

SanomaMagazines

Sanoma Magazines on vahva eurooppalainen aikakauslehtikustantaja. Se julkaisee yhteensä noin 230 lehteä Belgiassa, Bulgariassa, Hollannissa, Kroatiaassa, Romaniassa, Ruotsissa, Slovakiassa, Suomessa, Tshekissä ja Unkarissa.



1



2



3

Sanoma Magazines
Aikakauslehtien
kustantaminen ja jakelu

Sanoma Uitgevers, Hollanti

- » Naistenlehdet
- » Miestenlehdet
- » Asumis- ja sisustuslehdet
- » Lasten ja nuorten julkaisut
- » Yritysjulkaisut
- » Muut toiminnot
 - ilse Media Groep
 - RCV Entertainment

Sanoma Magazines Belgium

- » Naistenlehdet
- » TV-lehdet
- » Asumis- ja sisustuslehdet
- » Yritysjulkaisut

Sanoma Magazines Finland

- » Naistenlehdet
- » Lasten ja nuorten julkaisut
- » Harraste- ja erikoislehdet
- » Yritysjulkaisut

Sanoma Magazines International

- | | | |
|---|------------|------------|
| » Kuluttaja-aikakauslehdet ja yritysjulkaisut | » Bulgaria | » Slovakia |
| | » Kroatia | » Tshekki |
| | » Romania | » Unkari |

Aldipress, Hollanti

- » Aikakauslehtien jakelu

Johtajuus valituilla markkinoilla

”Sanoma Magazines on Euroopan viiden suurimman aikakauslehtikustantajan joukossa ja ykkösasemassa viidessä maassa. Päätaavoitteemme on kannattava kasvu ja toiminnan laajentaminen erityisesti Euroopan pienillä ja keskisuurilla markkinoilla.

Toinen Sanoma Magazinesin keskeinen tavoite on markkinajohtajuus ja sen vahvistaminen. Markkinajohtajuus edellyttää kykyä ennakoida markkinoita, kehittää vahvoja lehtibrändejämme ja lanseerata uusia.”

Toimitusjohtaja **Eija Aillasmaa**, Sanoma Magazines

viikkolehti Margriet, Disneyn Donald Duck, viikkolehti Story, miesten viikkolehti Panorama sekä asumiseen erikoistunut VT Wonen. Kaikkiaan Sanoma Uitgevers kustantaa 104 lehteä.

Monet Sanoma Uitgeversin lehtibrändit ovat laajentuneet erikoisnumeroiksi ja kirjoiksi ja näkyvät lisenssien kautta erilaisissa kuluttajatuotteissa. Suosittuja yleisötahtumia ovat mm. Libelle-lehden suuri ulkoilmatapahtuma Zomerweek, Margrietin talvitapahtuma Winterfair ja nuorille perheille suunnattu messutapahtuma. Sanoma Uitgeversin tytäryhtiö ilse Media Groep on Hollannin johtava kuluttajaportaali, jonka omistusosuutta Sanoma Magazines on kasvattanut 74 %:iin.



Onnistunut integraatio, vahva vuosi

Sanoma Magazines syntyi vuonna 2001, kun Sanoma-WSOY osti hollantilaisen VNU:n aikakauslehtikustannustoiminnan ja siihen yhdistettiin Helsinki Median liiketoiminta. Vahva integraatioprosessi on onnistunut erinomaisesti. Useat toiminnan tehostamisohjelmat, synergiaprojektit, parhaiden käytäntöjen jakaminen ja panostus niin henkilöstön kuin liiketoiminnankin dynaamiseen kehittämiseen ovat tuottaneet nopeasti hyvää tulosta.

Vuonna 2003 markkinat olivat Sanoma Magazine-sille kaksijakoiset: ilmoitusmarkkinoita vaivasi taantuma, mutta lukijamarkkinoilla ryhmän lehdet menestyivät hyvin. Haasteellisessa markkinatilanteessa Sanoma Magazines teki erittäin vahvan tuloksen. Vuoden aikana lanseerattiin menestyksekkäästi kahdeksan uutta lehteä.

