



*The World Leader in Log Homes*



**VUOSIKERTOMUS 2004**

Honkarakenne Oyj

[www.honka.com](http://www.honka.com)









## HONKARAKENNE ON ALANSA MARKKINA- JOHTAJA JA ARVOSTETUIN BRÄNDI MAAILMASSA

Honkarakenne on 46 toimintavuotensa aikana toimittanut noin 70.000 hirsitaloa tai -huvilaa 50 maahan. Honka on tunnetuin ja halutuin hirsitalomerkki. Honkarakenteella on alan laajin myyntiverkosto maailmanlaajuisesti.

Honkarakenne kehittää innovatiivisia ja yksilöllisiä asumisratkaisuja ja on hirsitalojen suunnittelun, valmistuksen ja markkinoinnin edelläkävijä.

Honkarakenne tunnetaan korkealaatuisesta mallistosta ja arkkitehtuurista.

Ympäristöystävällisyys on Honkarakenteelle itsestäänselvyys. Honkarakenne investoi tuotantotekniikan kehittämiseen ja sen tuottavuus ja tehokkuus ovat alan parhaita.

Henkilöstön osaaminen on hyvää tasoa. Honkarakenne on vahvan sukutaustan omaava pörssiyritys. Kasvallinen omistaja tuo toimintaan pitkäjänteisyyttä ja inhimillisyyttä. Honkarakenteen kasvu tulee kansainvälisiltä markkinoilta, rakentamisesta ja palvelujen myynnistä.

### Tietoja osakkeenomistajille

Honkarakenne Oyj:n yhtiökokous pidetään yhtiön pääkonttorissa Tuusulassa, osoite Lahdentie 870, Järvenpää, perjantaina 8.4. klo 14.  
Ilmoittautumiset 1.4. mennessä puh. 020 575 700  
tai sähköpostilla info@honka.com.

### Osavuositarkastukset julkistetaan seuraavasti:

- tammi-maaliskuu 2005 ke 18.5.2005
- tammi-kesäkuu 2005 ke 10.8.2005
- tammi-syyskuu 2005 ke 9.11.2005

Vuosikertomus ja osavuositarkastukset julkaistaan suomeksi ja englanniksi ja ne ovat luettavissa myös internet-sivulla [www.honka.com](http://www.honka.com).  
Painetun vuosikertomuksen voi tilata puh. 020 575 700  
tai sähköpostilla info@honka.com.

### Sisällysluettelo

Osakkeenomistajille	3
Vuosi 2004	4 - 7
Toimitusjohtajan katsaus	8 - 10
Markkinakatsaus liiketoiminta-alueittain	
Suomi	11
Keski-Eurooppa	12
Itä-Eurooppa, Kaukoitä	14
New Markets	17
Hallinto ja johto	18 - 19
Toimipisteet yhteystietoineen	19

# VUOSI 2004

## Kasvua kotimaassa

- Teollisen hirsirakennusalan myynti kasvoi kotimaassa 9 % ja viennissä 3 % edellisvuodesta. Alan kotimainen tilauskanta oli vuoden vaihteessa 37 % suurempi ja viennin tilauskanta 18 % pienempi kuin edellisvuonna.
- Honkarakenteen liikevaihto laski 4 % Saksankielisen Euroopan toimitusten vähenemisen vuoksi. Tilauskanta oli vuoden vaihteessa 16 % edellisvuotta pienempi.
- Honkarakenteen liikevaihto oli 82 miljoonaa euroa, josta kansainvälisen toiminnan osuus oli 64 %. Tulos ennen satunnaiseriä ja veroja oli 2,2 miljoonaa euroa voitollinen. Honkarakenteen omavaraisuusaste parantui ja on nyt 49,4 %.
- Vapaa-ajan talojen myynnin osuus oli 27 %, saunojen 5% ja omakotitalojen 63 %, muuta myyntiä (mm. sivutuotteita) oli 5 %.
- Maailman suurimman hirsitalon (4500 m<sup>2</sup>) rakentaminen Venäjälle eteni aikataulun mukaan.
- USA:n Coloradoon toimitettiin 14 hirsitalon lomakylä.
- Ranskan Pyreneille toimitettiin 824 neliön hirsiravintola.
- Ensimmäinen painumaton ja halkeilematon monilamellipyöröhirsitalo uudesta MRL 260 -hirrestä valmistui Kreikan vuoristoon.

## Historian merkittävimmät organisaatiouudistukset

- Organisaatiota uudistettiin voimakkaasti. Honkarakenteen myynnistä ja markkinoinnista vastaavat viisi asiakastiimiä, joita tukevat asumisratkaisu-, tuottamis- ja hallintotiimit. Näiden tiimien vetäjistä muodostuu myös yrityksen kansainvälinen johtoryhmä (Executive Team). Uudet asiakastiimit ovat: Suomi, Keski-Eurooppa, Kaukoitä, Itä-Eurooppa ja New Markets.
- Suomen organisaatiota uudistettiin jakamalla se neljään tuoteryhmään: vapaa-ajan



Hongan näyttelytalo, Karstula.



