



Alma Media Hybridimedien voittajajoukkue

Tuomas Itkonen, CFO, Alma Media Oyj
2.10.2009

Esityksen sisältö

- Alma Median strategiset valinnat
- Mikä hybridimedia?
- Katsaus mediamarkkinoihin (H1 2009)
- Alma Median ostotarjous Talentumin osakkeista
- Liite: Taloudellinen kehitys Q2 2009



Sanomalehtiä ja verkkomediaa Suomessa

AAMULEHTI
 Hervannan Sanomat
 Janakkalan Sanomat
JÄMSÄN SEUTU
 KMV·LEHTI
 Nokian Uutiset
 Suur-Keuruu
:tori
Tampereen kaupunki
 VALKEAKOSKEN
 SANOMAT
VEKKARI

Lapin Kansa
Rovaniemi
KOILLIS-LAPPI

POHJOLAN SANOMAT
KS
 KUUSIKKALAN SANOMAT
 Kuhmolainen
HELMi
HELINKYLÄN SANOMAT
 OULUN
Eteläinen
 PYHÄJOKISEUTU
 RAAHEN SEUTU
Raahelainen
SOTKAMO
LEHTI
VIESKALAINEN
 Ylä-Kainuu

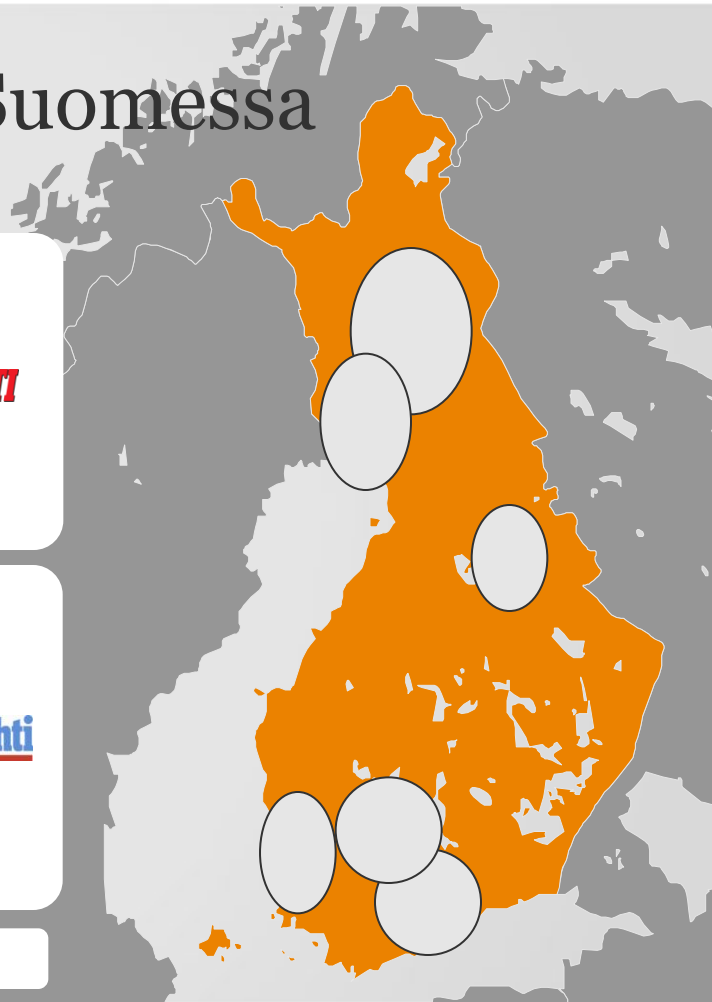
SATAKUNNAN KANSA
Jokilaakso
ALUELEHTI
 KANKAANPÄÄN
SEUTU
 Merikarvia
ALUELEHTI
 PORIN SANOMAT
 Rannikkoseutu
 Sydän-Satakunta
 Uutismarkku

KAINUUN SANOMAT
Koti-Kajaani
KOTIKAJAANIN SANOMAT
KURIIRI

ILTALEHTI

Kauppalehti

+ sanomalehtiä täydentävät verkkopalvelut



Kansainvälisiä markkinapaikkoja

Suomi

Asuntokauppa:

ETUOVI .COM

VUOKRAOVI .COM

Työpaikat:

monster.fi

Autot:

autotalli.com

Raskaat työkoneet:

.MASCUS

Kuluttajailmoittelu:

mikko.fi

Ulkomaat

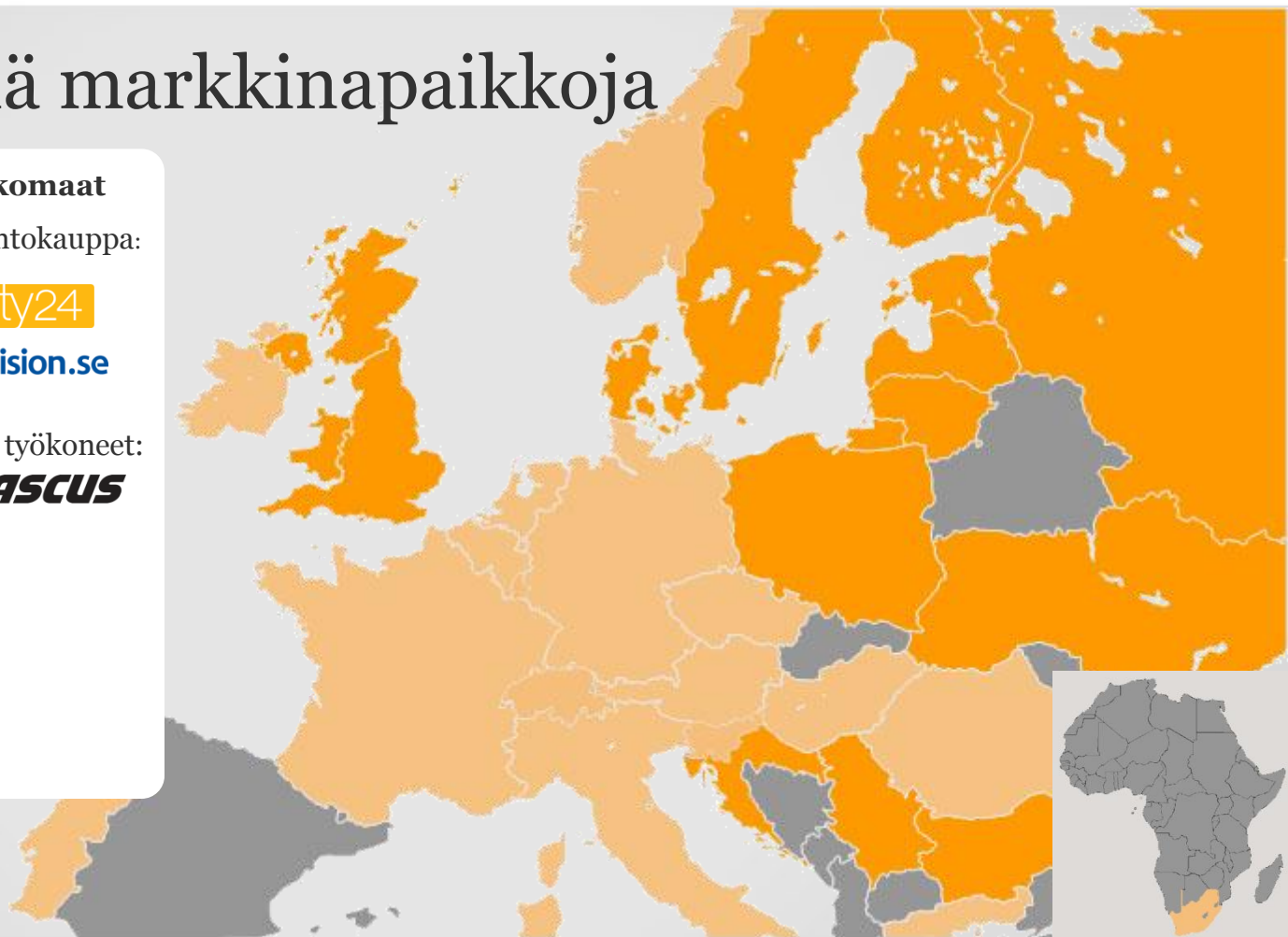
Asuntokauppa:

city24

bovision.se

Raskaat työkoneet:

.MASCUS



■ Mascus-lisenssimaat. 4

1.4.2009 alkaen myös Australia, Kanada, Slovakia ja Uusi-Seelanti.

Strategian kulmakivet

KETJUTOIMINTA

Kilpailuetua ja -kykyä
johdetulla yhteistoiminnalla ja
projekteilla

UUDISTUMINEN

Sanomalehdestä lehden ja
verkon yhdistelmäksi

KANSAINVÄLISTYMINEN

Kasvua voimakkaasti
kasvavilta markkinoilta
markkinapaikoilla

YRITYSJÄRJESTELYT

Kotimaan konsolidaatio
Kansainvälistymisen
kiihdyttäminen



Mikä hybridimedia?

Verkkomedian keskeiset kehittämisalueet

VERKKOMEDIA

Uutiset & toimitukselliset sisällöt:

- Lähtökohtana hybridimedia eli painetun ja verkkolehden yhteispeli
- Uusien teemapalveluiden luominen tai hankinta

HAKUPALVELUT

Tiedon haku ja hyödyntäminen:

- Kumppanistrategia
- Yrityshaku

KÄYTTÄJÄMEDIA

Kuluttajien luomat sisällöt:

- Uusia yhteisöllisiä ominaisuuksia nykyisiin palveluihin
- Uusien yhteisöpalveluiden luominen tai hankinta

TIETOPALVELUT

Hyötysisällöt:

- Uusien tietopalvelujen luominen tai hankinta
- Kansainvälistyminen

Mikä hybridimedia?

