

2025

S-RYHMÄN VUOSIKATSAUS



Sisältö

1. S-RYHMÄ

5 S-ryhmä lyhyesti
10 Pääjohtajan katsaus
12 Strategia
14 Liiketoimintakatsaukset

2. VASTUULLISUUS

27 Vastuullisuustyö S-ryhmässä
29 Vastuullisuusohjelma
30 Hyvä tulee tekemällä – esimerkkejä teoistamme 2025

3. HENKILÖSTÖ

36 Henkilöstön hyvinvointi
41 Nuorista konkareihin
43 Monimuotoinen, tasa-arvoinen S-ryhmä

4. OSUUSTOIMINTA JA YHTEISKUNTA

47 Sidosryhmäyhteistyö
50 Hyvinvointia osuustoiminnalla

POIMINNAT

2020-luvun investointipotti jo 4,3 miljardia

Kauppa kävi vuonna 2025 S-ryhmässä hieman edellisvuotta vilkkaammin huolimatta haasteellisesta toimintaympäristöstä. Myös investointitahtimme jatkui vahvana. Kaikkiaan olemme investoineet 2020-luvulla kotimaahan ja palveluihin jo noin 4,3 miljardia euroa.

s. 10-25

Päivitetty strategia siivitti kehitystyötä

Vuonna 2025 jatkoimme määrätietoista palveluiden kehittämistä ja tehostimme edelleen omaa toimintaamme. Työtä siivitti päivitetty ryhmästrategiamme, jonka keskiössä on varmistaa kasvava hyöty asiakasomistajille.

s. 12





Hiilinegatiivisuustavoite täyttyi etuajassa

Vuonna 2025 saavutimme tavoitteemme hiilinegatiivisuudesta oman toimintamme osalta. Olimme myös Suomessa ensimmäinen kaupan alan toimija, jonka uudet kunnianhimoiset nettonolla 2050 -ilmastotavoitteet hyväksyttiin tieteeseen perustuviksi (SBTi). Lisäksi laajensimme Iso Juttu -arvoketjuyhteistyötämme kattamaan ilmaston ohella luonnon ja ihmisoikeudet.

s. 28

Vuoden 2025 edelläkävijätekojamme

Ennätysmäärä Bonusta, verojalanjälki lähes 2 miljardia

Palautimme rahallisina etuina asiakasomistajille ennätykselliset yli puoli miljardia euroa. Myös Bonuksen osuus nousi ennätystasolle. 2020-luvulla olemme maksaneet jo kolme miljardia euroa rahallisia etuja. Verojalanjälkemme oli lähes kaksi miljardia euroa. Summa jakautuu pääosin alueellisesti ympäri Suomea.

s. 50-52

Työvuorot kuntoon kimpassa

Yhteisöllinen työvuorosuunnittelu on uusi, osallistava tapa suunnitella työvuorot. Se helpottaa työn ja vapaa-ajan yhteensovittamista ja lisää henkilöstön hyvinvointia sekä vaikutusmahdollisuuksia työhön. Vuonna 2025 jo 5 000 s-ryhmäläistä osallistui työvuorojensa valintaan. Joustava työvuorosuunnittelu on yksi esimerkki keinoistamme edistää inhimillisempää työelämää.

s. 38



S-ryhmä

S-ryhmä on suomalainen osuustoiminnallinen, asiakkaiden omistama yritysryhmä. Tarjoamme marketkaupan, erikoiskaupan, liikennekaupan sekä matkailu- ja ravitsemiskaupan palveluita. Lisäksi osa osuuskaupoista harjoittaa autokauppaa ja rautakauppaa, ja koko Suomessa on kattavat pankkipalvelut S-Pankin kautta.



S-ryhmä lyhyesti

S-ryhmä muodostuu 19 alueosuuskaupasta, Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta (SOK) sekä niiden tytäryhtiöistä. Lisäksi meihin kuuluu kuusi paikallisosuuskauppaa.

Osuuskauppojen verkosto ulottuu koko maahan, ja niiden toiminnassa on vahva alueellinen painotus. Osuuskauppojen jäsenet eli asiakasomistajat omistavat osuuskaupat, jotka puolestaan omistavat keskusliike SOK:n.

SOK-yhtymän muodostavat Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK) ja sen tytäryhtiöt.

SOK on keskusliike, jossa tuotetaan S-ryhmän osuuskaupoille asiantuntija- ja tukipalveluita, kuten ketjuohjaus-, valikoima-, hankinta- ja markkinointipalveluita. SOK vastaa myös S-ryhmän strategisesta ohjauksesta ja liiketoimintaketjujen kehittämisestä. SOK:n tytäryhtiö SOK Liiketoiminta Oy harjoittaa marketkauppaa sekä matkailu- ja ravitsemiskauppaa Virossa.

Alueosuuskauppojen, SOK:n ja niiden tytäryhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto oli vuonna 2025 noin 15,4 miljardia euroa ja vähittäismyynti noin 14,5 miljardia euroa. Olemme suurin yksityinen työllistäjä Suomessa yli 41 000 työntekijällä.

Asiakasomistajat

Omistavat

OSUUS-KAUPAT → **SOK-YHTYMÄ** → **SOK:N VIRON LIIKE-TOIMINTA**

BONUSTA MYÖNTÄVÄT YHTEISTYÖ-KUMPPANIT

OSUUS-KAUPAT	SOK-YHTYMÄ	SOK:N VIRON LIIKE-TOIMINTA	BONUSTA MYÖNTÄVÄT YHTEISTYÖ-KUMPPANIT
Marketkauppa, erikoiskauppa, liikennekauppa, matkailu- ja ravitsemiskauppa, S-Pankki		Marketkauppa, matkailu- ja ravitsemis-kauppa	S-ryhmän liiketoimintaa tukevia palveluja

S-ryhmän missio:

TEEMME YHDESSÄ PAREMMAN PAIKAN ELÄÄ

Alueosuuskaupat ja ulkomaantoiminnot 2025

ALUEOSUUSKAUPAT

Helsinki
Helsingin Osuuskauppa Elanto

Joensuu
Pohjois-Karjalan Osuuskauppa

Jyväskylä
Osuuskauppa Keskimaa

Kajaani
Osuuskauppa Maakunta

Kirkkonummi
Osuuskauppa Varuboden-Osla Handelslag

Kokkola
Osuuskauppa KPO

Kouvola
Kymen Seudun Osuuskauppa

Kuopio
Osuuskauppa PeeÄssä

Kuusamo
Koillismaan Osuuskauppa

Lahti
Osuuskauppa Hämeenmaa

Lappeenranta
Etelä-Karjalan Osuuskauppa

Mikkeli
Osuuskauppa Suur-Savo

Oulu
Osuuskauppa Arina

Pori
Satakunnan Osuuskauppa

Rauma
Osuuskauppa Keula

Salo
Suur-Seudun Osuuskauppa

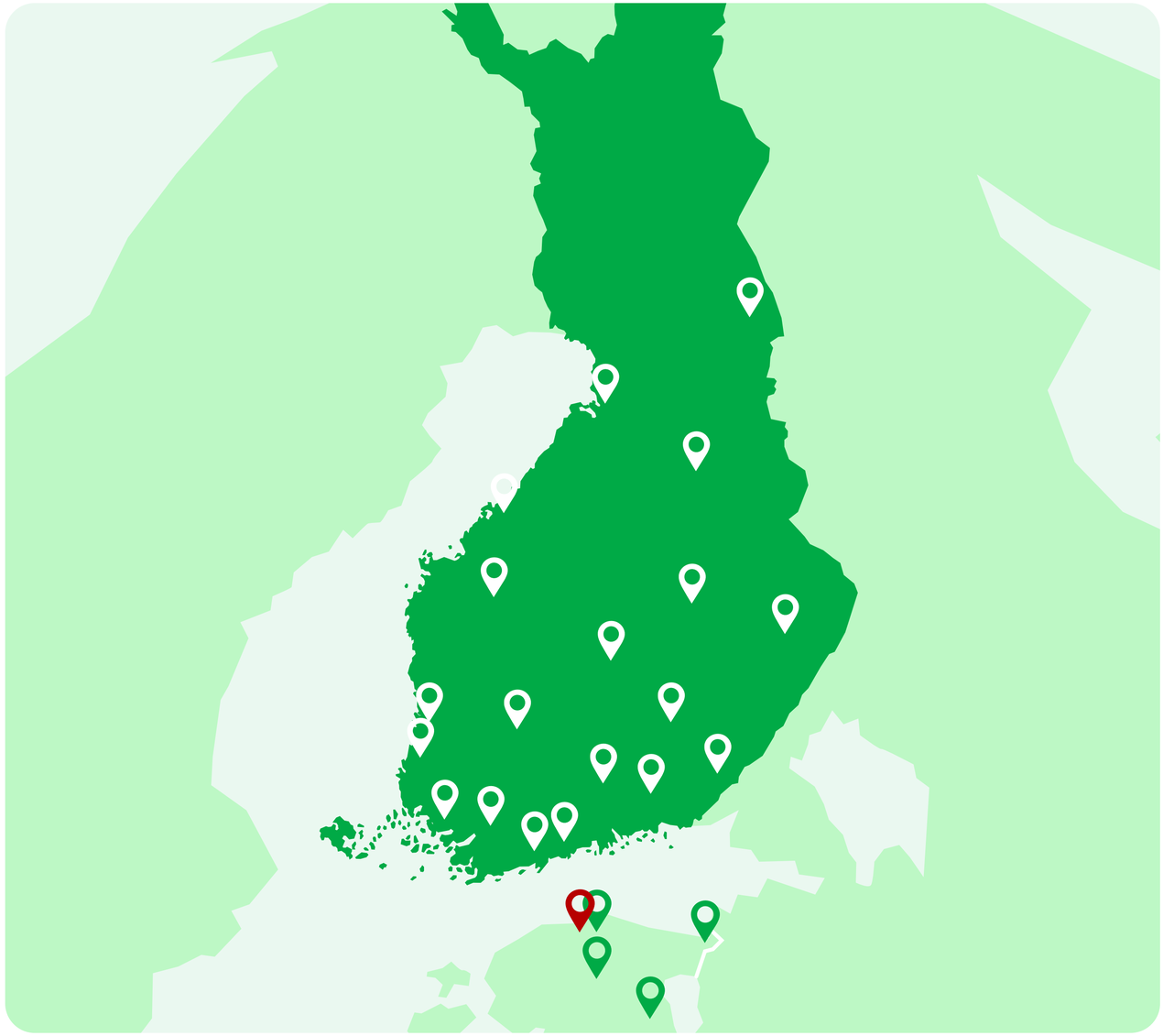
Seinäjoki
Etelä-Pohjanmaan Osuuskauppa

Tampere
Pirkanmaan Osuuskauppa

Turku
Turun Osuuskauppa

ULKOMAANTOIMINNOT

Viro
Prisma Sokos Hotels



S-ryhmä lukuina

S-ryhmän liiketulos säilyi vuonna 2025 hyvällä, lähes edellisvuoden tasolla. Kauppa kävi hieman edellisvuotta vilkkaammin, ja sekä liikevaihto että myynti kasvoivat edellisvuodesta. Kehitystä siivittivät hyvä hintakilpailukyky ja monikanavainen asiointi.

Marketkaupassa ja foodservice-tukkukaupassa myynti kasvoi, ja kehitys oli markkinaa parempaa. Myös matkailu- ja ravitsemiskaupassa myynti kehittyi positiivisesti. Erikoiskauppaan kuuluvien Sokos- ja Emotion-ketjujen myynti säilyi edellisvuoden tasolla, vaikkakin erikoiskauppa kokonaisuudessaan jäi hiukan edellisvuodesta. Palveluitaan digitalisoiva liikennekauppa jatkoi vahvalla kasvupolulla, vaikka myynti jäi edellisvuodesta polttonesteiden maailmanmarkkinahintojen laskun vuoksi.

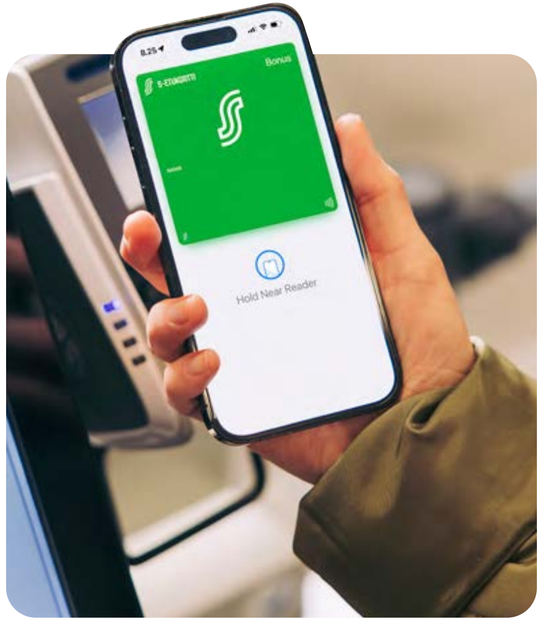
Myös S-ryhmän verkkokauppojen vahva vire jatkui. Kaikki kolme verkkokauppaa kasvattivat myyntiään kymmeniä prosentteja edellisvuoden tasosta.

S-ryhmä panosti edelleen vahvasti kotimaahan ja palveluidensa kehittämiseen. Investoinnit nousivat lähes 700 miljoonaan euroon. Rahallisia etuja maksettiin asiakasomistajille enemmän kuin koskaan aiemmin, yli puoli miljardia euroa. Uusia asiakasomistajia osuuskauppoihin liittyi lähes 112 000.

Alueosuuskauppojen, SOK:n ja niiden tytäryhtiöiden veroton vähittäismyynti liiketoiminta-alueittain 2025

Liiketoiminta-alue	Myynti (milj. €)	Vertailu edellisvuoteen, %
Marketkauppa*	10 996,9	2,5
Liikennekauppa	1 953,7	-3,8
Matkailu- ja ravitsemiskauppa*	837,6	2,4
Erikoiskauppa	266,3	-1,7
Muut	451,1	1,7
S-ryhmä yhteensä	**14 505,6**	**1,5**

*Lukuun sisältyy myynti Virossa.



AVAINLUKUJA

Liiketulos

495

milj. €

Liikevaihto

15 353

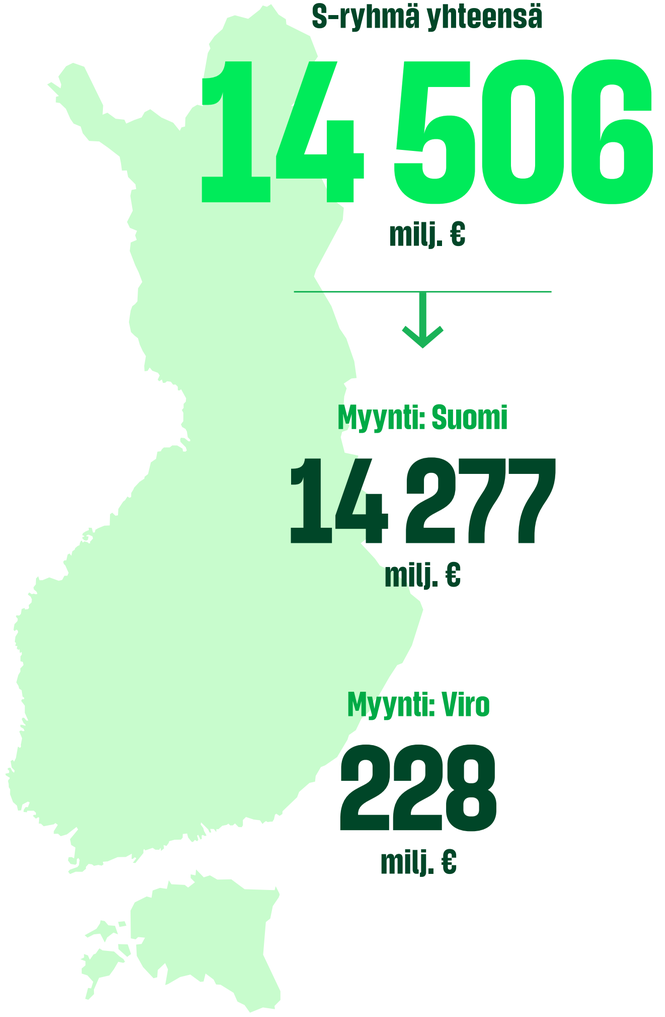
milj. €

Investoinnit

683

milj. €

S-RYHMÄN VEROTON VÄHITTÄISMYYNTI



S-ryhmä yhteensä

14 506

milj. €

Myynti: Suomi

14 277

milj. €

Myynti: Viro

228

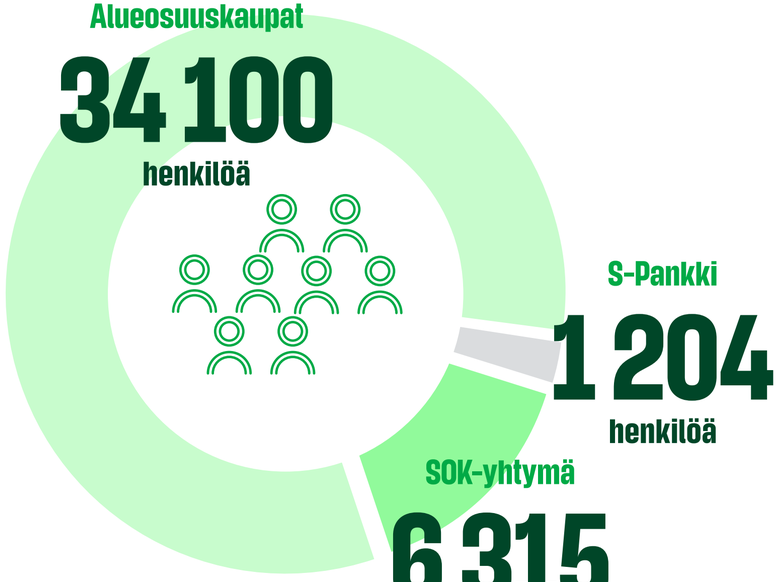
milj. €

HENKILÖSTÖ

S-ryhmä yhteensä

41 619

henkilöä



Alueosuuskaupat

34 100

henkilöä

S-Pankki

1 204

henkilöä

SOK-yhtymä

6 315

henkilöä

TOIMIPAIKAT

S-ryhmä yhteensä

2 059

Toimipaikkojen lukumäärä ei sisällä muiden toimipaikkojen yhteydessä olevia ravintoloita.



OSUUSTOIMINTA ja ASIAKASOMISTAJUUS

Osuustoiminnallisen yritysmuodon ansiosta S-ryhmän osuuskauppojen liiketoiminnassa kiertävä raha hyödyttää osuuskauppojen asiakasomistajia ja varmistaa alueellisen hyvinvoinnin ja elinvoimaisuuden. Toiminnan tuotto investoidaan asiakasomistajien eduksi kehittämällä palveluja ja uusimalla toimipaikkoja. Asiakasomistajat saavat S-ryhmästä enemmän hyötyä kuin muut asiakkaat, esimerkiksi Bonusta ostoistaan.

Lue lisää osuus-toiminnasta s. 50 →



Asiakasomistajia*

2 713 138

*Osuuskauppojen jäsenmäärä

Asiakasomistajille maksetut rahalliset edut yhteensä

558
milj.€



Bonus

471
milj. €

Asiakasomistaja saa jopa 5 % Bonusta, eli rahaa takaisin ostoista yli 2 000 toimipaikasta ja verkkokaupasta.

Osuusmaksun korko

1,9
milj. €

Jos edellisen vuoden tulos on ollut riittävän hyvä, osuuskauppa voi maksaa 100 euron osuusmaksulle korkoa.

Ylijäämänpalautus

69
milj. €

Ylijäämänpalautus lasketaan ostoista, jotka on tehty asiakasomistajan osuuskaupan omista toimipaikoista edellisen vuoden loppuun mennessä. Ylijäämänpalautusta maksaa osa osuuskaupoista.

Maksutapaetu

15,8
milj. €



Kun ostokset maksetaan S-Etukortilla, edun piiriin kuuluvista ostoksista kertyy 0,5 % maksutapaetua.



PÄÄJOHTAJAN KATSAUS

Jo kolme miljardia euroa rahallisia etuja asiakasomistajille 2020-luvulla

Asiointimäärien kasvu ja 112 000 uutta asiakasomistajaa osoittavat, että osuuskaupan idea on merkityksellinen myös tässä ajassa. Vuonna 2025 maksoimme asiakasomistajille ennätysbonukset ja investoimme Suomeen lähes 700 miljoonaa euroa. S-ryhmälle vuosi oli tuloksellisen uudistumisen aikaa haastavasta toimintaympäristöstä huolimatta.

