

OTAVA
KONSERNI

Vuosikertomus
2018



Sisältö

4

Hallituksen
puheenjohtajan
katsaus
Henrik Ehrnrooth

6

Toimitusjohtajan
katsaus
Alexander Lindholm

8

KIRJAT
Liiketoimintakatsaus
Pasi Vainio
Oppimisen sisältöjä
Suomesta maailmalle

14

KAUPPA
Liiketoimintakatsaus
Minna Kokka
Nautintojen
kirjakauppa

3

20

LEHDET
Liiketoimintakatsaus
Timo Kopra
Lähes miljoona
lukijaa sai uudet
verkkosivut

26

UUDET
LIIKETOIMINNAT
Liiketoimintakatsaus
Jaakko Haapakangas
Liikkumisen
tulevaisuus

32

HENKILÖSTÖ JA
VASTUULLISUUS
Matkalla Triplaan

34

Konsernin
organisaatio

35

Yhteystiedot

Muutoksen vauhti kiihtyy

Muutoksen vauhti kiihtyy entisestään ja kilpailukenttämme muuttuu.

Maailmantalouden kasvu on hii-
pumassa ja Suomessakin lyhyt
nousukausi on hidastumassa.
Digitalisoituminen ja kilpailu kulut-
tajien kiinnostuksesta kiihtyy. Nykyinen muutos-
vauhti on silti hidasta tulevaisuuteen verrattuna.

Kaikki tämä vaikuttaa Otava-konsernin toimin-
taympäristöön ja liiketoiminta-alueiden kilpailukent-
tään. Niin painettujen kirjojen kuin lehtienkin myynti
laskee trendinomaisesti.

Olemme pääosin kotimarkkinoilla toimiva
konserni, mutta digitalisoituva maailma ei tunne
maiden rajoja. Googlen, Facebookin ja Amazonin
vaikutus koskee kaikkia liiketoiminta-alueitamme ja
vaatii erilaista kilpailuun vastaamista kuin ennen.

Kielialue ei välttämättä suojaa, kun kilpailemme
kuluttajan ajasta. Jakeluteiden muutos vaikuttaa
vähittäiskaupan rakenteeseen lähitulevaisuudessa,
kaikkiin kauppakeskuksiin ei riitä enää asiakkaita –
kivijalkamyymälöistä puhumattakaan.

Otava-konsernin strategian päivityksessä
olemme pyrkineet vastaamaan edellä kuvattuihin
haasteisiin. Toimintamme ytimessä ovat laaduk-
kaat kuluttajasisällöt. Korkealaatuiset kirjat käyvät
kaupaksi niin painettuina, sähköisinä kuin äänikirjoi-
nakin. Sama koskee aikakauslehtiä: sisältö ratkaisee
menestyksen ja korostuu valeutisten ja muun
disinformaation määrän kasvaessa.

Oppimisen palvelut, entiseltä nimeltään
Oppimateriaalit, muuttavat muotoaan ja tämä
liiketoiminta muuttuu palvelumuotoiseksi. Opetus-
suunnitelmaudistukset vauhdittavat tätä muutosta
ja alalle tulee uusia kilpailijoita perinteisten oppi-
kirjakustantajien lisäksi. Muutos tuo lisävaatimuksia
myös opetukselle ja opettajille.

Suomalainen opetus on korkeatasoista ja
hyvässä maineessa kansainvälisesti. Tämä on tuo-
nut mahdollisuuksia oppimateriaalien viennille, joka
on muodostumassa Otavassa merkittäväksi myös
tuloksellisesti.

Otavan Uudet Liiketoiminnat on ollut menestys-
tarina, jossa merkittävin rooli on ollut NettiX:llä.
Menestys on perustunut kuluttajakäyttäytymisen
muutoksen tuntemiseen ja on parhaimmillaan jopa
muovannut sitä. Tästä on useita esimerkkejä niin
uusien tuotteiden kuin tuoteominaisuuksien muo-
dossa sähköisissä markkinapaikoissamme.

Vuoden lopussa Otava-konsernista tuli Alma
Media Oyj:n suurin omistaja. Omistus on strate-
ginen pitkän tähtäimen omistus eikä se vaikuta
operatiiviseen toimintaamme. Otava-konsernin
omavaraisuus on kaupan jälkeenkin hyvällä tasolla
ja se luo edellytykset osallistua alan mahdollisiin
rakennejärjestelyihin.

Otavan keskeisin kilpailutekijä on osaava ja
innostunut henkilöstö. Olemme tottuneet toimi-
maan alati muuttuvassa ympäristössä. Vakaa arvo-
maailma antaa meille rohkeutta ja määrätietoisuutta
vastata tuleviin haasteisiin.

Päättyneenä vuonna olemme panostaneet
työskentelytiloihin ja luopuneet ylimääräisistä kiin-
teistöistämme. Uskon, että modernimmat toimitilat
niin ajanmukaistetussa Uudenmaankadun kiinteis-
tössä kuin Pasilan Triplassin osaltaan auttavat
meitä toimintatapojen muutoksessa.

Otava-konserni jatkaa menestystään myös
tulevaisuudessa.

HENRIK EHRNROOTH
Hallituksen puheenjohtaja





Vakaalla pohjalla

Taluskasvu jatkui vuonna 2018 Suomessa vahvana suotuisan tuottavuuden, alhaisten rahoituskustannusten ja vahvan vientikysynnän tukemina.

Kasvu ei valitettavasti näkynyt media-alan perinteisissä toiminnoissa. Tilaustuotot pienentyivät ja mediamainonta laski. Ulkomaiset yhtiöt veivät digitaaliset mainosrahat kotimaisten toimijoiden nenän edestä.

Otava-konsernin talous on vakaalla pohjalla, mutta kasvun aikaansaaminen oli kovan työn takana. Liikevaihto kasvoi kuluneena vuonna kaksi prosenttia yritysostojen, muun muassa Jamera Oy ja SL-Mediat Oy, ansiosta.

Oppimisen palvelujen tuottaminen oli myös kuluneena vuonna Kirjat-liiketoiminnan menestyksen kivijalka. Etenkin lukiokirjojen myynti yllätti positiivisesti: kirjat eivät vielä kierrä oletetusti ja uutuusmyynti vetää. Digitaalisten oppimistuotteiden myynti merkitsi kokonaisuudessaan jo 10 prosenttia liikevaihdosta. Yleisen kirjallisuuden myynti lähes saavutti edellisen vuoden kovat vastaluvut.

Otavan Kirjapainon vuosi sujui mainiosti ja taloudelliset tavoitteet ylitettiin. Oman konsernin myynnin lisäksi ulkoisten asiakkaiden palvelussa onnistuttiin hyvin. Painotekniikan uusimisen ansiosta pystytään nykypäivän toimitusaika- ja kustannusvaatimukseen vastaamaan paremmin ja vuoden vaihteessa käyttöön otettava tuotannonohjausjärjestelmä tukee Kirjapainon kehityspolkua.

Kauppa-liiketoiminnoissa vuosi 2018 oli myymäläverkoston kasvun vuosi: kaikkiaan viisi uutta myymälää avattiin. Yhtiön uusi lippulaivamyymälä

avasi ovensa Helsingin Aleksanterinkadulla marraskuun alussa.

Uudet Liiketoiminnat menestyi myös kuluneena vuonna ja liikevaihtoa kertyi ilahduttavasti. Liiketoiminnassa keskityttiin sisällön ja palvelun kehittämiseen. Vuodenvaihteessa lanseerattu OmaNettiX-palveluinnovaatio vei kuluttajien välisen autokaupan uudelle tasolle: ensimmäisenä Suomessa tuotiin markkinoille sähköinen kauppakirja, jossa autokaupan voi tehdä täysin digitaalisesti aina maksamiseen asti.

Lehdet-liiketoiminnan vuosi oli haasteellinen. Printtimedian volyymin lasku markkinoilla näkyi sekä tilaus- että irtonumeromyynnin pienenemisenä. Kuluttajaliiketoiminnan kannattavuus onnistuttiin silti pitämään kohtuullisen hyvänä tiukan säästöohjelman ja kustannusrakenteen avulla. Huolimatta suotuisasta suhdanteesta aikakauslehtien mediamyynti laski kaksi prosenttia, eikä verkkomaiannon markkinakaan kasvanut odotetusti.

