




Logbook

FINNAIR



Vuosikatsaus 2010

-  **Talous:** Vuonna 2010 Finnairin liikenne kääntyi takaisin kasvuun. Ilman tuhkaa ja työtaisteluita myös tulos olisi noussut voitolliseksi. Kestävällä toiminnalla Finnair on varmistanut investoinnit uusiin lentokoneisiin ja siten liikenteen kasvuun. Keväällä 2011 Aasiaan lennetään ennätyselliset 74 kertaa viikossa.
-  **Matkailu:** Laatu merkitsee matkailussa yhä enemmän. Finnair on designed for you, joten vuoropuhelu asiakkaiden kanssa on korvaamatonta. Neljä Finnairin eri puolilta maailmaa rekrytoimaa Quality Hunteria matkusti kahden kuukauden ajan kertoen kokemuksistaan blogeissa ja herättäen keskustelua laadukkaasta matkustamisesta.
-  **Vastuu:** Maailmankansalainen kantaa vastuunsa. Kestävä liiketoiminta turvaa työpaikkoja ja lisää hyvinvointia. Oma henkilöstö on arvokasta ja maailman lapset tarvitsevat apua. Ympäristökuormitusta vähennetään kaikessa toiminnassa. Vuodesta 1999 vuoteen 2017 mennessä Finnair vähentää päästöjään 41 prosenttia istuinta kohden.

Kohti Aasiaa

Finnairin uusiin kohteisiin on sykkivä Singapore.





徳屋の
本わら
びもら
多助

徳屋

徳屋

徳屋

徳屋

Logbook

- 04 Pääkirjoitus – Mika Vehviläinen
05 Kalenteri



Talous

- 07 Tulevaisuuden toimiala
08 Finnairin sijoitustarina on kasvutarina
12 Aasia – kestävä ihme
14 Finnairin verkosto laajenee kumppaneiden avulla
16 Sijoitetun pääoman tuotto – parempi maailma?
18 Mikä myy Aasiassa?
20 Kevään herääminen
22 Raikas uusi alku
24 Moderni silkkitie
26 Tunnustuksena sitoutumisesta
28 Kolumni – Vesa Honkanen



Matkailu

- 29 Kaupungin valot ja neon-näyt
30 Singaporen vaatetaivas
33 Päivä Lammalla
36 Ruoan eksotiikkaa Osakassa
38 Koe temppeleiden rauha
40 Moderni matka menneisyyteen
44 Quality Hunterit keräsivät miljoonayleisön
46 Kolumni – Christina Lund Sørensen
47 Onko kaupallisessa avaruusmatkailussa järkeä?



Vastuu

- 49 Päästösäästöt kiinnostavat yrityksiä
53 Enemmän edellytyksiä elämälle
56 Lasketaan päästöjä
58 Kolumni – Janne Lumia
59 Moderni laivasto säästää rahaa ja ympäristöä
60 Lentokoneen uusi elämä
63 Järkevästi matkalle
66 Kansainvälinen voittajajoukkue
68 Kolumni – Simo Kyllönen
69 Finnair-konsernin hallitus
70 Finnair-konsernin johtoryhmä



Kansi: Marina Bay, Singapore. Taustalla Sands-hotellin katolla huippumoderni SkyPark. kuva: Riitta Supperi.

Finnair-konsernin vuosikatsauksen 2010 toimituskunta:

Christer Haglund, Taneli Hassinen ja Maria Mroue

Konsepti ja toteutus: Millton Oy

AD Sampsa Voutilainen, projektipäällikkö Leena Löytömäki

Kuvat: Riitta Supperi, Finnair, Shutterstock

Paino: Edita Prima Oy, Helsinki 2011

Käyntiosoite: Finnair Oyj, Tietotie 11 A, 01053 Finnair

Puhelinvaihe: (09) 818 81

Finnair nettissä: www.finnair.fi; www.finnair.fi/konserni

KOE
AASIA
2010



NEW
BORN.

FINNAIR



FINNAIR

DESIGNED FOR YOU

Jos vuosi sitten joku olisi sanonut, että Euroopan ilmatila on muutama viikon kuluttua lentokelvottomaa, hänelle olisi naurettu. Niin kuitenkin kävi. Tuhkapilven aiheuttama liikenteen seisahdus ja asiakkaiden jääminen kyytiä vaille olivat hankala jatko jo muutenkin vaikealle lentoliikenteen jaksolle.

Viime vuosi sai edellisvuodelta perinnöksi rajusti laskeneen kysynnän. Matkustajakysyntä lähti kuitenkin ensimmäisen vuosineljänneksen jälkeen reippaasti nousuun. Rahdissa käänne parempaan nähtiin jo vuoden 2009 puolella.

Finnairin toimintaa häirtäsivät kuitenkin monenlaiset häiriöt lentoliikenteessä. Vuosi sitten kärsimme poikkeuksellisen runsaslumisesta talvesta Keski-Euroopassa. Lumen jälkeen kiusasi Islannin tuhkakriisi. Viime vuoteen mahtui myös erilaisia työtaisteluita: alkuvuonna kuormaushenkilöstön hidas sopeutuminen uuteen toimintamalliin ja loppuvuodesta matkustamohenkilöstön pitkä lakko.

Lentoliikenteellä on yhteys moneen elämäämme vaikuttavaan tekijään. Olipa kyse luonnonilmiöistä, poliittisista kriiseistä, maailmantalouden vaiheista



"Uudistus on paljon muutakin kuin ulkoisen ilmiasun mu

tai työmarkkinatilanteesta; kaikki tuovat oman mausteensa lentoyhtiön liiketoimintaan.

Ympäristön muuttuessa huomio kiinnittyy lentoyhtiön kykyyn selviytyä erilaisista haasteista ja vaikeuksista. Lentoyhtiö, joka on rakenteiltaan ja taloudeltaan terve sekä toteuttaa hyvää strategiaa, voi menestyä myös vaihtelevissa oloissa, jopa hyödyntää niitä.

Tämä Logbook tarjoaa monipuolisen katsauksen toimialamme kehitykseen vaikuttavista tekijöistä. Samalla luomme arvion Finnairin menestymisen mahdollisuuksista nopeasti muuttuvissa oloissa. Esittelemme lähes kymmenen vuoden päähän tähtäävän visiomme, tahtotilamme olla Pohjolan ykkönen sekä halutuin vaihtoehto Aasian ja Euroopan välisessä liikenteessä. Finnair hyödyntää kotipesän erinomaista maantieteellistä sijaintia. Strategiamme runko on Aasian ja Euroopan välinen liikenne. Verkostomme laajenee Euroopassa, Aasiassa ja Pohjois-Amerikassa yhteistyön kautta.

Laatu sekä tyylikäs ja rohkea erottautuminen kilpailijoista ovat tärkeitä elementtejä uudistaessamme identiteettiämme. Uudistus on paljon muuta-

kin kuin ulkoisen ilmiön muutosta. Olemme halunneet syventää ajatteluumme asiakasprosessin kokonaisuudesta, jotta voisimme tuoda asiakkaillemme lisäarvoa sillä, mitä ja miten asioita teemme. Haluamme tarjota heille mielenrauhaa.

Paljon matkustaville se tarkoittaa luotettavia ja helpokäyttöisiä palveluja, jotka tekevät työmatkasta tehokkaan ja miellyttävän. Vapaa-ajanmatkustajille on saatavilla hinnaltaan kilpailukykyinen tuote, jota voi täydentää tarvitsemillaan laadukkailla lisäpalveluilla.

Samalla, kun houkuttelemme asiakkaan palvelujemme piiriin, haluamme kehittää yhtiön kykyä tuottaa lisäarvoa myös omistajillemme. Olemme lisänneet organisaatiomme elastisuutta koko viime vuosikymmenen ajan.

Olemme nostaneet kustannuskilpailukykyyn liiketoimintamme kehittämisen keskiöön. Sen kiistämättömiä hedelmiä näimme viime vuonna. Vaikka toiminnallinen tuloksemme olikin muuttaman miljoonan euroa tappiolla, kannattavuutemme parani huikeasti.

E erityisen voimakasta liiketoiminnan tervehtyminen oli Lentoliikenne-segmentissä, joka sinnitteli tuhkakriisistä ja laukosta huolimatta plussalle. Liikevaihdon

kasvu päättyi lähes lyhentämättömänä tulokseen.

Työtä kannattavuuden parantamiseksi on jatkettava. Pureudumme alkaneen vuoden aikana kolmeen keskeiseen kehittämisaalueeseen: työn tuottavuuden kasvattamiseen ja prosessien tehostamiseen, reittiverkostomme tehokkuuden ja laivasotomme hyödyntämisen parantamiseen sekä konsernin rakenteellisten muutosten toteuttamiseen.

Uskon, että meillä on vielä paljon saavutettavaa Finnairin menestymisen kannalta tärkeillä alueilla. Lähtökohtamme ovat erinomaiset: erinomainen strategia, osaava ja sitoutunut henkilöstö sekä moderni ja tehokas laivasto.

Kehittämällä määrätietoisesti yhtiön elinvoimaisuutta pystymme tarjoamaan asiakkaillemme, omistajillemme, henkilöstöllemme sekä muille sidosryhmille sen, mitä nykyaikaiselta lentoyhtiöltä voi odottaa – ja enemmänkin.

Mika Vehviläinen

Toimitusjohtaja
Finnair Oyj

utosta. Haluamme tarjota asiakkaillemme mielenrauhaa."

Logbook

Kalenteri

Vuosi 2010 oli poikkeuksellisen tapahtumarikas niin hyvässä kuin haasteellisessa mielessä. Tässä vuoden merkki-paalut.



Hyvästit. Legendaarinen Boeing MD-11 jätti jäähyväiset Finnairin matkustajaliikenteelle helmikuussa. Finnair otti MD-11-koneet käyttöön ensimmäisenä koko maailmassa vuonna 1990 ja aloitti niillä menestyksensä Aasian-valloituksen vuosituhannen vaihteessa. Kapteeni **Jaakko Valli** ja perämies **Matti Asikainen** toivat viimeisen matkustajareittilennon arvokkaasti Delhistä Helsinkiin.



Facebookiin. Finnair kasvatti näkyvyyttään sosiaalisessa mediassa avaamalla maaliskuussa Facebook-sivunsa, joka osoittautui erinomaiseksi vuorovaikutuskanavaksi erityisesti poikkeustilanteissa. Vuoden 2010 lopussa fanveja oli noin 40 000.



Tuhkaa. Islannin huhtikuinen tulivuorenpurkaus aiheutti viikon kestäneen poikkeustilan lentoliikenteeseen ja Finnairille 30 miljoonan euron tappiot. Finnair joutui peruuttamaan 1 700 lentoa, mikä vaikutti 140 000 matkustajaan.



Sinisin siivin. Finnairin matkustamolehti Blue Wings on 30-vuotiaana yksi maailman vanhimista inflight-lehdistä. Ensimmäinen numero ilmestyi keväällä 1980. Blue Wings on luettavissa myös osoitteessa www.finnair.fi/bluewings.



Parhaimmistoa. Lentomatkustajat valitsivat Finnairin Pohjois-Euroopan parhaimmaksi lentoyhtiöksi puolueettoman Skytrax-tutkimuskeskuksen kyselyssä toukokuussa. **oneworld**-allianssi valittiin maailman parhaaksi lentoyhtiöallianssiksi seitsemättä kertaa.



airberlin-yhteistyötä. Heinäkuussa Finnair ja airberlin sopivat yhteistyöstä ensin Saksan ja Suomen välisessä liikenteessä, ja myöhemmin Finnairin Aasian-liikenteessä. airberlin liittyy myös **oneworld**-allianssiin.



Kasvua Aasiassa. Elokuussa Finnairin Japanin myyntiyksikkö ohitti myynnissä Suomen yksikön. Syyskuussa Finnair valittiin parhaaksi lentoyhtiöksi Kiinassa.

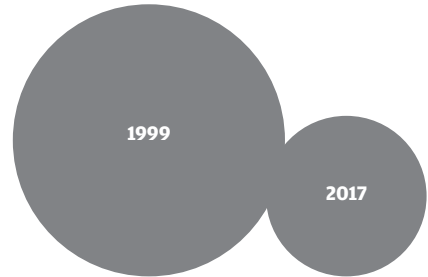
Kalenteri



Avoimuutta. Finnair julkisti syyskuussa uudistetun päästölaskurin. Laskuri on maailmassa ainoa, joka perustuu toteutuneisiin rahti-, matkustaja- ja polttoaineenkulutuskuihin kvartaaleittain. Laskelmat ovat PricewaterhouseCoopersin varmentamat.



Laatua määrittämässä. Finnair rekrytoi syyskuussa neljä Quality Hunteria kiertämään kahden kuukauden ajan Finnairin kohteissa maailmalla ja havainnoimaan laatua. Quality Hunterit jakoivat kokemuksistaan ja herättivät keskustelua bloggaamalla sivustolla www.finnair.com/rethinkquality.



Päästöt pienemmiksi. Lokakuussa lentoliikenne sopi ICAO:n johdolla päätörajoituksista. Finnair tukee rajoituksia ja vähentää omia päästöjään niitä enemmän, vuosien 1999 ja 2017 välillä 41 prosenttia istuinta kohden.



Ennätystulos ja lakko. Finnair julkisti lokakuussa ennätystuloksen kolmannelta kvartaalilta, toiminnallinen tulos oli 42 miljoonaa euroa. Samalla viikolla Ilmailualan Unionin teknisiä palveluita koskeva lakko aiheutti joitain lentojen peruutuksia.



Apua lapsille. Finnairin ja UNICEFin Change for Good -kampanja alkoi jälleen marraskuussa. Kampanjalla kerätään puhdasta vettä Intian lapsille. Finnair on yhdessä asiakkaidensa kanssa kerännyt yli miljoona euroa UNICEFin työhön lasten hyväksi.



Lakko. Matkustamohenkilökunta oli lakossa yli viikon ajan marraskuussa. Finnair pystyi lentämään lakon aikana yli kolmanneksen lennoistaan.



Lisää lentoja Aasiaan. Joulukuussa Finnair ilmoitti lisäävänsä lentovuoroja Aasian-kohteisiin. Lentoja tiuhennetaan Hongkongiin, Souliin, Nagoyaan, Osakaan ja Delhiin. Toukokuussa 2011 Finnair aloittaa lennot Singaporeen.



Uusi alkua. Joulukuussa Finnair uudisti identiteettinsä vision 2020 mukaiseksi. Finnairin visiona on kasvaa Pohjolan ykköseksi sekä halutuimmaksi lentoyhtiöksi Aasian-liikenteessä ja siinä kolmen suurimman joukkoon.



Kaukoliikenteen laivastouudistus päätökseen. Vuodenvaihteessa Finnairin laivasto kasvoi vielä kahdella Airbus A340-300 -koneella, minkä jälkeen Finnairilla on kaukoliikenteessä yhteensä 15 koneen uudistettu laivasto.

Talous



Vuonna 2010 Finnairin liikenne kääntyi takaisin kasvuun. Ilman tuhkua ja työtaisteluita myös tulos olisi noussut voitolliseksi. Kestävällä toiminnalla Finnair on varmistanut investoinnit uusiin lentokoneisiin ja siten liikenteen kasvuun. Keväällä 2011 Aasiaan lennetään ennätyselliset 74 kertaa viikossa.

Tässä osiossa kerrotaan Finnairin kasvutarinasta, syvennyttään yhtiön kirkastettuun identiteettiin sekä pohditaan vastuullista osakesijoittamista.

Teksti Taneli Hassinen

Tulevaisuuden toimiala



Lentotoimiala on omilta sisäisiltä jännitteiltään ja ajureiltaan monitahoinen. Lentoyhtiöt toimivat arvoketjunsu ehdottomina mootto-reina, mutta suurimmat liikevoittomarginaalit syntyvät toisaalla ketjussa. Kapasiteettipurskeet ja hintarallit ovat lentoyhtiöiden mobiiliin asettien synnyttämiä toimialan sisäisiä luonnonmullistuksia.

Kun nämä liikkeet yhdistyvät maailmantalouden syklooneihin, on suorastaan ihme, kuinka lentoyhtiöt pystyvät näinkin hyvin sopeutumaan voimakaisiin toimintaympäristön pysty- ja sivuvirtauksiin.

Jos lentoyhtiöt olisivatkin samalla tavoin elastisia kuin lentokoneen siivet, mukautumiskyvyn voisi ymmärtää. Perinteisten lentoyhtiöiden kustannusrakenteet ovat kuitenkin vahvasti ankuroituja suuriin kiinteisiin kustannuksiin. Sen vuoksi lentoyhtiöiden korjausliikkeet toimintaedellytysten muuttuessa ovat usein niin rajuja.

Mitä pidemmälle korjausliikkeiden kanssa viytellään, sitä epätoivoisempia manöövereitä nähdään. Lentoyhtiöiden rakenteita ei - kuten ei matkustajakoneitakaan - ole tehty taitolentoa varten. Siksi joustoa on luotava alati lisää, mikäli mieliä tarjota myös taloudellisesti tasaisempaa kyytiä.

Menneen vuosikymmenen kurimuksesta huolimatta lentoliikenne on kasvutoimiala. Ihmisten ja tavaroiden liikkuvuus on aina vain tärkeämpää eri toimialoille ja kansantalouksille. Tämä siitä huolimatta, että kommunikaatioteknologia on kehittynyt harppauksin. Itse asiassa globaalit viestintäyhteydet ovat mahdollistaneet myös aiempaa laajemmat liikeyhteydet, mikä synnyttää luonnollisesti myös tarpeen ihmisten ja tavaroiden liikkumiseen.

Maanosat eroavat toisistaan lentoliikenteen tulevaisuuden osalta. Kasvu Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa on selvästi hitaampaa kuin Etelä-Amerikassa ja erityisesti Aasiassa. Aasia on kivunnut lentoliikenteen matkustajamäärässä Pohjois-Amerikan tasolle, ja niukasti ylikin. Molemissa maanosissa syntyy noin 26 prosenttia globaalista matkustuksesta. Sen sijaan koko toimialan tälle vuodelle ennustetusta yhdeksän miljardin dollarin voitosta puolet syntyy Aasiassa.

Vuodesta 2009 vuoteen 2014 ulottuvalla viisivuotisjaksolla koko maailman lentoliikenteen

vuotuisen matkustajamäärän arvioidaan kasvavan 800 miljoonalla 3,3 miljardiin matkustajaan. Näistä 800 miljoonasta uudesta matkustajasta lähes puolet tulee Aasiasta.

Yksistään Kiinasta arvioidaan lähtevän liikkeelle yli 30 miljoonaa matkustajaa vuodessa. Tämä tekee Kiinasta nykyistäkin kiinnostavamman markkinan lentoliikenteelle. Kiinan lentoliikennemarkkinat kasvavat yli kymmenen prosentin vuosivauhtia.

Kaiken kaikkiaan Aasian arvioidaan ottavan toimialalla johtavan roolin myös sääntelyssä. Toimialan lyhyemmästä historiasta johtuen maanosassa pystytään muodostamaan nopeammin yhtenäisiä markkina-alueita, mikä edesauttaa lentoliikenteen kasvua ja konsolidaatiota. Keskittyminen suurempiin yksiköihin lisää lentoyhtiöiden tehokkuutta.

Eurooppa on lentoliikenteessä selvästi Aasiaa kypsempi markkina. Toki Euroopan ja Aasian välinen liikenne kasvaa edelleen, mutta uusi kasvu tulee ennen muuta Aasiasta. Taloudellisen aktiivisuuden kasvu lisää sekä liikematkustusta että rahdiliikennettä.

Finnair keskittyy yhä tiiviimmin Aasian ja Euroopan väliseen liikenteeseen paitsi maantieteellisen kilpailuetunsa, myös Aasiassa nopeasti vahvistuvan kasvun vuoksi. Finnairin yritysmyynti Aasiassa kasvoi viime vuonna 70 prosenttia.

Kehitys on johtamassa siihen, että Euroopan sisäistä liikennettä hoitavat edullisen kustannusrakenteen yhtiöt, joilla on selvä kustannuskilpailuetu. Perinteiset verkostoyhtiöt keskittyvät kaukoliikenteeseen, missä niiden kustannusrakenne ei aiheuta samanlaista haittaa kuin Euroopan sisäisessä liikenteessä.

Euroopassa tullaan siis näkemään alihankintaverkostoja, jotka paikallisliikenteen lisäksi syöttävät matkustajia kaukoliikenteen keskuksiin. Samalla nähdään yhä tiivimpää yhteistyötä lentoyhtiöiden välillä sekä fuusioita. Lentoyhtiöallianssit tarjoavat tälle kehitykselle hyvät alustat.

Tarve lentomatkustamiseen lisääntyy, mutta palveluja tuotetaan aiempaa tehokkaammin yhteistyötä rajoittavan sääntelyn purkautuessa Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa. Aasia näyttää kehityksessä esimerkkiä muulle maailmalle. ■

Finnairin sijoitustarina on kasvutarina



Viimeisen vuosikymmenen aikana Finnair on osoittanut, että vuosituhaten alussa silmulla olleet mahdollisuudet ovat muuttuneet todellisuudeksi. Avautuminen Aasian-strategialle on tuottanut tulosta, ja se on kantanut yhtiötä yli lentoliikenteen vaikean vuosikymmenen.

Finnairin sijoitustarinassa on edelleen potentiaalia. Aasia on suurimman kasvun ilmansuunta. Yhtiötä ollaan työstämässä iskukuntoon sen kaikilla osa-alueilla. Finnairin menestymisen avaimet ovat kannattava kasvu, kustannuskilpailukyky, erottuva asiakaskokemus ja kansainvälinen voittajajoukkue.

Lentoliikenteessä on monia pelureita. Siksi on tärkeä tunnistaa, miten lentoyhtiö voi menestyä muuttuvassa maailmassa ja kuitenkin kasvavalla toimialalla. Globaali verkostoituminen ja kehittyvien maiden vaurastuminen lisäävät matkustus-kykyä.

Määrätietoinen ote tulevaisuuteen

Finnairissa määriteltiin vuonna 2010 visio alkaneelle vuosikymmenelle. Finnair haluaa olla Pohjolan ykköslentoyhtiö laadussa, koossa ja kannattavuudessa sekä halutuin vaihtoehto Aasian ja Euroopan välisessä liikenteessä, kolmen suurimman joukossa.

Tavoitteeseen edetään uudistamalla yhtiön identiteetti vision mukaiseksi. Ulkoinen ilme viestii määrätietoista asemoitumista markkinoilla haastajana. Se ilmenee selkeytenä ja rohkeutena koneiden maalauksessa, palveluhenkilöstön asuissa, matkustamoilmeessä sekä muussa palveluympäristössä.

Finnairin menestystekijät ovat laatu, raikkaus ja luovuus. Pääasiallisena kohderyhmänä ovat Aasian ja Euroopan välillä työkeksen matkustavat. Yhä monimutkaisemmaksi käyvässä maailmassa matkustaja kaipaa mielenrauhaa. Sen tarjoaminen laatu- ja palvelutietoiselle matkustajalle on Finnairin johtotähti. Kannattavan liiketoimintamallin edellytyksenä on luonnollisesti optimaalinen matkustaja- ja tuottorakenne.

Osana uudistusta Finnair kehittää myös palveluidenteettiään. Finnairin palvelu on palkittu ja arvioitu korkeatasoiseksi useissa riippumattomissa asiakastytytyväisyystutkimuksissa. Uudistuminen luo erinomaisen pohjan erottua rohkeasti kilpailijoista myös jatkossa.

Finnairin tavoitteena ei ole olla suurin mutta kylläkin halutuin - asiakkaan silmissä tyylikäs ja liiketaloudellisesti kannattava lentoyhtiö.

Aasia-Eurooppa-liikenteessä kestävä kilpailuetu

Lyhin reitti Aasian ja Keski-Euroopan välillä kulkee Suomen yli. Puolet näiden kahden maanosan välillä tapahtuvasta liikenteestä kulkee jonkin eurooppalaisen liikenteellisen keskuksen kautta. Finnairilla on maantieteen suoma kestävä kilpailuetu.

Finnairin kotikenttä Helsingissä saranoi erinomaisella tavalla Euroopan-kohteet yhtiön Aasian-reitteihin. Aasiasta tultaessa Helsinki on ensimmäinen pääkaupunki Euroopan unionissa, jolloin yhteydet kaikkialle Eurooppaan avautuvat tehokkaimmalla mahdollisella tavalla, kokonaismatka-aika on kaikkein lyhin ja vähiten ympäristöä kuormittava.

Finnairin luonnollinen markkina-alue on Euroopan laajin, sillä myös Euroopasta liikkeelle lähdettäessä lennetään ensimmäisestä metrillä alkaen oikeaan suuntaan, kun käytetään Helsinkiä vaihtosemana. Finnairin Aasian-kohteista on yhteistyön kautta rakennettu hyvät jatko-yhteydet kaikkialle Aasian ja Tyynenmeren alueella.

Aasiassa asuu noin neljä miljardia ihmistä, ja aasialaiset kansantaloudet kehittyvät nopeasti. Esimerkiksi 25 maailman taloudellisesti nopeimmin kasvavasta kaupungista 24 sijaitsee Aasiassa. Kiinassa keskiluokka kasvaa ja vaurastuu nopeasti, mikä heijastuu työ- ja vapaa-ajanmatkustukseen myönteisellä tavalla.

Aasian ja Euroopan välisen liikenteen markkinat ovat jakautuneet monen lentoyhtiön kesken. Finnair on eurooppalaisista lentoyhtiöistä merkit-

tävimpien joukossa. Yhdellätoista Aasian-reitillään Finnair on neljänneksi suurin, joillain markkinoilla kolmanneksi suurin. Vuonna 2010 Finnairin markkinaosuus oli kuusi prosenttia, kun suurin markkinaosuus oli kymmenen prosentin tuntumassa.

Kannattavuutta verkostorakenteella

Finnairin kilpailukyky on vahvimmillaan kaukoliikenteessä, missä ratkaisevina kustannustekijöinä ovat pääomakulut ja polttoainekulut.









Finnairin vahvuus on kaukoliikennelaivaston korkea vuorokautinen käyttöaste. Valtaosaan Finnairin Aasian-kohteista ja takaisin Helsinkiin voidaan lentää 24 tunnin sisällä. Päivittäiseen reittiin sitoutuu näin yksi laajarunkolentokone. Näin voidaan vuorokautinen lentotuntimäärä pitää korkeampana kuin kilpailijoilla, mikä puolestaan alentaa yksikkökohtaisia pääomakustannuksia. Kilpailijoita lyhyemmät lentoajat Aasian-kohteisiin mahdollistavat myös pienemmät ohjaamo- ja matkustamomiehistöt.

Polttoainekustannuksia Finnair on alentanut investoimalla moderniin laivastoon. Siirtyminen nopeassa tahdissa Boeing MD-11 -kalustosta uudempaan Airbus A330- ja A340 -laivastoon on parantanut polttoainetaloutta. Myös tulevaisuudessa Finnairin kaukolennoilla nähdään uusinta lentokoneteknologiaa.

Finnairin reittirakenteen selkärangan muodostaa kaukoliikenne. Euroopan-syöttöliikenne on sen sijaan selvästi haasteellisempi laji, sillä kilpailuympäristö on armoton ja kovenee edelleen. Siksi Euroopan-verkosto on rakennettava kustannuskilpailukykyiseksi.

Finnairin Euroopan-syöttöliikenne perustuu sekä omaan, mutta yhä enenevästi myös hyvien partnereiden tuotantoon. Esimerkiksi airberlinin kanssa yhteistyö alkoi viime marraskuussa. Tämä avaa Finnairille saksankielisen Euroopan. Syöttöyhteyksiä on tarkoitus lisätä lähitulevaisuudessa. Sopivalla syöttöliikenteen rakenteella pystytään

Finnair-konsernin laivasto 31.12.2010

	Istuimia	Lukumäärä	Omat	Vuokratut	Keski-ikä
Airbus A319 	123	11	7	4	9,2
Airbus A320 	159	12	6	6	8,4
Airbus A321 	196	6	4	2	9,9
Airbus A330 	297	8	4	4	1,0
Airbus A340 	269	6	5	1	7,0
Boeing B757 	227	4	0	4	13,0
Embraer 170 	76	6	2	4	4,9
Embraer 190 	100	10	6	4	3,1
Yhteensä		63	34	29	6,7

Finnairin liikennetietoja 2006–2010

	2010	-09	-08	-07	-06
Lentotunteja	202 244	207 178	232 389	228 487	211 813
Lentokilometrejä, 1 000	135 609	139 835	155 300	147 094	133 890
Tarjottuja henkilökilometrejä, milj.	25 127	26 260	29 101	26 878	23 846
Myytyjä henkilökilometrejä, milj.	19 222	19 935	21 896	20 304	17 923
Matkustajakäyttöaste, %	76,5	75,9	75,2	75,5	75,2
Tarjottuja tonnikilometrejä, milj.	3 808	3 920	4 485	4 074	3 602
Myytyjä tonnikilometrejä, milj.	2 471	2 298	2 545	2 365	2 100
Kokonaiskäyttöaste, %	64,9	58,6	56,7	58,0	58,3
Matkustajia, 1 000	7 139	7 433	8 270	8 653	8 792
Rahtia ja postia, 1 000 kg	123 154	89 234	102 144	98 684	93 807

alentamaan yksikkökustannuksia.

