

HONKARAKENNE OYJ

VUOSIKIRJA 2007





VISIO

Haluamme olla hirsirakentamisen, aitojen puutalojen ja asumisen hyvinvoinnin esikuvallinen johtaja.

MISSIO

Toteutamme asumisen laatua ja luonnollisuutta arvostavien asiakkaiden unelmia.

SISÄLLYS

- 03 Vuosi 2007 lyhyesti
- 05 Toimitusjohtajan katsaus
- 08 Markkinakatsaus Suomi
- 10 Markkinakatsaus Venäjä, Kazakstan ja Ukraina
- 12 Markkinakatsaus Ranska, Espanja, Englanti, Skotlanti, Kreikka ja ranskan-kielinen Sveitsi ja Kanada
- 14 Markkinakatsaus Saksa
- 16 Markkinakatsaus Japani
- 18 Markkinakatsaus muut maat
- 20 Tuotannon katsaus
- 24 Markkinointi
- 26 Ekologisuus Honkarakenteen valtteja
- 28 Henkilöstö
- 29 Konsernirakenne ja organisaatio
- 28 Edustajamaat





VUOSI 2007 LYHYESTI

Honkarakenne Oyj:n venäläinen yhteistyökumppani Rossa Rakenne laajensi toimintaansa perustamalla myyntikonttorin Permiin, Uralin juurelle. Ensimmäiset toimitukset 20 omakotitalon kaupasta käynnistyivät.

Venäjälle saatiin iso projekti: 15 000 lattianeliömetriä käsittävä kauppa, josta ensimmäiset toimitukset käynnistyivät 2008 alussa. Kazakstaniin toimitettiin loput 100 talon toimituksesta sekä lisäksi kohteen päärakennus.

Yksi merkittävistä päänavauksista oli viiden isokokoisen talon toimitus Azerbaizhaniin, joka oli uusin aluevaltaus Hongalle.

Toimintaa käynnistettiin myös muissa uusissa kohdemaissa. Islantiin valittiin uusi maahantuoja. Puolaan investoitiin rakentamalla mallitalo Varsovaan.

Ranskan tytäryhtiö onnistui tavoitteissaan erinomaisesti myymällä vuoden kuluessa 270 taloa, mikä on kaikkien aikojen ennätys. Merkittäviin tilauksiin kuului mm. kahden lomahotellin rakentaminen, yksi Alsacen alueelle ja toinen Pyreneitten vuoristoon Ranskassa.

Japanin tytäryhtiö kehitti Honkarakenteen 50-vuotisjuhlan juhlan kunniaksi omakoti- ja vapaa-ajantalojen uutuusmalliston, josta julkaistaan 120-sivuinen Honka Design Book. Honka Japanin M3-omakotitalo valittiin vuoden 2006 parhaaksi tuontitaloksi Japanissa järjestetyssä Import House of the Year -designkilpailussa.

Uudet omakotimallistot kehitettiin sekä Suomeen

että Saksaan, jonne valmistui energiatehokas Family Star -mallisto.

Tilaus- ja toimitusprosessin ohjaukseen kehitetty HonkaLog- ja dokumenttien hallintaan suunniteltu HonkaDoc-järjestelmät otettiin käyttöön vuoden 2007 kuluessa. Tarjoussuunnittelussa päämarkkina-alueilla sekä Alajärven tuotannossa siirryttiin käyttämään uusinta ArchiCAD 10.0 -versiota. Karstulan tehtailla käyttöönotto tapahtuu kuluvan vuoden aikana.

Honkarakenteen osittain omistama Oy TimberHeart Ltd. solmi yhteistyösopimuksen, jonka myötä yhtiö toimittaa ja rakentaa Kemiössä sijaitsevalle Porto Westin loma-alueelle 55 ympärivuotiseen asumiseen tarkoitettua korkeatasoista vapaa-ajantaloa. TimberHeart toimitti kahdeksan edustuskäyttöön sopivaa luksusmökkiä Hiihtokeskus Sappeelle sekä käynnisti vientitoiminnan Espanjaan.

Merkittäviä tapahtumia

Honka oli näyttävästi esillä Hämeenlinnan asunomessuilla heinäkuussa. Honka Rock -omakotitalossa esiteltiin ensi kertaa julkisuudessa Hongan uusi painumaton lamellihirsi.

Suomessa avattiin Honka-brändin mukaisesti suunniteltuja myymälöitä Raumalle, Lieksaan sekä Espooseen. Kauppakeskus Sellon yhteydessä toimiva Espoon uusi myymälä täydentää Hongan palvelua koko pääkaupunkiseudulla.

Honkarakenne julkaisi Wood Focuksen koordinoiman



tutkimuksen tulokset, joiden mukaan hirsirakenteinen huone vaimensi sisäilman kosteusvaihteluista jopa 65-80 % kipsipintaiseen huoneeseen verrattuna. Hirsi eli massiivipuu osoittautui tutkituista materiaaleista parhaaksi kosteusvaihteluiden tasaajaksi.

Honkarakenne solmi sponsorointisopimuksen maailmancupin voittajan ja nelinkertaisen maailmanmestarin Virpi Kuitusen kanssa vuoteen 2010 asti.

Emoyhtiössä sekä tytäryhtiöissä on valmisteltu vuonna 2008 vietettävää Hongan 50-vuotisjuhluvuotta suunnittelemalla tulevia tapahtumia sekä uusia mallistoja. Vuoden teemana on Tarinat vuosien varrelta, jonka mukaisesti asiakkailta ja yhteistyökumppaneilta kootaan talteen mielenkiintoisia Hongan koteihin ja mökkeihin liittyviä tarinoita.

Uusia referenssejä

- Suomessa Honka Rock – Hämeenlinnan asuntomessutalo, Utsu Levillä, Järvenpään kahvilaravintola, Meri-Teijon lomakylä, Vaasan asuntomessujen omakotitalo ja Porin Reposaaren loma-asuntomessujen huvila
- Tuusulan näyttelyalueelle rakennettiin kaksi ympärivuotiseen vapaa-ajan käyttöön tarkoitettua uutuushuvilaa: Kultahiekka ja Kultasiipi.
- Kazakstanin 100 taloa
- Saksassa turistitoimisto Westerwarldiin, hotelli Dresdeniin ja vihannesmyymälä lähelle Strassburgia

- Ranskassa 12 taloa Champagnen alueelle ja 20 taloa Pyreneitten vuoristoon
- Skotlannissa 10 taloa
- Pietarin asuntomessuille 200-neliöinen omakotitalo, valmistuu kesäksi 2008
- Syksyn 2008 aikana valmistuu Japaniin hirsinen neurologian sairaala, joka on Hongan tietojen mukaan alallaan ensimmäinen maailmassa.



TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

Tulos voitollinen, liikevaihto kasvoi

Tuloksen merkittävä parantaminen oli vuoden 2007 keskeisin tavoite. Tulos ennen veroja nousikin voitolliseksi ja se oli 2,7 miljoonaa euroa (-1,8 miljoonaa euroa). Samanaikaisesti liikevaihto kasvoi 10 % ja nousi 93,4 miljoonaan euroon (84,9).

Liikevaihdon kasvu tuli Suomesta, Venäjältä, Ranskasta ja Kazakstanin merkittävästä projektista. Sitä vastoin Saksan ja Japanin liikevaihto laskivat edellisvuodesta. Liikevaihdon kasvu tuli tammi-syyskuun aikana ja viimeisen neljänneksen liikevaihto jäi alle edellisvuoden tason. Puun raaka-aineen rajun hinnan nousun takia tehtiin talven ja kevään aikana merkittäviä hinnankorotuksia ja ne vaikuttivat merkittävästi loppuvuoden toimitukseen tuleviin kauppoihin normaalin kausivaihtelun lisäksi.

