

Fiskars-konserni –
Toiminnallisia innovaatioita ja
haluttuja brändejä

Jyri Luomakoski
Fiskars Oyj Abp:n
toimitusjohtaja

26. marraskuuta 2025

Fiskars-konsernin designvetoiset brändit ovat läsnä kodeissa, puutarhoissa ja ulkoillessa



FISKARS®

Est. 1649



GEORG JENSEN

Est. 1904



ROYAL COPENHAGEN
BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT

Est. 1775



WEDGWOOD

Est. 1759



GERBER

Est. 1939



MOOMIN
ARABIA
FINLAND

Arabia est. 1873



IITALA

Est. 1881



WATERFORD
IRELAND 1783

Est. 1783



Brändimme näkyvät globaalisti yli sadassa maassa



POHJOIS-AMERIKKA

~30% liikevaihdosta

AASIA-TYYNIMERI

~20% liikevaihdosta

EUROOPPA

~50% liikevaihdosta

~500 omaa myymälää
Euroopassa ja Aasiassa

>60 omaa verkkokauppaa

7 000 työntekijää

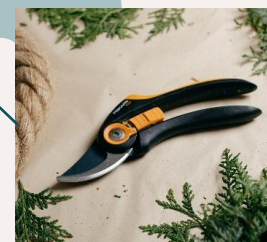
13 omaa tuotantolaitosta



Omat tuotantolaitokset, Fiskars-liiketoiminta-alue

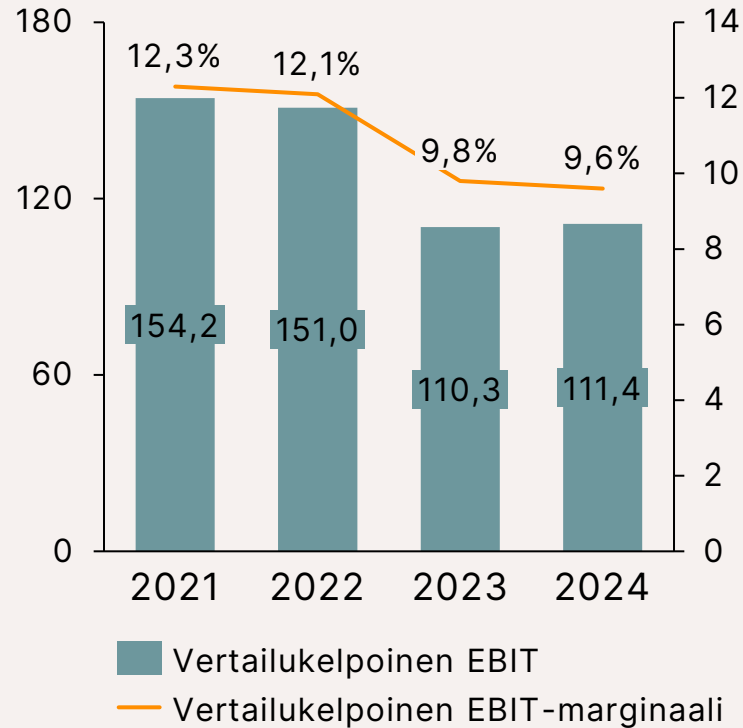


Omat tuotantolaitokset, Vita-liiketoiminta-alue

