



Vuosikertomus 2009

Niina, 33, myyntineuvottelija

ENERGIAPAKKAUS LÖYSI TIIMINSÄ SISILIASTA

Niina ei ollut koskaan ajatellut olevansa myyjä, mutta toisin kävi. Niina oli oppaana Wulff-konsernin energisille myyjille heidän Sisilian-matkallaan ja innostui porukasta välittömästi. Pian Niina innostui myös Looksin tuotteista ja niin saapasmaa jäi taakse naisen muuttaessa Suomeen ja aloittaessa myyjän työt. "On ihanaa välittää asiakkaille Looks-energiaa. Yhteistyö asiakkaiden kanssa on paljon muutakin kuin mallistoista ja brodeerauksista keskustelemista. Ja työkaverien kanssa vietetään vapaa-aikaakin yhdessä, harrastuksia löytyy jumpasta juhlailllisiin. Ikioma henki-reikäni on aikuisbaletti. Se vaatii keskittymiskykyä, heittäytymistä ja määrätietoista työtä kohti tavoitetta. Teen asiat aina täydellä sydämellä. Baletissa ahkera työ palkitaan onnistumisen ilolla. Ihan niin kuin myyntityössäkin!"



Wulff - toimistomaailman merkittävin pohjoismainen toimija	4
Tapahtumia 2009	6
Konsernijohtajan katsaus	8
Liiketoiminta	14
Henkilöstö	22
Toimintaympäristö	28
Ratkaisut	32
Hallitus	36
Konsernin johtoryhmä	38
120-vuotias Wulff	40
Yhteystiedot	41



Ida, 24 v, Sales Manager

JOOGAA JA JÄNNITYSTÄ MUKULAKIVIKADUILLA

Pikkutyttönä Ida haaveili työstä, jossa saa matkustaa. Onkin onnenpotku Idalle olla töissä messu- ja tapahtumamarkkinointiyritys Entressä. Entrelle Idan kaltaisen tepsivän tehopakkauksen saaminen remmiin se vasta onni on ollutkin. Sales Manager hoitaa tuloksetkaasti kansainvälistä messumyyniä. Myyntityö kuljettaa Idaa ympäri maailmaa myös hänen lempipaikoilleen, Euroopan ihanille mukulakivikaduille. Erityisen jännittäviä ja viehättäviä kapeat kivikadut ovat aamun usvaisina hetkinä. Tapahtumarikkaaseen arkeen tuo rauhaa jooga. Kotona reissutyöläistä odottaa avomies ja Nacho-kissa.

Pekka, 34 v, logistiikkatyöntekijä

ELÄ JA ANNA TOISTEN ELÄÄ

Pekka tietää mistä puhuu, sillä hän on testannut elämänohjettaan käytännössä. Heinäveden lapsuudenkodissa pyöri nimittäin kompaktin koululuokan verran väkeä. 16-lapsisen sisarusarjan puolesavälissä syntynyt Pekka on pienestä pitäen oppinut sekä pitämään puolensa että ottamaan muut huomioon. Kotoa maailmalle lähti evääksi myös kyky ottaa vastuuta ja aimo annos pitkäjänteisyyttä. Lapsena leipurin ammatista haaveillut Pekka pitää pullantuoksusta, mutta ei pullamössömeiningistä. Hommat otetaan tosissaan ja hoidetaan kunnolla loppuun saakka, niin töissä kuin kotonakin.

Tiia, 25 v, myyntiassistentti

FIILISTELEVÄ DATANOMI VIEHÄTTY ELÄMÄSTÄ

Tässä on tyttö, joka osaa rakastaa elämää, ihmisiä ja elämän ihmeellisyyksiä. Ja niinhän se on, että paras myyntiassistentti rakastaa työtään ja myyjiään, vaikkakin Wulffille töihin tullessaan Tiia rakasti ihan ensimmäisenä puhelinta. Aina hymyilevä ja avulias kesätyöntekijätyttö eteni pian puhelinvaihteesta myynnin assistentiksi. Rakastettavia eläinystäviä Tiialla on elämänsä aikana ollut pieni tarhallinen: koiria, kissoja, hevosia, lampaita, kaneja, kanoja, kalkkunoita, ankoja. Juuri nyt Tiia on erityisen rakastunut Kreetaan, jonne lähtee kesällä kolmatta kertaa. Vapaat miehet, huomio! Kaiken tämän lisäksi Tiialta riittäisi vielä rakkautta kelpo kumppanille, se tekisi elosta vielä onnellisempaa.



Wulff - toimistomaailman merkittävin pohjoismainen toimija

Wulff-Yhtiöt Oyj on kasvava, kannattava ja kansainvälistyvä pörssiyritys ja toimistomaailman merkittävin pohjoismainen toimija. Kotimaassaan Suomessa se on ollut selkeä markkinajohtaja jo pitkään. Tanskassa ja Liettuassa Wulff aloitti toimintansa vuonna 2009.

Wulff myy ja markkinoi asiakkailleen toimistotuotteita, liike- ja mainoslahjoja, it-tarvikkeita ja ergonomiaa. Sen palveluvalikoimaan kuuluvat myös monipuoliset messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelut. Konserniin kuuluu 24 yritystä, joissa työskentelee lähes 400 myynnin asiantuntijaa.

Kahden toisiaan täydentävän toimintamallin, sopimusasiakas- ja suoramyyntikonseptin avulla Wulff palvelee kaiken kokoisia yrityksiä eri toimialoilta. Molempia konsepteja yhdistää asiakkaiden henkilökohtainen palvelu. Verkossa konserni palvelee asiakkaitaan toimistotuotteiden verkkokaupalla **wulffinkulma.fi** ja liike- ja mainoslahjapalvelulla **liikelahjamoottori.fi**.

Wulff kasvaa monistamalla nykyisiä toimintamallejaan kaikilla markkina-alueillaan sekä etsimällä uusia toimintamalleja ensisijaisesti Suomesta. Kasvustrategiaan kuuluvat myös yritysostot. Sopivia ostokohteita etsitään aktiivisesti Pohjoismaista ja Baltiasta. Wulffin 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 2009 Wulffin liikevaihto oli 74,8 miljoonaa euroa. Viimeisen kolmen vuoden aikana liikevaihdon kasvu on ollut keskimäärin 6,4 prosenttia vuodessa.

WULFF-YHTIÖT OYJ

MYyntI

Suomi
Ruotsi
Norja
Tanska
Viro
Baltia

TUOTTEET

toimistotuotteet
it-tarvikkeet
liike- ja
mainoslahjat
ergonomia
messut ja tapahtumamarkkinointi

NASDAQ OMX

alkaan 2000
WUF1V
alansa ainoa
pörssilistattu yritys
Pohjoismaissa

2009

liikevaihto
74,8 milj. euroa
liiketulos
-0,15 milj. euroa
henkilöstö 372

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT



Mia, 38, kirjanpitäjä

HAPPIHYPPELIJÄN TILIT OVAT TASAPAINOSSA

Mia rakastaa elämässä tasapainoa. Kun työtään tekee paikallaan ja numeroita katsellen, viettää vapaata mielellään liikkuen ja luontoa tai vaikka hyvää suomipoppiä kuunnellen. Reipas helsinkiläisnainen voi kävellä minne vain, kengillä tai ilman. Ihanasta viikonlopusta löytyy vaikkapa parin tunnin kävelylenkki pakkasmaisemissa Tuusulanjärvellä. Toisinaan taas jätetään sandaalit narikkaan ja lähdetään tassuttelemaan ihka uusille rantahiekoille ulkomaille, esimerkiksi Intiaan. Mia ei halua haaskata energiaa liikaan jäähdyttelyyn. "Koti on tärkeä paikka, josta on hyvä startata kohti uusia seikkailuja ja palata reissun jälkeen. Elämä kannattaa elää siitä nauttien, ei sitä säästellen."

Tommi, 40, avainasiakaspääällikkö

MAALIVAHTI HEITTÄYTY TILANTEESEEN JA TEKEMISEEN

Tommi on pelannut jalkapalloa koko ikänsä ja mies viihtyikin maali-vahtina yli 15 vuotta. Maalivahtin ja myyjän työssä on Tommin mielestä paljon samaa: molemmat ovat vastuussa omista tekemisistään, niin onnistumisista kuin virheistäänkin. Ja vaikka maalin edustalla olisi millainen hässäkkä, parhaan tuloksen tekee, kun fokus on omassa suorittamisessa. Nykyään myyntimies pelaa aktiivisesti ikämiesjoukkueissa, valmentaa junnuja ja on mukana perheen kolmen pojan jalkapallo- ja jääkiekkoharrastuksissa. Elämälle kaikkiruokaisen ja positiivisen Tommin lasi on aina ehdottomasti puoliksi täynnä, mieluiten täyteläistä punaviiniä. Ainoastaan sinihomejuusto ja oliivit saavat miehen sanomaan ei.

Krista, 39, markkinointikoordinaattori

KARKAUSPÄIVÄN MORSIAN JA TORMAKKA TOMAATINVILJELIJÄ

Kun Wulff-talon käytävällä vilahtaa jotain pientä, vaaleaa ja nopeaa, olet todennäköisesti nähnyt Kristan. Tämä nopea ja näpsäkkä blondi on Wulffin jälleenmyyntitiimin tehopakkaus ja ilopilleri. Aika on Kristalle merkityksellinen asia, koska se on ainutkertaista. Ajanpuute muistuttaa siitä, mikä on tärkeintä elämässä ja kuinka arvokkaita pienet tuokiot esimerkiksi perheen kanssa ovat. Kaksi vuotta sitten karkauspäivänä naimisiin mennyt markkinointikoordinaattori odottaa kaiken tekemisen keskellä kesää, lomaa, uutta mökkiä ja raukeita hetkiä kasvihuoneessa. "Katson, kuinka tomaatit kasvavat ja luen kirjaa."



helmikuu

Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallitus vahvisti konsernin tarkistetun strategian ja organisaatiouudistuksen. Viidestä liiketoiminta-alueesta siirryttiin kahteen divisioonaan: Sopimusasiakkaat ja Suoramyynti. Muutoksen tavoitteena on terävöittää toimintamalleja asiakkaita paremmin palveleviksi ja mukauttaa konsernin rakenne tarkistettua strategiaa vastaavaksi.

Organisaatiouudistuksen myötä konsernin johtoryhmän muodostavat konsernijohtaja, konsernin varatoimitusjohtaja, divisioonajohtajat ja talousjohtaja.

maaliskuu

Wulff-konserni sopeutti toimintojaan vastaamaan erityisen haastavaa markkinatilannetta. Konsernin emoyhtiössä ja tytäryhtiöissä käytiin yt-neuvotte-
lut, joiden seurauksena päätettiin työsuhteita ja toteutettiin lomautuksia. Lisäksi yhdessä henkilöstön kanssa suunniteltiin kustannussäästöohjelma.

huhtikuu

Yhtiökokous järjestettiin Helsingissä 24.4.2009. Hallitus jatkoi kokoonpanolla Ari Lahti, Ere Kariola, Ari Pikkarainen, Pentti Rantanen, Saku Roppo-
nen ja Heikki Vienola. Osinkoa tilikaudelta 2008 päätettiin jakaa 0,05 euroa osakkeelta. Wulff-Yhtiöiden hallitus päätti jatkaa omien osakkeiden hankintaa varsinaiselta yhtiökokoukselta saamansa valtuutuksen perusteella.

heinäkuu

Wulff-Yhtiöt Oyj nousi heinäkuussa toimistomaailman suurimmaksi pohjois-
maiseksi toimijaksi tekemänsä Strålfors Supplies AB:n yritysoston myötä (1.1.2010 alkaen Wulff Supplies AB). Toimistotuotteita ja it-tarvikkeita so-
pimusasiakaskonseptilla myyvällä Strålfors Supplies AB:llä on toimintaa Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Yhtiö jatkaa toimintaansa itsenäisenä yksikkönä nykyisellä henkilökunnalla.

elokuu

Elokuussa konserni investoi strategiansa mukaisesti laajentumiseen Baltias-
sa ja aloitti toiminnan Liettuassa. Wulff LT toimii suoramyyntikonseptilla.

syyskuu

Wulff-Yhtiöt Oyj terävöitti toimintaansa strategiansa mukaiseksi ja myi
70-prosenttisesti omistamiensa Everyman Oy:n ja Officeman Oy:n osake-
keet yhtiöiden vähemmistöosakkaille. Everyman Oy ja Officeman Oy myy-
vät toimistomaailman tuotteita ja valikoituja kuluttajatuotteita jälleenmyyjille
toimien myös suoramyyntikonseptilla.

marraskuu

Legendaarinen Wulffin kulma palasi brändinä toimistotarvikekauppaan,
kun Wulff-Yhtiöt Oyj avasi verkkoon kaikille yrityksille ja yhteisöille avoi-
men toimistotarvikkeiden kaupan. Wulffinkulma.fi lanseerattiin näkyvästi
useissa medioissa. Lanseeraus kampanja oli samalla vahva panostus Wulff-
fin brändiin ja tunnettuuden kasvattamiseen.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Konsernijohtaja Heikki Vienola

Kotimaisena markkinajohtajana ja merkittävimpänä pohjoismaisena toimijana lähtökohtamme kohdata tulevaisuuden haasteet ovat hyvät. Mielestäni erityisesti haastavina aikoina kannattaa olla rohkea; siksi panostimme vuoden 2009 kesällä strategiamme mukaiseen pohjoismaiseen kasvuun Strålfors Supplies AB:n yritysostolla. Oli hienoa huomata, että konsernimme uusimmat tulokkaat jakoivat jo valmiiksi wulffilaiset arvot – asiakaslähtöisyyden, tuloksellisuuden ja sisäisen yrittäjyyden. Vuoden 2010 alusta asti Norjassa, Ruotsissa ja Tanskassa sopimusasiakaskonseptilla toimiva yritys on palvellut asiakkaitaan Wulff Suppliesin nimellä. Asiakkaamme hyötyvät konsernimme yritysten pohjoismaisesta yhteistyöstä vielä aiempaa monipuolisempina palveluina ja hintaetuina.