Vuonna 2025 jatkoimme määrätietoista työtä palveluidemme kehittämiseksi ja oman toimintamme tehostamiseksi. Työtä siivitti päivitetty ryhmästrategiamme, jonka keskiössä on varmistaa kasvava hyöty asiakasomistajille. Siksi haemme jatkuvasti parempia ratkaisuja asiakasomistajien eduksi sekä työntekijöiden ja ympäristön hyväksi. Voit lukea strategiastamme lisää sivulta 12.

Vuotta sävyttivät edelleen hankala taloustilanne, kuluttajien varovaisuus ja maailmanpolitiikan jännitteet. Toimintaympäristön haasteista huolimatta kauppa kävi S-ryhmässä edellisvuotta vilkkaammin, ja liiketuloksemme säilyi vahvalla tasolla. Asiointi →

kasvoi, ja pärjäsimme monella toimialallamme yleistä markkinaa paremmin. S-ryhmän päivittäistavarakaupassa pidimme tiukasti kiinni pysyvästi edullisesta ostoskorista, ja teimme myös merkittävät hinnanlaskut juuri ennen vuodenvaihdetta 2025 sekä marraskuussa.

Erityisen hyvin vuosi sujui liikennekaupassa ja vahvasti kasvaneissa verkkokaupoissa. Ilahduttavaa oli myös kansainvälisen matkustuksen virkistyminen sekä hotelliyhtiö Sokotel Oy:n ponnistaminen plussalle pandemian ja pääkaupunkiseudun matkailijakadon jälkeen.

Asiakasomistajille maksettiin vuonna 2025 Bonusta ja muita rahallisia etuja enemmän kuin koskaan aiemmin, 558 miljoonaa euroa. Asiakasomistajille maksamamme rahallinen hyöty 2020-luvulla on yhteensä jo noin kolme miljardia euroa.

Uusia jäseniä S-ryhmän osuuskauppoihin liittyi lähes 112 000. Jo 87 prosenttia suomalaisista kotitalouksista on omistajiamme. Luvut osoittavat, että osuuskaupan idea on edelleen merkityksellinen. Moderni osuustoiminta vetoaa yhä enemmän myös nuorempiin ikäryhmiin.



Neljä miljoonaa S-Etukortin käyttäjää arvioi joka päivä, miten onnistumme.

Osuuskauppojen mittavat ja pitkäjänteiset investoinnit parantavat palveluita, tuovat työtä ja vahvistavat huoltovarmuutta ympäri Suomen. Vuonna 2025 investointimme nousivat lähes 700 miljoonaan euroon, ja kaikkiaan 2020-luvun investointipotti on jo noin 4,3 miljardia euroa.

Alueosuuskauppojen voimakas panostus palveluverkostoon näkyy eri puolilla maata uusina ja uusittuina marketteina, ravintoloina ja hotelleina. Muita keskeisiä investointikohteita olivat ABC-latausverkoston laajentaminen sekä digitaaliset palvelut ja verkkokaupat. Toimintamme tehokkuutta parantaa esimerkiksi alkuvuonna 2026 käyttöön otettu Osuuskauppa Arinan ruoan verkkokaupan keräilykeskus.

Monikanavainen asiointi on yhä useamman asiakkaamme valinta. S-mobiilia käyttää jo noin 2,6 miljoonaa asiakasta, ja ABC-mobiililla on yli 800 000 käyttäjää. Samalla verkkokauppamme – ruoan verkkokaupan markkinajohtaja S-kaupat, Prisma.fi ja Sokos.fi – kasvattivat myyntiään ja asiakasmääriään kymmeniä prosentteja.

Vastuullisuuden sääntely-ympäristö on ollut viime vuosina muutoksessa. Etenkin sääntelyn poukkoilevuus haastaa kestävyystyötä ja sen tehokkuutta. Tästä huolimatta me jatkamme kunnianhimoista vastuullisuustyötämme. Vuonna 2025 S-ryhmän uudet nettonolla 2050 -ilmastotavoitteet hyväksyttiin tieteeseen perustuviksi (SBTi) ensimmäisenä kaupan alan toimijana Suomessa. Lisäksi oman toimintamme hiilinegatiivisuustavoite toteutui etuajassa, ja laajensimme Iso Juttu -arvoketjuyhteistyötämme kattamaan ilmaston lisäksi luonnon ja ihmisoikeudet. Hieno virstanpylväs oli myös yritysten luontojalanjäljen laskentaan sopivan työkalun lanseeraus myös muiden yritysten hyödynnettäväksi.

Onnistumisemme perustana on osaava ja sitoutunut henkilöstömme, joka ansaitsee jälleen suurimmat kiitokset. On hienoa, että työyhteisötutkimustemme tulokset ovat vahvalla tasolla ja reilusti yli Suomen yleisnormin. Myös maineemme työnantajana säilyi erittäin hyvänä. Universumin tutkimuksessa kaupallisen alan ammattilaiset arvioivat meidät toiseksi vetovoimaisimmaksi työnantajaksi. Academic Workin nuorten osaajien listauksessa nousimme huikeasti sijalle yhdeksän. Tässä ajassa olen erityisen ylpeä siitä, että työllistämme paljon nuoria monenlaisissa tehtävissä tärkeistä työelämän ensiaskelista alkaen.

Näkymämme vuoteen 2026 on varsin positiivinen, vaikka epävarmuustekijöitä on. Talouden käänne ja ostovoiman paraneminen luovat edellytykset kysynnän elpymiselle, kun kuluttajien luottamus vahvistuu. Samalla on muistettava, että monilla ihmisillä ei jää ylimääräistä rahaa kulutettavaksi.

On tärkeää pitää huolta siitä, että kaikki pysyvät yhteiskunnassamme mukana. Tähän meillä on kuluttajaosuuskuntana ainutlaatuiset eväät. Kohtaamme asiakkaitamme yli 1,5 miljoonaa kertaa päivässä. Meitä ohjaavat heidän tarpeensa, toiveensa ja kokemuksensa. Meidän tehtävämme on kuunnella, ymmärtää ja vastata eriytyviin tarpeisiin. Neljä miljoonaa S-Etukortin käyttäjää arvioi joka päivä, miten tässä tehtävässä onnistumme.

Hannu Krook,
pääjohtaja, SOK



STRATEGIA

Kasvava asiakas-omistajahyöty vaatii jatkuvaa uudistumista

S-ryhmän päivitetty strategia viitoittaa kaupparyhmämme tietä kohti 2030-lukua. Tärkein tavoitteemme on varmistaa kasvava hyöty asiakasomistajille. Onnistuminen vaatii meiltä kilpailukykyisiä palveluita, tehokasta ja tuloksellista toimintaa sekä jatkuvaa uudistumista.

S-ryhmän strategia määrittää yhteisen suunnan koko kaupparyhmälle: mihin keskitymme ja miten toimimme asiakastarpeiden eriytyessä, kilpailun kiristyessä ja toimintaympäristön muuttuessa nopeasti. Haluamme olla asiakasomistajien paras kumppani ja arjen helpottaja myös tulevaisuudessa. Tason asiakasomistajien odotuksille asettavat parhaat kansainväliset toimijat.

Varmistaaksemme kasvavan hyödyn asiakasomistajille meidän on huolehdittava palveluidemme kilpailukyvystä sekä liiketoimintamme riittävästä kasvusta ja tuloksellisuudesta. Siksi ne ovat strategiamme keskiössä yhdessä osuustoiminnallisuuden ja vastuullisuuden kanssa. Strategiamme asettaa niille myös selkeät, kunnianhimoiset tavoitteet.

Lähtökohtamme on palvelujemme jatkuva parantaminen. Haluamme tarjota parasta vastinet- →

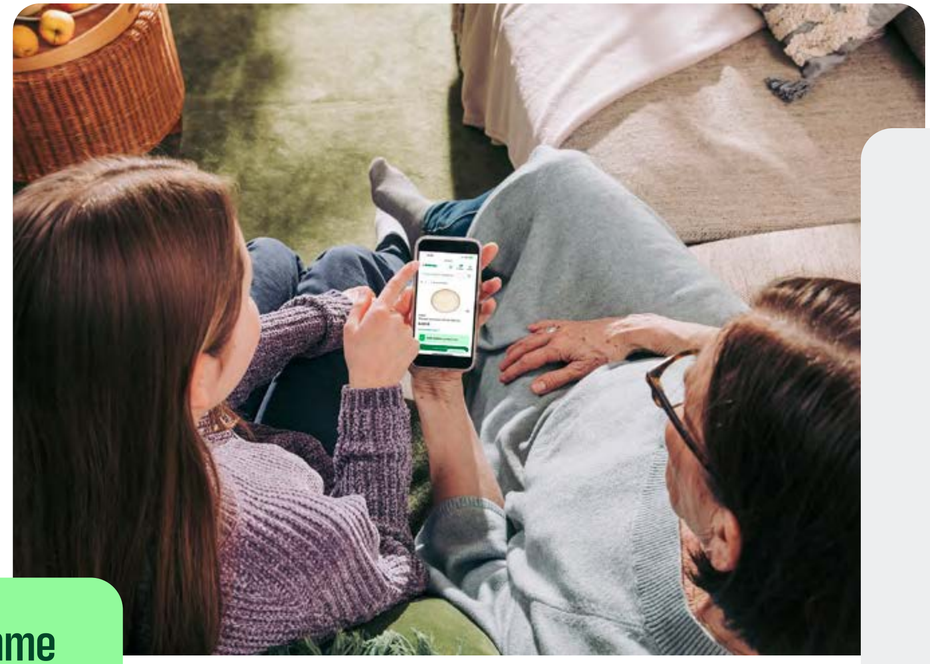
ta rahalle. Pidämme huolta, että tarjontamme on kattavaa, osuvaa ja hintatasoltaan kilpailukykyistä. Keskitymme toimintaan, joka tuottaa suoraa hyötyä asiakasomistajille, ja jossa saavutamme merkittävää mittakaavaetua.

Palveluidemme kilpailukyvyn parantaminen ja toimialojemme kasvun varmistaminen edellyttävät liiketoimintamme digitaalista uudistamista sekä eriytyviin asiakastarpeisiin vastaavia palveluita. Datan ja uuden teknologian avulla syvennämme asiakasymmärrystämme ja huomioimme asiakkaiden muuttuvat tarpeet yhä tarkemmin. Uudistamme asiakaspolkujamme ja toimintaamme, jotta pystymme palvelemaan asiakkaita heidän toivomillaan tavoilla kaikissa kanavissa. Toimipaikkojemme hyvä asiakaspalvelu ja paikallinen asiantuntemus täydentävät sujuvan monikanavaisen asiakaskokemuksen.

Vahva tulostaso on markkinaa voittavan kasvun ja kilpailukyvyn parantamisen perusta. Tuloksellinen toiminta varmistaa, että pystymme uudistumaan ja investoimaan. Tehostamme omaa toimintaamme ja nostamme suorituskykyämme yhtenäisten toimintamallien ja uuden teknologian hyödyntämisen tuella. Tarkka johtaminen ja osaava henkilöstömme varmistavat tehokkaan toimeenpanon.

Osuustoiminnallinen yritysmuoto on meille kilpailuetu, sillä se velvoittaa meitä kustannustehokkuuteen ja valjastamaan toiminnan tuotot asiakasomistajien hyväksi. Strategiamme ohjaa meitä täyttämään nämä velvoitteet entistäkin tarkemmin. Samalla varmistamme toimialojemme edelläkävijyyden vastuullisuudessa.

Tarjoamme yhä parempia ja osuvampia palveluita sekä sujuvampaa asiointia.



Strategian tavoitteiden saavuttaminen vaatii meiltä myös uusia toimia asiakasomistajahyödyn kasvattamiseksi, uudenlaista osaamista ja ketterämpää muutoskykyä. Panostamme erityisesti digitaalisiin kyvykkyyksiin, automaatioon ja monikanavaisiin palveluihin. Näin meillä on edellytykset varmistaa merkitykselliset palvelut ja kasvava hyöty asiakasomistajillemme myös tulevina vuosikymmeninä.

Strategia toteuttaa missiota ja vie kohti visiota

Strategiamme toteuttaa S-ryhmän missiota ”Teemme yhdessä paremman paikan elää”, ja sen perustana ovat kaupparyhmän arvot ja toiminnan tarkoitus.

Missiomme mukaisesti olemme läsnä ihmisten arjessa ja rakennamme parempaa elämää kauppareissu, palvelu ja matka kerrallaan. Samalla haluamme rakentaa kestävämpää tulevaisuutta ja olla toimialojemme edelläkävijä vastuullisuudessa.

S-ryhmän arvoissa linjaamme, että olemme asiakasta varten, kannamme vastuuta ihmisistä ja ympäristöstä, uudistamme jatkuvasti toimintaamme ja toimimme tuloksellisesti.

Toimintamme tarkoituksena on tuottaa palveluita ja etuja osuuskauppojen jäsenille ja edistää heidän taloudellista hyvinvointiaan. Osuustoiminnassa asiakasomistajat hyötyvät tuloksellisesta toiminnasta parempien palveluiden, kilpailukykyisen hintatason ja houkuttelevan palkitsemisen kautta.

Strategia vie meitä kohti visiotamme. ”Arjesta juhlaa makusi mukaan” tarkoittaa, että me tunnemme miljoonat suomalaiset ja heidän makunsa ainutlaatuisella tavalla. Asiakkaamme myös luottavat meihin.

Kun tarjoamme juuri asiakkaamme maun ja tarpeiden mukaisia tuotteita, palveluita ja elämyksiä, parannamme hänen arkeaan ja syvennämme luottamussuhdetta. Huolehdimme myös siitä, että palvelumme ovat asiakkaan saatavilla juuri silloin ja sillä tavalla, joka hänelle parhaiten sopii.

Liiketoiminta-katsaukset

Marketkauppa: Markkinaa parempi kehitys jatkui

S-ryhmän marketkaupan liiketulos vahvistui vuonna 2025. Myynti kasvoi 2,5 prosenttia edellisvuodesta ja oli lähes 11 miljardia euroa. Asiointimäärät marketkaupassa kasvoivat, ja S-ryhmän päivittäistavarakaupan myynti kasvoi edelleen muuta Suomen markkinaa vahvemmin. Myös käyttötavarakaupan myynti kehittyi kokonaisuutena arviomme mukaan markkinaa nopeammin.

Vaisuna jatkunut taloussuhdanne korosti edullisen ostoskorin merkitystä. Haluamme tarjota asiakkaillemme kaikissa ketjuissamme pysyvästi edullisen ostoskorin. Tämän lupauksemme lunastimme myös vuonna 2025. Lisäksi teimme päivittäistavarakaupassa tuntuvat hintojen laskut ennen vuodenvaihdetta 2025 sekä marraskuussa, jolloin laskettiin yli 1 300 tuotteen hintaa.

Hinta ohjaa kulutusta – helppous ja yksilöllisyys tärkeitä

Hinta on edelleen keskeisin kuluttajien ostopäätökseen vaikuttava tekijä, mutta sen merkityksen kasvu on tasaantumassa. Samalla helppous ja yksilöllisyys ovat voimistuneet kulutusta ohjaavina tekijöinä.

Arkea helpottavat ratkaisut, kuten valmisruoat ja heti syötävät tuotteet kasvattivat suosiotaan vuonna 2025. Myös kustannusinflaatiosta kärsineiden →



Myynti
10 997
milj. €

tuotteiden kuten hedelmien ja kalan myynti kääntyi jälleen kasvuun. Erityisesti haluttiin panostaa juhlapyhien ja muiden erityisajankohtien ruokaostoksiin.

Myös vuoden 2024 lopussa päivitetyt ravitsemussuositukset näkyivät kulutuksessa. Kasvisten kulutus on kasvussa ja leikkeleiden laskussa. Kasvisten syöntiä on S-ryhmän kaupoissa helpotettu muun muassa tuomalla myyntiin valmiiksi pestyjä, pilkottuja ja raastettuja kasviksia. Myös kasvipohjaisten juomien kysyntä kasvoi.

Proteiininlähteet suomalaisten lautasilla ovat monipuolistuneet ja alkoholia kulutetaan entistä vähemmän. Kesäkuussa 2024 myyntiin tuodut maksimissaan 8-prosenttiset viinit ja muut rypäletuotteet ovat vakiinnuttaneet asemansa, ja niitä ostetaan yleisimmin ruoanlaittotuotteiden kanssa.

Käyttötavarakaupassa hyvä hinta-laatusuhde kiinnosti

Käyttötavarakaupassa kuluttajat tekivät edelleen ostopäätöksiä harkiten, ja kampanjoiden merkitys korostui. Vuotta 2025 leimasivat myös poikkeukselliset sääolot ja myöhään alkaneet sesongit. Ne rokottivat normaalia myynnin rakennetta ja sesonkikauppaa, kun asiakkaat lykkäsivät esimerkiksi kausivaatteiden ja harrastusvälineiden hankintaa.

Hyvä hinta-laatusuhde kiinnosti asiakkaita, ja Prisman omat merkit House, Luode12 ja WKLY olivat suosittuja. Hyvinvointi näkyi trendinä myös käyttötavarakaupassa, jossa asiakkaita kiinnostivat muun muassa terveydenhuollon laitteet sekä urheiluun ja ulkoiluun liittyvät tuotteet. Digisiirtymä vauhditti televisioiden myyntiä, ja kysyntä oli Prismassa vilkasta myös viihteen ja urheilun tuoteryhmissä. →









93
Prismaa*
*Sisältää Prismat Suomessa ja Virossa (myymälämäärä sis. kivijalkamyymälät).

464
S-markettia

Verkkokaupat yhä suositumpia

Ruoan verkkokaupan S-kaupat.fi-palvelu vahvisti markkinajohtajuuttaan ja kasvatti myyntiään 28 prosenttia edellisvuodesta. Ruoan verkkokaupan käyttö kasvoi kaikissa asiakasryhmissä. Tilausmäärä kasvoi peräti 48 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. S-kaupat-palvelussa kotiinkuljetus nousi vuoden 2025 aikana noutoa suositummaksi toimitustavaksi: hieman yli puolet tilauksista haluttiin kotiovelle.

Prisman verkkokaupan voimakas kehittäminen jatkui vuonna 2025. Prisma.fi-verkkokaupan myynti kasvoi yli 60 prosenttia edellisvuodesta. Kasvua tuki suositun myymälänoudon laajentuminen. Prisma.fi- ja Sokos.fi-verkkokauppojen tilaukset voi nyt noutaa maksutta kaikista Prismoista ja Sokoksista. Käyttötavaran verkkokauppanoutoa pilotoitiin myös S-marketeissa, Saleissa ja Alepoissa. Myymälänoudon kehittämisen lisäksi verkkokaupan valikoima tulee laajentumaan merkittävästi vuonna 2026.

S-kaupat on yleisimmin käytetty ruoan verkkokauppa.

Lähde: Suomi syö Ruokaostokset 2025, Taloustutkimus Oy

Vastuullisuustekoja monella saralla

Onnistuimme vähentämään muovikassien myyntiä keväällä 2025 tehdyillä hinnan korotuksilla ja muilla toimenpiteillä lähes 10 prosenttia. Vuoden 2025 aikana 78 prosenttia S-ryhmän päivittäistavarakaupan ostoskerroista tehtiin ilman uuden muovikassin ostamista.



Suomalainen menestysresepti -kilpailulla tuimme suomalaista elintarvikealaa, nostimme esiin alan pieniä ja keskisuuria yrityksiä ja loimme ruokailmiöitä. Järjestimme kilpailun nyt jo seitsemättä kertaa. Sen tuotteet lanseerattiin tammikuussa 2026, ja ne saavuttivat lanseerausviikolla ennätyksellisen suosion.