Otavamedia ei saavuttanut vuonna 2018 tavoitteitaan. Kuluttajakäyttätymisen muutos jatkuu ja monikanavaisen sisällöntuotannon määrä kasvaa edelleen lisäten vaatimuksia uudelle osaamiselle. Vaatimukseen vastaamiseksi yhtiössä tarkistettiin organisaatorakenteita, työrooleja ja tehtävänkuvia kaikissa toiminnoissa.

ALEXANDER LINDHOLM

Otava Oy:n toimitusjohtaja

– Oppimisen
palveluiden
vuosi oli
menestyksellinen.

Pasi Vainio

Finlandia-palkinto myönnettiin Olli Jaloselle Taivaanpallo-romaanista. Jalonen on Bo Carpelanin ohella ainoa kirjailija joka on saanut palkinnon kahdesti.

Digitaalisten materiaalien käyttöasteen kasvu vahvisti lukion oppimateriaalimyynnin kasvua.

Nobelin rauhanpalkinto myönnettiin Nadia Muradille, jolta ilmestyi omaelämäkerrallinen teos Viimeinen tyttö - Olin Isisin vankina.

Kustannusosakeyhtiö Otava saavutti vuoden 2018 henkilöstötutkimuksessa Suomen innostavimmat työpaikat -tunnustuksen.

Osana kansallista Lukuliikettä Otava lahjoitti kaikille Turun yläkoulun 9-luokkalaisille Jyri Paretskoin kirjan K15: Salaisuuksia.

Otavan oppimisen sisältöjen ulkomaan lisensointi kasvoi merkittäväksi liiketoiminnaksi.

KIRJAT 9

24,0%

Osuus konsernin
liikevaihdosta



Finlandia-voitto ja menestysten vuosi

Yleisen kirjallisuuden myynti ylsi edellisvuoden ennätystasolle. Oppimisen palveluissa myynti kasvoi kaikilla luokka-asteilla sekä painetun että erityisesti sähköisen oppimisen alueella.

Kaunokirjallisuuden vuotta juhlisti **Olli Jalosen** *Taivaanpallon* Finlandia-voitto. Voitto oli Jaloselle jo toinen, 1990 Jalonen sai Finlandia-palkinnon *Isäksi ja tyttäreksi* -romaanistaan.

Raija Oranen siirtyi Otavan kirjailijaksi myynti- ja arvostelumenestykseksi nousseella *Marsalkan ruusu* -romaanillaan. **Enni Mustosen** *Taiteilijan vaimo*, **Jari Tervon** *Aamen*, **Reijo Mäen** *Gekko* ja **Riikka Pulkkinen** *Lasten planeetta* nousivat myös kaunokirjallisuuden myyntilistan kärkisijoille. Kirjallisuuskritiikin suurmies **Pekka Tarkan** muistelmateos *Onnen Pekka* antoi elävän ja värikkään läpileikkauksen suomalaisen kirjallisuus- ja kulttuurielämän lähihistoriaan.

Helsingin kirjajamessujen ulkomaisena päävieraina loisti Liken kustantama amerikkalainen **Jennifer Clement**, jonka *Rakkaudesta aseisiin* nousi mediahuomion keskipisteeseen.

Aino Havukaisen ja **Sami Toivosen** *Tatu ja Patu, elämä ja teot* juhlisti sankariensa 20. kirjan merkki-paalua suomalaisen lasten- ja nuortenkirjallisuuden historiassa.

Tietokirjoissa menestyttiin laajalla valikoimalla. Kansainväliset kirjatapaukset, **Michelle Obaman** *Minun tarinani* ja **Hans Roslingin** *Faktojen maailma*, olivat Suomessakin suuria menestyksiä.

Mia Kankimäen omakohtainen teos esikuvallisista naisista *Naiset joita ajattelen öisin* sai runsaasti kiitosta ja valloitti lukijat. Villasukkabuumi nostatti **Niina Laitisen** *Villasukkien vuoden* huimaan myyntiin. Kanava-tietokirjapalkinnon sai **Mirkka Lappalainen** teoksellaan *Pohjoisen noidat*.

Äänikirjojen kuuntelu lähti viime vuonna selvään kasvuun Suomessa. Räppäri **Cheekin**, **Kiira Korven**, **Alexander Stubbin** ja **Jarkko Ruudun** elämäkertojen lisäksi kuuntelijoita kiinnostivat muun muassa **Eve Hietamiehen** ja **Miika Nousiaisen** romaanit.

Otavan Oppimisen palveluiden vuosi oli menestyksellinen. Opetussuunnitelmauudistuksen tuoma oppimateriaalien lisätarve ja valintojen kohdistuminen Otavan tuotteisiin lisäsi myyntiä edellisvuodesta. Digitaalisten oppimateriaalien käyttäjämäärä ja käyttöaste kasvoivat vahvasti erityisesti lukion osalta.

Oppimisen palvelut laajensi tarjontaansa sekä perustamalla uuden palveluliiketoimintaan keskittyvän osaston että hankkimalla omistukseensa Finn Lectura -kustantamon. Yritysosto täydentää Otavan oppimateriaalitarjontaa erityisesti aikuiskielten ja suomi toisena kielenä -opetuksen sektoreilla. Oppimisen palveluiden menestystä tukevat myös ruotsinkielisen kustantamisen kasvu ja kansainvälisestä lisenssikaupasta saatava tulo.

Otavan Kirjapainon vuosi sujui hyvin ja tuotantotehokkuus parani. Kirjapainossa päätettiin investoida nykyaikaiseen inkjet-painotekniikkaan ja siihen liittyvään jälkikäsittelyyn. Tämän investoinnin avulla pystytään vastaamaan tulevaisuuden tarpeisiin kirjanpainamisen markkinoilla.

PASI VAINIO

Kustannusosakeyhtiö Otavan toimitusjohtaja

71,9
M€
Liikevaihto

236
Henkilöstö

TEKSTI Pauliina Luoto

Oppimisen sisältöjä Suomesta maailmalle

Suomi tunnetaan maailmalla koulutuksen supermaana. Tänne tulee paljon vierailijoita tutustumaan suomalaiseen kouluun ja oppimateriaaleihin. Delegaatiot kaukomailta ovat tuttuja myös Otavassa, ja Oppimisen palvelut panostaa nyt voimakkaasti vientiin.



”**S**uomen koulutuksella on hieno maine eritoten PISA-menestyksen ansiosta. Frankfurtin kirjamessuilla Otavan oppimateriaalit tunnetaan hyvin ja sisältömme kiinnostavat – olemme haluttu yhteistyökumppani”, Otavan oppimisen palveluiden kielten kustannuspäällikkö ja vientivastaava **Mari Kyyhkynen** kertoo.

Aiemmin lisenssimyyntiä on hoitanut pääosin Oppimisen palveluiden kustannusjohtaja **Teuvo Sankila**, mutta viime keväänä yksikköön perustettiin vientitiimi kasvaneen kiinnostuksen takia. Kyyhkynen vetää tiimiä ja vastaa erityisesti vientiin liittyvistä yhteiskuntasuhteista. Muut jäsenet ovat kustannustoimittajat **Pauliina Impiö** ja **Essi Heiskanen** sekä tekijänpalkkiovastaava **Kirsi Hölttä**, joka huolehtii kustannussopimusasioista.

Tiimi selvittää erilaisia vientimahdollisuuksia ja on yhteydessä kiinnostaviin toimijoihin. Asiakas-kontaktit, viestintä ja monet vierailut, oppimateriaaliesittelyt sekä tilaisuuksiin osallistuminen kuuluvat vientitiimin tehtäviin.

Lisenssikauppa

Otava ei ole perustamassa omaa kansainvälistä myyntiorganisaatiota, vaan oppimateriaalien myyntiä ulkomaille on lisensointiin perustuvaa sisältövientä. Ulkomainen kustantamo ostaa lisenssin Otavan materiaaleihin, jotka se lokalisoii, tuottaa ja myy asiakkaille omalla markkina-alueellaan.

Otava auttaa kumppania alkuvaiheessa monin tavoin: kustantamon edustajat pääsevät esimerkiksi tapaamaan kirjailijoita ja seuraamaan opetusta tai heitä autetaan mainosmateriaalien kirjoittamisessa. Otavaa kiinnostaa pitkäaikainen menestys, ja yhteistyöhön paikallisen kustantamon kanssa ollaan siksi valmiita satsaamaan.

”Oppimateriaalien myynti ulkomaille on hidas prosessi. Monissa kulttuureissa joudutaan tunnus-telemaan pitkään ennen varsinaista myyntityötä. On perehdyttävä kohdemaan koulutusjärjestelmään ja luotava suhteita paikallisiin toimijoihin”, Teuvo Sankila kuvailee.

