

ALMA MEDIA

Q1 2015

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

30.4.2015

@AlmaMedia_IR

29.4.2015



Agenda

Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Q&A



Pääkohdat Q1 2015

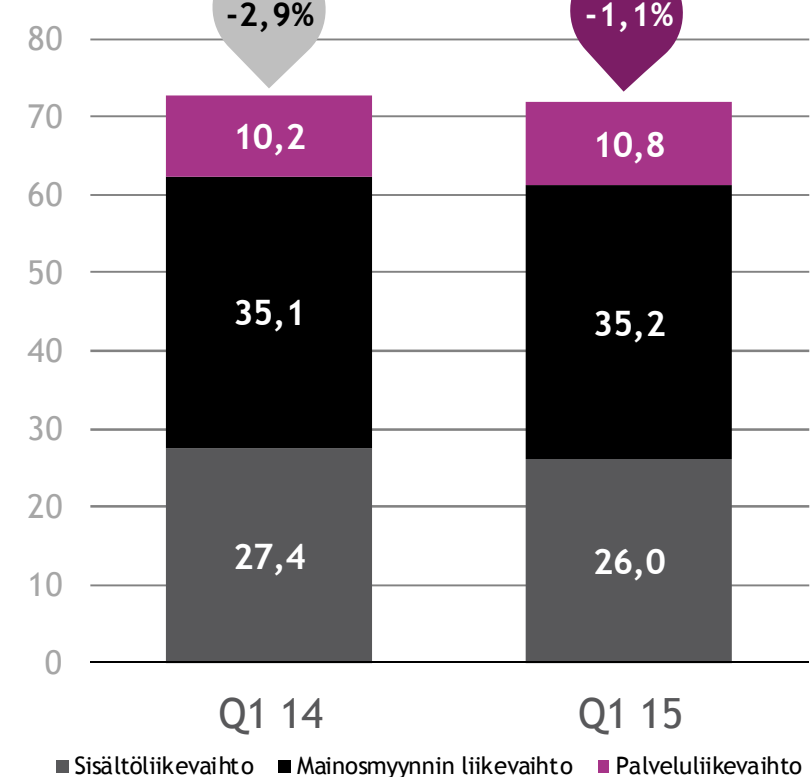
- Ensimmäisellä neljänneksellä toimintaympäristö oli edelleen haastava. Mainonnan määrä laski Suomessa 2,8 % edellisvuodesta.
- Alma Median liikevaihto pysyi lähes vertailukauden tasolla. Ulkomainen rekrytointiliiketoiminta kasvoi edelleen vahvasti, yli 18 %.
- Kotimaan liiketoiminnan liikevaihto laski Suomen yleisen talouden tilanteen painamana. Muun muassa IL-Median ja kotimaisten digitaalisten palveluiden tulos heikkeni.
- Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin liiketoiminta kehittyi hyvin. Mainosmyynti ja digitaaliset sisältötuotot kasvoivat. Kauppalehden kävijämäärät kasvoivat tammikuussa toteutetun sisältöuudistuksen seurauksena.
- Alma Media toteutti ensimmäisellä neljänneksellä rakenneuudistuksia kustannusliiketoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Yhtiön sanomalehtiliiketoiminta Kainuussa myytiin maaliskuussa SLP Kustannus Oy:lle.
- Alma Media arvioi vuoden 2015 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon tasosta. Vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 148,4 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 8,8 milj. euroa.

Liikevaihto Q1 2015

- Neljänneksen liikevaihto laski vertailukaudesta 1,1 % 71,9 milj. euroon.
- Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen osuus koko konsernin liikevaihdosta oli ensimmäisellä neljänneksellä 33,1 % (32,6 %).
- Sisältöliikevaihto laski 5,1 %.
 - Digitaalisista kanavista saatavat sisältötuotot eivät riitä täysin kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.
- Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 0,2 %.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 2,1 %.
 - Painettujen lehtien mainosmyynti laski 1,3 %.
- Palveluliikevaihto kasvoi 5,2 % 10,8 milj. euroon.

