

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketoiminnan logistiikan koulutusohjelma

Elisa Härkönen

RAKENNUSPROJEKTIN VIIKKOTIEDOTE

CASE: IsoKristiinan laajennus ja uudistaminen 5411.4438

Opinnäytetyö 2013

## TIIVISTELMÄ

### KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

#### Liiketoiminnan logistiikka

HÄRKÖNEN, ELISA

Rakennusprojektin viikkotiedote

Case: IsoKristiinan laajennus ja uudistaminen 5411.4438

Opinnäytetyö

40 sivua + 6 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Eeva-Liisa Kauhanen

Toimeksiantaja

Skanska Talonrakennus Oy

Marraskuu 2013

Avainsanat

tiedote, viestintä, projekti, rakennustyömaa

Melu, pöly, muutokset kulkuyhteyksissä... Tässä vain muutama esimerkki rakennustyömaan aiheuttamista haitoista lähiympäristölleen. Rakennusurakka on projekti, jossa saattaa olla hyvinkin laaja organisaatio ja paljon sidosryhmiä. Ennen kuin rakennusprojekti voi alkaa, urakoitsijan on kuitenkin tultava valituksi. Tullakseen valituksi, on erotuttava joukosta. Yksi keino erottua on positiivisen yrityskuvan vahvistaminen viestinnän avulla. Läheskään kaikki rakennusalan yritykset eivät panosta viestintään juuri lain asettamia vaatimuksia enempää, vaikka nykyteknologia mahdollistaa helpon ja nopean viestinvälityksen.

Skanska-konserni on ottanut haasteen vastaan ja pyrkii erottumaan muista urakoitsijoista myönteisessä mielessä. Skanskassa arvot ovat tärkeässä asemassa ja luovat perustan koko toimintastrategialle. Sosiaalinen vastuu on yksi näistä arvoista ja käsittää muun muassa avoimen tiedonannon sidosryhmien kesken. Skanska Talonrakennus Oy aloitti maaliskuussa 2013 Etelä-Karjalan maakunnan suurimman kauppakeskuksen, IsoKristiinan uudistuksen ja laajentamisen. Kauppakeskus sijaitsee ahtaassa paikassa, pääkadun, kaupungintalon, hotellin ja asuintalojen ympäröimänä. Lisäksi kauppakeskus on toiminnassa koko projektin ajan. Häiriöistä tiedottamiseen on panostettava, jotta vältytään turhalta mielipahalta. Hanke on erikoinen, sillä Lappeenrannan kaupunginteatterin uudet tilat rakennetaan erillisprojektina kauppakeskuksen sisälle. Asukkaiden kiinnostus on ollut suurta ja avoimella tiedottamisella halutaan osallistaa heidät tähän koko kaupunkia koskevaan hankkeeseen.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää työmaan arkitoiminnoista kertova tiedote julkaistavaksi. Keskeistä työssä oli selvittää sidosryhmät, joille tiedote lähetetään, tiedotteen lähetystiheys ja -tapa sekä sisältö. Lisäksi tehtävänä oli luoda julkaisulle sopiva ulkoasu. Teoriaosuudessa perehdytään käsitteisiin projekti sekä projektinjohdourakka, joka on hankkeen toteutusmuoto. Viestintää teoriassa tarkastellaan niin yleisesti kuin tiedotetta ajatellen. Tiedote luotiin tarpeeseen ja saadun palautteen perusteella siitä on ollut hyötyä lukijoilleen. Tiedotetta tullaan kehittämään koko projektin ajan muun muassa palautteiden perusteella. Vaikka tiedote on tehty kyseistä projektia ajatellen, on sen pohjaa ja ideaa mahdollista hyödyntää tulevaisakin kohteissa.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Logistics

HÄRKÖNEN, ELISA

Weekly newsletter of construction project

Case: IsoKristiinan laajennus ja uudistaminen 5411.4438

Bachelor's Thesis

40 pages + 6 pages of appendices

Supervisor

Eeva-Liisa Kauhanen, Senior Lecturer

Commissioned by

Skanska Talonrakennus Oy

November 2013

Keywords

communication, bulletin, project, construction site

Noise, dust, changes in the accustomed routes... Here are some examples of the discomfort that may be caused by construction sites to their surroundings. Construction projects may have very complex organizational structures and numerous stakeholders. Due to heavy competition, constructors need to differentiate themselves. One way of achieving this is effective communication. Few constructors put the effort into communicating beyond the requirements of law even though modern technologies enable effortless and cost effective communication.

Skanska-group aims to differentiate itself through its communication. In Skanska the corporate values are central and they form the basis of The Skanska Way. Corporate social responsibility – including transparent communication between stakeholders – is one of the core values. In March 2013 Skanska Talonrakennus Oy started the extension and redevelopment project of the Shopping Centre IsoKristiina. It is located in the very heart of the city, between the main road, hotel, city hall and residential buildings. As Shopping Centre is running its business simultaneously with the project, it is essential to pay attention to communication to minimize negative reactions in the public. Through active and interactive communication the project aims to increase the involvement of the public in this massive project.

The aim of this thesis was to create a practice to keep the stakeholders updated of the daily activities on the site. Central questions were to identify the right stakeholders, suitable mediums for publishing the news bulletin, adequate publishing frequency and the right contents. The release also needed a suitable template. The theory section of the theses concentrates on concepts project and management contracting, which is the contract type used in this project. Communication is approached both from the general perspective as well as the one of the news bulletin. The news bulletin was created based on the existing needs. According to received feedback the stakeholders have considered the bulletin helpful and informative. The bulletin will develop further based on feedback and the evolving needs of the project. Even though the bulletin has been created specifically for this project, it may be applied in future projects as well.

## ALKUSANAT

Jos joku olisi väittänyt minulle syksyllä 2006 aloittaessani opintoni, että tulen valmistumaan vasta joulukuussa 2013, olisin varmasti nauranut hänet pystyyn.

Noh, seitsemän vuotta on mennyt ja siihen on mahtunut paljon, niin naurua kuin itkua. Paljon olen tänä aikana oppinut, ehkä eniten itsestäni. Sairastumisesta johtuvien vastoinkäymisten vahvistamana voin vain todeta, että elämää ei ole tarkoitettu suunniteltavaksi vaan eletäväksi.

Tahdon ehdottomasti käyttää tämän mahdollisuuden kiittää minulle tärkeitä ihmisiä. Jos sinua ei mainita, ei se tarkoita ettetkö olisi vaikuttanut minuun. Se vain tarkoittaa, että minulla on rajallisesti aikaa ja tilaa kirjoittaa nämä kiitokset.

Ensinnäkin kiitos, LL06, huippuhetkistä opiskeluaikoina.

Lämpimät ja rakastavat kiitokset suurelle ja tärkeälle perheelleni.

Äiti ja Kari. Isi ja Sirpa.

Timo ja Viivi

Maritta, Antti ja hurmaava Miska

Marko, Nina ja suloinen Väinö

Matias

Elina, Jaakko ja Laura

Kiitos ystävät, ketään erittelemättä, tiedätte kyllä.

Kiitos työkavereille, jotka niin kiinnostuneina kyselivät opinnäytetyön etenemisestä (valmistujaiskakku mielessään), etten vaan kehdannut olla tekemättä.

Erityiskiitos Heinille ja Tarulle, jotka ulkoiluttivat minua ruoan ja kulttuurin merkeissä tuoden piristystä loppupinnistykseen.

Suurin kiitos kuuluu ehdottomasti rakkaalle aviomiehelleni Valterille, joka tarttui mukaan samalta luokalta. Kiitos, kaikesta.

Kiitos kuuluu myös Millielle, uskollisimmalle lohduttajalleni.

Kiitos myös perheelle, jonka olen saanut Valterin kautta.

Pirke ja Rauno

Juulia, Mikko, Aida, Aleksi ja Aapo

Sohvi, Juhis ja Nelli

Kiitos kaikille, joille se kuuluu. Tunnistatte kyllä itsenne.

Rakkaudella

*Elisa*

Lappeenrannassa 14.11.2013

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

## ALKUSANAT

## TERMIT JA LYHENTEET

1	JOHDANTO	9
2	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS	9
	2.1 Tutkimuksen tausta	9
	2.2 Tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaus	10
	2.3 Tutkimusasetelma ja -menetelmät	11
3	PROJEKTI	12
	3.1 Projektinhallinta	14
	3.2 Projektin sidosryhmät	14
	3.3 Projektinjohtourakka	15
4	VIESTINTÄ	16
	4.1 Viestinnän suunnittelu	17
	4.2 Sidoryhmäanalyysi	18
	4.3 Muutosviestintä ja uutisointi	19
	4.4 Tiedon hankinta	20
	4.5 Tavoitteet ja arviointi	20
5	SKANSKA TALONRAKENNUS OY	21
	5.1 1880-luvulta tähän päivään	22
	5.2 Skanskan arvot – perusta kaikelle toiminnalle	23
	5.3 Tulevaisuus	25
6	CASE: ISOKRISTIINA 5411.4438	26
	6.1 Projektiorganisaatio	27
	6.1.1 Citycon Finland Oy	28

6.1.2 Keskinäinen vakuutusyhtiö Ilmarinen	28
6.1.3 Indepro Oy ja Arkkitehtuuritoimisto Ovaskainen Oy	28
6.2 Viestintä IsoKristiinan työmaalla	29
6.2.1 Tuotantoon liittyvä viestintä	29
6.2.2 Hallinnollinen ja muu viestintä	31
6.3 Viikkotiedote	32
6.3.1 Viikkotiedotteen lähtökohta	32
6.3.2 Viikkotiedotteen jakeluryhmät	32
6.3.3 Tiedotteen jakelu	33
6.3.4 Tiedotteen sisältö	34
7 YHTEENVETO	35
LÄHTEET	37
LIITTEET	
Liite 1. IsoKristiinan viikkotiedote, vko 14	
Liite 2. IsoKristiinan viikkotiedote, vko 26	
Liite 3. IsoKristiinan viikkotiedote, vko 35	
Liite 4. IsoKristiinan viikkotiedote, vko 41	
Liite 5. IsoKristiinan viikkotiedote, vko 45	
Liite 6. IsoKristiina – Weekly News, week 46	

## TERMIT JA LYHENTEET

Code of Conduct	Skanskan eettinen ohjeistus, joka ohjaa kaikkia skanskalaisia sekä aliurakoitsijoita toimimaan eettisesti niin ympäristön, liiketoiminnan, työnantajavastuun kuin yleisten periaatteiden saralla.
EWC Skanska	Skanskan European Works Council eli Eurooppalainen yrittäjäneuvosto, jossa monikansallisen yrityksen työntekijät ja työntekijöiden edustajat voivat yhdessä käsitellä yritykselle tärkeitä asioita. Neuvosto on perustettava, jos yrityksellä on vähintään 1000 työntekijää EU-alueella ja 150 työntekijää vähintään kahdessa EU/ETA-maassa. (EWC 2013.)
FTSE4Good	Indeksi on kehitetty mittaamaan objektiivisesti yrityksiä, jotka täyttävät maailmanlaajuisesti tunnustetut vastuullisen yritystoiminnan standardit. Yrityksiä arvioidaan ympäristötyön, ilmastonmuutoksen hillitsemisen, ihmisoikeuksien vaalimisen, hankintaketjun työolosuhteiden sekä lahjonnan vastainen työn osa-alueilla. (FTSE4Good 2013.)
ISO 14001: 2004	Laatustandardi, joka asettaa vertailuperusteet ympäristöjärjestelmälle. Se ei suoraan aseta vaatimuksia ympäristötyölle, mutta antaa raamit tehokkaan ympäristöjärjestelmän kehittämiseksi. (ISO 14000 2013.)
ISO 9001: 2008	Laatustandardi, joka pohjautuu useisiin laadunhallinnan periaatteisiin. Sen painopiste on asiakaslähtöisyydessä, motivaatiossa, ylemmän johdon osallistumisessa sekä prosessin lähestymistavassa ja kehittämisessä. (ISO 9000 2003.)
KOY	Kiinteistöosakeyhtiö toimii kuten mikä tahansa osakeyhtiö. Se on tarkoitettu hallinnoimaan omistamiaan kiinteistöjä ja rakennuksia. Yhtiömuotoa tulee lain mukaan käyttää silloin, kun yli puolta kiinteistön huoneistojen pinta-alasta voi käyttää muuhun tarkoitukseen kuin asumiseen. (Lyhenne-luettelo 2013.)

LEED®	Leadership in Energy & Environmental Design. Vihreän rakentamisen työkalu, joka kattaa koko rakennuksen elinkaaren ohjaten parhaisiin ympäristöystävällisiin ratkaisuihin. (LEED 2013.)
OHSAS 18001: 2007	Occupation Health and Safety Assesment Series. Standardi, joka auttaa organisaatioita hallitsemaan työterveyden ja -turvallisuuden riskejä. (OHSAS 18001 2003.)
PJU	Projektinjohtourakka tai projektinjohtourakoitsija
SRI	Socially Reponsible Investment. Riipumaton järjestö, joka arvioi organisaation vastuullisuutta ympäristön, sosiaalisuuden ja eettisyyden kannalta. (SRI 2012.)
TR	Työturvallisuuden ja riskien mittari. Tulos kertoo prosenteissa, kuinka hyvä tilanne työmaalla on työturvallisuuden osalta. Mitattavia kohteita ovat työskentely, telineet, kulkusillat ja tikkaat, koneet ja välineet, putoamissuojaus, sähkö ja valaistus, järjestys ja jätehuolto. (TR-mittauksen toteutus 2013.)
TTS	Työn turvallisuussuunnitelma tehdään ennen työn aloittamista ja sen avulla pyritään poistamaan turvallisen työnteon esteitä muun muassa puutteellinen vaarojen tunnistaminen tai tekijöiden epätietoisuus turvallisista toimintatavoista. TTS tehdään jokaisesta viikkosuunnitelmaan merkitystä tehtävästä sekä jokaisesta korkean riskin työvaiheesta. (Työn turvallisuussuunnitelma 2013.)
TyHy	Työhyvinvointia edistävä toiminta



## 1 JOHDANTO

Viime vuosien ajan, tekniikan kehittyessä kovaa vauhtia, on yrityksissä hiljalleen herätty viestimään organisoidusti. Faksi ja kirjeposti ovat jääneet taustalle sosiaalisen median ja muun sähköisen viestinnän vallattua maailman. Sosiaalinen media ja sähköposti ovat mahdollistaneet nopean ja edullisen viestinnän, jossa tarjontaa riittää. Yritysten on siis erotuttava joukosta entistä paremmin. Viestintään on panostettava, jotta massaan hukkumiselta pystyisi välttymään.