Niin Euroopan-liikenteessä kuin kaukohteisakin tukeudutaan **oneworld**-allianssin sisäiseen yhteistyöhön. Jokaisesta Aasian-kohteesta avautuu runsaasti jatkoyhteyksiä laadukkaiden **oneworld**-yhtiöiden kyydissä.

Pohjois-Amerikassa Finnair lentää New Yorkiin. Yhteistyö American Airlinesin kanssa kattaa myös kaikki keskeiset Pohjois-Amerikan kohteet. Keväällä 2011 American Airlines aloittaa yhteistyölennot Chicagosta Helsinkiin, mikä syventää yhteistyötä.

Helsinki-Vantaan lentoasema Finnairin liikenteellisenä keskuksena kytkee luontevasti Finnairin syöttöreitit ja kaukoreitit toisiinsa. Lentoasemalla matkustajan on helppo liikkua ja vaihtaa lennolta toiselle. Helsingin lentoasemalla on riittävästi kapasiteettia, jotta myös tulevaisuuden kasvulle on tilaa.

Moderni laivasto rakentaa tulevaisuutta

Finnair on uusinnut kaukoliikennelaivastonsa viimeisen kolmen vuoden aikana. Boeing MD-11 -koneista on siirrytty Airbus A330- ja A340 -laajarunkokoneisiin. Finnairilla on tällä hetkellä 15 kaukoliikenteen Airbusia.

Lentokoneinvestoinnit ovat olleet osa laivaston yhdenmukaistamista, jota on tehty kapearunkolai- vaston osalta jo 2000-luvun alussa. Harmonisointi tuo kustannushyötyjä, koska koneen- ja miehistönkäyttö voidaan optimoida. Lisäksi hyödyt näkyvät niin lentokoneiden huollossa kuin miehistön koulutuksessakin.

Seuraava investointivaihe kaukoliikennelaivastoon alkaa 2014, jolloin Finnairin laivastoon liittyvät ensimmäiset uuden sukupolven Airbus A350 -laajarunkokoneet. Konetyyppi edustaa uusinta lento-

koneteknologiaa niin materiaalin, aerodynamiikan kuin moottoreidenkin osalta.

Finnair on tilannut A350-koneita 11 kappaletta. Lisäksi yhtiöllä on kahdeksan tilausvarausta. Uusilla koneilla on tarkoitus korvata nykyiset laajarunkokoneet joko osittain tai kokonaan. Finnairilla on mahdollisuus optimoida laivastonsa koko riippuen kaukoliikenteen kysyntätilanteesta.

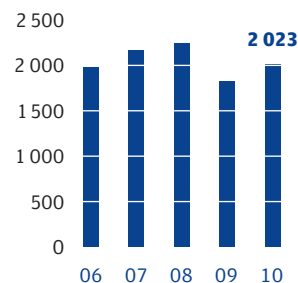
Laivaston modernisaatio alentaa polttoainekustannuksia sekä vähentää hiilidioksidipäästöjä. Molemmat seikat vaikuttavat myönteisesti sekä kustannusrakenteeseen että yhtiön toiminnan ympäristövaikutuksiin, onpa kyse sitten päästökaupasta tai ympäristöystävällisyyden tuomasta myönteisestä yritys kuvasta. Airbus A350 -kone kuluttaa istuinpaikkaa kohden yli 30 prosenttia vähemmän polttoainetta kuin Finnairin matkusta-

Avainluvut 2010

	2010	-09	-08
Liikevaihto, milj. euroa	2 023	1 838	2 256
Toiminnallinen liikevoitto, EBIT*, milj. euroa	-5	-171	1
Toiminnallinen liikevoitto*, % liikevaihdosta	-0,2	-9,3	0,0
Liiketulos, EBIT, milj. euroa	-13	-115	-58
Tulos ennen veroja, milj. euroa	-33	-125	-62
Lentotoiminnan yksikkötuotot, senttiä/RTK	70,3	67,2	75,8
Lentotoiminnan yksikkökulut, senttiä/RTK	70,2	74,3	76,6
Lentotoiminnan yksikkökulut, senttiä/ATK	45,6	43,6	43,4
Tulos/osake, euroa	-0,24	-0,76	-0,36
Oma pääoma/osake, euroa	6,67	6,45	5,87
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	183	348	233
Korollinen nettovelka, milj. euroa	238	221	-90
Omavaraisuusaste, %	36,2	34,2	36,9
Nettovelkaantumisaste (Gearing), %	27,8	26,8	-12,0
Oikaistu nettovelkaantumisaste, %	79,6	90,0	65,1
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %	-0,4	-7,8	-3,0
Henkilöstö keskimäärin	7 578	8 797	9 595

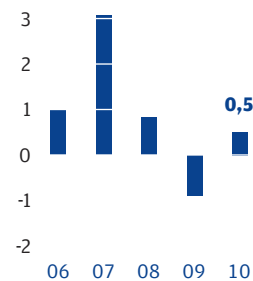
Liikevaihto

Milj. euroa



Rahavirta/osake

Euroa



* Ilman käyttöomaisuuden myyntivoittoja, johdannaisten käyvän arvon sekä huoltojen valuuttakurssausken muutoksia ja kertaluonteisia erii.

jaliikenteestä vuoden 2010 alussa poistunut Boeing MD-11 -konetyyppi.

Tulevaisuuteen taloudellisesta terveydestä käsin

Päättynyt vuosikymmen oli ilmailussa turbulentista aikaa. Kaikki lentoyhtiöt eivät sitä kestäneet, vaan päätyivät konkurssiin tai erilaisiin yritysjärjestelyihin.

Finnairissa on huolehdittu taloudellisesta terveydestä myös vaikeina vuosina. Kasvumahdollisuuksia on hyödynnetty rohkeasti liikevaihdon lisäämiseksi. Samalla toimintaa on jatkuvasti tehostettu kannattavuuden varmistamiseksi. Tavoitteena on ollut sopeutuminen sekä taloudellisen ympäristön vaihteluihin että toimialan rakenteiden pysyvään muutokseen.

Erytystä huomiota on kiinnitetty yksikkökustannusten kehitykseen ja niiden kilpailukykyisyyteen. Yhtiössä on käynnissä toimia, joilla rakenteita ja prosesseja voidaan tehostaa kustannuskilpailukyvyn parantamiseksi. Muun muassa verkostorakenteen kehittämällä on siinä keskeinen rooli.

Finnairin konsernirakennetta on kehitetty joustavammaksi. Tukitoimintojen osalta on luovuttu yksiköistä tai niiden osista, jotta kiinteitä kustannuksia saadaan muuttuviksi. Sopeuttamista on tehty myös toiminnoissa, joiden kilpailukyky markkinoilla on heikentynyt.

Vaativassa ympäristössä Finnair on uudistanut sekä Euroopan-laivastonsa että kaukoliikennelaivastonsa. Siitä huolimatta Finnairin tase on hyvässä kunnossa ja kassa-asema terve. Rahoituksessa on kyetty käyttämään lähteitä, joilla vieraan pääoman

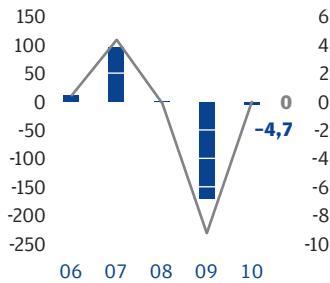
kustannukset on pidetty kurissa, kuten vientituotolaitoksia ja Euroopan investointipankkia. 250 miljoonaa euroa kerättiin vuoden 2007 lopulla osakeannilla.

Finnairin tavoitteena on saavuttaa toiminnallisessa tuloksessa keskimäärin kuuden prosentin liikevoittomarginaali syklin aikana. Sijoitetun pääoman tuottovaade on vähintään 8,25 prosenttia. Näihin tavoitteisiin on päästy yksittäisinä vuosineljänneksinä. Yrityksen johto on sitoutunut kehittämään yrityksen rakennetta ja toimintaa siten, että tavoitteet saavutetaan lähitulevaisuudessa.

Osinkopolitiikkana on jakaa kolmasosa tuloksesta. Tämä tavoite on toteutunut myös investointivaiheen aikana. ■

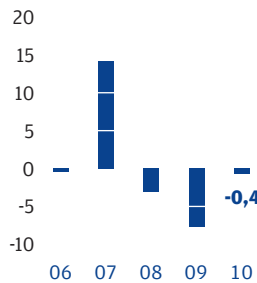
Toiminnallinen liikevoitto, EBIT *

Milj. euroa
■ % liikevaihdesta



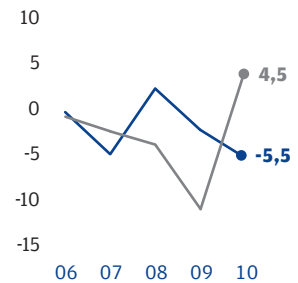
Sijoitetun pääoman tuotto

%



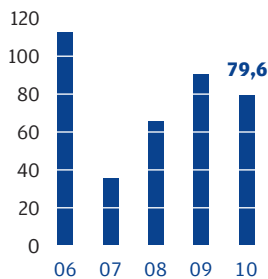
Lentotoiminnan yksikkötuotot ja -kulut

Muutos % edellisestä vuodesta
■ Yksikkötuotot, senttiä/RTK
■ Yksikkökulut, senttiä/RTK



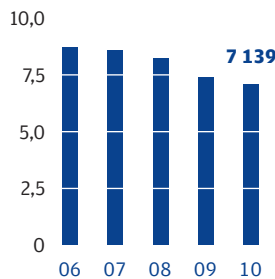
Oikaistu nettovelkaantumisaste

%



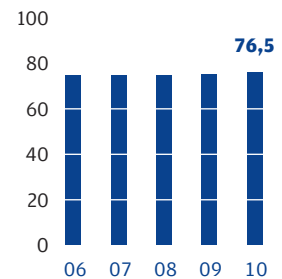
Matkustajamäärät

Milj. matkustajaa



Matkustajakäyttöaste

%



* Ilman käyttöomaisuuden myyntivoitoja, johdannaisten käyvän arvon sekä huoltojen valuuttakurssausmuutoksia ja kertaluonteisia eriä.



AASIA – KESTÄVÄ IHME



Läpi globaalin talouden myllerryksen Aasia on säilyttänyt houkuttelevuutensa liikematkailukohteena. Suuri

keskittymä dynaamisia, kehittyviä talousalueita sekä edistykselliset liikenneverkot ovat pitäneet matkustajien virran

Aasiaan tasaisena, hyödyttäen näin sekä aasialaisia että länsimaisia yrityksiä.

1970-luvulla Japani, Aasian maista ensimmäisenä, nousi globaaliksi talousmahdiksi. Hongkong, Etelä-Korea ja Singapore seurasivat pian perästä 1980-lu-



vulla. 1990-luvulla oli Kiinan vuoro, Intian noustessa vuosituhaten taitteessa. Aasian kasvu jatkuu edelleen vahvana: hiljattain Kiina ohitti Japanin maailman toiseksi suurimpana taloutena. Ja monet asiantuntijat olettavat maan ohittavan Yh-

dysvallat suurimpana talousmahtina vuoteen 2020 mennessä.

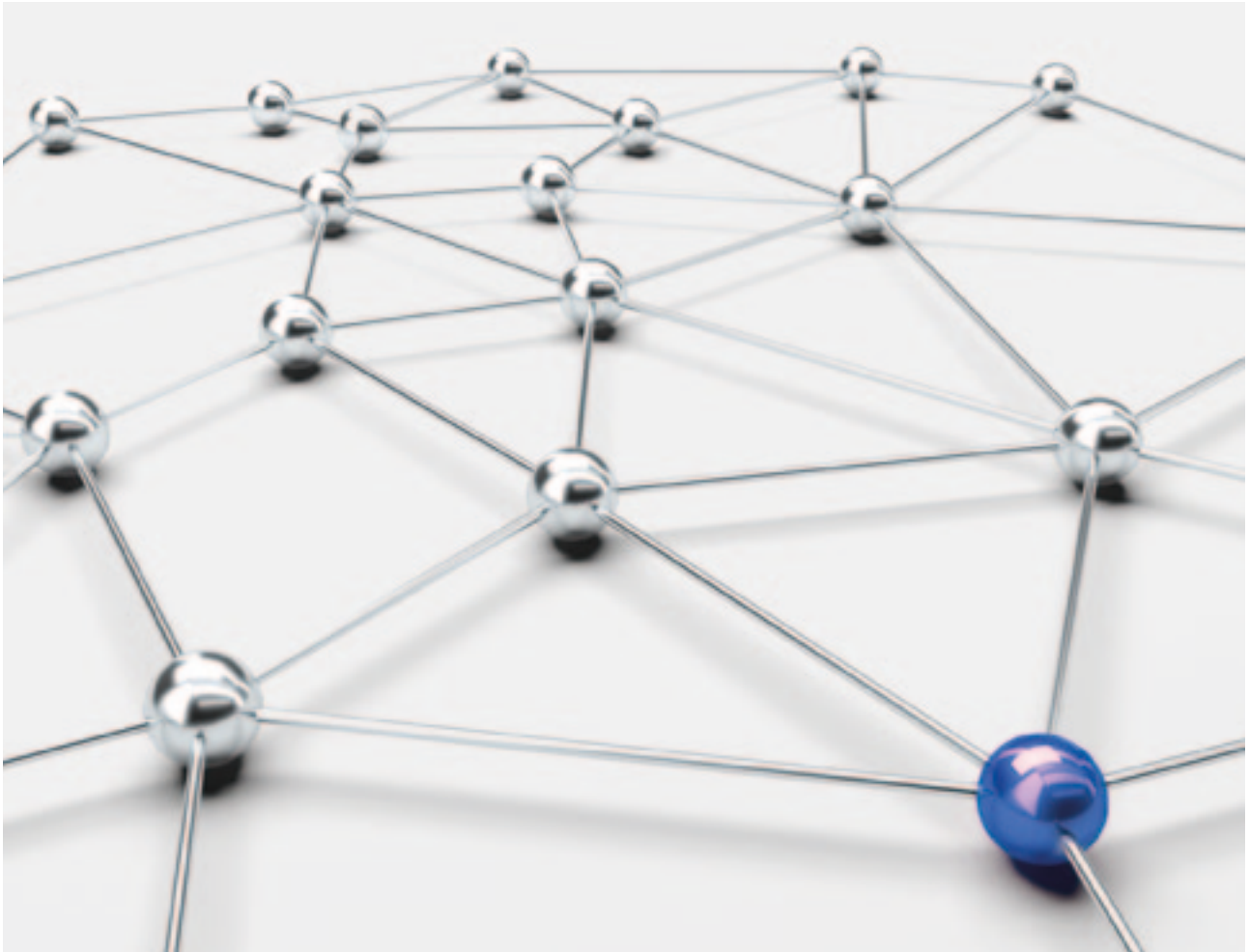
Finnairin tarjoamien kattavien Euroopan-yhteyksien sekä lyhyiden, nopeiden reittien ansiosta liikematkustaminen Aasiaan on ennennäkemättömän vaivatonta.

Aasian talousihme näyttää jatkuvan vielä pitkään... ■

📍 **Panoraama.** Matkailijat ihastelevat henkeäsalpaavaa aamuista näkymää Hong Kongin tiheään suurkaupunkiin.

 Lentoyhtiömaailmassa harva yhtiö pärjää yksin. Jokainen lentoyhtiö tarvitsee verkoston, johon kuuluu. Verkostoituminen on ollut Euroopassa erityisen voimakasta viimeisten kymmenen vuoden aikana. *Teksti Taneli Hassinen*

Finnairin verkosto laajenee kumppaneiden avulla



Lentoyhtiöt tarvitsevat yhteistyökumppaneita menestyäkseen kovenevassa kilpailussa. Osa lentoyhtiöistä on liittynyt suurempiin kokonaisuuksiin yritystostojen kautta, usein taloudellisen tilanteen pakkamana tai tasavahvojen lentoyhtiöiden fuusioiden kautta, jolloin on syntynyt suuria, uusia kokonaisuuksia.

Verkostoitumista tapahtuu myös ilman yritysjärjestelyjä, lentoyhtiöallians-

sien ja yhteistyösopimusten kautta. Allianssi mahdollistaa lentoyhtiön asiakkaille laajemman reittitarjonnan, jolloin myös aikataulut on sovitettu yhteen.

Finnair on kuulunut jo yli kymmenen vuotta maailman laadukkaimmaksi arvioituun lentoyhtiöallianssiin, **oneworldiin**, jonka jäsenyhtiöt ovat alueidensa ykköslentoyhtiöitä. Arvostetussa lentoyhtiöryhmässä Finnair edustaa Euroopan ja Aasian välistä yhteyttä. Allianssi luo sopivan

viitekehiksen myös kahdenväliselle yhteistyölle.

FINNAIR LENTÄÄ Aasiassa 11 kohteeseen, joista kumppanit tarjoavat erinomaiset yhteydet muualle Aasiaan ja Tyynenmeren alueelle. Kattava verkosto vahvistaa Finnairin Aasia–Eurooppa-strategiaa.

Hongkongista Finnair lentää yhteistyössä Cathay Pacific Airlinesin kanssa muun muassa Australiaan. Cathay Pacificin

tytäryhtiö Dragon Air laajentaa verkostoa Hongkongin lähialueilla. Myös australialainen Qantas-lentoyhtiö sekä sen tytäryhtiö Jetstar toimivat Finnairin yhteistyökumppaneina Aasiasta Australiaan ja Uuteen-Seelantiin suuntautuvassa liikenteessä. Keväällä avattava Finnairin päivittäinen reitti Singaporeen tulee muiden kohteiden ohella toimimaan porttina Australiaan.

Tärkeän lisän oneworld-yhteisöön toi Japan Airlines liittyessään sen jäseneksi 2005. Finnairin reitit Tokioon, Osakaan ja Nagoyaan kytkeytyvät Japan Airlinesin laajaan verkostoon, joka käsittää Japanin kotimaanreittien lisäksi myös Aasian metropoleja sekä Tyynenmeren kohteita.

FINNAIRIN PÄÄSTRATEGIA on Aasian ja Euroopan välinen liikenne. Suomen pieni kotimarkkina edellyttää toimivaa syöttöliikenneverkostoa Euroopassa, koska matkustuskysyntä tulee voittopuolisesti Suomen ulkopuolelta. Valtaosan syöttöliikenteestä muodostavat Finnairin 50 omaa yhteyttä Euroopan kaupunkeihin.

Euroopan syöttöliikenteessä yhteistyökumppaneilla on kasvava rooli. Tavoitteena on sekä lisätä verkoston kattavuutta että alentaa yksikkökustannuksia.

Lähiliikenteessä, johon kuuluvat kotimaan potkuriturbiinikoneilla lennettävät reitit sekä Itämeren alueen liikenne, erityisesti Baltia, Finnairin pääasiallisena yhteistyökumppanina on Finncomm Airlines. Suomalainen Finncomm Airlines pystyy kevyemmän lentokalustonsa ja kustannusrakenteensa ansiosta tuottamaan lentopalvelut Finnairia edullisemmin. Finnair omistaa yhtiöstä 20 prosenttia.

PÄÄTÖS SAKSALAISEN airberlinin liittymisestä oneworldiin syntyi viime vuonna. Vaikka itse jäsenyys alkaa vasta 2012, Finnair solmi yhteistyösopimuksen airberlinin kanssa Saksan ja Suomen väli-

sestä liikenteestä. Yhteistyö alkoi marraskuussa 2010.

Aluksi Finnair ja airberlin lentävät yhteistyössä Helsingistä Berliiniin ja Düsseldorfin. Yhteistyö laajenee myöhemmin kattamaan myös yhteyksiä näistä kaupungeista muualle Saksaan ja laajemminkin Eurooppaan.

Yhteistyö airberlinin kanssa avaa Finnairille pääsyn Euroopan ostovoimaisimmalle markkinalle, Saksan liikematkustusmarkkinoille. airberlinillä on 40 prosentin markkinaosuus kotimaassaan. Finnairin Aasian-yhteydet laajentavat puolestaan airberlinin tarjontaa liike- ja vapaa-ajanmatkustusasialle.

Finnairin kumppanit tarjoavat erinomaiset jatkoyhteydet muualle Aasiaan ja Tyynenmeren alueelle.

FINNAIRIN viime vuonna julkaistun vision mukaisesti on yhtiön tavoitteena olla vuonna 2020 Pohjolan ykköslentoyhtiö. Finnairin kasvu tulee kuitenkin Skandinavian ulkopuolelta, erityisesti Aasian-liikenteestä.

Skandinavian syöttöyhteyksien kasvattaminen on tärkeä osa Finnairin tavoitteen toteutumista. Finnair neuvottelee eri lentoyhtiöiden kanssa tehokkaan syöttöliikenneverkoston rakentamisesta.

Yhtenä neuvottelukumppanina on alueelliseen lentoliikenteeseen erikoistunut brittiläinen Flybe-yhtiö. Tehokkaan kustannusrakenteensa ansiosta Flybe pystyy alentamaan syöttöliikenteen kustannuksia.

FINNAIR JÄRKEISTI Pohjois-Amerikan-verkostoaan vuosituhannen vaihteessa. Ainoaksi reittikohteeksi jäi New York, jonne lennetään päivittäin. Finnair kuitenkin

tavoittaa Pohjois-Amerikan kohteet yhteistyön kautta. Yhteistyö oneworldiin kuuluvien British Airwaysin ja American Airlinesin kanssa kattaa keskeiset kohteet.

British Airways tarjoaa yhteydet Lontoon kautta. American Airlines kuljettaa Finnairin asiakkaat edelleen joko New Yorkista, Lontoosta tai Pariisista. Uutena avauksena American Airlines aloittaa keväällä 2011 liikenteen Chicagon ja Helsingin välillä. Yhteistyö British Airwaysin ja American Airlinesin kanssa laajentaa Finnairin verkostoa Pohjois-Amerikassa.

British Airwaysin kanssa yhteen liitynyt espanjalainen Iberia toimii yhteytenä Etelä-Amerikan kohteisiin. Iberia ei sen sijaan lennä lainkaan Aasiaan, joten Finnair ja Iberia syöttävät matkustajia toistensa kaukoliikenneverkostoon.

VENÄJÄ ON Finnairille tärkeä potentiaalinen markkina. Finnairin tavoitteena on kasvattaa osuuttaan venäläisestä matkustuksesta. Finnair-konserniin kuuluva Aurinkomatkat on aloittanut valmismatkaliikeytoiminnan Pietarissa. Lentotoiminnan aloittaminen Venäjältä käsin on haasteellisempaa.

Finnair lentää Venäjällä kolmeen kohteeseen: Moskovaan, Pietariin ja Jekaterinburgiin. Finnairin tavoitteena on saada liikenneoikeuksia lisää Venäjän Euroopan-puolisiin suurkaupunkeihin. Yhteistyö vuonna 2010 oneworld-allianssiin liittyneen S7-yhtiön kanssa mahdollistaa Finnairin laajentumisen tulevaisuudessa myös Venäjän markkinoilla. S7-yhtiö on moderni venäläinen lentoyhtiö, jonka reittiverkosto kattaa tärkeimmät keskuksat Venäjällä ja sen lähialueilla. S7 lentää yli 50 kohteeseen. ■



Yhä useampi kuluttaja ja sijoittaja haluaa päätöksillään myös vaikuttaa: raha on valtaa ja tuota valtaa halutaan käyttää maailman parantamiseen. Sijoittamisen lähtökohtana on kuitenkin tuottaa taloudellista lisäarvoa, joten hyväntekeväisyydestä ei ole kyse. Miten siis sijoittaa vastuullisesti? *Teksti Maria Mroue*

Sijoitetun pääoman tuotto

Vaikka sijoittajat ensisijaisesti haluavat rahoilleen tuottoa, on myös toisenlainen lisäarvo noussut kysytyksi. Sijoittaja odottaa taloudellisella panostuksellaan olevan vaikutusta vaikkapa ympäristö- tai sosiaalisiin asioihin. Yhtiön, johon sijoitetaan, tulee tuottaa molempia lisäarvoja.

Taloudellinen lisäarvo syntyy tietenkin yhtiön menestyksestä. Tuloksesta voidaan jakaa omistajille osinkoa ja kurssinousun myötä sijoittajien omaisuus kasvaa. Yhteiskunnallista lisäarvoa yritys voi tuottaa suoraan, jos se on keskittynyt vaikkapa ympäristötekniologian kehittämiseen. Yhteiskunnallista lisäarvoa voi kuitenkin tuottaa myös välillisesti, vastuullisella liiketoiminnalla.

Jos yritys menestyy vastuullisuudessa toimialansa vertailussa, se tuottaa vastaavan tuotteen tai palvelun kuin kilpailijansa, mutta esimerkiksi vähemmän ympäristöä kuormittaen. Jos sekä sijoittajat että kuluttajat suosivat tällaista

yritystä, vie se koko toimialan vastuullisuutta eteenpäin, sillä muut haluavat saman kilpailuedun. Kun kuluttajat tekevät ostopäätöksiä vastuulliselta pohjalta, nousee myös näiden yritysten arvo, jolloin sijoittajalle syntyy taloudellista lisäarvoa.

Raha on valtaa ja tuota valtaa halutaan käyttää maailman parantamiseen. Hyväntekeväisyydestä ei kuitenkaan ole kyse.

KUULOSTAA HYVÄLTÄ: sijoittamalla vastuullisesti voi parantaa paitsi kukkaronsa, myös maailman tilaa. Mutta miten löytää vastuullisia sijoituskohteita?

Vastuullisen sijoittamisen määrittelystä on hyvä aloittaa. Eettisellä sijoittamisella on juuret melko pitkällä historiassa. Englannissa kirkkojen rahastot alkoivat 1940-luvulla noudattaa ohjenuoria siitä, miten varat tulisi sijoittaa. 1965 puoles-

taan perustettiin Euroopan ensimmäisenä yhteiskuntavastuullisena eli SRI-rahastona (Socially Responsible Investment) tunnettu Aktie Ansvar Myrberg.

Käsitteitä eettinen ja vastuullinen sijoittaminen käytetään usein lähes päällekkäin. 1990-luvulla eettinen sijoittaminen perustui siihen, että tiettyihin epäeettisiksi katsottuihin toimialoihin, kuten vaikkapa ase-, alkoholi- tai tupakkateollisuuteen, ei sijoiteta lainkaan.

Eettisen sijoittamisen vaikeus on asioiden suhteellisuus. On vaikeaa määritellä, onko laadukkaiden viinien tuottaminen tai aseiden valmistaminen vaikkapa YK:n rauhanturvaamistehtäviin epäeettistä.

Eettisestä sijoittamisesta on siirrytty käyttämään enemmän käsitettä vastuullinen sijoittaminen, jossa pyritään valitsemaan kultakin toimialalta vastuullisimmat yritykset. Vastuullinen yritys kohtelee työntekijöitään, ympäristöään ja yhteistyökumppaneitaan hyvin. Vastuullisen sijoittamisen avuksi on olemassa kriteerejä, joilla arvioidaan yritysten si-

...parempi maailma?

toutumista vastuullisuuteen ja kestävään kehitykseen. Aivan yksiselitteistä reseptiä vastuulliseen sijoittamiseen ei kuitenkaan ole.

YK ON LAATINUT vastuullisen sijoittamisen periaatteet (United Nations Principles for Responsible Investment, www.unpri.org), jotka koostuvat kuudesta osa-alueesta. Periaatteet eivät kuitenkaan anna konkreettisia työkaluja sijoittajille arvioida sijoituskohteiden vastuullisuutta.

Vastuullisista yrityksistä tehdään erilaisia pörssi-indeksejä. Suomessa NASDAQ OMX:llä on OMX GES Sustainability Finland Index, johon kuuluu 40 vastuullisinta Helsingin pörssiin listattua yritystä. Valinta on tehty 80 vaihdetuimman osakkeen joukosta. Finnair kuuluu OMX GES Sustainability Finland -indeksiin.

