ILMIÖ NIMELTÄ AGEBA

Risto Hemming

Artikkelissaan Suomen matkatoimistoalasta Hannu Hämäläinen omistaa yhden osion myös incoming-toiminnalle (kts edellä ss. 120-21). Optimistisista suunnitelmista huolimatta tämän alku oli hankala, ja kesti 1960-luvulle saakka, ennen kuin kauppa kunnolla käynnistyi. Poikkeuksen muodostivat neuvostoryhmien maajärjestelyt Suomessa, mutta kuten Hämäläinen toteaa, incoming-sektorilla on kuitenkin parhaammillaankin ollut vain vajaan 2 %:n osuus matkatoimistoalan kokonaismyynnistä.

Hannu Hämäläistä vielä lainaten: ”Pääosin [incoming-]markkinat ovat kuitenkin pienten ja keskisuurten yritysten varassa. Osa näistä on erittäin ammattitaitoisesti johdettuja ja varsin kannattavia.” Tuollainen pienestä keskisuureksi kasvanut ammattitaitoisesti johdettu incoming-matkatoimisto oli vuonna 1969 toimintansa aloittanut Ageba.

Hallstatt – Evo – Helsinki

Yksi Itävallan kaikkein viehättävimpiä maisemia löytyy 50 km linnuntietä Salzburgista kaakkoon, jossa sijaitsee korkeiden vuorten ympäröimä pieni alppijärvi. Sen länsirannalla oleva vajaan tuhannen asukkaan pikku kylä, Hallstatt, on antanut nimensä paitsi järvelle myös rauta-aikaiselle kulttuurille, joka aikanaan vallitsi tässä osassa Eurooppaa. Hallstatt on Unescon maailmanperintökohde, ja sen maalauksellisuudesta kertoo jotakin, että kiinalaiset ovat rakentaneet siitä tarkan kopion omaan maahansa!

Tässä ympäristössä varttui 28.9.1934 syntynyt Leo Pilz. Näin hän kuvaa nuoruusvuosiaan pienessä alppikylässä: ”Turismin tuoksuja hän hengitti pikkulapsesta asti. Vuoristokiipeilystä, sikäläisille pikkupojille yleisestä harrastuksesta, hän ehätti tajuta rohkean yrittämisen merkityksen, vuoristo-oppaana hän näki turvallisesta ympäristöstään irrottautuneiden seikkailumielisten turistien sielujen syvyyksiin, mistä hyvänsä maasta ja yhteiskuntaluokasta he tulivatkin.”

Tuota seikkailumieltä ilmeisesti tarttui myös nuoreen Pilziin, sillä heti Itävallan vapauduttua liittoutuneiden miehityksestä hän lähti maailmalle suunnaten kohti pohjoista. Suomeen hän saapui heinäkuussa 1955, ja Suomeen hän myös jäi. Osaamatta aluksi kumpaakaan maan kielistä hän päätti hakeutua metsäalalle, ”sillä puiden kanssa ei ainakaan tule kielivaikeuksia”. Yllättävän nopeasti ja ennätyksellisen hyvin hän kuitenkin oppi suomen (ja myöhemmin myös ruotsin), ja niinpä hänellä ei ollut vaikeuksia seurata opetusta Evon metsäkoulussa, josta tuli hänen opinahjonsa.

Annamme Leo Pilzin itsensä jatkaa: ”Suomeen ajauduttuaan ja täällä metsäkoulua käytyään, jossa koulukaverit olivat kotoisin maan kaikista eri osista, ja ehkä ylen innokkaanakin tutustumaan koko Suomeen ja suomalaisiin, hänelle syntyi kuin itsestään käsitys siitä, mikä maassamme vierailevia matkustajia eniten miellyttää, missä he kokevat sellaista, joka saa heidät tulemaan toistuvasti, ja mitä he haluavat sitten näyttää ystävilleenkin.”

