



A-lehdet Oy

Vuosikertomus

1997

Elämää

ei sen
vähempää

1997

A-lehdet Oy Vuosikertomus

Sisältö

- 3 Toimitusjohtajan katsaus
- 4 Sinä olet tärkeä
- 6 Fakta: Uusia näkökulmia
- 9 Viherpiha: Rakkaus kasvattaa kauneimmat kukat
- 10 Ilmoitusosasto: Intiimejä suhteita
- 13 Visiot toteutuvat
- 14 Hallituksen toimintakertomus ja tilinpäätös
- 17 *Tuloslaskelma*
- 18 *Tase*
- 20 *Rahoituslaskelma*
- 21 *Tilintarkastuskertomus*
- 21 *Voitonkäyttöehdotus*
- 23 *A-lehdet Oy:n organisaatio*
- 24 Katso: Meitä kehtaa katsoa!
- 27 Asiakaslehdet: Palvelun kermaa
- 28 Ritari neljän pyörän päällä
- 31 30 paikkaa lukea aikakauslehtiä
- 34 A-lehtien lehdet 1998

Vuosikertomuksen toimitus

Päätoimittaja Kiti Andrejew
Ulkoasu Raili Vesanen
Kuvankäsittely A-repro
Paino Speedmaster Oy
Kannen kuva Kuvapörssi

Yhteystiedot

A-lehdet Oy
Faktum Oy
Prihel Oy
Soundi Oy
Hitsaajankatu 10
00081 A-lehdet
puhelin 09-75 961
fax 09-786 858
<http://www.a-lehdet.fi/>
info@A-lehdet.fi

Yhdessä eteenpäin

Arviot eri viestintämuotojen asemasta ja tulevaisuudesta ovat saaneet uutta väriä viime vuosien kehityksestä. Samalla kun julkinen kohu on käyty uuden viestintäteknologian ympärillä, aikakauslehdet ovat vahvistaneet asemaansa markkinoilla. Tämä kehitys voimistui vuonna 1997. Aikakauslehtien kokonaislevikki kasvoi selvästi, ja erityisesti kilpailussa mediamarkoista aikakauslehtien kasvu oli omaa luokkaansa.

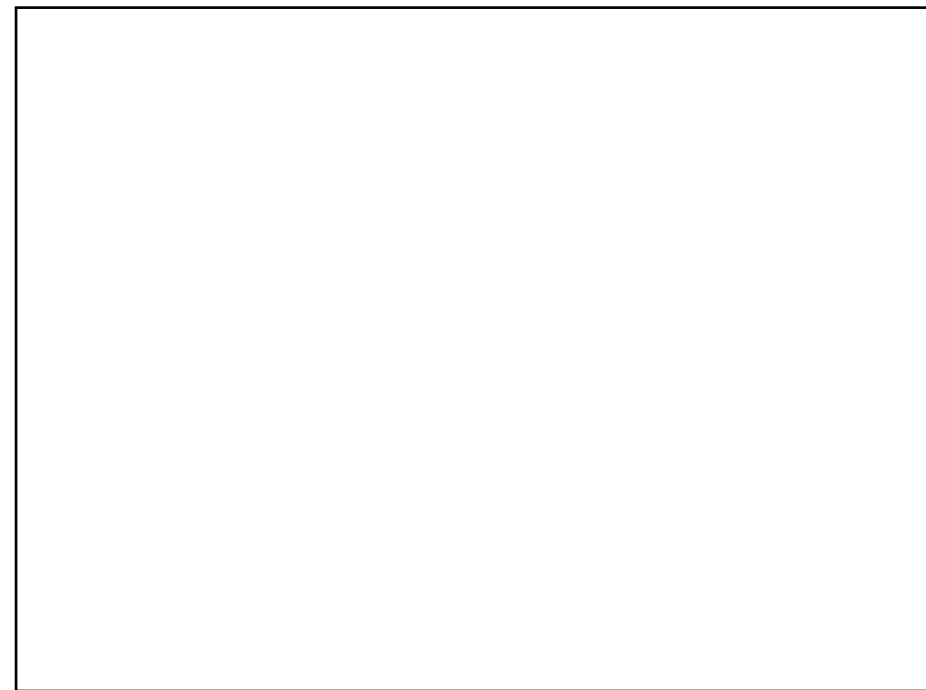
Syyt ovat selvät. Aikakauslehdillä on useita ainutlaatuisia ominaisuuksia ja siksi niitä on mahdoton korvata. Aikakauslehtien laatua on onnistuttu jatkuvasti nostamaan ja side lukijoihin on vahvistunut. Toisaalta brandin, tuotemerkin, rooli markkinoinnin kilpailutekijänä on jälleen palautettu sille kuuluvaan asemaan. Tämä tukee nimenomaan aikakauslehden valintaa mediaksi. Niin nyt kuin tulevaisuudessaakin.

Me A-lehdissä teimme vuonna 1997 merkittäviä asioita ja saavutimme hyviä tuloksia.

Konsernissa selkiytimme liiketoimintastrategiaamme myymällä painotoiminnan ruotsalaiselle TINA-konsernille. Samalla olimme rakentamassa pohjoismaihin merkittävää painoalan yhteenliittymää, johon Helprintin ohella kuuluu kolme ruotsalaista painoa. TINA on selvästi pohjoismaiden suurin painoalan yritys. A-lehdet Oy on TINAn osakas yhdeksän prosentin osuudella.

Ratkaisulla vahvistimme myös merkittäväällä tavalla A-lehtien taloudellisia voimavaroja ja loimme siten entistä paremmat edellytykset perusliiketoimintamme, kustannustoiminnan, kehittämislle.

Kustannustoiminnassa panostimme edelleen lehtiemme kehittämiseen hyvin tuloksin. Julkaisemiemme lehtien kokonaislevikki kasvoi yli 60 000 kappaleella eli kahdeksan prosenttia kaikkien aikakauslehtien kokonaislevikin kasvaessa neljä prosenttia. Myös useimpien lehtiemme lukijamäärät kasvoivat. Ilmoitusmyyntimme kasvu oli 20 prosenttia.

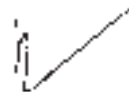


Taloudellinen tuloksemme oli jälleen uusi ennätys. Konsernin tulos ennen varauksia ja veroja oli 299 mmk ja emoyhtiön tulos 38 mmk.

Kuluvan vuoden alussa päätimme luoda itsellemme uuden, inspiroivan työympäristön. Tulemme suunnittelemaan ja rakennuttamaan 2000-luvun A-lehtitalon, joka innostaa meidät entistä parempiin suorituksiin.

Me teemme sielulla ja sydämellä työtä asiakkaidemme menestykseksi. Se on tuonut menestystä myös meille itsellemme. Lämmin kiitos kaikille asiakkaillemme ja yhteistyökumppaneillemme hyvästä yhteistyöstä. Kiitos myös konsernin koko henkilökunnalle hyvistä tuloksista.

Tämä on meidän elämäämme, ei sen vähempää!



Seppo Laakso
toimitusjohtaja

Sinä olet tärkeä

TÄMÄ LAUSE ON
ENEMMÄN TOTTA
KUIN EHKÄ
TAJUAMMEKAAN.
SE TUO MUKANAAN
VASTUUN JA
VAPAUDEN.

tä lukemattomia ihmisiä, joiden ansiosta uunituore lehti ilmestyy oikeaan aikaan lukijan lämpimään kotiin tai lehtipisteeseen.

Sanotaan, että mikään ei ole sattumaa, että kaikella on tarkoituksensa. Jokaisella ihmisellä, jonka tapaamme ja kaikella, mitä tapahtuu on jokin merkitys kaikille asianosaisille. Me voimme ymmärtää tuon merkityksen välittömästi tai vasta viidestoista päivä. Ehkä emme ymmärrä sitä koskaan.

Kun käsitämme maailman näin, jokaisesta ihmisestä ja jokaisesta kohtaamisesta tulee tärkeä. Jokainen ihminen on koko ajan ja samanaikaisesti sekä opettaja että oppilas.

Lehtitalolla on vain yksi pääoma: ihmiset. Ihmisten ideat, tiedot ja taidot, tekipä ihminen työkseen mitä tahansa.

Mutta missä nämä ideat, tiedot ja taidot ovat? Missä tämä informaatio sijaitsee? Etevimmänkin tietokoneen uumenissa siitä on vain se osa, joka on mahdollista hahmottaa kirjaimin tai numeroin tai korkeintaan kolmiulotteisella kuvalla.

Mutta ihmisen mieli seikkailee lukuisissa ulottuvuuksissa ja monilla aikatasoilla yhtä aikaa. Salamaakin nopeammin ihmisen mieli keksii, hyväksyy ja hylkää.

Voisimmeko ajatella niin, että yrityksen työntekijät luovat yhdessä informaatiokentän, johon on tallentunut kaikki yritykseen milloinkaan kohdistuneet ajatukset? Ja että jollain salaperäisellä tavalla me pys-

Tässä talossa rakastetaan sanoja ja kuvia, valoja ja varjoja. Mutta jotta ne voisivat tulla todeksi, tarvitaan kunnioitusta herättävä määrä paperia, väriä, bensaa, sähköä, hikeä. Tarvitaan teräviä päitä, hyviä silmiä, reippaita jalkoja – ja paljon kahvia.

Se, että sanoista ja kuvista syntyy juttu ja jutuista lehti, on aina suuri ihme. Liian harvoin me lehdentekijät muistamme kiittää kaikkia niitä

tymme saavuttamaan tuon kentän, joka sijaitsee aivojemme ulkopuolella?

Tämä biokemisti Rubert Sheldrakelta lähtöisin oleva teoria auttaa meitä ymmärtämään, miksi jokainen on tärkeä.

Se, mitä ajattelemme tai teemme tai jätämme tekemättä vaikuttaa aina jotenkin yhteiseen todellisuuteemme. Jo pelkällä olemassaolollaan jokainen ihminen jättää joka päivä merkkinsä yhteiseen informaatiokenttään. Ja tämä informaatiokenttä puolestaan vaikuttaa meihin kaikkiin.

Huikkea näky. Me kaikki kuulumme yhteen ja vaikutamme toisiimme. Hiljaiset harmaat hiiret koloissaan, koreat laululintuset estradilla ja kaikki siltä väliltä.

Näin katsoen jo pelkkä aamulla työhön tulo on vastuullista toimintaa – ja samalla se antaa valtavat mahdollisuudet vaikuttaa.

**Joka perjantai
1,2 miljoonaa
suomalaista aloittaa
viikonlopun Avun
parissa. Miten
lämmिन ja ihmisiä
yhdistävä ajatus!**

Ystävällisyys, välittäminen ja innostus leviävät yhteisessä informaatiokentässämme niin kuin renkaat vedessä, mutta niin monessa ulottuvuudessa, että sitä on mahdoton käsittää.

Kiti Andrejew

**Se mitä teet
ei ehkä näytä tärkeältä,
mutta on erittäin**

tärkeää

että teet sen.

Mahatma Gandhi

EI PELKKIÄ FAKTOJA VAAN MYÖS

Uusia näkökulmia

FAKTA AUTTAA JOHTAJIA
TEKEMÄÄN ENTISTÄ
PAREMPIA PÄÄTÖKSIÄ.
KAIKKIEN TULISI OLLA
BISNESIHMISIÄ, INNOSTAA
PÄÄTOIMITTAJIA TIMO
HOLTARI TERRIERIN TAVOIN.