Skanska Oy:n visio ”Asiakkaamme ensimmäinen valinta rakennuspalveluissa ja projektikehityksessä kotimarkkina-alueillamme.” tavoittelee tähtitaivaita, mutta niin rakennusalalla kuuluukin. Me Suomessa emme ehkä rakenna pilvenpiirtäjiä, mutta kyllä jokainen talo aina maata korkeammalle rakentuu. Rakennusurakoitsijoita on paljon, ja näinä talouskasvun hiljaisempina vuosina kilpailu urakoista on kovaa. On siis erotuttava edukseen, ja tässä auttaa suuresti viestintä ja sen luomat mielikuvat yrityksestä.

Organisaatio ja sen viestintästrategia muuraavat kivijalan yrityksen imagolle. Perustuksen ollessa vankka ja hyvin tehty, on turvallista jatkaa tiilten muuraamista työmaittain. Jotta talo saadaan muurattua, on viestinnän onnistuttava jokaisella työmaalla. Epäonnistuneen viestinnän seurauksena voi yrityksen maine tahriintua, ja näin ollen talon seinään jää reikä. Eikä huonosti rakennettu talo näytä kenenkään silmään hyvältä.

## 2 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

Opinnäytetyön toteutus on prosessi. Prosessia ohjaa kolme kysymystä. Tässä luvussa vastataan noihin kolmeen kysymykseen: miksi, miten ja mitä. Luvussa kerrotaan opinnäytetyön taustoista sekä selvitetään, mitkä ovat tutkimuksen tavoitteet ja miten näihin tavoitteisiin pyritään.

### 2.1 Tutkimuksen tausta

Maaliskuussa 2013 Skanska Talonrakennus Oy:n itäisen alueyksikön Lappeenrannan tulosyksikkö aloitti uuden projektin, kauppakeskus IsoKristiinan laajennuksen ja uudistamisen. Projektin on määrä valmistua vuoden 2015 loppuun mennessä. Kohde toteutetaan projektinjohtourakkana, mikä tuo urakkaan omat erityispiirteensä. Projektilla on lukuisia sidosryhmiä, joille on tärkeää tiedottaa hankkeen kulusta.

IsoKristiina on avoinna koko uudistuksen ajan. Jotkut yritykset muuttavat tai lopettavat, mutta osa yrityksistä toimii keskuksessa koko remontin ajan. Kauppakeskuksessa on siis kaiken remonttihälinän keskellä yritysten työntekijöitä sekä asiakkaita. Keskuksessa toimii myös Terveystalo, jonka leikkaussali ja magneettikuvaus vaativat erityishuomiota.

Kaupungintalon, hotellin, kerrostalojen ja vilkkaan Lappeenkadun ympäröimä kauppakeskus sijaitsee aivan Lappeenrannan ydinkeskustassa. Lisäksi keskustan alueella on käynnissä muutama muukin työmaa ja lisää uusia käynnistyy ensi vuoden puolella. Rakennustyömaa aiheuttaa aina jonkinasteista häiriötä ympäristölleen. Näin ahtaassa paikassa, kunnollisten varastointitilojen puuttuessa, ongelmat korostuvat.

IsoKristiina on Etelä-Karjalan maakunnan suurin kauppakeskus ja valmistuessaan nousee maan 20 suurimman joukkoon, heti kauppakeskus Kampin tuntumaan. Hankkeen kokonaisarvo on noin 100 miljoonaa euroa. Hanke on jopa maailmanlaajuisesti ainutlaatuinen, sillä Lappeenrannan kaupunginteatterin uudet tilat rakennetaan erillisprojektina kauppakeskuksen sisälle. Suurhanke kiinnostaa niin kaupunkilaisia, mediaa kuin potentiaalisia vuokralaisiakin.

Rakentaminen vaatii aina yhteistyötä erinäisten viranomaistahojen kanssa. Projektinjohtourakkamuodossa korostuu yhteistoiminta projektinjohtourakoitsijan ja tilaajan välillä. Tietoa pyritäänkin välittämään avoimesti näiden osapuolten välillä.

Sidosryhmiä on hankkeen erikoispiirteiden vuoksi normaalimpaa työmaata enemmän. Media on antanut hankkeelle paljon huomiota ja näin saanut kansankin kiinnostumaan urakasta. On siis Skanska Talonrakennus Oy:n sekä tilaajien, Citycon Finland Oy:n ja Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarisen, yhteinen tavoite pitää hanke mahdollisimman avoimena. Tämä onnistuu tiiviin viestinnän avulla. Tämä opinnäytetyö tulee siis todella tarpeeseen ja käyttöön.

## 2.2 Tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaus

Tavoitteena on laatia projektin etenemisestä kertova tiedote lähetettäväksi säännöllisesti projektin sidosryhmille sekä säilyttää tai jopa vahvistaa ihmisten positiivinen mielikuva Skanskasta rakentajana, Cityconista kauppakeskusten omistajana sekä Iso-Kristiinasta kauppakeskuksena.

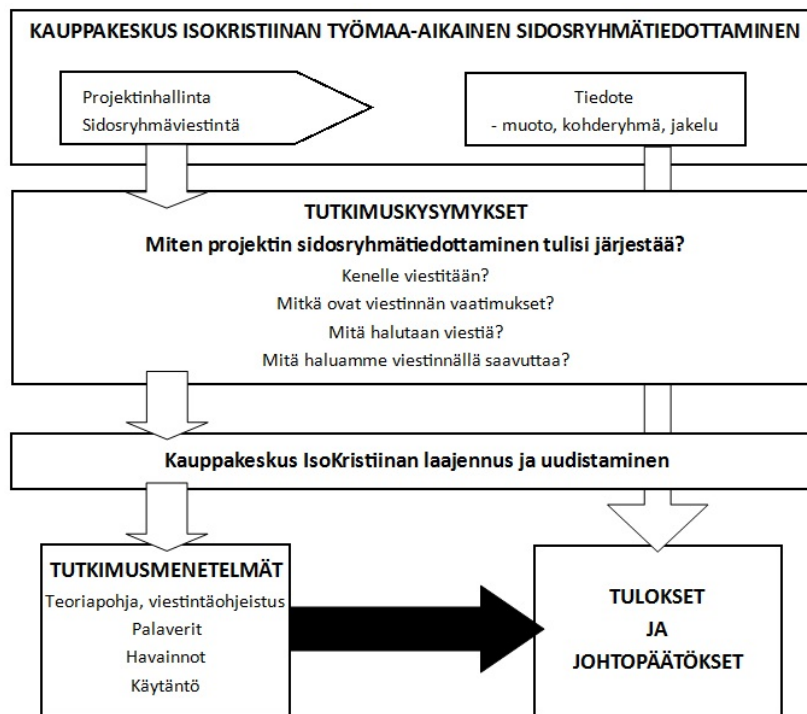
Tutkimuksen keskeisin kysymys on: miten projektin sidosryhmätiedottaminen tulisi järjestää? Pääkysymykseen etsitään vastauksia seuraavien alakysymysten avulla:

1. Kenelle viestitään?
2. Mitkä ovat viestinnän vaatimukset?
3. Mitä halutaan viestiä?
4. Mitä viestinnällä halutaan saavuttaa?

Tutkimus on projektikohtainen, ja työ on rajattu koskemaan vain kauppakeskus Iso-Kristiinan työmaata. Viestinnän kannalta tämä työmaa on erilainen, sillä harvalla työmaalla tarvitaan viestintää yhtä laajalti kuin IsoKristiinassa. Sidosryhmä rajataan sen mukaan, keitä työmaan tapahtumat ja niistä aiheutuvat rajoitukset koskevat. Lisäksi tiedotteen jakeluryhmään rajataan kuulumaan ne tahot joiden katsotaan hyötyvän työmaatilannetiedoista tai jotka ylipäättään ovat kiinnostuneita projektin etenemisestä.

### 2.3 Tutkimusasetelma ja -menetelmät

Opinnäytetyö toteutettiin osittain empiirisenä ja osittain teoreettisena tutkimuksena, jossa käytetään kvalitatiivisia menetelmiä. Teoriaosuuden aineisto pohjautuu alan kirjallisuuteen, tutkimuksiin, verkkoaineistoon sekä yritysten taustatietoihin ja viestintäohjeistukseen. Työmaan vaiheista kertova viikkotiedote luodaan teorian pohjalta, mutta asettuu muotoonsa empiirisesti, keskustelujen ja yhteistyöpalaverien sekä kohde-ryhmien antaman palautteen kautta. Koska tiedote luodaan vain tätä työmaata varten, tietylle sidosryhmälle, on menetelmä myös case- eli tapaustutkimus.



Kuva 1. Opinnäytetyön tutkimusasetelma (malli: Mailas 2010, 4)

Kuvasta 1 selviää opinnäytetyön koko tutkimusasetelma. Kuva tiivistää kaiken olennaisen tutkimuksen tekemisestä. Siitä selviää, mikä on lähtötilanne ja mihin pyritään sekä miten tulokseen päästään.

### 3 PROJEKTI

Projekti voidaan käsittää nykyään usealla, kenties jopa hieman ristiriitaisella tavalla. Projektit voivat olla kertaluontoisia, monen osapuolen yhteisiä tehtäviä. Projektilla voidaan myös tarkoittaa määräaikaista organisaatiota, tavoitteellista tehtäväjonoa tai ratkaistavaksi aikataulutettua ongelmaa (Lewis 1995; ref. Artto, Martinsuo & Kujala 2008, 24). Jotkut näkevät projektin johtamisympäristönä, jonka tavoitteena on suorittaa tehtävä tai tehtäviä ennalta laaditun suunnitelman mukaisesti (Prince2 2002; ref. Artto ym. 2008, 24). Joissakin ajatusmalleissa projekti koetaan ainutkertaisena toimieksiantona sovittujen vaatimusten suhteen (IPMA 1999 ja PRY 2004; ref. Artto ym. 2008, 24-25). Ja eräässä määritelmässä projektin eroa muihin toimintamalleihin perustellaan projektille erikseen määritellyllä organisaatiolla (IPMA 1999 ja PRY 2004; ref. Artto ym. 2008, 25). Yhteistä kaikille määritelmille on kuitenkin se, että projekti ei jatku ikuisesti vaan sillä on selkeä alku ja loppu (Artto ym. 2008, 25; Juholin 2009, 124).

Ainutkertaisuus on tärkein projektin muista toimintamalleista erottava tekijä. Projektin kertaluonteisuudelle voi olla monta eri syytä:

- Päämäärä ja tuote eroavat aikaisemmista.
- Toteutus, työtapa tai organisaatio on erilainen kuin aiemmissa projekteissa.
- Samanlaisissa oloissa ei ole aiemmin toteutettu vastaavaa projektia.
- Tuote on asiakkaan erityisvaatimusten mukainen tai asiakkaan tarpeet ja vaatimukset otetaan tuotekehittelyssä jatkuvasti huomioon.
- Käytetään uusia alihankkijoita. (Artto ym. 2008, 26-27.)

Kirjassa Projektiliiketoiminta (Artto ym. 2008, 25) esitetään kolme rinnakkaista näkökulmaa projektiin. Väliaikaisen organisaation mallissa projektiorganisaatio perustetaan suorittamaan tietty työ. Yhteen kootaan parhaat tekijät, joilla on osaamisen lisäksi myös vastuuta. Projektin loputtua organisaatio puretaan ja sen jäsenet vapautetaan uusiin työtehtäviin. Tuote- ja työrakenteen mallissa projekti nähdään sen toteuttaman tuloksen tai työn kautta. Tuote voidaan purkaa osatuotteiksi ja sitä kautta hierarkkiseksi kuvaukseksi eli tuoterakenteeksi, samalla tavalla voidaan myös työn osuus jakaa paremmin hallittaviin osiin. Kolmannessa näkökulmassa projekti nähdään tehtävinä tai vaiheistettuna prosessina. Ajatellaan, että projekti koostuu toisistaan riippuvaisista tehtävistä ja vaiheista, joiden avulla voidaan hallita projektin aikataulua. Tiivistettynä tekijät määrittelevät projektin seuraavasti: ”*Projekti on ennalta määritettyyn päämäärään tähtäävä, monimutkaisten ja toisiinsa liittyvien tehtävien muodostama ajallisesti, kustannuksiltaan ja laajuudeltaan rajattu ainutkertainen kokonaisuus.*” (Artto ym. 2008, 25-26.)

Projektit ovat usein monimutkaisia. Tämä johtuu siitä, etteivät ne useinkaan ole ennakoitavia tai toistuvia. Erityisosaamista ja tehokasta toteuttamista vaativa projekti tarvitsee luovuutta, jatkuvaa arviointia, valintaa ja päätöksentekoa. Koska projekti muodostaa kokonaisuuden, jossa tehtävät liittyvät toisiinsa, täytyy se toteuttaa oikeassa järjestyksessä. Oleellinen osa monimutkaisuudesta muodostuu juuri näiden tehtävien välisistä riippuvuuksista sekä keskinäisistä suhteista. Projekti on ajallisesti rajattu ennalta laaditun aikataulun mukaan. Myös kustannuksia on rajattu, joten ei ole rajatonta mahdollisuutta käyttää resursseja, kuten henkilötyötä tai rahaa. Projektissa toteutetaan tuote, jonka tulee täyttää päämäärän mukainen muutos ja sille asetetut vaatimukset. (Artto ym. 2008, 26.)

### 3.1 Projektinhallinta

Haastavinta on saada projekti onnistumaan päämäärän, odotusten ja vaatimusten mukaisesti. Teknisten, sosiaalisten ja taloudellisten seikkojen lisäksi projektinhallinta on onnistumisen kannalta suuressa roolissa. Artto ym. (2008, 35) kuvaavat käsitettä seuraavasti: ”*Projektinhallinta on projektin tavoitteiden ja päämäärän saavuttamiseen tähtäävien johtamistapojen soveltamista.*” Käsite johtamistapa sisältää kaikki projektin päämäärän ja tavoitteiden saavuttamiseen tarvittavat tiedot, taidot, menetelmät ja työkalut. Projektinhallinnalle on yleensä kolme erilaista näkökulmaa. Ensimmäinen näkökulma jakaa projektin osiin: kokonaisuus, laajuus, aikataulu, kustannukset, resurssit ja henkilöstö, viestintä, riskit, hankinnat sekä laatu. Tavoitteena on hallita kaikkia osia, jotta projekti onnistuisi ja saavuttaisi päämääränsä. Toinen näkökulma painottaa työntekijöiden osaamista ja ominaisuuksia. Jotta projekti pääsisi tavoitteisiinsa, tulisi organisaatiossa olla paljon tietoa ja henkilökemioiden tulisi kohdata mahdollisimman hyvin. Kolmas näkökulma on muita enemmän ohjeistettu ja välineistetty. Projektia pyritään hallitsemaan kaavioilla, havainnollistamisella, työpohjilla ja työvälineillä, kuten lomakkeilla ja ohjeilla. (Artto ym. 2008, 35-39.)

