



SanomaWSOY

CFO Matti Salmi

8 June 2005

SanomaWSOY

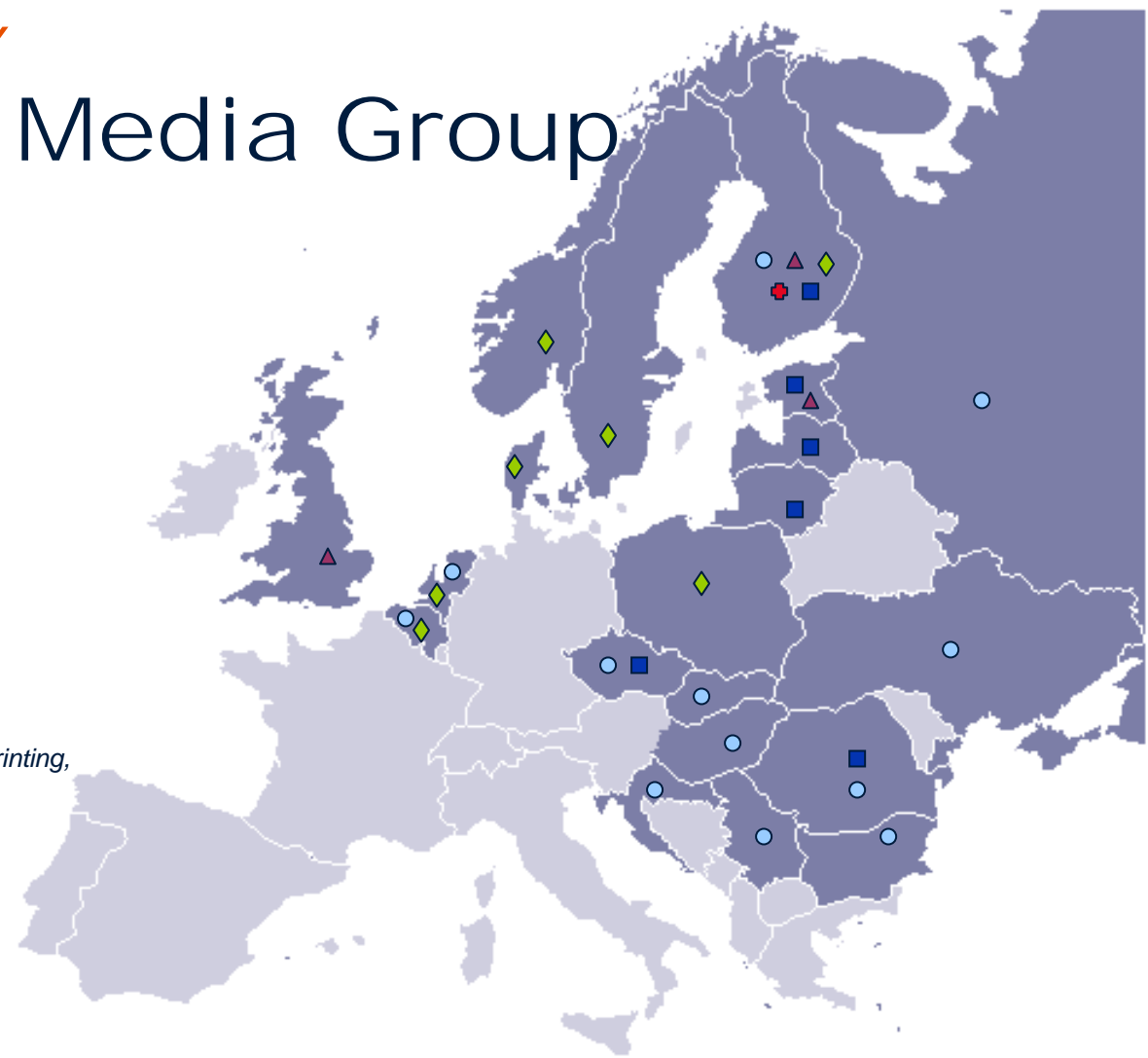


- Finnish Sanoma and WSOY merged in 1999 and listed in the Helsinki Stock Exchange
- The leading Nordic media group
 - net sales EUR 2,491 million in 2004
 - personnel 16,207
- One of Europe's five largest magazine publishers
- Among Europe's six largest educational publishers
- Wide media portfolio in Finland, focused approach internationally
- Leading positions in the chosen markets
- Targeting smaller and mid-sized language areas and markets

Y:Kalvo/IR/2005/DnB 080605

SanomaWSOY European Media Group

-  **Sanoma Magazines**
Magazine publishing and distribution
-  **Sanoma**
Newspaper publishing and printing
-  **WSOY**
Educational publishing, publishing, printing, and diaries
-  **SWelcom**
Electronic media
-  **Rautakirja**
Kiosk operations, press distribution, bookstores, and movie theatres



Esmerk, part of Sanoma, has operations in 10 countries including UK.