Kun Faktan päätoimittaja **Timo Holtari** ryhtyy selittämään lehensä strategiaa, lauseet ovat harkittuja ja tarkkaan muotoiltuja. Asiakaslähtöisyys ja käytännöllisyys vilahtelevat virkkeissä, mutta lopulta kaikki kiteytyy kuvioon, jonka päätoimittaja piirtää vahvoin vedoin ruutupaperille. Holtarin pelitaulun keskellä on vain yksi sana: ainoa.

– Menestyäkseen Faktan on oltava jotain ainutlaatuista. Me

emme kulje yhden päivän uutisvirrassa tai edes lähiviikkojen tapahtumissa, vaan Faktan konseptille on keskeistä tarkoituksellinen etäisyys.

Innostuessaan tarkentamaan ajatustaan Holtari kuulostaa juuri niin vakuuttavalta kuin talousihmisiä palvelevan lehden päätoimittajan sopiikin. Tarkkänäköinen mies ei tunnetusti arkaile esittää omia näkemyksiään, ja Holtarin filosofia Faktan linjasta tuntuukin pätevän hyvin myös henkilökohtaisella tasolla.

– Menestys on täydellistä piittaamattomuutta siitä, mitä muut tekevät, hän toteaa.

Jutun täytyy auttaa lukijaa

Faktan strategiassa ainutlaatuisuus toteutuu pitkälti asiakasnäkökulman kautta. Kuukausittain ilmestyvän lehden pitää olla järeä paketti, jonka artikkeleihin lukija voi palata vielä vuosia myöhemmin.

Elämällä on hassu ominaisuus: jos sinulle kelpaa vain

paras

niin hyvin usein myös saat parasta.

Somerset Maugham

Holtarin sanoin Fakta haluaa olla mukana tekemässä bisnesiä ja bisnesihmistä paremmaksi. Oleellista on ymmärtää, että muuttuvassa maailmassa bisnesihminen ei välttämättä ole kylmähermoinen pörssimeklari.

– Me käsitämme bisnesihmisen hyvin avarasti. Johtajat, yrittäjät, asiantuntijat ja virkamiehet ovat kaikki potentiaalisia lukijoita. Jokaisen ihmisen on otettava vastuu itsestään ja otettava käyttöön koko kapasiteettinsa. Oikeastaan kaikkien olisi tajuttava itsensä bisnesihmisiksi.

Holtarin päätoimittajakaudella Fakta on kehittynyt niin johdonmukaisesti hänen linjansa mukaan, että miehen itsensä on vaikea hahmottaa muutoksen vaiheita.

Syksyllä kolmen vuoden tauon jälkeen toimituspäälliköksi palanneen **Heikki Nivaron** mielestä lopullinen ajattelutavan muutos on kuitenkin tapahtunut aivan viime vuosina. Ulkopuolelta muutoksen näkee helpommin.

– Kohderyhmä on aina ollut sama, mutta aina sitä ei ole otettu riittävästi huomioon. Timo toi juttuihin asiakasnäkökulman, ja nyt se on juurtunut aika tiukasti. Tärkein kysymys on aina sama: miten juttu auttaa johtajia tekemään parempia päätöksiä.

Ainakin yhden yritysjohtajan

mielestä lehti tarjoaa tarkalleen sitä, mitä lupaakin. A-lehtien toimitusjohtaja **Seppo Laakso** ei väitä itseään objektiiviseksi arvostelijaksi, mutta toteaa Faktan painivan selvästi omassa sarjassaan. Käytännön työhön lehti avaa uusia näkökulmia.

– Talouselämässä painottuvat ajankohtaiset asiat, mutta Fakta käsittelee ajattomia kysymyksiä. Se nostaa esiin uusia johtamisen malleja ja toimii keskustelun herättäjänä.

– Miellyttävää on myös Timon tiukka ote, joka antaa lehdelle oman leimansa. Voidaanhan näitä lehtiä tehdä täällä kuin laboratoriossa, mutta parempi on tuoda vähän persoonallisuutta mukaan.

Järeä ydin, kauniit kuoret

Kauniit sanat eivät lehdeenteossa kanna vielä pitkälle, jos käytännön toteutus ontuu. Faktan ulkoasu ja rakenne uusittiin viime vuonna kokonaan, ja selkeään juttulinjaan yhdistettynä muutos on saanut hienon vastaanoton.

Yhteen teemaan kerrallaan keskittyvä **Fakta Bonus** ja henkistä puolta painottava **Fakta Fiilis** ovat Holtarin mukaan jo merkkituotteita merkkituotteen sisällä.

Uutta uskottavuutta antaa vuoden alussa käynnistynyt yh-

Hienoa työtä!

Faktan toimitus sai A-lehtien vuoden 1997 laatupalkinnon "omaleimaisen lehtikonseptin luomisesta, sen korkeatasoisesta käytännön toteutuksesta ja jatkuvasta määrätietoisesta kehittämisestä."

teistyö Harvardin kanssa. Maailman arvostetuimman bisnesyliopiston lehti **Harvard Management Update** julkaistaan joka kuukausi suomennettuna Faktan yhteydessä. Lukijalle tämä lisenssisopimuksen tarjoama lisäarvo on rahallisestikin merkittävä.

– Oikeastaan Fakta kilpailee enemmän erilaisten seminaarien kuin talouslehtien kanssa. Jokaisessa lehdessä on nyt vähintään yhden seminaarin asiat. Kun seminaarit maksavat pari tuhatta markkaa, Faktan vuosikertahinnan pitäisi oikeastaan olla 25 000 markkaa, Holtari hymyilee.

Seminaarikävijöillä on yleensä hauskaa, mutta niin pitää päätoimittajan mukaan olla myös Faktan lukijalla. Vaikka sisältö on järeää asiaa, se pitää tarjoilla vetovoimaisella tavalla ja aikakauslehden tarjoamin keinoin.

Valokuvaajalle uuden ilmeen vaatima visuaalisuus tarjoaa tervetulleen haasteen. Vaikka kovan luokan yritysjohtajat eivät puvuissaan paljon toisistaan poikkea, ei Faktaa säännöllisesti kuvaava **Martti Leppä** pidä työsarkaansa toivottomana.

– Pysin kestävään kuvaan, pois yksinkertaisista passikuviista ja tylsistä ratkaisuksista. Hieman huumoria on usein mukana. Aikatauluhan niillä miehillä on yleensä tiukka, mutta kun toteuttaa ideansa nopeasti, ongelmia ei synny.

Silmät ovat sielun peili, mutta harvinaisen paljon voi päätellä myös työpöydästä. Timo Holtarin työpöytä on lehtitalossa jo käsite. Puolimetrinen paperivuorten varjossa päätoimittaja ehtii hallinnollisten kuvioiden lisäksi työstää käsittämättömän määrän juttuja.

Esimiehet, sivulliset ja alaiset pitävät miestä armottomana työhulluna ja vahvana keulakuvana, mutta Holtari itse on haluton arvioimaan itseään johtajana.

– Hyvät ja huonot puolet riipuvat niin paljon siitä, kuka katsoo. Hyvää minussa on varmaankin raju sitoutuminen – aidon bisnesihmisen tavoin yritän vaikuttaa omalla esimerkilläni. Fakta on vielä suhteellisen pieni tekijä, ja se sopii minulle. Haastajan asema antaa terrierin henkeä.

Juha Itkonen

Rakkaus kasvattaa kauneimmat kukat

SANAT JA KUVAT EIVÄT
IHAN RIITÄ, KUN MIELI JA
SIELU JANOAVAT
RAVINTOA. IHMINEN
TARVITSEE MYÖS KUKKIA,
TIETÄÄ LUKIJA
SEINÄJOELTA.

Ajattele täydellistä ruusua, sen täydellistä väriä, tuoksua, muotoa. Tunne, kuinka kutkuttavaa on, kun jotain vihreää pilkistää maasta ensimmäisen kerran. Nuppuja, taimia, versoja, siemeniä, kukkia, kasveja, puita, pensaita... Sitä on elämä niiden, jotka ovat hulluna puutarhaan.

Puutarhanhoito kiehtoo kärsivällisiä esteetikkoja, jotka vaalivat lämmöllä rakkaimpia kasvejaan. Moni viherpeukalo selaa (useimmiten multaa kynsiensä alla) Viherpihaa, kodin puutarhalehteä, jonka sivuilla luonto kukoistaa. Viherpiha auttaa keksimään ja kokeilemaan, mitä uutta voisi istuttaa, jos ei kukkapenkkiin, niin mieleensä.

Seinäjokelainen **Tuulikki Mäenpää** on ihastunut erityisesti Viherpihan kauniisiin kuviin. Innokkaana viherpeukalona häntä kiinnostavat puutarhat eivät vain Suomessa vaan koko maailmassa.

– Pienenä, ennen kuin ymmärsin puutarhakukista, rakastin luonnonkukkia ja halusin tietää niiden nimet. Se on periytynyt jopa tyttärentyttarelle, joka jo pikkuisena osasi enemmän nimiä kuin minä ja muisti myös latinalaiset nimet.

Myös Tuulikki peri rakkautensa daalioihin äidiltään. Ne kukkivat lapsuudenkodin puutarhassa ja ovat sen takia aina olleet hänen seuranaan jokaisessa puutarhassa.

Tuulikin nykyisessä rivitalopuutarhassa daalioita kasvaa parisentoikymmentä, ja lisää on tulossa, myös seinustalle jättiläispalsamin tilal-

le. Lempikukkiaan Tuulikki hoivaa rakkaudella ja lannoitteella. Seinäjoki on hallanarkaa aluetta, joten niitä peitelläänkin tarpeen tullen.

Joka kesä Mäenpäiden piha puhkeaa kukkaloistoon, ja joka kesä Tuulikki kokeilee jotain uutta. Tänä vuonna vuorossa ovat muun muassa metsäköynnös ja alppiruusut. Vielä hän haaveilee, että jasmiiini ja ruusukvitteni viihtyisivät hänen pihallaan. Ne ovat siitä vaativia, että niiden täytyy saada paikka auringossa.

– Puutarhaa oppii hoitamaan kantapään kautta. Puolisoni sanoi, että tee puutarhasta niin kaunis kuin haluat, joten olen kokeillut kaikenlaista. Hän auttaa kovasti, eikä minun tarvitse huolehtia nurmikosta, vaan hän hoitaa sekä niitot että kylvöt.

Hieno piha onkin. Tuulikki hiukan vähättelee kehuja, mutta puutarhan upeudesta kertoo myös talon seinään kiinnitetty laatta, jossa lukee, että Mäenpäiden piha palkittiin 1994 kaupungin kauneimpana.

– Emme edes tienneet olevamme mukana kilpailussa ennen kuin meidät kutsuttiin ottamaan palkintoa vastaan. Lautakunta oli salaa käynyt katsomassa täällä keväästä syksyyn.

Mäenpäiden kotikatu on ihan sattumalta Orvokinkuja. Sen kunniaksi etupenkissä kukkii orvokkeja vapusta pitkälle marraskuuhun.

Ainakin yksi paikka peittoaa oman pihan. Tuulikin sydän unohtui Viherpihan lukijamatkalla henkeä salpaavaan Pagatellen puutarhaan, joka sijaitsee Pariisin ulkopuolella.

– Voi, kun pääsisi sinne vielä kerran! Siellä oli niin monenlaisia ruusuja: suuria, pieniä, tuoksuvia, kaiken kokoisia, näköisiä ja värisiä. Se oli todellinen paratiisi.

Taisi Voltaire tietää, mihin sanoihin lopettaa kuuluisa romaaninsa *Candide*, kun maailma oli ylösalaisin: hoitakaamme puutarhaamme.

Samaa ehdottaa Viherpiha.