Sitten Matkayhtymä haki työntekijää, jolla olisi suhteita maa- ja metsätalouspiireihin ja voisi edustaa Suomea maaseutumatkailua harjoittavassa kansainvälisessä järjestössä. Siihen kielitaitoinen metsäteknikko Pilz oli sopiva, ja uudessa työssä hän pian oppi ymmärtämään matkailun kaupalliset haasteet. Oman kertomansa mukaan hän oli



Maalauksellinen Hallstatt, josta kiinalaiset ovat yrittäneet rakentaa kopion (Kuva: Chensiyuan)

kuitenkin jokseenkin kaikilla työpaikoilla hankalan työntekijän maineessa: itsepäisenä, suorapuheisena ja omia ideoitaan kehittävänä hänellä menivät helposti sukset ristiin perinteistä linjaa noudattavan yritysjohdon kanssa. ”Ennen pitkää jouduin sitten aina lähtemään,” hän muistelee. Näin kävi Matkayhtymässä, ja sama tapahtui Areassa, jossa paras anti oli kuitenkin ollut tutustuminen Suomen matkatoimistohistorian erääseen legendaan, Gunnar von Haartmaniin.

Ageban synty

Ymmärrettyään että työelämässä pääsee vapaasti toteuttamaan itseään vain ken on isäntä omassa talossaan, Leo Pilz päätti ryhtyä yrittäjäksi. Alanhan hän oli jo valinnut – tai pikemmin, se oli valinnut hänet: matkailu ja tarkkaan ottaen incoming-toiminta. Aluksi tarvittiin nimi. Sen piti olla lyhyt ja selkeä, kansainvälisesti käypä, helposti muistettava ja ennen kaikkea a:lla alkava, jotta firma aina löytyisi erilaisten aakkosellisten hakemistojen kärjestä. Näin syntyi nimi Ageba. Seuraavaksi piti löytää kilpailukykyinen liikeidea.

Elettiin 60-luvun loppua. Suomi kamppaili (silloinkin!) talouselämän rakennemuutosten kanssa. Sadoilta tuhansilta kannattamattomilta pientiloilta väkeä hakeutui työn perässä asutuskeskuksiin ja Ruotsiin. Lokakuussa 1967 markka oli devalvoitu ennätykselliset 31,25% mm. metalli- ja paperiteollisuuden viennin vauhdittamiseksi. Tästä oli samalla seurauksena, että mamme silmänräpäyksessä muuttui erittäin edulliseksi matkakohteeksi mm. Ruotsista katsoen. Laivayhtiöille tuli kiire hankkia lisää tonnistoa kasvavan kysynnän tyydyttämiseksi.

Alkoi Suomeen suuntautuvan ostosmatkailun ensimmäinen kultakausi (toinen tuli venäläisten vaurastumisen myötä). Laivat toivat Helsinkiin kasvavia määriä ostoshaluisia turisteja Ruotsista, Tanskasta ja Saksasta. Vielä ei liikennöity läheskään myöhemmin tutuksi tulleella frekvenssillä,

sillä Tukholmasta ei ollut ympärivuotista yhteyttä, eikä laivoja saapunut Kööpenhaminasta tai Travemündestä kuin pari kertaa viikossa.

Ageba pääsi näin ollen kaikessa rauhassa harjoittelemaan sitä toimintaa, josta oli tuleva matkatoimiston kantava perusbisnes: opastetut kiertoajelut.

Helsingissä kiersi yhtä aikaa 40 bussia oppaineen

Toki Helsingissä oli järjestetty kiertoajeluja ennenkin – jostakinhan 1950 perustetun Suomen Turistiauto Oy:nkin on täytynyt saada nimensä – mutta ne ovat olleet sporadisia tapauksia. Pilz teki kaupunkikierroksista järjestelmällistä toimintaa, ja ennen kaikkea hän organisoi niiden myynnin niin tehokkaaksi, että voitiin siirtyä takuulähtöihin. Siihen tarvittiin kuitenkin myös merkittävä paradigmamuutos laivaliikenteessä.