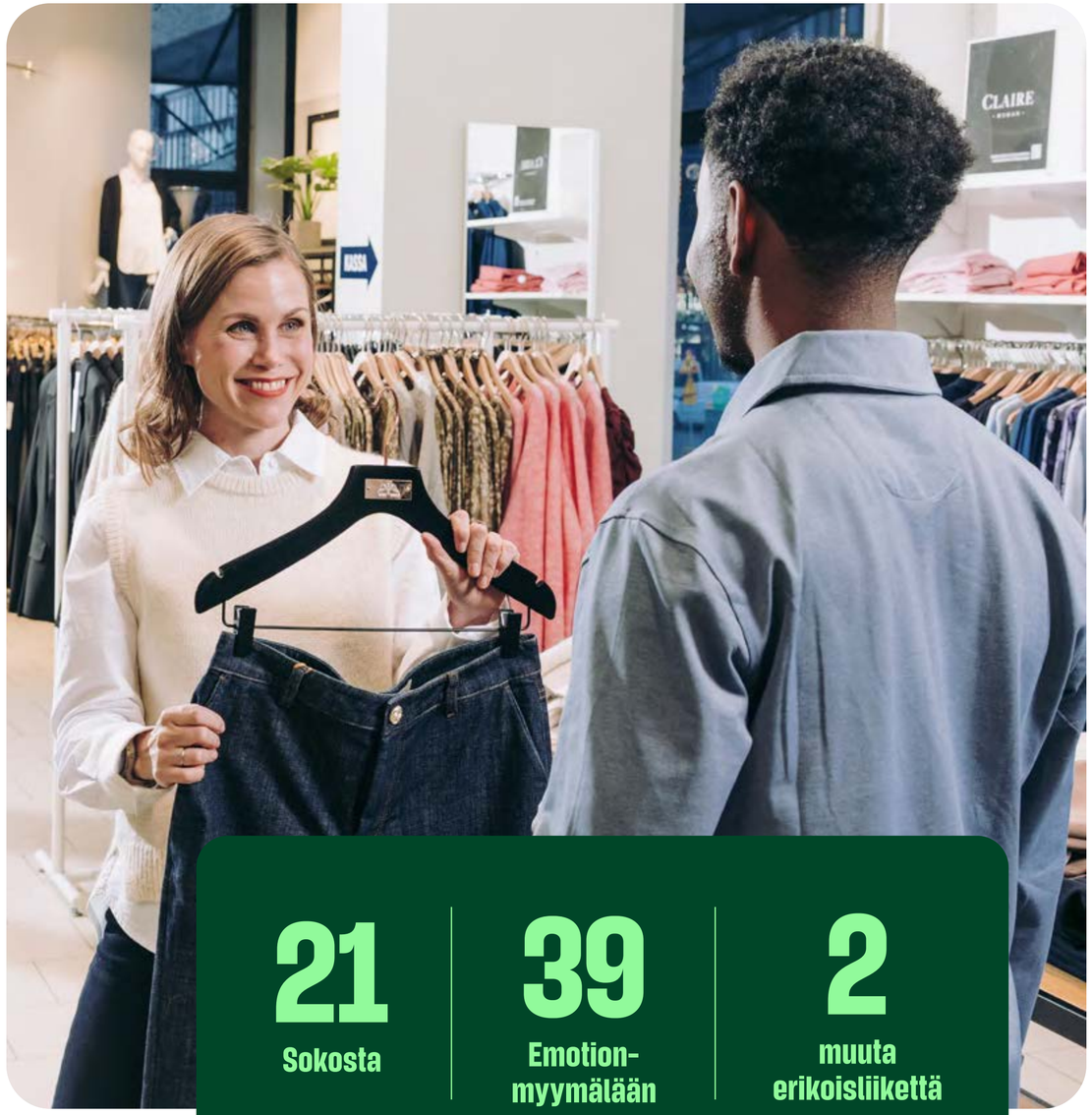
Elokuussa S-kaupat ja sen ruokarobotit muistuttivat liikenneturvallisuuden merkityksestä koulujen alkaessa Valppain meilin -tempauksella. Loppuvuonna Prisman verkkokaupan ja Hopen yhteinen joululahjakeräys keräsi yhteensä 5 389 lahjaa vähävaraisten perheiden lapsille ja nuorille.

Vuonna 2026 jatkamme tiiviisti palveluidemme ja valikoimiemme kehitystä. Haluamme jatkossakin tarjota asiakkaillemme pysyvästi edullisen ostoskorin. Vuosi 2026 on myös uuden marketkaupan kilpailustrategian ensimmäinen vuosi. Strategian keskiössä ovat hintakilpailukyky, osuvin tarjooma, asiakaslähtöisyys, monikanavaisuus ja datan hyödyntäminen.

284 Salea

121 Alepaa

1 Food Market Herkku



21 Sokosta

39 Emotion-myymälään

2 muuta erikoisliikettä

Erikoiskauppa: Vakaata etenemistä haastavassa markkinassa

Myynti

266

milj. €

S-ryhmän Sokos- ja Emotion-ketjut etenivät vakaasti kehityspolullaan vuonna 2025 haastavasta markkinatilanteesta huolimatta. Kotkaan avattiin uusi Emotion-myymälä, ja Sokos.fi-verkkokaupan myynnin voimakas kasvu jatkui. Monikanavainen asiointi kasvattikin edelleen suosiotaan. Lisäksi Sokos valittiin jo kahdeksannen kerran Suomen arvostetuimmaksi vaateliikkeeksi Taloustutkimuksen Brändien arvostus -tutkimuksessa.

Myynti säilyi erikoiskauppaan kuuluvissa Sokos- ja Emotion-ketjuissa edellisvuoden tasolla, vaikka S-ryhmän erikoiskauppa kokonaisuudessaan jäi hiukan edellisvuoden myynnistä. Vaisu taloustilanne ja kuluttajien varovaisuus heijastuivat erityisesti muodin kysyntään. Kampanjoiden merkitys korostui, ja niissä Sokos ja Emotion onnistuivat jälleen hyvin. Useissa kampanjoissa saavutettiin myyntiennätyksiä.

Muodin ja kodin tuotteiden kysynnässä nousua

Sokos säilytti asemansa Suomen suurimpana kosmetiikan kauppapaikkana, ja kauneuden tuotteissa kauppa kävi yleisen markkinan tahtiin. Erityisen vahvasti vuonna 2025 Sokoksella kehittyi kodin tuotteiden kysyntä. Asiakkaita kiinnostivat muun muassa Åhléns-yhteistyön tuomat uudet tuotemerkit.

Muodin myynti kehittyi Sokoksella markkinaa paremmin. Vuoden loppupuolella myynnissä nähtiin myös varovaisia merkkejä positiivisesta käänteestä. Kysyntä piristyi selvästi etenkin miesten muodissa, mikä ennakoi usein suhdannekäännettä. →

Kauneus verkkokaupan kasvun kärkenä

Sokoksen verkkokauppa teki jo toisena vuonna peräkkäin huiman kasvuloikan. Sokos.fi:n myynti kasvoi 31 prosenttia, verkon asiakasmäärät lisääntyivät 40 prosenttia ja monikanavaisesti asioivien asiakkaiden määrä kasvoi 35 prosenttia.

Verkkokaupan kasvuvauhti erityisesti kauneuden myynnin osalta oli Euroopan kärkeä. Kauneuden verkkokaupassa myynti kasvoi 35 prosenttia edellisvuodesta, mikä vahvisti Sokoksen markkinaosuutta kauneuden verkkokaupassa.

Yksi verkkokaupan kasvun ajureista oli ilmainen myymälänouto, joka laajeni alkuvuodesta kaikkiin Prismoihin. Vuoden aikana myymälänouto otettiin käyttöön myös osassa muita S-ryhmän ruokakauppoja. Laajennamme myymälänoutoverkostoa edelleen voimakkaasti vuonna 2026.

Verkoston ja valikoiman kehitys vahvisti kilpailukykyä

Vuonna 2025 teimme paljon kehitystyötä niin verkostossa, palveluissa kuin valikoimissakin. Kesällä käynnistynyt hankintayhteistyömme ruotsalaisen Åhléns-tavarataloketjun kanssa toi valikoimiin uutuuksia kodin tuotealueella ja vahvisti tarjontaa myös miesten ja naisten muodissa.

Sokos.fi-verkkokaupassa paransimme asiakaskokemusta laaja-alaisesti. Vahvistimme verkkokaupan visuaalisuutta, nopeutimme toimituksia ja laajensimme myymälänoutoa. Kehitystyön tulokset näkyivät korkealla tasolla säilyneessä asiakastyytyväisyydessä. Asiakkaat kokivat ostamisen entistä sujuvammaksi ja inspiroivammaksi.

Jatkoimme verkoston kehittämistä myös myymälätasolla, ja Kotkan uusi Emotion-myymälä avautui elokuussa 2025.

Sitoutunut henkilöstö keskeinen osa menestystä

Henkilöstön hyvinvointi ja sitoutuneisuus ovat pitkään olleet yksi Sokoksen ja Emotionin vahvuuksista. Työyhteisötutkimustemme tulokset pysyivät myös vuonna 2025 erittäin korkealla tasolla, ja henkilöstömme koki työnsä mielekkääksi. Sitoutunut henkilöstö on keskeinen osa ketjujen menestystä, mikä näkyy erinomaisena asiakaspalveluna arjen kohtaamisissa.

Vastuullisuustyössä Sokos jatkoi yhteistyötään second hand -muodin verkkokaupan Emmy Clothing Companyn kanssa. Yhteistyö tukee asiakkaiden mahdollisuuksia tehdä vastuullisempia valintoja ja vahvistaa kiertotalouden roolia pukeutumisessa.

Vuosi 2026 on alkanut vahvasti ja kehitystyö jatkuu

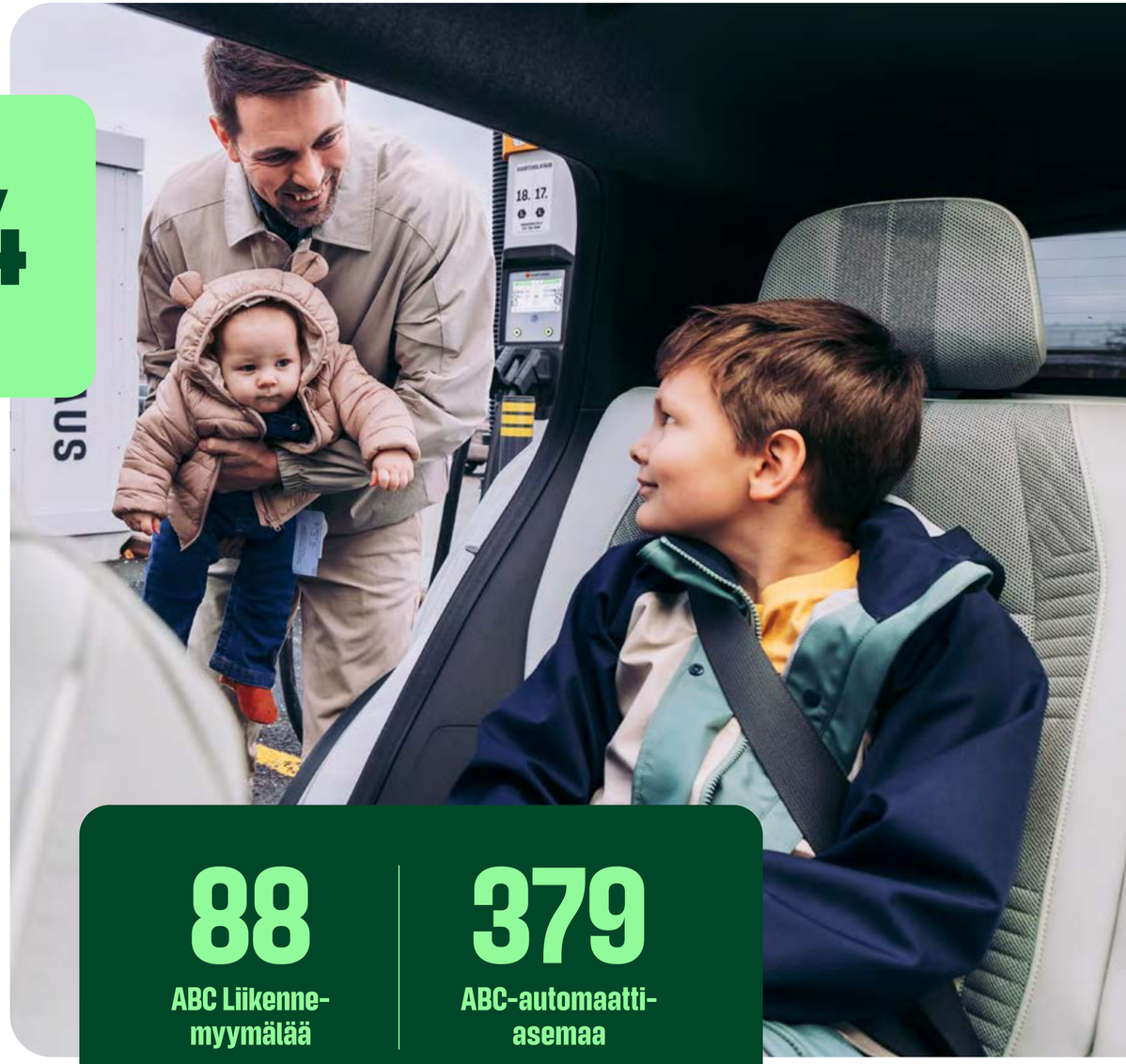
Vuosi 2026 on käynnistynyt myynnillisesti vilkkaana. Vuoden aikana kasvatamme valikoimia entistä paremmin asiakkaita palvelevaksi kokonaisuudeksi. Tuomme Åhlénsin tuotteet Sokos-tavarataloihin ja jatkamme verkkokaupan kehitystä. Kehitämme myös myymäläverkostoa edelleen: Turussa Sokos Wiklund uudistuu, ja upouudet Sokos Seinäjoki ja Emotion Kirkkonummi avautuvat vuonna 2026.

Verkkokaupan kasvu kauneuden myynnissä oli Euroopan kärkeä.



Liikennekauppa: Uudistuva liikennekauppa vahvalla kasvupolulla

Myynti
1 954
milj. €



88
ABC Liikenne-myymälää

379
ABC-automaatti-asemaa

Vuonna 2025 ABC:n liiketoiminta kehittyi suotuisasti kaikilla osa-alueilla eli ABC-ketjun ravintoloissa, marketeissa, polttonesteissä, sähkölatauksessa ja autopesuissa. ABC jatkoi palveluidensa uudistamista ja onnistui parantamaan kannattavuuttaan vaisuna pysyneestä suhdanteesta ja kustannuspaineista huolimatta.

Kuluttajakäyttäytymisessä ei nähty suurta muutosta edelliseen vuoteen verrattuna. Tieliikennemäärien kasvu, polttonesteiden markkinahintojen lasku sekä kuluttajien ostovoiman vahvistuminen loivat kuitenkin otolliset edellytykset ABC:n palveluiden kysynnälle. Asiakkaat olivat liikkeellä erityisesti viikonloppuisin ja lomakausina, ja käyttivät palveluita hyvän laadun ja sopivan hinnan kohdatessa.

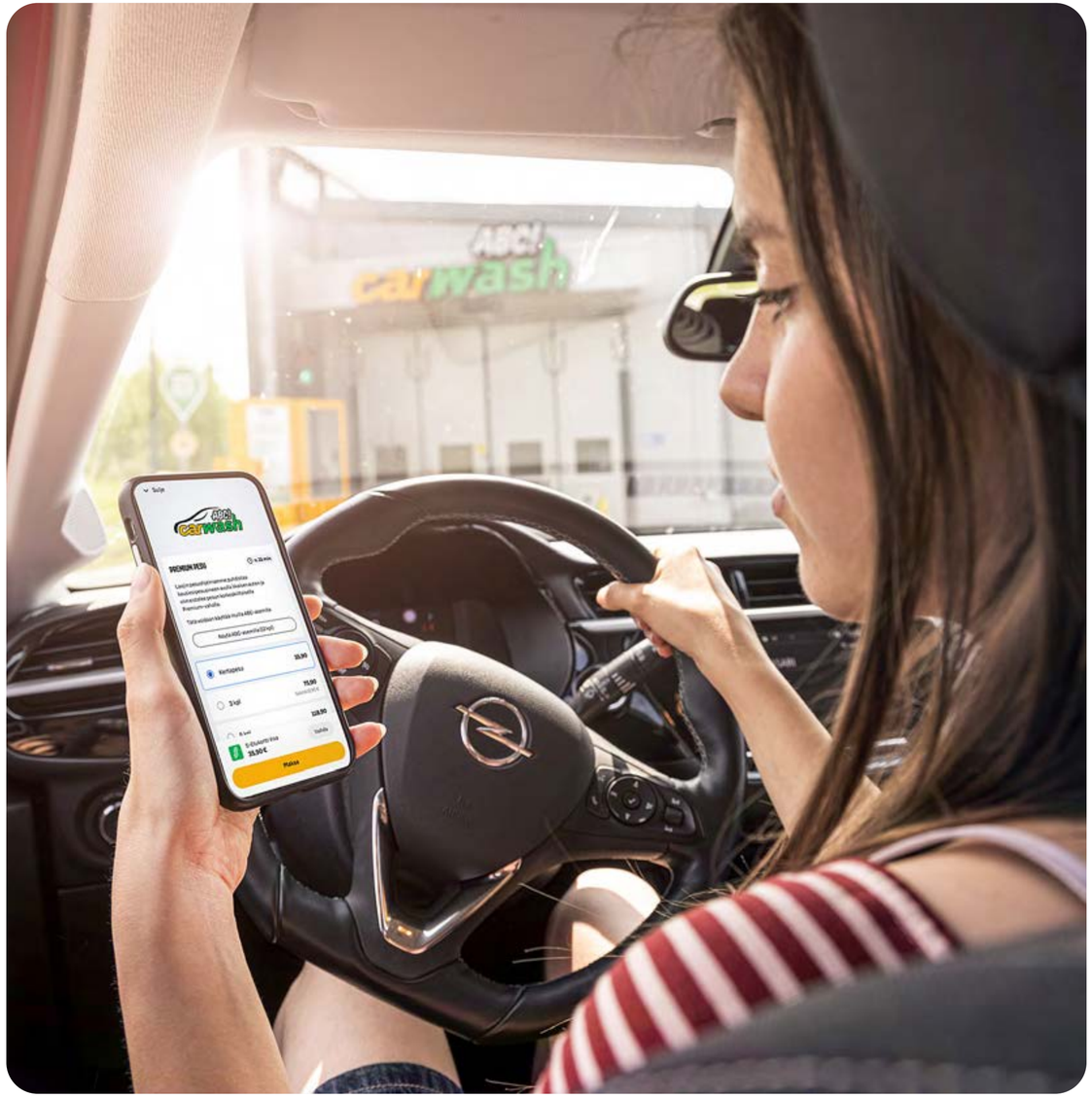
Liikenteen sähköistyminen jatkui uusien autojen kaupan alavireestä huolimatta. Erityisesti käytettyjen sähköautojen maahantuonti toi uusia kuljettajia latauspalveluiden äärelle.

Kilpailukentässä tapahtui poikkeuksellisen paljon muutoksia vuonna 2025: Teboilin epäselvä tilanne, Shell-asemien siirtyminen St1-ketjuun sekä Nesteen ja Restelin Huili-ketjun lanseeraus muokkasivat markkinaa.

Vuoden alkupuolella oli eri alojen työtaistelutoimenpiteitä, joiden vaikutukset jäivät kuitenkin rajallisiksi. ABC pystyi pitämään palvelunsa asiakkaiden käytettävissä lähes normaalisti. Poikkeustilanteet korostivat ketjun merkitystä Suomen huoltovarmuuden turvaamisessa.

Sähkölatauksen ja autopesun veto jatkui

Vuonna 2025 myynnin kasvu oli vahvinta sähkölatauksessa: ABC-latauksen myynti lähes puolitoistakertaistui edellisvuoteen verrattuna. Kasvua vauhdittivat verkoston laajentaminen ja latauskenttien tehojen nosto sekä liikenteen sähköisty- →



misen eteneminen. Vuoden aikana avattiin 29 uutta latausasemaa, ja kokonaisverkosto kasvoi lähes 390 asemaan.

Polttonesteliiketoiminta kasvoi volyymeilla mitattuna, vaikka maailmanmarkkinahintojen lasku supisti euromääräistä myyntiä. Autopesuliiketoiminnan myynti kasvoi noin 20 prosenttia ja ABC Carwash teki hienon tuloksen. Hyvää kehitystä tukivat onnistuneen markkinoinnin ja ABC-mobiilin kasvaneen käytön lisäksi vaihtelevat sääolosuhteet sekä autopesuverkoston kehittäminen.

Yritysmyynnin kasvu, erityisesti ABC Suoramyynnin ja S-Businessin yhteistyön kautta, näkyi vahvasti polttonesteiden ja sähkölatausten sekä pesujen kysynnän kasvussa.

ABC-mobiililla jo yli 800 000 käyttäjää.

Verkoston kehittäminen ja digitalisaatio vauhdissa

Vuonna 2025 ABC jatkoi sekä verkoston uudistamista että uusien palveluiden kehittämistä. Liikenneasemien pikakassojen käyttöönotot laajenivat, ja ABC-mobiilin käyttöliittymää parannettiin. Sovelluksella on jo yli 800 000 käyttäjää. Uusia mobiilikäyttäjiä tuli vuoden aikana yli 100 000 eli miljoonan käyttäjän rajapyykki lähestyy kovaa vauhtia.

Verkostoon investoitiin laajasti: uutena liikennemyymälänä avattiin ABC Ylivieska, ja merkittäviä uudistuksia tehtiin esimerkiksi Tampereen Lahdesjärvellä ja Mikkelin Pitkälahdessa. ABC Rovaniemen pitkään odotettu liikennemyymälähanke eteni suunnitteluvaiheeseen.

Sähkölatauksen lisäksi myös polttoneste- ja autopesuverkostoa laajennettiin. Osana verkoston normaalia kehittämistä muuttuvassa markkinassa, myös muutamia ABC-ketjun liikennemyymälöitä suljettiin vuoden 2025 aikana.