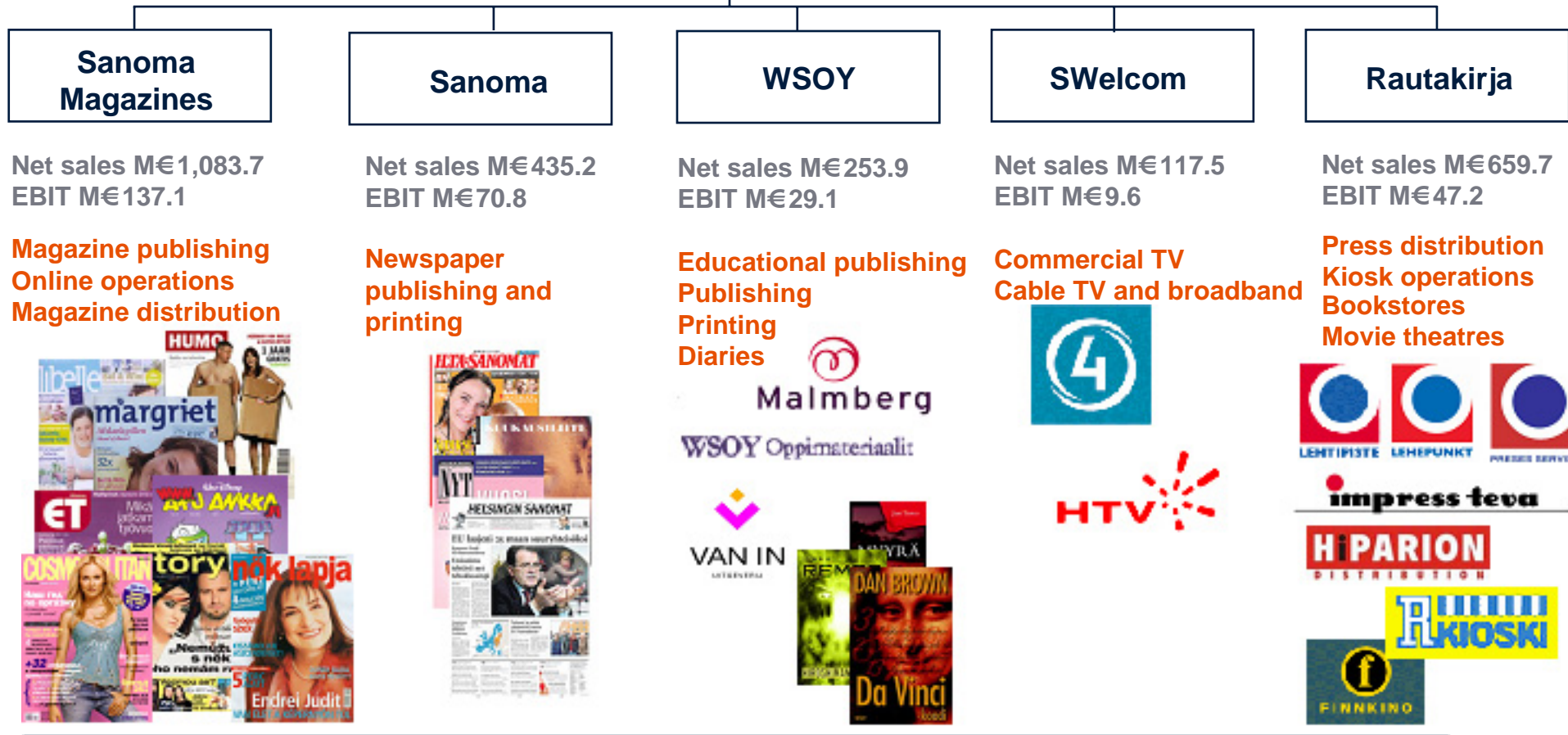
Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

SanomaWSOY Group

SanomaWSOY

Net sales M€2,491.1
EBIT M€294.0
Personnel 13,652

Personnel on average (full time equivalent)



Key Indicators

€ million	1–3/2005	1–3/2004	Change, %	1-12/200
Net sales	582.1	568.6	2.4	2,491.1
Operating profit	48.9	45.1	8.4	294.0
% of net sales	8.4	7.9		11.8
Balance sheet total	2,930.8	2,448.0	19.7	2,689.2
Gross investments	254.0	21.3		281.6
Equity ratio, % ¹	36.8	35.0		38.7
Gearing, %	99.1	81.9		82.1
Interest-bearing liabilities	1,061.3	715.1	48.4	894.8
Net debt	1,001.7	659.9	51.8	809.1
Personnel ²	16,149	15,653	3.2	16,207
Earnings/share, €	0.22	0.17	30.3	1.31
Cash flow from operations/share, €	0.13	0.20	-38.7	1.54
Market capitalisation	2,959.7	2,218.8	33.4	2,632.2

¹If equity would include capital notes, equity ratio on 31 March.2005 is some 42%
² Under employment contract

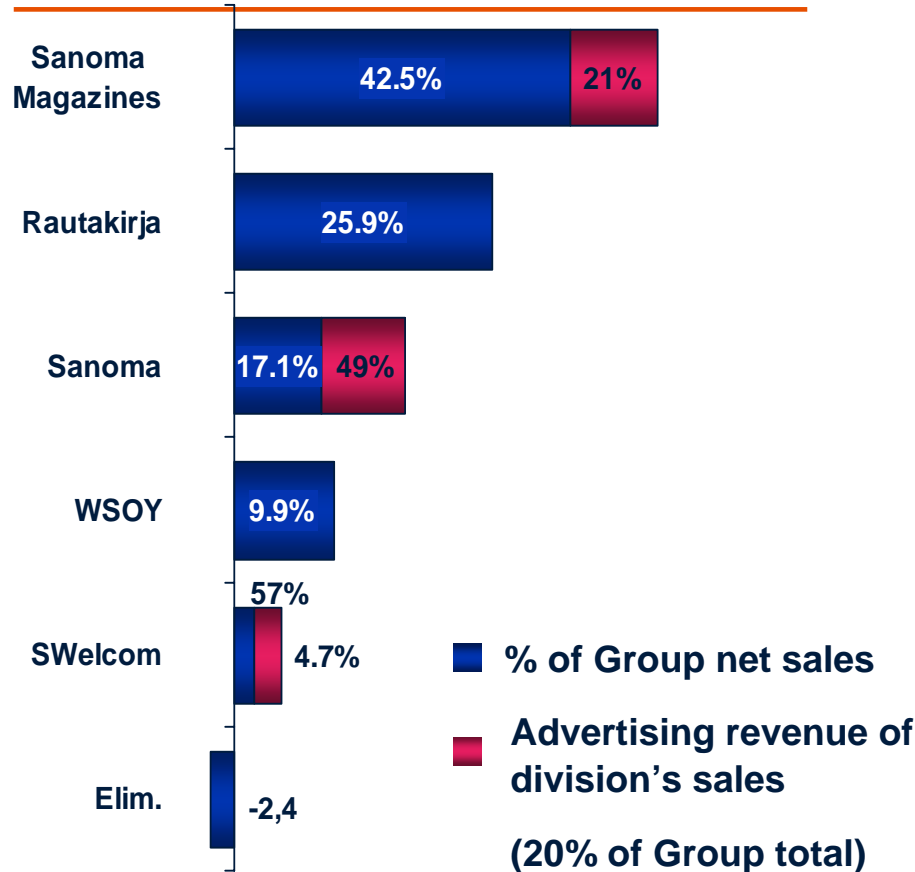
Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Strategy