Konttori, Pariisi.



Suunnittelustudiolaiset.

- asuminen, omakotiasuminen, lomakeskusasuminen sekä laajennukset, pihapiiri ja palvelut.
- Juha Kohonen aloitti toimitusjohtajana 2.4.2004. Mauri Saarelainen siirtyi hallituksen puheenjohtajaksi.
- Henkilöstön määrä oli keskimäärin 434 henkeä.
- Lieksan ja Paltamon tehtailla käynnistettiin yt-neuvottelut hirsirunkotuotannon uudelleen järjestelyistä. Neuvottelut koskivat kaikkia tehtaiden noin 35 henkilöä.

## Uutta markkinoinnissa

- Näytetaloverkosto täydentyi kotimaassa Kouvolan ja Karstulan uusilla näyttelyillä.
- Merkittävin näytetaloinvestointi oli Saksan Mannheimiin rakennettu näytetalo.
- Pariisiin avattiin uusi kaupunkikonttori, toinen Toulouseen. Sveitsin edustaja rakensi näytetalon Haute Nendaziin.
- Honka oli mukana Loma-asuntomessuilla Hartolassa ja Asuntomessuilla Heinolassa.
- Pääkonttoriin perustettiin oma Suunnittelustudio, josta asiakas voi hankkia kaikki talohankkeessa tarvitsemansa suunnittelupalvelut.
- Uusi omakotimallisto Kotikirja ilmestyi. Mallistossa on runsaasti kaupunkieihin ja taajamiin sopivia malleja.
- Saksan uusi TALONI-konsepti otettiin markkinoilla hyvin vastaan.















Rivitalo Vaasassa.

- HonkaLook-, Promo Series ja Next Style -julkistukset edistivät Japanin kauppaa.
- Hongan kotisivulla avattiin kauppapaikka. Honka on mukana myös rakentaja.fi -palvelussa ja maakuntalehtien Arena-palveluissa.
- Tontti- ja mökkipakettimarkkinoinnissa aloitettiin yhteistyö Metsähallituksen Laatumaan kanssa.
- Yhdessä Skanskan kanssa rakennettiin ensimmäiset hirsirivitalot Vaasaan.
- Honka liittyi Joulupukkisäätiön virallisiin yhteistyökumppaneihin, joulupukin hirsitalotoimittajaksi.
- CE-merkinnän ansiosta Honkarakenteen talopakettit voivat liikkua vapaasti 25 Euroopan maassa. Merkintä auttaa markkinoinnissa myös EU:n ulkopuolella, mm. Japanissa ja Venäjällä.



### Uutta kehityksessä

- Vahva panostus tuotekehitykseen tuotti päämarkkinoille uusia mallistoja ja uusia tuotteita: Saksassa Taloni-mallisto, Japanissa Promo-mallisto ja Suomessa Kotikirja -omakotimallisto. Kansainvälisesti lanseerattiin HonkaLook -tuoteosamallisto ja -kuvasto, jonka tuotevaihtoehtoilla asiakas voi muokata sekä hirsitalon ulkonäköä että sisäratkaisuja mieleisikseen.
- Pyöröhirsituotannon uutuus oli ROL 230 Optilog-hirsi, jonka kuivausprosessi on optimoitu siten, että massiivihirsille ominainen halkeaminen ja kutistuminen ovat minimissään.
- Alajärven tehtaalla otettiin käyttöön pallolukoksi kutsuttu entistä tiiviimpi hirsinurkkarakenne.
- Japanissa saatiin positiiviseen päätökseen kehitysprojekti formaldehydivapaista tuoteosista ja hirsitalon hyvästä sisäilmasta.
- Sisäilmatutkimuksissa saatiin uutta näyttöä hirsitalon terveellisyydestä.



"Pallolukko" -hirsinurkkarakenne.

### Honka ykkösenä

- Honkarakenne sai ensimmäisenä valmistajana maailmassa hirsitalojen ETA-hyväksynnän, joka yhdessä laatujärjestelmän kanssa oikeuttaa tuotteiden CE-merkintään.
- Honka voitti Suomen Vuoden Hirsitalo -kilpailun perinteisellä Mummonmökkillään.
- Honka palkittiin Japanissa hirsitalojen suunnittelukilpailussa jo neljännen kerran peräkkäin.
  - Honkarakenne valittiin Vuoden yrittäjäksi Alajärvellä.



Voittoisa "Mummonmökki".