Sanoma Magazinesin liiketoimintaa kehitetään edelleen vuonna 2004: uusia lehtiä lanseerataan ja nykyisiä brändejä vahvistetaan edelleen. Toimintaa laajennetaan uusille alueille, samalla kun päämarkkina-alueita vahvistetaan.

Sanoma Uitgevers tehosti toimintaansa

Sanoma Uitgevers on Hollannin johtava kustantaja lähes kaikissa aikakauslehtiryhmissä, ja se on Sanoma Magazinesin suurin yksikkö. Sen kustantama Libelle on Sanoma-WSOY-konsernin suurin lehti lähes 600 000:n levikillään. Muita laajalevikkisiä lehtiä ovat mm. naisten

1. Hollannin voimakkaimmin kasvavia naistenlehtiä on Flair, jonka levikki on noin 110 500.
2. Sanoma Magazinesillä on lisenssejä seitsemään kansainvälisesti tunnettuun brändiin. Marie Claire -lehteä se kustantaa Belgiassa ja Hollannissa.
3. Kansainvälisen aikakauslehtiliiton FIPP:n konferenssi pidettiin Sanoma Uitgeversin tiloissa Hoofddorpissa marraskuussa. Oik. toimitusjohtaja Eija Aillasmaa, johtaja Helga Bouwman ja kustantaja Henk Roelofs.
4. Kroatian TV Story -lehden lanseerausta tuki televisio-kanavan kanssa yhdessä järjestetty suureen suosioon kohonnut Story Supernova Show -laulukilpailu. Finalistien joulue-CD myytiin lehden mukana.
5. Yli kolme vuosikymmentä Belgian Humon päätoimittajana toiminut Guy Mortier loi lehdestä eräänlaisen flaamilaisen instituution. Maaliskuussa 2003 yli 12 000 ihmistä kokoontui Antwerpenin urheiluareenalle hyvästelemään hänet. Hän julisti samaa viestiä niin lavalla kuin lehden kannessakin: Humon show jatkuu!
6. Sanoma Magazinesin ilmoitusmarkkinoinnin asiakastilaisuudessa catwalkille pääsivät päätoimittajat. Gloria-lehtien päätoimittaja Riitta Lindegren.

Vuonna 2003 Sanoma Uitgevers lanseerasi kaksi uutta lehteä: nuorisolle suunnatun Zapp & Zo -tv-oppaan sekä televisiotähti Linda de Molin ympärille rakentuvan lehden yhteistyössä osakkuusyhtiö Mood for Magazinesin kanssa. Uusi asiakaslehtiyksikkö lanseerasi useita asiakaslehtiä. Sanoma Uitgevers laajensi toimintaansa kotimyyntiin julkaisemalla Thuisboetiek-katalogin.

Levikkejään kasvattivat erityisesti Donald Duck, joka palkittiin Hollannissa ”vuoden lehtenä”, sekä vuonna 2002 lanseerattu viikkolehti Flair.

Vuoden 2003 aikana vietiin onnistuneesti päätökseen Sanoma Uitgeversin toimintojen uudelleenjärjestely, jonka tavoitteena oli parantaa toiminnan tehokkuutta. Järjestelyn seurauksena mm. yhdistetään kolme yksikköä

7. Belgialaisen Feeling-lehden World Festival -tapahtuma yhdistää musiikin ja kulinarismiin.
8. Hollantilaisen Tina-lehden järjestämä Tinadag keräsi 11 000 tyttöä ulkoilma- ja musiikkitapahtumaan.
9. Sanoma Magazines Prahan Sestra-lehti (Sairaanhoitaja) järjestää Vuoden sairaanhoitaja -kilpailun. Kuvassa vuoden 2003 palkittuja sairaanhoitajia.



miestenlehtiin keskittyväksi Sanoma Men's Magazines -yksiköksi. Myös nopeasti kasvavaan yli 50-vuotiaiden kohderyhmään keskittyvä yksikkö aloittaa toimintansa vuonna 2004.

Sanoma Uitgeversin suunnitelmissa on lanseerata vuoden 2004 aikana useita uusia lehtiä, käynnistää uusia mediatoimintoja ja vahvistaa asemaansa Hollannin markkinajohtajana.