Hyvään tuloskehitykseen vaikuttivat keväällä käynnistetty sisäinen tehostamisohjelma, liikevaihdon kasvu, tuotannon hyvänä pysynyt käyttöaste ja alentuneet yleiskustannukset. Lisäksi myynnin maantieteellinen ja tuoteryhmäkohtainen jako kehittyi suotuisasti. Merkittävät hinnankorotukset tehtiin pääosin jälkijättöisesti, koska puuraaka-aineen hinnan nousu ylitti kaikki alan ennusteet.

Toiminnan sisäinen tehokkuus

Toiminnan sisäisen tehokkuuden parantamiseen on tehty merkittäviä investointeja. Toimintojen keskittämistä on jatkettu kaikilla toiminnan osa-alueilla. Lieksan tehdas myytiin vuoden 2007 aikana ja tämän jälkeen toimintoja on emoyhtiöllä Tuusulassa, Kars-

tulassa ja Alajärvellä. Tytäryhtiö Finwood Oy:n kaikki toiminnot ovat Paltamossa.

Yksilöllisten talojen toimitusprosessin tehokkuuden ja virheettömyyden parantamiseen on tehty merkittäviä parannuksia. Vuoden alussa käynnistyi hanke, jonka tavoitteena on keskittää kaikki suunnittelu yhteen CAD-järjestelmään aiemman kahden sijasta. Vuoden 2007 aikana uusin versio ArchiCAD 10.0:sta otettiin tarjoussuunnittelussa käyttöön Hongan kaikilla päämarkkinoilla. Lisäksi Alajärven tuotanto otti myös ArchiCAD 10.0 -version käyttöön tuotannossa. Karstulan tehtailla käyttöönotto tapahtuu vuoden 2008 aikana.

Asiakaskohtaisen tilauksen käsittelyyn ja sen toimitusprosessin ohjaukseen luotiin SAPin päälle internetin yli toimiva HonkaLog-järjestelmä. Uusi järjestelmä mahdollistaa kaikkien asiakastoimitusten reaaliaikaisen seurannan myynnissä, suunnittelussa, tuotannossa ja alihankinnassa. Samanaikaisesti dokumenttien hallintaan otettiin käyttöön HonkaDoc-järjestelmä.

Tuotannon investoinneissa keskityttiin linjojen käyttöasteen nostamiseen ja sitä kautta tehokkuuden parantamiseen. Lisäksi laadun ja raaka-aineen saannon parantamiseen tähtääviä toimenpiteitä tehtiin kaikilla tuotantolinjoilla. Lautatavaratuotanto päätettiin keskittää Karstulan tehtaalle, johon tarvittavat investointipäätökset tehtiin vuoden lopulla.

Suomen ja Saksan liiketoimintastrategiaa tarkistettiin vuoden aikana ja syksyn aikana käynnistettiin toimenpiteet, joilla varmistetaan tuloksen merkit-



tävä parantaminen vielä kuluvan vuoden aikana. Euron vahvistuminen jeniä vastaan on heikentänyt Japanin viennin kilpailukykyä ja viime vuoden aikana Hongan Japanin tytäryhtiön toimintaa sopeutettiin alhaisemmalle liikevaihtotasolle. Näillä toimenpiteillä haluttiin varmistaa liiketoiminnan kääntäminen kannattavaksi Japanissa.

Tuotekehityksessä saatiin valmiiksi uusi painumaton hirsirakenne, josta ensimmäinen talo valmistui Hämeenlinnan asuntomessuille viime kesänä. Painumaton rakenne mahdollistaa monimuotoisten rakenteiden yksinkertaisemman toteuttamisen, eri materiaalien helpomman yhdistelyn ja uuden arkkitehtuurin ja designin toteuttamisen.

Kannattava kasvu

Talouden epävarmuustekijöistä huolimatta on tavoitteena jatkaa kannattavuuden parantamista ja luoda edellytykset kasvulle yhtiön kaikilla päämarkkinoilla. Tehostamisohjelman eri toimenpiteitä jatketaan vielä vuoden 2008 aikana, mikä osaltaan parantaa yhtiön kilpailukykyä.

Terveellinen asuminen, ilmaston lämpeneminen, energiatehokkuus, väestön ikääntyminen ja vapaa-ajan lisääntyminen suosivat hirsirakentamista. Ympäristötekijät tukevat näin lyhyellä ja myös pidemmällä aikavälillä massiivipuun käyttöä rakentamisessa.

Oma organisaatio ja yhteistyöverkosto ovat sitoutuneet tekemään entistä parempaa asiakaspalvelua ja

näin toiminnan kaikilla osa-alueilla on meillä edellytykset tuottaa vaativille asiakkaille ensiluokkaisia taloja ja vapaa-ajan asuntoja.

Tuloksen tekeminen on seurausta hyvästä työstä ja onnistumisesta. Honka täyttää 50 vuotta vuonna 2008. Juhlavuotena haluamme nostaa kunniaan kaksi perustavaa laatua olevaa asiaa – myynnin ja tuotannon, jotka ovat kaiken toiminnan kulmakivet. Niiden tulee toimia kuin kello.

Lämmin kiitos asiakkaille, yhteistyökumppaneille, henkilöstölle ja osakkeenomistajille. Tästä on hyvä jatkaa.

Esko Teerikorpi
toimitusjohtaja



MARKKINAKATSAUS SUOMI

Kotimaassa vapaa-ajan markkinat pysyivät samalla tasolla kuin vuonna 2006, mutta omakotirakentamisen volyyymi laski. Muutoksen syyinä oli voimakas rakennuskustannusten nousu. Kysyntään vaikuttivat lisäksi kasvava tonttipula, korkotason nousu sekä yleinen talouden epävarmuus, joka johtui mm. Yhdysvaltojen asuntolainamarkkinoiden tilanteesta. Kilpailutilanne kiristyi kotimaassa. Raju raaka-ainekustannusten nousu johti hinnankorotuksiin, jotka tapahtuivat alan toimittajilla eri aikoihin. Tämä merkitsi kysynnän epätasaista jakautumista kvartaleittain.

Hongan markkinaosuus laski kotimaassa hieman. Markkinaosuutta menetettiin ensisijaisesti kevytrakenteisia taloratkaisuja toimittaville yrityksille. Kotimaan liikevaihto kasvoi 10 % vuoden 2006 tasosta, mutta hinnankorotukset huomioiden volyymissa jäätin hiukan alle 2006 tason, eikä asetettu liikevaihtotavoite toteutunut.

Kotimaan myynti koostui pääasiassa vapaa-ajan taloista. Suurimpana ryhmänä olivat ympärivuotiset lomakodit. Myös laajennusten suosio lisääntyi voimakkaasti. Merkittävänä asiakasryhmänä olivat myös Suomeen rakentavat venäläiset, joiden määrä lisääntyi.

Jakeluverkostossa jatkettiin siirtymistä pieniltä näyttelyalueilta kaupunkikonttoreihin. Muutto toteutettiin Lieksassa, aloitettiin Kajaanissa ja sovittiin tehtäväksi Turussa ja Joensuussa vuoden 2008 aikana. Myyntiverkoston koulutukseen panostettiin. Myyjien osaamista kasvatettiin mm. teknisissä asioissa,



IT-työkalujen käytössä sekä myyntitaidoissa. Vuoden aikana otettiin käyttöön uudet verkkopohjaiset myynnin työkalut, HonkaLog ja HonkaDoc, joiden avulla asiakasprosessien ja mallistojen hallinta paranee olennaisesti.

