



# DESIGN- JOHTAJA

Muuttaessaan Kööpenhaminaan Jasmi-Maaria Bonnén ei osannut sanaakaan tanskaa eikä tiennyt designtoimistoista juuri mitään.

**J**asmi-Maaria Bonnén, olet asunut Tanskassa 10 vuotta ja toimit Kontrapunkt-designtoimiston toimitusjohtajana. Kerro hieman taustastasi.

Synnyin Turussa, mutta perheemme asui isäni työn takia Somaliassa, Sambassa ja Libyassa. Muutimme Suomeen niin, että kävin yläasteen Järvenpäässä ja lukion Helsingin SYK:issä. Helsingin Kauppakorkeakoulussa alkoi vuonna 1996 englanninkielinen linja, joten olen käynyt kouluni englanniksi.

**Et siis halunnut lähteä ulkomaille opiskelamaan lukion jälkeen?**

Vanhempani olivat muuttaneet Italiaan jo lukioaikoinani, ja minulla oli tarkoitus yrittää sopeutua Suomeen. Pääsin suoraan koulusta consultant trainee -ohjelman kautta töihin *McKinseylle*. Sitten tapasin McKinseyn Kööpenhaminan toimistosta konsultin, joka vakuutti, että olisi hyvä idea muuttaa Tanskaan ja mennä hänen kanssaan naimisiin. Sain siirron Tanskan toimistoon vuonna 2001.

**Puhuitko tanskaa?**

En sanaakaan.

**Kuankin kielen oppimiseen meni?**

Kun aloimme suunnitella perheen perustamista, päätimme, että kaksi McKinsey-konsulttia ei ole hyvä yhdistelmä. Aloin silloin etsiä muita töitä ja opiskella vähän intensiivisemmin kieltä. Kun vaihdoin kotikielen tanskaksi, kieli tarttui. Aluksi se oli kyllä miehelleni rankkaa, kun vaimo ei ollutkaan enää hauska ja älykäs.

**Mihin sitten päädyit töihin?**

Menin markkinointipäälliköksi Tanskan *L'Oréalille*, joka oli hyvä paikka kartuttaa käytännön osaamista brändijohdattamisesta. Työssä oli kuitenkin vähän

luovaa brändin rakentamista, sillä se tehdään pitkälti Pariisin pääkonttorissa. Halusin jotain muutosta uralle kolmen vuoden jälkeen.

**Ja sitten päädyit Kontrapunktiin?**

Kyllä. Olin voinut vaihtaa *L'Oréalilla* myyntipuolelle, mutta olin kiinnostuneempi konsepteista ja brändistrategioista. Tapasin sattumalta Kontrapunktin perustajan **Bo Linnemanin**, joka on ollut taideakatemian professori ja fonttisuunnitteluekspertti.

**Kerro lisää tästä kohtaamisesta.**

Kontrapunktin silloinen toimitusjohtaja yritti houkutella miestäni strategijahtajaksi. Mieheni sanoi, että vaimo varmaan haluaa, mutta ei tiedä sitä vielä itse, koska luulee viihtyvänsä *L'Oréalilla*. Olin aika ärtynyt, kun sieltä soitettiin kesken kiireisen työpäivän!

**Menit kuitenkin tapaamiseen?**

Ihastuin yritykseen heti! 25 vuotta toiminut Kontrapunkt on kovatasoinen ja myös kansainvälisesti tunnettu. Haluan olla töissä paikassa, joka on alan paras.

**Mikä kosketus sinulla oli designalaan aiemmin?**

Häpeäkseni jouduin myöntämään, etten tiennyt identity design -alan olemassaolosta. Luulin, että se työ tehdään mainostoimistoissa.

**Mitä siis menit sinne tekemään?**

Kontrapunkt oli silloin enemmän designyritys, mutta se oli alkanut tarjota myös brändistrategianeuvontaa. He halusivat kasvattaa tätä puolta, ja minun tehtäväni oli rakentaa heille strategiatiimi. Yrityksen profiili on muuttunut hiljalleen ja olemme nykyään strateginen design- ja bränditoimisto.

**Milloin sitten siirryit toimitusjohtajaksi?**

Äitiyslomallani! Vuosi 2009 oli Kontrapunktille rankka. Seurasin talouskriisiä kotoa käsin. Syyskuuhun mennessä toimitusjohtaja ja hallituksen puheenjohtaja olivat päättäneet lähteä. Uusi hallituksen puheenjohtaja soitti ja kysyi, haluaisinko tulla toimitusjohtajaksi vuoden 2010 alusta. Minulle on molemmilla äitiyslomillani käynyt niin, että ylenin. *L'Oréalilla* menin tuotepäälliköistä markkinointijohtajaksi. Joskus ihmiset huomaavat, mistä jäävät paitsi.

**Kuinka vanhoja lapsesi ovat nyt?**

2- ja 6-vuotiaat. Tanskassa työelämä on vähän vaativampaa kuin Suomessa. Työpäivät ovat pidempiä ja äitiyslomat lyhyempiä, eikä hoitovapaita tunneta. Uraa ja perhe-elämää on vaikea yhdistää. Meillä kun on kahden lapsen ja kahden uran perhe, olen yrittänyt ajatella sitä, miten Kontrapunktissa nuoret

ja kunnianhimoiset perheelliset voisivat tehdä töitä. Se vaatii joustavuutta.

**Miltä ajatus toimitusjohtajuudesta sitten tuntui?**

Täytyy myöntää, että uramuutos jännitti. Pelkäsin, että kaikki aikani menisi sisäisiin käytännön asioihin eikä minulla olisi enää aikaa asiakastyöhön. Lisäksi olin tottunut tekemään töitä kauppatieteilijöiden, ekonomien ja insinöörien kanssa. Jännitin yhteistyötä luovien ihmisten kanssa.