### Investointeja tuotantoon ja markkinointiin

- Alajärven tehtaan 2,3 miljoonan euron liimauslinjainvestointi ja siihen liittyvä laaja koulutushanke saatiin miltei valmiiksi vuoden 2004 puolella.
- Honkarakenteen Karstulan pyöröhirsituotannon alkupää päätettiin uusia. Aihiotuotantoon investoidaan 1,85 miljoonaa euroa ja se valmistuu heinäkuussa 2005.

- Pääkonttorin yhteyteen Tuusulaan rakennettavan HONKA-Centerin rakennustyöt aloitettiin aivan vuoden lopussa.



Urakkasopimuksen allekirjoitustilaisuudessa Karstulassa. Vas. Abti Lehtomäki, Anssi Partanen Synerplan Oy:stä ja Olavi Piispanen.



Juha Kohonen, toimitusjohtaja.

## TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

Honkarakenteelle vuosi 2004 oli edellistä vuotta parempi ja kasvua haetaan jatkossakin. Honka konsernin vuoden 2004 liikevaihto oli 82,3 miljoonaa euroa ja tulos ennen satunnaisia eriä ja veroja oli 2,2 miljoonaa euroa. Liikevaihto laski 3,7%, mutta tuloskehitys oli tehtyjen tehostamistoimien ansiosta positiivinen. Honka konsernin viime vuoden liiketoiminnan tulos oli vähintään tyydyttävä, mikä mahdollistaa edelleen hirsialan suurimmat panostukset ja investoinnit.

### Honka tänään ja huomenna

Kannattavan kasvun aikaansaaminen vientimarkkinoilla on edelleen haasteellista. Saksassa viime vuodet ovat olleet hyvin haastavia ja kasvua kannattavuustavoitteisiin ei ole päästy. Saksan tytäryhtiön toimintaa on tehostettu ja sopeutettu vastaamaan paremmin kysyntää. Tämän vuoden selkeä tavoite on saada uusi nousu alkuun. Venäjällä ja Japanissa kasvu ja kehitys ovat olleet positiivisia. Molemmissa maissa on myös tulevaisuudessa paljon potentiaalia. Ukrainan liiketoiminnan kehitys oli myös hyvin positiivista. Ranskankielisen Euroopan kasvumme oli viime vuonna erittäin hyvä. Muissa Hongan tärkeissä New Markets maissa, joita on 16, on koettu sekä onnistumisia että takaiskuja.

Kotimaassa kasvumahdollisuuksia on vapaa-ajan rakennusten lisäksi erityisesti lomakeskusrakentamisessa ja omakotitaloissa. Asiakkaat tarvitsevat entistä enemmän Hongalta myös lisätuotteisiin ja rakentamiseen liittyviä palveluita. Meidän on seurattava koko pientaloasumisen, ei vain hirsitalojen, trendejä aiempaa aktiivisemmin ja rakennettava markkinoille sellainen tuote- ja palvelukokonaisuus, jota on helppo myyjän myydä ja asiakkaan ostaa.

Kilpailu hirsialalla kovenee jatkossakin - pelkkä loistava tuote yhdistettynä aktiiviseen myymiseen eivät enää yksin takaa menestystä, myynnin kasvua. Tarvitaan kilpailukykyistä kokonaispalvelua, voimakasta sitoutumista ja entistä vahvempaa Honka-brändiä. Hongan voimakkaan kansainvälistymisen tuloksena viime vuosina yhtäläisen brändin kehittäminen on ollut vaikeaa, koska brändimme ydinsanoma on ollut eri markkinoillamme hyvinkin erilainen. Honka-brändi ei ole koskaan täysin valmis, joten sen kehittäminen ja kilpailukykyyn varmistaminen vaatii koko ajan työtä. Päästrategia onkin edelleen Honka-brändin vahvistaminen.

Tammikuun lopussa 2005 Helsingissä järjestetyssä kansainvälisessä myyntikokouksessa, Honka Summitissa, annettiin informaatiota ja läpileikkaus siitä, mitä Honka on tekemässä kasvaakseen ja vahvistaakseen markkinajohtaja-asemaansa tule-









vaisuudessa. Summit onnistui erittäin hyvin ja uskon, että se auttaa meitä kaikkia ponnistelemaan ylöspäin kohti entistä parempia tuloksia.

### **Puu tulevaisuuden rakennusmateriaalina**

Puu rakennusmateriaalina kasvattaa suosiotaan tulevaisuudessa ja energiakysymysten takia se tulee entistä halutummaksi rakennusmateriaaliksi. 2010-luvulla se voi olla jopa välttämättömyys toteutettaessa ympäristöystävällistä ja ekologista asumista. Suomalainen metsänhoito ja kestävät metsät antavat loistavan pohjan suomalaiselle puunjalostukselle. Meidän on vain huolehdittava siitä, että jalostuksemme on riittävän kilpailukykyistä jatkossakin.