”Verkostoituminen eri toimijoiden kanssa on tärkeää, jotta keskustelukynnys madaltuu ja yhteistyö helpottuu. Otavan nykyiset suhteet Euroopassa on pitkälti solmittu *EEPG:n* (*European Educational Publishers Group*) kautta”, hän lisää.

Otava on mukana myös *Education Finlandissa*, joka on Opetushallituksen alainen koulutusviennin kasvuohjelma ja kehittää jäsentensä vientiosaamista. Mukana on erilaisia koulutusalan organisaatioita

ja yrityksiä. Education Finland järjestää matkoja Suomen koulutusviennin kohdemarkkinoille, kuten Kaakkois-Aasiaan, Lähi-itään ja Latinalaiseen Amerikkaan.

Koulutusviennin karikoita

Kyyhkynen mukaan Otavassa ollaan uuden äärellä, kun oppimateriaaleja myydään ulkomaille.

”Joudumme pohtimaan monia uusia, eettisiäkin kysymyksiä. Pitää valikoida tarkkaan, kenen kanssa lähdemme yhteistyöhön, sillä vastapuolen pitäisi myös nojata arvoihin, joita suomalainen koulu pyrkii edistämään.”

Suomalainen oppimateriaali lokalisoidaan kohdemaassa, sillä materiaali on aina osittain kulttuurisidonnaista. Sisältöä, kuvitusta ja esimerkkejä on muokattava paikalliseen kulttuuriin paremmin sopiviksi.

”Lokalisointi vie aikaa, mutta on tärkeä osa prosessia. Tavat ja traditiot ovat erilaisia. Kohdemaan opetussuunnitelman eroa suomalaisesta. Paikallinen kustantaja tuntee kulttuurinsa ja markkinansa ja huolehtii lokalisoinnista”, sanoo Teuvo Sankila.

Mitä sitten oppikirjailijat tuumaavat tästä kaikesta? Sankilan mukaan he ovat olleet innoissaan materiaaliensa arvostuksesta ulkomailta ja niiden laajenevasta käyttäjäkunnasta. Kirjailijoilla voi myös olla konkreettinen rooli Otavan vientityössä, esimerkiksi kouluttajina tai esittelijöinä.

Tuhattaituri on myyntimenestys

Otavan viennin kärki on alakoulun matematiikan oppimateriaali *Tuhattaituri*. Sarja on ollut myyntimenestys niin Suomessa kuin Ruotsissa ja se on Pohjoismaiden markkinajohtaja matematiikan oppimateriaaleissa.

”Suurin vientimarkkinamme on tällä hetkellä Ruotsi ja seuraavaksi tavoitellaan hyvää jalansijaa Espanjassa”, Sankila kertoo.

Espanja on Otavalle tärkeä markkina-alue, myös koska sitä kautta on mahdollisuus päästä Etelä-Amerikan markkinoille.

”Jatkossa panostamme aktiivisesti myös digitaalisten materiaalien myyntiin. Se on maailmalla vahvasti kasvava markkina”, Sankila hehkuttaa.

Kun ulkomainen asiakas ostaa oppimateriaali-oikeudet Otavasta, yritys saa käyttöönsä suomalaisen koulun kulmakiven. Se on maailman parhaiden opettajien luomus, se nojaa moderniin pedagogiikkaan ja humaaneihin arvoihin. Sen avulla voidaan toteuttaa suomalaisen koulun parhaita puolia. •

– Myyntimme
kasvoi liki
neljä prosenttia
vuonna 2018.

14

Minna Kokka

Henkilöstömme tyytyväisyys on huippuluokkaa. Suomen innostavin työpaikka 2018 – jo neljäntenä vuonna peräkkäin.

Suomalainen Kirjakauppa osti 1.6.2018 Jamera Oy:n, jolla on kuusi oppikirjojen myyntiin keskittyvää myymälää.

Tietokirjallisuuden sekä askartelutuotteiden ja pelien myynti kehittyi erinomaisesti.

Suomalainen Kirjakauppa voitti Suomen parhaan ketjukonseptin palkinnon vuoden 2018 NCSC (Nordic Council of Shopping Centers) Awards –palkintogaalassa lokakuussa. Arviossa otettiin huomioon sekä myymälöiden toimivuus ja brändi, asiakaspalvelukonsepti sekä jatkuva myymäläkonseptin kehittäminen.

Asiakaslupaus aktiivisesta, asiantuntevasta ja iloisesta palvelusta on pystytty lunastamaan.

Verkkokaupan myynti kasvoi viidenneksellä.

KAUPPA 15

40,4 %

Osuus konsernin
liikevaihdosta



Asiakaslähtöinen palvelu keskiössä

Vuosi 2018 oli Suomalaiselle Kirjakaupalle panostusten vuosi. Jalansijamme markkinoilla syveni ja leveni uusien kivijalkakauppojen myötä. Suomalaisen Kirjakaupan myynti kasvoi liki neljä prosenttia vuonna 2018. Tulosta verottivat puolestaan lukuisat investoinnit.

Kivijalkakauppojen valtteinä alati yltyvässä kilpailussa ovat erikoistuminen, erinomainen palvelu ja läheisyys asiakkaisiin. Avasimme vuonna 2018 peräti viisi uutta myymälää, joista merkittävin on uusi lippulaivamyymälämme Helsingissä osoitteessa Aleksanterinkatu 15. Vanhoja myymälöitämme on remontoitu vastaamaan entistä paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Lisäksi markkinoinnin visuaalinen ilme uudistettiin.

Suomalainen Kirjakauppa osti kesäkuussa 2018 oppikirjakauppaan keskittyvän Jamera Oy:n, jolla on kaikkiaan kuusi myymälää – Helsingissä, Lahdessa, Jyväskylässä, Tampereella ja Oulussa.

Tehdyt investoinnit eivät näy heti tuloksessa. Kestää parikin vuotta, ennen kuin asiakaskunta ottaa uudet kauppapaikat omakseen. Verkkokaupan laajentumisesta puhutaan paljon ja myös Suomalaisessa tehdään hartiavoimin töitä verkkokaupan kehityksen eteen. Ulkomaisia verkkojättejä emme voi voittaa, mutta keskittymällä omiin vahvuksiimme myös verkkokaupan saralla pystymme menestymään.

Suomalaisella Kirjakaupalla on tällä hetkellä 65 myymälää. Koko Suomen kattavana ketjuna meillä on ikkunapaikka ostokäyttäytymisen trendien ja kuluttajakäyttäytymisen äärellä. Mobiililaitteet ovat tulleet jäädäkseen ja nuorten sekä milleniaalien kulutustottumukset poikkeavat radikaalisti aiemmista sukupolvista.

Vaikka asiakkaiden tarpeet muuttuvat, laadusta tinkimätön, henkilökohtainen palvelu on korvaamaton kilpailuvaltti. Suomalainen Kirjakauppa on valittu

jo neljä kertaa peräkkäin Suomen innostavimmaksi työpaikaksi, mikä kertoo ennen kaikkea henkilökunnan asenteesta omaa työtään kohtaan. Toisinaan asiakkaiden meille antama palaute hätkähdyttää ylitsevuotavalla positiivisuudellaan. Palvelumme tason säilyttäminen on jatkuvan menestyksen kannalta ensiarvoisen tärkeää. Palvelutaso rapautuu, ellei siitä pidetä sääntillisesti huolta – yhdessä.

Tuotevalikoimamme on vuosien saatossa laajentunut niin, että tällä hetkellä jo lähes puolet tuotevalikoimastamme on muuta kuin kirjallisuutta. Silti yksittäiset bestsellerit ovat yhä merkittäviä kirjakaupan myynnin kannalta, sillä suuret sanat saavat suuret massat liikekannalle. Bestsellerit edistävät myös muiden, tasavahvoihin myyntilukuihin yltävien kirjojen myyntiä. Meidän on joka tapauksessa pysyttävä aktiivisena ja pohdiskeltava, kuinka rakennamme tuotevalikoimaamme entistä monipuolisemmaksi – mahdollisesti jopa aivan uusille tuotealueille.

Vuoden 2019 alussa Suuren Suomalaisen Kirjakerhon liiketoiminta siirtyi Suomalaisen Kirjakaupan siipiin. Siirtymän myötä Kirjakerho tuo vahvan vertikaalisen osaamisen kaupan puolelle – eli tietämyksen asiakkaiden lukumielityksistä ja kulutustottumuksista. Asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden entistä parempi ennakointi ja niiden täyttäminen ovat juuri sitä palvelua, mitä asiakas Suomalaisen Kirjakaupan toiminnassa arvostaa.

