

# Saimon a WSOY

V U O S I K E R T O M U S 2 0 0 4





# Sisällys

2	SanomaWSOY lyhyesti
4	Missio, visio, arvot, tavoitteet
6	Johdon katsaus
8	Avainluvut 2004
10	Keskeisiä tapahtumia vuonna 2004
12	Markkinoiden kehitys
14	Sanoma Magazines
20	Sanoma
24	WSOY
28	SWelcom
32	Rautakirja
36	Ympäristö
38	Henkilöstö
40	Hallinnointi
44	Hallitus
46	Johtoryhmä

## Tilinpäätös

1	Avainluvut
5	Hallituksen toimintakertomus
12	Tilinpäätös
41	Osakkeet ja osakkeenomistajat
48	Tilintarkastuskertomus
49	IFRS-raportointi
50	Tietoja sijoittajille

# SanomaWSOY-konserni

- Hallituksen pj. Jaakko Rauramo
- Toimitusjohtaja Hannu Syrjänen
- Liikevaihto 2 493,0 milj. €
- Liikevoitto 239,5 milj. €

**SanomaWSOY** on 20 Euroopan maassa toimiva, Pohjoismaiden johtava mediakonserni. Sen liiketoimintaryhmät ovat Euroopan viiden suurimman aikakauslehtikustantajan joukkoon kuuluva Sanoma Magazines, Suomen johtava sanomalehtikustantaja Sanoma, Suomen suurin kirjankustantaja ja merkittävä eurooppalainen oppimateriaalikustantaja WSOY, sähköisen viestinnän monitaitaja SWelcom sekä lehtijakeluun ja erikoiskauppaan keskittyvä markkinajohtaja Rautakirja.

## Sanoma Magazines

- Toimitusjohtaja Eija Ailasmaa
- Liikevaihto 1 083,7 milj. €
- Liikevoitto 86,9 milj. €
- Aikakauslehtien kustantaminen ja jakelu

## Sanoma

- Toimitusjohtaja Mikael Pentikäinen
- Liikevaihto 435,2 milj. €
- Liikevoitto 71,2 milj. €
- Sanomalehtien kustantaminen ja painaminen

## WSOY

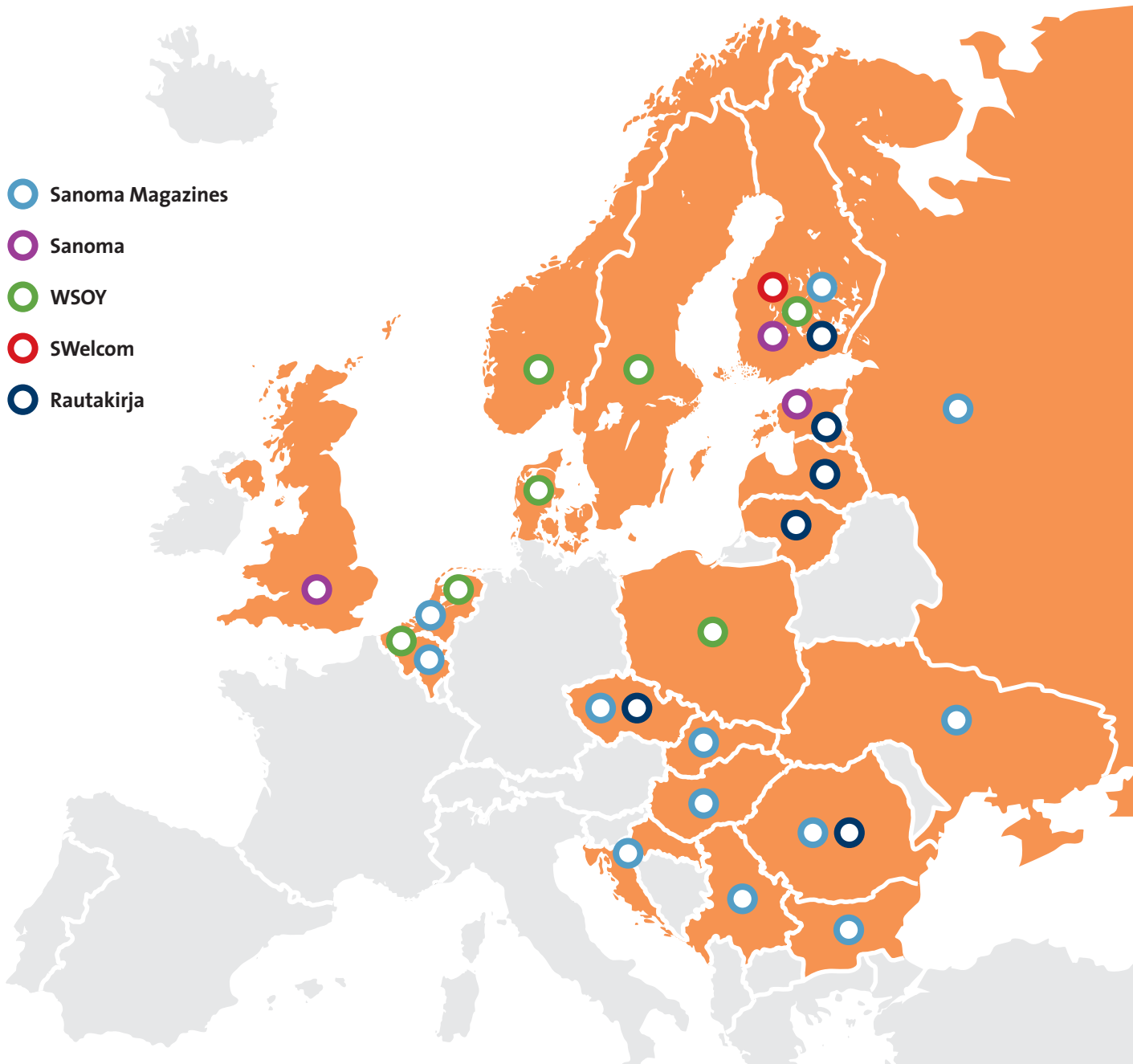
- Toimitusjohtaja Jorma Kaimio
- Liikevaihto 253,9 milj. €
- Liikevoitto 29,2 milj. €
- Oppimateriaalit, kustantaminen, painaminen ja kalenteri-liiketoiminta

## SWelcom

- Toimitusjohtaja Tapio Kallioja
- Liikevaihto 119,4 milj. €
- Liikevoitto 9,0 milj. €
- Sähköinen viestintä

## Rautakirja

- Toimitusjohtaja Erkki Järvinen
- Liikevaihto 659,7 milj. €
- Liikevoitto 41,5 milj. €
- Kioskikauppa, lehtitukkukauppa, kirjakauppa ja elokuvateatterit



- **Sanoma Magazines** - Belgia, Bulgaria, Hollanti, Kroatia, Romania, Serbia ja Montenegro, Slovakia, Suomi, Tšhekki, Ukraina, Unkari, Venäjä
- **Sanoma** - Iso-Britannia, Suomi, Viro
- **WSOY** - Belgia, Hollanti, Norja, Puola, Ruotsi, Suomi, Tanska
- **SWelcom** - Suomi
- **Rautakirja** - Latvia, Liettua, Romania, Suomi, Tšhekki, Viro

# Missio, visio, arvot, tavoitteet

## Mahdollisuuksien ja huippuosaamisen mediakonserni

### Missio

Missiomme on tyydyttää kilpailijoita paremmin ihmisten tiedon ja koulutuksen sekä helpomman ja onnellisemman elämän tarve.

### Visio

**SanomaWSOY:  
Mahdollisuuksien ja huippu-  
osaamisen mediakonserni.**

- Pitkä historiamme sekä laaja tuotevalikoimamme antavat meille hyvän lähtökohdan ja mahdollisuuden tyydyttää asiakkaidemme tiedon ja koulutuksen sekä helpomman ja onnellisemman elämän tarpeita kilpailijoita paremmin.
- Mediatyhtiönä menestyksemme on kiinni osaavista ihmisistä. Monialaisena ja kansainvälisenä yhtiönä voimme tarjota henkilöstöllemme runsaasti mahdollisuuksia jatkuvaan oppimiseen, itsensä kehittämiseen ja työkiertoon.

### Arvot

- **Luovuus**
- **Luotettavuus**
- **Dynaamisuus**

Luova työ on viestinnän ydin ja luovuus ja luotettavuus kaiken toimintamme perusta. Menestyksemme perustuu dynaamisiin ihmisiin.

## Strategiset tavoitteet

### Kasvu

- Kehittää kannattavia uusia tuotteita ja palveluja, joita voidaan menestyksekkäästi laajentaa monikanavaisiksi tai kansainvälisiksi
- Laajentaa toimintaa uusille kasvualueille
- Kansainvälistää lehtijakelua askel askeleelta

### Markkinajohtajuus

- Olla markkinajohtaja valitsemillamme markkina- ja liiketoiminta-alueilla ja hyödyntää onnistuneesti tätä asemaa
- Olla yksi Euroopan johtavista aikakauslehti- ja oppimateriaalikustantajista

### Kassavirta

- Varmistaa, että meillä jatkossakin on halutuimmat ja arvostetuimmat tuotteet ja palvelut
- Parantaa nykyisten liiketoimintojen kannattavuutta
- Realisoida ydinliiketoimintaan liittymätöntä omaisuutta ja liiketoimintaa

### Tapa toimia

- Varmistaa jatkuva kasvu ja kannattavuus
- Edistää jatkuvasti hyvää johtamistapaa
- Varmistaa nopeat, joustavat ja kustannustehokkaat prosessit

## Taloudelliset tavoitteet

### Taloudelliset tavoitteet on määritelty liikevoittoprosentteina (EBIT).

• Sanoma Magazines	9,0 %
• Sanoma	12,5 %
• WSOY	12,0 %
• SWelcom	7,5 %
• Rautakirja	6,0 %
• SanomaWSOY	9,0 %

Alustavan arvion mukaan IFRS-raportointiin siirtyminen vuoden 2005 alusta nostaa konsernin liikevoittoprosenttia noin 2,5 prosenttiyksikköä. Muutoksesta suurin osa kohdistuu Sanoma Magazinesiin.

SanomaWSOY tarkistaa seuraavan kerran taloudelliset tavoitteensa toukokuussa 2005 ensimmäisen vuosineljänneksen tulostulokauden yhteydessä.

Käyttöomaisuusinvestointien (Capex) vuosittainen normaalitaso on alle 100 milj. euroa ja omavaraisuusastetavoite noin 50 %.

### Osinkolupaus

SanomaWSOY harjoittaa aktiivista osinkopolitiikkaa ja jakaa osinkoina pääsääntöisesti puolet konsernin tuloksesta verojen jälkeen.



# SanomaWSOY:n linja

SanomaWSOY:n visiona on olla mahdollisuuksien ja huippuosaamisen mediakonserni. Haluamme, että kaikilla sidosryhmillämme – asiakkailta, työntekijöillä, omistajilla ja yhteistyökumppaneilla – on mahdollisuus menestyä kanssamme. Meille on myös tärkeää, että maat, joissa toimimme, menestyvät ja kehittyvät. Haluamme olla mukana myötävaikuttamassa tähän kehitykseen.

Toimimme lakien, muiden määräysten ja yleisesti hyväksytyjen käytäntöjen mukaan. Mielestämme pitkän aikavälin tavoitteet tulee saavuttaa kaikki sidosryhmät huomioon ottaen ja vastuuta kantaen.

### **Sitoutumaton ja luotettava uutisvälitys**

Tavoitteemme näkyy esimerkiksi Helsingin Sanomien toimintaperiaatteissa: Helsingin Sanomat on sitoutumaton päivälehti, joka pyrkii edistämään ja vahvistamaan kansanvaltaisuutta, yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta ja mielipiteen vapautta. Tehtävänsä lehti toteuttaa ensisijaisesti tasapuolisen, nopean ja luotettavan uutisvälityksen avulla. Uutisvälityksessään Helsingin Sanomien tavoitteena on muodostaa asioista yleiskuva, jonka perusteella kansalaiset voivat tehdä omia päätöksiään.

Helsingin Sanomat määrittää kantansa itsenäisesti, riippumatta poliittisista tai taloudellisista päätöksentekijöistä tai muista painostusryhmistä. Tätä riippumattomuuslinjaansa lehti seuraa myös päivittäisessä uutisvälityksessään.

Pyrkiessään puolustamaan ja vahvistamaan moniarvoisen yhteiskunnan kansanvaltaisuutta Helsingin Sanomat kiinnittää erityisesti huomiota mielipiteen vapauden toteutumiseen. Helsingin Sanomien käsityksen mukaan yhteiskunnan tasapainoinen kehitys on mahdollista vain silloin,

kun kaikkia kansalaisia palvelevan, monipuolisen tiedonvälityksen jatkuvuus on taattu. Sama ajattelu-tapa ohjaa koko SanomaWSOY-konsernin tiedonvälitystä.

### **Huippuosaamisen mediakonserni**

Tavoitteemme on, että toimintamme eri osa-alueet – sisällöntuotannosta ja toimintaprosesseista henkilöstöjohtamiseen, tehokkuuteen ja kannattavuuteen – täyttävät huippuosaamisen kriteerit. Samalla kunnianhimmolla on suhtauduttava myös lain hengen ja kirjaimen seuraamiseen.

Tämä näkyy esimerkiksi Sanoma Magazinesin yleisissä eettisissä periaatteissa: Sanoma Magazines on kansainvälinen yritys, jonka juuret ovat Euroopassa. Kiinnitämme erityistä huomiota sananvapauteen kunnioittaen niitä kulttuureja, joissa harjoitamme liiketoimintaamme. Konsernillamme on pitkät perinteet ja kiinnostus kehittää yhteiskuntaa sekä ihmisten henkistä ja taloudellista hyvinvointia. Vastuullinen suhtautuminen ympäristö- ja yhteiskunnallisiin kysymyksiin on toimintaperiaatteidemme olennainen osa.

### **Kohti multimediaa**

Viestintä ja mainonta kehittyvät monomediasta multimediasuuntaan. Teknologian kehitys nopeuttaa tätä trendiä. Tärkeimpiä muutosvoimia ovat tv:n digitalisoituminen, internet, tv-ohjelmien ajansiirtolaitteiden yleistymisen ja langattomuus. Tässä kehityksessä



SanomaWSOY on vahvasti mukana kaupallisesti kannattavalla tavalla. Suomessa olemme ylivoimaisesti johtava multimediatoimija. Kansainvälisesti tavoitteenamme on olla paras vaihtoehto niin aikakauslehtiin kuin oppimateriaaleihin liittyvissä multimediaratkaisuissa.

Liiketoimintayksiköille suuntautuneen toimintamme liikevaihto on noin 550 milj. euroa. Olemme pyrkineet rakentamaan asiakaskuntamme luottamuksen ja pitkäaikaisen yhteistyön varaan. Uskomme, että tulevaisuudessa voimme entistä paremmin, luovemmin ja monipuolisemmin palvella yritysasiakkaitamme.

### **Osaava henkilöstö on kaiken lähtökohta**

SanomaWSOY:n missiona on tyydyttää kilpailijoita paremmin ihmisten tiedon ja oppimisen tarpeet sekä tarve helpompaan ja onnellisempaan elämään.

Vapaa ja korkeatasoinen tiedonvälitys ja laadukas koulutus ovat perusedellytyksiä demokraattisten yhteiskuntien toimivuudelle. Medialla on tärkeä rooli myös ihmisten arjessa ja henkilökohtaisen elämän kysymyksissä. Se tarjoaa tietoa, ongelmanratkaisuja sekä virikkeitä ihmisten henkilökohtaiseen kehittämiseen.

Lukeminen ja lukutaito ovat sivistyksen ja kehityksen perusta.

Siksi SanomaWSOY:llä on toimintamaissaan vastuullinen ja tärkeä tehtävä.

Vaativan missiomme toteuttaminen edellyttää, että meillä on arvojemme mukainen luova, luotettava ja dynaaminen henkilöstö. Työntekijämme ovat osavia ja hyvin koulutettuja. Myös he edellyttävät, että toimimme oikeudenmukaisesti, palkitsemme kannustavasti ja koulutamme jatkuvasti. Hyvä henkilöstöpolitiikka on SanomaWSOY:n menestymisen perusedellytys.

Henkilökuntamme on korkeaa ammattitaitoa ja sitoutumista osoittaen vastannut kiitettävällä tavalla sekä toimintaympäristön että strategiaamme asettamiin haasteisiin. Toimintaympäristömme kuitenkin muuttuu ja kehittyy jatkuvasti. Tämä vaatii henkilöstöltämme jatkuvaa muutosvalmiutta. Muutokset tuovat mukanaan myös uusia sanomawsoyläisiä. Haluammekin toivottaa tervetulleiksi uudet kollegamme mm. Venäjältä, Ukrainasta,

Serbia ja Montenegrosta, Hollannista sekä Belgiasta.

Toimintamme luonteen ja laajuuden takia meidän tulee ymmärtää ja palvella asiakkaitamme mahdollisimman hyvin 20:ssä eri maassa. Olemmekin todella ylpeitä siitä, että sanoma- ja aikakauslehdillämme sekä kirjoillamme on vuosittain noin 50 miljoonaa lukijaa. Vuodessa meillä on noin 200 miljoonaa asiakasta kioskeissamme, kirjakaupoissamme ja elokuvateattereissamme. Jos he ovat tuotteidemme ja palveluidemme kuluttajina paremmin informoituja ja koulutettuja tai jos olemme tehneet heidän elämänsä helpommaksi ja onnellisemmaksi, olemme onnistuneet tavoitteessamme. ■

**Hannu Syrjänen**  
toimitusjohtaja



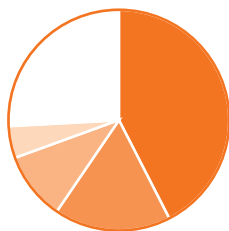
**Jaakko Rauramo**  
hallituksen puheenjohtaja

# SanomaWSOY Avainluvut

Avainlukuja, milj. €	31.12.2004	31.12.2003
Liikevaihto	<b>2 493,0</b>	2 395,9
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoa	<b>370,5</b>	338,4
Liikevoitto	<b>239,5</b>	205,2
Voitto ennen satunnaisia eriä	<b>212,2</b>	163,1
Taseen loppusumma	<b>2 528,8</b>	2 453,0
Bruttoinvestoinnit	<b>274,7</b>	94,8
Oman pääoman tuotto (ROE), %	<b>15,5</b>	11,9
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	<b>14,8</b>	11,4
Omavaraisuusaste, %	<b>39,0</b>	40,3
Omavaraisuusaste, % *)	<b>45,6</b>	47,6
Velkaantumisaste (Gearing), %	<b>85,4</b>	72,9
Velkaantumisaste (Gearing), % *)	<b>58,6</b>	46,4
Tulos / osake, €	<b>0,87</b>	0,69
Rahavirta / osake, €	<b>1,67</b>	1,65
Oma pääoma / osake, €	<b>5,99</b>	6,08
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	<b>16 207</b>	17 330
Osakekannan markkina-arvo	<b>2 632,2</b>	2 554,9

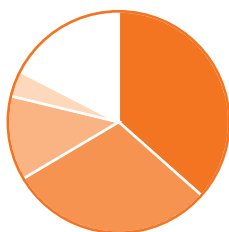
\*) Pääomalainat luettu omaan pääomaan.

## Liikevaihto liiketoimintaryhmittäin



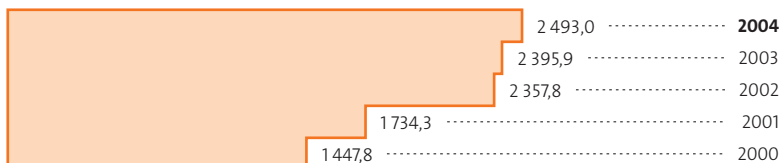
Sanoma Magazines	43 %
Sanoma	17 %
WSOY	10 %
SWelcom	5 %
Rautakirja	26 %

## Liikevoitto liiketoimintaryhmittäin



Sanoma Magazines	36 %
Sanoma	30 %
WSOY	12 %
SWelcom	4 %
Rautakirja	17 %

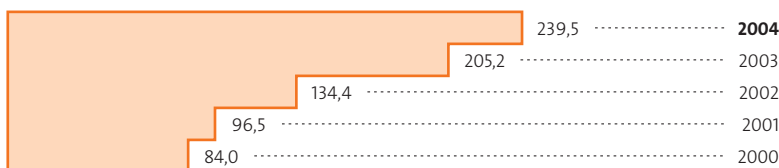
## Liikevaihto, milj. € \*)



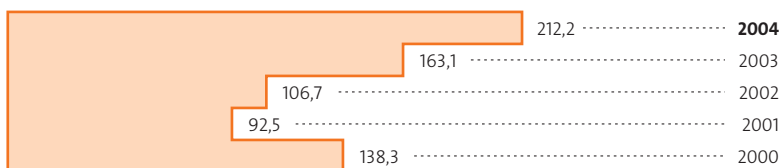
\*) Liikevaihdon laskentakäytäntöä on muutettu 2003.