Konsernijohtajan katsaus

Vuonna 2009 otimme ison askeleen kohti tavoitteemme, Pohjoismaiden markkinajohtajuuden saavuttamista. Panostimme vahvasti pohjoismaiseen kasvuun toteuttamalla merkittävän yritysoston: Strålfors Supplies AB -yrityskauppa heinäkuussa teki meistä alamme merkittävimmän pohjoismaisen toimijan. Taloudellisesti haastavina aikoina on tärkeää pyrkiä kohti asetettuja tavoitteita ja toimia strategian mukaisesti. Meillä se tarkoittaa rohkeaa myyntiin ja kasvuun panostamista ja toimintamme kehittämistä. Uusin yritysostomme on osoittautunut hyvin hoidetuksi ja kannattavaksi yritykseksi. Mielenkiintoisen ja haasteellisen vuoden 2009 jälkeen saamme lähteä uuteen vuosikymmeneen vahvempina kuin koskaan.

Talouden taantuma näkyi vuonna 2009 konsernin kaikkien yritysten myynnissä ja koko konsernin liikevaihdon laskuna. Hyvän liikevaihdon ja tuloksen konsernin yrityksistä onnistuivat vuonna 2009 tekemään Ibero Liikelahjat Oy, Wulff Oy:n tytäryhtiö Torkkelin Paperi Oy ja norjalainen suo-

ramyyntiyrityksemme Nordisk Profil A/S. Kannattavuuttaan eniten onnistui parantamaan messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja myyvä Entre Marketing Oy.

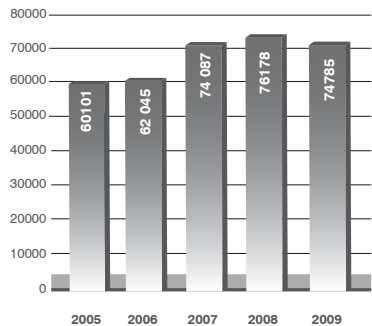
Wulff-Yhtiöiden liikevaihto koko vuodelta laski 1,8 % edellisvuodesta, mutta kasvoi voimakkaasti viimeisellä neljänneksellä. Liikevaihtoa vuonna 2009 kertyi 74,8 milj. euroa. Liiketulos kertaluonteiset erät mukaan lukien jäi tappiolle ollen -0,15 milj. euroa. Heinäkuussa tehty Strålfors Suppliesin yritysosto vaikutti liikevaihtoon myönteisesti.

Organisaatio uudistui ja strategiaa päivitettiin

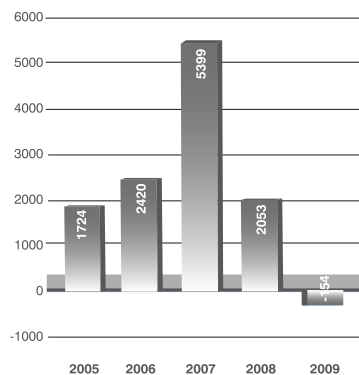
Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallitus vahvisti konsernin tarkistetun strategian ja organisaatiouudistuksen alkuvuodesta 2009. Kirkastimme myös missiotamme ja visiotamme. Helmikuussa siirryimme toimimaan viidestä liiketoiminta-

- WULFF LYHYESTI
- TAPAHTUMIA 2009
- KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS**
- LIIKETOIMINTA
- HENKILÖSTÖ
- TOIMINTAYMPÄRISTÖ
- RATKAISUT
- HALLITUKSEN KOKOONPANO
- JOHTORYHMÄ
- 120-VUOTIAS WULFF
- YHTEYSTIEDOT

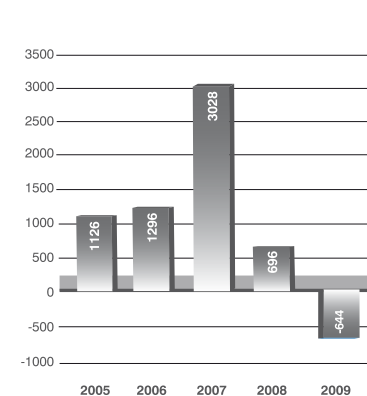
**LIIVEVAIHTO
1000 EUR**



**LIIVEVOITTO
1000 EUR**



**TILIKAUDEN VOITTO
1000 EUR**



alueesta kahteen divisioonaan: Sopimusasiakkaat ja Suoramyynti. Muutoksen myötä olemme terävöittäneet toimintamallejamme asiakkaita paremmin palveleviksi ja mukauttaneet konsernin rakenteen tarkistettua strategiaa vastaavaksi.

Organisaatiouudistuksen myötä myös johtoryhmämme kokoonpanoa uudistettiin. Helmikuusta alkaen konsernin johtoryhmän ovat muodostaneet lisäksi konsernin varatoimitusjohtaja, divisioonien johtajat ja talousjohtaja. Lokakuusta 2010 alkaen johtoryhmäämme on kuulunut myös viestintäjohtaja. Varsinkin taloudellisesti haastavina aikoina on tärkeää, että koko organisaatio toimii asiakaslähtöisesti ja myyntiä tukien. Olemme kehittäneet myös johtoryhmämme toimintaa: mahdollisimman kustannus-

tehokkaan toiminnan lisäksi fokuksessamme on ollut organisaation onnistumisten tukeminen ja vahvuuksien vahvistaminen. Olen iloinen siitä, että johtoryhmämme selkeä yhteinen tavoite on varmistaa, että konsernimme yrityksillä ja työntekijöillä on tarvittavat resurssit ja tiedot asiakkaiden parhaalla tavalla palvelemiseen.

Wulff – toimistomaailman merkittävin pohjoismainen toimija

Kesällä 2009 toteutettu sopimusasiakaskonseptilla toimistotuotteita ja it-tarvikkeita myyvän Strålfors Supplies –yritysosto vahvisti hienosti Skandinavian toimintojamme. Strålfors Supplies AB:lla on runsaasti merkittäviä ja pitkäaikaisia asiakkuuksia ja se toimii useiden Skandinavian suurimpien

Wulff-Yhtiöt Oyj:n historia

Wulff perustetaan



■ Yrityskaupat

■ Perustetut yritykset

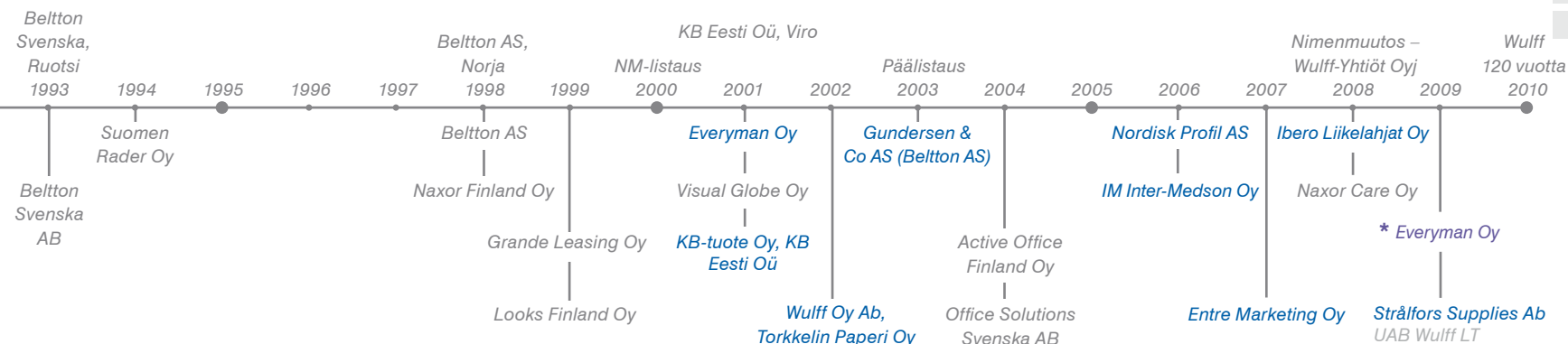
* Yritys myyty yhtiön vähemmistöosakkaille 2009

yritysten kumppanina. Lisäksi entistä vahvempi konsernin sisäinen pohjoismainen yhteistyö näkyy hyötyinä ostotoiminnassa ja logistiikassa.

Eriyisen hienoa on, että myös konsernimme uusimmat tulokkaat jakavat jo valmiiksi wulffilaiset arvot – asiakaslähtöisyyden, tulokellisuuden ja sisäisen yrittäjyyden. Strålfors Suppliesin henkilöstöllä on ollut iso merkitys pitkäaikaisen tavoitteemme ja henkilökohtaisen haaveeni saavuttamisessa, merkittävässä kasvussa Ruotsissa ja Norjassa sekä Tanskaan etabloitumisessa. Asiakkaillemme konsernin pohjoismaisten yritysten välinen yhteistyö näkyy jatkossa myös yritysten brändissä, kun Strålfors Supplies AB:n nimi muuttui 1.1.2010 alkaen Wulff Supplies AB:ksi. Koen, että uudessa kokonaisuudessamme on merkittävää kasvupotentiaalia.

Tulevaisuuden kasvua löytyy myös Baltiasta

Elokuussa investoimme strategiamme mukaisesti laajentumiseen Baltiassa ja aloitimme toiminnan Liettuassa. Wulff LT toimii suoramyyntikonseptilla ja alku on ollut lupaava. Markkinat Baltian maissa ovat tällä hetkellä erittäin haastavat, joten odotamme liikevaihdon kasvun Liettuassa olevan maltillista. Koen kuitenkin, että vankkaa pohjaa tulevaisuuden menestykselle voi ja pitääkin rakentaa rohkeasti myös haastavina aikoina ja toiminnan starttaaminen Liettuassa on tästä hyvä esimerkki.



WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Kotimaassa terävöitimme syksyllä toimintaamme strategiansa mukaiseksi ja myimme 70-prosenttisesti omistamiemme Everyman Oy:n ja Officeman Oy:n osakkeet yhtiöiden vähemmistöosakkaille. Everyman Oy ja Officeman Oy myyvät toimistomaailman tuotteita ja valikoituja kuluttajatuotteita jälleenmyyjille toimien myös suoramyöntikonseptilla.

Wulffin kulma palasi toimistotarvikekauppaan – verkossa

Legendaarinen Wulffin kulma palasi brändinä toimistotarvikekauppaan, kun avasimme loppuvuodesta verkkoon kaikille toimistotarvikkeiden kaupan. Wulffinkulma.fi lanseerattiin marras-joulukuussa näkyvästi useissa medioissa. Lanseerauskampanja oli samalla vahva panostus Wulffin brändiin ja tunnettuuden kasvattamiseen. Kauppa palvelee kaikkia suomalaisia yrityksiä ja yhteisöjä ja sen helppokäyttöisyydestä on saatu asiakkailta hyvää palautetta. Pitkä historiamme ja henkilökohtaiset kontaktit asiakkaisiin olivat merkittävässä roolissa toimivan kaupan rakentamisessa. Hyvin palveleva kauppa oli mahdollista toteuttaa juuri asiakkailtamme saadun palautteen, toiveiden ja ideoiden perusteella.

WULFF-YHTIÖT OYJ VISIO JA MISSIO

WULFF-YHTIÖT OYJ

Visio

Wulff-Yhtiöt Oyj on Pohjoismaiden nopeimmin kasvava ja kannattavin toimistomaailman kärkiyritys.

Missio

Autamme yritysasiakkaitamme menestymään omassa liiketoiminnassaan tuomalla heille huomisen tuotteet ja palvelut heille sopivimmalla tavalla.

WULFF SOPIMUSASIAKKAAT-DIVISIOONA

Visio

Olemme pohjoismainen yrityssovimusmyynnin markkinajohtaja toimistotarvikkeiden, liike- ja mainoslahjojen sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen myynnissä.

Missio

Tuomme toimialamme halutuimpana kumppanina asiakkaallemme kokonaisratkaisun toimiston tehostamiseen ja myynnin edistämiseen.

WULFF SUORAMYNTI-DIVISIOONA

Visio

Olemme Pohjoismaiden ja sen lähialueiden suurin ja kannattavin toimistomaailman suoramyntiyritys ja kanssamme menestyy yli 300 yrittäjähenkistä myynnin huippuosajaa Pohjoismaissa ja Baltiassa.

Missio

Tuomme sujuvuutta asiakkaidemme arkeen innovatiivisilla tuotteilla sekä alan ammattitaitoisimmalla henkilökohtaisella ja paikallisella palvelulla.

Asiakslähtöistä toimintaa skandinaavisilla markkinoilla

Jokainen wulffilainen tietää, että me menestymme, kun asiakkaamme menestyvät. Siksi toimintamme kulmakivenä on aina ollut asiakastyytyväisyys. Asiakslähtöinen toiminta vaatii jatkuvaa kehitystä. Vuoden 2009 tärkeimmät kehitysaskeleet ovat olleet strategiamme mukainen yritysosto ja uusi verkkokaupamme.