Globaaleja indeksejä ovat esimerkiksi Dow Jones Sustainability Indexes. Dow Jonesin indekseihin pääsevät vain maailman 6 000 suurimman yrityksen jouk-

koon lukeutuvat yhtiöt. Myös FTSE4Good Sustainability Index on arvostettu vastuullisuusindeksi.

Piensijoittaja voi toki laittaa rahansa yksittäisiin vastuullisiin yhtiöihin, mutta avuksi on koottu myös vastuullisia rahastoja, joihin voi sijoittaa.

ENTÄ MITÄ HYÖTYÄ vastuullisuudesta on liiketoiminnalle, ja kuinka vastuulliset yritykset pärjäävät taloudellisen lisäarvon mittareilla?


Vastuullisuus liittyy läheisesti yritysten riskienhallintaan. Ympäristömuutoksiin varautunut yhtiö pärjää esimerkiksi sääolosuhteiden muutoksessa, eikä kompurointi heikennä menestymisen edellytyksiä. Paljon ehtyviä luonnonvaroja käytävä toiminta puolestaan ei voi pitkään menestyä ja tuottaa voittoa muuttamatta toimintatapojaan.

Hyvää hallintotapaa noudattavat ja henkilöstöstään huolehtivat yritykset houkuttelevat riveihinsä alan parhaita osaajia, eivätkä hukkaa resursseja tur-

han tiheään työvoiman vaihtuvuuteen. Nykyisin myös asiakaskunta voi nopeasti esimerkiksi sosiaalisessa mediassa nostaa esiin yrityksen toiminnassa huomattavaan puutteita ja saada aikaan ostoblokkotteja. Vastuullisuuden unohtaneet yritykset voivat siis karkottaa asiakkaansa ja tahrata imagonsa, jolloin myös yhtiön osakekurssi laskee ja sijoittajatkin menettävät omaisuuttaan.

Kauppalehdessä todettiin marraskuussa 2010, että tuottokäyrien mukaan uudempi vastuullinen sijoittaminen, joka ei sulje mitään pois vaan pisteyttää salkkuunsa kestävimmit yhtiöt eri aloilta, tuottaa ainakin yhtä hyvin kuin vastuulle kintaalla viittaavat yhtiöt.

Verrattaessa suomalaista OMX GES Sustainability Finland -indeksiä OMX Helsinki Benchmark -vertailuindeksiin huomataan, että indeksit kulkevat melko samanlaista polkua. ■

 Lennot Finnairin uusimpaan kohteeseen, Singaporeen, käynnistyvät touku-kuussa 2011. Finnairin tuore Singaporen myyntiyksikön vetäjä **Petteri Kostermä** on uudessa paikassa tehtävänään myydä ennestään melko tuntemattoman lentoyhtiön lippuja Eurooppaan. Millaisilla myyntivalteilla uudesta kohteesta haalitaan asiakkaita? *Teksti Maria Mroue*

Mikä myy Aasiassa?

Useimmat aasialaiset matkustajat haluavat lentää öisin.

– Näin he säästävät hotellikustannuksia ja työaikaa. Finnairilla on siis Singaporesta katsottuna priimatuote: päivittäinen yhteys sopivalla aikataululla, Kostermä kuvailee.

Finnair liikennöi Helsingistä Singaporeen päivittäin klo 23.30. Perillä ollaan klo 16.10. Singaporesta Helsinkiin lähdetään klo 23.30 ja Helsinkiin saavutaan klo 6.35.

Entä mikä muu on tärkeää? No, kohdevalikoima tieteenkin. Laajarunkokoneet tuskin täyttyvät singaporelaisista, jotka haluavat sankoin joukoin tulla tutustumaan juuri Helsinkiin.

– Heitäkin toki on. Singaporelaiset ovat matkustusalttiita ja uteliaita, eikä Pohjoismaihin ole aiemmin ollut tarjontaa. Suomi on täällä tunnettu maa ja pohjoisen luonto sekä esimerkiksi hyvä koulutustasomme kiinnostavat. Tärkeämpää Finnairille on kuitenkin esittäytyä koko Euroopan lentoyhtiönä, sillä Singaporen lennoilla on erinomaiset jatkoyhteydet noin 50 Euroopan-kohteeseemme, Kostermä kertoo.

Singaporessa on lisäksi paljon esimerkiksi Euroopasta Singaporeen töihin muuttaneita ihmisiä.

– Näiden ihmisten suku ja ystävät ovat usein Euroopassa, mikä synnyttää luonnollisesti matkustustarpeita, Kostermä huomauttaa.

ENITEN FINNAIRIN SINGAPOREN-REITILLE kuitenkin odotetaan työmatkustusta Singaporen ja eri Euroopan kaupunkien välille.

Sujuva vaihto Helsingissä on siis kaiken a ja o. Moniin Euroopan-kohteisiin kun ei Aasiasta ole suoria lentoja, jossain on vaihdettava. Silloin etusijalla on tietenkin yhtiö, jolla on tarjota paras aikataulu ja sujuva vaihto.

– Monet ovat kyllästyneet suurien kenttien ruuhkiin ja hitauteen. Helsinki-Vantaa on sujuva ja kompakti, eikä lentoa vaihtaessa tarvitse siirtyä terminaalista toiseen. Lisäksi aikaa voitetaan, kun Helsingin kautta on suoriin reitti suurimpaan osaan Eurooppaa, Kostermä sanoo.

Liikematkustajan kannalta itse vaihtokaan ei välttämättä ole miinusta – päinvastoin.

– Yölennon jälkeen on mukava jalotella hiukan ja valmistautua työpäivään loungessa. Myös joulukuussa 2009 avattu Finnair Spa & Sauna on ehdottomasti myyntivaltti, jollaista muualla Euroopassa ei ole. Suihku, sauna tai vaikkapa virkistävää hoitoa ennen määränpään saapumista antaa aivan erilaisen startin päivän kokouksiin, Kostermä huomauttaa.

Finnairin liikematkustajille suunnattu tuote on Kostermään mukaan muutenkin kunnossa.

– Bisnesluokkamme on upea. Bisnespaikkoja ei koneissamme ole valtavaa määrää, joten miljöö säilyy eksklusiivisena. Pystymme yhä paremmin huomioidaan ja tunnistamaan jokaisen asiakkaamme, mikä on tärkeä osa erottuvaa palvelukokemusta. Itse aion oppia tuntemaan jokaisen Singaporesta lähtevän bisnesasiakkaamme, Kostermä kertoo.

Finnairilla on Singaporesta katsottuna priimatuote: päivittäinen yhteys sopivalla aikataululla.

FINNAIRIN AASIAN-LENTOJEN matkustajista yleensä puolet lähtee Aasiasta ja puolet Euroopasta. Poikkeuksena ovat Japanireitit, joilla noin 70–80 prosenttia matkustajista on Japanista. Thaimaan-lennoilla suurin osa matkustajista puolestaan on Skandinaviasta.



– Singaporen-lentojen matkustajakauma tulee olemaan samantyyppinen kuin muidenkin Aasian-lentojen, mutta Singaporen-reitille odotamme matkustajavirtaa myös Australiasta, Kostermä kertoo.



SINGAPORESSA PÄTEE sama edellytys kuin muissakin Finnairin Aasian-kohteissa: jos mieli saada kyytiinsä paikallisia, on myös matkustamohenkilökunnan joukossa oltava paikallisen kielen ja kulttuurin tuntevia henkilöitä.

– Singapore on monikulttuurinen maa, joten palvelussa ja vuorovaikutuksessa on huomioitava monenlaisia erityispiirteitä. Aasialaiset kulttuurit eroavat paljon eurooppalaisista ja lisäksi myös toisistaan. Paikallinen palveluhenkilökunta

matkustamossa ja myyntityössä on siis ennen kaikkea hyvän palvelutason takaamista ja asiakkaan huomioimista. Lisäksi monelta väärinkäsitykseltä ja suoranaishetä virheeltä vältytään, kun huomioidaan kulttuurierot, Kostermaa kuvailee. ■



KEVÄÄN HERÄÄMINEN



Japanissa Sakura-kirsikkapuiden kukinta on innolla odotettu, joka-keväinen uuden alkamisen symboli. Puut

kukkivat vain yhden viikon, nappujen vallatessa kaupungin toisensa perään saateiden ja ilmasto-olosuhteiden mukaan.

Kukintakausi alkaa tyypillisesti kevään kynnyksellä maaliskuun lopulla ja toukokuun alkupuolelle tultaessa viimeinenkin kukka on yleensä lakastunut. Japanilaismediat käynnistävät kauden kuitenkin jo viikkoja ennen ensimmäistä



kirsikankukkaa ennustamalla missä ja milloin kukintakausi kunakin vuonna alkaa. Tapahtuma on kansallisesti merkittävä, ja japanilaiset seuraavat ennakkoraportteja herkeämättä, että pääsevät nauttimaan kukinnan herkeästä, nopeasti

ohi menevästä loistosta.

Kun ensimmäiset puut puhkeavat kukkaan, moni aloittaa hanami-juhlaan valmistautumisen. Hanami – suoraan käännettynä ”kukkien katselu” – on juhla, jossa istutaan perheen ja ystävien ympä-

röimänä kukkivan puun juurella ja riemuitaan sekä kukista että vaihtuvasta vuodenajasta. Mikä olisikaan parempi tapa juhlistaa uutta alkua, jota kirsikan hennot, aavistuksen vaaleanpunaiset kukat symboloivat? ■



Finnairin uudistunut identiteetti on uusi alku kohti tulevaisuutta. Kokonaisvaltainen niin ilmeessä kuin palvelussakin näkyvä muutos on perinteitä kunnioittavaa, asiakasta varten luotua designia, jonka tehtävänä on tuoda mielenrauhaa matkustuskokemukseen. *Teksti* Maria Mroue

Raikas uusi alku

Finnair lupaa olla asiakkaalleen *designed for you*. Tämä tarkoittaa asiakkaasta huolehtimista koko matkustuksen ajan, matkan varaamisesta aina perille pääsyyn asti. Samalla se tarkoittaa yhä yksilöllisempiä ja siten relevantimpia palveluita, juuri sinua varten tuunattua tuotetta.

– Asiakaskuntamme muuttuu jatkuvasti ja odotukset palveluamme ja identiteettiämme kohtaan elävät sen mukana. Menestyminen kilpailuilla kansainvälisillä markkinoilla edellyttää myönteistä, mutta rohkeaa erottumista niin ulkoisesti kuin palvelun sisällönkin osalta, Finnairin toimitusjohtaja **Mika Vehviläinen** sanoo.

Finnair uudistaa palvelu- ja visuaalisen identiteettinsä keväällä 2010 julkistetun Visio 2020 -suunnitelman mukaisesti. Visuaalinen uudistus kattaa yritystunnuksen, lentokoneiden maalaukset ja matkustamoilmeen sekä virkapuvut ja palvelutilat. Palveluidentiteetin uudistaminen käynnistyi vuoden 2011 alussa. Sen yhteydessä uudistetaan palveluperiaatteet yksilöllisyyteen ja design-ajatteluun pohjautuen. Matkustuskokemus muotoillaan miellyttäväksi, helpoksi ja raikkaaksi kokonaisuudeksi.

DESIGN ON vahva osa Finnairin perimää. Designilla ei tarkoiteta ainoastaan tarjoiluastiastoja, palveluasuja tai koneen sisustusta. Finnairin muotoilu ulottuu esimerkiksi reittiverkoston suunnittelusta, palveluun ja kanta-asiakasohjelmaan saakka. Hyvällä suunnittelulla ja muotoilulla luodaan käytännöllinen ja toimiva, mutta samalla mieleenpainuva ja yllättävä matkustuskokemus.

– Finnairin design on aitoa, konstailematonta, käytännöllistä, tyylikästä ja ajatonta, Vehviläinen kertoo.

Finnairin design lupaa nyt entistä voimakkaammin olla juuri asiakasta varten. Paljon matkustaville Finnair tarjoaa

luotettavat ja helppokäyttöiset palvelut, jotka tekevät työmatkasta tehokkaan ja miellyttävän. Vapaa-ajanmatkustajille on saatavilla hinnaltaan kilpailukykyinen tuote, jota voi täydentää tarvitsemillaan laadukkailla lisäpalveluilla.

– Kaikki asiakkaat ovat meille tärkeitä. Ensisijainen kohderyhmämme on kuitenkin Aasian ja Euroopan välillä liikkuvat työmatkustajat, matkustusluokasta riippumatta, Vehviläinen kertoo.

Finnairin design on aitoa, konstailematonta, käytännöllistä, tyylikästä ja ajatonta.

UUDEN FINNAIRIN väritys on evoluutiota yhtiön perinteisestä värityksestä. Valkoisen sävy on nyt kirsikankukanvalkoinen, joka on paitsi esteettisesti silmää miellyttävä, myös symbolisesti uutta alkua merkitsevä. Syvä sininen henkii laatua ja arvokkuutta, ja hopea tuo väritykseen klassisuutta ja raikkautta.

Finnairin uusi yritystunnus on kehitetty aiemmasta tunnuksesta ajanmukaistamalla ja raikastamalla. Moderni yleisilme on entistä vaaleampi valkoisen ja hopean täydentäessä logon arvokasta tummansinistä.

Finnairin nimilogo ja F-tunnus ovat vuosikymmenet toimineet yhdistelmänä, mutta uudistuksen myötä ne saavat dynaamisemman ja modernimman roolin omina elementteinään. Ilmeen uudistamisessa on yhteistyökumppanina ollut mainostoimisto SEK&Grey.

Identiteettiudistuksen kustannukset ovat noin kymmenen miljoonaa euroa, joista merkittävä osa, kuten virkapukujen ja konemaalausten uudistukset, on sellaisia, joita olisi tullut joka tapauksessa seuraavien vuosien aikana. Finnairin lai-

vasto maalataan uuden ilmeen mukaiseksi vuoteen 2013 mennessä, kaukoliikenteen koneet ensi vuoden kuluessa. Maalauksia ja sisustuselementtejä uudistetaan siis ympäristöä säästämällä siinä vaiheessa, kun vanha on jo muutenkin elinkaarensa päässä.

FINNAIRIN UUDISTUNUT identiteetti nojaa kolmeen menestystekijään: laatuun, raikkauteen ja luovuuteen.

– Hyvä design ja korkeatasoinen palvelu vaativat kykyä kuunnella, ennakoida ihmisten tarpeita ja luoda niihin innovatiivisia ratkaisuja, Finnairin kaupallinen johtaja **Mika Perho** kuvailee.


Laatu merkitsee tarkkaan mietittyjä ja huolella toteutettuja yksityiskohtia ja näkyy toimivana kokonaisuutena. Asiakkaalle laatu tuntuu turvallisuutena ja luotettavuutena.

Raikkaus vetoaa aisteihin. Finnairin modernit koneet ovat siistejä ja palvelun yksityiskohdat hiottuja. Raikkaus näkyy myös palvelun asenteessa ja matkan sujuvuudessa.

Luovuus tarkoittaa innovatiivisuutta ja asiakkaiden tarpeiden ennakoivaa huomioimista. Luovuus on valtavirrasta erottuvaa, persoonallista ja alati uudistuvaa ja kehittyvää. ■




➤ **Näyttävää ja käytännöllistä.** Finnairin matkustamohenkilökunnan uudet, **Ritva-Liisa Pohjalaisen** suunnitellut virkapuvut ovat osa Finnairin kokonaisvaltaista identiteetin uudistusta. Pukujen suunnittelussa on huomioitu työergonomian vaatimukset, ja niistä on tehty moderneja ja design-perintöä kunnioittavia. Materiaalina on nanoteknologiaan perustuva villasekoite, joka joustaa kahteen suuntaan. Nanokäsittely myös suojaa materiaalia lialta ja nesteiltä. Väreinä ovat syvä yönsininen ja puhtaanvalkoinen.

 Finnair julkaisi keväällä 2010 uudistetun vision, jossa se tähtää vuoteen 2020 mennessä Pohjolan ykköseksi sekä halutimmaksi vaihtoehdoksi Aasian-liikenteessä. Aasian ja Euroopan välisessä via-liikenteessä Finnairin tavoitteena on olla kolmen suurimman joukossa. *Teksti Maria Mroue*

Moderni silkkitie



 **Kysyntään vastaten.** Finnairin laaja ja tiheä reittiverkosto kaukoliikenteessä tukee kasvavaa matkustustarvetta sekä tehostaa tavaroiden jakeluverkostoa.

Finnairin tähtäimessä on kasvava päästrategiansa alueella, eli Aasian ja Euroopan välisessä liikenteessä halutuimmaksi vaihtoehtoksi sekä kolmen suurimman joukkoina via-liikenteessä. Via-liikenteellä tarkoitetaan matkustusta, jossa määränpäiden välillä tehdään välilasku, Finnairin tapauksessa Helsingissä. Tässä kilpasarjassa Helsingin maantieteellinen sijainti lyhimmän reitin varrella on oiva kilpailuetu.

– Pohjolan ykkönen tarkoittaa meille, että lennämme enemmän ja kannattavammin kuin muut ja olemme laadukkaita, Finnairin toimitusjohtaja **Mika Vehviläinen** määrittelee.

Finnairin visio 2020, eli olla Pohjolan ykkönen ja halutuin Aasian-liikenteessä, vaatii taakseen onnistuneen kasvustrategian. Finnairilla kasvun perustana ovat Aasian kasvavat markkinat, parhaimmat lentoyhteydet sekä kustannuskilpailukyky. Menestystekijät ovat laatu, raikkaus ja luovuus.

– Aasian-strategiamme on jo käytännössä testattu toimivaksi viimeisen vuosikymmenen aikana. Tulevaisuudenvisio on hyvä rakentaa tukevalle pohjalle, Vehviläinen huomauttaa.

Kuljettava tie muuttaa muotoaan, jolloin organisaation on muovattava itsensä nopeasti maastopyörästä kilpapyöräksi ja tarvittaessa vaikkapa kanootiksi.

FINNAIR TAVOITTELEE työ- ja vapaa-ajanmatkustuksen sekä rahdin asiakaskuntaa ensisijaisesti kotimarkkinoiltaan Pohjois-Euroopasta sekä Aasian nopeasti kasvavista kansantalouksista.

Yhteisöllisyyden käsite muuttuu yhä globaalimmaksi. Työhön ja vapaa-aikaan liittyvä yhteydenpito kasvaa huikaisesti tulevina vuosina.

– Teknologia tarjoaa tähän monta muotoa. Inhimillistä, kasvokkain tapahtuvaa vuorovaikutusta ei kuitenkaan korvaa mikään, onpa kyse liiketuttavista, sukulaista tai ystäväistä, Vehviläinen toteaa.

Jo nyt on nähtävissä, että yhteydenpidon laajeneminen ja lisääntyminen itse asiassa kasvattaa matkustustarpeita. Onhan luontevaa haluta oikeasti tavata läheisiä ihmisiä, vaikka tutustuminen ja päivittäinen yhteydenpito sujuisivatkin etäisyyskän päältä.

Toinen kasvussa oleva alue on tavaroiden nettimyyni. Netistä on yhä helpompaa ostaa tuotteita eri puolilta maailmaa, mikä puolestaan kiihdyttää rahtipalveluiden kysyntää. Asiakkaan ei enää välttämättä tarvitse liikkua kotoaan ostoksille, mutta tavaran täytyy liikkua asiakkaan luo. Finnairin laaja ja tiheä kaukoliikennereittiverkosto muodostaa tehokkaan osan tavaroiden jakeluverkostoa.

VISION MUKAISESTI Finnairin identiteetti uudistuu ja perustuu design-ajatteluun. Finnair haluaa vastata asiakastarpeisiin ja -odotuksiin ennakkoluulottomilla ja innovatiivisilla ratkaisuilla. Kovassa kilpailussa Finnair tähtää houkuttelevuuteen rohkeasti erottuvalla matkustuskokemuksella. Palvelu muotoillaan miellyttäväksi, helpoksi ja raikkaaksi kokonaisuudeksi.

Finnairin visio rakentuu hyvälle reittiverkostolle, jonka avulla asiakas kuljetaan sujuvasti määränpäähänsä.

– Finnairin palvelutarjonta perustuu omaan, korkealuokkaiseen tuotantoon sekä huolella valituista yhteistyökumppaneista muodostuvaan verkostoon. Tehokkaat ratkaisut palveluiden tuottamisessa mahdollistavat myös kilpailukykyisen hinnoittelun, Vehviläinen perustelee.

Finnairin liikenteellisenä keskuksena on Helsinki-Vantaan lentoasema, joka on toistuvasti sijoittunut vertailuissa maailman huipulle. Helsingin maantieteellinen sijainti lyhimmän reitin varrella Aasian ja Euroopan välillä on Finnairin kotipesän kiistaton etu. Yhteistyöverkoston rungon muodostaa oneworld-allianssi.

Parhaimmat kasvumahdollisuudet Finnairilla on Aasian ja Euroopan välisessä liikenteessä. Finnairin kotimarkkina laajentuu voimakkaammin Skandinaviiaan, missä erityisesti Finnairin Aasian-tuote on ylivoimainen. Liikenne Intian ja Pohjois-Amerikan välillä on myös luonteva laajentumis-suunta.

UUDISTUNEeseen VISIOON kytkeytyy tukevasti kestävä kehitys, jonka vaalimisessa Finnairilla on vuosikymmenten kokemus. Finnairin tavoitteena on olla laadukasta palvelua arvostavan ja ympäristötietoisien asiakkaan halutuin vaihtoehto.

Investointi moderniin laivastoon on keskeisin ilmaus Finnairin sitoutumisesta kestäväan kehitykseen. Vuodesta 2009 vuoteen 2017 mennessä Finnairin tavoitteena on vähentää päästöjä matkustajaa kohden 24 prosentilla. Näin päästöjen kokonaisvähennys aikavälillä 1999–2017 on 41 prosenttia.

MENESTYKSEKÄS TULEVAISUUS luodaan osaan ja ammattitaitoisen henkilöstön voimin. Finnairille pääosaa esittää asiakas, jonka matkustuskokemuksesta muotoillaan rohkeasti erottuva voittajajoukkueen taidoilla. Kansainvälisellä kilpailukentällä myös ammattitaidon on oltava kansainvälistä.


Finnairilla kasvun perustana ovat Aasian kasvavat markkinat, parhaimmat lentoyhteydet sekä kustannuskilpailukyky.

Visiossa finnairilainen johtajuus määritellään tavoitteelliseen tiimityöskentelyyn kannustavaksi. Koko henkilöstö kantaa yhdessä vastuun yrityksen jatkuvasta kehittämisestä ja henkilöstön osaamista kehitetään asiakkaan eduksi.

– Kovenevassa kilpailussa joustavuus nousee yhä tärkeämmäksi. Toimintatapojen on elettävä ketterästi muuttuvan ympäristön mukana ja vision saavuttamiseksi myös rakenteidemme on kehityttävä mahdollisimman joustaviksi, jotta kustannustaso pystytään pitämään kilpailukykyisenä, Vehviläinen luonnehtii.

Käytännössä siis jatkuva muutos on yhä voimakkaammin normaalitila. Tavallaan kuljettava tie muuttaa muotoaan, jolloin myös organisaation on muovattava itsensä nopeasti maastopyörästä kilpapyöräksi ja tarvittaessa vaikkapa kanootiksi, jotta kulku eteenpäin ei vaikeutuisi.

KAIKEN KAIKKIAAN Finnair suuntautuu vahvasti tulevaisuuteen. Tärkein arvo lentämisessä on turvallisuus. Myös laatu ja tehokkuus ovat Finnairin toimintaa ohjaavia määreitä. Terve talous ja kustannuskilpailukyky puolestaan takaavat jatkuvuuden. Finnair haluaa olla toimialallaan haluttu sijoituskohde, joka pystyy kasvavan liikevaihdon ja tehostuvan kustannusrakenteen kautta tarjoamaan kilpailukykyisen tuoton sijoitetulle pääomalle. ■

 Kanta-asiakaskortteja alkaa monessa lompakossa olla joka lähtöön, eikä kaikista enää ole hyötyä asiakkaalle tai kanta-asiakkuutta tarjoavalle yrityksellekään. Millaisella reseptillä rakennetaan siis kanta-asiakkuusohjelma, joka houkuttelee asiakasta ja toisaalta tarjoaa myös yritykselle etua sitoutuneen asiakkaan kautta? *Teksti Maria Mroue*

Tunnustuksena sitoutumisesta



 **Kanta-asiakkaille.** Uudella Finnair Plus ja Diners Club -yhteismäkartilla jokaista ostokseen käytettyä euroa kohti kertyy vähintään kaksi Finnair Plus -pistettä. Gold- ja Platinum-tasoilla pistekertymä on korkeampi. Uutuuskortin haltijat pääsevät muiden etujen lisäksi veitotuksesta noin 250 Diners Club -loungeen lentoasemilla ympäri maailman.

Yritykselle kanta-asiakkuus on keino sitouttaa asiakkaita käyttämään palvelujaan, mutta asiakkaan on löydettävä kanta-asiakkuudesta sopiva porkkana itselleen, jotta liittyminen ja aktiivinen osallistuminen ohjelmaan kiinnostaisivat.

– Olennaisin asia kanta-asiakkuusohjelmassa on se, että siitä on asiakkaalle aidosti iloa. Muuten yrityksen ei kannata edes ryhtyä siihen, sillä silloin ohjelmasta ei ole etua yrityksellekään, Finnairin kanta-asiakasohjelmasta vastaava johtaja **Mikko Tuomainen** kiteyttää.

Tuomainen kuvailee kanta-asiakkuuden olevan syvemmälle vietyä asiakkuutta, eräänlaista kumppanuutta.

– Meidän on annettava asiakkaalle syvä käyttöä meitä ja palkita sitoutumisesta, vastineeksi he käyttävät palvelujamme, jolloin molemmipuolinen hyöty syntyy, Tuomainen kertoo.

FINNAIR PANOSTAA paljon kanta-asiakkaisiin tutustumiseen. Asiakkaan mieltymyksiä ja tapoja tuntemalla on mahdollista tarjota juuri kyseiselle asiakkaalle sopivia tarjouksia ja etuja.

– Kanta-asiakkuudessa oikeiden asioiden tarjoaminen asiakkaalle oikeaan aikaan nousee yhä tärkeämmäksi. Asiakkaalle se on hyvää palvelua, yksilönä huomiointia ja vaivan vähentämistä, kun taas yritykselle se tuottaa onnistuessaan enemmän myyntiä kustannustehokkaasti ja ohjaa resurssit asiakkaan hyödyksi, Tuomainen toteaa.

Tällainen asiakkaiden tunteminen on kuitenkin kovan työn takana. Ensinnäkin ansaittava asiakkaiden luottamus, jotta he luovuttavat tietojaan. Tietoja luonnollisesti käytetään luottamuksellisesti vain asiakkaan tahtomalla tavalla, eikä niitä luovuteta eteenpäin. Sen jälkeen on vielä oltava oikeat järjestelmät ja tehtävä paljon tiedon analysointia, ennen kuin tietoja voidaan aidosti käyttää asiakaskokemuksen parantamiseen.

– Ensimmäinen askel kanta-asiakkaan saamiseen tehdään yleensä markkinoinnin ja myynnin ponnistuksin, joiden avulla asiakas saadaan lentokoneeseen ensimmäisen kerran. Seuraavana asiakas on vakuutettava palvelulla ja vasta sen jälkeen voimme ehdottaa syvempää sitoutumista eli kanta-asiakkuutta, Tuomainen listaa.

FINNAIR PYRKII tarjoamaan kanta-asiakkailleen mahdollisimman laajan valikoiman etuja. Kerättyjä pisteitä voi siis käyt-

tää monella tavalla: lentojen ja matkustamiseen liittyvien palveluiden lisäksi pisteillä voi hankkia vaikkapa design-esineitä, urheiluvälineitä tai elektroniikkaa. Pisteitä voi lahjoittaa esimerkiksi Lastenkliniikoiden pikkupotilaiden iloksi tai Itämeren hyväksi.

– Tarkoituksenamme on antaa asiakkaalle valinnanvapaus niin laajasta kirjosta palveluita ja tuotteita kuin suinkin mahdollista. Paljon matkustavat haluavat kuitenkin usein matkustaa vieläkin enemmän, sillä suurin osa kanta-asiakkaistamme käyttää pisteensä lentoihin. Monet ovat löytäneet myös vuonna 2009 avatun PlusShop-verkkokaupan, jonka valikoimissa on yli 3 500 tuotetta, Tuomainen kertoo.

Tarkoituksenamme on antaa asiakkaille valinnanvapaus niin laajasta kirjosta palveluita ja tuotteita kuin suinkin mahdollista.