Liikevaihto, MEUR

IFRS

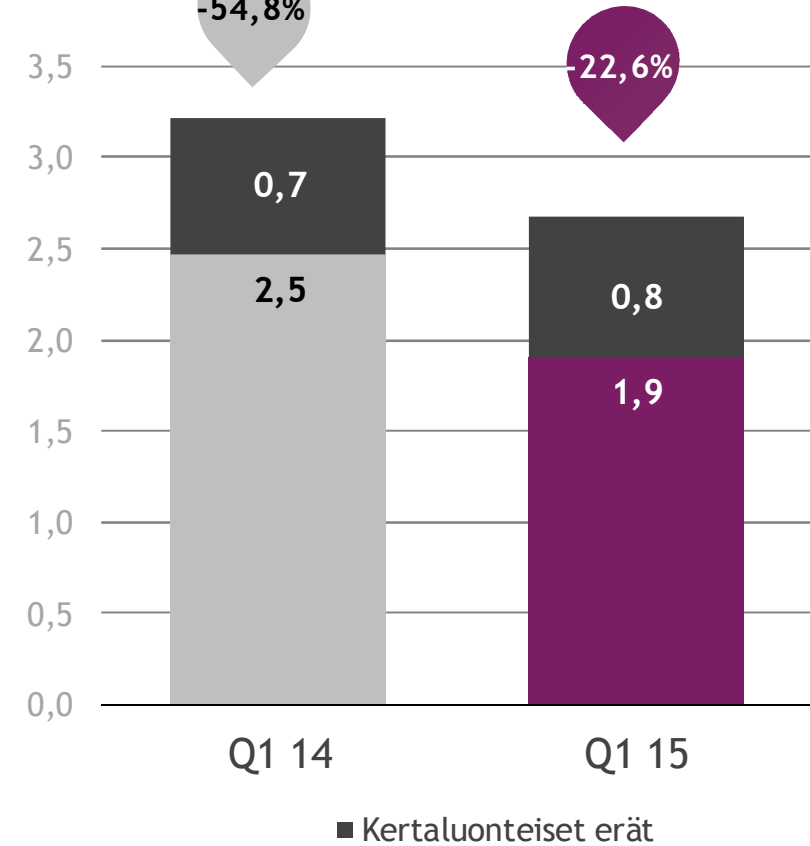


Liikevoitto Q1 2015

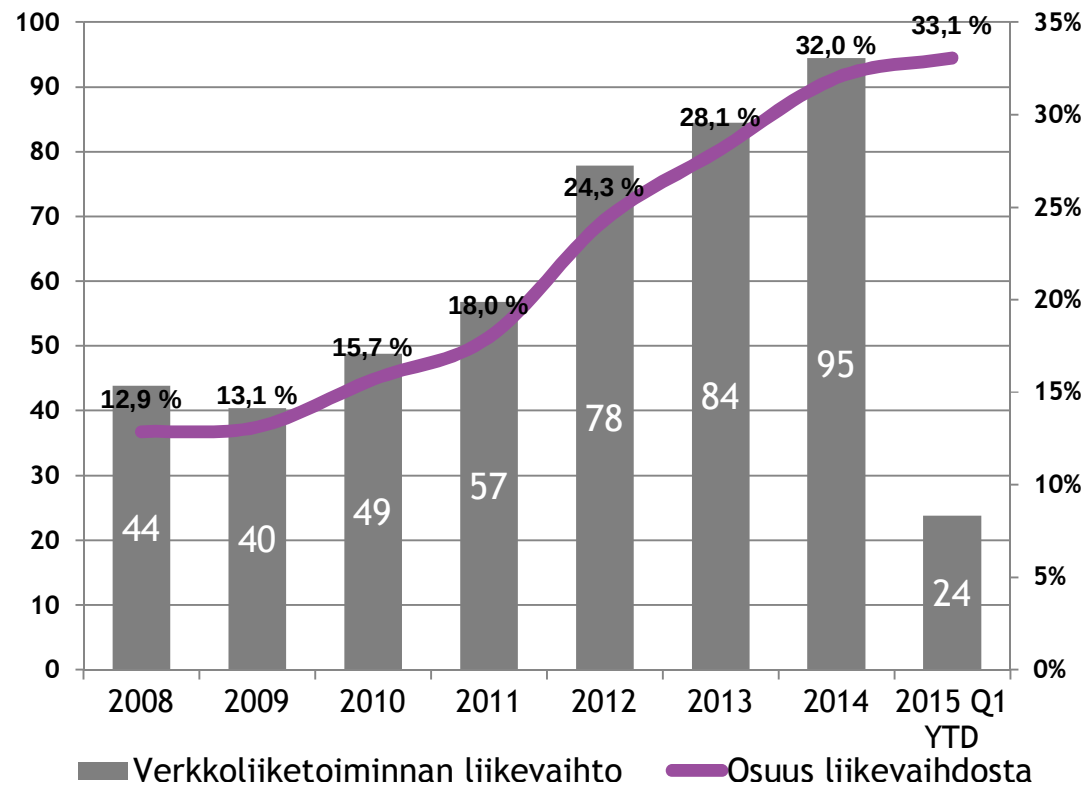
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 22,6 % ja oli 1,9 milj. euroa.
- Liikevoitto oli 2,7 milj. euroa eli 3,7 % liikevaihdosta.
 - Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä 0,8 milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat vertailukaudesta 0,5 % ja olivat 70,0 milj. euroa.