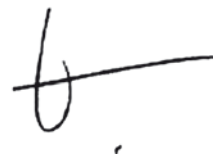
Palvelemme jatkossa yhä enemmän asiakkaita, jotka toimivat yhä useammissa maissa. Siksi on tärkeää, että voimme kehittää pohjoismaista toimintakonseptiamme vielä laajemmalla joukolla. Strålfors Suppliesin osto mahdollistaa sopimusasiakskonseptin kehittämisen pohjoismaisille suurasiakkaille. Wulffinkulma.fi verkkokaupan avulla palvelemme entistä asiakslähtöisemmin myös niitä asiakkaitamme, jotka ovat toivoneet valikoimaamme lisää verkkohankintamahdollisuuksia ja sähköisiä palveluja.

Vuoden 2010 tavoitteena kannattava kasvu

Olen ylpeä siitä, että saamme lähteä kohti vuoden 2010 tavoitteita ja haasteita vahvempana kuin koskaan aiemmin, Pohjoismaiden merkittävimpanä toimistomaailman yrityksenä. Kiitos menestyksestä ja hienosta asemasta kuuluu ennen kaikkea asiakkaillemme, jotka luottavat palveluihimme ja tuotteisiimme. Kiitän lämmöllä myös henkilöstöämme ja yhteistyökumppaneita. Menestys rakennetaan yhdessä.

Vuonna 2010 juhlistamme yhdessä asiakkaidemme ja yhteistyökumppanimme kanssa Wulffin hienoa 120-vuotista historiaa. Odotettavissa on kiintoisa vahvan brändin, myynnin ja kehittymisen vuosi!

Helsingissä, helmikuussa 2010



Heikki Vienola

TAVOITTEEMME POHJOISMAISSA		
Halutuin toimistotarvikekumppani Pohjoismaissa	TOP 3 toimijan joukossa kaikissa Pohjoismaissa paikallisesti	Pohjoismaiden nopeimmin kasvava ja kannattavin toimistomaailman kärkiyritys
MENESTYKSEN MITTAREINA		
Orgaaninen toimistotarvikemyynnin kasvu 10 % vuosittain	Paikallinen markkinaosuus jokaisessa Pohjoismaassa yli 10 %	Pohjoismainen markkinaosuus yli 10 %

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Juha, 33, myyntineuvottelija

JALKATERAPEUTTI ULKOILEE YODAN JA LEIAN KANSSA

Kyllä. Luit aivan oikein. Yodan ja Leian. Espoolaisen myyntimiehen salkusta ei kuitenkaan löydy asiakkaalle mentäessä valomiekkää – työvälineenä toimii perinteinen pc. Nyt kaksivuotias ranskanbulldogherra oli vain aikanaan pakko nimetä Yodaksi häkellyttävän yhdennäköisyyden vuoksi. Viime vuonna Juhan, avovaimo-Heidin ja Yodan perhe kasvoi hurmaavalla koiraprinsessalla, joka luonnollisesti sai nimen Leia. Juha muuten osaa hieroa huippukuntoon kaupat, jalat ja tassut. Trendimerkonomiin pape-reiden lisäksi Juhan tutkintokansiossa on urheiluhieroja ja jalkaterapeutin diplomi. Elokuvien parhaimmistoa ei yllättäen ole Star Wars, vaan Snatchin ja Pulp Fictionin tyypilliset action-pätkät.



Jani, 37, myyntipäällikkö

ISKÄ VIIHTYY INARINJÄRVELLÄ

Oululaisen Janin onni rakentuu pienistä perusasioista. Siitä, että lapset keuhuvat hyväksi isäksi pulkkailupäivän jälkeen (tosin sen verran vauhdin ystävä Jani on, että mäenlaskuvälineen pitää olla ainakin Stiga). "Tavallinen tekeminen voi olla juhlaa", tuumii Jani. "Noiin erikoiselle ihmiselle varmasti niin onkin", tuumivat taas työkaverit. Se, mikä tapahtuu Janille normipäivänä, saattaa joltakulta muulta viedä vähintään viikon. Esimiehenä Jani on yhtä pidetty kuin isänäkin. Kukapa ei pitäisi pohjoisen miehestä, jonka kanssa ei vauhti lopu ja jonka tylsyy kiertää kaukaa. Vaikka Jani elää hetkessä, on hänellä työssä selkeä tavoite: "Hyvä myynti joka viikolle. Ja sitten Inarinjärvelle rentoutumaan".

Wulff-konsernin yritykset toimivat monipuolisesti toimistomaailman markkinoilla Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Virossa. Vuoden 2009 aikana yhtiö aloitti toimintansa Tanskassa ja Liettuassa. Wulffin palvelu- ja tuotevalikoimaan kuuluu laajalti toimistotuotteita, liike- ja mainoslahjoja, it-tarvikkeita ja ergonomiaa. Konsernin asiakkaat voivat hankkia Wulffilta myös messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja. Verkossa konserni palvelee asiakkaitaan toimistotuotteiden verkkokaupalla wulffinkulma.fi ja liike- ja mainoslahjapalvelulla liikelahjamoottori.fi.

Kesällä toteuttamansa Strålfors Supplies AB:n (1.1.2010 alkaen Wulff Supplies AB) yritystoston myötä Wulff nousi alansa merkittävimmäksi pohjoismaiseksi toimijaksi. Sopimusasiakaskonseptilla toimiva Strålfors Supplies AB on konsernin suurin tytäryritys. Yritystoston ansiosta konsernin asema Ruotsin ja Norjan markkinoilla vahvistui huomattavasti ja se on kolmen liikevaihdoltaan suurimman yrityksen joukossa mitattaessa toimistotarvikeyhtiöiden markkinaosuuksia Pohjoismaissa. Wulff kisaa Pohjoismaiden markkinajohtajuudesta kansainvälisten toimistotarvikkeiden suuryritysten Staplesin ja Lyrecon kanssa. Suomessa Wulff-Yhtiöt Oyj on jo pitkään ollut alansa edelläkävijä ja selvä markkinajohtaja.

Wulffin toiminta kehittyi koko ajan yhä kansainvälisempään suuntaan. Mm. messu- ja tapahtuma-

markkinointipalveluja myyvän tytäryrityksensä, Entre Marketingin kansainvälisten projektien myötä se toimii vuosittain yli 30 maassa. Strålfors Supplies AB:n yritystosto mahdollistaa Wulffille yhteispuhjoismaisen toimistotuotteiden sopimusasiakaskonseptinkehittämisen ja asiakkaiden yhä paremmin ja laajemmin palvelemisen. Voimakkaasti kasvava konserni on yhteistyöyrityksilleen merkittävä kumppani. Asiakkaat hyötävät kasvusta yhä monipuolisempien palvelujen lisäksi myös hintaetuina.

Yhtenä Wulff-konsernin kilpailuetuna ovat sen toisiaan täydentävät palvelumallit, sopimusasiakasmyynti ja suoramynti. Tuotteet ja palvelut myydään aina asiakkaan mukaan valitulla konseptilla. Sopimusasiakaskonsepti helpottaa asiakkaiden säännöllisiä hankintoja. Suoramyntiyritykset palvelevat kaikenkokoisia yrityksiä paikallisesti ja henkilökohtaisesti. Yhteistä molemmille konseptille 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 Suomessa ja Wulff Supplies AB Ruotsissa, Norjassa ja Tanskas-

sa. Liike- ja mainoslahjoja sopimusasiakaskonseptilla myyvät Ibero Liikelahjat Oy sekä KB-tuote Oy, jolla on tytäryhtiö KB Eesti OÜ Virossa. Suoramyyntiyrityksiä ovat Beltton Oy, Looks Finland Oy, Naxor Care Oy, Naxor Finland 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.

Onnistuneella yritystostolla toimistomaailman merkittävimmäksi pohjoismaiseksi toimijaksi

Wulff Yhtiöt Oyj:n toiminta Skandinaviassa vahvistui merkittävästi kesällä 2009 toteutetun Strålfors Supplies AB yritystoston myötä. Kaupan myötä Wulff-Yhtiöt Oyj nousi alansa suurimmaksi pohjoismaiseksi toimijaksi.

Toimisto- ja it-tarvikkeita sopimusasiakaskonseptilla myyvällä Strålfors Supplies AB:llä on Ruotsin lisäksi toimintaa Norjassa ja Tanskassa. Yhtiön palveluksessa on yli 40 toimistomaailman ammattilaista. Sen vuoden 2009 liikevaihto oli MSEK 353,3 (33,4 meur ja liikevoitto MSEK 9,7 (0,9 meur). Wulff-konsernin tilinpäätökseen Strålfors Supplies on yhdistelty 1.8.2009 lähtien.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Kauppa vaikutti myönteisesti Wulff-Yhtiöt Oyj:n tulokseen jo vuonna 2009.

Wulff-Yhtiöt Oyj omistaa Strålfors Supplies AB:n osakkeista ja äänistä 60 prosenttia, Strålfors Supplies AB:n 10 avainhenkilöä 20 prosenttia ja Strålfors AB 20 prosenttia. Strålfors AB:lta ostettujen osakkeiden kauppahinta oli SEK 34,9 milj. (3,4 milj. eur), joka maksettiin osittain Wulff-Yhtiöt Oyj:n likvideillä varoilla ja osittain pitkäaikaisella vieraalla pääomalla. Wulff-Yhtiöt Oyj ostaa loput Strålfors AB:n omistamat osakkeet vuonna 2011.

Strålfors Supplies AB kuului informaatiologiistiikkapalveluja tarjoavaan ruotsalaiseen Strålfors AB -konserniin. Kaupan jälkeen yhtiö on jatkanut toimintaansa itsenäisenä yksikkönä omissa toimitiloissaan ja nykyisellä henkilökunnalla. Strålfors Suppliesilla on kahdeksan myyntikonttoria Skandinaviassa ja se aloitti oman logistiikkakeskuksen rakentamisen Ruotsin Ljungbyyn vuonna 2009. Strålfors Supplies AB:n toimitusjohtajana jatkaa yhtiötä 12 vuotta vetänyt Trond Fikseanet.

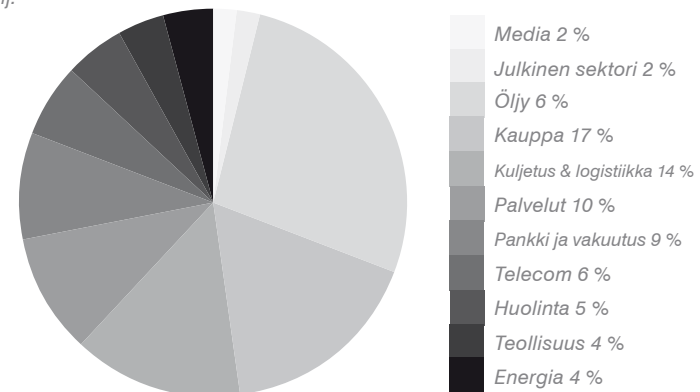
Strålfors Suppliesin yhteensopivuus Wulff-konserniin on erinomainen. Sen toiminta Skandinaviassa täydentää konsernin suomalaisen toimitustuotteiden ja it-tarvikkeiden sopimusasiakaspalveluja myyvän yrityksen, Wulff Oy Ab:n palveluja. Strålfors Supplies AB:lla on laaja sopimusasiakaskunta, runsaasti merkittäviä ja pitkäaikaisia asiakkuuksia ja se toimii useiden Skandinavian suurim-

pien yritysten kumppanina. Kauppa mahdollistaa Wulffille sopimusasiakaskonseptin kehittämisen pohjoismaisille suurasiakkaille. Skandinavian toimintojen vahvistuminen ja entistä vahvempi konsernin sisäinen pohjoismainen yhteistyö näkyy lisäksi hyötyinä konsernin Sopimusasiakkaat-

divisioonan toimitustuotteiden ja it-tarvikkeiden ostotoiminnassa ja logistiikassa. Asiakkaille konsernin pohjoismaisten yritysten välinen yhteistyö näkyy jatkossa myös yritysten brändissä, kun Strålfors Supplies AB:n nimi muuttui 1.1.2010 alkaen Wulff Supplies AB:ksi.

STRÅLFORS SUPPLIES AB:N LIIKEVAIHDON JAKAUMA ASIAKASSEGMENTEITTÄIN

100% = SEK 357 milj.



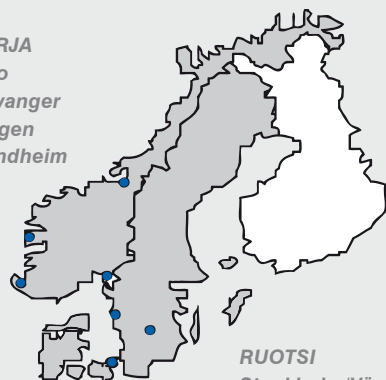
Strålfors Suppliesilla on laaja sopimusasiakaskunta

Strålfors Supplies AB:llä on noin 6.000 asiakasta Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Strålfors Supplies AB:n liikevaihdosta 47 prosenttia tulee Ruotsista, 46 prosenttia Norjasta ja seitsemän prosenttia Tanskasta.

SKANDINAAVISIA ASIAKKAITA PALVELLAAN KAHDEKSASTA MYYNTIKONTTORISTA KÄSIN

Strålfors Supplies toimii erittäin asiakaslähtöisesti. Henkilöstöstä kaksi kolmasosaa toimii myynnissä ja asiakaspalvelussa.