- Painetun lehden ja verkkomedian yhdistelmä
- Oleellista sisältöjen eriyttäminen – painettu lehti ja verkko ovat erilaisia medioita
 - Esim. Iltalehdessä painettua lehteä kehitetään päivittäisen aikakauslehden suuntaan, kun verkkopalvelu vastaa nopeammasta uutisoinnista
- Tulevaisuuden verkkomediaan voi sisältyä uudella tavalla kuluttajapalveluja
 - Esim. verkkokauppaa, sosiaalisen median palveluita jne.



Osuus liike-
vaihdesta
2008

13%

Tulolähde

eKauppa,
tietopalvelujen
lisensointi ja
myynti

Markkinatietopalvelut

Kauppalehti ePortti
Balance Consulting
Uudet palvelut (Yrityshaku)

mahdollistaa

Verkkomedia

Kauppalehti.fi

mahdollistaa

Printtimedia

Kauppalehti
Optio

Vahva brändi

Painopiste

Kasvu

Kasvu

Kannattavuus
ja tuotteen
elinkaaren
pidentäminen

Tehtävä

Kehittää uusia tuotteita ja
konsepteja
(mediapalvelut, kauppa-
paikkapalvelut,
varainhoitopalvelut,
yhteisöpalvelut jne.)
Lisätä myyntiä