Elina Pirinen

Intiimejä suhteita

LEHTI JA LUKIJA. IHMISET JA
ILMOITUKSET. LAATU JA PALKINTO.
SIINÄ INTIIMEJÄ SUHTEITA, JOTKA
TIIVISTYVÄT A-TALON TOISESSA
KERROKSESSA.

Ilmoitusmyyntiosaston johtaja **Matti Sahravuo** on mielissään, eikä onnistu aivan kokonaan piilottamaan tyytyväisyyttään tyynen ulkokuoren alle. Syytä hymyyn on: ilmoitusosasto sai A-lehtien vuoden 1997 laatupalkinnon, perusteluina pitkäaikainen ja korkealaatuinen toiminta me-
nekin edistämisessä ja asiakassuhteiden syventämisessä.

Palkintoa on edeltänyt vuosien uurastus. Lukemattomiin haasteisiin on vastattu, ja niitä on vielä runsain mitoin jäljellä. Laakereille ei voi toden totta jäädä lepäämään.

Tunnustus lämmittää koko ilmoitusosastoa.

– Laatupalkinto otettiin vastaan hyvillä mielin. Se on kunnianosoitus siitä, että työmme on noteerattu ja sille annetaan aidosti arvoa, Sahravuo sanoo. Hänen mukaansa viidessä vuodessa on tapahtunut huimia muutoksia.

– Osaston tunnelma on parantunut. Olemme saaneet aikaan uutta ajattelua ja suhtautumista, ja tiimityöskentelyä on kehitetty.

Potkua työstä ei ole ainakaan vähentänyt se, että yhteiselle mediakentälle ilmestyi vuosikymmenen alussa uusia pelaajia kamppailemaan samasta pallosta. Aikakauslehtien kilpaileminen sähköisten medioiden kanssa ei ole ollut ihan helppoa.

Hyvä esimerkki uutuudenviehätyksen voimasta on Internetin saapuminen. Se nostatti varsinaisen villityksen, ja kaikki halusivat heti nettiin, vaikka huuma sittemmin onkin laantunut.

**Suuriin saavutuksiin
tarvitaan voiman sijasta**

sinnikkyyttä

Samuel Johnson

Lehti on luottoystävä

Aikakauslehti ei voi mahtailla vallankumouksellisilla uutuuksilla ja muutoksilla. Sen viehätysvoima perustuu jatkuvuuteen.

– 90-luvun alku oli kaikille vaikeaa, mutta oli ajassa jotain hyvääkin. Silloin tavallaan palattiin juurille. Uudet välineet sumentavat asiakkaita ja on vaara, että keskitytään epäolennaiseen. Aikakauslehden ongelma on se, että sitä pidetään liian itsestään selvänä, eikä markkinojalla ehkä synny lehteen normaalia suhdetta.

Sahravuo pohtii, että lehtipinoja selaavan markkinoinnin ammattilaisen on vaikea asettua kuluttajan, siis tavallisen lukijan asemaan. Täytyy muistaa, että hyvä lehti on mukana ihmisten elämässä vuositolkulla, ja eri lehdet vastaavat kulloisenkin elämänvaiheen tuomiin erilaisiin tarpeisiin.

Autoilevaa lukijaa kiinnostavat autolehdet, ja vastikään tietokoneen hankkinut huomaa yhtäkkiä innostuvansa bittialan julkaisuista, joita ei ennen vilkaissutkaan. Sahravuo, kolmen pojan isä, on miettinyt tätä myös omassa elämässään.

– Ihminen valitsee lehden elämäntilanteensa mukaisesti. Kun vaimoni odotti esikoistamme, jossain vauvalehdessä oli suuri makuupussitesti, ja se lehti oli silloin pakko saada.

Lehden kanssa solmitaan kestävä ystävyysuhde. Se alkaa jo siitä, että lukija valitsee sadoista lehdistä itselleen sellaisen kumppanin, jonka kanssa hän tulee toimeen. Lukija luottaa lehteen kuin kaveriinsa. Jos kaveri ei osoittaudu luottamuksen arvoiseksi, sitä ei valita uudelleen.

– Lehden ja lukijan välinen kontakti on läheisin aika-

Kauneus ja terveys antavat fyysistä ja henkistä kanttia. Niin myös Kauneus ja Terveys.

kauslehdissä, televisioon ei sitouduta samalla tavalla kuin lehteen. Minkä muun median kanssa kuluttajalla on niin intiimi suhde, että sen kanssa ollaan kahden kesken ja mennään vaikka sänkyyn?

Lehden kanssa ei pelata sekuntipeliä. Lehteen tarttuvat nekin innokkaat penkkiurheilijat, jotka jättävät olympialaisten aikaan kaikki muut kanavat mainoskatkoineen oman onnensa nojaan. Aikakauslehti odottaa kärsivällisesti, ja sen luokse voi palata silloin kun itselle sopii.

Ihmisenä ihmiselle

Ilmoittajien ja A-lehtien yhteistyön mehukkaimpia hedelmiä maistellaan vuosittain **Media Finlandia** –palkintojenjakotilaisuudessa, jossa an-

netaan tunnustus arvovaltaisen raadin valitsemille parhaille aikakauslehtimainoksille ja niiden tekijöille.

– Juhla on osoitus siitä, että arvostamme ilmoittajien työtä. Me teemme oman osuutemme paremman lopputuloksen saavuttamiseksi, Sahravuo selvittää.

Parhaat ilmoitukset ovat nyt myös yksissä kansissa. Yhteistyökumppaneiden palvelemiseksi on koottu kirjan muotoon **tietopankki**, jossa on kaikkiaan 3000 ilmoitusta. Näistä on koottu kirja, jossa on esiteltynä 23:n toimialan 15-20 parasta ilmoitusta. Tietoa siitä, miten mainonta toimii eri lehdissä, on kerätty vertailukelpoisin kriteerein 90-luvun alusta alkaen.

Pelkkien lukujen luettelemisen hoitaisi faksi tai sähköposti, mutta elävien ihmisten välisen vuorovaikutuksen merkitys on tunnustettu missä tahansa bisneksenteossa. Pienellä talolla on tässä suhteessa etulyöntiasema.

– Hyvät ihmiskontaktit ovat punainen lankamme. A-lehdet on perheyhtiö, johon ei ole rakennettu raskasta byrokratiaa, ja siinä erotumme kilpailijoistamme. Jokaisella myyntipäälliköllä on omat vastuunasiakkaansa, joille he myyvät A-medioita kokonaisuutena. Vastuu on suuri, mutta niin ovat valtuudetkin. Se tekee työstä selkeää, ja sen ainakin pitäisi lisätä työmotivaatiota ja helpottaa työn arviointia.

Mukavat ihmiset ovat A-medioiden toiminnan perusyksikkö.

– Tavoitteenamme on olla palvelualtis, sympaattinen ja haluttu yhteistyökumppani. Tätä työtä tehdään ihmisenä ihmiselle.

Iina Soininen

Visiot toteutuvat

Kolme ja puoli vuotta sitten hallintoassistentti, toimistopalvelupäällikkö ja toimituspäällikkö osallistuivat koulutuspäiville, joilla haettiin uusia ratkaisuja tuottavuuden parantamiseksi. He joutuivat (vai tuppautuivatko he?) työryhmään, jonka oli määrä ideoida uutta toimitaloa A-lehdille.

Posket hehkuen ja sydän innosta puhkuen he alkoivat rakentaa mielikuvaa talosta, joka vaalisi työntekijöiden kehon, mielen ja sielun terveyttä ja näin edistäisi yhtiön menestystä. He itsekin hämmästelivät sitä, miten samansuuntaisia näkemyksiä heillä oli.

Työryhmä teki talosta pyöreän ja antoi sille nimeksi Positiivinen oravanpyörä. Se sijoitettiin Meri-Herttoniemen rantakalliolle eli lähelle nykyistä, ahtaaksi käynnyttä A-taloa. Pyöreä rakennus symboloi ikuisuutta, jatkuvuutta ja yhteisyyttä. "Mikä olisikaan sopivampaa yhtiölle, jonka johtoajatus on yhdistää maailmaa tiedon, viihteen ja lähimmäisenrakkauten avulla", naiset kirjoittivat, sillä olihan vain taivas katonna.

Mennäänpä sisälle. Lasista ja suomalaisesta puusta rakennettu talo hivelee kaikkia aisteja. "Valoa tulvii kaikkialle. Meren-

puoleinen seinä on lasia, ja kaikkien iloksi ruudut voi avata raikkaille tuulille. Lasia ovat myös käytävien sisäseinät, jotta talon keskelläkin työskentelevät saavat nauttia vuodenajoista ja kauniista näkymistä."

"Kaikkein ihanin asia on ympyrän sisään jäävä puutarha. Ikkivihreiden puiden alla kukkivat trooppiset kukat, ja lasinen kattokupoli tuo lähelle taivaan, auringon ja tähdet, pilviselläkin säällä."

Työryhmän naiset muistuttivat, että mitä paremmassa tasapainossa ihmisen eri puolet ovat, sitä tehokkaammin hän työskentelee. Ympäristöllä on yllättävän suuri vaikutus ihmisen kaikinpuoliseen hyvinvointiin.

Siksi heidän unelmiensa toimitalossa valkoisella puuteroidut pastellisävyt hyväilevät silmiä ja sielua. Hyvinvoivat viherkasvit puhdistavat ilmaa ja tuovat luonnon sisälle. Eri huoneissa tuoksuvat erilaiset eteeriset öljyt, jotka virkistävät, rentouttavat ja tehostavat työntekoa. Työntekijöillä on mahdollisuus kuunnella tarpeidensa mukaan rauhoittavaa tai innoittavaa musiikkia. Hiljentymishuoneessa voi halutessaan rukoilla tai meditoida.

Kaikki iloitsevat suuresta yhteisestä ruokalasta, jossa ravitaan sekä kehoa että sielua ja lisätään yhteishenkeä.

Nyt voisi ajatella, että tämä kolmen naisen työryhmä kuvitteli unelmiensa työpaikan, jossa vain nautitaan eikä muisteta tehdä työtä. Enempää väärässä ei voisi olla. Päinvastoin työryhmä uskoi vahvasti siihen, että heidän visioimansa työympäristö kehittää luovuutta ja parantaa tuottavuutta.

Tässä yhteydessä oleellista on se, että unelmilla on siivet. Luova visualisointi todella toimii. Mitä selkeämmin ja tarkemmin osaamme kuvitella, mitä haluamme, sitä helpommin visiot tulevat todeksi. Tämän olen oppinut Voi Hyvin -vuosinani.

Työryhmä haaveili ja kirjoitti, että muutamme uuteen taloon vuonna 2000. Ja nyt yhtiössä on käynnistetty hanke, jonka mu-

kaan uusi toimitalo valmistuu vuonna 2000. Olen varma, että moni asia on siellä niin kuin Positiivisessa oravanpyörässä. Talouspäällikön huoneessa esimerkiksi on suihkulähde, jossa ui kultakaloja.

Kiti Andrejew

Hallituksen toimintakertomus 1997

Graafisen alan kehitys jatkui kertomusvuonna myönteisenä. Tähän vaikuttivat lähinnä mainonnan voimakas kasvu, kotimaisen kulutuskyynnän lisääntyminen sekä graafisten tuotteiden nopeasti kasvava kysyntä Venäjän markkinoilla.

Suomessa mediamainonnan kasvu kolminkertaistui edellisvuodesta yhdeksään prosenttiin. Aikakauslehdissä kasvu oli yli 20 prosenttia. Yksityiset kulutusmenot kasvoivat runsaat kolme prosenttia. Graafisen alan kokonaisliikevaihto kasvoi noin kuusi prosenttia.

Kun kustannuskehitys samalla oli maltillista, parani alan kannattavuus tuntuvasti.