Vuosien 2000–2002 tietoja ei ole oikaistu uuden käytännön mukaisiksi.

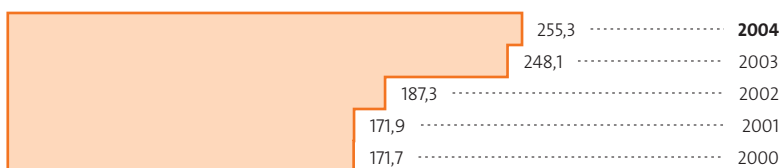
## Liikevoitto, milj. €



## Voitto ennen satunnaisia eriä, milj. €



## Liiketoiminnan rahavirta, milj. €



	Liikevaihto		Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja (EBITA)				Liikevoitto (EBIT)			
	2004	2003	2004	%	2003	%	2004	%	2003	%
<b>Sanoma Magazines</b>										
• Sanoma Uitgevers	528,8	540,6	106,4	20,1	105,1	19,4				
• Sanoma Magazines Belgium	186,0	182,1	18,4	9,9	17,7	9,7				
• Sanoma Magazines Finland	174,8	167,9	27,0	15,5	25,4	15,1				
• Sanoma Magazines International	138,3	127,2	9,1	6,6	13,4	10,5				
• Aldipress	115,7	109,3	2,3	2,0	-1,2	-1,1				
• Liiketoimintaryhmän sisäinen kaupankäynti / eliminoinnit	-59,8	-62,3	-1,2	-	-1,1	-				
<b>Yhteensä</b>	<b>1 083,7</b>	<b>1 064,8</b>	<b>162,0</b>	<b>14,9</b>	<b>159,1</b>	<b>14,9</b>	<b>86,9</b>	<b>8,0</b>	<b>78,8</b>	<b>7,4</b>
<b>Sanoma *)</b>										
• Helsingin Sanomat	250,8	243,7	41,0	16,3	30,4	12,5				
• IS Liiketoimintayksikkö	95,2	93,6	17,1	17,9	17,5	18,7				
• Sanoma Lehtimedia	54,0	52,7	9,5	17,6	8,1	15,4				
• Muut	133,7	176,3	10,4	7,8	21,4	12,1				
• Liiketoimintaryhmän sisäinen kaupankäynti / eliminoinnit	-98,5	-140,8	-	-	-	-				
<b>Yhteensä</b>	<b>435,2</b>	<b>425,5</b>	<b>78,0</b>	<b>17,9</b>	<b>77,5</b>	<b>18,2</b>	<b>71,2</b>	<b>16,4</b>	<b>69,4</b>	<b>16,3</b>
<b>WSOY *)</b>										
• Kustantaminen	178,7	142,6	26,9	15,1	12,7	8,9				
• Painaminen	59,0	60,2	8,1	13,7	7,4	12,3				
• Kalenteriliiketoiminta	30,3	32,1	0,7	2,4	1,4	4,5				
• Muut	5,1	4,6	-0,4	-7,4	5,0	109,4				
• Liiketoimintaryhmän sisäinen kaupankäynti / eliminoinnit	-19,1	-27,2	2,9	-	1,4	-				
<b>Yhteensä</b>	<b>253,9</b>	<b>212,2</b>	<b>38,3</b>	<b>15,1</b>	<b>28,0</b>	<b>13,2</b>	<b>29,2</b>	<b>11,5</b>	<b>22,6</b>	<b>10,6</b>
<b>SWelcom</b>										
• Nelonen	67,6	56,5	27,4	40,5	20,2	35,8				
• Muut	53,1	50,0	11,9	22,3	9,4	18,8				
• Liiketoimintaryhmän sisäinen kaupankäynti / eliminoinnit	-1,3	-1,7	-	-	-	-				
<b>Yhteensä</b>	<b>119,4</b>	<b>104,9</b>	<b>39,3</b>	<b>32,9</b>	<b>29,6</b>	<b>28,3</b>	<b>9,0</b>	<b>7,5</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>
<b>Rautakirja</b>										
• Kioskikauppa	347,3	352,8	22,3	6,4	20,1	5,7				
• Lehtitukku- ja kirjakauppa	79,5	87,6	12,6	15,9	11,9	13,6				
• Kirjakauppa	129,7	121,8	9,9	7,6	8,9	7,3				
• Elokuvatteatteritoiminta	56,8	52,8	8,5	15,0	7,8	14,8				
• Ravintolatoiminta	57,8	62,6	0,6	1,1	-0,2	-0,4				
• Liiketoimintaryhmän sisäinen kaupankäynti / eliminoinnit	-11,3	-23,8	-	-	-	-				
<b>Yhteensä</b>	<b>659,7</b>	<b>653,8</b>	<b>50,6</b>	<b>7,7</b>	<b>45,7</b>	<b>7,0</b>	<b>41,5</b>	<b>6,3</b>	<b>35,5</b>	<b>5,4</b>
Muut yhtiöt **) ja eliminoinnit	-59,0	-65,3	2,4		-1,4		1,7		-2,2	
<b>SanomaWSOY</b>	<b>2 493,0</b>	<b>2 395,9</b>	<b>370,5</b>	<b>14,9</b>	<b>338,4</b>	<b>14,1</b>	<b>239,5</b>	<b>9,6</b>	<b>205,2</b>	<b>8,6</b>

\*) EBITA ja EBIT sisältävät osuuden Rautakirjasta 1.3.2003 saakka.

\*\*) Emoyhtiö SanomaWSOY Oyj ja kiinteistö- ja sijoitusyhtiöt.

## Keskeisiä tapahtumia vuonna 2004

# Johdonmukaista strategian toteuttamista

### Kasvu ja markkinajohtajuus

SanomaWSOY:n strategiana on kehittää uusia ja kannattavia tuotteita ja palveluja, joita voidaan menestyksekkäästi laajentaa monikanavaisiksi ja kansainvälisiksi. Tavoitteena on olla Pohjoismaiden johtava mediayhtiö sekä yksi Euroopan johtavista aikakauslehti- ja oppimateriaalikustantajista. SanomaWSOY pyrkii markkinajohtajaksi valitsemillaan markkina- ja liiketoiminta-alueilla.

Vuoden 2004 aikana erityisesti konsernin aikakauslehtiliiketoiminta laajeni voimakkaasti itäisessä Keski-Euroopassa, jossa julkaistiin lukuisia uusia tuotteita – merkittävimpinä Esta ja Zin – ja laajennettiin toimintaa Serbia ja Montenegroon. Perinteisten aikakauslehtien lisäksi panostettiin erilaisiin oheistapahtumiin ja internethankkeisiin.

Vuoden 2004 aikana SanomaWSOY vahvisti merkittä-

västi asemiaan eurooppalaisilla oppimateriaalimarkkinoilla: keväällä lisättiin omistusta puolalaisesta, sähköisiin oppimateriaaleihin erikoistuneesta Young Digital Polandista. Kesällä SanomaWSOY osti Hollannissa ja Belgiassa toimivan oppimateriaalikustantaja Malmbergin. SanomaWSOY on nyt Euroopan viidenneksi suurin aikakauslehtikustantaja ja kuudenneksi suurin oppimateriaalikustantaja.

16.3. WSOY lunastaa Young Digital Polandin enemmistöosuuden

4.5. Uutislehti 100 siirtyy Sanomalle

12.2. SanomaWSOY:n vuositulo 2003: Tuloskehitys jatkui erinomaisena

6.4. Sanoma Magazines myy Milvus Förlags AB:n

30.6. Sanoma myy Savon Mediat Oy:n osakkeet Ilkka-Yhtymälle

7.5. SanomaWSOY:n osavuositulos 1.1.–31.3.2004: Hyvä tuloskehitys jatkuu – liikevoitto lähes kaksinkertaistui

### Kassavirta ja tapa toimia

SanomaWSOY:n tavoitteena on, että yhtiöllä on jatkossakin halutuimmat ja arvostetuimmat tuotteet ja palvelut. Konserni pyrkii myös parantamaan nykyisten liiketoimintojensa kannattavuutta ja realisoimaan ydinliiketoimin-

taansa liittymätöntä omaisuutta ja liiketoimintaa.

Vuonna 2004 konsernin tuloskehitys jatkui vahvana ja kaikki liiketoimintaryhmät paransivat tulostaan. Yhtiö jälleenrahoitti lainasalkkunsu, mikä alensi rahoituskuluja selvästi. Strategiansa mukaisesti yhtiö luopui vuoden

aikana ydinliiketoimintaansa kulumattomasta omaisuudesta ja liiketoiminnasta, esimerkiksi ruotsalaisesta aikakauslehtikustannusyhtiö Milvus Förlagsista ja ravintolaliiketoiminnasta sekä vähemmistöosuuksista mm. sanomalehtiyhtiöissä Savon Mediat ja Ilkka-Yhtymä.

SanomaWSOY jatkoi vuonna 2004 lehtijakeluliiketoimintansa kansainvälistämistä laajentamalla Romaniaan ja Liettuaan. Konsernilla on nyt erittäin vahva asema Baltian maiden lehtijakelu- ja elokuvateatterimarkkinoilla. Itäisen Keski-Euroopan maiden taloudet kasvavat voimakkaasti ja SanomaWSOY jatkaa panostuksiaan näille markkinoille myös vuonna 2005. Esimerkkinä tästä oli

tammikuussa 2005 julkaistu venäläisen Independent Median osto.

Sanomalehtiliiketoiminnan painopiste pysyy maksullisissa sanomalehdissä. Vuoden 2004 aikana tehtiin kuitenkin päätös, jonka mukaan kaupunkilehdet ovat yksi sanomalehtiliiketoiminnan kasvualueista. Vuoden aikana SanomaWSOY osti useita kaupunkilehtiä, esimerkiksi Uutislehti 100:n, Kellokas-lehtiperheen ja

Palvelulehti Itäväylän, sekä perusti uuden Sanoma Kaupunkilehdet-liiketoimintayksikön. Lisäksi SanomaWSOY ilmoitti perustavansa uuden kaupunkilehtiketjun, Kaupunkilehti Kympin, pääkaupunkiseudulle vuoden 2005 aikana. ■

**19.1.** SanomaWSOY ostaa Venäjän johtavan aikakauslehtikustantajan, Independent Median

**8.12.** Rautakirjalle lehtijakeluyhtiö Liettua

**14.12.** Palvelulehti Itäväylä siirtyy Sanomalle\*)

**22.12.** Sanoma Magazines International laajenee Serbia ja Montenegroon

**2.7.** Rautakirja laajentaa Romaniaan

**16.7.** SanomaWSOY ostaa Malmberg Investments B.V.:n

**10.8.** SanomaWSOY:n osavuosi-katsaus 1.1.–30.6.2004: Vuosi 2004 jatkui menestyksekkäänä

**23.9.** SanomaWSOY jälle-rahoitti lainasalkkunsa

**21.10.** Sanoma perustaa kaupunkilehtiä ja laajentaa Kellokas-lehtien toimintaa\*)

**28.9.** Kaupunkilehdet Kellokas ja Hyvinkään Kellokas Sanomalle

**8.11.** SanomaWSOY:n osavuosi-katsaus 1.1.–30.9.2004: Tulokset kehitys jatkui vahvana

**15.11.** Sanomalle 5,6 milj. euron myyntivoitto Ilkka-Yhtymän osakkeista

**22.12.** Rautakirja myy ravintola-liiketoimintansa

\*) Sanoma Osakeyhtiön julkaisema tiedote

SanomaWSOY:n tavoitteena on varmistaa jatkuva kasvu ja kannattavuus sekä edistää jatkuvasti hyvää johtamistapaa. Yhtiö pyrkii myös varmistamaan nopeat, joustavat ja kustannustehokkaat prosessit. Vuonna 2004 SanomaWSOY tehosti prosessejaan mm. keskittä-

mällä tietotekniikkatoimintojen ja selvittämällä taloushallinnon palvelukeskusten muodostamista. Yhteistyötä eri painojen kesken tiivistettiin ja paperihankintojen keskittämistä jatkettiin. Lisäksi henkilöstön koulutukseen panostettiin voimakkaasti. ■

Täydellinen lista SanomaWSOY:n vuoden 2004 aikana julkaisemista tiedotteista löytyy tilinpäätösosan sivulta 52 ja osoitteesta [www.sanomawsoy.fi](http://www.sanomawsoy.fi).

## Kilpailukenttä laajenee

Ihmisten ajankäyttö pirstaloituu. Kuluttajat ovat jatkuvan, usein ilmaiseksi koetun, eri tiedotusvälineistä tulevan tietotulvan keskellä. Mediatyhtiöiden kilpailukenttää tarkasteltaessa ihmisten ajankäyttö on nähtävä kokonaisuutena, jossa eri mediat kilpailevat muiden vapaa-ajanmahdollisuuksien kanssa.

Televisio on edelleen Euroopassa suosituin viestintäväline, joskin tv-kanavien lisääntyminen sirpaloi kohderyhmiä. Internetin käyttö lisääntyy nopeasti mm. laajakaistayhteyksien suosion ansiosta.

Sisältövaatimukset ovat kuitenkin muuttumassa. Asiakkaat odottavat sisältöpalveluilta tiedon lisäksi yhä kasvavassa määrin henkilökohtaista puhuttelevuutta ja elämyksellisyyttä. Digitalisaatio, tietoliikenteen nopea kehitys, langattomuuden ja liikkuvuuden lisääntyminen sekä monipuoliset päätelaitteet mahdollistavat täysin uudenlaiset tuotteet ja palvelut. Muutos tuo mukanaan paitsi mahdollisuuksia, myös kiristyvän kilpailun ihmisten ajasta.

### Vahvat brändit vahvistuvat ja laajenevat

Aikakauslehtimarkkinat ovat muuttumassa. Perinteiset aikakauslehdet – esimerkiksi National Geographic, Aku Ankka,

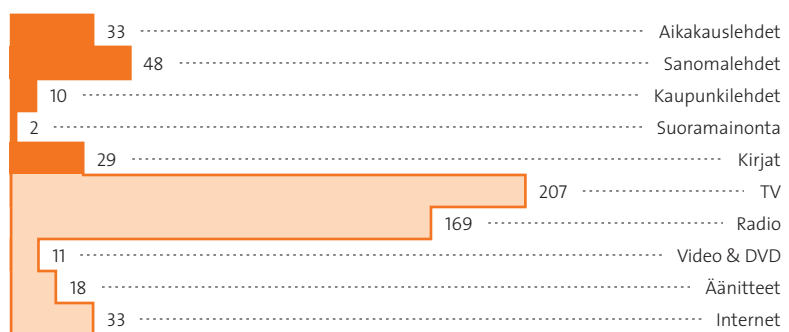
Me Naiset ja Libelle – tavoittavat satojatuhansia lukijoita ja elävät vuosikymmenestä toiseen. Näin ollen vahvat brändit vahvistuvat edelleen ja niitä hyödynnetään myös muussa liiketoiminnassa. Ns. brändin laajennukset (brand extensions) – esimerkiksi aikakauslehden nimeä hyödyntävät mesut, kodinkoneet ja tekstiilit – ovat nykyään merkittävä osa aikakauslehtiliiketoimintaa.

Toinen aikakauslehtimarkkinoiniin liittyvä kehityssuunta on lukijoiden yhä tarkempi analysointi ja segmentointi. Teknisen kehityksen ansiosta myös lyhytaikaisia aikakauslehtiä voidaan suunnata kannattavasti yhä pienemmille kohderyhmille. Juuri tällainen tarkasti kohdennettujen aikakauslehtien ns. niche publishing -markkina kasvaa Euroopassa.

### Ilmoitusmyynnin piristyminen näkyi sanomalehdissä

Pitkällä ajanjaksolla mainosmarkkinoiden kehitys seuraa varsin selkeästi bruttokansantuotteen kehitystä reagoiden hieman bruttokansantuotteen muutoksia voimakkaammin. Vuosituhannen vaihteen taantuma kuitenkin romahdutti mainosmarkkinat, ja toipuminen on ollut hidasta. Vasta vuoden 2004 jälkipuolella Suomen mainosmarkkinoilla alkoi näkyä selvempiä elpymisen merkkejä.

### Suomalaisten joukkoviestimiin käyttämä aika vuonna 2004 \*)



Lähde: TNS Gallup Oy

\*) minuuttia päivässä

Esimerkiksi työpaikkailmoittelu, jota pidetään yhtenä talouskehityksen indikaattorina, kasvoi 12 % vuonna 2004.

### Oppimateriaalikustantaminen elää murrosta

Oppimateriaalien kustantamisessa on Euroopassa parhaillaan tapahtumassa suuri muutos. Perinteisesti oppimateriaalien kustantaminen on ollut hyvin kansallista, minkä vuoksi suuria monikansallisia kustantajia on vähän. Ala on muuttumassa, kun oppisuunnitelmat yhtenäistyvät ja samoja, lokalisoitavia sisältömoduuleja voidaan tulevaisuudessa käyttää useissa eri oppimateriaaleissa. Internet, sähköiset oppimisympäristöt ja muut sähköiset oppimateriaalit lisäävät markkinoiden muutosta. Ennen kaikkea itäisen Keski-Euroopan maat panostavat tällä hetkellä voimakkaasti koulujärjestelmänsä kehittämiseen.

### Laajakaistaliittymien suosio kasvaa voimakkaasti

Vuoden 2004 aikana laajakaistaliittymien määrä lisääntyi vauhdilla. Suomessa oli vuoden 2004 lopussa internetliittymä joka toi-

## Mainosmarkkinoiden koko vuonna 2004, milj. USD

	Yhteensä	Sanomalehdet	Aikakauslehdet	TV	Radio	Elokuvat	Ulkomainonta	Internet
Hollanti	3 862	1 620	877	854	279	8	150	74
Venäjä	3 360	515	360	1 650	135	15	650	35
Puola	3 124	455	481	1 700	264	30	194	N/A
Belgia	2 679	623	324	1 163	284	29	225	32
Norja	2 358	1 072	260	720	127	20	95	64
Ruotsi	2 000	967	256	449	60	9	103	158
Unkari	1 923	214	211	1 260	109	7	122	N/A
Tanska	1 769	721	55	322	36	9	55	87
Tshekki	1 356	267	268	652	82	6	58	22
Suomi	1 279	699	209	253	54	2	36	26
Bulgaria	254	41	14	165	N/A	N/A	27	N/A
Romania	200	30	18	130	9	1	12	1
Liettua	95	28	12	41	7	0	6	2
Latvia	83	25	13	28	10	1	5	2
Viro	70	31	8	18	6	N/A	5	2

Lähde: ZenithOptimedia, 2004

sessä kotitaloudessa TNS Gallupin mukaan. Näistä jo noin puolet oli laajakaistaliittymiä, kun vuotta aikaisemmin vastaava luku oli noin 25 %. Laajakaistaiset internetliittymät mahdollistavat suuren muutoksen ihmisten median ja vapaa-ajan käyttöön. Esimerkiksi säätiedot, televisio-ohjelmat ja aikataulut tarkistetaan ja liput varataan yhä useammin internetistä.

