

1890  WULFF

*Vuosikertomus 2008*

**Anne, 27, rekrytoija**

**KESÄLLÄ JUHLITAAN CUERNAVACASSA**

*Ensisilmäyksellä kaunis ja hento Anne näyttää viileän vaalealta. Sisustusta opiskeleva ja ahkerasti aerobic-salilla viihtyvä Anne on kuitenkin varsin sisukas ja määrätietoinen. Molemmista ominaisuuksista ja ilmiömäisestä ihmistuntemuksesta on hyötyä, kun Anne etsii Wulffille töihin myyjien parhaimmistoa. Yrittäjäperheen tytär on tottunut tekemään lujasti töitä ja tarttumaan toimeen, kun sitä vaaditaan. Vai mitä sanotte siitä, että neito järjesti näppärästi kahdensadan kutsuvieraan häät kesäksi Cuernavacaan Meksikoon? Työteliäs Anne on totisesti kesän prinsessapäivänsä ansainnut!*

*Anne on kuvattu Helsingissä osoitteessa Mannerheimintie 4, jossa Wulff Oy toimi vuosina 1965 - 1987. Taustalla näkyy myös Wulffin Kulma, nykyinen Stockmann-tavaratalon Pohjoisesplanadin puoleinen kulma, jossa Wulff toimi vuosina 1897 - 1965.*



## *Sisältö*

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Beltonista Wulffiksi     | 4  |
| Osaava kumppani          | 8  |
| Wulffin vuosi 2008       | 10 |
| Konsernijohtajan katsaus | 12 |
| Henkilöstö               | 18 |
| Toimintaympäristö        | 24 |
| Liiketoiminta            | 28 |
| Tuotteet ja palvelut     | 36 |
| Hallitus                 | 40 |
| Konsernin johtoryhmä     | 42 |
| Yhteystiedot             | 44 |





### **Topi, 33, varastotyöntekijä**

#### **SADEVEDELLÄ PESTY KALASTAJA**

*Topi on töissä tiukkojen tilanteiden mies. Entinen tullaaja toimii varastolla keräilyssä, pakkaamisessa ja lähetyksissä sekä tekee leimasimia ja vastaa painatustöiden valmistelusta. Kahdeksan vuoden kokemuksella hommat hoituvat nopealla tahdilla ja hyvä niin, sillä Topin mielestä kaiken pitää tapahtua mieluummin heti. Mäntsälän mökillä on toisin. Siellä tärkeintä on kiireetön ja leppoisa tunnelma. Kalareissulla saalis on mukava lisä, ei tarkoitus. Pesuvesi kerätään talteen sadepäivinä ja saunan lämmittämiseen neljä- ja seitsemänvuotiaiden poikien kanssa saa kulua aikaa.*

*Topi on kuvattu Vantaan Manttaalitiellä, jossa Wulff Oy on toiminut vuodesta 1987. Nykyisin tiloissa toimii Wulff Oy:n lisäksi kahdeksan Wulff-konsernin suoramyyntiyritystä sekä konsernin emoyhtiö Wulff-Yhtiöt Oyj.*

## Belttonista Wulffiksi

Belton-Yhtiöt Oyj:n nimi muuttui keväällä 2008 Wulff-Yhtiöt Oyj:ksi. Uuden nimen Belton-konsernin emoyhtiölle antoi sen 117-vuotias tytäryritys Wulff Oy Ab. Nimenmuutoksen yhteydessä Wulff Oy Ab:n toiminta ja nimi säilyivät ennallaan. Wulffin vahvaa brändiä haluttiin kehittää edelleen ja tunnettuutta lisätä. Näkyvyys kasvaa, kun Wulffin liikemerkki liitetään jatkossa koko konsernin emoyhtiöön.

Perinteikkään perheyriksen, Wulff Oy Ab:n, hankinta oli Belton-konsernille merkittävä kasvuaskel vuonna 2002. Yrityskauppa toi tuolloin yhteen kaksi erilaista toimistomaailman toimintamallia, Wulffin sopimusmyynnin ja Beltonin suoramyynnin. Tänäkin päivänä Wulff Oy Ab tuo yli 40 prosenttia konsernin liikevaihdosta. Kaksi toisiaan täydentävää toimintamallia mahdollistaa kaiken kokoisten asiakkaiden palvelemisen monipuolisesti ja on Wulff-konsernille tärkeä kilpailuetu. Wulffin lisäksi sopimusmyyntikonseptilla konsernin yrityksistä toimivat liike- ja mainoslahjojen myyntiin keskittyneet Ibero Liikelahjat Oy ja KB-tuote Oy sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluihin erikoistunut Entre Marketing Oy.

### 117-vuotias Wulff – kuinka menestystarina tehdään?

Vuonna 1890 perustetun Wulffin pitkä historia on tarina luotettavuudesta ja laadusta. Yli satavuotias yritys ja sen palvelut ovat selviytyneet jopa maailmansodista ja menestyneet markkinatilanteen muutoksissa. Harva yritys voi esimerkiksi kertoa Marsalkka Mannerheimin ja lähes kaikkien Suomen presidenttien olleen kanta-asiakkaitaan. Toiminnan kulmakivinä olleet edelläkävijyys, laatu ja ensiluokkainen palvelu ovat vakuuttaneet asiakkaat

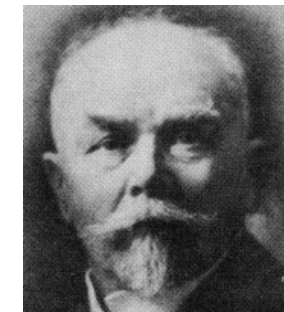
kaikkina aikoina. Wulffin osaamiseen luottaa nykyisinkin kaksi kolmasosaa Suomen kolmestakymmenestä suurimmasta yrityksestä.

### Öljylampun valosta...

Thomas Fredrik Wulff avasi pienen paperikauppansa Helsingin Fredrikinkadulle 11. elokuuta vuonna 1890. Kipinän alalle Thomas sai työskennellessään setänsä kirjakustantamossa. Wulffin paperikaupan päivittäisestä toiminnasta vastasi pitkään Thomasin vaimo Augusta. Vasta liikkeen muuttaessa uusiin, isompiin tiloihin Pohjoisesplanadin ja Mannerheimintien kulmaan vuonna 1897, siirtyi Thomas työskentelemään täysipäiväisesti omistamaansa yritykseen.

Thomasin ja Augustan johtamassa paperikaupassa oli vahva perheyriksen henki, liike kannatti ja sai jatkuvasti uusia asiakkaita kaupungin silmätekevästä. Saksassa oppia hakeneen Thomasin pojan, Einar Wulffin aikana liike jatkoi toimintaansa osakeyhtiönä. Einar oli uudistajaluonne ja valmis riskinottoon. Thomasin aikanaan tekemä rohkea päätös panostaa vahvasti keskeiseen sijaintiin oli Einarille malli onnistuneesta ennakkoluulottomasta ja päättäväisestä toiminnasta.

Yksi Einarin uudistuksista oli piirustustarvikkeiden ja teknisten välineiden erikoisosaston perustaminen vuonna 1911. Päätös osoittautui kannattavaksi ja pian Wulff tunnettiin näiden välineiden erikoisosaamisesta ja asiantuntemuksesta. Sanottiin, että taiteilijat hakivat innoituksensa Pariisista, mutta värinsä, maalilaatikkonsa ja telineensä he hakivat Wulffilta. Sota-aikana



### Thomas Wulff

Wulffin perustaja Thomas Wulff johti Wulffia vuodesta 1890 vuoteen 1918. Vanhat työntekijät ovat kertoneet, että kodikkuus ja lempeys ovat adjektiiveja, joita helposti liitettiin "pappa" Wulffiin. Töihin häntä ihan odotettiin aamulla. Thomas Wulff piti lapsista ja oli kohteliaisuudestaan tunnettu kaupunkilainen. Hän oli niitä legendaarisen hyväkäyttöisiä herroja, jotka päästivät naiset ensin raitiovaunuun. Vahvana vaikuttajana Thomasin rinnalla oli hänen määrätietoinen, aina hyväntuulinen ja reipasotteen vaimonsa Augusta Wulff.

## BELTTONISTA WULFFIKSI

Einarin johdolla toimittiin kekseliäästi: yksi suosituimpia myyntiartikkeleita oli pimennyspaperi. Tuontirajoituksista johtuen mm. mustetta valmistettiin itse vielä vuosia sodan jälkeen amerikkalaisella lisenssillä.

Suomessa harvinaisen sukupolvelta toiselle siirtyneen kauppahuoneen leimansa Wulff sai vuonna 1960 Einarin pojan, Harry Fredrik Wulffin astuessa isänsä saappaisiin tai oikeammin, siirtyessä täytekynän varteen. Sotien kauteen päättyi paperikaupan valtakausi liikkeen toiminnassa. Kaupallinen toiminta teknistyi jatkuvasti. Wulffista oli tullut osa kansallista rakennustyötä. Sen myymät artikkelit kuuluivat nopeasti kehittyvään yhteiskuntaan.

Suuren yleisön silmissä myymäläverkosto oli vielä 1960-luvulla Wulffin näkyvin osa, loistivathan eri puolilla Helsinkiä Wulffin siniset valomainokset. Wulffin Kulman lisäksi myymälöiden valomainokset olivat käyntikortti, jonka kaikki tunsivat. Myynnistä kuitenkin valtaosa oli kauppaa suoraan teollisuudelle, yrityksille, kunnille ja kaupungille. Tukkukauppa kirja- ja paperikaupoille aloitettiin vuonna 1961. Toiminta myös kansainvälistyi vauhdilla.

Pohjoisesplanadin liiketilat olivat käymässä liian ahtaiksi nopeasti kasvavalle Wulffille. Einar oli kaukonäköisesti vuonna 1939 ostanut liiketilaa Mannerheimintie 4:stä, vain 99 askeleen päässä Wulffin Kulmalla. Vuosien saatossa toimintaa oli jo osittain siirretty Mannerheimintielle, myymälän palveluksessa asiakkaita tutulla Kulmalla.

Talvella 1964 Mannerheimintie 4:ssä sijainnut rakennus purettiin ja Wulffin kauppahuoneen rakentaminen alkoi. 11-kerroksinen, Kurt Simbergin suunnittelema liiketila valmistui 1965. Myymälän, hallinnon, teknisen osaston, johtokunnan ja yritysmyyntin lisäksi rakennuksessa olivat mm. henkilöstön kerhotilat ja Wulffin museo.

Suomen kansallisromantikot ja kielitaistelijat tapasivat aikanaan Wulffin kullalla. Sen tiskien takaa palveltiin niin korkeita virkamiehiä kuin tavallisia koululaisiakin. Kullalla asioivat esimerkiksi presidenttimme Ståhlberg, Paasikivi ja Kekkonen sekä rakastetut taiteilijamme Rudolf Koivu ja Jean Sibelius. Wulffin nimen voimasta kertoo se, että liikkeen muuttaessa Pohjoisesplanadin ja Mannerheimintien kulmasta uusiin tiloihin vuonna 1965, on ilmaisu Wulffin kulma jäänyt elämään ihmisten mieliin ja kansakunnan vaiheisiin.

Tunnelma on kaikkein arinta muuttotavaraa, jota aika ja kehitys usein haalistavat. Wulffilla lämmin tekemisen tunnelma ja inspiraatio uuden löytämiseen on onnistuttu säilyttämään yli sata vuotta. Thomas Wulffin vaalima palvelemisen henki on yhä vahvasti läsnä jokaisen wulffilaisen päivittäisessä työssä. Einarin kyky ennustaa markkinoiden tarpeita ja tarjota tuotteita ja palveluita, joita asiakkaat kulloinkin tarvitsevat, on yrityksen menestykselle yhtä tärkeää tänään kuin 1900-luvun alussa. Harry Fredrikin velvollisuudentunto, tapa vaikuttaa ihmisiin ja määrätietoinen parhaiden työntekijöiden ja yhteistyökumppanien etsiminen ovat hyviä ominaisuuksia kenelle tahansa johtajalle.

*Thomas Wulff  
perustaa Wulffin  
1890*

*Wulffin Kulma  
1897*

*Einar Wulff  
toimitusjohtajaksi  
1918*

*Harry Wulff  
toimitusjohtajaksi  
1960*



### ...viivakoodien ja sähköisten ratkaisujen aikaan

Paljon on muuttunut matkan varrella. Työskentely öljylampun valossa, täytynällä kauniita kirjaimia paperiin piirustaen on aivan erilaista kuin reikäkorttien käyttö loisteputkivalojen alla tai tilausten lukeminen viivakoodilaitteella. Oli aika mikä tahansa, on Wulff ollut aina kehityksen kärjessä. Siksi sillä on myös tässä hetkessä etuoikeus palvella maamme kärkiyrityksiä.

#### Lähteet:

Tuure A. Korhosen toimittamat Kulma - Wulffin henkilöstö- ja asiakaslehdet, vuosikerrat 1957 - 1971.

Matti Kurjensaari, Kulma ja kaari -kirja Wulff Oy Ab:n historiasta, 1965.



#### Einar Wulff

Kauppaneuvos Einar Wulff osti Wulffin Kulman liikkeen toiminnan isältään vuonna 1918. Einar oli rohkea uudistaja, joka tarvittaessa hyppäsi vaikka nahkakypärä päässä pienkoneen kyytiin päästääkseen messumatkalle. Einarin johdolla Wulff solmi merkittäviä yhteistyökumppanuuksia niin kotimaassa kuin kansainvälisesti. Useat kumppanuudet ovat kantaneet tähän päivään ja monia Einarin teeseistä noudatetaan Wulffilla yhä. Esimerkiksi tuotteiden hankkiminen suoraan niiden valmistajilta, kustannustehokkaasti ilman välikäsiä oli yksi Einarin periaatteista. Einar johti Wulffia vuodesta 1918 vuoteen 1960.



#### Harry Fredrik Wulff

Kauppaneuvos Harry Fredrik Wulffin aikana Wulffin toiminta painottui yritysten väliseen kauppaan. Harry johti Wulffia kolmannessa polvessa, isältään ja isoisältään perityllä otteella. Mannerheimintie 4:n uusissa liiketiloissa vierailevia merkkihenkilöitä kohdeltiin aina asianomaisella arvokkuudella. Työntekijöistä pidettiin erinomaista huolta ja esimerkiksi yrityksen 75-vuotisjuhla vietti yhdeksän Wulffilla yli 45 vuotta työskennellyttä henkilöä. Harry Fredrik johti Wulffia vuodesta 1960 vuoteen 1975.