Olla johtava business-
saitti
Lisätä mainosmyyntiä

Uudistaa tuotteita
Saada lisää lukijoita
Lisätä myyntiä
Parantaa tehokkuutta

12%

Mainosmyynti
Sisältömyynti

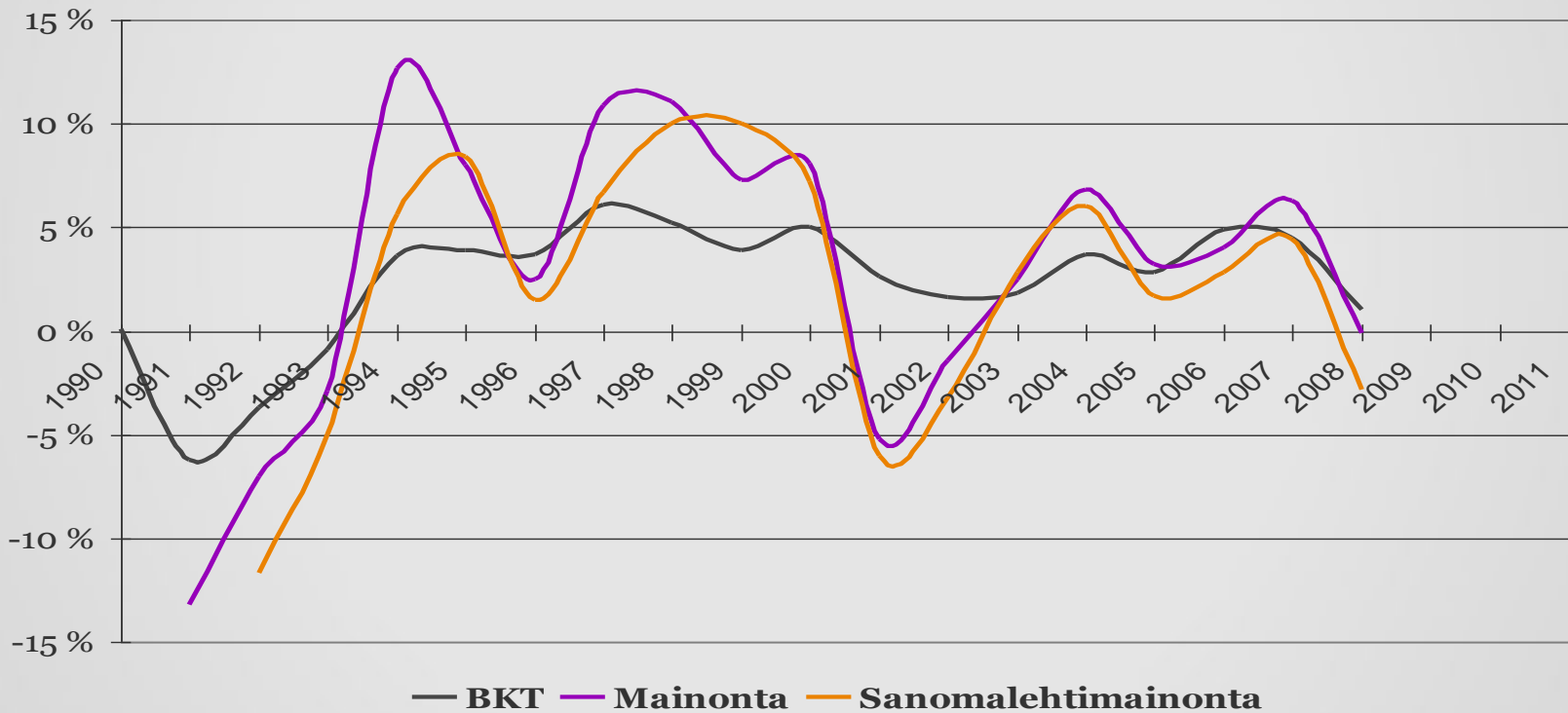
75%

Mainosmyynti
Levikkimyynti

Mediamarkkinat 1-6 2009

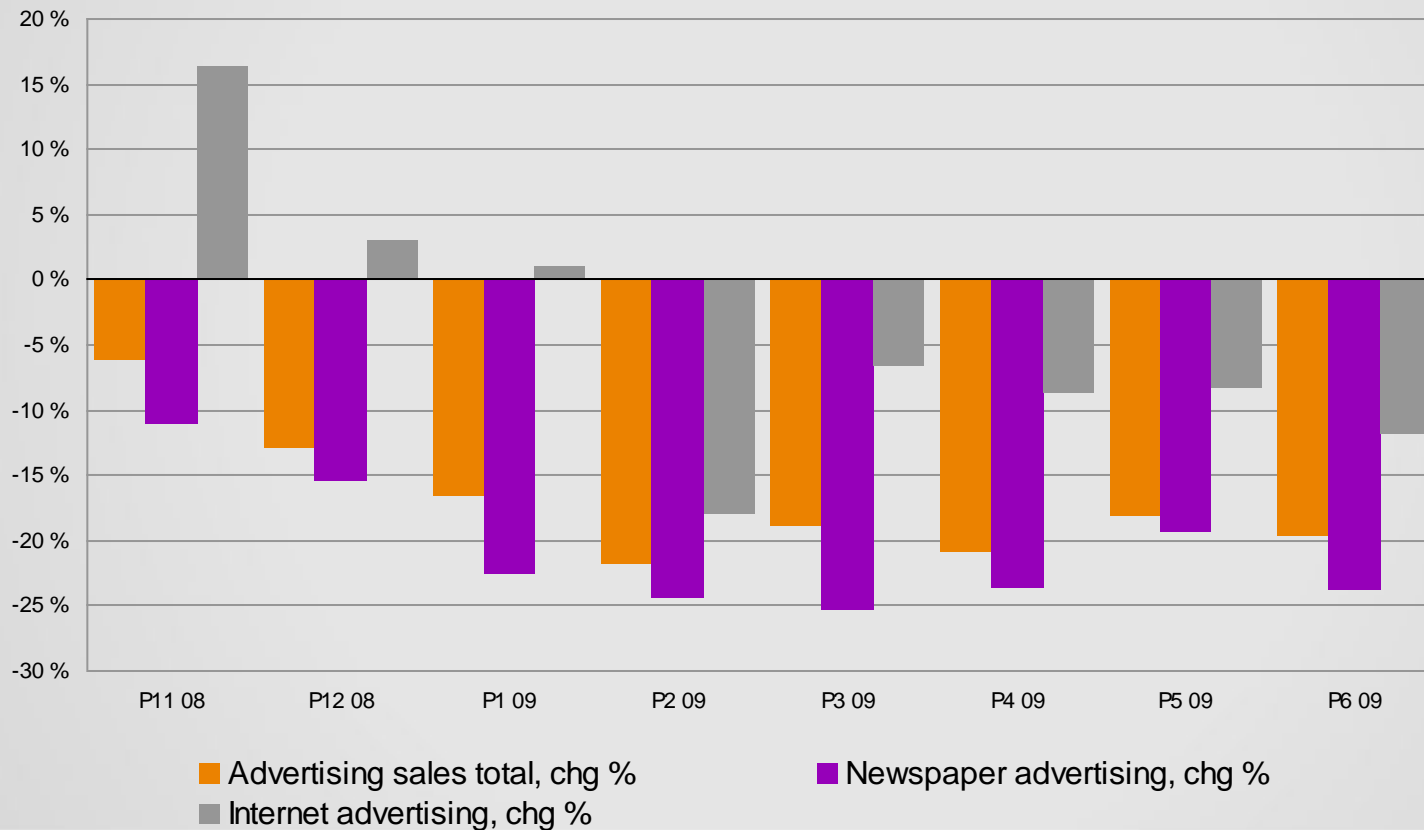


Mainonta ylireagoi suhdannekäänteissä

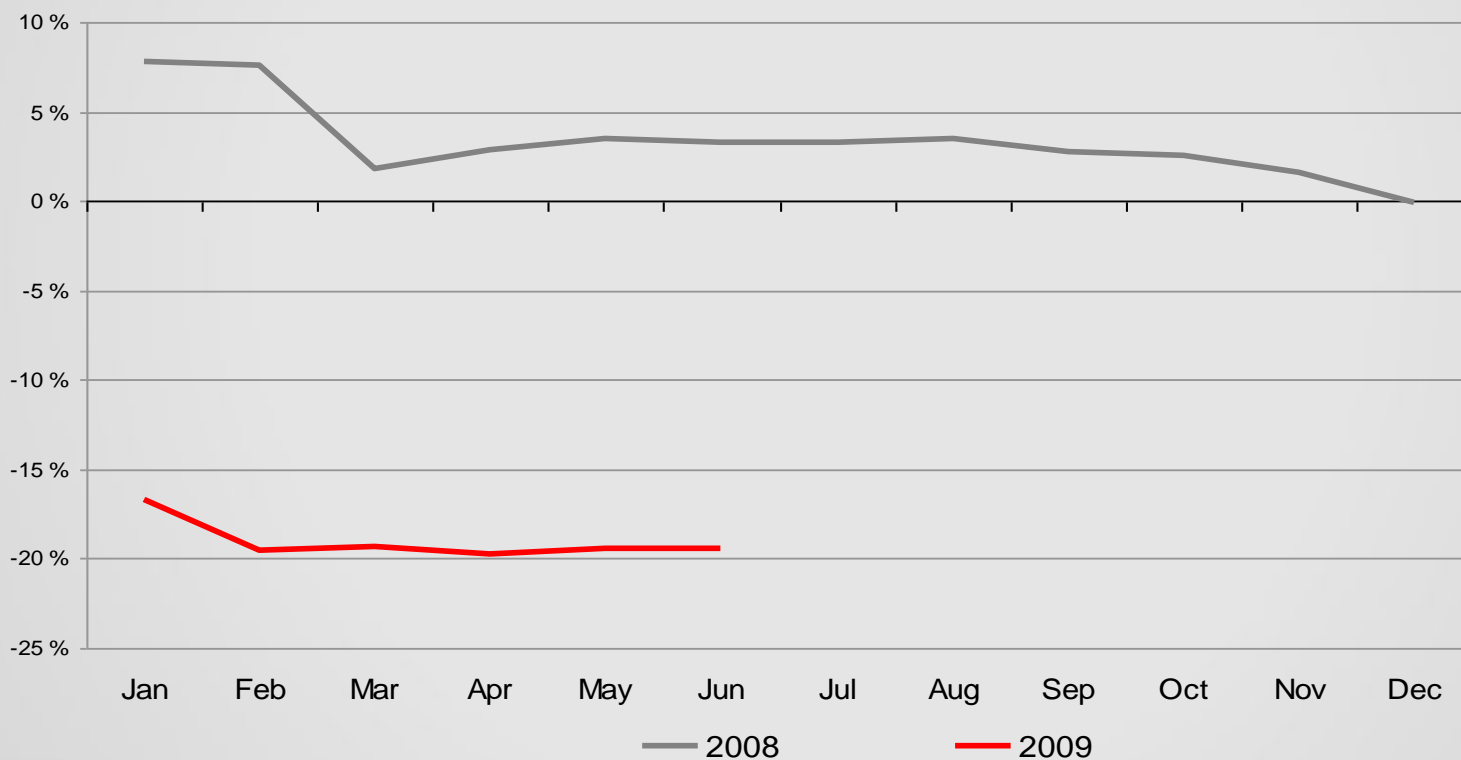


Lähteet: Tilastokeskus, Mainonnan Neuvottelukunta

Mediamainonnan muutos 11/2008 - 6/2009 Koko markkina, Suomi

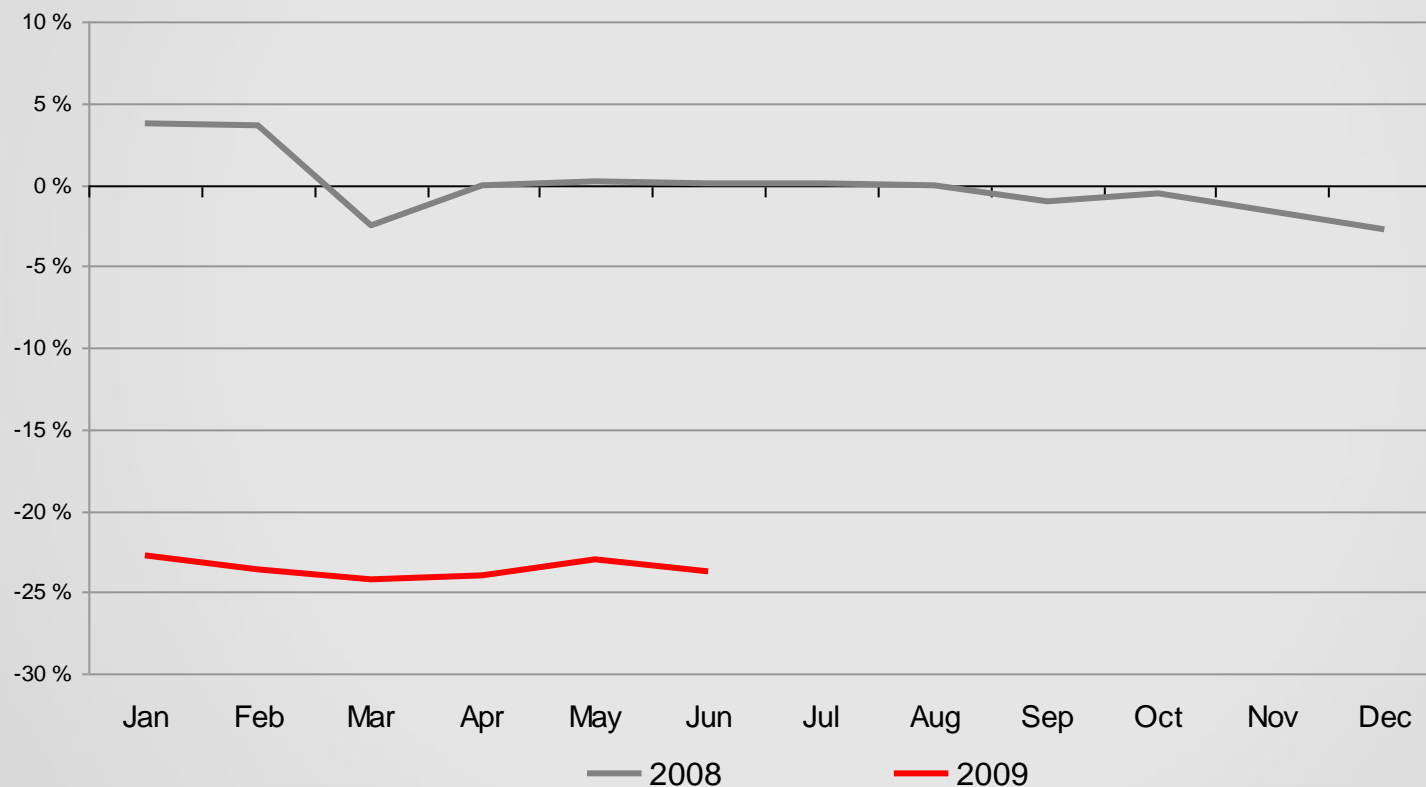


Mediamainontaan käytetyn euromäärän kehitys Kumulatiivinen muutos edellisvuodesta, %



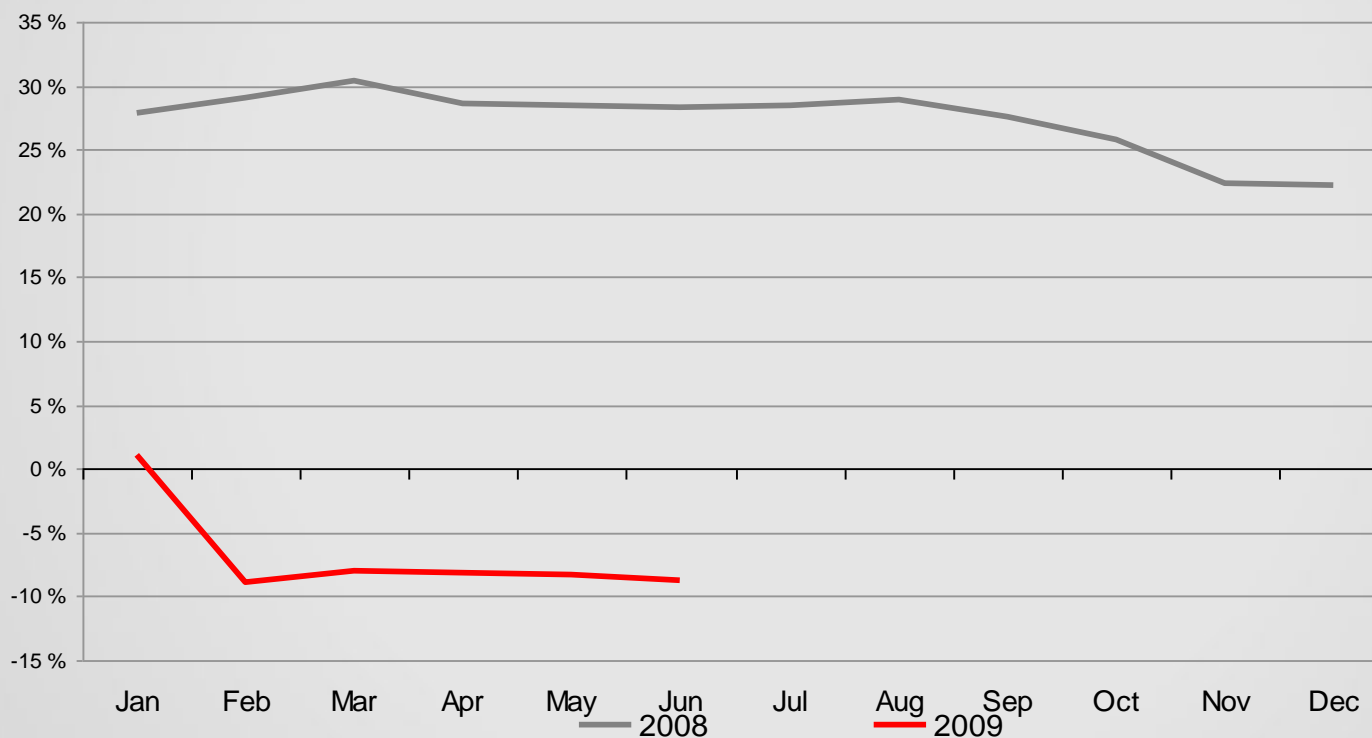
Mediamainonnan määrän kehitys, sanomalehdet