NORJA
Oslo
Stavanger
Bergen
Trondheim



RUOTSI
Stockholm/Västerås
Ljungby
Göteborg

TANSKA
Kööpenhamina

Wulff palvelee Pohjoismaissa ja Baltiassa lähes 100 000 asiakasta

Wulff-konsernin yritykset tarjoavat asiakkailleen ratkaisuja, jotka tuottavat mahdollisimman paljon lisäarvoa. Toiminnan kehittäminen kahden toisinaan täydentävän palvelumallin, Sopimusasiakkaat ja Suoramyynti, avulla antaa sille mahdollisuudet markkinoiden monipuolisimpien ja laadukkaimpien palvelujen kehittämiseen. Konserni kerää jatkuvasti palautetta ja tietoa niin yrityksiltä kuin konkreettisesti palvelujen ja tuotteiden käyttäjiltäkin heidän tarpeistaan ja toiveistaan. Toimivimmat palvelut rakennetaan yhdessä asiakkaiden kanssa. Wulffin tavoitteena onkin rakentaa ja kehittää palveluja, jotka tuovat asiakasyrityksille kilpailuetua heidän toimintaansa. Vuosittain konserni palvelee lähes sataatuhatta asiakasta Pohjoismaissa ja Baltiassa.

Sopimusasiakkuus vapauttaa yrityksen resursseja omaan liiketoimintaan

Yhtiön sopimusasiakkaina on suuria ja keskisuuria yrityksiä, kuntia, kaupunkeja ja yhteisöjä. Yli kaksi kolmasosaa Suomen 30 suurimmasta yrityksestä on Wulff-Yhtiöiden asiakkaita. Yksittäinen suurin asiakassegmentti Skandinaviassa on öljyteollisuus. Konsernilla on myös lukuisia yhteispohjoismaisia asiakkuuksia, joissa sopimus kattaa vähintään kaksi Pohjoismaista.

Tyypillinen sopimusasiakasyritys työllistää satoja henkilöitä. Sopimusasiakkaat voivat ulkoistaa toiminto- ja liikelahjahan kintansa aina valikoiman suunnittelusta tuotteiden varastointiin ja jakeluun. Ammattimaisen yhteistyökumppanin vastatessa hankinnoista

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

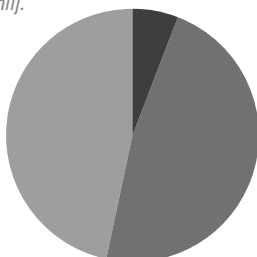
120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

STRÅLFORS SUPPLIESIN LIIKEVAIHDON JAKAUMA MAITTAIN

100% = SEK 357 milj.

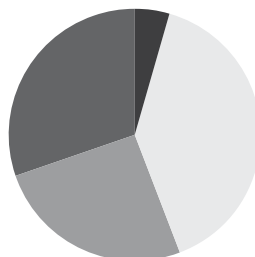
Tanska 6 %
Ruotsi 47 %
Norja 46 %



HENKILÖSTÖN JAKAUMA FUNKTIOITTAIN HENKILÖÄ

100% = 43 hlöä

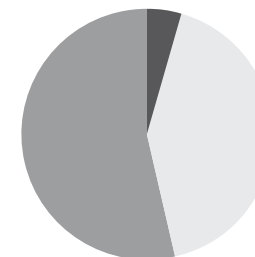
Talous 2 %
Myynti 17 %
Asiakaspalvelu 11 %
Johto, hallinto
ja logistiikka 13 %



HENKILÖSTÖN JAKAUMA MAITTAIN HENKILÖÄ

100% = 43 hlöä

Tanska 2 %
Norja 18 %
Ruotsi 23 %



vapautuu yritykseltä resursseja omaan toimialaan ja ydinosaamiseen keskittymiseen.

Wulff Oy:n ja Wulff Suppliesin palvelut tuovat kustannussäästöjä toimiston hankintoihin

Wulff on Suomen tunnetuin toimistoalan brändi. Se on ollut alansa edelläkävijä jo lähes sadankahdenkymmenen vuoden ajan. Yhtiö pitää kunniasanaan tarjota asiakkailleen lisäarvoa tuottavia, edistyksellisiä palveluja ja tuotteita. Konsernin toimistotuotteiden ja it-tarvikkeiden sopimuskonseptin toimivuudesta kertovat Wulff Oy:n ja Wulff Suppliesin vuoden 2009 aikana saadut useat uudet sopimusasiakkuudet. Toiminnan avainsanoja ovat laatu, nopeus, varmuus ja kehittyminen. Toimistotuotteiden hankinta on vaivatonta ja kustannustehokasta pitkälle automatisoitujen tilausjärjestelmien ansiosta. Lisäksi sopimusyritykset voivat seurata hankintojen kustannuksia lähes reaaliaikaisesti.

Liiketoiminnan ytimessä toimivat ja ympäristöstävälliset logistiikkakonseptit

Wulffin ja Itellan innovaatiot toimitusketjussa, logistiikassa ja jakelukonsepteissa ovat tuoneet asiakkaille huomattavia etuja. Vuonna 2007 toteutettu Wulffin ja Itellan logistiikkauudistus ja sen jatkuva kehitys on saanut asiakkailta runsaasti positiivista palautetta. Logistiikkayhteistyö Itellan kanssa on jatkuva ja merkittävä panostus kilpailukykyyn. Wulff-konsernille yhteistyö Itellan kanssa antaa re-

surssit strategian mukaiseen kasvuun, sillä Itellan joustavat logistiset ratkaisut tukevat kasvua nopealakin 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.

Wulff Supplies panostaa omaan logistiikkakeskukseen

Wulff Supplies AB:n logistiikka ja logistiikan työntekijät ovat siirtyneet yhtiön aiemman omistajan Strålfors AB:n palveluksesta Wulff Suppliesin työntekijöiksi yrityskaupan yhteydessä vuonna 2009. Jatkossa Wulff Suppliesin pientavaralogistiikan ammattilaiset työskentelevät Wulff Suppliesin yhteisessä skandinaavisessa logistiikkakeskuksessa, kun Wulff Suppliesin oma logistiikkakeskus valmistuu Ruotsin Ljungbyyn vuoden 2010 syksyllä.

Ympäristöstä huolehtiminen ja kestävä kehitys ovat yhä tärkeämpiä arvoja niin yritysten kuin kuluttajien toiminnassa. Nämä tärkeät arvot näkyvät vahvasti Wulffin liiketoiminnan kehittämisessä. Wulff Oy on toiminut ISO-laatusertifikaattien laatu- ja ympäristöarvojen mukaan vuodesta 1997. Wulffin vuonna

2008 toteuttamasta jakeluremontista ovat hyötynneet sekä asiakkaat että ympäristö. Hyvää työtä on jatkettu ja tuotteiden toimituseriä on edelleen optimoitu yhdessä asiakkaiden kanssa. Näin eräkoot ovat olleet suurempia ja toimituksia on ollut harvemmin. Hiilidioksidipäästöt ovat vähentyneet, vaikka kuljetetun tavarann määrän on kasvanut. Vuositasolla kuljetusten päästöt ovat vähentyneet jopa jopa 6 % eli -32 550 kg.

Vahvat brändiosaajat Ibero Liikelahjat, Looks Finland ja KB-tuote – enemmän kuin pelkkiä liikelahjoja

Wulff-konsernin yritykset palvelevat liikelahja-asiakkaitaan monipuolisesti niin osaavana sopimusasiakasyhteistyökumppanina kuin yksittäisissä täsmähankinnoissakin. Omat tuotemerkit ja huolella valitut jälleenmyyntibrändit sekä ammattitaitoiset designerit, muotoilijat ja suunnittelijat ovat avainasemassa Wulffin laadukkaan liikelahja- ja yritystekstiilivalikoiman rakentamisessa. Panostaminen oikeisiin asioihin näkyy asiakkailta saadussa runsaassa positiivisessa palautteessa: erottuvia ideoita ja asiakkaan brändiä tukevia ratkaisuja arvostetaan. Konsernin omat tuotemerkit, KB-tuotteen Keeb ja Looks Finlandin Looks ovat tunnettuja hyvästä laadustaan ja huolitelluista yksityiskohdistaan.

Kynäbaari Oy:nä vuonna 1954 toimintansa aloittanut KB-tuote tunnetaan markkinoilla asiakkaan liiketoimintaan perehtyvänä brändiasiantuntijana. Luot-

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)
Wulff Supplies AB (2009)

MESSUT JA TAPAHTUMA-
MARKKINOINTI

Entre Marketing Oy (2007)



tamus KB:n osaamiseen näkyy kokonaisvaltaisina asiakkuuksina. Liikelahjoista räätälöidään usein yrityksen brändin mukainen mallisto omilla kuoseilla ja erikoistuotteilla. Asiakas voi tilata tuotteita oman internet-palvelun kautta. Palvelukonseptiin on mahdollista sisällyttää myös koko logistiikkaprosessi eli tuotteiden varastointi ja niiden loppukäyttäjille jakelu. Vuoden 2009 aikana KB-tuotteella panostettiin vahvasti myyntiin, tuotestrategiaan ja kannattavuuden parantamiseen. Ympäristöä säästävien ja ekologisten tuotteiden ympärille rakennettu "Give more – Take less" – tuotteisto sai asiakkailta erinomaisen vastaanoton. KB-tuote palvelee asiakkaitaan myyntinäyttelyillä yhdeksässä kaupungissa. Yhtiön pääkonttori on Helsingin Punavuorella ja varasto Espoon Kilossa.

Ibero on Suomessa hyvin tunnettu ja vahva brändi ja sillä on vahva jalansija varsinkin pääkaupunkiseudulla. Vuonna 1952 toimintansa aloittaneen Ibero Liikelahjat Oy:n 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 osaavan myyntitiimin lisäksi oma silkkipaino ja graafinen suunnittelija. Yhtiön näyttely- ja toimitilat sekä varasto sijaitsevat Helsingin Pitäjänmäessä. Wulff-konserniin Ibero Liikelahjat on kuulunut vuodesta 2008. Perinteisen

perheyriksen vankka osaaminen yhdistettiin uuden omistajan, Wulff-Yhtiöt Oyj:n monipuolisiin kontakteihin. Asiakkaat ovat hyötynneet konserniyhdisteytyötä aiempaa laajempina tuotevalikoimana ja kilpailukykyisempinä hintoina.

Konsernin kolmas liike- ja mainoslahjayritys, suoramyntikonseptilla toimiva Looks Finland Oy vietti vuonna 2009 kymmenvuotisjuhliansa. Yritys on panostanut vahvasti oman Looks-mallistonsa kehittämiseen ja sen brändi on hyvin tunnettu. Asiakkaat tietävätkin Looksin brändin olevan takuu laadukkaiden ja innovatiivisten tuotteiden hankinnasta. Looksin erityisosaamista ovat tekstiilit, joiden suunnittelusta vastaa yrityksen oma designer. Yritysvaatteiden ja -lahjojen lisäksi Looks tarjoaa asiakkailleen toimivia ja monikäyttöisiä hyvinvointituotteita sekä pukeutumis- ja asuratkaisuja.

Suoramynti palvelee paikallisesti ja henkilökohtaisesti

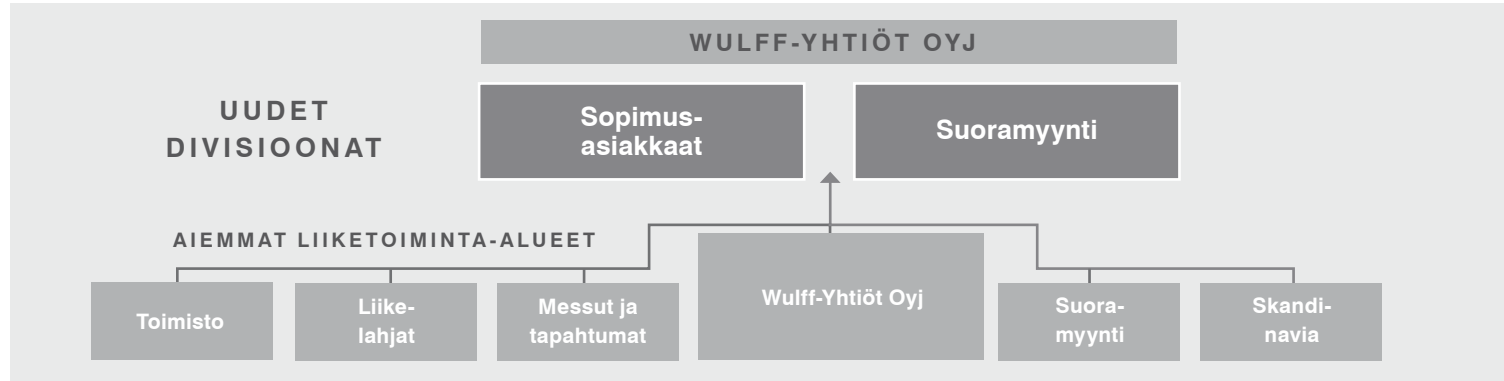
Suoramyntikonsepti tuo tuotteet yrityksille henkilökohtaisesti yritysten omille paikkakunnille. Yrityksissä on erikoistuttu tietyn tuotevalikoiman erityisosaamiseen. Suoramyntijät myyvät asiakkailleen toimistomaailman erikoistuotteita. Uusien asiakkaiden hankinta on aktiivista – jokainen uusi yritys nähdään Wulffilla potentiaalisena asiakkaana. Suoramyntiyritysten tuloksellisuus perustuu provisiopalkkauseen. Myyntineuvottelijat tekevät työtään asiakkaan luona; asiakaskäyntejä on päivittäin kahdesta kah-

teentoista. 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 suoramyntiorganisaatioita Suomessa 12, Ruotsissa kuusi, Norjassa kaksi ja Virossa, Tanskassa ja Liettuassa yksi kussakin. Uusien tavarantoimittajien etsiminen on suoramyntinille 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 tavarantoimittajiltaan laadukkaita tuotteita ja varmoina toimitusaikoina. Suurin osa Wulffin tavarantoimittajista täyttää ISO 9001 -laatusertifikaatin mukaiset vaatimukset.