Liikevoitto, MEUR

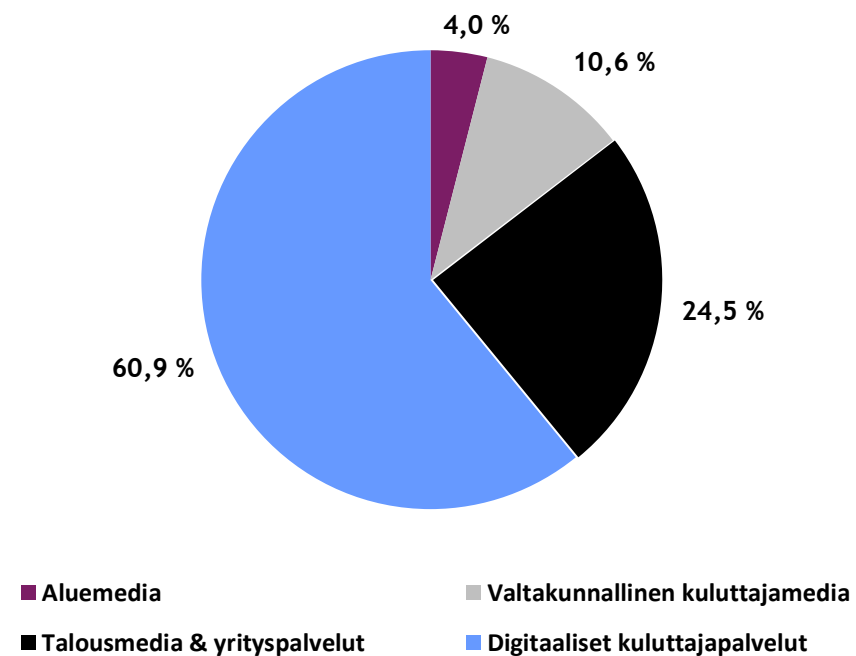
IFRS



Digitaalinen liiketoiminta kasvaa



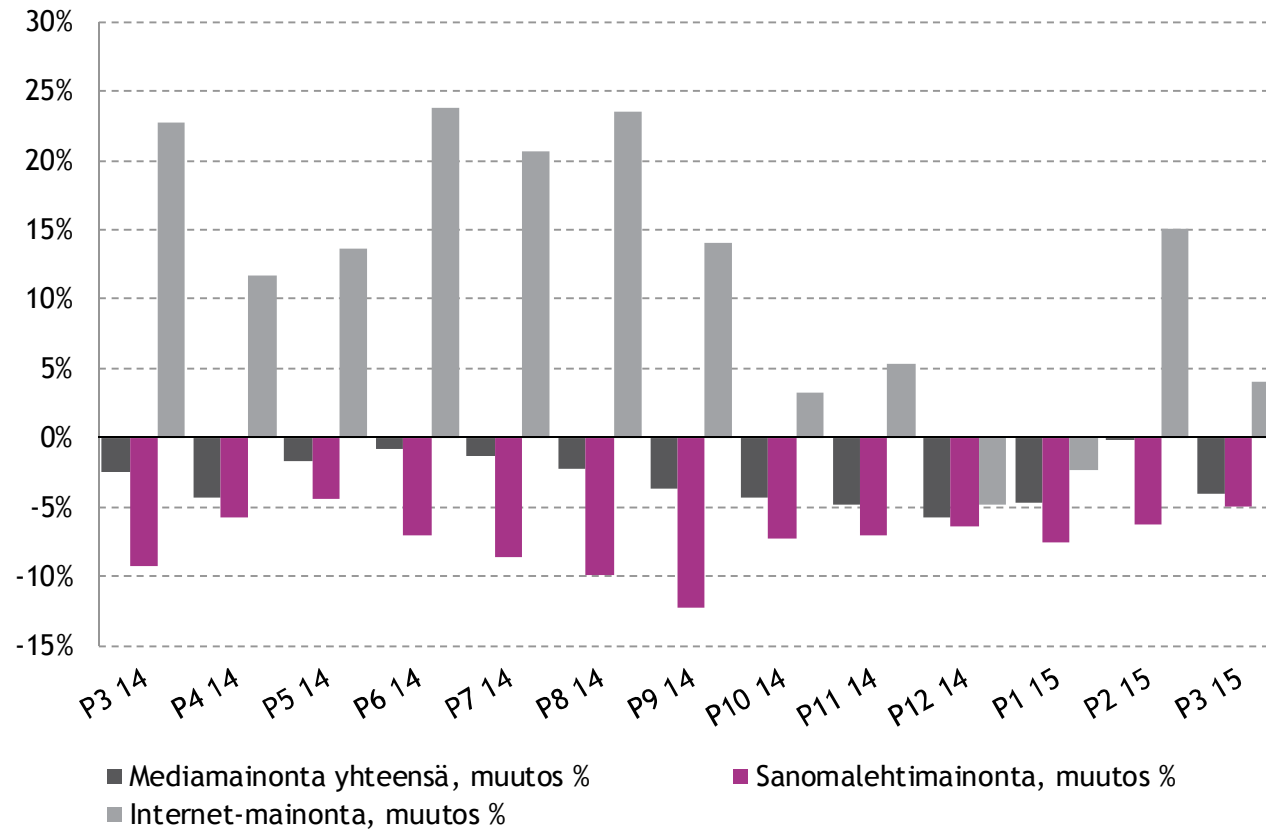
Segmentin osuus konsernin digitaalisesta liikevaihdosta