Kumulatiivinen muutos edellisvuodesta, %



Mediamainonnan määrän kehitys, verkkomedia

Kumulatiivinen muutos edellisvuodesta, %



Mediamainonnan muutos Q1-Q2 2009

Alma Media vs. markkina

Muutos, %	Markkina Q1-Q2 09 *	Alma Media Q1-Q2 09
Sanomalehdet	-23,0	-19,2 **
Aikakauslehdet	-24,0	-
Televisio	-13,0	-
Radio	-3,2	-
Internet	-8,8	-6,7
YHTEENSÄ	-19,4	-17,3

* Source: TNS Media Intelligence

** Newspapers segment (excl. online services),
Kauppalehti and Etuovi.com print

Mediamainonnan muutos Q2 2009

Alma Media vs. markkina

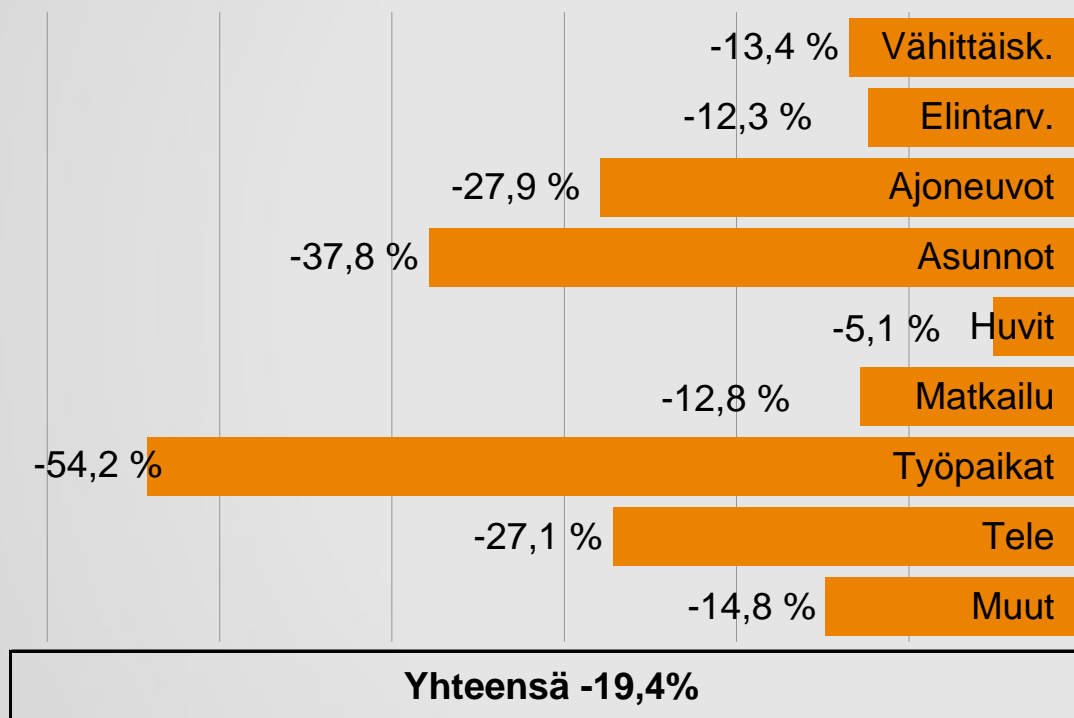
Muutos, %	Markkina Q2 09 *	Alma Media Q2 09
Sanomalehdet	-22.8	-18.7 **
Aikakauslehdet	-28.0	-
Televisio	-12.4	-
Radio	-7.3	-
Internet	-9.6	-8.9
YHTEENSÄ	-19.6	-17.6

* Lähde: TNS Media Intelligence

** Sanomalehdet-segmentti (pl. verkkomedia),
Kauppalehti ja Etuovi.com-lehti

Eniten mainostaneet toimialat Q1-Q2 2009

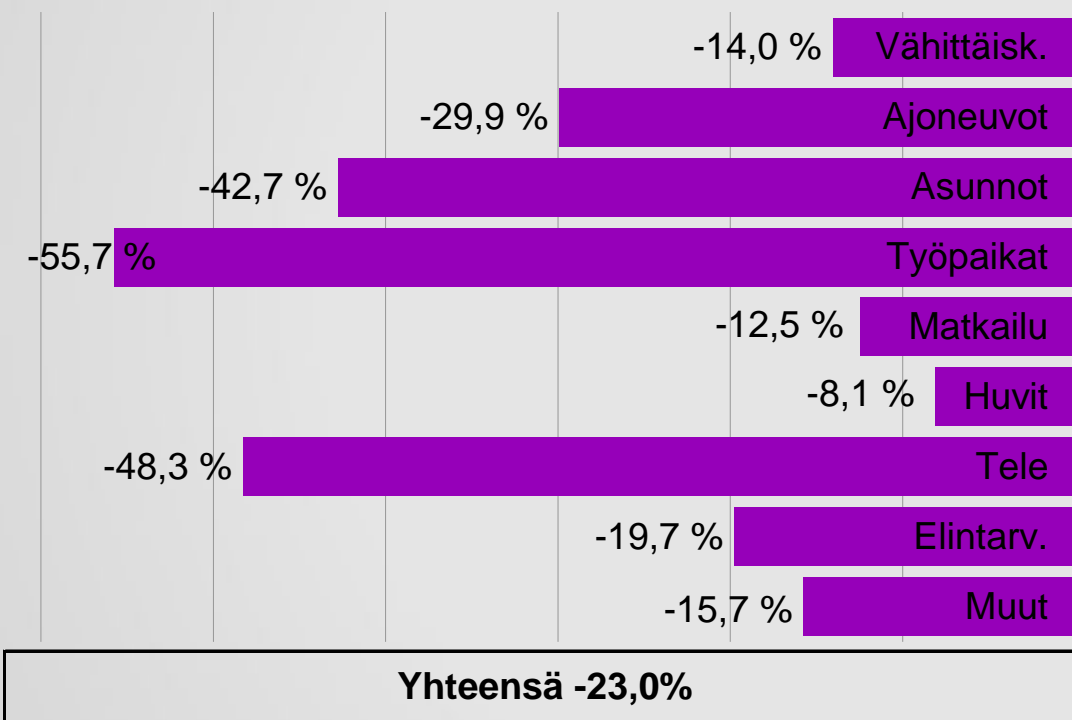
Muutos vs. Q1-Q2 2008, arvio



Mainonta Q1-Q2 09	MEUR
Vähittäiskauppa	125
Elintarvikkeet	49
Moottoriajoneuvot	46
Kiinteistöt ja asunnot	22
Huvit	21
Matkailu ja liikenne	20
Avoimet työpaikat	19
Telepalvelut	16
Muut	191
Yhteensä	510

Eniten mainostaneet toimialat Q1-Q2 2009

Sanomalehdet yhteensä; muutos vs. Q1-Q2 2008



Mainonta Q1-Q2 09	MEUR
Vähittäiskauppa	98
Moottoriajoneuvot	27
Kiinteistöt ja asunnot	16
Avoimet työpaikat	12
Matkailu ja liikenne	10
Huvit	10
Telepalvelut	5
Elintarvikkeet	3
Muut	72
Yhteensä	251

A photograph of a person wearing a red apron and a black long-sleeved shirt, standing at an outdoor market stall. The person is using a red plastic funnel to pour fresh strawberries into a silver metal cup. In the foreground, a white tray is filled with many ripe, red strawberries with green stems. The background shows a paved market area with other people and bicycles.