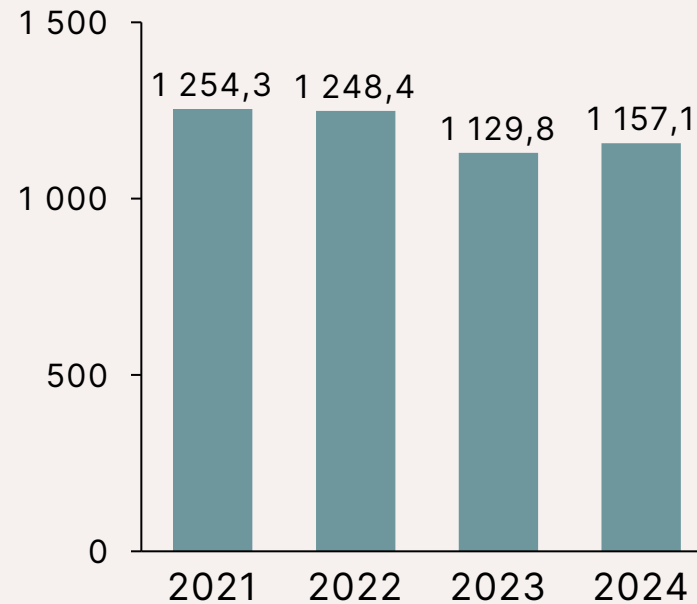


Haastava markkinatilanne on heijastunut avainlukuuihin

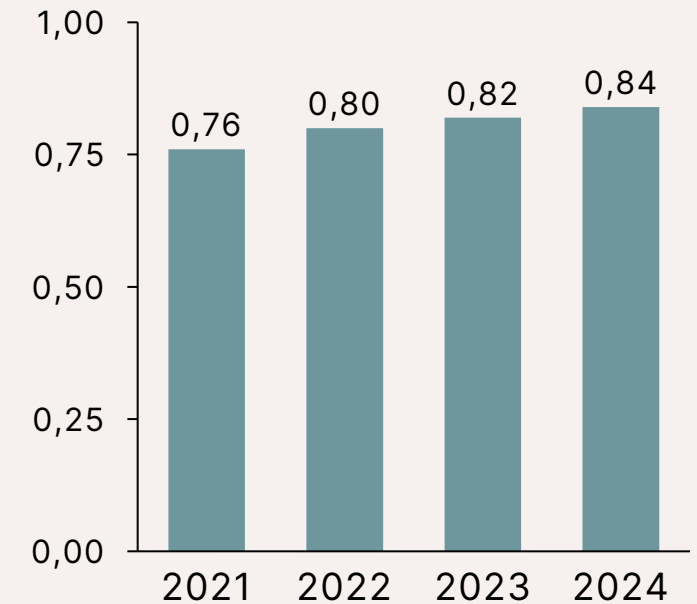
VERTAILUKELPOINEN EBIT (MILJ. EUR) JA EBIT-MARGINAALI (%)



LIKEVAIHTO, MILJ. EUR



OSAKEKOHTAINEN OSINKO, EUR



Vastuullisuus ohjaa toimintaamme – vahva suorituskyky



**27% liikevaihdosta
kiertotalouden
mukaisista tuotteista*** –
tavoitteena 50% vuoteen
2030 mennessä



EcoVadis-kultaluokitus
on kansainvälisesti
arvostettu tunnustus
vastuullisuudestamme



**Pyrimme päästöjä
minimoivan teräksen
käyttöön** – paras
pistemäärä ulkoisessa
arvioinnissa vuonna 2025**

*Tammi-syyskuun 2025 tilanne

**Just Shift arvioi Suomessa toimivien terästä käyttävien yritysten toimitusketjujen ympäristö- ja ilmastovaikutuksia

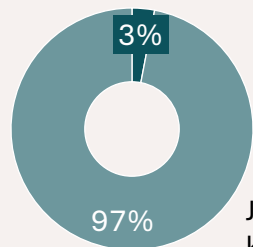


Vita ja Fiskars: Itsenäiset liiketoiminta-alueet, joilla on erilaiset strategiset kasvumahdollisuudet

LIIKETOIMINTA-ALUE FISKARS (Liikevaihto: 531 milj. eur*)