Sanoma Magazines Belgium etsii kasvua

Sanoma Magazines Belgium on suurin kuluttaja-aikakauslehtien kustantaja Belgiassa. Se kustantaa 16 lehteä Belgian ranskan- ja flaaminkielisillä alueilla ja on naisten- ja televisiolehtien markkinajohtaja. Yksikön suurimpia lehtiä ovat tv- ja radiolehti Humo, naistenlehti Libelle sekä tv-lehti TeVe-Blad.

Vuonna 2003 Sanoma Magazines Belgium laajensi toimintaansa yritysjulkaisuihin. Uusi Skills-yksikkö aloitti keväällä toimintansa kehittämällä belgialaiselle syöpäjärjestölle Gezonde Tips van Vips -lehden. Yhtiö osti kesäkuussa Loving You -lehdet, joihin kuuluvat mm. lehti morsiamille, juhlatilaopas sekä Loving You Fashion -lehti. Taskukirjakokoinen naistenlehti Glam*O powered by Flair käynnistettiin syksyllä.

Yksikön mainosmarkkinat ovat kasvaneet jonkin verran. Vuonna 2004 tarkoituksena on vahvistaa johtavaa asemaa kehittämällä lehtivalikoimaa ja etsimällä aktiivisesti uusia kasvun mahdollisuuksia.

Sanoma Magazines Finland menestyi hyvin

Sanoma Magazines Finland on Suomen suurin aikakauslehtikustantaja ja johtava naistenlehtien sekä lasten ja nuorten julkaisujen kustantaja. Yksiköllä on vahva asema myös tietotekniikkalehtien ja yritysjulkaisujen kustantajana. Kaikkiaan Sanoma Magazines Finland kustantaa noin 40 lehteä, joista laajalevikkisimpiä ovat Aku Ankka, ET-lehti ja Kodin Kuvalehti.

Vuosi 2003 oli Sanoma Magazines Finlandille menestyksekkäs, sillä sen vertailukelpoinen liikevoitto lähes kaksinkertaistui.

Yksikkö tuo markkinoille kaksi uutta lehteä keväällä 2004. Auto Bild Suomi pohjautuu menestyvään, Axel Springer AG -kustantamon kansainväliseen lehtikonseptiin, ja se toimitetaan Suomen oloihin. Meidän Perhe on uudentyyppinen elämänvaihelehti, jonka tavoitteena on tukea vanhempia kasvatustyössä.

Sanoma Magazines International laajenee

Sanoma Magazines International on aikakauslehtien markkinajohtaja Unkarissa ja Tshekissä. Yksiköllä on vahva jalansija Kroatiassa ja Romaniassa, ja se toimii lisäksi Slovakiassa sekä vuoden 2004 alusta myös Bulgariassa. Yksikkö on toiminut vuodesta 1992 itäisen Keski-Euroopan markkinoilla, ja sen tavoite on saavuttaa johtava asema jokaisessa toimintamaassaan. Sanoma Magazines Internationalin suurimmat yksiköt ovat Sanoma Magazines Budapest, jonka laajalevikkisimmät

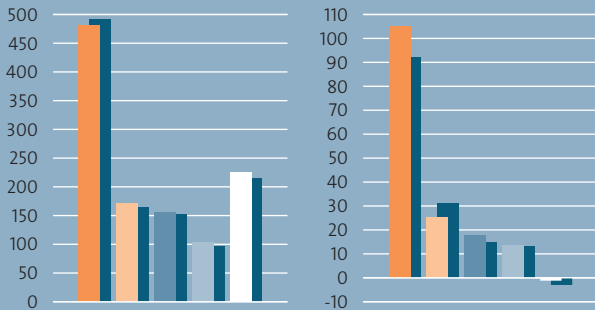
Tytäryhtiöitä

- Sanoma Magazines International B.V.
- » Sanoma Budapest Kiadó Rt.
 - » Sanoma Hearst Romania s.r.l. (65 %)
 - » Sanoma Magazines Zagreb d.o.o.
 - » Sanoma Magazines Slovakia s.r.o.
 - » Sanoma Magazines Praha s.r.o.
 - » Sanoma Hearst Prague B.V. (60 %)
- Sanoma Uitgevers B.V.
- » Jonge Gezinnen B.V.
 - » H.P.R. Holding B.V.
 - » ilse Media Groep B.V. (74 %)
 - » Uitgeverij Veldhuis B.V. (15.1.2004 alkaen Sanoma Men's Magazines B.V.)