Alma Median
pakollinen julkinen
ostotarjous
Talentumin osakkeista

Ostotarjouksen tausta ja pääkohdat

- Alma Media Oyj osti 10.8.2009 yhteensä 375 000 Talentum Oyj:n osaketta hintaan 1,85 euroa/osake
- Kaupan seurauksena Alma Media -konsernin osuus Talentumin osakkeiden kaikista äänistä ylittää 3/10 ja Alma Media oli velvollinen tekemään Talentumista pakollisen ostotarjouksen
- Pakollisen ostotarjouksen tarjoushinta on 1,85 euroa käteisenä
- Ostotarjouksen toteuttaminen on ehdollinen vain tarvittavien viranomaislupien saamiselle
- Tarjous ei ole ehdollinen tietyn omistusrajan saavuttamiselle

Lisätietoa tarjouksesta

- Alma Media tarjoutuu hankkimaan Talentumin koko osakekannan.
- Tarjottavan käteisvastikkeen (1,85 euroa) määrä vastaa Alma Median omistamien Talentumin osakkeiden arvoa Alma Median konsernitaseessa.
- Alustava aikataulu:
 - 19.08.2009: Tarjousasiakirja julkistettiin, tarjousaika alkoi
 - 15.10.2009: Tarjousaika päättyy (arviolta)
 - 16.10.2009: Ostotarjouksen alustava tulos julkistetaan (arviolta)
 - 20.10.2009: Ostotarjouksen lopullinen tulos julkistetaan (arviolta)
 - 21.10.2009: Tarjousosakkeiden kauppapäivä (arviolta)

Ostotarjous on pitkäaikaisen omistajuuden luonteva jatke

- Alma Media on ollut Talentumin pääomistaja vuodesta 2001
- Talentumista on viime vuosina muokattu puhdas ammattimediayhtiö ja yhtiöiden liiketoiminnat täydentävät nyt hyvin toisiaan
- Talentumin nykyinen markkina-arvo vastaa Alma Median näkemystä yhtiön arvostustasosta
- 30% omistusosuuden ylitys ja siitä seuraava ostotarjous tukevat pitkäjänteistä omistusstrategiaamme





Voimien yhdistäminen avain toimialan murroksessa menestymiseen

Yhdistynyt Alma Media-Talentum:

- loisi markkina-arvoltaan ja kasvupotentiaaliltaan suuremman mediayhtiökokonaisuuden ja arvonnousupotentiaalia
- täydentäisi yhtiöiden tuotetarjontaa
- tarjoaisi hyvän pohjan mahdolliselle laajentumiselle uusille markkina-alueille
- loisi suuremmat resurssit liiketoiminnan kehittämiseen ja kansainvälistymiseen
- tasapainottaisi Talentumin suhdanneherkempää liiketoimintamallia ja parantaisi edellytyksiä vakaalle voitonjaolle

Yhdistynyt Alma Media-Talentum mediakonsernina

- Viimeisimmän raportoidun liukuvan 12 kk aikana jatkuvien toimintojen yhteenlaskettu liikevaihto olisi ollut noin 400 milj. euroa ja liikevoitto ennen kertaluonteisia eriä noin 45 milj. euroa.
- Yhdistyneessä yhtiössä olisi:
 - ✓ 35 sanomalehteä verkkopalveluineen
 - ✓ yhdeksän online-markkinapaikkaa
 - ✓ 17 ammattiaikakauslehteä verkkopalveluineen
 - ✓ ammattikirjallisuuden kustannustoimintaa
 - ✓ koulutus- ja seminaaritoimintaa
 - ✓ kustannustoimintaa tukevia suoramarkkinoinnin palveluja
 - ✓ yli 3500 työntekijää yhteensä 10 maassa



Hyvä tilaisuus Talentumin osakkeenomistajille

- Tarjoushinta 1,85 euroa/osake:
 - sisältää 6,3 % preemion Talentumin päätöskurssiin 7.8.2009 (1,74 euroa) ja noin 13,6 % preemion kolmen kuukauden kaupankäyntimäärillä painotettuun keskipäiväkurssiin (1,63 euroa)
 - linjassa analyytikoiden osakkeelle antamien tavoitehintojen keskiarvon kanssa
- Talentumin osakkeella erittäin alhainen likviditeetti: keskimääräinen päivävaihto (08/2008-07/2009) vain n. 31 000 osaketta eli n. 0,07 % osakekannasta
- Talentumin julkistamat liiketoiminnan näkymät, osakkeen likviditeetti ja yhtiön omistusrakenne huomioiden Alma Media pitää tarjoushintaa hyvänä
- Toteutuessaan yhdistyminen loisi markkina-arvoltaan ja kasvupotentiaaliltaan suuremman mediayhtiökokonaisuuden sekä arvonnousupotentiaalia

AL
MA

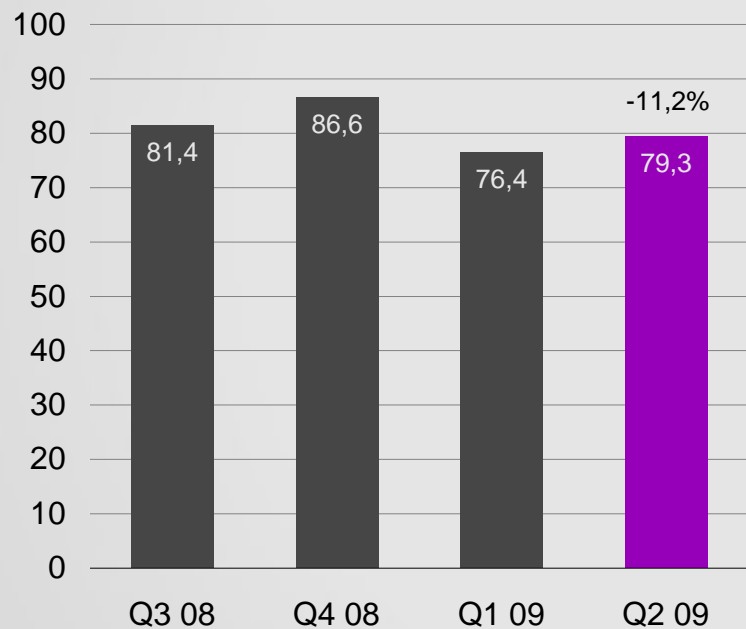
Kiitos!

A photograph of a crowd of people holding colorful umbrellas in the rain. The umbrellas are in various colors, including purple, green, black, and a large orange one in the foreground. The background is slightly blurred, showing more people and buildings. The text is overlaid on the image.

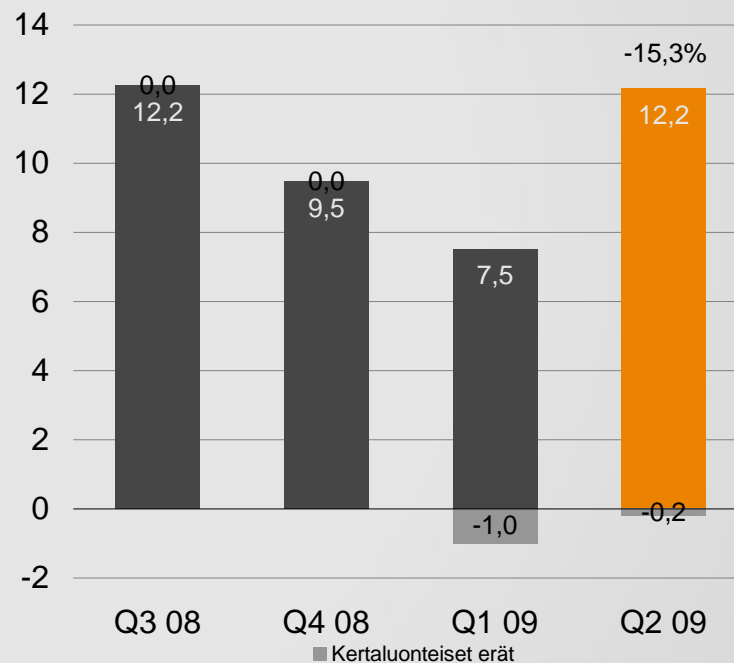
Liite:
Taloudellinen kehitys
Q2 2009

Avainluvut Q2 2009, milj. euroa

Liikevaihto, MEUR

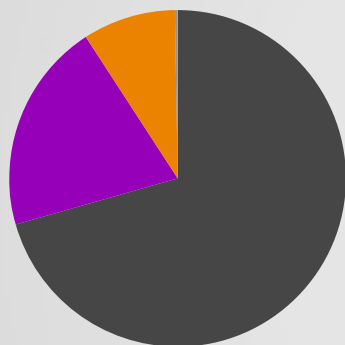


Liikevoitto, MEUR



Liikevaihdon jakauma Q2/2009, MEUR

Alma Media
79,3 MEUR



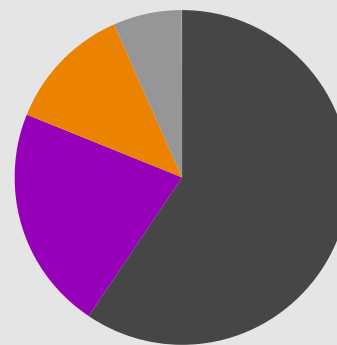
- Sanomalehdet 70,6% (56,0m€)
- KL-ryhmä 20,1% (16,0m€)
- Markkinapaikat 8,9% (7,1m€)
- Muut 0,4% (0,3m€)

Sanomalehdet
57,1 MEUR



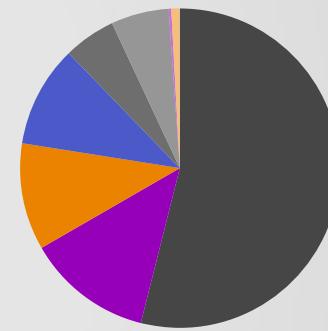
- Aamulehti 34,9% (19,9m€)
- Iltalehti 26,8% (15,3m€)
- P-S Media 16,5% (9,4m€)
- SK 11,3% (6,5m€)
- Paikallislehdet 10,4% (5,9m€)

Kauppalehti-ryhmä
16,0 MEUR



- Kauppalehti 59,6% (9,7m€)
- Lehtentekijät 21,5% (3,5m€)
- KL 121 12,4% (2,0m€)
- BNS 6,5% (1,1m€)

