid Hufvudstadsbladet

Vandra med författare

Tillsammans med en grupp tillresta svenska herrar pulsade jag häromveckan fram i det snörika kvarteren söder om Bulevarden. Ämnet för vår vandring var **Kjell Westös** stad, i synnerhet det Helsingfors som beskrivs i romanen *Där vi en gång gått*.

De sju herrarna hade ursprungligen fösts samman tack vare sitt gemensamma intresse för vattenpolo, men upptäckt att de trivdes bra ihop också utanför simbassängen och utvidgat verksamheten till litteratur.

Kjell Westös roman hade påverkat dem så starkt att de, inspirerade av berättelsen om Cedi och Lucie Lilliehjelm, Eccu Widing, Allu Kajander, Ivar Grandell och de övriga färgstarka karaktärerna i Westös persongalleri, beslutat sig för att de ville se, och höra, om de platser Westö skriver om.

Herrarna var beundransvärt frågvisa och också nogsam insatta i Finlands historia, därtill inspirerade av sin romanupplevelse.

Mera än historia

Litteraturhistoriska vandringar har blivit trumfkort för turistbyråer och stadsmuseer på flera håll ute i världen. En vandring, ledd av en kunnig guide, kan utvecklas till mycket mer än litteraturhistoria. Vandringen i Kjell Westös Helsingfors handlar inte enbart om på vilka adresser de fiktiva karaktärerna bor utan också om den betydelse olika platser spelat i Helsingfors och Finlands historia.

Kjell Westö anses i dag vara vår främste Helsingforsskildrare men man kan förstås göra vandringar också i ett Helsingfors skildrat av andra författare. Då tänker jag på bland annat **Jörn Donner**, **Staffan Bruun**, **Märta Tikkanen** och **Monika Fagerholm**.

Själv har jag deltagit i en Millenniumvandring i Stockholm och då dels traskat i Lisbeth Salanders och Mikael Blomkvists fotspår, dels fått lära mig nya roliga fakta om Södermalm, fakta som inte finns i **Stieg Larssons** böcker.

Författare och deras verk kan göras tillgängliga också på an-

nat sätt. Stockholms stad uppmärksammar flera förnämliga Stockholmsskildrare med litteraturskyltar på olika håll i staden. Skyltarna innehåller citat från kända böcker och berättar om platsens historia.

En av dem som hedras med en litteraturskylt är **Per-Anders Fogelström**. Den som vandrar längs Fjällgatan kan dels roa sig med att beundra den magnifika utsikten mot Skeppsholmen och Djurgården, dels hitta citat ur Fogelströms femdelade Stockholmssvit *Mina drömmars stad*.

Ett av citaten påminner oss om historien om Sista Styverns trappor – den trappgränd de dödsdömda kämpade sig uppför på sin sista promenad mot galgbacken.

Trätrappan löper mellan Fjällgatan och Stigbergsgatan. Den sista styvern var den slant den dödsdömda fick för en sista sup innan bilen föll.

Upplev författarnas hem

Också författarmuseer är ett fint sätt att kombinera litteraturhistoria med stadshistoria. Hemmuseerna är ofta intima miljöer som erbjuder udda fakta om en författares personlighet.

I Stockholm kan man besöka **August Strindbergs** sista bostad och uppleva hur en ensamstående äldre herre framlevde sina sista dagar i tre rum utan kök. Bostaden ser ut som den gjorde när Strindberg, som avled 1912, bodde där.

Charles Dickens forna hem ligger centralt i London, nära Russel Square och i Hampstead finns Sigmund Freud-museet, inhyst i den berömde psykoanalytikerns sista bostad där han landade efter att ha hunnit fly från det nazistockuperade Österrike.

Underligt nog är det sällan rusning till hemmuseerna. Undantaget är Anne Frank-museet i Amsterdam. Hit lönar det sig att köpa biljett på förhand via nätet.

I Helsingfors finns skamligt nog inga författarmuseer, men den som borde tillägnas ett är förstås **Tove Jansson**.



Hansestaden Hamburg

I maj går Gillets vårresa till Hamburg, resedatum är 13–16 maj och resans pris för fyra dagar är 1 085 euro per person i tvåpersoners rum. Tillägg för enkelrum 255 euro. Vårt exklusiva reseprogram finns i sin helhet på webbplatsen, anmälan öppnas den 4.3.2019 klockan 10.00.