Tuusulan näyttelyalueelle rakennettiin kaksi ympäri- vuotiseen vapaa-ajankäyttöön tarkoitettua uutuushuvilaa: Kultahiekka ja Kultasiipi.

Kotimaan myyntiorganisaatiossa toteutettiin laaja uudelleenorganisointi.

Vuoden 2008 näkymät

Markkinanäkymät vuodelle 2008 ovat varovaisen myönteiset. Vapaa-ajan markkinoiden odotetaan kasvavan edelleen, etenkin lomakeskuksissa ja projektimuotoisissa hankkeissa. Omakotitalojen myynnin sitä vastoin ennustetaan laskevan vuonna 2008. Kotimaan liiketoiminnassa panostetaan jatkossa perusrakenteiden selkeyttämiseen, ydinliiketoiminnan kehittämiseen sekä kannattavuuden parantamiseen. Myös myyntiverkoston ammattitaitoa kehitetään, paikallista palvelutasoa nostetaan ja jakeluverkostoa uudistetaan.

Kotimaan myymälöitä uudistetaan vastaamaan uutta myymäläkonseptia. Honka-myymälät Turussa, Kajaanissa, Joensuussa, Savonlinnassa, Lappeenrannassa ja Oulussa uudistetaan uuden konseptin mukaisesti vielä vuoden 2008 aikana.

Honka on toiminut koko 50-vuotisen historiansa

ajan kotimaan markkinoilla merkittävänä hirsitaloalvalmistajana toteuttamalla asiakkaiden unelmia. Hyvä menestys on perustunut vahvan brändin lisäksi pitkään historiaan, ammattitaitoon, vahvaan teolliseen osaamiseen, tinkimättömään laatuun sekä kattavaan kokonaispalveluun.



MARKKINAKATSAUS VENÄJÄ, KAZAKSTAN JA UKRAINA

Venäjällä, Kazakstanissa ja Ukrainassa rakentamisen volyymin kasvu jatkui hyvän talouskasvun ansiosta erinomaisesti. Alue on jo vuosia ollut Honkarakenteen voimakkaimmin kasvavia ja menestyneimpiä liiketoiminta-alueita. Liikevaihto ylitti selvästi vuodelle 2007 asetetut tavoitteet. Etenkin Venäjällä aluerakentamisen kysyntä on kasvanut eri puolilla maata. Vuoden 2007 aikana IVY-maissa oli jonkin verran poliittista käymistilaa: Ukrainassa järjestettiin vaalit ja Venäjällä valmistauduttiin uuden presidentin valintaan.

Kazakstaniin toimitettiin loput 100 talon toimituksesta sekä lisäksi kohteen päärakennus. Venäjälle solmittiin suuri 15 000 lattianeliön projektikauppa, josta ensimmäiset toimitukset käynnistyvät 2008 alussa. Yksi merkittävistä päänavauksista oli myös viiden isokokoisen talon toimitus Azerbaizhaniin, joka oli uusin aluevaltaus Hongalle.

Honkarakenteen Venäjän yhteistyökumppani Rossa Rakenne laajensi jakeluverkostoaan perustamalla uuden myyntikonttorin Permin kaupunkiin, Uralin vuoriston juurelle viime vuoden syksyllä. Teollisuus- ja yliopistokaupunki Perm tarjoaa Honka-myynteille hyvät yhteydet Venäjän keskiosiin, jossa etenkin vaurastunut ylempi keskiluokka rakennuttaa omakotitaloja. Ensimmäiset toimitukset 20 talon kaupasta Permin alueelle käynnistyivät.

Yli 10 vuotta Venäjällä toiminut Rossa Rakenne on luonut Honka-brändistä tunnetun miljonääriluokkaan keskittyvässä asiakassegmentissä. Menestys perustuu sekä korkeaan laatuun, laajaan palveluun



©Honka Russia

että tinkimättömään asiakaslupausten pitämiseen. Honkarakenteen Venäjän yhteistyökumppani tarjoaa laatu- ja tietoisille asiakkaille valmiita asumisratkaisuja avaimet käteen -toimituksina, jotka sisältävät kaiken kunnallistekniikasta sisustus- ja pihasuunnittelun toteuttamiseen asti.

Vuoden kuluessa järjestettiin erilaisia koulutustilaisuuksia Suomessa alueen jakelu- ja myyntiverkostolle sekä rakentajille.

Vuoden 2008 näkymät

Vuoden 2008 näkymät ovat valoisat. Uusia mahdollisuuksia avaa aluerakentamisen voimakas kasvu, sillä isoissa kaupungeissa tonttipula vaikeuttaa uusien hankkeiden käynnistämistä. Kuluvan vuoden tavoitteena on jatkaa hyvällä kannattavalla kasvurallalla sekä laajentaa asiakassegmenttiä.

Honkarakenne on mukana Pietarin lähelle sijoituvassa suomalaistyypisessä asunomessuhankkeessa vuoden 2008 syyskesällä. Paikallisille kuluttajille esitellään tiiviiseen kaupunkiympäristöön suunniteltu 200-neliöinen omakotitalo Honka Mansikka.



MARKKINAKATSAUS RANSKA, ESPANJA, ENGLANTI, SKOTLANTI, KREIKKA JA RANSKANKIELINEN SVEITSI JA KANADA

Honkarakenteen vienti näihin maihin jatkoivat kasvuaan vuonna 2007. Asiakkaiden ostovoima Ranskassa ja sen lähialueilla on säilynyt hyvällä tasolla huolimatta puun ja energian hinnan noususta sekä nousevista koroista.

Vaikka rakentamisen volyymin kasvu on pysähtynyt, Honka onnistui tavoitteissaan erinomaisesti ja kokonaisynti oli 270 taloa, mikä on kaikkien aikojen ennätys. Merkittäviin tilauksiin kuului mm. kahden lomahotellin rakentaminen, yksi Alsacen alueelle ja toinen Pyreneitten vuoristoon Ranskassa.

Hongalla on alue-edustajiansa kautta toimipisteitä Ranskassa 20 paikkakunnalla, Espanjassa kolmessa provinssissa (Katalonia, Andalusia ja Valencia), UK:ssa neljässä kreivikunnassa ja Sveitsissä Valais-kan-tonissa. Näiden lisäksi Kreikassa ja Italiassa toimii yksi edustaja kummassakin maassa. Englannin ja Skotlannin jakeluverkostoa organisoidaan uudelleen.

Tiivis yhteydenpito arkkitehteihin, suunnittelijoihin ja rakennusalan organisaatioihin on lisännyt asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden tarpeiden ymmärtämistä. Honka on edelleen johtava hirsitalotoimittaja Ranskassa, jossa toiminta perustuu tunnettuun ja arvostettuun brändiin ja sitoutuneeseen henkilöstöön sekä ammattitaitoisiin partnereihin.

Vuoden 2008 näkymät

Vuoden 2008 näkymät vaikuttavat kohtalaisen hyviltä ja tavoitteena on ylittää vuoden 2007 liikevaihto sekä parantaa kannattavuutta. Tavoitteiden saavuttamiseksi kiinnitetään entistä suurempaa huomiota myyntiverkoston kouluttamiseen sekä tekniseen osaamiseen. Kustannustehokkuuden parantaminen on yksi vuoden 2008 tavoitteista.