Hirsirakentamisen markkinakoko on tällä hetkellä n. 1,5 mrd euroa. Puutalojen mark-

kinakoko on huomattavasti suurempi ja se on globaalisti kasvussa. Hirsirakenne on jo nyt puutalojen aidoin tuote. Se tyydyttää loistavasti terveellisen ja ympäristöystävällisen asumisen tarpeen. Hirsitalokasvun esteeksi on muodostumassa yllättäen sen loistava yli 4000 vuotinen historia. Hirttä ei pidetä modernina ja näin ollen hirsirakenne pitää esitellä uudella tavalla, hirren ydintä ja sielua unohtamatta, vastaamaan nykyiseen ja 2010-luvun asiakashaasteisiin.

### **Tervetuloa "Hongan haastematkalle"**

Menestys hirsi- ja puutalomarkkinoilla vaatii kovaa sitoutumista ja ennen kaikkea itsensä haastamista entistä parempiin suorituksiin päivä päivältä.

Itse uskon ja tulen johtoryhmäni kanssa tekemään kaikkeni Hongan vahvan menestyksen eteen ja tiedostaen, ettei yksin sitoutunut

Johtoryhmä riitä, mutta me kaikki noin 1000 Honkalaista teemme sen taidolla, voimalla, sitoutumisella ja ainutlaatuisella Honka-hengellä. Tähän työhön paremman asumisen puolesta haastamme myös kilpailijat, kollegat, viranomaiset ja asiakkaat.

Arvoisat Osakkeenomistajat, hyvät Honkalaiset, hyvät yhteistyökumppanit ja hyvät kollegat:

Haluan osoittaa lämpimät kiitokset yhteistyöstä ja luottamuksesta. Samalla haastan Teidät mukaan matkalle, jota kutsumme "Hongan haastematkaksi".

*Hyvää kevättä ja tehdään vuodesta 2005 hyvä vuosi!*

**Juha Kohonen**





# MARKKINAKATSAUS LIKETOIMINTA-ALUEITTAIN

## SUOMI

Honka on Suomessa edelleen hirsirakentamisen markkinajohtaja sekä euroissa että kappaleissa mitattuna ja ylivoimaisesti tunnetuin valmistaja. Lähes 80 % loma-asunnon hankkineista tuntee HONKA-tuotemerkin. Vapaa-ajan asuntojen kilpailutilanne on muuttunut siten, että hirsivalmistajien joukkoon on tullut muutama elementtitalovalmistaja. Syksyllä 2003 uudistuneet lämmöneristysmääräykset ovat jonkin verran kasvattaneet niiden markkinaosuuksia.

Vuonna 2004 kotimaan verkostoa tiivistettiin edelleen. Lleville päätettiin perustaa uusi täyden palvelun toimipiste. Näyttelyalueita uusittiin Karstulassa ja Kouvolassa. Pääkonttorin yhteyteen Tuusulaan rakennettiin kaksi uutta näytetaloa, uudet mallit Kaarnalaiva ja Laiskajaakko.

Tuusulassa uuden asiakaspalvelukeskuksen rakentamistyöt aloitettiin joulukuussa. Syksyllä alueen yleisilmettä parannettiin mm. uusilla liikennejärjestelyillä.

Markkinoinnissa toteutettiin alkuvuonna toimialasta poikkeavaa TV-mainontaa. Tuloksena saatiin ennätysmäärä asiakaskontakteja. Kokonaisuudessaan mainonnan uudistamisesta ja internet-palautteesta saatiin hyödyllistä tietoa tulevia kampanjoita varten.

Kotimaassa lanseerattiin uudet omakotitalomallit Kotikirjana. Oma organisaatio otti malliston vastaan mielenkiinnolla, mutta uuden, modernin kaupunkimaisen linjan omaksuminen asiakaspinnassa vaatii aikaa.

Aluerakentaminen on tulossa omakotirakentamiseen. Esimerkkeinä tästä voidaan mainita Oulun Jylkynkankaan moderni hirsitalokortteli ja Skanskan Vaasaan toteuttamat hirsirivitalot.

Hirsitaloteollisuus valitsi Hongan ”Mummonmökkin” Vuoden hirsitaloksi. Honka osallistui sekä Loma-asuntomessuille Hartolaan että Asuntomessuille Heinolaan. Heinolassa etäkohteena Laura Voutilaisen omakotitalo, joka oli menestys. Kävijämäärä oli 45.000, mikä oli kaikkien aikojen ennätys etäkohteessa.

Tuusulassa järjestettiin Honka Club –tapahtumia. Myyntipisteissä on järjestetty suunnittelu- ja laajennustapahtumia, joissa oli paikalla myyjän lisäksi suunnittelun ammattilaisia.

CE-merkki otettiin käyttöön ensimmäisenä hirsitalorakentajana koko Euroopassa. Virheettömyydellä tuloksia –teeman ympärillä on järjestetty eri osapuolten (markkinointi, tuotanto, tuotekehitys) välillä yhteistyöpalaveria sekä koulutettu myyntiorganisaatiota.