### 3.2 Projektin sidosryhmät

Jotta projektin tavoitteet ja päämäärä saavutetaan, täytyy huomioida eri sidosryhmien tarpeet ja odotukset sekä täyttää ne. Tämä saattaa vaatia erilaisten ja keskenään kenties ristiriidassakin olevien vaatimusten tasapainottamista. Projektin päämäärä palvelee ensisijaisesti projektin asiakkaan tavoitteita, mutta onnistumisen kannalta on tärkeää huomioida myös muiden sidosryhmien tarpeet ja odotukset. (Artto ym. 2008, 35-36.)

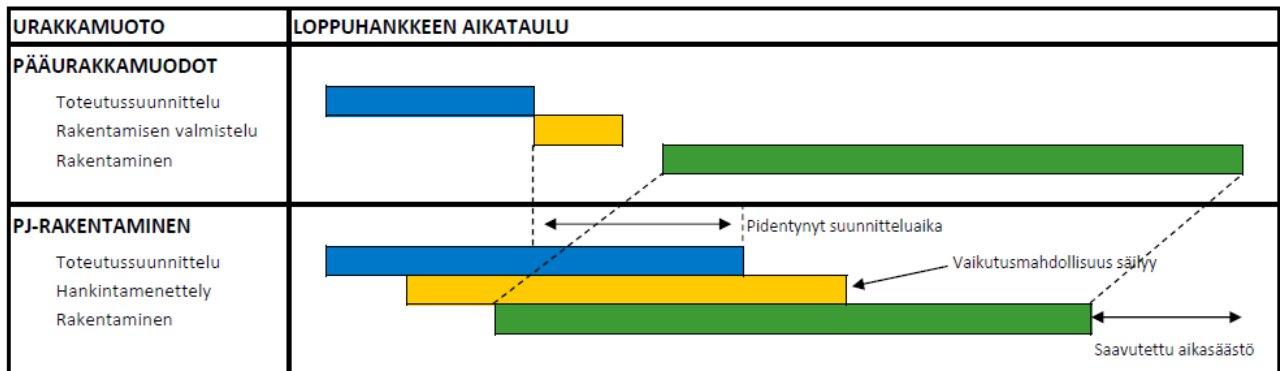
Sidosryhmät voivat olla joko yksilöitä, ryhmiä tai organisaatioita. Yhteistä näille sidosryhmille on aina se, että projekti voi vaikuttaa niihin tai ne voivat vaikuttaa projektiin. Yhteys projektin tai sen tuloksena toteutettavan tuotteen ja sidosryhmän välillä voi olla suora tai välillinen. Yhteyden avulla voi olla mahdollista vaikuttaa suoraan tai epäsuorasti projektin lopputulokseen. Myös sellaiset tahot, joilla ei ole mahdollisuutta vaikuttaa projektiin, mutta joihin projekti vaikuttaa, ovat sidosryhmiä. He voivat kuitenkin vaikuttaa välillisesti esimerkiksi siihen, millainen mielikuva yrityksestä muovautuu markkinoilla. Tyypillisellä projektilla on ainakin seuraavat sidosryhmät, joihin on suora, välitön yhteys: projektipäällikkö, -organisaatio, -ryhmä, projektin toteutta-

van yrityksen organisaatioyksikkö, asiakas, käyttäjä, tilaaja sekä sponsori tai projektin omistaja. Muita sidosryhmiä voi olla: toimittajat ja palveluntarjoajat, viranomaiset, rahoittajat, media, muut kohderyhmät, kilpailijat, projektiin osallistuvat henkilöt perheineen, sekä yhteiskunta laajemmassa mielessä. Juuri sidosryhmien moninaisuus asettaa haasteita erilaisten odotusten ja vaatimusten hallinnalle. (Arto ym. 2008, 41-43; Juholin 2009, 199.)

### 3.3 Projektinjohtourakka

Projektinjohtourakassa (PJU) tilaaja on suorassa sopimussuhteessa suunnittelijoihin ja projektinjohtourakoitsijaan. Toteutussuunnittelu, hankinnat ja rakentaminen limitetään toteuttamalla hankinnat useina paketteina, jotka kilpailutetaan sitä mukaa, kun suunnittelut etenevät. Vaikka projektinjohtourakoitsija vastaa hankinnoista, lopullinen päätäntävalta niistä säilyy tilaajalla, sillä tilaajan tai tilaajan edustajan on hyväksyttävä kaikki ostot. Päätösvallan säilyminen tilaajalla erottaakin projektinjohtourakan perinteisestä pääurakoinnista. (Kankainen & Junnonen 2004, 30; Peltonen & Kiiras 2000, 11.)

Projektinjohtototeuttamisella haetaan siis aikatauluhyötyä, jonka periaate selviää kuvasta 4. Tehtäviä limitetään, jotta kokonaisaikataulu lyhentyisi. Samalla kuitenkin suunnittelulle ja hankinnalle annetaan enemmän aikaa, ja näin ollen vaikutusmahdollisuus säilyy pidempään.



Kuva 2. Projektinjohtototeutuksen vaikutus aikatauluun (malli: Peltonen & Kiiras 2000, 13)

Projektinjohto-organisaatio koostuu ainoastaan projektinjohtourakoitsijan henkilöstöstä, josta osa toimii työmaan johtotehtävissä ja osa projektinjohtotehtävissä. Usein tilaajalla on sopimus ulkopuolisen rakennuttajakonsultin kanssa, joka huolehtii rakentamisen teknisistä ongelmista ja hankkeen etenemisestä. Hankkeella täytyy olla myös

ulkopuolinen valvoja, sillä projektinjohtourakoitsija ei voi toimia valvojana. (Kankainen & Junnonen 2004, 30.) Toteutustapa vaatii tiivistä yhteistyötä projektinjohtourakoitsijan ja tilaajan kesken. Toteutuksessa tulee vastaan jatkuvasti tilanteita, joihin ei löydy suoraa vastausta sopimusasiakirjoista, vaan ongelmat on ratkaistava keskinäisen yhteistyön avulla. (Kiiras 1996, 16.)

Projektinjohtourakoinnissa taloudelliset riskit jakaantuvat tilaajan ja PJU:n kesken. Sopimus määrää sen kuinka riskit jakaantuvat. Tilaaja voi valita urakaksi joko tavoite- ja kattohintaisen tai tavoitebudjetillisen vaihtoehdon. Projektinjohtopalkkio (johon sisältyvät PJU:n yleiskulut, riskin mukainen lisä sekä kate), muuttuvat työmaakustannukset sekä mahdollinen tavoitepalkkio sisältyvät molempiin vaihtoehtoihin. (RT 16-10906 2007.) Mikäli tilaaja haluaa jakaa kustannusriskit PJU:n kanssa, voidaan projektille sopia tavoitehintaa, johon pyritään sekä kattohintaa, joka on kohteen korkein toteutushinta (Winch 2002, 129). Tavoitehintaisen projektinjohtourakan ajatus on siinä, että projektinjohtourakoitsijan alittaessa tavoitehinnan, se saa osan tästä rahasummasta. Mikäli kustannukset ylittävät tavoitehinnan, joutuu PJU maksamaan osan ylityksestä kattohintaan asti. Kattohinnan ylittävät kustannukset maksaa yksin PJU. Tavoitebudjetillisessa urakassa tilaaja sitoutuu maksamaan projektinjohtourakoitsijalle tämän esittämät toteutuneet työmaakustannukset ja projektinjohtopalkkion. (RT 16-10906 2007, 14-15.)

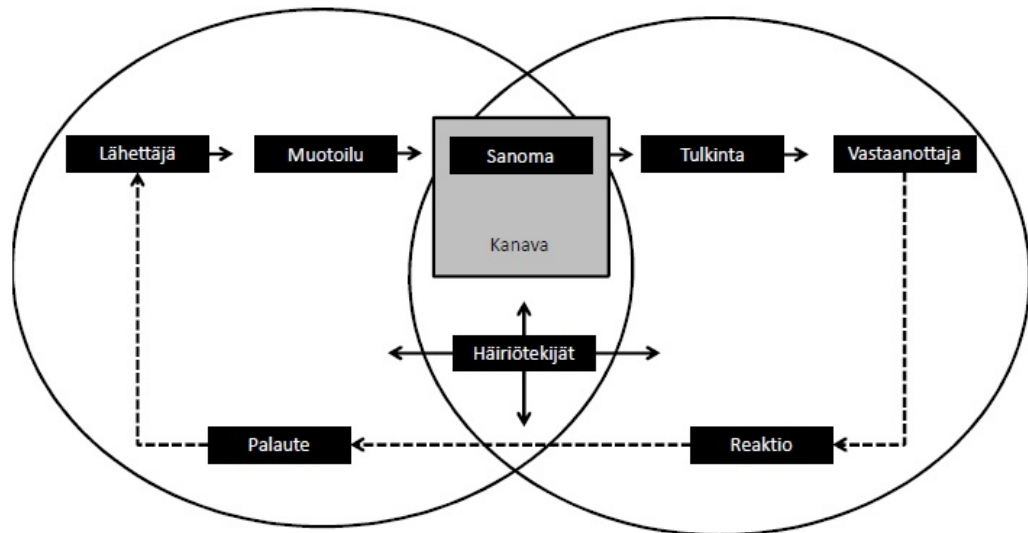
#### 4 VIESTINTÄ

Jotta yritys voisi menestyä, sillä on oltava hyvä maine ja tunnettuus. Se on tunnettava sen asiakkaiden sekä yhteistyökumppaneiden keskuudessa. Yrityksen tuotteiden ja palvelun hyvä laatu sekä hyvin suunniteltu ja toteutettu liiketoiminta ovat tietysti menestyksen avaintekijöitä, mutta näiden lisäksi yrityksen tiedottamisella on suuri rooli positiivisen yrityskuvan rakentamisessa. Sidosryhmille tiedotetaan niin uutisista, tapahtumista ja tuotteista kuin taloudellisesta tilanteesta. Markkinoinnin ja tiedottamisen ero on syytä tiedostaa. Markkinoinnilla pyritään vaikuttamaan kohderyhmän käyttäytymiseen, kun taas tiedottamisen tulee olla puolueetonta ja totuudenmukaista. Tiedottaessa on kerrottava ne ikävätkin asiat. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2007, 223-224.)

Perinteisesti viestintä on jaettu ulkoiseen ja sisäiseen viestintään sen mukaan, kuuluuko viestin vastaanottaja sisä- vai ulkopiiriin. Jako ei kuitenkaan ole niin selvä. Esimerkiksi osakkaat, potentiaaliset työntekijät ja ympäristön asukkaat voivat joissain



määrin olla henkilöstön kanssa miltei samassa asemassa. Yrityksen olemassaolon kannalta tämän ulkopiirin tiedot ja suhtautuminen yritykseen ovat yhtä tärkeitä kuin henkilöstön tyytyväisyys ja sitoutuminen työhönsä. Sidosryhmien toiveiden ja tarpeiden huomioiminen luo edellytykset yrityksen menestykselle. Yrityksen toiminnan jatkuvuuden kannalta on olennaista, että sen tuotteilla ja palveluilla riittää kysyntää. Ei siis ole kaukaa haettu ajatus, että yrityksen toiminnan jatkuvuus on asiakkaiden käsissä. (Juholin 2009, 40-42.)



Kuva 3. Viestintäprosessi (suom: Kotler ym. 2008, 700; ref. Alatalo 2012, 13)

Viestintäprosessi (kuva 5) sisältää yhdeksän elementtiä. **Lähettäjä** välittää viestin **vastaanottajalle**. Lähettäjä on laatinut sanoman **muotoonsa** omien taitojen, tietojen ja asenteensa avulla. **Sanoma** välitetään **kanavaa** pitkin. Kanavana voi toimia esimerkiksi paperi, sähköposti, internet, suullinen esitys tai keskustelu (Arto ym. 2006, 233). Vastaanottajan tulee pystyä **tulkitsemaan** viesti vastaavasti omien taitojen, tietojen ja asenteen pohjalta, vaikkei hänellä olisi kokemusta aiheesta. Vastaanottaja **reagoi** viestiin ja antaa **palautetta** lähettäjälle. Juuri tämä tekee viestinnästä yhden projektin tärkeimmistä vaikuttamisen välineistä (Arto 2006, 233). Kaikkea ylimääräistä ja suunnittelematonta viestin välityksessä kutsutaan **häiriötekijöiksi**. (Kotler, Armstrong, Wong & Saunders 2008, 699-700; ref. Alatalo 2012, 13.)

#### 4.1 Viestinnän suunnittelu

Jokainen joka on joskus leikkinyt rikkinäistä puhelinta, tietää miten helposti viesti ymmärretään väärin tai se ei mene ollenkaan perille. Viesti voi myös muuttua matkan

varrella, yleensä sitä enemmän mitä useamman henkilön kautta se on kulkenut. Viestinnän virheitä voi tapahtua missä tahansa viestintäprosessin vaiheessa. Hyvällä suunnittelulla virheiden mahdollisuudet pyritään minimoimaan. (Pelin 2011, 286-287.)

Viestinnän suunnittelulla pyritään ennakoimaan projektin viestinnälliset sisällöt ja sidosryhmien tietotarpeet sekä valmistelevaan keinoja viestinnän toteuttamiseksi. Tyypillisesti suunnittelu keskittyy projektin muodolliseen viestintään, sen lisäksi on epämuodollista ja spontaania viestintää, joita ei voi suunnitella etukäteen. (Arto ym. 2006, 233-234.)

Viestinnän suunnittelu lähtee kysymyksistä: kuka tarvitsee tietoa, millaista ja koska tietoa tarvitaan, kuka tiedon välittää ja mitä kanavaa tiedon välittämiseen käytetään. Aikaisempien projektien viestintäkokemukset voivat toimia pohjana viestintäsuunnitelmalle. Projektin laajuus asettaa viestinnälle tiettyjä vaatimuksia, jotka on hyvä ottaa huomioon suunnittelussa. Myös sidosryhmäanalyysi on hyödyksi suunnitelmaa tehdessä. Viestintäsuunnitelma voi käsittää esimerkiksi seuraavat asiat: viestinnän sisällöt, sidosryhmät, toivottu vaikutus, menetelmä (tapa ja kanava), ajankohta ja mahdolliset toistot sekä vastuhenkilö. (Arto ym. 2006, 233-234; Pelin 2011, 286-287.)