### Lehtijakelun rooli tärkeä – ennen kaikkea itäisessä Keski-Euroopassa

Lehtijakelu on itäisessä Keski-Euroopassa perinteisesti koettu kustantamisen tukitoimintona. Tilanne on vähitellen muuttumassa ja markkinoilla nähdään, että oikein toteutettuna lehtijakelu on merkittävälle toimijalle hyvää ja kannattavaa liiketoimintaa. ■

## Bruttokansantuotteen ja mainosmarkkinoiden kasvu, %

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
Belgia	3,7	8,6	0,7	-3,1	0,7	10,3	1,1	11,0	2,5	10,0	2,5	9,9	2,1	10,0	2,1	9,1
Bulgaria	5,4	68,6	4,1	44,2	4,9	32,0	4,3	20,5	4,7	13,1	4,2	13,5	4,2	11,9	4,3	9,1
Hollanti	3,5	9,3	1,4	-3,7	0,6	-2,7	-0,9	-6,0	1,4	-1,2	2,0	1,7	2,1	3,1	2,3	2,4
Latvia	6,9	6,8	8,0	14,0	6,4	18,4	7,5	6,2	7,5	10,5	5,5	11,8	5,5	8,3	5,2	8,2
Liettua	3,9	-6,5	6,4	4,0	6,8	18,0	9,7	12,1	7,0	11,4	6,2	8,9	5,5	8,8	5,2	7,4
Norja	2,8	10,4	2,7	-0,8	1,4	3,6	0,4	15,1	3,1	8,4	2,9	5,6	2,3	4,4	2,1	3,7
Puola	4,0	14,4	1,0	23,7	1,4	4,9	3,8	10,9	5,5	6,5	4,5	5,9	4,0	4,9	4,1	3,8
Romania	2,1	2,0	5,7	-7,4	5,0	6,1	4,9	22,1	6,0	30,5	5,2	8,7	5,2	9,8	4,8	6,8
Ruotsi	4,4	13,8	1,2	-10,9	2,0	-3,9	1,7	0,2	3,3	2,2	3,0	5,4	2,7	6,8	2,3	5,1
Suomi	5,1	8,0	1,1	-5,1	2,3	-1,5	2,0	2,5	2,8	5,0	3,1	4,2	3,0	3,6	2,8	3,1
Tanska	2,8	4,8	1,6	0,0	1,0	-2,9	0,5	3,3	2,6	5,2	2,6	5,3	2,3	4,8	2,0	4,6
Tshekki	3,9	16,4	2,6	16,5	1,5	-1,2	3,1	7,7	3,9	9,5	4,1	7,5	4,4	7,9	4,4	7,2
Unkari	5,2	29,7	3,8	18,9	3,5	19,7	2,9	16,0	3,7	16,5	3,9	17,0	4,0	16,6	4,0	15,2
Venäjä	10,5	44,3	5,1	61,7	4,7	50,4	7,3	30,8	7,0	27,8	6,0	21,6	5,5	14,8	5,0	11,6
Viro	7,8	5,5	6,4	11,2	7,2	8,4	5,1	11,5	5,9	7,4	6,0	7,3	5,8	6,0	5,5	5,8

Lähteet: ZenithOptimedia, 2004, EIU

○ Bruttokansantuote ○ Mainosmarkkinat



Sanoma Magazines kuuluu Euroopan viiden suurimman aikakauslehtikustantajan joukkoon. Ryhmä julkaisee noin 270 lehteä ja toimii 12 maassa. Lehtien ohella kehitetään myös muita, lehtibrändejä hyödyntäviä viestintäkanavia, erityisesti internetiä. Liiketoimintaryhmän tavoitteena on vastata lukijoiden ja ilmoittajien tarpeisiin luomalla ja kehittämällä korkeatasoisia lehtiä ja multimediaratkaisuja, jotka mahdollistavat ryhmän jatkuvan kannattavuuden ja kasvun.

# Sanoma



#### Sanoma Uitgevers, Hollanti

- Naistenlehdet
- Miesten lehdet
- Sisustuslehdet
- Lasten ja nuorten julkaisut
- Yritysjulkaisut
- Muut toiminnot
  - ilse Media Groep
  - RCV Entertainment

#### Sanoma Magazines Belgium

- Naistenlehdet
- TV-lehdet
- Sisustuslehdet
- Yritysjulkaisut

#### Sanoma Magazines Finland

- Naisten- ja perhelehdet
- Tekniikkalehdet ja yritysjulkaisut
- Lasten ja nuorten julkaisut

#### Sanoma Magazines International

- Kuluttaja-aikakauslehdet ja yritysjulkaisut
  - Unkari
  - Tshekki
  - Slovakia
  - Romania
  - Kroatia
  - Bulgaria
  - Serbia ja Montenegro (2005)
  - Venäjä (2005)
  - Ukraina (2005)

#### Aldipress, Hollanti

- Lehtitukkukauppa

# ma Magazines

## Aikakauslehtien menestys jatkui

”**Sanoma Magazines** vahvisti markkina-asemaansa ja tulevaisuuden kasvumahdollisuuksiaan käynnistämällä vuonna 2004 ennätysmäärän uusia hankkeita. Kaikkiaan 29 tuotelanseerausta näki päivänvalon yhdeksässä toimintamaassamme.

Lukuisten lehtilanseerausten ohella panostimme erityisesti internet- ja multimedialiiketoimintojen kehittämiseen. Laajensimme edelleen yritysjulkaisujen kustantamista useimmilla markkinoillamme.

Sanoma Magazinesin laajentuminen Euroopassa jatkui. Toiminta Bulgarian aikakauslehti-

markkinoilla käynnistyi vahvasti Cosmopolitanin lanseerauksella. Aloitimme myös laajentumisen Serbia ja Montenegroon.

Toimintamme painopisteitä ovat päälehtiemme ja niiden markkina-aseman jatkuva kehittäminen. Tärkeimpien lehtiemme menestys oli keskeistä myös vuoden 2004 tuloksen kannalta.

Vaikka investoimme tuotekehitykseen enemmän kuin koskaan, paransimme edelleen hyvää tulostamme vahvojen markkina-asemien ja kustannustehokkuuden ansiosta.

Laajentuminen Venäjän markkinoille Independent Median oston myötä tammikuussa 2005 on vuoden merkittävimpiä tapahtumia. Kaupan ansiosta Sanoma Magazines on heti markkinajohtaja Venäjän kasvavilla ilmoitus- ja lukijamarkkinoilla.” ■

**Eija Ailasmaa**  
toimitusjohtaja  
Sanoma Magazines

Sanoma Magazinesin vuosi 2004 oli menestyksenkäs. Liiketoimintaryhmän liikevaihto kasvoi 1,8 % 1 083,7 milj. euroon ja liikevoitto kasvoi 10,2 %. Sanoma Magazines vahvisti asemaansa Euroopan viiden suurimman aikakauslehtikustantajan joukossa.

Kilpailutilanne oli haastava erityisesti Hollannissa. Kilpailuun vastattiin lanseeraamalla uusia lehtiä ja tehostamalla toimintaa.

### **Sanoma Uitgevers lanseerasi uusia tuotteita ja panosti multimediaan**

Sanoma Uitgeversin vuosi oli hyvä, vaikka kilpailutilanne Hollannissa oli haastava. Se lanseerasi 18 uutta tuotetta ja vahvisti asemaansa Hollannin johtavana monimedia-kustantajana.

Vuonna 2004 tuotiin markkinoille mm. kaksi kertaa kuukaudessa ilmestyvä naistenlehti Esta, kaksi kertaa kuukaudessa ilmestyvä julkkisten elämää seuraava Pulse, yli 50-vuotiaille suunnattu Zin ja isovanhemmille tarkoitettu Ook!. Nuorten lukijoiden uudet lehdet olivat Winnie de Poeh ja Disney Princes.

Sanoma Uitgevers hankki myös osuuden Preview-lehdestä, joka on Hollannin johtava elokuvalehti. Lisäksi perustettiin uusi, miesten lehtiin keskittyvä kustannusyhtiö, Sanoma Men's Magazines. Vuoden 2004 lehdeksi nimettiin Linda, jota julkaisee Sanoma Uitgeversin osakkuusyhtiö Mood for Magazines.



**Sanoma Magazines on suosittu kansainvälinen yhteistyökumppani monille tunnetuille aikakauslehtibrändeille – kuten National Geographic, Men's Health ja Aku Anka.**

Vuoden 2004 teemoihin kuului monikanavaistuminen. Libelle- ja Margriet-lehden lukijatapahtumien lisäksi ensimmäinen nuorille perheille suunnattu tapahtuma oli menestys. Kuluneena vuonna jo 20 % Sanoma Uitgeversin liikevaihdosta tuli aikakauslehtitoiminnan ulkopuolelta ns. brändin laajennuksista, kuten tapahtumista, kirjoista ja internetsivustoista.

ilse Media Groupin vuosi oli erittäin hyvä. Se osti useita internetsivustoja, mm. Kaboem.nl, weblog.nl ja CU2.nl, jotka vahvistivat huomattavasti ilsen asemaa nuorten hollantilaisten mediana. Myös Autoweek.nl ja Vrouwonline.nl menestyivät erinomaisesti.

#### **Sanoma Magazines Belgium paransi tulostaan**

Sanoma Magazines Belgium paransi tulostaan ja sen tärkeimmät lehdet säilyttivät markkina-asemansa kovasta kilpailusta huolimatta. Vuoden aikana Sanoma Magazines Belgium laajeni erikoislehtikustantamiseen kahdella yritystollalla ja lisäsi yritysjulkaisujen kustantamista.

Vuonna 2004 Sanoma Magazines Belgium käynnisti hankkeen, jonka tarkoituksena on lisätä aikakauslehtien osuutta ilmoitusmarkkinoista. Muut merkittävät belgialaiset aikakauslehtikustantajat liittyivät hankkeeseen vuoden aikana Febelman (Belgian aikakauslehtien liitto) puitteissa.

Sanoma Magazines Belgium laajensi palvelujaan ilmoitusasiakaille kehittämällä uusia markkinoinnin muotoja, kuten internet-palveluita, tapahtumia ja workshoppeja.

Vuonna 2005 Sanoma Magazines Belgiumin tavoitteena on kasvattaa markkinaosuuttaan lukija- ja ilmoitusmarkkinoilla sekä uusien tuotelanseerausten että yritystollien avulla. Painopistealueena on myös tehokkuuden ja prosessien kehittäminen.

#### **Sanoma Magazines Finlandin menestys jatkuu**

Vuosi 2004 oli erittäin hyvä Sanoma Magazines Finlandille. Liikevaihto nousi 4,1 %, 174,8 milj. euroon, ja oman toiminnan kannattavuus kehittyi ennätyskellisen hyvin.

Sanoma Magazines Finland menestyi myös lukijamarkkinoilla. Sen 40 lehden kokonaislevikki nousi 2,0 miljoonasta 2,2 miljoonaan.

ET-lehti, jonka kohderyhmä on 50+, ilmestyi kuluneena vuonna 15 kertaa aiemman 14 sijaan, ja vuonna 2005 numeroita ilmestyy 18. Me Naiset kasvatti edelleen levikkiään ja lukijakuntaansa. Aku Anka vietti 70-vuotispäiväänsä. Lehden suosio jatkui: Aku Anka on levikiltään Suomen suurin aikakauslehti, jota myytiin vuonna 2004 noin 300 000 kappaletta.





**Sanoma Magazines kustantaa suosittua Cosmopolitan-lehteä tällä hetkellä seitsemässä maassa – Bulgariassa, Hollannissa, Romaniassa, Suomessa, Ukrainassa, Unkarissa ja Venäjällä.**

Sanoma Magazines Finland laajensi maaliskuussa lehtivalikoimaansa lanseeraamalla kaksi kertaa kuukaudessa ilmestyvän Auto Bild Suomen ja kerran kuukaudessa ilmestyvän Meidän Perhe -lehden.

Vuoden aikana Sanoma Magazines Finland jatkoi keskittymistä ydinliiketoimintaansa. Maaliskuussa ITviikko siirtyi Sanomalle ja toukokuussa myytiin ruotsalainen aikakauslehtikustantaja Milvus Förlags.

Sanoma Magazines Finlandin vahva asema lukijamarkkinoilla antaa hyvän lähtökohdan vuodelle 2005. Lehtivalikoimaa kehitetään jatkossakin ottaen huomioon markkinoiden trendit ja yhteiskunnassa vallitsevat arvot.

#### **Sanoma Magazines International lanseerasi monia uutuuksia**

Sanoma Budapestin liiketoiminta jatkui vahvana vuonna 2004, vaikka hintakilpailu Unkarin ilmoitusmarkkinoilla kiristyi. Parhaiten menestyivät Best, Szines RTV ja Story. Tammikuussa Sanoma Budapest lanseerasi naistenlehti Maximan ja syyskuussa kulttuuritarjontaan keskittyvän Exit-kaupunkilehden yhdessä Sanoma

Exit Communicationin kanssa. Miesten elämäntapalehti FHM, jonka kustantaja on yhteisyritys Hearst Sanoma Press Publications, sai pronssisen EFFI-palkinnon – yhden arvostetuimmista kansainvälisistä ilmoitustehokkuudesta myönnettyistä palkinnoista.

Vaikka Tshekin talous kasvoi, kuluttajien luottamus laski arvonlisäveron korotusten ja EU:hun liittymisen seurauksena.

Sanoma Magazines Praha lopetti kaksi vuoden alussa aloittamaansa lehteä viikkolehtien kilpailun kiristyttyä lukuisten alemman hintaluokan lehtien lanseerausten myötä. Varmistaakseen markkinaosuutensa Sanoma Magazines Praha lanseerasi vuoden aikana useita tämän kategorian julkaisuja. Joulukuussa Sanoma Magazines Praha myi yrityslehtensä ja keskittyi kuluttaja-aikakauslehtiin säilyttääkseen johtavan markkina-asemansa kuluttaja-aikakauslehdissä.

Sanoma Hearst Romania lisäsi valikoimaansa Bine! pentru mine -naistenlehten, joka ilmestyy kaksi kertaa kuukaudessa. Story ja TV Story ilmestyvät nykyään kerran viikossa, kun ne aiemmin ilmestyivät kaksi kertaa kuukaudessa.

Sanoma Magazines Zagrebin uusiin lanseeraus on kaksi kertaa kuukaudessa ilmestyvä elämäntapalehti Viva, joka tuotiin Kroatian markkinoille lokakuussa 2004. Yhtiö vahvisti vuoden aikana lehtivalikoimaansa ja multimedia-tuotteitaan.

Slovakian johtava yrityslehtikustantaja Sanoma Magazines Slovakia saavutti tavoitteensa vuonna 2004. Sanoma Bliasak Bulgaria puolestaan vahvisti lehtivalikoimaansa ja maaliskuussa 2004 lanseeratun Cosmopolitan-lehden menestystarina jatkui.



**Monien suosittujen aikakauslehtibrändien – kuten Vauva-lehden – ympärille on syntynyt laajoja, aktiivisia virtuaaliyhteisöjä.**

#### **Aldipress – kasvun ja kehittymisen vuosi**

Aldipress vahvisti asemaansa lehti-jakelussa, vaikka Hollannin vähittäiskaupan markkinatilanne oli vaikea vuonna 2004.

Aldipressin markkinaosuus ruokakauppaketjien lehti-jakelussa kasvoi vuoden aikana 68 %:sta lähes 75 %:iin. Lisäksi Shell valitsi Aldipressin huolto-asepaketjuna ainoaksi aikakauslehtien ja kotiviihdetuotteiden toimittajaksi Hollannissa.

Aldipress käynnisti vuoden aikana useita pilottiprojekteja, joiden tarkoituksena on kehittää uusia vähittäiskaupan kanavia.

Vuoden 2004 alussa Aldipress otti hoitaakseen merkittävän kustantajan, De Telegraaf Tijdschriften Groepin (TTG), tukku- ja jakelutoiminnot ja lisäsi näin valikoimiinsa yhdeksän merkittävää lehteä.

Osana toimintojen tehostamisesta Aldipressin palautuslehtien käsittely ja kaikki logistiikkatoiminnot keskitetään yhteen paikkaan. Samalla sisäisiä prosesseja ja tietojärjestelmiä kehitetään.

#### **Independent Media Holding – Venäjän johtava aikakauslehtikustantaja**

Tammikuussa 2005 Sanoma Magazines ilmoitti Independent Media Holdingin ostamisesta. Yhtiöön kuuluu kuusi Venäjällä ja Ukrainassa toimivaa yhtiötä. Kaupan myötä Sanoma Magazinesista tulee johtava aikakauslehtien kustantaja Venäjällä. ■

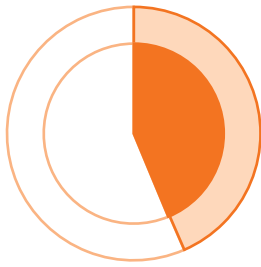
#### **ilse Media – johtava hollantilainen verkkokustantaja**

ilse Median strategisia painopistealueita ovat hakukoneet ja -portaalit, uutissivustot sekä nuorison virtuaaliyhteisöt.

Tällä hetkellä ilse Median sivustoilla on noin 450 miljoonaa sivulatausta kuukaudessa. Yhtiön liikevaihto kasvaa nopeasti ja voittomarginaalit ovat suuremmat kuin painetun median kuluttajamarkkinoilla. Joulukuussa 2004 ilse Median sivustot, ilse.nl, Startpagina.nl ja Nu.nl, palkittiin Hollannin vuoden verkkosivu -kilpailussa.

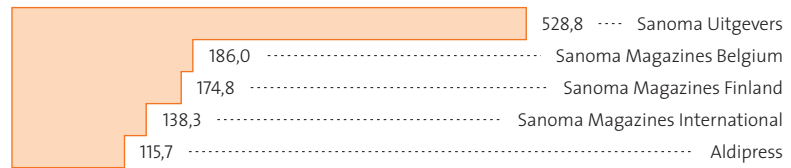
Sanoma Magazinesilla on vahva asema verkkopalveluiden tuottajana, ja palvelut ovat tärkeä osa ryhmän liiketoimintaa. Vuonna 2005 Sanoma Magazines vahvistaa internettoimintojaan ja -osaamistaan tärkeimmissä toimintamaissaan. Näkyvyyttä lisätään lanseerausten, yhteistyösopimusten ja yritysostojen avulla. ■

## Sanoma Magazines liikevaihto ja EBITA, %

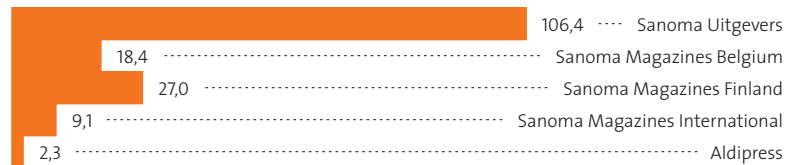


Liikevaihto 43 % konsernista  
EBITA 44 % konsernista

## Liikevaihto liiketoiminnoittain, milj. €



## EBITA liiketoiminnoittain, milj. €



## Johtoryhmä

**Eija Ailasmaa**, (pj.), s. 1950  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Magazines B.V.

**Koos Guis**, s. 1947  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Magazines  
International B.V.

**Edo Meerloo**, s. 1948  
toimitusjohtaja,  
B.V. Aldipress

**Raili Mäkinen**, s. 1944  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Magazines Finland Oy

**Walter van der Schaaff**, s. 1958  
talousjohtaja,  
Sanoma Magazines B.V.

**Dirk Van den Bossche**, s. 1962  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Magazines Belgium N.V.

**Pim de Wit**, s. 1952  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Uitgevers B.V.

**Paul van Driessen**, s. 1954  
johtoryhmän sihteeri,  
lakiasiainjohtaja,  
Sanoma Magazines B.V.

## Taloudellisen kehityksen avainlukuja, milj. €

	31.12.2004	31.12.2003
Liikevaihto	<b>1 083,7</b>	1 064,8
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja	<b>162,0</b>	159,1
% liikevaihdosta	<b>14,9</b>	14,9
Liikevoitto	<b>86,9</b>	78,8
% liikevaihdosta	<b>8,0</b>	7,4
Liikevoitto ilman osakkuusyhtiötä % liikevaihdosta	<b>80,4</b>	67,2
	<b>7,4</b>	6,3
Taseen loppusumma	<b>1 515,2</b>	1 504,7
Bruttoinvestoinnit	<b>19,8</b>	18,4
Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI)	<b>8,4</b>	6,9
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	<b>4 522</b>	4 421
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	<b>3 992</b>	3 879

## Toiminnalliset tunnusluvut, 1.1.–31.12.

	2004	2003
Myydyt kpl:t lehtitukkukaupassa (Aldipress), tuhansia	<b>121 822</b>	115 124
Julkaistuja aikakauslehtiä, kpl	<b>243</b>	232
Myydyt aikakauslehdet, tuhansia	<b>410 007</b>	411 421
Aikakauslehtien myytyjen ilmoitussivujen määrä	<b>46 042</b>	47 122



Sanoma kustantaa ja painaa Pohjoismaiden suurinta tilattavaa sanomalehteä Helsingin Sanomia sekä Suomen toiseksi suurinta sanomalehteä Ilta-Sanomia. Muita Sanoman valtakunnallisia lehtiä ovat talouselämän päivälehti Taloussanomat, pelaamisen ja urheilun erikoislehti IS Veikkaaja sekä ilmoituslehdet Keltainen Pörssi ja Palsta. Päivälehtien Etelä-Saimaan, Kouvolan Sanomien ja Kymen Sanomien lisäksi Sanomalla on paikallis- ja kaupunkilehtiä Kaakkois-Suomen alueella ja kaupunkilehtiä Uudellamaalla. Lisäksi Sanoma tuottaa kuvatoimisto- ja uutisseurantapalveluja.

# Sanoma



## Helsingin Sanomat

- Oikotie

## Ilta-Sanomiat

- Ilta-Sanomiat
- IS Veikkaaja
- Ilmoituslehdet
  - Keltainen Pörssi
  - Palsta
  - Kuldne Börs

## Sanoma Lehtimedia

- Maakuntalehdet
  - Etelä-Saimaa
  - Kouvolan Sanomat
  - Kymen Sanomat
- Paikallislehdet, 6 kpl
- Kaupunkilehdet, 2 kpl

## Taloussanomat

- Taloussanomat
- Utistoimisto Startel
- ITviikko
- Digitoday.fi

## Sanoma Kaupunkilehdet

- Uutislehti 100
- Kellokas
- Palvelulehti Itäväylä
- Uusi kaupunkilehtiketju, Kaupunkilehti Kymppi, keväällä 2005

## Sanomapaino

- 5 painoa

## Lehtikuva

## Esmerk

## Sanoma Data



## Painopiste sanomalehdissä, kaupunkilehdet uusi kasvualue

"**Sanoma Osakeyhtiö** on Suomen johtava päivittäisen sisällön tuottaja. Päämääränämme on olla Pohjoismaiden kannattavin mediatalo, joka tekee lukija- ja ilmoittaja-asiakkailleen maan arvostetuimpia mediatuotteita.