Honkarakenteen nettisivuille avattiin nettikauppa ensimmäisenä koko toimialalla. Sähköisen viestinnän merkitys on kasvanut. Ennen ensikontaktia asiakkaat ovat jo tutustuneet yritykseen ja mallistoon nettisivuilla. Suuri osa ensikontakteista tulee sähköpostin välityksellä.

Yhteistyösopimuksia solmittiin Metsähallituksen Laatumaaayksikön sekä Suomen Lämpöalo-verkoston kanssa. Laatumaa markkinoi tontteja, joihin Honka tarjoaa mökkipaketteja. Lämpöalo tarjoaa Hongan asiakkaille lämmitys- ja ilmastointiratkaisuja.

Syksyllä aloitettiin uuden Suomi-strategian valmistelu. Liiketoiminta pohjautuu vuoden 2005 alusta alkaen neljään asiakassegmenttiin, jotka ovat vapaa-ajan asuminen, omakotiasuminen, lomakeskusasuminen sekä laajennukset, pihapiiri ja palvelut.

Kukin segmentti on jaettu vielä erilaisiin tuoteryhmiin. Asiakasseg-

menttien apuna ovat tukitoiminnot, joita ovat markkinointi ja asiakaspääoman hallinta, myynti- ja asiakastukitoiminnot sekä rakentaminen ja palvelut.

Honkarakenteen Suomi-tiimin pitkän tähtäyksen tavoitteena on jatkaa Suomen markkinajohtajana hirsitalorakentamisessa. Vuonna 2005 tavoitteena on Suomi-organisaation vahvistaminen, myynti- ja asiakastukitoimintojen parantaminen, jakeluverkoston kehittäminen ja verkoston koulutukseen panostaminen sekä kokonaisu-myynnin kasvattaminen segmentoinnin avulla.



Heinolan asuntomessujen etäkohde Lauran talo.



Hartolan loma-asuntomessujen näytetalo Villa Hepola.



Näytetalo Laiskajaakko Tuusulassa.





*Kuva Saksasta.*

## **KESKI-EUROOPPA**

Saksankielisen Euroopan liikevaihto oli 15 miljoonaa euroa Honkarakenteen liikevaihdosta. Talotoimituksia vuonna 2004 oli 225 kpl. Yksittäisten omakotitalojen markkinat laskivat Saksassa jo neljäntenä vuonna peräkkäin. Se heikensi koko alan tilaukstantaa ja johti vuoden aikana kovenevaan hintakilpailuun.

Tytäryhtiön organisaatiota uudistettiin voimakkaasti. Tavoitteena oli asiakaslähtöisyyden ja tehokkuuden parantaminen. Uudistuksen yhteydessä Honka Blockhaus GmbH:n henkilökuntamäärä supistui kuudella, 21:een.

Yhteistyössä paikallisen edustajan kanssa Honka osti näyttalon Mannheimista. Investoinnilla ja kahden uuden edustajan palkkaamisella pyritään ottamaan suurempi osuus tämän kasvavan alueen omakotimarkkinoista. Yhteensä Hongalla Saksassa on nyt 24 edustajaa, Itävallassa 3 edustajaa ja Sveitsissä saksankielisellä alueella 1 edustaja.

Markkinoille tuotiin uusi TALONI-mallisarja, joka käsittää vakiomalliset omakotitalot. Markkinoinnin tehokkuuden parantaminen tuotti 20 % enemmän asiakaskontakteja pienemmillä panostuksilla. Kuitenkin kontaktien muuttaminen tilauksiksi osoittautui vaikeaksi yleisen markkinatilanteen ja muutosten aiheuttaman epävarmuuden vuoksi. Tilanne selkiytyi vuoden loppua kohden ja tiimissä on nyt parempi motivaatio tehdä kauppaa ja tulosta.

Saksassa on rakennusalalla tapahtunut viime vuosina suuria muutoksia ja sulautumisia, joiden odotetaan olevan ohi vuoden 2005 loppuun mennessä. Mitään ratkaisevaa markkinoiden elpymistä ei kuitenkaan ole odotettavissa. Uusitulla organisaatiolla Honka Blockhaus on valmis ottamaan markkinoiden haasteen vastaan. Toimenpiteet tähtäävät jatkuvaan myynnin kasvattamiseen. Kesällä 2005 avataan uusi näyttalo Dortmundiin, Kamen Karreeniin.











*Omakotitalo Japanissa.*

## ITÄ-EUROOPPA

Itä-Eurooppa-tiimin menestys jatkui. Tiimin myynti oli vuonna 2004 noin 13,5 miljoonaa euroa. Venäjälle ja sen lähialueille myytiin noin 90 hirsitaloa. Myyntien talojen keskipinta-ala oli tavanomaista suurempi, n. 250 m<sup>2</sup>.