A person's hands are shown holding a smartphone horizontally, with the screen glowing white. The background is dark and out of focus, featuring bokeh light effects from distant lights, suggesting an indoor event or concert. The title text is overlaid on the left side of the image.

MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

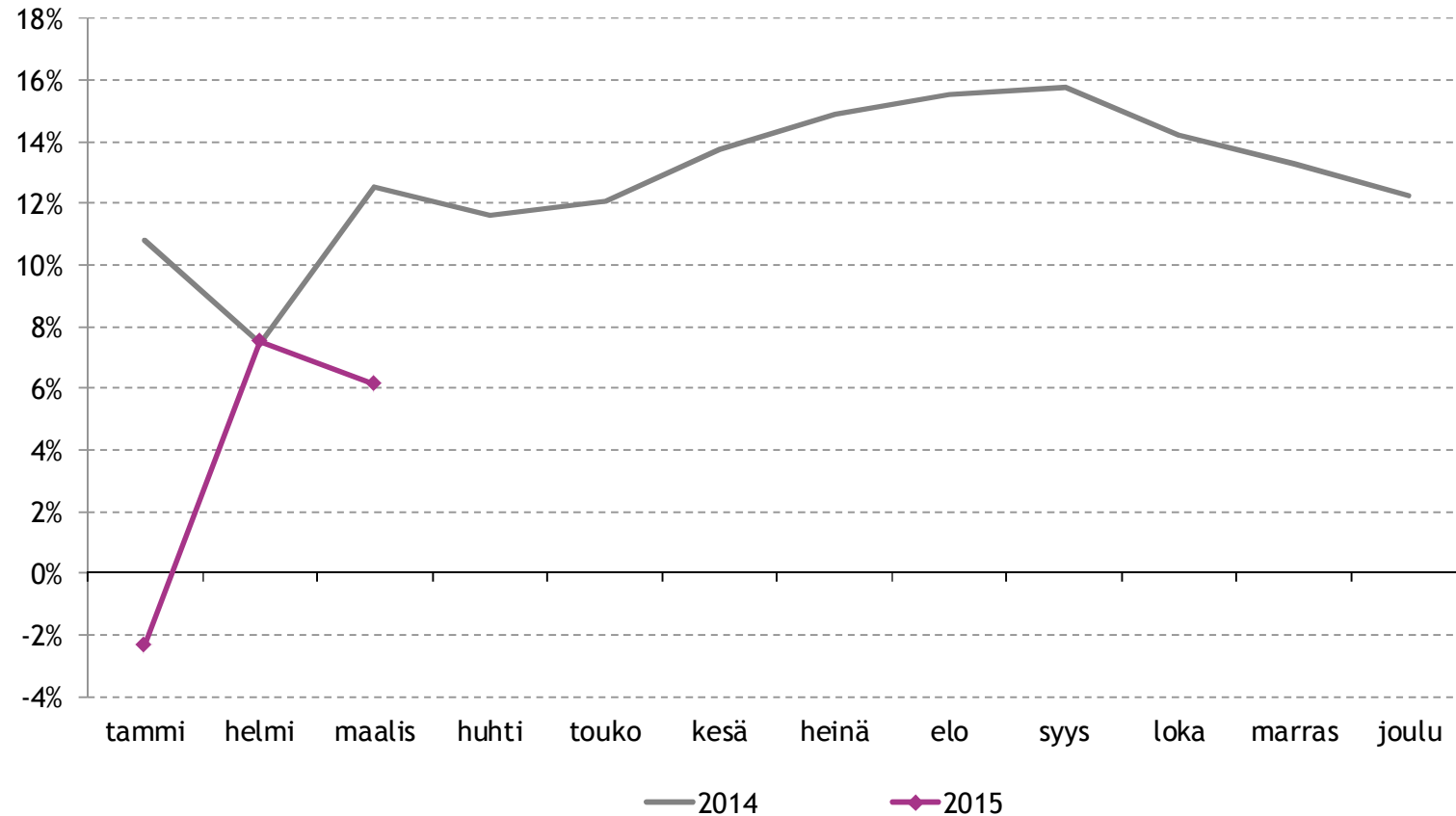
Mediamainonnan muutos 3/2014 – 3/2015



Lähde: TNS Media Intelligence

Verkkomainonnan kasvu laantui

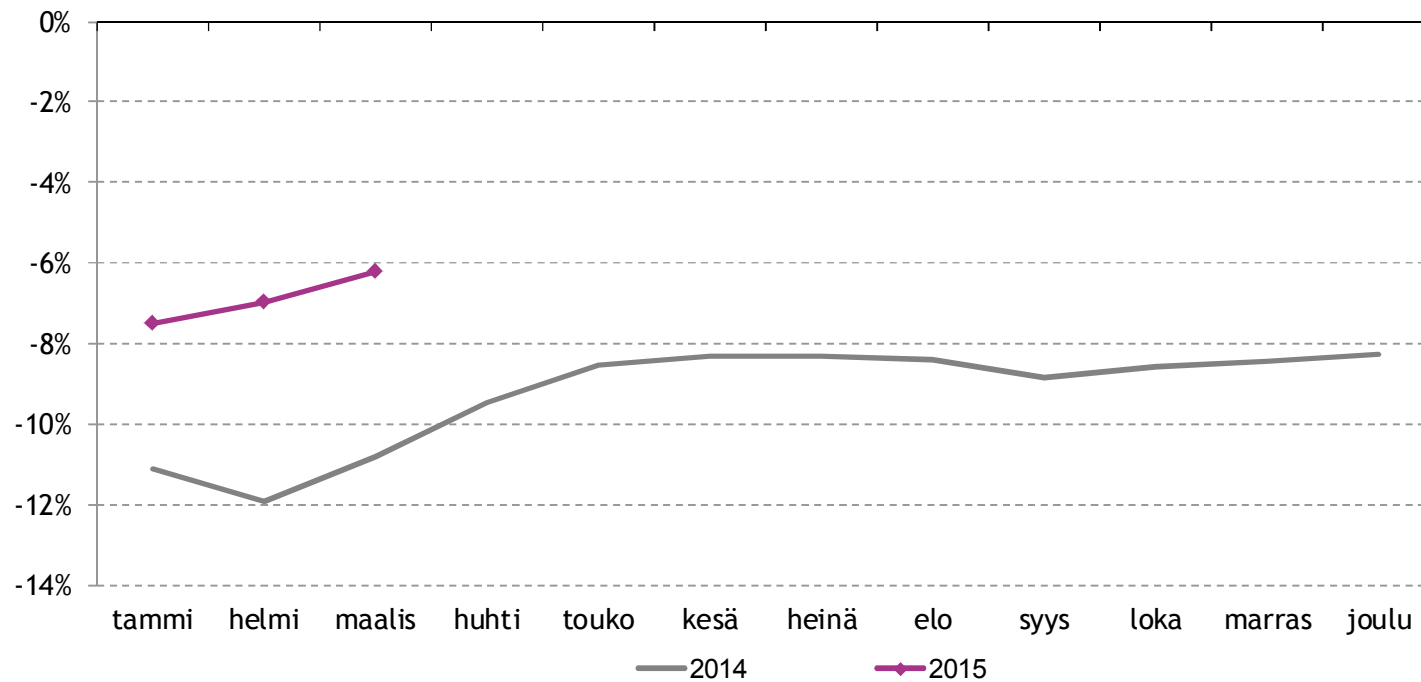
Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