MINNA KOKKA

Suomalainen Kirjakauppa Oy:n toimitusjohtaja

120,9
M€

Liikevaihto

17

451

Henkilöstö

TEKSTI Minna Takkunen

Nautintojen kirjakauppa

Marraskuussa 2018 avattu Suomalaisen Kirjakaupan uusi lippulaivamyymälä on kirjakarkkia kahden kerroksen täydeltä. Viihtymään ja viipymään houkuttelevat tilat, osaava palvelu, laaja valikoima ja historiaa henkivä tunnelma kutsuvat paikalle niin vanhoja kuin uusia asiakkaita.

18

Helsingin keskustan paraatipaikalla, Aleksanterinkadun numerossa 15, avattiin marraskuussa Suomalaisen Kirjakaupan uusi lippulaivamyymälä.

”Suomalainen Kirjakauppa on kiinnostava yhteistyökumppani myös kiinteistön omistajille. Saamme tietoomme toistuvasti hyvin houkuttelevia liikepaikkoja”, Suomalaisen Kirjakaupan liikepaikkapäällikkö **Ari Hokkanen** kertoo.

”Meillä oli alusta saakka selkeä tavoite, tehdä tästä Salama-talon Suomalaisesta Kirjakaupasta sekä meidän että kirja-alan lippulaiva.”

Vakuutusyhtiö Salamasta nimensä saaneen Salama-talon vanhimmat osat on rakennettu 1870-luvulla. Suomalaisen Kirjakaupan lippulaivamyymälän tilojen historia ulottuu vuoteen 1913.

Suomalainen Kirjakauppa on nyt palannut juurilleen. Uusien tilojen löydyttyä kävi nimittäin ilmi, että Suomalaisen Kirjakaupan ensimmäinen myymälä sijaitsi aikoinaan tismalleen samassa osoitteessa. Rakennuksen arvokasta henkeä on hyödynnetty myymälän ilmeessä. Suunnittelusta on yhdessä Suomalaisen Kirjakaupan kanssa vastannut alan palkittu designtoimisto Kuudes.

Sujuva ja kohottava kokemus on kudottu kaikkien mukaan. Etenkin toisen kerroksen seinä- ja kattoreliefein kuorutettu, Museoviraston suojelua nauttiva tila ja korkea, valoisa kahvila lähellä ikkunoita luovat viihtymään kutsuvat puitteet.

”Kahteen kerrokseen levittäytyvät tilat on suunniteltu siten, että monipuoliseen tarjontaan pääsee tutustumaan helposti”, myymäläpäällikkö **Anu Ilomaa** kertoo.

Kadulle avautuvien, suurten kaari-ikkunoiden läheisyyteen suurille pöydille on sijoitettu uutuudet ja kampanjatuotteet. Toisen kerroksen valikoimien äärelle siirtymistä helpottavat ulko-oven lähellä olevat liukuportaat. Esteettömyydestä huolehtivat luiskat ja hissit.

Tilaa myös oleskelulle

Oleskelemaan kutsuvat esimerkiksi useat, tyylihuonekaluista koostetut istuinryhmät ja modernit kohdevalaisimet. Omassa rauhassaan sijaitsevalla lasten osastolla saa piirtää ja leikkiä.

Kivijalkaliikkeen edut ovat kiistattomat.

”Kivijalkamyymälästä tuotteen saa heti mukaan. Myös verkosta tilatun tuotteen nouto myymälästä on nopeaa”, Ilomaa tähdentää.

Samalla voi tehdä löytöjä, kuten lahjakirjaa etsiessä kortteja, lahjapaperia ja muita tuotteita. Kivijalkakaupan puolesta puhuukin juuri aito, monipuolinen kokemus: verkkokaupassa ei pääse samalla tavalla oleilemaan, selailemaan eikä tapaamaan tuttuja kasvokkain.

Osaava palvelu on Suomalaisen Kirjakaupan menestymisen kivijalka. Henkilöstön koulutukseen, perehdyttämiseen ja sitouttamiseen on satsattu





Haluamme nähdä väkeä ostoksilla ja viihtymässä täällä, sanoo myymäläpäällikkö Anu Ilomaa.



paljon. Suomalainen Kirjakauppa on palkittu ja haluttu työnantaja, ja henkilöstöä on kuunneltu myös lippulaivamyymälän ratkaisuihin.

Suomalainen Kirjakauppa on keskisuurten luokassa Suomen innostavin työpaikka henkilöstötutkimuksen perusteella, – jo kolmatta kertaa peräkkäin.

Toiveena ekologiset työvaatteet

Yksi henkilöstön toiveista koski uusien työvaatteiden ekologisuutta. Toive on toteutettu: mustavalkoiset asut on valmistanut kierrätettyjä muovipulloja hyödyntävä suomalainen yritys. Myyjät on helppo tunnistaa myös punaisista lenkkareista.

Lippulaivamyymälän henkilökunnalla on mukanaan tablettitietokoneet, jotka auttavat asiakkaiden palvelemisessa. Osa julisteista on korvattu näyttöruuduilla, joilla esitellään uutuuksia ja kampanjatuotteita.

Kirjahyllyihin on sijoitettu henkilökunnan suosituksia. "Suositukset ovat henkilökohtaisia eli suosittelija on aina itse lukenut kirjan", Ilomaa kertoo.

Ulkomaisten kirjojen valikoima on aiempaa laa-

jempi. Lehtiosastolta löytyy tähänastista runsaammin etenkin harraste- ja sisustuslehtiä.

Toisen kerroksen esiintymislavalla tullaan näkemään kirjailijakohtaamisten lisäksi esimerkiksi paneelikeskusteluja ja suosittuihin musiikkikirjoihin liittyviä esityksiä.

Toisessa kerroksessa sijaitsevaan kahvilaan antimet loihitti A-oikeuksin varustettu Cafe Zoceria, joka panostaa lähituottajien tarjontaan. Suolaisten ja makeiden tarjottavien lisäksi kahvilasta saa keitto- ja salaattilounaita.

Lippulaivamyymälä on myynnillisesti merkittävä. Vaikka palaset ovat uusissa tiloissa nyt kohdillaan, se ei merkitse paikoilleen asettumista: liiketoimintaa kehitetään joustavasti sen mukaan, mikä toimii. Esimerkiksi alan nopeasti vaihtuviin trendeihin reagoidaan ripeästi.

Uutta myymälää on suunnitteluvaiheessa kutsuttu nimellä Helmi. Sellainen se varmasti tulee Suomalaisen Kirjakaupan kruunussa olemaan.

"Odotamme varsinkin sitä, että myymälästä tulee olohuone. Haluamme nähdä väkeä ostoksilla ja viihtymässä täällä", Ilomaa kiteyttää. •



– Digilukijamäärät ja verkkomainonta kasvoivat.

20

Timo Kopra

Suomen Kuvalehden
digitilaaajien määrä rikkoi
10 000 kappaleen rajan.

Tekniikan Maailma
sai kunniainnituksen
Lääkäriseura Duodecimilta
lehden lääketieteellisestä ja
terveysaiheisesta uutisoinnista.

Otavamedia OMAN tuottama
Alkon Etiketti-asiakaslehti
voitti kultaa arvostetussa Folion
Ozzie Awards -kilpailussa New
Yorkissa.

Golfpiste voitti kilpailun
Golflehden kustantamisesta
seuraavina kolmena vuotena
Golfliiton kanssa.

Kotilieden ja Seuran
verkkosivustoissa merkittävää
nousua sekä kävijämäärissä
että mediaeuroissa mitattuna.

Otavamedian 3,5 miljoonan
kuvan arkisto lahjoitettiin
Museovirastolle osaksi
Journalistinen kuva-arkisto
JOKA:n kokoelmaa.

LEHDEET

21

35,3 %

Osuus konsernin
liikevaihdosta

Katse kohti tulevaa

Media-alan muutoksen tahti ei osoittanut hidastumisen merkkejä vuonna 2018. Tämä näkyi etenkin aikakauslehtimarkkinoilla.

22

Otavamedia Oy pärjäsi alan muihin toimijoihin verrattuna paremmin, vaikka printtimarkkinoiden pieneminen kiihtyi entisestään edelliseen vuoteen verrattuna. Otavamedian liiketoiminnan tulos oli vaikeat olosuhteet huomioon ottaen hyvä.