Markkinapaikat
7,0 MEUR



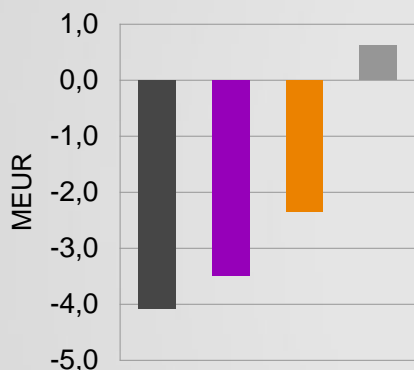
- Etuovi.com 53,9% (3,8m€)
- monster 12,7% (0,9m€)
- Autotalli 10,9% (0,8m€)
- Mascus 10,1% (0,7m€)
- City24 5,4% (0,4m€)
- Bovision+ 5,9% (0,4m€)
- Motors 0,2% (0,0m€)
- Mikko 0,8% (0,1m€)

ilman segmentin sisäisiä

Liikevaihdon muutos Q2/2009 vs Q2/2008

Alma Media

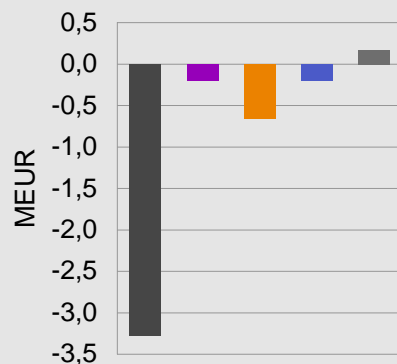
-10,0 MEUR (-11,2 %)



- Sanomalehdet -4,1 MEUR (-6,7 %)
- KL-ryhmä -3,5 MEUR (-17,9 %)
- Markkinapaikat -2,3 MEUR (-25,0 %)
- Muut 0,6 MEUR (+17,1 %)

Sanomalehdet

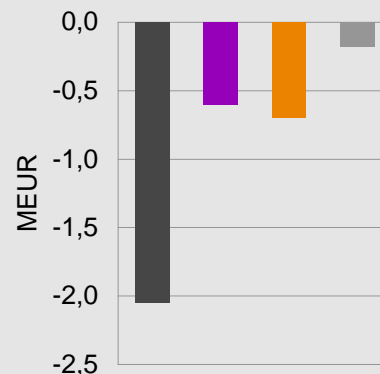
-4,1 MEUR (-6,7 %)



- Aamulehti -3,3 MEUR (-12,7 %)
- Iltalehti -0,2 MEUR (-1,3 %)
- P-S Media -0,7 MEUR (-6,4 %)
- SK -0,2 MEUR (-3,0 %)
- Paikallislehdet 0,2 MEUR (+2,9 %)

Kauppalehti-ryhmä

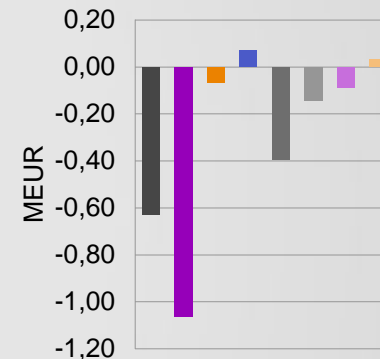
-3,5 MEUR (-17,9 %)



- KL -2,1 MEUR (-17,5 %)
- LT ryhmä -0,6 MEUR (-14,7 %)
- KL 121 -0,7 MEUR (-25,7 %)
- BNS -0,2 MEUR (-14,5 %)

Markkinapaikat

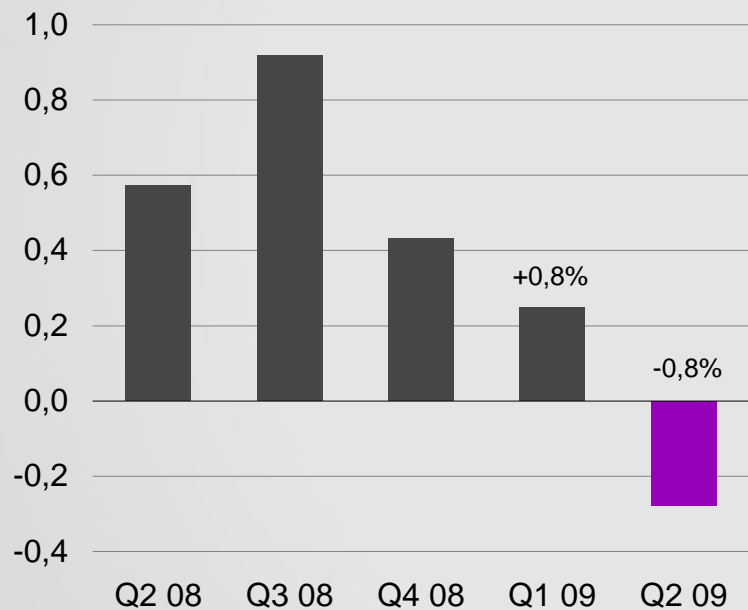
-2,3 MEUR (-25,0 %)



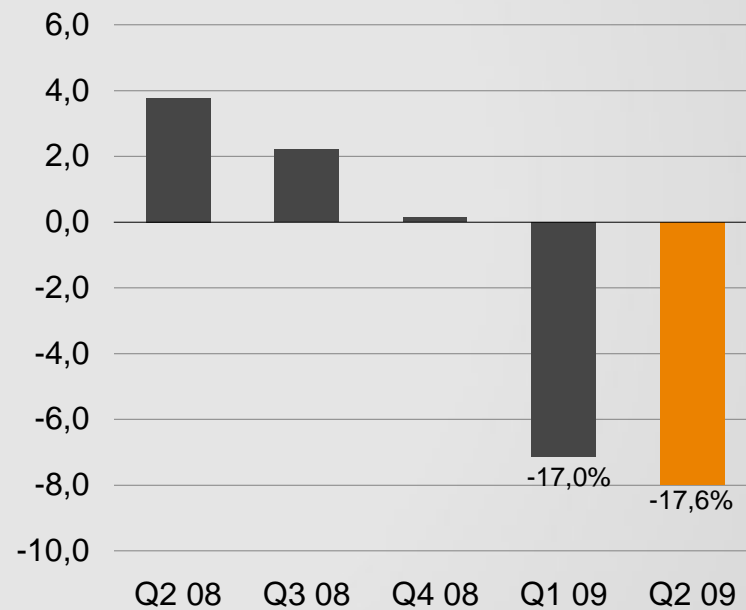
- Etuovi.com -0,6 MEUR (-14,2 %)
- monster -1,1 MEUR (-54,3 %)
- Autotalli -0,1 MEUR (-8,0 %)
- Mascus 0,1 MEUR (+10,6 %)
- City24 -0,4 MEUR (-51,1 %)
- Bovision+ -0,1 MEUR (-25,7 %)
- Motors -0,1 MEUR (-83,3 %)
- Mikko 0,0 MEUR (+119,7 %)