## BELTTONISTA WULFFIKSI



Th. Wulff OY/AB



Th. Wulff Osakeyhtiö  
Osakekirja



TH. WULFF OSAKEYHTIO

WULFF

Sponsor  
omistajaksi  
1987

Helvar Merca Group  
omistajaksi  
1992

Belton-Yhtiöt Oyj  
omistajaksi  
2002

Wulff-Yhtiöt Oyj  
2008

Manttaalitie 12, Vantaa  
1987

Mannerheimintie 4  
1965



**Tanu, 49, toimitusjohtaja ja  
Kati, 48, projektipäällikkö**

*HERRA JA ROUVA IBERO*

*Tanu on ollut suurimman osan elämästään töissä Iberolla. Perinteikäs suomalainen yritys on Tanun isän perustama. Ibero on syystäkin Tanulle enemmän kuin työpaikka. Myös Tanun vaimolle Katille liikelaajamyynä on sydämen asia. Yrittäjän vaimona elää ja hengittää yrityksen menestyksen mukana.*

*Työssä parasta on tietenkin yrittäjäyys. Työnsä tietää tehneensä hyvin, kun henkilökunta viihtyy ja asiakkailta saa hyvää palautetta. Oivallisen ratkaisun löytäminen asiakkaan tiedusteluun on aina pieni juhlahetki. Tiivis yhteistyö oman henkilökunnan kanssa auttaa ratkaisemaan monta pulmaa.*

*Työn ohella sporttinen pariskunta rakastaa liikkua koko perheen voimin. Aika kuluu siivillä suksilla, sauvakävellen ja salilla. Tanun lempiväri onkin Lapin hankien valkoinen. Ylläksen jylhien tunturimaisemien lisäksi pari viihtyy suvun omalla kesäsaarella kauniilla Kukkia-järvellä. Myös matkustelu mm. Italiaan on molempien mieleen. Hyvä italialainen ruoka ja loistava viini läheisten ystävien kanssa kruunaavat työviikon.*

*Kati ja Tanu on kuvattu Vantaan Manttaalitellä, jossa Wulff Oy on toiminut vuodesta 1987. Nykyisin Wulff-talossa toimii yhdeksän Wulff-konsernin tytäryritystä sekä konsernin emoyhtiö.*



## Osaava kumppani

Wulff-Yhtiöt Oyj on toimistomaailman palvelujen ja tuotteiden asiantunteva myynti- ja markkinointiorganisaatio. Konserniin kuuluu 23 yritystä, joissa työskentelee yli 400 myynnin asiantuntijaa. Wulff on markkinajohtaja Suomessa sekä vahva toimija Ruotsissa, Norjassa ja Virossa.

Wulff tarjoaa asiakkailleen markkinoiden kattavimman valikoiman toimisto-, atk-oheis- ja ergonomiatuotteita. Asiakkaat voivat hankkia konsernista myös liike- ja mainoslahjoja sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja. Kahden toisiaan täydentävän toimintamallin, sopimusasiakas- ja suoramyntikonseptin, avulla Wulffin on mahdollista palvella kaiken kokoisia yrityksiä eri toimialoilta.

Wulff kasvaa monistamalla nykyisiä toimintamallejaan kaikilla markkina-alueillaan sekä etsimällä uusia toimintamalleja ensisijaisesti kotimaasta. Kasvustrategiaan kuuluvat myös yritysostot. Sopivia ostokohteita etsitään aktiivisesti Pohjoismaista ja Baltiasta. Wulffin pitkän aikavälin tavoitteena on olla Pohjoismaiden nopeimmin kasvava sekä kannattavin toimistomaailman kärkiyritys.

Myyntiyrityksenä Wulffin tärkein voimavara on sen henkilöstö. Kasvun takana ovat aina osaavat ihmiset. Toimintaa ohjaavat arvot: asiakaslähtöisyys, sisäinen yrittäjyys ja tuloksellisuus. Vuonna 2008 Wulffin liikevaihto oli 76,2 miljoonaa euroa. Viimeisen kolmen vuoden aikana liikevaihdon kasvu on ollut keskimäärin 8 prosenttia vuodessa.

## WULFF-YHTIÖT – MARKKINAJOHTAJA SUOMESSA

### MYYNТИ

Suomi  
Ruotsi  
Norja  
Viro

### TUOTTEET

toimisto  
atk-oheis  
yritysimago  
ergonomia  
messut ja  
tapahtuma-  
markkinointi

### NASDAQ OMX

alkaen 2000  
WUF1V  
ainoa  
toimistomaailma-  
alan listattu yritys  
Pohjoismaissa

### 2008

liikevaihto  
76,2 milj. euroa  
tulos  
2,3 milj. euroa  
henkilöstö 412



**Hanna, 29, avainasiakaspäällikkö**

HUIPPUVUORILLA KÄVI HUIPPUVUORILLA

Uttera Hanna on aina menossa ja vaikuttamassa. Työssään hän auttaa asiakkaitaan löytämään etevimmät tuotteet ja liikelaajakokonaisuudet. Kunnanvaltuutettuna hän on aktiivisesti mukana politiikassa ja päätöksenteossa. Onpa tämä rohkea nuori nainen ehtinyt käydä armeijankin. Puolustusvoimien konferenssimatka vei huippuvuorjänn mm. Huippuvuorille. Motivaatiota monipuoliseen tekemiseen alikersantti hakee kotikuntansa Mäntsälän metsistä, sillä liikkuminen luonnossa on ehkä parasta, mitä Hanna tietää.

**Ville, 28, myyntipäällikkö**

"KÄÄNNÄ JOKAINEN KIVI, SILLÄ ET VOI KOSKAAN TIETÄÄ, MINKÄ MURIKAN ALLA SEURAAVA KAUPPA ODOTTA"

Konseptimyynti vaatii pitkäjänteisyyttä ja uusasiakkaiden hankinta voitontahtoa sekä aitoa uskoa yrityksen palveluihin ja omaan tekemiseen. Ratkaisumyynnissä on onnistunut, kun asiakkaan saa ajattelemaan eri tavalla kuin aiemmin, tietää Ville. Vapaalle vaihtaminen onnistuu perheen kanssa arkisissa askareissa ja koiran kanssa lenkkeillen. Ne ovat niitä pieniä suuria asioita, joita Ville osaa arvostaa sydämestään.

Hanna ja Ville on kuvattu Helsingissä Wulffin Kulmalla, jossa Wulff toimi vuosina 1897 – 1965. Nykyisin se on Stockmann-tavartalon Pohjoisesplanadin puoleinen kulma.

# Tapahtumia 2008

## **tammikuu**

Jani Puroranta (KTM, MBA) aloitti konsernin kehitysjohtajana ja johtoryhmän jäsenenä. Konsernin toimistotarvikkeiden sopimusmyyntiin erikoistunut yritys Wulff Oy Ab valittiin seitsemän parhaan joukkoon arvostetussa European Office Products Awards 2008 -kisassa. Reseller of the Year –sarjassa palkittu Wulff on ensimmäinen pohjoismaainen kisassa kärkisijoille yltänyt yritys.

## **helmikuu**

Konsernin hallitus päätti avainhenkilöiden osakepohjaisesta kannustinjärjestelmästä vuosille 2008 – 2010 sekä omien osakkeiden oston aloittamisesta yhtiökokouksen 4.4.2007 antamalla valtuutuksella.

## **maaliskuu**

Konsernin hallitus päätti esittää yhtiökokoukselle toiminimen muutosta Beltton-Yhtiöistä Wulff-Yhtiöiksi.

## **huhtikuu**

Yhtiökokous järjestettiin Helsingissä 4.4.2008. Hallitus jatkoi kokoonpanol-la Ari Lahti, Ere Kariola, Ari Pikkarainen, Pentti Rantanen, Saku Ropponen ja Heikki Vienola. Osinkoa tilikaudelta 2007 päätettiin jakaa 0,18 euroa osakkeelta. Nimenmuutos Belttonista Wulffiksi hyväksyttiin yksimielisesti.

Wulff-Yhtiöiden hallitus päätti jatkaa omien osakkeiden hankintaa varsinaiselta yhtiökokoukselta saamansa valtuutuksen perusteella.

## **kesäkuu**

Entre Marketing tehosti taloudellisten ja strategisten tavoitteiden saavuttamista henkilöstön toimenpideohjelmalla ja toiminnan uudelleen järjestelyillä.

## **heinäkuu**

Entre Marketingin tuotanto ja sen henkilöstö siirtyi Silver Zombie Oy:lle heinäkuussa.

## **syyskuu**

Wulff-Yhtiöiden yritykset olivat vahvasti esillä vuoden merkittävimmässä toimistomaaailman yleisötapahtumissa, Sihteeri&Assistentti 2008- ja Liikelahjat 2008 -messuilla. Wulff-Yhtiöt oli yksi tapahtuman pääyhteistyökumppaneista.

Konsernin suoramyynnin hallinto- ja logistiikkaorganisaatio uudistui. Aiempiä tiiviimmän organisaatioiden välisen yhteistyön tavoitteena on löytää toimintaan lisää synergioita ja tuoda sujuvuutta myynnin tukipalveluihin.

## **lokakuu**

Wulff-Yhtiöt osti Ibero Liikelahjat Oy:n koko osakekannan Progift Oy:ltä 1.10.2008. Yrityskauppa vahvisti Wulff-konsernin liikelahjamyyntiä ja asemaa liikelahjamarkkinoilla.

Konsernin rekrytointi-, henkilöstö- ja koulutustoimintojen välistä yhteistyötä tiivistettiin. Rekrytointityö siirrettiin siihen keskittyneeltä tytäryritykseltä Wulff-brändin alle. Järjestelyn myötä myös kaikki rekrytointimarkkinointi tukee Wulffin brändiä.

## **marraskuu**

Naxorin ensiaputuotteet siirtyivät niiden myyntiin erikoistuneeseen, uuteen Naxor Care Oy:hyn. Naxor yritysimage- ja toimistotuotteiden myynnistä vastaa Naxor Finland Oy.

Wulff-Yhtiöiden osakkeiden lukumäärä ja osakepääoma kasvoivat 100 000 osakkeella Progift Oy:lle. Osakkeet listattiin pörssiin joulukuussa.

## **joulukuu**

Wulff-Yhtiöt Oyj:n johto ja hallinto muuttivat Helsingin Salomonkadulta Vantaan Manttaalitien Wulff-taloon. Entre Marketing Oy muutti uusiin toimitiloihin Ruoholahdessa Helsingissä.

Wulff Oy Ab palkittiin toimitusten jakelu-uudistuksesta kunniainainnalla Green Freight and Logistics –kilpailussa. Kilpailu oli osa Euroopan komission järjestämää Euroopan älykäs energiahuolto-ohjelmaa.



**Heikki Vienola, 48, konsernijohtaja**

**MARKKINAJOHTAJUUS VELVOITTA**

*Markkinajohtajuus on meille hieno, kovalla työllä hankittu etuoikeus. Se velvoittaa meitä toimimaan aina vastuullisesti, asiakkaan parhaaksi. Vahvan brändin ja markkinajohtajuuden etuja on, että konsernimme yritykset tunnetaan ja niihin luotetaan. Taloudellisesti haastavana aikana hyvä maine onkin erityisen tärkeä. On hyvä muistaa, että maineen tekevät yrityksessä työskentelevät ihmiset. Wulffin menestystarinan on kirjoittanut sen henkilöstö. Olen ylpeä siitä, että ympärilläni on huikea joukko oman alansa ammattilaisia. Teemme yhdessä kaikkemme ansaitaksemme meille osoitetun luottamuksen myös jatkossa.*



## Konsernijohtajan katsaus

Vuosi 2008 oli Wulffille haastava, tapahtumarikas ja hyvä vuosi. Liikevaihtomme nousi ennätyselliseen 76,2 miljoonaan euroon viime vuoden 74,1 miljoonasta eurosta. Edellisvuoteen verrattuna sekä myynti että liike-tulos ilman kertaluonteisia eriä kasvoivat. Wulffin liike-tulos ilman kertaluonteisia eriä kasvoi 2,6 prosenttia ja oli 2,36 miljoonaa euroa. Liiketuloksen osuus liikevaihdosta oli 3,1 prosenttia. Osakekohtainen tulos oli 0,05 euroa, kun se edellisvuonna oli 0,47 euroa. Vuoden 2007 liike-tulosta kasvatti Vantaan Wulff-kiinteistön kertaluonteinen 3,5 miljoonan myyntivoitto.

Vuoden 2008 liikevaihdon kasvuun vaikuttivat myönteisesti jatkunut sopimusmyynti sekä Entre Marketing Oy:n yritysosto vuoden 2007 toukokuussa ja Ibero Liikelahjat Oy:n yritysosto lokakuussa 2008. Kannattavuuskehitys oli suotuista etenkin Wulff Oy Ab:llä ja liike- ja mainoslahjoihin keskittyneellä KB-tuote Oy:llä, vaikka talouden epävarmuustekijät vaikuttivat loppuvuonna liikelahjojen myyntiin.

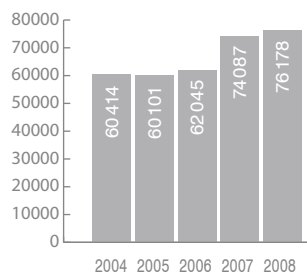
Myös konsernimme norjalaisen tytäryrityksen Nordisk Profil AS:n liiketoiminta kehittyi erinomaisesti vuoden 2008 aikana. Nordisk Profilin panostukset toiminnan laajentamiseen ja kannattavuuteen näkyivät sekä myyntin että tuloksen kasvuna.

### Nimenmuutos ja panostuksia strategiatyöhön

Omaa kalenteriani selaillessa vuoden 2008 tapahtumista esiin nousevat erityisesti keväinen nimenmuutos Beltonista Wulffiksi ja konsernin strategiatyö. Strategian kirkastaminen oli viime vuoden merkittävin sisäinen kehityshankeemme, jonka parissa hallitus ja konsernin johtoryhmä tekivät arvokasta työtä. Erityisen tärkeä rooli strategiatyössä oli uudella kehitysjohtajallamme Jani Purorannalla, joka aloitti työt Wulffilla tammikuussa 2008. Hänen vastuullaan olivat vuoden 2008 aikana mm. kehityshankkeet ja yritysostot ja hän on myös konsernimme johtoryhmän jäsen.

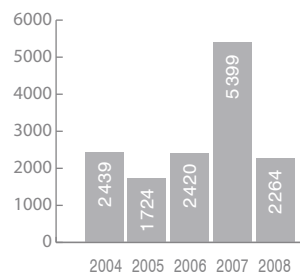
### LIKEVAIHTO

1000 eur



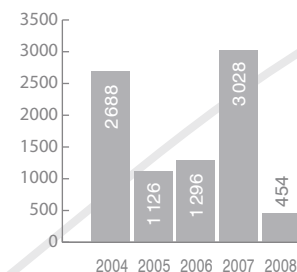
### LIKEVOITTO

1000 eur



### TILIKAUDEN VOITTO

1000 eur



## KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

Keväällä 2008 Beltton-Yhtiöt Oyj:n nimi muuttui Wulff-Yhtiöt Oyj:ksi. Uuden nimen Beltton-konsernin emoyhtiölle antoi sen yli satavuotias tytäryritys Wulff Oy Ab. Nimenmuutoksen yhteydessä Wulff Oy Ab:n toiminta ja nimi säilyivät ennallaan. Wulffin vahvaa brändiä halutaan kehittää edelleen ja tunnettuutta lisätä. Näkyvyys kasvaa, kun Wulffin liikemerkki liitetään nyt myös koko konsernin emoyhtiöön. Wulff olikin vahvasti esillä toimistomaailman vuoden merkittävimmässä yleisötapahtumissa, Sihteeri&Assistentti 2008 ja Liikelahjat 2008 -messuilla. Nimenmuutoksesta on saatu positiivista palautetta niin asiakkailta kuin yhteistyökumppaneilta etenkin pääkaupunkiseudulla.