Monet kanta-asiakkaat päätyvät käyttämään pisteensä perheen lomailuun. Pisteitä voi käyttää paitsi Finnairin, myös muiden oneworld-yhtiöiden lentoihin, joten käytännössä koko maailma on Plusjäsenelle avoinna.

– Paljon matkustava käyttää usein pisteensä perheen yhteiseen lomamatkaan, vaikka matkapäiviä kertyykin huimasti. Yksin matkustamisen vastapainoksi kaitataan perhelomia, Tuomainen kuvailee.

Hienous Finnairin Plus-pisteissä on se, että niin lentoja kuin muitakin palveluita ja tuotteita voi ostaa pisteiden ja rahan yhdistelmällä. Näin pienetkin pistemäärät saadaan käyttöön, ja käyttötarkoituksen voi valita oman mielen mukaan.

– Verkkokauppa on fiksi sekä asiakkaalle että meille. Asiakkaan näkökulmasta mahdollisimman laajasta valikoimasta löytää itselleen osuvia tuotteita, ja meidän taas on mahdollista verkkokaupan ja yhteistyökumppaneiden avulla pitää valikoima laajana, Tuomainen selittää.

Joustavuus on tärkeää, sillä asiakkaat ovat erilaisia. Siksi pisteitä voi paitsi käyttää, myös ansaita eri tavoin.

– Vaihtoehtoja pisteiden ansaitsemiseen on monia, mutta hyvä vaihtoehto on lentämisen lisäksi ehdottomasti uudistunut Finnair Plus -luottokortti. Siinä kanta-asiakaskortti ja luottokortti ovat yhdessä ja samassa paketissa, ja jokaisesta luottokortilla maksetusta eurosta

ropisee tilille Finnair Plus -pisteitä. Näin pisteitä voi ansaita aivan mistä tahansa, Tuomainen iloitsee.

FINNAIRIN KANTA-ASIAKKUUDESSA on neljä tasoa: kanta-asiakkuus aloitetaan Basic-jäsenenä, josta pisteiden kertymisen myötä voi edetä Silver-, Gold- ja Platinum-tasojäseneksi. Myös edut paranevat jokaisen tason kohdalla.

– Jo Silver-jäsen pääsee käyttämään esimerkiksi lounge-palveluita lentokentillä, joten tuntuu mukavuuksia matkustamiseen saa jo melko pienillä pistemäärillä. Useimmat muut lentoyhtiöt tarjoavat lounge-palvelutkin vasta myöhemmässä vaiheessa, Tuomainen kertoo.

Toisaalta Platinum-taso on eksklusiivinen: Platinum-jäsenet lentävät erittäin paljon, useimmiten bisnesluokassa ja edellyttävät tasokasta palvelua.

– Platinum-jäsenemme ovat myös uskomattoman aktiivisia ja kiinnostuneita kehittämään palveluamme kanssamme. Keskustelu heidän kanssaan ja uusien ideoiden testaaminen on todella palkitsevaa. He tietävät matkustamisesta ja toimialastamme verrattoman paljon, sillä he viettävät maailmalla ja lentokoneissa todella paljon aikaa. Lisäksi he usein ymmärtävät liiketoimintalogiikkamme erittäin hyvin, Tuomainen kiittelee.

Kotimarkkinoiden eli Suomen ja Skandinavian ulkopuolella Finnair keskittyy houkuttelemaan kanta-asiakkaitaan päästrategiansa mukaisesti Aasian ja Euroopan välillä lentäviä työmatkustajia.

– Kotimarkkinoilla kanta-asiakkuutemme suuntautuu laajemmin, sillä myös hyödyt koskettavat Suomessa laajempaa joukkoa, Tuomainen kertoo.

Finnairin kasvustrategian toteuttamisessa kanta-asiakasohjelma on tärkeässä roolissa. Yhtiön tavoitteena on kasvaa Aasian ja Euroopan välisessä liikenteessä halutuimmaksi vaihtoehtoksi ja kolmen suurimman joukkoon via-liikenteessä.

– Kansainvälisesti meidän täytyy lisätä tunnettuuttamme ja samalla kanta-asiakasohjelmamme tunnettuutta. Hankimme lisää myös paikallisia partnereita. Niissä keskitymme kuitenkin enemmän laatuun kuin määrään, Tuomainen kertoo. ■

Kolumni

Vesa Honkanen
Toimitusjohtaja
Trainers' House Oyj

Ihminen on yhteisöllinen. Tarvitsemme muita ihmisiä elääksemme täydempää elämää. Jokaisella meistä on omat pyrkimyksemme, mutta yhteiselämä edellyttää, että kykenemme löytämään yhteisiä intressejä muiden ihmisten kanssa.

Yritys on ihmisyyhteisö, jossa on ainakin pinnallisesti vastakkaisia intressejä eri ihmisten ja ihmisryhmien välillä. Jokainen meistä tarkastelee maailmaa oman maailmankuvansa kautta. Yhteisen ymmärryksen lähtökohta on se, että emme kuvittele oman maailmankuvamme olevan totta kaikille muille. Tämän jälkeen voimme uteliaasti ryhtyä tutkimaan, mitä muut ajattelevat, miten he muodostavat mielipiteensä ja mikä on heille tärkeää. Uskallan väittää, että kun vertailemme yhdessä käsityksiämme avoimella mielellä, huomaamme, että meillä on enemmän yhdistäviä kuin erottavia asioita.

Yhteistyön perusta on, että pyrimme löytämään sen, mikä on yhteistä. Kun yrittää ensin ymmärtää muita, on myöhemmin paljon suurempi mahdollisuus tulla itse ymmärretyksi. Tämä on vaikeata, koska usein on suuri kiusaus kertoa heti muille, miten asiat ”oikeasti” ovat. Silloin pitää pysähtyä, vaieta, muistuttaa itseään siitä, että oma todellisuus ei ole muiden todellisuus ja yrittää oikeasti kuulla, mitä muut ihmiset tahtovat ja miten he yhteistä todellisuutta hahmottavat.

Työn ja liike-elämän on mielestäni palveltava inhimillistä ja taloudellista kasvua. Tarkoitus on, että tulevaisuus on parempi ja runsaampi kuin nykyisyys. Tällöin kysymys ei koskaan ole nollasummapelistä, jossa se, minkä joku toinen saa, on pois joltakulta toiselta. Kysymys on plussummapelistä, jossa yhteisenä tavoitteena on kasvattaa jaettavaa ja sopia

sellaisista toimenpiteistä, jotka mahdollistavat kasvun. On tärkeätä ymmärtää, että ollaan tekemässä tulevaisuutta eikä juututa menneisyyteen.

Menneisyyden valinnat ja tapahtumat vaikuttavat nykyhetkeen ja jossain määrin tulevaisuuteen, ja menneisyydestä voi ottaa opiksi, mutta muuten menneisyydestä kannattaa päästää irti. Menneisyyttä ei kuitenkaan voi muuttaa, joten on syytä keskittyä siihen, mitä nyt tehdään yhdessä paremman tulevaisuuden eteen.

Avuimilla markkinoilla toimiva yritys ei ole suljettu systeemi, jossa yrityksen eri intressiryhmät voisivat vain keskenään, ulkopuolisesta maailmasta piittaamatta sopia, mitä haluavat. Asiakkaat ovat yhä vaativampia. Kilpailijat tekevät kaikkensa parantaakseen suhteellista asemaansa. Viranomaiset laativat jatkuvasti uusia säädöksiä, joihin on mukauduttava. Maailma muuttuu erittäin nopeasti, ja se on hyvästä, koska ihminen on rakennettu kehittymään. Aivommekin toimivat paremmin ja pidempään hyvin, kun niitä sopivasti rasittaa.

Elämä on progressiivista. Se pyrkii jatkuvasti eteenpäin kohti jotain parempaa. Parempaan tulevaisuuteen ei kuitenkaan kannata matkata yksin pitäen umpimielisesti kiinni omista totuuksistaan, vaan yhdessä muiden ihmisten kanssa yrittäen jatkuvasti lisätä omaa ymmärrystään muista ihmisistä, itsestään, maailmasta ja tästä ihmeellisestä asiasta nimeltä elämä. ■

Trainers' House on toiminut Finnairin yhteistyökumppanina Nokka nousuun -projektissa, jonka tarkoituksena on henkilöstön sitouttaminen yhtiön tavoitteisiin muuttuvassa toimintaympäristössä.



"Kun yrittää ensin ymmärtää muita, on myöhemmin paljon suurempi mahdollisuus tulla itse ymmärretyksi."

Vesa Honkanen

Logbook

Matkailu



Laatu merkitsee matkailussa yhä enemmän. Finnair on designed for you, joten vuoropuhelu asiakkaiden kanssa on korvaamatonta. Neljä Finnairin eri puolilta maailmaa rekrytoimaa Quality Hunteria matkusti kahden kuukauden ajan kertoen kokemuksistaan blogeissa ja herättäen keskustelua laadukkaasta matkustamisesta.

Tässä osiossa hypätään pyörän selkään Hongkongissa ja matkataan modernisti menneisyyteen japanilaisen majatalon tunnelmissa. Lisäksi matkataan Quality Huntareiden mukana matkailun laatua määrittelemässä ja päädytään aina avaruuteen asti.

KOE
AASIA
2010


KAUPUNGIN VALOT JA NEON-NÄYT

Mikä tekee Hongkongista, Singaporesta, Osakasta, Kiotosta sekä muista Aasian kaupungeista niin suosittuja matkakohteita? Vastaus löytyy, katujen elämäntäyteisestä kuhinasta aina historiallisiin kulttuurimonumentteihin, ihmisten ja heidän luomiensa paikkojen ainutlaatuisesta yhdistelmästä.



KOE
SINGA-
PORA
2010

SINGAPOREN VAATETAIVAS

 Kulttuurien kirjo tekee Singaporen eri kaupunginosista visuaalisesti hätkähdyttäviä sekoituksia ihmisiä ja

vaatteita. Vaateshoppailun sanotaan olevan singaporelaisten kansallislaji, ja hienot löydöt odottavatkin uskaliaista ostajaa

kaikkialla – aina Pikku-Intiasta boheemiin Holland Villageen.

Kaupungin eläväinen katukulttuuri ja kutkuttava yöelämä takaavat, että vastaan tulee jatkuvasti toinen toistaan hätkähdyttävämpiä asukokonaisuuksia. Lisäksi



👤 **Yksilöllisyys.** Asuvalinnoilla joukkoon sulautuminen ei taida olla singaporelaisten tavoite. Toisinaan Singaporen kaduilta tuntuu löytyvän yhtä monta tyyliä ja muotia kuin ihmistäkin.



jokaisella Singaporen pääasukasryhmällä (kiinalaiset, malesialaiset, intialaiset) on oma tunnistettava värien, materiaalien ja tyylien kokonaisuutensa, joiden loputtomat variaatiot täyttävät kaupungin kadut. Vaateliikkeiden lisäksi myös uniikkeja,

kauniita tekstiilejä tarjoavat kangaskaupat ovat tyypillinen näky niin katukuvassa kuin ostoskeskuksissa.

Myös tavanomaisempaan vaatemakuun Singapore tarjoaa valtavan määrän ostosmahdollisuuksia. Tavarataloista ja ostos-


keskuksista löytyy eräs maailman suurimmista vähittäiskaupan keskittymistä, jossa globaalit brändit kilpailevat asiakkaiden huomiosta. ■



KOE
HONG-
KONG
2010

➤ **Astu laivaan.** Star Ferryn lauttalaituri Hongkongin satamassa. Vastarannalla kohoavat Kowloonin Union Square Developmentin futuristiset pilvenpiirtäjät.



 Hongkongin saariston laguunit houkuttelevat uimaan, rennot baarit täyttyvät illanviettäjiästä ja kalaravintoloissa nautiskellaan meren antimista.
Teksti Arne Spångberg

Päivä Lammalla

Hongkongin keskustan sykkeessä kauppa käy herkeämättä. Kadut kuhisevat ja korkeat pilvenpiirtäjät kehystävät kaupunkikuva. Kaupungin ulkopuolelta löytyy kuitenkin satumainen saariryhmä, missä kaupungin syke hidastuu. Boheemin väen suosiossa on saari nimeltä Lamma Island, joka sijaitsee vain 20 minuutin lautta-ajelun päässä Centralista ja Kowloonista. – Ihana pyöräilyparatiisi, menkää sinne, neuvoo hotellimme vastaanottovirkailija.

Otamme neuvosta vaarin. Taksi kuljettaa meidät Star Ferryn lauttalaiturille Kowloonin, joka on Hongkongin keskustan sekava, sykkivä puoli. Centralissa, Hongkongin ”länsimaisella” puolella vaihdamme lauttaan, jolla pääsemme Lamma Islandille. Lamma on kolmanneksi suurin kaikista Hongkongin 260 saaresta.

Istuudumme lautan peräkannelle nauttimaan matkasta ja Centralin näkymistä. Ylitämme East Lamma Channelin ja jatkamme kohti Lamma Islandia. Saaren pinta-ala on kolmetoista neliökilometriä, ja siellä asuu vakituisesti noin 5 000 ihmistä. Huhutaan, että osa heistä on länsimaisia hippejä, jotka talvehtivat eksotisessa lämmössä vaatimatonta elämäntyyliä vaalien.

LAMMA ISLANDIN pohjoinen pääalue tunnetaan nimellä Yung Shue Wan, itäistä kutsutaan puolestaan Sok Kwu Waniksi. Yhteensä saarella on yhdeksäntoista pikkukylää. Saaren korkein piste on Mount Stenhouse, joka ulottuu 353 metriä merenpinnan yläpuolelle.

Lamma Island on ollut asutettuna pronssikaudelta asti. Aikaisemmin saaren asukkaat elivät pääosin kalasta ja riisistä. 1800-luvulta lähtien saarella on kuitenkin kasvatettu myös karjaa ja kasviksia. Satoa on kaupattu Hongkongin keskustan markkinoilla.

1980-luvulla Lammasta tuli Hongkongin kaupungin lähiöalue, josta asukkaat sukkuloivat lautoilla päivittäin Hongkongin keskustan sykkeeseen. Lauttalaiturille ajetaan tietysti pyörillä, Lamman saaren pääasiallisilla kulkuneuvoilla. Lamma tarkoittaa Y-kirjainta tai puunhaaraa, jolla viitataan saaren maantieteelliseen muotoon.

Kahdenkymmenen minuutin lautta-ajelun jälkeen saavumme Yung Shue Wan -kylään. Ymmärrämme heti, mitä hotellin vastaanottovirkailija tarkoitti kuvaillessaan saarta pyöräilyparatiisiksi. Koko satama-alue on täynnä pyöriä. Muistan aamulla lukemani The Standard -lehden kirjoituksen, jossa toruttiin pyörien laitonta pysäköintiä Centralin bussitermiinien edessä.

Lamma Islandilla rytmi on kuitenkin rennompi. Kukaan ei tunnu välittävän sataman pyöräkaoksesta. Täällä elämä kulkee polkupyörien verkkaiseen tahtiin. Ainoastaan tietyömiehet, sairaanhoitajat ja palomiehet ajavat Lammalla nelipyöräisillä kulkuneuvoilla.

SATAMAN KIVIMUURIN kyljessä oikealla meitä tervehtii teksti ”Welcome to Lamma Island”. Vedessä kelluu lohikäärmeveneitä. Ne ovat ottaneet osaa vuosittaiseen lohikäärmevenefestivaaliin. Satamassa lainehdii myös joitakin purje- ja moottoriveneitä.

Edessämme on kirjasto, jonka yläpuolelle avautuu kirjo pieniä keltaisia, valkoisia ja ruusunpunaisia taloja. Päätämme kysyä saaren asukkailta tietä pyörävuokraamoon. Saamme neuvoksi jatkaa matkaa eteenpäin: – Just straight man, and then left. You can't miss it.

Ravintoloiden ulkopuolella on altaita, joissa uiskentelee kaloja ja äyriäisiä. Tunnistamme joitakin lajeja, kuten kampsimpukoita ja taskurapuja, mutta jotkin altaassa uivista merenelävistä muistuttavat satukirjojen olentoja. Mutkattomien kalaravintoloiden omistajat houkuttelevat asiakkaita aterioille, joiden kehutaan olevan tuoreita ja joka pennin arvoisia.

Tänään Mang Fung Seafood Restaurantin kokki suosittelee meille paistettuja rapuja valkosipulin ja voin kera. Nauttimamme ateria on todennäköisesti yhtä maittävä kuin naapuripöydässä syödyt grillatut kampsimpukat sitruuna-suolasekoituksessa.

Bookworm-kahvilassa panostetaan puolestaan kasvisruokaan. Kahvilaa vastapäätä olevasta kaupasta ostamme kuivattuja rapuja purkissa – täydellinen välipala! Jatkamme kävelyämme Yung Shue



🚲 **Pyörän selässä.** Polkupyörät ovat suosituin kulkuneuvo Lamman saarella. Ainoastaan tietyömiehet, sairaanhoitajat ja palomiehet ajavat nelipyöräisillä kulkuneuvoilla.



🚶 **Erilainen rytmi.** Reitti Yung Shoe Wanin ja Sok Kwu Wanin kylien välillä kulkee läpi vihreiden kukkuloiden ja tarjoaa upeat rannikkomaisemat.

Wan Main Streetillä, jonka varrella ihailemme helyjä ja käsitöitä.

Hiukan kauempaa vasemmalta löydämme Tin Hau -temppelin. Puiden varjossa, temppelin läheisyydessä istuu vanhoja miehiä, jotka katsovat hiljaa kaukaisuuteen. Saarella on yhteensä kolme Tin Hau -temppeliä. Tin Hau on meren, kalastajien ja hyvien saaliiden suojelija. Aidan toisella puolella temmeltää katras säihkyväsilmäisiä lapsia pienine pyörineen.

Löydämme etsimämme pyörävuokraamon tuota pikaa. Meille molemmille tarjotaan parilla eurolla Blue Sky GTR:t. Ajelemme pyörillämme kapeaa tietä läpi korean maiseman rauhalliseen tahtiin. Kyltit osoittavat tien Power Stationille ja Lamma Islandin toiseen kylään, Sou Kwu Waniin, joka sijaitsee noin tunnin kävelymatkan päässä. Matka jatkuu; ohitamme Han Lok Yuen kapakan, jonka menun erikoisuutena ovat kyyhkysset. John Cleesen kerrotaan olevan paikan kanta-asiakas.

PYÖRÄILYSTÄ JA AURINGOSTA hikisinä päädymme lopulta Hung Shing Yeh Beach -laaguunille, joka osoittautuu savuttomaksi rannaksi. Jätämme hetkeksi pyörät ja pulahdamme turkoosiin, suloisenpehmeään veteen.

Ajaudumme hyvänpäivän juttusille kiinalaisen Lamman asukkaan kanssa. Hän kertoo auttavalla englannin kielellä, että Lamma Island on maastopyöräilyn ammattilaisten tyyssija, ja saarella on jonkin verran myös paha-maineisista offtrack-reittejä. Myöhemmin googlaamme sanat ”Hongkong, Lamma Island, Mountainbike” ja löydämme Hongkongin maastopyöräily-yhdistyksen sivut www.hkmba.org, missä kerrotaan Hongkongin pyöräilymahdollisuuksista.

Muutaman rentouttavan, rannalla vietetyn tunnin jälkeen päädymme istahamaan oluelle Concerto Inn -terassille. Hotellista saa 60 eurolla yösijaksi siistin kahden hengen huoneen parvekkeella ja merinäköalalla.

Päivän päätteeksi seuraamme vielä kylttiä Sok Kwu Wanille, missä lymyilee saaren toinen lauttalaituri. Täällä turistien suosiossa on grillata iltaisin vastaostettua, raikasta kalaa Lo Shing Beach -rannalla. Kalaravintoloita on runsaasti myös saaren tällä puolen. Eräs suosituimmista ravintoloista on nimeltään Rainbow Seafood.

Kylien välistä reittejä värittävät vihreät kukkulat. Kaikkialla ympärillämme välkehtii kaunis ja eksoottinen rannikkomaisema. ■



➤ **Erlainen saalis.** Taiyaki on kalanmuotoinen leivonnainen, jota myydään makeana välipalana. Se muotoiltaan muistuttamaan pargo-kalaa ja täytetään herkullisella punapaputahnalla.

⬇️ **Eturivin paikka.** Okonomiyaki (suom. mitä haluat) on lajitelma raaka-aineita, jotka leivotaan munista ja jauhoista vaivattuun taikinaan. Se paistetaan kuumalla parilalla odotellessasi - jos et ole kyllin urhea paistamaan sitä itse!



RUOAN EKSOTIIKKA OSAKASSA



Osaka, Japanin kolmanneksi suurin kaupunki, ei ole villin futuristinen kuten Tokio tai Kioton kaltainen

hengellisyden tyyssija. Osakalla on kuitenkin aivan oma, ainutlaatuinen luonteensa, mistä ruokakulttuuri on hyvä esi-

merkki. Osakan yöelämä on koko Aasian mittakaavassa hyvin vilkasta, joten maukas ja helposti saatavilla oleva katuruoka tulee tarpeeseen.

Japanissa Osaka tunnetaan jo herkullisesta ruokatarjonnastaan. Kaupunkiin



📍 **Valinnan vapaus.** Osakan lukemattomat katu-kojut ovat avoinna aamun pikkutunneille saakka ja tarjoavat jokaiselle jotakin.

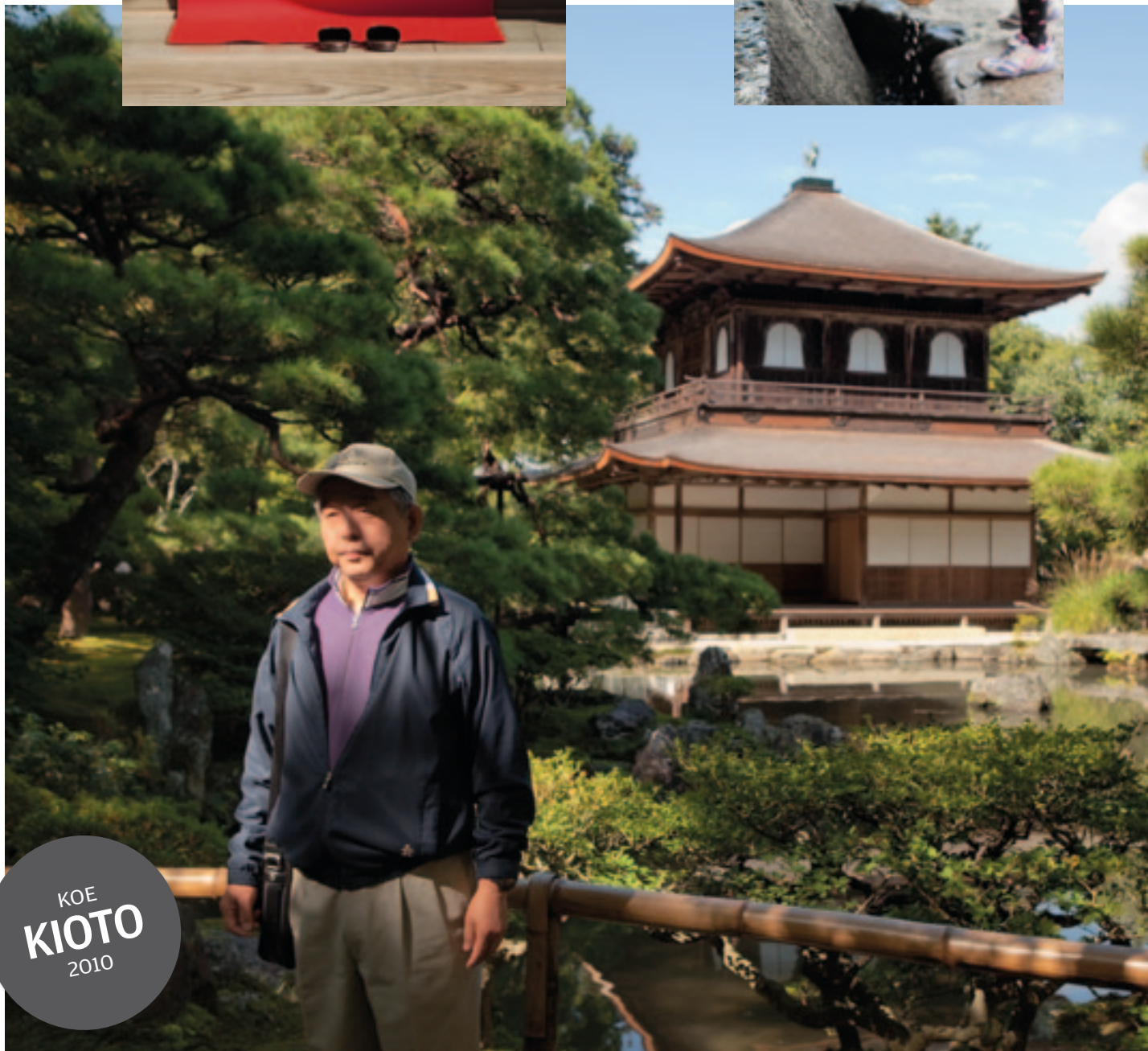


onkin historiallisesti liitetty sana kuidalore, joka tarkoittaa jotakuinkin *viedä itsensä perikatoon ylensyömällä*. Ruokaperinnön rikkaus johtuu kenties osin kaupungin sijainnista. Läheisillä vuorilla kasvaa herkullisia vihanneksia, kun taas

rannikon läheisyyden johdosta mereneläviä löytyy yltäkyläisesti.

Kävelykierros keskustan kaduilla paljastaa runsaan valikoiman paikallisia ruokalajeja tarjoilevia ravintoloita. Kokeile okonomiyakia, eräänlaisia japanilaisia

räiskäleitä suikaloidun kaalin, lihan tai kalmarin kera kuumalla levyllä grillattuna, kastikkeella ja majoneesilla kuorutettuna. Tai takoyakia, japanilaisia täytettyjä nyyttejä silputulla mustekalalla, salottisipulilla ja muilla herkuilla. ■



KOE
KIOTO
2010

KOE TEMPELEIDEN RAUHA



Vierailu Kiotossa, Japanin perinteikkäimmässä kaupungissa, on unohtumaton kokemus. Kioton ylpeys on

sen huikea määrä historiallisia kohteita. Niistä suuri osa on päätyntä myös UNESCO:n maailmanperintölistalle. Kau-

punki on aarreaitta niille, jotka etsivät meditatiivista tyyneyttä.

Kioton vetonauloja ovatkin sen lukuisat uskonnolliset kohteet. Lumoavia nähtävyyksiä löytyy kaupungista uskomattoman paljon. Esimerkiksi buddhalaistemp-

🔗 **Puhdistautuminen.** Tsukubait ovat suihkulähteitä japanilaisten temppelien porteilla. Vieraat voivat pestä niissä kätensä ja huuhdella suunsa ennen astumistaan temppeliin.



🔗 **Temppielämää.** Chion-in-temppelissä asuva munkki tarkkailee päivittäisiä askareita. Temppelellä on rauhaista turvapaikka suurkaupungin vilinältä.



🔗 **Perinteet.** Vierailijat ovat yleensä tervetulleita Kioton temppelisiin, kunhan he käyttäytyvät tahdikkaasti ja arvostaen näitä kunnioitettavia instituutioita kohtaan.

🔗 **Ikiaikaiset tavat säilyvät.** Kioton kaduilla näkee usein väkeä ostoksilla perinteisissä asuissa, kuten kimonoissa.




peleitä on yli 1 600 ja šintolaisia alttareita 400. Yksikään vierailija ei ehdi nähdä niistä kaikkia, mutta ainutlaatuisimmat nähtävyydet on syytä kokea. Näitä ovat muun muassa Kamigamo, joka kuuluu Japanin vanhimpiin šintolaisiin temppe-

leihin, Kinkaku-ji, *kultaisen paviljongin temppelellä*, sekä Ryoan-ji, maailmankuulu kivipuutarha.

Gion- ja Pontocho-kortteleista löydät rykelmän antiikkityylisiä kaupunkipiennaloja, joita kutsutaan nimellä machiya.