Det finns max 40 platser till Hamburg på www.handelsgillet.fi/Aktuellt/

Sommarresa i Evert Taubes fotspår

Efter en paus på några år planeras också en sommarresa, den här gången till Stockholm och Roslagen. Resedatum är 8–11 juli och resans pris för fyra dagar är 870 euro per person i tvåpersoners rum, enkelrumstillägg 140 euro.

Resan genomförs om det före den 5 april finns 30 bindande anmälningar.

Reseprogrammet i detalj finns på webbplatsen, anmälan öppnas den 5.3.2019 kl. 10.00.

Det finns max 40 platser till Roslagen på www.handelsgillet.fi/Aktuellt/

Svenska småbruk och egna hem Ab

PB 35, 10211 Ingå, Ola Westmansallé 5

tfn (09) 644 761, 0400-477 008

fax (09) 601 262



Midvinterfest med fullt ös

Årets midvinterfest i början av februari, blev igen en munter tillställning. Antalet deltagare, 68 personer, var visserligen något lägre än tidigare, men arrangemangen prutade arrangörerna inte på.

Restaurang Cantina West bjöd på mat utöver det vanliga. För underhållningen svarade en dubbelkvartett ur Akademiska Sångföreningen, trollkonstnären **Robert Jägerhorn** och **Henrik Wikströms** orkester.

Det var fullt ös på dansgolvet i två timmars tid och knappast ett enda benpar lät bli att ta sig en svängom.

De som trivdes bäst avrundade med nattmat då lördagen övergick i söndag.

Givmilda lunchgäster

Handelsgillet stödde Luciainsamlingen med totalt 3 000 euro. Av summan samlades cirka 1 500 euro in bland deltagarna på jullunchen på Luciadagen i fjol. Det är ett par hundralappar mera än året innan. Inte mindre än 145 personer deltog i jullunchen, en ökning med 30 personer från föregående år.

Finlands Lucia, **Elin Qvist**, besökte Handelsgillet några timmar innan hon kröntes i Helsingfors Domkyrka.

Billigt och bra

Gammal må vara äldst, men dyrast är inte alltid bäst.

Onsdagen den 19.12. tog sig tio bröder friheten att ta skurlov inför den annalkande julen.

Väl bänkade kring det dignande bordet lät sig bröderna tinkturerna väl smaka då blindtestet inleddes.

Dryckerna för dagen var följande:

The Claymore. En blend från Glasgow (A. Ferguson & co). En dryg tjugolapp hos Alko.

Bulleit Rye. En bourbon, där 95 procent av stommen består av råg. Buteljen betingar cirka fyrtio euro på monopolet.

Mossburn Blair Athol: En single malt från högländerna, med en styrka på 59,8 procent. Mossburnen var kvällens dyraste butelj, cirka 70 euro.

I ett tidigt skede visade det sig att dyrast inte alltid smakar bäst. Whiskyhövdingen som innehade information om vad som

fanns i glaset kunde rätt fort konstatera att den billigaste drycken i spel rönt mest positiv uppmärksamhet. Tvenne bröder prickade alla tre rätt (dvs. kombinerade rätt dryck med rätt påstående). Bröderna **Philippe** och **Sven** brädade de andra med smaksinne och kunnande, och den samlade troppen gratulerade segrarna.

The Claymore beskrevs med adjektiv som privsvård, behaglig, bäst i test och mjuk i smaken. Whiskyn fick kvällens högsta poäng, 79,75, på en skala från 50 till 100. För den oinsatta kan det vara av värde att veta att ifall man misstänker att drycken i glaset inte är whisky, kan poängen landa under 50.

Bulleit Rye, som slutade som tvåa med 75,38 poäng ansågs söt, innehålla för mycket blandade smaker, finkel och bra sträv.

Mossburn, som var kvällens dyraste flaska, erhöll i förhållande till priset



blygsamma 73,50 poäng. Single malten beskrevs med termer som spritig, aningen finkel, lång eftersmak och torr medicin-smak.

Det som är dyrast är alltså inte alltid bäst i smakväg.

Christian Wentzel

Historiker till Viborg

Historieklubben, som grundades i höstas har haft möten varje månad. I grupper har vi diskuterat intressanta historiska händelser eller lyssnat till föredrag med efterföljande frågor.

Årets första möte hölls den 7 januari då **Carl-Fredrik Geust** berättade om frivilliga ryska krigsfångar som ställde upp i Finlands armé under andra världskriget. Mötet samlade 40 medlemmar och stämningen var bra.