Mainonnan määrän supistuminen painetuissa sanomalehdissä* hidastui

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna

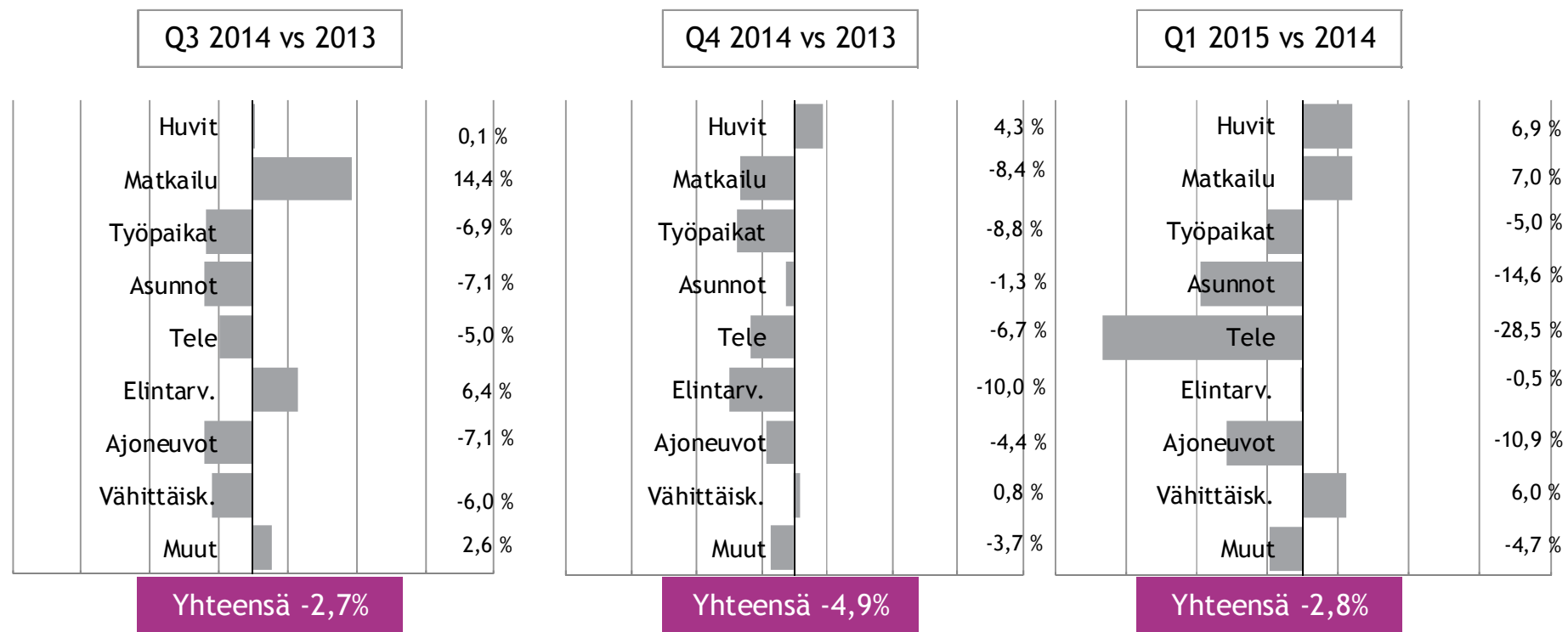


Lähde: TNS Media Intelligence

* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

Joillain toimialoilla mainonta kääntyi kasvuun

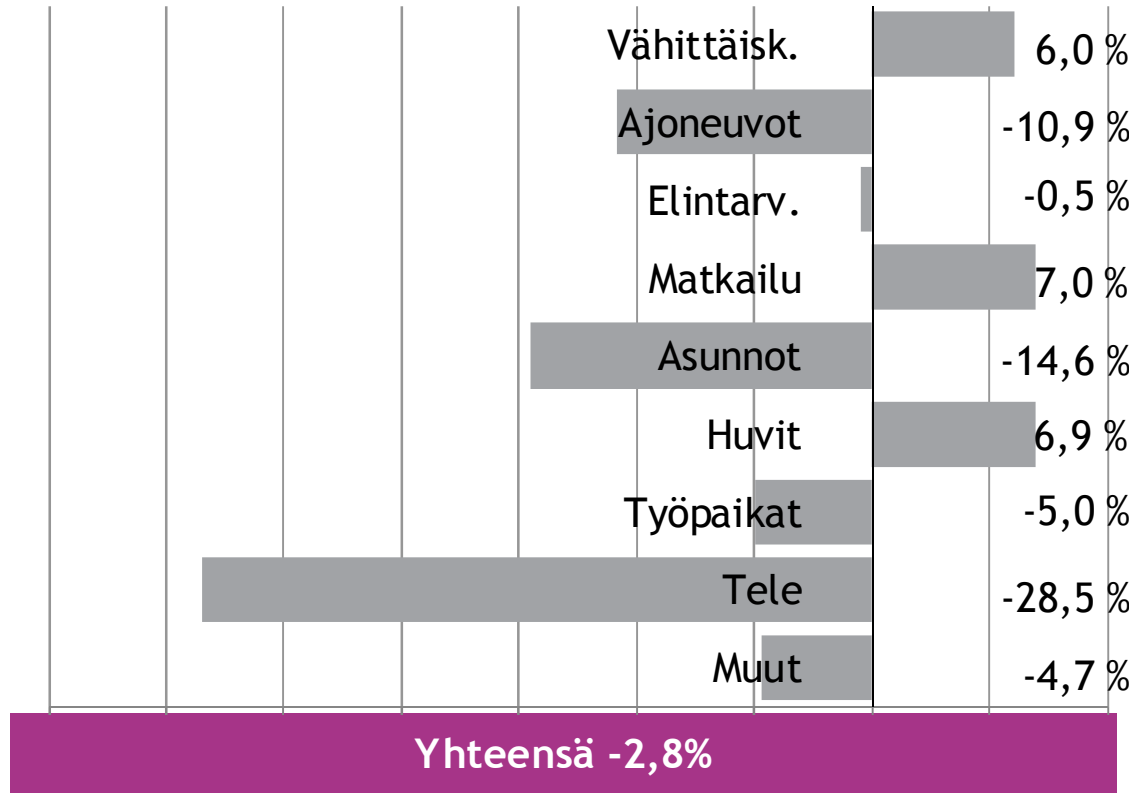
Kokonaismarkkina, muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