## 4.2 Sidosryhmäanalyysi

Sidosryhmäanalyysin avulla tunnistetaan, luokitellaan ja analysoidaan organisaation kannalta oleellisia ryhmiä. Luokittelun voi tehdä monin eri tavoin. Yleisesti käytetään jakoa ensisijaisiin, toissijaisiin ja marginaalisiin ryhmiin. Jos halutaan eritellä tarkemmin, voidaan ryhmät jaotella velvollisuusryhmiin, mahdollisuusryhmiin sekä riski- ja ongelmaryhmiin. Lainsäädäntö tai muu moraalinen velvoite määrittävät velvollisuusryhmät. Mahdollisuusryhmät voivat sen sijaan koostua samoista jäsenistä kuin velvollisuusryhmätkin, esimerkkinä henkilöstö jonka kanssa viestiminen voi olla mahdollisuus, mutta se on myös yt-laissa määritelty velvollisuus. Jos organisaatio ei pysty tai halua täyttää joidenkin ryhmien odotuksia, tai jotkut tahot ovat tyytymättömiä yrityksen toimiin, voi syntyä riskiryhmiä. Kun riski toteutuu, syntyy ongelmaryhmä. Ihmiset lopettavat asiakas- tai työsuhteensa tai ryhtyvät esimerkiksi antikampanjaan. Sidosryhmät voidaan jakaa myös normatiivisiin (esim. osakkeenomistajat, hallitus ja erilaiset säätelevät tahot), toiminnallisiin (esim. työntekijät ja jälleenmyyjät), asiakkaisiin sekä hajanaisiin ryhmiin (esim. journalistit ja etujärjestöt). Sidosryhmäanalyysin avulla pyritään selvittämään ryhmien ja niiden edustajien tietoja, asentei-

ta ja sitoutumista sekä odotuksia. Näin sidosryhmät tunnetaan paremmin ja pystytään kohdentamaan viestintää tehokkaammin. (Juholin 2010, 109-110.)

#### 4.3 Muutosviestintä ja uutisointi

Muutos voidaan kokea monella eri tavalla. Yhdelle se voi olla turvallisuuden tunnetta järjestyttävä asia, toiselle kauan odotettu mahdollisuus ja kolmannelle täysin neutraali asia, joka ei kosketa eikä liikuta. Muutos herättää useimmiten mielipiteitä, kaikkiin mahdollisiin suuntiin. Muutos on merkitykseltään aina suhteellinen. Joskus asia voi kasvaa vähäpätöisestä jopa elämää suuremmaksi. Näin itse asia voi unohtua erilaisten tulkintojen viedessä huomion. Viestinnässä onkin hyvä muistaa, että tulkinnat ja mielikuvat saattavat pahimmassa tapauksessa jyrätä faktat. (Juholin 2009, 125.)

Muutoksista viestiminen vaatii enemmän kuin perinteinen tiedottaminen. Mitä suurempi muutos, sitä enemmän ihmiset haluavat tietoa ja keskustelua. Muutosviestinnän asiakaslähtöisyys syntyy tiedostamalla ihmisten tunteet sekä heidän oletettava suhtautumisensa muutokseen. Viestinnässä on hyvä muistaa muutoksen kolme ajanjaksoa: menneisyys, nykyhetki ja tulevaisuus. Menneisyys siksi, että ihmiset tiedostavat mikä on muuttunut ja miten. Nykyhetkessä muistutamme miksi teemme näin ja tulevaisuuden kannalta on tärkeää pitää mielessä tavoitteet ja visiot siitä mitä on tulossa. Muutoksen voikin tiivistää virkkeiksi tai avainsanoiksi eli niin sanotuiksi perusviesteiksi, jotka vastaavat kysymyksiin: miksi, miten ja mitä? (Juholin 2009, 126-133.)

Uutisessa on uutta, yllättävää, tuoretta ja tärkeää tietoa. Uutisointia tulee tehdä vain tärkeistä asioista, mutta se kuinka tärkeä jokin asia on, riippuu kohderyhmästä. On siis asetettava kohderyhmän asemaan ja mietittävä, mikä heitä kiinnostaa. Tiedote on uutisen sisältävä tiedottava teksti, jonka tulee edetä tärkeysjärjestyksessä. Asia tulisi kertoa niin tarkasti, ettei syntyisi väärinymmärryksiä ja näin ollen turhia huhuja. Hyvä otsikko houkuttaa lukemaan tiedotteen, huono sen sijaan karkottaa lukijan. Otsikko onkin yksi tiedotteen tärkeimmistä osioista ja siitä tulisi selvittää jo koko uutisen ydinasia. Tietyn asian uutisointiin tulisi käyttää aina samaa kanavaa. Se helpottaa niin tiedotteen laatijaa kuin lukijaakin. Tiedotteelle tulee laatia jakelulista ja sitä on muistettava päivittää tarvittaessa, näin tiedote lähtee kaikille säännöllisesti eikä kukaan unohdu. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 94-98.)

#### 4.4 Tiedon hankinta

Työntekijöiden tulisi jatkuvasti arvioida, mikä omassa työssä on muiden kanssa jaettavaa tietoa. Joskus omat tehtävät voivat tuntua vähäpätöisiltä tai ehkä liian arkipäiväisiltä. Toisinaan taas jostakin asiasta on kertonut jo niin monelle taholle, ettei enää tiedosta kenen olisi asiasta hyvä tietää. Juuri silloin olisikin hyvä miettiä, kuka ei vielä tiedä ja onko jokin yksityiskohta muuttunut viime kertomasta. Jokaisen organisaation jäsenen tulisi työskennellä viestintäosaston kanssa aktiivisesti, etenkin asioissa jotka liittyvät merkittäviin muutoksiin, aikaansaannoksiin ja tuotoksiin. Viestintätiimi auttaa viestien luomisessa ja muokkaamisessa ymmärrettävään muotoon. Tiiviin yhteistyön avulla viestintäosasto pysyy ajan tasalla, eivätkä asiat tule yllätyksenä ja näin ollen ei synny tilanteita joissa on mahdollisuus virhearviointiin. Kun viestintä on hyvin suunniteltua, ajantasaista ja oikealla tavalla priorisoitua, lopputuloksena kaikkien aikaa säästyä viestinnän suunnittelussa, toteutuksessa ja vastaanottamisessa. ”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” onkin erittäin pätevä lause kuvaamaan viestinnän prosessia. Onnistuneen lopputuloksen jokapäiväisessä viestinnässä takaa perusteellinen viestinnän suunnittelu. (Korhonen & Rajala 2011, 18-28.)

#### 4.5 Tavoitteet ja arviointi

Projektin luonne vaikuttaa siihen, mitkä ovat sen tavoitteita missäkin vaiheessa ja kuinka paljon ne korostuvat. Mahdollisilla projektin ulkopuolisilla rahoittajilla voi myös olla omia tavoitteita ja vaatimuksia viestinnän suhteen. Projektiviestinnällä voi olla Juholinin (2006, 36-37) mukaan esimerkiksi seuraavanlaisia tavoitteita:

- *hyvä tiedonkulku ja tiedon saatavuus projektin eri vaiheissa*
- *projektiin osallistuvien, ohjausryhmän ja rahoittajien sitoutumisen varmistaminen*
- *keskustelutilanteiden ja keskinäisen pohdinnan riittävyys*
- *palautteen vastaanottaminen, analysointi ja hyödyntäminen*
- *yhteishengen luominen ja vahvistaminen*
- *asiakkaiden ja/tai muiden ryhmien kiinnostuksen herättäminen ja ylläpitäminen*
- *projektin merkityksen kirkastaminen*
- *näkyvyys joissakin relevanteissa julkisuuksissa, esimerkiksi mediassa, seminaareissa tai tapahtumissa.*

Tavoitteet voi aluksi määritellä yleisellä tasolla ja sitten tarkentaa koskemaan eri vaiheita.

Viestintä on onnistunut, jos tiedon vastaanottaja on ymmärtänyt selkeästi viestin sisällön ja tiedon lähettäjä tietää, että vastaanottaja on sen ymmärtänyt (Arto ym. 2006, 232-233). Viestinnän tulokset voivat olla joko välittömiä tai välillisiä ja ne ovat mitattavissa sidosryhmien tiedoissa, asenteissa ja käyttäytymisessä. Viestin huomaaminen ja tunnistaminen, tiedon ja tietämyksen muutokset sekä kiinnostus yritystä, sen tuotteita tai asioita kohtaan ovat välittömiä tuloksia. Välillisiä tuloksia sen sijaan ovat muun muassa pysyvyys tai muutokset mielipiteissä ja asenteissa sekä edelleen taipumukset tai halukkuus toimintaan. Vaikutukset voivat heijastua aineellisesti (esimerkiksi yrityksen myyntiin, markkinaosuuksiin ja tuottavuuteen) tai aineettomasti (esimerkiksi mainearvioihin ja brändimielikuviin). (Juholin 2010, 36-37.)

Projektin viestinnän etenemistä ja onnistumista on hyvä arvioida kaiken aikaa, jotta ongelmiin pystytään puuttumaan nopeasti. Esimerkiksi selkeisiin tiedonkatkoksiin tai väärinymmärryksiin on puututtava välittömästi ja tehtävä korjaavat toimet. Arviointi lähtee projektin viestinnälle asettamista tavoitteista eli siitä, miten hyvin on onnistuttu. Seurannan helpottamiseksi tavoitteita kannattaakin nimetä vain muutama. Tärkeää on myös sopia, missä tilanteissa viestintää arvioidaan: pitkin matkaa vai esimerkiksi keran kuukaudessa. (Arto ym. 2006, 271.)

## 5 SKANSKA TALONRAKENNUS OY

Skanska Talonrakennus Oy on osa Suomessa ja Virossa toimivaa Skanska Oy:tä, joka taas on osa maailmanlaajuista Skanska-konsernia. Suomessa Skanska Oy:n toimintaan sisältyvät rakentamispalvelut, asuntojen ja toimitilojen projektikehitys sekä elinkaarihankkeet. Virossa toiminta kattaa rakentamispalvelut ja asuntoprojektikehityksen. Skanska Oy:n toimitusjohtajana on vuodesta 2011 toiminut Kenneth Nilsson. (Skanska Oy 2013.)

Skanska Talonrakennus Oy:n palveluihin kuuluvat asunto-, liike- ja toimitilarakentaminen, julkinen rakentaminen, korjausrakentaminen ja talotekniset LVIS-palvelut. Skanska Talonrakennus Oy jakautuu Suomessa kahteen alayksikköön, Etelä-Suomeen ja muuhun Suomeen. Neljä alueyksikköä: pohjoinen, Keski-Suomi, läntinen ja itäinen, muodostavat muu Suomi -alayksikön. Joista viimeiseksi mainittuun Lappeenranta kuuluu Mikkelin ja Kuopion aluetoimistojen kanssa. Kuva 1 selventää Skanska Oy:n organisaatiojakaumaa Suomessa ja Virossa. (Skanska Oy 2013.)

# Skanska Suomessa ja Virossa



Kuva 4. Organisaatiokaavio Skanska Suomessa ja Virossa (Skanska Talonrakennus Oy:n organisaatio 2013)

Skanskan referenssikohteita Suomessa ovat muun muassa Hilton Helsinki-Vantaa Airport Hotel, Hartwall Arena sekä Kauppakeskus Sello. IsoKristiinan kanssa samaan aikaan Skanskalla on rakenteilla kaksi muutakin kauppakeskusta, Puuvilla Porissa ja Kaari Helsingin Kannelmäessä.

## 5.1 1880-luvulta tähän päivään

Rudolf Fredrik Berg oli tukholmalainen kemisti, jonka kiinnostuksen kohteisiin kuuluivat teräsbetoni, tekninen kehitys ja yhteiskunnan toimintaan osallistuminen. 1880-luvulla Berg tutki tällöin rappausaineena käytetyn sementin mahdollisuuksia muuhun käyttöön. Vastoin yleisiä näkemyksiä hän sai kehitettyä teräsbetonin valmistukseen oman reseptinsä ja menetelmänsä. Näin sai alkunsa Skånska Cementgjuteriet, joka vuonna 1884 vaihtoi kansainvälisessä käytössä vakiintuneeseen nimeen Skanska. Nykyiseksi globaaliksi yritykseksi Skanska laajeni 1990-luvulla. (Historia 2013.)

Nykyisin Skanska kuuluu maailman suurimpiin rakennusyhtiöihin. Se sijoittuu myös viidensadan maailman isoimman yrityksen joukkoon. Skanska-konserni vaikuttaa valituilla kotimarkkina-alueilla Euroopassa, Yhdysvalloissa ja Latinalaisessa Amerikassa työllistäen noin 57 000 henkilöä. Vuosittain Skanska osallistuu noin 12 000 hankkeen toteuttamiseen neljällä toimialallaan, joita ovat rakentamispalvelut sekä asunto-

jen-, toimitilojen- ja infrastruktuurin projektikehitys. Vuonna 1965 Tukholman pörs- siin listatun emoyhtiön Skanska AB:n liikevaihto oli vuonna 2012 yli 15 miljardia eu- roa. (Skanska maailmanlaajuisesti 2013.)

## 5.2 Skanskan arvot – perusta kaikelle toiminnalle

Skanskan arvot perustuvat Skanskan omaan eettiseen ohjeistukseen, Code of Conduc- tiin sekä kuvan 3 osoittamaan Viiden nollan -periaatteeseen. Kunnioitus, avoimuus ja rehellisyys ovat Skanskan toimintakulttuurin kulmakivet. Juuri tämän ajatusmaailman avulla on mahdollista saavuttaa nuo Viisi nollaa: 0 työtaturmaa, 0 virhettä, 0 ympä- ristörickettä, 0 eettistä rikettä ja 0 tappiotyötä. (Our values 2013.)



Kuva 5. Viisi nollaa -periaate (Huoneentaulu 2013)

Skanskan arvot ohjaavat toimimaan vastuullisesti ja Skanska onkin merkittävänä kan- sainvälisenä yrityksenä edelläkävijä vastuullisuudessa ja alan kehityksen suunnan- näyttäjänä. Alihankkijoilta edellytetään vastuullista liiketoimintaa ja sitoutumista Skanskan toimintaperiaatteisiin siinä missä omiltakin työntekijöiltä. Skanskassa vas- tuullisuus sisältää seitsemän osa-aluetta: sosiaalisen vastuun, ympäristö- ja taloudelli- sen vastuun, hankinnat, toimintajärjestelmän, liike-elämän pelisäännöt sekä Code of Conductin. (Vastuullisuus 2013.)

Sosiaalisen vastuun alueella Skanska tähtää terveelliseen ja turvalliseen työympäris- töön, jossa on hyvin toimiva työyhteisö. Tavoitteena on ehkäistä työhön liittyviä sai- rauksia ennalta sekä edistää ja ylläpitää työntekijöiden työ- ja toimintakykyä. Vastuu- alue käsittää myös lähiyhteisöjen huomioon, jossa pyritään avoimeen vuorovaiku- tukseen niiden sidosryhmien kanssa, joiden elinympäristöön tai toimintaan hankkeilla voi olla vaikutusta. (Sosiaalinen vastuu 2013.)