Itä-Euroopan markkinatilanne kehittyi suotuisasti, vaikkakin Venäjällä kilpailu kiristyi. Myös dollarin ja euron välinen vaihtosuhte hidasti kaupan kasvua. Ukrainassa käydyt vaalit ja maan epävarma tilanne jarrutti hieman loppuvuoden myyntiä.

Tiimin henkilöstömäärä kasvoi yhdellä vuonna 2004 ja on nyt 5 henkilöä.

Itä-Eurooppa-tiimin vuoden kohokohta oli maailman suurimman hirsitalon rakentaminen Sotshiin ja koko 20 talon projektin kaikinpuolinen onnistuminen.

Pietarin alueella on aloitettu edustajan toimesta 40 talon projekti, jossa ensimmäiset toimitukset olivat loppuvuodesta 2004. Myyntipisteiden lukumäärää pyritään laajentamaan yhteen uuteen kaupunkiin Venäjällä.

Tulevaisuuden näkymät ovat edelleen hyvät. Isojen hankkeiden kysyntä on kasvanut. Niissä Honka on edelleen ylivoimainen kilpailijoihin verrattuna. Neuvottelujen alla on useita laajoja ja merkittäviä kohteita, joiden mahdolliset toimitukset tapahtuvat kuitenkin vasta loppuvuodesta 2005 tai vuonna 2006. Vaikka kilpailu tavanomaisten yksittäisten omakotirakennusten rakentamisessa kiristyy, uudet aluerakentamiskohteet tulevat tuottamaan tilauksia. Niissä Hongan kokemus ja osaaminen ovat arvossaan.

## KAUKOITÄ

Kaukoidän osuus Honkarakenteen liikevaihdosta oli 15,9 miljoonaa euroa, josta Honka Japanin osuus 12,8 miljoonaa euroa. Vuoden 2003 tehokkaan ja aktiivisen kasvun jälkeen Honka Japanin kasvuvauhti normalisoitui. Vuonna 2004 liikevaihdon kasvu oli 10 % ja taloja myytiin 244 kpl. Niistä 70 % oli omakotitaloja, 23 % vapaa-ajan taloja ja 7 % muita toimituksia.

Vuoden 2004 aikana tehdyn tuotesegmentoinnin ansiosta Honka Japanilla on nyt 3 erilaista tuotesarjaa: Promo, Optima ja Custom Order.

HonkaLook Show pidettiin helmikuussa Japanin myyjille, edustajille, suunnittelijoille ja Honka Japanin henkilökunnalle, kaikkiaan yli 100:lle henkilölle.

Huhtikuussa lanseerattiin markkinoille uusi Promo mallisto ja HonkaLook.

Elokuussa Honka Japani järjesti ”Lucky 7 Fair” – kampanjan, joka oli suuri menestys. Kampanja kesti marraskuun loppuun ja sen ansiosta Honka Japani lisäsi kauppaa vielä loppuvuodesta.

Syyskuussa Honka Japani uudisti organisaatiotaan toiminnan tehostamiseksi ja parantaakseen asiakaspalveluaan. Edustajien myynnin tueksi perustettiin uusi asumisratkaisutiimi sekä Sales & Service-tiimi.

Honka Japanin henkilökunnan määrä kasvoi 20:een henkilöön loppuvuodesta ja uusia edustajia otettiin 7. Tällä hetkellä Honka Japanilla on 35 edustajaa. Myyntialueiden uudelleen järjestelyillä, tehokkuuden lisäämisellä sekä uusilla mallistoilla Honka Japani uskoo myynnin lisääntyvän.

Japanin talouden hidastuminen tulee olemaan lyhytaikaista ja lievää kasvua odotetaan vuoden 2005 aikana.

Muilla Aasian markkinoilla on toimintaa Koreassa ja Taiwanissa. Korean markkinat osoittavat toipumisen merkkejä ja edustajien motivaation taso on hyvä.

Taiwanissa tehtiin uusi edustajasopimus paikallisen rakennusyrityksen kanssa ja vuoden 2005 aikana Taipeihin tullaan avaamaan kaksi uutta näytetaloa.















*Uusi konttori Sveitsissä.*

## NEW MARKETS

New Markets Team aloitti toimintansa nykyisessä muodossaan vuoden 2004 alussa. Tiimiin yhdistettiin Ranska, Länsi-Eurooppa ja USA. Tiimi otti hoitaakseen ne asiakkaat ja niiden maiden edustukset, jotka ovat Honkarakenteen määrittelemällä liiketoiminta-alueella, mutta eivät kuulu päämarkkinoilla toimiviin tiimeihin. Tiimi käsittää kaikkiaan 16 maata, joiden tilanteet ovat toisiinsa nähden erilaisia.