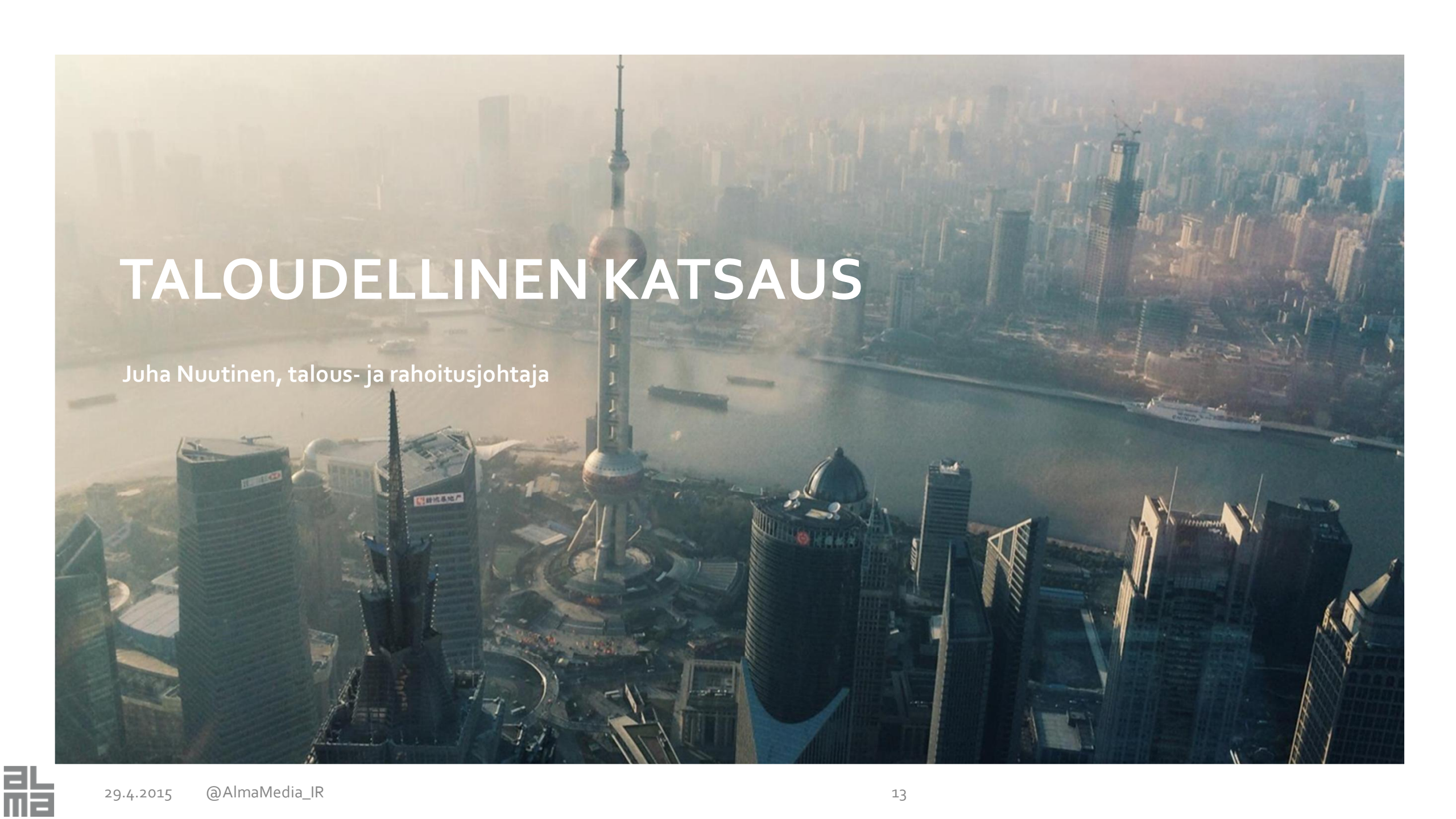
Mainonnan muutos toimialoittain

Markkina yhteensä, muutos vs. Q1 2014



Mainonta Q1 15	MEUR
Vähittäiskauppa	50
Moottoriajoneuvot	22
Elintarvikkeet	21
Matkailu ja liikenne	12
Kiinteistöt ja asunnot	10
Huvit	10
Avoimet työpaikat	9
Telepalvelut	4
Muut	89
Yhteensä	227

Lähde: TNS Media Intelligence

An aerial photograph of the Shanghai skyline, featuring the Oriental Pearl Tower prominently