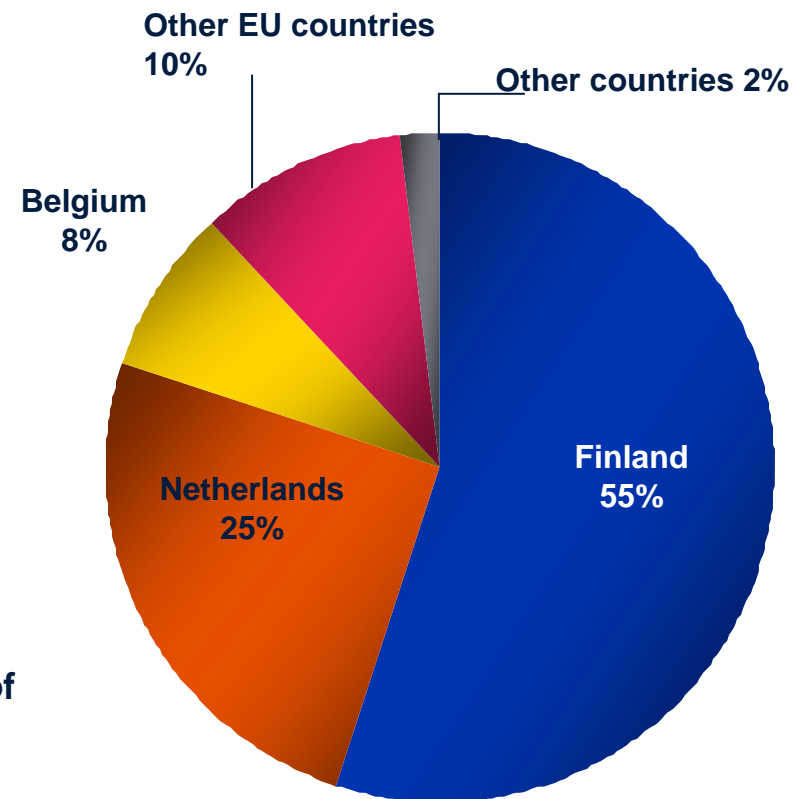
Balanced Composition of Net Sales ⁷

Acquisitions Increasing Balance Even More

Divisional 2004A net sales breakdown



Geographic 2004A net sales breakdown



Y:Kalvo/IR/2005/DnB 080605

Strategic Focus Areas

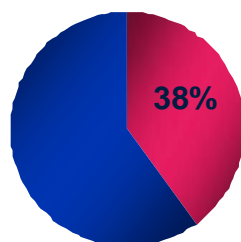
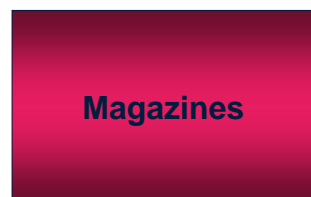
Growth	Cash flow
Market leadership	Business practises

In 2005:

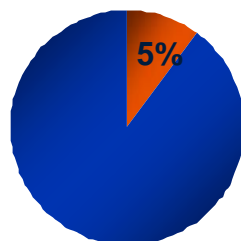
- Controlled growth
- Focus on core
- Strong market positions
- Strong financial position
- Best practices
- Training

Our International Businesses

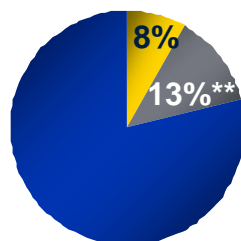
Share of revenues, 2004*



- Leading in consumer magazines in the Netherlands, Belgium, Finland, the Czech Republic, Hungary, Slovakia, Bulgaria and Russia
- Interesting new markets: CIS countries



- Strong position in Finland, the Netherlands and Belgium
- Interesting new markets: CEE countries



- Leading in Finland, Estonia, Latvia, and the Netherlands
- Expanding in Romania and Lithuania
- Interesting new markets: Russia and CEE countries

* Pro forma including Malmberg and YDP for FY04, Hiparion Distribtuion, Impress Teva and Independent Media

** Net sales from kiosk operations in Finland, the Baltic countries and the Czech Republic

Intra group eliminations excluded

Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Magazines

Why Magazines?