LIIKEVAIHTO KANAVOITTAIN

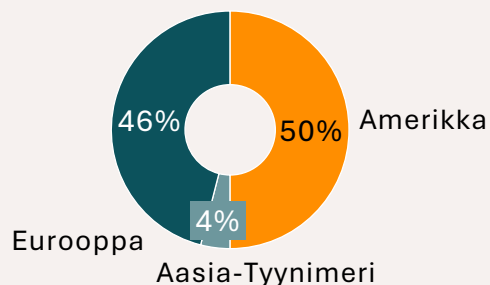
Suora kuluttajamyynä



Jakelijoiden kautta

- Markkinajohtaja avainkategorioissaan
- Innovaatiovetoinen

LIIKEVAIHTO ALUEITTAIN

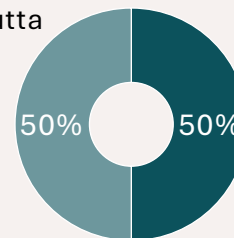


- Johtavien vähittäiskaupan toimijoiden kumppani

LIIKETOIMINTA-ALUE VITA (Liikevaihto: 610 milj. eur*)

LIIKEVAIHTO KANAVOITTAIN

Jakelijoiden kautta

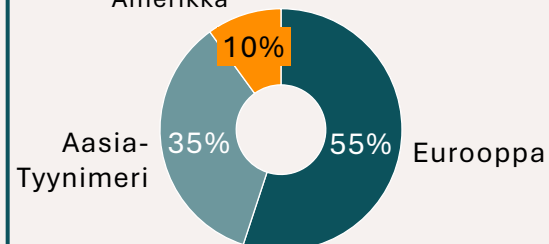


Suora kuluttajamyynä

- Portfolio haluttuja brändejä
- Luova suunnittelu

LIIKEVAIHTO ALUEITTAIN

Amerikka



- >500 omaa myymälää

*Viim. 12kk Q3 2025, Liikevaihdon jakaumat 2024



Fiskars Oyj Abp – Holding-yhtiö kahdelle toiminnallisesti itsenäiselle alakonsernille

Tämä tapa toimia varmistaa tehokkuuden ja on avaintekijä tulevan kasvun mahdollistamisessa

Täysi liiketoiminnan vastuu

Parempi joustavuus ja nopeus, CEOt, joilla kokonaisvaltainen vastuu

Läpinäkyvyys ja mitattavuus

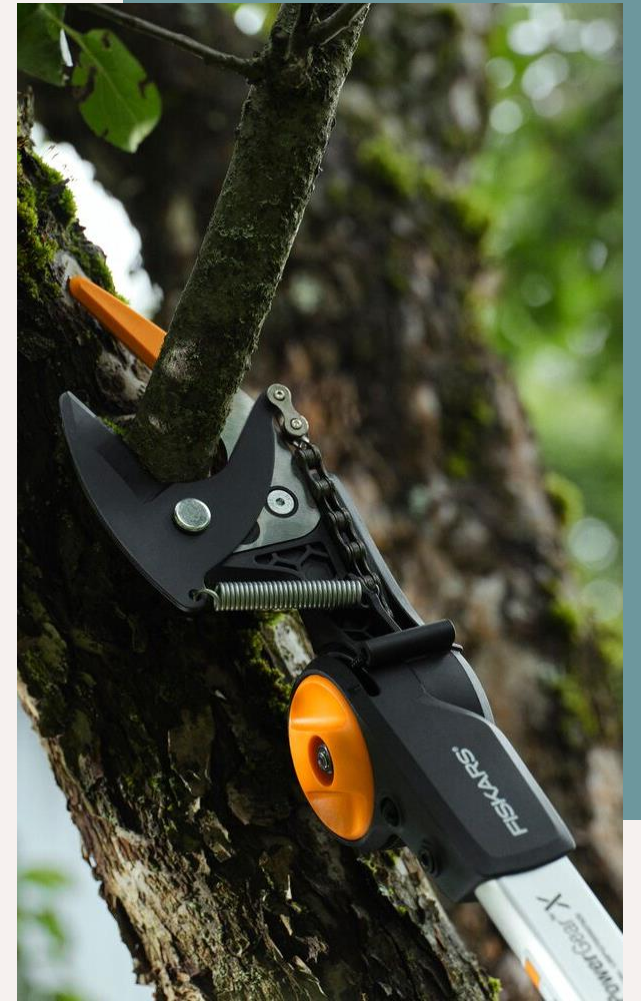
Tarkempien tavoitteiden asettaminen ja pääoman allokointi