Strategisia tavoitteitamme ovat kasvu, kannattavuuden parantaminen ja markkina-aseman vahvistaminen erityisesti Uudellamaalla, irtonumero- ja kaupunkilehtimarkkinoilla sekä verkossa. Tähtäämme tavoitteisiimme tuotekehityksen, yritysostojen, uusien tuotteiden perustamisen, konsernivoiman hyödyntämisen sekä toiminnallisen ylivoiman vahvistamisen avulla. Hyvinvoiva ja ammatissaan jatkuvasti kehittyvä henkilöstö on meille olennaisen tärkeä.

Vuonna 2004 saavutimme kasvu- ja tulostavoitteemme erittäin hyvin, Sanoman tulos oli historian paras. Myös mediemarkkinat kehittyivät loppuvuotta kohden suotuisasti.

Vuodelta 2005 haemme kasvua ja edelleen parantuvaa tulosta. Uskomme hyvään vuoteen myös lukijamarkkinoilla. Mediemarkkinoiden uskomme kasvavan edelleen, joskin on syytä varautua myös yllättäviin käännteisiin." ■

**Mikael Pentikäinen**  
toimitusjohtaja  
Sanoma

Vuonna 2004 Sanoman liikevaihto kasvoi 435,2 milj. euroon ja liikevoitto parani 2,7 %. Sanoman painopiste on tulevaisuudsakin tilattavissa ja myytävissä sanomalehdissä. Vuoden 2004 aikana kaupunkilehdet määriteltiin yhdeksi kiinnostavaksi kasvualueeksi. Vuoden aikana Sanoma osti joukkoliikennelehti Uutislehti 100:n, Kellokas ja Palvelulehti Itä-väylä -kaupunkilehdet sekä ilmoitti perustavansa kaupunkilehtiketjun Uudellemaalle vuoden 2005 aikana. Kaupunkilehdille perustettiin oma liiketoimintayksikkö, Sanoma Kaupunkilehdet. Vuoden 2005 alussa Sanoma yhtiöitti toimintonsa. Yhtiöittämisellä haetaan toiminnallista selkeyttä ja kustannustehokkuutta.

### **Helsingin Sanomat mursi toimintarajojaan**

Helsingin Sanomat on Suomen johtava mainosmedia. Sen tuoteperhe sisältää päivälehdet, Nyt-viikkoliitteen, Kuukausiliitteen, sähköisen Verkko-liitteen ja Nyt.fi:n sekä seitsemän päivälehdet yhteisen luokitellun ilmoittelun verkkopalvelun, Oikotien.

Syksyllä 2004 Helsingin Sanomien työpaikkailmoittelu kääntyi voimakkaaseen kasvuun. Oikotie-verkkopalvelun Työpaikat-osion tuotot kasvoivat 47 % vuoteen 2003 verrattuna.

Vuoden 2004 aikana Helsingin Sanomat mm. aloitti HS-kirjojen kustantamisen ja kehitti uusia

toimintatapoja järjestämällä sarjan eurovaalikeskusteluja Sanomatalon Mediatorilla yhteistyössä Nelosen kanssa.

Vuonna 2005 Helsingin Sanomien tavoitteena on kasvattaa mediemarkkinaosuuttaan ja levikkiään erityisesti Uudellamaalla.

### **Helsingin Sanomien lehtipainosta Sanomapaino**

Helsingin Sanomien lehtipainossa vakiinnutettiin vuoden 2003 lopulla uudistettu lehden tuotantotapa, kehitettiin uusia tuotteita sekä valmistauduttiin painotoimintojen yhtiöittämiseen vuoden 2005 alussa. Nyt liiketoimintaryhmän painotoiminta on koottu Sanomapainoon, joka on Pohjoismaiden suurimpia sanomalehtipainoja.

Vuonna 2005 Sanomapainon tavoitteena on tuotantovarmuuden parantaminen, uusien painotyöasiakkaiden hankinta sekä viennin lisääminen erityisesti Länsi-Eurooppaan.

### **Ilta-Sanomien vahvasti otettaan irtonumeromarkkinoista**

Ilta-Sanomien on Suomen johtava irtonumerokustantaja, jonka markkinaosuus irtonumeromyynnistä on noin 32 % ja iltapäivälehtien markkinoista yli 60 %. Liiketoimintayksikön päätuotteet, Ilta-Sanomien liitteinen, urheilun ja pelaamisen IS-tuoteperhe sekä ilmoituslehti Keltainen Pörssi, ovat kaikki markkinoidensa johtavia tuotteita.



### **Kaupunkilehdet – kuten joukkoliikennelehti Uutislehti 100 – ovat kiinnostava tulevaisuuden kasvualue.**

Vuonna 2004 Ilta-Sanomien vahvistettiin otettaan irtonumeromarkkinoista ja lanseerattiin useita uusia lehtiä: aikakauslehtimuotoisen Ilta-Sanomien Plussan, urheilun IS-erikoislehtiä, Ilta-Sanomien TV-lehden ja Ilta-Sanomien Ristikkolehden. IS Urheilu-uutiset aloittivat Nelosella helmikuussa 2004.

Ilta-Sanomien tavoitteena on nousta Suomen johtavaksi monikanavakustantajaksi. Vuonna 2005 Ilta-Sanomien jatkaa tuoteperheensä laajentamista.

### **Sanoma Lehtimedian ilmoitusmyynti odotettua parempi**

Marraskuussa 2004 Kymen Lehtimedia muutti nimensä Sanoma Lehtimediaksi. Yhtiö kustantaa päivä-, paikallis- ja kaupunkilehtiä. Sanoma Lehtimediaan kuuluvat Etelä-Saimaa, Kouvolan Sanomat ja Kymen Sanomat, kuusi paikallislehteä sekä kaksi kaupunkilehteä.

Päivälehtien levikit olivat pääosin vuoden 2003 tasolla ja ilmoitusmyynti oli odotettua parempi. Venäjän viennin päättyminen vuoden alussa merkitsi henkilömäärän sopeutusta. Painot saivat kuitenkin uuden, suuren asiakkaan Tanskasta. Lehtimedian painot siirtyivät vuoden 2005 alusta Sanoma-painon organisaatioon.

Vuoden 2005 aikana ilmoitusmyynti- ja levikkitulojen odotetaan kehittyvän edelleen hyvin.

### **Taloussanomien johtavaksi ICT-päätäjämmediaksi**

Syyskuussa 2004 Startel Oy muuttui Taloussanomien Oy:ksi. Taloussanomien Oy:hyn kuuluvat Taloussanomien lisäksi uutistoimisto Startel, ITviikko ja Digitoday.fi-verkkopalvelu.

Taloussanomien nousi keväällä Suomen johtavaksi ICT-päätäjien mediaksi, kun se hankki ITviikon julkaisu-oikeudet ja osti Digitoday.fi-verkkopalvelun.

Vuonna 2005 Taloussanomien keskittyi yleistaloustuotantoon lisäksi valittuihin painopistealueisiin. Taloussanomien sähköisten palveluiden kävijämäärät kasvoivat merkittävästi vuonna 2004 ja palveluja kehitetään voimakkaasti myös vuonna 2005.

### **Lehtikuvalta liikkuvaa kuvaa**

Lehtikuva on Suomen suurin kuvatoimisto. Vuoden 2004 tärkeimmät projektit olivat Ateenan Olympiakisat ja Paralympialaiset. Lehtikuvalla on tavoitteena päästä lähes päivittäiseen uutisvideotuotantoon vuonna 2005. Helsingin yleisurheilun MM-kisat ovat Lehtikuvan suurin toimituksellinen projekti vuonna 2005.

### **Esmerkin kasvu jatkuu**

Esmerk tuottaa räätälöityjä mediaseurantapalveluja. Vuonna 2004 Esmerk laajensi toimintaansa.

Suomen markkinoilla sähköinen mediaseurantapalvelu vakiinnutti asemansa ja mediaseuranta laajeni 21 uuteen maahan. Vuonna 2005 tavoitteena on jatkaa kasvua ensisijaisesti Länsi-Euroopassa. ■

### **Oikotie – Suomen suurin luokitellun ilmoittelun verkkopalvelu**

Oikotie on Suomen suurin luokitellun ilmoittelun verkkopalvelu. Palvelulla on kuukausittain 560 000 yksittäistä käyttäjää, ja se tavoittaa joka päivä noin kaksi miljoonaa suomalaista. Oikotiessä ovat mukana Sanoman lehtien – Helsingin Sanomat, Etelä-Saimaa, Kouvolan Sanomat ja Kymen Sanomat – lisäksi Turun Sanomat, Etelä-Suomen Sanomat ja Hämeen Sanomat.

Oikotie tarjoaa asiakkailleen luokiteltujen ilmoitusten markkinapaikan, joka yhdistää sanomalehden ja verkon vahvuudet. Oikotieltä löytyy asuntojen, autojen, koulutuksen ja työpaikkojen lisäksi matkailun hakupalvelu, joka lanseerattiin tammikuussa 2005. Tavoitteena on kasvattaa matkailusta kävijämäärältään suurin osio.

Palvelu on voitollinen, ja sen liikevaihto kasvoi vuoden 2004 aikana 81 %. ■

## Sanoma liikevaihto ja EBITA, %



Liikevaihto 17 % konsernista  
EBITA 21 % konsernista

## Liikevaihto liiketoiminnoittain, milj. €



## EBITA liiketoiminnoittain, milj. €



## Johtoryhmä

**Mikael Pentikäinen**, (pj.), s. 1964  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Osakeyhtiö

**Veli-Pekka Elonen**, s. 1965  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Data Oy,  
johtaja, Kehitys- ja lakipalvelut,  
Sanoma Osakeyhtiö

**Pekka Harju**, s. 1962  
toimitusjohtaja,  
Ilta-Sanomat Oy

**Antti Mäkelä**, s. 1952  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Lehtimedia Oy  
ja Sanomapaino Oy

**Juhani Pekkala**, s. 1955  
toimitusjohtaja,  
Taloussanomat Oy

**Niko Ruokosuo**, s. 1961  
toimitusjohtaja,  
Sanoma Kaupunkilehdet Oy

**Pekka Soini**, s. 1957  
toimitusjohtaja,  
Helsingin Sanomat Oy

**Eija Rinta**, s. 1955  
johtoryhmän sihteeri, talousjohtaja,  
Sanoma Osakeyhtiö

## Taloudellisen kehityksen avainlukuja, milj. €

	31.12.2004	31.12.2003
Liikevaihto	435,2	425,5
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoa	78,0	77,5
% liikevaihdosta	17,9	18,2
Liikevoitto	71,2	69,4
% liikevaihdosta	16,4	16,3
Liikevoitto ilman osakkuusyhtiöitä	71,0	67,3
% liikevaihdosta	16,3	15,8
Taseen loppusumma	462,4	447,7
Bruttoinvestoinnit	24,9	29,7
Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI)	24,5	23,5
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	2 746	4 027
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	2 389	3 041

## Toiminnalliset tunnusluvut, 1.1.–31.12.

	2004	2003
<b>Helsingin Sanomat</b>		
Arkilevikki, kpl *)	424 598	429 244
Sunnuntailevikki, kpl *)	492 385	500 269
Ilmoitusvolyyymi (palstametriä)	41 251	42 359
<b>Ilta-Sanomat</b>		
Levikki, kpl *)	201 281	198 693
Ilmoitusvolyyymi (palstametriä)	6 797	7 036
<b>Taloussanomat</b>		
Levikki, kpl *)	39 229	34 784
Ilmoitusvolyyymi (palstametriä)	2 735	2 393
<b>Muut päivälehdet</b>		
Lehtien yhteislevikki, kpl *)	88 952	88 715
Ilmoitusvolyyymi (palstametriä)	23 319	21 967
<b>Paikallislehdet</b>		
Lehtien yhteislevikki, kpl	32 781	33 100
Ilmoitusvolyyymi (palstametriä)	9 055	8 179
Paperin kulutus, tonneja	98 896	99 724

\*) Levikit ovat tarkastettuja.



WSOY on Suomen suurin kirjankustantaja ja merkittävä eurooppalainen oppimateriaalikustantaja. Yhtiö on myös Pohjoismaiden suurimpia kirjapainajia ja johtava kalenterikustantaja.

# WSOY



- Oppimateriaalit**
  - WSOY Oppimateriaalit
  - Malmberg
  - Van In
  - Young Digital Poland (55 %)
- Kustantaminen**
  - WSOY Yleinen kirjallisuus
  - WSOY Business Information
    - Docendo Group
    - Everscreen (64 %)
  - Weilin+Göös
    - Bertmark Media
- Painaminen**
  - WS Bookwell
  - Lönnberg Painot
  - Dark
- Kalenteriliiketoiminta**
  - Ajasto Osakeyhtiö
    - Almanacksförlaget
    - Emil Moestue



## Oppimateriaalien kansainvälistäminen käynnistyi

"WSOY otti vuonna 2004 tärkeän kansainvälistymisaskelen ostamalla Belgiassa ja Hollannissa toimivan oppimateriaalikustantaja Malmbergin. Tavoitteena on olla yksi Euroopan johtavista oppimateriaalikustantajista. Aseman saavuttaminen perustuu korkeaan laatuun ja oppimisjärjestelmien uudenaikaiseen valmistamistapaan, jossa eri maissa kehitettyjä aineistoja voidaan käyttää hyväksi.

Vuonna 2005 WSOY:n tavoitteena on laajentaa edelleen oppimateriaalikustantamista Euroopassa. Pohjoismaissa WSOY jatkaa laadukkaiden kirjojen kustantajana ja vahvistaa asemaansa Suomessa kustantajana sekä kirjakulttuurimme vaalijana ja uudistajana. Erinomainen menestys maamme kirjamarkkinoilla vuonna 2004 kertoo kukoistavasta kustannusyhtiöstä, joka samanaikaisesti kansainvälistyy ja julkaisee Mirkka Rekolan Valekuun reitin suomalaisen runonystävän nautinnoksi." ■

**Jorma Kaimio**  
toimitusjohtaja  
WSOY

Vuonna 2004 WSOY:n tärkeimpiä tavoitteita oli oppimateriaalikustantamisen kansainvälistäminen sekä yleisen kirjallisuuden ja oppimateriaalien markkinaosuuskasvattaminen Suomessa. Molemmat tavoitteet saavutettiin. WSOY:n liikevaihto kasvoi 253,9 milj. euroon ja liikevoitto parani 29,4 %.

Young Digital Polandin enemmistöosuuden lunastaminen maaliskuussa aloitti WSOY:n oppimateriaalikustantamisen kansainvälistämisen vuoden. Marraskuussa saatiin päätökseen kauppa, jolla Hollannissa ja Belgiassa toimiva oppimateriaalikustantaja Malmberg Investments tuli osaksi WSOY:tä. Malmbergista, Van Inistä sekä WSOY Oppimateriaaleista, eWSOY:stä ja Puolan tytäryhtiöstä Young Digital Polandista muodostettiin uusi liiketoiminta, SanomaWSOY Education.

Suomessa on meneillään peruskoulun ja lukion opetussuunnitelmien muutos. WSOY Oppimateriaalit uudistaa parhaillaan kaikkien luokka-asteiden ja kaikkien oppiaineiden materiaaleja ja tämä työ jatkuu vuoden 2007 loppuun.

### **Yleinen kirjallisuus menestyi**

Kustantamisen vuosi 2004 oli hyvä erityisesti yleiselle kirjallisuudelle. Kotimainen kaunokirjallisuus oli edelleen suomalaisten suosiossa. Käännöskirjallisuudessa Dan Brownin trilleri Da Vinci -koodi sai aikaan poikkeuksellisen buumin ja kirjaa myytiin vuoden loppuun mennessä noin 158 000 kappaletta. Suomennos ilmestyi kesäkuussa, ja heti hyvin liikkeelle lähtenyt myynti osoitti, ettei kirjojen huippusesonki enää rajoitu pelkkään syksyyn.

WSOY:n Lasten- ja nuortenkirjallisuuden vuoden tapaus oli pohjoismainen kuvakirjakilpailu, jonka päävoitto tuli Suomeen. Voittaja oli kuvittaja Martti Ruokosen ja kirjailija Jukka Laajarinteen Mummon kone. WSOY julkaisee kaikkien viiden suomalaisfinalistin kirjat syksyllä 2005.

Suurteosliiketoiminnan (Weilin+Göös, Bertmark) merkkitapaus oli Suomen Factum-tietosanakirjan Aha!-sisarteoksen menestys Ruotsissa. Bertmark myi 10-osaiseksi kasvavaa sarjaa ensimmäisenä vuonna 9 000 kappaletta.



**Sähköiset oppimateriaalit ja OPIT-palvelun kaltaiset oppimisympäristöt ovat oleellinen osa tämän päivän kouluopetusta. Oppimateriaalit ovat myös yksi SanomaWSOY:n kansainvälistettävistä liiketoiminnoista.**

#### **Lönnerbergin johtava asema säilyi**

Kirjojen tuotanto ja digitaalinen painaminen menestyivät vuonna 2004. Mainospainotuotteissa kilpailutilanne oli ylikapasiteetin ja vähentyneen kysynnän vuoksi vaikea. Lönnerberg Painot, johon kuuluu myös myymälämainontaan ja erikoispakkauksiin keskittyvä Mainos ja Etiketti, säilytti asemansa johtavana korkealaatuisten painotuotteiden valmistajana.

Kirjoja valmistavassa WS Bookwellissä ja digitaalista painotekniikkaa käyttävässä Darkissa saatiin päätökseen pitkän aikavälin investointiohjelmat, joten painojen tuotantotekniikka on nyt entistä kilpailukykyisempää.

#### **WSOY Yritysjulkaisuista WSOYpro**

WSOY Business Information uudisti WSOY Yritysjulkaisujen nimen WSOYproksi ja avasi uuden WSOYpro.fi-verkkopalvelun. WSOYpron tavoitteena on olla asiakkaiden osaamisen ja kehittymisen kumppani yksittäisen tuotteen tarjoajan sijasta.

WSOY Business Information -liiketoimintayksikköön kuulunut, Ruotsissa toiminut Everscreen AB myytiin huhtikuussa. Suomessa Everscreen Oy:n toiminta jatkuu ennallaan.

Kalenteri-liiketoiminnassa tuotantoa järjesteltiin. Kalenterikustantaja Emil Moestuen tuotanto Norjassa lopetettiin ja kaikki kalenterituotanto keskitettiin Suomeen. Lokakuussa ostettiin 30 %:n osuus Viron johtavasta kalenterikustantaja Büroodisainista. Samalla sovittiin oikeudesta myöhemmin nostaa omistusosuus 100 %:iin. ■

#### **Young Digital Poland**

Young Digital Polandin (YDP) 250 työntekijää kehittää ja tuottaa Puolan Gdanskissa sähköisiä oppimateriaaleja kustantajille ympäri maailman. Yrityksen suurin asiakas on Malesian koululaitos, joka on ottanut käyttöönsä YDP:n laajan sähköisen sisältökokoisuuden. Myös WSOY:n kesällä ostama Malmberg Investments on YDP:n merkittävä asiakas.