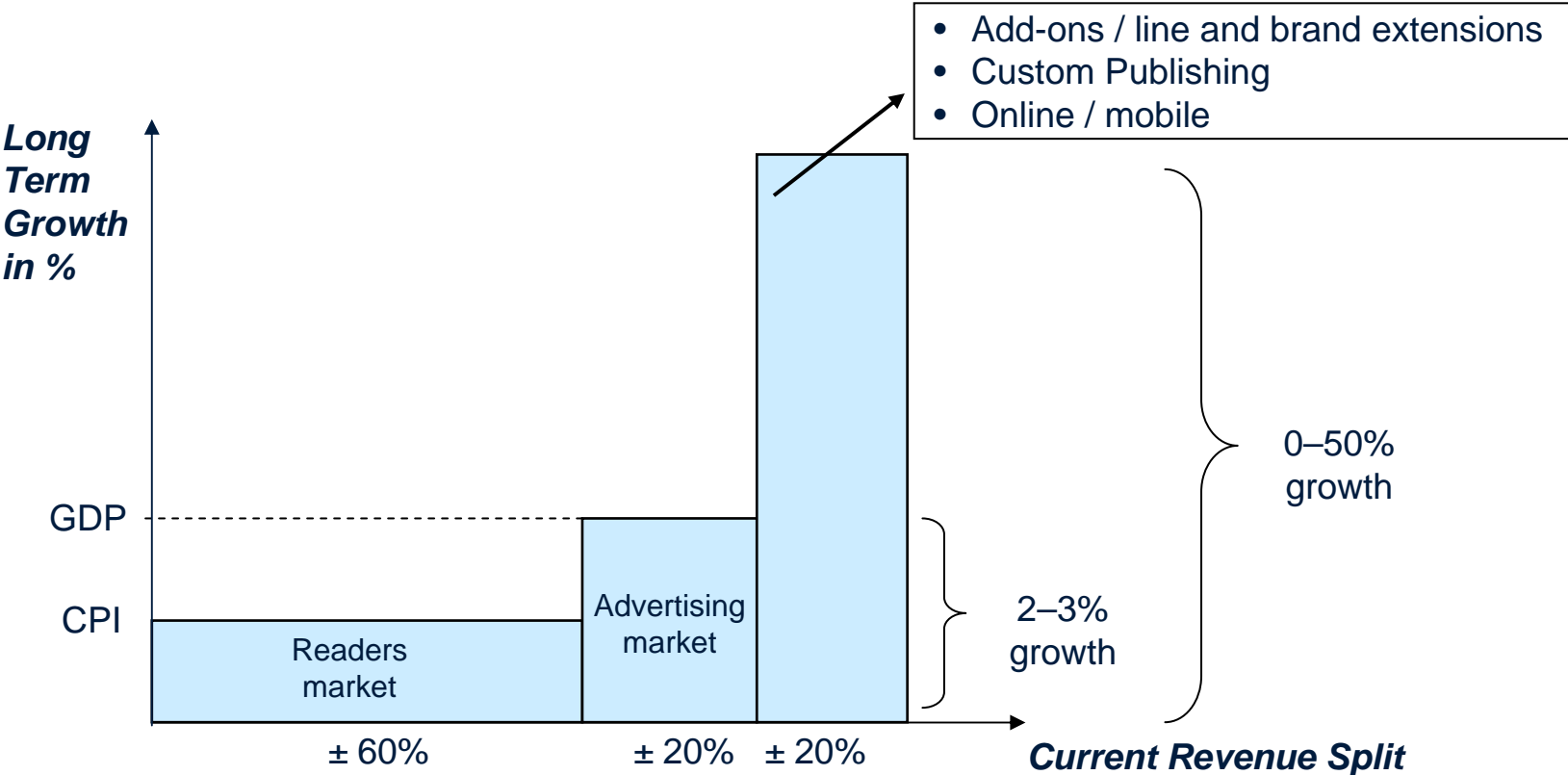
- Magazines are not influenced by national political or cultural issues
- Preferred international license partner:
 - Cosmopolitan, Elle, Disney, National Geographic...
- Own concepts, which can be internationalised:
 - Story, Beaumonde
- In Finland, a long tradition of custom publishing, which can be internationalised
- Magazines are perfect platforms for brand extensions
- Growth through:
 - An active portfolio / launch strategy: Combination of magazines, internet sites, and virtual communities offers interesting new business opportunities
 - Acquisitions and partnerships in areas where a significant market share can be achieved and where value can be added



Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Finding & Organising for Sustainable Growth

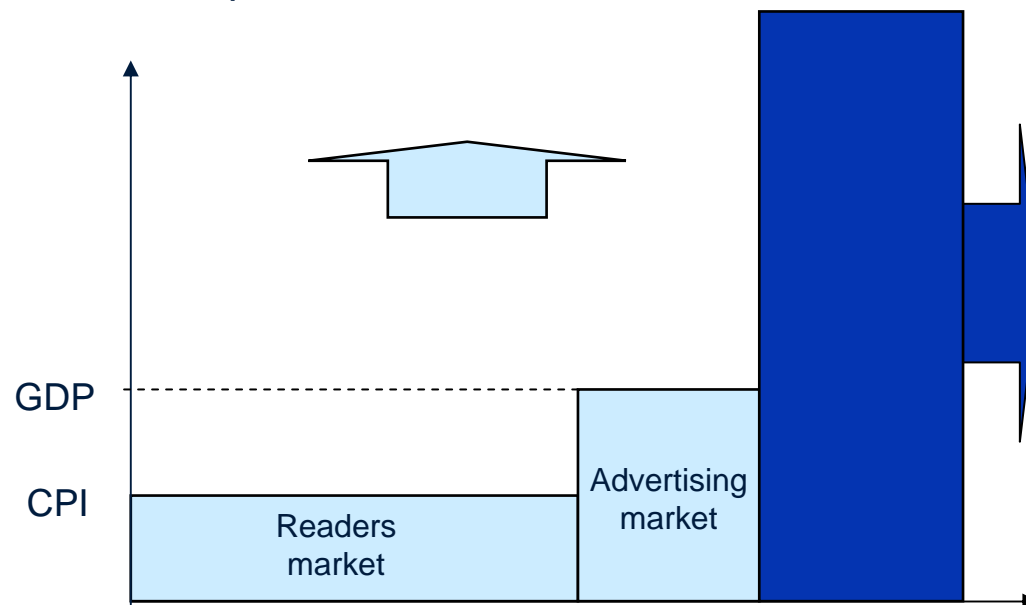
Our core magazine business (80–90% of our current revenues) is expected to grow with a maximum of about 2–3 % yearly



Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Growth Opportunities

1. Existing markets: gain market share from competitors – beat the local magazine markets/other media
2. Investing into new geographies with an annual GDP growth over 3% and growing local magazine markets
3. Partner with larger European magazine companies in countries where a local # 1 market position is achievable



4. Expand non-magazine revenues through 3 lines of business
 - a. Line and brand extensions of current magazine brands
 - a. Custom Publishing
 - b. Online / Mobile

Independent Media Acquisition

- Operates in Russia and Ukraine (28 magazines + 3 newspapers)
- Estimated net sales* 2004 EUR 70 million,
SanomaWSOY's share EUR 47 million**
- Enterprise value some EUR 142 million
- **Clear market leader** in Russian magazine market
- **Huge markets:** 145 million inhabitants, 52 million households
 - Growing economy: expected real GDP growth 5–7%
 - Fast growing media market: expected growth of 10–15%



* incl. sales of 50/50 joint ventures
incl. share of associated companies
** pro forma consolidated share

Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Our Leading Internet Properties



- Startpagina no. 1 portal 5.3m reach p/m (March 05)
- Nu.nl no. 1 news site 2.0m reach p/m (March 05)
- Ilse no. 2 search engine 1.7m reach p/m (March 05)



- Startlap.hu no. 2 portal 1.4m unique visitors p/m (March 05)
- Nöklapja.hu no. 1 women community 553k unique visitors p/m (March 05)



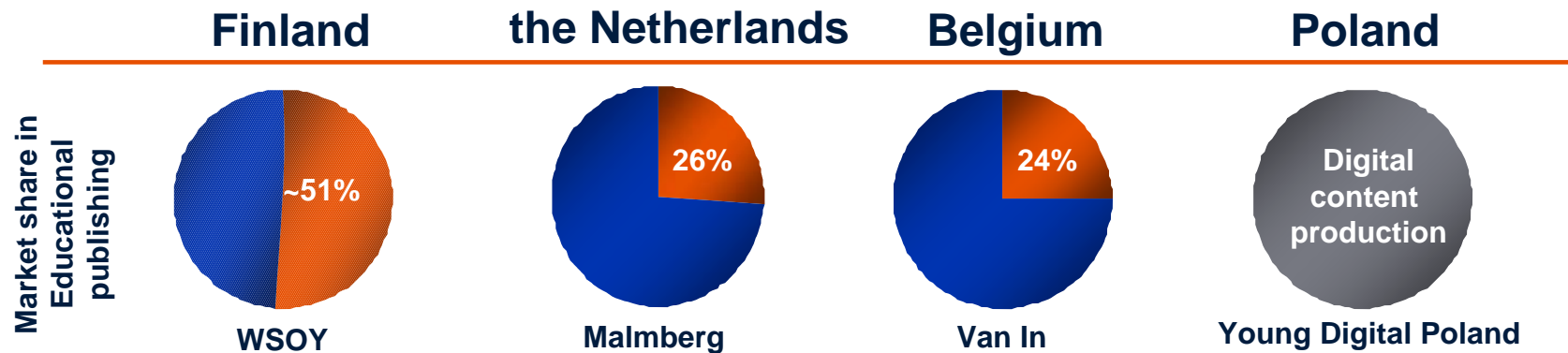
- MBNet no. 1 IT/digital community 1m unique visitors p/m (April 05)
- Vauva no. 1 parenting community 200k unique visitors p/m (April 05)



Educational Publishing

Why Educational Publishing?

- European educational publishing market unconsolidated (no big players)
- Has great growth potential:
 - Education top priority in Europe, investments especially in CEE countries
Local content, but global platforms
 - ICT main driver behind growth
 - Internet based services, eLearning
 - Centralized digital content production
 - Modularisation of educational materials (sharing of assets e.g. pictures)



Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Example: Sharing Pictures/Assets

OPDRACHT 1.18

2 In de grond

Een mol leeft in de grond. Daardoor is hij verplicht om gangen te graven. De beenderen van de voorpoten zijn kort en breed. De handen zijn groot in vergelijking met de rest van het pootskelet. Een handwortelbeentje aan de kant van de duim is heel groot en zakkevormig, het vlieghuidbeentje. Het ligt onderhuids naast het middenhandbeentje van de duim. Daardoor is het oppervlak van de hand sterk vergroot. Aan de vingertoppen vindt je lange, stevige klauwen terug waarmee de mol de aarde losmaakt. De voorpoten zijn graafpoten. De achterpoten zijn looppoten. Het dier plaatst bij het lopen de volledige voet op de grond. De mol is een zoogdier met de achterpoten.