Alan murros on kulminoitunut printtimedian volyymin pienentymiseen. Myös mediamainonnan määrä on laskenut niin omia kuin markkinoidenkin odotuksia enemmän. Lisäksi monikanavaisen sisälöntuotannon kasvu lisää vaatimuksia uudelle osaamiselle.

Muutoksen tahti ei osoittanut mitään hidastumisen merkkejä kuluneena vuonna. Verkon ulkomaiset kilpailijat ovat vetäneet sekä mainostajia että lukijoita. Journalistisen median kilpailutilanne on muuttunut, kun verkossa lukijan huomiosta kilpailevat paitsi kotimaiset, myös ulkomaiset julkaisut.

Otavamedian medioiden verkkopalvelu-uudistukset olivat onnistuneita, mikä näkyi digilukijamäärien ja verkkomainonnan kasvuna. Merkittävä investointi tulevaisuuteen oli vuonna 2018 toteutettu Tekniikan Maailman verkkosivujen uudistus, mikä oli Otavamedian kaikkien aikojen suurin verkkoinvestointi. Nyt luotua verkkoalustaa hyödynnetään myös Otavamedian muiden medioiden verkkosivustojen uudistuksissa.

Suuren Suomalaisen Kirjakerhon liiketoiminta päätettiin vuoden 2018 loppupuolella yhdistää

Suomalaiseen Kirjakauppaan. Yhdistämisellä tavoitellaan jatkossa liiketoimintojen synergiaetuja ja aiempaa parempaa kilpailuasemaa markkinoilla. SSKK:n liiketoiminnan siirto pienensi Otavamedian vuoden 2018 operatiivista tulosta yli kahdella miljoonalla eurolla.

Otavamedia OMA teki hyvän tuloksen haastavasta kilpailutilanteesta huolimatta.

Otavamediassa työskentelee yli 400 media-alan ammattilaista, jotka osaamisellaan ja ammattitaidollaan vievät sekä media-alan että Otavamedian kehitystä eteenpäin. Toimintaympäristön muuttumisen edellyttämiä, jo vuonna 2018 aloitettuja uudistushankkeita jatketaan vuonna 2019.

Kaikkien toimintojen toimintatapoja on uudistettu ja lisätty yhdessä tekemistä, millä vastataan työelämän vaatimuksiin.

Muutto vuonna 2020 uusiin toimitiloihin Pasilan Triplaan merkitsee suurta muutosta työ- ja toimintakulttuurissa. Nyt toteutettavan toimintakulttuurin muutoksen tavoitteena on, että Otavamedia työntekijöineen on kilpailukykyinen, vahva media-alan toimija myös tulevaisuudessa.

TIMO KOPRA

Otavamedia Oy:n toimitusjohtaja

105,5

M€

Liikevaihto

410

Henkilöstö



TEKSTI Monika Winqvist

Lähes miljoona lukijaa sai uudet verkkosivut

Otavamedian kaikkien aikojen suurin investointi verkkoon saatiin maaliin marraskuussa 2018, kun Tekniikan Maailman uudet verkkosivut otettiin käyttöön. TM:lle luotua alustaa voidaan hyödyntää myöhemmin myös muiden brändien verkkouudistuksessa.

24

Verkkouudistuksen suunnittelu ja ideointi aloitettiin vuoden 2017 loppu-syksyllä ja varsinaiseen koodaus-työhön päästiin helmi-maaliskuussa 2018”, kertoo Tekniikan Maailman toimituspäällikkö **Sami Rainisto**.

”Ensimmäinen versio verkkosivuista oli valmiina kesällä. Tässä versiossa olivat uutispalvelu ja uudistunut digilehti. Sen lisäksi uusiksi menivät arkisto, keskustelu ja vertailuosiomme. Ne valmistuivat marraskuussa, jolloin uusi sivusto käännettiin ensisijaiseksi sivustoksi käyttäjille.”

Lehden niin sanottu beta-versio saatiin lukijoiden käyttöön elokuussa. Beta-versiolla tarkoitetaan kehitysvaiheessa olevaa versiota, jota parannellaan palautteen perusteella. Beta-versio ei siis ole valmis palvelu, vaan sitä ylläpidetään rinnakkain vanhan palvelun kanssa, ja vapaaehtoiset käyttäjät voivat halutessaan käyttää palvelun beta-versiota.

Marraskuussa päästiin siihen vaiheeseen, että kaikki lukijat alettiin ohjata ensisijaisesti uudelle sivustolle.

Uudistus tuli tarpeeseen

Rainiston mukaan TM:n vanha sivusto oli perusteellisen uudistuksen tarpeessa.

”Sivustolle oli vuosien varrella tehty monenlaisia palikoita ja ne tekivät siitä raskaan ylläpitää. Käyttöliittymä etenkin hakutoiminnossa ja digilehdessä oli kaikkea muuta kuin tyydyttävä”, Rainisto sanoo.

”Halusimme päästä tilanteeseen, jossa pystymme tarjoamaan lehden lukijoille verkossa paremman

käyttökokemuksen kuin mitä printissä voi saavuttaa. Lisäksi tuotamme nyt uutta TM-digilehteä joka viikko.”

Tekemistä on Rainiston mukaan riittänyt, kun käytännössä kaikki on rakennettu alusta uudelleen paremmalle pohjalle.

”Uudistuksessa keskeisenä ajatuksena on halu palvella entistä paremmin nimenomaan nykyisiä kestotilajiamme. Tilajat saavat edelleen 23 kertaa vuodessa kotiinsa laadukkaan painetun lehden.”

Verkossa lukijoille voidaan kuitenkin tarjota entistä monipuolisempaa ja laadukkaampaa sisältöä. Pääsy Tekniikan Maailman lehtiarkistoon on myös arvokas kestotilajan etu, ja sen käyttöön on panostettu paljon.

”Etenkin uudistunut digilehti näyttää nyt hyvin onnistuneelta ja toimivalta, ja olemme saaneet arkistoa ja hakua parannettua. Pystymme myös rakentamaan sivustolle uusia, aiempaa helpompia tapoja koota yhteen sisältöä. Olemme kehittäneet onnistuneesti myös työkalua, jonka avulla printin aineistoa on aiempaa helpompi siirtää verkkoon.”

Näköislehtiarkisto uusiksi

Isoin tekninen haaste koko projektissa on ollut näköislehtiarkiston uudistaminen. Arkistot on kone-luettu siten, että hyvin toimivien hakujen toteuttaminen on ollut vaikeaa. Tämä on tuottanut lukijoille ajoittain heikon kokemuksen sinänsä arvokkaan arkiston käytössä.

”Tätä on ratkottu pilkkomalla ongelmaa pienempiin osiin ja lähtemällä ratkaisemaan niitä. Olemme



Tuotamme nyt uutta digilehteä joka viikko, kertoo toimituspäällikkö Sami Rainisto.



myös parantaneet itse haun käyttöliittymää, vaikka hakutulosten paraneminen tulee vasta myöhemmin”, Rainisto huomauttaa.

”Ongelmia on ollut ajoittain myös viestinnässä. Toimituksen sisällä on erilaisia, toisinaan risteäviä toiveita, joiden viestiminen ei ole aina onnistunut täydellisesti. Puhumalla on selvitty monista ongelmista.”

Toimitusprosessia on jouduttu muokkaamaan sellaiseksi, että digilehti pystytään tuottamaan joka viikko nykyisen kahden viikon syklin sijasta. Tässä on ollut omat haasteensa. Niin myös siinä, kun vanhoja järjestelmiä on integroitu uuteen teknologiaan.

Loppuvuodesta palveluun saatiin valmiiksi uudistettu keskusteluosio ja kommentointi. Palveluun on avattu myös osio, jossa TM:n testivoittajia on koottu yhteen paikkaan.

Tekniikan Maailman kumppaneita uudistuksessa ovat olleet Vincit ja Aste Helsinki. Hyvin sujuneessa yhteistyössä Vincitillä on ollut päävastuu teknisistä ratkaisuista, käyttöliittymästä ja visuaalisuudesta. Vastaavasti Aste on keskittynyt WordPress-integrointeihin ja arkistotoimintoihin. Uudistus on toteutettu niin, että TM:lle luotua alustaa voidaan tarvittaessa hyödyntää myöhemmin myös muiden brändien verkkouudistuksessa.

”Suuri osa verkon käyttäjistä on muita kuin lehden tilaajia. Tämä tarjoaa hyvän mahdollisuuden houkutella uusia lukijoita TM:n pariin”, Rainisto korostaa.