Ympäristövastuullisuuden avulla tavoitellaan maailman johtavan ympäristötehokkaan rakentajan ja projektinkehittäjän asemaa. Tähän asemaan pyritään ympäristötehokkaa-

seen suunnitteluun ja rakentamiseen ohjaavan Väripaletin (Skanska Color Palette™) avulla. Painopisteet ympäristötyössä ovat energiaratkaisut, ilmastonmuutoksen hidastaminen, materiaalivalinnat ja puhtaan veden käyttö. Perustan ympäristötyön onnistumiselle luovat henkilöstön osaaminen sekä johdon näkyvyys. Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa Skanska tarjoaa asiakkailleen myös LEED®-ympäristöluokituksen (Leadership in Energy and Environmental Design) täyttäviä rakentamis- ja projektikehityspalveluita. (Ympäristövastuu 2013.)

Taloudellinen vastuu tarkoittaa Skanskassa tasapainon löytämistä voiton tuottamisessa osakkeenomistajille sekä muiden sidosryhmien etujen huomioimisessa. Projektit valitaan siten, ettei niihin liity yhteiskunnan tai ympäristön kannalta arveluttavia asioita. Materiaali- ja tavarantoimittajille tehdään sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun auditointeja, joiden avulla voidaan vaikuttaa toimittajien toimiin ja pyrkimyksiin vastuullisuuden kannalta. Skanskan liikevaihdosta enemmistö tuotetaan ja kulutetaan paikallisesti, lopulta vain noin 2 % päätyy osinkoina osakkeenomistajille. Tällä tavoin tuotetaan mahdollisimman paljon lisäarvoa toimintaympäristön yhteisölle. (Taloudellinen vastuu 2013.)

Jokainen toimittaja seulotaan tarkasti ja valittujen on sitouduttava noudattamaan konsernin eettistä ohjeistusta. Arvioinnin ja seurannan apuna on käytössä tarkistuslista, joka mittaa eettisen ohjeistuksen asettamien vaatimusten täyttymistä. Mahdollisten riskien varhainen tunnistaminen on tärkeä osa hankintoja. (Hankinta 2013.)

Vastuullisuutta ohjataan yleisesti tunnettujen, ulkopuolisten organisaatioiden myöntämien standardien avulla. ISO 9001:2008 (laatu), ISO 14001:2004 (ympäristö) ja OHSAS 18001:2007 (työterveys ja työturvallisuus) toimivat pohjana Skanskan toimintajärjestelmälle Suomessa. Lisäksi ulkopuoliset, riippumattomat järjestöt kuten Socially Responsible Investment (SRI) sekä rakennusalan järjestöt arvioivat säännöllisesti konsernia ja sen liiketoimintayksiköitä. Skanska AB on myös mukana yhdessä tunnetuimmista pörssiyritysten kestävä kehityksen indekseistä FTSE4Good-indeksissä. (Toimintajärjestelmä 2013.)

Liiketoiminnan pelisäännöt pohjautuvat yhteen viidestä nollasta: nolla eettistä rikettä. Skanska on mukana torjumassa harmaata taloutta ja epäreilua kilpailua rakennusteollisuuden edunvalvontajärjestö Rakennusteollisuus RT:n jäsenenä. Suomen työlainsäädännön sekä työmarkkinajärjestöjen väliset työehtosopimukset sanelevat työnantajan ja henkilöstön välisen yhteistyön minimivaatimukset, mutta Skanskassa pyritään ke-



hittämään yhteistoimintaa tätäkin pidemmälle. Näiden lisäksi Skanskalla on yritysneuvosto, EWC Skanska eli European Works Council, jonka tehtävänä on taata työntekijöiden keskinäinen yhteydenpito sekä oikeudet tavata johdon edustajia. (Liiketoiminnan pelisäännöt 2013.)

Taloudellisesti vakaan ja menestyvän liiketoiminnan kehittäminen ja ylläpitäminen on kaikkien Skanska-konsernin yritysten tärkein tehtävä. Vastuun kantaminen on Skanska Code of Conductin pääajatus. Vastuu kannetaan niin yhteisöjä ja ympäristöjä kuin henkilöstä, liikekumppaneita ja koko yhteiskuntaa kohtaan. Skanskan toiminnalle on määritelty muutamia peruseriaatteita:

- *Sitoudumme harjoittamaan liiketoimintaa tinkimättömän rehellisesti ja eettisesti.*
- *Noudatamme lakeja ja määräyksiä, jotka ovat voimassa niissä maissa, joissa toimimme.*
- *Kunnioitamme YK:n ihmisoikeuksien julistusta ja tiedostamme velvollisuuksiemme ottaa nämä oikeudet huomioon toimissamme henkilöstöämme ja yhteiskuntaa kohtaan. Tämä sitoumus käsittää myös alkuperäiskansojen oikeuksiin liittyvät toimet.*
- *Olemme valmiita avoimeen keskusteluun kaikkien niiden kanssa, joihin liiketoimintamme vaikuttaa. Vastaamme yrityksemme ulkopuolelta tuleviin kyselyihin, ja kommunikoimme asianosaisten kanssa asianmukaisesti ja tehokkaasti.*  
(Skanska Code of Conduct 2013.)

### 5.3 Tulevaisuus

Skanskan arvot ohjaavat kannattavan kasvun strategiaa kohti vuotta 2015. Suomessa Skanska keskittyy tällä hetkellä kannattavuuden ja työturvallisuuden parantamiseen. Strategian tavoitteena on Viisi nollaa -periaatteen toteutuminen. Tavoitteisiin Skanska pyrkii toimimalla kannattavan kasvun strategian mukaan:

- *keskitymme ydinliiketoimintoihimme, eli rakentamiseen ja projektikehitykseen*
- *olemme kansainvälinen yritys, joka keskittyy toimimaan valikoiduilla kotimarkkinoilla*
- *keskitymme osaavien työntekijöiden rekrytoimiseen, kehittämiseen ja sitouttamiseen ja pyrimme lisäämään monimuotoisuutta*
- *olemme johtaja riskien systemaattisessa tunnistamisessa ja hallinnassa*
- *olemme johtava ympäristötehokkaiden projektien kehittäjä ja rakentaja*

- *olemme markkinajohtaja vastuullisuudessa, erityisesti mitä tulee työturvallisuuden ja -terveyteen, ympäristöasioihin ja etiikkaan*
- *hyödynnämme kaupungistumista ja käytämme hyväksemme konsernin sisäistä tieto-taitoa ja kokemusta kaupunkien rakentamisesta*
- *hyödynnämme konsernin sisäisiä taloudellisia synergioita sijoittamalla rakennustoiminnasta saadun kassavirran projektikehitykseen*
- *hyödynnämme rakentamisen prosessien teollistamisesta saatavat mahdolliset tehokkuushyödyt*
- *toimimme vastuullisena jäsenenä erilaisissa yhteisöissä. (Strategia 2012.)*

## 6 CASE: ISOKRISTIINA 5411.4438

Kauppakeskus IsoKristiina on Etelä-Karjalan suurin kauppakeskus. Myymälöitä oli ennen remonttia lähes 40 kappaletta ja uudistuksen jälkeen noin 70. Projektin aikana IsoKristiinan myymälöistä on toiminnassa Anttila, Alko, Cafe Kristiina. Myös Terveystalo ja Hotelli Lappeen majoitushuoneita on toiminnassa koko uudistuksen ajan. Kauppakeskus on rakennettu vuonna 1987 ja sitä on remontoitu aiemmin vuonna 1993. Nykyiset, vanhan osan, omistajat ovat kiinteistöosakeyhtiöt Lappeen Liikekeskus, Lappeenrannan Brahenkatu 7 ja Karjalan Kauppakeskus. Uudistuksen yhteydessä em. kiinteistöosakeyhtiöt sulautetaan uudisosan kanssa yhdeksi, KOY Villimiehen Vitoseksi.

Uudisosan omistaja on Lappeenrannan Villimiehen Vitonen Oy, jonka omistaa tasasuuksin Citycon Finland Oy ja Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen. Uudisoosan tulee vuokrattavaa pinta-alaa 14 000 neliometriä, mikä nostaa vuokrattavan pinta-alan kokonaismäärän 34 000 neliometriin. Hankkeen kokonaisinvestoinnin arvo on noin 100 miljoonaa euroa, josta Skanskan urakan osuus on noin 88 miljoonaa euroa. Kauppakeskukseen on tulossa muun muassa S-ryhmän ja sekä Keskon päivittäistavarakaupat sekä Sokos- ja Anttila-tavaratalot. Kaupunginteatterin uudet tilat toteutetaan Lappeenrannan kaupungin omana investointina uudisosan kolmanteen kerrokseen. Lisäksi kaupungin kulttuuritarjontaa tulee vahvistamaan Finnkinon neljän salin elokuvakeskus. (Tiedote 22.3.2013.)

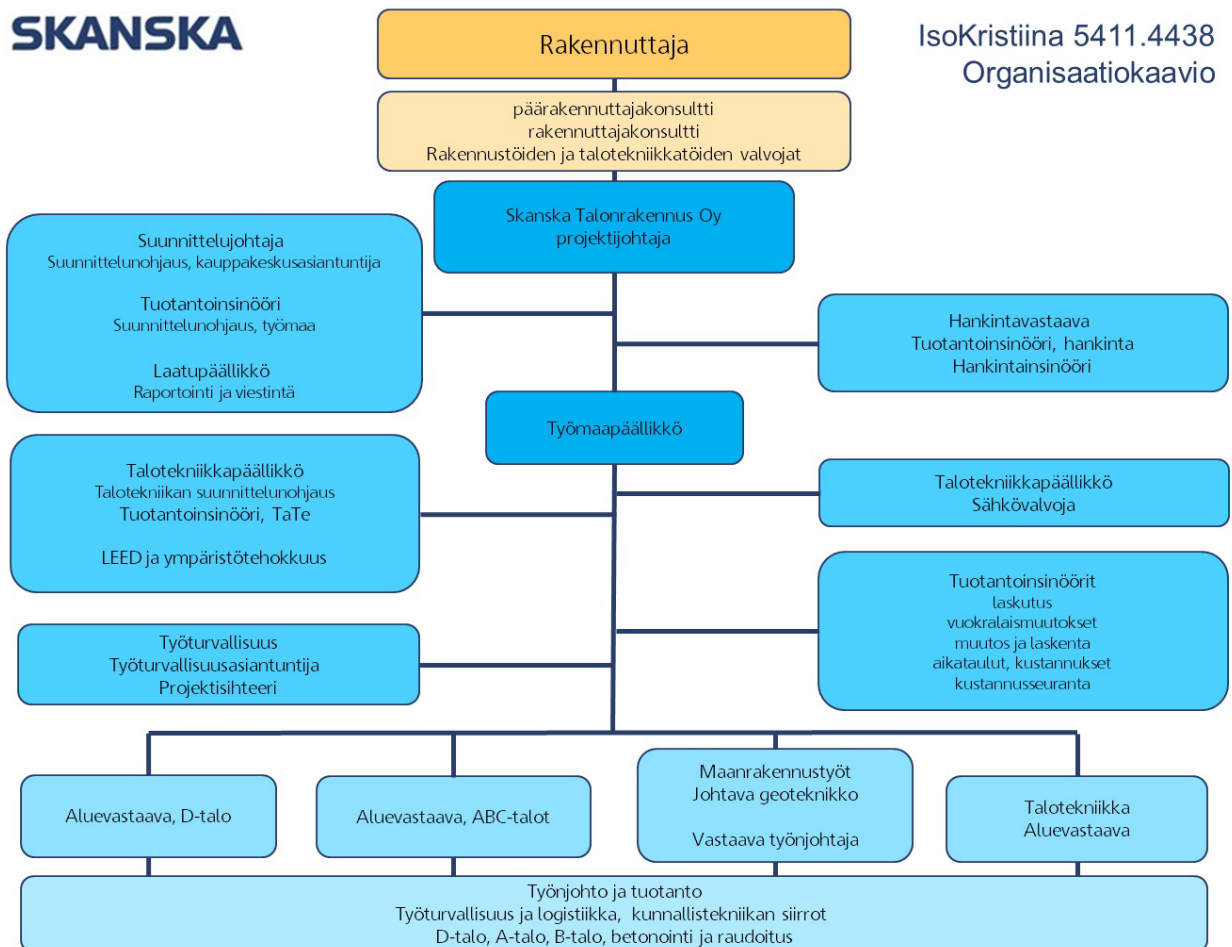
Projektinjohtourakka IsoKristiinassa

IsoKristiinassa projektinjohtourakka on tavoitehinnallinen, kattohinta on kuusi prosenttia korkeampi kuin tavoitehinta. Tavoitehinta muodostuu kiinteästä projektinjoh-

topalkkiosta, kiinteästä kustannuskorvauserästä ja muuttuvista hankintakustannuksista. Kiinteä kustannuskorvauserä muodostuu PJU:n työmaaorganisaation kustannuksista. Suoritusvelvollisuuden laajuus on sovittu siten, että urakoitsija vastaa suunnittelusta, sen kustannuksista sekä ohjauksesta rakennuslupamenettelyn jälkeen. Kaikista hankkeen toteutuskustannuksista vastaa PJU, lukuun ottamatta hankkeen yleissuunnittelusta, rakennuslupamenettelyä, liiketilojen vuokraustoiminnasta ja erillishankinnoista (hissit ja liukutasot, pysäköinnin valvontajärjestelmä, jätehuoltolaitteet) aiheuttuvia kustannuksia.

## 6.1 Projektioorganisaatio

IsoKristiinan keskeisimmät toimijat ovat rakennuttajat Citycon Finland Oy ja Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen ja projektinjohtourakoitsijana toimiva Skanska Talonrakennus Oy.



Kuva 6. IsoKristiinan laajennuksen ja uudistamisen projektioorganisaatio

Kuvassa 6 oranssin eri sävyillä on merkitty rakennuttajan puoli eli Lappeenrannan Villimiehen Vitonen Oy. Päärakennuttajakonsultoinnin hoitaa Indepro Oy ja paikalli-

sesti rakennustöiden valvonnasta vastaa Arkkitehtuuritoimisto Ovaskainen Oy. Projektinjohtourakoitsija eli Skanska Talonrakennus Oy ja sen alaisuudessa toimivat tahot on merkitty sinisen sävyillä. Skanska on esitelty kappaleessa viisi, seuraavaksi lyhyessä esittelyssä muut projektiorganisaation osapuolet.