New Markets –tiimin myynti ylsi 8,1 miljoonaan euroon. Taloja toimitettiin kaikkiaan 197 kpl. Honkarakenne on kyseisillä markkinoilla pieni ja melko tuntematon toimija, joka kilpailee lähinnä muita rakennusmateriaaleja vastaan. Tiimissä toimii 10 henkilöä ja 35 edustajaa. Keväällä 2004 avattiin Pariisissa uusi kaupunkikonttori ja omasta näytetalosta luovuttiin. Samalla Ranskan tytäryhtiön henkilöstö (4 henkilöä) siirtyi Suomeen.



*Asiakkaan talo Kreikassa.*

USA:n tilauskanta vuoden alussa oli yksi tytäryhtiömme Honka Homes USA:n suurimpia. Syynä siihen oli Väiliin, Coloradoon, rakennettava hiihtokeskusprojekti. Sen toimitukset alkoivat jo keväällä ja jatkuivat koko vuoden. Projekti käsittää 14 samantyylistä taloa eri asiakkaille. Kaksi talosta toimitetaan vielä vuoden 2005 alussa.

USA:n kuluja saatiin karsittua ja projektin lisäksi toimitettiin useita muitakin rakennuksia. Näin saavutettu liikevaihto nousi selvästi yli odotusten ja tuloskin muodostui paremmaksi kuin ennakoitiin. USA:ssa oli vuoden 2004 aikana oman konttorin lisäksi kuusi edustuspistettä.

Länsi-Euroopan alueella jatkettiin jo tutuiksi tulleissa maissa. Myyntitavoite oli haasteellinen ja jo aikaisessa vaiheessa vuotta voitiin todeta, ettei asetettuihin tavoitteisiin tulla pääsemään. Osassa maita onnistuttiin paremmin kuin aikoihin. Suurimpia liikevaihtoja odotettiin Espanjasta ja sen petettyä tyystin, se vei koko tiimin myynnin heikoksi.

Ranska oli koko tiimin alueella suurin yksittäinen maa ja vuoden onnistuja. Vuosi sisälsi suuria haasteita ja muutoksia. Jo edellisen vuoden lopulla oli sovittu, että silloinen myyntinäyttely Pariisin liepeillä suljetaan ja koko henkilökunta siirretään Suomeen, osa pääkonttoriin Tuusulaan ja osa Karstulaan.

Ranskan tiiviin 13 edustajan verkoston kautta Honkarakenne myi enemmän taloja vuoden aikana kuin koskaan. Koska Hongan ranskalainen henkilökunta ja edustajat ovat asiansa osaavia, talotoimitusten toteuttaminen oli kannattavaa ja palkitsevaa koko vuoden. Ranskan tavoitteet on asetettu jälleen entistä korkeammalle ja tiimissä uskotaan, että ne myös toteutuvat.

Toukokuun alussa kuusi maista liittyi EU:hun. Ennen liittymistä oli havaittavissa selvää epävarmuutta tulevaisuudesta eikä kauppa käynnistynyt odotetusti. Tiimissä uskotaan, että myynnin notkahdus on ohi ja vuonna 2005 tutuissa ja vakaissa oloissa tavoitteet saavutetaan.

New Markets Teamin osalta kulunut vuosi oli myös korjattavien ja parannettavien toimenpiteiden kartoittamista ja parannussuunnitelmien laatimista. Käytäntöjä tullaan standardisoimaan ja yksinkertaistamaan. Tavoitteena on luoda kolmesta vanhasta tiimistä yksi ja yhteistyökykyinen kokonaisuus.



# HALLINTO JA JOHTO

## Hallitus

**Mauri Saarelainen**, s. 1949, insinööri, merkonomi, toimitusjohtaja 1994-2004, hallituksen puheenjohtaja 2.4.2004 alkaen  
- hallituksen jäsen: Metsäteollisuus ry, PW-Windows Oy  
- omistus: 10.456 A- ja 23.960 B-osaketta



**Esko Teerikorpi**, s.1961, diplomi-insinööri, eMBA, hallituksen jäsen vuodesta 1999  
- hallituksen jäsen: European Federation of the Parquet Industry  
- ei omista Honkarakenteen osakkeita



**Eero Saarelainen**, s. 1947, kehitysjohtaja, hallituksen jäsen 2.4.2004 alkaen  
- hallituksen puheenjohtaja:  
Hirsitaloteollisuus ry, Epira Oy  
- hallituksen jäsen: Pientaloteollisuus ry, Osuuskunta Suomen Asuntomessut  
- omistus: 10.456 A- ja 38.623 B-osaketta



**Kari Saarelainen**, s. 1962, KTM, yrittäjä, hallituksen jäsen 2.4.2004 alkaen  
- hallituksen puheenjohtaja: Artepro Oy  
- omistus: 895 A- ja 57.892 B-osaketta