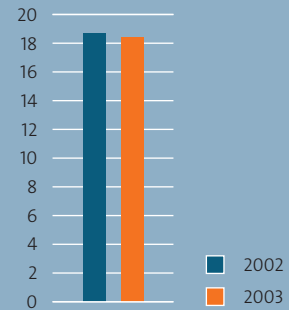
Management Board, Sanoma Magazines

- Eija Ailasmaa**, toimitusjohtaja, Sanoma Magazines B.V. (pj.)
- Koos Guis**, toimitusjohtaja, Sanoma Magazines International B.V.
- Edo Meerloo**, toimitusjohtaja, B.V. Aldipress
- Raili Mäkinen**, toimitusjohtaja, Sanoma Magazines Finland Oy
- Walter van der Schaaff**, talousjohtaja, Sanoma Magazines B.V.
- Dirk Van den Bossche**, toimitusjohtaja, Sanoma Magazines Belgium N.V.
- Pim de Wit**, toimitusjohtaja, Sanoma Uitgevers B.V.
- Paul van Driessen**, johtoryhmän sihteeri, lakiasiaintoimittaja, Sanoma Magazines B.V.

Liikevaihto ja EBITA liiketoiminnoittain, milj. €



Bruttoinvestoinnit, milj. €



Tytäryhtiöitä

- » Uitgeverij Woudestein B.V.
 - » Sportweek Media B.V.
 - » Top Santé V.O.F. (60 %)
- R.C.V. Entertainment B.V.
- B.V. Aldipress
- Sanoma Magazines Belgium N.V.
- » Uitgevers Maatschappij N.V.
- Sanoma Magazines Finland Oy
(suoraan Sanoma WSOY Oyj:n omistuksessa)

Osakkuusyhtiöitä

- Sanoma Magazines International B.V.
- » Hearst-Sanoma Budapest Kft. (50 %)
 - » Sanoma Biasak Bulgaria AD (50 %) (2004 alk.)
- Sanoma Uitgevers B.V.
- » Geillustreerde Pers/MC V.O.F. (50 %)
 - » Mood for Magazines B.V. (35 %)
 - » B.V. Programmabladen AKN (25 %)
- Sanoma Magazines Finland Oy
- » Hansaprint Oy (40 %)
 - » Egmont Kustannus Oy Ab (50 %)
- Sanoma Magazines Belgium N.V.
- » S.B.P.P. N.V. (50 %)

Taloudellisen kehityksen avainlukuja, milj. €

	31.12.2003	31.12.2002
Liikevaihto	1 028,4	1 008,1
Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja	159,1	147,7
% liikevaihdosta	15,5	14,6
Liikevoitto	78,8	58,2
% liikevaihdosta	7,7	5,8
Liikevoitto ilman osakkuusyhtiöitä	67,2	42,4
% liikevaihdosta	6,5	4,2
Taseen loppusumma	1 504,7	1 654,5
Bruttoinvestoinnit	18,4	18,7
Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI)	6,9	5,1
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	4 421	4 835
Henkilöstö keskimäärin (kokoaikaisiksi muutettuna)	3 879	4 228

Toiminnalliset tunnusluvut, 1.1.–31.12.

	2003	2002
Myydyt kpl:t lehtitukkukaupassa (Aldipress), tuhansia	115 124	123 901
Julkaistuja aikakauslehtiä, kpl	232	221
Myydyt aikakauslehdet, tuhansia	411 421	420 762
Aikakauslehtien myytyjen ilmoitussivujen määrä	47 122	49 144

lehdet ovat viikkolehti Story ja radio- ja tv-lehti színes RTV, sekä Sanoma Magazines Praha, jonka laajalevikkisimmät lehdet ovat naisten viikkolehti Vlasta ja perhelehti Kvety.