4 In de lucht

Bij de vleermuis zijn de bovenste ledematen veel sterker ontwikkeld dan de onderste. Het opperarmbeen heeft een normale lengte. Het spaakbeen en de ellepijp zijn langer dan het opperarmbeen. Spaakbeen en ellepijp zijn met elkaar vergroeid en vormen zo een sterker geheel. Met haar korte duim haakt de vleermuis zich vast aan een ruw oppervlak als ze een korte tijd rust. De hand is groot door de lange middenhandbeentjes en vingerkootjes.

De beenderen van de hand dienen als steun voor de vlieghuid. Die huid is ook vergroeid met de rest van de arm, de flanken van de romp, de dij, de kuit en de staart. Het zo ontstane heel grote oppervlak stelt de vleermuis in staat om te vliegen.

3 In het water

Bij walvissen zijn enkel de beenderen van de voorpoten goed ontwikkeld. Het opperarmbeen, het spaakbeen en de ellepijp zijn kort en breed. Ook de handwortelbeentjes en de middenhandbeentjes zijn kort en stevig. De twee middelste vingers hebben meer dan drie vingerkootjes. Daardoor is de hand breed en lang. De vingers zijn uitwendig met elkaar vergroeid waardoor meer druk kan uitgeoefend worden tegen het water. De vergroeide vingers vormen de zwempoot. Ook zeehonden hebben dergelijke voorpoten. Walvissen en zeehonden zijn zwemmers.

VOORTBEWEGING IN VERSCHILLENDE MILIEUS

OP HET LAND	
- op de grond	steunen op hand en voet
- zoogjangers	steunen op vingers en tenen
- teenstapjangers	steunen op de toppen van vingers en tenen
- in de grond	graafpoot
IN HET WATER	zwempoot
IN DE LUCHT	vlieghuid

handwortelbeentjes
middenhandbeentjes
vingerkootjes

Bio voor jou / Van In

8 Het skelet van verschillende zoogdieren

Af. 4.1 Skeletten van enkele zoogdieren.

7.5 Bij zoogdieren veel overeenkomst in de bouw van het skelet. De verschillen zijn te ontdekken door skeletten goed te bekijken, ze hangen samen met verschillen in levenswijze. 1 gaat de skeletten van een hond, van een walvis, van een mol, van een vleermuis en van een aap met elkaar vergelijken (zie figuur 4.1). Als er van enkele van deze dieren op school teleten aanwezig zijn, kun je die gebruiken.

OPDRACHT 28 EN 29 BLZ. 137

1 hond: een zoogdier dat op vier poten loopt

2 walvis: een zoogdier dat zwemt

3 mol: een zoogdier dat kruipt en graaft

4 vleermuis: een zoogdier dat vliegt

5 aap: een zoogdier dat vaak op twee poten loopt

Biologie voor jou / Malmberg

Example: Sharing Tools and Platforms:

ZienderOgen Kunst | home | contact | help | zoek

Over de methode
Prijstijp
FAQ
Hoe werkt het?
Nieuwsbrief

Welkom op de vernieuwde site van ZienderOgenKunst

Registreer
Om gebruik te kunnen maken van het lesmateriaal, moet u zich registreren. Lieve leden van deze pagina wilt u een leuk naar de registratievcard. Deze vcard helpt u stap voor stap door het registratieproces.

Registratie leerlingen
Ook als leerling moet je jezelf registreren. Hiervoor heb je het klasleerkrachtwoord nodig. Dit klasleerkrachtwoord staat op het docentmedial. Je docent moet ook dit vcard registreren. Het klasleerkrachtwoord is niet het wachtwoord waarmee je kunt inloggen, maar het is nodig om de registratieprocedure te kunnen starten. Als je op 'registreren' klikt, wordt je door het registratieproces geleid. Je krijgt dan je eigen gebruikersnaam en wachtwoord.

Leerkrachten- en docentgedeelte op deze site
Voor leerlingen is er een apart gedeelte op deze site. Als leerling wilt je hier opdrachten die bij het boek horen. Maar je kunt hier ook terecht voor hulpverlening. Zo kun je bv. in het hulmerkforum vragen stellen die door een docent worden beantwoord.

In het docentgedeelte staan
binnenkort de opdrachten van alle leerlingen op. Dit is een belangrijk onderdeel van de methode.

DC&W stelt examenprogramma vast
Ondanks heeft minister Van der Waaij en de examencommissie, die vanaf 2007 gelden voor havo en vwo, vastgesteld.
[Lees verder](#) [27-4-2005]

Examenopdrachten
Graag horen we uw mening over de examenopdrachten bij de methode ZienderOgen Kunst. Mede op basis van uw antwoorden optimaliseren we het aantal op onze website.
[Lees verder](#) [1-3-2005]

Kennedeel: examenstof ZienderOgen Kunst voor het vwo
Het succesvolle examenmedial van ZienderOgen Kunst verspreiden.
[Lees verder](#) [3-1-2005]

E-mailnieuwsbrief ZienderOgen Kunst
In de nieuwsbrief per e-mail houden wij u op de hoogte van het laatste nieuws over de site.
[Lees verder](#) [28-9-2004]

R | home | contact | help | zoek

Over de methode
Hoe werkt het?
Prijstijp
FAQ
Nieuwsbrief

Over de methode
Biologie voor jou, biologie voor de onderbouw, vwo en tweede fase

Biologie voor jou is de methode biologie voor het voortgezet onderwijs. Het is niet voor niets al jarenlang de meestgebruikte methode in de onderbouw, het vwo en de tweede fase. Biologie voor jou koppelt inhoudelijke kwaliteit aan een succesvol didactisch concept. Biologie voor jou houdt rekening met verschillende basen leerlingen. De tweede editie voor de onderbouw heeft aparte delen voor vmo-bk, vmo-kg, vmo-pharvmo en een aparte editie voor havo/vwo. Biologie voor jou voor de tweede fase kent aparte editie voor havo en vwo. In 2004 komt Biologie voor jou met nieuwe editie voor de tweede fase.