### *Tapahtumarikas vuosi 2008*

Yksi vuoden 2008 fokuksista oli toiminnan tehostaminen ja konsernin yritysten välinen synergioiden entistä tehokkaampi hyödyntäminen. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja myyvä tytäryritys Entre Marketing tehosti kesällä taloudellisten ja strategisten tavoitteidensa saavuttamista henkilöstön toimenpideohjelmalla ja toiminnan uudelleenjärjestelyillä. Entre keskittyi toiminnassaan yhä enemmän ydinliiketoimintansa kehittämiseen ja lanseerasi loppuvuonna asiakkailleen mm. uusia lisäarvoja tuovia e-palveluja.

## *Wulff-Yhtiöt Oyj:n historia*

Wulff perustetaan



■ Yrityskaupat

■ Perustetut yritykset

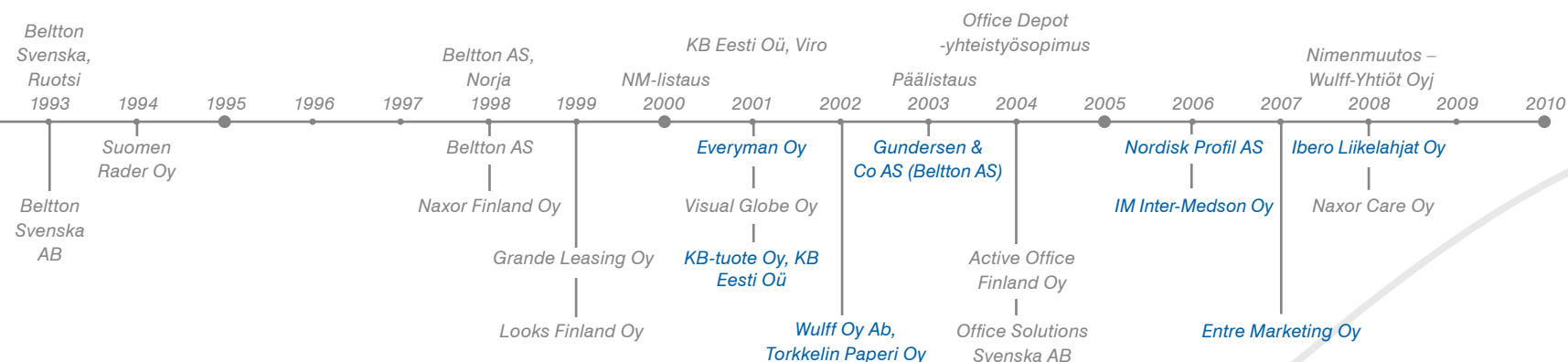


## KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

Syksyllä konsernin suoramyynnin hallinto- ja logistiikkaorganisaatiota uudistettiin. Aiempaa tiiviimpi organisaatioiden välinen yhteistyö tuo sujuvuutta myynnin tukipalveluihin Manttaalitien kahdeksassa suoramyynnin yrityksessä. Rekrytointi-, henkilöstö- ja koulutustoiminnot uudistuivat ja rekrytointi siirrettiin Wulff-brändin alle. Uusi järjestely on samalla panostus Wulffin brändiin, sillä jatkossa myös kaikki rekrytointimarkkinointi tukee Wulffin brändiä.

Vuoden aikana saimme toivottaa joukkoomme tervetulleeksi uusia wulffilaisia onnistuneiden rekrytointien lisäksi myös lokakuisen yritystoston myötä.

Ibero Liikelahjat Oy vahvistaa hienosti asemaamme liikelahjamarkkinoilla. Vakavaraisella perheyrityksellä on vankka jalansija varsinkin pääkaupunkiseudulla ja yritysosto vaikutti myönteisesti tulokseemme jo viimeisellä kvartaalilla. Iberoa ja Wulfia yhdistää laatujohtajuus, luotettavuus ja pitkä historia. Konsernimme myy paljon omia laatuomerkkejään ja Ibero on panostanut hyvälaatuisiin merkkituotteisiin jo heti toimintansa alussa 1950-luvulla. Olen iloinen, että myös yrityskulttuurimme kohtaavat. Tuloksellisuus on tärkeä arvo niin Iberolle kuin Wulffillekin. Uskon asiantuntijayhteistyön konsernimme liikelahjayritysten välillä näkyvän konkreettisena kilpailuena markkinoilla.



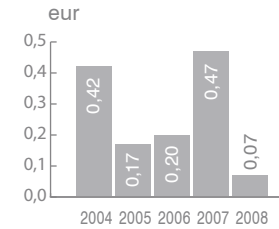
## KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

Haastavina aikoina yritysten on hyvä pureutua toimintansa peruskysymyksiin, kyseenalaistaa nykyisiä toimintamalleja ja oivaltaa uutta. Yrityksen johdon on tärkeää olla läsnä myös päivittäisessä tekemisessä, jalkauttamassa tehtyjä päätöksiä arjen tekemiseen. Joulukuussa Wulff-Yhtiöt Oyj:n johto ja hallinto muuttivat Helsingin Salomonkadulta Vantaan Manttaalitien Wulff-taloon. Koen päivittäisen yhteistyön tytäryritystemme toimitusjohtajien kanssa olevan erittäin hedelmällistä.

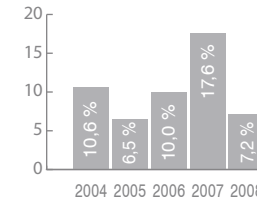
### *Wulff Oy:n palkintojen vuosi 2008*

Vuoden aikana Wulffin osaamista palkittiin kansainvälisesti. Konsernin toimitustuotteiden sopimusasiakasmyyntiin keskittynyt tytäryritys Wulff Oy Ab sijoittui European Office Products Awards 2008 -kisassa seitsemän parhaan joukkoon "Reseller of the Year" -kategoriassa. Wulff oli ensimmäinen pohjoismainen kansainvälisestä huippupalkinnosta kisannut yritys. European Office Products Awards on vuosittain jaettava toimistoalan arvostetuin kansainvälinen palkinto. Vuoden 2008 lopussa Wulff palkittiin kunniainnalla onnistuneesta jakelu-uudistuksesta kansainvälisessä Green Freights and Logistics -kilpailussa. Kilpailu oli osa Euroopan komission järjestämää Euroopan älykäs energiahuolto-ohjelmaa. Green Freight and Logistics -palkinto on osa yhteiseurooppalaista Interaction-hanketta. Hankkeen tavoitteena on vähentää tavarankuljetusten kustannuksia, energiankulutusta ja hiilidioksidipäästöjä. Suomessa Interaction-hanketta ovat vieneet eteenpäin WSP Finland Oy ja Motiva Oy.

### TULOS/OSAKE



### SIJOITETUN PÄÄOMAN TUOTTO %



**Markkinajohtajana kohti vuoden 2009 haasteita**

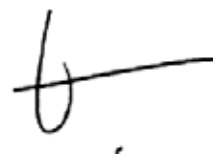
Kannattava kasvu vaatii paljon työtä varsinkin taloudellisesti haastavina aikoina. Wulffin vahvuus on osaava henkilöstö ja erityisesti myynti. Osaa- van henkilöstömme, toisiaan täydentävien palvelumallien ja korkean oma- varaisuusasteemme ansiosta meillä on hyvät lähtökohdat menestyä myös aikana, jolloin vain parhaat pärjäävät kiristyvillä markkinoilla. Olen varma, että ensi vuonnakin erottaudumme kilpailijoistamme vahvalla, yhtenäisellä brändillä ja ennen kaikkea aktiivisella ja asiakaslähtöisellä tavalla toimia.

Vuonna 2008 alkaneen strategiatyön myötä organisaatiomme uudistui helmikuussa 2009 ja saimme toimintamme perustaksi päivitetyn strategian, vision ja mission. Muutoksen myötä terävöitämme toimintamalle-

jamme asiakkaitamme paremmin palveleviksi ja mukautamme konsernin rakenteen päivitettyä strategiaa vastaavaksi. Liikevaihdon kasvuta- voitteemme saavuttamiseksi asiakastyytyväisyys on meille olennaisen tärkeää. Jokainen wulffilainen tietää, että me menestymme, kun asiak- kaamme menestyvät. Siirtyminen viidestä liiketoiminta-alueesta kahteen divisioonaan on meille työkalu asiakkaidemme entistä parempaan pal- velemiseen. Uskon uudistusten olevan vahva pohja vuoden 2009 tulok- semme tekemiselle.

Kiitän sydämellisesti henkilöstöämme ja yhteistyökumppaneitamme kiin- toisasta ja työntäyteisestä vuodesta 2008. Erityisen lämpimästi haluan kiit- tää asiakkaitamme heidän Wulffia kohtaa osoittamastaan luottamuksesta. Olen varma, että olemme luottamuksenne arvoisia myös vuonna 2009.

Helsingissä, helmikuussa 2009



Heikki Vienola

**WULFFIN TAVOITTEET**

kasvu

kannattavuus

kansainvälistyminen





**Satu-Mari, 29, graafinen suunnittelija**

TAITEILIJASIELU INSPIROITUU ITALIASTA

*Satu-Marilla ei olisi mitään sitä vastaan, että kaikki tiet voisivat todellakin Roomaan. Hän rakastaa italiaista muotoilua, muotia, taidetta, kulttuuria ja elämäntapaa. Viehättävä vaaleaverikkö viihtyy varsinkin Venetsiassa ja saapasmaan idyllisissä pikkukylissä. Taide on läsnä myös Sadun työssä. Graafinen suunnittelu on luovaa työtä, jolle alaa intohimoisesti opiskelleen on helppo omistautua. "Tartu hetkeen – ja taiteeseen", sanoo Satu-Mari.*

**Teemu, 26, myyntineuvottelija**

NILSIÄN LAHJA MYYNNILLE JA SALIBANDYLLE

*Teemu tietää, että menestyminen ruokkii menestymistä. Kun salibandykentällä sujuu, tulee myynnissäkin onnistumisia. Ja toisinpäin. Kauppakorkeakoulun kasvatti nauttii työstä, jossa oman tekemisen määrällä voi vaikuttaa tulotasoon. Myyntityössä viehättää myös vastuu, vapaus ja ennen kaikkea tavoitteellisuus, joka antaa energiaa tekemiseen. Vahva tavoitteellisuus on tarttunut Teemuun jo pikkupoikana pelikentältä. Lapsuutensa Nilsiässä viettänyt Teemu on nimittäin pelannut salibandya melkein koko ikänsä.*

*Satu-Mari ja Teemu on kuvattu Helsingin Salomonkadulla, jossa Wulff-Yhtiöt Oyj toimi vuosina 2005 - 2008. Konsernin emoyhtiö muutti Helsingistä Vanhaan Wulff-taloon joulukuussa 2008.*

# Henkilöstö

## **Ammattitaitoiset Wulffin myyjät**

Wulff-konsernin arvot – asiakaslähtöisyys, sisäinen yrittäjyys ja tuloksellisuus - ohjaavat jokaista wulffilaista työssään. Ammattitaitoinen myyjä on vuorovaikutuksen ammattilainen, jonka päivittäinen tavoite on löytää asiakasta parhaiten palvelevat ratkaisut. Onnistunut asiakaskontakti merkitsee menestystä aina sekä myyjälle että koko konsernille.

## **Sisäinen yrittäjyys mahdollistaa menestyksen**

Myyjän työ on itsenäistä, haasteellista ja tavoitteellista. Menestyvällä myyjällä on tilanneälyä ja rohkeutta sekä ennen kaikkea asennetta ja kaupan tekemisen taitoa. Hyvän myyjän fokus on asiakkaan palvelemisessa ja kaupan tekemisessä. Wulffilla myyjä saa keskittyä sataprosenttisesti omaan myyntityöhönsä, sillä osaavat ja tehokkaat hallinto- ja logistiikkaorganisaatiot huolehtivat myynnin tuesta.

Wulffilla myyntityön lähtökohtana on sisäinen yrittäjyys. Myyjiä ohjataan tuottavaan toimintaan tulospalkkauksella ja palkitsemalla työn kustannus- tehokkaasta suorittamisesta. Lisäksi hyviin suorituksiin innostetaan myyntikilpailujen ja erilaisten palkitsemisjärjestelmien kautta.

Tulospalkkausajattelu on laajennettu koskemaan myös muuta henkilökuntaa; hallinto- ja logistiikkahenkilökunnalle on sovittu omat työn tehokkuus- ja tuloksellisuusmittarit. Toimivat kannustin- ja motivointijärjestelmät tuke-

vat tavoitteiden saavuttamista. Wulffilla tavoitteiden ylittämisestä palkitaan konkreettisesti ja niiden saavuttamisesta tiedotetaan myös työtovereille. Onnistumisista kertominen on tärkeää, sillä se antaa mahdollisuuden oppia toisilta. Toimiva viestintä lisää myös oman ja kollegoiden työn arvostusta.

## **Jatkuva palaute motivoi**

Henkilökohtainen kontakti on tärkeää niin asiakastyössä kuin työntekijöiden ohjaamisessa. Tiivis kontakti esimiehen kanssa on erityisen merkityksellistä työyhteisössä, missä henkilöstö ei välttämättä tapaa toisiaan kiinteässä toimipisteessä. Säännöllinen raportointi antaa työkalut toimivaan esimiestyöhön. Jatkuva palaute omasta työstään ja aktiviteettitasosta motivoi ja auttaa wulffilaisia kehittymään tehtävässään yhä paremmaksi ja mahdollistaa samalla kehityksen mukaisen etenemisen organisaation sisällä.

## **Tehokkaampaa rekrytointia Wulff-brändillä**

Onnistunut rekrytointi on yksi myyntiorganisaatioiden tärkeimmistä menestystekijöistä. Uusia wulffilaisia löytyy eri toimialoilta, työtehtävistä ja oppilaitoksista. Haasteena on tavoittaa myyntityöstä kiinnostuneet ja kuvata myyntityön mahdollisuudet laajalle ja pirstaloituneelle joukolla ihmisiä.

Wulff-konsernin tavoitteena on vahvistaa myös myyntityön houkuttelevuutta. Tunnettuuden lisääminen on keino nostaa alan arvostusta lähemmäksi

## HENKILÖSTÖ

oikeaa tasoa. Jakamalla aktiivisesti realistista tietoutta myynnin mahdollisuuksista lisätään koko alan kiinnostavuutta.

Myyntikykyjen tavoittaminen ja rekrytointi vaativat monipuolisia ja kohde-ryhmälähtöisiä keinoja. Wulff-konsernin rekrytoinnista vastanneen Vendiilin rekrytointiosaaminen siirrettiin osaksi emoyhtiötä lokakuussa 2008. Rekrytointiin ja koulutukseen keskittyneen organisaation tavoitteena on varmistaa entistä kokonaisvaltaisempi ja kustannustehokkaampi rekrytointiprosessi ja perehdytys. Jatkossa kaikki rekrytointi tehdään yhteisen Wulff-brändin alla. Tapauskohtaisesti käytetään myös konsernin tytäryritys-

ten brändejä. Näin myös rekrytointiviestintä tukee Wulffin brändiä ja lisää konsernin tunnettuutta. Vahva brändi on avuksi myyntityössä.

Myyjän menestymiseen vaikuttaa merkittävästi yrityksen tarjoama koulutus ja perehdytys. Rekrytointi- ja koulutusorganisaation uudistuksella varmistetaan, että koulutus toimii rekrytoinnin jatkumona ja informaatio rekrytoinnin ja myynnin esimiesten välillä kulkee mutkattomasti. Wulffin oma rekrytointiorganisaatio jatkaa Vendiilin hyvää oppilaitosyhteistyötä, hakijamarkkinointia ja työhallintokontakteja.