Lisäksi vuoden aikana pyritään kasvattamaan myyntiä erityisesti Italiassa, Englannissa ja Skotlannissa.

Projektirakentaminen eri puolilla markkina-alueita on vireää. Etelä-Ranskassa Pyreneitten vuoristo-alueella rakennetaan Hongan toimittamaa 20 talon projektia lähelle Espanjan rajaa. Muita merkittäviä rakennushankkeita ovat 12 talon rakentaminen Champagnen alueelle Ranskassa ja 10 talon projekti Skotlantiin.





MARKKINAKATSAUS SAKSA

Keski-Euroopan maista Saksassa rakentamisen volyyymi putosi vuonna 2007 merkittävästi. Omakotija paritalojen rakennuslupien määrä romahti vuoden aikana puoleen edellisestä vuodesta. Tämän rakennuslupien historiallisesti alhaisen tason odotetaan jatkuvan.

Volyymin muutokseen oli syynä Saksassa vuosi sitten vuodenvaihteessa voimaan tullut arvonlisäveron korotus sekä ensiasunnon rakentajille suunnatun tuen poistuminen.

Hirsitalomarkkinoiden supistuminen jatkui ja markkinat olivat vuonna 2007 noin 500 yksikköä. Honka on pystynyt pitämään markkinaosuutta hyvin ja on jopa nostanut sitä, vaikka liikevaihto pienenikin merkittävästi viime vuoden aikana.

Asiakkaiden tärkeimmäksi ostokriteeriksi on noussut energiankulutus. Siksi uusia tiukkenevia energiansäästönormeja tullaan seuraamaan tiiviisti.

Hongan suurena vahvuutena Saksan markkinoilla on oma vahva saksalainen organisaatio, ammattitaitoinen jakeluverkosto ja paikallinen osaaminen, jonka varaan Hongan Saksan toimintaa on rakennettu Saksassa yli 30 vuotta. Hongan tärkein tuote on kautta vuosien ollut hirsinen omakotitalo, joka on valmistettu pyöröhirrestä.

Vuoden 2007 kilpailutilannetta leimasi alalla kova hintakilpailu, jossa nähtiin jopa pudotuspelin piirteitä.



Vuoden kuluessa myynnin henkilöstölle järjestettiin kolme koulutus- ja myyntipäivätapahtumaa. Jake-luverkoston toimintaa tehostettiin solmimalla uusia edustus sopimuksia kilpailijoiden riveistä poimittujen parhaiden osaajien kanssa. Markkinointiin valittiin uusi paikallinen partneri yhteistyökumppaniksi.

Saksan tytäryhtiön henkilöstöä jouduttiin sopeuttamaan voimakkaasti vuoden 2007 aikana. Toiminnan uudelleen organisointia varten laadittiin kokonaisvaltainen suunnitelma Saksan liiketoiminnan tervehdyttämiseksi ja sen kehittämiseksi. Linjaukset tehtiin vuoden 2007 kesällä ja toteutus lähti liikkeelle syksyllä.

Näkymät vuodelle 2008

Saksan odotukset vuodelle 2008 ovat maltilliset johtuen omakoti- ja paritalorakennuslupien historiallisesti alhaisesta määrästä, joka on johtanut varsin kovaan hintakilpailuun. Tärkeimpänä liiketoiminnan tavoitteena on saada Honka Saksan toiminta kannattavaksi ja luoda edellytykset myynnin kääntämiseksi kasvu-uralle.

Uudet energianormit aiheuttavat haasteita, mutta toisaalta myös luovat paljon mahdollisuuksia markkinoiden muuttuessa.

Suurimpia vuoden 2008 hankkeita ovat turistitoimisto Westerwaldiin, hotelli Dresdeniin ja vihannesmyymälä lähelle Strassburgia.



MARKKINAKATSAUS JAPANI

Vuodesta 1971 Japanin markkinoilla toimineen Honkan asema on hyvän tunnettuuden ja laatumielikuvan ansiosta vakaa. Kaikista Suomesta Japaniin toimitetuista hirsitaloista Honka Japan Inc:n osuus on noin 25 %.

Japaniin suuntautuvaa vientiä laski vuoden 2007 aikana Japanin jenin epäsuotuisa valuuttakurssi suhteessa euroon. Tämä heikentää kaikkien eurooppalaisten valmistajien kilpailukykyä Japanin markkinoilla.

Viranomaisten rakennuslupakäsittely on kiristynyt lupahakemuksissa alalla ilmenneiden väärinkäytösten vuoksi. Väärinkäytöksiä on löytynyt lähinnä maanjäristyskestävyysskalkelmissa. Tämä on viime vuodesta lähtien pudottanut rakennuslupahakemusten määrää ja siirtänyt rakentamisen aloituksia. Yksityisomisteisten asuntojen rakentaminen laski Honkan asiakassegmentissä 12 prosenttia.

Markkinointi kohdistettiin suuriin ikäluokkiin, jotka rakentavat vapaa-ajantaloja, sekä seuraavan sukupolven omakotirakentajiin. Vuoden 2007 kuluessa Honka toimitti Japaniin 150 taloa. Enemmistö eli 70 % myydyistä taloista edusti ns. mallistotuotteita tai niistä muokattuja malleja ja 30 % puolestaan oli yksilöllisesti suunniteltu asiakkaan toivomusten mukaan.

Tehostamisohjelman myötä myös organisaatiota sopeutettiin vastaamaan myynnin volyyymia. Honka Japanin palveluksessa työskentelee nyt 12 vakituista ja kaksi osa-aikaista työntekijää.



Edustajaverkostossa tapahtui muutoksia, sillä edustajakriteereitä tarkennettiin vastaamaan paremmin markkinoiden tarpeita. Viiden edustajan sopimukset sanottiin irti. Vuoden aikana solmittiin uusia edustajasopimuksia mm. Niigatan, Naganon ja Aichin prefektuureihin.

Jakeluverkostoa koulutettiin kauden aikana viisi kertaa. Koulutustapahtumissa edustajaverkko jaettiin kolmeen ryhmään edustajatyypin ja asiakassegmentin mukaan. Tilaisuuksissa keskityttiin markkinoiden muutoksiin, tiukentuviin rakennuslain määräyksiin ja ArchiCAD-koulutukseen.

Edustajien ryhmä vieraili elokuussa myös Suomessa ns. Study Tour –opintomatalla. Matkan yhdessä tutustuttiin myös konserniyhtiön TimberHeartin toimintaan.

Honka Japan ei itse tehnyt investointeja vuoden aikana, mutta edustajien investoimia mallitaloja avattiin neljällä paikkakunnalla: Chiban, Niigatan, Naganon ja Osakan prefektuureissa.

Vuoden suurimpana kehityshankkeena voidaan pitää omakoti- ja vapaa-ajantalojen uutuusmallistojen kehitystä, joka saatiin päätökseen vuoden 2007 lopulla.

Näkymät vuodelle 2008

Tulevaisuuden markkinanäkymät ovat edelleen epävarmat. Tammikuussa 2008 rakentaminen jatkoi laskuaan (-6 %), mutta laskevan trendin odotetaan hellittävän seuraavien kuukausien aikana.

Honka Japani siirtää vuoden 2008 aikana pääkonttorinsa Tokioon. Liiketoiminnassa keskitytään kannattavuuden sekä edustajaverkoston määrän ja laadun parantamiseen.