WSOY:n 55,1 %:isesti omistama YDP tuottaa eri oppiaineiden sähköisiä oppimateriaaleja kouluille sekä kieltenopetusohjelmia myös yksityisille kuluttajille. Parhailtaan keskitytään luomaan uuden sukupolven sähköisiä perusoppimateriaaleja. Tuotevalikoimaan kuuluu oma virtuaalioppimisympäristö, Leo. YDP:n näkemyksen mukaan tieto- ja viestintäteknikan käyttö opetuksessa voi helpottaa opettajien työtaakkaa 10–15 %:lla. YDP tuottaa myös ratkaisuja yrityksille. ■

## WSOY liikevaihto ja EBITA, %



Liikevaihto 10 % konsernista  
EBITA 10 % konsernista

## Liikevaihto liiketoiminnoittain, milj. €



## EBITA liiketoiminnoittain, milj. €



## Johtoryhmä

**Jorma Kaimio**, (pj.), s. 1946  
toimitusjohtaja, WSOY

**Jyri Ahti**, s. 1962  
kehitysjohtaja, WSOY

**Jacques Eijkens**, s. 1956  
toimitusjohtaja,  
SanomaWSOY Education

**Jrjö Franssila**, s. 1951  
toimitusjohtaja, Ajasto Osakeyhtiö

**Jaana Korpi**, s. 1958  
toimitusjohtaja, Weilin+Göös Oy

**Mikko Laine**, s. 1966  
johtaja, eWSOY

**Hannu Laukkanen**, s. 1957  
johtaja, WSOY Oppimateriaalit

**Jorma Mikkonen**, s. 1949  
johtaja,  
WSOY Talous ja konsernipalvelut

**Pekka Pätynen**, s. 1951  
toimialajohtaja,  
WSOY Painotoimiala

**Tuomo Räsänen**, s. 1969  
johtaja, WSOY Business Information

**Touko Siltala**, s. 1957  
kirjallinen johtaja,  
WSOY Yleinen kirjallisuus

**Katja Vuorialho**, s. 1968  
johtoryhmän sihteeri, päälakimies,  
WSOY

## Taloudellisen kehityksen avainlukuja, milj. €

	31.12.2004	31.12.2003
Liikevaihto	253,9	212,2
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja	38,3	28,0
% liikevaihdosta	15,1	13,2
Liikevoitto	29,2	22,6
% liikevaihdosta	11,5	10,6
Liikevoitto ilman osakkuusyhtiöitä	29,2	21,0
% liikevaihdosta	11,5	9,9
Taseen loppusumma	435,4	203,8
Bruttoinvestoinnit	197,9	8,7
Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI)	17,3	17,8
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	2 188	1 933
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	2 025	1 859

## Toiminnalliset tunnusluvut, 1.1.–31.12. \*)

	2004	2003
<b>Julkaistut uutuudet</b>		
Kirjat, kpl	740	714
Sähköiset tuotteet, kpl	132	105
<b>Julkaistut uusintapainokset</b>		
Kirjat, kpl	957	1 168
Sähköiset tuotteet, kpl	209	202
Painetut kirjat, milj. kpl	20	21
Paperin kulutus, tonnia	16 482	16 930

\*) Suomessa toimivat yksiköt



SWelcom toimii sähköisen viestinnän alueella ja keskittyy pääasiassa mainosrahoitteiseen televisiotoimintaan ja kaapelitelevisiotoimintaan. Ryhmän suurin liiketoimintayksikkö Nelonen on Suomen kolmanneksi merkittävin mainosmedia. HTV (Helsinki Televisio) on maan suurin kaapelitelevisioyhtiö. SWelcomiin kuuluvat myös digitaalisia viestintäpalveluja tarjoava zndhead sekä Tuotantotalo Werne, joka on erikoistunut televisio- ja ääniohjelmatuotannon teknisiin palveluihin.

# SWel



- Televisiotoiminta**
  - Nelonen
- Kaapelitelevisio, maksu-tv ja laajakaistainternet**
  - HTV (Helsinki Televisio)
- Digitaaliset palvelut**
  - zndhead
- Tuotantopalvelut**
  - Tuotantotalo Werne

## Kasvun ja kehityksen vuosi

"**SWelcom** on aktiivinen, kehityshakuinen ja eteenpäin katsova sähköisen viestinnän toimija. Jakelukanavinamme ovat televisio- ja kaapeliverkot, kärkituotteitamme Nelonen ja Welho, muita palvelujamme internet- ja tv-tuotanto.

Asemamme markkinoilla on kiehtova, mutta myös haasteellinen. Nelosesta on kehittynyt persoonallinen, erottuva ja kannattava kaupallinen tv-kanava. Katselu- ja markkinaosuutemme kasvoivat vuonna 2004 merkittävästi kaikissa kohderyhmissä. HTV:llä on takanaan jo kolme peräkkäistä ennätysvuotta talouksien liittämässä kaapeliverkkoon. Myös laajakaistatilaajien määrä kasvaa jatkuvasti kovasta kilpailusta huolimatta. Käyttäjille tarjottiin loppuvuodesta jopa kymmenen megabitin siirtonopeuksia.

Viestinnän kehitys lupaa SWelcomille hyviä näkymiä: television osuus mainonnasta samoin kuin sähköisten kanavien osuus median parissa käytetystä ajasta ovat kovassa kasvussa. Uskomme kykyymme kasvaa nykyisillä toiminta-alueillamme; jo saavutetut tulokset puhuvat puolestaan. Meillä on myös vahvaa teknologiaosaamista, jonka uskomme hyvinä ideoina ja yhteistyömahdollisuuksina tuottavan uusia merkittäviä liiketoimintoja nykyisten rinnalle." ■

**Tapio Kallioja**  
toimitusjohtaja  
SWelcom

Vuosi 2004 oli SWelcomille erinomainen. Liikevaihto kasvoi 13,9 %, ja ryhmä saavutti sille asetetun liikevoittotavoitteen. Tv-kanava Nelonen kasvatti selvästi markkinaosuuttaan tv-mainonnasta ja kanavan katseluosuudet nousivat voimakkaasti. Myös HTV kasvoi edelleen: sekä liittymien että laajakaistapalvelujen myynti kehittyi hyvin.

Taloudellisen kasvun lisäksi panostettiin myös yritys-kulttuuriin. Vuoden aikana SWelcomissa käytiin laaja sisäinen arvokeskustelu, jonka tuloksena syntyi henkilökunnan ja sidosryhmien käyttöön tarkoitettu sähköinen arvokirja. SWelcomin arvot ovat avoin yhteistyö, ammatillinen intohimo, rohkeus ja luotettavuus.

### Nelosen vuosi oli menestys

Nelonen on Suomen kolmanneksi merkittävin mainosmedia ja toiseksi katsotuin televisiokanava 10–44-vuotiaiden keskuudessa. Nelonen saavutti kanavaa käynnistettäessä asetetun tv-mainonnan markkinaosuustavoitteen vuoden lopussa. Myös osuus kaupallisten tv-kanavien katselusta kasvoi,

vuoden lopussa se oli noin 25 %. Merkittävistä mainosmedioista Nelosen liikevaihto kasvoi ylivoimaisesti eniten, lähes 20 %. Digitaalisen jakeluverkon laajentamisen ansiosta Nelonen tavoitti vuoden lopussa noin 94 % Suomen väestöstä.

Nelosen menestys perustuu erottuvaan, monipuoliseen ja taitavasti kohdennettuun ohjelmistoon sekä tehokkaaseen myyntiin ja markkinointiin. Nelonen tunnetaan laadukkaista ulkomaisista sarjoista, kuten Sopranos ja Alias, sekä suosituista ohjelmaformaateista, kuten Sillä silmällä ja Unelmäkämpä. Kotimaiset suosikit Krisse, Hyppönen Enbuske Experience ja Kumman kaa ovat keränneet innokkaan kannattajajoukon ja puhuttaneet viikosta toiseen. Syksyllä 2004 televisioitu jääkiekon World Cup oli yksi vuoden merkittävimmistä urheilutapahtumista ja kasvatti Nelosen katseluosuuksia merkittävästi.



Sony Pictures Television Internationalin ja Buena Vista Internationalin (Disney) kanssa solmitut sopimukset takaavat, että Nelosella nähdään kotimaisten suosikkisarjojen lisäksi amerikkalaisten elokuvien ja tv-sarjojen parhaimmisto myös tulevina vuosina.

#### HTV:n kuluttajapalvelut Welho-tuotemerkin alle

HTV on Suomen suurin kaapelitelevisioyhtiö. HTV tarjoaa laajakaista- ja digi-tv-palveluja kaapeli-verkkoonsa kytkettyihin talouksiin pääkaupunkiseudulla. Vuonna 2004 yhtiön verkkoon kytkettiin ennätysmäärä, yli 23 000, taloutta. Vuoden lopussa kytkettyjä talouksia oli yli 280 000.

Vuoden 2004 aikana HTV yhdisti laajakaista- ja digi-tv-palvelunsa yhteisen Welho-nimen alle. Welho-tuoteperhe kattaa kaikki HTV:n laajakaista- ja digitaaliset tv-palvelut ja sisältää heti käyttövalmiin Welho Laajakaistan sekä noin 80 digitaalista tv-kanavaa.

Laajakaistayhteydet lisääntyivät Suomessa voimakkaasti vuoden 2004 aikana. Welhosta on tullut toimialueensa suosituin laajakaispalvelu, jolla oli vuoden 2004 lopussa 52 000 tilaajaa.

Vuosi 2004 oli hyvä myös Welho Digi-TV:lle. HTV:n koko maksu-tv-tarjonta on ollut digitaalista 1.12.2004 alkaen, ja tilausten määrä kasvoi hieman HTV:n oman verkon alueella.

#### 2ndheadin ja Wernen palvelut kiinnostivat

2ndhead on digitaalisiin sisältö- ja viestintäratkaisuihin erikoistunut yhtiö, joka kehittää internet-, mobiili- ja digi-tv-jakelukanaviin suunnattuja palveluita ja järjestelmiä. 2ndhead on pitkään työkennellyt SanomaWSOY-konsernin sisäisissä multimedia- ja internet-hankkeissa. Esimerkiksi Nelosen, Finnkinon ja Ilta-Sanomien suosittu www-sivustot ovat 2ndheadin tekemiä. Vuoden 2004 aikana palveluja myytiin myös ulkoisille asiakkaille. 2ndhead suunnittelee konseptin ja uuden graafisen ilmeen esimerkiksi Helsingin kaupungin internetsivustoille sekä ratkaisun kaupungin ja yliopiston yhteiselle kaupunkiportaaliin.

Tuotantotalo Werne tarjoaa teknisiä tuotantopalveluja ja kokonaisratkaisuja tv-, video- ja ääniohjelmia tuottaville ja levittäville yrityksille Skandinaviassa ja Baltiassa. Vuonna 2004 Werne keskittyi ydinliiketoimintaansa ja myi videomonistukseen ja DVD-masterointipalveluihin erikoistuneen Mändagin. ■

#### Televisio on monimedian veturi

Suosittujen tv-ohjelmien internetsivut, jotka täydentävät ohjelmaa ja tarjoavat kanavan myös mainostajille, ovat jo arkipäivää. Nyt televisio tekee tuloaan matkapuhelimeen. Syksyllä 2004 Nelosella nähty Unelmäkämpä oli ensimmäinen ohjelma, josta pystyi tilaamaan videomateriaalia matkapuhelimeen.

”Tulevaisuuden monimedia on tv-vetoista. Televisio tekee brändit tunnetuiksi, ja muut mediat tuovat kiinnostavia, hauskoja ja hyödyllisiä lisäpalveluja sekä katsojille että mainostajille. Monimediasuuden arkipäiväistymisen tarjoaa Neloselle aivan uudenlaisia ansaintamahdollisuuksia”, toteaa Nelosen toimitusjohtaja Juha-Pekka Louhelainen. ■

## SWelcom liikevaihto ja EBITA, %



Liikevaihto 5 % konsernista  
EBITA 11 % konsernista

## Liikevaihto liiketoiminnoittain, milj. €



## EBITA liiketoiminnoittain, milj. €



## Johtoryhmä

**Tapio Kallioja**, (pj.), s. 1948  
toimitusjohtaja,  
SWelcom Oy

**Pekka Jaakola**, s. 1947  
teknologiajohtaja,  
SWelcom Oy

**Pirkko Jokinen**, s. 1952  
toimitusjohtaja,  
2ndhead Oy

**Juha-Pekka Louhelainen**, s. 1955  
toimitusjohtaja,  
Oy Ruutunelonen Ab

**Anu Nissinen**, s. 1963  
toimitusjohtaja,  
Helsinki Televisio Oy

**Marja-Leena Tuomola**, s. 1962  
hallintojohtaja,  
SWelcom Oy

**Pia Huhdanmäki**, s. 1969  
johtoryhmän sihteeri, päälakimies,  
SWelcom Oy

## Taloudellisen kehityksen avainlukuja, milj. €

	31.12.2004	31.12.2003
Liikevaihto	119,4	104,9
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja	39,3	29,6
% liikevaihdosta	32,9	28,3
Liikevoitto	9,0	1,2
% liikevaihdosta	7,5	1,1
Liikevoitto ilman osakkuusyhtiötä	9,1	1,0
% liikevaihdosta	7,6	1,0
Taseen loppusumma	130,6	142,3
Bruttoinvestoinnit	10,7	8,9
Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI)	8,7	1,5
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	415	416
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	378	392

## Toiminnalliset tunnusluvut, 1.1.–31.12.

	2004	2003
Nelosen osuus televisiomainonnasta	29,8 %	27,3 %
Nelosen päiväpeitto	41 %	41 %
Nelosen kaupallinen katseluosuus	25,0 %	22,0 %
Nelosen valtakunnallinen katseluosuus	12,5 %	11,4 %
Kaapeli-tv-liittymiä, 1 000 kpl (31.12.)	280	257
Maksu-tv-tilauksia, 1 000 kpl (31.12.)	32	33
Laajakaistaisia internetliittymiä, 1 000 kpl (31.12.)	52	43



Rautakirja on markkinajohtaja kaikilla osa-alueillaan Suomessa: kioskikaupassa, lehtitukkukaupassa, kirjakaupassa ja elokuvateattereissa. Lisäksi yhtiö on markkinajohtaja Baltian maissa lehtijakelussa ja elokuvateattereissa. Lehtijakelu on yksi SanomaWSOY-konsernin kansainvälistettävistä liiketoiminnoista.

# Raut



## Kioskikauppa

- R-kioski
- Veikkausrasti
- Pizza Hut
- R Kiosk Eesti (Viro)
- Narvesen Baltija (Latvia)
- CZ Retail (Tshekki)

## Lehtitukkukauppa

- Lehtipiste
- Lehepunkt (Viro)
- Preses Serviss (Latvia)
- Impress Teva (Liettua)
- Hiparion Distribution (Romania)

## Kirjakauppa

- Suomalainen Kirjakauppa
  - Yliopistokirjakauppa
  - Lukiolaisten Kirjakauppa
  - Reader's
  - Apollo Raamatud (Viro)

## Elokuvateatterit

- Finnkino
  - MPDE (Viro)
  - Baltic Cinema (Latvia)
  - Vingio kino teatras (Liettua)
  - V & K Holding (Viro, Latvia, Liettua)
  - Interprint

# Rautakirja

## Kansainvälistyminen jatkui

"**Rautakirjan** ydinosaamista ovat lehtien irtonumeroiden tukku- ja vähittäiskauppa sekä erikoisvähittäiskauppa, jotka edustavat media-konsernissa laaja-alaista jakelun hallintaa. Rautakirjan tavoitteena on liiketoiminnan kannattava kasvu Suomessa ja ulkomailla.

Kaupan alalla kilpailutilanne kiristyi vuonna 2004 entisestään ja markkinaosuuksissa tapahtui selviä muutoksia. Rautakirja kasvatti kuitenkin markkinaosuuttaan kaikilla keskeisillä liiketoiminta-alueillaan ja teki vertailukelpoisesti tarkasteltuna kaikkien aikojen parhaan tuloksensa. Yhtiö myös selkeytti toimintaansa myymällä ravintolatoimintansa ja keskittymällä ydinliiketoimintoihinsa.

Liikevaihtotavoitteista jäätii hieman, mutta tulevaisuuden kasvua varmistettiin yritysostoilla, järjestelmähankkeilla ja henkilöstöä kehittämällä.

Kaupan alalla haasteelliset olosuhteet jatkuvat, mutta uskomme, että aktiivinen kasvustrategia ja osaava henkilökunta auttavat Rautakirjaa menestymään myös vuonna 2005. Liikevaihto kasvaa voimakkaimmin Suomen rajojen ulkopuolella ja liikevoiton odotetaan paranevan selvästi." ■

**Erkki Järvinen**  
toimitusjohtaja  
Rautakirja

Rautakirjan vuosi 2004 sujui suunnitelmien mukaisesti. Liikevaihto kasvoi 659,7 milj. euroon ja liikevoitto parani 16,7 %. Sisäisiä toimintoja yhtenäistettiin konsernin mallin mukaisesti, mutta liiketoiminnoissa jatkettiin itsenäisten tytärkonsernien toimintamallia.

Rautakirja panosti kasvuun kansainvälistämällä liiketoimintojaan ja kehittämällä tietojärjestelmiään. Erityisesti lehtitukkukauppa laajeni. Joulukuussa Rautakirja päätti luopua ravintolatoiminnasta.

Koko Rautakirjaa avustava talouden palvelukeskus aloitti toimintansa syksyllä. Palvelukeskukseen keskitettiin kaikkien perustoimintojen talousfunktiot.

### **Kioskikauppa uusien haasteiden edessä**

Kioskit tarjoavat asiakkaille viihdettä, jännitystä ja mielihyvää sekä päivittäisiä perustuotteita ja palveluja nopeasti ja vaivattomasti aamusta iltaan Suomessa, Virossa, Latviassa ja Tshekissä.

Kioskikaupan vuosi oli voimakasta kehittämisen aikaa. Suurin projekti oli myymäläjärjestelmän uudistaminen Suomessa. Vuonna 2005 käyttöön otettava järjestelmä mahdollistaa tulevaisuuden kioskitoiminnan uusine tuotteineen ja palveluineen.

Suomessa kaupan alalla vallitsi vuonna 2004 voimakas hintakilpailu ja markkinaosuuksia jaettiin uudelleen. Kiristyneestä tilan-

teesta selvittiin hyvin panostamalla kioskitoiminnan kehittämiseen ja markkinointiviestintään.

Rautakirjan kioskikaupan tavoitteena on kehittää ja laajentaa toimintaansa edelleen, jotta Rautakirja on vuosikymmenen loppupuolella Pohjois-Euroopan johtava ketjumaisen kioski- ja convenience store -kaupan yritys.

### **Lehtitukkukauppa kansainvälistyy**

Rautakirjan lehtitukkukauppa on kaikille kustantajille ja tuotteille avoin lehtien irtonumeroiden markkinointi- ja jakeluorganisaatio. Se tarjoaa kustantajille kustannustehokkaan jakelujärjestelmän ja kaupalle mielenkiintoisen ja kehittyvän tuoterahman.

Vuonna 2004 lehtitukkukauppa kansainvälistyi voimakkaasti. Heinäkuussa hankittiin osakeenemmistö lehtijakeluyhtiöstä Romaniasta ja joulukuussa Liettuasta. Rautakirjan lehtitukkukauppa on markkinajohtaja Suomessa, Virossa ja Latviassa.

Lehtipiste avasi vuoden alussa verkkopalvelun kustantajille. Suomen Lidl-ketju aloitti lehtimyyntin ketjun ensimmäisenä maana Euroopassa.

Suomessa irtonumeromyynti kasvoi hieman alle 3 %. Myönteisesti kehittyivät erityisesti iltpäivälehdet sekä asumiseen ja harrastamiseen liittyvät aikakauslehdet.

Lehtitukkukaupan kansainvälistyminen jatkuu samalla, kun nykytoimintaa kehitetään.





**Rautakirjalla on erittäin vahva asema Baltian maiden lehtijakelumarkkinoilla. Virolaisen Lehepunktin markkinaosuus on noin 90 % ja se toimittaa lehtiä noin 1 400 myyntipisteeseen.**

#### **Kirjakaupassa hyvä kirjavuosi**

Rautakirjalla on kirjakauppatoimintaa Suomessa ja Virossa. Suomalainen Kirjakauppa on valtakunnallinen, alansa vahvin brändi ja markkinajohtaja. Myymäläverkostoa ja suoramyyntiä täydentää verkkokirjakauppa suomalaisen.com. Suomalaisen Kirjakaupan myymälöiden lisäksi ketjuun kuuluvat Reader's-pokkari-myymälät, Yliopistokirjakauppa sekä Lukiolaisten Kirjakauppa. Vuoden aikana avattiin viisi uutta myymälää.

Suomessa kirjavuosi oli hyvä, erityisesti yleinen kirjallisuus menestyi. Virossa Apollo Raamatut on vakiinnuttanut asemansa merkittävänä toimijana noin 20 %:n markkinaosuudella.

Suomalainen Kirjakauppa kehitti kanta-asiakasjärjestelmän, joka lanseerattiin vuoden 2005 alussa. Tulevaisuuden haasteena on kehittää edelleen ketjun toimintaa sekä panostaa asiakaspalvelujärjestelmiin.

#### **Elokvateattereita neljässä maassa**

Elokvateatteritoiminnan tavoitteena on kehittää Itämeren alueen johtava elokvateatteriketju, joka tarjoaa kasvaville markkinoille kustannustehokkaasti elokuva- ja viihde-elämyksiä yhtenäisen toimintamallin mukaan. Tällä hetkellä toimintaa on Suomessa, Virossa, Latviassa ja Liettuassa.

Tammikuussa Finnkino osti enemmistön virolaisesta videotukuliikkeestä, joka toimii kaikissa Baltian maissa. Lokakuussa 2003 valmistunut Riian monisaliteatteri keräsi 1,1 miljoonaa kävijää ensimmäisenä toimintavuonnaan. Liettuassa panostettiin markkinoiden kehittämiseen ja toiminnan vakiinnuttamiseen vuonna 2003 hankituissa uusissa yksiköissä.