### WULFFIN ARVOT

#### ASIAKASLÄHTÖISYYS

Asiakkaita palvellaan aina henkilökohtaisesti

Takuu Wulffin toiminnan jatkuvuudelle

#### SISÄINEN YRITTÄJYYS

Työhön sitoutumista ja vastuun ottamista

Motivointi tulospalkkauksen avulla

#### TULOSELLISUUS

Euroissa mitattavia tuloksia

Kasvavaa ja kannattavaa liiketoimintaa



### **Avainasemassa oma henkilökunta**

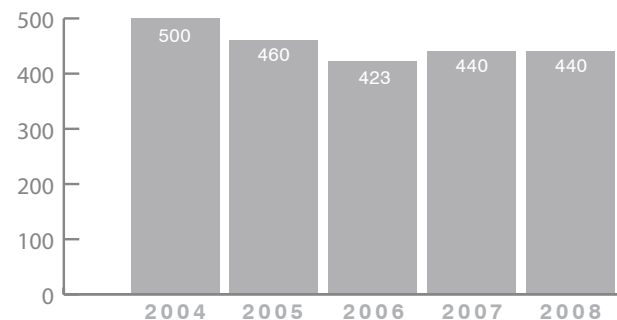
Myyntityön mahdollisuuksista kertovat parhaiten menestyvät huippumyymälät. Wulff-konserni kannustaakin henkilökuntaansa osallistumaan sopivien myyntikykyjen löytämiseen. Rekrytointeihin johtaneista vinkeistä maksetaan työntekijöille palkkio. Vinkkien kautta Wulff onkin työllistänyt runsaasti myyjiä. Erityisesti suosittelun kautta rekrytoidaan alanvaihtajia, jotka innostuvat kokeilemaan siipiään uudessa ammatissa läheltä seurattua menestystarinaa myötä.

Vuoden 2008 aikana Wulff Oy Ab jatkoi pitkäjänteistä henkilöstön kehitysohjelmaa, joka on käynnistynyt vuonna 2005 Great Place to Work –kilpailun yhteydessä. Henkilöstön kehitysprosessi keskittyy johtamiskäytäntöjen, tiedotuksen ja vuorovaikutuksen kehittämiseen.

### **Wulff-Akatemia varmistaa menestyksen**

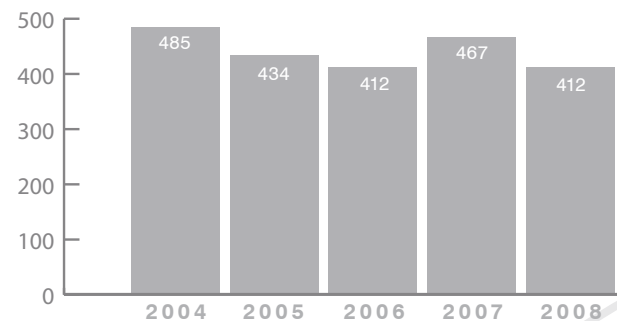
Suuri osa Wulffin myyjistä aloittaa uransa Wulffilla nuorena. Perinteinen ja samalla dynaaminen myyntiorganisaatio Wulff koetaan hyväksi ja luotettavaksi työnantajaksi, jonka palveluksessa viihdytään. Koulutukseen panostaminen on tärkeää: myyjille ja myyntijohtajille on räätälöity omat kou-

#### HENKILÖSTÖ KESKIMÄÄRIN



#### HENKILÖSTÖ

#### HENKILÖSTÖ VUODEN LOPUSSA



## HENKILÖSTÖ

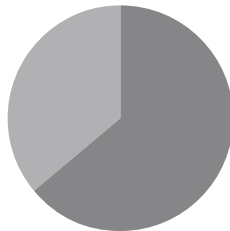
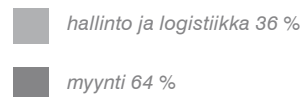
lutusohjelmansa. Wulff kouluttaa työntekijöitään jatkuvasti ammatillisesti ja halukkailla on mahdollisuus suorittaa myös tutkintoon johtava koulutus. Vuonna 2008 konsernin työntekijät osallistuivat kaupalliseen koulutukseen keskimäärin kymmenen päivän ajan.

Onnistunut rekrytointi ja starttikoulutus ovat perusta, jolle myyjän ja yrityksen menestystä rakennetaan. Vuonna 2008 konsernin myyntikoulutuksen kehitystyönä syntyi Wulff-Akatemia, konsernin oma koulutusohjelma. Ohjelmassa keskitytään myynnin kannalta oleellisten menestystekijöiden opiskeluun, käytännön harjoitteluun sekä kehitetään henkilökohtaisia

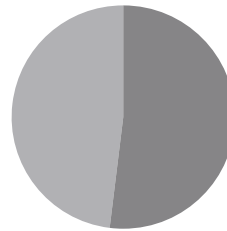
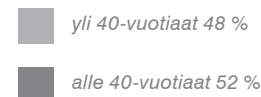
myyntitaitoja. Akatemian tavoitteena on varmistaa myyntihenkilökunnan pitkäaikainen ja jatkuva kehittyminen. Uusi myyjä hyväksytään Wulff-Akatemiaan kuukauden mittaisen perehdytysvaiheen jälkeen. Akatemian opintomoduulit suoritetaan kuuden kuukauden kuluessa. Koulutuksen tavoitteena on valmentaa myyjät itsenäiseen tuloksen tekemiseen.

Myyjän kehittymisestä vastaa kunkin oma esimies. Akatemian koulutusjaksojen tavoitteena on auttaa niin myyjää kuin esimiestä menestymään työssään. Yhdessä tekemisen kautta pystytään tehokkaasti siirtämään eteenpäin organisaatiolle arvokasta hiljaista tietoa.

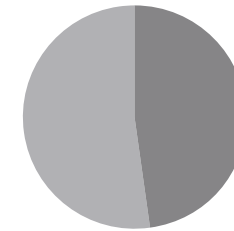
### HENKILÖSTÖ VUODEN LOPUSSA



### HENKILÖSTÖN IKÄJAKAUMA VUONNA 2008



### HENKILÖSTÖN SUKUPUOLIJAKAUMA VUONNA 2008



## HENKILÖSTÖ

## HENKILÖSTÖN MENESTYSTEKIJÄT

Sisäinen yrittäjyys ja onnistumisia palkitseva palkkausjärjestelmä

Kattava perehdytys ja jatkuva koulutus

Kasvavan konsernin etenemismahdollisuudet menestyjille

Avoimeen vuoro-vaikutukseen kannustava työympäristö

## PANOSTUKSET REKRYTOINTIIN

## SAAVUTETTU TAVOITE 2008

Rekrytoinnin keskittäminen Wulff-brändin alle.

Yhteistyön syventäminen alan oppilaitosten kanssa.

Suoramyyntin rekrytointiprosessin kehittäminen.

## TAVOITE 2009

Myyntineuvottelijoiden määrän lisääminen.

Wulffin brändin vahvistaminen rekrytointimarkkinoilla.

Aloittavan myyjän auttaminen nopeammin tuloksentekijäksi.

## TOIMENPITEET 2009

Aktiivinen yhteistyö myyntitaitoja kouluttavien oppilaitosten kanssa.

Lisäpanostukset uusien myyjien starttikoulutukseen ja suoramyyntin esimiestyöskentelyyn.





**Riku, 23, myyntineuvottelija**

**MAALAIPOIKA MYY JA MATKAA MAAILMALLA**

Provisiopalkkainen myyjä saa työstään palautetta palkkapäivänä suoraan pankkitilille. Se sopii haasteista pitävälle Rikulle. Maatalon poika vietti lapsuutensa Janakkalassa, jossa neljä sisarusta oppivat työn arvon jo pikkulapsina tilan kanoista ja hanhista huolehtien. Hyvää energiaa Riku saa kuntosalilta ja Skeet-ampumaradalta. Liikkuvaan kohteeseen osuminen on Rikun mielestä sopivan pulmallista. Onnellisimpia hetkiä innokas myyntimies viettää vaimon kanssa vaikkapa Ranskan Rivieralla matkailien.

Riku on kuvattu Helsingissä osoitteessa Mannerheimintie 4, jossa Wulff Oy toimi vuosina 1965 - 1987.

# Toimintaympäristö

Toimistomaailman markkinat muodostuvat toimistotuotteiden, atk-ohjelmien sekä yritys- ja ergonomiatuotteiden valmistamisesta ja myymisestä. Wulff-Yhtiöt on toimistomaailman tuotteiden asiantunteva myyntiorganisaatio Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Virossa. Se ei valmista tuotteita itse. Wulff-Yhtiöt tarjoaa myös messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluita kansainvälisesti tytäryhtiönsä Entre Marketing Oy:n kautta.

Wulff-Yhtiöiden arvion mukaan toimistomaailman tuotteiden markkinat olivat vuonna 2008 Suomessa noin 450 miljoonaa euroa, Ruotsissa noin 750 miljoonaa euroa, Norjassa noin 430 miljoonaa euroa ja Virossa noin 30 miljoonaa euroa. Markkinat Ruotsissa ja Norjassa ovat samankaltaiset kuin Suomessa tarkasteltaessa asiakkaiden määrää, ostokäyttäytymistä ja tuotteiden kysyntää. Virossa atk-ohjelmien ja toimistotuotteiden kysyntään vaikuttavat markkinoiden huomattavasti pienempi koko ja elintaso. Virossa Wulff-Yhtiöt myy pääosin yritys- ja ergonomiatuotteita. Vuonna 2008 aloitettiin Virossa myös Naxorin toimistotuotteiden ja ensiaputuotteiden myynti.

Toimistomaailman tuotteita ostavat eri kokoiset yritykset kaikilta toimialoilta. Perustuotteiden, esimerkiksi kansioiden, kynien ja välilehtien kysyntä on jatkuvaa. Liike- ja mainoslahjojen myyntiin vaikuttavat sesongit: myynti painottuu vuoden toiselle ja viimeiselle neljännekselle. Sesonkien vaikutus on viime vuosina hieman tasaantunut, sillä lahjat mielletään yhä vahvemmin osaksi yritysten brändimarkkinointia. Tämä on lisännyt niiden käyttöä sidosryhmätilaisuuksissa ympäri vuoden.

## **Markkinajohtaja Suomessa ja vahva kansainvälinen toimija**

Suomessa Wulff-Yhtiöt on markkinajohtaja noin 15 prosentin markkinaosuudellaan. Ruotsissa Wulffin markkinaosuus on noin yksi prosentti, mikä tekee siitä liikevaihdoltaan maan kahdenneksitoista suurimman toimijan. Norjassa Wulffin markkinaosuus on vähäinen, mutta vahvassa kasvussa. Wulffin norjalainen tytäryritys Nordisk Profil AS kasvoi vuonna 2008 selvästi markkinoita nopeammin. Virossa Wulff on liike- ja mainoslahjamarkkinoiden toiseksi suurin toimija.

Toimistomaailman markkinat ovat hyvin pirstaloituneet niin Pohjoismaissa kuin Baltiassakin. Alalla toimii lukuisia pieniä yrityksiä johtuen markkinoille tulon helppoudesta. Yrityksiä syntyy ja poistuu markkinoilta runsaasti vuosittain. Asiakkaat haluavat tulevaisuudessa hoitaa hankintojaan yhä enemmän keskitetysti. Kahdella toisiaan täydentävällä konseptilla asiakkaitaan monipuolisesti palveleva Wulff-Yhtiöt hyötyy tästä muutoksesta. Wulffin kilpailijoita kaikilla markkina-alueilla ovat listaamattomat, pienet ja keskisuuret yritykset. Kotimaan markkinoilla Wulff-Yhtiöillä on kymmenkunta merkittävää kilpailijaa. Suomessa Wulff Oy Ab:n sopimusasiakaskonseptin kanssa kilpailevat Lindell Oy, Officeday Finland Oy ja Paperipalvelu. Yritys- ja ergonomiatuotteiden sopimuspalveluja myyvän Ibero Liikelahjat Oy:n ja KB-Tuote Oy:n merkittävien kilpailijana on turkulainen Mastermark Oy. Suora myyntiyritysten kanssa markkinaosuuksista kotimaassa kilpailevat muun muassa Cancolor Group ja Oy Rahmqvist Ab.

## TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Ruotsissa Wulff-Yhtiöiden kilpailijoita ovat mm. Corporate Express Sverige, Lyreco, Procurator ja Svanströms. Norjan markkinoiden suurimpia tekijöitä ovat Corporate Express Norge ja Maske Gruppen AS. Virossa kilpaillaan yritysimagotuotteiden markkinajohtajan Roi AS:n kanssa.

Entre Marketing Oy:n kotimaan kilpailijoita messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluissa ovat kotimaassa mm. Ständi, Mytime ja Louder.

### **Markkinoiden tapahtumia vuonna 2008**

Toimialalle viime vuosina tyypillinen konsolidaatiokehitys jatkui vuonna 2008. Kesä-heinäkuun 2008 aikana amerikkalainen toimistotarvikeyritys Staples, Inc. osti Corporate Expressin osakekannan. Corporate Express on kansainvälinen, Amsterdamin pörssissä noteerattu toimistomaailman yritys, josta Staples teki useita ostotarjouksia jo alkuvuodesta 2008. Heinäkuussa 2008 Office Depot, Wulffin yhteistyökumppani ja yksi maailman suurimmista toimistotarvikeyrityksistä, osti osake-enemmistön ruotsalaisesta toimistotarvikkeita myyvistä AGE Kontor & Data AB:stä.

Konsernin asema liikelahjamarkkinoilla vahvistui lokakuussa Wulffin ostaessa yhden Suomen johtavista mainos- ja liikelahjatoimijoista, Ibero Liikelahjat Oy:n.

### **Pohjoismaiden markkinat kasvavat tasaisesti**

Toimistomaailman markkinat ovat kasvaneet viime vuosina tasaisesti pari prosenttia vuodessa. Vuoden 2008 aikana markkinat jatkoivat samansuuntaista kasvua. Suomen markkinat kasvoivat arviolta noin kolme prosenttia, Ruotsin neljä prosenttia ja Norjan kolme prosenttia. Viron markkinat laskivat viisi prosenttia.

### **Toimistomaailman tuotteiden ja palveluiden haasteelliset näkymät vuonna 2009**

Wulff arvioi yleisen taloudellisen tilanteen vaikuttavan melko vahvasti myös toimistomaailman tuotteiden ja palvelujen kysyntään. Toimistotuotteita suhdanteille herkempien yritysimagotuotteiden sekä tapahtumamarkkinointipalveluiden kysynnässä taloustilanteen heikentyminen näkyy voimakkaammin ja nopeammin. Talouden taantumun uskotaan heikentävän myös Wulffilla etenkin liike- ja mainoslahjojen sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen myyntiä.

Pirstaloituneilla markkinoilla yritysten yhdistymiset yhä isommiksi toimijoiksi ovat tyypillisiä. Yhä kokonaisvaltaisempia palveluja tarjoavien yritysten, esimerkiksi Wulffin, asema vahvistuu asiakkaiden jatkaessa palvelujensa ulkoistamista ja keskittämistä.