Näissä perinteisissä maisemissa voit myös törmätä arvoituksellisiin geishoihin, jotka häikäisevät asuillaan ja meikeillään. Kaduilla vilisee myös geishoiksi pukeutuneita turistiviihdyttäjiä, joten pidä silmäsi auki aitojen geishojen varalta. ■

 Japanin matkalla kannattaa yöpyä ainakin kerran ryokanissa, japanilaisessa majatalossa. Majataloyö on elämys, josta voi tulla reissun kohokohta. *Teksti* Anu Virnes-Karjalainen

Moderni matka menneisyyteen

Taustalla solisee suihkulähde, ihmiset käyskentelevät majatalon käytävillä ja puutarhassa värikkäissä puuvillaisissa kimonoissa eli yakutoissa. Tunnelma on hilityn rauhallinen, mutta samalla hyvin epätodellinen. Ollaan ryokanissa, perinteisessä japanilaisessa majatalossa, joka on kuin aikamatka menneisyyteen. Pitkät perinteet niin työtekijöiden käytöstarvoissa, ruuissa kuin sisustuksessakin ovat vahvasti läsnä. Tuskin missään muussa paikassa kuin juuri ryokanissa voi vuorokaudessa aistia jotakin hyvin olennaista japanilaisesta kulttuurista.

Kun matkailija saapuu ryokaniin, hän saa majatalon tarjoamat sandaalit tai tohvelit. Kengät jätetään aulatiloihin. Huoneissa pukeudutaan kimoonon, joka päällä liikutaan majatalossa, myös illallisella. Vaatteiden vaihto on samalla henkinen siirtymä toisenlaiseen todellisuuteen.

Tuskin missään muussa paikassa kuin ryokanissa voi vuorokaudessa aistia jotakin hyvin olennaista japanilaisesta kulttuurista.

Huoneissa on olkimatto, tatami, ja sänkynä lattialle levitetty futon-patja. Tatamille astutaan paljain jaloin, sandaalit jätetään ulkopuolelle. Futon on länsimaalaisittain kovahko, mutta tarjoaa erinomaiset unet. Tyynynä on usein toiselta puolelta hernesäkkimäinen ja toiselta puolelta länsimaalainen päänalusta. Päänsä voi kallistaa puolelle, joka miellyttää eniten.

Hienoimmista ryokaneissa huoneesta avautuu näkymä majatalon omaan huonelella hoidettuun japanilaiseen puutarhaan, jossa on usein pieni lampi tai vesiputous

ja koristeena kiviset lyhdyt. Pian majoittumisen jälkeen huoneeseen tarjoillaan kupponen teetä. Hieman kumarassa kulkevat alati hymyilevät tarjoilijat kattavat pöytänsä teen lisäksi keksejä.

Teehetken jälkeen on sopiva hetki pulahtaa kylpyyn. Japanin tuliperäisen maan ansiosta suuri osa ryokaneista tarjoaa kylpyjä kuumissa lähteissä. Näitä onsen (suom. kuuma lähde) ryokaneja löytyy joka puolelta maata. Esimerkiksi pienessä Kinosaikin kaupungissa, Hyōgon maakunnassa, on yli 100 ryokania ja monta mahdollisuutta kylpeä mineraalipitoisissa kuumissa lähteissä.

KYLPYLÄKAUPUNKI KINOSAKI on kuumien lähteidensä ansiosta paikallisten suosima lomakohde, jossa yakutoihin ja puiisiin varvastossuihin pukeutuneet lomailijat valtaavat kaupungin kadut.

Yli 40-asteiseen kuumien lähteiden veteen voi pulahtaa joko ulko- tai sisäaltaissa hyödyntämään mineraalipitoisen veden terveysvaikutukset. Ennen kuumaan lähteeseen menoa peseydytään huolellisesti pienillä jakkaroilla istuen. Jokaiselle kylpijälle on oma jakkaransa, suihkunsä ja ainakin majatalon omissa kylpyöissä myös pesuaineet kylpylän puolelta. Kylvyssä ollaan alasti. Japanilaiset rakastavat onseneita ja oma viehätöksensä matkailijalle onkin sillä, että muihin länsimaalaisiin ei useimmiten juurikaan törmää. Japaninkielinen puheensorina ja kohteliaan pidättyväinen käytös edesauttavat täydellistä rentoutumisen kokemusta.

Onseniin voi ottaa mukaan pienen pyyhkeen, vaikka perinteisesti sitäkään ei pitäisi käyttää. Onsenin vesi saattaa toisinaan olla hyvin kuumaa ja voimakkaasti rikiltä tuoksuva. Mitä kuumempaa vesi on, sitä lyhyempi aika vedessä ollaan kerrallaan. Naisille ja miehille on



© Lehtikuva



➡ **Eksoottista ylellisyyttä.** Japanissa on noin 55 000 ryokania. Hinnat lähtevät noin 8 000 jenistä (noin 60 euroa) per henkilö sisältäen kaksi ateriaa. Kaikkein hienoimmat ryokanit voivat maksaa jopa 50 000 (370 euroa) jeniä yöltä. Kylpyläkaupungeissa voi siirtyä kylpylästä toiseen yakutaan pukeutuneena.



omat altaansa, useimmat kauniiden puutarhojen keskellä. Eritunnelmaisten kuumien lähteiden kokeiluun saa varata aikaa. Ensin voi nauttia oman majatalon kylvyistä, sitten siirtyä kaupungin yleisiin kylpylöihin.

Hyvin nukutun yön jälkeen voi sipsutella tohveleissa ja yakutassa aamiaiselle.

Kinosakin kylpyläkaupungin perinteikäs huvittelumuoto on, yllättävää kyllä, tarkkuusammunta. Pääkadun varressa on pieniä ammuntapistettä, joissa palkinnot määräytyvät sen mukaan kuinka monta pikkupatsasta on saanut hyllyltä korkkipanoksella pudotettua.

Iltakävelyn ja ehkä tarkkuusammunnan jälkeen on aika suunnistaa takaisin majataloon. Ryokanit, kuten kylpyläkau-

pungitkin, ovat tunnelmaltaan hillittyjä. Monet majatalot sulkevat ovensa iltakymmeneltä eikä pubeja, yökerhoista puhumattakaan, kaupungeissa näy. Heinäsirkkojen sirinä, puukenkien kopina ja rauhallinen puheensorina vievät matkalle ajassa taaksepäin.

HYVIN NUKUTUN yön jälkeen voi sipsutella tohveleissa ja yakutassa aamiaiselle. Aamuvirkut ehtivät käväistä kuumassa lähteessä ennen aamupalaa; useiden ryokanien kylpyläosastot avautuvat aamuvarhaisella.

Ryokaneissa tarjotaan perinteinen japanilainen aamiainen. Yleensä aamiainen nautitaan ruokasalissa matalan pöydän ääressä tatamilla istuen, mutta hienoimmissa ryokaneissa aamupala on mahdollista saada myös huoneeseen.

Jos olet japanilaisella aamiaisella ensimmäistä kertaa, eteesi tuodaan todennäköisesti ennennäkemättömiä ja ennen

kokemattomia ruokalajeja. Ruokaisalla ja esteettisesti katetulla aamiaisella on suuri merkitys, ja sitä pidetäänkin Japanissa päivän tärkeimpänä ateriana. Aamiainen saattaa koostua esimerkiksi pienestä munakkaasta, kupillisesta riisiä, palasta grillattua kalaa sekä kevätsipulilla ja tofulla terästetystä misokeitosta. Juomana tarjoillaan vihreää teetä ja vettä. Isoin ero länsimaalaiseen aamiaiseen on leivän ja kahvin puuttuminen. ■

Varaa majataloyö Kinosakissa

Tourism Bureau 357-1 Yushima Kinosakicho, Toyooka, Hyogo,
+81 (0) 796 32 3663
www.kinosaki-hotspings.com



➡ **Rentoa sipsuttelua.** Kylpyläkaupungeissa voi siirtyä kylpylästä toiseen yakutaan pukeutuneena.

➡ **Puutarhan rauhaa.** Majatalon ikkunasta aukeaa näkymä japanilaiseen puutarhaan. Kiviset lyhdyt kuuluvat puutarhan somistukseen.

➡ **Majataloihin tullaan koko suvun voimin.** Tässä juhlietaan isoäidin 90-vuotispäiviä.



Kuumien lähteiden salaisuus

Kuuman lähteen vettä lämmittää maankuoren geoterminen lämpö. Maan kiviaineksen lämpötila on pääsääntöisesti sitä korkeampi, mitä syvemmällä se sijaitsee. Tämä syvyydestä riippuva lämpötilan kasvu tunnetaan nimellä geoterminen gradientti. Riittävän syvälle maankuoreen tunkeutuva vesi lämpiää kuumien kivien ansiosta. Ei-tuliperäisten alueiden kuumien lähteiden lämpö on peräisin juuri tästä ilmiöstä.

Tuliperäisillä alueilla maanalainen vesi saattaa joutua kosketuksiin sulan kivimassan, magman, kanssa. Tällöin vesi saattaa alkaa kiehua tai ylikuumeta, ja paine nousee niin korkeaksi, että vesi purkautuu suihkuna maanpinnalle. Tällaista kuumaa lähdeä kutsutaan geysiriksi. Vesi voi myös suihkuta maanpinnalle höyrynä tai sekoittua mudan ja saven kanssa. Tavataan myös lämpimiä lähteitä, joissa kuuman ja kylmän lähteen vedet ovat sekoittuneet.


Esimerkiksi Islanti, Uusi-Seelanti ja Ikkarian saari Kreikassa ovat tunnettuja kuumista lähteistään. Japanissa kuumat lähteet tunnetaan nimellä onsen. Niillä on suuri merkitys japanilaisessa kulttuurissa sekä terveysturmatkailukohteina. Ne ovat paikkoja, joissa yhteiskunnan hierarkiat ja työelämän vaativuus voidaan hetkeksi unohtaa.

Onsen ryokan -nimellä tunnetut kylpylämajatalot tarjoavat normaalin majoituksen ja ruokailun lisäksi mahdollisuuden kuumaan kylpyyn majatalon omissa kylpylässä.

Rotenburo on ulkoilmassa sijaitseva kuuma lähde. Se voi olla luonnonlähde tai ulkona sisäaltaan vieressä sijaitseva kylpyallas, johon on johdettu vulkaanista kuumaa vettä. Ashiyu on pieni jaloille tarkoitettu kuuma lähde.


Onseneita on suuria ja pieniä. Joidenkin hotellien yhteyteen on rakennettu valtavia onsen-kylpylöitä, joissa voi olla kymmenittäin erikokoisia ja -näköisiä kylpyaltaita. Näissä vesi voi olla mineraalikoostumukseltaan ja lämpötilaltaan vaihtelevaa.

Lähde: Wikipedia

 Finnair lanseerasi syyskuussa 2010 Rethink Quality -kampanjan, jonka tavoitteena oli parantaa Finnairin palvelujen laatua. Yhtiö julkaisi ainutlaatuisen työpaikkailmoituksen, jossa haettiin neljää Quality Hunteria – pelotonta, tarkkänäköistä havainnoijaa. He saivat tehtäväkseen matkustaa maailman ympäri 60 päivässä ja kerätä matkansa varrelta poikkeuksellisia kokemuksia. *Teksti Päivi Holmqvist, Milton Oy*


Quality Hunterit keräsivät miljoonayleisön



 - 60 matkapäivän, 17 lennon, 15 hotellin 14 kaupungin ja 60 164 lennetyn kilometrin jälkeen on aika pysähtyä pohtimaan saamamme palvelun laatua.


Wolfgang Wagner München, Saksa



 - Laatua on vaikea määritellä, mutta sen tunnistaa kohdatessaan... Parhaat kokemukseni eivät olleet niitä, jotka veivät eniten rahaa tai joissa sain erityiskohtelua. Huippuhetket olivat niitä, joissa tunsin oloni mukavaksi ja arvostetuksi, joissa tunsin olevani kotona.

Ella Marshall Lontoo, Iso-Britannia



 - Kuten arvata saattoi, ikimuistoisimmat hetkeni matkoilta eivät liity ruokaan, hotelleihin, nähtävyyksiin tai lentoihin... Erityisesti mieleeni painuivat ihmiset, jotka näiden kahden kuukauden aikana kohtasin. Sekä ihmiset, jotka tunsin entuudestaan että uudet tuttavuudet...

Christina Lund Sørensen Kööpenhamina, Tanska

Finnair halusi antaa asiakkailleen mahdollisuuden vaikuttaa lentoyhtiön toimintaan. Mitä laatu merkitsee ihmisille matkailun yhteydessä – erityisesti lentomatkailun kohdalla? Finnair halusi myös kasvattaa brändinsä tunnettuutta ja luoda positiivista pohinää nopeiden Aasian, Euroopan ja USA:n välisten lentoreittien ympärille.

Finnairilla valjastettiin käyttöön avointen keskustelujen kautta nousevat ideat. Kampanjan pääareenana toimi Rethink Quality -blogi, jonka avulla Finnair kartoitti eri sidosryhmien arvokkaita näkemyksiä lentomatkailusta. Finnair halusi oppia lisää siitä, mikä on ihmisille matkustamisessa tärkeää, jotta yhtiö pystyisi ohjaamaan toimintaansa oikeaan suuntaan ja parantamaan palvelujaan.

Rethink Quality -kampanjan avulla Finnair toteutti visiotaan olla halutuin vaihtoehto. Palvelujen laadusta keskusteltiin suoraan asiakkaiden kanssa. Blogi kokosi yhteen niin asiantuntijoiden kommentit, innokkaat ja sitoutuneet asiakkaat kuin itse Quality Huntereiden armoittomat matkailukokemukset ja mielipiteet.

Miltton, Finnairin johtava viestintätoimisto, aloitti kampanjan aktiivisen suunnittelun keväällä 2010. Kesäkuukausien aikana suunniteltiin kampanjan ulkoasu ja tunnelma. Lisäksi hiottiin taktiikoita ja kontaktoitiin blogin vierailevia kirjoittajia sekä kartoitettiin tarkkaan Quality Huntereiden tulevat tehtävät ja matkasuunnitelmat.

Kampanjan onnistumisen kannalta oli elintärkeää, että kansainvälinen media ja bloggaajat saataisiin innostumaan kampanjasta jo alkuvaiheessa. Median aktivointi oli siksi tärkeysjärjestyksessä ensimmäisenä. Jotta kansainvälinen kiinnostus herätettäisiin rytinällä, kampanjaa varten päätettiin valjastaa käyttöön Finnairin koko globaali PR-verkosto.

KAMPANJAN HAKUVAIHEESSA yli 5 200 ihmistä 89 eri maasta ympäri maailman haki Finnairin Quality Hunteriksi. Kansainväliset mediat julkaisivat tarinoita unelmien työpaikasta. Uutinen levisi nopeasti myös Facebookissa ja Twitterissä. Kampanjaa esiteltiin lisäksi Finnairin kaikissa viestintäkanavissa, kuten yrityksen nettisivuilla ja lentokoneissa jaettavissa lehdissä.

Pitkän valintaprosessin jälkeen Finnair nimitti lopulta neljä Quality Hunteria: Christina Lund Sørensenin (Tanska), Ella Marshallin (Iso-Britannia), Warren Singh-Bartlettin (Libanon) sekä Wolfgang Wagnerin (Saksa). Heidän kahdeksanviikoinen komennuksensa alkoi Helsingistä 4. lokakuuta ja päättyi joulukuun 2010 alussa.

Kansainväliset mediat julkaisivat tarinoita unelmien työpaikasta.

QUALITY HUNTEREIDEN TYÖ koostui Aasian, Euroopan ja USA:n lentojen, lentokenttien ja kohteiden arvioinnista sekä löydösten raportoinnista Finnairille. Lisäksi Quality Hunterit jakoivat ajatuksiaan ja seikkailuitaan yleisölle Rethink Quality -blogeissa. Kuukausien kuluessa sivusto keräsi tuhansien seuraajien joukon ympäri maailman. Sivustosta tuli laatuksentelujen ehtymätön foorumi, ja kampanja sai valtavasti mediahuomiota.

Koska Finnair antautui rohkeasti sekä positiivisten että negatiivisten keskustelujen kohteeksi, yhtiö teki uudenlaisen aluevaltauksen asiakkaiden osallistamisessa. Warren Singh-Bartlett, yksi Huntereista, tiivistä kokemuksensa bloginsa viimeisessä kirjoituksessa seuraavasti: –Tämä on ollut uskomatonta, pakahduttavaa ja epätodellista. Aikavyöhyk-

keiden ja lämpötilavaihteluiden läpi reissaaminen 800 kilometrin tuntivauhdilla, 12 000 metriä maanpinnan yläpuolella on saanut minut tuntemaan itseni välillä kuolemattomaksi, välillä 1 000-vuotiaaksi. Mutta maapallomme on kiehtova ja kaunis, ja sen ympäri matkustaminen on aina etuoikeus.

RETHINK QUALITY -KAMPANJA herätti valtavan määrän keskustelua, ja Finnairin asiakkaat pääsivät osallistumaan laatutyöhön uudella tavalla. Monet kampanjassa esiin nousseet ideat ovat tälläkin hetkellä Finnairin palvelukehittäjien pohdittavana.

Kampanjalla saavutettiin merkittäviä viraalivaikutuksia. Yhteensä Rethink Quality -sivustolla vieraili lähes 600 000 lukijaa 189 maasta, ja sadat asiakkaat jakoivat siellä omia mielipiteitään. Quality Hunterit bloggasivat ja raportoivat kokemuksiaan yhteensä 50 kaupungista.

Rethink Quality -kampanjan medianäkyvyys kattoi ainakin 630 osumaa yli 20 eri maassa. Yhteenlasketulla printti-, online- ja TV-näkyvyydellä kampanja tavoitti lopulta maailmanlaajuisesti miljoonia ihmisiä. ■



👉 - Kuluneet pari kuukautta ovat olleet melkoinen matka. Tämä reissu on ollut laajin, intensiivisin sekä tyhjentävin kokemani sen jälkeen, kun 17-vuotiaana matkasin reppu selässä Euroopan ja Lähi-idän halki Intiaan.

Warren Singh-Bartlett Beirut, Libanon

Kolumni

Christina Lund Sørensen
Quality Hunter

No niin, ystävät – esitys on päätynyt ja Quality Hunting lopunut tältä erää. Kollegani Wolfgang jätti jo hyvästinsä ja kertoi samalla, kuinka monta mailia oli lentänyt 60 matkapäivänsä aikana. Olisinpa tehnyt samoin – laskeutunut mailini siis – mutta voin kertoa, että summa on paljon. Enemmän kuin monet lentävät elämänsä aikana.

Kuten saatoin jo ennustaa, ikimuistoisimmat kokemukset matkaltani eivät liittyneet ruokaan, hotelleihin, nähtävyyksiin tai lentoihin. Sen sijaan parhaiten mieleeni painuvat ihmiset, jotka tapasin kahden kuukauden varrella. Ihmiset, jotka jo tunsin, sekä uudet tuttavuudet.

Tokiassa Melinda Joe opetti minut nauttimaan sakesta ja jakoi kanssani myös tietämyksensä japanilaisesta ruoasta. Hanae oli ihanaa seuraa ja vastasi hulluimpiinkin kysymyksiini Japanista. Osakassa Dave puolestaan tarjoutui oppaakseni päivämatkalle Kiotoon.

Kun sairastuin Prahassa, Marino ja Hana kyyditsivät minut lääkäriin, vaikkeivät koskaan aiemmin olleet tavanneet minua. Ja Budapestissa David ystävineen kertoi minulle kommunistisen pizzasalaisuutensa.

Berliinissä ystävälliset ihmiset Biebricher Strassella ottivat minut hoiviinsa, ruokkivat minut, pesivät vaatteeni ja esittelivät Berliiniä. Kiitos Anna ja kumppanit. Lontoossa ystävälliset sielut toivottivat minut jälleen tervetulleeksi kotiinsa ja kestitsivät minua perinteisellä sunnuntai-paistilla, kiitos Gabrielle ja Chris. Ja kun saavuin Tukholmaan, yksi rakkaimmista ystäväistäni haki minut lentoasemalta, tarjosi kotinsa käyttööni kolmeksi päiväksi, laittoi minulle ruokaa ja kuunteli uskottomia matkajuttujani.

Matkan varrella ystäväni jopa lensivät Hongkongiin ja Pariisiin tapaamaan mi-

nua ja etsimään kanssani laatua Finnairille. Sitä voi kutsua todelliseksi ystävydeksi – kiitos Emmanuelle ja Gertrud.

Ja kiitos Finnairin henkilökunnalle, joka Hongkongin lennolla tarjosi minulle unohtumattoman matkustuskokemuksen. Pääsin tutustumaan ohjaamoon ja sain vastaukset kaikkiin mieltäni askaruttaneisiin kysymyksiin lentämisen saloista. Sain myös istua ohjaamossa Hongkongiin laskeutumisen ajan. Ehdottomasti yksi QH-matkani ikimuistoisimmista kokemuksista.

Suurimman kiitokseni esitän lukijoilleni, jotka matkan varrella osallistuitte keskusteluun matkustamisesta, jaoitte mielipiteitänne ja kommentoitte kirjoituksiani. Ilman osallistumistanne kirjoittaminen ei olisi ollut läheskään yhtä hauskaa – edes silloin kun palautteenne ei ollut ainoastaan hyvää.

Haluaisin tehdä kymmenen kohdan listan siitä, mistä pidin ja mistä en pitänyt matkallani. Matkustamisen laatu ei kuitenkaan välttämättä merkitse naapurilleni tai lukijoilleni samaa kuin minulle. Listan sijaan kehotankin kaikkia seikkailemaan ja löytämään matkustamisen laatunsa itse. ■

Kaikista upeista kohtaamisista, joista mainitsin yllä, voitte lukea yksityiskohtaisemmin blogistani osoitteesta www.finnair.com/rethinkquality.



"Kehotan kaikkia seikkailemaan ja löytämään matkustamisen laatunsa itse."

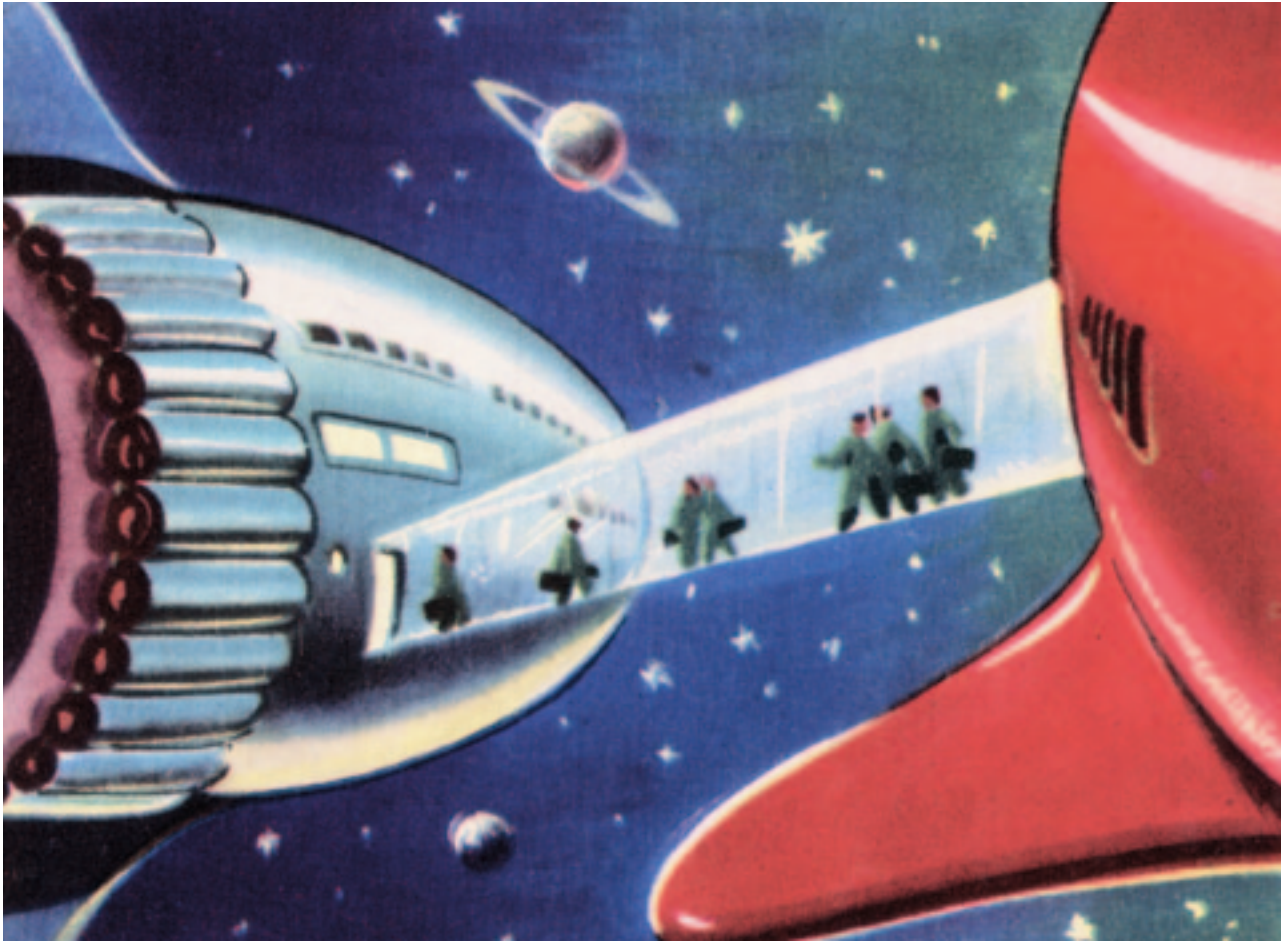
Christina Lund Sørensen



Kaupallisesta avaruusmatkailusta on tulossa todellisuutta aiemmin kuin arvaammekaan. Kuka haluaisi matkata tähtiin ja miksi? Miten tämä tulee vaikuttamaan nykyiseen matkateollisuuteen? Jätä ilmakehä taaksesi ja ota selvää.

Teksti Maunu von Lueders

Onko kaupallisessa avaruusmatkailussa järkeä?



Ihmiskunnan kehitystä ovat kautta historian avittaneet välttämättömyys, mielikuvitus, innovaatiot, oppiminen ja joskus jopa puhtaat vahingot. Olemme aina olleet kiinnostuneita tuntemattomasta ja mahdottomasta. Lentäminen on luultavasti aina ollut haaveenamme, mutta ilman siipiä olemme joutuneet käyttämään kekseliäisyyttä päästäksemme ilmaan. Sata vuotta sitten ilmailualan pioneerien tekemien keksintöjen myötä ihmiset voivat tänä päivänä matkustaa turvallisesti ja nopeasti lentämällä. Voisiko mikään enää olla paremmin?

LIKENNÖINTI AVARUUTEEN on kehittymässä jännittävällä tavalla. Tavallaan nyt ollaan vain toistamassa sitä, mitä suunniteltiin jo kaupallisen lentoliikenteen kehittämisen alkuvaiheessa. Kuten myös sata vuotta sitten, lentoliikenteen edelläkävijäyritykset ovat myös mukana tässä muutoksessa. Kehityksen vauhti ja intensiteetti tulevat kuitenkin olemaan huomattavasti 100 vuoden takaista nopeampia. Vastustajia ja epäilijöitä kuitenkin riittää. Monet kysyvät, miksi rikkaita ja etuoikeutettuja ihmisiä pitäisi kuljettaa huvimatkoille avaruuteen. Eikö rahalle olisi parempaakin

käyttöä? Ehkä, mutta ei ole myöskään huono idea investoida tulevaisuuden huiimiin kehitysaskeliin.

MEIDÄN PITÄISI itse asiassa olla kiitollisia niille "malttamattomille", jotka haluavat niin intohimoisesti päästä lyhyelle visiitille avaruuteen, että he ovat valmiita investoimaan siihen valtavan summan rahaa. Kun kaupallinen avaruusliikenne lopulta alkaa, heidän panoksensa mahdollistavat myös muiden avaruuskoekemukset. Ensimmäiset avaruuteen matkanneet yksityishenkilöt maksoivat 10-20



➤ **Retrofuturismia.** Tieteiskirjallisuus ja -elokuvat ovat jo vuosikymmenien ajan tarjonneet meille mielikuvituksellisia näkyjä siitä, miltä avaruusmatkailu saattaa lopulta näyttää.

miljoonaa dollaria vierailustaan venäläisellä Soyuz-avaruusaluksella. Ensimmäiset kaupalliset avaruusmatkailijat tulevat maksamaan noin 200 000 dollaria yhden tunnin kokemuksestaan. Lippujen hinnat laskevat todennäköisesti huomasti tästäkin eteenpäin, sillä matkustajien määrä kohoaa tuhansiin ja kymmeniintuhansiin. Ensimmäiset avaruudessa vierailleet maksavat siis muidenkin viulut.

HALLITUSTEN koordinoimat ja rahoittamat avaruusohjelmat ovat jo todistaneet ja näyttäneet tietä sille, että avaruuden tutkiminen tuo ihmiskunnalle lukuisia hyötyjä, joita voi olla enemmän kuin mitä itse edes tajuamme. Avaruusliikenteen kaupallistuminen vie hyödyt uudelle tasolle, sillä kehitys tapahtuu julkista sektoria huomattavasti nopeammin ja pienemmin kustannuksin.