Työttömyys väheni edelleen, ja investoinnit kasvoivat selvästi edellisvuodesta.

A-lehdet konserni

A-lehdet konsernissa toteutettiin kertomusvuonna merkittäviä järjestelyitä. A-lehdet Oy osti Helprint Oy:n vähemmistö-

osakkeet, jolloin Helprintistä tuli A-lehdet Oy:n täysin omistama tytäryhtiö. 1.10. alkaen Helprintin liiketoiminta myytiin ruotsalaiselle TINA-konsernille. Samassa yhteydessä A-lehdet Oy merkitsi noin yhdeksän prosenttia TINAn osakkeista. Helprintin ohella TINA-konserniin kuuluu kolme Ruotsissa sijaitsevaa kirjapainoa.

Tästä muutoksesta johtuen konsernin tilinpäätös ei ole vertailukelpoinen edellisvuoden kanssa. Siksi vertailuluvut esitetään toimintakertomuksessa vain emoyhtiön osalta.

Tilivuoden päättyessä konserniin kuuluivat aikakauslehtiä kustantavat A-lehdet Oy (emoyhtiö), Faktum Oy ja Soundi Oy sekä Prihel Oy (entinen Helprint Oy), jolla ei ollut toimintaa tilivuoden päättyessä.

Liikevaihto ja tulos

Konsernin liikevaihto oli 703,8 mmk. Viennin osuus liikevaihdosta oli 46 %.

Konsernin tulos ennen satun-

naiseria oli 68,1 mmk ja tulos ennen varauksia ja veroja 299,3 mmk.

Investoinnit

Konsernin kokonaisinvestoinnit olivat 197 mmk. Investoinnit käyttöomaisuusosakkeisiin olivat 191 mmk ja muut investoinnit 6 mmk. Ne tehtiin lähinnä tietotekniikkaan. Investoinnit tehtiin emoyhtiössä.

Rahoitus

Konsernin maksuvalmius oli koko tilikauden erittäin hyvä. Rahoitustulos oli 324 mmk. Pitkäaikaiset lainat maksettiin kokonaisuudessaan pois. Tilivuoden päättyessä konsernin likvidit varat olivat 490 mmk.

Rahoitusrakenne parani edellisvuodesta. Omavaraisuusaste nousi 40,8 %:sta 45,4 %:iin.

Nettorahoitustuotot olivat 7,0 mmk (edellisenä vuonna netto-rahointuskulut olivat 6,9 mmk).

Henkilöstö

Konsernin palveluksessa oli tilivuoden päättyessä 277 henkilöä. Näistä emoyhtiössä työskenteli 263 henkilöä, mikä on kaksi enemmän kuin edellisenä vuonna. Lisäksi puhelinmyyntiyksiköt työllistivät yhteensä 65 tuntipalkkaista työntekijää.

Henkilöstön kehittäminen painottui lähinnä tietotekniikan

hyväksikäyttöön, palvelukoulutukseen ja asiakassuhde-markkinointiin. Suomen kuntourheiluliiton kanssa toteutettiin työpisteiden ergonomiatutkimus sekä henkilöstön työasento- ja lihaskuntomittaus.

A-lehdet Oy Emoyhtiö

Tilivuonna A-lehdet Oy julkaisi yhteensä yhtätoista yleisölehteä sekä kahdeksaa asiakaslehteä. Lisäksi tytäryhtiö Soundi Oy julkaisi yhtä yleisölehteä ja Faktum Oy kahta ammattilehteä.

A-lehdet Oy:n julkaisemien lehtien kehitys oli hyvä. Kokonaislevikki kasvoi yli 60 000 kappaleella. Samoin kasvoivat useimpien lehtien lukijamäärät. Lehtien kannattavuus parani lähes kautta linjan, osittain merkittävästi.

Katso-lehti uudistettiin ja sitä täydentämään alettiin julkaista Leffa- ja Saippuaoppera-lehtiä. Näin syntyi kokonaisuus, joka kattaa täydellisesti tv- ja elokuvaviihteen. Uudistamisen seurauksena Katson levikkikehitys on kääntynyt kuluvana vuonna nousuun.

Tilivuoden aikana julkaistiin Meidän Mökki -lehden koenumero. Kuluvana vuonna Meidän Mökki ilmestyy kuutena numerona. Kauneus ja Terveys -lehden erikoisnumero Madame ilmestyi kaksi kertaa.

Meidän Talo -lehden materiaaliin pohjautuvasta venäjänkielisestä lehdestä tehtiin sopimus moskovalaisen IS Print-yhtiön kanssa. A-lehdet myy toimituksellisen aineiston IS Printille, joka vastaa lehden julkaisemisesta.

A-lehdet Oy:n laatupalkinnot

myönnettiin Fakta-lehdelle sekä ilmoitusmyyntiosastolle.

A-lehdet Oy on ollut lehtien toimitukselliseen aineistoon perustuvassa A-maailma Internettissä jo vuodesta 1993. Kertomusvuonna A-maailma uudistettiin tehdyn käyttäjätutkimuksen pohjalta.

Puhelinmyyntikapasiteettia lisättiin perustamalla loppuvuodesta toimisto Helsinkiin. Toiminta käynnistyi kuluvan vuoden alussa. Kaksi muuta yksikköä toimivat Tampereella ja Seinäjoella.

Lehdenmyynti

Yleisölehtien kokonaisvolyymi kasvoi vajaat kolme prosenttia edellisvuodesta. Kasvu tapahtui tilausmyynnissä, kun taas irtomyyntinä volyyymi aleni reilun prosentin.

A-lehdet Oy:n julkaisemien yleisölehtien kokonaisvolyymi oli 21,6 milj.kpl, mikä on 2,9 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Asiakaslehtiä tuotettiin yhteensä 6,2 milj.kpl.

Lehtien levikit

Yleisölehdet

	1997	1996
Apu	251.736	252.616
Katso	58.149	58.442
Tuulilasi	84.501	78.499
AutoXpress	29.032	29.699
Eeva	97.945	96.889
Kauneus ja Terveys	69.450	65.133
KT Madame	73.105	ei tark.
Voi Hyvin	73.866	69.218
Avotakka	79.339	61.921
Meidän Talo	51.288	44.592
Viherpiha	70.123	46.172

Asiakaslehdet

	1997	1996
Kultaraha	710.159	ei tark.
Futari	77.748	78.465
Hippo	124.981	ei tark.
	painosmäärä	
Axus Finland	52.000	36.000
Hirsilehti	45.000	46.000
Lehtiposti	11.000	11.000
Pingviini	37.000	41.000
Suomen Länsi	350.000	350.000

Ilmoitusmyynti

Mediamainonnan kasvu kiihtyi selvästi edellisvuodesta ja oli noin yhdeksän prosenttia. Aikakauslehdet kasvattivat selvästi markkinaosuuttaan myynnin kasvun oltua peräti 22 %.

A-lehdet Oy jatkoi aikakauslehtimainonnan laadun parantamiseen tähtäävää Media Finlandia -kilpailua. Parhaaksi vuoden 1997 uudeksi aikakauslehti-ilmoitukseksi valittiin Vaasan Leipomot Oy:n ilmoitus "On kai se aika hyvää".

Uutena toimenpiteenä koottiin ainutlaatuinen tietopankki, joka käsittää 3000 parasta seitsemän viime vuoden aikana A-medioissa julkaistua ilmoitusta, joita on koko ajan tutkittu yhdenmukaisin kriteerein. Tietopankki julkistettiin kuluvan vuoden alussa.

A-lehdet myi kertomusvuonna yhteensä 4.093 sivua, missä on kasvua 16 prosenttia. Markkamääräisesti myynti kasvoi 20 prosenttia.

Liikevaihto ja tulos

A-lehdet Oy:n liikevaihto oli 351 mmk, missä on kasvua 11,5 %.

Tulos parani selvästi edellisvuodesta ja ylitti asetetun tavoitteen. Käyttökate oli 31,7 mmk, mikä on 9 % liikevaihdosta sen oltua edellisvuonna 7,2 % liikevaihdosta.

Tulos ennen satunnaiseriä oli 48,9 mmk sen oltua edellisvuonna 22,1 mmk.

Tilinpäätöksessä on omaksuttu uusi käytäntö markkinointikulujen jaksotuksessa, minkä vuoksi satunnaisiin kuluihin on kirjattu 13,4 mmk kertaluonteisia kuluja.

Hallinto

A-lehdet Oy:n hallitukseen kuuluivat tilikauden aikana

Aatto Prihti, yliasiamies, hallituksen puheenjohtaja
Anne Lyytikäinen-Palmroth, päätoimittaja
Kirsti Lyytikäinen, kustantaja
Olli-Pekka Lyytikäinen, varatoimitusjohtaja
Yrjö Lyytikäinen, päätoimittaja
Jukka Virta, toimitusjohtaja
Seppo Laakso, toimitusjohtaja

Toimitusjohtaja

Seppo Laakso

Tytäryhtiöiden toimitusjohtajat

Prihel Oy Olli-Pekka Lyytikäinen
Faktum Oy Timo Holtari
Soundi Oy Timo Kanerva

Tilintarkastajat

Wilhelm Holmberg, KHT
KPMG Wideri Oy Ab

Konserniyhtiöt

Prihel Oy (ent. Helprint Oy)

Helprintin liiketoiminta myytiin ruotsalaiselle TINA-konsernille 1.10. lukien. Täten pohjoismaihin muodostui merkittävä painoalan yhteenliittymä, joka kilpailee tasapäisesti suurimpien keskieuropalaisten painojen kanssa.

Helprintin liikevaihto ajalta 1.1.–30.9. oli 348,9 mmk ja tulos ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja 396,6 mmk.

Liiketoiminnan myymiseen liittyen Helprint Oy:n nimi muutettiin Prihel Oy:ksi.

Tilivuoden päättyessä Prihel Oy:llä oli kassavaroja yhteensä 306 mmk. Ne on sijoitettu korkoinstrumentteihin, osakkeisiin ja eri rahastoihin.

Faktum Oy

Faktan levikki kasvoi viidenneksellä ja oli 26.518 kpl. Hyvä Ateria-lehden painosmäärä oli 20.000 kpl.

Fakta solmi sopimuksen Harvard Management Update -newsletterin julkaisemisesta Faktan sivuilla. Hyvän Aterian ulkoasu uudistettiin.

Faktumin liikevaihto oli 18,3 mmk, missä on kasvua 23 prosenttia. Kannattavuus parani selvästi edellisvuodesta. Käyttö-

kate oli 1,8 mmk (0,7 mmk vuonna 96) ja tulos ennen satunnaiseriä oli 1,7 mmk (0,6 mmk v. 96).

Soundi Oy

Soundi Oy:n liikevaihto oli 5,3 mmk, missä on kasvua 4 prosenttia. Kannattavuus parani edellisvuodesta ja tulos ennen satunnaiseriä oli 0,4 mmk (0,0 mmk v. 96).

Näkymät vuodelle 1998

Myönteinen kehitys aikakauslehtimarkkinoilla jatkuu edelleen vuonna 1998. Kysynnän kasvu kuitenkin hidastuu ja kustannukset kohoavat aiempaa enemmän.

Toimintasuunnitelman mukaan kustannustoiminnan tulos A-lehdet konsernissa säilyy edellisvuoden tasolla. Lisäksi sijoitustoiminnan tuotot muodostavat merkittävän osan konsernin kokonaistuloksesta.

Kuluvan vuoden alussa tehtiin päätös A-lehdet Oy:n uuden toimitalon rakennuttamisesta. Hanke käynnistettiin välittömästi, ja uusiin tiloihin yhtiö pääsee muuttamaan vuonna 2000.