Siljaryhmän varustamot olivat jo vuoden 1969 lopulla päättäneet siirtyä ympärivuotiseen ja päivittäiseen liikenteeseen Tukholman ja Helsingin välillä. Sitä ajatellen tilattiin Ranskasta kaksi uutta, nimenomaan tätä reittiä varten suunniteltua ja edellistä laivasukupolvea huomattavasti kookkaampaa alusta. ms Aallotar ja ms Svea Regina valmistuivat alkuvuodesta 1972 ja aloittivat uuden aikakauden Suomen meriliikennehistoriassa. Jo niiden aikataulu miellytti selkeydellään: lähtö kummastakin kaupungista joka päivä klo 18.00, saapumisaika seuraavana aamuna klo 09.00. Matkustajia kumpikin alus sai ottaa tasan 1000, ja hyttipaikkoja oli yli 400 (matkustajia ilahdutti erityisesti, että kaikissa hyteissä oli oma suihku ja wc).

Silja Line ryhtyi nyt myymään risteilypaketteja Tukholmasta Helsinkiin (ja tietenkin myös päinvastoin). Niissä matkustaja vietti kaksi yötä laivalla ja kokonaisen päivän kohdekaupungissa. Muistan myyneemme niitä alkuaikoina alle 100 kruunun hintaan, johon sisältyi kaksi illallista ja kaksi aamiaista. Niistä tuli nopeasti suunnattoman suosittuja, ja lähdöt olivat usein viimeistä hyttipaikkaa myöten täynnä. Helsingin päässä laivasta purkautui joka aamu satoja ruotsalaisia, joista moni ei ollut koskaan käynyt Suomen pääkaupungissa. He muodostivat ihanteellisen kohderyhmän ruotsiksi opastetuille kaupunkikiertoajeluille.

Leo Pilzin neronleimaus oli valjastaa alusten purserit myymään merimatkan aikana matkustajille kiertoajelulippuja. Myydyt määrät raportoitiin Agebaan ennen laivan saapumista Helsinkiin, ja tällä tavalla osattiin lähettää juuri oikea määrä busseja ja oppaita aamuksi satamaan. Järjestelmä ei luonnollisesti olisi toiminut ilman huomattavaa joustokykyä liikennöitsijöiden ja oppaiden taholta, mutta tätä löytyi piankin, sillä toiminnasta tuli erinomaisen kannattava bisnes kaikille osapuolille.

Samanaikaisesti laivaliikenteen kvanttiloikan kanssa Helsinki sai kaksi uutta suurhotellia, naapurukset Hesperia ja Intercontinental. Ne edustivat sellaista volyymia, että kiertoajelubussin täyttäminen kävi usein mahdolliseksi jo pelkästään näiden talojen vieraiden joukosta löytyvillä halukkailla – varsinkin jos halukkuutta hieman herätettiin. Tätä ajatellen Pilz loi kontaktin hotellien portiereihin, joiden kanssa kehitettiin samantapainen järjestelmä kuin purserien kanssa.

Purserit ja portierit eivät tietenkään osallistuneet Ageban myynninedistämiseen pelkästä halusta tehdä Helsinkiä ja sen nähtävyyksiä tunnetuiksi. Tarvittiin myös pieni aineellinen kimmoke, eli heille maksettiin normaali provisio myydyistä sightseeing-lipuista. Tämä järjestelmä toimi erinomaisesti parisenkymmentä vuotta, kunnes työnantajat – ensimmäisenä Silja Line – havaitsivat, että kiertoajelukaupasta saatavat pienet lisätienestit oikeastaan kuuluivat heidän kassaansa.

Agebalaiset muistelevat, että parhaimmillaan kaupungilla saattoi kiertää samanaikaisesti jopa nelisenkymmentä vihreällä Ageba-tarralla varustettua kiertoajelubussia, ja olipa kerran pelkästään Finnjetiä vastassa 15 bussia. Moni lyhyellä käynnillä ollut turisti houkuteltiin näin tutustumaan hieman perusteellisemmin ja ohjatummin Suomen pääkaupunkiin, mikä ehkä sai hänet tulemaan toistekin ja innostamaan muitakin mukaansa.