Biologie voor jou in het kort:

- actualiteit in onderbouw, vmo en tweede fase;
- nieuw, aparte havo/vwo-editie voor de onderbouw;
- compleet vmo-aanbod met aparte bi- en kg-edities voor leerjaar 3 en 4 vmo;
- betere kwaliteit door o.a. heldere structuur, goede aanpakbaarheid, mogelijkheden voor zelfstandig werken en actief leren;
- stimulerende en praktische multimediale componenten (methodische, leerlingen- en docenten-cd-rom). Iedere leerling ontvangt een eigen leerlingen-cd-rom om thuis of op school te gebruiken;
- leerlingen en docenten kunnen gebruiken van de methodische;
- nieuw voor de tweede fase: verspreiden 2 tract, de ideale multimediale examentrainer voor schoolkansen en CE.

Uitgebreide informatie over de methode vindt u in de [methodecijfer cadastre](#) (pdf-bestand, 400000 bytes) en in de [methodecijfer tweede fase](#) (pdf-bestand, 400000 bytes).

[Biologie voor jou voor de onderbouw](#)
[Biologie voor jou voor het vwo](#)
[Biologie voor jou voor de tweede fase](#)
[Biologie voor jou en IIT](#)

Voor meer informatie over het [onderwijs](#) of het [onderwijs](#) kunt u terecht bij de [onderwijs](#).

Y:Kalvo/IR/2005/DnB 080605

Example: Growth from Current Portfolios

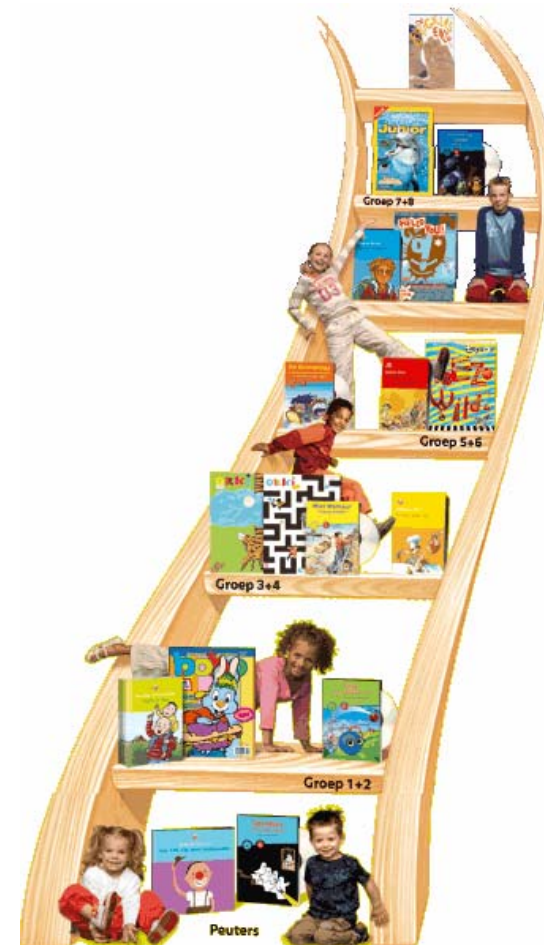
An example: Consumer market

Consumer market

- Strong educational market position
- Very good access to via-school channel
- Building the bridge between school and home

Approach

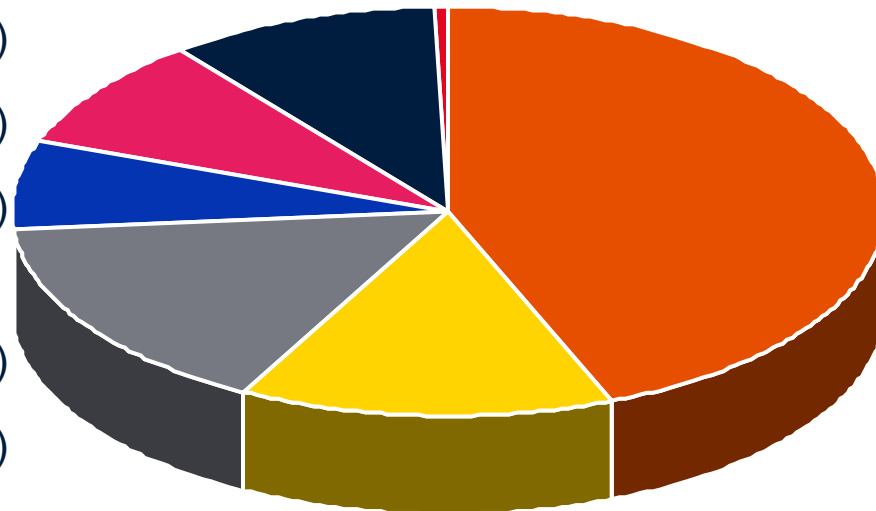
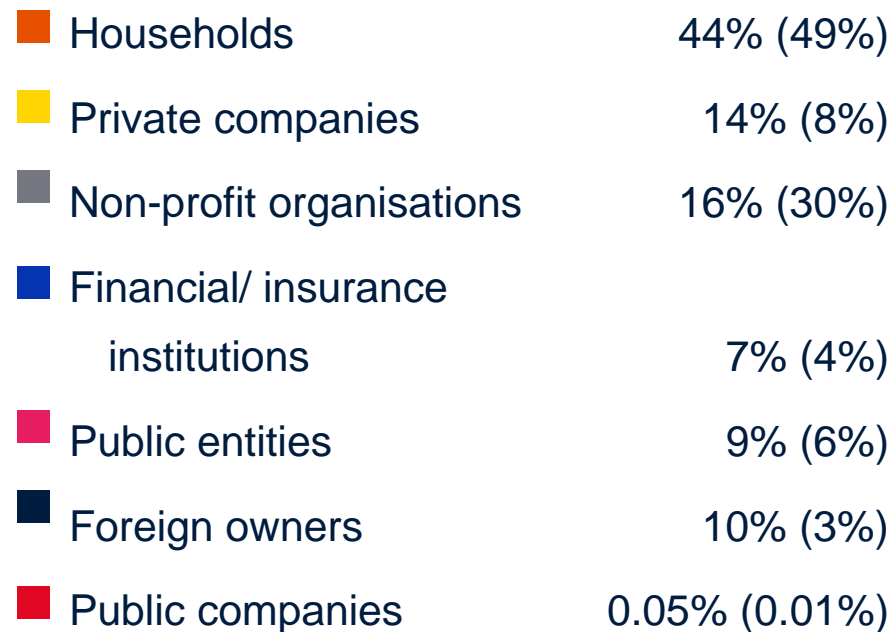
- International team
- Market exploration
- Business case
- Decision



Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

Shareholders by Sectors

% of Shares (of Votes)

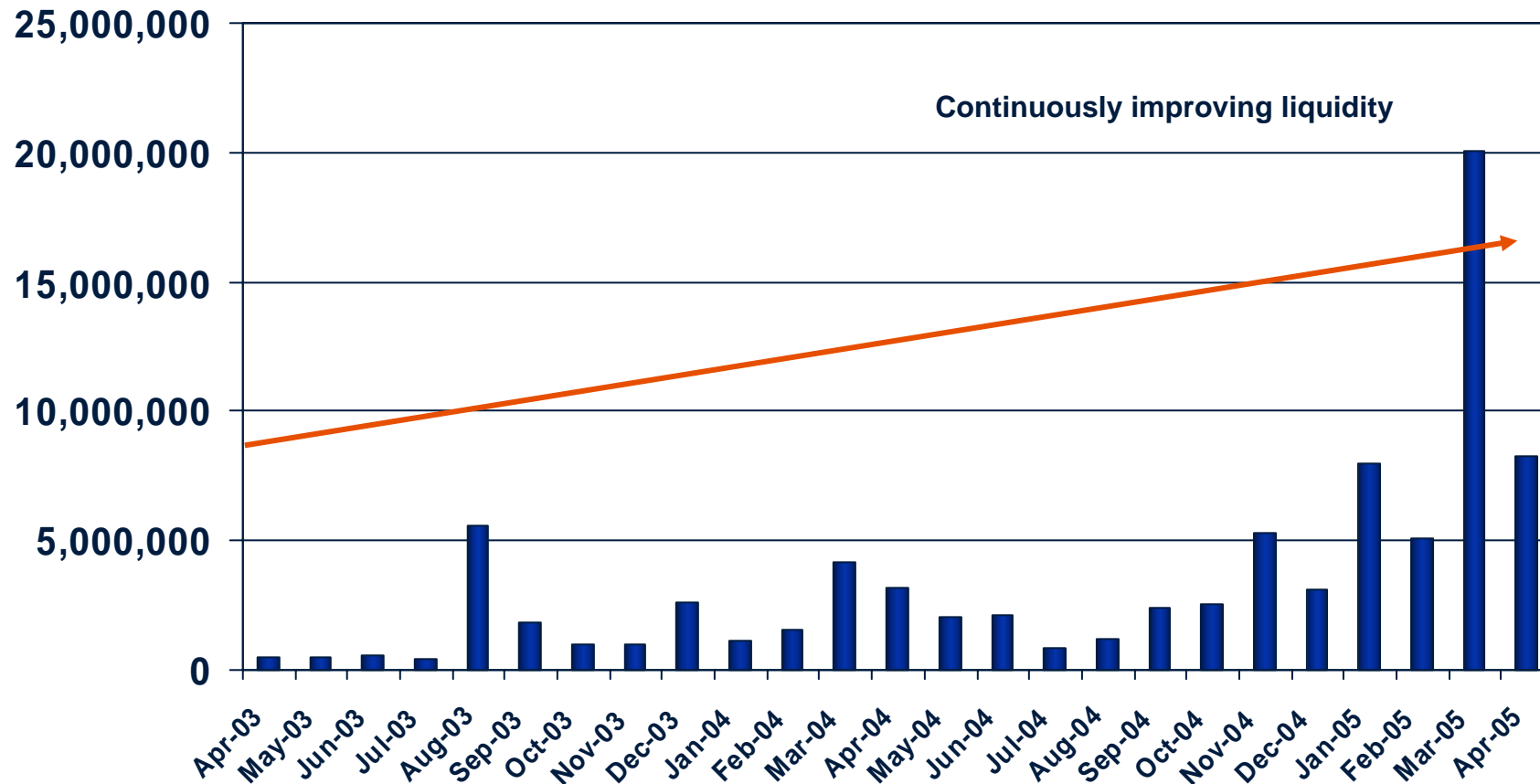


As of
29 April 2005

Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605

SanomaWSOY's Liquidity

Series B Share, Monthly Trading



Y:Kalvol/IR/2005/DnB 080605



Committed to the Future

www.sanomawsoy.fi