Suomessa käynnistettiin K-ryhmän kanssa onnistunut yhteistyö, jossa Plussa-pisteitä voi käyttää Finnkinon elokvateattereissa. Vuoden aikana oli käynnissä useita kotimaisia monisaliteatterihankkeita, jotka toteutunevat lähivuosina.

Suomessa elokvakesä oli kaikkien aikojen vilkkaampi ja katsojamäärät nousivat 12 % edellisestä vuodesta. ■

#### **Oiva on kioskien uusi myymäläjärjestelmä**

Kioskikaupan Oivaksi nimetty myymäläjärjestelmä on yksi suurimmista yksittäisistä hankkeista kioskikaupan historiassa. Uusi järjestelmä muuttaa toimintaa kaikilla tasoilla.

Järjestelmä mahdollistaa uusien tuotteiden ja palveluiden tarjoamisen R-kioskeissa. Ensimmäiset merkittävät yhteistyösopimukset solmittiin vuoden 2004 loppupuolella Lippupalvelun ja Telia-Soneran kanssa. Oiva muuttaa myös kioskihenkilökunnan päivittäisiä työtehtäviä antamalla entistä enemmän mahdollisuuksia asiakaspalveluun, kun taustatyö siirtyy reaaliaikaiseen, sähköiseen muotoon. Myös tavaravirran hallinta tehostuu järjestelmän myötä selvästi.

Oivan suunnittelu käynnistyi vuoden 2003 loppupuoliskolla ja testaaminen kioskeissa alkoi alkuvuodesta 2005. Tavoitteena on levittää uusi järjestelmä Suomen kioskiketjun runsaaseen 700 myymälään vuoden 2005 aikana. ■

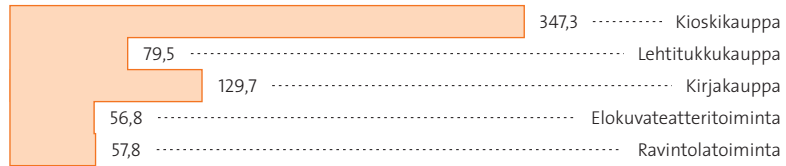


## Rautakirja liikevaihto ja EBITA, %



Liikevaihto 26 % konsernista  
EBITA 14 % konsernista

## Liikevaihto liiketoiminnoittain, milj. €



## EBITA liiketoiminnoittain, milj. €



## Johtoryhmä

**Erkki Järvinen**, (pj.), s. 1960  
toimitusjohtaja,  
Rautakirja Oy

**Hellevi Kekäläinen**, s. 1953  
hallintojohtaja,  
Rautakirja Oy

**Raimo Kurri**, s. 1953  
toimialajohtaja,  
Lehtitukku kauppa

**Timo Mänty**, s. 1960  
toimialajohtaja,  
Elokuvateatterit

**Jukka Nikkinen**, s. 1962  
kehitysjohtaja,  
Rautakirja Oy

**Jarmo Oksaharju**, s. 1961  
toimialajohtaja,  
Kirjakauppa

**Markku Pelkonen**, s. 1962  
toimialajohtaja,  
Kioskikauppa

## Taloudellisen kehityksen avainlukuja, milj. €

	31.12.2004	31.12.2003
Liikevaihto	659,7	653,8
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja	50,6	45,7
% liikevaihdosta	7,7	7,0
Liikevoitto	41,5	35,5
% liikevaihdosta	6,3	5,4
Liikevoitto ilman osakkuusyhtiötä	42,8	41,3
% liikevaihdosta	6,5	6,3
Taseen loppusumma	353,9	348,6
Bruttoinvestoinnit	18,0	28,7
Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI)	17,4	18,1
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	6 261	6 458
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	4 795	4 962

## Toiminnalliset tunnusluvut, 1.1.–31.12. \*)

	2004	2003
Asiakasmäärät kioskikaupassa, tuhansia	115 919	119 380
Asiakasmäärät kirjakaupassa, tuhansia	6 239	6 316
Elokuvateattereissa kävijät, tuhansia	3 499	3 599
Myydyt kpl:t lehtitukku kaupassa, tuhansia	131 148	127 562

\*) Suomessa toimivat yksiköt



## Ympäristö

### Konserninlaajuinen ympäristöpolitiikka

SanomaWSOY:n aiheuttamat ympäristövaikutukset ovat muun graafisen alan tavoin vähäisiä.

SanomaWSOY:ssä perustettiin vuonna 2003 konserninlaajuinen ympäristötyöryhmä parhaiden ympäristökäytäntöjen jakamiseksi. Työryhmä on vuoden 2004 aikana laatinut SanomaWSOY:lle ympäristöpolitiikan, jonka perustana ovat vastuullisuus ja eettisyys sekä konsernin arvot.

Konsernin liiketoimintaryhmät johtavat omat ympäristöpäämääränsä ja -tavoitteensa konsernin ympäristöpolitiikasta.

SanomaWSOY-konserni ja sen liiketoimintaryhmät kantavat vastuun ympäristöstään ja ovat selvillä toimintansa ympäristövaikutuksista.

### Kuljetukset yhteiskuljetuksina

SanomaWSOY:n liiketoimintaryhmistä Sanoma, Sanoma Magazines ja Rautakirja ovat merkittäviä kuljetuksen ostajia. Sanoman merkittävin kuljettaja on Suomen Posti Oyj. Sanoma Magazinesiin kuuluva Aldipress on Hollannin suurin irtonumerojakelija, ja se hoitaa myös Sanoma Uitgeversin tuotteiden kuljetuksen. Muissa Sanoma Magazinesin toiminta- maissa irtonumerokuljetukset hoidetaan yhteiskuljetuksina muiden kustantajien kanssa. Rautakirjan Lehtipiste hoitaa aikakauslehtien irtonumeroiden ja iltapäivälehtien yhteiskuljetukset Suomessa.

Sanomapainon lehtipainot on sijoitettu mm. Vantaalle, Forssaan ja Varkauteen, mikä lyhentää sanomalehtien kuljetusmatkoja. Ilta-Sanomat painetaan osittain Oulussa. Yhteensä konsernilla on Suomessa 12 painoa.

WSOY:n kirjakuljetukset jälleennyjille hoidetaan kirja-alan yhteiskuljetuksina.

### Järjestelmällistä kierrätystä

SanomaWSOY-konsernin ympäristöperiaatteisiin kuuluu huolehtia siitä, että liiketoiminnassa syntyneiden sivutuotteiden ja jätteiden lajittelu, hyötykäyttö ja lopullinen sijoittaminen on turvallista ja asianmukaista. SanomaWSOY:n tavoitteena on vähentää materiaalin kulutusta sekä jätteiden määrää kaikessa toiminnassaan.

Painojen käyttämät painolevyt lajitellaan ja toimitetaan teollisuuden raaka-aineeksi. Painovärijäte toimitetaan ongelmajätekäsiteltyyn. Painoprosessissa syntyvä hukkaperille on oma kierrätysjärjestelmänsä kaikissa konsernin painoissa. Tuotannossa syntynyt hukkaperi toimitetaan kokonaisuudessaan uusioraaka-aineeksi.



Rautakirjan Lehtipiste kerää myymättä jääneet sanoma- ja aikakauslehdet myyntipisteistä normaalien jakelukierrosten yhteydessä ja toimittaa ne uusio-käyttöön.

#### Kestävä kehitys tärkeää

SanomaWSOY:ssä kiinnitetään jatkuvaa huomiota tuotanto-prosessien kehittämiseen ympäristöä vähemmän kuormittaviksi. Ympäristömyötäisempien tuotantoprosessien ansiosta käytetyt energia-, vesi- ja kemikaalimäärät sekä paperihukka vähenevät ja konsernin kustannustehokkuus ja ekotase paranevat.

Ympäristön kuormituksen vähentämiseen pyritään myös materiaalivalinnoilla. Kasviöljy-pohjaiset painovärit sekä sertifioitujen metsien puusta valmistettujen painopapereiden käytön lisääntyminen ovat merkittäviä tässä suhteessa jatkossakin. SanomaWSOY:n painolaitoksissa käytetystä paperista noin 70 % on valmistettu suomalaisesta puusta.

SanomaWSOY:ssä huomioidaan ympäristönäkökohdat ja -riskit toimintojen suunnittelussa, päätöksenteossa ja toteutuksessa. Investoinnit tehdään ympäristön kannalta vastuullisesti.

Henkilöstöllä on ympäristön-suojelussa keskeinen merkitys. SanomaWSOY:n henkilöstöä koulutetaan, opastetaan ja kannustetaan jatkuvasti toimimaan omassa työssään ympäristön kannalta vastuullisella tavalla. ■

### SanomaWSOY:n sähkönkulutus Suomessa \*)

Sähkönkulutus, MWh	2004	2003	2002	2001
	<b>127 879</b>	131 054	132 335	121 132

\*) Sähkönkulutuskohteet ovat osin vaihtuneet vuosina 2001–2004.

### SanomaWSOY:n paperinkulutus \*)

Paperinkulutus, tonnia	2004	2003	2002
Sanomalehtipaperi	<b>99 000</b>	99 500	97 000
Aikakauslehtipaperi	<b>103 000</b>	102 000	94 000
Hieno- ja kirjapaperi, kartongit	<b>19 700</b>	17 000	17 500
Kirjansidontapahvi	<b>1 100</b>	1 000	1 000
<b>Yhteensä</b>	<b>222 800</b>	219 500	208 500

\*) Sisältää sekä konsernin omissa painoissa käytetyn että muualla painettuja tuotteita varten hankitun paperin.

#### Vastuullinen yrityskansalainen

SanomaWSOY haluaa olla hyvä yrityskansalainen. SanomaWSOY:n yritysvastuuseen kuuluvat taloudellinen vastuu, ympäristövastuu, vastuu julkaistuista tuotteista, toiminnan eettisyydestä, sidosryhmistä sekä henkilöstöstä.

Media-alan merkittävänä toimijana SanomaWSOY vaalii sananvapautta ja käyttää sitä vastuullisesti. Monet konsernin osat ovat perinteisiä kansallisia vaikuttajia, ja niiden arvoista ja periaatteista on tärkeää huolehtia myös tulevaisuudessa.

Useat SanomaWSOY:n yksiköt tekevät aktiivista yhteistyötä koulujen kanssa tavoitteenaan esimerkiksi kehittää nuorten medialukutaitoa ja kannustaa lapsia luke-

maan. Vuonna 2004 Helsingin Sanomat, Sanoma Magazines Finland ja Rautakirjaan kuuluva Lehtipiste tekivät yhteistyötä mm. koululaisten sanomalehti-viikon sekä aikakauslehtipäivän yhteydessä.

SanomaWSOY:n liiketoimintaryhmät osallistuvat aktiivisesti myös lasten oikeuksia ja opiskelumahdollisuuksia edistäviin hyväntekeväisyshankkeisiin. Vuonna 2004 tällaisia hankkeita olivat mm. Helsingin Sanomien kehitysmaiden lasten koulunkäyntiedellytysten parantamiseen tähtäävä yhteistyö Plan Suomi Säätiön kanssa sekä Suomalaisen Kirjakaupan osallistuminen Pelastakaa Lapset ry:n Eväitä Elämälle -avustusohjelmaan. ■

Lue lisää yhteiskuntavastuusta SanomaWSOY:n sähköisestä vuosikertomuksesta: [www.sanomawsoy.fi](http://www.sanomawsoy.fi)



## Henkilöstö

Työnantajana SanomaWSOY arvostaa osaamista ja pitää huolta henkilöstönsä kehittymismahdollisuuksista sekä oikeudenmukaisesta palkitsemisesta.

SanomaWSOY:ssä työskentelee yli 16 000 ihmistä. Konserni tarjoaa tasapuoliset mahdollisuudet naisille, miehille, eri-ikäisille, eri-taustaisille ja eri asemassa oleville.

SanomaWSOY:llä on konserninlaajuinen henkilöstöpolitiikka, jota tarkennetaan kussakin liiketoimintaryhmässä omin painoituksin. Henkilöstövastuun avainsanoja ovat kunnioittaminen, oikeudenmukaisuus, yhteiset arvot sekä myönteinen asenne muutokseen, koulutukseen, urakehitykseen ja palkitsemiseen.

Työilmapiiriä sekä henkilöstöpolitiikan toteutumista seurataan liiketoimintaryhmittäin säännöllisesti tehtävillä henkilöstötutkimuksilla.

Vuonna 2004 SanomaWSOY:ssä aloitettiin yhtenäinen koko konsernin henkilöstön johtamis- ja ohjausmenetelmien kehittäminen.

### Henkilöstön kehittäminen jatkuu

Yrityskauppojen ja fuusioiden myötä konserni kasvaa ja kansainvälistyy jatkuvasti ja organisaatiorakenteet työntekijöiden ympärillä muuttuvat. Kehittämisohjelmilla pyritään edistämään henkilöstön muutosvalmiutta.

SanomaWSOY:llä on kaksi konserninlaajuista koulutusohjelmaa: SanomaWSOY Executive Program, SWEP ja SanomaWSOY Johtamisen erikoisammattitutkinto, JET. Ohjelmat on suunnattu esimiehille ja asiantuntijoille. SWEP-ohjelmaan on osallistunut vuoden 2004 loppuun mennessä 161 ja JET-ohjelmaan 181 konsernilaista.

SWEP keskittyy strategisen ajattelun ja johtamisen kehittämiseen, JET puolestaan tarjoaa käytännön välineitä liiketoiminnan kehittämiseen. JET-ohjelma jatkuu vuonna 2005 kahdella uudella ryhmällä, myös ohjelman sisältöä on uudistettu. SWEP-ohjelmaa kehitetään jatkuvasti vastaamaan liiketoimintaryhmien muuttuvia tarpeita.

SanomaWSOY:ssä käynnistettiin vuonna 2003 koko konsernin laajuinen sisäinen valmennussarja, Esimiehen työkalupakki. Yhteistyössä WSOYpron kanssa toteutettavien luentojen tavoitteena on tarjota eri puolilla konsernia työskenteleville esimiehille laadukasta ja käytännönläheistä koulutusta. Vuonna 2004 koulutusarjassa käsiteltiin mm. viestintätaitoja.

Koulutuksellisen sisällön lisäksi konserninlaajuisten ohjelmien tavoitteena on syventää yhteistyötä eri puolilla konsernia työskentelevien henkilöiden kesken sekä mahdollistaa parhaiden käytäntöjen jakaminen.

Konserninlaajuisten koulutusohjelmien lisäksi liiketoimintaryhmät järjestävät erilaisia ammatillisia koulutus- ja kehitysohjelmia omien tarpeidensa ja painopistealueidensa mukaisesti.

Konsernissa toimii myös monitaitajajärjestelyohjelma. Ohjelma kouluttaa konserniin uusia osaajia, joilla on laaja viestintäalan osaaminen ja tuntemus. Vuonna 2004 monitaitajaohjel-

maan valittiin kolme uutta harjoittelijaa. Kaikkiaan ohjelmaan on valittu 21 harjoittelijaa, joista viiden ohjelma on parhaillaan käynnissä tai alkamassa. Jo ohjelman päättäneistä henkilöistä 11 on sijoittunut vakituisiin tehtäviin konsernin eri yksiköihin.

### Sisäinen liikkuvuus vauhtiin

Henkilöstön liikkuvuutta eli työkiertoa konsernin sisällä on pidetty tärkeänä SanomaWSOY:n perustamisesta lähtien. Vuonna 2004 SanomaWSOY-konsernissa käynnistettiin SWIM-prosessi (SanomaWSOY Internal Mobility, sisäinen liikkuvuus), jolla halutaan entisestään lisätä liiketoimintaryhmien välistä työntekijävaihtoa.

Sisäinen liikkuvuus tukee konsernin tavoitteiden saavuttamisessa, nopeuttaa välttämätöntä toimintojen ja rakenteiden muutosta sekä lisää työntekijöiden ammattitaitoa ja vauhdittaa parhaiden käytäntöjen omaksumista konsernin eri osissa.

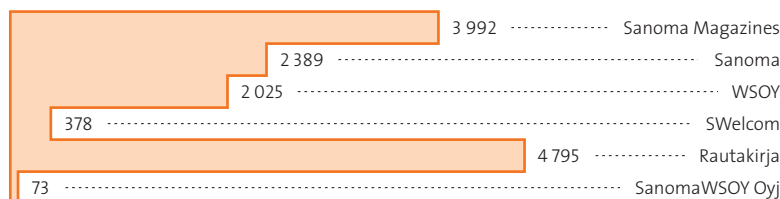
### Kattavat palkitsemisjärjestelmät

SanomaWSOY-konsernilaiset kuuluvat laajasti vuositason kannustejärjestelmien piiriin. SanomaWSOY:n hallitus vahvistaa kannustejärjestelmän konsernillaajuiset yleisperiaatteet. Ks. palkitsemisjärjestelmistä myös Hallinnointi-teksti, s. 42.

### Yritysturvallisuus

SanomaWSOY:ssä työterveys- ja työturvallisuusasioita hoidetaan osana yritysturvallisuutta, johon näiden lisäksi kuuluu toimitilaja henkilöturvallisuus, toiminnan turvaaminen, tietosuojelu, pelastustoimi, työ- ja ympäristönsuojelu, valmiussuunnittelu sekä turvallisuus- ja riskihallinto. SanomaWSOY:n turvallisuudesta vastaava työryhmä on laatinut konsernin yritysturvallisuuden toimintaohjeen. ■

### Henkilöstö liiketoimintaryhmittäin \*)



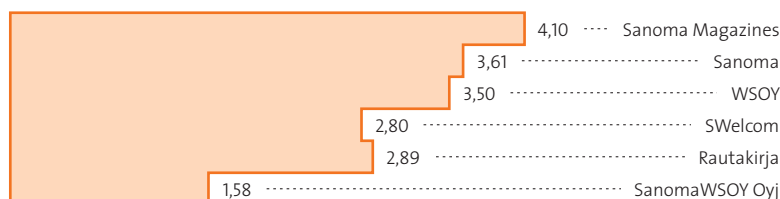
\*) Henkilöstö keskimäärin, kokoaikaisiksi muutettuna

### Henkilöstön vaihtuvuus liiketoimintaryhmittäin \*)

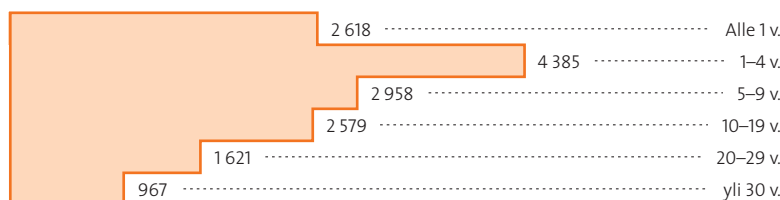


\*) Sisältää kioskityöntekijät ja määräaikaiset

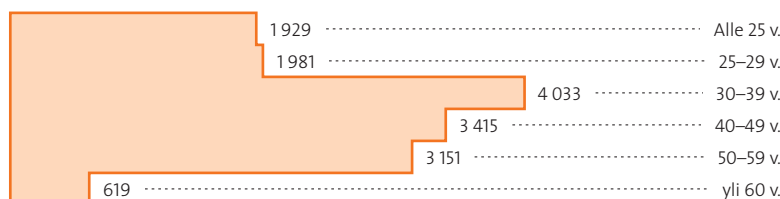
### Sairauspoissaoloprosentti



### Palvelusvuosijakauma



### Ikäjakauma



### Maittain työskentelevät 31.12.2004

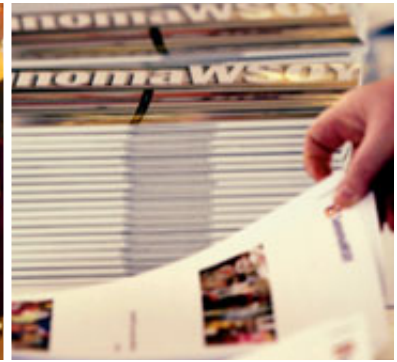
Suomi	9 487	Puola	269	Englanti	58	Ranska	14
Hollanti	2 544	Tshekki	251	Slovakia	56	Saksa	12
Viro	969	Kroatia	96	Norja	54	Singapore	4
Belgia	596	Liettua	79	Ruotsi	40	USA	4
Latvia	548	Romania	78	Malesia	20	Kiina	2
Unkari	490	Bulgaria	59	Venäjä	15		<b>15 745</b>

### Henkilöstö

	2004	2003	2002	2001
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	16 207	17 330	18 657	15 129
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	13 652	14 207	15 210	12 077
Liikevaihto/työntekijä*), 1 000 €	182,6	171,3	155,0	143,6

\*) Laskettu henkilöstö kokoaikaisiksi muutettuna -luvun mukaan.