Einar Candolin

Leo Pilz kertoo kasvattaneensa itselleen muhkean parran erottuakseen ”pienenpuoleisena ja jokapäiväisen näköisenä” paremmin harmaasta massasta. Ylipäätään hän vannoo vieläkin henkilökohtaisten kontaktien voimaan: ”Firmalla täytyy olla kasvot – eivät ihmiset tee yhteistyötä firmojen kanssa vaan toisten ihmisten kanssa.” Laivojen ja hotellien avainasemassa olevaan henkilöstöön luotiin läheiset suhteet, sitä kautta saatiin arvokkaita vinkkejä, ja etabloitumisvaiheessa tapahtui myös siirtymää Agebaan juuri näiltä tahoilta.



Einar Candolin ja Leo Pilz Ageban erämökillä Kuusamossa Siellä pidettiin myös Yksityisten Matkatoimistojen Liiton ja Suomen Matkatoimistoyhdistyksen hallitusten kokouksia Pilzin tultua valituksi niiden jäseneksi

Niinpä sveitsiläinen Verena Müller, avioiduttuaan Voutilainen, siirtyi Hotelli Helsingin sihteerin tehtävistä Agebaan, jossa hän Pilzin monivuotisena sihteerinä saavutti eräänlaisen harmaan eminenssin aseman firman asioista yleensä parhaiten perillä olevana. Hänen miehensä, Kyösti Voutilainen, vastasi toiminnasta satamissa pitäen pääpaikkanaan Ageban toimistoa Olympiaterminaalissa. Leon senaikainen puoliso Kaarina Pilz huolehti puolestaan talous- ja kirjanpitoasioista. Vastuut eri markkinoista oli jaettu kunkin työntekijän kielitaidon mukaisesti, ja jokaisella oli laajat toimintavaltuudet ja Leo Pilzin luottamus – ”olimme itseohjautuva asiantuntijaorganisaatio” kuten eräs agebalainen (Tarja Sinkko) vuosikymmeniä myöhemmin työpaikkaa kuvailee.

Agebassa oltiin kuin yhtä perhettä, mikä sekin toki vaikutti firman kukoistukseen. Tätä artikkelia varten haastattelin Leo Pilziä keväällä 2012 ja kahdeksaa Ageban entistä työntekijää yhteisen tapaamisen puitteissa lokakuussa 2012. Kuin yhdellä suulla entinen johtaja ja hänen entiset työtoverinsa ylistivät yrityksessä vallinnutta hyvää henkeä – Pilzin sanoin ”Me tykättiin toisistamme.”

Tähän yhteisöön siirtyi 70-luvun alkupuoliskolla Intercontinentalin portierina uransa aloittanut Einar Candolin, joka tuli vaikuttamaan Ageban maineeseen ja menestykseen ehkä yhtä paljon kuin firman perustaja. Einar oli suomenruotsalaiseen sivistyssukuun kuuluvan perheen ainoa lapsi – itse tutustuin häneen sattumalta jo hänen ollessaan Lohjan Hormajärvellä kesämökkinaapurin alati jalkapalloa potkiskeleva hieman pikkuvanha teinipoika. Kuten niin moni muu noihin aikoihin matkailualalle päätynyt hän jätti korkeakouluopinnot kesken, kun tilapäiseksi aiotun työpaikan siedettävältä tuntuva palkka alkoi juosta.