(1000 mk)	KONSERNI		KONSERNI		A-LEHDET OY		A-LEHDET OY	
	1.1.97–31.12.97		1.1.96–31.12.96		1.1.97–31.12.97		1.1.96–31.12.96	
		%		%		%		%
LIIVEVAIHTO	703 805	100,0	812 714	100,0	351 293	100,0	315 082	100,0
Valmisteveraston lisäys (+) tai vähennys (-)	-4 161		-717		-		-	
Liiketoiminnan muut tuotot	4 097		5 392		3 398		2 938	
	703 741		817 388		354 691		318 019	
Kulut								
Aineet ja tarvikkeet/painatus	234 717		307 260		60 462		58 374	
Varaston lisäys (-) tai vähennys (+)	13 566		989		-		-	
Ulkopuoliset palvelut	11 049		20 546		-		-	
Henkilöstökulut	126 340		144 245		77 461		76 067	
Vuokrat	8 645		9 320		7 844		8 273	
Muut kulut	224 004		216 136		177 224		152 624	
	618 321		698 495		322 990		295 338	
KÄYTTÖKATE	85 419	12,1	118 893	14,6	31 701	9,0	22 682	7,2
Poistot								
Käyttöomaisuudesta ja muista pitkävaikutteisista menoista	23 906		29 205		10 112		9 264	
Konserniliikkeen poisto	448		583		-		-	
	24 354		29 788		10 112		9 264	
LIIVEVOITTO	61 066	8,7	89 105	11,0	21 589	6,1	13 418	4,3
Rahoitustuotot ja -kulut								
Osinkotuotot	21		18		21 122		7 142	
Korkotuotot lyhytaikaisista sijoituksista	3 830		965		2 366		383	
Muut rahoitustuotot	6 069		6		8 662		2 381	
Kurssierot	-15		-793		-		-	
Korkokulut	-2 717		-6 868		-4 775		-1 105	
Muut rahoituskulut	-96		-271		-96		-93	
	7 092		-6 942		27 279		8 709	
VOITTO ENNEN SATUNNAISERÄÄ, VARAUKSIA JA VEROJA	68 158	9,7	82 163	10,1	48 867	13,9	22 126	7,0
Satunnaiset tuotot ja kulut								
Satunnaiset tuotot	244 625		-		2 538		-	
Satunnaiset kulut	-13 398		-50		-13 398		-50	
	231 227		-50		-10 860		-50	
VOITTO ENNEN VARAUKSIA JA VEROJA	299 385	42,5	82 113	10,1	38 008	10,8	22 076	7,0
Poistoeron lisäys (-) tai vähennys (+)								
Vapaaehtoisten varausten lisäys (-) tai vähennys (+)	-		-		374		-396	
Siirtymävaraus	-		-		7 000		-	
Välittömät verot:								
Tilikaudelta	-114 126		-24 092		-12 808		-6 447	
Aikaisemmilta tilikausilta	-11		-18		-14		-17	
	-114 137		-24 110		-12 822		-6 464	
TILIKAUDEN VOITTO ENNEN VÄHEMMISTÖOSUUTTA	185 248	26,3	58 003	7,1	32 560	9,3	15 216	4,8
Vähemmistöosuus tilikauden tuloksesta	-757		-15 318		-		-	
TILIKAUDEN VOITTO	184 491	26,2	42 685	5,2	32 560	9,2	15 216	4,8

(1000 MK)	KONSERNI		KONSERNI		A-LEHDET OY		A-LEHDET OY	
	31.12.1997	%	31.12.1996	%	31.12.1997	%	31.12.1996	%
VASTAAVAA								
KÄYTTÖMAISUUS JA MUUT PITKÄAIKAISET SIIJOITUKSET								
Aineettomat hyödykkeet								
Aineettomat oikeudet	841		1 181		–		–	
Konserniliikearvo	–		1 127		–		–	
Muut pitkävaikutteiset menot	5 645		8 350		5 645		8 105	
	6 485		10 659		5 645		8 105	
Aineelliset hyödykkeet								
Maa- ja vesialueet	405		2 119		405		405	
Rakennukset	17 908		50 214		17 908		18 136	
Koneet ja kalusto	10 075		116 541		10 075		11 308	
Muut aineelliset hyödykkeet	–		153		–		–	
Ennakkomaksut ja keskeneräiset hankinnat	–		476		–		–	
	28 387		169 504		28 387		29 848	
Käyttöomaisuusarvopaperit ja muut pitkäaikaiset sijoitukset								
Tytäryhtiöosakkeet	–		–		181 198		37 942	
Muut osakkeet ja osuudet	54 017		14 209		54 017		6 106	
	54 017		14 209		235 215		44 048	
Käyttöomaisuus yhteensä	88 890	14,0	194 372	52,7	269 247	54,5	82 001	60,8
VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISUUS								
Vaihto-omaisuus								
Aineet ja tarvikkeet	126		13 692		–		–	
Keskeneräiset tuotteet	–		3 063		–		–	
Valmisteet	–		1 098		–		–	
	126		17 853		0		0	
Saamiset								
Myyntisaamiset	11 182		67 716		10 112		8 094	
Lainasaamiset	6 240		233		–		55	
Siirtosaamiset	39 686		53 319		31 253		38 274	
Muut saamiset	120		114		120		114	
	57 229		121 382		41 485		46 538	
Rahoitusomaisuusarvopaperit								
Osakkeet ja osuudet	91 096		–		20 447		–	
Muut arvopaperit	386 995		3 988		152 995		3 988	
	478 091		3 988		173 442		3 988	
Rahat ja pankkisaamiset	11 588		30 912		9 685		2 380	
Vaihto- ja rahoitusomaisuus	547 034	86,0	174 136	47,3	224 611	45,5	52 906	39,2
VASTAAVAA YHTEENSÄ	635 923	100,0	368 508	100,0	493 858	100,0	134 907	100,0

(1000 MK)	KONSERNI		KONSERNI		A-LEHDET OY		A-LEHDET OY	
	31.12.1997		31.12.1996		31.12.1997		31.12.1996	
VASTATTAVAA		%		%		%		%
OMA PÄÄOMA								
Sidottu oma pääoma								
Osakepääoma	10 050		10 050		10 050		10 050	
Vapaa oma pääoma								
Kertyneet voittovarot	93 124		54 841		29 181		18 366	
Tilikauden voitto	184 491		42 685		32 560		15 216	
	277 616		97 526		61 741		33 583	
Oma pääoma yhteensä	287 666	45,2	107 576	29,2	71 791	14,5	43 633	32,3
Vähemmistöosuus	1 444	0,2	42 654	11,6	–		–	
VARAUKSET								
Kertynyt poistoero	–		–		568	0,1	942	0,7
Vapaaehtoiset varaukset								
Siirtymävaraus	–		–		–		7 000	5,2
VIERAS PÄÄOMA								
Pitkäaikainen								
Lainat rahoituslaitoksilta	200	0,0	47 797	13,0	0	0,0	3 133	2,3
Lyhytaikainen								
Lainat rahoituslaitoksilta	143 156		29 891		142 956		3 133	
Ostovelat	7 448		14 993		7 230		5 712	
Siirtovelat	196 010		123 890		71 390		69 556	
Muut lyhytaikaiset velat	–		1 706		199 922		1 796	
	346 614	54,5	170 480	46,3	421 499	85,3	80 198	59,4
VASTATTAVAA YHTEENSÄ	635 923	100,0	368 508	100,0	493 858	100,0	134 907	100,0

(1000 mk)	KONSERNI	KONSERNI	A-LEHDET OY	A-LEHDET OY
	1997	1996	1997	1996
TILIVUODEN TOIMINNASTA SAADUT VARAT				
Käyttökate	85 408	118 893	31 690	22 682
Rahoituskulut (netto)	7 092	-6 942	27 279	8 708
Satunnaiset kulut/tuotot	231 238	-50	-10 849	-50
Verot	-114 137	-24 110	-12 822	-6 464
Osingot	-13 553	-5 672	-4 402	-2 512
Varat toiminnasta yhteensä	196 049	82 119	30 896	22 364
Vähemmistöosuuden vähennys	-32 817			
NETTOKÄYTTÖPÄÄOMAN MUUTOS				
Lyhytaikaisten saamisten lisäys (-) tai vähennys (+)	-390 625	-15 844	-171 706	40
Vaihto-omaisuuden muutos lisäys (-) tai vähennys (+)	17 727	1 707	-	-
Korottomien lyhytaikaisten velkojen lisäys (+) tai vähennys (-)	64 575	18 760	3 352	6 989
Korollisten lyhytaikaisten velkojen lisäys (+) tai vähennys (-)	-1 706	263	198 126	1 005
	-310 029	4 885	29 773	8 034
YLIJÄÄMÄ (NETTOKÄYTTÖPÄÄOMAN MUUTOKSEN JÄLKEEN)	-146 797	87 004	60 669	30 398
NETTOINVESTOINNIT	81 129	-11 176	-197 358	-7 767
YLIJÄÄMÄ/ALIJÄÄMÄ INVESTOINTIEN JÄLKEEN	-65 668	75 828	-136 690	22 631
VIERAAN PÄÄOMAN VÄHENNYS/LISÄYS				
Uudet lainat	139 823	-	139 823	-
Lainojen lyhennykset	-74 155	-75 828	-3 133	-22 631
	65 668	-75 828	136 689	-22 631
	0	0	0	0

Voitonkäyttöehdotus

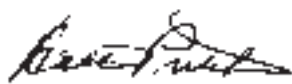
Yhtiökokouksen käytettävissä on

voitto edellisiltä vuosilta	29 181 011,37 mk
tilivuoden voitto	32 560 173,65 mk
yhteensä	61 741 185,02 mk

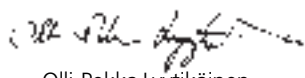
Konsernin jakokelpoinen vapaa oma pääoma on

61 741 185,02 markkaa. Hallitus ehdottaa, että osinkoa jaetaan 6350 markkaa per osake eli yhteensä 6 381 750 markkaa ja loput voitosta jätetään voittovarojen tilille.

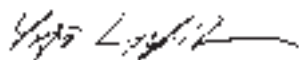
Helsingissä 10. maaliskuuta 1998



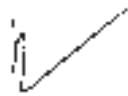
Aatto Prihti



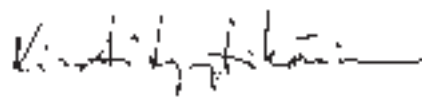
Olli-Pekka Lyytikäinen



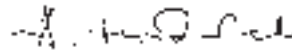
Yrjö Lyytikäinen



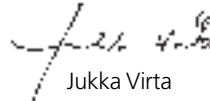
Seppo Laakso



Kirsti Lyytikäinen



Anne Lyytikäinen-Palmroth



Jukka Virta


Tilintarkastuskertomus

Olemme tarkastaneet A-lehdet Oy:n kirjanpidon, tilinpäätöksen ja hallinnon tilivuodelta 1997. Hallituksen ja toimitusjohtajan laatima tilinpäätös sisältää toimintakertomuksen sekä konsernin ja emoyhtiön tuloslaskelman, taseen, rahoituslaskelman ja liitetiedot. Suorittamamme tarkastuksen perusteella annamme lausunnon tilinpäätöksestä ja hallinnosta.

Tilintarkastus on suoritettu hyvän tilintarkastustavan mukaisesti. Kirjanpitoa sekä tilinpäätöksen laatimisperiaatteita, sisältöä ja esittämistapaa on tällöin tarkastettu riittävässä laajuudessa sen toteamiseksi, ettei tilinpäätös sisällä olennaisia virheitä tai puutteita. Hallinnon tarkastuksessa on selvitetty hallituksen jäsenten ja toimitusjohtajan toiminnan lainmukaisuutta osakeyhtiölain säännösten perusteella.