**Miksi?**

Minulla oli vähän ennakkoluuloja. Oletin, että luovat ihmiset olisivat jotenkin epäjärjestelmällisiä työssään ja joisivat olutta biljardipöydän ympärillä. Sitten minä olin siellä taskulaskimeni kanssa. Yllätyin positiivisesti! Kaikilla suunnittelijoillamme on akateeminen koulutus ja he työskentelevät hyvin systemaattisesti. Arvostus on kasvanut puolin ja toisin. Suunnittelijamme ja projektijohtajamme eivät enää osaa aloittaa uutta projektia ilman strategiatyövaihetta.

**Kontrapunktin liiketaloudellinen suunta kääntyi vuonna 2010. Mitä silloin teitte?**

Kontrapunkt oli jo ottanut kansainvälistymisaskelaita Japanissa ennen kriisiä. Päätin, että emme säikähdä vaan jatkamme kovemmalla vauhdilla kansainvälistymissuunnitelmia. Vuonna 2010 jo 30 prosenttia liikevaihdosta tuli Tanskan ulkopuolelta. Työntekijöitä on yhteensä 65.

**Missä maissa toimitte?**

Toimistot ovat Kööpenhaminassa ja Japanissa. Teemme paljon projekteja Norjassa ja Ruotsissa. Viime vuonna teimme töitä Nigeriassa, Singaporessa, Yhdysvalloissa ja Isossa-Britannissa. Olemme pohtineet toimistojen perustamista Lontooseen ja Yhdysvaltoihin.

**Mitä muita strategisia liikkeitä teitte?**

Päätimme, ettemme laajenna palvelupakettiamme. En halunnut, että alamme esimerkiksi brändikonsultteiksi. Kontrapunkt on designbrändi, ja vaikka meillä on strategista osaamista, keskitymme siihen, missä olemme hyviä, eli identiteetin tekemiseen. Lisäksi olemme panostaneet digitaaliseen suunnitteluun.

**Onko teillä asiakkaita Suomessa?**

*Sinebrychoffin*, jonka omistaa suurin asiakkaamme *Carlsberg*, uusi identiteetti on meidän tekemämme.

**Sanoit, että haluat olla töissä yrityksessä, joka on alansa paras. Mikä sinua motivoi henkilökohtaisella tasolla?**

Meillä on Bonnénin perhemissio! Mieheni **Peter** on perustanut designyrityksen nimeltä *Muuto*, jonka missio

on tuoda skandinaavinen design uudelleen maailmankartalle. Minulla on sama missio graafisen identiteettisuunnittelun osalta. Skandinaviassa on designosaamista ja vahvat sosiaaliset arvot.

**Selitä vähän.**

Meillä on pienet kotimarkkinat, joten olemme avoimia kansainvälisesti. Sosiaalinen ja yhteiskunnallinen vastuullisuus sekä yksilön arvostaminen ovat aina olleet Pohjoismaissa tärkeitä arvoja. Niitä voisi hyvin saada graafisen ja brändisuunnittelun lähtökohdista levitettyä.

**”Oletin, että luovat ihmiset olisivat jotenkin epäjärjestelmällisiä työssään ja joisivat olutta biljardipöydän ympärillä.”**

Esimerkiksi lääkepakkausten suunnittelu on luontevaa aloittaa empatiasta ihmistä kohtaan, jotta hänen arkipäivänsä normalisoituisi, kun taas amerikkalaiset usein dramatisoivat sairauden. Amerikkalainen mainostoimisto oli esimerkiksi tehnyt asiakkaallemme diabeetikoille suunnitellun mainoksen, jossa ylipainoisia naisia oli kuvattu uima-altaassa alhaalta päin. Meille ei tulisi mieleenkään kuvata ihmistä noin epäkunnioittavasti.

**Millainen suhde Tanskassa on designiin?**

Samoin kuin Suomessa, siellä 1950- ja 1960-lukujen perintö vaikuttaa. Siellä on ehkä helpompaa hyvän designtradition kaupallistaminen. Tanskaan on syntynyt uusia yrityksiä, kun Suomessa on yksittäisiä suunnittelijoita, jotka suunnittelevat kansainvälisille asiakkaille. Mutta käyn aika paljon tapahtumissa ja paneelikeskusteluissa, eikä hyvän suomalaisen designkoulutuksen taso jää kertaakaan käsittelemättä. Varsinkin Aalto-yliopiston menestystä seurataan kiinnostuksella.

**Missä asutte perheesi kanssa?**

Asumme ihan Kööpenhaminan keskustassa, Tivolin vieressä. Olemme cityihmisiä ja viihdymme keskikaupungilla, mutta meillä on Ruotsissa kesämökki. Ovelta ovelle ajaa tunnin ja kuusi minuuttia. Sitä kautta olen vihdoin oppinut sen ruotsinkin! ■ **ELINA HAKOLA**

## JASMI-MAARIA BONNÉN

**TITTELI:** Kontrapunkt AS:n toimitusjohtaja • **IKÄ:** 35 • **ASUU:** Kööpenhaminassa • **PERHE:** mies Peter Bonnén sekä 2- ja 6-vuotiaat lapset • **HARRASTUKSET:** ”Olemme mieheni kanssa kiinnostuneita hotellikonsepteista. Olemme päättäneet, että jos joskus haluamme yhteisen työn, voisimme ryhtyä hotellikonsultteiksi. Olimme juuri lasten kanssa kaksi viikkoa autoreissulla Marokossa. Mieheni oli kuullut, että Richard Bransonilla on Atlas-vuorilla luksushotelli piilossa. Ajelimme pitkin vuoria ja juutuimme Fiat Puntolla lumeen. Löysimme hotellin lopulta.”