Uusi 50-vuotisjuhlamallisto esiteltiin edustajille Tokiossa helmikuussa 2008. Mallistosta julkaistaan myös 120-sivuinen Honka Design Book.





MARKKINAKATSAUS MUUT MAAT

Hongan päämarkkina-alueiden lisäksi vuoden 2007 aikana toiminnan painopiste suuntautui Keski-Euroopan itäisiin osiin sekä Pohjois-Amerikkaan ja Mongoliaan, joissa oli mahdollista toimia maahantuojaverkoston avulla kasvuhakuisesti.

Kilpailijoita näillä alueilla ovat muita rakennustapoja edustavat yritykset, eivät muut hirsitalovalmistajat.

Asetetut myyntitavoitteet saavutettiin keskimäärin kaikissa alueen kohdemaissa. Euroopassa ja Mongoliassa tavoitteet ylitettiin, mutta Pohjois-Amerikassa tavoitteista jäätin jälkeen.

Jakeluverkosto kasvoi yhdellä uudella maalla, kun Islantiin saatiin uusi maahantuojaja.

Vuoden suurin investointi tehtiin Puolassa rakentamalla uusi mallitalo Varsovaan.

Tuotevalikoiman pääpaino on omakotitaloissa, joita ostavat keskivertoa paremmin toimeen tulevat ihmiset. Talojen rakentaminen asiakkaille kaikissa näissä maissa hoidetaan jakeluverkoston kautta.

Tulevaisuuden näkymät 2008

Tulevaisuudessa tilanne vaikuttaa paremmalta Euroopan alueella ja Mongoliassa. Dollarin heikkous suhteessa euroon heikentää tilannetta Yhdysvalloissa ja Kanadassa.

Tavoitteena on yhtenäistää eri maahantuojien toimintatapoja, tehostaa Hongan ja heidän välistä yhteistoimintaa ja tuottaa Euroopan alueelle uutta markkinointi- ja menekinedistämismateriaalia.

Suurin yksittäinen rakennushanke oli Mongolian projekti Ulan Batorissa. Luonnonkauniin Huvsgulin järven rannalle rakennettiin syksyllä 2007 näytetalo markkinointia ja myyntiä varten.







TUOTANNON KATSAUS

Vuosi 2007 käynnistyi tuotannossa poikkeuksellisen vilkkaasti. Tuotannon kapasiteettia nostettiin jo vuoden 2007 tammikuun puolessa välissä merkittävästi, kun yleensä talvikausi kausivaihtelusta johtuen on hiljaisempi.

Tehtaiden kapasiteetin käyttöaste jatkui hyvällä tasolla aina syyskuun loppupuolelle saakka. Siinä vaiheessa tapahtui tilauskannan merkittävä lasku ja tuotantoa jouduttiin sopeuttamaan pienenevän tilauskannan vaatimusten mukaiseksi. Tämä merkitsi Alajärven tehtaan tuotannon määräaikaisten työsuhteiden päättymistä. Karstulan tehtaan lautatavara- ja runkotuotannossa jouduttiin käynnistämään yt-neuvottelut tuotannon kapasiteetin pudottamiseksi.

Loka-marraskuussa tuotannon volyymi oli merkittävästi pienempi kuin edellisten yhdeksän kuukauden aikana. Joulukuussa tehtaiden kuormitustilanne muuttui jälleen paremmaksi ja Honka Profit -tehostamisohjelmassa asetettu tuotannon vuoden määrätavoite 100 000 m³ lähes saavutettiin.

Vuoden alussa tuotannossa priorisoitiin kolme tärkeintä tavoitetta: tuotannon tehokkuus, saanto ja laatu. Vuoteen 2006 verrattuna tavoitteet toteutuivat hyvin.

Tuotannossa käynnistettiin merkittävä toiminnan kehittämisprojekti, joka toteutetaan pääosin 2008 aikana. Yhteistyössä Johtamistaidon Opiston kanssa laadittiin kehittämissuunnitelma, jonka Työministeriö hyväksyi ns. TYKES-hankkeeksi ja myönsi sen perusanalyysivaiheeseen rahoitustukea.



TYKES-hankkeen kehittämiskohteeksi valittiin Karstulan tehtaassa pyöröhirren valmistuslinja. Kehittämissuunnitelma kattaa Karstulan ja Alajärven tehtaiden kaikki tuotantolaitokset ja analyysivaiheessa kaikille tuotannon esimiehille suoritettiin ns. 360-johdamskäyttämisen arvio, jonka pohjalta kukin esimies laati itselleen omat kehittämistavoitteensa.

Tuotannolliset investoinnit olivat pääosin korvausinvestointeja. Alajärvelle valmistui erikoisliimauslinja ja toteutettiin kamarikuivaamojen perusparannus. Karstulan tehtaalla investoitiin runkotuotannon automaation jatkokehitykseen sekä runkotuotannon raaka-aineiden varastointiin tarkoitetun varastokotoksen rakentamiseen.

Puuraaka-aineen hankinnan osalta vuosi 2007 piirtyy historiaan todella merkittävien muutosten vuotena. Tukin hinnan korotukset olivat rajuja ja hinnannousu jatkui aina syksyille asti. Sen jälkeen nousu taittui ja hinta vakiintui syksyn aikana ja se jäi aiempiin vuosiin verrattuna selvästi korkeammalle tasolle.

Myös sahatavaran hinnan korotukset olivat erittäin rajuja ja nousu jatkui käytännössä aivan vuoden viimeiselle neljännekselle saakka. Sen jälkeen hinta kääntyi lievään laskuun, mutta oli edelleen suhteellisen korkealla tasolla.

Haastavasta tilanteesta huolimatta puuraaka-ainehuolto pelasi ilman suurempia ongelmia, vaikka varsinkin sahatavaran osalta tietyt järeät kokoluokat olivat etenkin kesäkauden aikana vaikeasti saatavissa.



TUOTE- JA MALLISTOKEHITYS

Hongan tuotekehitys jakaantuu tekniseen tuotekehitykseen ja päämarkkinoiden asiakastarpeisiin suunnattavaan mallistokehitykseen. Kokonaisuutena panostus tutkimukseen ja tuotekehitykseen pysyi edellisten vuosien tasolla. Konsernin tutkimus- ja tuotekehitystoimintaan käytettiin 1,2 milj. euroa.

Vuonna 2007 Suomen johtavana vapaa-ajan asuntojen valmistajana laajaa huvilavalikoimaa kasvatettiin niin modernilla ylemmän keskiluokan Airiston Portti -mallistolla kuin edullisemmalla ja tarkasti paketoidulla Taika-mallistolla. Linjakasta arkkitehtuuria edustavista kakkoskodeista koostuva uusi mallisto pohjautuu messuvoittaja Airiston Porttiin, joka nousi yleisön suosikiksi 2005 Airiston loma-asuntomesuilla Paraisilla.

Honka esiintyi näyttävästi Hämeenlinnan asuntomesuilla. Selkeälinjainen, osittain kaksikerroksinen messutalo Honka Rock suunniteltiin tiiviiseen kaupunkiympäristöön sopivaksi. Honka Rock -talon yhteydessä esiteltiin uusi tuote, painumaton lamelli-hirsi. Painumattomuus tarjoaa suunnittelijoille monia uusia mahdollisuuksia. Massiivipuuhun voidaan nyt helposti liittää muita materiaaleja kuten kiveä tai lasia. Honka Rock -talossa massiivipuuta oli yhdistetty kiveen: saunasiipi on kivirunkoinen, samoin suojaosan sisäpihan ympärille kiertyvä muuri. Honka Rockia esittelemään kehitettiin yhteistyössä konsernimarkkinoinnin kanssa modernien kaupunkiomakotitalojen Ideasto.