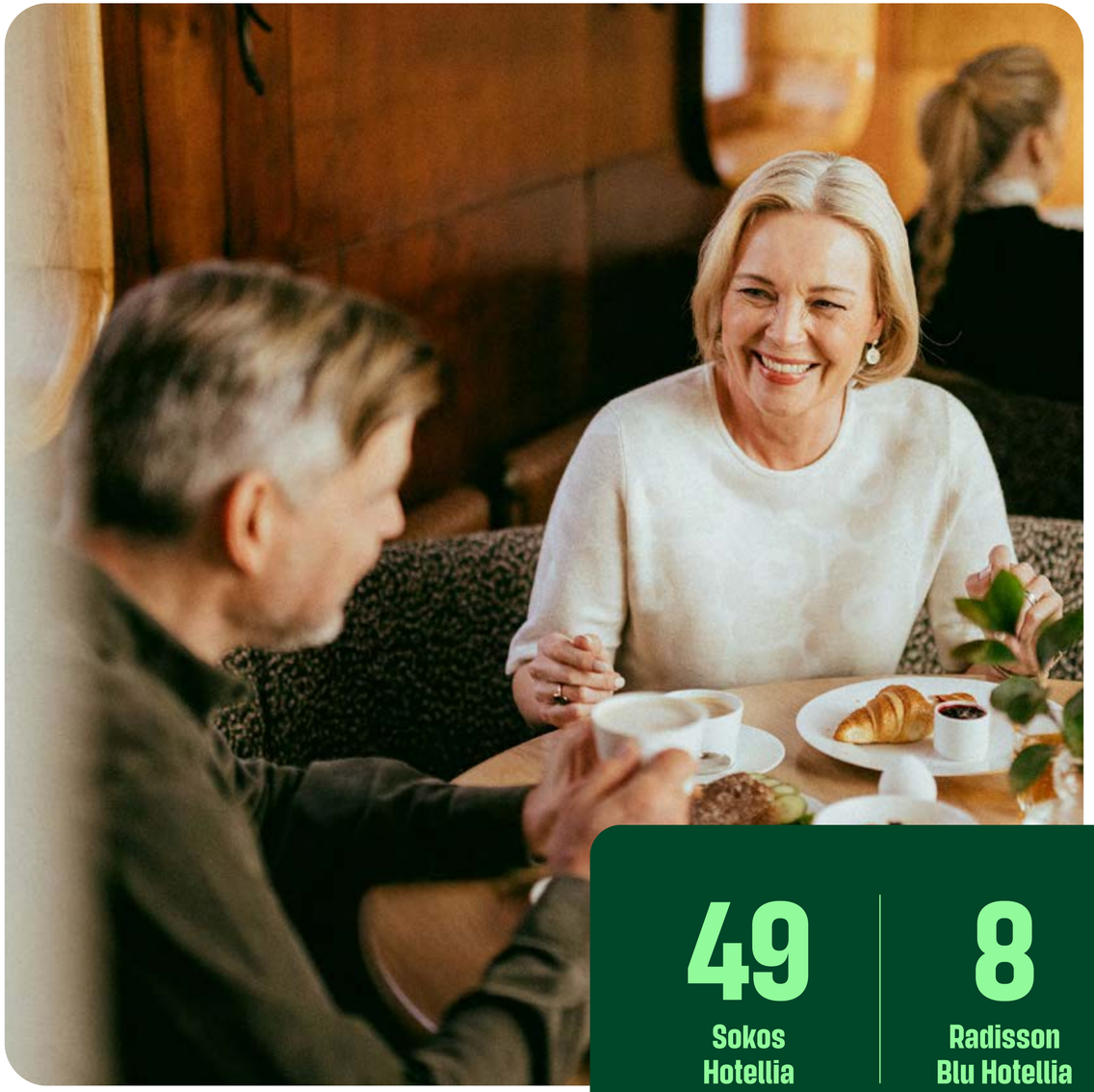
Tyytyväinen henkilöstö ja vaikuttavaa vastuullisuustyötä

Henkilöstön työtyytyväisyys pysyi erinomaisella tasolla, ja ketjun asiakastyytyväisyys nousi edelleen. Vuonna 2025 ABC työllisti laajasti eri puolilla Suomea, tarjosi runsaasti kesätyöpaikkoja ja tuki nuorten ensimmäisiä työelämäkokemuksia.

Vastuullisuustekojen kärjessä olivat sähköisen liikenteen investoinnit, 100-prosenttisesti kotimaisen lihan käyttö ABC Ravintoloissa sekä investoinnit myös pienille paikkakunnille. Investoinnit tuovat työtä suomalaisille yrityksille ja turvaavat alueellista elinvoimaa. Suomen suurin teholatausverkosto on merkittävä panostus, jolla autamme suomalaisia siirtymään kohti puhtaampaa liikkumista.

Uusi vuosi käyntiin lupaavasti

Vuosi 2026 on käynnistynyt pirteästi. Tulossa on työntäyteinen ja investointivaltainen vuosi, jossa ABC laajentaa palveluitaan myös raskaalle liikenteelle: ketju avaa oman tankkaus- ja sähkölatausverkoston raskaalle kalustolle. Lisäksi digitalisten palveluiden kehittämistä jatketaan. Esimerkiksi pikakassat tuodaan noin puoleen liikennemyymäläverkostosta vuoden loppuun mennessä.



Matkailu- ja ravitsemiskauppa: Myynti ja markkinaosuus kasvoivat

Myynti

838

milj. €

Kasvatimme vuonna 2025 myyntiä ja markkinaosuutta sekä matkailukaupassa että ravitsemiskaupassa. S-ryhmän matkailumyynti kasvoi yli neljä prosenttia, tuplasti enemmän markkinan kasvuun verrattuna. Myös ravintolamarkkinassa S-ryhmä saavutti markkinaa parempaa kasvua: myyntimme kasvoi kaksi prosenttia, kun markkina laski arviolta noin neljä prosenttia.

Hotellimme ja ravintolamme olivat vetovoimaisia ja liiketulos kehittyi positiivisesti, vaikka alan toimintaedellytyksiä verottivat kuluttajien varovaisuus ja kohonnut kustannustaso.

Kasvaneen matkailukaupan myynnin taustalla vaikuttivat panostuksemme kotimaisen sekä kansainvälisen kaupan kasvattamiseksi, asiakaskokemuksen jatkuva kehittäminen sekä hotellitarjonnan uudistukset. Vuonna 2024 saavutettu markkinajohtajuus vahvistui edelleen.

Kotimainen matkailu on liiketoimintamme ytimessä ja onnistuimmekin kasvattamaan myyntiä yli →

49	8	1	470
Sokos Hotellia	Radisson Blu Hotellia	Radisson Red Hotelli	ravintolaa

prosentin, vaikka kotimaisen matkailun markkina laski yli kaksi prosenttia. Kansainvälistä matkailukauppaa kasvatimme noin 20 prosenttia markkinakasvun ollessa noin 13 prosenttia. Suomi matkailukohteena kiinnostaa kansainvälisesti ja kasvun odotetaan jatkuvan vahvana.

Ravitsemiskaupassamme kauppa kävi edellisvuotta vilkkaammin. Pystyimme vastaamaan hyvin asiakkaiden kysyntään, vaikka muun muassa kuluttajien ostovoiman heikentyminen ja harkitsevampi kuluttaminen vaikuttivat markkinalaskun taustalla. Juoma- ja seurusteluravintoloiden myynti laski, mutta kasvoimme ruokaravintoloissa.

Vuonna 2025 uudistimme useita ravintolakonseptejamme tuomalla niiden vahvuudet esiin ja viestimällä uudistuksista selkeästi asiakkaille. Esimerkiksi Rossoissa toimme pannupizzan takaisin listoille ja paransimme perheravintolakokemusta. Edellisvuoteen verrattuna kasvoivat myös päivityksen kokeneet Frans & les Femmes -ketju, Trattoria sekä Grill it -ravintolat.

Ammattitaitoinen henkilökunta on avain elämyksiä tarjoavan alan menestykseen.

Asiakkaiden muuttuneet tottumukset näkyivät erityisesti edullisempien vaihtoehtojen kuten nopean syömisen ravintoloiden kysynnän kasvuna. Pärjäsimme tässä kilpaillussa markkinassa erinomaisesti. Pizza & Buffa -ketjun myynti kasvoi noin yhdeksän prosenttia ja operoimamme Hesburgerit jopa yli 11 prosenttia.

Matkailu- ja ravitsemiskaupassa työskentelevien työntekijöiden työtyytyväisyys oli hyvällä tasolla. Ammattitaitoinen henkilökuntamme on avain elämyksiä tarjoavan alan menestykseen. Tämä näkyi- →









kin asiakastyytyväisyyden kasvuna. Asiakaskokemuksemme parani mittaustulosten mukaan sekä ravintoissa että matkailussa, jossa se nousi jopa ennätyskorkealle tasolle.

Uutta liiketoimintaa ja uusia palveluja

Tapahtumantäyteinen vuosi vahvisti matkailutarjontamme tulevaisuuden kilpailukykyä ja houkuttelevuutta niin kotimaisille kuin kansainvälisillekin matkailijoille. Sokos Hotels -ketju monipuolisti tarjontaansa, kun ketjuun liittyi Kouvolan Tykkimäki Resort toukokuussa ja Himoksen rinteiden juureen avautui huoneistohotelli Break Sokos Hotel Himos marraskuussa.

Vuoden aikana valmistui myös useita hotelliuudistuksia: Original Sokos Hotel Flamingon ja Break Sokos Hotel Vuokatin huoneuudistukset, Original Sokos Hotel Royal Vaasan ja Hämeenlinnassa sijaitsevan Original Sokos Hotel Vaakunan täydelliset uudistukset sekä Kotkan Original Sokos Hotel Seurahuoneen laajennus.

Kattava ja erilaisia asiakastarpeita palveleva ravintolaverkostomme täydentyi: avasimme muun muassa neljä Pizza & Buffaa, viisi Pressokahvilaa, uudistuneen Coffee Housen Tampereelle, Frans & Emman Bomballe sekä useita uniikkeja ravintoloita. Espooseen avautui elämys- ja tapahtumakeskus Hype, jonka ravintoloita operoimme. Tämä oli uusi aluevaltaus isomman kokoluokan tapahtumakauppaan.

Uudella Sokos Hotels -sovelluksella on jo yli 130 000 käyttäjää.



Kansainvälinen matkailu oli vahvassa kasvussa.

Varaaminen ja maksaminen helpottuivat

Asiakkaat ostavat hotellipalveluja yhä useammin verkosta ja sovellusten kautta. Tammikuussa lanseerasimmekin asiakkaiden odottaman Sokos Hotels -sovelluksen, joka nopeuttaa ja helpottaa muun muassa huonevarausten tekemistä ja check-inniä. Vuoden loppuun mennessä sovelluksen oli ladannut jo yli 130 000 käyttäjää.

Keväällä lanseerasimme kokous- ja tapahtumakauppaa kiihdyttävän S-meets-verkkokaupan, joka kokoaa yhteen kaikki S-ryhmän hotellien ja ravintoloiden tarjoamat kokous- ja saunatilat.

Asiakkaiden palvelukokemuksen kehittäminen otti vuoden aikana harppauksen, kun ravintoloiden maksupäätteet uusittiin. Vuonna 2025 alkoi myös Sokos Hotels -ketjun hotellijärjestelmän ja maksupäätteiden uusiminen.

Kohti vastuullisempaa arkea

Päivittäinen työ ja teot vastuullisuuden eteen jatkuivat: esimerkiksi hävikin seuranta sekä sen vähentämisen toimenpiteet juurtuivat yhä vahvemmin osaksi yksiköiden arkea. Edelläkävijyydestä vastuullisuudessa kertovat myös hotellien Green key -sertifikaatti ja Sustainable Travel Finland -merkin käyttöoikeus.

Vuosi 2026 käynnistyi S-ryhmän hotelleissa ja ravintoloissa suotuisasti. Myynti kehittyi alkuvuodesta lupaavasti sekä matkailutoimialalla että ravitsemiskaupassa. Kasvava myynti sekä vuoden 2025 aikana toteutetut suoristuskykyä parantavat toimenpiteet luovat hyvän pohjan alkaneeseen vuoteen.

S-Pankki: Tulos hyvällä tasolla – strategia etenee vakuuttavasti

Liikevoitto
106,4
milj. €



Talouden tilanne vuonna 2025 oli haastava. Korkea työttömyys ja epävarmuus pitivät kulutuksen varovaisena ja suomalaisten luottamuksen heikolla tasolla, vaikka ostovoima kasvoikin vuoden aikana.

Haastavasta toimintaympäristöstä huolimatta S-Pankin tulos pysyi vuonna 2025 hyvällä tasolla, ja kasvu jatkui entistä isompana pankkina. S-Pankin liikevoitto oli 106,4 miljoonaa euroa (165,2).

Tuloskehitykseen vaikuttivat korkotason muutoksesta johtunut korkokatteen lasku sekä liiketoimintakaupasta ja muusta kehittämisestä johtunut henkilöstö- ja muiden hallintokulujen kasvu. Lisäksi vertailukauteen sisältyi Handelsbanken-liiketoimintakauppaan liittyneitä kertaluonteisia tuloutuksia. Vakavaraisuus ja likviditeetti pysyivät vahvoina, mikä mahdollistaa kasvun jatkumisen.

S-Pankin talletuskanta kasvoi 10,2 miljardiin euroon (9,4). Lainakanta oli vuoden lopussa 9,4 miljardia euroa (9,5). S-Etukortti Visa -korttiostosten euromääräinen summa kasvoi 17,3 prosenttia vuotta aiemmasta. Asiakasomistajat maksoivat vuodenvaihteessa 27,8 prosenttia bonusostoistaan S-Pankin kortilla (27,1). →

3,4
miljoonaa asiakasta

10,2
mrd. € talletuksia

S-Pankki-rahastojen osuudenomistajien määrä nousi noin 512 000:een vuotta aiemmasta noin 447 000:sta. S-Pankki-rahastojen nettomerkinnät olivat joulukuun lopussa 461,4 miljoonaa euroa, kun vastaava luku oli vuotta aiemmin 130,9 miljoonaa euroa. Hallinnoitavat varat kasvoivat 8,9 miljardiin euroon (8,3).

Handelsbanken-kauppa tuki kasvustrategiaa

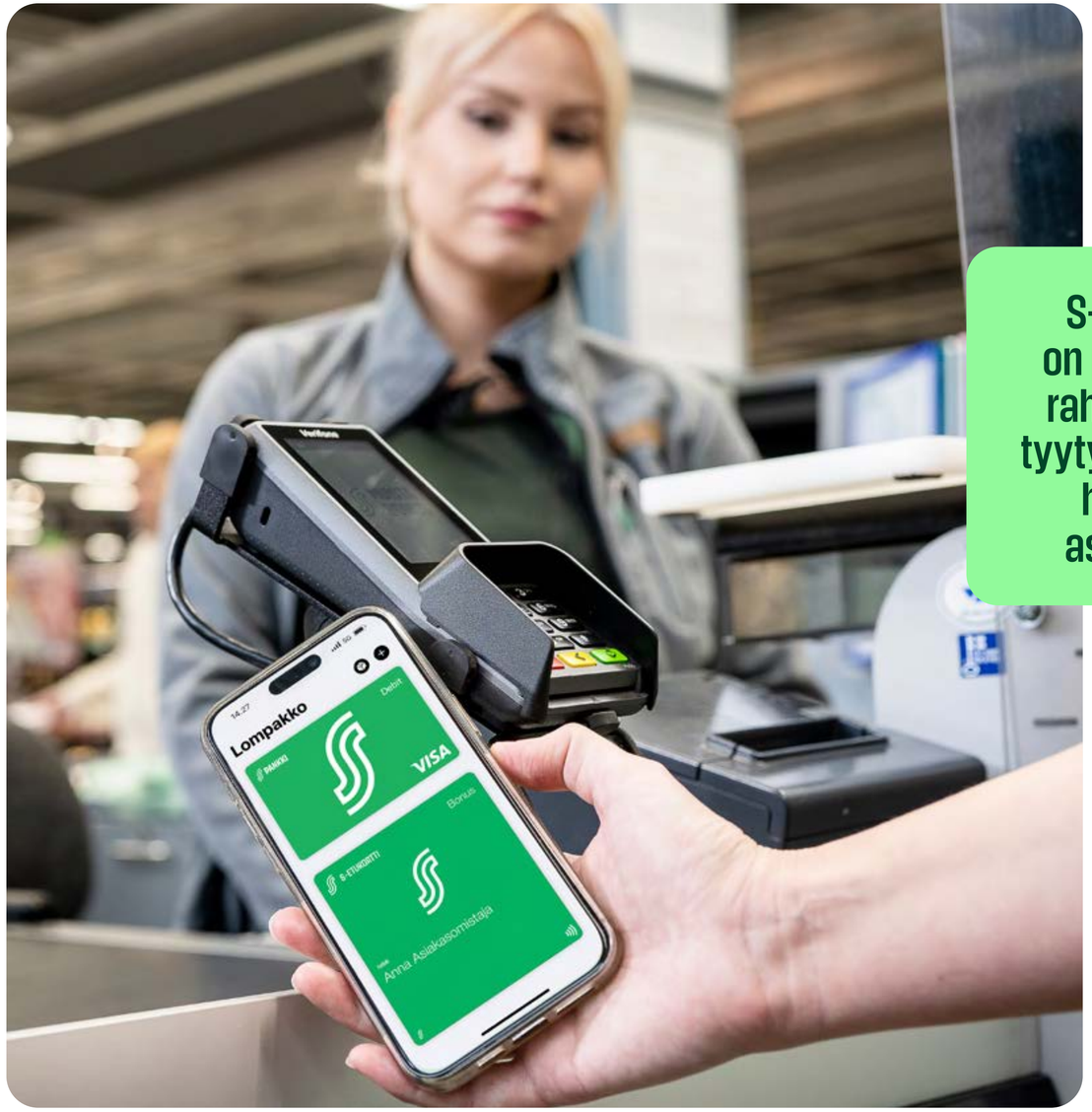
Joulukuussa 2024 toteutuneessa liiketoimintakaupassa S-Pankille siirtyivät Handelsbankenin Suomen henkilöasiakas- ja varainhoitoliiketoiminnot. Kauppa on tukenut S-Pankin kasvustrategiaa ja vahvistanut S-Pankin asemaa yhtenä Suomen johtavista varainhoitajista. Kaupan myötä hallinnoitavat varat kasvoivat, rahastovalikoima monipuolistui ja Private Banking -asiakkaiden määrä lähes kaksinkertaistui.

Vuonna 2025 S-Pankki alkoi uudistamaan palvelumalliaan yhdistämällä S-Pankin ja Handelsbankenin vahvuuksia – eli vahvaa asiakastuntemusta ja paikallisuutta sekä valtakunnallista ja digitaalista toimintamallia. Tavoitteena on tarjota entistä kokonaisvaltaisempaa ja asiakaslähtöisempää palvelua.

Loppuvuodesta luottoluokittaja Standard & Poor's nosti S-Pankin luottoluokituksen tasolle A- ja arvioi näkymät vakaiksi. Luottoluokituksen nosto vahvistaa pankin kilpailukykyä.

Etuja asiakasomistajille

S-Pankki on olemassa siksi, että jokaisella asiakasomistajalla olisi mahdollisuus vähän rahakkaampaan huomiseen. Visiomme on luoda pankkipalveluita, jotka tarjoavat ylivoimaista helppoutta ja hyötyä. Asiakasomistajat saavat S-Pankista tilin, kortin, verkkopankkitunnukset ja mobiilipalvelut ilman kuukausi- ja vuosimaksuja.



S-Pankilla on pankki- ja rahoitusalan tyytyväisimmät henkilöasiakkaat.

Strategiakaudella 2024–2027 S-Pankki on matkalla entistä asiakaslähtöisemmäksi ja digitaalisemmaksi pankiksi. Vuonna 2025 S-Pankki investoikin merkittävästi digitaalisten palveluiden kehittämiseen. Mutkattoman asiakaskokemuksen ja digitaalisen kehitystyön keskiössä on S-mobiili, jota käyttää viikoittain yli 1,5 miljoonaa asiakasta. Viime vuonna S-Pankki julkaisi yli 10 uutta asiakaspolkua S-mobiiliin.

S-Pankki haluaa helpottaa turvallista ja itsenäistä digiasiointia rakentamalla digiopastuspalveluita asiakkaiden avuksi. Loppuvuodesta digitukilinja vakiinnutettiin osaksi asiakaspalvelua.

Asiakkaiden aktiivisuus erinomaisella tasolla

Onnistunut Handelsbanken-integraatio ja palveluiden kehittäminen näkyy S-Pankin aktiivisten asiakkaiden määrässä: joulukuussa heitä oli 858 000. Asiointinsa S-Pankkiin keskittävien asiakkaiden määrä nousi 146 000:een.