## Toimitusjohtaja

**Juha Kohonen**, s. 1961, DI, MBA  
- omistus 300 B-osaketta



**Jussi Karinen**, s. 1955, DI, hallituksen jäsen 2.4.2004 alkaen  
- hallituksen jäsen: Teks-Invest Oy, Muoti-Vateva Oy, PHP Oyj  
- ei omista Honkarakenteen osakkeita



## Kansainvälinen johtoryhmä (vasemmalta oikealle)

**Horst Knaf**,  
Keski-Eurooppa

**Antti Unkuri**, talous

**Marko Saarelainen**,  
Kaukoitää

**Juha Kohonen**, toimitusjohtaja

**Jukka Markkanen**, tuotanto

**Jorma Ruuska**, New Markets

**Eino Hekali**, tuotekehitys

**Kari Hirvijärvi**, Suomi

**Martti Kyyrönen**, Itä-Eurooppa





### Hallintoryhmä

Juha Kohonen, toimitusjohtaja  
Jukka Markkanen, tuotantojohtaja  
Eino Hekali, kehitys- ja tuotehallintojohtaja  
Antti Unkuri, talousjohtaja

### Tuotannon johto

Jukka Markkanen, tuotantojohtaja  
Reijo Virtanen, tuotantovastaava,  
lamelli- ja höylähirsituotanto  
Ahti Lehtomäki, tuotantovastaava, pyöröhirsituotanto  
Ari Piesala, tuotantovastaava, lautatarvatuotanto  
Jukka Valtonen, logistiikkapäällikkö  
Petri Puupponen, hankintapäällikkö  
Antti Kantola, suunnittelupäällikkö

### Tytärtyhtiöiden toimitusjohtajat

Honka Blockhaus GmbH, Horst Knaf  
Honka Japan Inc., Marko Saarelainen  
Honkarakenne s.a.r.l., Pierre Vacherand  
Honka Homes USA Inc., Pekka Laine

### Asiakastiimit ja niiden johtajat

Suomi	Kari Hirvijärvi
Keski-Eurooppa	Horst Knaf
Itä-Eurooppa	Martti Kyyrönen
Kaukoita	Marko Saarelainen
New Markets	Jorma Ruuska

### Tilintarkastaja

KHT-yhteisö KPMG Oy Ab,  
**Ari Eskelinen, KHT**  
päävastuullisena tilintarkastajana

## HONKA Summit 2005



### Edustajamaat:

Alankomaat  
Bulgaria  
Espanja  
Etelä-Korea  
Irlanti  
Iso-Britannia  
Italia  
Itävalta

Japani  
Kazakstan  
Kreikka  
Kroatia  
Kypros  
Latvia  
Libanon  
Luxemburg

Puola  
Ranska  
Saksa  
Slovakia  
Slovenia  
Sveitsi  
Taiwan

Tanska  
Tsekin Tasavalta  
Ukraina  
Unkari  
USA  
Venäjä  
Viro

## TOIMIPISTEET JA VIENTIMAAT

**Valtakunnallinen  
yritysnumero  
0205 757 00**

### Tuotantolaitokset

#### KARSTULAN TEHDAS

Hongantie 41  
43500 Karstula  
Fax 0205 757 210

#### ALAJÄRVEN TEHDAS

Sahapolku 49  
62940 Hoisko  
Fax 0205 757 517

#### LIEKSAN TEHDAS

Tuomikoskentie 2 b  
81720 Lieksa  
Fax 0205 757 430

#### PALTAMON TEHDAS

Kajaanintie 29 A  
88300 Paltamo  
Fax 0205 757 470

### Ulkomaiset tytärtyhtiöt

#### Honka Blockhaus GmbH

Hohe Feldstrasse 12  
49696 Molbergen  
GERMANY  
Tel. +49 4475-94900  
Fax +49 4475-949019

#### Honkarakenne Sarl

75 Avenue Parmentier  
F-75011 PARIS  
FRANCE  
Tel. +358 20 575 700  
1.7.2005 alkaen:  
Tel. +33 1 73 02 33 57  
Fax +33 1 40 21 24 00

#### Honka Japan Inc.

350-1-Yamanaka,  
Yamanakako-mura  
Yamanashi 401-0501  
JAPAN  
Tel. +81 555 20 2711  
Fax +81 555 20 2712

#### Honka Homes USA Inc.

P.O. Box 9388  
Breckenridge, CO 80424  
USA  
Tel. +1-720-280-5585  
Fax +1-970-547-0278





*The World Leader in Log Homes*

HONKARAKENNE OYJ

PL 31, 04401 Järvenpää

Käyntiosoite: Lahdentie 870, Tuusula

Puh. 0205 757 00

Fax 0205 757 701

[www.honka.com](http://www.honka.com)