### 6.1.1 Citycon Finland Oy

Kauppakeskusten omistaja ja kehittäjä Citycon luo puitteet menestyksekkäälle kaupankäynnille kauppapaikoissa, jotka palvelevat sekä kuluttajia että vähittäiskauppaa. Suomessa ja Ruotsissa Citycon Oyj on yksi kauppakeskusliiketoiminnan markkinajohdajista. Yrityksellä on myös vahva markkina-asema Baltiassa ja kiinteistöjä Tanskassa. Kauppakeskusten johtamisen lisäksi Citycon hoitaa niiden vuokrausta sekä markkinointia itse. Tämä monipuolinen markkinatuntemukseen perustuva toimintatapa erottaa Cityconin muista kauppakeskusomistajista. (Citycon lyhyesti 2013.)

Yhtiöllä on tavoitteena olla alueensa paras ja tunnollisin kauppakeskustoimija sekä haluttu kumppani vähittäiskaupassa. Tällä hetkellä Cityconin omistuksessa on 38 kauppakeskusta ja 35 muuta liikekiinteistöä esimerkiksi Iso-Omena Espoossa, Trio Lahdessa ja Koskikeskus Tampereella. Perustamisvuodesta 1988 yhtiön osake on noteerattu Helsingin pörssissä. (Citycon lyhyesti 2013.)

### 6.1.2 Keskinäinen vakuutusyhtiö Ilmarinen

Ilmarisella on hoidossaan noin 529 000 työntekijän ja 59 000 yrittäjän lakisääteinen eläketurva. Yhtiön tehtävänä on siis varmistaa, että noin 900 000 suomalaista saa ansaitsemansa eläkkeen. Ilmarisella on noin 580 asiantuntijaa, joiden tehtävänä on auttaa asiakasyrityksiä menestymään, työntekijöitä viihtymään työssään ja näin ollen viettämään eläkepäiviä mahdollisimman hyväkuntoisina. Yhtiön markkinaosuus on noin kolmannes ja eläkevastuiden katteena noin 30 miljardin euron sijoitusomaisuus. (Yrityskuvaus 2013.)

### 6.1.3 Indepro Oy ja Arkkitehtuuritoimisto Ovaskainen Oy

INDE(pendent)PRO(fessionals) Oy auttaa asiakasyrityksiään hoitamaan menestyksellisesti kiinteistöliiketoimintaansa. Yhtiö tarjoaa asiakkaidensa käyttöön monipuoliseen ja laajaan kokemukseen perustuvaa rakennuttamisen, projektinjohdon ja kiinteistöalan

asiantuntijapalvelua. (Indepro 2013.) IsoKristiinassa Indepro toimii Cityconin ja Ilmarisen rakennuttajakonsulttina.

Arkkitehtuuritoimisto Ovaskainen Oy hoitaa asiakkaan puolesta rakennushankkeen ideasta takuutarkastukseen asti. Yhtiö hoitaa tarjouskyselyt, kilpailutuksen, urakoitsijoiden valinnat, sopimusten laatimisen ja työmaapalaveriin osallistumisen. ARK Ovaskainen valvoo asiakkaan etua kaikissa työmaahan liittyvissä asioissa sekä valvoo hankkeen onnistumista. (Rakennuttaminen 2013.) IsoKristiinassa Arkkitehtuuritoimisto Ovaskainen toimii Indeproon palkkaamana apuna, paikallisena rakennuttajakonsulttina.

## 6.2 Viestintä IsoKristiinan työmaalla

Projektijohtourakkamuodon ja kauppakeskuksen toiminnan vuoksi IsoKristiinan työmaalla tapahtuu erityisen paljon viestintää. Työmaan henkilömäärä on suuri, sillä perehdytetyjä henkilöitä oli loppusyksystä 2013 jo lähemmäs 600. Jatkuvasti tiiviillä työmaa-alueella toimii yli 100 henkilöä. Rakentamisen päästessä täyteen vauhtiin keuhalla 2014 työmaalla saattaa samanaikaisesti toimia jopa 300 henkilöä. Suuri henkilömäärä on suoraan verrannollinen suureen informaatiomäärään. Tämä antaa haasteita tehokkaalle viestinkululle. Viestinnässä täytyy huomioida myös se, että työmaa on jaettu kahteen alueeseen: ABC-taloihin, jotka remontoidaan ja D-taloon, joka on uudisrakennus. Lisäksi remontoitavat A-, B- ja C-talo ovat joiltakin toiminnoiltaan jaettu omiksi alueikseen. Viestinnän kaikkien näiden alueiden välillä tulee toimia sujuvasti.

### 6.2.1 Tuotantoon liittyvä viestintä

Sisäinen viestintä on työmaan kulun ja muun organisoinnin kannalta erittäin tärkeää. Työmaa on jakautunut useaan eri vastuualueeseen, joten yhteisten toimintojen järjestämiseksi tarvitaan ajantasaista ja täsmällistä tietoa. Esimerkiksi logistiikan järjestämiseen liittyvät asiat vaativat tehokasta ja täsmällistä viestintää.

Maanantai-aamuisin työmaapäällikkö ja vastaavat mestarit pitävät työntekijöille viikokopaverin, jossa kerrotaan tulevan viikon töistä sekä mahdollisista muista tapahtumista. Yhtenä käsiteltävänä asiana on joka kerta työturvallisuus, sekä siihen liittyen mahdolliset uudet riskikohdat työmaalla. Myös työmaan ulkopuolelta tullut palaute välitetään tilaisuudessa.

Maanantaisin pidetään myös urakoitsijapalaveri, jossa käydään urakoitsijoiden kanssa läpi tulevan viikon työvaiheet, menneen viikon työturvallisuusasiat, suunnitelmiin liittyvät asiat sekä ympäristö- ja muut työmaahan liittyvät yleiset asiat. Kummallakin alueella on viikoittain omat aikataulupalaverinsa, joissa suunnitellaan ja aikataulutaan seuraavan kolmen viikon työvaiheet. Myös suunnitelmatarpeiden ja -tilanteen läpikäymiseksi pidetään palaveri viikoittain. Muita kokouksia ja palavereja ovat muun muassa hankinnan suunnittelupalaveri, hankintakokous sekä suunnittelukokous, unohdamatta muita viikkorutiineiden lisäksi sovittuja palavereja. Osa kokouksista käydään videoneuvotteluina matkakustannusten ja luonnon säästämiseksi. Kaikista palavereista ei välttämättä tehdä perinteistä pöytäkirjaa, mutta jonkinlainen kirjallinen tai havainnollistava tuotos niistä jokaisesta tehdään.

Hankinnassa, erityisesti hankintaneuvotteluissa ja -sopimuksissa, viestintä on huomattavan tärkeää. Projektin toteutusmuoto ei ole kovin tunnettu kaikille urakoitsijoille, joten hankinnan tulee omalta osaltaan tehdä sen vaatimia menettelytapoja selväksi. Lisäksi hankintahenkilöstön tulee selvittää urakoitsijalle Skanskan tapa toimia sekä muun muassa työmaan logistiikkakäytännöt.

IsoKristiinan työmaalla logistiikka ansaitseekin erityishuomiota. Työmaa-alue on ahdas, eikä varastointitilaa juurikaan ole. Jatkuvasti vuokralla on katualueita, jotta kaikkea tavaraa ei tarvitsisi varastoida kauempana oleville vuokra-alueille. Urakoitsijoita on paljon ja jokainen ajaa tietysti omaa etuaan. Logistiikkavastaavan tehtävänä on aikatauluttaa kuormien saapuminen jokaisen urakoitsijan kannalta mahdollisimman sujuvaksi. Myös työmaan kolme torninosturia vaativat hyvää ajan hallintaa. Nosto- ja purkutoimintaa on helpottamassa radiopuhelimia sekä sähköinen purkupaikanvarauskalenteri. Oman logistisen haittansa aiheuttaa parkkipaikkojen olemattomuus. Aika ajoin joudutaan tekemään pistokokeita, etteivät työmiehet valloittaisi kauppakeskuksen vähäisiä paikkoja omilla autoillaan.

Nykyisten ja tulevien vuokralaisten kanssa tapahtuu paljon viestintää koko projektin ajan. Viestintä liittyy niin päivittäisiin asioihin kuin tulevien tilojen suunnitteluun ja sopimusten laatimiseen.

Rakennustyömaalla suurin osa päivittäisestä viestinnästä tapahtuu sähköpostin välityksellä. Viime vuosien aikana sähköpostin rinnalle on otettu käyttöön pikaviestijärjestelmä Lync. Pääsääntöisesti Lynciä käytetään kirjalliseen viestintään, mutta sitä voi käyttää myös video- ja/tai äänipuheluihin, mikä mahdollistaa myös etäpalaverit.

Työmaan sisäisessä viestinnässä käytetään myös hyväksi päivän kahvitaukoja, joissa useimmat toimihenkilöt ovat paikalla samanaikaisesti. Erikseen sovitaan toimihenkilöpalavereista, joissa käsitellään vakioasialistan mukaiset asiat koskien koko Lappeenrannan toimihenkilöstöä. Myös perinteisiä ilmoitustauluja käytetään viestintään niin toimistotiloissa kuin työmiesten sosiaalituloissakin.

Työturvallisuuden tärkein viestintätilaisuus on perehdytys. Siellä kerrotaan työmaan käytännöistä ja työturvallisuuteen liittyvistä asioista. Jokaisen työmaalla asioivan on käytävä perehdytys. Vierailijoille se voi olla lyhyempi kuin siellä töitä tekeville.

### 6.2.2 Hallinnollinen ja muu viestintä

Kahden viikon välein tehdään projektiraportti, joka sisältää kaiken oleellisen tiedon työmaan tilanteesta:

- edistymisen tunnusluvut: käytetty työaika, hankintoihin sidotut kustannukset, suunnittelun valmiusaste (% / kustannukset) ja kustannusten toteutumisaste
- suunnittelun tilanne
- työturvallisuus
- aikataulu ja työvaihetilanne
- laatu
- kustannuseuranta
- lisä- ja muutostyöseuranta
- vuokralaismuutostöiden seuranta ja suunnittelutilanne
- hankinnan tilanne, tehdyt hankintapäätökset ja lähiaikojen tulevat hankinnat
- päätösesitykset ja muut rakennuttajan hyväksyntää vaativat asiat

Kuukauden alussa työmaa täyttää osaltaan Skanskan Tulokorttia, johon merkitään työturvallisuusasiat (mm. TR, TTS, turvallisuushavainnot), työmaalla kuukauden aikana tehdyt tunnit, tapahtuneet tapaturmat, työmaalla syntyneen jätteen määrä lajeittain eriteltynä. Laajennettu seurantalaveri pidetään kerran kvartaalissa ja siitä saadut tulokset kirjataan Skanskan järjestelmään, josta tulokset raportoidaan edelleen.

Tapahtumista, kuten peruskivenmuurauksista ja harjannostajaisista sekä TyHy-toiminnasta, viestitään Skanska Itä-Suomen aluetiedottajalle, joka koostaa viikoittain Itä-Suomen uutiset. Uutiset lähetetään sähköisesti Itä-Suomen alueen toimihenkilöille sekä muiden alueiden tiedottajille. Kaikkien nähtävillä uutiset ovat Skanskan Intranetissä, OneSkanskassa.

### 6.3 Viikkotiedote

Viikkotiedote kertoo työmaan tärkeimmistä tapahtumista tulevan viikon ajalta. Tiedote pohjautuu projektisuunnitelmaan ja aikatauluun. Se jaetaan sekä projektissa mukana oleville, että projektin ulkopuolisille sidosryhmille. Sen tärkein kohderyhmä on ulkopuoliset sidosryhmät, kuten lähialueen asukkaat, paikallismedia ja viranomaiset. Tiedote jaetaan joka torstai sähköpostilla. Sen lisäksi se julkaistaan IsoKristiinan internet- ja Facebook-sivuilla sekä osana Skanska Itä-Suomen uutisia.

#### 6.3.1 Viikkotiedotteen lähtökohta

Avoin tiedonanto on osa Skanskan strategiaa ja sosiaalista vastuuta. Asianmukainen viestintä sidosryhmien kanssa luo positiivista yrityskuvaa ja ylläpitää imagoa. Koska IsoKristiinan työmaa sijaitsee keskeisellä paikalla, kaupungin runsaasti asutetulla alueella, ovat Skanska ja Citycon nähneet sidosryhmien tiedottamisen erityisen tärkeänä asiana.

Citycon asetti vaatimuksen jonkinlaisesta tiedotteesta. Muutamassa tiedotteen suunnittelupalaverissa käytiin läpi sen perusajatusta sekä jakelun laajuutta. Mallia ja ideoita haettiin Cityconin aiemman projektin, Tampereen Koskikeskuksen tiedotteesta. Sain kuitenkin melko vapaat kädet tiedotteen tekoon ja visuaaliseen ilmeeseen. Skanskalla on laaja, yli 200 sivua pitkä graafinen ohjeistus. Mutta koska tiedote ei ole pelkästään Skanskan vaan myös kauppakeskuksen, hain ohjeistuksesta lähinnä vain ideoita toteutukseen.

#### 6.3.2 Viikkotiedotteen jakeluryhmät

Jakelua mietittäessä pääajatuksena oli muistaa työmaan välittömässä läheisyydessä toimivia ja asuvia tahoja. IsoKristiina on toiminnassa koko uudistuksen ajan, joten kauppakeskuksen yrittäjille aiheutuu ylimääräistä häiriötä. Merkittävimpiä häiriönaiheuttajia ovat melu, sähkökatkokset, kulkureittien- ja myymälätilojen muutokset. Tietenkin yksittäistä vuokralaista koskevista häiriöistä tiedotetaan tarkemmin ja kohdistetummin ko. tahoille, mutta heidän on hyvä tietää myös yleisemmin työmaan tapahtumista. Tiedotteen avulla halutaan lisätä tuntemusta siitä, että vuokralaiset otetaan huomioon. Lähiympäristön asukkaita halutaan informoida työmaan vaiheista etukäteen, jotta asiat eivät tulisi täysin yllätyksenä. Lisäksi tiedotteen avulla naapuruston asukkaat saavat mahdollisuuden tuntea kuuluvansa projektiin. Myös tulevat vuokralai-



set halutaan sitouttaa hankkeeseen jo hyvissä ajoin. Tiedotteen avulla he pystyvät seuraamaan työn etenemistä ja sitä mukaa suunnittelemaan omia toimitilojaan. Luonnollisesti tiedote lähetetään sekä rakennuttajan että projektinjohtourakoitsijan väelle. Katsottiin myös tärkeäksi informoida viranomaisia ja mediaa. Siksi tiivistettynä päädyttiin seuraavaan jakeluryhmään: vuokralaiset, tiedotusvälineet, hankeorganisaatiot, naapurusto, viranomaiset.