Einar Candolin oli kuitenkin elävä esimerkki siitä, ettei laaja yleisivistys ole kiinni tentteihin päntäämisestä tai muodollisista tutkinnoista. Hänen kanssaan saattoi keskustella aiheesta kuin aiheesta, ja yleensä hän osasi esittää näkökohtia, joita ei välttämättä tullut ajatelleeksi. Kansainvälinen politiikka kuului hänen lempiteemoihin, ja siitä hän vaihtoi loppuvuosinaan (Einar kuoli 2008) ajatuksia mm. Erkki Tuomiojan kanssa. Myös Kalevi Kivistöön hän loi keskusteluyhteyden tämän toimiessa opetusministeriössä Ageban naapurissa – he tutustuivat yhteisessä lounasravintolassa. Satunnaisempia juttukavereita olivat mm. Elisabeth Rehn, Matti Vanhanen ja Paavo Väyrynen.

Kaija Axelsson ja Katariina Candolin Jari Komulaisen hankkiman venäläisen sukellusveneen uumenissa Axelsson oli suosituimpia oppaita Muita opaslegendoja olivat Asta Lindholm ja Sibylle Ehrnrooth





MEKin ulkomaanpäälliköitä tutustumassa kopterikiertoajeluun Vasemmalta Henrik Cronström/Kööpenhamina, Risto Hemming/Tukholma, Einar Candolin, Boris Taimitarha/Lontoo Hotelli Hesperian katolla sijainnut heliport piti pian sulkea, sillä ympäristön asukkaiden valitukset melusta saivat hotellinjohtaja Frank Mobergin taipumaan

Monet Ageban innovatiiviset tempaukset perustuivatkin jatkossa Einar Candolinin arkailemattomuuteen ja hänen kykyynsä vakuuttaa keskustelukumppani uusien ideoiden toteutuskelpoisuudesta.

Kultainen kahdeksankymmentäluku

Toimittuaan vaihtelevissa osoitteissa – Yrjönkadulla, Kauppiaankadulla, Kaisaniemenkadulla – Ageba löysi lopulta sopivat liiketilat osoitteesta Pohjoisranta 4. Lisäksi sillä oli toimintaa Helsingin ja Turun satamissa sekä Helsinki-Vantaan terminaalissa. Alkuinnostuksen vallassa perustetut myyntipisteet Naantalissa, Uudessakaupungissa (!), Vaasassa ja Tallinnassa jäivät järjestään lyhytaikaisiksi.

Entiset agebalaiset muistelevat Leo Pilzin loputonta kekseliäisyyttä ja yrittämisen meininkiä. Suurta suosiota saavuttivat esimerkiksi saksalaisten joulukuusennoutomatkat. Yhdessä vaiheessa myytiin turskan kuuloluusta valmistettuja koruja (Pilz on innokas kalamies), mutta sen sijaan yritys kaupata lodenkankaisia metsurinvaatteita ei ottanut onnistuakseen. Kun Ageba hoiti Ukko-Pekan höyryveturimatkoja Hyvinkään-Karjaan radalla, Pilz matkusti mukana konduktöörin ominaisuudessa. Toimisto vastasi pitkään myös J.L. Runeberg -laivan lipunmyynnistä Helsingin-Porvoon reitille.

Kahdeksankymmentäluku oli monessa suhteessa incoming-toiminnan kulta-aikaa. Finnjet toi asiakkaita pikakyytiä suoraan Manner-Euroopasta, ruotsinliikenteen alukset kasvoivat kasvamistaan, ja turisteja tuli jo myös lentäen, kun it-hintojen poh-

jalta tuotetut pakettimatkat alkoivat mennä kaupaksi. Ageban perusbisnes oli edelleenkin opastettu kaupunkikiertoajelu, mutta nyt tuli aika laajentaa tuotevalikoimaa incentive-tarjonnan suuntaan. Myös tällä saralla lupaavimmat markkinat löytyivät heti lahden takaa eli Ruotsista. Siellä Suomi oli vastikään toteuttanut pari hyvin laajaa kampanjaa maamme markkinoimiseksi kokous- ja kongressimatkailukohteena. Suomen laadukas infrastruktuuri ja yleinen toimintavarmuus oli pantu merkille ruotsalaisyrityksissä, ja hyvän maineen varaan oli kätevä rakentaa.