Vuoden 2009 aikana konsernin suoramyntinissä panostettiin vahvasti puhelinmyntikonseptin kehittämiseen Skandinaviassa. Erityisen hyvin TeleSales-konsepti toimii Norjassa. Vuoden aikana Tanskassa aloitettu toiminta on myynnillisesti lupaavaa ja myös Liettuasta on odotettavissa pitkällä aikavälillä kasvua. Suomessa suoramyntiyritysten johtamiskäytäntöjä yhtenäistettiin mm. johtovastuuta keskittämällä ja organisaatiota uudistamalla. Suoramyntinissä liiketoiminnan suurimpana haasteena on edelleen myyntihenkilöstön lisääminen osaavilla

WULFF LYHYESTI
TAPAHTUMIA 2009
KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS
LIIKETOIMINTA
HENKILÖSTÖ
TOIMINTAYMPÄRISTÖ
RATKAISUT
HALLITUKSEN KOKOONPANO
JOHTORYHMÄ
120-VUOTIAS WULFF
YHTEYSTIEDOT

AIEMMASTA VIIDESTÄ LIIKETOIMINTA-ALUEESTA MUODOSTETTIIN KAKSI DIVISIOONAA


myynnin rekrytoinneilla. Rekrytointiprosessin tehostaminen ja perehdytys- ja esimieskoulutukseen panostaminen ovat tärkeässä roolissa tulevaisuuden onnistumisissa ja niihin panostamista jatketaan myös vuonna 2010.

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. Entre on oman alansa markkinajohtajana asiakkailleen monipuolinen kumppani yrityksen brändien kehittämiseen ja vahvuuksien vahvistamiseen.

Entren asiakaslupaus kiteytyy luotettavuuteen, luovuuteen ja uudistumiseen sekä oikeisiin ja tuloksekkaisiin kontakteihin. Asiakkailleen Entre on ennen kaikkea strateginen kumppani, jonka kansainväliset huippuosaajat vaikuttavat positiivisesti asiakasyrityksen liiketoimintaan. 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 silmäyksessä tapahtuman loppuun saakka.

Messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen lisäksi Entren palveluvalikoimaan kuuluu kattavasti markkinointi- ja viestintäpalveluja sekä e-palveluja. Entren e-palvelut ovat jakelukanavia erilaisille digitaalisille palveluille, esimerkiksi asiakastytyväisyykselyille, tapahtumien tuottoa seuraaville mittareille ja kohdistetuille matchmaking-palveluille.

Suomalaiset vientiyritykset, kansainväliset yritykset ja kohtaamismediaa kotimaassa hyödyntävät yritykset käyttävät Entren palveluita vuosittain sadoissa tapahtumissa. Vuosittain Entrellä on toimintaa yli 30 maassa.

Verkottuminen on osa liiketoimintaa

InterACTION on Wulff-konsernille tärkeä toimistomaailman verkosto ja johtava alan tukkukauppi-

den yhteenliittymä. Kaikki InterACTION –yritykset ovat kotimaissaan alansa johtavia yhtiöitä. Yhteenliittymän yrityksiä on 9 ja toimintaa sillä on yhteensä 20 maassa. InterACTION –jäsenet kokoontuvat säännöllisesti koordinoitakseen yhteisostoja ja jakaakseen myynnin, markkinoinnin ja logistiikan osaamistaan. Tietoa vaihdetaan esimerkiksi eri maissa eniten myytävistä tuotteista.

Wulff hyötyy saamastaan markkina- ja tuotetiedosta omassa toiminnassaan. Yhteisosto-organisaation volyymi on vuosittain yhteensä noin 1,8 miljardia euroa ja sillä on oma kansainvälinen tuotemerkki Q-Connect. Laadukkaita tuotteita on noin 3 000 ja ne kuuluvat myös Wulff-konsernin 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 51 yritystä ympäri maailmaa. Vuonna 1958 perustetussa WAGEssa on jäsenenä 26 liikelahja-alan yritystä 27 eri maasta. Wulff-Yhtiöitä WAGEssa

edustaa KB-tuote Oy. Jäsenyydet liikelahjajärjestöissä takaavat Wulff-konsernin yrityksille uusien ideoiden, tuotteiden ja kontaktien löytymisen kilpailukykyisin hinnoin.

Vuoden 2009 tapahtumia

Vuoden 2009 alussa Wulff-Yhtiöt Oyj toteutti organisaatiouudistuksen, jonka myötä viidestä liike-toiminta-alueesta siirryttiin toimimaan kahdessa divisioonassa. Kesällä 2009 Wulff-Yhtiöt Oyj toteutti strategiansa mukaisen yritysoston ja nousi Strålfors Supplies AB:n oston myötä alansa merkittävimmäksi pohjoismaiseksi toimijaksi. Sopimusasiakkaat-divisioona toimii asiakkaan kokonaisvaltaisena kumppanina toimistotarvikkeiden, liike- ja mainoslahjojen sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen hankinnassa. Sopimusasiakkaat-divisioonan missio on tuoda toimialansa halutuimpana kumppanina asiakkaalleen kokonaisratkaisu toimiston tehostamiseen ja asiakkaiden myynnin edistämiseen. Divisioonaan kuuluvat Ibero Liikelahjat Oy, Entre Marketing Oy, KB-tuote Oy, Wulff Oy Ab ja Strålfors Supplies AB (1.1.2010 alkaen Wulff Supplies AB).

Suoramyynti-divisioonan visio on olla Pohjoismaiden ja sen lähialueiden suurin ja kannattavin suoramyyntiyritys. Sen missio on tuoda sujuvuutta asiakkaan toimintaan innovatiivisilla tuotteilla sekä alan ammattitaitoisimmalla henkilökohtaisella ja paikallisella palvelulla. Divisioonaan kuulu-

vat Suomen, Ruotsin, Norjan, Tanskan ja Liettuan suoramyyntiyritykset.

Syyskuussa konserni myi 70-prosenttisesti omistamiensa suoramyyntidivisioonan kuuluneiden Everyman Oy:n ja Officeman Oy:n osakkeet yhtiöiden vähemmistöosakkaille. Osakekaupoista kirjattiin 280.000 euron kertaluontoinen arvonalentumistappio. Everyman Oy:n ja Officeman Oy:n myynti toteuttaa Wulff-Yhtiöt Oyj:n Suoramyynti-divisioonan strategiaa, jossa yhtiö keskittyy tuotteiden myyntiin tehokkaana ja suorana b2b-jakelutienä.

Wulff varautui talouden laskusuhdanteeseen ja yleiseen markkinatilanteeseen heti alkuvuodesta tehokkaalla, yhdessä henkilöstön kanssa suunnitellulla kustannussäästöohjelmalla. Toimintaa sopeutettiin tuottavuuden parantamiseksi ja näin kustannusrakennetta saatiin kevennettyä. Vuoden aikana käytyjen yt-neuvottelujen tuloksena päättyi 12 työsuhdetta ja henkilöstöä lomautettiin.

Uutta liiketoimintaa verkossa

Vuoden aikana Wulff-Yhtiöt Oyj investoi tulevaisuuteen avaamalla toimistotarvikkeiden verkkokaupan. Wulffinkulma.fi palvelee kaikkia suomalaisia yrityksiä ja yhteisöjä. Kauppa syntyi puolentoista vuoden kehitystyön tuloksena ja siinä on panostettu erityisesti hyvään käytettävyyteen: laajasta 4 000 tuotteen valikoimasta on helppo löytää tarvit-

semansa tuotteet ja tilaaminen käy nopeasti. Wulff toi ensimmäisenä Suomessa toimistotuotteiden verkkokauppaan myös Shop-in-Shop –ajattelun. Wulffin Wihreä toimisto tarjoaa asiakkaille ympäristöä säästäviä vaihtoehtoja kilpailukykyisin hinnoin.

Syksyllä 2009 konsernin liikelahjayritys KB-tuote avasi verkkoon liikelahjamoottori.fi –palvelun. Uusi lahjavalintoja helpottava hakukone auttaa löytämään yritykselle sopivat ratkaisut näppärästi ja nopeasti verkossa.

Vuoden 2010 haasteelliset näkymät

Vuosi 2010 on haasteellinen kaikille alan toimijoille. Taloustilanteen heikentyminen näkyy selvästi konsernin myymien palvelujen ja tuotteiden kysynnässä. Taloustilanne on lisännyt epävarmuutta toimintaympäristössä, mikä vaikeuttaa vuoden 2010 näkymien täsmällistä arviointia. Vuoden 2010 aikana konsernin yrityksissä jatketaan kannattavuuden parantamisohjelmien mukaisia tehostamistoimenpiteitä ja panostetaan vahvasti myyntiin. Kotimaisena markkinajohtajana ja merkittävimpana pohjoismaisena alansa toimijana Wulff uskoo, että haasteet ovat sille ennen kaikkea mahdollisuus näyttää asiakkaille palvelujensa vahvuudet kustannustehoja toimintaan tuovana ratkaisuna ja palvelvana yhteistyökumppanina.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Virve, 39, tuotepäällikkö**ASIALLISTA MENOJA IMPROVISAATIOTEATTERISSA**

Virve tunnetaan työpaikalla raudanlujana, asiallisena ja tiukkana ammattilaisena. Looksin toimitusjohtaja luottaa 110-prosenttisesti yrityksessä jo yhdeksän vuotta työskennelleeseen tuotepäällikköönsä ja Virven vastualueet ulottuvatkin monesti yrityksen kokonaisvaltaiseen pyrittämiseen. Kesäisin Virve antaa mielensä pyöriä ja vaeltaa: meri ja vene ovat asialliselle naiselle paikka, jossa saa olla luova. Viime aikoina Virve on tuonut luovuutensa myös maalle. Lisää ympäristön ymmärtämistä, elämään heittäytymistä ja henkistä kasvua on haussa improvisaatioteatterikurssilta. Teatteritaiteen opiskelu avartaa. Erittäin asiallista!

Jaakko, 52, aluemyyntipäällikkö**DJ JASULLA ON PALLO HALLUSSA**

Saammeko esitellä: DJ Jasu, armoitettu kaupantekijä, Suomen Michael Jordan. Tällä miehellä on aina ollut pallo ja sana hallussa. Myyntiä takavuosien ahkera musiikkikeikkatyöläinen ja juontaja on tehnyt aina, viimeiset kymmenen vuotta Wulff-konsernissa. Jasu puhuu paljon – ja asiaa, vaikka herran seurassa saakin usein nauraa itsensä tarviolle. Tarvittaessa Jasu osaa viheltää pelin poikki. Aktiivinen koripalloilija tuomari iltaisin ja viikonloppuisin niin aikuisten kuin lastenkin pelejä. Omaa jälkikasvua on aina kannustettu erilaisille pelikentille. Tyttärenpoika livo on jo osallistunut alle kaksivuotiaiden pyöräilykisoihin ja hiihtää sekä luistelee. Pikkukaveri seuraa selvästi liikunnallisen superpappansa jalanjälkiä.

Kristian, 44, myyntineuvottelija**SINISEN VYÖN JUJUTSUKA KUUNTELEE JA MYY**

Kristianin mielestä hyvä myyjä osaa ennen kaikkea kuunnella. "Meillä on tarkoituksella kaksi korvaa ja yksi suu", sanoo kehoaan jujutsu-tunneilla kuunteleva Kristian. Pienistä ja suurista myyntionnistumisista Ibero Liikelahjoilla jo 11 vuotta nauttinut perheenisä arvostaa elämässä yksinkertaisuutta. Uuteen päivään on hienoa lähteä yhtä matkaa heräilevän luonnon kanssa. Parhaimmat puitteet siihen tarjoaa Inkoon mökki ja rauhalliset hetket aamu-usvan keskellä. Lisäenergiaa myyntiin kirkkonummelainen mies hakee perheen yhteisiltä lomareissuilta. Äsken palattiin Leviltä ja seuraavaksi suunnataan kimpassa Kreikkaan.

Mirikka, 33, talousassistentti**YHDEKSÄN ONNELLISTA WULFF-VUOTTA**

Mirikka tietää olevansa onnellinen, kun hymyilee ilman erityistä syytä. Sitä tapahtuu usein. Talous- ja palkka-asioita hoitava Mirikka hymyilee alituisen keskustellessaan asiakkaiden kanssa puhelimesta ja on useasti todistanut, että hymy tosiaan kuuluu myös langan toiseen päähän. Vapaalla Mirikka hymyilee pace-tunneilla ja suorastaan yhtä hymyä nainen on päästessään Sälinkään mökille. Mökillä puuhastellaan ahkerasti perheen kanssa. Ahertamisen jälkeen on ihana tunnelmoida ja mökkirinteen koloista löytyy helposti useita kymmeniä kynttilöitä ja lyhtyjä. Wulffilla entinen kiskan täti ja nuorisoohjaajaksi koulutautunut nainen on viihtynyt jo yhdeksän vuotta. Onnellisesti hymyillen, totta kai.

Sini, 28, myyntiasistentti**ETÄKISSAN OMISTAJA SUVAITSEE JA MATKUSTAA**

Sini lahjoittaisi mielellään kaikille maailman kansalaisille matkan mahdollisimman pitkälle. Ensinnäkin siksi, että hän toivoo jokaiselle olemolle kaikkea hyvää. Ja Sinin mielestä lomailu erityisesti kaukomailla on ehdottomasti hyvää, toki lähimatkailu esimerkiksi vanhempien luo asuvan etäkissan luo on sekin ihanaa. Toiseksi, kun maailmaa katselee eri näkövinkelistä ja elämää elää vaikka vähänkin aikaa eri ympäristössä, on erilaisuutta kohtaan paljon suvaitsevaisempi. Suvaitsevaisuus on Sinille tärkeä asia, sillä jos suvaitsisimme enemmän, vahingoittaisimme toisiamme vähemmän. Kauneutta Sini löytää arjesta. Paperiliitinkin voi olla kaunis, kun sitä katsoo oikein.