Sanoma Magazines Internationalin liiketoiminta kehittyi voimakkaasti vuonna 2003. Yhtiö osti loput kroatialaisen yhtiönsä Sanoma Magazines Zagrebin osakkeista. Kaupan myötä Sanoma Magazines Internationalin mahdollisuudet laajentaa julkaisu- toimintaa vahvistuivat entisestään. Sanoma Magazines Zagreb julkaisee nyt yhteensä kuutta lehteä. Näistä kolme lanseerattiin vuoden 2003 aikana: suosittu kuukausilehden National Geographicin 25. kieliversio, koko perheelle suunnattu uusi viikkolehti TV Story sekä Elle Dekor, kroatialainen

10. Aldipress jakelee nyt myös mm. videoita.
11. Sanoma Budapest tukee Sziget 2003 -musiikkifestivaalia. Kuvassa tilaisuuteen liittyvä lehtiesittely.
12. Sanoma Bliasad Bulgarian allekirjoitus-tilaisuudessa Sofiassa oik. Sanoma Magazines Internationalin toimitusjohtaja Koos Guis, Sanoma Magazinesin lakiasianjohtaja Paul van Driessen sekä Sanoma Bliasad Bulgaria AD:n toimitusjohtaja Dimitar Drumev.



10



11



12

versio kansainvälisestä Elle Decoration -sisustuslehdestä. TV Story ja Elle Dekor lanseerattiin yhteistyössä tv-kanavan kanssa.

Myös Sanoma Hearst Romania sekä Sanoma Budapest lanseerasivat National Geographic -lehden uudet maaversiot menestyksekkäästi. Sanoma Magazines Praha lanseerasi joulukuussa uudenlaisen televisiolehdin, TV Duelin, ja käynnisti Citigroup-asiakaslehti-yksikön.

Vuoden 2004 alussa Sanoma Magazines International ja bulgarialainen aikakauslehtikustantaja Bliasad Media OOD perustivat yhteisyrityksen Sanoma Bliasad Bulgaria AD:n. Yhtiö kustantaa maan laajalevikkisimpiin kuuluvia lehtiä Bliasad, Maximum ja Sudbi&Dom. Cosmopolitanin Bulgarian version ensimmäinen numero ilmestyy keväällä 2004.

Vuonna 2004 Sanoma Magazines International keskittyy kasvuun ja kehitykseen. Odotettavissa on useita lehtilanseerauksia vuoden aikana.

Aldipress palkittiin

Aldipress on Hollannin suurin aikakauslehtien irtonumerojakelija, joka jakelee yli 700 lehteä 9 000 toimipisteeseen. Yhtiön jakelukeskus toimii Duivenissa.

Vuonna 2003 Aldipress tehosti ja kasvatti liiketoimintaansa merkittävästi. Yksikkö aloitti hollantilaisen jälleenmyyjän DVD-, CD-ROM- ja videotuotteiden jakelun

ja saavutti merkittäviä uusia asiakkuuksia. Aldipress ja viisi sen yhteistyökumppania saivat kansallisen pakkaus-palkinnon ainutlaatuisesta jakeluketjuyhteistyöstä. Aikakauslehtien pakkaustapa, Aldipress Magazine Crate, palkittiin parhaana pakkausinnovaationa erityisesti helpon liikuteltavuutensa ansiosta.

Vuonna 2004 yksikkö vahvistaa johtavaa asemaansa kustannusmarkkinoilla ja kehittää vähittäiskaupan jakeluketjunsä hallintaa niin logistiikka-, raha- kuin informaatioliikenteenkin osalta. Aldipress kehittää edelleen myös tuotantoprosessiensa tehokkuutta, mm. yhdistämällä Amsterdamin palautuskeskuksen Duivenin yksikköön.

Näkymät vuodelle 2004

Vuonna 2004 Sanoma Magazinesin liikevaihdon odotetaan kasvavan, osittain laskentakäytännön muutosten vuoksi. Liikevoiton arvioidaan olevan vuoden 2003 tasoa huolimatta vahvoista panostuksista kasvuun kaikilla päämarkkinoilla.

Ks. myös Tilinpäätös, s. 6.