**Kohtaamismedian pitkän aikavälin kehitysnäkymät**

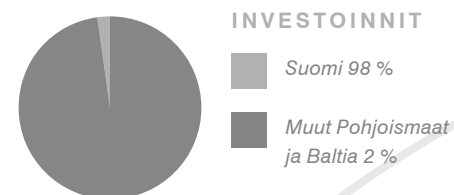
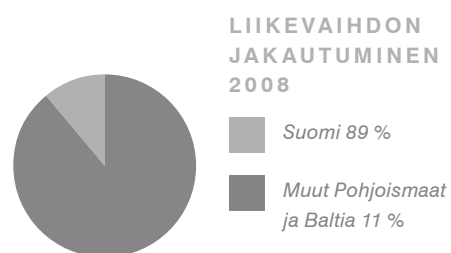
Wulff-Yhtiöt arvioi messu- ja tapahtumamarkkinointialan kehittyvän pitkällä tähtäimellä samansuuntaisesti kuin toimistomaailman markkinoiden. Alalla on myös havaittavissa konsolidaatiokehitystä sekä palveluketjun laajenemista. Haastavassa taloustilanteessa yritykset haluavat markkinointipanostustensa vaikuttavan myyntiin nopeasti.

Kohtaamismedian tarjoamat ratkaisut ovat vuorovaikutteisia ja niistä saatu palaute on mahdollista hyödyntää myyntityössä välittömästi. Siksi kohtaamismedian suosion uskotaan kasvavan tulevaisuudessa ja asiakasyritysten arvostavan laadukkaita ja kokonaisvaltaisia palveluja aiempaa korkeammalle. Entre Marketingin uskotaan hyötyvän keskittymistrendistä, sillä yksi sen vahvuuksista on toimia asiakkaan strategisena brändipartnerina.

**Keskeinen toimija pohjoismaisilla markkinoilla**

Wulff-Yhtiöt haluaa olla keskeinen toimija pohjoismaisilla markkinoilla. Yhtiöllä on vahva visio olla Pohjoismaiden nopeimmin kasvava sekä kannattavin toimistomaailman kärkiyritys.

Nykyinen suhdanne tarjoaa erinomaisen mahdollisuuden kasvattaa myyntihenkilöstöä. Kasvua nopeuttaakseen Wulffilla on myös jatkuva valmius tehdä strategian mukaisia yritysostoja. Haastavaan taloudelliseen tilanteeseen yritys vastaa toteuttamalla vuonna 2009 konserninlaajuisia kannattavuuden parantamisohjelmia ja tehostamalla toimintoja.







**Heikki, 51, markkinointipäällikkö**

**ILO OSTAA IBEROSTA**

*Ibero Liikelahjat Oy:n osaava markkinointipäällikkö on tehnyt huimia myyntituloksia Iberolla pitkään: Ilo ostaa Iberosta – slogan on kulkenut Heikin mukana jo 24 vuotta. Pitkään uraan ovat motivoineet työn vapaus, erilaiset asiakkaat ja vaihtelu. Ja ehkä myös työviikon päätteeksi kaiuttimista kajahtava Bruce Springsteenin voimaannuttava musiikki. Vaihtelevan työn vastapainoksi saa loma-aikaan noudattaa hyväksi havaittuja tapoja. Kesän kolme Kreikan viikkoa ovat Heikin perheelle perinne, jolloin koko perhe lepää. Myös tiiviisti muodostelmaluistelua harrastava tytär ja SM-tasolla kiekkoileva poika ripustavat loman ajaksi luistimet nauhaan.*

*Sonja ja Heikki on kuvattu Helsingin Salomonkadulla, jossa Wulff-Yhtiöt Oyj toimi vuosina 2005 - 2008. Konsernin emoyhtiö muutti Helsingistä Vantaan Wulff-taloon joulukuussa 2008.*

**Sonja, 40, logistiikka-assistentti**

**KALLIGRAFI NAUTTII TOIMIVASTA TIIMITYÖSTÄ**

*Sonjan työssä parasta on toimiva tiimi, jonka kanssa asiat sujuvat mutkattomasti. Logistiikka-assistentin monipuoliseen työpäivään kuuluu kuljetuksia, tuontia, vientiä, hinnoittelua, tilaustenkäsittelyä ja laskutusta. Vähintään yhtä monipuolista on Sonjan vapaa-aika. Kahden teini-ikäisen tyttären äiti on ehtiväistä sorttia. Sonja toimii tarmokkaana vapaaehtoistyöntekijänä vanhusten, lasten ja nuorten parissa. Arkea rikastavat myös liikunta, lukeminen ja käsityöt. Elämän kauneudesta Sonja nauttii oopperassa, baletissa ja teatterissa sekä kalligrafiatöitä tehden.*

## *Liiketoiminta*

Wulffin viisi tuoteryhmää ovat toimistotuotteet, atk-ohjelmistotuotteet, yritysimagotuotteet, ergonomiatuotteet ja messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelut. Yhtiö toimii monipuolisesti toimistomaailman markkinoilla Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Virossa. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja myyvän tytäryrityksen, Entre Marketingin kansainvälisten projektien myötä Wulff toimii vuosittain yli 30 maassa. Suomessa Wulff-Yhtiöt on toimistomaailman ja -palveluiden markkinajohtaja.

Wulff-konsernin kilpailuetuna ovat sen toisiaan täydentävät palvelumallit, sopimusasiakasmyynti ja suoramyynti. Tuotteet ja palvelut myydään aina asiakkaan mukaan valitulla konseptilla. Sopimusasiakaskonsepti helpottaa asiakkaiden säännöllisiä hankintoja. Suoramyyntiyritykset palvelevat kaikenkokoisia yrityksiä paikallisesti ja henkilökohtaisesti. Yhteistä molemmille konsepteille on oman osaamisen tarjoaminen asiakkaan käyttöön. Kokonaisvaltaisella palvelulla edistetään asiakkaiden tyytyväisyyttä ja asiakassuhteiden jatkuvuutta.

### **Wulff-Yhtiöt -konsernin rakenne**

Wulff-Yhtiöt Oyj on itsenäisesti toimivien tytäryritysten emoyhtiö. Sopimusasiakaskonseptilla

toimivat toimistotuotteita myyvä Wulff Oy Ab ja liike- ja mainoslahjoja myyvät Ibero Liikelahjat Oy sekä KB-tuote Oy, jolla on tytäryhtiö KB Eesti OÜ Virossa. Suoramyyntiyrityksiä ovat Active Office Finland Oy, Beltton Oy, Everyman Oy, Looks Finland Oy, Naxor Care Oy, Naxor Finland Oy, Officeman Oy, Office Solutions Why Not Oy, Suomen Rader Oy, Vinstock Oy, Visual Globe Oy sekä Beltton Svenska AB Ruotsissa ja Nordisk Profil AS Norjassa. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluihin erikoistuneella Entre Marketingilla on sekä sopimusasiakas- että suoramyyntitoimintaa.

### **Maltillista kasvua haasteista huolimatta**

Vuoden 2008 aikana konsernin liiketoiminta kehittyi maltillisesti johtuen loppuvuoden myynnin kehitykseen vaikuttaneesta toimistomaailman tuotteiden kysynnän laskusta. Vuonna 2007 aloitettuja toiminnan tehostamisohjelmia jatkettiin ja kannattavuutta saatiin parannettua mm. Wulff Oy:ssä ja KB-tuotteella. Vuoden 2008 aikana asemaa yritysimagotemerkkeillä vahvistettiin strategian mukaisella yritysostolla: yksi kotimaisista liike- ja mainoslahja-alan kärkiyrityksistä, Ibero Liikelahjat Oy, siirtyi Wulff-Yhtiöt Oyj:n omistukseen lokakuussa 2008.

### **Sopimusasiakkuus vapauttaa yrityksen resursseja omaan liiketoimintaan**

Wulff-Yhtiöiden sopimusasiakkaina on suuria ja keskisuuria yrityksiä, kuntia, kaupunkeja ja yhteisöjä. Yli kaksi kolmasosaa Suomen 30 suurimmasta yrityksestä on Wulff-Yhtiöiden asiakkaita. Tyypillinen sopimusasiakasyritys työllistää satoja henkilöitä. Sopimusasiakkaat voivat ulkoistaa toimisto- ja liikelahjahankintansa aina valikoiman suunnittelusta tuotteiden varastointiin ja jakeluun. Ammattimaisen yhteistyökumppanin vastatessa hankinnoista vapautuu yritykseltä resursseja omaan toimialaan ja ydinosaamiseen keskittymiseen.

### **Wulff Oy:n palvelut tuovat kustannussäästöjä toimiston hankintoihin**

Wulff on Suomen tunnetuin toimistoalan brändi. Se on ollut alansa edelläkävijä jo yli sata vuotta. Yhtiö pitää kunnia-asianaan tarjota asiakkailleen lisäarvoa tuottavia, edistyksellisiä palveluja ja tuotteita. Wulffin tarjoaman toimisto- ja atk-tarvikkeiden sopimuskonseptin toimivuudesta kertovat vuoden 2008 aikana saadut monet uudet sopimusasiakkuudet. Toiminnan avainsanoja ovat laatu, nopeus, varmuus ja kehittyminen.

## LIIKETOIMINTA

Toimistotuotteiden hankinta on vaivatonta ja kustannustehokasta pitkälle automatisoidun tilausjärjestelmän ansiosta. Lisäksi sopimusyritykset voivat seurata hankintojen kustannuksia lähes reaaliaikaisesti.

Wulffin osaamista arvostetaan myös kansainvälisesti: vuoden 2008 tammikuussa Wulff Oy Ab valittiin seitsemän parhaan joukkoon arvostetussa European Office Products Awards 2008 -kisassa. Wulff kisasi voitosta maailman tunnetuimpien ja suurimpien alan yritysten, esimerkiksi ranskalaisen Lyrecon ja saksalaisen Otto Officen kanssa. Reseller of the Year –sarjassa palkittu Wulff on ensimmäinen pohjoismainen kärkisijoille yltänyt yritys. European Office Products Awards on vuosittain jaettava toimistoalan arvostetuin kansainvälinen palkinto. Palkinnon ansainneille yrityksille se on merkittävä tunnustus alan korkeimpien standardien saavuttamisesta. Kilpailun järjestää englantilainen Office Products International.

### ***Liiketoiminnan ytimessä toimiva ympäristöystävällinen logistiikkakonsepti***

Wulffin ja Itellan innovaatiot toimitusketjussa, logistiikassa ja jakelukonsepteissa ovat tuoneet Wulffin asiakkaille huomattavia etuja. Vuoden

2007 alussa tehdystä logistiikkauudistuksesta on saatu runsaasti positiivista palautetta asiakkailta. Logistiikkayhteistyö Itellan kanssa on jatkuva ja merkittävä panostus kilpailukykyyn. Wulff-konsernille yhteistyö Itellan kanssa antaa resurssit strategian mukaiseen kasvuun, sillä Itellan joustavat logistiset ratkaisut tukevat kasvua nopeallakin aikataululla.

Toimistotarvikkeille on ominaista tuotenimikkeiden suuri määrä ja keräilyssä toimituksille asetetut korkeat vaatimustasot sekä laadussa että nopeudessa. Wulff on tunnettu nopeista ja varmoista toimituksistaan. Yhteistyö Itellan kanssa toimii erinomaisesti. Esimerkiksi kaikki klo 12 mennessä tilatut tuotteet toimitetaan Wulffin asiakkaille heti seuraavan päivän aikana.

Ympäristöstä huolehtiminen ja kestävä kehitys ovat yhä tärkeämpiä arvoja niin yritysten kuin kuluttajienkin toiminnassa. Nämä tärkeät arvot näkyvät vahvasti Wulffin liiketoiminnan kehittämisessä. Wulff Oy on toiminut ISO-laatusertifikaattien laatu- ja ympäristöarvojen mukaan jo vuodesta 1997. Vuoden 2008 lopussa Wulff palkittiin kunniamaininnalla onnistuneesta jakeluremontistaan kansainvälisessä Green Freight and Logistics -kilpailussa. Kilpailu oli osa Euroopan komission järjestämää Euroopan älykäs energiahuolto -ohjelmaa. Wulffin jakeluremonttia kii-

tettiin innovatiiviseksi ja rohkeaksi. Käytännössä uudistus tarkoitti sitä, että Wulff on optimoinut asiakkaidensa kanssa tuotteiden toimituseriä. Näin eräkoot ovat olleet suurempia ja toimituksia on ollut harvemmin. Hiilidioksidipäästöt ovat vähentyneet, vaikka kuljetetun tavarana määrä on kasvanut. Kuljetusten hiilidioksidipäästöt ovat vähentyneet vuositasolla jopa 6 % - 32.550 kg. Wulffin jakeluremontista ovat hyötynneet sekä asiakkaat että ympäristö.

Sekä Wulff Oy Ab:n myynti että kannattavuus kehittyivät myönteisesti vuonna 2008 huolimatta talouden epävarmuustekijöiden vaikutuksista viimeisen vuosineljänneksen myynnin kehitykseen. Wulff Oy Ab:n toimistotuotepalvelut ovat konsernille erittäin merkittäviä, sillä ne tuovat noin 40 % Wulff-konsernin liikevaihdosta.

### ***Enemmän kuin liikelahjoja***

Kynäbaari Oy:nä 50 vuotta sitten toimintansa aloittanut KB-tuote on yhteistyökumppaneilleen enemmän kuin pelkkä liikelahjatalo: Se tunnetaan markkinoilla asiakkaan liiketoimintaan perehtyvänä brändiasiantuntijana. Luottamus KB:n osamiseen näkyy kokonaisvaltaisina asiakkuuksina. Liikelahjoista räätälöidään usein yrityksen brändin mukainen mallisto omilla kuoseilla ja erikoistuot-

teilla. Asiakas voi tilata tuotteita oman internet-palvelun kautta. Palvelukonseptiin on mahdollista sisällyttää myös koko logistiikkaprosessi eli tuotteiden varastointi ja niiden loppukäyttäjille jakelu.

Vuoden 2008 aikana KB-tuotteella panostettiin vahvasti asiakas- ja tuotestrategiaan ja kannattavuuden parantamiseen. Tavarantoimitajayhteistyötä tehostettiin ja myynnissä painopistettä siirrettiin yhä enemmän omaan Keebmallistoon. Vuonna 2008 KB:n kannattavuus kehittyi hyvin ja myös virolainen tytäryritys KB Eesti teki voitollisen tuloksen.

KB-tuote palvelee asiakkaitaan myyntinäytelyillä yhdeksässä kaupungissa. Yhtiön pääkonttori on Helsingin Punavuorella ja varasto Espoon Kilossa.

### ***Ibero Liikelahjat vahvistaa konsernin liikelahjaosaamista***

Wulff-Yhtiöt vahvisti lokakuun 2008 alussa liikelahjamyyntiään ja asemaansa liikelahjamerkkinoilla Ibero Liikelahjat Oy:n yritystön myötä. Ibero on Suomessa hyvin tunnettu ja vahva brändi ja sillä on vahva jalansija varsinkin pääkaupunkiseudulla.

Vuonna 1954 perustettu KB-tuote ja vuonna 1952 toimintansa aloittanut Ibero ovat Suomen

vanhimpia liikelahjataloja. Iberon toiminta sai alkunsa yhtiön perustajan Olavi Raution ideasta tuoda maahan korukäyttöön Mallorcan helmiä. Liikelahjamyynti sai vahvan startin vuoden 1952 Helsingissä järjestetyistä olympialaisista, jonne Ibero teki mm. silkkihuivin.