Liikevaihdon muutos lajeittain, milj. euroa

Levikkimyynti, MEUR

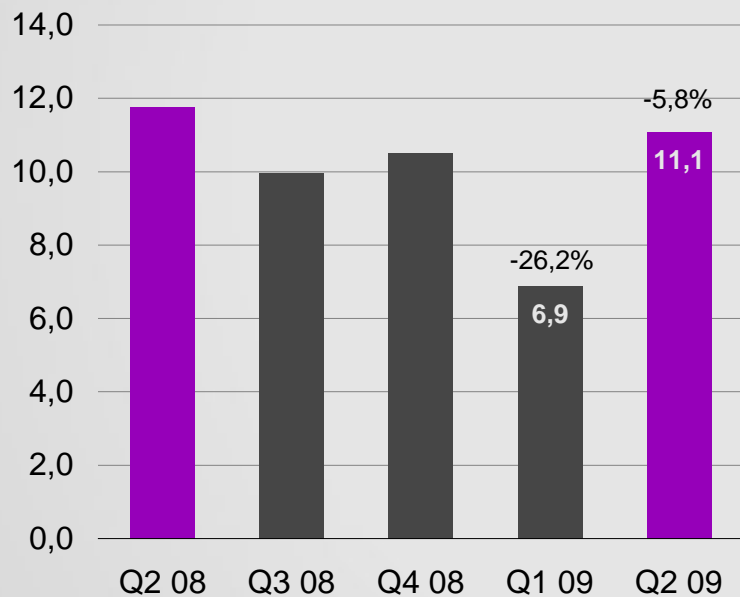


Mediamyynti, MEUR

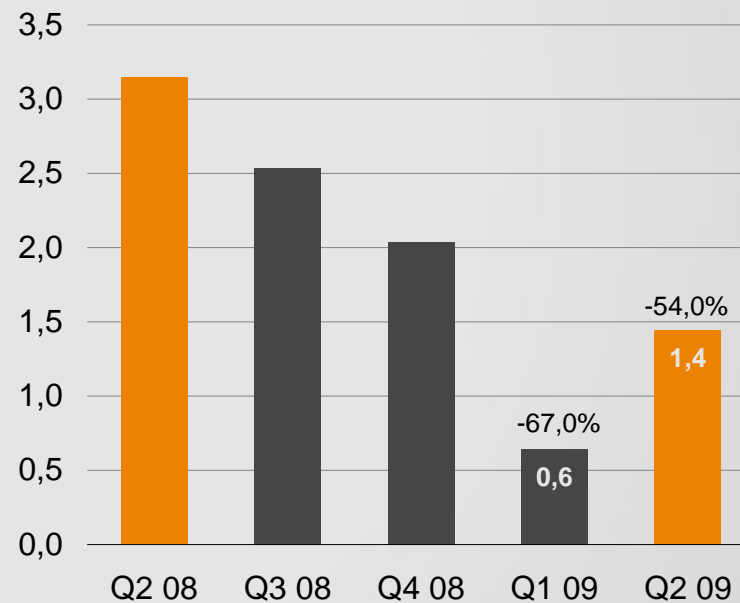


Liikevoitto segmenteittäin

Sanomalehdet, MEUR

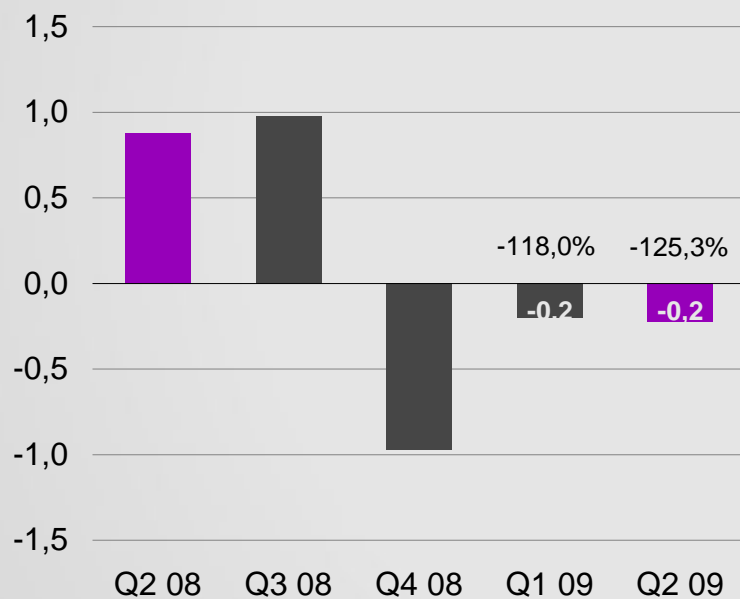


Kauppalehti-ryhmä, MEUR

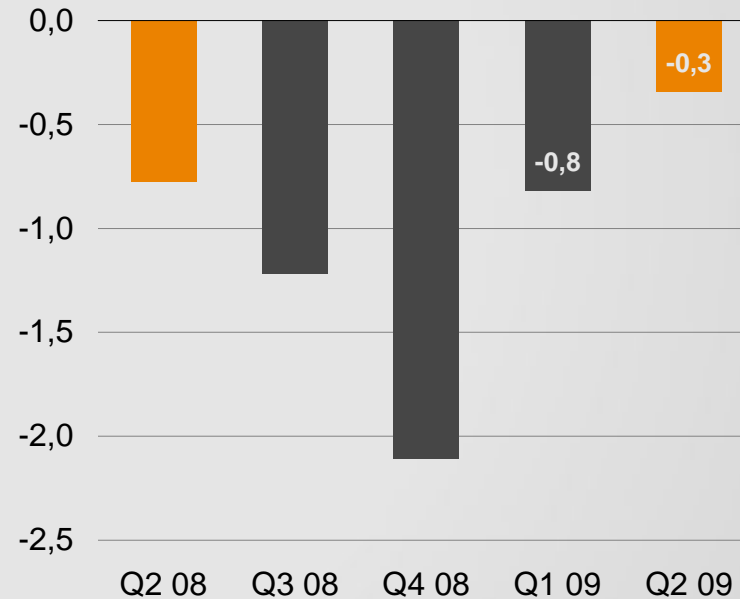


Liikevoitto segmenteittäin

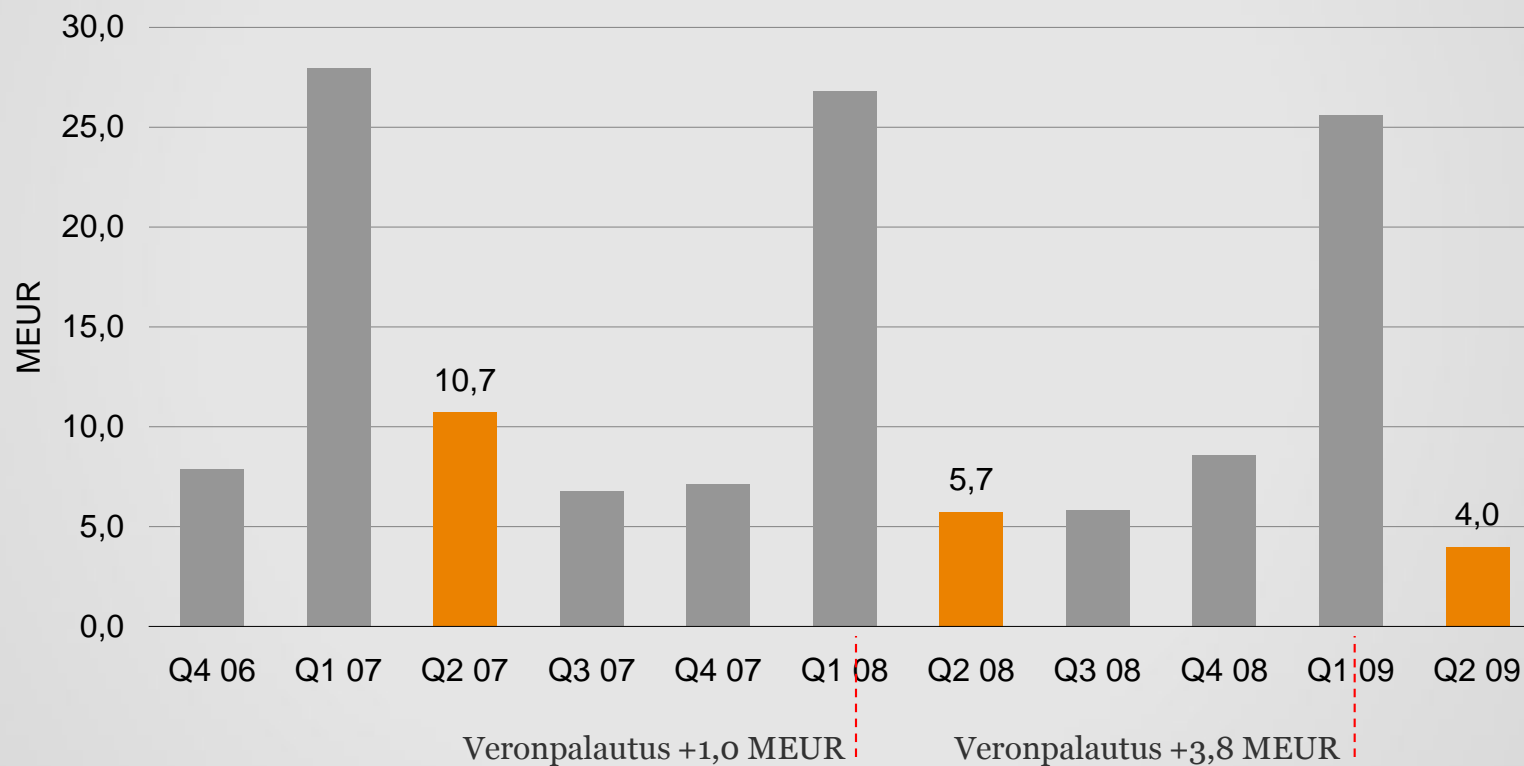
Markkinapaikat, MEUR



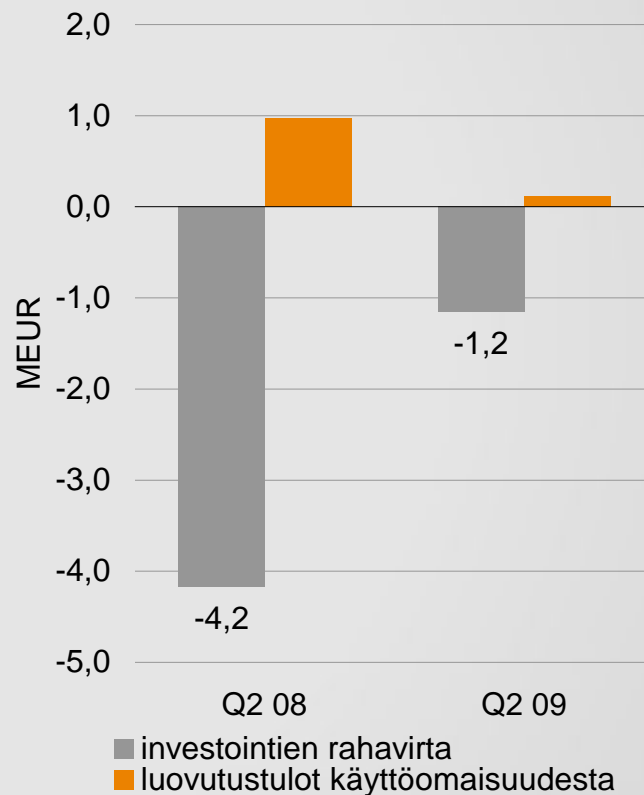
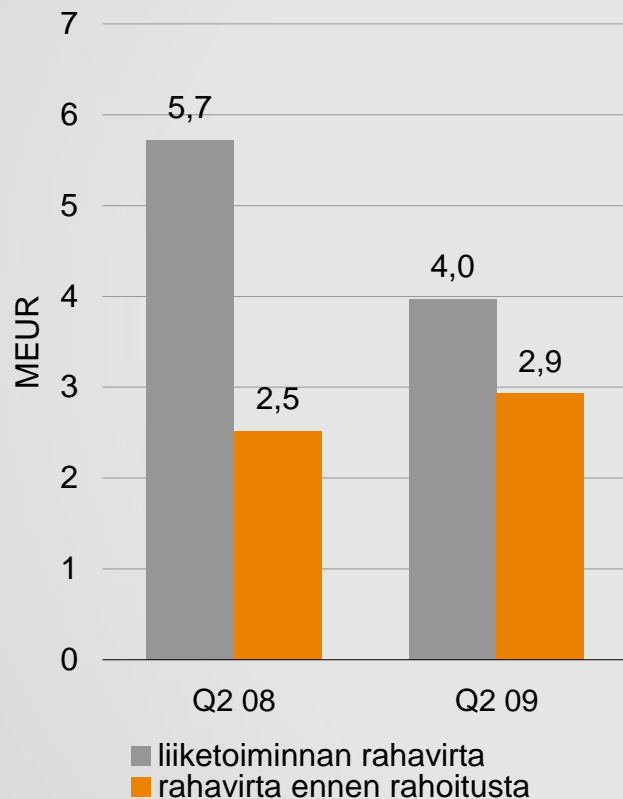
Muut, MEUR