I februari var diskussionsämnet finanskraschen i slutet av 1920-talet. Nu ställde 32 medlemmar upp och diskussionerna var givande, men lite oroväckande med tanke på dagens ekonomiska läge i Finland och övriga EU-länder.

Följande möte hålls den 4 mars och då blir diskussionsämnet Krimkriget 1853–1856.

Den 27–29 maj gör klubben en resa med damer till Viborg. Vi bekantar oss

med Viborgs sevärdheter, bland annat slottet, runda tornet och Aaltobiblioteket.

På programmet står också utfärder till de tidigare stridsplatserna Tienhaara och Ihantala samt Karelska näsets krigsmuseum. Unikt blir en specialbeställd barockkonsert i den tidigare svensk-tyska Petri-Paulkyrkan.

Klubben har nu 57 medlemmar.

Kaj Nordström

Oy K-O Nyman Consulting Ab

VVS planering och övervakning
Teuvo Pakkalavägen 4, 00400 Helsingfors
tfn +358 045 806 535

HANDELSGILLET GRATULERAR

Westerholm Matias, Sales Manager
40 år 5 mars

Appel Kristian, vd
70 år 11 mars

Blomqvist Tom, vd
60 år 12 mars

Svedberg Christer, ing.
75 år 15 mars

Eriksson Per-Åke, f.d. vd
90 år 18 mars

Holmborg Raul, pens.
70 år 20 mars

Westerén Kim, EM
50 år 23 mars

Backas Kaj G., DI
75 år 27 mars

Olsson Olof, jur.lic.
75 år 30 mars

Grandell Lars, EM
60 år 31 mars

Carp Jens, vd
50 år 1 april

Hellman Guy, företagarråd
75 år 4 april

Nyman Göran A., DE
85 år 5 april

Stenholm Magnus, VH
75 år 6 april

Lardot Christian, EM
60 år 7 april

Ahlfors Kurt
80 år 10 april

Michelsson Peter, DE
75 år 12 april

Lindqvist Rurik, pensionär
75 år 15 april

Stenvall Gunnar O.F., ing.
70 år 15 april

Lindman Karl-Otto
75 år 15 april

Boström C. Anders, VH
70 år 19 april

Paul Jan-Peter, Dr
70 år 22 april

Bonnevier Rainer, ing.
75 år 22 april

Inberg Henrik, EM
70 år 24 april

Bjurström Björn-Mårten, EM
75 år 26 april

Langh Hans, sjöfartsråd, ekon. dr h.c.
70 år 26 april

Lillandt Tom, ekon.
40 år 28 april

Burmeister Ulf, DE
75 år 29 april

Nya medlemmar

Styrelsen har antagit följande nya medlemmar till Handelsgillet:

Martin Oivo och Risto Tuomainen.

Har du flyttat?

Meddela din nya adress:
telefon 09 669 798 eller
info@handelsgillet.fi

Ordförande på slottsbal

Ordförande **Johan Hjelt** representerade tillsammans med sin hustru **Helena Hjelt** Handelsgillet på slottsbalen den 6 december i fjol.

– Inbjudan innebär en erkänsla av Handelsgillet och ett bevis för att föreningen och dess verksamhet noteras, säger Johan Hjelt.

Enligt honom har allt sin bakgrund i historian. Handelsgillet fyllde 160 år i fjol och jubileumsåret till ära talade president Sauli Niinistö på det aktualitetsseminarium som Handelsgillet var huvudarrangör för i fjol.

På slottet trivdes paret Hjelt tillsammans med 1 700 andra gäster.

– Det här blir ett minne för livet.





Posti Green

Byggföretag

Nikkilän Huolto Oy
tfn 0400-202 090

Festkläder



**Frackar i olika material,
nu också ylle!**

Kontakta Br Charles Elmgren
info@formtex.fi eller 0400 440 899

formtex.fi

Ventilation

Robovent Kb
tfn 044-5606087
roboventdick@ymail.com

Havets delikatesser

Frisch Haus Finland Oy
www.ayriaistukku.fi

Takarbeten

Solvikin Kattohuolto Oy
erik.ettala@
solvikinkattohuolto.fi
tfn 040 579 819

Förpackning

Oy Dahlberg & Co Ab
www.dahlberg.fi

Advokatbyråer

Rehn & Co Ab
Gillebroder Olof Rehn
tfn 09 668 9650
www.rehnco.fi

Pappersagentur

Heimbach Suomi

VVS



Restauranger

Restaurang Cantina West
www.cantinawest.fi

Annonser



bo.gerkman@tilinurkka.fi