## Hallinnointi

SanomaWSOY-konsernin muodostavat viisi kokonaan omistettua liiketoimintaryhmää: Sanoma Magazines, Sanoma, WSOY, SWelcom ja Rautakirja.

SanomaWSOY:n liiketoimintaryhmillä on toimintavapaus sovitujen tavoitteiden ja toimintaperiaatteiden puitteissa. Konsernin emoyhtiö SanomaWSOY Oyj vastaa konsernin strategisesta ohjauksesta, hallinnoinnista ja konserninlaajuisista yhteistyöprojekteista. Konsernin johtaminen ja liiketoimintojen ohjaaminen perustuvat selkeään organisaatorakenteeseen, määriteltyihin valtuuksiin ja vastuisiin,

yhteisiin strategia- ja toimenpide- linjauksiin, niitä tukeviin suunnitelu- ja raportointijärjestelmiin sekä toimintaohjeisiin.

SanomaWSOY:n hallitus vahvistaa konsernin hallinnointiperiaatteet, jotka on laadittu Helsingin Pörssin, Kauppakamarin ja Elinkeinoelämän Keskusliiton suosittelemia hallinnointiperiaatteita noudattaen. Voimassa olevat hallinnointiperiaatteet löytyvät konsernin internetsivuilta, [www.sanomawsoy.fi](http://www.sanomawsoy.fi).

SanomaWSOY:n hallintoelimiä ovat hallitus ja toimitusjohtaja, joiden tehtävät määräytyvät pääosin Suomen osakeyhtiölain mukaan. Konsernin johtoryhmä valmistelee hallituksen tulevia asioita ja koordinoi konsernin johtamista. Johtoryhmä ei ole muodollinen päätöksentekolin: sen käsittelemät ja suosittelemat periaatelinjaukset hyväksytään juridisesti SanomaWSOY:n tai tytäryhtiöiden hallituksissa tai toteutetaan toimitusjohtajan valtuuksin.

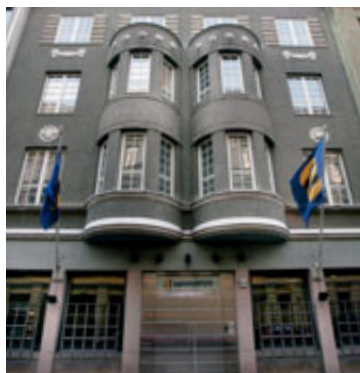
### Hallitus

Yhtiökokous valitsee SanomaWSOY:n hallituksen jäsenet, puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan. Yhtiöjärjestyksen mukaan hallitukseen kuuluu 5–11 jäsentä. Lisäksi hallitukseen voidaan nimetä enintään kaksi henkilöstön edustajaa.

Hallituksen jäsenen toimikausi alkaa varsinaisen yhtiökokouksen päättyessä ja päättyy valintaa seuraavan kolmannen varsinaisen yhtiökokouksen päättyessä. Jos hallituspaikka vapautuu kesken toimikauden, uusi jäsen valitaan toimikauden jäljellä olevaksi ajaksi. Yhtiöjärjestyksen mukaan hallitukseen ei saa valita henkilöä, joka on täyttänyt tai täyttää toimikautensa aikana 75 vuotta.

Helsingin Pörssin hallinnointiperiaatteissa suositellaan hallituksen jäsenten toimikaudeksi yhtä vuotta. SanomaWSOY:ssä hallituksen jäsenten toimikausi on kolme vuotta. Yhtiö katsoo, että sen liiketoiminnan luonne edellyttää hallituksen jäseniltä yhtä vuotta pitkäaikaisempaa perehtymistä ja sitoutumista toimintaan. Hallituksen jäsenten toimikaudet on järjestetty niin, että noin kolmasosa hallituksen jäsenistä valitaan vuosittain.

Nykyisessä, yhtiökokouksen 30.3.2004 valitsemassa hallituksessa on kymmenen jäsentä. Hallituksen jäsenistä Paavo Hohti, Robert Castrén, Jane Erkkö ja Robin Langenskiöld ovat ilmoittaneet jättävänsä paikkansa täytettäväksi



vuoden 2005 varsinaisessa yhtiökokouksessa. Yhtiöjärjestyksen mukainen hallituksen jäsenen toimikausi on kolme vuotta. Jaakko Rauramon, Sari Baldaufin ja Sakari Tammisen toimikausi päättyi varsinaiseen yhtiökokoukseen 2006 ja Sirkka Hämäläisen, Seppo Kievarin ja Hannu Syrjäsen varsinaiseen yhtiökokoukseen 2007.

Hallituksen päätoiminen puheenjohtaja on Jaakko Rauramo. Hallituksen jäsenistä konsernin palveluksessa on myös toimitusjohtaja Hannu Syrjänen. Hallituksen jäsenistä puolet on yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista riippumattomia Helsingin Pörssin suosituksen tarkoittamalla tavalla: Sari Baldauf, Robert Castrén, Paavo Hohti, Sirkka Hämäläinen ja Sakari Tamminen. Lisäksi yhtiöstä riippumattomia jäseniä ovat Jane Erkko ja Robin Langenskiöld.

SanomaWSOY:n hallitus on osakeyhtiölain mukaisesti vastuussa konsernin yleisjohtamisesta ja johtamisen organisoinnista. Hallitus nimittää konsernin toimitusjohtajan, hänen sijaisensa ja konsernin johtoryhmän jäseninä toimivat konsernin emoyhtiön johtajat. Lisäksi hallitus hyväksyy liiketoimintaryhmien emoyhtiöiden toimitusjohtajien, heidän sijaistensa ja Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien vastaavien päätoimittajien nimitykset sekä päättää ylimmän johdon palkkauksesta ja palkkioista. Hallitus kehittää toimintaansa

PricewaterhouseCoopersin säännöllisesti toteuttaman hallitustyöskentelyn itsearviointiprosessin avulla.

Vuonna 2004 hallitus kokoontui kahdeksan kertaa. Keskimäärin kokouksiin osallistui 93 % hallituksen jäsenistä.

#### **Hallituksen valiokunnat**

Hallituksen kokouksiin tulevia asioita valmistelee yhtiöjärjestyksen mukaisesti työvaliokunta. Työvaliokuntaan kuuluvat hallituksen puheenjohtaja Jaakko Rauramo, varapuheenjohtaja Paavo Hohti sekä toimitusjohtaja Hannu Syrjänen. Työvaliokunta kokoontui vuoden aikana kahdeksan kertaa, ja valiokunnan jäsenet olivat läsnä kaikissa kokouksissa. Hallitus voi asettaa myös muita tarpeelliseksi katsomiaan valiokuntia. Vuonna 2004 SanomaWSOY:ssä toimivat toimitus-, palkitsemis- sekä tarkastusvaliokunnat.

Palkitsemisvaliokunnan tehtävänä on valmistella johdon palkkaukseen ja konsernin palkkaus- ja palkkiopolitiikkaan liittyviä asioita. Palkitsemisvaliokuntaan kuuluivat vuoden lopussa Sari Baldauf (pj.), Paavo Hohti (vpj.), Jane Erkko ja Seppo Kievari. Vuoden 2004 aikana palkitsemisvaliokunta kokoontui kaksi kertaa. Keskimäärin kokouksiin osallistui 75 % valiokunnan jäsenistä.

Tarkastusvaliokuntaa kehittää ja valvoo konsernin taloudellista raportointia, tilintarkastajien työskentelyä, sisäisen kontrollin luotettavuutta ja hallinnointiperiaatteiden toteutumista. Vuoden 2004 lopussa tarkastusvaliokuntaan kuuluivat Sakari Tamminen (pj.), Robert Castrén (vpj.), Robin Langenskiöld ja Sirkka Hämäläinen. Valiokunnalla oli neljä kokousta vuoden 2004 aikana.

Keskimäärin kokouksiin osallistui 94 % valiokunnan jäsenistä.

Huhtikuussa 2004

SanomaWSOY:n hallitus asetti toimitusvaliokunnan, jonka tehtävänä on seurata konsernin tärkeimpien lehtien toimitusperiaatteita sekä valmistella näiden linjauksien muutokset ja vastaavien päätoimittajien nimitykset. Toimitusvaliokunnan jäsenet vuoden 2004 lopussa olivat Seppo Kievari (pj.), Jane Erkko (vpj.), Paavo Hohti ja Sirkka Hämäläinen. Valiokunta kokoontui vuoden aikana kerran ja läsnä olivat kaikki jäsenet.

#### **Hallituksen päätoiminen puheenjohtaja**

Hallituksella on päätoiminen puheenjohtaja, joka yhdessä toimitusjohtajan kanssa valmistelee hallituksen kokouksiin tulevia asioita sekä johtaa puhetta hallituksen ja työvaliokunnan kokouksissa. Hallituksen puheenjohtaja keskittyy erityisesti konsernin strategisten päätösten ja linjausten sekä strategisten henkilöstöasioiden valmisteluun. Lisäksi hän hoitaa laaja-alaisia konsernin ulkoisia suhteita yhdessä toimitusjohtajan kanssa.

Hallituksen puheenjohtaja osallistuu operatiiviseen johtamiseen vain etukäteen sovittavissa erityistapauksissa, erityisesti kasvu- ja kansainvälistymisprojekteissa. SanomaWSOY:n hallituksen puheenjohtaja vuonna 2004 oli Jaakko Rauramo.



### Toimitusjohtaja

Toimitusjohtaja vastaa itsenäisesti SanomaWSOY:n operatiivisesta toiminnasta hallituksen hyväksymien strategisten tavoitteiden, budjettien sekä hallituksen vahvistamien yleisperiaatteiden mukaisesti. Toimitusjohtaja johtaa yhtiön päivittäistä hallintoa ja valmistelee hallituksen kokouksiin tulevia asioita sekä esittelee ne hallitukselle ja sen valiokunnille. Toimitusjohtaja toimii puheenjohtajana konsernin johtoryhmässä ja liike-toimintaryhmien emoyhtiöiden hallituksissa, ellei erityistapauksissa sovita toisin. Vuonna 2004 SanomaWSOY:n toimitusjohtaja oli Hannu Syrjänen.

### Palkat, palkkiot ja kannustimet

Toimitusjohtajan ja muun ylimmän johdon palkat ja edut vahvistaa hallitus palkitsemisvaliokunnan esityksen perusteella. Hallituksen palkkiot vahvistaa yhtiökokous.

Vuonna 2004 SanomaWSOY:n hallituksen jäsenille maksettiin palkkiona 5 500 euroa (pj.), 5 000 euroa (vpj.) tai 4 000 euroa (jäsenet) kuukaudessa. Lisäksi kokouspalkkiona maksettiin 200 euroa kokoukselta. Hallituksen jäsenistä SanomaWSOY:n optiojärjestelmien piirissä ovat hallituksen puheenjohtaja Jaakko Rauramo, toimitusjohtaja Hannu Syrjänen ja Seppo Kieväri.

SanomaWSOY:n johdolle maksettiin vuonna 2004 palkkoja ja palkkioita yhteensä 5,0 (4,3) milj. euroa. Johtoon on luettu SanomaWSOY:n hallituksen jäsenet, toimitusjohtaja, liike-toimintaryhmien emoyhtiöiden toimitusjohtajat ja heidän mahdolliset sijaisensa sekä muut SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsenet. Mukana ovat vain palkat ja palkkiot, jotka on maksettu näistä tehtävistä tilikauden aikana niitä hoitaneille henkilöille.

Hallituksen päätoimiselle puheenjohtajalle Jaakko Rauramolle maksettiin vuonna 2004 palkkoja, palkkioita sekä bonus- ja muita korvauksia noin 937 900 euroa (noin 732 600 euroa vuonna 2003). Rauramolla on hänen itsensä tai yhtiön niin halutessa oikeus jäädä 60 vuotta täytettyään täydelle (60 %) vanhuuseläkkeelle Sanoma Osakeyhtiön eläkesäätiön sääntöjen mukaisesti. Hallituksen puheenjohtajan sopimus on voimassa puheenjohtajan toimikauden ajan, ellei muuta sovita tai yhtiökokouksessa päätetä. Rauramolla on 100 000 kappaletta 2001B- ja 100 000 kappaletta 2001C-optio-oikeuksia.

Toimitusjohtaja Hannu Syrjäselle maksettiin vuonna 2004 palkkoja, palkkioita sekä bonus- ja muita korvauksia noin 765 400 euroa (noin 656 700 euroa vuonna 2003). Toimitusjohtajasopimuksen mukaan Syrjänen siirtyy eläkkeelle täytettyään 60 vuotta, ellei erikseen toisin sovita, ja hänen eläk-

keensä on noin 60 % palkasta. Toimitusjohtajan irtisanomisaika on kuusi kuukautta ja erokorvauksena maksetaan 18 kuukauden rahapalkkaa vastaava summa. Erakorvaukseen liittyy määräaikainen kilpailukielto. Syrjäsellä on 50 000 kappaletta 2001A-, 50 000 kappaletta 2001B-, 50 000 kappaletta 2001C- ja 50 000 kappaletta 2004A-optio-oikeuksia.

Muiden SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsenten eläkeikä on 60 vuotta ja eläke noin 60 % palkasta. Heidän irtisanomisaikansa on kuusi kuukautta ja erokorvauksena maksetaan 12 kuukauden palkkaa vastaava summa. Erakorvaukseen liittyy määräaikainen kilpailukielto.

Kaikissa SanomaWSOY:n liike-toimintaryhmissä on kannustejärjestelmiä, joilla henkilöstöä ohjataan liiketoiminnan tavoitteisiin, sitoutetaan sekä palkitaan hyvistä suorituksista ja tuloksista. Osaamiseen, tehtävän vaatimustasoon ja suoritukseen perustuvan palkan lisäksi käytössä on kertapalkkioita sekä lyhyen aikavälin kannustejärjestelmiä, joissa on huomioitu liiketoimintaryhmien erilaiset ansaintalogiikat. SanomaWSOY:n hallitus vahvistaa kannustejärjestelmien yleisperiaatteet. Kannusteet asetetaan ottaen huomioon edellisen vuoden kehitys, kilpailuolosuhteet, liiketoiminnan elinkaari, toimintasuunnitelmat yms. tekijät. Sanomassa ja Sanoma Magazines Finlandissa on myös henkilöstörähoasto, jonka vuosittainen voittopalkkio määräytyy toiminnan tuloksesta. Lisäksi käytössä on johdon optiojärjestelmä, jonka ehtoja on tarkemmin kuvattu Tilinpäätöksessä, s. 44.



## **Riskienhallinta, valvonta ja tarkastus**

SanomaWSOY:n hallitus on vahvistanut konsernin riskienhallintapolitiikan. Tämän lisäksi tärkeimpiä liiketoiminnan riskien hallinnan välineitä ovat konsernin ja liiketoimintaryhmien ja -yksiköiden toimintaohjeet.

Konsernin varainhoidon valvonasta vastaa SanomaWSOY:n hallitus. Kirjanpidon ja valvontamekanismien järjestämisestä vastaa toimitusjohtaja. Konsernin taloudellista kehitystä seurataan kuukausittain koko konsernin kattavan ohjausjärjestelmän avulla. Ohjausjärjestelmä sisältää toteutuneen tuloslaskelman, tasetiedot ja tunnusluvut sekä ajantasaiset ennusteet kuluvalle vuodelle ja rullaavasti seuraavalle 12 kuukaudelle.

SanomaWSOY:n hallitus valitsee vuosittain keskuudestaan tarkastusvaliokunnan, joka valmistelee, ohjaa ja arvioi konsernin riskienhallintaa, sisäisiä valvontajärjestelmiä, taloudellista raportointia, toimintaprosesseja sekä tilintarkastusta ja sisäistä tarkastusta hallituksen vahvistaman toimintaohjeen mukaisesti.

Vuoden 2004 lopussa SanomaWSOY:n tarkastusvaliokunnan kaikki neljä jäsentä olivat yhtiöstä riippumattomia. Tarkastusvaliokunnan kokouksiin saavat halutessaan osallistua kaikki hallituksen jäsenet. Tarkastusvaliokunta kutsuu kokouksiinsa käsiteltävien asioiden kannalta tarpeellisia asiantuntijoita, kuten toimitusjohtajan, taloudesta ja hallinnosta vastaavan johtajan, sisäisen tarkastuksen johtajan tai tilintarkastajat.

SanomaWSOY:n päävastuullinen tilintarkastusyhteisö on PricewaterhouseCoopers Oy. Vuonna 2004 yhteisölle maksettiin yhteensä 2,4 milj. euroa, josta lakisääteisestä tilintarkastuksesta 1,1 milj. euroa.

SanomaWSOY:n toimitusjohtajan alaisuudessa työskentelee sisäisen tarkastuksen yksikkö, joka toimii yhteistyössä konserni johdon, tarkastusvaliokunnan ja tilintarkastajien kanssa. Yksikön toimintaa ohjaavat konsernin hallinnointiperiaatteet ja tarkastusvaliokunnan sisäisestä tarkastuksesta antama toimintaohje.

SanomaWSOY:n hallinnointiperiaatteissa on määritelty, kuinka investoinnit ja henkilöstöä koskevat asiat hyväksytään. Investoinnit ovat esillä eri hallintoelimissä strategioita, toimintasuunnitelmia ja budjetteja käsiteltäessä. Lopulliset investointipäätökset tehdään erillisen esityksen perusteella investointien hyväksymistä koskevien valtuuksien mukaisesti. Merkittävistä investoinneista laaditaan päätöksentekoa ja seuranta varten ehdotus, joka sisältää investoinnin perusteet ja laskelman.

Toimialan tavanomaiset liiketaloudelliset riskit liittyvät mediamainonnan ja kulutuksen kehittymiseen. Mediamainonta reagoi herkästi taloudellisiin suhdanne muutoksiin. SanomaWSOY:n liikevaihdosta vain noin viidennes tulee mediamainonnasta. Riskien jakauma vaihtelee niin maantieteellisesti kuin liiketoiminoittainkin. Konserni toimii 20 Euroopan maassa eri liiketoiminta-alueilla ja sen liikevaihdosta noin 45 % tulee Suomen ulkopuolta. Näin konserni ei ole riippuvainen minkään yksittäisen maan tai liiketoiminnan kehityksestä.

Tuotekehitykseen ja toimintavaltuuksien määrittelyyn liittyviä liiketoimintariskejä vaikeammin

ennakoitavia ovat yrityskauppoihin ja uusien tuotteiden lanseeraukseen liittyvät riskit. SanomaWSOY:n laaja tuotevalikoima kuitenkin pienentää jälkimmäisiä riskejä.

Erityisesti teknologian nopea kehitys tuo uusia haasteita liiketoiminnalle. SanomaWSOY seuraa jatkuvasti osana normaalia liiketoiminnan kehittämistä ja raportointia mediatoimialan tulevaisuuden riskitekijöitä ja niihin varautumista. Liiketoimintaryhmät raportoivat niihin mahdollisesti kohdistuvista riskeistä säännöllisesti SanomaWSOY:n hallitukselle.

Rahoitusriskien hallintaa on kuvattu erikseen liitetiedossa 22 Tilinpäätöksessä, s. 39.

## **Immateriaalioikeudet**

SanomaWSOY:n tuotteiden ja palveluiden kannalta keskeisiä immateriaalioikeuksia ovat konsernin omistamat ja lisensoimat tekijänoikeudet, kustannusoikeudet, tavaramerkit, toiminimet, verkkotunnukset ja tietotaito. Immateriaalioikeudet ovat keskeinen osa konsernin tietopääomaa, ja niiden hallinnointiperiaatteet on vahvistettu konsernin johtoryhmässä.

Konsernille pyritään saavuttamaan kilpailuetua hankkimalla ja käyttämällä immateriaalioikeuksia mahdollisimman kustannustehokkaasti. ■



*SanomaWSOY:n hallitus tutustumassa Sanoma Magazinesin pääkonttoriin Amsterdamissa. Vasemmalta Robert Castrén, Sirkka Hämäläinen, Sakari Tamminen, Hannu Syrjänen, Paavo Hohti, Jane Erkkö, Jaakko Rauramo, Sari Baldauf, Seppo Kievari, Kerstin Rinne (hallituksen sihteeri), Robin Langenskiöld ja Heli Rahka (valiokuntien sihteeri).*

## Hallitus

### Jaakko Rauramo

*s. 1941, diplomi-insinööri, vuorineuvos, hallituksen puheenjohtaja*

SanomaWSOY Oyj:n toimitusjohtaja 1999–2001. Toiminut Sanoma Osakeyhtiön toimitusjohtajana vuodesta 1984 sulautumiseen saakka. Tullut Sanoma Osakeyhtiön palvelukseen vuonna 1966 ja hallituksen jäseneksi vuonna 1979, työskennellyt mm. Sanomaprintin kirjapainonjohtajana, Sanomalehtiryhmän johtajana sekä Sanoma Osakeyhtiön varatoimitusjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: Metso Oyj (vpj.), Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliiton (TT) -säätiö, Helsingin Sanomain 100-vuotissäätiö, Jane ja Aatos Erkon säätiö, European Publishers Council, Reuters Founders Share Company Limited (Iso-Britannia) (trustee), The Museum of Television and Radio (USA) (Councilor), Scandinavian International Management Institute Foundation (Tanska), Stiftelsen Svenska Dagbladet (Ruotsi). Kuuluu lisäksi Puolustustaloudelliseen suunnittelukuntaan (pj.), Keskuksakkamarin valtuuskuntaan,

Helsingin kauppakamarin valtuuskuntaan sekä Teknillisen korkeakoulun ylioppilaskunnan kunniavaltuuskuntaan.