Positiiviset uutiset S-Pankin brändin vetovoimasta jatkuivat. Syyskuussa 2025 julkaistun EPSI Rating -tutkimuksen mukaan S-Pankilla on pankki- ja rahoitusalan tyytyväisimmät henkilöasiakkaat. Lisäksi S-Pankki arvioitiin jo kahdeksatta kertaa Suomen arvostetuimmaksi pankki- ja rahoitusalan brändiksi Taloustutkimuksen Brändien arvostus 2025 -tutkimuksessa.

”Teemme yhdessä paremman paikan elää” -vastuullisuusohjelmamme tukee S-ryhmän missiota, jossa vastuullisuus on keskeisessä roolissa. Strateginen tavoitteemme on olla vastuullisuuden edelläkävijä kaikilla toimialoillamme.



Vastuullisuusohjelma ja arvot ohjaavat vastuullisuustyötä S-ryhmässä

Vastuullisuustyö kattaa kaikki S-ryhmän toiminnot ja sitä johdetaan ryhmätasolla yhteistyössä liiketoimintajohdon kanssa.

Olemme vahvasti läsnä suomalaisten arjessa, ja vaikutamme toiminnallamme monin tavoin meitä ympäröivään yhteiskuntaan. Vastuullisuustyötämme ohjaavat S-ryhmän yhteinen vastuullisuusohjelma ja arvomme. Vastuullisuusohjelmamme koostuu kolmesta teemasta:

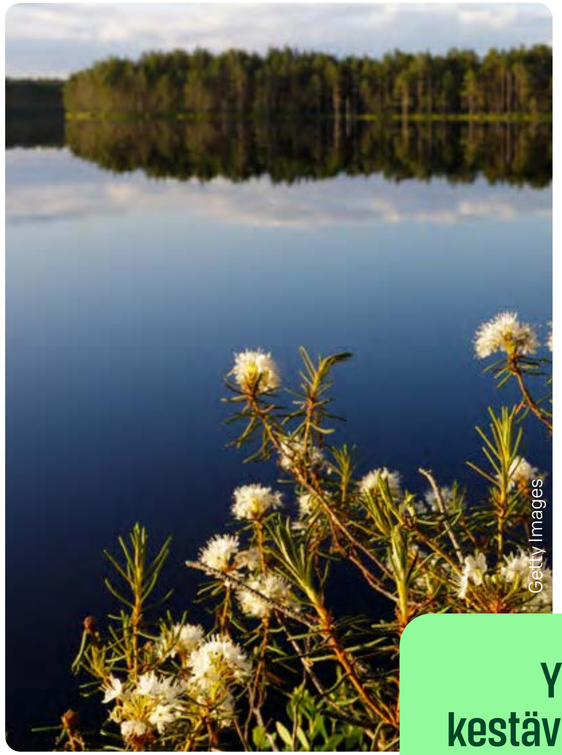


Getty Images

1
Kestävän kuluttamisen edistäminen yhdessä asiakkaidemme kanssa.

2
Kestävän kasvun edistäminen luonnonvaroja kunnioittaen.

3
Askeleet kohti yhdenvertaista maailmaa – eriarvoisuutta poistaen.


Getty Images

Yhteiset kestävyyshaasteet ratkaistaan yhdessä henkilöstön, kumppaneiden, päättäjien ja asiakkaidemme kanssa.

Vastuullisuusohjelmassa on sekä pitkän että lyhyen tähtäimen tavoitteita.

Olemme sitoutuneet useisiin kansainvälisiin aloitteisiin, kuten YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDGs), YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskeviin periaatteisiin, OECD:n toimintaohjeisiin monikansallisille yrityksille, ILOn työelämän perusoikeuksia koskevaan sopimukseen sekä YK:n Global Compact -aloitteeseen.

Vastuullisuusohjelmamme sekä S-ryhmätasoiset vastuullisuuteen liittyvät periaatteet, strategiset linjaukset, sitoumukset ja tavoitteet hyväksytään SOK:n hallituksessa.

Hallitus ja hallintoneuvosto käsittelevät vastuullisuusasioita säännöllisesti. SOK:n Vastuullisuus-yksikkö vastaa ryhmätasoisen vastuullisuuden strategisesta kehittämisestä ja ohjauksesta ja raportoinnin vaatimusten mukaisuudesta. Yksikkö raportoi suoraan SOK:n pääjohtajalle.

SOK Vastuullisuus -yksikkö vastaa koko S-ryhmän vastuullisuuden strategisesta tavoitteiden asettamisesta ja kehittämisen painopistealueista. Liiketoimintakohtaiset tavoitteet ja toimenpiteet määritellään yhteistyössä liiketoiminta-alueiden, tytäryhtiöiden ja vastuullisuusyksikön kanssa.

Tuotteisiin ja palveluihin liittyvät linjaukset valmistellaan yhteistyössä liiketoiminnan kanssa, ja alueosuuskauppojen kanssa käydään jatkuvaa vuoropuhelua. Ulkopuolisista asiantuntijoista koostuva Advisory Group tukee ja haastaa S-ryhmää vastuullisuustyössä.

Tutustu uuteen kestävyysselvitykseemme verkkosivuillamme osoitteessa s-ryhma.fi:
S-ryhmän ESRS-standardeja mukaileva selvitys kestävyystyöstä 2025

Vuoden 2025 edelläkävijätekojamme

S-ryhmä on **oman toiminnan osalta hiilinegatiivinen.**

S-ryhmän uudet **nettonolla 2050 -ilmastotavoitteet** hyväksytty tieteeseen perustuviksi (SBTi) ensimmäisenä kaupan alan toimijana Suomessa.

Lanseerasimme **Iso Juttu 2.0 -kumppanuusyhteistyön** arvoketjun kanssa: yhteistyö laajenee ilmastosta luontoon ja ihmisoikeuksiin.

Digityökalu käyttöön laajemmin – **työntekijöiden ääni kuuluviin arvoketjussa.**

Ensimmäinen suon **ennallistamishanke** käyntiin Pielavedellä. S-ryhmän tavoitteena on ennallistaa **500 hehtaaria** vuoteen 2035 mennessä metsiä ennallistamalla ja vesistöjen rehevöitymistä vähentämällä.

Jyväskylän yliopisto, S-ryhmä ja Sitra julkaisivat avoimen tietokannan ja oppaan, joiden avulla **yritykset voivat laskea ja pienentää omaa luontojalanjälkeään.** Menetelmä on avoimesti kaikkien yritysten käytettävissä.

Vastuullisuuden tunnusluvut integroitiin kaupparyhmän raportointi- ja johtamisjärjestelmiin.

S-ryhmän vastuullisuus 2030

Vastuullisuuden edelläkävijä.

TEEMME YHDESSÄ PAREMMAN PAIKAN ELÄÄ

Kohti kestävän kuluttamisen uutta normaalia – yhdessä askel kerrallaan

- Vastuullisuuden, terveellisyyden ja hyvinvoinnin edistäminen
- Planetaarisen ruokavalion edistäminen – 65 % kasvipohjaista
- Kotimaisuuden edistäminen – 80 % kotimaisia elintarvikkeita
- Kohti hiilineutraalia liikkumista



Kohti kestävää kasvua – luonnonvaroja kunnioittaen

- Net Zero 2050
- Hiilinegatiivinen 2025
- Kohti kiertotaloutta
- Luonnon moni-muotoisuuden vahvistaminen



Kohti yhdenvertaista maailmaa – eriarvoisuutta poistaen

- Yhteinen, syrjimätön ja monimuotoinen S-ryhmä
- Ihmisoikeuksien edistäminen
- Avoimuuden lisääminen – tuotteiden alkuperä ja vastuullisuustiedot näkyviin
- Elintarvikkeiden pääraaka-aineet vastuullisuusvarmennuksen piiriin
- Osallistavan yhteiskunnan vahvistaminen



Olemme asiakasta varten

Kannamme vastuuta ihmisistä ja ympäristöstä

Uudistamme jatkuvasti toimintaamme

Toimimme tuloksellisesti

Hyvä tulee tekemällä – esimerkkejä vastuullisuus-työstämme 2025

Yhteisiä kestävyyshaasteita ei ratkaista umpiossa, vaan yhdessä asiakkaidemme, henkilöstömme, päättäjien ja koko arvoketjun kanssa. Olemme tehneet pitkään monipuolista yhteistyötä eri tahojen kanssa tärkeiden tavoitteiden edistämiseksi. Vuonna 2025 jatkoimme tätä työtä ja teimme myös uusia avauksia.

Suurin vaikutus yhdessä tekemällä

Tämänhetkinen maailmantilanne ja poukkoileva sääntely haastavat yrityksiä myös vastuullisuuden saralla. Epävarmuus ei tue pitkäjänteistä tekemistä, mutta juuri siksi on tärkeää pitää kiinni tavoitteistamme. Olemme S-ryhmässä sitoutuneet olemaan vastuullisuuden edelläkävijä kaikilla toimialoillamme ja viemme työtä määrätietoisesti eteenpäin.

Vuonna 2025 otimme merkittäviä askelia. Tarkensimme vastuullisuusdatan hyödyntämistä ja toimme kestävyysraportoinnin mukaiset tavoitteet osaksi johtamista. Ilmastotyössä etenimme Net Zero -polulla, kun tavoitteemme hyväksyttiin tieteeseen perustuvan SBTi-prosessin mukaisesti. Teimme myös konkreettisia toimia luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi. Lisäksi syvensimme arvoketjun vastuullisuutta muun muassa etsimällä uusia keinoja kuulla arvoketjun työntekijöiden ääntä entistä paremmin.

Olen erityisen ylpeä yhteistyöstä Jyväskylän yliopiston ja Sitran kanssa. Julkaistu avoin tietokanta ja opas auttavat yrityksiä hallitsemaan ja pienentämään luontojalanjälkeään, ja toivon niiden vauhdittavan suomalaisten yritysten luontotyötä laajemminkin.

Iso juttu -kumppaniyhteistyömme uudistui ja laajeni: teemme kumppaneidemme kanssa työtä ilmaston, luonnon ja ihmisoikeuksien edistämiseksi. Tavoitteena on löytää konkreettisia ratkaisuja kestävyyshaasteisiin yhdessä tavaran- ja palveluntoimittajan kanssa. Vastaanotto on ollut kannustavaa ja innostunutta. Suurin vaikutus syntyy yhdessä tekemällä.

Arjessa punnitsemme jatkuvasti tilanteita, jotta vastuullisen hankinnan kriteerimme toteutuvat johdonmukaisesti, myös vaikeiden tilanteiden keskellä. Ihmisoikeuksien, vastuullisuuden ja eettisten periaatteiden kunnioittaminen on aina lähtökohtamme.

Haluan kiittää kaikkia ässäläisiä, asiakkaita, kumppaneita ja sidosryhmiä, jotka ovat olleet mukana viemässä vastuullisuustyötämme eteenpäin. Hyvä tulee tekemällä – yhdessä.

Nina Elomaa,
vastuullisuusjohtaja, SOK





100 %
päästötöntä sähköä

Suhteellisen energiankäytön tehostuminen S-ryhmän kiinteistöissä
-12 %
(vuoteen 2015 verrattuna)

Jätteiden kierrätysaste
76 %

Oman toiminnan päästöjen vähentyminen
-29 %
(vuoteen 2023 verrattuna)

HYVÄ TULEE ... TEKEMÄLLÄ

NET ZERO 2050: kohti nettonollapäästöjä omassa toiminnassa ja arvoketjussa



Net Zero -päästötavoitteemme tarkoittaa ilmastopäästöjen vähentämistä nettonollaan sekä oman toiminnan että arvoketjun osalta vuoteen 2050 mennessä. S-ryhmän lyhyen ja pitkän aikavälin ilmastotavoitteet vahvistettiin tieteeseen perustuvan arviointiprosessin mukaisesti (Science Based Target initiative). Mukana ovat myös maankäyttöön liittyvät päästöt (FLAG).

Arvoketjun päästövähennyksissä yksi keskeisistä keinoista on muun muassa kasvipohjaisen ruoan osuuden kasvattaminen kaikesta myydystä ruoasta. Tavoitteenamme on, että myydystä ruoasta 65 prosenttia on kasvipohjaista vuonna 2030.

Liikenteen sähköistyminen ja uusiutuvan polttonesteen osuuden kasvattaminen puolestaan vähentävät liikenteen ja S-ryhmän myymien polttonesteiden päästöjä.

Ilmastotyö vaati myös uusien keinojen löytämistä ja entistä vahvempaa yhdessä tekemistä kumppaneiden kanssa. Edellytämme kumppaneiltamme, että yli 10 miljoonan euron arvosta tuotteita toimittavat tavarantoimittajat päivittäistavarakaupassa asettavat tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet. Haluamme löytää yhteisvoimin kumppaneidemme kanssa uusia, vaikuttavia ja kustannustehokkaita keinoja päästöjen vähentämiseen koko arvoketjussa. Tähän tähtää myös uudistettu ja laajeneva Iso juttu -kumppaniyhteistyömme.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Tekosysteemi: Hyvät teot näkyviksi



Hävikki, satokauden kasvikset, **kotimaisuus ja kestokassit**. S-ryhmän myymälöissä hoksautetaan asiakasta arjen fiksuista valinnoista. Viime vuonna kutsuimme kuluttajat mukaan tekemään ja huomaamaan arjen pieneltä tuntuvia, mutta tärkeitä vastuullisuustekoja Tekosysteemi-markkinointiviestinnän keinoin. Tekosysteemissä jokaisella on tärkeä rooli.

Vastuullisuusohjelmamme yksi keskeinen tavoite on auttaa asiakkaitamme kohti kestävämpää arkea, kuten kestävää kuluttamista ja vähäpäästöisempää liikkumista sekä kukkaron, terveyden ja ympäristön kannalta fiksua syömistä.

Yritysten on tärkeää tuoda esille pitkän tähtäimen strategisia vastuullisuustavoitteita ja tekoja kestävän kehityksen eteen. Myös asiakkaidemme kannustaminen vastuullisuustekoihin ja heidän kiittämisensä fiksuista valinnoista on tärkeää. Pienistä teoista tulee kokoaan suurempia, kun niitä tekee riittävän moni – onpa kyse sitten muovipusseista tai satokauden kasvisten lisäämisestä ruokavalioon. Kaikkein merkittävimmät vastuullisuusteot syntyvät arjessa jatkumona, toistona.

Vauhditamme muun muassa kasvipohjaisten tuotteiden kysyntää eri tavoin. Innostamme kasvisten syöntiin esimerkiksi Alle euron hevi-myyntikonseptimme sekä uuden Helpot & nopeat -tuotesarjamme kautta. Tuotesarjaan kuuluu valmiiksi pestyjä, pilkottuja ja raastettuja kasviksia. Myös yhteistyö Vegaanihaasteen kanssa on yksi keinoista. Ketjuohjatuissa ruokaravintoloissamme on tarjolla asiakasomistajahintainen kasvisannos. Lisäksi olemme yhtenä perustajajäsenenä Pro Vege -yhdistyksessä, jonka tarkoituksena on edistää kasvipohjaisen ruoan kehitystä ja kasvua Suomessa.

Tehtävänämme on tarjota fiksut vaihtoehdot helposti asiakkaillemme valittavaksi. Yhteiset kestävyyshaasteet ratkaistaan yhdessä henkilöstön, kumppaneiden, päättäjien ja asiakkaidemme kanssa.

Lue lisää: tekosysteemi.fi

Kasvipohjaisuusaste

60 %

Tavoitteena **65 %** myymästämme ruoasta on kasvipohjaista vuoden 2030 loppuun mennessä.

Ruokahävikki

Ruokahävikki oli myymälöissämme

1,2 %

ravintoloissamme

1,1 %

ABC-ravintoloissamme

2,5 %



Lähes

390

ABC-latausasemaa Suomessa

Näin tuemme siirtymää kohti puhtaampaa liikkumista.



HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

S-ryhmä vahvistaa työntekijöiden ääntä arvoketjuissaan

S-ryhmä on sitoutunut kunnioittamaan työ- ja ihmisoikeuksia koko toiminnassaan ja edellyttää samaa kumppaneiltaan. Muuttuva toimintaympäristö lisää tarvetta entistä huolellisempaan arviointiin. Työperäisen hyväksikäytön ja ihmiskaupan riski on olemassa myös Suomessa, etenkin aloilla, joilla työskentelee paljon kausityövoimaa.

Siksi etsimme aktiivisesti uusia keinoja saada työntekijöiden kokemukset näkyviksi toimitusketjuissa ja todentaa, kuinka yhteistyökumppaneiden allekirjoittamat sopimusehdot toteutuvat käytännössä. Yksi keinoista on digitaalinen kyselytyökalu, jonka avulla arvioidaan työoloja ja työoikeuksien toteutumista.

Syksyllä 2025 hyödynsimme siivoustoimialalla videopohjaista kyselytyökalua yhdessä kolmen alueosuuskaupan ja kumppaneiden kanssa. Olemme jo pidempään kiinnittäneet huomiota siivoustoimialan haasteisiin. Heikot työelämätaidot ja tietämättömyys omista oikeuksista kohottavat riskiä työperäiselle hyväksikäytölle.

Järjestimme yhdessä Ihmisoikeuskeskuksen kanssa tilaisuuden, jossa alan toimijat, Palvelualojen ammattiliitto ja Kiinteistötyönantajat etsivät ratkaisuja yhteisiin ongelmiin. Edistämme yhdessä tunnistettuja kehitystoimenpiteitä.

Kyselytyökalua hyödynnettiin samana syksynä myös luonnonmarjojen toimitusketjussa yhteistyössä ketjun toimijoiden kanssa. Noin 700 poimijaa vastasi kyselyyn thain kielellä. Kyselyn havaintoja käydään läpi marja-alan toimijoiden ja muiden sidosryhmien kanssa tavoitteena löytää ratkaisuja toimialan yhteisiin haasteisiin. On tärkeää, että metsämarjanpoiminta-alalle Suomessa saadaan koko toimitusketjua sitovat, yhteiset pelisäännöt.



99 %

Sosiaalisen vastuun auditointi

oma merkki -tuotteille ja oman maahantuonnin tuotteille riskimaista.

6,1

milj. €

tukea paikalliseen yhteistyöhön ja hyvinvointiin eri puolilla Suomea.

2 **keskeisellä toimialalla** arvoketjun työntekijät vastasivat kyselyymme työoloista ja -oikeuksistaan.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ



Iso juttu -kumppaniyhteistyö laajenee ja syvenee

Uudistuva Iso juttu -kumppaniyhteistyö laajeni vuonna 2025 kattamaan ilmastoteemojen lisäksi luonnon monimuotoisuuden, vesivastuullisuuden ja ihmisoikeudet. Tavoitteena on löytää konkreettisia ratkaisuja kestävyyshaasteisiin koko arvoketjussa.

Iso juttu -yhteistyön piiriin kuuluvat S-ryhmän yli 15 500 tavaran- ja palvelutoimittajaa. Vuoropuhelua käydään laajasti myös yhteiskunnallisten toimijoiden, kansalaisjärjestöjen ja tutkimuslaitosten kanssa. Pienten ja keskisuurten yritysten tukeminen yritysvastuun muutoksissa on keskeistä, sillä ne ovat tuoneet esille huolta sääntelyvaatimusten kyydissä pysymisestä. Käytännössä yhteistyö tarkoittaa esimerkiksi tukea vastuullisuustyöhön, yhteistä oppimista ilmasto-, luonto- ja ihmisoikeustyön kehittämiseksi sekä erilaisia yhteistyöhankkeita kumppaneiden kanssa.

Kymmenen vuotta sitten alkanut Iso juttu keskittyi ilmastotavoitteisiin. Mukaan tuli yli sata S-ryhmän kumppaniyritystä, ja yhteisenä tavoitteena oli miljoonan tonnin päästövähennys vuoden 2015 tasosta vuoden 2030 loppuun mennessä. Miljoonan tonnin päästösäästö saavutettiin jo vuonna 2024.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Vesivastuullisuus keskeinen osa luontotyötä

S-ryhmä on kehittänyt vesivastuutyötään, kartoittanut vesiriskejään ja nostanut kestävän vedenkäytön merkittävään rooliin vastuullisuustyössään. Oman toimintamme fiksun veden käytön lisäksi on tärkeää pyrkiä tukemaan arvoketjua kestävämmässä vedenkäytössä ja tekemään yhteistyötä. Vuonna 2025 teimme vesivastuutyötä sekä Itämeren hyväksi että kansainvälisessä hankkeessa Espanjassa.

Itämeri on meille kaikille yhteinen ja ainutlaatuinen merialue. Saaristomeri on Suomen huonokuntoisin merialue. Valuma-alueen ravinnekuormitusta pyritään vähentämään tiiviissä yhteistyössä alueen maataloustoimijoiden ja koko ruokaketjun kanssa.