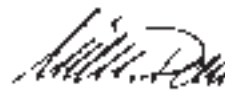
Lausuntonamme esitämme, että tilinpäätös on laadittu kirjanpitolain sekä tilinpäätöksen laatimista koskevien muiden säännösten ja määräysten mukaisesti. Tilinpäätös antaa kirjanpitolaissa tarkoitetulla tavalla oikeat ja riittävät tiedot konsernin sekä emoyhtiön toiminnan tuloksesta ja taloudellisesta asemasta. Tilinpäätös konsernitalinpäätöksineen voidaan vahvistaa sekä vastuuvapaus myöntää emoyhtiön hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle tarkastamaltamme tilivuodelta. Hallituksen esitys taseen mukaisen vapaan oman pääoman käsittelystä on osakeyhtiölain mukainen.

Helsinki 26. maaliskuuta 1998



Wilhelm Holmberg
KHT

KPMG WIDERI OY AB



Mikko Palo
KHT



Lehtiryhmät

LEHTIRYHMÄ 1
Yksikönjohtaja
Varatoimitusjohtaja
Olli-Pekka Lyytikäinen
Apu, Apu-Rstikot, Apukerho
Katso

LEHTIRYHMÄ 2
Yksikönjohtaja
Varatoimitusjohtaja
Olli-Pekka Lyytikäinen
Tuulilasi
AutoXpress

LEHTIRYHMÄ 3
Yksikönjohtaja
Pirjo Nurmilaukas
Eeva
Kauneus ja Terveys
Madame
Voi Hyvin

LEHTIRYHMÄ 4
Yksikönjohtaja
Maj-Lis Huttunen
Avotakka
Meidän Talo
Meidän Mökki
Viherpiha

LEHTIRYHMÄ 5
Toimitusjohtaja
Timo Kanerva
Soundi

LEHTIRYHMÄ 6
Toimitusjohtaja
Timo Holtari
Fakta,
Hyvä Ateria

LEHTIRYHMÄ 7
Julkaisupäällikkö
Riitta Nikkola
Asiakaslehdet

Ilmoitusmyynti

Myyntijohtaja
Matti Sahravuo

Lehdenmyynti

Kenttämyynti
Myyntijohtaja **Vesa Lamminen**
Suoramyynti
Myyntijohtaja **Päivi Huhtala**
Puhelinmarkkinointi
Myyntijohtaja **Kaisu Tajakka**
Irtonumeromyynti
Myyntipäällikkö **Raili Manunen**
Asiakaspalvelu
Osastopäällikkö **Hilkka Manninen**

Hallitus

Aatto Prihti (pj)
Jukka Virta
Anne Lyytikäinen-Palmroth
Kirsti Lyytikäinen
Olli-Pekka Lyytikäinen
Yrjö Lyytikäinen
Seppo Laakso

Toimitusjohtaja
Seppo Laakso

Taloushallinto

Taluspäällikkö
Riitta Mansikka

Henkilöstöhallinto

Hallintojohtaja
Maija Salonen

Tietohallinto

Tietohallintojohtaja
Jukka Päivärinta

Kuvapalvelut

Tuotantopäällikkö
Marko Harmia

Meitä kehtaa katsoa!

KATSO-LEHTI ON
UUDISTUNUT EDUKSEEN.
SEURAAVASSA
ANNAMME ITSELLEMME
PUHEENVUORON.
SANOTTAVAA RIITTÄÄ,
ONHAN KYSEESSÄ
LEMPIAIHEEMME.

eikä vain puhuta. Joudun tekemään elämäni ensimmäisen oikean haastattelun eläkkeelle jäävästä urheiluselostajasta **Voitto Raatikaisesta** suunnilleen siltä istumalta. Ja minä kun kuvittelin, että työnkuvani koostuu lähinnä "oikeiden toimittajien" mukana roikkumisesta ja kahvin keittämisestä. Tekemällä oppii, minulle sanottiin.

Vuosi 1993, helmikuu. Minut, tiedotusopin opiskelija **Jussi Tuomola**, on hyväksytty kuukauden ajaksi Katso-lehteen toimittajaharjoittelijaksi. Tiedän ennalta Katson olevan luotettava ja asiantunteva tv-lehti, jossa arvostellaan elokuvia, esitellään ohjelmia ja haastatellaan niiden tekijöitä.

Jo ensimmäisestä, toisena työpäivänäni pidetystä toimituskokouksesta alkaen minulle selviää, että Katsossa tehdään

**Kurkota vaikka kuuta taivaalta.
Vaikka et saisikaan sitä,
voit silti saada**

tähtiä

Les Brown

Nyt, helmikuussa vuonna 1998 tehdään edelleen. Minulla on ollut ilo olla osana tätä tekemistä ja kehityskaarta jo viiden vuoden ajan. Aluksi freelancerina, sittemmin vakituisena avustajana, määräaikaisena toimittajana ja kuluvan vuoden alusta vakituisena toimittajana.

Tänä aikana Katso on muuttunut monta kertaa. On tehty henkilövaihdoksia sekä linjan ja sisällön muutoksia, joista suurimmat ja kauaskantoisimmat viime vuonna. Tekeminen on kuitenkin pysynyt aina ja edelleen pääosassa. Nyt tehdään vielä paremmin.

Paljon uudistuksia

Katson levikki on nousussa, irtonumerot myyvät entistä paremmin ja lehti on myyntipisteissä näkyvästi esillä. Lämmittää mieltä, kun näkee viisitoistakesäisen tytön selaavan Katson seurapiiripalstaa tavaratalon paperiosastolla. Tai kun huomaa vanhemman pariskunnan syventyvän *Ihmeidentekijöiden* juonipaljastuksiin.

Maan laajimmat ohjelmatiedot tarjoaa Katso! Katso, niin tiedät mitä kannattaa katsoa.

– Visuaalisuus on tärkeä osa Katsoa. Suunnittelemme ulkoasun tekstin hengen mukaiseksi lisäten siihen oman näkemyksemme. Työmme on yhdistää sana ja kuva luovasti, kertovat AD **Aku Rätty** ja taittäjä **Nando Malmelin**, jotka tulivat Katsoon viime vuonna.

Poikien kädenjälki näkyy sivuilla värikkään visuaalisena ilotulitukseksi, oli sitten kyse palstojen logoista tai henkilöhaastattelun kuvien sijoittelusta. Katsossa onkin panostettu yhä enemmän myös ulkoasuun ja valokuvaukseen. Uusia tekniikoita kokeillaan ennakkoluulottomasti, ja kuvattavia kaunistetaan meikkitaiteilijoiden ammattilaisvoimin. Meitä todellakin kehtaa katsoa.

– Markkinointi voi alkaa vasta kun tuote on kunnossa. Hyvälläkään mainoskampanjalla ei pelasteta keskeneräistä tuotetta. Katsossa toimittiin oikeassa järjestyksessä. Meillä on nyt tuotepaketti, jossa on imua. Sitä on ilo markkinoida.

Näin sanoo markkinointipäällikkö **Petri Monola**, lenkki lukijoiden ja toimituksen välillä. Markkinoinnissa huomattiin reilu vuosi sitten, että "vanha" Katso ei mene sellaisenaan tarpeeksi hyvin kaupaksi. Päätettiin lisätä viihteellisyttä, tarjota julkisnäköisille suomalaisille seurapiirien humua ja rennompia juttukokonaisuuksia. Toivottiin myös perheenlisäystä tv-lehtiperheeseen. Syntyivät tervetulleet ja terveet kaksoset **Leffa** ja **Saippuaoppera**.

Leffa syventyy nimensä mukaisesti elokuvamaailmaan. Se sisältää arvosteluja, esittelyjä, haastatteluja ja pikkutietoa. Tekijäkaarti edustaa elokuvatoimittajien parhaimmistoa. Saippuaoppera liukastelee Ridgen jatkuvasti vaihtuvien naisten jäljillä, kertoo *Kotikadun* kuulumisia ja tapaa tähtiä. Kumpikin lehti lanseerattiin nimenomaan tukemaan ja täydentämään Katson tarjontaa, erikseen niitä ei saa edes hankittua.

Katson ja Leffan toimitussihteeri ja ansioitunut musiikkitoimittaja **Jukka Väänänen** siteeraa Jethro Tull -yhtyettä: "Too Old to Rock 'n' Roll, Too Young to Die." Lainaus kuvaa osuvasti lehden linjaa. Katso on liian vanha pelkästään rokkaavaksi nuortenlehdeksi ja toisaalta liian nuori kangistumaan kaavoihin. Kaikille tarjotaan jotain, se on päämäärä.

Tarjolla elämyksiä

– Katso on vauhdikas ja nuorekas täyden palvelun lehti ja tv-katselun kartta. Ohjelmatiedot, lisälehdet ja viikkolehti – niiden kanssa luulisi saavan ajan kulumaan.

Näin kehuu Katson tuore päätoimittaja **Marja Aarnipuro**. Hän osuu enemmän kuin oikeaan puhuessaan lehdestämme tv-katselun karttana. Uudistuksessa lisääntyneet, tarkat ohjelmatiedot lähes kaikilta mahdollisilta ja mahdottomilta kanavilta ohjaavat katsojan suosikki-ohjelmansa pariin. Kun oma ohjelma on sitten löytynyt, siitä on hauska lukea taustoja tai sen esiintyjistä lisätietoja.

– Hyvä lehti välittää, tarjoaa ja luo elämyksiä. Katso on sellainen lehti lukijalle ja tekijälle. Sen osaavaan tekijätiimiin on kunnia kuulua, sanoo päätoimittaja.

Elämyksistä puhui myös Voitto Raatikainen, kun vapisevana harjoittelijana tein hänestä ensimmäisen juttuni.

Suomalaisten urheilijoiden menestys ja toisaalta myös epäonne olivat koskettaneet selostaja Raatikaista syvältä. Ne olivat tarjonneet hänelle elämyksiä, joiden avulla väistämättömät rutiinipäivät jaksoi luovia läpi. Raatikainen kertoi halunneensa selostuksissaan välittää näitä elämyksiä kotikatsomoihin, ehkä jopa olla mukana luomassakin niitä.

On etuoikeus välittää elämyksiä lukijoille teksteissään. On upeaa yrittää tehdä itse elämyksiä ja Katsossahan nimenomaan TEHDÄÄN.

Jussi Tuomola

ASIAKASLEHDET OVAT
PALJON MUUTAKIN
KUIN JALKAPALLOA,
JÄÄTELÖÄ, RAHAA JA
HIRSIÄ. NIITÄ TEHDÄÄN
ANTAUMUKSELLA.

Asiakaslehdet asettuivat aloilleen viime vuosikymmenen vaihteessa, jolloin niitä kutsuttiin yritysulkaisuiksi. Nyt niitä on A-talossa kahdeksan Palloliiton **Futarista** Postin **Lehtipostin** kautta Valion **Pingviiniklubiin**.

– Nämä ovat oikeita lehtiä eivätkä yritysten tuotekuvastoja. Firmojenkin asiat yritetään esittää mahdollisimman houkuttelevalla tavalla, vakuuttaa asiakaslehtien julkaisupäällikkö **Riitta Nikkola**.

– Meidänkin täytyy myydä lehti, saada lukija tarttumaan siihen. Se tehdään aiheiden valinnalla, juttujen tasolla ja hyvällä journalistisella työllä.

Kun kahlaa läpi asiakaslehtien kaislikon, haaviin tarttuu jäätelöreseptien ja säästämävinkkien lisäksi juttuja avaruudesta, univaikeuksista ja mediasta. Hyvän asiakaslehden resepti ei poikkea muista lehdistä.