Paraikaa avaruusportteja suunnitellaan ympäri maailmaa. Ensimmäinen nimenomaan kaupallista avaruusmatkailua varten rakennettu portti sijaitsee New Mexicossa ja aloittaa toimintansa pian. Ensimmäinen kaupallinen avaruusalus, joka vie tulevaisuudessa matkustajia lyhyille matkoille ilmakehän tuntumaan, on tällä hetkellä testiajossa. Pian se on valmis kuljettamaan yksittäisiä astronautteja unohtamattomille matkoille. Pidempien matkojen avaruusaluksia suunnitellaan tällä hetkellä piirustuspöydillä. Maan pinnalta toiseen paikkaan matkustaminen ei ole enää vain hamassa tulevaisuudessa. Asiat etenevät kovaa vauhtia, ja tahti vain kiihtyy jatkuvasti.

LUKUISAT YRITYKSET kehittävät tälläkin hetkellä uusia ratkaisuja avaruusmatkailun turvallisuuteen, ympäristökysymyksiin ja tehokkuuteen liittyen. Myös realistisia suunnitelmia avaruushotelleista on muotoutumassa. Yksityisesti rahoitettu SpaceX-yritys lähetti taannoin Falcon-

raketin Cape Canaveralista avaruuteen esitellen sen vaikuttavia kykyjä. SpaceX onkin saanut NASA:lta lukuisia toimeksiantoja kansainvälisellä avaruusasemalla ISS:llä. Kustannussäästöt, jotka saadaan käyttämällä SpaceX-raketteja tämänhetkisten avaruussukkuloiden sijaan, tulevat olemaan ”astronomiset”. Yksityiset yhtiöt ja yrittäjät ovat siis mukana kehittämässä ainutlaatuista toimialaa, joka esittelee uuden sukupuolen avaruusmatkailuhankkeita nopealla tahdilla. Oppilaitokset kehittävät puolestaan opetussuunnitelmia, joilla vahvistetaan tietoja ja taitoja avaruuteen ja tieteisiin liittyen. Nuorille ihmisille on aukeamassa ainutlaatuisia uramahdollisuuksia.

Ensimmäinen kaupallinen avaruusalus, joka vie tulevaisuudessa matkustajia lyhyille matkoille ilmakehän tuntumaan, on tällä hetkellä testiajossa.

VAIKKA MONET RAKETIT ja avaruusaluksat käyttävätkin ilokaasua (dityppioksidi) polttoaineenaan, avaruusmatkat eivät ole vain hupia tai naurun asia. Tällä hetkellä kehittyvä toimiala nimittäin rakentaa koko ihmiskunnan tulevaisuutta kaupallisen avaruusmatkailun suhteen. Finnair esitteli joitakin näitä suunnitelmia futuristisella tavalla Departure 2093 -kirjassaan. Avaruusmatkailuyhteisö onkin toivottanut tämänkaltaiset visionääriset kuvitukset tervetulleiksi inspiroimaan avaruusmatkailun kehitystä.

AVARUUSMATKAILUN ENSIMMÄISEN 50 vuoden aikana noin 520 ihmistä vieraili avaruudessa. Virgin Galactic -operaation ensimmäisen vuoden aikana suurin piirtein saman verran ihmisiä tulee näkemään

kotiplaneettansa avaruudesta käsin. Aikamoinen harppaus.

Kaupallinen avaruusmatkailu houkuttelee tulevaisuudessa myös muita aloja mukaan kehitykseen, kun avaruusmatkailusta tulee yhä tärkeämpi osa jokapäiväistä elämäämme. Kaupallinen avaruusmatkailu on katalyytti opetukselle, turismille, muodille, viihteelle, lääketieteellisyydelle ja monille muille aloille. Avaruuden intensiivinen tutkiminen johtaa uusiin materiaaleihin, teknologisiin ratkaisuihin sekä innovaatioihin ympäristömme hyväksi.

Itselleni tähän mennessä inspiroivin kokemus avaruusmatkailuun liittyen oli, kun vietin viihdyttäviä hetkiä Hillrisen ala-asteen ekaluokkalaisten kanssa Las Crucesissa, New Mexicossa. Nämä lapset – ja myöhemmin heidän lapsensa – edustavat nimittäin sukupolvia, joille avaruusmatkailu on tulevaisuudessa täysin normaali osa elämää, aivan samalla tavoin kuin lentäminen on meille tänä päivänä. Heidän mielikuvituksellaan, inspiraatiollaan ja innollaan ei ole rajoja, sille mitä avaruus voi meille tarjota. Heillä on valtavasti ideoita ja perusteluja sille, miksi meidän tulisi kohdistaa katsemme avaruuteen – mutta se onkin jo toinen tarina. ■



Mamu von Lueders on toiminut lentoliikenteen parissa jo yli 40 vuotta. Valtaosan tästä ajasta hän on edustanut Finnairia eri puolilla maailmaa. Hän on toiminut myös globaalin lentoyhtiöallianssin johtoryhmässä sekä kahden halpalentoyhtiön toimitusjohtajana. Viimeiset puolitoista vuotta von Lueders on ollut mukana kehittämässä kaupallista avaruusliikennettä Ruotsissa ja New Mexicossa.

Logbook

Vastuu



Maaillmankansalainen kantaa vastuunsa. Kestävä liiketoiminta turvaa työpaikkoja ja lisää hyvinvointia. Oma henkilöstö on arvokasta ja maailman lapset tarvitsevat apua. Ympäristökuormitusta vähennetään kaikessa toiminnassa. Vuodesta 1999 vuoteen 2017 mennessä Finnair vähentää päästöjään 41 prosenttia istuinta kohden.

Tässä osiossa syvennyttään päästölas-kennan kiemuroihin, nähdään vastuul-lisuus myyntivalttina, luodaan kier-rättämällä designia ja kerätään vinkit vastuullisen matkailijan muistilistalle. Lopuksi esitellään kansainvälinen voit-tajajoukkue.

Päästösäästöt kiinnostavat yrityksiä

Yritykset ympäri maailmaa ovat entistä halukkaampia vähentämään työmatkustukseen käytettyä aikaa ja siitä syntyviä päästöjä. Kysymme kolmelta Finnairin yritysasiakkaalta, millainen merkitys ekotehokkuudella on lopulliseen ostopäätökseen. Finnairin henkilökunta kertoo puolestaan vastuullisuuden merkityksestä myyntityössä eri puolilla maailmaa.

Teksti Laura Kantanen ja Maria Mroue

Vastuullisen yritysasiakkaan lentoyhtiö

Lentomatkustuksen ekotehokkuus ja matkustukseen liittyvän hiilijalanjäljen vähentäminen ovat maailmanlaajuisesti kasvava trendi, josta yritykset kantavat entistä enemmän vastuuta. Huoli ympäristöstä ja yhteiskunnasta jää kuitenkin usein rahan katveeseen, sillä yritysten lopullisia ostopäätöksiä määrittävät valtaosan kustannukset.

Yritysten on kuitenkin otettava hiilijalanjälkensä huomioon entistä tehokkaammin vastatakseen kuluttajien vaatimuksiin. Kuluttajat haluavat omissa ostopäätöksissään huomioida ympäristön yhä paremmin. He kaipaavat yrityksiltä tietoa koko tuotantoketjun päästöistä.

Useilla yrityksillä on jo oma kestävä kehityksen ohjelma, jossa otetaan huomioon myös lentomatkustuksesta syntyvät päästöt. Valitettavan usein hyvän tarkoituksen jyrää lopullinen euromääräinen hinta, kun yritys ei lentolippuja ostaessaan otakaan huomioon lentoyhtiön päästöjä. Lentoyhtiön päästöihin vaikuttavat esimerkiksi laivasto, operatiivi-

set toimet päästöjen vähentämiseksi sekä käytetyt reitit. Omien alojensa pioneirit, kuten Toyota, Volvo sekä Kuehne & Nagel, ovat kuitenkin ryhtyneet toimeen.

Volvo lentää työmatkansa Finnairilla

Ruotsalaisen autovalmistajan Volvo Ab:n työntekijät lentävät työmatkansa Finnairilla. Yhtiölle on tärkeää noudattaa kestävä kehityksen strategiaa kaikessa toiminnassaan. Valitessaan lentoyhtiötä työmatkoille Volvo kiinnittää huomiota turvallisuuteen, tuotteeseen, ympäristönäkökulmaan sekä lopulliseen hintaan.

– Lentoyhtiöiden vertailu päästöjen osalta on hankalaa, sillä vain harvat lentoyhtiöt antavat todellista ja vertailukelpoista dataa asiakkailleen. Olisi hyvä, jos lentomatkan päästöt voisi todentaa jo lentoja varatessa. Volvo panostaa myös virtuaalisiin tapaamisiin, jolloin työmatkoja lennetään vähemmän. Silloin, kun lennetään, halutaan tehdä oikea päätös

valitsemalla ympäristölle paras lentoyhtiö sekä lyhyin reitti ja lentoaika, Volvota kerrotaan.

Toyota etsii vaihtoehtoisia toimintamalleja

Aasiassa aletaan vasta heräillä vihreisiin arvoihin ja yritystoiminnan kestävään kehitykseen. Harva aasialainen yritys on implementoinut ympäristövastuuta toimintaansa, mutta jättiläisen herätessä on oltava valmiina.

Japanilainen autovalmistaja Toyota on kiinnostunut työmatkustukseen liittyvistä päästöistä ja etsii aktiivisesti vaihtoehtoisia, vastuullisia toimintamalleja omassa toiminnassaan. Kuitenkaan lentoyhtiön valintaan eivät päästösäästöt tai lentoyhtiön ekotehokkuus vielä kovinkaan paljon vaikuta, Toyotalta kerrotaan. Työmatkustuksessa vaakakupissa painavat tuotteen laadukkuus ja mukavuus sekä lopullinen hinta.

Rahtijättiläinen kaipaa läpinäkyvyyttä

Kuehne & Nagel on Finnair Cargon yhteistyökumppani, jolla on pitkät perinteet yritysvastuun toteuttamisesta omassa toiminnassaan. Yhtiö edellyttää vastuullista yritystoimintaa myös kumppaneiltaan. Huolintayhtiön Suomen-toimistosta kerrotaan, että ympäristövastuun teemat ovat asiakkaille jatkuvasti tärkeämpiä ja vaikuttavat enenevässä määrin myös kuljetusyhtiön valintaan. Kuitenkin huolintayhtiön asiakas tekee lopullisen valinnan, jossa määrääviä tekijöitä ovat lopullinen hinta sekä kuljetuksen nopeus.

– Euroopan suurilla lentoasemilla toimintojen hiilijalanjäljen selvittäminen on usein vaativalta, sillä kaikki lentoyhtiöt eivät anna tarkkoja tietoja laivastoistaan ja niiden päästöistä. Tästä syystä Kuehne & Nagel valitsee yhteistyökumppaneita, jotka ilmoittavat päästönsä läpinäkyvällä ja luotettavalla tavalla, yhtiöstä kerrotaan. ■



➔ **Edellä ajava.** Tulevaisuutta silmällä pitävänä ajoneuvojen valmistajana Volvo on hyvin tietoinen tarpeesta pienentää päästöjä. Tämä käy ilmi myös Volvon kehittämistä hybridiautoista, esimerkiksi V70-stä.

Finnairin vastuutyö myyntivaltiksi ympäri maailmaa

Ympäristötietoisuus on maailmanlaajuisesti vasta kehitymässä. Etenkin Aasian markkinoilla yritysvastuu on vielä suhteellisen nuori käsite.

Myyntivaltteja ovat perinteisesti olleet matkustusmukavuus, lentoaika ja hinta. Yritys vastuuta tai ekotehokasta matkustusta ei vielä nähdä perinteisenä myyntivalttina kansainvälisillä markkinoilla, joskin kiinnostus ekotehokkaaseen matkustukseen kasvaa jatkuvasti.

Finnair haluaa olla laatu- ja ympäristötietoisien matkustajan valinta. Siksi Finnair pyrkii myös kasvattamaan tietoisuutta vastuullisuudesta maailmalla. Vastuullisen matkustamisen viestiä vie eteenpäin innostunut henkilökunta Finnairin myyntiyksiköissä, kuten **Tomi Maaniemi** Kööpenhaminassa, **Mary Gonzalez** New Yorkissa, **Yvonne Yi Huang** Shanghaissa ja **Hiroaki Nagahara** Tokiossa.

Japani on Aasian edelläkävijä

Japani on Aasian markkinoiden edelläkävijä yritys vastuuasioissa. Jättiläinen herää kuitenkin hitaasti, ja yritys vastuutyön tulokset ovat olleet vielä toistaiseksi vaisuja. Japanin myyntiyksikössä ollaan kuitenkin positiivisia tulevaisuuden suhteen.

– Olemme varmoja, että tietoisuus lentomatkustuksen ekotehokkuudesta ja päästöjen vähentämisestä kasvaa tulevaisuudessa. Tietoisuus ohjaa vuorostaan ostopäätöstä, kertoo myyntipäällikkö Hiroaki Nagahara Finnairin Tokion myyntiyksiköstä.

– Ympäristö ja päästöt ovat laajasti esillä mediassa, mutta asiakkaat eivät vielä osaa ottaa huomioon eri lentoreittien ekotehokkuutta tai lentomatkustuksen päästöjen vähentämistä valitessaan lentoyhtiötä, Nagahara jatkaa.

Japanissa Finnairin imagoa vastuullisena ja pitkäjänteistä ympäristötyötä tekevänä yhtiönä halutaan kasvattaa. Tulevaisuudessa myös yritys vastuuasiat voivat tuoda kilpailuetua lentoyhtiölle.

Ekotehokkuus on myyntivaltti Pohjoismaissa

Pohjoismaiset yritykset ovat aktiivisia ja tietoisia toimijoita yritys vastuuasioissa. Suuryritykset eivät kuitenkaan ole vielä valmiita maksamaan työmatkustuksen päästösäästöistä. Lopullinen hinta vaikuttaa lentoyhtiön valintaan.

– Yritys vastuuta kuvaa hyvin Finnairin arvomaailmaa. Vastuullinen toiminta nähdään yhä tärkeämpänä tekijänä Tanskan

yritysmyynnissä, kertoo Finnairin Tanskan myyntiyksikön päällikkö Tomi Maaniemi.

Finnairin avoimuus tekee liiketoiminnasta luotettavaa. Ensiaskeleet oikeaan suuntaan on otettu myös Tanskan markkinoilla.

– Olemme saaneet paljon huomiota etenkin ympäristövastuun osalta. Yritys vastuuta ja ekotehokasta matkustusta käytetään Tanskassa aktiivisesti myyntivalttina. Vastuullisuus jatkuu sisäisessä



Vastuullisen matkustamisen keulassa. Myyntipäällikkö **Hiroaki Nagahara**, (oikealla), kokeilee bisnesluokan säädettäviä istuimia **Mitsuo Takaitzumin**, vanhemman asiakaspäällikön, ja kahden kaukolentojen matkustamohenkilökunnan jäsenen kanssa.

toiminnassa, sillä myös toimistossamme kierrätetään, Maaniemi jatkaa.

Finnairin johtoasema kestävän kehityksen saralla ja avoin raportointi koetaan kilpailuetuina Finnairin myyntiorganisaatioissa.

Tomi Maaniemi on valittu ainoana ulkomaalaisena Tanskan Punaisen Ristin vuoden 2011 lähettilääksi keräämään avustuksia yhdistyksen toimintaan. Yritysvastuasiat voidaan oikealla toiminnalla kääntää liikevoimamahdollisuuksiksi, mutta tulevaisuuden kehityksen suunta on paljon kiinni myös paikallisesta päätöksenteosta sekä kansainvälisen politiikan tahtotilasta.

Yhdysvalloissa kannustetaan hyviin päätöksiin

Yhdysvalloissa ympäristöasiat ovat paljon esillä, ja lentämisen ympäristövaikutuksista ollaan suhteellisen tietoisia. Kuluttajat ja yritysasiakkaat kiinnittävät kestävään kehitykseen ja ekotehokkaaseen matkustukseen huomiota lentoyhtiötä valitessaan, vaikka useimmiten hinta ratkaiseekin.

– Voimme saada kilpailuetua ja käyttää ympäristöaspektia myyntivalttina, kun olemme aktiivinen edelläkävijä. Yhdysvalloissa yritykset hyödyntävät mahdollisuuden vähentää toimintansa päästöjä

aina, kun se vain on mahdollista. Yritykset kannustavat henkilöstöään tekemään vastuullisia päätöksiä – myös työmatkustuksen suhteen, kertoo Finnairin New Yorkin myyntiyksikön asiakkuuspäällikkö Mary Gonzalez.

Pohjois-Amerikan markkinoilla yritysvastuun argumentteja käytetään jatkuvasti muiden perinteisten myyntivalttien rinnalla. Kestävä kehitys jatkuu myyntityön mukana myös toimistoon, jossa lehdet, pulat ja toimistopaperi kierrätetään.

– Yritysasiakkaat ottavat usein lentoyhtiön ympäristövaikutukset huomioon tehdessään matkustuspäätöksiä. Tällöin ympäristöasioissa aktiivinen lentoyhtiö on vahvemmissa kantimissa, vaikka yleensä kokonaiskustannukset ovat määräävässä asemassa. Finnairin tunnettuutta Pohjois-Amerikassa halutaan kasvattaa. Samalla kerrotaan ekotehokkaasta lentomatkustuksesta sekä pitkäjänteisestä yritys vastuutyöstämme, Gonzalez jatkaa.



Kiina vasta heräilee vastuullisuuteen

Kiinalaiset yritykset eivät vielä ole heränneet lentomatkustuksen ympäristövaikutuksiin. Yhteiskuntavastuuasioita ei voi vielä käyttää myyntivalttina Kiinan markkinoilla, mutta muutos on odotettavissa. Se, kuinka nopeasti kiinalaiset yritykset heräävät toimintansa vastuullisuuteen, riippuu politiikasta ja kansainvälisten säännösten vaikutuksesta.

– Kiinan markkinoilla kerromme asiakkaillemme vastuullisesta yritystoiminnasta ja ekotehokkaasta lentämisestä, mutta kiinalaiset yritykset eivät vielä ole halukkaita ottamaan näkökulmaa huomioon neuvotteluissa. Lentoyhtiön valintaan vaikuttavat vahvasti perinteiset tekijät, kuten matkustus aika ja hinta, kertoo myyntipäällikkö Yvonne Yi Huang Finnairin Shanghai myyntiyksiköstä.

– Kiinassa tietoisuuden kasvu lentämisen ympäristövaikutuksista ei ole vielä alkanut. Teemme kuitenkin pohjatyötä jatkuvasti ja olemme valmiina, kun kehitys alkaa, Yi Huang jatkaa. ■

Tuuli kääntyy. Kiina on vähitellen heräämässä yhteiskuntavastuuasioihin, vaikkakin verkkaisesti.



Lastenklinikan Kummit sekä UNICEF tekevät korvaamatonta työtä: mahdollisuus puhtaaseen veteen, koulunkäyntiin ja liikkumiseen antavat lasten elämälle ja samalla maailmamme tulevaisuudelle aivan erilaiset edellytykset. Finnair on jo vuosien ajan ollut mukana Kummien ja UNICEFin työssä maailman lasten hyväksi. *Teksti Inka Ikonen*



Enemmän edellytyksiä elämälle

Vuonna 1995 alkanut Finnairin ja Lastenklirikoiden Kummien yhteistyö sai viime vuonna uudet siivet alleen. Vuoden 2010 alusta Finnair Plus -kanta-asiakkaat ovat voineet lahjoittaa Kummeille Plus-pisteitään.

Finnair Plus -pisteiden kautta Finnair on antanut Kummien käyttöön lentolippuja, joilla Kummit ovat pystyneet lennättämään pieniä potilaita hoitoon lastenklirikapaikkakunnille tai takaisin kotiin palautumaan raskaista hoitojaksoista. Plus-pisteet mahdollistavat myös sairaiden lasten vanhempien matkat kotiseudulta yliopistollisille lastenklirikoille, joita on viisi ympäri Suomea.

Lisäksi Plus-pisteitä käytetään lastenklirikoiden lasten ja vanhempien osallistumisen mahdollistamiseksi eri puolella Suomea järjestettäviin virkistystapahtumiin, sekä Kummien vierailuihin muille lastenklirikoille.

Lahjoittajat saavat hyvän mielen lisäksi kotiinsa diplomin ja ison lahjoituksen antajat Teemu-nallen.

Vuodesta 1995 järjestetty Elämä Lapselle -konsertti on vakiinnuttanut asemansa yhtenä tärkeimpänä tukimuo-

tona nuorten keskuudessa. Lahjoitetun Plus-pisteiden avulla moni kaukana asuva sairas lapsi pystyi osallistumaan konserttiin tänäkin vuonna. Jokaiselta maan viideltä klinikalta lähti matkaan 15–20 konserttavierasta.

– Konserttimatka on eristettyä sairaalaelämää viettävälle lapselle elämys. Saattaa olla, että lapsi pääsee silloin ensimmäistä kertaa lentokoneeseen. Se on iso juttu, Kummien toiminnanjohtaja Anne Knaster sanoo.

Yhteistyö Finnair Plussan ja Kummien kanssa on lähtenyt hyvin käyntiin. Kummien kassaan on kertynyt yli seitsemän miljoonaa pistettä. Tämä tarkoittaa yli tuhatta edestakaista lentoa kotimaassa.

Lahjoittajat saavat hyvän mielen lisäksi kotiinsa diplomin ja ison lahjoituksen antajat Teemu-nallen.

– Tästä tulee pysyvä osa Finnair Plus -ohjelmaa. Odotimmekin, että tämä lähtee hyvin käyntiin, mutta se on mennyt vielä odotuksia paremmin, Finnairin kanta-asiakasohjelmasta vastaava johtaja **Mikko Tuomainen** kertoo.

Lisäksi Finnair muisti viime vuonna Helsingin lastenklinikan pikkupotilaiden pikkujouluja sponsoroimalla **Jenni Vartiainen** esiintymään juhlaan.

FINNAIR TOIMII PITKÄJÄNTEISESTI lasten asialla myös toisen pitkäaikaisen kumppanin kanssa. Suomen UNICEF ja Finnair toteuttivat Change for Good -kampanjan jo viidettätoista kertaa 29.11.2010–9.1.2011.

CFG-kampanjan keräyskohteena jatkoi UNICEFin kolmivuotinen Puhdas vesi ja

ympäristö Intian lapsille -ohjelma. Ohjelmassa painotetaan erityisesti saniteetti- ja puhtaan veden merkitystä.

Finnair on yhdessä asiakkaidensa kanssa kerännyt jo yli miljoonan UNICEFin työhön lasten hyväksi.

Keräyskohde, Koillis-Intian Bihar, on yksi Intian köyhimmistä ja tiheimmin asutetuista alueista. Erityisesti tytöt kärsivät puhtaan veden puutteesta. Heidän koulunkäyntinsä keskeytyy, koska pitkät vedenhakumatkat vievät paljon aikaa päivästä. Intiassa projektin avulla kouluihin rakennetaan vesipisteet ja käymälät. Lisäksi koulutetaan opettajia, jotta

he voisivat opastaa lapsia käsienspesussa ja muissa hygieniaan liittyvissä asioissa.

Change for Good on ollut monen one-world-allianssiin kuuluvan lentoyhtiön hyväntekeväisyyskohde jo vuodesta 1999. Kampanja on osoittautunut tehokkaaksi ja konkreettiseksi tavaksi parantaa oloja kehitysmaissa. CFG-keräyksellä on vuosien varrella hankittu varoja muun muassa koulutusohjelmiin Ruandassa ja Nepalissa, aids-ohjelmiin Vietnamissa ja Kaliningradissa sekä hätäapuprojektiin Kosovossa.

– Tänä vuonna halusimme tuoda kampanjaan uuden elementin. Lahjoitimme 50 senttiä jokaisesta uudesta Facebook-sivustomme jäsenestä keräykselle kampanjan aikana, Finnairin viestintäpäällikkö **Maria Mroue** kertoo.

CFG-keräys järjestetään lähes kaikilla ulkomaanlennoilla. Tähän mennessä Finnair on yhdessä asiakkaidensa kanssa kerännyt jo yli miljoonan UNICEFin työhön lasten hyväksi, tarkalleen ottaen 1 046 474,10 euroa.

FINNAIRIN SOSIAALISEN VASTUUN piiriin luetaan myös yksittäisiä kädenojennuksia, kuten avustuksen järjestäminen maanjäristyksen runtelemaan Haitiin.

Viime vuoden tammikuussa Helsinki-Vantaalta lähti Finnairin ja Suomen sekä Saksan Punaisen Ristin erikoislento, joka kuljetti lääkintähenkilökuntaa ja avustusrahtia Haitin maanjäristyksen uhreille.

Avustuksen avulla kuljetettiin hätäsaaraalan leikkaussali, vuodeosastoja ja siihen kuuluvia avustustarpeita noin 30 000 kilon edestä. Lisäksi kyydissä oli 56 Punaisen Ristin avustustoimintaan ja lehdistöön kuuluvaa henkilöä, joista puolet oli Suomesta ja puolet Saksasta.

– Oli hienoa saada olla mukana avustustoiminnassa osana sitoutunutta joukkuetta, joka toimi yhtenä Punaisen Ristin avustuskortena Haitin kriisissä, Finnairin lentokapteeni **Rabbe-Holger Wreden** kiteyttää.

Finnair Cargo kuljetti myös eteläisen Kiinan Sichuanin maanjäristyksen uhreille telttoja vuonna 2008 ja osallistui sen jälkeen lahjoituksella paikallisen koulun rakennusprojektiin GuiYanin kylässä. ■



Korvaamaton palvelus. Lastenklonikoiden Kummit ry:n työllä on todella merkitystä. Kummit näet varmistavat, että lasten sairaalassaoloaika on mahdollisimman miellyttävää.



Parannuksia pitkällä tähtäimellä

Finnairille vastuu merkitsee kestävää toimintaa ja pitkäjänteisiä kumppanuuksia. Yhtiö toimii aktiivisena yhteistyökumppanina eri järjestöjen, viranomaisten, säätiöiden ja muiden tahojen kanssa.

Baltic Sea Action Group (BSAG) – Elävä Itämeri on sitoutumaton säätiö, joka tekee konkreettista työtä maailman saastuneimman meren, Itämeren, pelastamiseksi ja auttamiseksi. Baltic Sea Action Summit (BSAS) puolestaan on yhteisaloite, jonka päämääränä on yhdistää julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin toimijoiden voimavarat Itämeren hyväksi.

Finnair auttoi BSAS:n osallistujien matkanjärjestelyissä, ja Finnairin asiakkaat voivat halutessaan lahjoittaa Plus-pisteitä säätiölle. Lisäksi Finnair kertoo säätiön toiminnasta viestintäkanavien kautta ja näyttää säätiön toimintaan liittyviä dokumentteja lennoilla. Finnair Plus Shopissa myydään kiertäysohopeasta valmistettuja Guardian of the Baltic Sea -kaulakoruja, joiden tuotosta 40 euroa menee lyhentämättömänä BSAG:n toimintaan.

– Itämeri on meille tärkeä alue, ja on hienoa, että voimme yhdessä asiakkaidemme kanssa osallistua sen suojelutyöhön, kestävän kehityksen johtaja **Kati Ihamäki** sanoo.

Finnairilla ja Suomen luonnonsuojeluliitolla on takanaan monivuotinen yhteistyö pienvesien suojelun ja luonnon monimuotoisuuden edistämisessä. Finnair tukee hankkeita avustuksilla sekä antaa niille näkyvyyttä. Finnair on osallistunut puhtaiden vesien puolesta kesällä järjestettävään Big Jump -hyppytapahtumaan SLL:n haastamana yhteistyökumppanina. Nyt suunnitteilla on isompi yhteistyökuvio Madagaskarilla. Tämä projekti liittyy sosiaaliseen sekä ympäristön hyvinvointiin.

Suomessa järjestettävään Kela vähän -projektiin osallistuvat yläkoulujen ja lukioiden oppilaat tekevät omia ympäristöaiheisia elokuvia. Näihin elokuviin voi tutustua Finnairin lomalennoilla.

Finnair haluaa osaltaan ottaa vastuuta lähikoulujen ekaluokkalaisten liikenneturvallisuudesta, jonka vuoksi Veromäen ja Kartanonkosken koulun sekä Vantaan kansainvälisen koulun ekaluokkalaisille on lahjoitettu keltaisia turvaliivejä.