Jakeluryhmä on elänyt ja jatkaa elämistä, mutta pikkuhiljaa se alkaa olla pääpiirteittäin muodossaan. Uusia vuokralaisia tulee koko ajan lisää, ja silloin tällöin joku muu taho pyytää tiedotelistalle pääsyä. Tarkemmin eriteltyinä viikkotiedote jaetaan seuraaville tahoille:

- asiakasyritysten, Cityconin ja Ilmarisen projektin parissa työskentelevät henkilöt
- rakennuttajavalvonta Indepro ja Ark Ovaskainen
- projektijohtourakoitsijan henkilöstö
- Skanska Itä-Suomen toimihenkilöt
- Lappeenrannan kaupunki
- Etelä-Karjalan pelastuslaitos ja poliisi
- naapurusto, isännöitsijät ja asukkaat
- naapuritontin työmaan johtohenkilöstö
- IsoKristiinan kiinteistöhuolto, vartiointi
- Cityconin IsoKristiinan tiedotusosasto
- kauppakeskuksen nykyiset ja tulevat vuokralaiset
- paikallismediat

Lisäksi osa näistä osapuolista levittää tiedotetta vielä eteenpäin, joten sen kattavuus on melko laaja. Viikkotiedote laaditaan joitakin vastaanottajia ajatellen myös englanniksi. Liitteenä 6 on esimerkki englanninkielisestä tiedotteesta. Lisäksi tärkeimpiä, pidempään kestäviä työvaiheita käännetään myös venäjänkielisiksi tiedotteiksi.

### 6.3.3 Tiedotteen jakelu

Tiedotteen jakelun tulee olla oikea-aikainen ja se on lähetettävä riittävän usein, mutta ei liian kumminkaan liian tiheästi, jotta sen teho ei kärsi vastaanottajien kyllästymisen vuoksi. Tiedote päädyttiin lähettämään viikoittain, koska työmaalla tapahtuu paljon ja jatkuvasti alkaa uusia työvaiheita. Tiedote pyritään lähettämään torstaisin, jotta se on

mahdollista välittää eteenpäin ajoissa. Mikäli työmaalla on lähitulevaisuudessa tapahtumassa jotakin merkittävää, kerrotaan siitä lyhyesti jo aiemman viikon tiedotteessa. Joskus, lähinnä loma-aikanani, tiedote saatetaan lähettää vain joka toinen viikko. Tällöin tiedotteessa kerrotaan kahden viikon asiat kerralla.

Sähköposti on nykyisin ehdottomasti helpoin reitti lähettää vastaavanlaiset lyhyet, usein lähetettävät tiedotteet. Lisäksi sähköpostin jakelulistaa on helppo hallinnoida. Sähköisellä tiedonvälityksellä säästetään myös ympäristöä. Jotkut vastaanottajat tulostavat tiedotteen esimerkiksi ilmoitustaululle useampien nähtäväksi.

#### 6.3.4 Tiedotteen sisältö

Viikkotiedotteen sisältö määräytyy tulevien viikkojen suunniteltujen tapahtumien perusteella. Koska tiedotteen jakelu on varsin laaja, ei sen tarkoitus ole käydä läpi yksittäistä kohderyhmää koskevia asioita. Viikkotiedote ei ole selostus menneistä tapahtumista, vaan sen tulee antaa tietoa työmaan aiheuttamista häiriöistä ympäristöön. Käytännön häiriöitä ovat esimerkiksi muutokset liikenneyhteyksissä ja kulkureiteissä liiketiloihin. Koska tiedotteessa kerrottavat asiat aiheuttavat lähinnä häiriötä, pyritään ne kertomaan mahdollisimman neutraalisti. Mahdolliset toimintavaihtoehdot häiriön aikana kerrotaan aina, jotta säilytettäisiin positiivinen kuva asiasta. Esimerkiksi jos jokin kulkureitti otetaan työmaa-alueeksi, kerrotaan mitkä reitit ovat vielä käytössä.

Koska tiedotteen yksi pääajatus on antaa Skanskasta ja sen asiakkaista hyvä yrityskuva, tulee sen olla ulkoisesti miellyttävä, selkeä, helppolukuinen ja virheetön. Suurin osa sidosryhmistä ei tunne rakennusalaa, joten ammattisanastoa, termejä ja työvaiheita avataan tarpeen mukaan. Viikkotiedotteesta osa on varattu kauppakeskuksen vuokralaisista tiedottamiseen. Tällaisia ovat esimerkiksi poikkeavat aukioloajat sekä muuttaneet ja lopettaneet liikkeet. Mahdollisia yhteydenottoja varten tiedotteesta käyvät ilmi projektijohtourakoitsijan ja kauppakeskuspäällikön yhteystiedot. Liitteinä 1-5 on viisi viikkotiedotetta työmaan eri vaiheilta.

#### Tiedon hankinta

Tiedotteen asiasisällön hankkimiseksi pidän palaverit vastaavien mestareiden sekä logistiikkavastaavan kanssa. Vastaavat mestarit kertovat tulevan viikon työvaiheista, joista yhdessä poimimme tärkeimmät julkaistavaksi. Kauppakeskuspäällikkö ilmoittaa tarvittaessa omat toiveensa tiedotteeseen lisättäväksi. Tiedotteessa julkaistavien asioi-

den lisäksi minun on oltava perillä työmaan vaiheista ja käytännöistä, jotta osaan tarvittaessa vastata palautteisiin ja kysymyksiin tai ainakin ohjata ne eteenpäin sopivalle henkilölle.

#### Tiedotteen ulkoasu

Tiedote on ulkoasultaan selkeä. Skanskan ilme näkyy logossa ja Skanskan oman fontin käytössä. Otsikko ja IsoKristiinan logo kertovat heti, mistä on kyse. Uudet asiat kerrotaan heti ensimmäisenä ja muistutuksena monta viikkoa säilyvät asiat lopuksi. Kauppakeskuksen asiat kerrotaan työmaan asioiden jälkeen. Tiedotteessa on joka viikko tuore valokuva työmaasta.

#### Tiedotteen liitteet

Viikkotiedotteen liitteenä lähetetään logistiikkavastaavan laatima aluesuunnitelma, josta selviää muun muassa työmaa-alue, suljetut katuosiot, kulkureitit ja muuta käytännön tietoa. Liitteenä on myös ollut muun muassa kutsu peruskiven muuraukseen ja tarkempia karttoja kulkuyhteyksistä kauppakeskukseen.

## 7 YHTEENVETO

Ihmiset ovat luonnollisesti kiinnostuneita massiivisista rakennustyömaista, eikä Iso-Kristiina ole tehnyt poikkeusta. Erityisen paljon mielenkiintoa aiheuttaa oman asunnon tai työpaikan välittömässä läheisyydessä tapahtuva rakentaminen. Melu ja pöly voivat aiheuttaa jopa vihaa ulkopuolisissa kohderyhmissä, eikä rakentajille aina löydy myötätuntoa. Projektin alusta asti tapahtuva tiivis yhteydenpito asukkaiden kanssa antaa positiivisen kuvan koko työmaasta. Tällöin lähialueen asukas voi tuntea kuuluvansa sisäpiiriin. Samat asiat pätevät myös vuokralaisiin, niin nykyisiin kuin tuleviinkin.

Työmaan alkuaikoina kiinnostusta ja ihmetystä ovat herättäneet muun muassa paalutuskoneet ja nostureiden pystytys. Myös suuret betonivalut keräävät yleisöä seuraamaan työmaan toimintaa aitojen ulkopuolelta. Kiinnostuneet ovat pitkään pystyneet seuraamaan uudispuolen työmaatapahtumia livenä joko työmaan reunalta tai raksakameran välityksellä internetissä. Rakennuksen seinien alkaessa kohota tapahtumat eivät enää näy kaikille, joten tiedotteen antaman informaation arvo nousee. Viikkotiedotteen avulla ihmisillä on mahdollisuus olla osana suurta rakennusprojektia kenties ensimmäistä ja mahdollisesti viimeistä kertaa elämässään. Ehkäpä joku jopa oppii tiedotteesta jotakin uutta.

### Käyttömahdollisuudet

Vaikka viikkotiedote on luotu nimenomaan IsoKristiinan projektia varten, voidaan samanlaista käytäntöä toteuttaa myös tulevissa vastaavankaltaisissa projekteissa. Muutamaiset tahot ovatkin jo olleet kiinnostuneita tiedotteesta ja sen hyödyntämismahdollisuuksista omassa projektissaan.

### Kehittäminen

Kuten kaikki toiminta, myös työmaaviestinnän tulee kehittyä projektin etenemisen mukaan. Viikkotiedotetta on jatkuvasti kehitetty sidosryhmiltä tulleen palautteen ja omien kehitysideoiden perusteella. Ensi kesänä, teatterityömaan alkaessa, viestintä ja tiedottaminen vaativat lisää huomiota sidosryhmien määrän kasvaessa ja logistiikka-järjestelyiden edelleen vaikeutuessa. Työvaiheiden lisääntyessä viikkotiedote tullaan muuttamaan kaksisivuiseksi. Ensimmäisellä sivulla tulee olemaan entistä suurempi tai pari pienempää kuvaa työmaasta ja toisella sivulla itse asiasisältö.

### Onnistuminen

Viikkotiedotteesta on saatu paljon hyvää palautetta erinäisiltä sidosryhmiltä. Erityisesti lähiympäristön asukkaat ja kaupungin edustajat ovat olleet tyytyväisiä käytäntöön. Viikkotiedotteen herättämät kysymykset sekä palaute, myös negatiivinen, kuvastavat tiedotteen tarkoituksen onnistumista. Viesti on mennyt perille, se on luettu ja ymmärretty. Kaikesta päätellen tiedote luotiin tarpeeseen ja se on lunastanut paikkansa IsoKristiinan työmaan viestinnässä.

## LÄHTEET

Alatalo, U. 2012. Communication Strategy in Projects – High Technology Sector Viewpoint. Master's thesis. YAMK: Master's degree in Entrepreneurship and Business Competence. Hämeen ammattikorkeakoulu.

Artto, K., Martinsuo, M. & Kujala, J. 2006. Projektiliiketoiminta. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Citycon lyhyesti. Saatavissa: [http://www.citycon.fi/citycon/citycon\\_lyhyesti/](http://www.citycon.fi/citycon/citycon_lyhyesti/) [viitattu 28.10.2013].

EWC. Saatavissa: <http://www.tek.fi/kansainvalinen-vaikuttaminen/ewc-eurooppalainen-yritysneuvosto> [viitattu 28.10.2013].

FTSE4Good. Saatavissa:  
[http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good\\_Index\\_Series/index.jsp](http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp) [viitattu 28.10.2013].

Hankinta. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa:  
<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Hankinta/> [viitattu 22.8.2013].

Historia. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 24.1.2013. Saatavissa:  
<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Skanska-konserni/Historia/> [viitattu 21.8.2013].

Huoneentaulu. Skanska Oy:n tavoitteet ja huoneentaulu 2013. One Skanska -intranet. Päivitetty 12.2.2013. Saatavissa: Intranet yrityksen sisäisessä käytössä, vaatii salasanan [viitattu 4.11.2013].

Indepro. Saatavissa: <http://www.indepro.fi/fi/> [viitattu 28.10.2013].

IPMA, International Project Management Association. Caupin, G., Knöpfel, H., Morris, P. W. G., Motzel, E. and Pannenbäcker, O. (Eds.) 1999. ICB – IPMA Competence Baseline. Monmouth, UK: International Project Management Association IPMA. Saatavissa: <http://ipma.kingsquare.nl/>.

ISO 14000. Saatavissa: <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm> [viitattu 28.10.2013].

ISO 9000. Saatavissa: [http://www.iso.org/iso/iso\\_9000](http://www.iso.org/iso/iso_9000) [viitattu 28.10.2013].

Juholin, E. 2009. *Communicare! – viestintä strategiasta käytäntöön*. Helsinki: Infor.

Juholin, E. 2010. *Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas*. Vantaa: Infor Oy.

Kankainen, J. & Junnonen, J-M. 2004. *Rakennuttaminen*. 2. painos. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Kiiras J. 1996. *Projektinjohtorakentaminen*. Suomen Rakennusinsinöörien Liitto RIL ry ja Rakennusmestarien liitto RKL ry.

Korhonen, N. & Rajala, R. 2011. *Koreografia kaaoksella: viestinnän prosessointi*. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Kortetjärvi-Nurmi, S. & Rosenström, A. 2007. *Yritysviestinnän ABC*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kotler, P., Armstrong, G., Wong V. & Saunders, J. 2008. *Principles of Marketing*. Fifth European Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

LEED. Saatavissa: <http://www.usgbc.org/leed> [viitattu 28.10.2013].

Lewis, J. P. 1995. *Fundamentals of Project Management*. USA: American Management Association.

Liiketoiminnan pelisäännöt. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa: <http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Liiketoiminnan-pelisaannot/> [viitattu 22.8.2013].

Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. *Tehoa työelämän viestintään – puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle*. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Lyhenneluettelo. Päivitetty 31.10.2013. Saatavissa: <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=2149> [viitattu 8.11.2013].

OHSAS 18001. Saatavissa: <http://www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/what.htm> [viitattu 28.10.2013].

Our values. About us. Päivitetty 6.5.2013. Saatavissa: <http://www.group.skanska.com/en/About-us/Our-values/> [viitattu 22.8.2013].

Pelin, R. 2011. Projektinhallinnan käsikirja. Keuruu: Projektijohtaminen Oy Risto Pelin.

Peltonen T. & Kiiras J. 2000. Projektinjohtorakentamisen kehittäminen. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Prince2 Guidance. 2002. Managing Successful Projects with PRINCE2. Stationery Office Books.

PRY, Projekttyhdistys ry. 2004. Projektijohdon pätevyys. Helsinki: Projekttyhdistys. <http://www.pry.fi/>.

Rakennuttaminen. Saatavissa: <http://www.arkovaskainen.com/rakennuttaminen.html> [viitattu 28.10.2013].

RT 16-10906. 2007. Projektijohtourakkasopimuksen laatiminen, talonrakennustyö. Helsinki: Rakennustietosäätiö.

Skanska Code of Conduct. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa: <http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Skanska-Code-of-Conduct/> [viitattu 22.8.2013].

Skanska maailmanlaajuisesti. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 12.2.2013. Saatavissa: <http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Skanska-konserni/Skanska-maailmanlaajuisesti/> [viitattu 21.8.2013].

Skanska Oy. OneSkanska -intranet. Päivitetty 4.7.2013. Saatavissa: Intranet yrityksen sisäisessä käytössä, vaatii salasanan [viitattu 19.8.2013].