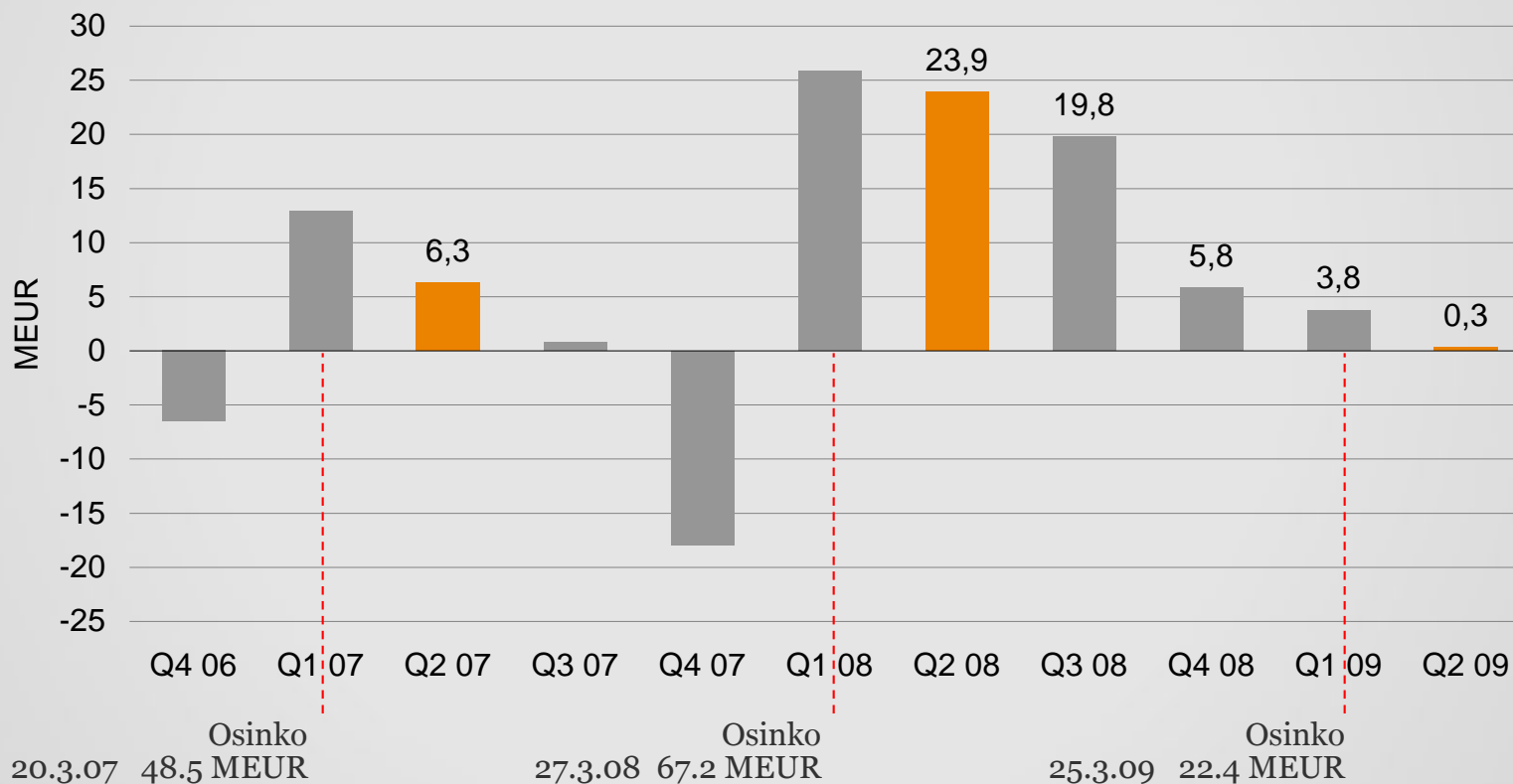
Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa



Rahavirta ja investoinnit

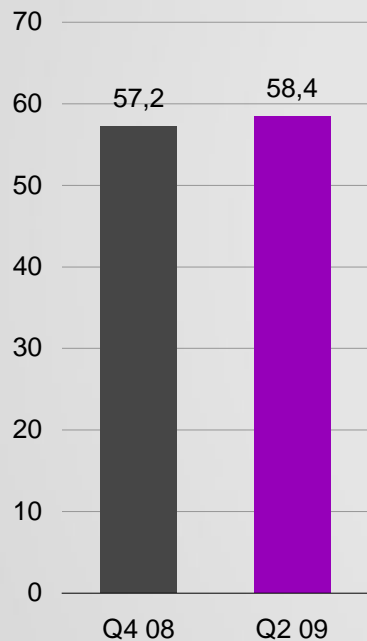


Velat, netto, milj. euroa



Tunnuslukuja 2009

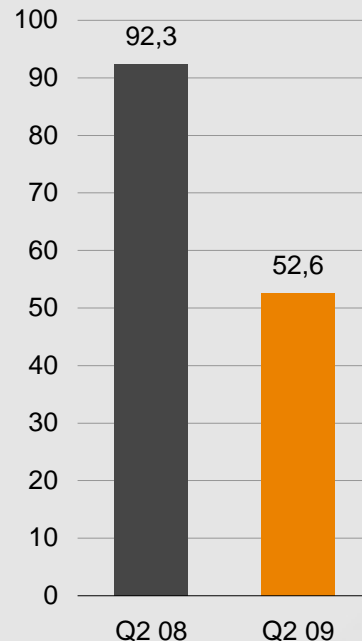
Omavaraisuusaste, %



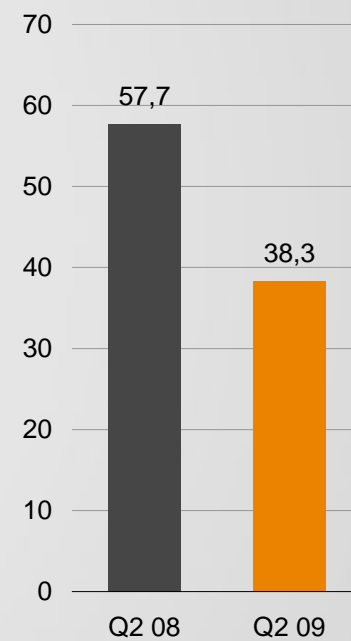
Nettovelkaantumisaste, %



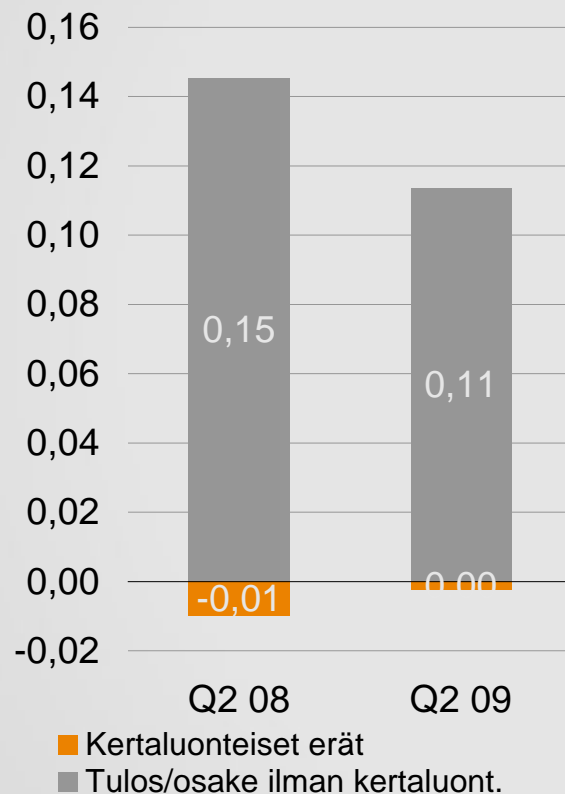
Oman pääoman tuotto, %



Sijoitetun pääoman tuotto, %



Tulos/osake ja oma pääoma/osake



Näkymät vuodelle 2009 (23.7.2009)

- Alma Media arvioi vertailukelpoisen liikevaihdon ja liikevoiton laskevan vähenemisen seurauksena vuoden 2008 tasosta.
- Kolmannella neljänneksellä liikevaihto ja liikevoitto jäävät vuoden 2008 vastaavan ajanjakson tasosta.