S-ryhmä tukee John Nurmisen Säätiön toimintaa, ja tukea on kohdennettu Pellon Perintö -hankkeeseen. Lisäksi S-ryhmä osallistuu Varsinais-Suomen ELY-keskuksen ruokaketjun vesivastuullisuuden edistämiseen.

Pellon perintö -hankkeessa tehdään vuosien 2025–2027 aikana konkreettisia tekoja Saaristomeren ravinnekuormituksen vähentämiseksi yhteistyössä maataloustoimijoiden ja alueen asukkaiden kanssa. Mukana on lähes 50 tilaa. Hankkeessa parannetaan peltojen kasvukuntoa, vähennetään ravinnevalumia Uskelanjokeen ja vahvistetaan paikallisten suhdetta omaan jokiympäristöönsä.

Olemme mukana myös yritysten yhteisessä vesihankkeessa Espanjassa, joka on keskeinen kasvisten tuottajamaa Euroopassa. S-ryhmä, pohjoismainen osuuskauppojen hankintayhtiö Coop Trading ja kolme muuta eurooppalaista kaupparyhmää osallistuvat kestävän vedenkäytön pilotointiin vesikriittisellä Huelvan ja Doñanan alueella Etelä-Espanjassa. Alliance for Water Stewardship (AWS) koordinoi tätä uudenlaista kestävään vedenkäyttöön liittyvää yhteistyöhanketta.

Hanke koskee alueen hedelmä-, marja- ja vihannestuottajia, jotka kärsivät ilmastonmuutoksen voimistamista sään ääri-ilmiöistä, kuten tulvista ja lisääntyvistä kuivuusjaksoista. Vuonna 2023 alkaneen hankkeen tavoitteena on lisätä alueella toimivien ruoantuottajien ja ruokaketjun toimijoiden yhteistyötä, syventää ymmärrystä yhteisiin vesivaroihin vaikuttavista toiminnoista ja löytää ratkaisuja vesihaasteisiin.

Vuonna 2025 hankkeessa tehtiin tilakohtaisia suunnitelmia vesivastuun parantamiseksi sekä järjestettiin tiloille koulutuksia ja yhteistapahtuma vesivastuuyhteistyön vahvistamiseksi alueen toimijoiden kesken.

Osaava ja hyvinvoiva henkilöstö toteuttaa yrityksen strategian ja tekee tuloksen. Me S-ryhmässä haluamme olla, osuustoiminnallisen perustehtävämme ja arvojemme mukaisesti, inhimillinen ja vastuullinen työnantaja vuoden jokaisena päivänä.



Henkilöstö



Henkilöstön hyvinvointi

Inhimillisempi työelämä tarkoittaa S-ryhmässä esimerkiksi oikeutta hyvään johtamiseen, selkeitä arjen pelisääntöjä, joustavaa työvuorosuunnittelua, työkyvystä huolehtimista ja hyvää kommunikaatiota työyhteisöissä.

Suositteluhalukkuus

+39

eNPS-mittarilla

S-ryhmän yhteiset johtamislupaukset ’Uskallan, Arvostan, Toteutan’ edistävät hyvää lähijohtamista ja johtamisen kehittämistä. Aikaansaannoksiin kannustava ja rohkea johtaminen, toimiva yhteistyökulttuuri sekä yksilön huomioiva esihenkilötyö tukevat ihmisten hyvinvointia ja onnistumista työssään.

Mitä henkilöstötutkimuksemme kertoo?

Henkilöstökokemuksen merkittävin vuosittain toistuva mittari on työyhteisötutkimuksemme TYT, johon kaikki s-ryhmäläiset kutsutaan vastaamaan. Tutkimuksella kartoitamme omaan työhön sekä oman työyksikön ja yrityksen toimivuuteen liittyviä asioita. Tutkimus koostuu useasta indeksistä, joilla mitataan työtyytyväisyyden ja omistautuneisuuden eri osa-alueita.

Vuonna 2025 työyhteisötutkimuksen tulos pysyi koko S-ryhmässä korkealla tasolla, ollen 75,3. Työntekijämme ovat Suomen keskiarvoa selkeästi tyytyväisempiä ja sitoutuneempia ja ylitimme jälleen Suomen yleisnormin 5,4 yksiköllä. Vastausprosentti oli erinomainen 90 %.

Tutkimuksen tavoitteena on tunnistaa vahvuuksia ja kehityskohteita ja kannustaa työyhteisöjä jatkuvaan parantamiseen. Vahvuuksiamme ovat tutkimuksen mukaan lähijohtaminen, työn hallinta sekä työnantajakuva. Erityisinä vahvuuksina koettiin tavoitteiden selkeys ja esihenkilöiden luottamus tiimeissä.

Suositteluhalukkuutta mittaava eNPS-mittari (employer Net Promoter Score) oli +39, mikä on 19 pistettä suomalaista yleisnormia paremmalla tasolla. →

S-ryhmän työyhteisötutkimuksen tulokset (asteikko 0–100)	2024	2025	Suomen yleisnormi 2025
TYT-indeksi (sis. kaikki kysymykset)	75,5	**75,3**	69,9
Omistautuneisuusindeksi	78,2	**78,3**	76,4
Johtamislupausindeksi	77,6	**77,4**	72,2
Eettinen indeksi*	83,8	**84,0**	ei yleisnormia*

*) Eettinen indeksi sisältää 7 kysymystä ja on S-ryhmän oma kysymyskokonaisuus.
Ei ulkoista vertailuaineistoa. N = 32 895
Muut indeksit N = 37 215

Työnantajamaine tutkitusti kunnossa vuonna 2025

- **Universumin** ammattilaistutkimuksissa sekä toisen asteen koulutetut että kaupallisen alan korkeakoulutetut valitsivat S-ryhmän toiseksi ihanteellisimmaksi työnantajaksi.
- **Academic Workin** nuorten osaajien listauksessa nousimme sijalle 9 vuoden 2024 sijalta 23.
- **Duunitorin** kansallisessa rekrytointitutkimuksessa vastaajat mainitsivat S-ryhmän kolmanneksi useimmin houkuttelevimpana työnantajana, spontaanisti kysyttäessä.
- **T-median** Luottamus ja maine -tutkimuksessa suuri yleisö arvioi työnantajamaineemme mittaushistoriamme korkeimmalle tasolle (3.80).



Osuuskaupat Suomen innostavimpia työpaikkoja

Työelämän asiantuntijayhtiö Eezy Flow toteutti vuonna 2025 henkilöstötutkimuksia noin 200 organisaatiolle kymmeniltä toimialoilta. Vastaajia oli noin 200 000.

Parhaat tulokset henkilöstötutkimuksissaan saavuttaneet organisaatiot julkistetaan vuosittain. S-ryhmäläiset pärjäsivät jälleen huippuhienosti Suomen innostavimmat työpaikat -listauksessa.

Osuuskaupat ottivat kolmoisvoiton suurten (yli 1 000 henkilöä työllistävien) organisaatioiden sarjassa. Osuuskauppa KPO otti toistamiseen kärkipaikan kokonaisindeksillään 80,5. Osuuskauppa Keskimaa nousi kakkossijalle (kokonaisindeksi 78,6) ja Pohjois-Karjalan Osuuskauppa nappasi kolmospaikan (77,8).

S-ryhmän yritykset näkyivät listoilla myös muissa sarjoissa: Osuuskauppa Maakunta oli keskisuurten (150–1 000 henkilöä) organisaatioiden sarjan ykkönen (kokonaisindeksi 81,8) ja Sokotel Oy listauksessa kolmantena (78,4).

Kaikki osuuskaupat ja usea S-ryhmän muu yritys sai hyvillä työyhteisötutkimustuloksillaan Suomen innostavimmat työpaikat -kunniamaininnan, jonka saavat käyttöönsä korkeimpiin luokituksiin yltäneet yritykset.



Työvuorot kuntoon kimpassa

Yhteisöllinen työvuorosuunnittelu on kaupan ja palveluiden aloilla uusi, henkilöstöä osallistava tapa suunnitella työvuorot. S-ryhmän yritykset ovat tehneet uraauurtavaa kehitystä omassa pilotissamme, jonka myötä yhteisöllinen työvuorosuunnittelu on tullut osaksi normaalia arkeamme.

Yhteisöllinen suunnittelutapa helpottaa työn ja vapaa-ajan yhteensovittamista ja lisää merkittävästi henkilöstön vaikutusmahdollisuuksia työhön. Työvuorot poimitaan järjestelmästä itse, yhteisiä pelisääntöjä noudattaen, ja yksikön esihenkilö tai työvuorosuunnittelun ammattilainen viimeistelee vuorot sovittaen henkilöstön toiveet ja liiketoiminnan tarpeet yhteen. Vuoden 2025 lopussa yhteensä 5 000 työntekijää osallistui itse aktiivisesti omien työvuorojensa valintaan, ja toimintamalli leviää koko ajan. Keväällä 2026 sen piirissä on 6 500 s-ryhmäläistä.

Työyhteisötutkimuksen tulokset osoittavat, että yhteisöllinen työvuorosuunnittelu on lisännyt työntekijöiden hyvinvointia, innostusta ja omistautuneisuutta työhön.

– Monet tämän päivän ilmiöt haastavat hyvinvointiamme, työelämässä ja vapaalla. Olemme valtavan ylpeitä siitä, että olemme onnistuneet löytämään ratkaisuja, joiden avulla arki sujuu paremmin ja henkilöstön arvio omista voimavaroista vahvistuu, mallia pilotoimassa olleen Osuuskauppa Arinan henkilöstö- ja viestintäjohtaja **Minna Salonen** iloitsee.

Haussa joustava, elämäntilanteen huomioiva työ

Kaupassa ja matkailu- ja ravitsemisalalla tehdään paljon osa-aikatyötä, sillä palvelutyötä ei voi tehdä varastoon. Me S-ryhmässäkin tarvitsemme eniten henkilöstöä juuri ruuhkahuipuissa.

Tavoitteemme on aina mahdollisuuksien mukaan tarjota henkilöstöllemme heidän omaan elämäntilanteeseensa sopiva määrä työtunteja. Teemme systemaattisesti töitä sen eteen, että halukkailla on mahdollisuus kasvattaa sopimustuntejaan, ja tarjoamme osa-aikaisille säännöllisesti lisätyötunteja.

Vuonna 2025 henkilöstöstämme noin 60 prosenttia oli osa-aikaisia, ja heistä melkein puolella työtunteja oli 30 viikossa tai sen yli. Tavallisesti ilta- ja viikonloppulisien myötä 30 tuntia viikossa työskentelevät osa-aikaiset ansaitsevat lähes yhtä paljon kuin kokoaikaiset, aamuvuoroja tekevät työntekijät.

S-ryhmässä kysytään säännöllisesti osa-aikaisten työntekijöiden tyytyväisyyttä työtuntiensa määrään. Valtaosa osa-aikaisista työntekijöistämme, noin 70 prosenttia, on tyytyväisiä työtuntiensa määrään. Heidän joukossaan on esimerkiksi alle 25-vuotiaita opintojensa ohella työskenteleviä nuoria, joita S-ryhmä työllistää runsaasti.

Haluamme palvelualojen säilyttävän vetovoimaisuutensa myös tulevaisuudessa, ja joustava, elämäntilanteeseen sopiva työ on tärkeä osa alojemme houkuttelevuutta. Kehitämmekin jatkuvasti työtä ja toimintamalleja henkilöstöä kuunnellen. Työn muokkaus tarvittaessa, työkyvyn tai elämäntilanteen muuttuessa, on yksi keinoista. Erityisenä painopisteenä olemme kehittäneet viime vuosina työvuorosuunnittelun käytänteitä. Yhteisöllinen työvuorosuunnittelu mahdollistaa henkilöstöllemme aiempaa merkittävästi isomman vaikutusmahdollisuuden omiin työaikoihinsa. →

Työsuhteiden laatu (%)	2023	2024	2025
Vakituiset	92	93	**94**
Määräaikaiset	8	7	**6**
Kokoaikaiset	38	38	**37**
Osa-aikaiset	62	62	**63**

Työhyvinvointia vaikuttavasti, tiedolla johtaen

S-ryhmän sairauspoissaolot pysyivät kokonaisuutena vuonna 2025 edellisvuoden tasolla. Mielenterveysperusteiset poissaolot vähentyivät hieman, samoin infektioihin liittyvät poissaolot. Terveysprosenttimme oli 57 %, mikä tarkoittaa, että 57 prosentilla henkilöstöstämme ei ollut yhtään sairauspoissaoloa vuonna 2025.

Työhyvinvoinnin ja työkykyjohtamisen kehittämiseksi tehtiin jälleen paljon toimia. Yksi painopisteistä on usean vuoden ajan ollut ergonomia. Yli 300 lähettilästä osallistui vuoden aikana monipuolisiin valmennuksiin, joilla edistettiin työkykyä, turvallisuutta ja työn sujuvuutta. Lähettiläät vievät teemoja käytännön tehtävien kautta eteenpäin S-ryhmän toimipaikoissa, jolloin ergonomiaosaaminen vahvistuu laajemminkin.

Toinen keskeinen painopiste on ollut kehittää työhyvinvoinnin tiedolla johtamista. Uudistunut mittaristo ja uudet tiedon analyysitavat ovat mahdollistaneet työkykyyn liittyvien ilmiöiden aiempaa tarkemman seurannan, ennakoivan työkykyjohtamisen ja vaikuttavien toimenpiteiden oikea-aikaisen kohdentamisen. Kehitystyö jatkuu vuonna 2026.

Vahva viestintä tukee yhtenäistä työhyvinvointi- ja turvallisuuskulttuuria.

Työturvallisuuden ja -hyvinvoinnin vahva viestintävuosi

Turvallisuus on noussut viime vuosina keskeiseksi teemaksi palvelualoilla. Asiakkaiden epäasiallinen käytös ja häiriötilanteet ovat lisääntyneet, ja turvattomuuden tunne puhuttaa epävarmassa maailmantilanteessa. Myös hyvinvointi kiinnostaa yhä useampia.

Selkeät toimintamallit ja ohjeistukset, koulutukset, apuvälineet ja esimerkiksi kalusteratkaisut ovat turvallisen, toimivan työarjen perusta. Lisäksi turvallisuus ja työhyvinvointi on nostettu keskeiseksi viestinnän teemaksi koko S-ryhmässä.

Vuonna 2025 viestintään lisättiin uutta suunnitelmallisuutta vuosikellon avulla. Se on selkeyttänyt kokonaisuutta ja varmistanut, että keskeiset työkykyyn ja työturvallisuuteen liittyvät teemat ovat järjestelmällisesti esillä koko vuoden ajan, monikanavaisesti. Käsittelyssä on ollut muun muassa turvallisen arjen, perehdytyksen, ergonomian, itsestä huolehtimisen, työn kuormituksen ja mielen hyvinvoinnin aiheita.

Vahva viestintä tukee yhtenäisen työhyvinvointi- ja turvallisuuskulttuurin vahvistumista. Satsaukset sisäiseen viestintään ovat olleet erityisen toivottuja, mutta teemaa on nostettu myös asiakasviestinnässä, esimerkiksi tukien Kaupan liiton ja Palvelualojen ammattiliitto PAMin Ollaan ihmisiksi -kampanjaa.

Nolla tapaturmaa ja valmius toimia

Turvallisuus on keskeinen osa arkea kaikissa S-ryhmän töissä. Niin asiakaspalvelu- kuin asiantuntijatyössä kohtaamme päivittäin tilanteita, joissa turvallisuus on huomioitava – oli kyse sitten tavaroiden siirtelystä, asiakaskohtaamisista, siisteydestä tai suunnittelusta.

Tavoitteemme S-ryhmässä on nolla tapaturmaa. Pyrimme yhdessä siihen, ettei yksikään työntekijä tai asiakas loukkaantuisi työpaikallamme. Turvallisuuden parantaminen edellyttää jatkuvaa valppautta, työympäristön havainnointia, riskien tunnistamista ja tietenkin raportointia. Esimerkiksi liukkaat lattiat tai kiireessä unohtuneet esteet voivat aiheuttaa vaaratilanteita. Näiden asioiden huomioiminen on osa yhteistä vastuunkantoamme, jotta toimipaikkamme ovat mahdollisimman turvallisia niin henkilöstölle kuin asiakkaillemmekin.

Harjoittelemme myös poikkeustilanteita säännöllisesti ja keskustelemme siitä, miten tilanteissa toimitaan. Säännöllisillä turvallisuuskävelyillä tutustutaan puolestaan turvallisuusratkaisuihin ja tarkistetaan yhdessä esimerkiksi, missä poistumisreitit ja alkusammutuskalusto sijaitsevat. Erilaisia turvallisuuskoulutuksia ja -harjoituksia järjestetään S-ryhmässä satoja vuosittain.

Myymälöissä ja muissa toimipaikoissamme on silloin tällöin tilanteita, joissa työkaverin tai asiakkaan sairauskohtaus vaatii nopeaa ensiapua. On ollut koskettavaa nähdä, miten moni on osannut toimia oikein ja auttaa tehokkaasti. Rohkeus toimia voi todella pelastaa ihmishenkiä. Olen ylpeä siitä, miten iso porukka perehtyy ’ässäduunissa’ ensiaputaitoihin säännöllisesti.

Jokainen arjen pieni teko vaikuttaa ja jokaisen panos on tärkeä. Jatkamme kehitystyötä, yhdessä ja samalla huolellisuudella, toistemme turvallisuuden varmistamiseksi.

Hanne Lehtovuori,
henkilöstöjohtaja, SOK



HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ



Uudistettu varhaisen tuen malli työhyvinvoinnin varmistajana

Mielen hyvinvointi on ollut viime vuodet säännöllisesti esillä julkisessa työelämäkeskusteluissa. Muuttuvat työelämän vaatimukset voivat painaa, samoin luonnollisesti monet henkilökohtaisen elämän asiat. Mielen lisäksi kroppa voi oireilla fyysisessä työssä.

– Varhaisen tuen malli auttaa esihenkilöitä tunnistamaan työntekijän mahdolliset haasteet, jotta ratkaisujen löytäminen yhdessä ja tuki työkyvylle toteutuu riittävän ajoissa. Keskiössä on esihenkilön ja työntekijän välinen luottamuksellinen keskusteluyhteys silloin, kun huoli työkyvystä, jaksamisesta tai työn sujumisesta on herännyt, sanoo työhyvinvointipäällikkö **Laura Latomäki** SOK:lta.

S-ryhmän varhaisen tuen malli uudistettiin vuonna 2025, tiiviissä työpajayhteistyössä kaupparyhmän työhyvinvoinnin ja työturvallisuuden ammattilaisten sekä työkykyjohtamisen kumppaneiden, Elon ja Terveystalon, kanssa. Osallistava prosessi vahvisti ymmärrystä siitä, miten varhainen tuki on yhtä aikaa välittämistä, ennakointia ja konkreettisia tekoja työhyvinvoinnin tukemiseksi – usein työ on voimavaratekijä. Uudistettua mallia on jo sovellettu arjessa, ja laajempi lanseeraus jatkuu osuuskauppojen kanssa keväällä 2026.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Tutkimustietoa kaupan alan työkuormitustekijöistä

Kaupan alan työkuormitusta tarkasteltiin vuosina 2023–2025 laajassa Työterveyslaitoksen tutkimuksessa. Hankkeeseen osallistui yli 2 600 työntekijää Arinan, Hämeenmaan, KSO:n, PeeÄssän ja POK:n market- ja liikennekaupasta.

Tulokset osoittivat, että kaupan alan töissä työkuormitus on kokonaisuutena maltillista. Arjessa esiintyy kuitenkin kuormitushuippuja, ja tutkimus tarjoaakin ainutlaatuisen kokonaiskuvan siitä, millaiset työtehtävät ja työaikapiirteet kuormittivat henkilöstöä eniten.



Fyysisesti raskaimpia töitä olivat kuormien purku ja hyllytys, kun taas henkistä kuormitusta lisäsivät kiire, keskeytykset ja haastavat asiakastilanteet. Oikeilla työtavoilla, avoimella keskustelulla ja yhteisillä pelisäännöillä voidaan keventää sekä fyysistä että henkistä kuormaa ja loiventaa kuormitushuippuja.

– Olemme tehneet jo monia asioita oikein. Riskitekijöitä tunnistamalla voimme tarttua niihin ennaltaehkäisevästi, henkilöstöjohtaja **Sanna Mäenpää** Kymen Seudun Osuuskaupasta sanoo.

– Kimpassa tehtävien tiimipurkujen ohella helpotamme hyllytystä ”metrottamalla”, nelitasoisilla kärryillä. Apuvälineiden ohella työlastiin voi vaikuttaa todella paljon omilla valinoilla: huomioiko oikeaoppiset työasennot ja -tavat, käyttääkö kunnollisia jalkineita ja antaako aikaa palautumiselle. Vuorotetris vaatii välillä taiteilua, jotta jokaiselle jää riittävästi aikaa palautumiselle. Odotan innolla KSO:lla juuri starttaavaa yhteisöllistä työvuorosuunnittelua, marketpäällikkö **Terhi Virtanen** Korian S-marketista kuvailee.