1990-luvulla Iberon liike- ja mainoslahjojen myynti keskitettiin omaan yhtiöön ja Ibero Liikelahjat Oy:n toiminnasta siirtyi vastaamaan perustaja Olavi Raution poika Tanu Rautio. Vuosi 2008 oli Ibero Liikelahjat Oy:lle merkityksellinen. Asiakkaat saavat käyttöönsä aiempaa laajemman tuotevalikoiman ja kilpailukykyisemmät hinnat, kun perinteisen perheyriksen vankka osaaminen yhdistetään uuden omistajan, Wulff-Yhtiöt Oy:n monipuolisiin kontakteihin. Iberon ja Wulffin historiasta ja nykypäivän toiminnasta löytyy paljon yhteistä: molempien yritysten arvoja ovat asiakaslähtöisyys, sisäinen rittäjyys ja tuloksellisuus.

Yhdessä Iberon 12 huippuosaajan kanssa Wulff-Yhtiöiden liikelahjayrietykset ja osaava henkilöstö muodostavat kotimaisen alan kärkijoukkueen. Ibero Liikelahjojen asiakkaita ovat niin pienet, keskisuuret kuin suuretkin yritykset. Liiketoiminnan avainasemassa on laadukas, kokonaisvaltainen palvelu. Keskisuurena yrityksenä Ibero Liikelahjat on joustava ja nopea yhteistyökumppani. Sopimusasiakkaiden käytössä on nettipohjainen yritysکوhtainen tilausjärjestelmä, josta valitut liikelahjat on helppo tilata. Iberon asiakkaita palvelee myös oma silkkipaino ja graafinen suunnittelija. Yhtiön näyttely- ja toimitilat sekä varasto sijaitsevat Helsingin Pitäjänmäessä.

### ***Suoramyynti palvelee paikallisesti***

Suoramyyntikonsepti tuo tuotteet yrityksille henkilökohtaisesti yritysten omille paikkakunnille.



*Ibero Liikelahjat Oy palvelee asiakkaitaan sekä sopimusasiakas- että suoramyyntikonseptien avulla.*



## LIIKETOIMINTA

Yrityksissä on erikoistuttu tietyn tuotevalikoiman erityisosaamiseen. Suoramyyjät myyvät asiakkailleen toimistomaailman erikoistuotteita. Uusien asiakkaiden hankinta on aktiivista – jokainen uusi yritys nähdään Wulffilla potentiaalisena asiakkaana. Suoramyyntiyhtyritysten tulokellisuus perustuu provisiopalkkaukseen.

Myyntineuvottelijat tekevät työtään asiakkaan luona; asiakaskäyntejä on päivittäin kahdesta kahteentoista. Tuotteet tilaa useimmiten niiden käyttäjä, siksi ostopäätökset ovat nopeita. Toimintamalli on tehokas ja yksittäisen tuotteen myyntivolyymit ovat suuret. Yhden toimistotuotekaupan keskikoko on noin 400 euroa.

Wulffilla on maankattavia myyntiorganisaatioita Suomessa 18, Ruotsissa kahdeksan sekä Norjassa ja Virossa yksi. Vuoden 2008 marraskuussa suoramyyntikonseptilla myytävien ensiaputuotteiden myynti ja –koulutus keskitettiin uuteen Naxor Care Oy:n. Naxor yritysimage- ja toimistotuotteiden myynnistä vastaa jatkossakin Naxor Finland Oy.

Suoramyyntille uusien tavarantoimittajien etsiminen on tärkeää, jotta valikoimaa voidaan

kehittää ja kasvattaa innovatiivisilla tuotteilla. Wulffilla ei ole omaa valmistusta eikä tuotekehitystä, mutta sen myyntineuvottelijat välittävät tietoa asiakaspinnasta tavarantoimittajille. Saatu palaute on tavarantoimittajille hyvä tuotekehityksen työkalu. Wulff edellyttää tavarantoimittajiaan laadukkaita tuotteita ja varmoja toimitusaikoja. Suurin osa Wulffin tavarantoimittajista täyttää ISO 9001 -laatusertifikaatin mukaiset vaatimukset.

Suoramyyntin liiketoiminta-alueen myynti kehittyi vuonna 2008 maltillisesti. Vuoden aikana panostettiin vahvasti mm. esimieskoulutukseen ja rekrytointiprosessin sekä perehdytyskoulutuksen tehostamiseen. Brändinrakentamiseen panostettiin kohtaamismedioissa: Wulff-Yhtiöt Oyj ja konsernin suoramyyntiyhtyritykset olivat vahvasti esillä vuoden merkittävimmässä toimistomaailman yleisötapahtumissa, Sihteeri&Assistentti 2008 ja Liikelahjat 2008 -messuilla syyskuussa. Konsernin yritykset osallistuivat vuoden aikana myös lukuisiin pienempiin messutapahtumiin.

Wulff-Yhtiöiden Skandinavian liiketoiminta kehittyi myönteisesti konsernin Norjan tytäryhtyrityk-

sessä. Nordisk Profil AS:n panostukset toiminnan laajentamiseen ja kannattavuuteen näkyvät sekä myynnin että tuloksen kasvuna. Ruotsissa liiketoiminnan suurimpana haasteena on edelleen myyntihenkilöstön lisääminen osaavilla myynnin rekrytoinneilla.

Syksyllä 2008 toteutettu hallinto- ja logistiikkaorganisaation uudistus lisää Manttaalitiellä toimivien suoramyyntiyhtyritysten välistä yhteistyötä. Uudistuksen tavoitteena on toiminnan sujuvoittaminen myynnin tukipalveluissa ja hallinnossa sekä synergioiden lisääminen esimerkiksi ostoissa ja logistiikassa.

### **Entre Marketing – parhaita suunniteltuja kohtaamisia**

Suuri osa Wulff-konsernin liikevaihdosta syntyy kasvokkain tehdyn myyntityön tuloksena. Myös konsernin messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluihin keskittyneessä yrityksessä Entre Marketingissa tiedetään tehokkaimpien kohtaamisten olevan aina henkilökohtaisia.

*Vuonna 2008 Entre Marketingin palveluvalikoima kasvoi markkinointi- ja viestintäpalveluilla sekä e-palveluilla. E-palvelut ovat jakelukanavia digitaalisille palveluille kuten asiakastyytyväisyyskyselyt, tapahtuman tuottoa seuraavat mittarit ja kohdistetut matchmaking –palvelut.*



Entre on oman alansa markkinajohtajana asiakkailleen monipuolinen kumppani yrityksen brändien kehittämiseen ja vahvuuksien vahvistamiseen. Entren asiakaslupaus kiteytyy luotavuuteen, luovuuteen, ja uudistumiseen sekä oikeisiin ja tuloksekkaisiin kontakteihin. Asiakkailleen Entre on ennen kaikkea strateginen kumppani, jonka kansainväliset huippuosajat vaikuttavat positiivisesti asiakasyrityksen liiketoimintaan.

Entren brändi uudistui vuoden 2008 aikana. Uudistus kertoo vahvasta panostuksesta toiminnan kehittämisestä asiakkaita yhä paremmin ja kokonaisvaltaisemmin palvelevaksi. Uudistus on vahva merkki sisällöntuotannon kasvavasta merkityksestä kaikissa tapahtumissa. Yhä useampi asiakas hakee rakenne- ja kalustesuunnittelun lisäksi tapahtumiinsa ja messuosastoilleen teeman tai tarinan. Entren ammattilaiset tuovat tarinan osaksi tapahtumaa. Näin yrityksen viesti on tehokkaasti vaikuttava ja yhtenäinen – aina ensi silmäyksestä tapahtuman loppuun saakka.

Vuoden aikana Entren palveluvalikoimaan lisätiin markkinointi- ja viestintäpalveluja sekä uusia e-palveluja. Entren e-palvelut ovat jakelukanavia erilaisille digitaalisille palveluille, esimerkiksi asiakastytytyväisyyskyselyille, tapahtumien tuottoa seuraaville mittareille ja kohdistetuille matchmaking –palveluille.

Suomalaiset vientiyritykset, kansainväliset yritykset ja kohtaamismediaa kotimaassa hyödyntävät yritykset käyttävät Entren palveluita vuosittain sadoissa tapahtumissa. Vuonna 2008 Entre oli elokuussa näkyvästi mukana Kiinan Pekingissä järjestetyissä kesäolympialaisissa. Entre toteutti olympialaisiin yhteispohjoismaisen tv-studion, jossa nähtiin mm. presidentti Tarja Halonen ja pääministeri Matti Vanhanen. Kotimainen vuoden 2008 Urheilugaala on hyvä esimerkki Entren kyvystä suunnitella ja toteuttaa suuria VIP- ja massatapahtumia.

Vuoden aikana Entre terävöitti fokustaan myös toiminnan uudelleen järjestelyillä. Kannattavuus kehittyi myönteisesti edellisvuoteen verrattuna,

vaikka liiketoiminta oli katsauskaudella vielä tappiollista. Kesäkuussa käytyjen yt-neuvottelujen tuloksena Entre Marketing vähensi palveluksestaan neljä henkilöä. Yt-neuvottelujen ohella Entre päätti heinäkuussa tuotantoyksikkönsä koskevasta liikkeenluovutuksesta Silver Zombie Oy:lle. Sopimuksen myötä Entre Marketingin tuotannon 12 työntekijää siirtyivät vanhoina työntekijöinä Silver Zombien palvelukseen heinäkuussa. Joulukuussa Entre Marketing Oy muutti uusiin tiloihin Ruoholahdessa Helsingissä.

#### **Verkottuminen on osa liiketoimintaa**

Wulff-Yhtiöille verkottuminen on tärkeä osa nykypäivän liiketoimintaa. Sen tytäryritys Wulff Oy Ab on tehnyt yhteistyötä yhden maailman suurimman toimistotarvikeyrityksen Office Depotin kanssa jo vuodesta 2004. Yhteistyö Office Depotin kanssa antaa Wulffille mahdollisuuden palvella asiakkaitaan entistä paremmin ja laajemmin niin Suomessa kuin kansainvälisesti. New Yorkin

### YRITYSOSTOT TUOTERYHMITÄIN

#### YRITYSIMAGOTUOTTEET

KB-tuote Oy (2001)  
IM Inter-Medson Oy (2006)  
Ibero Liikelahjat Oy (2008)

#### TOIMISTOTUOTTEET

Wulff Oy Ab (2002)  
Gundersen & Co AS (2003)  
Nordisk Profil AS (2006)

#### ERGONOMIATUOTTEET

Everyman Oy (2001)

#### MESSUT JA TAPAHTUMAMARKKINOINTI

Entre Marketing Oy (2007)

*Yritysosot ovat oleellinen osa Wulff-Yhtiöiden kasvustrategiaa. Konsernin asema liikelahjamarkkinoilla vahvistui lokakuussa 2008 Wulff-Yhtiöiden ostaessa yhden Suomen johtavista mainos- ja liikelahjatoimijoista, Ibero Liikelahjat Oy:n.*

## LIIKETOIMINTA

### LIIKETOIMINTA-ALUEET 2008

| Suoramyynti<br>Ari Pikkarainen  | Skandinavia<br>Veijo Ågerfalk  | Toimisto<br>Juha Broman            | Messut ja<br>tapahtumamarkkinointi   | Liike- ja mainoslahjat<br>Tommi Kortelainen |
|---|--|------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Suomen Rader Oy<br>Naxor Care Oy<br>Visual Globe Oy<br>Active Office Finland Oy | Belton Svenska AB<br>Office Solutions Svenska AB<br>Belton Norge AS<br>Nordisk Profil AS   | Wulff Oy Ab<br>Torkkelin Paperi Oy | Harri Kaasinen<br>Entre Marketing Oy | KB-tuote Oy<br>KB Eesti OÜ                  |
| Jarkko Vehviläinen<br>Belton Oy, Vinstock Oy                                    | <i>Lokakuussa 2008 Wulff-Yhtiöt osti Ibero Liikelahjat Oy:n. Suoramyyntissä Naxorin ensiaputuotteiden myynti siirtyi ensiaputuotteiden myyntiin erikoistuneeseen uuteen Naxor Care Oy:n marraskuussa 2008. Naxorin yritysima- go- ja toimistotuotteiden myynnistä vastaa Naxor Finland Oy.</i> |                                    |                                      | Tanu Rautio<br>Ibero Liikelahjat Oy         |
| Juhani Jaakkola<br>Everyman Oy, Officeman Oy<br>Office Solutions Why Not Oy     | <i>Vuoden 2008 aikana tapahtuneet muutokset on merkitty sinisellä.</i>   |                                    |                                      |   |
| Jussi Heino<br>Looks Finland Oy   |  |                                    |                                      |   |
| Petri Kautonen<br>Naxor Finland Oy  |  |                                    |                                      |   |

pörssissä noteerattu Office Depot toimii 48 eri maassa ja työllistää noin 43.000 henkilöä. Yhtiön vuosittainen liikevaihto on noin 14,5 miljardia dollaria. Wulff toimii kiinteänä osana Office Depotin EMEA-alueen myyntiryhmää (EMEA = Euroopan, Pohjois-Afrikan ja Lähi-Idän alueella yhtenäisiä sopimusasiakkuuspalveluja 24 maahan tarjoava myyntiryhmä).

Wulff Oy Ab kuuluu myös toimistomaailman tukukauppiaiden yhteenliittymään InterACTIONiin.

Kaikki InterACTION –yritykset ovat kotimaissaan alansa johtavia yhtiöitä. Yhteenliittymän yrityksiä on 12 ja toimintaa sillä on yhteensä 16 maassa. InterACTION –jäsenet kokoontuvat säännöllisesti koordinoitakseen yhteisönsä ja jakaakseen myynnin, markkinoinnin ja logistiikan osaamistaan. Tietoa vaihdetaan esimerkiksi eri maissa eniten myytävistä tuotteista. Wulff hyötyy saamastaan markkina- ja tuotetiedosta omassa toiminnassaan. Yhteisö-organisaation volyymi on vuosittain yhteensä noin 1,8 miljardia euroa ja sillä on oma kansainvälinen tuotemerkki QConnect. Laadukkaita tuotteita on noin 2.000 ja ne kuuluvat myös Wulffin tuotevalikoimaan.

InterACTIONia vastaavia liikelahja-alan järjestöjä ovat WAGE ja IGC (International Advertising Gift Council). Ibero Liikelahjat Oy on koko toimintansa alusta lähtien ollut ainoana alan suomalaisena yrityksenä kansainvälisen liikelahjajärjestön IGC:n jäsen. Vuonna 1956 perustettuun järjestöön kuuluu 45 yritystä ympäri maailmaa. Vuonna 1958 perustetussa WAGEssa on jäseninä 26 liikelahja-alan yritystä 25 eri maasta. Wulff-Yhtiöitä WAGEssa edustaa KB-tuote Oy. Jäsenyydet liikelahjajärjestöissä takaavat Wulff-Yhtiöiden yrityksille uusien ideoiden, tuotteiden ja kontaktien löytymisen kilpailukykyisin hinnoin.