Ruotsin talouselämässä meni 80-luvulla lujaa. Yrityksissä oli varaa panostaa kaikenlaisiin teambuilding-, incentive- ja muihin palkitsemismatkoihin. Ollakseen houkuttelevia näiden piti suuntautua ulkomaille (taxfree-ostokset!), ja Suomi oli tällöin ihanteellinen kohde, ”nära men annorlunda”, kuten MEKin mainonnassa sanottiin. Agebassa ymmärrettiin, että yhdellä idealla asiakkaat saatiin houkuteltua kerran, mutta vain kehittämällä jatkuvasti uutta voitiin pysyä leikissä mukana jatkossakin.

Kun Ruotsista tuli tilaus, loppukaneettina oli tuohon aikaan usein ”pengar spelar ingen roll” – hinnalla ei ole väliä. Tällaisten valtuuksien puitteissa oli tietenkin mieluisaa innovoida uusia mielikuvituksellisia elämyksiä. Nämä koottiin sitten 80-luvun loppupuolella erityiseksi *Ageba à la Carte* -tuotevalikoimaksi, josta poimittakoon vaikkapa seuraavat ”annokset”:

- Satamahinaajalla Suomenlinnaan
- Pubikierros M.A. Nummisen opastuksella
- Formulakisa omalla radalla
- Venäläistä samppanjaa sukellusveneessä
- Helikopterikiertoajelu
- Yksityiskonsertti Sibelius-Akatemiassa

Klassikoiksi ehtivät muodostua ”kilon aamiainen” (puoli kiloa pyttipannua ja puoli litraa olutta), ”kiireisen liikemiehen ostoskassi” eli valmiiksi täytetty muovipussi johon oli pakattu keskivertoruotsalaisen perheenäidin suomentuliaisina odottamat vakiomäärät saunapalvia, naudanlihaa, mustaa emmentalia ja ruisleipää, sekä kirjailijalounaat, jolloin ryhmä aterioi Jörn Donnerin tai Märta Tikkasen seurassa ja sai muistoksi heidän signeeramat kirjat.



Jörn Donner oli kirjailijalounaiden suosittu tähti Hän lainasi itsensä myös Ageban mainontaan Tässä hän kertoo ruotsalaisille, että Ageba vuokraa jäänsärkijöitä, helikoptereita, junia jne sekä myy hänen kirjojaan ja Märta Tikkasen Alarivillä hän toteaa unohtaneensa mainita, että Ageba on matkatoimisto ja myy myös matkoja

Ensimmäinen versio Ageba à la Cartesta palkittiin vuoden parhaana matkailutuotteena. Candolin ja muut agebalaiset kehittivät siihen sen jälkeen jatkuvasti uutta sisältöä. Mukaan oli jo aikaisemmin saatu VR ja HKL. Niinpä pystyttiin tarjoamaan junamatkoja, jotka alkoivat ”Merikadun seisakkeelta” – siinä vaiheessa Hietalahden kautta Helsingin niemen lounaisrantoja seuraileva satamarata ulottui vielä lähes Olympiaterminaaliin saakka. Ja paitsi että raitiovaunun saattoi tietenkin vuokrata yksityiskäyttöön, voitiin jopa päästä vaunuja ajamaan ihan itse, tosin ainoastaan varikkoalueella.

Kunnes lama iski

Kun Candolinilla oli erinomaiset suhteet muutamaan luottotoimittajaan (mm. Marja Kyllönen ja Staffan Bruun), hän oli vähän väliä julkisuudessa tuotekeksintöjensä kanssa ja tuli vähitellen tunnetuksi ”Suomen matkailun armoitettuna ideasampona”, kuten häntä eräässä artikkelissa luonnehditaan. Usein hän pääsi esittämään ajatuksiaan hieman laajakantoisemminkin, kuten eräässä Uuden Suomen haastattelussa (24.9.91), jossa hän silloisesta lamasta ja sen syistä toteaa:

”Suomen kansa ansaitsi yli varojensa elämisen. Se oli hyvää aikaa. Suomen kansa on kärsinyt niin paljon, että ei podeta nyt kauheaa morkkista vaikka



Joukko entisiä agebalaisia kokoontuneena muisteluihin Edessä vasemmalta Baba Leidenius, Lea Peippo ja Seija Viitanen Seisomassa Markku Moilanen, Riitta Martonen, Katariina Candolin, Tarja Sinkko ja Kyösti Voutilainen

on ostettu visakortilla sitä sun tätä. Se teki tosi hyvää, että saatiin elää edes nämä pari vuotta ja olla vähän herroiksi. Varsinkin sodan ajan kokeneille soi sen, että vähän nyt rupesi pyyhkimään täälläkin. Nyt on otettava härkää sarvista ja maksettava velat. Törsätään sitten taas."

Voihan asian nähdä noinkin. Ageballe lama merkitsi kuitenkin vaikeaa aikaa. Yhtiö kamppaili huikeasti kallistuneen valuuttalainansa kanssa, ja samanaikaisesti myös tärkein markkina-alue, Ruotsi, oli samankaltaisessa kurimuksessa kuin Suomikin – enää ei kukaan sanonut, ettei hinnalla ole väliä, hyvä jos firmat yleensäkään päästivät ketään ulkomaanmatkoille.

Kun Leo Pilz keskiviikkona 28. syyskuuta 1994 valmistautui viettämään 60-vuotispäiviään, kerrottiin aamun ylimääräisissä uutislähetyksissä ms Estonian yöllä uponneen. Onnettomuudessa menehtyi 852 ihmistä, heistä suurin osa ruotsalaisia. Tämä haaveri oli vievä mukanaan myös Ageban.

On ehkä luonnollista, että kansakunta, joka ei vuosisatoihin ole kokenut sodan kauhuja tai muitakaan mittavia järkytyksiä, täysin ylireagoi Estonian kaltaiseen katastrofiin. Ruotsissa yritykset ja muut yhteisöt kielsivät välittömästi laivamatkat omalta väeltään. Toki oli tiedossa, että missä tahansa liikkumismuodossa jalankulkuliikenteestä alkaen hengenvaara on suurempi kuin Ruotsin ja Suomen välisessä laivaliikenteessä, mutta tilastoilla ja tosiasioilla ei ollut merkitystä, kun Estonia jatkuvasti oli esillä.

Näin kaikkosi Ageban kantava asiakaspohja. Enää ei auttanut, että ansaitulla ylpeydellä oltiin yritys, jossa kukaan ei koskaan vastannut ”ei onnistu”. Nyt oli edessä se hetki, että koko liiketoiminnasta oli pakko sanoa ”ei onnistu”. Pari vuotta firma vielä sinnitteli, kunnes se meni nurin.

Siinä vaiheessa Leo Pilz päätti jäädä eläkkeelle ja omistautua kuntonsa vaalimiselle. Hän on laskenut kävelleensä 70 vuotta täytettyään 22.000 km ja uineensa 1.340 km. ”Vanheta aion 80-vuotiaana, olla vanhana 90-vuotiaana ja kypsyä yli 100-vuotiaana. Eikä ole vahinko suurempi, jos kuolen aiemmin,” hän sanoo.

Muut agebalaiset veivät taitonsa, tietonsa, kokemuksensa ja kontaktinsa mukanaan ja ryhtyivät itsenäisiksi yrittäjiksi. Näin tekivät mm. Kalevi Kuutschin, Riitta Martonen, Seija Viitanen ja Tryggve Forssell. Einar ja Katariina Candolin (ent. Paajanen) jatkoivat luovien ideoiden toteuttajina firmassa, joka sai kekseliään nimen Can Do. Paitsi että se viittaa heidän sukunimeensä, siinä kerrotaan parilla sanalla juuri se mistä loppujen lopuksi oli kyse ilmiössä nimeltä Ageba. Can do!

Risto Hemming

Kuva ja esittely sivulla 95