Ammattitaitoiset Wulffin myyjät

Wulff-konsernin arvot – asiakaslähtöisyys, sisäinen yrittäjyys ja tuloksellisuus - ohjaavat kaikkia wulffilaisia päivittäisten ratkaisujen ja työn tekemisessä. Ammattitaitoinen myyjä on vuorovaikutuksen ammattilainen, jonka fokuksessa on löytää asiakasta parhaiten palvelevat ratkaisut. Onnistunut asiakaskontakti merkitsee menestystä aina sekä myyjälle että yritykselle.

Sisäinen yrittäjyys ohjaa kohti asiakaslähtöistä toimintaa

Myyjän työ on itsenäistä, haasteellista ja tavoitteellista. Menestyvällä myyjällä on tilanneälyä ja rohkeutta sekä ennen kaikkea asennetta ja kaupan tekemisen taitoa. Hyvä myyjä keskittyy aina asiakkaan palvelemiseen ja kaupan tekemiseen. Wulffilla myyjä saakin syventyä sataprosenttisesti omaan myyntityöhönsä, sillä osaavat ja tehokkaat hallinto- ja logistiikkaorganisaatiot huolehtivat myynnin tuesta.

Wulffilla myyntityön lähtökohtana on sisäinen yrittäjyys. Myyjä ohjataan tuottavaan toimintaan tulospalkkauksella ja palkitsemalla työn kustannustehokkaasta 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 tukevat tavoitteiden saavuttamista.

Wulffilla tavoitteiden ylittämisen 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 työstä ja aktiviteettitasosta motivoi ja auttaa wulffilaisia kehittymään tehtävissään yhä paremmaksi ja mahdollistaa samalla kehityksen mukaisen etenemisen organisaation sisällä.

Myyntiorganisaation haasteena onnistunut rekrytointi

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 joukolle ihmisiä.

Wulff-konsernin yhtenä tavoitteena on vahvistaa myyntityön houkuttelevuutta. Työn tunnettuuden lisääminen on keino nostaa alan arvostusta.

WULFF LYHYESTI
TAPAHTUMIA 2009
KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS
LIIKETOIMINTA
HENKILÖSTÖ
TOIMINTAYMPÄRISTÖ
RATKAISUT
HALLITUKSEN KOKOONPANO
JOHTORYHMÄ
120-VUOTIAS WULFF
YHTEYSTIEDOT

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

Myyntikykyjen tavoittaminen ja rekrytointi vaativat monipuolisia ja kohderyhmälähtöisiä keinoja. Rekrytointimarkkinointi tapahtuu Wulffin brändillä ja tapauskohtaisesti käytetään myös konsernin tytäryritysten brändejä. Näin myös rekrytointiviestintä tukee Wulffin brändiä ja lisää konsernin tunnettua. Vahva brändi on avuksi myös myyntityössä.

Tärkeässä roolissa rekrytoinnin onnistumisessa on sujuva yhteistyö työhallinnon kanssa, sillä se on Wulffin merkittävin rekrytointikanava.

Yhteistyöhön työhallinnon kanssa panostetaankin vahvasti ja sitä kehitetään aktiivisesti edelleen.

Wulff on tunnettu korkeasta myyntiosaamisestaan. Yhtiötä arvostetaan myynnin kehittäjänä ja suunnannäyttäjänä. Esimerkiksi HAAGA-HELIAN ammattikorkeakoulun myyntilinjan kanssa tehtävä yhteistyö tuo oppilaitoksen toimintaan konkreettisia tämän päivän myynnin työkaluja ja on samalla Wulffille hyvä ympäristö olla esillä sekä kertoa myynnin mahdollisuuksista juuri oikealle kohderyhmälle.

WULFFIN ARVOT

ASIAKASLÄHTÖISYYS

Asiakkaita palvelee aina henkilökohtaisesti

Takuu Wulffin toiminnan jatkuvuudelle

SISÄINEN YRITTÄJYYS

Työhön sitoutumista ja vastuun ottamista

Motivointi tulospalkkauksen avulla

TULOKESELLISUUS

Euroissa mitattavia tuloksia

Kasvavaa ja kannattavaa liiketoimintaa

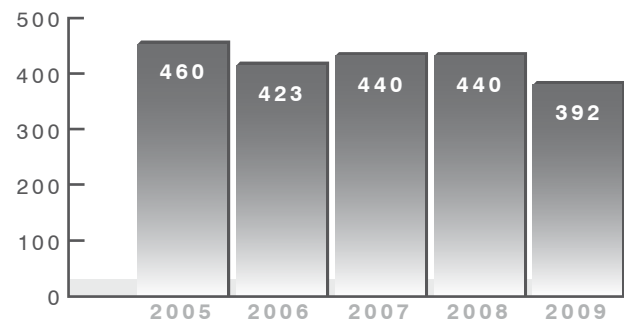
Avainasemassa oma henkilökunta

Myyntityön mahdollisuuksista kertovat parhaiten menestyvät huippumyymyjät. Wulff-konserni kannustaa henkilökuntaansa osallistumaan sopivien myyntikykyjen löytämiseen. Rekrytointeihin johtaneista vinkeistä maksetaan työntekijöille palkkio. Vinkkien kautta Wulff onkin työllistänyt runsaasti myyjiä. Erityisesti suositusten kautta rekrytoidaan alanvaihtajia, jotka innostuvat kokeilemaan siipiään uudessa ammatissa läheltä seuratun menestystarinan myötä.

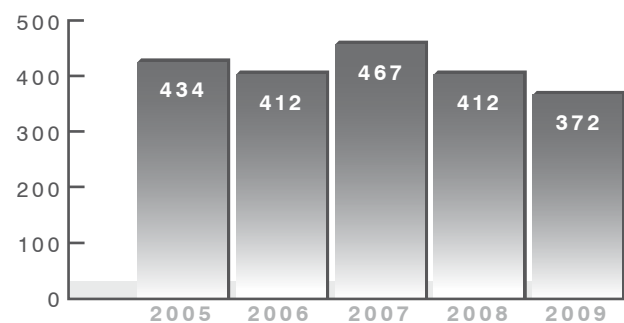
Hyvä perehdytys ja koulutus antavat lähtökohdat menestymiselle

Myyjän menestymiseen vaikuttaa merkittävästi yrityksen tarjoama koulutus ja perehdytys. Vuonna 2008 aloitettu Wulffin rekrytointi- ja koulutusorganisaation uudistaminen jatkui vuonna 2009. Uudistuksella haluttiin varmistaa, että koulutus toimii rekrytoinnin jatkumona ja informaatio rekrytoijien, perehdytyskoulutuksesta vastaavan myyntivalmentajan ja myynnin esimiesten välillä kulkee mutkattomasti. Vuoden aikana mm. suoramyynnin uusien työntekijöiden perehdytyskonsepti uusittiin ja koulutuksen määrää lisättiin merkittävästi.

HENKILÖSTÖ KESKIMÄÄRIN



HENKILÖSTÖ VUODEN LOPUSSA



WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

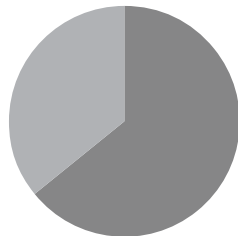
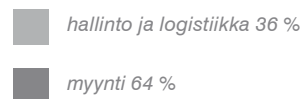
Konsernin oma koulutusohjelma, joka varmistaa startin jälkeisen kehittymisen, on nimeltään Wulff Academy. Ohjelmassa keskitytään myynnin kannalta oleellisten menestystekijöiden opiskeluun, käytännön harjoitteluun sekä kehitetään henkilökohtaisia myyntitaitoja. Akatemian tavoitteena on varmistaa myyntihenkilökunnan pitkäaikainen ja jatkuva kehittyminen.

Uusi myyjä hyväksytään Wulff Academyyn kuukauden mittaisen perehdytysvaiheen jälkeen. Akatemian opintomoduulit suoritetaan vuoden kuluessa. Koulutuksen tavoitteena on valmentaa myyjät itsenäiseen tuloksen tekemiseen. Myyjän kehittymisestä vastaa kunkin oma esimies. Akatemian koulutusjaksojen tavoitteena on auttaa niin myyjää kuin esimiestä menes-

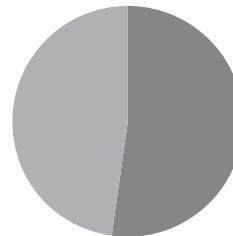
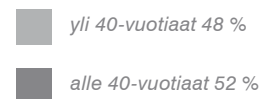
tymään työssään. Yhdessä tekemisen kautta pystytään tehokkaasti siirtämään eteenpäin organisaatiolle arvokasta hiljaista tietoa.

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 myyntijohtolle on räätälöity omat koulutusohjelmansa. Wulff kouluttaa työntekijöitään jatkuvasti ammatillisesti ja halukkailla on mahdollisuus suorittaa myös tutkintoon johtava koulutus. Vuonna 2009 konsernin työntekijät osallistuivat kaupalliseen koulutukseen keskimäärin kahdentoista päivän ajan.

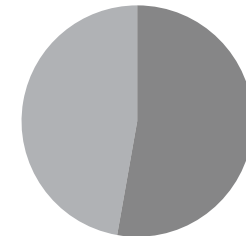
HENKILÖSTÖ VUONNA 2009



HENKILÖSTÖN IKÄJAKAUMA VUONNA 2009



HENKILÖSTÖN SUKUPUOLIJAKAUMA VUONNA 2009



HENKILÖSTÖN MENESTYSTEKIJÄT

Sisäinen yrittäjyys ja onnistumisia palkitseva palkkausjärjestelmä

Kattava perehdytys ja jatkuva koulutus

Kasvavan konsernin etenemismahdollisuudet menestyjille

Avoimeen vuorovaikutukseen kannustava työympäristö

PANOSTUKSET REKRYTOINTIIN

SAAVUTETTU TAVOITE 2009

Wulff-brändi vahvistui työnantajamarkkinoilla aktiivisen oppilaitosyhteistyön ja messunäkyvyyden ansiosta.

Rekrytointia kehitettiin erityisesti verkossa.

Aloittavia myyjät saavat tehokkaita työkaluja tuloksen tekemiseen konsernin omasta Wulff Academy -koulutusohjelmasta

TAVOITE 2010

Suoramyynti-divisioonan yritysten esimiestyöskentelyn yhtenäistäminen.

Kenttäkoulutuksen kehittäminen.

Perehdytys- ja aloituskoulutuksen kehittäminen ja yhtenäistäminen konsernitasolla.

TOIMENPITEET 2010

Esimiesten aktiivinen kouluttaminen.

Lisätään fokusta päivittäisen palautteen antamiseen.

Lisäpanostukset perehdytys- ja aloituskoulutuksiin.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Olga, 33, myyntiassistentti

SALSATUNNILTA LÖYTYY PALANEN MAKEDONIAN AURINKOA

Rauhanturvaajamiehen vaimo pitää sisäisestä rauhasta ja Suomen turvallisuudesta. Makedonian Gevgelijasta kotoisin oleva Olga on aina ihaillut sitä, kuinka suomalainen yhteiskunta toimii. Myyntiassistentti tosin soisi suomalaisten ottavan välillä hieman rohkeammin kontaktia toisiin ihmisiin. Lattaritansseja rakastava Olga löytää palasen kotimaastaan kaipaamaansa aurinkoa salsatuntien rytmeistä ja fiiliksistä. Wulff-konserniin Olga tuli aikanaan työharjoittelun kautta ja on ehtinyt työskennellä useassa konsernin yrityksessä. Wulffin kollegoiden lisäksi kuvankaunista Olga saavat nykyisin ihailla Espoon kaupungin koululaiset, sillä sivutyönään kirjallisuustieteen maisteri opettaa makedonialaisille maahanmuuttajille äidinkieltä. Heinäkuussa syntyvälle esikoiselleen Olga haluaa makedonian kielen lisäksi opettaa kuinka olla hyvä ihminen.



Toimintaympäristö

Toimintaympäristö

Toimistomaailman markkinat muodostuvat toimistotuotteiden, liike- ja mainoslahjojen, it-tarvikkeiden ja ergonomiatuotteiden valmistamisesta ja myymisestä. Wulff-Yhtiöt on toimistomaailman tuotteiden merkittävin pohjoismainen myynti- ja markkinointiorganisaatio. Suomen, Ruotsin, Norjan ja Tanskan lisäksi sillä on toimintaa Virossa ja Liettuassa. Wulff ei valmista tuotteita itse. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja konsernin asiakkaat voivat hankkia Wulffin tytäryhtiö Entre Marketing Oy:ltä.

Toimistomaailman markkinat

Toimistomaailman markkinat supistuivat merkittävästi yleisen talouden laskusuhdanteen vuoksi Wulff-konsernin toimintamaissa. Pohjoismaissa toimistotuotteiden markkinat supistuivat noin 10 % ja liike- ja mainoslahjojen

markkinat noin 30 %. Virossa yritysimagotuotteiden markkinat pienenevät yli 50 %. Vuonna 2010 Wulff arvioi markkinoiden säilyvän saman kokoisina kuin vuonna 2009.