Saksan tytäryhtiössä kehitettiin energiatehokas Family Star –talotuote sekä siihen liittyviä malleja. Japanissa parannettiin ja täydennettiin Promo ja Optima –mallistoja. Venäjälle kehitettiin uusi ylemmän keskiluokan omakotitalomallisto.

Japanissa käynnistyi vuosina 2007–2008 toteutettava hirsitaloille suunniteltu maanjäristystesti, johon Honka osallistuu paikallisen hirsitaloyhdistyksen jäsenenä.

LOGISTIikkATOIMINNOT KEHITYSTYÖN ALLA

Vuonna 2007 päätavoitteena logistiikkatoiminnoissa oli liiketoimintajärjestelmien kehityksen avulla tilaus-toimitus –prosessin tehokkuuden ja laadun parantaminen sekä kansainvälisen verkostomme toimintatapojen yhtenäistäminen. Lisäksi kehitystyön alla on ollut yhteen ArchiCAD-järjestelmään siirtyminen, joka mahdollistaa koko suunnitteluprosessin hallinnan ensimmäisistä tarjouskuvista aina tuotantolinjojen koneohjaukseen saakka samalla suunnittelujärjestelmällä.

Merkittävät askeleet otettiin sähköisten työkalujen kehittämisessä ja käyttöönotossa. HonkaLog (logistiikan ohjausjärjestelmä), HonkaDoc (dokumentinhallintajärjestelmä) ja ArchiCAD 10 (suunnitteluohjelma) otettiin käyttöön sekä omassa organisaatiossa että yhteistyöverkostossa. Myös sisäisiä toimintatapoja yhtenäistettiin. Niiden avulla yksilöllisten talojen kokonaisprosessi hallitaan globaalisti paremmin.

Uusien sähköisten työkalujen avulla parannetaan asiakastilausten läpimenoaikaa, muutosten joustavaa hallintaa ja saavutetaan parempi sisäinen tehokkuus ja toiminnan läpinäkyvyys.

Lisäksi vuoden aikana käynnistettiin toimenpiteet varasto- ja lähettämötoimintojen keskittämiseksi Karstulan tehtaalla. Syksyn 2007 aikana tehtiin maansiirtotyöt uudella varasto- ja lähettämöalueella. Vuoden 2008 aikana otetaan käyttöön uusi varastonohjausjärjestelmä.



MARKKINOINTI

Vuonna 2006 alussa lanseerattua Brand New Honka -konseptia lähdettiin toteuttamaan käytännössä vuoden 2007 aikana.

Konsernimarkkinoinnilla oli merkittävä panos sähköisten työkalujen kehittämisessä ja uudistamisessa. Näitä olivat mm. HonkaNet, erilaiset laskurit, verkkopohjainen käyntikorttien tilausjärjestelmä sekä liikelahjoja ja imagotuotteita myyvä HonkaShop.

Kansainvälisesti yhdenmukainen näkyvyys toteutui parhaiten esitemateriaaleissa, joita tuotettiin kaikilla päämarkkina-alueilla sekä useassa pienemmässä vientimaassa (mm. Kazakstan, Mongolia, Espanja, Italia, Englanti).

Suomen asuntomessujen yhteydessä julkaistiin modernista kaupunkikotiarkkitehtuurista ja asumisratkaisuista kertova Ideasto. Aineistoa hyödynnetään vuonna 2008 myös Keski-Euroopassa.

Verkkosivustoa www.honka.com kehitettiin pitkin vuotta. Internetistä on muodostunut selvästi asiakkaiden tärkein tiedonhakukanava. Osaan vientimaista, kuten Kazakstan, Mongolia, Ukraina, Kanada, Tsekki ja Englanti avattiin uudet internet-sivustot. Suomessa toteutettiin erilaisia kampanjasivustoja, GoogleMaps-karttapohjat otettiin käyttöön ja sponsorointien haku siirrettiin nettilomakkeelle.

Suomen markkinoille kehitettiin Onnen Päivät -kampanjakonsepti, joka toteutettiin kahteen kertaan tv:ssä, sanomalehdissä, verkossa ja suorakirjeiden keinoin. Onnen Päivät -tuotemerkki myös rekisteröitiin omaksi tavaramerkiksi.



Uusia Honka-myymöitä

Honka-brändin uudella ilmeellä suunniteltuja myymälöitä avattiin Raumalle, Lieksaan sekä Espooseen Kauppakeskus Selloon. Espoon myymälä täydentää Hongan palvelua koko pääkaupunkiseudulla, sillä vauraassa ja kehittyvässä Espoossa Hongalla ei ole ollut pitkään aikaan omaa edustajaa.

Jatkossa myymäläkonseptin uudistuksella elävöitetään myös muita kaupunkimyymöitä eri puolilla Suomea sekä Eurooppaa. Vaihtoehdot mietittiin palvelutarjonnan, käytettävissä olevan tilan sekä sijainnin mukaan. Ideat on koottu Vihreän Kirjan pohjalta laadittuun Honka Sales Concept Manualiin.

Uudistunut myymälä on itsessään pysyvä mediatila, joka tarjoaa asiakkaalle läheisen kosketuksen tuotteisiin ja Hongan palvelukonseptiin. Honka-myymälän kantavana ajatuksena on viestiä ilmeeltään Hongan keskeisiä arvoja kuten aitoutta, luonnonmukaisuutta ja asumisen hyvinvointia.

Aktiivista viestintää

Konsernin henkilöstö ja sen jakeluverkosto kaikilla päämarkkinoilla ovat toimineet aktiivisesti myös median edustajien suuntaan ja sitä kautta yhtiö on saanut merkittävää näkyvyyttä lehdistössä.

Hämeenlinnan asuntomessujen yhteydessä järjestettiin sekä kotimaiselle että kansainväliselle medialle lehdistötilaisuus, jossa Honka Rockin suunnittelijat sekä yhtiön markkinointijohto kertoivat tiedotusvälineiden edustajille uudesta painumattomasta hirrestä



sekä Hongan kaupunkiomakotitalojen konseptista. Myös asumisen terveellisyys ja hyvän sisäilman merkitys uuden tuotekonseptin lisäksi kiinnosti toimittajia.

Laajaa kiinnostusta herätti myös Hongan ja hiihtäjä Virpi Kuitusen välille solmittu kolmivuotinen sponsoroimisopimus.

Sisäistä viestintää kehitettiin uudistamalla sisäinen kuukausitiedote, HonkaViesti, entistä visuaalisempaan ja luettavampaan muotoon. Myös HonkaViestin sisarversiot, englanninkielinen HonkaMonthly ja saksankielinen HonkaPost saivat positiivista palautetta kentältä.

Näiden lisäksi henkilöstö- ja sidosryhmälehti HonkaNews ilmestyi vuoden kuluessa kerran. Markkinoinnin henkilöstölle ja sidosryhmille tietoa välitettiin Marketing@Honka -e-kirjeellä.

Vuosi 2008

Konsernimarkkinoinnin tärkeimpänä haasteena on jatkaa Brand New Hongan viitoittamalla tiellä kaikessa toiminnassa sekä kotimaassa että viennin päämarkkinoilla.