Tämän vuoden ensimmäisen Osuuspankin **Kultarahan** kannessa myhäilee presidentti

Palvelun kermaa

Martti Ahtisaari virtolaisessa vilpapidassa, ja Honkarakenteen **Hirsilehdessä** juttelee kilpajaja Minna Kuoppala. Esimerkiksi Kultarahan luetuimmat hikit käsittelevät perheitä ja parisuhteita.

– Meillä on juttuja, jotka voisivat olla muissakin lehdissä. Ne saattavat olla vähän suppeampia, koska sivumäärä on rajoitettu. Haastatteluita on harvemmin, mutta sitä enemmän löytyy neuvoja ja vinkkejä. Ehkä se johtuu siitä, että minulla on kova valistamisen tarve, naurahtaa Riitta.

Eläväinen lehtivalikoima pitää tekijänsäkin virkeinä. Kaikilla lehdistä on omat lukijansa, joiden housuihin asettuminen on oma taiteenlajinsa.

– Me todella pidämme näistä lehdistä! Nikkola hehkuu koko tiiminsä puolesta.

– Ensimmäinen ajatus jokaista lehteä tehdessä on aina, että kuka tätä lukee ja mitä tekee. Pa-neudumme todella perinpohjaisesti asiakasfirman kohderyhmään eli lukijoihin.

Onko teistä kivaa, kun on terve? Musta on. Mä säälin niitä, jotka ei ole terveitä. Pidättekö te spagetista? Se on mun lempiruokaa. Mä olen ollut viime aikoina paljon yksin. Silloin voi tehdä kaikkee kivaa.

Näin kirjoittaa 9-vuotias Laura Osuuspankin **Hippo**-lehdessä. Lapsille tarkoitettujen asiakaslehtien pienillä lukijoilla on ihan omat jutut.

– Lasten ja nuorten lehtien tekeminen on erityisen mukavaa, sillä heiltä saa paljon iloista palautetta. Ja kun on omia lapsia, näitä lehtiä on helpompi tehdä, Nikkola kertoo.

Ammattilaisten käsissä

Asiakaslehdetkin tehdään siis lukijaa varten. Nikkolan mukaan on yrityksen etu, että lukija pitää lehdestä ja odottaa sitä. Lehdestä maksava yritys ei keiku sisällön keskipisteenä.

– Kuvaavaa on, että kutsumme asiakasyrityksiämme yhteistyökumppaneiksemme. Näiden firmojen edustajilla saattaa olla omat sisältöehdotuksensa, mutta pitkän yhteistyön jälkeen he luottavat meihin, Riitta Nikkola kertoo.

Tämä tarkoittaa sitä, että lehden tekemisessä ammattitaitoinen toimitus voi ja sen tulee pitää päänsä. Riitan mukaan se onkin todellista välittämistä. Yhteistyökumppanit lienevät tulleet samaan tulokseen, sillä monet ovat teettäneet asiakaslehtiään A-talossa vuodesta toiseen.

– Asiakaslehtien toimitus on pieni tiimi isossa talossa. Se tarkoittaa, että voimme tarjota henkilökohtaista palvelua ja ison talon edut, Nikkola kiteyttää.

Tasokas asiakaslehti silaa yrityksen imagon, se on asiakaspalvelun päältä kuorittavaa kermää.

– Asemansa vakiinnuttanut asiakaslehti on firman lahja lukijalle. Silloin tällöin tulee palautetta, jossa kiitetään: ihanaa, että lähetitte tämän lehden meille ja vielä ilmaiseksi!

Elina Pirinen

**Joskus kiinni pitäminen
tekee sinusta**

vahvan

toisinaan irti päästäminen

Ulrich Schaffer

neljän pyörän päällä

TARVITSEKO KEINUTUOLI
KYYTIÄ STUDIOILLE? TAI
LAMMASLAUMA HELSINGIN
KESKUSTAAN? VAI
JALKAPALLOJOUKKUE? EIPÄ
HUOLTA, SAARISEN PEKKA
JÄRJESTÄÄ ASIAN.

Hän on mies, joka tekee päivittäin mahdollisesta mahdollisen. Kuljetusasiainhoitaja **Pekka Saarinen** ei tunnu pitävän itseään mitenkään ihmeellisenä olentona, mutta talon väki puhkeaa ylistäviin lausuntoihin.

Olen ollut kymmenen vuotta talossa, enkä ole koskaan kuullut Pekan sanovan, että jokin ei olisi mahdollista. Kerran hän sanoi ei, ja silloin hän oli itse Abvenanmaalla. Silloinkin hän kysyi, että mitä minulla olisi ollut. (Kursivoidut sitaatit ovat työtovereitten kommentteja.)

Kaikki tuntevat tämän tyynen ja hillitysti hymyilevän avuliaan herran. Pekka Saarinen on pelastanut monen A-lehtiläisen työpäivän kiidättämällä tarpeellista tavaraa ja kiireistä kansaa paikasta toiseen.

Pekka on pysynyt uskollisena työnantajalleen lähes 40 vuotta. Hän aloitti fillaritsupparina eli polkupyörälähetinä viisitoistavuotiaana vuonna 1960. Kulkuneuvo on vaihtunut sittemmin pikkubussiin.

– Olen viihtynyt, en kai muuten olisi näin kauan täällä ollutkaan. Työnantajat ovat hyvät. Olen tuntenut nuoremmat **Lyytikäiset** jo lapsina, ja hyvin me olemme tulleet toimeen keskenämme. Olen osa tiimiä.

Missejä ja possuja

Näiden vuosien jälkeen tuskin enää tulee sellaista lastia, joka saisi Pekan hämmästelemään. Samassa autossa ovat olleet yhtä lailla Kauniit ja rohkeat -sarjan tähti kuin valokuvamallin uraa aloitellut sipoolainen porsas, joka taittoi matkaa studiolle.

Possu joutui kyllä istumaan plyysipenkin sijaan nöyryyttävästi laatikossa. Siitä huolimatta julkisuus kihautti sille päähän. Paluu arkeen ei tahtonut sujua vieroitusoireitta.

– Siitä tuli kuulemma kuvausten jälkeen aika diiva. Se ei olisi tahtonut enää mennä takaisin karsinaan, Pekka kertoo.

Ohikulkija on myös saattanut hieraista silmiään nähdessään

karanneen lammaslauman sän-
täilevän Senaatintorilla. Pekka
oli paikalla silloinkin.

– Oli varmaan aika näky, kun
lampaita metsästettiin pitkin to-
ria. Onneksi oli ilta, ja kaupun-
gilla oli hiljaista, hän muistelee
ja myöntää, että silloin tapaus ei
pahemmin naurattanut. Muisto
autontäydestä suomalaisia mis-
sejä sen sijaan nostattaa hymyn
vieläkin huulille.

*Joskus tulee ihan huono oma-
tunto. Onko Pekal-
la tosiaan asiaa
toiselle puolen kau-
punkia vai lähtee-
kö hän sinne vain
minun takiani?*

Kun pääkaupun-
kiseutua koeteli
helmikuussa julki-
sen liikenteen lakko, Pekan apu
oli monelle entistä korvaamat-
tomampi. Hän noukki kyytiinsä
lakon rampauttamia työläisiä
kaupungin laidalta toiselle. Mitä
miehestä kertookaan se, että
lähtiessään etelänlomalle kes-
ken lakon hän harmitteli joutu-
vansa jättämään niin monen pu-
laan?

Pekan venyminen ei ole jää-
nyt huomiotta.

*Jos talo alkaa harrastaa kor-
kokuvia, ehdottaisin sellaisia
kabdelle ihmiselle: Kikelle ja Pe-
kalle.*

Pekka itse vähättelee ansioi-
taan, eikä häneltä mitään muu-
ta voisi odottaakaan.

– Jonkunhan nämä työt täytyy

tehdä. Ratin takana istuisi joku
muu, jos se en olisi minä.

Korvat kiinni, laulu soi!

On aivan turha arvuutella, mitä
Pekka tuumii kuskipukilla sel-
kensä takana käytävistä keskus-
teluista. Useimmiten ajatukset
ovat jossain aivan muualla, ja
korvat tahtovat sulkeutua kuin
itsestään.

– Joskus ihan säp-
sähtää, jos joku
tulee juttelemaan.
Onhan tämä sitä
paitsi luottamuk-
sellinen työ, eikä
minulla ole tarvet-
ta kertoa juttuja
eteenpäin, Pekka

sanoo. Sen verran hän näyttää
leikittelevän ajatuksella, että vä-
läyttää salamavirnistyksen, sul-
kee hymyn kahvikuppiinsa ja
siristää mietteläästi silmiään.

– Jos olisin kynäihminen, voi-
si olla kerrottavaa...

Joissakin tilanteissa korvia on
liki mahdoton ummistaa. Hy-
väntuuliset matkalaiset puh-
keavat silloin tällöin hilpeään
laulantaan, joka tavoittaa myös
kuljettajan.

*Olen hämmästellyt Pekan ra-
jatonta kärsivällisyyttä. Sitä
vaaditaan varsinkin silloin,
kun toimitus on paluumatkalla
esimerkiksi pitkästä kokoukses-
ta. Yleensä aina lauletaan, ja
pabimmillaan kaksi kuoroa*

laulaa yhtä aikaa eri lauluja.

Koskaan ei tiedä, mitä taitoja
työssä voi tarvita. Pekka on jou-
tunut ottamaan käyttöön esiin-
tyjänlahjansakin. Avun 60-vuo-
tiskiartueella hän pääsi eläyty-
mään Taika-Jimin aisaparin Lot-
harin rooliin.

Pekan 50-vuotispäivän kun-
niaksi työtoverit halusivat osoit-
taa hänelle kiitoksensa pikku-
jouluissa. Pekka oli varma, että
hänelle oli taas varattu jokin
rooli. Tällä kertaa hänen osa-
naan oli katsoa valtaistuimelta
häntä varten tilattua napatanssi-
jaa.

*Pekka on hyvin kaino siihen
näbden, että hän on joutunut
olemaan tekemisissä tämän
bullun porukan kanssa vuosi-
kausia.*

– Tästä työstä täytyy pitää ja
täytyy olla pitkä pinna. Siitä ei
tule mitään, jos lähtee keikoille
hampaitaan kiristellen, sanoo
mies itse.

Ihmeitä tapahtuu

Työtehtävät on ainakin kerran
hoidettu ihmeparantumisen
voimalla. Apupata-kiertueella
kuljetettiin toista viikkoa vaunu-
lastillista vaatteita aina Rovanie-
melle asti. Kokkolassa **Heikki
Hietamiehelle** ja Pekalle iski
pahanlainen nuhakuume.

Pelastusarmeijan majuri oli
saanut tiedon asiasta, ja osasto
oli pitänyt esirukouksen vilustu-

neiden puolesta. Aamun valje-
tessa kumpikin olivat terveitä.
A-lehdissä on tiettävästi vain nä-
mä kaksi henkilöä, joilla on Pe-
lastusarmeijan pyhäkoulun
merkki.

*Taito, millä Pekka yhdistää
keikkansa, on uskomaton. Hän
ei koskaan sano suoralta kädel-
tä ei, vaan tuumii, että ”keskus-
tellaan”.*

Kun *Suomi juoksee*, Pekka
polkaisee taas kaasua. Pisin
keikka on ajettu Utsjoelle ja ta-
kaisin. Parhaimmillaan kilomet-
rejä on tullut matkamittariin sa-
tatuhatta vuodessa, nykyäänkin
ainakin puolet siitä – tuhat kilo-
metriä viikossa.