Skanska Talonrakennus Oy:n organisaatio. OneSkanska -intranet. Päivitetty 23.9.2013. Saatavissa: Intranet yrityksen sisäisessä käytössä, vaatii salasanan [viitattu 22.10.2013].

Sosiaalinen vastuu. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa: <http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Sosiaalinen-vastuu/> [viitattu 22.8.2013].

SRI. Begriffserklärungen. Lexikon Der Nachhaltigkeit. Päivitetty 13.9.2012. Saatavissa: [http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/sri\\_socially\\_responsible\\_investment\\_1610.htm](http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/sri_socially_responsible_investment_1610.htm) [viitattu 28.10.2013].

Strategia. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 16.10.2012. Saatavissa:

<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Strategia/> [viitattu 21.8.2013].

Taloudellinen vastuu. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa:

<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Taloudellinen-vastuu/> [viitattu 22.8.2013].

Tiedote 22.3.2013. Skanska toteuttaa IsoKristiinan kauppakeskuksen uudistuksen ja laajennuksen Lappeenrantaan. Saatavissa:

<http://www.skanska.fi/Pages/DisplayNews.aspx?id=4544&epslanguage=fi&nid=v87VGAAtu> [viitattu 28.10.2013].

Toimintajärjestelmä. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa:

<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Toimintajarjestelma/> [viitattu 22.8.2013].

TR-mittauksen toteutus. Työterveyslaitos. Päivitetty 13.6.2013. Saatavissa:

[http://www.ttl.fi/fi/tyoturvallisuus\\_ja\\_riskien\\_hallinta/tapaturmien\\_ehkaisy/tyoturvallisuuden\\_edistamiskeinoja/tr\\_tuoteperhe/tr\\_mittauksen\\_toteutus/sivut/default.aspx](http://www.ttl.fi/fi/tyoturvallisuus_ja_riskien_hallinta/tapaturmien_ehkaisy/tyoturvallisuuden_edistamiskeinoja/tr_tuoteperhe/tr_mittauksen_toteutus/sivut/default.aspx) [viitattu 8.11.2013].

Työn turvallisuussuunnitelma. OneSkanska-intranet. Päivitetty 28.6.2013. Saatavissa:

Intranet yrityksen sisäisessä käytössä, vaatii salasanan [viitattu 8.11.2013].

Vastuullisuus. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa:

<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/> [viitattu 22.8.2013].

Winch, G. 2002. Managing construction projects: an information processing approach. London: Blackwell.

Ympäristövastuu. Tietoa Skanskasta. Päivitetty 7.8.2013. Saatavissa:

<http://www.skanska.fi/fi/Tietoa-Skanskasta/Vastuullisuus/Ymparistovastuu/> [viitattu 22.8.2013].

Yrityskuvaus. Ilmarinen – parempaa elämää, ole hyvä. Saatavissa:

[http://www.ilmarinen.fi/Production/fi/ilmarinen/01\\_yrityskuvaus/index.jsp](http://www.ilmarinen.fi/Production/fi/ilmarinen/01_yrityskuvaus/index.jsp) [viitattu 28.10.2013].



## IsoKristiinan viikkotiedote

vko 14

28.3.2013



# IsoKristiina

### RAKENTAMINEN ALOITETTU

- Kunnallistekniikan siirtoa Raatimiehenkadun ja Villimiehenkadun alueella
- Villimiehenkatu välillä Kaivokatu – Raatimiehenkatu suljetaan ajoneuvoliikenteeltä 2.4. ja on suljettuna noin 3 viikkoa.

Lisätietoja:

#### Skanska Talonrakennus Oy

Vastaava mestari

Marko Hovi

040 168 1335

marko.hovi@skanska.fi

Laatupäällikkö

Saija Weckman-Hovi

0400 945 383

saija.weckman-hovi@skanska.fi

## IsoKristiinan viikkotiedote

vko 26



### Villimiehenkadun toinen kaista avataan liikenteelle.

**IsoKristiina**

- Villimiehenkadun toinen kaista avataan liikenteelle tiistaina 25.6. Ajettaessa noudatettava erityistä tarkkaavaisuutta sekä väistämisvelvollisuuksia.
- Hietalankadun pyörätien sekä Lappeenkadun/Kaivokadun liikenneympyrän päällystämättömät osuudet asfaltoidaan.
- Uudisosan kaivnopaalutus, suihkuinjektointi ja ankkurointityöt jatkuvat.
- Saneerausosassa jatkuvat purkutyöt sekä väistötilojen rakennus.
- Kauppakeskus palvelee normaalisti, Anttila, Alko, Cafe Kristiina ja Terveystalo koko uudistuksen ajan.

### Alustavasti viikon 27 tapahtumia. Näistä lisää ensi viikon tiedotteessa.

- Kulkuyhteys Kaivokadulta kauppakeskukseen suljetaan maanantaina 1.7.

Lisätietoja:

**Skanska Talonrakennus Oy**  
info.isokristiina@skanska.fi

Projektisihteeri  
Elisa Härkönen      050 374 1071      elisa.harkonen@skanska.fi

**Kauppakeskus IsoKristiina**  
Kauppakeskuspäällikkö  
Jukka Nieminen      040 158 2438      jukka.nieminen@citycon.fi

## IsoKristiinan viikkotiedote

vko 35



### Lappeenkadun toinen kaista työmaakäyttöön

**IsoKristiina**

- A-talon alimpien kerrosten ulkoseiniä puretaan Lappeenkadun puolella. Tämän vuoksi Lappeenkadun toinen kaista otetaan työmaakäyttöön ensi viikon aikana.
- IV-konehuoneen teräsrungon asennus A-talon katolla jatkuu.
- Villimiehenkatu on ajoittain suljettu liikenteeltä nostotöiden vuoksi. Karankulma II:n autohalliin pääsee tällöin Raatimiehenkadun puolelta.
- Nostotyöt saattavat ajoittain rajoittaa kulkua kävelykannella kauppakeskuksen pääsisäänkäynnin kohdalla.
- Uudisosassa jatkuvat anturoiden valu, ankkurointi ja kaivutyöt. Saneerausosassa jatkuvat purkutyöt.

*Anttila, Alko, Cafe Kristiina sekä Terveystalo (myös Saimaan Magneetti) ovat avoinna koko uudistuksen ajan.*

*Hovisuutari palvelee Anttilan tiloissa ja Hieroja Martti Lahikainen sekä Oikeusaputoimisto B-talon D-rapussa.*

*Tiimari on sulkenut ja uusi myymälä palvelee kauppakeskus Weerassa.*

*Liikkeiden viimeisiä aukiolopäiviä:*

*Bar Ma-rix la 24.8., R-kioski su 25.8., Ray Täyspotti ti 27.8., Saimaan Laukku pe 30.8., K-market la 31.8. Keskusapteekki avoinna vielä to 29.8. ja avaa ma 2.9. osoitteessa Kauppakatu 43.*

Lisätietoja:

**Skanska Talonrakennus Oy**

info.isokristiina@skanska.fi

Projektisihteeri

Elisa Härkönen

050 374 1071

elisa.harkonen@skanska.fi

**Kauppakeskus IsoKristiina**

Kauppakeskuspäällikkö

Jukka Nieminen

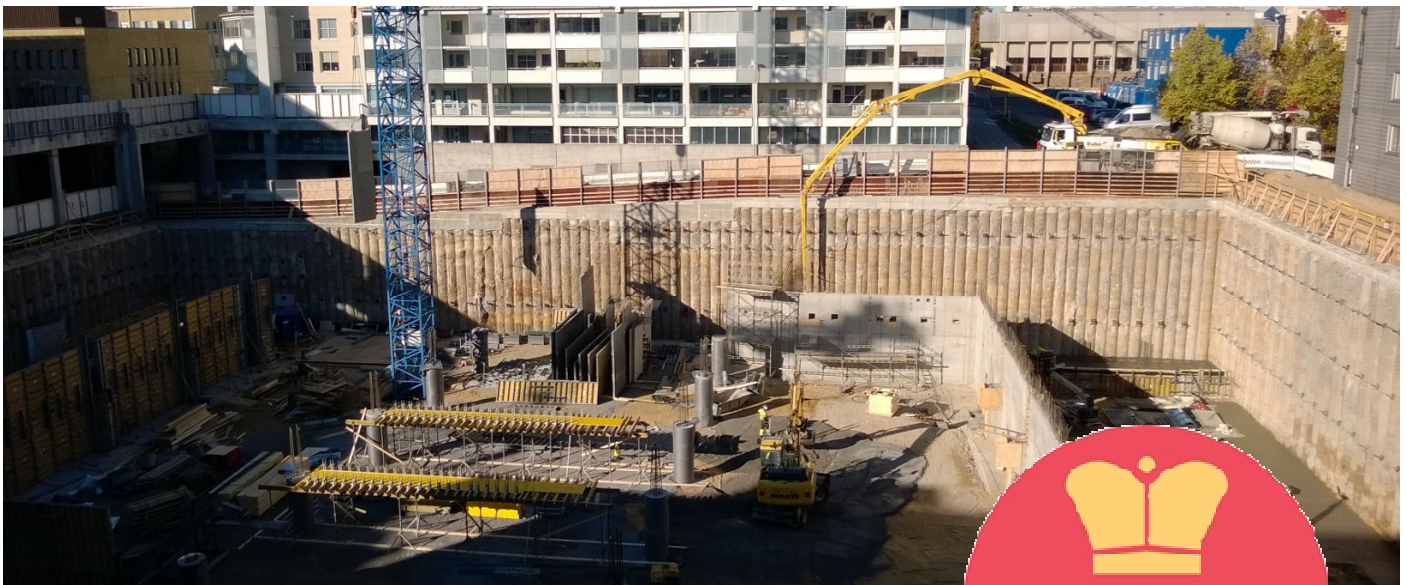
040 158 2438

jukka.nieminen@citycon.fi



## IsoKristiinan viikkotiedote

vko 41



### Peruskiven muuraus maanantaina

**IsoKristiina**

- IsoKristiinan laajennuksen ja uusituksen sekä Lappeenrannan kaupunginteatterin peruskivi muurataan maanantaina 7.10.2013. (Kutsu liitteenä.)
- Uudisosassa alkavat holvien laudoitukset ja raudoitukset. Valut, elementtien teko ja kaivutyöt jatkuvat.
- Vesikatto- ja purkutyöt jatkuvat saneerausosassa.
- Lappeenkadun toinen länteen johtava kaista edelleen työmaakäytössä. Villimiehenkatu on ajoittain suljettu liikenteeltä nostotöiden vuoksi.
- Nostotyöt saattavat ajoittain rajoittaa kulkua kauppakeskuksen pääsisäänkäynnin kohdalla.

**Ma 7.10. klo 13** suoritetaan IsoKristiinan laajennuksen ja uudistuksen ja Lappeenrannan kaupunginteatterin peruskiven muuraus.  
**Kaikille avoin työmaakierros** alkaa klo 12 Anttilan viereisen sisäänkäynnin kohdalta.  
**Tervetuloa!**

*Anttila, Alko, Cafe Kristiina sekä Terveystalo (myös Saimaan Magneetti) ovat avoinna koko uudistuksen ajan. Hovisuutari palvelee Anttilan tiloissa. Oikeusaputoimisto B-talon D-rapussa. Hieroja Martti Lahikainen on muuttanut. Cafe Kristiinassa uudistunut lounas!*

Lisätietoja:

**Skanska Talonrakennus Oy**

info.isokristiina@skanska.fi

Projektisihteeri

Elisa Härkönen

050 374 1071

elisa.harkonen@skanska.fi

**Kauppakeskus IsoKristiina**

Kauppakeskuspäällikkö

Jukka Nieminen

040 158 2438

jukka.nieminen@citycon.fi

## IsoKristiinan viikkotiedote

vko 45



### Uudispuolella valetaan ensimmäinen holvi

## IsoKristiina

- Uudispuolen ensimmäinen holvi valetaan perjantaina 8.11.2013.
- Uudisosassa jatkuvat holvien laudoitukset ja raudoitukset sekä valut, elementtien teko ja kaivutyöt.
- Vesikatto- ja purkutyöt jatkuvat saneerausosassa. Parkkihallissa jatkuvat talotekniset työt.
- A-osan parkkihalliin vievä hissi on poissa käytöstä hissin uudistamisen vuoksi. Portaat sekä lasihissi (suoraan kauppakäytävälle) ovat käytössä.
- Villimiehenkatu on ajoittain suljettu liikenteeltä nostotöiden ja betonivalujen vuoksi.
- Nostotyöt saattavat ajoittain rajoittaa kulkua kauppakeskuksen pääsisäänkäynnin kohdalla.

**Anttila, Alko, Cafe Kristiina sekä Terveystalo** (myös Saimaan Magneetti) ovat avoinna koko uudistuksen ajan.

**Hovisuutari** palvelee Anttilan tiloissa. **Oikeusaputoimisto** B-talon D-rapussa.

**Anttila avoinna Pyhäinpäivänä la 2.11. klo 12-18 ja su 3.11. klo 12-18.**

Lisätietoja:

**Skanska Talonrakennus Oy**

info.isokristiina@skanska.fi

Projektisihteeri

Elisa Härkönen

050 374 1071

elisa.harkonen@skanska.fi

**Kauppakeskus IsoKristiina**

Kauppakeskuspäällikkö

Jukka Nieminen

040 158 2438

jukka.nieminen@citycon.fi



## IsoKristiina - Weekly News

week 46



### Pay attention on Lappeenkatu

- Bricklaying continues in the Lappeenkatu side façade. Please respect the speed limit 30km/h to ensure work safety. Thank you.
- Changing the windows in hotel floor of building A has been started.
- Post-tensioning of new building site's first vault.
- Concreting of second floor pillars starts in the new building site. Work begins also in staircases.
- Boarding and reinforcement of vaults continues on new building site so does concreting and excavation work. Roofing and demolition works continue on the renovation sections.
- Elevator that lead to garage in section A is out of use because of modernization. Staircase and panoramic elevator (straight to the shopping gallery) are in use.
- Villimiehenkatu may be closed because of lifting operations and concreting from time to time. Lifting operations may cause some small changes to pedestrian routes from time to time.

### Sneak peek

- Gallery connection closes at the end of week 48. After that there will be two separate entrances: one for Anttila and Alko and another for Cafe Kristiina and Terveystalo.

*Anttila, Alko, Cafe Kristiina and Terveystalo are open during whole renovation. Hovisuutari serves in Anttila premises. Legal aid office serves in section B, staircase D.*

Further information:

**Skanska Talonrakennus Oy**

info.isokristiina@skanska.fi

Project Secretary

Elisa Härkönen

050 374 1071

elisa.harkonen@skanska.fi

**Shopping Centre IsoKristiina**

Shopping Centre Manager

Jukka Nieminen

040 158 2438

jukka.nieminen@citycon.fi