”Noin 15 000 TM:n tilaajaa käyttää verkkoa, ja tätä lukua on tarkoitus kasvattaa. Viikoittain reilut 200 000 ja kuukaudessa noin 750 000 eri kävijää käyttää TM:n verkkopalvelua.” •

– Olemme
vahvistaneet
asemaamme
alustantarjoajana.

26

Jaakko Haapakangas

SL-Mediat Oy:n osto vahvistaa asemaamme kone- ja kuljetusalalla.

Nettivuokraus.com-palvelussa kotimaan laajin mökkitarjonta lähes 7 000 mökillä.

Lanseerasimme vuoden lopulla OmaNettiX-palvelun, jossa kuluttajat voivat tehdä autokaupat digitaalisesti.

Nettiauton mainosmyynti kasvoi 17 %.

NettiX Pro -toiminnan-ohjausjärjestelmä on käytössä yli 250 autokauppiaalla.

Ampparit.com- uutis-palvelussa julkaistiin 22 328 Trump-aiheista uutista.

UUDET LIIKE- TOIMINNAT 27

7,7 %

Osuus konsernin
liikevaihdosta

Jakamistalouden merkitys kasvaa

Otavan Uusille Liiketoiminnoille 2018 oli hyvä vuosi, vaikka eri liiketoimintojen välillä olikin eroja.

28

Verkkomainonta oli keväällä 2018 hyvässä vauhdissa. Toukokuun lopussa voimaan tullut EU:n tietosuojauudistus GDPR (General Data Protection Regulation) hyydytti kuitenkin kasvun. Yritykset keskittyivät sisäisten prosessiensa hiomiseen, eikä verkkomainonta enää piristynyt loppuvuoden aikana.

Sääntelyn vaikutus myyntiin nähtiin myös autokaupassa. Viranomaiset ovat halunneet puuttua Suomen autokannan muuta EU:ta korkeampaan käyttöikään. Toisiaan seuranneet tempoilevat sääntelypäätökset kääntyivät kuitenkin itseään vastaan, sillä ne saivat auton vaihtamista harkinneet ihmiset varovaisiksi. Nettiauton merkitys on koko yksikölle niin iso, että autokaupan hyytyminen näkyi media-myynnin haasteena varsinkin loppuvuonna.

Alkuvuonna Otavan Uudet Liiketoiminnot Oy osti tamperelaisen SL-Mediat Oy:n. Ostolla vahvistettiin markkina-asemaa kone- ja kuljetusalalla. Kaupassa saimme neljä sidosryhmälehteä, joista tunnetuin on Konepörssi. Synergiat Nettiauton ja Nettikoneen kanssa ovat ilmeiset.

Jakamistalouden nousu näkyy myös yksikköme toiminnassa. Nettivuokrauksen volyyymi jatkaa kasvamistaan ja me kehitämme palvelua ketterästi. Kotimaan lomailun luoma kysyntä on meille kaikkein suurinta, ja tähän tarpeeseen vastaavat Nettivuokraus- ja Nettimökki-palvelut. Meillä on tällä hetkellä palvelussa Suomen laajin tarjonta, lähes 7 000 mökkiä.

Kotimaan matkailussa kohteen ja mökin valinta ovat ensimmäisiä päätöksiä lomaa suunniteltaessa. Sen jälkeen mietitään muiden palveluiden kuten veneiden, moottorikelkkojen tai laskettelusukien vuokraamista. Näiden palveluiden tarjoaminen mökkivuokrauksen lisätuotteena on meidän tapamme erottautua esimerkiksi kansainvälisistä vuokrauspalveluista. Me emme ole kuitenkaan kaupan osapuoli tai palveluntarjoaja, vaan pysymme tiukasti digitaalisen alustantarjoajan roolissa.

Teknologisesti ja kävijöiden kokemukseen perustuen me olemme edelleen vahvistaneet asemaamme alustantarjoajana. Olipa kysymys NettiX:n tapaisesta markkinapaikasta tai Amppareiden tarjoamasta uutispalvelusta, olemme pystyneet vastaamaan hyvin asiakkaidemme tarpeisiin.

Menestyminen myös tulevaisuudessa vaatii, että asiakkaat kokevat tarjotut palvelut heille itselleen aidosti hyödyllisiksi. Siksi valitun strategian jokaisessa toimialan asiakassegmentissä on oltava selvä.

Meillä on jo nykyisellään ketterän kehityksen ja jatkuvan parantamisen malli käytössä ja sen toteuttamista jatketaan. Menestyminen vaatii myös henkilöstön osaamisen jatkuvaa parantamista datan ymmärtämisessä ja hyödyntämisessä.

JAAKKO HAAPAKANGAS
johtaja, Uudet Liiketoiminnot

22,9

M€

Liikevaihto

44

Henkilöstö



TEKSTI Monika Winqvist

Liikkumisen tulevaisuus

Autotoimialalla tulevaisuus puhuttaa. Vaikka autokaupan ennusteet näyttivät vuodelle 2018 nousua aikaisemmista vuosista, toimialaa mullistavat globaalit megatrendit.

30

Näihin megatrendeihin kuuluvat kaupungistuminen ja tarve ympäristöystävällisemmille liikkumisen muodoille sekä liikkumisen uudet palvelullistuvat liiketoimintamallit.

Teetimme syksyllä 2018 tutkimuksen, jolla kartoitettiin tulevaisuuden liikkumista. Koko väestöä edustavaan tutkimukseen osallistui noin tuhat 18-74-vuotiasta suomalaista. Tutkimuksen käytännön toteutuksesta vastasi Frankly Partners.

”Kehittyäkseen tulevaisuuden vaatimaan suuntaan autotoimialan on voitava sopeutua uudentilaan, asiakkaan tarpeiden ymmärtämisestä ponnistaviin toimintamalleihin – paitsi uusien tuotteiden ja palveluiden suhteen myös esimerkiksi asiakkuuksien hoidossa”, kuvailee tutkimuksen taustoja NettiXin kaupallinen tuottaja **Erno Kalalahti**.

Toimialaa muokkaavat uudenlaiset liikkumiseen liittyvät palvelut. Niitä ovat esimerkiksi autojen yhteiskäyttöpalvelut, autojen minuutti-, kilometri- tai kuukausihinnoitellut vuokrauspalvelut, yksityisleasing, yksityishenkilöiden välinen auton vuokraaminen sekä useita erilaisia kulkuvälineitä tai liikkumista yhteen kokoavat kokonaispalvelut.

Asenteet vaihtelevat

Suomalaiset liikkujat eivät ole samasta muotista. Arjen liikkuminen, sen välineet ja suhtautuminen tulevaisuuden liikkumiseen ja uudentilaan liikkumisen palveluihin vaihtelee suomalaisten keskuudessa paljonkin. Suomalaiset voidaan jakaa viiteen liikkujaprofiiliin.

Perinteiset ovat korostuneesti vanhempia, jo eläköityneitä liikkujia ja yhden hengen talouksia, miehiä ja naisia tasaisesti. *Harkitsevat* taas jakautuvat tasaisesti kaikkiin ikäryhmiin ja ovat suuremmalta osin naisia. Suurin osa on yhden tai kahden hengen taloudessa asuvia. Perinteiset ja Harkitsevat eivät ole juurikaan valmiita muokkaamaan arjen liikkumistaan.

Autointoilijat muodostavat kolmannen ryhmän, jossa on keski-ikäisiä miehiä ja perheellisiä. Tällä ryhmällä on keskimääräistä korkeammat talouden vuotuiset tulot. Heille oma auto on liikkumisen keskiössä. *Seuraajat* ovat korostuneesti nuorempia, opiskelijoita ja suurelta osin miehiä. Suurin osa asuu yhden tai kahden hengen taloudessa.

Innostujat ovat hieman tyyppillisemmin naisia kuin miehiä, korostuneesti kahden hengen taloudessa asuvia, yrittäjiä ja toimihenkilöitä. Innostujilla on jo jalka tulevaisuudessa sekä asenteiden että käyttäytymisen muutoksen suhteen. Seuraajat tulevat uusien liikkumisen palveluiden hyödyntäjiksi heti Innostujien vanavedessä.

”Asiakaslähtöinen palveluntarjoaja ja markkinoija ymmärtää kohderyhmänsä asenteita ja käytösmalleja määrittävät ja muokkaavat tekijät”, huomauttaa Otavamedian tutkimuspäällikkö **Katja Sampo**.

Oma auto on monelle autolliselle tärkeä liikkumisen väline, eikä valtaosa ole harkinnutkaan siitä luopumista. Yleisimmät syyt pitää auto liittyvät sen tuomaan vapauteen ja liikkumisen helppouteen. Monelle suomalaiselle auto on myös välttämä-



Liikkumisen visio suomalaiselle 10 vuoden päästä?