Finnair Catering on jo toistakymmentä vuotta tehnyt yhteistyötä Näkövammaisten Työkeskuksen kanssa. Tällä hetkellä ostamme työkeskukselta palveluja muun muassa bisnesluokassa käytettävien kuulokkeiden puhdistamiseen ja pehmikkeiden vaihtamiseen sekä turistiluokan kertakäyttökulokkeiden pakkaamiseen.


Läpinäkyvyyttä ja vuoropuhelua

– Finnair näkee sidosryhmävuoropuhelun yhtenä tärkeimpänä yhteiskuntavastuun elementtinä. Haluamme siirtyä vastaajan ja raportoijan roolista kohti aktiivisempaa keskustelunaloittajan roolia, Kati Ihamäki sanoo.

Kati matkustaa ympäri maailmaa keskustellessaan eri sidosryhmien kanssa Finnairin kestävästä kehityksestä. Lisäksi hän vieraillee Suomen eri opinahjoissa, kuten yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa, kertomassa, mitä kaikkea Finnair tekee yhteiskuntavastuun eteen.

– Teemme valtavasti yhteistyötä eri yhteiskunnan tahojen kanssa ja etsimme uusia tapoja, joilla voimme hiilijalanjälkemme pienentämisen lisäksi vaikuttaa myönteisesti yhteiskuntaan, Kati kertoo.

Hän iloitsee siitä, että Finnairin viime vuonna toista kertaa julkaistua GRI-ohjeistuksen mukaista yhteiskuntavastuuraporttia käytettiin pääsykoemateriaalina HELIA:n ammattikorkeakoulussa. Raporttia on kysytty myös ammattikorkeakoulun opetusmateriaaliksi.

 Kattavassa päästölaskennassa – ja erityisesti päästöjen vertailtavuudessa – otetaan vasta ensiaskeleita. Niin kuluttajien kuin yritystenkin on vielä melko vaikeaa arvioida vaikkapa hiilijalanjälkensä suuruutta, koska eri laskentamenetelmien tuottamat erilaiset tulokset ovat omiaan hämmentämään soppaa. Tieto ja ymmärrys päästöistä ja niiden vaikutuksista kuitenkin kasvaa jatkuvasti. *Teksti Maria Mroue*

Lasketaan päästöjä

Päästöjen vähentäminen lienee maailmanlaajuisesti hyväksytty tavoite, mutta keinoista sen saavuttamiseksi tai edes nykytilanteesta ei olla läheskään aina yhtä mieltä.

– Päästölaskenta on keskeisessä roolissa, sillä päästöjen tämänhetkinen suuruus on tiedettävä, jotta pystytään jatkossa mittaamaan niiden väheneminen tai toteamaan päästöjen kasvaminen, PricewaterhouseCoopersin yritys vastuujohtaja **Sirpa Juutinen** toteaa.

Toistaiseksi tietojen käyttäminen on vielä osin takkuista, sillä sekä tiedot päästöistä että kokemus tietojen tulkinnasta ovat usein puutteellisia.

– Toistaiseksi meidän kuluttajien on hyvin vaikeaa arvioida vaikkapa hiilijalanjäljen suuruutta. Meillä ei ole tästä asiasta kokemusta niin paljoa, että osaisimme automaattisesti vertailla päästöjen suuruutta. Toisaalta eri laskureiden erilaiset tulokset hämärtävät päästötietojen ymmärtämistä, Juutinen selittää.

Päästötiedot ovat Juutisen mukaan täyttäneet tehtävänsä, kun niiden avulla tehdään päästöjä vähentäviä toimia.

– Tällä hetkellä kiinnostus hiilidioksidipäästöjen laskentaa kohtaan on suurta. Yritykset haluavat tietää liiketoimintaansa liittyvät päästöt, ja yksityisistä henkilöistä suuri osa on tietoisia hiilijalanjäljen käsitteestä. Odotan kovasti, että päästötiedoilla olisi vaikutusta sekä yksittäisten kuluttajien päätöksentekoon että yritysten johdon tahtoon vähentää päästöjä. Jossain määrin edelläkävijät jo toteuttavat tätä, mutta suurelta osin tämä vaihe on vielä edessä, Juutinen toteaa.

LENTÄMISEN PÄÄSTÖISTÄ voi hakea tietoa lentoyhtiöiden omista laskureista, lentoja myyvien tahojen laskureista sekä esimerkiksi eri järjestöjen päästölaskureista. Tiedonhakijan hämmästyks on kuitenkin

suuri, kun laskuri toisensa jälkeen antaa erilaisen tuloksen. Mistä on kyse?

– Lentämisen päästöjä mittaavien laskureiden takana olevat laskentamenetelmät ja tiedot eivät välttämättä ole yhteismitallisia, eli eri lukuja ei tulisi verrata keskenään, koska ne mittaavat eri asiaa. Harva käyttää toteutuneita lukuja ja monet laskelmat perustuvat keskiarvoihin, Finnairin kestävä kehityksen johtaja **Kati Ihamäki** kertoo.

Finnair toivoo, että toimialalle saataisiin yhteinen laskuri, jonka myötä saataisiin myös aidosti vertailtavaa tietoa.

– Ainakin Euroopan tasolla yhtiöillä on jo hallussaan tiedot, joita voitaisiin käyttää yhteismitallisessa laskurissa vertaillavasti, koska tällaisia tietoja tarvitaan pian alkavaan EU:n päästökauppaan, Ihamäki huomauttaa.

Monet yhtiöt kuitenkin jarruttelevat vielä tietojen julkaisua, sillä monet kokevat päästötietojen johtavan helposti kaupallisesti arkaluonteiseen, kilpailijoilta varjeltavaan tietoon.

– Me päädyimme omaan laskuriin, koska haluamme lisätä läpinäkyvyyttä alalla. Käytämme laskurissamme samoja toteutuneita tietoja, jotka luovutamme viranomaisille sekä EU:n päästökauppaan. Laskurimme on lisäksi varmennettu PricewaterhouseCoopersin toimesta, Ihamäki kertoo.

Ihamäki on kuitenkin Juutisen kanssa samoilla linjoilla siitä, että tiedon läpinäkyvyydestä on pian edettävä päätöksentekoon.

– Mitä kaikella tällä tiedolla tehdään, jos se ei kuitenkaan vaikuta päätöksentekoon? Päästöistä on tultava hinnan lisäksi yksi ostokriteeri esimerkiksi lentolippujen hankinnassa. Tällä hetkellä mennään paljolti vielä hinnan perässä, mikä ei ohjaa yhtiöitä kehittämään toimintaansa vähäpäästöisempään suuntaan, Ihamäki kiteyttää.





Finnair päätyi omaan laskuriin, koska haluaa lisätä läpinäkyvyyttä alalla.

– Ihanteellisinta olisi varausjärjestelmän yhteyteen tehty päästölaskuri, jolloin matkustaja voisi vertailla eri liikennemuotoja, operoijia ja reittejä niin hinnan, ajan kuin päästöjen suhteen, Ihamäki visioi.

ENTÄPÄ SITTEEN kompensointi? Maailmalla on paljon palveluita, jotka tarjoavat mahdollisuutta rahallisesti kompensoida palvelun tai tuotteen ostamisella tuottamiaan päästöjä.

– On hienoa, että matkajat ovat kiinnostuneita päästöistä. Mielestäni on kuitenkin lentoyhtiön velvollisuus vähentää päästöjään ja kompensoinnin tulisi tapahtua globaalin päästökaupan myötä. Näin saataisiin maailmanlaajuisesti päästöjä pienemmiksi. Asiakkaan harteille jää siten vähäpäästöisimmän matkustusvaihtoehdon valinta, Ihamäki sanoo.

Päästöjen kompensointi pikkurahoilla ei siis ole oikea tie maailman päästöjen vähentämiseen. Finnair vähentää päästöjään omin toimin, mutta myös matkustaja voi tehdä hyvää.

– Tarjoamme asiakkaillemme mahdollisuuden lahjoittaa keräämiään Finnair Plus -pisteitä esimerkiksi Lastenklonikoiden Kummien työhön tai Itämeren hyväksi. Tällaisia kumppaneita on tulossa myös lisää, sillä pisteiden lahjoitus hyväntekeväisyyteen on ollut erittäin suosittua, Ihamäki kertoo.

Yhteistyö Lastenklonikoiden Kummien kanssa alkoi tammikuussa 2010. Vuoden aikana Finnairin asiakkaat ovat lahjoittaneet Kummeille yli seitsemän miljoonaa Finnair Plus -pistettä. ■

Ensimmäinen laatuaan. Finnair avasi syyskuussa 2010 uudistetun päästölaskurin. Laskuri on maailmassa ainoa, joka perustuu kvartaaleittain päivitettäviin toteutuneisiin rahti-, matkustaja- ja polttoaineenkulutuslukuihin, eikä keskiarvoihin tai oletuksiin. Laskelmat ovat PricewaterhouseCoopersin varmentamat. www.finnair.fi/paastolaskuri

Janne Lumia

Lentoturvallisuusoajaaja
Finnair



Lentäminen on erittäin turvallista. Tutkitaanpa yhden esimerkin avulla turvallisuusajattelua lentäjän työssä.

Lentämisen turvallisuusajattelu perustuu inhimillisen virheen hyväksymiseen – vaikka parhaamme yritämme, niin aina joskus erehdymme. Lapsena muistan leikkineeni rikkiäistä puhelinta, jossa viesti muuttuu, kun sitä ringissä kerrotaan eteenpäin. Samoin lentäjä saattaa kuulla lennonjohtajan selvityksen eri tavalla kuin oli tarkoitus. Järjestelmään ja toimintatapoihin on kuitenkin rakennettu suojaus, jotta tällainen yksittäinen virhe ei pääse laajenemaan onnettomuudeksi.

Otetaan esimerkiksi virhe, jossa lentäjä kuulee väärin lentokorkeuden, jolle lennonjohtaja antaa ohjeen nousta. Lentäjä lukee sen lennonjohtajalle takaisin, jolloin virhe pitäisi huomata. Seuraava suojaustaso on korkeuden muuttaminen lentokoneen korkeusvalitsimeen. Muutos tehdään vain, kun sekä kapteeni että perämies ovat yhtä mieltä uudesta arvosta. Muussa tapauksessa kysytään selvityskorkeus lennonjohtajalta uudelleen.

Jos lentäjät päätyvät kuitenkin nousemaan kohti virheellistä korkeutta, lennonjohtaja puuttuu peliin. Lentokoneissa on tutkavastain, joten lennonjohtaja näkee jokaisen koneen todellisen lentokorkeuden.

Jos käy niin onnettomasti, että kumpikin lentäjä on kuullut selvityksen väärin ja lennonjohtaja ei kuule takaisin luettua kuittausta eikä huomaa tutkaltaan väärällä korkeudella lentävää lentokoneita, on jäljellä vielä tekninen suojaus: lentokoneen törmäysvaroitussysteemi. Törmäysvaroitussysteemiä tarvitaan vain siinä tapauksessa, että virheelliselle korkeudelle noussut kone on vaarassa lentää liian lähelle toista konetta. Lentokoneissa on tutkavastaimet, jotka ”keskus-televat” keskenään lentokoneiden välillä.

Mikäli törmäysvaara saattaa olla olemassa, järjestelmä varoittaa lentäjiä äänivaroituksella *traffic traffic* ja näyttää

karttanäytöllä paikan, missä toinen kone on. Mikäli lentokoneet edelleen lähestyvät toisiaan, aktivoituu törmäysvaroitussysteemin seuraava taso. Törmäysvaarassa olevien lentokoneiden järjestelmät koodoivat keskenään väistön niin, että toinen kone väistää alaspäin ja toinen ylöspäin. Lentäjälle annetaan äänivaroitusjärjestelmän kautta käsky – esimerkiksi *climb climb*. Mikäli lentäjä ei reagoi tarpeeksi pontevasti käskyyn, järjestelmä varoittaa *increase climb*.

Inhimillisen virheen huomaamiseksi ja seurausten minimoimiseksi on siinä monta suojaustasoa. Turvallisuusajattelussamme tämä on vasta asian yksi puoli. Esimerkissämme lentäjät olisivat tehneet lennon jälkeen raportin sattuneesta kömmähdyksestä. Tämä on osa lentämisen turvallisuuskulttuuria – omia virheitä ei salata, vaan niistä raportoidaan aktiivisesti.

Tapahtuma tilastoidaan ja riskiluokitellaan. Jos tapauksemme olisi päätyntä väistöliikkeeseen saakka, luokiteltaisiin riski erittäin korkeaksi, koska suojaustasoja olisi läpäisty monta. Tällöin uusien lisäsuojauksen suunnittelemiseen ryhdyttäisiin välittömästi. Jos tapauksessamme lennonjohtaja olisi heti huomannut väärinymmärryksen, ei toimenpiteitä tarvita, koska jo ensimmäinen suojaustaso riitti.

Tapauksemme päättyi tilastoon. Tilastotietoa vaihdetaan yhtiöiden kesken maailmanlaajuisesti, ja tällöin pieniinkin poikkeamiin voidaan puuttua.

Tärkein turvallisuusnäkökohta on virheen estäminen. Tällöin puhutaan lentäjien ammattitaidosta, jota ylläpidetään jatkuvalla koulutuksella ja tarkastuksilla. Lentäjät joutuvat osoittamaan taitonsa kahdesti vuodessa simulaattorissa sekä teoriakokeissa – lentolupakirja ei siis ole lupa lentää eläkepäiviin saakka. Pelkän teknisen tiedon ja taidon lisäksi asenne ja kulttuuri ovat tärkeitä turvallisuustekijöitä.

Olet lennolla aina rautaisten ammattilaisten kyydissä. Turvallista matkaa. ■

"Tärkein turvallisuusnäkökohta on virheen estäminen."

Janne Lumia



Moderni laivasto on lentoyhtiön merkittävin ympäristöteko, sillä jokainen uusi konesukupolvi kuluttaa huomattavasti vähemmän polttoainetta kuin edeltäjänsä. Finnairin laivasto on yksi maailman moderneimmista. Teksti Taneli Hassinen



Moderni laivasto säästää rahaa ja ympäristöä

Finnairin neljä vuotta kestänyt kaukoliikenteen laivastouudistus saatiin päätökseen viime vuonna. Finnair luopui Boeing MD-11 -koneista, ja ne korvattiin Airbusin laajarunkokoneilla. Samalla kaukoliikennelaivastoa on kasvatettu siten, että Finnairilla on nyt 15 laajarunkoista Airbus-lentokonetta.

Euroopan- ja kotimaanliikenteen laivasto on uudistettu jo aiemmin. Määrätietoisien uudistamisohjelman ansiosta Finnairilla on käytössään yksi maailman moderneimmista laivastoista. Finnairin koneiden keski-ikä on alle seitsemän vuotta, kaukoliikennelaivaston alle neljä vuotta.

LENTOKONEIDEN nykyaikainen teknologia ja yhtenäinen konekanta vähentävät huolto- ja polttoainekustannuksia. Uudet Airbus-koneet kuluttavat matkustajaa kohden 20–30 prosenttia vähemmän polttoainetta kuin MD-11-koneet ja tuottavat siten myös vähemmän päästöjä matkustajaa kohden. Matkustaja voi vähentää matkansa ympäristökuormitusta valitsemalla lentoyhtiön, jolla on vähiten ympäristöä kuormittavat lentokoneet sekä suorimmat reitit.

Kaukoliikenteessä Finnair käyttää 270-paikkaisia Airbus A330-300, ja A340-300-laajarunkokoneita. Euroopan- ja ko-

timaanlennot lennetään Airbus A320 -perheen koneilla, jolloin paikkaluku vaihtelee 105 ja 196 välillä. Lisäksi 76–100-paikkaiset Embraer 170- ja 190 -lentokoneet palvelevat syöttöreiteillä.

Finnairin laivaston modernisoinnissa on tähdätty samalla myös sen yhdenmukaistamiseen. Keskittyminen harvempiin konetyyppeihin tuo tehoa kustannusrakenteeseen. Huolto- ja miehistövalmiutta ei tarvitse pitää yllä moniin konetyyppeihin. Se puolestaan alentaa muun muassa koulutus-, henkilöstö- ja pääomakustannuksia. Myös koneiden vaihdettavuus lennolta toiselle on yhdenmukaisessa laivastossa joustavampaa, mikä vähentää möhästymisiä ja parantaa pääoman käyttöä.

Laivastosta löytyy kullekin reitille ja lentovuorolle kysynnän mukaan valittu, paikkamäärältään sopivan kokoinen lentokone. Esimerkiksi vuodenvaihteessa Lontoon Heathrow'n kentällä lumi rajoitti liikenteen määrää, mutta Finnair vaihtoi reitille suuremman koneen, jolla useamman lennon matkustajat saatiin kuljetettua perille huonoista keliolosuhteista huolimatta. Miehistönkäyttökin on tehokasta, kun samat miehistöt voivat lentää sekä kaukoliikenteen että Euroopan-liikenteen Airbuseja.


Laajarunkokoneiden investoinneissa on nyt muutaman vuoden tauko ja seu-

raava investointiaalto kaukoliikennekoneisiin alkaa vasta 2014. Ensi vuosikymmen puolivälissä kaukoliikennelaivaston rungon muodostavat uuden sukupolven Airbus A350 -koneet, joita Finnair on tilannut 11, ja kiinteitä tilausvarauksia on neljä. Lisäksi yhtiöllä on neljä aikataulultaan joustavaa tilausvarausta.

LOMALENNOILLA Finnair käyttää pääosin kolmea Boeing 757–200 -lentokonetta. Lomalentoja lennetään reitti- ja lomaliikenteen erilaisen kausivaihtelun vuoksi myös Airbus A330 -koneilla kaukokohteisiin sekä Euroopan-liikenteen Airbus A320 -perheen koneilla Välimeren kohteisiin.

Boeing-lentokoneet korvataan lähivuosina uusilla Airbus A321ER -koneilla, joiden polttoainetalous on aiempaa parempi uusien aerodynaamisten ratkaisujen ansiosta. Finnair on tilannut ensimmäisenä asiakkaana viisi uutta konetta vuosille 2013–2014.

Runsa puolet Finnairin lentokoneista on yhtiön omistuksessa. Loput käytettävistä koneista on vuokrattu leasing-yhtiöiltä. Hajauttamalla koneiden omistusrakennetta voidaan hallita koneiden jäännösarvoriskiä. ■

 Kekseliään suunnittelijan käsissä käytöstä poistetut lentokoneiden osat ja materiaalit saavat uuden elämän. Kierrätys on paitsi ekologista, myös trendikästä. Yhä useammat ostavat mieluummin tavaroita, joilla on tarina. Lisäksi kierrätys on parhaimmillaan aitoa apua sitä tarvitseville. *Teksti* Inka Ikonen ja Maria Mroue

Lentokoneen uusi elämä

Mitä tapahtuu vanhoille lentokoneille? Osa niistä myydään tai vuokrataan eteenpäin, osa joudutaan purkamaan osiin. Koneen osia ja käytettyjä materiaaleja on annettu niin hyväntekeväisyyteen kuin muuhunkin hyödylliseen uudelleenkäyttöön.

Teollinen muotoilija voi vastuullisen suunnittelun periaattein luoda vanhalle tavaralle kokonaan uuden käyttötarkoituksen ja elämän. Näin esimerkiksi tapahtui Boeing MD-11 -koneen bisnesistuimen osalle, josta sukeutui tyylikäs ekovalaisin.

Valaisimen suunnitteli muotoiluun ja tuotekehitystä tukevaan tutkimukseen erikoistunut Seos Design. Valaisin oli esillä Habitare 2010 -sisustus- ja designmessujen yhteydessä järjestetyssä Eco-Design-näyttelyssä.

Seos Design on tutkinut Finnairin lentokoneiden osien uusiokäyttöä useaan otteeseen ja pyrkii aktiivisesti tuomaan ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja suunnittelutyössään esille.

– Pääsin kiertämään Finnair Tekniikassa ja näin varastoissa tavaraa, josta sain saman tien inspiraatioita uudelleenkehittämiseen. Nähtyäni bisnesluokan istuimeen kiinnitettävän monitorintuen ajattelin, että siinä on niin hienoa jo valmiiksi jalostettua materiaalia, että siitä täytyy kehittää jotain, Seos Designin luova johtaja **Pekka Kumpula** kertoo.

Pekan käsissä istuimen kuvamonitorin kiinnitysosasta syntyi LED-elementin myötä innovatiivinen, energiaa säästävä designvalaisin.

– Itse tuki on jo valmiiksi mekaanisesti todella laadukas, sen saa vain hiukan taituttamalla juuri haluamaansa asentoon.

Veistoksellinen alumiinipinta on puolestaan sileä ja houkutteleva. Tulee upea fiilis, kun saa antaa hienolle esineelle uuden funktion vaikka yö- tai pöytävalaisimena, Pekka iloitsee.

Laadukkaat materiaalit kestävät käyttöä useammassakin roolissa ja niille on myös kysyntää. Seos Design haluaakin herättää keskustelua siitä, pitäisikö suunnittelijan huomioida myös tuotteen tulevat elämät. Yrityksen toimintaan kuuluu

sama periaate kuin Finnairilla, ympäristöjalanjälkeä pyritään minimoimaan niin pitkälle kuin mahdollista.


– Valaisimen suunnittelu oli kannanotto ja näkökulma ekodesignin luomiin uusiin mahdollisuuksiin.

FINNAIRIN käytöstä poistetuista materiaaleista, kuten esimerkiksi turvavöistä, palveluasuista ja verhokankaista, on tehty myös viehättäviä liikelahjoja.

– Yhä useammat ihmiset haluavat välttää turhaa tavaraa, joten liikelahjojen suunnittelussa panostetaan käytännöllisyyteen ja tuotteisiin, joilla on tarina kerrottavanaan. On hauskaa antaa käyttöesine, jonka materiaalina on vaikkapa ympäri maailmaa matkustanutta laadukasta tekstiiliä. Liikelahjan tarkoitushan on jäädä kumppaniemme käyttöön muistuttamaan arvokkaasta yhteistyöstä, viestintäjohtaja **Christer Haglund** toteaa.

Ekologisia designtuotteita valmistava Globe Hope on suunnitellut laukkuja, joiden materiaalina on käytetty matkustamohenkilökunnan vanhoja virka-asuja. Tummansinisten takkien ja solmioiden kankaista on loihdittu tyylikkää meikkipusseja, joita Finnair on puolestaan voinut käyttää uudelleen yrityslahjoina.



 **FirstClass04.** Boeing MD-11 -koneen bisnesluokan istuimen osasta on tullut energiatehokkaan LED-elementin myötä energiaa säästävä valaisin.

Finnairin uusimpiin kierrätyshankkeisiin lukeutuu samantyyppinen yhteistyö kestävän kehityksen designkauppa EDEL Cityn kanssa. EDEL on suunnitellut Finnairin koneissa käytetyistä verhokankaista ja turvavöistä käteviä kangaskasseja.

YHTEISKUNTAVASTUUSEN kuuluu läheisesti myös hyväntekeväisyyteen osallistumi-



nen. Finnair on luovuttanut jo pariinkin otteeseen Suomen Punaiselle Ristille koneiden käytöstä poistettuja istuimia, jotka ovat löytäneet uuden elämän SPR:n kriisiapubussista.

– Saimme Finnairilta kolmen ja neljän istuttavat penkkisarjat. Olemme todella iloisia tästä, koska edelliset Finnairilta saadut penkit olivat jo loppuun kulutetut. Nyt on hyvä lähteä keikalle ensiapu-

päivystyksiin, etsintöihin tai muihin hälytystehtäviin, iloitsee **Riitta Bäckman**, SPR:n valmiustoiminnan koordinaattori.


Finnair Catering puolestaan on luovuttanut SPR:lle tuhansia käytöstä poistettuja huopia, jotka matkaavat järjestön mukana maailman kriisialueille, kuten esimerkiksi Pakistaniin. Huopia on lisäksi lahjoitettu muun muassa Pelastusarmeijalle, Suomen Eläinsuojeluyhdistykselle, Pro Ani-

mal Finlandille, Suomen Pakolaisavulle, Seccolle ja Suomi-Somalia-seuralle, joka toimitti 2 000 lahjoittamaamme huopaa orpolapsille syksyllä 2010.

– On mahtavaa nähdä, kuinka paljon pystyy auttamaan ihmisiä ympäri maailman niinkin pienillä asioilla kuin huovilla, Tekniikan varastonhoitaja **Ralf Nyman** hymyilee. ■





 Huoli ympäristöstä on saanut monet pohtimaan matkustustaan. Mutta entäpä, jos rakas ystävä tai perheenjäsen asuu kaukomailla? Tai jos viikko auringossa keskellä talvea on voittamaton energianlähde läpi pimeään Pohjolan talven? Tai tärkeää sopimusta ei synny ilman henkilökohtaista tapaamista? *Teksti* Maria Mroue

Järkevästi matkalle

Matkustamisen ympäristövaikutuksia voidaan hillata alas – järjestä. Oikeilla reitti- ja kulkuneuvovalinnoilla on merkitystä. Sitä vastoin matkustuksen vähentäminen ei automaattisesti vähennä päästöjä.

Ympäristökeskustelussa matkustaminen leimataan usein turhaksi. Kuitenkin esimerkiksi asiantuntijat ympäri maailmaa matkustavat ilmastokokouksiin Kööpenhaminaan, Balille ja Japaniin – lentäen. Myös työmatkustus kokonaisuudessaan lisääntyy. Miksi? Koska asiat etenevät paremmin, kun niistä keskustellaan yhdessä kasvotusten.

Jokaisen asian hoitaminen ei tietenkään vaadi siirtymistä paikan päälle. Silloin on järkevää hoitaa kokous puhelimitse tai videokonferenssilla. Esimerkiksi Suomen Matkatoimiston ja Areal valikoimista löytyvät virtuaalikokoukset säästävät aikaa, rahaa ja ympäristöä silloin, kun palaveri ei edellytä kasvokkain istumista.

Virtuaalikokousten lisäksi puhutaan virtuaalimatkustuksesta. Harva kuitenkaan matkustaa vain matkustamisen itsensä vuoksi. Olennaista on kohdata uusia ihmisiä, nähdä ja kokea toisia kulttuureja, olla toisessa paikassa kaikilla aisteilla.

– Eikö olisi järkevämpää vähentää matkustamisesta aiheutuvia päästöjä kuin matkustusta? Matkustuksen vähentäminen ei välttämättä vähennä päästöjä, sillä reittivalinnat, kuljettava yhtiö ja matkustusmuoto vaikuttavat päästöihin huomattavasti, Finnairin kestävän kehityksen johtaja **Kati Ihamäki** huomauttaa.

ERI LIIKKENEMUOTOJEN paremmuudesta käydään jatkuvaa väittelyä. Junaliikenne on ilmastopäästöiltään pihi, mutta toisaalta kuluttaa paljon uusiutumattomia luonnonvaroja. Laivojen päästöt meriin ja ilmaan ovat puolestaan merkittäviä ja

henkilöautoilu sekä kuluttaa uusiutumattomia luonnonvaroja että tuottaa runsaasti päästöjä. Lentoliikenne kuluttaa uusiutumattomia luonnonvaroja suhteellisen vähän, mutta tuottaa runsaammin päästöjä ilmaan.

Reittivalinnat, kuljettava yhtiö ja matkustusmuoto vaikuttavat päästöihin huomattavasti.

– Eipäs-juupas-väittely eri liikenne- muodoista on turhaa. Tärkeintä olisi kaikkien liikennemuotojen järkevä käyttö ja niiden tarkoituksenmukainen yhdistely sekä matkustaja- että rahtiliikenteessä, Ihamäki toteaa.

Jokainen liikkumismuoto kuormittaa ympäristöä eri tavoin. Relevantimpaa kuin keskinäinen vertailu on vertailu oman toimialan sisällä ja parantaminen.

– Jos jossain maailmankolkassa ei ole teitä tai rautatieverkostoa, on kaikin puolin järkevintä lentää. Jos infrastruktuuri puolestaan on jo olemassa, kannattaa lyhyitä ja keskipitkiä matkoja kulkea junalla, Ihamäki selittää.

Finnairin haluaisi, että Helsinki-Vantaalle pääsisi junalla suoraan Tampereelta ja Turusta. Lentoasemalta siirrytään muihin maihin lentäen ja matkaa voisi kohdeksa taas jatkaa raiteilla.

– Mutta niin kauan kuin päärataa Helsinki-Vantaalle ei ole olemassa, vaativat asiakkaat lentoja Turusta ja Tampereelta Helsinkiin, Ihamäki muistuttaa.