Erilliset juridiset rakenteet*

Mahdollistaa rakenteellisen valinnaisuuden

Omistautuminen

Erilaisten kasvumahdollisuuksien vauhdittaminen



*Juridisten rakenteiden odotetaan valmistuvan vuoden 2026 ensimmäisen neljänneksen loppuun mennessä

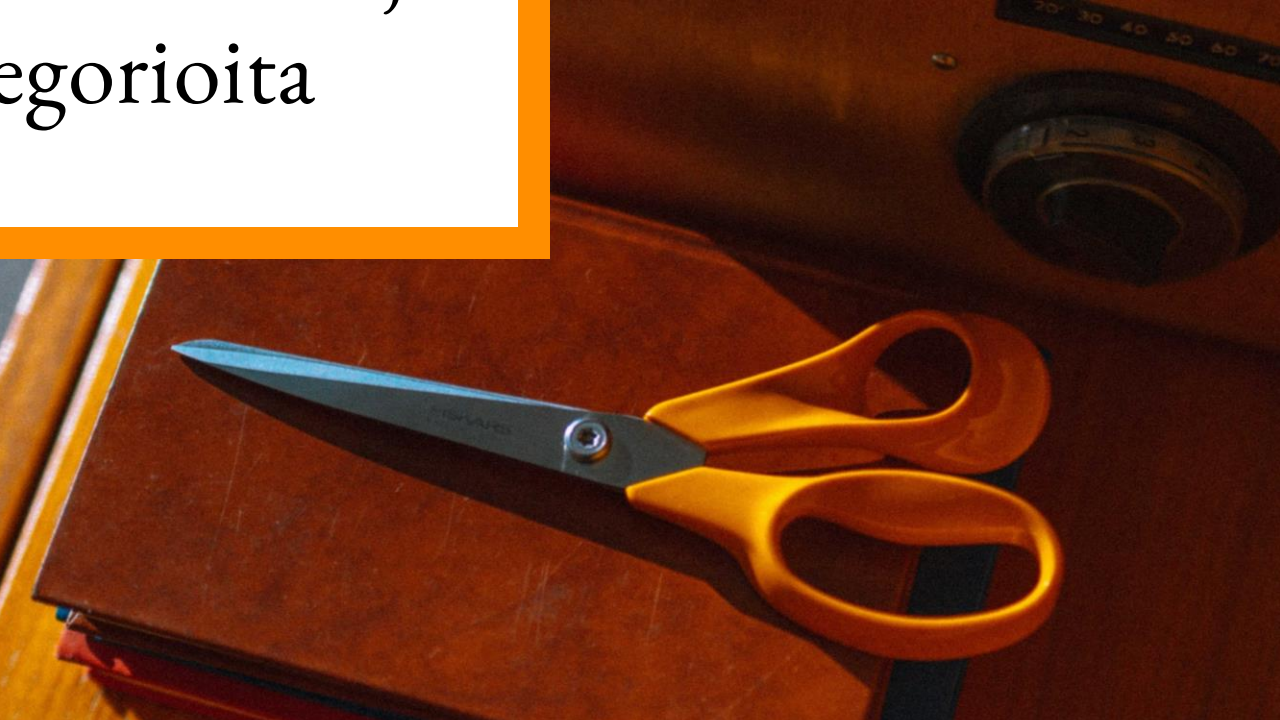


♦ Katsaus liiketoiminta- alueisiin





Fiskars – innovaatioita ja
uusia kategorioita



Uudet Fiskars lemmikkituotteet – Kuluttajatrendit yhdistettynä Fiskarsin vahvuuksiin