Oma auto

- # kätevä ja nopea
- # perhe ja harrastukset
- # liikkuva työ
- # välttämätön huonommille kulkuyhteyksille

Pyöräily

- # parantuva kaupunkisuunnittelu
- # sähköpyörät
- # hyötyliikunnan arvostus
- # kaupunkipyörät

Vuokraus ja yhteiskäyttöautot

- # maksetaan vain käytöstä
- # sisältää huollot ja takuun
- # suuret kaupungit

Ympäristö, päästöttömyys

- # ekologisten ratkaisujen tarve kasvaa
- # sähkökäyttöiset kulkuneuvot muuttavat kaupunkiliikenteen

Automaattinen auto

- # robottiautot
- # on-demand-kuljetuspalvelu
- # automatisoitu julkinen liikenne

Julkinen liikenne

- # sujuva
- # edullinen tai jopa ilmainen?
- # kehittyvä kaupunkien välinen joukkoliikenne
- # yksi lippu kaikkiin välineisiin

Taksi ja Uber

- # uudenlaiset taksipalvelut
- # uber

Joustavasti rinnakkain eri liikumisen muotoja

- # valinnanvapaus lisääntyy
- # enemmän liikkumisen vaihtoehtoja

tön arjen kulkuväline joko pitkien välimatkojen tai puutteellisen julkisen liikenteen vuoksi.

Autoilulla korkeat kustannukset

Autosta luopumista harkittaessa vaakakupissa painavat erityisesti korkeat kustannukset. Moni käyttäisikin rahat mieluummin muuhun kuin autosta koituihin kustannuksiin. Myös autosta aiheutuva vaiva, kuten huolto ja muu ylläpito, on keskeinen syy harkita luopumista.

Suomalaisista noin viidennes on kiinnostunut uudenlaisista liikkumisen palveluista, mutta noin puolelle ne tuntuvat vierailta. Kokeilupäätökseen liittyvää epävarmuutta voi poistaa tiedon lisäämisellä ja esimerkiksi tutustumistarjouksilla. Palveluiden yleistymiseen uskoo kuitenkin jo yli joka neljäs.

Edelläkävijöille palvelut ovat jo tuttuja, ja suurin osa uskoo niiden arkipäiväistymiseen suuressa yleisössä. Uudenlaisten liikkumisen palveluiden käyttäminen on kuitenkin suurimmalle osalle tarvelähtöistä, ja niitä uskotaan käytettävän oman auton käyttämisen rinnalla.

”Hyödynnäme tutkimustuloksia osana palvelukehitystä sekä asiakassuhteiden hoidossa. Saam-

me tutkimuksesta uutta näkemystä. Esimerkiksi Nettiautoon on tulossa kuukausimaksujen vertailua ja Nettivuokrauksen konseptilla olemme vahvasti luomassa tulevaisuutta”, hehkuttaa tyytyväinen Kalalahti.

Tutkimuksen mukaan suomalaisilla on yllättävän rohkea näkemys liikkumisestaan 10 vuoden päästä. Oman auton rinnalla nähdään muita liikkumisen muotoja ja uusia palveluita. Ympäristöasiat kiinnostavat, uutta visioidaan automaattisen liikenteen ja robottien kautta. Nouseva teema on myös liikkumisen vaihtoehtojen kenttä ja joustavuus liikkumisen muotojen valinnassa. Jakamistalouden palvelut, robottiautot, automatisoitu ja itseohjautuva liikenne sekä laajeneva arjen liikkumisen välineiden valikoima maalaavat suomalaisista yllättävänkin visionäärin kuvan. •

Nouseva teema on myös liikkumisen vaihtoehtojen kenttä ja joustavuus liikkumisen muotojen valinnassa.

TEKSTI Emmi Ajanto

Matkalla Triplaan

Keväällä 2020 Otavamedia muuttaa Pasilan aseman tuntumaan rakentuvaan Triplaan.

32

Fyysisen muuton lisäksi edessä on myös toimintatapojen muutos. Toimintatapojen muutoksen sisäänajo aloitettiin jo vuonna 2018 Maistraatinportin vanhasa toimitalossa ja Eteralta vuokratuissa Palkkatilanportin tiloissa Länsi-Pasilassa. Tavoitteena on tehdä toiminnan siirtämisestä Triplaan mahdollisimman saumatonta.

Uusiin toimintatapoihin siirtyminen aloitettiin Anna-mediaperheessä, joka muutti keväällä 2018 Etera-taloon tehtyihin pilotointitiloihin. Monitilatoimistossa on sekä jaettua, vuorovaikutteista tilaa että vaihtoehtoisia tiloja erilaisia työtehtäviä varten. Näitä ovat esimerkiksi erilaiset palaveritilat, kohtaamispaikat ja hiljaiset tilat keskittymistä vaativiin työtehtäviin.

Perusideana on, että nimettyjä työpisteitä ei ole ja kukin voi itse valita työtilan sen mukaan, millainen tehtävä hänellä on kyseisenä päivänä käsillä. Parhaimmillaan monitilatoimisto tukee yhteistyötä, vuorovaikutusta ja tiedonkulkua sekä antaa keskittymisrauhan sitä tarvitseville.

Vastauksia kysymyksiin

Liiketoimintaympäristön nopea muutos haastaa tänä päivänä koko toimialan. Maailma ympärillä digitalisoituu ja mobilisoituu hurjalla vauhdilla, siksi asiakkaamme vaativat meiltä monikanavaisia tuotteita ja palveluita. Samaan aikaan työ muuttuu ajasta ja paikasta riippumattomaksi.

Kyky mukautua muutokseen ja vuorovaikutuksen lisääminen vaativat päivittäisen tekemisen tukeamista. Itseohjautuvaa työskentelyä on tuettava, jotta lisäämme vuorovaikutusta, luovuutta, innovaatioita sekä kykyä mukautua muutokseen.

Näihin pyritään muuttuvan työympäristön, monipaikkatyön ja asiantuntijoiden johtamisen avulla. Yksilötasolla tämä vaatii keskustelua ja ajatusten vaihtoa paitsi oman tiimin tai työryhmän kesken myös yli tiimirajojen.

Muuttuvaan toimintaympäristöön liittyy paljon kysymyksiä, joihin työtapojen pilotoinnilla etsitään vastauksia. Siksi uusia toimintatapoja ja tilojen käyttöä on tärkeää harjoitella jo ennen varsinaista muuttoa.

”Otavamedian lehtimediaperheet ja kaikki toiminnat pääsevät pilotoimaan uudenlaisia työtapoja. Näiden kokemusten pohjalta kerätään työntekijöiltä palautetta. Saadun palautteen avulla pystymme hahmottamaan erilaiset tarpeet ja osaamme varautua paremmin tulevaan”, sanoo Otavamedian henkilöstö- ja talousjohtaja **Anne Mantila**.

Mantilin mukaan nykyiset, vuonna 1987 valmistuneet Maistraatinportin tilat asettavat pilotoinneille omat rajoitteensa. Osa toiminnoista pilotoi kuitenkin omissa, uudelleen järjestellyissä tiloissaan. Sen sijaan Etera-talossa on helpompi yhdistää eri toimintoja samoihin tiloihin. Samoissa tiloissa toimiminen antaa mahdollisuuden harjoitella toimivampaa yhdessä tekemistä yli tiimirajojen.

77 %
NAISIA

23 %
MIEHIÄ

41
KESKIMÄÄRÄINEN
IKÄ

10
VUOTTA
KESKIMÄÄRÄINEN
TYÖSUHTEEN
KESTO



Otavamedia muuttaa keväällä 2020 Pasilan aseman viereen valmistuvaan Triplaan.

236

KIRJAT

+

451

KAUPPA

+

410

LEHDET

+

44

UUDET

+

37

EMO

==

1178

HENKILÖÄ
YHTEENSÄ

33

Osaamisen jakaminen tavoitteena

Pilotoinnin yhtenä tavoitteena on nykyistä laajempi osaamisen jakaminen työyhteisössä. Sitä ei tehdä pelkästään muuttuvissa fyysisissä tiloissa, sillä muutosta tuetaan myös sähköisillä työvälineillä. Sähköiset työvälineet ja tiimien toimivat käytännöt niiden käyttöön mahdollistavat ajasta ja paikasta riippumattoman työn, joka on modernin monipaikkatyön edellytys.