Pian Helsinki-Vantaalle saadaankin ratayhteys, mutta ei päärataa. Muualta Suomesta tulevien on siis vaihdettava junaan ennen kuin pääsevät lentokentälle. Valitettavasti tämä on monelle liikaa, jolloin he päätyvät valitsemaan ennemmin liityntälennon.



“Eikö olisikin järkevämpää vähentää matkustamisen aiheuttamia päästöjä kuin itse matkustamista?”

Kati Ihamäki, Kestävän kehityksen johtaja, Finnair Oyj

YMPÄRISTÖTIETOISEN lentomatkustajan muistilista sisältää kolme tärkeää kohtaa: suorat reitit, modernit lentokoneet ja vastuulliset yhtiöt.

Päästöjä syntyy liikkumisesta, joten niitä syntyy sitä enemmän, mitä pidempi matka kuljetaan. Siirtymällä paikasta toiseen suorinta mahdollista reittiä säästetään aikaa ja vähennetään päästöjä.

Teknologiaa kehittyä jatkuvasti ja sekä taloudellisista että ekologisista syistä jatkuvasti vähemmän kuluttavaan ja vähäpäästöisempään suuntaan. Modernit lentokoneet kuluttavat vähemmän polttoainetta ja tuottavat siten vähemmän päästöjä kuin edeltävän sukupolven koneet.

Lentoyhtiö päättää siitä, investoiko se moderniin teknologiaan, kierrättäkö jätteensä asianmukaisesti, vähentäkö energiankäyttöään ja huolehtiiko henkilökuntansa hyvinvoinnista. Asiakkaat kuitenkin päättävät, millaista yhtiötä kannattavat.

TÄLLÄ HETKELLÄ kaikkea tietoa päästöistä ja yritysten vastuullisuudesta ei vielä ole saatavilla helposti vertailtavassa muodossa, mutta tilanne paranee jatkuvasti. Esimerkiksi Finnairin yhteiskuntavastuuraportoinnissaan mallina käyttämä GRI-ohjeistus tarjoaa yrityksille maailmanlaajuiset raportointiohjeet, joiden ansioista tietojen vertailtavuus paranee huomattavasti.

Finnair on jo pitkään tarjonnut tietoa lentojensa päästöistä yritysasiakkaille ja nyt myös yksityisasiakkaille päästölaskurin kautta. Finnair on lisäksi mukana kansainvälisessä Carbon Disclosure Project -hankkeessa. Kaikki lentoyhtiöt eivät kuitenkaan vielä ole halunneet sitoutua päästöjen kattavaan ilmoittamiseen, mistä johtuen yhdenmukaista raportointitapaa ei vielä ole syntynyt.

Tulevaisuudessa vertailtavuus paitsi hinnan, myös päästöjen suhteen tulee en-

tistä tärkeämmäksi, joten tietoakin tulee olemaan tarjolla yhä enemmän. Finnair haluaisi tiedot päästöistä jo varausjärjestelmiin, jolloin eri reittien ja eri yhtiöiden välillä vertailu onnistuu helposti.

– Tällöin olisi heti nähtävissä, että lukuisista Euroopan kaupungeista Aasiaan ja päinvastoin on ympäristön kannalta parasta lentää Helsingin kautta, Finnairin kestävän kehityksen johtaja Kati Ihamäki muistuttaa.

Finnairin konserniyhtiö Amadeus Finland Oy, matkailualan teknologiaan ja järjestelmiin erikoistunut yritys, työskentelee parhaillaan päästötietojen sisällyttämiseksi Amadeus-varausjärjestelmään matka-ajan ja hinnan rinnalle.

LOMAMATKAILIJA VOI hyvin yksinkertaisilla valinnoilla auttaa kohteensa ympäristöä ja kulttuuria säilyttämään hohtonsa tulevaisuuteen. Lomakohteen huomiointi alkaa hotellin valinnasta. Esimerkiksi Aurinkomatkojen hotellit on merkitty pisaratunnuksin, jotka kertovat hotellien kestävän kehityksen tasosta. Luokituksessa otetaan huomioon hotellin ekologiseen, taloudelliseen ja kulttuuriseen kestävyyyteen liittyviä seikkoja.

Ennen matkaa on hyvä vilkaista matkalaukkuun ja poistaa turhat tavarat. Kohteessa on muistettava huolehtia roskat oikeisiin paikkoihin ja käyttää vettä säästeliäästi.

Oikeiden varusteiden lisäksi lomamatkalle tulee pakata mukaan arvostava asenne. Jokaisella matkakohteella on ainutlaatuinen ympäristö, ihmiset, eläimistö, historia ja kulttuuri, joita tulee arvostaa ja kunnioittaa.

Matkamuistoja valitessa on vältettävä tuotteita, jotka on valmistettu uhanalaisista lajeista kuten koralleista, merikilpikonnista, norsunluusta ja turkiksista. Myöskään hämäräperäisiä antiikki- tai uskonnollisia esineitä ei kannata ostaa,

sillä ne ovat todennäköisesti luvatta myynnissä. Paikallista tuotantoa kannattaa kuitenkin suosia.

Siirtymällä paikasta toiseen suorinta mahdollista reittiä säästetään aikaa ja vähennetään päästöjä.

Luonnossa liikuttaessa hyvä ohjenuora on pysyä polulla. Maastossa saa toki liikkua ja luonnosta nauttia, mutta pysyviä jälkiä ei tulisi jättää. Aja maastoajoneuvoilla vain merkityillä reiteillä, patikoi mieluiten polkuja pitkin, laskettele merkityillä rinteillä ja vältä vesijettien ja muiden moottoroitujen vesikulkuneuvojen käyttöä koralliriutoilla ja muilla herkillä rannikkoalueilla.

Monissa matkakohteissa puhdas vesi voi olla niukka hyödyke, joten matkailija ei voi kohtuuttomasti sitä kuluttaa. Useissa hotelleissa säästetään vettä esimerkiksi pyytämällä vieraita jättämään pyyhkeensä naulaan, mikäli niitä ei tarvitse vielä vaihtaa. ■

NEW
WORLD.



FINNAIR
DESIGNED FOR YOU

🏠 Viime vuonna Finnairin lennoilla puhalsivat turbulentit tuulet. Islannista maailmalle pöllähtänyt tuhka pysäytti lento- liikenteen hetkeksi kokonaan ja sumensi näkyvyyttä tulevista. Sopeutuminen yhä kovenevaan kilpailuun ja muuttuvaan maailmaan vaati kipeitäkin ratkaisuja, jotka aiheuttivat suoritukseen hetkellisiä krampeja. Koneen nokka on kuitenkin säädetty jälleen nousukulmaan. Huippuammattilaisista ei veto lopu. *Teksti* Laura Varja ja Maria Mroue

Kansainvälinen voittajajoukkue

📌 **Nokka nousuun.** Finnairin asiakaspalvelukeskuksen työntekijät **Ville Tillgren, Piia Komulainen** ja **Annu Toikka** nauttivat tauosta strategiakahvilassa.



Finnairin siipien suojiin on koottu lähes 70 lentokonetta ja 8 000 osaavaa ammattilaista, joista muodostuu yhtiön tuotantokoneisto. Koneiston eri osat on sijoitettu tarkkaan harkiten ympäri maapalloa. Suurin osa lentokoneista ja henkilöstöstä kulkee eri maailmankolkkien välillä yksityiskohtaisen verkostosuunnitelman mukaan. Huippuunsa hiottu koneisto liikut-

taa työn tai vapaa-ajan perässä kiirehtiviä ihmisiä ja tavaroita kohti määränpätään.

Tätä liikettä tarvitaan, jotta monet tärkeät päätökset syntyvät, taloudellista hyvinvointia tuovat kaupat toteutuvat ja ihmiset pääsevät tapaamaan läheisiään ja rakkaitaan.

Liikkeen turvaavat Finnairin ammattilaiset. He huoltavat ja tarkastavat lentokoneita ja tuottavat maukasta purtavaa

matkustajille. Ammattilaiset ylläpitävät ja kehittävät järjestelmiä, joilla asiakkaista, koneista ja työntekijöistä pidetään lukua. Henkilöstö myös suunnittelee palvelukonsepteja ja pitää yllä suhteita sidosryhmiin. Kaikkea toimintaa hiotaan jatkuvasti paremmaksi, asiakkaan parasta ajatellen – 87 vuoden kokemuksella.

Tämä kokonaisuus on Finnair, *designed for you.*

FINNAIRISSA USKOTAAN, että menestyksen avaimia ovat yhteisiin tavoitteisiin sitoutunut ja osaava henkilöstö, hyvä johtaminen sekä luottamukseen perustuva toiminta. 8 000 etevän ihmisen voimalla Finnair pärjää tiukassa kansainvälisessä kilpailutilanteessa.

– Visiomme on kasvaa Pohjolan ykköseksi laadussa, kannattavuudessa ja liikenteen määrässä. Haluamme tulla Aasian-liikenteessä halutuimmaksi vaihtoehdoksi ja nousta siinä kolmen suurimman yhtiön joukkoon. Tämä onnistuu vain ammattitaitoisella, motivoituneella ja työhönsä sitoutuneella henkilöstöllä, Finnairin henkilöstöjohtaja **Manne Tiensuu** toteaa.

Finnair huolehtii aktiivisesti henkilöstönsä työhyvinvoinnista ja osaamisen kehittämisestä nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä.

ERÄÄNÄ AAMUNA viime toukokuussa vain muutaman minuutin kävelymatkan päässä Helsinki-Vantaan lentokentältä oli havaittavissa poikkeuksellista vilskettä. Finnairin tiloihin perustettiin kahvila – kannettiin irtoseiniä, keitettiin kahvia ja rakennettiin tarjoilupöytää. Nokka nousuun -strategiakahvilat aukesivat henkilöstölle.

Toukokuussa 2010 Nokka nousuun -kahviloissa Finnairin uudistettu visio ja strategia tuotiin koko yhtiön yhteiseen pöytään keskusteltavaksi. Tavoitteena oli voimistaa yhteistä tahtotilaa, selkeyttää suunta kristallinkirkkaaksi ja sitouttaa kaikki mukaan.

Kahvilakäynnin aikana Finnairin työntekijät saivat mahdollisuuden antaa suora palautetta sekä suullisesti että kirjallisesti, esittää kiperiä kysymyksiä ja jakaa mielipiteitään. Jokaiselle kävijälle oli myös varattu Nokka nousuun -strategiavihko. Vihkossa kerrottiin, kuinka uudistunut Finnair erottuu positiivisella ja rohkealla tavalla.

– Kiristävät kravattit ja hiuspannat heitettiin hetkeksi pois, kun ihmiset heittäytyivät rohkeasti keskustelemaan strategiasta. Porukka oli innostunut, ja ilmapiiri oli iloinen ja rakentava, kertoo HR:n tiedottaja **Annina Metsola** pääkonttorin kahvilasta.

– Kahviloissa visio ja menestystekijät tuotiin hyvin ja toimivasti esille. Visiomme henkii kaivattua positiivisuutta ja vie katsettamme kohti tulevaisuutta, sanoo Cateringin keittöön tiimiesimies **Sami Oksanen**.

Meillä työskentelee huippuammattilaisia, joilta saamme upeita kehitysideoita suoraan asiakasrajapinnasta.

VAIKKA VUONNA 2010 saatiin aikaan hyviä uudistuksia, jaksoa värittivät myös monenlaiset koettelemukset. Huhtikuussa tuhkapilvi pyyhkäisi Euroopan yli ja pysäytti Finnairinkin liikenteen täysin viideksi päiväksi. Syksyllä Ilmailualan Unionin ja Suomen Lentoemäntä- ja Stuerttyhdistyksen lakot aiheuttivat häiriöitä Finnairin liikenteelle.

Vuoden aikana jouduttiin luonnonoikukujen ja sisäisten kipupisteiden vuoksi perumaan 4 000 yhdensuuntaista lentoa, mikä on kymmenkertaisesti normaalia enemmän. Kaiken kaikkiaan Finnairin lennoilla matkusti vuonna 2010 yhteensä 7,1 miljoonaa matkustajaa, mikä on neljä prosenttia edellisvuotta vähemmän. Rahdin määrä kasvoi kuitenkin vuonna 2010 lähes 40 prosenttia.

Myrskyisän vuoden lopussa Finnairin voimat kerättiin yhteen. Paljastettiin uusi, entistä raikkaampi ja valovoimaisempi visuaalinen identiteetti ja kerrottiin uudistuvasta palveluidentiteetistä. Palvelu-

identiteetti määriteltiin yhdessä henkilöstön kanssa. Työhön osallistui suoraan yli 1 200 finnairilaista ja välillisesti vielä paljon enemmän.

– Meillä työskentelee alan huippuammattilaisia, joilta saamme upeita kehitysideoita suoraan asiakasrajapinnasta, kuvailee **Anssi Komulainen**, Finnairin asiakaspalvelusta vastaava johtaja.

MIKÄLI TILASTOJA on uskomisen, Finnairissa viihdytään. Pisimmillään finnairilaisten urat ovat kestäneet yli 40 vuotta.

– Mikäpä täällä on hymyillessä, kun on ihania asiakkaita ja kiva työ, tiivistää lähes puoli vuosisataa Finnairilla työskennellyt **Leila Meriluoto**.

Myös toukokuussa 2010 toteutettu 4D-työhyvinvointitutkimus puhuu samaa kieltä Meriluodon kanssa. Kyselytutkimuksen mukaan työhyvinvoinnin positiivinen kehitys jatkui konsernissa. Vuoden 2010 tulos olikin paras viiteen vuoteen.

Tutkimuksen vastausprosentti nousi edellisvuodesta ja kohosi lähes kuuteenkymmeneen. Kohokohtia olivat vastaajien näkemykset omista vaikutusmahdollisuuksista, osaamisesta ja työympäristön turvallisuudesta. Nämä kaikki kehittyivät positiiviseen suuntaan. Finnairilaisten mukaan aktiivinen oman työn ja osaamisen kehittäminen lisääntyi merkittävästi edellisvuoteen nähden. Työtyytyväisyys ja sitoutuminen pysyivät puolestaan edelleen korkealla tasolla (4,3/5).

Vuonna 2010 Finnair määrittäi asiakkaalleen uuden lupauksen. Finnair haluaa olla *designed for you*, tarjoten kiireen keskelle hetken mielenrauhaa. Palveluidentiteetin kehittäminen jatkuu ja näkyy tulevina vuosina. Henkilöstö on voimakkaasti mukana palveluiden uudistamisessa. ■

Kolumni

Simo Kyllönen

Yhteiskuntafilosofian tutkija,
Helsingin yliopisto

Kyllösen tämänhetkinen tutkimus-
hanke tarkastelee yhteisöjen
ja yksilöiden ympäristövastuuta
nyky-yhteiskunnissa.



Nyky-yhteiskunnissa yrityksen menestykseen ei enää riitä taloudellisen tuloksen tekeminen eikä kuluttajien kysyntään vastaaminen. Yritysten lisääntyneet voimavarat, osaaminen ja mahdollisuudet vaikuttavat suoraan tai välillisesti lukemattomien ihmisten elämään ja velvoittavat ottamaan vastuuta laajemmin.

Ilmastonmuutoksen kaltaisten ongelmien ratkaisemisessa yritysten rooli vastuunkantajina korostuu. Nopeasti kasvavan lentoliikenteen päästöille on saatava pian maailmanlaajuiset rajoitukset. Reitejä on kehitettävä ja koneita on uusittava vähemmän saastuttaviksi. Lopulta lisääntyvälle ihmisten liikuttamiselle paikasta toiseen on löydettävä kestävämpiä vaihtoehtoja. Elleivät lentoyhtiöt kehitä toimintaansa ympäristöystävällisemmäksi, moni kaukomatkaa kaipaava tai kansainväliseen ilmastokokoukseen pyrkivä on pääsemättömissä.

Ympäristöystävällisten mahdollisuuksien luominen ei toki ole yksin lentoyhtiöiden harteilla. Myös asiakkailta ja poliittisilla päätöksentekijöiltä vaaditaan johdonmukaisuutta ja vastuullisuutta omissa päätöksissään. Taloudellisen asemansa ja osaamisensa takia yhtiöillä on kuitenkin sananvaltaa myös poliittisessa päätöksenteossa, vaikkei niillä formaalia äänioikeutta olisikaan.

Yritysten avulla voidaan poliittisia ratkaisuja saavuttaa myös kysymyksissä, joissa yksittäisten valtioiden mahdollisuudet ovat rajalliset tai kansainvälinen yhteistyö ontuu. Esimerkiksi kansainvälisen lentoliikenteen päästöjen vähentämisessä lentoyhtiöiden omilla yhteistyöaloitteilla on ratkaisujen luomisessa suuri merkitys.

Yritysten huolimattomalla vastuunkannolla tai selkeillä laiminlyönneillä voi puolestaan olla katastrofaaliset seuraukset ihmisten ja muiden eliölajien elämään

– kuten Meksikonlahden viime keväinen öljyvuohto jälleen kerran osoitti.

Yritysten vastuu poikkeaa merkittäväällä tavalla yksittäisten ihmisten vastuusta. Vastuun voima sosiaalisessa kanssakäymisessämme perustuu paljolti vastuun meissä herättämiin ihmillisiin tuntemuksiin. Kun joku laiminlyö vastuunsa, olemme usein moraalisesti närkästyneitä, jopa suuttuneita. Ja osaltaan juuri närkästyksemme herättää vastuunsa laiminlyöneessä syyllisyyden tunteen siitä, että hän on toiminut vastuuttomasti. Tämä puolestaan motivoi laiminlyöjää toimimaan jatkossa toisin.

Koska yrityksillä ei tällaisia tuntemuksia ole, niiden vastuu on välillistä. Käytännössä vastuuta kantavat yrityksissä toimivat yksittäiset henkilöt. Juuri heihin muiden ihmisten närkästys ja kiittolisuudentunteet kohdistuvat, olivatpa niiden perusteet sitten koko yrityksen tai yksittäisen toimihenkilön toiminnassa. Vastaavasti yrityksessä toimivien henkilöiden omat tuntemukset ovat varmasti yksi tärkeä tekijä, joka motivoi heitä parantamaan yrityksen vastuullisuutta.

Myös Finnairin kattavat yhteiskunta-
vastuuraportit ovat syntyneet yksittäisten, yhtiön vastuuta ajavien ihmisten työn tuloksena. Raportit, jotka antavat ulospäin kuvan koko lentoyhtiöstä ja sen vastuullisesta yrityskulttuurista, velvoittavat kaikkia yhtiön jäseniä kantamaan vastuuta omassa roolissaan.

Tämä yksilötason vastuukanto on tärkeää, sillä lopulta johdon ja henkilöstön reaktiot ympäröivän yhteiskunnan tuntemuksiin viestivät usein yrityksen vastuusta enemmän kuin sen vuosien varrella julkaisemat raportit yhteensä. Erityisesti näin on silloin, kun raportoitu kuva vastuullisesta yrityksestä joutuu koetukselle. Yritys, jonka toimet osoittautuvat ristiriitaisiksi raporteissa annetun kuvan kanssa, saa vastuuttoman leiman otsaansa pitkäksi aikaa – ja perustellusti. ■

"Käytännössä vastuuta kantavat
yrityksissä toimivat yksittäiset henkilöt."

Simo Kyllönen

Finnair-konsernin hallitus 31.12.2010



Christoffer Taxell, s. 1948, OTK, ministeri, Åbo Akademin kansleri, Föreningen Konstsamfundetin ja Stiftelsen för Åbo Akademin hallitusten puheenjohtaja, Stockmann Oyj Abp:n hallituksen puheenjohtaja, Sampo Oyj:n, Nordkalk Oyj Abp:n ja Luvata Oy:n hallitusten jäsen, Svenska litteratursällskapetin sijoitusvaliokunnan jäsen. Finnairin hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2003.



Harri Sailas, s. 1951, ekonomi, Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarisen toimitusjohtaja, Helsingin seudun kauppakamarin hallituksen puheenjohtaja, Keskuskauppakamarin hallituksen jäsen, Työeläkevakuuttajat TELAn hallituksen puheenjohtaja, OP-Keskus osk:n hallintoneuvoston jäsen ja Aalto-Yliopistokiinteistöt Oy:n hallituksen puheenjohtaja. Finnairin hallituksen varapuheenjohtaja vuodesta 2010.



Satu Huber, s. 1958, KTM, Eläke-Tapiolan toimitusjohtaja, YIT Oyj:n hallituksen jäsen, Suomen Teollisuussijoitus Oy:n sijoitusneuvoston jäsen, Suomen Kulttuurirahaston Säätiön hallintoneuvoston jäsen, Huoltovarmuusneuvoston jäsen ja Valtion omistajaohjauksen asiantuntijaryhmän jäsen. Finnairin hallituksen jäsen vuodesta 2006.



Ursula Ranin, s. 1953, varatuomari, diplomiekonomi, Nokia Oyj:n palveluksessa 1984-2005, mukaan lukien lakiasianjohtaja 1994-2005, johtokunnan sihteeri 1992-2005 ja hallituksen sihteeri 1996-2005 sekä UPM-Kymmene Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2006. Finnairin hallituksen jäsen vuodesta 2006.



Elina Björklund, s. 1970, KTM, Partner, BletBI Advisors, liikkeenjohdon konsultointi Kiinan Shanghaissa, vuosina 2004-2010 Fiskars Home/littala Groupissa erilaisissa ylimmän johdon tehtävissä, itsenäinen yrittäjä toimialanaan rahoituksen konsultointi vuosina 2001-2004, Merita Pankkiiriliikkeen varatoimitusjohtaja ja pääanalyttikko vuosina 1995-1999, Art and Design City Helsinki Oy:n hallituksen jäsenenä vuosina 2006-2008. Finnairin hallituksen jäsen vuodesta 2009.



Sigurdur Helgason, s. 1946, MBA, Icelandair Groupin hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2009, Icelandairin toimitusjohtaja 1985-2005, IATA:n hallituksen jäsen 2004-2005, Calidris ehf.:n hallituksen puheenjohtaja 2005-2007 (varapuheenjohtaja elokuusta 2007), Icelandair Special Children Travel Fundin hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2005 ja The Einar Jónsson Art Museumin johtokunnan jäsen. Finnairin hallituksen jäsen vuodesta 2007.



Veli Sundbäck, s. 1946, OTK, Nokian Executive Vice President ja johtokunnan jäsen 1996-2008, Ulkoasianministeriössä 1969-1996, Ulkoasianministeriön valtiosihteeri 1993-1996, Teknologiateollisuuden 100-vuotissäätiön hallituksen puheenjohtaja, John Nurmisen Säätiön hallituksen jäsen, Suomen Kansallisteatterin johtokunnan jäsen ja Huhtamäki Oy:n hallituksen puheenjohtaja 1999-2005. Finnairin hallituksen jäsen vuodesta 2004.



Pekka Timonen, s. 1960, OTT, opetus- ja tutkimustehtävissä Helsingin yliopistossa 1984-2001, Kauppa- ja teollisuusministeriössä ulkomaalaisomistuskomitean pääsihteeri 1990-1991, neuvotteleva virkamies omistajapolitiikan yksikössä vuodesta 2001, valtioneuvoston kanslian omistajaohjausosaston ylijohtaja vuodesta 2007, Suomen Erillisverkot Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2007, Kuntarahoitus Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 2009. Finnairin hallituksen jäsen vuodesta 2008.

Finnair-konsernin johtoryhmä 1.2.2011 alkaen

Mika Vehviläinen, s. 1961, KTM, Finnair Oyj:n toimitusjohtaja, Finnairin palveluksessa vuodesta 2010. Vehviläinen on aiemmin toiminut Nokian palveluksessa, viimeksi Nokia Siemens Networksin operatiivisena johtajana (COO).



Lasse Heinonen, s. 1968, KTM, Finnair Oyj:n varatoimitusjohtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 2004. Heinonen on aiemmin työskennellyt Finnair Oyj:n talousjohtajana sekä talousjohtajana Novartis-lääkeyhtiön palveluksessa mm. Sveitsissä ja Turkissa.

Heinonen siirtyy pois Finnairin palveluksesta toukokuussa 2011.



Christer Haglund, s. 1959, KH, viestintä- ja yhteiskuntasuhdejohtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 2000. Haglund on työskennellyt toimittajana sekä Suomen ulkoministeriön palveluksessa eri mediatehtävissä Suomessa, Ruotsissa ja Yhdysvalloissa.

Haglund siirtyy pois Finnairin palveluksesta huhtikuussa 2011.



Anssi Komulainen, s. 1964, restonomi, asiakaspalvelutoimintojen johtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuosina 1989–1999 sekä vuodesta 2001. Hän on työskennellyt erilaisissa johtotehtävissä ravintola-alalla sekä Finnair Catering Oy:n toimitusjohtajana ja catering-liiketoiminnan johtajana. Viimeksi Komulainen toimi konsernin henkilöstöjohtajana.



Mika Perho, s. 1959, iteronomi, kaupallisen ryhmän johtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 1985. Perho on toiminut Finnairissa myynnin ja markkinoinnin johtotehtävissä.



Sami Sarelius, s. 1971, OTK, lakiasiaintoiminnan johtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 1998.

Finnair-konsernin johtokuntaan kuuluvat johtoryhmän jäsenten lisäksi: ARI KUUTSCHIN, maapalveluiden johtaja ja Northport Oy:n toimitusjohtaja; KRISTINA INKILÄINEN, cateringliiketoiminnan johtaja ja Finnair Catering Oy:n toimitusjohtaja; ANTERO LAHTINEN, rahtiliiketoiminnan johtaja ja Finnair Cargo Oy:n ja Finnair Cargo Terminal Operations Oy:n toimitusjohtaja; KIMMO SOINI, Finnair Tekniikan johtaja; PETRI SCHAAF, myyntijohtaja; MARKKU MALMIPURO, lentotoimintaryhmän johtaja; KATI LEHESMAA, matkustamopalveluosaston johtaja.



Erno Hildén, s. 1971, KTM, talousjohtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 1997. Hildén on ennen nykyistä rooliaan toiminut Finnairin operatiivisena johtajana, Finnairin Lomalennot -liiketoimintayksikön johtajana sekä aiemmin Finnairin konsernihallinnossa liiketoiminnan kehittämis- ja yritysjärjestelytehtävissä.



Ville Iho, s. 1969, DI, operatiivinen johtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 1998. Iho on toiminut aiemmin Finnairin resurssienhallinnasta vastaavana johtajana ja Finnair Reittiliikenteen eri tehtävissä, viimeksi resurssienhallinnasta vastaavana johtajana.



Gregory Kaldahl, s. 1957, BS, resurssienhallinnasta vastaava johtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 2011. Kaldahl on aiemmin työskennellyt useassa eri lentoyhtiössä. Viimeksi hän on toiminut United Airlinesin resurssienhallinnasta vastaavana johtajana.



Arja Suominen, s. 1958, FM, e-MBA, viestintä- ja yhteiskuntavastuujohtaja, johtoryhmän jäsen. Finnairin palveluksessa 14.3.2011 lähtien. Suominen on aiemmin työskennellyt Nokiassa lähinnä viestintätehtävissä, viimeksi Nokian viestintäjohtajana.



Manne Tiensuu, s. 1970, psykologian maisteri, henkilöstöjohtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 2010. Tiensuu on aikaisemmin työskennellyt Glaston Oyj:n sekä Nokia Oyj:n palveluksessa.



Kaisa Vikkula, s. 1960, KTT, Matkapalveluiden johtaja, johtoryhmän jäsen, Finnairin palveluksessa vuodesta 2006. Vikkula on aikaisemmin työskennellyt mm. rahoitus- ja pääomamarkkinoilla, Partek Oyj:n sijoittajasuhde- ja viestintäjohtajana sekä Mascus Oy:n toimitusjohtajana.

Henkilöstön edustajat: KRISTIAN RINTALA, AB32-kapteeni, Suomen Liikenneletäjäliitto ry:n puheenjohtaja; ESA SUOKAS, pääluottamusmies, Ilmailualan Unioni IAU:n ry:n edustaja; MAURI HAAPANEN, osastotyönjohtaja, Finnairin Tekniset ry:n puheenjohtaja; TIINA SILLANKORVA, purseri, Finnairin ylempät ry:n puheenjohtaja; VIRPI LEPPÄNEN, asiantuntija, myyntivalvonta, Suomen Lentovirkailijat ry:n puheenjohtaja; JUHA MARJAMÄKI, tyyppi-insinööri A330/240, Finnairin Insinöörit ry:n puheenjohtaja; ESA HEIMONEN, purseri, Suomen Lentoemäntä- ja Stuerttyhdistys ry:n pääluottamusmies.

NEW
WINGS.



FINNAIR
DESIGNED FOR YOU