Kuluttajat matkustavat yhä enemmän, joten markkinointiviestinnän välittämän ilmeen ja tunnelman tulee olla samanlaista maasta ja kohderyhmästä riippumatta.

Hongan ydinarvot ja Vihreän Kirjan perusteella luotu Corporate Identity Manual luovat suuntaviivat kokonaisuudelle, mutta markkinointiviestinnän sisältö luodaan aina paikallisesti eri kulttuureihin sopivaksi. Yhtiön tavoitteena on tehostaa mallisto- ja tuotekehitystään entistä asiakaslähtöisemmäksi, joten vuoden 2008 alussa konsernimarkkinointi ja asumisratkaisut yhdistyivät. Tällä järjestelyllä tavoitellaan myös markkinatiedon saamista entistä lähemmäksi tuotekehitystä.

Juhlavuosi täynnä tarinoita

Vuosi 2008 on Honkarakenteelle 50-vuotisjuhlavuosi. Saarelaisen veljesten vuonna 1958 Lieksaan perustama yritys on vuosien saatossa kehittynyt voimakkaasti vientiin panostavaksi kansainväliseksi yhtiöksi. Honkarakenne on valinnut 50-vuotisteehmäksi Tarinat vuosien varrelta. Juhlavuoden kuluessa on luvassa aitoja tarinoita Hongan kodeista, mökeistä, saunoista ja lomakylistä. Tarinoita riittää, sillä maailmalta löytyy yli 70 000 Honkarakenteen valmistamaa kotia, mökkiä, saunaa ja jopa linnaa.



EKOLOGISUUS HONKARAKEN- TEEN VALTTEJA

Hirsi on pitkäikäinen ja kestävä rakennusmateriaali. Hirsitalo kestää sukupolvelta toiselle. Aito hirsiseinä on hengittävä ja terveellinen. Massiivihirrellä on luonnollinen kyky varastoida lämpöä ja luovuttaa sitä huoneilmaan tarpeen mukaan. Se varastoi auringon lämpöenergiaa ja ylläpitää miellyttävää sisälämpötilaa myös kuumina kesäpäivinä.

Puun ylivoima rakennusmateriaalien ekologisuudessa on kiistaton. Puu on uusiutuva luonnonvara. Lisäksi hirren teollisen valmistamisen energiankulutus on vain puolet sementin, viidesosa tiilen ja alle prosentti teräksen vaatimasta energiamäärästä. Hirsitalon rakentaminen on ympäristöteko.

Honkarakenteen ympäristöpolitiikka perustuu kestävään ja monimuotoiseen metsätalouteen, puuraaka-aineen tarkkaan hyödyntämiseen, energian säästöön sekä jätteiden lajitteluun ja kierrätykseen.

Honkarakenteen metsäammattilaiset hankkivat raakapuun viranomaisten määräysten mukaisesti. Metsä- ja ympäristöosaston henkilökunta on suorittanut luonnonhoitotutkimuksen. Honkarakenne on ympäristöpolitiikassaan sitoutunut Suomen metsien sertifiointiin (FFCS). Honkarakenne ei osta puuta suojeleluhjelmiin kuuluvilta alueilta.

Raakapuuta käytettiin Honkarakenteen pyöröhir-situotannossa 40 000 m³, jota vastaava kokonais-hankintamäärä oli 65 000 m³. Sahatavara hankitaan sertifiotua puutavaraa toimittavilta sahateollisuus-yhtiöiltä. Vuonna 2007 sahatavaraostot olivat 80 000 m³. Aihioita ja jalosteita hankittiin 3000 m³.



Ekologisuus on hirsitalorakentamisen yksi vahvuuksista. Tehtaiden toiminnoissa pyritään monin eri tavoin ympäristön kannalta parhaan lopputuloksen saavuttamiseen. ETA-hyväksyntä ja sen myötä CE-merkintäoikeus ovat osa Honkarakenteen laadukkaan ja ympäristöystävällisen toiminnan varmistusta. Investoinnit tutkimukseen ja tuotekehitykseen mahdollistavat uusien ympäristöystävällisten tuotantotekniikoiden käyttöönoton. Vuonna 2007 haettiin liimapuupalkkien CE-vaatimustenmukaisuussertifikaattia ja VTT myönsi kyseisen merkintäluvan tammikuussa 2008.

Ympäristönäkökohdat toteutuvat Honkarakenteella tehokkaana tuotannollisena toimintana. Raaka-aineiden tarkka hyödyntäminen, energian säästö, sivutuotteiden hyödyntäminen ja jätteiden kierrätys ovat osa vastuullista ympäristötoimintaa.

Vuodeksi 2007 asetettiin kova tavoite hyödyntää raaka-aineet entistäkin tarkemmin. Annettu tavoite saavutettiin, vaikka kulunut vuosi oli erityisen haastava sahatavaran heikentyneen saatavuuden ja kiristyneen hintapolitiikan vuoksi.

Karstulan tehtaan sahatavara-kuivaamojen sähköenergiassa saatiin huomattavat säästöt uudenlaisen elektroniikan asennusten myötä. Kyseisillä toimenpiteillä saavutettiin 20 % säästöt sähköenergian kulutuksessa.

Honkarakenne lajittelee ja esikäsittelee pakkausmuovikalvot ja muovipohjaiset sidontavanteet. Kierrätysmateriaalit toimitetaan jatkojalostettaviksi. Muut jätteet lajitellaan tehtailla lajikkeittain ja ne

toimitetaan kierrätykseen tai jälkivarastointiin. Jätteiden kuljetuksista on tehty sopimukset alueellisten jätehuolto-yhtiöiden kanssa.

Alajärven tehtaan ympäristölupa toimitettiin Länsi-Suomen Ympäristökeskukselle keväällä 2007. Alustavan ilmoituksen mukaan lupa saadaan 2008 aikana. Lupahakemuksen laati ulkopuolinen ympäristönhoidon ammattilainen.

Mekaanisessa puutuoteteollisuudessa energiaa kuluu eniten puutavaran kuivaamiseen. Osakkuusyhtiö Puulaakson Energia Oy tuottaa kaiken Karstulan tehtaan kuivaamoissa tarvittavan lämpöenergian. Se toimittaa lämpöenergian myös Karstulan kunnan lämpöverkostoon. Energialaitos käyttää polttoaineen Karstulan tehtaan sivutuotteita, kuorta, purua ja kuivahaketta. Honkarakenteen omistusosuus yhtiöstä on 41 %. Alajärven tehdas on omavarainen lämpöenergian hankinnassa. Energia tuotetaan tehtaan sivutuotteilla.

Honkarakenteen oma kuljetusosasto huolehtii kuljetusten tehokkuudesta. Meno- ja paluukuormat organisoidaan yhteistyössä Puulaakson Kuljetus Oy kanssa. Vuonna 2007 Honkarakenteelta lähti kotimaan toimituksia toista tuhatta kuormaa. Paluukuormissa tuotiin sahatavaraa ja aihiotuotteita suomalaisilta sahoilta ja alihankkijoilta.



HENKILÖSTÖ

Henkilöstöstrategian painopiste on riittävien ja oikeanlaisten henkilöstöresurssien varmistaminen rekrytoinnin ja koulutuksen avulla. Henkilöstöä ohjataan koulutukseen ja kursseille ydinosaamisen ja ammattitaidon varmistamiseksi. Omaehtoista kouluttautumista tuetaan stipendein. Esimiesvalmennusta järjestetään toimipaikkakohtaisena. Myyntiverkoston koulutuksesta ja kehittämisestä vastaa Honka-Akatemia.