**Vuoden 2008 tapahtumia**

Wulff-Yhtiöt Oyj:n varsinainen yhtiökokous päätti toiminimen muutoksesta Beltton-Yhtiöt Oyj:stä Wulff-Yhtiöt Oyj:ksi huhtikuun 2008 alussa. Vuonna 1890 perustetun Wulffin nimi vahvistaa yhtiön tunnettuutta toimistoalan luotettavana ja laadukkaana edelläkävijänä sekä markkinajohtajana. Wulff-brändi näkyy vahvasti kaikessa konsernin markkinoinnissa. Tytäryhtiöiden liiketoimintaan nimenmuutos ei tuo muutoksia. Sekä Wulff Oy Ab:n että konsernin muiden tytäryritysten nimet ja liiketoiminta säilyvät ennallaan. Nimenmuutoksen myötä osakkeen kaupankäyntitunnus muutui pörssissä WUF1V:ksi.

Konsernin rekrytointi-, henkilöstö- ja koulutustoimintojen välistä yhteistyötä tiivistettiin syksyllä 2008. Rekrytointityö siirrettiin siihen keskittyneeltä tytäryritykseltä Vendiili Oy:ltä Wulff-brändin alle. Järjestelyn myötä myös kaikki rekrytointimarkkinointi tukee Wulffin brändiä.

KTM, MBA Jani Puroranta nimitettiin Wulff-konsernin kehitysjohtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi tammikuun 2008 alussa. Purorannan vastuulla yhdessä konsernin johdon kanssa ovat strategian kehittäminen ja yritysostot. Vuonna 1974 syntynyt Puroranta siirtyi Wulffin palvelukseen kansain-

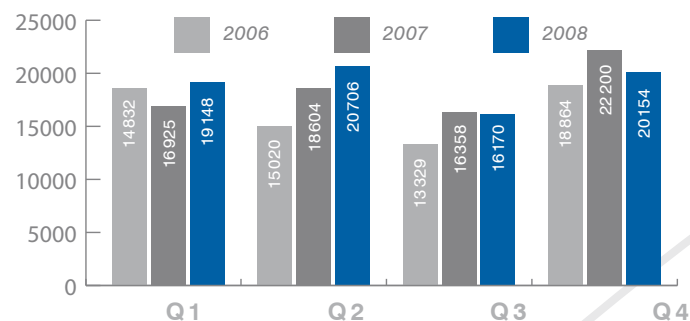
välisestä konsultointialan yrityksestä McKinsey & Companysta. Vuosina 2002 – 2004 hän toimi OMX Exchangesissä mm. kehitysjohtajana ja johtoryhmän jäsenenä. Aiemmin Puroranta on ollut partnerina Privanet Capitalilla ja erilaisissa johtotehtävissä Helsingin Pörssissä.

Joulukuussa Wulff-Yhtiöt Oyj:n johto ja hallinto muuttivat Helsingin Salomonkadulta Vantaan Manttaalien Wulff-taloon. Wulff-talossa toimii yhdeksän konsernin tytäryritystä emoyhtiön ohella. Yhteisissä tiloissa toimiminen sujuvoittaa emoyhtiön ja tytäryritysten välistä kommunikointia, mikä mahdollistaa yhtiön strategisten tavoitteiden nopeamman saavuttamisen. Lisäksi muutto tuo säästöjä kiinteisiin kuluihin.

**Vuoden 2009 haasteelliset näkymät**

Taloustilanteen heikentyminen näkyy selvästi myös toimistomaailman tuotteiden kysynnässä. Talouden huonontunut tilanne on lisännyt epävarmuutta toimintaympäristössä, mikä vaikeuttaa vuoden 2009 näkymien täsmällistä arviointia. Kuluvan vuoden aikana yhtiö tulee toteuttamaan kannattavuuden parantamisohjelmaa ja tehostamaan toimintojaan. Nykyinen suhdanne tarjoaa erinomaisen mahdollisuuden kasvattaa myyntihenkilöstöä. Wulffilla on myös jatkuva valmius tehdä strategian mukaisia yritysostoja.

**LIIKEVAIHTO VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN**  
1000 eur





### **Kati, 25, asiakassihteeri**

#### **MEREN KUOHUT RAUHOITTAVAT ILOPILLERIÄ**

Katin työpäivät ovat kiireisiä. Kollegojensa kanssa WulffAvussa hän hoitaa keskimäärin 250 asiakaspuhelua viikossa. Määrä on suuri, mutta Katin mielestä parasta työssä onkin juuri ahkera työtahti ja vaihtelevat työtilanteet. Kati pitää työstään ja tekee sen sydämellä. Sen ovat huomanneet myös työtoverit. Pieni ja pirteä ilopilleri valittiin juuri Vuoden Kollegaksi. Silloin, kun Kati ei ole töissä, olisi hän mieluiten rantalomalla. Lomalla ei puhelin soi, vaan korvia hivelevät meren kuohut ja silmiä taivaan sini.

WULFF  
LOBBE

12

### **Satu, 27, myyntineuvottelija**

#### **KUOHUVIINIÄ JA KORVAPUUSTEJA**

Satu tykkäsi auttaa muita jo pikkutyttöinä. Ei ihme, että hän löysi töitä asiakaspalvelun parista. Sadun Wulff-ura alkoi Helsingin Tilkan myymälästä. Wulff-Storesta Satu eteni ensin asiakkuuksien hoitotiimiin ja sitten myyntineuvottelijaksi. Viikonloput yhdeksänvuotiaan Aleksin pojan äiti viettää Sysmän mökillä korvapuusteja leipoen ja kuohuviiniä maistellen. Taustalla soi suosikkiartisti Paula Koivuniemi. Paulan lauluista vaikkapa "Ikivanha leikki" pääsee Sadun seuraksi myös karaokebaariin.

### **Marko, 37, hallinto- ja logistiikkajohtaja**

#### **PELIKENTTÄNÄ KOKO WULFF**

Tämä mies pitää asioista, jotka ovat loogisia ja järkeviä. Varastomiehenä työnsä aloittanut tehopakkaus onkin neljäntoista Wulff-vuoden aikana pistänyt monta projektia ja kokonaisuutta järjestykseen. Hallinto- ja logistiikkajohtajana hän vastaa myynnin tukipalvelujen ja logistiikan sujuvuudesta. Kotona hyvää logistiikkaa vaatii kahden jalkapalloilijataksen liikuttaminen treenistä toiseen. Muun johtamisen Marko jättää vapaalla vaimolle.

Kati, Satu ja Marko on kuvattu Vantaan Manttaalitiellä, jossa Wulff Oy on toiminut vuodesta 1987. Nykyisin tiloissa toimii Wulff Oy:n lisäksi kahdeksan Wulff-konsernin suoramyyntiyhtiötä sekä konsernin emoyhtiö Wulff-Yhtiöt Oyj.

# Tuotteet ja palvelut

## **Kokonaisvaltaiset palvelut ja monipuoliset tuotteet**

Wulff-Yhtiöt tarjoaa asiakkailleen markkinoiden kattavimman valikoiman toimistomaailman tuotteita ja palveluja. Tavoitteena on löytää jatkuvasti uusia tuoteryhmiä ja markkinoita, jonne toimintamallia on mahdollista monistaa. Yritysostoilla vahvistetaan nykyistä osaamista tai laajennetaan toimintaa uusille markkinoille.

Wulff-Yhtiöiden tuotevalikoimaan kuuluu monipuolisesti toimistotuotteita, atk-oheistuotteita, ergonomiatuotteita ja yritysimagotuotteita. Liike- ja mainoslahjaosaamista Wulff vahvisti vuonna 2008 Ibero Liikelahjat Oy:n ostolla. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja Wulff tarjoaa asiakkailleen kansainvälisesti toimivan tytäryrityksensä Entre Marketingin kautta.

## **Yrityskohtaiset brändit kertovat liiketoiminnan erityispiirteistä**

Wulff-Yhtiöiden asiakkaat tunnistavat eri toimintakonseptit ja tuoteryhmät yrityskohtaisten brändien avulla. Varsinkin suoramyynnissä liiketunnukset toimivat myös tuotemerkeinä. Brändistrategian mukaisesti Wulff-Yhtiöt Oyj:n brändiä käytetään, kun kohderyhmänä ovat sijoittajat ja rekrytointi. Vuonna 2008 konsernin kattobrändi vaihtui Belttonista Wulffiksi keväällä tapahtuneen nimenmuutoksen myötä.

## **Sopimusasiakkaiden sujuvat hankinnat**

Sopimusasiakkaat hankkivat Wulff-Yhtiöiltä kattavia palvelukokonaisuuksia. Wulff-Yhtiöiden tarjoamat konseptit antavat yrityksille mahdollisuuden keskittyä omaan ydinsaamiseen. Sopimusasiakkaat hyödyntävät Wulffin erityisosaamista toimisto- ja atk-tarvikkeiden ja -palvelujen, liike- ja mainoslahjojen sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen hankinnoissa. Ulkoistaminen vaatii yritykseltä uskallusta: bisneksen pelikentällä Wulff-Yhtiöt on luotettava kanssapelaaja, joka hoitaa sen, minkä lupaa.

Sopimusasiakkaat saavat tarvitsemansa toimisto- ja atk-tarvikkeet helposti ja kustannustehokkaasti Wulff Oy Ab:lta. Wulffin tavoitteena on alentaa asiakkaan toimisto- ja atk-tarvikkeiden hankintakustannuksia. Erikokoisille ja erilaisille yrityksille on omat toimintakonseptinsa. Yksi suosituimpia ratkaisuja on MiniBar. Asiakkaan kanssa määritelty perustuoteisto sijoitetaan asiakkaan toimitiloihin MiniBar-hyllystöön, joka sisältää 150 – 400 tuotteen valikoiman. Hyllyssä jokaisella tuotteella on oma viivakoodinsa, joten tuotteiden tilaaminen käy nopeasti lukulaitteella. Reaaliaikaista kulutusta voi seurata eWulff-palvelun kautta. Sähköinen tilausjärjestelmä, WulffNet palvelee asiakkaita 24 tuntia vuorokaudessa ja tarvittaessa henkilökohtaista neuvontaa saa WulffApu -puhelinpalvelusta. Suomalaisista yrityksistä löytyy toista tuhatta MiniBaria.

## TUOTTEET JA PALVELUT

Konsernin liikelahjapalvelut on suunnattu yrityksille, jotka haluavat panostaa yrityskuvaansa. Myyntineuvottelija auttaa asiakasta suunnittelemaan yritykselle laadukkaan ja kausittain päivitettävän, yrityksen brandin mukaisen tuotevalikoiman, joka voi sisältää yritystekstiilejä ja lahjatavaroita. Suunnittelusta vastaavat omat designerit. Tarvittaessa myös tuotteiden varastointi ja jakelu hoidetaan asiakkaan puolesta. Liike- ja mainoslahjojen sopimuspalveluista Wulff-konsernissa vastaavat Ibero Liikelahjat Oy ja KB-tuote Oy. KB-tuotteen valikoimiin asiakkaat voivat tutustua myyntinäytelyissä, joita on Suomessa yhdeksällä paikkakunnalla. KB:-lla on myös tytäryritys KB Eesti Oü, joka toimii Tallinnassa. Ibero Liikelahjat Oy:llä on erityisen vahva jalansija pääkaupunkiseudulla.

### *Suoramyyntin palvelut tuovat lisää tehokkuutta päivittäiseen työhön*

Wulff-konsernin suoramyyntin tuotteet helpottavat ja tehostavat päivittäistä työnteoa. Tuotteisiin tutustuminen ja soveltuvien tuotteiden löytäminen käy kätevästi asiakkaan omassa toimintaympäristössä. Suoramyyntien toiminta perustuu päivittäisiin asiakaskäynteihin. Asiakas voi olla varma hankintojensa sopivuudesta, kun tuotteita voi kokeilla ennen tilaamista. Asiakaskäyntien yhteydessä kerätään palautetta ja tietoa asiakkaiden toiveista sekä työskentelytavoista. Matka ideasta tuotteeksi on parhaimmillaan vain kuukauden mittainen - Wulffin ja tavarantoimittajien tiiviin yhteistyön ansiosta asiakkailta saatu tieto voidaan hyödyntää tuotekehityksessä nopeal-

lakin aikataululla. Tuoteinnovaatiot on mahdollista lanseerata koko maassa samanaikaisesti tehokkaiden myyntiorganisaatioiden ansiosta.

Toimiston perustuotteiden lisäksi asiakkaat voivat hankkia Wulff-Yhtiöiltä erikoistuotteita, joita on mahdollista räätälöidä täysin asiakaskohtaisesti. Esimerkkejä jokaisen toimiston arkeen kuuluvista perustuotteista ovat kynät, kansiot, lehtiöt, tulostusmateriaalit, viestilaput, arkistointijärjestelmät, atk-puhdistustuotteet ja tallennusvälineet

Korkealaatuiset erikoistuotteet tuovat lisäarvoa asiakkaan työskentelyyn. Esimerkkejä tuotteista ovat mm. palaveri-, kokous- ja koulutustarvikkeet sekä laitekohtaiset puhdistus- ja kunnossapitotuotteet. Hyvinvointia työssä edistävät kotimaiset ergonomiset hiiret sekä ranne-, käsi- ja jalkatuet. Työpiste-ergonomiaa parantavat myös satula- ja polvituolit ja oikein sijoitetut valaisimet. Konsernin tytäryrityksistä Officeman Oy:n osasto Mediviva on erikoistunut terveys- ja lääkinnällisiin hyvinolon tuotteisiin. Se maahantuo ja markkinoi korkealaatuisia, monien terveysalan ammattilaisten ja laitosten testaamia ja hyväksymiä hoito/kuntolaitteita.

Brändi on yksi yrityksen arvokkaimpia omaisuuseriä ja siksi siihen halutaan panostaa yhä vahvemmin. Hyviä tuotteita brändin ja yrityskuvan vahvistamiseen ovat liikelahjat ja yritystekstiilit. Liikelahjat mielletään osaksi kokonaisviestintää ja niitä annetaan perinteisen joulu- ja kesäsesongin



lisäksi niin johtotason henkilökohtaisissa tapaamisissa kuin asiakas- ja sidosryhmätapahtumissa ympäri vuoden. Laadukas lahja viestii saajalle välittämisestä. Wulff-konsernin valikoimista löytyy runsaasti tunnettuja ja arvostettuja merkkejä. Omien tuotemerkkien, Looksin ja Keebin lisäksi Wulff-Yhtiöt myy mm. suosittuja Sagaformin ja Menun tuotteita, Victorinoxin ja Leathermanin laatutuotteita, Dalveyn vip-lahjoja, Parkerin ja Crossin arvokyniä sekä Harvestin ja Printerin asuja. Yrityksestä ja sen arvoista parhaiten viestivä tuote voi eri yrityksillä olla hyvinkin erilainen. Siksi Wulffin yritysimagotuotevalikoima on sekä laaja että jatkuvasti kehittyvä.

