

Werner Söderström Osakeyhtiö

Jorma Kaimio
toimitusjohtaja, WSOY

Capital Markets Day
14.5.2003

"Kulttuurivähennys"

Kun kustantaja vaalii hyvää kirjallisuutta eikä vain taloudellista näkökulmaa, aiheutuuko siitä "kulttuurivähennys" kustantajan markkina-arvoon?

Kirjamarkkinat Suomessa 2001

- 300 milj. euroa (kustantajahinnoin); arvioitu kasvu 2–3 %
- WSOY:n markkinaosuus 36 % v. 2002, seuraavana Otava 18–19 %
- 4 172 uutta (kaupallista) titteliä
- 28,5 milj. myytyä kirjaa (5,6/asukas)
- Suomen erityispiirteitä:
 - vahva kotimainen kaunokirjallisuus, muuten anglo-amerikkalainen painotus
 - ei kirjallisia agentteja, kustantajat tekevät työn; ei valtavia ennakkoja
 - ei valtion tukia
 - 19 kirjastolainaa/suomalainen vuodessa
 - suomalaiset uutteria lukijoita, kirja arvossaan

Y:Kalvol/kokous03/CMD/Kaimio

WSOY:n rakenne 2002

- Kustantaminen: liikevaihto 143,5 milj. euroa, josta 18 % ulkomailta, 13 % "uusmediasta"
- Painaminen: 62,7 milj. euroa, josta 28 % omalle konsernille ja 30 % vientiin
- Kalenterit: 34,5 milj. euroa, josta 48 % ulkomailta
- Eliminointien jälkeen liikevaihto 215,9 milj. euroa ja oman toiminnan liikevoitto 12,4 milj. euroa (osakkuusyhtiöineen 20,5 milj. euroa)
- Kustantamisen liikevoitto 11,7 milj. euroa tai 8,2 % huolimatta uusmedian isoista kehityskuluista ja tappioista
- "Kulttuurikustantaminen" oli siis sangen kannattavaa

Kaunokirjallisuuden kustantaminen kannattaa

- Pienellä kielialueella voi olla suuri kustantaja vain kattamalla kaikki kirja-alueet
- Eri alueet tukevat toisiaan, mutta kustantajan maineeseen vaikuttaa eniten kaunokirjallisuus
- Kaunokirjallinen osasto ja etenkin kotimainen kaunokirjallisuus tuottavat vuosi vuodelta yli 10 % liikevoittoa
- WSOY julkaisee vuosittain 40–50 uutta kotimaista romaania ja novellikokoelmaa sekä noin 10 runokokoelmaa
- 3–7 esikoisteosta vuodessa rakentavat kirjallisuutemme tulevaisuutta
- Esikoisteokset valitaan noin tuhannesta vuosittain taloon lähetetystä käsikirjoituksesta
- Monet kirjat menevät taloudellisesti nolville tai jäävät jopa tappiolle, mutta bestselleriä voidaan myydä 0,5–1,0 milj. eurolla ja hyvällä kannattavuustasolla.

Y:Kalvol/kokous03/CMD/Kaimio

Miksei WSOY julkaise vain hyvin myyvää kirjallisuutta?

- Jokainen bestselleristi on aloittanut esikoiskirjailijana; useimmat ovat pysyneet uskollisina ensikustantajalleen
- Esikoisteos vain harvoin myyntimenestys (Heikki Turunen, Anja Kauranen)
- Kari Hotakainen, jonka romaani Juoksuhaudantie on myynyt lähes 100 000 kpl, debytoi 1982 runokokoelmalla. Ensimmäinen Hotakaisen romaani syntyi yhdeksän vuotta ja kolme runokokoelmaa myöhemmin.

Kustantajan vetovoima on sen maineessa

- Kustantajan pääoma on pääosin henkistä; sitä ei löydä taseen aineettomista oikeuksista
- Pitkän tähtäimen kannattavuus riippuu suuresti kustantamon kyvystä vetää puoleensa lisää henkistä pääomaa: kirjoittajia, käsikirjoituksia, toimittajia, johtajia, kansainvälisiä agenteja
- Tämä vetovoima liittyy kustantajan maineeseen, historiaan ja kokoon, mutta vielä enemmän kustannuslistaan: "Haluanko kirjani julkaistavan tämän listan osana?"

Markkinakasvutekijät ja WSOY

- Perinteistä kirja-, kalenteri- ja painomarkkinaa pidetään sangen vakaana
- Toisaalta kirjamarkkina voi kehittyä yllättävästi
- Ruotsin taskukirjamarkkina kolminkertaistui muutamassa vuodessa; samanlaisia merkkejä Suomessa
- Myös suurteosmyynti kääntynyt selvään nousuun
- Uuden teknologian arveltu uhka perinteisille kirjoille ja kalentereille väistymässä
- Euroopassa vahva kasvu alkanut eLearningissä, jossa WSOY:n asema hyvä

WSOY:n tuloksen kasvutekijät

- Jotta WSOY saavuttaa tulostavoitteen,
 - suhdanteen on käännyttävä normaaliksi
 - uusmediatappioiden on poistuttava ja uusmedian päästävä joltain osin tavoitetasolleen
 - perinteisten liiketoimintojen kannattavuustason on säilyttävä (joiltain osin palattava sille)
- Jos ajat käyvät kovemmiksi ennen parantumistaan, tarvitaan
 - lisää kustannusleikkauksia, mutta vaarantamatta mainettamme ja vetovoimaamme

WSOY:n tahtotila

- Ei vain markkinajohtaja, vaan myös vetovoimainen henkinen johtaja Suomen kustantamokentässä
- Euroopassa merkittävä tekijä eLearningissä ja oppimateriaali-kustantamisessa
- Suomalaisista kustantajista parhaiten valmistautunut uuden teknologian hyväksikäyttöön
- Kannattavin ja yksi suurimmista kirjanpainajista Skandinaviassa – > lisäarvoa kustantamiselle
- SanomaWSOY:n liikevoittotason nostaja