Sujuva työarki parantaa henkilöstön jaksamista, ja tutkimuksen oppeja hyödynnetään S-ryhmässä jatkossakin, kehittäen toimintaa yhdessä henkilöstön kanssa.



Meillä S-ryhmässä on tapana sanoa, että investoimme ihmisiin: Tuemme työkykyä, nuorista konkareihin, ja ylläpidämme henkilöstömme osaamista koko työuran ajan.

Nuorista konkareihin

18 000
kesätyöntekijää

Kesätöistä kipinä palvelualoihin

Lähes jokainen suomalainen on itse joskus työskennellyt tai tuntee ihmisen, joka on työskennellyt kaupan alalla. Meille on helppo tulla ottamaan työelämän ensiaskelia.

Osuuskaupat ovat nuorten suurimpia työllistäjiä Suomessa, ja suunnilleen joka neljäs s-ryhmäläinen on alle 25-vuotias. Vakituisten töiden ohella tarjosimme vuonna 2025 yli 18 000 nuorelle kesätöitä tai -harjoittelun toimipaikoissamme.

Ensimmäisillä työelämäkokemuksilla on tutkitusti vaikutusta ammatti-identiteetin syntyyn ja jopa koko työuran onnistumiseen. Haluamme tarjota nuorille myönteisiä työelämän ensikokemuksia, jotka sitouttavat ja synnyttävät kiinnostuksen palvelualoihin. Otamme roolimme nuorten työelämätaitojen opastajana vakavasti, hakukokemuksesta alkaen. Järjestämme ja osallistumme useisiin rekrytointitapahtumiin ympäri Suomen ja kehitämme yhteistyötä oppilaitosten kanssa jatkuvasti.

Perehdyttäminen ja nuoren aito kohtaaminen työpaikalla ovat kriittisen tärkeitä, ja olemme satsanneet perehdytyksen kehittämiseen eri liiketoiminnoissa. Työtehtäviin liittyvän perehdyttämisen lisäksi käytössämme on yhteistyössä Työterveyslaitoksen kanssa laadittu Duunipassi-mobiiliverkkokoulutus. Sen avulla eri toimialoillamme työskentelevät kesätyöntekijät perehtyvät työelämätaitoihin, työ- →

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Kesätöitä myös erityistä tukea tarvitseville



S-ryhmä työllisti kesällä 2025 jälleen noin 18 000 nuorta eri puolilla Suomea. Paikoista noin puolet oli varattu pidempikestoisiin kesätöihin, ja toinen puoli suunnattiin alle 18-vuotiaille lyhyempiin harjoittelujaksoihin.

Tavoitteemme on tarjota nuorille myönteisiä ensimmäisiä työelämäkokemuksia, jotka vahvistivat ammatti-identiteetin syntyä ja sitouttavat työelämään. Perehdytykseen on satsattu ketjuissamme paljon, mikä näkyy hyvinä palautteina nuorilta.

Osuuskaupoissa kehitetään jatkuvasti toimintatapoja ja -malleja, jotta kaikenlaisten nuorten kohtaaminen onnistuu parhaalla mahdollisella tavalla. Esimerkiksi Pohjois-Karjalan Osuuskauppa ja Pirkanmaan Osuuskauppa satsaavat erityistä tukea tarvitseviin. Erityisiä tarpeita on huomioitu esimerkiksi rekrytointitilanteissa, perehdytyksessä ja työn ohjauksessa.

– Olemme työllistäneet jo useamman kesän yli 130 erityistä tukea vaativaa nuorta. Tämä on konkreettinen teko vastuullisuutemme eteen. Paras kiitos meille on työssään viihtyvä ja onnistuva nuori, henkilöstöjohtaja **Mika-Jussi Mononen** Pohjois-Karjalan Osuuskaupasta toteaa.

Pirkanmaan Osuuskauppaan palkattiin kesäksi kymmenen erityistä tukea tarvitsevaa nuorta. Yhteensä osuuskauppa työllisti 77 erityistä tukea tarvitsevaa vuonna 2025. Pirkanmaan Osuuskauppa palkittiin valtakunnallisessa Human Power 25 -gaalassa vuoden ihmisläheisimmästä työelämäteosta.

– Töissä käyminen tukee henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Se tuo rutiinia arkeen. Sosiaalinen kanssakäyminen asiakkaiden ja työkavereiden kanssa tuo merkityksellisyyttä. On tärkeää olla osa työyhteisöä ja myös yhteiskuntaa, Pirkanmaan Osuuskaupan ihmiset ja kulttuuri -johtaja **Sari Moisander** kuvailee.

turvallisuuteen ja esimerkiksi työhyvinvointiin. Myös harjoitteluihin on omat verkkokoulutuksensa.

Keräämme nuorilta vuosittain palautetta kehittääksemme kesätyökokemusta S-ryhmässä. Nuoret ovat tutkimuksen mukaan tyytyväisiä työhön meillä, ja heidän halukkuutensa suositella työtä ystäville on korkea. Nuoret kokevat saaneensa erinomaisesti tukea onnistuakseen työtehtävissään (3,79/4) ja olonsa tervetulleiksi (3,76/4). Palaute mahdollistaa meille työilmapiirin ja toimintatapojen jatkuvan kehittämisen.

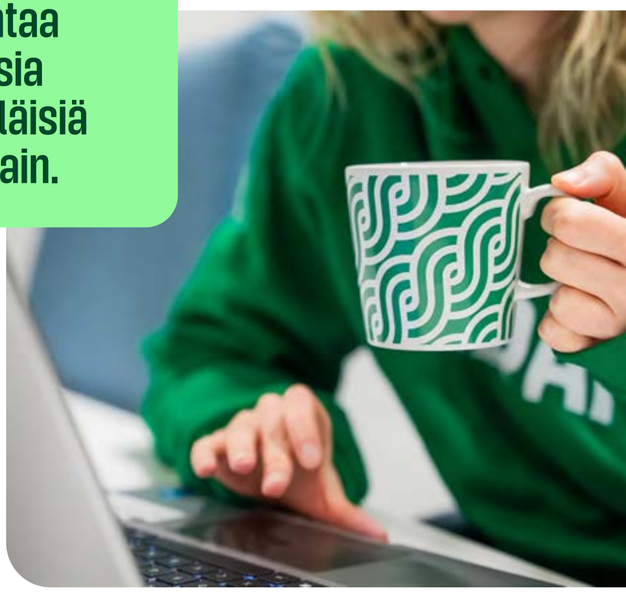
Työkuntoisena konkarivaiheeseen

S-ryhmässä tuetaan henkilöstön ammatillista kehittymistä ja monipuolisia kasvupolkuja läpi työuran. Vuonna 2025 meillä työskenteli lähes 6 000 yli 55-vuotiasta kaikenlaisissa tehtävissä, huippuasiakaspalvelijoina ja -asiantuntijoina. Vuosittaisen työyhteisötutkimuksemme mukaan konkarit ovat hyvin sitoutuneita ja kokevat muiden ikäryhmien vastaajiin verrattuna työnsä erityisen merkitykselliseksi. Uskomme, että meillä on S-ryhmänä tarjota henkilöstölle iästä ja elämäntilanteesta riippumatta Suomen laajimmat urapolkumahdollisuudet.

S-ryhmän osuuskaupoissa ja yrityksissä on viime vuosina tehty ja suunnitteilla useita toimia konkareiden yksilöllisen kohtaamisen ja koko työuran mittaisen työkuntoisuuden vahvistamiseksi. Viime aikoina olemme kehittäneet omaa konkarimallia, jonka keskeisiä elementtejä on iäkkäämpien työntekijöiden kanssa käytävä kehityskeskustelun tyyppinen konkarikeskustelu.

Haluamme huomioida toimintamalleissa ja arjessamme erilaiset elämäntilanteet ja parantaa jatkuvasti mahdollisuuksia työn ja muun elämän yhteensovittamiseen. Myös perheystävällisyys on tärkeä näkökulma ikätasa-arvoon. Joustavat ratkaisut, työvuorosuunnittelun kehittäminen, työn muokkausmahdollisuudet ja esimerkiksi työergonomian huomiointi kuuluvat kaiken ikäisille.

S-ryhmän oma osaamisen kehittämisen keskus Jollas Instituutti valmentaa tuhansia s-ryhmäläisiä vuosittain.





Monimuotoinen, tasa-arvoinen S-ryhmä

Yhdenvertaisuus, tasa-arvo ja toisten kunnioittaminen ovat keskeisiä periaatteita S-ryhmässä. Meille kaikki ihmiset ovat yhtä tärkeitä ja tervetulleita, ja haluamme vahvistaa kulttuuria, jossa jokainen voi tuntea tulevansa arvostetuksi omana itsenään.

Suomi ja suomalainen työelämä ovat yhä monimuotoisempia. Suurimpana yksityisenä työnantajana haluamme olla konkreettisesti teoillamme mukana rakentamassa tulevaisuutta, jossa ketään ei työelämässä syrjitä taustansa tai ominaisuuksiensa takia.

Vuosittainen työyhteisötutkimuksemme on tärkeä paikka varmistaa olevamme oikealla polulla. Työyhteisötutkimuksemme (TYT) eettisen indeksin kysymyspatteristo antaa meille jatkossa entistä paremman näkymän siihen, kuinka monimuotoisuutta arvostavaksi ja mukaan ottavaksi työyhteisömme koetaan. Lähtötilanteemme on erinomainen.

Vieraskieliset osaksi tulevaisuuden tarinaamme

S-ryhmässä työskentelee edustajia yli 90 eri kansallisuudesta, eivätkä vieraskieliset ja maahanmuuttajat ole työyhteisöissämme uusi asia. On hyvä signaali, että Suomella on vetovoimaa kansainvälisen rekrytoinnin näkökulmasta ja vieraskieliselle työvoimalle on tarjolla houkuttelevaa, mielekästä työtä.

S-ryhmässä on erinomaiset edellytykset onnistua vieraskielisten ja kansainvälisten osaajien houkuttelussa. Satsaamme perehdytykseen ja työn →

Monimuotoinen S-ryhmä

95	38	23 %	14 %
kansallisuutta	keski-ikä	alle 25-vuotiaita	yli 55-vuotiaita

ohjaukseen, ja varmistamme rekrytointien onnistumisen tilannekohtaisesti muuta työyhteisöä valmentamalla. Esimerkiksi Filippiineiltä on yli kymmenen vuoden aikana saapunut eri puolille S-ryhmää työskentelemään yhteensä noin 300 kokkia, joiden osaamista ja työskentelyotetta arvostetaan paljon.

Tulevaisuudessa henkilöstön saatavuus on yhä suurempi haaste palvelualoilla Suomen väestökehityksen ja työn murroksen vuoksi. Tyypillisesti ammattilaisia tarvitaan enemmän ravintoloihin ja hotelleihin sekä ajoittain ja alueesta riippuen myös marketteihin ja liikennemyymälöihimme. Yhä useampi #ässäduunissa työskentelevä on jatkossa vieraskielinen.

Me S-ryhmässä haluamme olla vaikuttamassa siihen, että palvelualojen vetovoima säilyy myös →

Ikä on vain numero

Ikäsyrjinnän, myös tiedostamattoman, poistamiseksi tarvitaan suomalaisessa työelämässä konkreettisia toimia. Me S-ryhmässä emme kysy työhakemuksissamme hakijan ikää, sillä se on numero, joka ei vaikuta työntekijän pätevyyteen ja tehtävässä suoriutumiseen. SOK:n asiantuntijarekrytoinneista ikäkysymys jäi pois vuonna 2019, ja vuoden 2020 alusta käytäntö ulotettiin koko S-ryhmään esimerkiksi myymälöiden ja ravintoloiden rekrytointeihin.



HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

SOK:lle Suomen ensimmäisiä ikäsertifikaatteja

Suomen ensimmäiset ikäsertifikaatit myönnettiin toukokuussa 2025 organisaatioille, jotka ovat sitoutuneet edistämään ikätasa-arvoa osana henkilöstöpolitiikkaansa. Ikäsertifikaatin myöntää Excellence Finland. Sertifikaatti on konkreettinen väylä kehittää työelämän tasa-arvoa Suomessa.

– Konkareiden kohtelu rekrytoinnissa ja ikätasa-arvo ovat olleet viime aikoina paljon esillä. Olemme tehneet yhteistyötä #55riseandshine-verkoston kanssa, osallistuneet useisiin tilaisuuksiin kuten kesän SuomiAreenaan ja olleet mukana eri foorumeilla ja kanavissa keskustelemassa tästä tärkeästä teemasta. Suomalaisella työelämällä ei työikäisten määrän vähetessä yksiselitteisesti ole varaa ikään perustuvaan syrjintään.

Tuore ikäsertifikaatti tulee olemaan organisaatioille hyvä työkalu omien käytäntöjen läpinäkyvään tarkasteluun ja kehittämiseen, niin myös meille, HR-palveluiden johtaja **Mari Junnila** SOK:lta toteaa.

tulevaisuudessa – niin ulkomailta tuleville kuin kantasuomalaisille työntekijöille. Olemme tehneet paljon työtä vahvuuksiemme ja kehityskohteidemme tunnistamiseksi ja koonneet pelikirjan, jossa jaamme aikaisempaa systemaattisemmin parhaita käytäntöjä ja tukimateriaaleja henkilöstön saatavuuden ja pysyvyyden paikalliseen kehittämiseen osuuskaupoissa.

Pelikirjan teemoja ovat esimerkiksi palkitseminen, osaaminen ja urapolut sekä työntekijälähtöinen johtaminen. Kehitämme tekemistä ja toimintamallejamme jatkuvasti eri ammattilaistemme yhteistyössä. Keskiössä on jatkossakin hyvän työilmapiirin ja mukaan ottavan, yhdessä voittamiseen keskittyvän kulttuurin rakentaminen.

Jokaisella on ääni

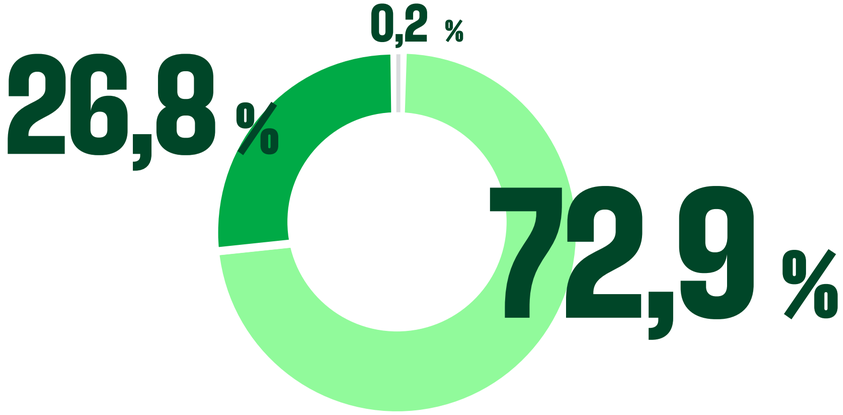
S-ryhmässä on ollut pian 10 vuoden ajan käytössä yhteinen sisäinen sosiaalisen media palvelu. Metan lakkautettua Workplace-tuotteensa emme halunneet luopua saavutetusta viestintäkulttuurista ja siirryimme keväällä 2025 käyttämään Zoomin Workvivoa. Sisäinen some on lisännyt viestintätyytyväisyyttä ja yhdenvertaisuutta: yhteisellä alustalla jokaisella on ääni ja mahdollisuus osallistua osuuskauppaa ja S-ryhmää koskeviin keskusteluihin.

Esimerkkejä tavoista, joilla olemme mukana kehittämässä monimuotoisuutta ja yhdenvertaisuutta:

Laadimme vuosittain henkilöstö- ja koulutussuunnitelmien lisäksi tasa-arvo- ja yhdenvertaisuussuunnitelmat, jotka edistävät naisten ja miesten välistä tasa-arvoa, ehkäisevät esimerkiksi sukupuoli-identiteettiin perustuvaa syrjintää ja parantavat syrjinnän kohteeksi joutuneen oikeusturvaa.

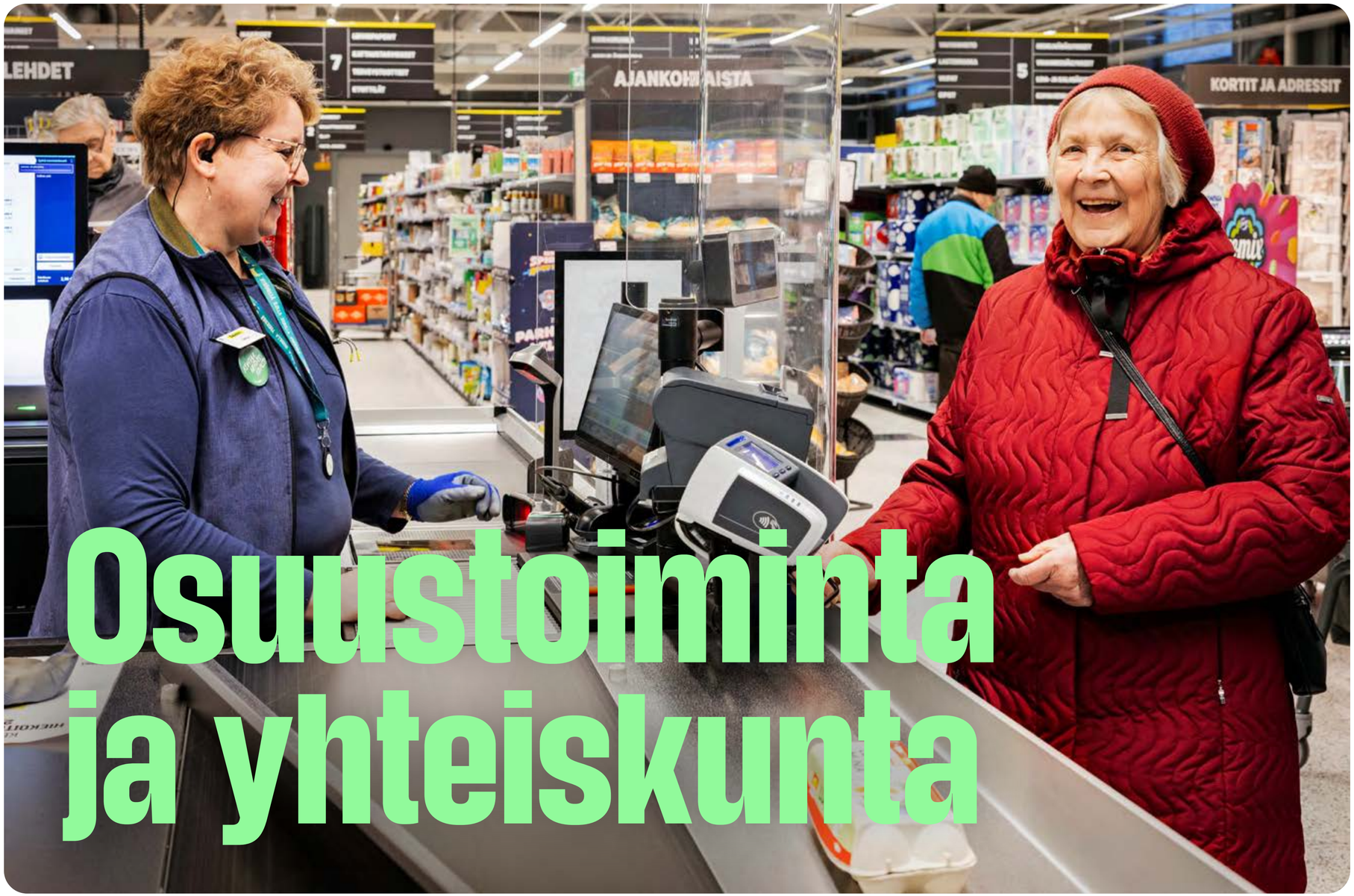
Tuemme valtakunnallisen ihmisoikeusjärjestö Setan toimintaa. Setan tavoitteena on edistää ihmisoikeuksia, yhdenvertaisuutta ja hyvinvointia ihmisten seksuaalisesta suuntautumisesta, sukupuoli-identiteetistä tai sukupuolen ilmaisusta riippumatta.

Olemme allekirjoittaneet YK:n tasa-arvojärjestö UN Womenin ja YK:n yritysvastuualoitteen UN Global Compactin naisten voimaannuttamiseksi laaditut Women's Empowerment Principles -periaatteet vuonna 2020. Teemme jatkuvasti töitä sen eteen, että sukupuolten välinen tasa-arvo toteutuu kaikessa toiminnassamme.