Wulff-Yhtiöiden arvion mukaan toimistomaailman tuotteiden markkinat olivat vuonna 2009 Suomessa noin 400 miljoonaa euroa, Ruotsissa noin 670 miljoonaa euroa, Norjassa noin 390 miljoonaa euroa ja Virossa vajaa 15 miljoonaa euroa. Markkinat Ruotsissa ja Norjassa ovat samankaltaiset kuin Suomessa tarkasteltaessa asiakkaiden määrää, ostokäyttäytymistä ja tuotteiden kysyntää. Virossa toimistotuotteiden ja it-tarvikkeiden kysyntään vaikuttavat markkinoiden huomattavasti pienempi koko ja elintaso. Virossa Wulff-Yhtiöt myy pääosin yritysimagotuotteita.

Wulff-Yhtiöt Oyj haluaa toimia alallaan suunnannäyttäjänä ja konsolidoijana. Konsernin asema toimistomaailman pohjoismaisilla markkinoilla vankistui

WULFF-YHTIÖIDEN TOIMINTAMAAT

Suomi, Ruotsi, Norja, Tanska, Viro, Liettua

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

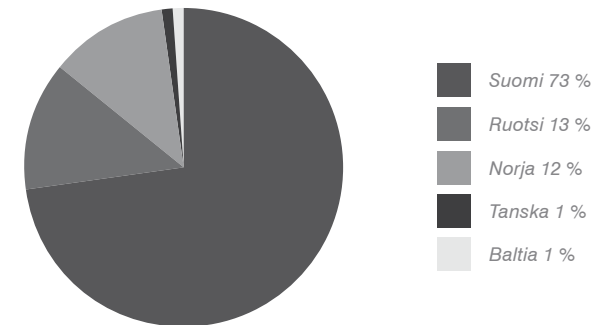
elokuun alussa Wulff-Yhtiöt Oyj:n ostaessa kaikissa pohjoismaissa toimivan Strålfors Supplies Ab:n (1.1.2010 alkaen Wulff Supplies AB). Yritystoston myötä yhtiöstä tuli alan merkittävin pohjoismainen toimija.

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. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen myynti painottuu vuoden ensimmäiselle ja viimeiselle neljännekselle.

Pohjoismaiden merkittävin toimistomaailman toimija

Wulff on alansa vahvin pohjoismainen toimija, jonka strategiaan kuuluu kasvua sekä yritysostoin että orgaanisesti. Suomessa Wulff-Yhtiöt on markkinajohtaja noin 15 prosentin markkinaosuudellaan. Ruotsissa ja Norjassa Wulffin markkinaosuus kasvoi merkittävästi kesällä 2009 toteutetun Strålfors Supplies AB:n yritystoston myötä. Wulffin norjalainen suoramyntikonseptilla toimiva tytäryritys Nordisk Profil AS on jatkanut markkinoita selvästi nopeampaa kasvuaan myös taloudellisesti erittäin haastavana vuonna 2009. Virossa Wulff on liike- ja mainoslahjamarkkinoiden toiseksi suurin toimija. Yhtiön tavoitteena on toimia yhä merkittävämmässä roolissa Baltiassa. Toiminta Liettuaissa aloitettiin vuoden 2009 kesällä.

WULFF-YHTIÖT OYJ LIIKEVAIHDON JAKAUTUMINEN MAITAIN VUONNA 2009

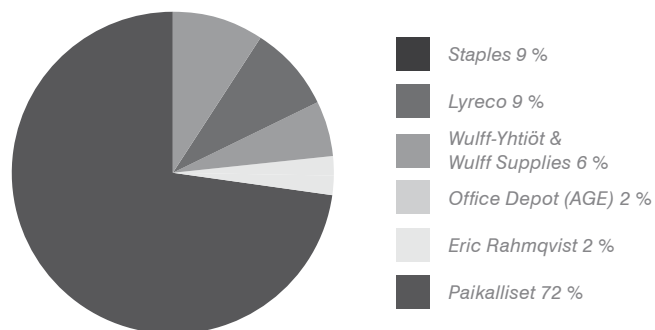


Toimistomaailman markkinat ovat hyvin pirstaloituneet niin Pohjoismaissa kuin Baltiassakin. Alalla toimii lukuisia pieniä yrityksiä johtuen markkinoille tulon helppoudesta. Yrityksiä syntyy ja poistuu markkinoilta runsaasti vuosittain. Asiakkaat haluavat hoitaa hankintojaan yhä kustannustehokkaammin ja keskitetymin. 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. Skandinaavisilla sopimuskonseptimarkkinoilla sen kanssa kilpailevat Corporate Express ja Lyreco.

Yritysimagotuotteiden sopimuspalveluja myyvän Ibero Liikelahjat Oy:n ja KB-tuote Oy:n merkittävimmät kilpailijat ovat Logonet Oy ja Mastermark Oy. Suoramyyntiyritysten kanssa markkinaosuuksista kotimaassa kilpailevat muun muassa Cancolor Group ja Oy Rahmqvist Ab. Messu- ja tapahtumamarkkinointipalveluja myyvän Entren kilpailijoita Suomessa ovat esimerkiksi Ständi Oy, Louder Oy, Eastway Sound and Lightning Oy ja Arvelin International Oy.

TOIMISTOTARVIKEYHTIÖIDEN MARKKINAOSUUDET POHJOISMAISSA



koko Pohjoismaissa*
100% = ~2.000 milj. eur**

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Riitta-Leena, Designer MTO

KÄPYTIKAN MÖKKIKAVERI VAIKUTTUU IHMISSISTÄ

Riitta-Leenasta on ihanaa luoda uutta yhdessä ihmisten kanssa. "Vaikutun yhä uudelleen ja uudellen ihmisten viisaudesta ja tavasta ajatella ja kokea asiat eri tavoin." Keskustelut ja uudet ajatukset Designer tiivistää tarinoiksi suunnittelemiinsa vaatteisiin. Tunteiden ja tarinoiden lisäksi Riitta-Leenan teksteilleistä huokuu vankka ammattitaito, joka näkyy visuaalisesti kauniina sekä toimivina vaatteina ja viimeistelyinä yksityiskohtina. Kotimaassa pukuompelijaksi ja vaatesuunnittelijaksi opiskellut nainen on opiskellut myös London College of Fashionissa. Vapaalla Riitta-Leenan onni asuu Kouvolan järvenrantamökillä. Mökin pihalla seuraa Riitta-Leenalle ja hänen miehelleen pitää ketterä käpytikka ja naapurisaarella asustavaa kalasääskeä perheineen on mukava seurata maakaukoputkella.



Kokonaisvaltaiset palvelut ja monipuoliset tuotteet

Wulff-Yhtiöt tarjoaa asiakkailleen markkinoiden kattavimman valikoiman toimistomaailman palveluja ja tuotteita. 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, liike- ja mainoslahjoja, it-tarvikkeita ja ergonomiia. 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 suoramyyynnissä liiketunnukset toimivat myös tuotemerkeinä. Brändistrategian mukaisesti Wulff-Yhtiöt Oyj:n brändiä käytetään, kun kohderyhmänä ovat sijoittajat ja työnhakijat.

Sopimusasiakkaiden sujuvat hankinnat

Sopimusasiakkaat hankkivat Wulff-Yhtiöiltä kattavia palvelukokonaisuuksia. Wulff-Yhtiöiden tarjoamat konseptit antavat yrityksille mahdollisuuden keskittyä omaan ydinosaamiseensa. Sopimusasiakkaat hyödyntävät Wulffin

erityisosaamista toimistotuotteiden, liike- ja mainoslahjojen, it-tarvikkeiden ja ergonomian sekä messu- ja tapahtumamarkkinointipalvelujen hankinnoissa. Ulkoistaminen vaatii yritykseltä uskallusta: bisneksen pelikentällä Wulff-Yhtiöt on luotettava kanssapelaaja, joka hoitaa sen, minkä lupaa.

Sopimusasiakkaat saavat tarvitsemansa toimistotuotteet ja it-tarvikkeet helposti ja kustannustehokkaasti Wulff Oy Ab:lta Suomessa ja Wulff Supplies AB:lta muualla Pohjoismaissa. Wulffin tavoitteena on pienentää asiakkaan toimisto- ja it-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 -palvelukeskuksesta. Suomalaisista yrityksistä löytyy jo toista tuhatta MiniBaria.

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 mainoslahjo-

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

jen sopimuspalveluista Wulff-konsernissa vastaavat Ibero Liikelahjat Oy ja KB-tuote Oy. KB-tuotteen valikoimiin asiakkaat voivat tutustua myyntinäyttelyissä, joita löytyy yhdeksästä kaupungista. KB-tuotteella 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 työntekeä. Tuotteisiin tutustuminen ja soveltuviin 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 nopealakin 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, it-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 polvitulit ja oikein sijoitetut valaisimet.

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 liike- ja mainoslahjojen valikoima on sekä laaja että jatkuvasti kehittyvä.

Uusia palveluja verkossa

Wulffin asiakkaat ovat toivoneet valikoimaamme lisää sähköisiä palveluja. Wulffinkulma.fi on uusi kaikille yrityksille ja yhteisöille avoin toimistotuotteiden verkkokauppa. Kaupasta löytyy lähes 4000 Wulffin valikoimaan kuu-

luvaa tuotetta. Verkkokaupasta varsinkin pienet ja keskisuuret yritykset saavat nopeasti ja edullisesti kaikki toimiston perustuotteet.

KB-tuotteen alkusyksystä 2009 lanseeraama liikelahjamoottori.fi palvelu helpottaa kiireisiä yrittäjiä lahjavalintojen tekemisessä. Nopeakäyttöinen palvelu ehdottaa yritykselle ja sen tarpeeseen parhaiten sopivia tuotteita ja esitellen palvelun käyttäjälle KB-tuotteen valikoiman uutuuksia näppärästi verkossa.

Suunniteltuja kohtaamisia kotimaassa ja kansainvälisesti

Entre Marketing on messujen ja markkinointitapahtumien moniosaaja. Se suunnittelee, toteuttaa ja hallinnoi näyttelyitä ja tapahtumia kotimaassa sekä ulkomailla. Entren ydinosasta 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.

Entren e-palvelut tunnetaan nimellä Booster. Ne ovat jakelukanavia digitaalisille palveluille, joita ovat mm. asiakastytyväisyyskyselyt, tapahtuman tuottoa seuraavat mittarit ja kohdistetut matchmaking -palvelut. Esimerkiksi kutsu- ja liidigeneraattorit vapauttavat asiakasyrityksen aikaa tehokkaasti omaan ydinosamiseen.

Jatkuva uudistuminen on välttämätöntä

Wulff-Yhtiöiden toiminnan fokuksena ja yhtenä arvona on asiakaslähtöisyys. Asiakaslähtöisellä toiminnalla se varmistaa toimintansa jatkuvuuden. Myyjien ja asiakkaiden henkilökohtaisista tapaamisista saatu tieto on arvokasta ja sitä hyödynnetään kaikessa toiminnassa. Konsernissa tehdään säännöllisesti myös asiakastytyväisyystutkimuksia. 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.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT



Hallituksen kokoonpano 31.12.2009

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

Varsinainen yhtiökokous valitsee hallitukseen kolmesta kuuteen jäsentä ja enintään yhtä monta varajäsentä. Hallituksen toimikausi kestää seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka. Hallitus koostuu sekä yhtiön suurimmista omistajista, jotka ovat päätoimisesti yhtiön palveluksessa, että ulkopuolisista asiantuntijoista. Hallituksessa tulee olla riittävä asiantuntemus ainakin seuraavilta alueilta: talous ja rahoitus, johtaminen sekä markkinointi ja myynti. Jokainen hallituksen jäsen toimii oman osa alueesta asiantuntijana hallitustyöskentelyssä.

Hallituksen jäsenten enemmistön on oltava riippumattomia yhtiöstä. Lisäksi vähintään kahden mainittuun enemmistöön kuuluvista jäsenistä on oltava riippumattomia yhtiön merkittävistä osakkeenomistajista. Riippumattomuus arvioidaan Suomen listayhtiöiden hallintokoodin suositusten 15 mukaisesti. Hallitus valitsee keskuudestaan puheenjohtajan. Puheenjohtajan ollessa estynyt tai esteellinen valitaan hallituksen jäsenistä kokouskohtaisesti varapuheenjohtaja.

WULFF-YHTIÖT OYJ HALLITUS 2009

Ari Lahti, s. 1963, hallituksen puheenjohtaja

Vastuualue: strategia, rahoitus

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2000
- valtiotieteiden lisensiaatti
- Icecapital Pankkiiriliike Oy:n toimitusjohtaja ja hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Mandatum Pankkiiriliikkeen toimitusjohtaja 1998-1999
- Pankkiiriliike Protos Oy:n toimitusjohtaja 1992-1998
- Oy Veikkaus Ab:n hallituksen jäsen vuodesta 2002
- Wulffin omistus 18.3.2009: 10 000 kpl Wulffin osakkeita eli 0,15 % yhtiön osakkeista ja äänistä.