Akatemian vuoden 2007 painopistealueena oli kotimaa. Myyntiedustajille, Hongan suunnittelijoille ja pystytysurakoitsijoille järjestettiin koulutuksia. Johdolle ja keskijohdolle Honka-Akatemia järjesti päivän mittaisen koulutuksen kehitysprojektien hallinnasta. Sen tuloksena laadittiin Hongan projektikäsikirja ja siihen liittyvä projektinhallintadokumentaatio.

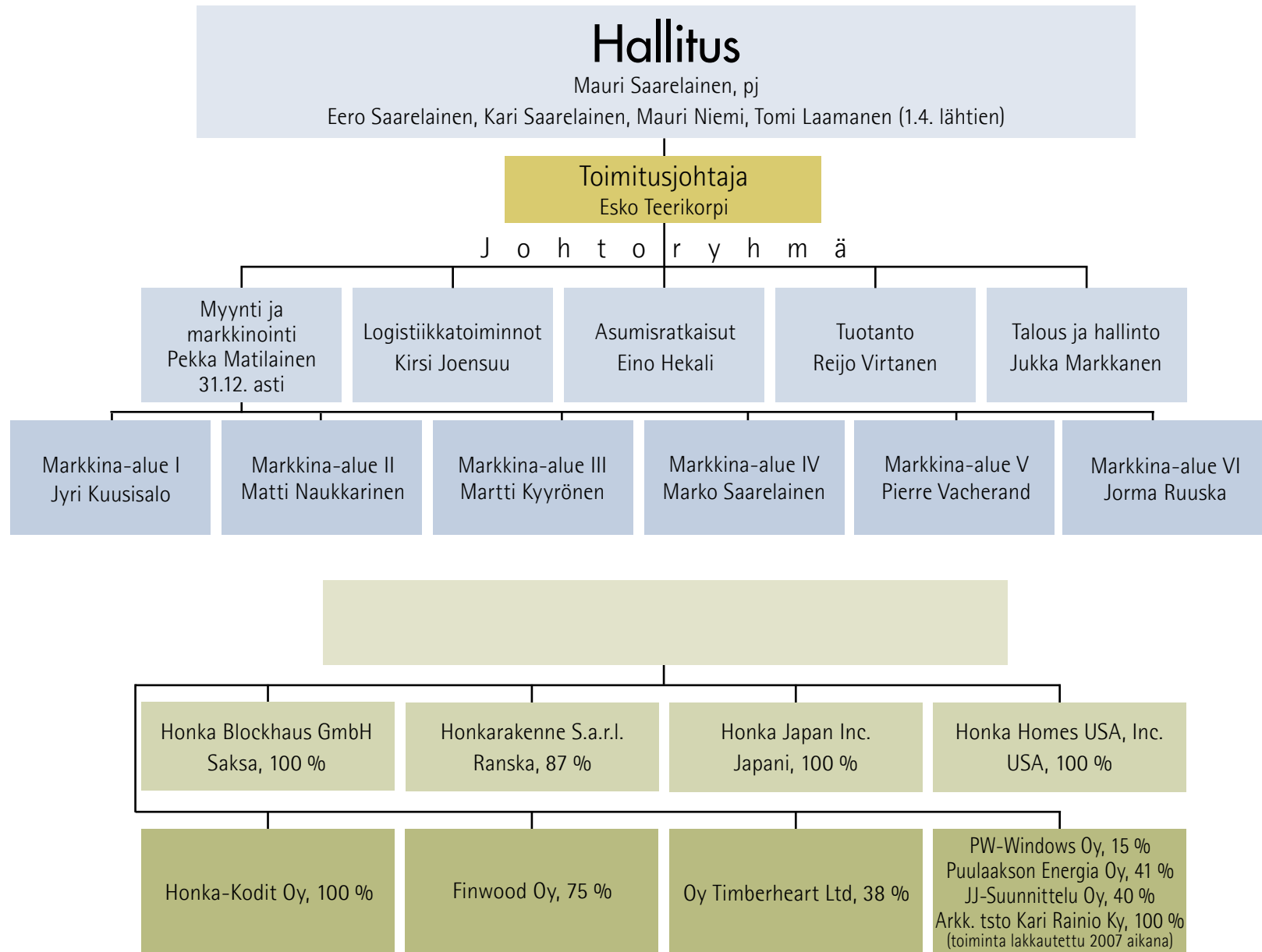
Honkarakenteen henkilöstöpolitiikan mukaan Honka asettaa tavoitteet ja antaa palautetta työstä, kouluttaa ja palkitsee henkilöstöä ja kohtelee kaikkia oikeudenmukaisesti. Honka antaa vapautta ja vastuuta, jakaa tietoa ja tarjoaa etenemismahdollisuuksia. Honkarakenteella on käytössä koko henkilöstön kattava tantieemijärjestelmä. Tantieemin perusteina ovat koko yhtiön tulos ja oman yksikön tulokset. Lisäksi tuotannossa on käytössä tuotannon tehokkuuteen ja raaka-aineen käyttöön perustuva palkkiojärjestelmä.

Konsernin palveluksessa oli tilikauden päättyessä 401 henkilöä ja vuoden aikana keskimäärin 421 henkilöä. Ulkomaisten tytäryhtiöiden henkilökunnan määrä oli 41. Emoyhtiön palveluksessa oli tilikauden lopussa 354 henkeä. Honkarakenne Oyj:n henkilöstöstä 50 % toimi Karstulan tehtaalla, 34 % Alajärven teh-

taalla ja loput pääkonttorissa Tuusulassa. Keski-ikä oli 43 vuotta.

Työterveyspalvelut ostetaan kunkin paikkakunnan terveyskeskuksesta tai palveluja tarjoavasta yrityksestä. Tuotannon henkilöstö saa uudet työvaatteet, turvakengät ja kuulosuojat vähintään joka toinen vuosi. Honkarakenne tarjoaa henkilöstölle alennusta omista tuotteista ja etuja lomamökkien vuokrauksesta sekä tukee mm. henkilöstön liikuntaharrastuksia.

KONSERNIRAKENNE JA ORGANISAATIO 31.12.2007



EDUSTAJAMAAT

Alankomaat
Belgia
Bulgaria
Espanja
Etelä-Afrikka
Etelä-Korea
Irlanti
Islanti
Iso-Britannia

Italia
Itävalta
Japani
Kanada
Kazakstan
Kreikka
Kroatia
Kypros
Latvia

Luxemburg
Mongolia
Portugali
Puola
Ranska
Saksa
Slovakia
Slovenia
Sveitsi

Taiwan
Tsekin tasavalta
Ukraina
Unkari
USA
Venäjä
Viro



Elämä kuin vanilja.

Kerron salaisuuden:
pulla ilman vaniljasokeria ei
ole pulla. Ja elämä on kuin vaniljasokeri
- valkoisten kiteiden seassa ne pienet mustat
pisteet saavat elämän maistumaan hyvälle.

Virpi Kuitunen
Virpi Kuitunen



Villa Vanilla

Kerro tarinasi!

www.honkalife.com

Kerro sinua koskettava tarina Honka-kodista tai
-lomakodista. Juhlistamme Hongan 50-vuotista
taivalta kertomalla aitoja tarinoita Suomesta ja
maailmalta. Tule mukaan ja kirjoita omasi!
Parhaat tarinat palkitaan.

Honkarakenne Oyj
p. 020 575 700
ja Honka-myyjät kautta maan

www.honka.com



Today's homes. Naturally.