**LEMMIKKIEN
OMISTAMINEN KASVUSSA**



**FISKARSIN
LEIKKAUSOSAAMINEN**



**TÄYSI VALIKOIMA
LUOTETULTA BRÄNDILTÄ**



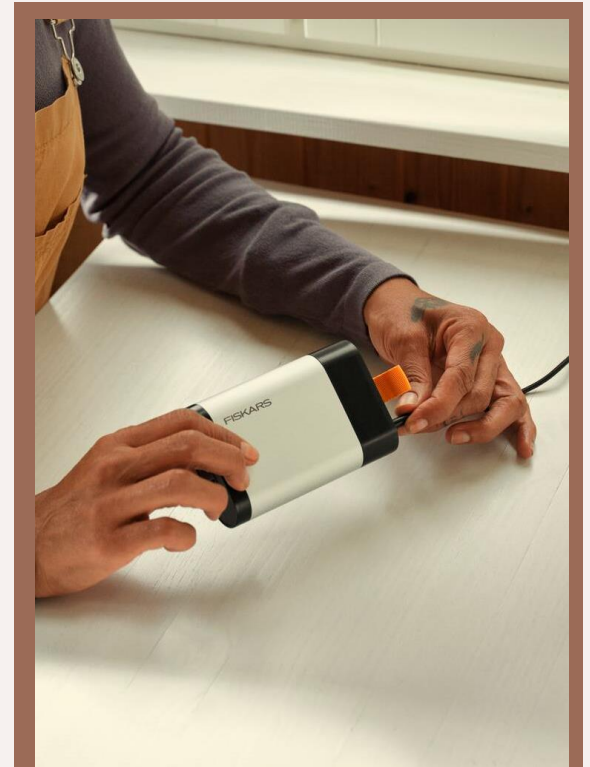
Power tools: Fiskarsin huippuluokan leikkausteho yhdistettynä käyttömukavuuteen ja helppouteen



SUORITUSKYKY



MONIPUOLISUUS



USB-C



Vita – Johtava toimija
korkealuokkaisissa
kodintuotteissa

Vahva haluttujen brändien portfolio, joka kattaa laajasti kodintuotekategorioita

 <p>ROYAL COPENHAGEN BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT</p>	GEORG JENSEN	WEDGWOOD	IITALA	 <p>MOOMIN ARABIA FINLAND</p>	WATERFORD IRELAND 1783
Kattaus, sisustus	Kodintuotteet, korut	Kattaus, sisustus	Lasituotteet, kattaus, sisustus	Kattaus, tekstiilit	Kristalli- ja lasituotteet
					
Est. 1775	Est. 1904	Est. 1759	Est. 1881	Arabia est. 1873	Est. 1783

Vitan brändeihin kuuluvat myös muun muassa Arabia, Rörstrand sekä Royal Doulton



Vitan brändit ovat kuluttajien rakastamia ja niillä on mahdollisuuksia laajentua



Royal Copenhagenilta ensimmäiset lasimallistot – valmistus hyödyntää nykyistä tehdaskapasiteettia



littala tuoksykynttilöihin – vahvalla brändillä laajennusmahdollisuuksia



Moomin Arabian Muumin päivän mukia jonotti 50 000 ihmistä verkossa



Yhteenveto

- Kaksi liiketoiminta-aluetta, joilla on vahvat perustat:
 - **Fiskars – toiminnallisia innovaatioita** puutarhanhoitoon, ulkoiluun ja luovaan tekemiseen
 - **Vita – korkealuokkaisia kodintuotteita** ikonisilta brändeiltä
- Laaja maantieteellinen kattavuus ja vahvat markkina-asetat
- Kestävä kehitys on toimintamme ytimessä



Kiitos!