Ere (Erkki) Kariola, s. 1948, hallituksen jäsen

Vastuualue: yritysjärjestelyt, kansainvälistyminen, strateginen suunnittelu

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2006
- DI, ekonomi
- 3i Group Plc, Senior Advisor 2006-2008
- 3i Finland Oy:n toimitusjohtajana 2000-2006 ja yrityksen edeltäjien SFK Finance Oy:n ja Start Fund of Kera Oy:n toimitusjohtajana vuodesta 1991
- Toimitusjohtaja ja hallituksen jäsen Yleiselektroniikka Oy:ssä 1986-1991
- Isku Yhtymä Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 2007
- Suomen Kerta Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 1997
- Aquamec Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 1995
- Talent Partners Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 2009
- Wulffin omistus 31.12.2009: ei Wulff-Yhtiöiden osakkeita

Ari Pikkarainen, s. 1958, hallituksen jäsen

Vastuualue: myynti ja myynnin kehittäminen

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n varatoimitusjohtaja vuodesta 1999

- Suomen Rader Oy:n, Naxor Finland Oy:n ja Visual Globe Oy:n toimitusjohtaja 1994-2008
- Akro Oy:n myyntipäällikkö 1990-1994
- Oy Eric Rahmqvist Ab:n myyntipäällikkö 1984-1989.
- Wulffin omistus 31.12.2009: 1 420 475 kpl Wulffin osakkeita eli 21,50 % yhtiön osakkeista ja äänistä.*

Pentti Rantanen, s. 1945, hallituksen jäsen

Vastuualue: myynti ja markkinointi

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2006
- Würth Oy:n toimitusjohtaja 1976-2003
- 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
- Wulffin omistus 31.12.2009: ei osakeomistusta.

Saku (Sakari) Ropponen, s. 1957 hallituksen jäsen

Vastuualue: koulutus, henkilöstön kehittäminen

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2000
- Fresh Outdoor Oy:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2006
- ToPo Helsinki Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 2009
- Linedrive Oy:n konsultti ja toimitusjohtaja vuodet 1994-2009
- Dinger Oy:n konsultti ja toimitusjohtaja vuodesta 2009
- Mercuri International Oy:n myynnin ja markkinoinnin konsultti 1985-1994
- Wulffin omistus 31.12.2009: 9 600 kpl Wulffin osakkeita eli 0,15 % yhtiön osakkeista ja äänistä.

Heikki Vienola, s. 1960, hallituksen jäsen

Vastuualue: talous, yritysjärjestelyt

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 1999
- kauppatieteiden maisteri
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n konsernijohtaja vuodesta 1999
- Vinstock Oy:n toimitusjohtaja 1984-2004, Beltton Oy:n toimitusjohtaja 1990-2004
- Arena Center Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 1994
- Wulffin omistus 31.12.2009: 2 557 905 kpl Wulffin osakkeita eli 38,19 % yhtiön 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 31.12.2009. Päivitetyt tiedot hallitusten jäsenten osakeomistuksesta ovat yhtiön internet-sivuilla www.wulff.fi. *Ilmoitetun osakemäärän lisäksi Pikkaraisella ja Vienolalla on määräysvalta yhdessä 38 200 osakkeeseen.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

Wulff-Yhtiöt Oyj:n konsernin johtoryhmä 31.12.2009

*ylärivissä vasemmalta oikealle: Veijo Ågerfalk, Ari Pikkarainen, Petri Räsänen
alarivissä vasemmalta oikealle: Heikki Vienola, Tarja Törmänen, Jani Puro-ranta*



Yhtiön johtoryhmä huolehtii konsernijohtajan johdolla yhtiön operatiivisesta liike-toinnasta. Johtoryhmä kokoontuu säännöllisesti käsittelemään divisioonien lii-ke-toiminnan kehitystä ja taloudellista tilannetta sekä konsernilaajuisia hankkeita ja toimintasuunnitelmia. Johtoryhmä ei ole osakeyhtiölaissa määritelty virallinen toi-mielin eli se ei toimi osakeyhtiöoikeudellisella vastuulla. Käytännössä johtoryhmä tekee konsernijohtajan johdolla ja valtuuksilla päätöksiä konsernin operatiiviseen liiketoimintaan liittyen.

Yhtiön hallitus vahvistaa konsernijohtajan esityksestä johtoryhmän kokoonpanon ja uudet nimitykset. Johtoryhmään kuuluvat ovat konsernijohtajan ja varatoimitusjohta-jan ohella molempien liiketoimintadivisioonien johtajat, konsernin talousjohtaja sekä viestinnästä ja markkinoinnista vastaava johtaja. Johtoryhmä kokoontuu keskimäärin kerran kuukaudessa.

Heikki Vienola, s. 1960, johtoryhmän puheenjohtaja, konsernijohtaja

Vastuualue: strategia, yritysjärjestelyt

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Kauppatieteiden maisteri
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n johtoryhmän jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n konsernijohtaja vuodesta 1999
- Vinstock Oy:n toimitusjohtaja 1984-2004, Beltton Oy:n toimitusjohtaja 1990-2004
- Arena Center Oy:n hallituksen jäsen vuodesta 1994
- Wulffin omistus 31.12.2009: 2 557 905 kpl Wulffin osakkeita eli 38,19 % yhtiön osakkeista ja äänistä.*

Ari Pikkarainen, s. 1958, johtoryhmän jäsen

Vastuualue: myynti ja myynnin kehittäminen

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n johtoryhmän jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 1999
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n varatoimitusjohtaja vuodesta 1999
- Suomen Rader Oy:n, Naxor Finland Oy:n ja Visual Globe Oy:n toimitusjohtaja 1994-2008
- Akro Oy:n myyntipäällikkö 1990-1994
- Oy Eric Rahmqvist Ab:n myyntipäällikkö 1984-1989.
- Wulffin omistus 31.12.2009: 1 420 475 kpl Wulffin osakkeita eli 21,50 % yhtiön osakkeista ja äänistä.*

Jani Puroranta, s. 1974, johtoryhmän jäsen

Vastuualue: Sopimusasiakkaat-divisioona

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Kauppatieteiden maisteri, MBA
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2008
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n Sopimusasiakkaat-divisioonan johtaja vuodesta 2009
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n kehitysjohtaja 2008-2009
- McKinsey & Company: Engagement Manager, Associate 2006-2007

- OMX Exchanges ja Helsingin Pörssi: 1997-2004, mm. kehitysjohtaja ja johdannaisliiketoiminnan johtaja
- Privanet Capital: Partner 2000-2002
- Wulffin omistus 18.3.2009: 10 000 kpl Wulffin osakkeita eli 0,15 % yhtiön osakkeista ja äänistä.

Veijo Ågerfalk, s. 1959, johtoryhmän jäsen

Vastuualue: Suoramyynti-divisioona

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- Wulff-Yhtiöt Oyj:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2004
- Suoramyynti-divisioonan johtaja vuodesta 2009
- Beltton Svenska AB:n toimitusjohtaja vuodesta 1998
- Beltton Svenska AB:n Country Manager 1993-1998
- Liftpoolen AB:n toimitusjohtaja ja osakas 1990-1993
- Wulffin omistus 31.12.2009: 45 000 kpl Wulffin osakkeita eli 0,68 % yhtiön osakkeista ja äänistä.

Petri Räsänen, s. 1965, johtoryhmän jäsen

Vastuualue: talous

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- kauppatieteiden maisteri
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2004
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n talousjohtaja vuodesta 2005
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n sisäinen tarkastaja 2004
- KB-tuote Oy:n talousjohtaja 2000-2004
- Cron-Trading Oy:n vt-talouppäällikkö 1991-1993
- Wulffin omistus 31.12.2009: 2090 kpl Wulffin osakkeita eli 0,03 % yhtiön osakkeista ja äänistä.

Tarja Törmänen, s. 1974, johtoryhmän jäsen

Vastuualue: viestintä ja markkinointi

Keskeinen koulutus, kokemus ja samanaikaiset luottamustoimet:

- NLP Practitioner, NLP Coach
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n johtoryhmän jäsen vuodesta 2009
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n viestintäjohtaja vuodesta 2009
- Wulff-Yhtiöt Oyj:n viestintäpäällikkö/Brand Manager vuodesta 2002
- Vista Communications Instruments Oy:n Office Manager 2001-2002
- Previata Oy:n Communications Manager 2000-2001
- Beltton-Yhtiöt Oyj:n Brand Manager 1999-2000
- Wulffin omistus 31.12.2009: 100 kpl Wulffin osakkeita eli 0,00 % 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 31.12.2009. Osakeomistuksessa on myös huomioitu tilikaudelta 2009 päätetyt osakepalkkiot. Päivitetyt tiedot johtoryhmän jäsenten osakeomistuksesta ovat yhtiön internet-sivuilla www.wulff.fi. *Ilmoitetun osakemäärän lisäksi Pikkaraisella ja Vienolalla on määräysvalta yhdessä 38 200 osakkeeseen.

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

120-vuotias Wulff – kuinka menestystarina tehdään

Vuonna 1890 perustetun Wulffin pitkä historia on tarina luotettavuudesta ja laadusta. Elokuussa 2010 satakaksikymmenvuotisjuhliiaan viettävä 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.

Öljylampun valosta viivakoodien ja sähköisten ratkaisujen aikaan

Thomas Fredrik Wulff avasi pienen paperikauppansa Helsingin Fredrikinkadulle 11. elokuuta vuonna 1890. Kipinän alalle Thomas sai työskennellessään setänsä kirjakustantamossa. Wulffin kulmana tunnetulle legendaariselle liikepaikalle Pohjoisesplanadin ja Mannerheimintien kulmaan paperikauppa muutti vuonna 1897. Thomasin rohkea päätös panostaa vahvasti keskeiseen sijaintiin osoittautui oikeaksi. Liike kannatti ja sai jatkuvasti uusia asiakkaita kaupungin silmätekeivistä.

Paperikaupassa oli vahva perheyrittäjien henki ja ennakkoluulotonta, uudistuksille suojeaa toimintaa jatkoi Thomasin poika Einar Wulff. Yksi Einarin uudistuksista oli piirustustarvikkeiden ja teknisten välineiden erikoisosaston perustaminen vuonna 1911. Pian Wulff tunnettiin näiden välineiden erikoisosaamisesta ja asiantuntemuksesta. Sanottiin, että taiteilijat hakivat innoituksensa Pariisista ja värinsä, maalilaatikkonsa ja telineensä he hakivat Wulffilta.



Ilmoitus Suomettaressa 11.8.1890.

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 ja Wulff kehitti myymiensä artikkelien valikoimaa nopeasti kehittyvän yhteiskunnan mukana.

Wulffin kulmalta, Pohjoisesplanadin liiketiloista, Wulff muutti Mannerheimintien toiselle puolelle vuonna 1965. Vaikka myymäläverkosto oli yhä näkyvin osa Wulffia suuren yleisön silmissä, tuli myynnistä jo tuolloin suurin osa yrityksille, kunnille ja kaupungeille tehdyistä kaupoista.

Paljon on muuttunut matkan varrella. Työskentely öljylampun valossa, täytekynällä kauniita kirjaimia paperiin piirustuen on aivan erilaista kuin reikäkorttien käyttö loisteputkien valojen alla tai tilausten lukeminen viivakoodilaitteella. Oli aika mikä tahansa, on Wulff aina ollut 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*

Martti Kurjensaari, *Kulma ja kaari –kirja Wulff Oy Ab:n historiasta, 1965*



Kaunistuotoinen käyräviivain on symboloinut Wulffia ja sen osaamista jo yli 50 vuotta. Merkin on suunnitellut Mainos Taucherin taiteellinen johtaja P.O. Nyström. Vuosien varrella logon väritys ja vuosiluvun käyttö merkin yhteydessä on vaihdellut. Sinisen värin merkki sai Beltonin ostettua Wulffin vuonna 2002. Belton-Yhtiöiden muuttaessa nimensä Wulff-Yhtiöiksi vuonna 2008 logoon palautettiin yhtiön perustamisvuosi 1890.

Yhteystiedot



41

Yhteystiedot Suomessa

Wulff-Yhtiöt Oyj

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

Belton Oy

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

Entre Marketing Oy

Ruoholahdenkatu 21
00180 Helsinki
p. 010 633 5500
f. 010 633 5599
info@entre.fi
www.entre.fi

Ibero Liikelahjat Oy

Höyläämötie 11 A
00380 helsinki
p. (09) 560 100
f. (09) 5601 0200
myynti@iberoliikelahjat.fi
www.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
p. (09) 478 822
f. (09) 4788 2345
info@kbtuote.fi
www.kbtuote.fi

Looks Finland Oy

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

Naxor Care Oy

Manttaalitie 12
01530 Vantaa
p. 0207 496 270
f. 0207 496 251
myynti@naxorcare.fi

Naxor Finland Oy

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

Suomen Rader Oy

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

Torkkelin Paperi Oy

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

Wulff Oy Ab

Manttaalitie 12
01530 Vantaa
p. (09) 8704 6336
f. (09) 8704 6300
asiakaspalvelu@wulff.fi
www.wulff.fi

Yhteystiedot ulkomailta

Belton Svenska AB

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

Belton AS

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

KB Eesti Oü

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

Nordisk Profil AS

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

Wulff Supplies AS

Norway
Haraldrudveien 11
Postboks 6296 Etterstad
0603 Oslo
tel. +47 810 30 123
fax +47 800 41 234
kundservice@wulffsupplies.no
www.wulffsupplies.no

Wulff Supplies AB

Sweden
Långgatan 7
341 84 Ljungby
tel. +46 372 850 00
fax +46 20 45 20 20
kundservice@wulffsupplies.se
www.wulffsupplies.se

Wulff Supplies A/S

Denmark
Midtager 33
2605 Brøndby
tel. +45 70 10 44 44
fax. +45 70 10 44 44
kundservice@wulffsupplies.dk

UAB Wulff LT

Piliakalnio g. 7
Vilnius
Lithuania
tel. +370 2032926
fax. +370 2032927
info@wulff.lt
www.wulff.lt

WULFF LYHYESTI

TAPAHTUMIA 2009

KONSERNIJOHTAJAN KATSAUS

LIIKETOIMINTA

HENKILÖSTÖ

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

RATKAISUT

HALLITUKSEN KOKOONPANO

JOHTORYHMÄ

120-VUOTIAS WULFF

YHTEYSTIEDOT

1890  WULFF