Onko Saarinen jo kyllästynyt
vääntämään rattia vapaa-ajal-
laan? Ei, niin ei ole päässyt käy-
mään. Hän ei omista autoa.

– Lomalla ajattelin vuokrata
auton. Jos minulla olisi oma,
haaveeni olisi lähteä kiertä-
mään Eurooppaa.

**Yli 150 000 Tuulilasin
lukijaa suunnittelee
ostavansa auton tä-
nä vuonna.**

Iina Soininen

30 paikkaa lukea aikakauslehtiä

1 Armeija. Puukasaa metsässä vartioidessaan lukisi mielellään vaikka valtion tulo- ja menoarviota. Reppuun säilötty **AutoXpress** toisikin sitten vauhdin maailman keskelle korpea.

2 Hammaslääkärin odotushuone. Jos odotushuoneissa ei olisi aikakauslehtiä, suomalaisen hampaat olisivat varmasti paljon huonommassa kunnossa. Pääkallonpaikalta kuuluvan surinan voi yrittää unohtaa syventymällä edellisten asiakkaiden puoliksi silpomiin irtonumeroihin.

3 Jalkapallo-ottelu sateessa Totta kai lasten harrastukset ovat tärkeitä, mutta äidilläkin on oikeutensa. Kun poika juoksee pallon perässä ja isä karjuu kentän laidalla, voi katsomossa istuva äiti kevein mielin kaivaa esiin **Avotakan**.

4 Kahvila. Cappuccino, suklaaleivos, hymyilevä tarjoilija ja puoli tuntia ylimääräistä aikaa. Täydellisestä maailmasta puuttuu vain unelmaseuralainen – tai hyvä lehti.

5 Kampaja. Yksi parhaista lukupaikoista. Hetki aikaa itselle, ja selän takana aikakauslehtien

asiantuntija. Hiusten havistessa lattialle on hyvää aikaa keskustella julkkisten merkillistä ratkaisaista, herrojen munauksista ja Euroopan unionista. Kampaja on yleensä samaa mieltä kuin sinäkin.

6 Kauppatori. Mansikkatuokonen kauppiaalta ja hernepussi toiselta. Jälkiruuaksi jäätelötötterö. Kesäaterian kruunaa **Vierhiphan** sivuja lempeästi hyväilevä tuulenvire.

7 Keittiö. Ruuanlaitto voi tulla nautinto sinänsä, mutta keitosten hautuessa on myös hyvää aikaa syventyä **Avun** maailmaan. Tietysti on muistettava varovaisuus: kokin syventyessä maailman asioihin voi paisti huomaamatta kuivua korpuksi.

8 Kesämökki. Kun halkoja on hakattu vuoden tarpeiksi ja puolet järvestä kannettu pataan, mökkiläisten on lupa rentoutua. Kuistilla **Meidän Talosta** nautiskelevaa lukijaa häiritsee korkeintaan kesäillassa kukkuva käki.

9 Kuntosali. Totta kai terve sielu ansaitsee terveen ruumiin, mutta ylevä päämäärä ei vielä muuta kuntopyörän polkemista

MINNE IKINÄ MENETKIN,
SINNE VOIT OTTAA
AIKAKAUSLEHDEN
MUKAAN. SE
TIEDOTTAA,
VIIHDYTTÄÄ, NEUVOO
JA PALVELEE
VÄSYMÄTTÄ.

nautinnoksi. Harkiten valittu lehti voi senkin tempun tehdä.

10 Kylpyamme. Aprikoosintuoksuisen veden hivellessä arjen raskauttamia raajoja on syytä ohjata myös mieli uusille urille. Kun vaahtoisissa käsissä on tuore **Kauneus ja Terveys**, voi onnenhetken mustata vain kylpyhuoneen ovea hakkaava aviopuoliso.

11 Lentokone. Mikään ei lievitä lentopelkoa yhtä hyvin kuin **Hyvän Aterian** houkuttelevat kattaukset. Niihin syventyessä voi äkkiä havahtua huomamaan, että hymyilevä lentotemäntä kantaakin jo eteen kompaktia lentokone-broileria.

12 Luentosali. Valtaosa yliopiston luennoista on tunnetusti paksulinssisten miesten synkkiä yksinpuheluja, joissa interaktiivista on vain läsnäolopakko. Olkalaukusta löytyvä **Soundi** voi tuoda uusia ystäviä takariviin.

13 Lähipubi. Jotkut pubielämään mieltyneet karttavat johdonmukaisesti kaikkea kontaktia muiden asiakkaiden kanssa. Kannattaa siis ottaa mukaansa lukemista. **Meidän Mökki** vie ajatukset kesään ja iloon.

14 Maailmanpyörä. Kun Linnanmäki kutsuu tai tivoli tulee kaupunkiin, korkeita paikkoja kammoaville koittavat kovat

sinkin, kun kaikilla muilla on suojanaan vain se muutamaan kertaan luettu ilmaisjakelulehti.

16 Mummola. Isovanhempien luona näkee lehtiä, joita ei muuten tulisi koskaan lukeneeksi. Kun siirtää mummon lukulasit syrjään ja muistaa vastailla koukukysymyksiin, voi huoletta pataeta toisiin maailmoihin.

17 Naapuri. Jos ei itse henno tilata kaikkia toivelehtiään, voi aina toivoa naapurin olevan lukuihmisiä. Lehdenvaihtoreissulla voi sitten juoda pullakahvit ja päivitellä, mitä kaikkea ne lehdet kirjoittavat.

18 Ooppera. Tiedetään tapauksia, joissa viaton mies on

raahattu formulakisojen äärestä Verdiä kuuntelemaan. Jos kulttuuri ei todellakaan kiinnosta, voi uhri tappaa aikaa vilkuilemalla vaivihkaa **Tuulilasia.** Aarioihin uppoutunut seuralainen tuskin huomaa mitään.

19 Puhelin. Langan toiseen päähän voi huonolla onnella sattua ihminen, jolla on liian paljon kerrottavaa itsestään. Silloinkin on aikaa syventyä aikauslehteen.

20 Puistonpenkki. Kauniina päivinä täydellinen paikka lukunautinnolle on läheisin puis-

to. Yksinäiset lukijat voivat kaiken muun hyvän lisäksi haa-veilla täydellisestä kumppanista, joka vaivihkaa istahtaa viereen.

21 Riippumatto. Todellinen rentoutuminen lähtee yhä siitä, että kahden puun välille viritetään virttynyt riippumatto, puetaan päälle verkkopaita ja asetutaan horisontaaliseen asentoon. Raskain sallittu ajanviete on aikakauslehden lukeminen.

22 Ruotsinlaivan aurinkokansi. Meri on yleensä sininen ja laiva valkoinen tai punainen; oikeastaan sillä ei ole niin suurta väliä. Ennen seisovaa pöytää ja yökerhoa on kuitenkin aikaa maata kesäisellä kannella ja lukea lehteä, josta ympärillä meluavat ruotsalaiset eivät ymmärrä yhtään mitään.

23 Soutuvene. Souda muovivene selälle, nosta aivot ylös, kaiva lehti perätuhdon alta ja asetu nautinnolliseen asentoon. Avaa **Madame.** Muista varoa tummia pilviä.

24 Tavaratalon lehtihylly. "Maksa ensin, lue vasta sitten." Lehtihyllyillä hiiviskelyssä on kielletyn hedelmän maku – kaikki kauniit kannet melkein pakottavat selaamaan. Kun myyjän katse alkaa polttaa selkää, on aika valita lehti tai pari ja kävellä maksamaan. Oikea repliikki? "Tietenkään en luullut tätä kirjastoksi."

25 Toiletti. Aikakauslehden ylivoina tällä merkittävällä sek-

torilla on lievästi sanottuna murskaava.

26 Tupperware-kutsut. Puolitutun jakkupukunaisen kaivaessa kulhot esiin on toisinaan pakko toimia. Nappaamalla lehden Artekin lasipöydältä voi varastaa hetken näyttävän poistumisen suunnitteluun.

Jos haluat olla onnellinen,

ole

Henry David Thoreau

27 Työpaikan kahvihuone. Joskus lukukokemuksesta saa enemmän irti, kun kaivaa **Ee-van** eteensä työpaikan kahvihuoneessa. Lukurauhasta ei juuri voi puhua, mutta työtöveistä voi väittelyissä paljastua uusia piirteitä.

28 Uimapatja. Oikeat olosuhteet edesauttavat oppimista. Järven ollessa tyyni ja aurinkoinen on mahdollista asettua uimapatjalle ja pyytää toista ihmistä asetelemaan **Fakta** lukuasentoon. Jos kelluu kauas laiturista, lehteä on kyllä vaikea saada kuivana takaisin.

29 Uimaranta. Eihän aurin-gossa pitäisi maata, mutta kesä on vain kerran vuodessa. Lasten ja lokkien kirkunasta ei ole haittaa, jos mukana on tuhti tuplanumero.

30 Verovirasto. Verovirkailijat ovat joskus vakavaa väkeä, mutta asiakas voi tuoda aurin-

gon mukanaan. Oman vuoron odottaminen vie yleensä sen verran aikaa, että **Voi Hyvin** -lehestä saattaa olla apua positiivisia ajatuksia vaalivalle.

Juha Itkonen

Me palvelemme teitä

Faktum



Fakta
Päätoimittaja Timo Holtari
Levikki 26 518



Hyvä Ateria
Päätoimittaja Seija Mikkonen
Painos 20 000



Soundi
Päätoimittaja Timo Kanerva
Painos 25 000

Soundi

Asiakas- lehdet



Axus
Julkaisija Axus Finland Oy
Painos 52 000



Futari
Julkaisija Suomen Palloliitto
Levikki 77 748
Lukijoita 141 000



Hippo
Julkaisija Osuuspankkikeskus
Levikki suomenkielinen 119 803,
ruotsinkielinen 5178



Hirsilehti
Julkaisija Honkarakenne
Painos 45 000



Kultaraha
Julkaisija Osuuspankkikeskus
Levikki 710 159



Pingviiniklubi
Julkaisija Valio Oy
Painos 35 000



Suomen Länsi
Julkaisija Suomen Länsi
Painos 350 000

myös vuonna 1998



Avotakka
Päätoimittaja Anja Tuomi
Levikki 79 339
Lukijoita 357 000



Meidän Talo
Päätoimittaja Hannu Hotakainen
Levikki 51 288
Lukijoita 210 000



Meidän Mökki
Päätoimittaja Hannu Hotakainen
Painos 70 000



Viherpiha
Päätoimittaja Anja Tuomi
Levikki 70 123
Lukijoita 213 000

A-lehdet



Eeva
Päätoimittaja Liisa Jäppinen
Levikki 97 945
Lukijoita 362 000



Voi Hyvin
Päätoimittaja Arja Sihvola
Levikki 73 866
Lukijoita 318 000



Kauneus ja Terveys
Madame
Päätoimittaja Irmeli Castrén
Levikki 69 450
Lukijoita 435 000



Katso
Leffa ja Saippuaopoppera
Päätoimittaja Marja Aarnipuro
Levikki 58 149
Lukijoita 242 000



AutoXpress
Päätoimittaja Matti Saari
Levikki 29 032



Tuulilasi
Päätoimittaja Matti Saari
Levikki 84 501
Lukijoita 500 000



Apu
Päätoimittaja Markku Veijalainen
Levikki 251 736
Lukijoita 1 140 000



Apu-Ristikot
Päätoimittaja Raimo Jääskeläinen
Painos 23 000

Ei ole helppoa löytää

onnea

sisältään

**eikä ole mahdollista
löytää sitä mistään muualta.**

Agnes Repplier