Omistaa 2 452 SanomaWSOY:n A-osaketta, 42 449 B-osaketta, 10 kpl vuoden 2001 vaihdettavan pääomailainan lainaosuuksia, 100 000 kpl 2001B- sekä 100 000 kpl 2001C-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 1999, hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2001.

### Paavo Hohti

*s. 1944, filosofian tohtori, professori, hallituksen varapuheenjohtaja*

Toiminut Suomen Kulttuurirahastossa 1980–2004 sekä Werner Söderström Osakeyhtiön hallintoneuvoston varapuheenjohtajana 1994–1999 ja jäsenenä 1991–1994.

Hallitusten jäsenyyksiä: Huhtamäki Oyj (vpj.), Tapio Wirkkala – Rut Bryk Säätiö (pj.), WSOY:n kirjallisuussäätiö (pj.), Suomen Ateenan-instituutin säätiö, Säätiö Institutum Romanum Finlandiaen valtuuskunta (pj.), Valamo säätiö.

Omistaa 824 SanomaWSOY:n B-osaketta.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 1999.

### Sari Baldauf

*s. 1955, kauppatieteiden maisteri*

Toiminut Nokia Oyj:n verkkoliiketoiminnasta vastaavana johtajana 1998–31.1.2005 ja Nokia Oyj:n johtokunnan jäsenenä 1994–31.1.2005. Aiemmin toiminut mm. Nokia APAC:n johtajana sekä Nokia Telecommunications, Cellular Systemsin toimitusjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: Liikesivistysrahasto, International Youth Foundation.

Omistaa 7 000 SanomaWSOY:n B-osaketta.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 2003.

### Robert Castrén

*s. 1957, diplomiekonomi*

Toimii myynti- ja markkinointijohtajana UPM-Kymmene Oyj:ssä. Työskennellyt lukuisissa markkinointitehtävissä UPM-Kymmene Oyj:ssä ja sen edeltäjässä Kymmene Oy:ssä vuodesta 1991 lähtien. Työskennellyt aikaisemmin mm. Finnppap ja Lamco Paper Sales -yhtiöissä. Toiminut Sanoma Osakeyhtiön hallituksen jäsenenä 1994–1999 ja varapuheenjohtajana 1999–2002.

Omistaa 7 040 SanomaWSOY:n A-osaketta ja 13 172 B-osaketta.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 2001.

### Jane Erkkö

s. 1936

Toiminut Sanoma Osakeyhtiön hallituksen jäsenenä 1990–1999 ja Helsinki Media Company Oy:n hallituksen varapuheenjohtajana 1995–1999.

Hallitusten jäsenyyksiä: American Scandinavian Foundation (USA) (overseas trustee), Jane ja Aatos Erkon säätiö (vpj.).

Omistaa 43 808 SanomaWSOY:n A-osaketta ja 200 024 B-osaketta.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 1999.

### Sirkka Hämäläinen

s. 1939, kauppatieteiden tohtori

Toiminut mm. Euroopan Keskuspankin johtokunnan jäsenenä, Suomen Pankin pääjohtajana ja johtokunnan puheenjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: Kone Oyj, Investor AB (Ruotsi), Helsingin kauppakorkeakoulun Holding Oy, Savonlinnan Oopperajuhlien Kannatusyhdistyksen Valtuuskunta (vpj.), Liikesivistysrahasto, Anders Chydenius -säätiö, Suomalainen Kamariorkesteri (pj.).

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 2004.

### Seppo Kievari

s. 1943

Toiminut Sanoma Osakeyhtiössä 1966–2004 mm. Helsingin Sanomien päätoimittajana, Sanoma Osakeyhtiön varatoimitusjohtajana ja sanomalehtien kustantajana sekä toimitusjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: WAN (World Association of Newspapers), Hämeen Sanomat Oy, Helsingin Sanomain 100-vuotissäätiö (pj.), Päivälehtien arkistosäätiö (vpj.).

Omistaa 5 000 kpl SanomaWSOY:n B-osakkeita, 30 000 kpl 2001A-, 30 000 kpl 2001B- ja 20 000 kpl 2001C-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 2003.

### Robin Langenskiöld

s. 1946, diplomiekonomi

Toiminut Sanoma Osakeyhtiön hallituksen jäsenenä 1990–1999 ja Helsinki Media Company Oy:n hallituksen jäsenenä 1995–1999.

Hallitusten jäsenyyksiä: Pencentra Oy.

Omistaa 1 119 604 SanomaWSOY:n A-osaketta ja 6 577 712 B-osaketta.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 1999.

### Hannu Syrjänen

s. 1951, ekonomi, oikeustieteen kandidaatti, SanomaWSOY Oyj:n toimitusjohtaja

Toiminut 1989–2001 Rautakirjassa toimitusjohtajana, varatoimitusjohtajana sekä toimialajohtajana. Työskennellyt aikaisemmin mm. TS-Yhtymässä johtajana, Wihuri Oy:ssä toimialajohtajana sekä Lakimiesliiton Kustannuksen toimitusjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: Viestinnän Keskusliitto (pj.), Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen (pj.), Elinkeinoelämän Keskusliitto EK, Puolustustaloudellinen suunnittelukunta, graafinen pooli (pj.) sekä Liikesivistysrahasto ja Partiosäätiö (hallintoneuvoston jäsen). SanomaWSOY Oyj:n tytäryhtiöiden Sanoma Osakeyhtiön, SWelcom Oy:n, Werner Söderström Osakeyhtiön ja Rautakirja Oy:n hallitusten puheenjohtaja. Kuuluu lisäksi Maanpuolustuksen Tuki ry:n valtuustoon, Helsingin kauppakorkeakoulun neuvottelukuntaan, Helsingin Yliopiston Tiedesäätiön valtuuskuntaan, Helsingin kauppakamarin valtuuskuntaan, Säätiö Institutum Romanum Finlandiaen valtuuskuntaan, Puolustustaloudellisen suunnittelukunnan tietoyhteiskuntasektoriin, Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) Suomen osaston hallitukseen ja Value Creating Management of Media Companies -program / INSEAD:n Advisory Boardiin.

Omistaa 20 000 SanomaWSOY:n B-osaketta, 5 kpl vuoden 2001 vaihdettavan pääomallainan lainaosuuksia, 50 000 kpl 2001A-, 50 000 kpl 2001B-, 50 000 kpl 2001C- ja 50 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 2001.

### Sakari Tamminen

s. 1953, kauppatieteiden maisteri

Toimii Rautaruukki Oyj:n toimitusjohtajana. Työskennellyt Metso Oyj:ssä 1999–2003 ensin talous- ja rahoitusjohtajana ja myöhemmin varatoimitusjohtajana sekä toimitusjohtajan sijaisena. Aikaisemmin työskennellyt mm. Rauma Oy:n varatoimitusjohtajana sekä talous- ja rahoitusjohtajana, Rauma-Repola Oy:n Konepajateollisuuden talousjohtajana ja Oy W. Rosenlew Ab:n Metalliteollisuuden talouspäällikkönä.

Hallitusten jäsenyyksiä: Lemminkäinen Oyj, Suomen Pörssisäätiö, Teknologiateollisuus ry, Metallinjalostajat ry. Hallintoneuvoston jäsenyyksiä: Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma, Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo, Suomen Messut Osuuskunta. Kuuluu lisäksi Suomen Ranskan-instituutin säätiön valtuuskuntaan, Pohjolan suurasiaasneuvottelukuntaan, Nordea Pankki Suomi Oyj:n Suomen Suurasiaasneuvoston Advisory Counciliin sekä Vuorimiesyhdistys-Bergsmannaföreningen ry:hyn.

SanomaWSOY:n hallituksen jäsen vuodesta 2003. ■

Sivujen 44–45

SanomaWSOY-omistukset ovat tilanteesta 31.1.2005. Kuukausittain päivitettävä sisäpiiri-rekisteri on osoitteessa [www.sanomawsoy.fi](http://www.sanomawsoy.fi). Lisätietoja hallituksen toiminnasta Hallinnointitekstissä, s. 40–43.

# Johtoryhmä

## Hannu Syrjänen

s. 1951, ekonomi, oikeustieteen kandidaatti, SanomaWSOY Oyj:n toimitusjohtaja vuodesta 2001 alkaen

Toiminut 1989–2001 Rautakirjassa toimitusjohtajana, varatoimitusjohtajana sekä toimialajohtajana. Työskennellyt aikaisemmin mm. TS-Yhtymässä johtajana, Wihuri Oy:ssä toimialajohtajana sekä Lakimiesliiton Kustannuksen toimitusjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: ks. sivut 44–45.

Omistaa 20 000 SanomaWSOY:n B-osaketta, 5 kpl vuoden 2001 vaihdettavan pääomallainan lainaosuuksia, 50 000 kpl 2001A-, 50 000 kpl 2001B-, 50 000 kpl 2001C- ja 50 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 1999 ja puheenjohtaja vuodesta 2001.

## Eija Ailasmaa

s. 1950, valtiotieteiden maisteri, Sanoma Magazines B.V.:n toimitusjohtaja

Toiminut Sanoma Magazines Finland Oy:n ja Helsinki Media Oy:n toimitusjohtajana 2000–2002, Helsinki Media Company Oy:n varatoimitusjohtajana 1998–2000 sekä Aikakauslehdet-yksikön johtajana. Työskennellyt aikaisemmin mm. Sanoma Osakeyhtiön Sanomaprintin ja Helsinki Media Company Oy:n kustannusjohtajana, Kodin Kuva-

lehden päätoimittajana sekä erilaisissa toimituksellisissa tehtävissä Ilta-Sanomissa.

Hallitusten jäsenyyksiä: Sanoma Magazines B.V. (Hollanti) (Management Board) (pj.), Sanoma Magazines Finland Oy (pj.), Hansaprint Oy, Huhtamäki Oy, R.C.V. Entertainment B.V. (Hollanti), Sanoma Budapest Kiadó Részvénytársaság (Unkari), Sanoma Magazines Belgium N.V. (Belgia) ja Uitgevers Maatschappij N.V. (Belgia).

Omistaa 80 SanomaWSOY:n A-osaketta, 6 000 B-osaketta sekä 30 000 kpl 2001A-, 30 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 37 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2000.

## Nils Ittonen

s. 1954, diplomiekonomi, SanomaWSOY:n rahoituksesta, sijoituksesta ja kiinteistöistä vastaava johtaja

Tullut Sanoma Osakeyhtiön palvelukseen 1977 ja toiminut yhtiössä taloushallinnon eri tehtävissä, mm. Sanoma Osakeyhtiön sijoitusjohtajana sekä Sanoma Inc.:n (USA) ja Crafton Graphic Co:n (USA) talousjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: Rautakirja Oy (vpj.), SWelcom Oy, Sanoma Magazines Finland Oy, Oy Asipex Ab sekä Jane ja Aatos Erkon säätiö.

Omistaa 50 000 SanomaWSOY:n B-osaketta sekä 30 000 kpl 2001A-, 30 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 30 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 1999.

## Erkki Järvinen

s. 1960, kauppatieteiden maisteri, Rautakirja Oy:n toimitusjohtaja

Toiminut Rautakirjassa vuodesta 1997 mm. kioskikaupan toimialajohtajana ja toimitusjohtajana vuodesta 2001. Työskennellyt aikaisemmin mm. Cultor-konserniin kuuluneissa Vaasanmylly Oy:ssä markkinointijohtajana ja -päällikkönä ja Siljans Knäcke AB:ssa Ruotsissa toimitusjohtajana sekä Oy Karl Fazer Ab/Fazer Leipomoissa tuote- ja markkinointipäällikkönä.

Hallitusten jäsenyyksiä: Rautakirja Oy, Rautakirjan eläkesäätiö (pj.), Finnkino Oy (pj.), Suomalainen Kirjakauppa Oy (pj.), JHC Arena Holding Oy, IBA (International Book and Press Retailers' Association), Narvesen Baltija SIA (Latvia) (hallintoneuvoston pj.), Baltic Cinema SIA (Latvia) (hallintoneuvoston pj.), AS MPDE (Viro) (hallintoneuvoston pj.), UAB Vingio kino teatras (Liettua) (hallintoneuvoston pj.), R Kiosk Eesti AS (Viro) (hallintoneuvoston pj.), AS Lehepunkt (Viro) (hallintoneuvoston pj.), Jokerit HC Oy ja Suomen Kaupan Liitto.





Omistaa 30 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 37 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2001.

### Jorma Kaimio

s. 1946, filosofian tohtori, klassisen filologian dosentti, Werner Söderström Osakeyhtiön toimitusjohtaja  
Toiminut WSOY:ssä vuodesta 1991 kirjallisena johtajana ja varatoimitusjohtajana sekä toimitusjohtajana vuodesta 2000. Työskennellyt aikaisemmin Akateemisen Kirjakaupan johtajana, tutkijana ja luennoitsijana Helsingin yliopistossa sekä Ylioppilas-tutkintolautakunnan sihteerinä.

Hallitusten jäsenyyksiä: Werner Söderström Osakeyhtiö, Ajasto Osakeyhtiö (pj.), Weilin+Göös Oy (pj.), Bertmark Media AB (Ruotsi) (pj.), Helsingin yliopiston Holding Oy, Licentia Oy (pj.), WSOY:n kirjallisuussäätiö (asiames), Lauri Jäntin säätiö suomenkielisen tietokirjallisuuden edistämiseksi, Suomen Kustannusyhdistys ry (vpj.), Viestinnän Keskusliitto ja Valamo säätiön valtuuskunta.

Omistaa 14 480 SanomaWSOY:n B-osaketta sekä 30 000 kpl 2001A-, 30 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 34 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2000.

### Tapio Kallioja

s. 1948, diplomi-insinööri, SWelcom Oy:n toimitusjohtaja

Tullut Sanoman palvelukseen 1984 ja toiminut Eurocable-ryhmän ja

Uudet Viestimet -ryhmän johtajana, Helsingin Telset Oy:n, Helsinki Televisio Oy:n ja Helsinki Media Company Oy:n toimitusjohtajana.

Hallitusten jäsenyyksiä: SWelcom Oy, Helsinki Televisio Oy (pj.), Oy Ruutunelonen Ab (pj.), 2ndhead Oy (pj.), Suomen Urheilutelevisio Oy, Suomen Televisioiden Liitto, SSH Communications Security Oyj ja Savonlinnan Oopperajuhlien Kannatusyhdistys.

Omistaa 1 600 SanomaWSOY:n B-osaketta sekä 30 000 kpl 2001A-, 30 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 34 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 1999.

### Mikael Pentikäinen

s. 1964, metsänhoitaja, maatalous- ja metsätieteiden kandidaatti, Sanoma Osakeyhtiön toimitusjohtaja

Toiminut 1999–2004 Suomen Tieto- toimiston päätoimittajana ja toimitusjohtajana, Etelä-Saimaan päätoimittajana 1996–1999 ja toimittajana Helsingin Sanomien politiikan toimituksessa 1992–1996.

Hallitusten jäsenyyksiä: Sanoma Osakeyhtiö, Helsingin Sanomat Oy (pj.) Ilta-Sanomat Oy (pj.), Talous-sanomat Oy (pj.), Sanoma Lehtimedia Oy (pj.), Sanomapaino Oy (pj.), Sanoma Data Oy (pj.), Lehtikuva Oy (pj.), Esmerk Oy (pj.), Sanoma Kauhunkilehdet Oy (pj.) ja Oy Suomen Tietotoimisto.

Omistaa 30 000 kpl 2001C- ja 37 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2004.

### Kerstin Rinne

s. 1950, oikeustieteen kandidaatti, varatuomari, SanomaWSOY:n strategisesta suunnittelusta ja lakiasioista vastaava johtaja

Tullut Sanoma Osakeyhtiön palvelukseen 1980. Toiminut lakiasiaintoimittajana 1984–1999 sekä johtanut eri aikoina lakiasioiden ohessa mm. suunnittelua, tietopalvelua ja hallintoa. Työskennellyt aikaisemmin mm. asianajajana asianajotoimistoissa Silkko & Ståhlberg, H. Hedman sekä Rinne & Talikka.

Hallitusten jäsenyyksiä: Sanoma Osakeyhtiö (vpj.), Werner Söderström Osakeyhtiö, SWelcom Oy (vpj.), Sanoma Finance AG (Sveitsi) (pj.), HYY Yhtymä (Oy HYY-Yhtiöt Ab, Kaivopiha Oy, HYY-kiinteistöt). Kuuluu lisäksi Tietoyhteiskuntaneuvostoon sekä European Publishers Councilin Corporate Affairs Groupiin.

Omistaa 1 199 SanomaWSOY:n B-osaketta sekä 30 000 kpl 2001A-, 30 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 30 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 1999.

### Matti Salmi

s. 1950, taloustieteen maisteri, SanomaWSOY:n taloudesta ja hallinnosta vastaava johtaja

Toiminut 1988–2004 Rautakirja Oy:n hallintojohtajana. Työskennellyt aiemmin mm. Suomen Tupakka Oy:n talousjohtajana sekä British American Tobacco Ltd:n controllerina.

Hallitusten jäsenyyksiä: Rautakirja Oy, Sanoma Osakeyhtiö, Werner Söderström Osakeyhtiö, Jokerit HC Oy ja Viestintäyönantajat VTA.

Omistaa 12 000 kpl 2001B-, 30 000 kpl 2001C- ja 30 000 kpl 2004A-optio-oikeuksia.

SanomaWSOY:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2004. ■



Sivujen 46–47

SanomaWSOY-omistukset ovat tilanteesta 31.1.2005. Kuukausittain päivitettävä sisäpiirikisteri on osoitteessa [www.sanomawsoy.fi](http://www.sanomawsoy.fi). Lisätietoja johtoryhmän toiminnasta Hallinnointitekstissä, s. 40–43.

# Yhteystiedot

## **SanomaWSOY Oyj**

toimitusjohtaja  
Hannu Syrjänen  
Ludviginkatu 6–8  
PL 1229  
00101 Helsinki  
puh. 0105 1999  
faksi 0105 19 5068  
www.sanomawsoy.fi

## **Talous ja hallinto**

johtaja Matti Salmi

## **Strateginen suunnittelu ja lakiasiat**

johtaja Kerstin Rinne

## **Rahoitus, sijoitus ja kiinteistöt**

johtaja Nils Ittonen

## **Sijoittajasuhteet ja konserniviestintä**

puh. 0105 19 5062  
konserniviestinta@sanomawsoy.fi

## **Hallituksen**

### **puheenjohtajan toimisto**

hallituksen puheenjohtaja  
Jaakko Rauramo  
Erottajankatu 11 A  
PL 1229  
00101 Helsinki  
puh. 0105 1999  
faksi 0105 19 5508

## **Sanoma Magazines B.V.**

toimitusjohtaja Eija Ailasmaa  
Jachthavenweg 124, 1081 KJ Amsterdam  
P.O.Box 90473  
NL-1006 BL Amsterdam, the Netherlands  
puh. +31 20 851 2100  
faksi +31 20 851 2149

## **Sanoma Osakeyhtiö**

toimitusjohtaja Mikael Pentikäinen  
Töölönlahdenkatu 2  
PL 95  
00089 Sanomat  
puh. (09) 1221  
faksi (09) 122 4809  
www.sanoma.fi

## **Werner Söderström Osakeyhtiö**

toimitusjohtaja Jorma Kaimio  
Bulevardi 12  
PL 222  
00121 Helsinki  
puh. (09) 616 81  
faksi (09) 6168 3560  
www.wsoy.fi

## **SWelcom Oy**

toimitusjohtaja Tapio Kallioja  
Ludviginkatu 6–8  
PL 1019  
00101 Helsinki  
puh. 010 707 1111  
faksi 010 707 7008  
www.swelcom.fi

## **Rautakirja Oy**

toimitusjohtaja Erkki Järvinen  
Koivuvaarankuja 2  
PL 1  
01641 Vantaa  
puh. (09) 852 81  
faksi (09) 853 3281, 852 8511  
www.rautakirja.fi

## **Vuosikertomus 2004 / Kuvat**

Marja Airio, Jaakko Avikainen, Julie Blik, Sari Gustafsson, Martti Kainulainen,  
Jaakko Lukumaa, Kimmo Mäntylä, Samuli Pulkkinen, Tiina Pyrylä