Muutoksen läpiviemiseksi työntekijöiden pilottiryhmälle ja esimiehille on järjestetty koulutusta. Triplan valmistuessa otavamedialaiset jatkavat uudenlaisten työtapojen harjoittelua.

”Kaikille toiminnoille tarjoutuu vuoden 2019 aikana mahdollisuus kokeilla jotain uutta tila- ja työympäristömuutoksen puitteissa. Jokainen voi kuitenkin jo nyt muokata työtapojaan sekä yksin että yhdessä muiden kanssa”, Mantila huomauttaa.

Tilamuutoksilla halutaan saada aikaan laajempaa vuorovaikutusta. Ihmisten kohtaaminen on tärkeää, jotta tieto vaihtuu ja syntyy uusia oivalluksia. Tilasuunnittelun avulla saadaan kuitenkin vain

satunnaisia kohtaamisia. Tiedon jakamisen varmistamiseksi on tärkeää suunnitella myös yhteistoimintaa ja ryhmäprosesseja.

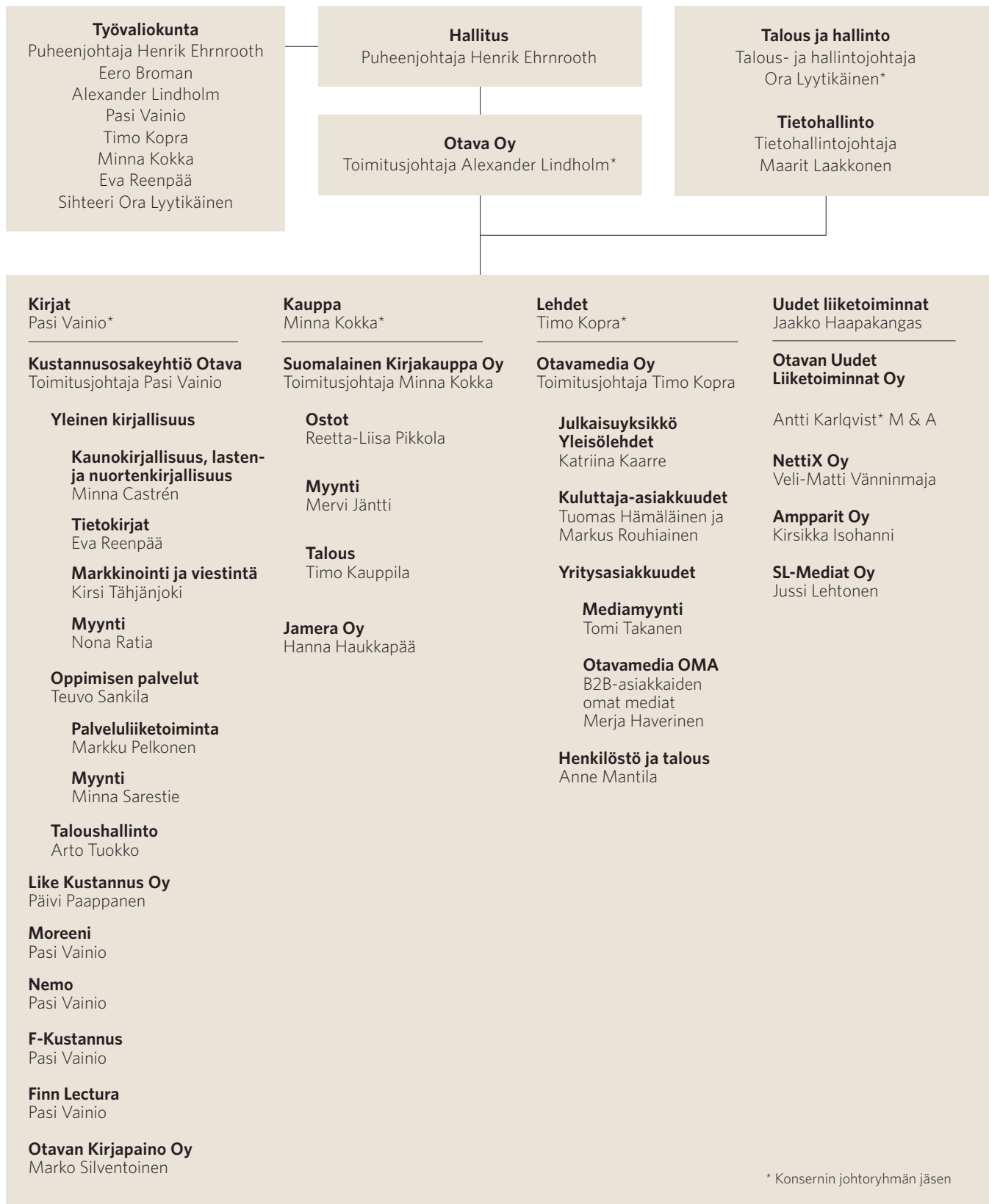
Mantilan mukaan asiantuntijatyön muuttuminen tarkoittaa myös media-alalla muutosta työn sisällössä, osaamisessa ja organisaation käytännöissä.

”Uuden opiskelu olisi saatava osaksi työtä ilman suuria erillisiä investointeja. Oppimisen tulisi olla jatkuvaa, ja ihmisten motivoituneita kehittämään itseään”, Mantila huomauttaa.

”Työ- ja toimintakulttuurin muutos on ennen kaikkea uudenlaista ajattelua ja toimintaa, jossa mennään kohti itseohjautuvuutta. Sitä tukemalla lisääntyvät vuorovaikutus, luovuus, innovaatiot sekä kyky muutoksiin.”

Ihmisten kohtaaminen
on tärkeää, jotta tieto
vaihtuu ja syntyy uusia
oivalluksia.

Konsernin organisaatio



Yhteys- tiedot

EMOYHTIÖ

OTAVA OY
PL 134, 00121 Helsinki
Käyntiosoite: Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi
www.otavakonserni.fi

KIRJAT

KUSTANNUSOSAKEYHTIÖ OTAVA
PL 134, 00121 Helsinki
Käyntiosoite: Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi
www.otava.fi

LIKE KUSTANNUS OY
Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@like.fi
www.like.fi

MOREENI
Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@moreenikustannus.fi
www.moreenikustannus.fi

NEMO
Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@nemokustannus.fi
www.nemokustannus.fi

F-KUSTANNUS
Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@f-kustannus.fi
www.f-kustannus.fi

FINN LECTURA
Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@finnlectura.fi
www.finnlectura.fi

OTAVAN KIRJAPAINO OY
Otavantie 11, 42700 Keuruu
puh. (09) 15 661
Myynti: Uudenmaankatu 10, 00120 Helsinki
etunimi.sukunimi@otava.fi
www.otavankirjapaino.fi

KAUPPA

SUOMALAINEN KIRJAKAUPPA OY
Maistraatinportti 1, 00240 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@suomalainen.com
www.suomalainen.com

JAMERA OY
Gummeruksenkatu 5
40100 Jyväskylä
puh. 050 338 2520
asiakaspalvelu@jamera.net
www.jamera.net

SUURI SUOMALAINEN KIRJAKERHO,
SUOMALAINEN KIRJAKAUPPA OY
Maistraatinportti 1, 00240 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi
www.sskk.fi

LEHDET

OTAVAMEDIA OY
Maistraatinportti 1, 00015 Otavamedia
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi
www.otavamedia.fi

OTAVAMEDIA OMA,
ASIAKASVIESTINTÄ
Maistraatinportti 1, 00015 Otavamedia
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi

Tykistökatu 4, 20520 Turku
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi
<https://yrityksille.otavamedia.fi/>

UUDET LIIKETOIMINNAT

OTAVAN UUDET LIIKETOIMINNAT OY
Maistraatinportti 1, 00240 Helsinki
puh. (09) 15 661
etunimi.sukunimi@otava.fi

NETTIX OY
Maistraatinportti 1, 00240 Helsinki
puh. 0600 04070
asiakaspalvelu@nettix.fi
www.nettix.fi

AMPPARIT OY
Maistraatinportti 1, 00240 Helsinki
puh. (09) 15 661
ampparit@ampparit.com
www.ampparit.com

SL-MEDIAT OY
Turpiininkatu 3, 33100 Tampere
puh. (03) 380 7700
info@sl-mediat.fi
www.sl-mediat.fi

OTAVA

KONSERNI

VUOSIKERTOMUS 2018
TOIMITUS Monika Winqvist, Otavamedia OMA
KANSI Jussi Karjalainen | VALOKUVAT Roope Permanto
REPROTYÖ Aste Helsinki Oy
PAINOTYÖ Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu 2019