#### **Entre Marketing toteuttaa tapahtumat kotimaassa ja vie kansainvälisille messuille**

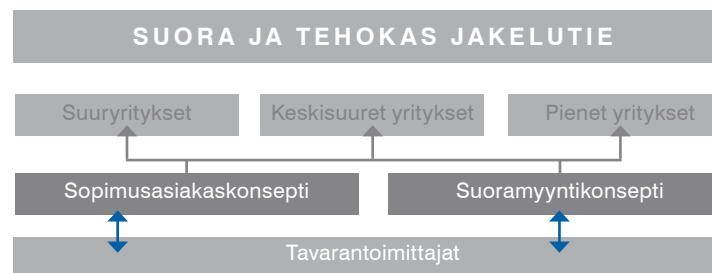
Entre Marketing on messujen ja markkinointitapahtumien moniosaaja. Se suunnittelee, toteuttaa ja hallinnoi näyttelyitä ja tapahtumia kotimaassa sekä ulkomailla. Entren ydinosamista on markkinointiviestinnän suunniteltujen kohtaamisten tuottaminen. Entre myös edustaa useita kansainvälisiä messuja Suomessa ja muissa Pohjoismaissa. Sen kautta on helppo osallistua messuille, sillä palvelukokonaisuus kattaa tarvittaessa kaiken aina tilavarauksesta promootiotilaisuuden käytännön järjestelyihin.

Vuonna 2008 Entre täydensi palveluvalikoimaansa markkinointi- ja viestintäpalveluilla ja uusilla e-palveluilla. E-palvelut ovat jakelukanavia digitaal-

lisille palveluille, joita ovat mm. asiakastyytyväisyyskyselyt, tapahtuman tuottoa seuraavat mittarit ja kohdistetut matchmaking -palvelut.

#### **Jatkuva uudistuminen on välttämätöntä**

Wulff-Yhtiöiden toiminnan fokuksena ja yhtenä arvona on asiakaslähtöisyys. Asiakaslähtöisellä toiminnalla Wulff-Yhtiöt varmistaa toimintansa jatkuvuuden. Myyjien ja asiakkaiden henkilökohtaisista tapaamisista saatu tieto on arvokasta ja sitä hyödynnetään kaikessa toiminnassa. Koska asiakkaiden toiminta muuttuu jatkuvasti, on kehittyminen Wulffille tärkeää. Uudistuminen on Wulffille kasvun synonyymi.



*Wulff-Yhtiöt on toimistomaailman tuotteiden tehokas jakelutie. Myynnin kannattavuus perustuu suoriin tavarantoimittajasuhteisiin. Kahden toisiaan täydentävän konseptin ansioista Wulff-Yhtiöt tavoittaa laajasti asiakkaita.*





**Hallituksen kokoonpano 31.12.2008**

*kuvassa vasemmalta oikealle: Ere Kariola, Pentti Rantanen,  
Ari Lahti, Heikki Vienola, Ari Pikkarainen, Saku Ropponen*

## Hallituksen kokoonpano 31.12.2008

### Ari Lahti, s. 1963, valtiotieteiden lisensiaatti

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2000
- ICECAPITAL Pankkiiriliike Oy:n toimitusjohtaja ja hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Oy Veikkaus Ab:n hallituksen jäsen vuodesta 2002
- Mandatum Pankkiiriliikkeen toimitusjohtaja 1998–1999
- omistus vuoden 2008 lopussa: 10 000 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,15 % osakkeista ja äänistä

### Ere (Erkki) Kariola, s. 1948, DI, ekonomi

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 2006
- Hallituksen jäsen: Tamtron Oy, Aquamec Oy, Suomen Kerta Oy ja Isku Yhtymä Oy
- 3i Group Plc:n Senior Advisor 2006-2008
- 3i Finland Oy:n toimitusjohtaja 2000-2006
- SFK Finance Oy:n ja Start Fund of Kera Oy:n toimitusjohtaja 1991-2000
- omistus vuoden 2008 lopussa: ei Wulff-Yhtiöiden osakkeita

### Ari Pikkarainen, s. 1958, ylioppilas

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n varatoimitusjohtaja vuodesta 1999, Suomen Rader Oy:n, Visual Globe Oy:n ja Active Office Oy:n toimitusjohtaja vuodesta 1994, Naxor Care Oy:n toimitusjohtaja vuodesta 2008
- Naxor Finland Oy:n toimitusjohtaja 1994-2008
- Akro Oy: myyntipäällikkö 1990-1994
- Oy Eric Rahmqvist Ab:n myyntipäällikkö 1984-1989
- omistus vuoden 2008 lopussa: 1 391 675 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 21,06 % osakkeista ja äänistä\*

### Pentti Rantanen, s. 1945

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 2006
- Würth Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2004
- Würth Elektronik Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 1990
- Würth-konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2001
- Ferrometal Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 1989
- Würth Oy:n toimitusjohtaja 1976–2003
- omistus vuoden 2008 lopussa: ei Wulff-Yhtiöiden osakkeita

### Saku (Sakari) Ropponen, s. 1957, ekonomi

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 2000
- Linedrive Oy:n konsultti ja toimitusjohtaja vuodesta 1994
- Fresh Outdoor Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2006
- Mercuri International Oy:n myynnin ja markkinoinnin konsultti 1985-1994
- omistus vuoden 2008 lopussa: 10 000 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,15 % osakkeista ja äänistä

### Heikki Vienola, s. 1960, kauppatieteiden maisteri

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n konsernijohtaja vuodesta 1999
- Vinstock Oy:n perustaja, yhtiön palveluksessa vuodesta 1984
- Arena Center Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 1994
- omistus vuoden 2008 lopussa: 2 560 805 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 38,75 % osakkeista ja äänistä\*

Hallituksen jäsenten osakeomistuksena on ilmoitettu heidän henkilökohtaiset omistamansa, heidän holhouksessaan olevien henkilöiden ja heidän määräysvallassaan olevien yhteisöjen sekä aviopuolisoiden omistamat Wulff-Yhtiöt Oyj:n osakkeet 31.12.2008. Päivitetyt tiedot johtoryhmän jäsenten osakeomistuksesta ovat yhtiön internet-sivuilla [www.wulff.fi](http://www.wulff.fi).

\* Ilmoitetun osakemäärän lisäksi Pikkaraisella ja Vienolalla on määräysvalta yhdessä 28 000 osakkeeseen.



**Konsernin johtoryhmän kokoonpano 31.12.2008**

*kuvassa vasemmalta oikealle: Harri Kaasinen, Jani Puro-ranta, Ari Pikkarainen, Petri Räsänen, Heikki Vienola, Tommi Kortelainen, Veijo Ågerfalk, Juha Broman*



## Konsernin johtoryhmä 31.12.2008

### Heikki Vienola, s. 1960, kauppatieteiden maisteri

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n konsernijohtaja vuodesta 1999
- Vinstock Oy:n perustaja, yhtiön palveluksessa vuodesta 1984
- Arena Center Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 1994
- omistus vuoden 2008 lopussa: 2 560 805 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 38,75 % osakkeista ja äänistä\*

### Ari Pikkarainen, s. 1958, ylioppilas

- Wulff-Yhtiöiden hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n varatoimitusjohtaja vuodesta 1999
- Suomen Rader Oy:n, Visual Globe Oy:n ja Active Office Oy:n toimitusjohtaja vuodesta 1994, Naxor Care Oy:n toimitusjohtaja vuodesta 2008
- Naxor Finland Oy:n toimitusjohtaja 1994-2008
- Akro Oy: myyntipäällikkö 1990-1994
- Oy Eric Rahmqvist Ab:n myyntipäällikkö 1984-1989
- omistus vuoden 2008 lopussa: 1 391 675 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 21,06 % osakkeista ja äänistä\*

### Veijo Ågerfalk, s. 1959

- Nordisk Profil AS:n toimitusjohtaja vuodesta 2006
- Belton Norge AS:n toimitusjohtaja vuodesta 2002
- Belton Svenska AB:n toimitusjohtaja vuodesta 1998
- Belton Svenska AB:n Country Manager 1993-1998
- Liftpoole AB:n toimitusjohtaja ja osakas 1990-1993
- omistus vuoden 2008 lopussa: 47 000 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,71 % yhtiön osakkeista ja äänistä

### Tommi Kortelainen, s. 1967, kauppatieteiden maisteri

- KB-tuote Oy:n toimitusjohtaja vuodesta 2001
- KB-tuote Oy:n myyntijohtaja 1999-2001
- KB-tuote Oy:n projektipäällikkö 1995-1999
- Kansallisosakepankki 1989-1995
- omistus vuoden 2008 lopussa: 11 500 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,17 % yhtiön osakkeista ja äänistä

### Juha Broman, s. 1955

- Wulff Oy Ab:n toimitusjohtaja vuodesta 2005
- Oy Lindell Ab:n markkinointijohtaja 2002-2005
- Wulff Oy Ab:n kaupallinen johtaja 1998-2002
- Wulff Oy Ab:n myyntijohtaja 1990-1997
- omistus vuoden 2008 lopussa: 2 000 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,03 % yhtiön osakkeista ja äänistä

### Petri Räsänen, s. 1965, kauppatieteiden maisteri

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n talousjohtaja vuodesta 2005
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n sisäinen tarkastaja 2004
- KB-tuote Oy:n talousjohtaja 2000-2004
- Cronvall Oy:n talouspäällikkö ja johtoryhmän jäsen 1993-2000
- Cron-Trading Oy:n vt-taluspäällikkö 1991-1993
- omistus vuoden 2008 lopussa: 2 090 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,03 % yhtiön osakkeista ja äänistä

### Harri Kaasinen, s. 1962, BA, eMBA

- Entre Marketing Oy:n toimitusjohtaja vuodesta 2007
- Despec Finland Oy:n myynti- ja markkinointijohtaja, maajohtaja 2006-2007
- Lippupalvelu Oy:n toimitusjohtaja 1999-2006
- PEM-Energy Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2008, hallituksen jäsen vuodesta 2007
- omistus vuoden 2008 lopussa: Ei Wulff-Yhtiöiden osakkeita

### Jani Puroanta, s. 1974, KTM, MBA

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n kehitysjohtaja vuodesta 2008
- McKinsey & Companyn Engagement Manager, Associate 2006-2007
- OMX Exchanges ja Helsingin Pörssi: eri tehtäviä, mm. kehitysjohtaja, johdannaisliiketoiminnan johtaja 1997-2004
- Privanet Capitalin Partner 2000-2002
- omistus vuoden 2008 lopussa: 10 000 kpl Wulff-Yhtiöiden osakkeita eli 0,15 % yhtiön osakkeista ja äänistä

Johtoryhmän jäsenten osakeomistuksena on ilmoitettu heidän henkilökohtaiset omistamansa, heidän holhouksessaan olevien henkilöiden ja heidän määräysvallassaan olevien yhteisöjen sekä aviopuolisoiden omistamat Wulff-Yhtiöt Oyj:n osakkeet 31.12.2008. Osakeomistuksessa on myös huomioitu tilikaudelta 2008 päätetyt osakepalkkiot. Päivitetyt tiedot johtoryhmän jäsenten osakeomistuksesta ovat yhtiön internet-sivuilla [www.wulff.fi](http://www.wulff.fi).

\* Ilmoitetun osakemäärän lisäksi Pikkaraisella ja Vienolalla on määräysvalta yhdessä 28 000 osakkeeseen.

## *Yhteystiedot*

### **Active Office Finland Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
p. 0207 496 290  
f. 0207 496 251  
toimisto@activeoffice.fi  
myynti@activeoffice.fi

### **Beltton Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
p. (09) 525 9000  
f. (09) 523 393  
info@beltton.fi  
etunimi.sukunimi@beltton.fi

### **Entre Marketing Oy**

Ruoholahdenkatu 21, PL 695  
00181 Helsinki  
www.entre.fi  
p. 010 6335 500  
f. 010 6335 599  
info@entre.fi  
etunimi.sukunimi@entre.fi

### **Everyman Oy**

Valuraudantie 12  
00700 Helsinki  
www.everyman.fi  
p. (09) 825 6150  
f. (09) 8256 1535  
info@everyman.fi

### **Ibero Liikelahjat Oy**

Höyläämötie 11 A  
00380 Helsinki  
/ PL 104  
00381 Helsinki  
www.iberoliikelahjat.fi  
p. (09) 560 100  
f. (09)560 10200  
myynti@iberoliikelahjat.fi  
etunimi.sukunimi@iberoliikelahjat.fi

### **IM Inter-Medson Oy**

Merimiehenkatu 36 D  
00150 Helsinki  
p. (09) 478 822  
f. (09) 4788 2345  
etunimi.sukunimi@intermedson.com

### **KB-tuote Oy**

Merimiehenkatu 36 D  
00150 Helsinki  
www.kbtuote.fi  
p. (09) 478 822  
f. (09) 4788 2345  
info@kbtuote.fi

### **Looks Finland Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
www.looks.fi  
p. 0207 496 200  
f. 0207 496 201  
myynti@looks.fi  
etunimi.sukunimi@looks.fi

### **Naxor Care Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
www.naxor.fi  
p. 0207 496 270  
f. 0207 496 251  
toimisto@care.fi  
myynti@care.fi

### **Naxor Finland Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
www.naxor.fi  
p. 0207 496 270  
f. 0207 496 251  
toimisto@naxor.fi  
myynti@naxor.fi

### **Officeman Oy**

Valuraudantie 12  
00700 Helsinki  
www.officeman.fi  
www.mediviva.fi  
p. 09 8256 1528  
f. 09 8256 1535  
myynti@officeman.fi

### **Office Solutions Why Not Oy**

Valuraudantie 12  
00700 Helsinki  
www.whynot.fi  
p. (09) 8256 1529  
f. (09) 8256 1535  
info@whynot.fi



**Suomen Rader Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
p. 0207 496 250  
f. 0207 496 251  
toimisto@rader.fi  
myynti@rader.fi

**Torkkelin Paperi Oy**

Vesijärvenkatu 15  
15140 Lahti  
www.torkkelinpaperi.fi  
p. (03) 883 900  
f. (03) 883 9030  
asiakaspalvelu@torkkelinpaperi.fi

**Vinstock Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
p. (09) 525 9090  
f. (09) 523 393  
info@vinstock.fi  
etunimi.sukunimi@vinstock.fi

**Visual Globe Oy**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
p. 0207 496 280  
f. 0207 496 251  
toimisto@visualglobe.fi  
etunimi.sukunimi@visualglobe.fi

**Wulff Oy Ab**

Manttaalitie 12, PL 84  
01530 Vantaa  
www.wulff.fi  
p. (09) 87041  
f. (09) 8704 6300  
asiakaspalvelu@wulff.fi

**Wulff-Yhtiöt Oyj**

Manttaalitie 12  
01530 Vantaa  
www.wulff.fi  
p. (09) 5259 0050  
f. (09) 3487 3420  
info@wulff.fi  
etunimi.sukunimi@wulff.fi

**Belton Svenska AB**

Box 561, Åkerbergsvägen 26  
61110 Nyköping  
Sweden  
www.belton.se  
tel. +46 (0) 155 29 26 00  
fax +46 (0) 155 29 26 05  
info@belton.se

**Office Solutions Svenska AB**

Åkerbärsvägen 26  
61110 Nyköping  
Sweden  
tel. +46 155 20 51 70  
fax +46 155 20 51 76

**Belton AS**

Postboks 25  
9476 Borkenes  
Norway  
tel. +47 77 02 22 10  
fax +47 77 02 22 11

**Nordisk Profil AS**

Postboks 25  
9476 Borkenes  
Norway  
www.nordisk-profil.no  
tel. +47 77 02 22 10  
fax +47 77 02 22 11  
post@nordisk-profil.no

**Kb Eesti OÜ**

Regati pst 1-5P  
11911 Tallinn  
Estonia  
www.kb.ee  
tel. +372 639 8742  
fax +372 639 8745  
kb@kb.ee

1890  WULFF