S-ryhmän työntekijöiden sukupuolijakauma 2025, %

Naiset	72,9 %
Miehet	26,8 %
Muu/ei halua määritellä	0,2 %



Osuustoiminta ja yhteiskunta

Osuustoiminnassa palveluiden käytöstä hyötyvät aina eniten asiakas-omistajat. Toiminnassamme korostuu myös yhteis-kunnallinen vastuu. Olemme suuri veronmaksaja ja tuemme aktiivisesti paikallista hyvinvointia, kulttuuria ja urheilua. Sidos-ryhmiemme kanssa olemme ratkaisemassa niin pieniä arjen kysymyksiä kuin isoja globaaleja haasteita.



Sidosryhmätyömme tavoitteena on välittää tietoa S-ryhmästä, lisätä molemminpuolista ymmärrystä ja hyödyntää sidosryhmiemme osaamista toimintamme kehittämisessä.

Käymme aktiivista vuoropuhelua sidosryhmiemme kanssa

Onnistuneen sidosryhmätyön kautta ymmärrämme paremmin toimintaympäristöämme ja S-ryhmään kohdistuvia odotuksia. Haluamme, että S-ryhmä koetaan vastuullisena yhteiskunnan jäsenenä, elinvoimaisena ja houkuttelevana yrityksenä sekä luotettavana yhteistyökumppanina.

S-ryhmä on suurin yksityinen työnantaja Suomessa, ja turvaamme lähipalveluita ja alueellista elinvoimaa koko maassa. Yhdessä sidosryhmiemme kanssa olemme ratkaisemassa yhteiskunnallisia haasteita isoista globaaleista kysymyksistä pienempiin arjen ongelmiin. Näihin kuuluvat muun muassa ilmastonmuutos ja kestävä kuluttaminen, ruokaketjun kilpailukyky, työllisyys, nuorten syrjäytymisen estäminen ja sujuva arki. Meillä on myös tärkeä rooli Suomen huoltovarmuuden turvaamisessa. →

Suunnitelmallista ja mitattavaa sidosryhmäyhteistyötä

Sidosryhmätyötämme johdetaan tavoitteellisesti ja sitä mitataan vuosittain. Selvitämme sidosryhmien mielikuvia S-ryhmästä muun muassa T-Median Luottamus ja maine -tutkimuksella. Tutkimuksessa arvioidaan kokonaismainettamme kahdeksan aihealueen kautta: hallinto, talous, johto, innovaatiot, vuorovaikutus, tuotteet ja palvelut, työpaikka sekä vastuullisuus. Vuonna 2025 suuri yleisö, media ja päättäjät arvioivat kokonaismaineemme hyväksi.

Olimme suuren yleisön tutkimuksessa vuonna 2025 Suomen kuudenneksi maineikkain yritys. Poliittisten päättäjien kohdalla maine parani ja ylsi mittaushistorian parhaaseen tulokseen (vastaava tulos oli myös koronavuonna 2020). Etenkin vuorovaikutusta koskevat mielikuvat nousivat selvästi.

Avoimuudella rakennetaan luottamusta

Avoimuus on meille keskeinen lähtökohta luottamuksen rakentamisessa. Kerromme avoimesti ja aktiivisesti toiminnastamme. Asioista kerrotaan jo silloin, kun toiminnalle on vasta asetettu tavoitteita. Kuuntelemme sidosryhmiemme viestejä, ja kerromme omat näkemyksemme rakentavan ja ratkaisukeskeisen vuoropuhelun kautta. Vuonna 2025 keskustelua käytiin järjestämissämme sidosryhmätilaisuuksissa, etä- ja lähitapaamisissa sekä perinteisessä ja sosiaalisessa mediassa.

Tavoitteenamme on hyvä yhteistyö, jonka kautta voimme oppia ja kehittää S-ryhmän liiketoimintaa sekä saavuttaa yhteisiä tavoitteita. Ruokaketjun merkittävänä toimijana haluamme olla tukemassa kotimaisen ruokaketjun menestystä. →





Kuuntelemme sidosryhmiemme viestejä ja kerromme avoimesti omasta toiminnastamme.









Vuoropuhelua EU-päättäjien kanssa

EU-tasolla tehtävä lainsäädäntö vaikuttaa merkittävästi yritysten toimintaympäristöön. S-ryhmässä haluamme seurata ja aktiivisesti vaikuttaa kaupparyhmää koskevaan EU-tason päätöksentekoon.

EU-vaikuttamisen tavoitteemme on seurata ja tunnistaa kaupparyhmän toimintaan vaikuttava EU-lainsäädäntö ja sen muutokset. Pyrimme vaikuttamaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa lainsäädännön sisältöön tuomalla päättäjien tietoon toimialalle tärkeät näkemykset ja konkreettiset ratkaisuehdotukset.

Vuonna 2025 aloimme rakentaa EU-asioiden seuranta- ja vaikuttamisjärjestelmää. Sen tavoitteena on ajantasainen tilannekuva EU-lainsäädännön kehityksestä ja koko kaupparyhmälle tärkeistä kehityskuluista. Vuoden aikana tapasimme komission virkamiesjohtoa, virkamiehiä, Euroopan parlamentin jäseniä, avustajia ja poliittisia ryhmiä. Lisäksi kävimme vuoropuhelua muiden EU-instituutioiden virkamiesten kanssa.

Tavoitteemme on antaa relevanttia tietoa S-ryhmästä ja toimialoistamme sekä kehittää molemminpuolista ymmärrystä sääntelyn vaikutuksista. Jatkossa haluamme tuoda vielä paremmin asiakasomistajien ääntä ja näkemystä esiin myös EU-päättäjille.

Avointa yhteiskunnallista keskustelua

S-ryhmä osallistuu avoimesti ja aktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun. Käymme vuoropuhelua S-ryhmän toimintaan vaikuttavista kysymyksistä sekä palvelualan kehityksestä niin kansallisesti kuin EU-tasollakin. Meille on tärkeää, että S-ryhmä tunnetaan toimijana, joka toimii oikein ja vastuullisesti huomioiden yhteiskunnan ja ympäristön.

Keskustelemme alamme kannalta keskeisten kansanedustajien, ministereiden, avustajien, puolueen toimijoiden ja virkamiesten kanssa. Tuomme näkökulmia päätöksentekoon myös lausuntojen välityksellä. Osallistumme myös itse sidosryhmien tilaisuuksiin ja erilaisiin kuulemisiin esimerkiksi ministeriöissä ja eduskunnassa. Keskustelemme aktiivisesti myös Euroopan parlamentin edustajien, poliittisten ryhmien ja komission virkamiesten kanssa. Vaikutamme EU-lainsäädännön valmisteluun toimittamalla komissiolle kirjallisia näkemyksiä sekä käymällä säännöllistä vuoropuhelua eri EU-instituutioiden edustajien kanssa.

SOK raportoi yhteydenpidon poliittisten päättäjien kanssa avoimuusrekisteriin. Olemme sitoutuneet avoimuusrekisterin neuvottelukunnan laatimiin hyvän edunvalvontatavan suosituksiin. Olemme rekisteröityneet myös EU:n avoimuusrekisteriin.

S-RYHMÄN KESKEISET SIDOSRYHMÄT:

- Asiakasomistajat
- Henkilöstö
- Kansalaisjärjestöt
- Median edustajat
- Poliittiset päättäjät
- Virkamiehet
- Tavarantoimittajat
- Toimialajärjestöt
- Viranomaiset

Olemme kotimainen yritysryhmä ja suurin yksityinen työnantaja Suomessa. Veroeuromme jäävät suurimmaksi osaksi lähiseudulle, samoin kuin hankinnasta ja rakentamisesta koituva hyöty.

Hyvinvointia osuustoiminnalla

Osuustoiminta on liiketoimintaa, jossa korostuvat rinnakkain taloudellinen kannattavuus sekä yhteiskunnallinen vastuu. Arvot ohjaavat toimintaamme:

Olemme asiakasta varten.

Kannamme vastuuta ihmisistä ja ympäristöstä.

Uudistamme jatkuvasti toimintaamme.

Toimimme tuloksellisesti.

Asiakasomistajia*

2,7

milj.

* Osuuskauppojen jäsenmäärä

Asiakasomistajille maksetut rahalliset edut

558

milj. €



471	69	15,8	1,9
Bonus, milj. €	Ylijäämän-palautus, milj. €	Maksutapaetu, milj. €	Osuusmaksun korko, milj. €

Asiakasomistajat eli osuuskauppojen jäsenet omistavat S-ryhmän osuuskaupat, eikä muita omistajia ole. Jokainen jäsen omistaa yhtä suuren osan osuuskaupasta. Jokaisella on näin tasa-arvoiset mahdollisuudet vaikuttaa osuuskauppansa toimintaan esimerkiksi äänestämällä osuuskaupan edustajiston vaaleissa tai asettumalla itse ehdokkaaksi.

Osuustoiminnallisen yritysmuodon ansiosta S-ryhmän osuuskauppojen liiketoiminnassa kiertävä raha hyödyttää osuuskauppojen asiakasomistajia ja varmistaa alueellisen hyvinvoinnin ja elinvoimaisuuden. Toiminnan tuotto investoidaan asiakasomistajien eduksi kehittämällä palveluja ja uusimalla toimipaikkoja.

Asiakasomistajat saavat S-ryhmästä aina enemmän hyötyä kuin muut asiakkaat, esimerkiksi Bonusta ostoistaan. Vuonna 2025 osuuskaupat maksoivat asiakasomistajilleen Bonusta ja muita rahana maksettavia etuja ennätykselliset lähes 558 miljoonaa euroa.





Yhteiskunnallinen arvonluonti vuonna 2025

Ostot tavaran- ja palveluntoimittajilta	8 746 milj. €
Verot	1 996 milj. €
Henkilöstön palkat ja palkkiot	1 472 milj. €
Investoinnit	683 milj. €
Asiakasomistajien palkitseminen	558 milj. €

Jokaisella asiakas-omistajalla on tasa-arvoiset mahdollisuudet vaikuttaa osuus-kauppansa toimintaan.

Suuri suomalainen veronmaksaja

S-ryhmän yritykset tilittivät Suomen valtiolle ja kunnille yhteensä lähes kaksi miljardia euroa veroja ja maksuja vuonna 2025. Välittömien tuloverojen ja välillisten kulutusverojen lisäksi verojalanjälkeemme sisältyvät henkilöstöön liittyvät veronluonteiset maksut ja työntekijöiden palkoista pidätetyt ennakonpidätykset.

Viime vuosina verotuksen painopiste on siirtynyt tuloverotuksesta enemmän välilliseen verotukseen. Välillisiä veroja ovat muun muassa arvonlisävero sekä erilaiset valmisteverot, kuten alkoholi-, virvoitusjuoma- ja polttonesteverot. Arvonlisävero on yleinen kulutusvero, jossa lopullisia veronmaksajia ovat tavaroiden ja palveluiden kuluttajat eli useimmiten kotitaloudet. Tilitämme valtiolle arvonlisäveroa tavaroita ja palveluita myyvänä yrityksenä. Valmisteverot ovat tuotteen hintaan sisältyviä kulutusveroja, jotka peritään tiettyjen tuotteiden valmistajilta, tuottajilta, maahantuojilta tai tukkuportaalta.

Valmisteveroja sisältyy useisiin myymiimme tuotteisiin. Verojalanjäljessä kuvattujen verojen lisäksi maksamme varainsiirto-, arpajais- ja lähdeveroja, joita ei ole sisällytetty seuraavan sivun taulukkoon. Lisäksi maksamme paikallisia veroja ulkomaisten yhtiöiden toiminnoista kunkin valtion säännösten mukaisesti.

Maksamamme verotulot jakautuvat valtaosin alueellisesti ympäri Suomea. Erityisesti palkoista tehdyt ennakonpidätykset ja S-ryhmän yritysten maksama yhteisövero kertyvät suurelta osin kunnille. Verotuloilla kustannetaan suomalaisen yhteiskunnan palveluja jokaisen osuuskaupan alueella. →

S-RYHMÄN VEROJALANJÄLKI

Ennakonpidätykset ja työnantajamaksut	2025 milj. €
Tilitetyt ennakonpidätykset palkoista	299,6
Eläkevakuutusmaksut	266,3
Sairaus- ja työttömyysvakuutusmaksut	57,7
Yhteensä	**623,6**

Välilliset verot	2025 milj. €
Tilitetty arvonlisävero	431,0
Vakuutusmaksuvero	1,8
Sähkövero	23,0
Polttonesteiden valmistevero	715,0
Virvoitusjuomien valmistevero	3,3
Alkoholivero	8,1
Maahantuonnin tullit	6,1
Autovero	12,1
Yhteensä	**1200,2**



Verojalanjälki vuonna 2025, 1 996,1 milj. €

Välilliset verot	1 200,2	milj. €
Ennakonpidätykset ja työnantajamaksut	623,6	milj. €
Tulo- ja varallisuusverot	172,3	milj. €



Ennakonpidätykset ja yhteisöverot vuonna 2025, 442,2 milj. €

Ennakonpidätykset	299,6	milj. €
Yhteisöverot	142,6	milj. €

Tulo- ja varallisuusverot	2025 milj. €
Yhteisöjen tulovero	142,6
Kiinteistövero	29,7
Yhteensä	**172,3**

Verojalanjälki vuonna 2025

1 996

milj. €

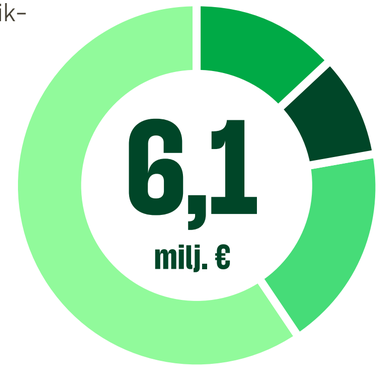
Verojalanjälki sisältää myös S-Pankin

Monenlaista toimintaa vastuullisuusyhteistyön kautta

Osuuskauppayhteisönä pyrimme olemaan alueellisen toiminnan elävöittäjinä niin urheilun, kulttuurin kuin yhteiskunnallista hyvinvointia edistävien aloitteiden kautta.

Tuimme vuonna 2025 lähes 6,1 miljoonalla eurolla eri toimijoita ympäri Suomen. Yli puolet tukipotista suunnattiin urheiluun ja loput summasta jakautui yhteiskunnallisen toiminnan ja kulttuurin tukemiseen sekä erilaisiin lahjoituksiin.

Osuuskauppamme tukevat laajasti paikallista toimintaa esimerkiksi Kannustajat-konseptin kautta. Konsepti mahdollistaa osuuskaupoille lasten ja nuorten harrastustoiminnan tukemisen läpinäkyvästi. Asiakasomistajat voivat liittyä Kannustajiksi ja vaikuttaa siihen, mille taholle ja kuinka paljon osuuskauppa maksaa tukea.



Vastuullisuus-yhteistyö 2025

Urheiluyhteistyö	59,2 %
Yhteiskunnallinen toiminta	18,3 %
Lahjoitukset	9,1 %
Kulttuuriyhteistyö	13,3%

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Ässäkokki-kurssilta kotitaloustaitoja ja ruokailoa lapsille



S-ryhmä ja Martat järjestivät vuonna 2025 yli 100 maksutonta Ässäkokki-kurssia eri puolilla Suomea. Toiminta tarjoaa lapsille turvallisen ja innostavan tavan oppia ruoanlaittoa ja arjen kotitaloustaitoja. Samalla se ehkäisee yksinäisyyttä tarjoamalla mukavaa ja yhteisöllistä tekemistä.

Toiminta on ollut Marttojen ja S-ryhmän yhteinen panostus ruokakasvatukseen jo vuodesta 2017. Suosituilla kursseilla korostuvat maistuva, edullinen, terveellinen ja ilmastoviisas ruoanlaitto sekä lasten onnistumisen kokemukset. Resepteissä keskityttiin satokauden kasviksiin, palkokasveihin ja kalaan sekä vähennettiin kovaa rasvaa, sokeria ja punaista lihaa.

Kaikille avoimet maksuttomat ruokakurssit madaltavat osallistumisen kynnystä. Ne tarjoavat lapsille myös mahdollisuuden tutustua uusiin raaka-aineisiin, kuten tuoreeseen kalaan tai harvemmin käytettyihin kasviksiin. Reseptit ovat kaikkien hyödynnettävissä Yhteishyvän verkkosivuilla, ja niiden suunnittelussa yhdistyvät S-kokeilukeittiön kotitalousopettajien ja Marttojen asiantuntemus.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ



Tukea lasten ja nuorten harrastuksiin ja hyvinvointiin

Kannustajat on osuuskauppojen vastuullisuuskonsepti, jossa asiakasomistajat voivat äänestyksessä valita urheiluseuran tai muun toimijan, jota he haluavat oman osuuskauppansa tukevan. Vuonna 2025 Kannustajat-konsepti oli käytössä 10 osuuskaupassa. Tukea jaettiin paikallisille toimijoille lasten ja nuorten liikuntaan, kulttuuriin ja muuhun harrastustoimintaan sekä lastensuojeluun ja nuorisotyöhön.

Osuuskauppa Arinan Pidetään yhdessä pohjoisen puolta -tuki mahdollisti puolestaan harrastuksia ja hyvinvointia jopa 160 000 lapselle ja nuorelle Pohjois-Suomessa. Tuen avulla alueella on voitu madaltaa osallistumisen kustannuksia, hankkia välineitä ja järjestää matalan kynnyksen toimintaa. Esimerkiksi Sodankylässä tuki auttoi kattamaan pitkien välimatkojen aiheuttamia matkakuluja, jotta jokaisella lapsella olisi mahdollisuus harrastaa.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Roosa nauha -kampanjassa ennätystulos syöpätutkimukselle

Syöpäsäätiö on Suomen merkittävin yksityinen syöpätutkimuksen rahoittaja. Säätiön Roosa nauha -keräyksellä kerätään varoja tutkimushankkeisiin, jotka kehittävät syövän ehkäisyä, hoitoa ja varhaista toteamista. Syksyn 2025 kampanja tuotti ennätykselliset 5,9 miljoonaa euroa syöpätutkimukselle.

Osallistuimme kampanjaan laajasti ja näkyvästi. Kampanjatuotteita oli myynnissä kaikissa marketkaupan ketjuissa, ABC-liikennemyymälöissä sekä Sokos- ja Emotion-myymälöissä. Näin asiakkaat eri puolilla Suomea voivat osallistua keräykseen arjen ostosten yhteydessä. Valikoimissa oli myös suosittuja Roosa nauha -kukkakimppuja ja -ruusuja, jotka lisäsivät kampanjan näkyvyyttä myymälöissä.



HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Joululahja-keräyksellä tukea vähävaraisille lapsiperheille

Prisman verkkokaupan ja Hopen yhteistyössä toteuttama joululahjakeräys tarjosi asiakkaillemme helpon tavan tukea vähävaraisia lapsiperheitä eri puolilla Suomea. Keräyksessä asiakkaat lahjoittivat verkkokaupasta valitsemiaan tuotteita, jotka toimitettiin Hopen kautta suoraan apua tarvitseville perheille.

Joulunajan apu on monessa suomalaisperheessä toivottu lahja, sillä lapsiperheiden avun tarve on kasvanut merkittävästi. Keräyksen avulla pyritäänkin varmistamaan, että mahdollisimman moni lapsi saa joululahjan ja perheet voivat viettää joulua hieman kevyemmin mielin.

Hope ja Prisma ovat tehneet yhteistyötä jo usean vuoden ajan, ja keräys on vakiinnuttanut asemansa tärkeänä osana joulunajan auttamistyötä.

HYVÄ TULEE TEKEMÄLLÄ

Mielinauha-kampanja vahvisti mielenterveyspalveluita

Vuoden 2025 Mielinauha-kampanja tuotti lähes 500 000 euroa mielenterveyden edistämiseen ja kriisiauttamisen vahvistamiseen Suomessa. Haluamme osaltamme edistää mielen hyvinvointia niin työelämässä kuin laajemmin yhteiskunnassa, ja kampanja tarjoaa konkreettisen tavan tukea tätä tärkeää työtä.

Keräyksen tuotoilla parannetaan matalan kynnyksen keskusteluavun saatavuutta ja varmistetaan, että apua tarvitsevat pääsevät palveluihin nykyistä nopeammin. Lahjoitukset mahdollistavat myös palveluiden pitkäjänteisen kehittämisen.

Mielinauhoja oli saatavilla kaikissa ruokakauppaketjuissamme, ABC-liikennemyymälöissä sekä Sokos- ja Emotion-myymälöissä. Lisäksi valikoimissa oli jälleen S-ryhmän oma Mielinauha-leikkokukkakimppu, joka täydensi kampanjatuotteiden tarjontaa.



Liisa Valonen/Yhteishyvä

2025

S-RYHMÄN VUOSIKATSAUS



Getty Images

Julkaisija: Suomen
Osuuskauppojen
Keskuskunta SOK
s-ryhma.fi