in the center. The Huangpu River flows through the city, with several boats visible. The background is filled with a dense forest of skyscrapers, some of which are partially obscured by a light haze or smog. The overall color palette is dominated by blues, greys, and the warm tones of the river and sky.

TALOUELLINEN KATSAUS

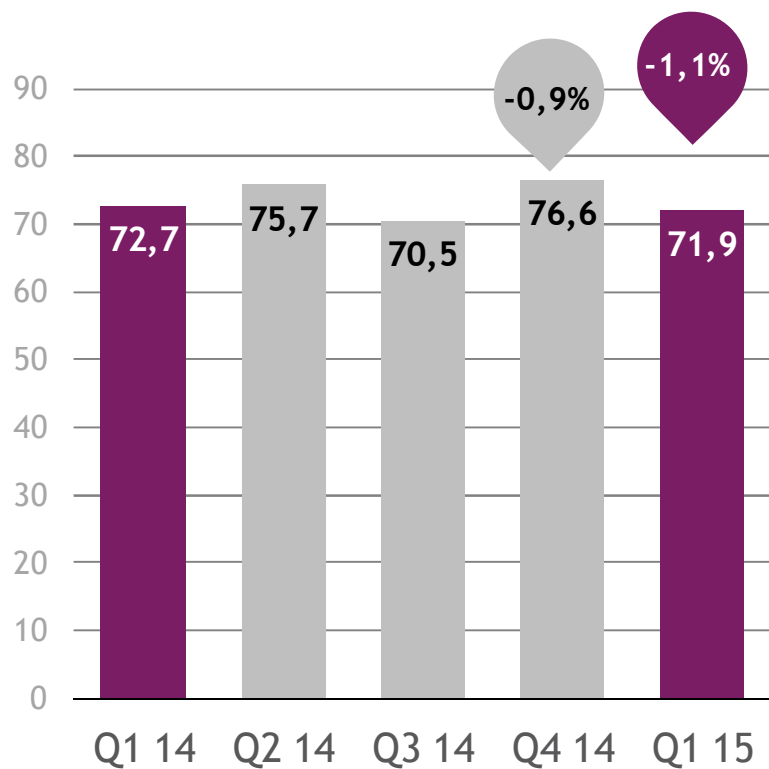
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

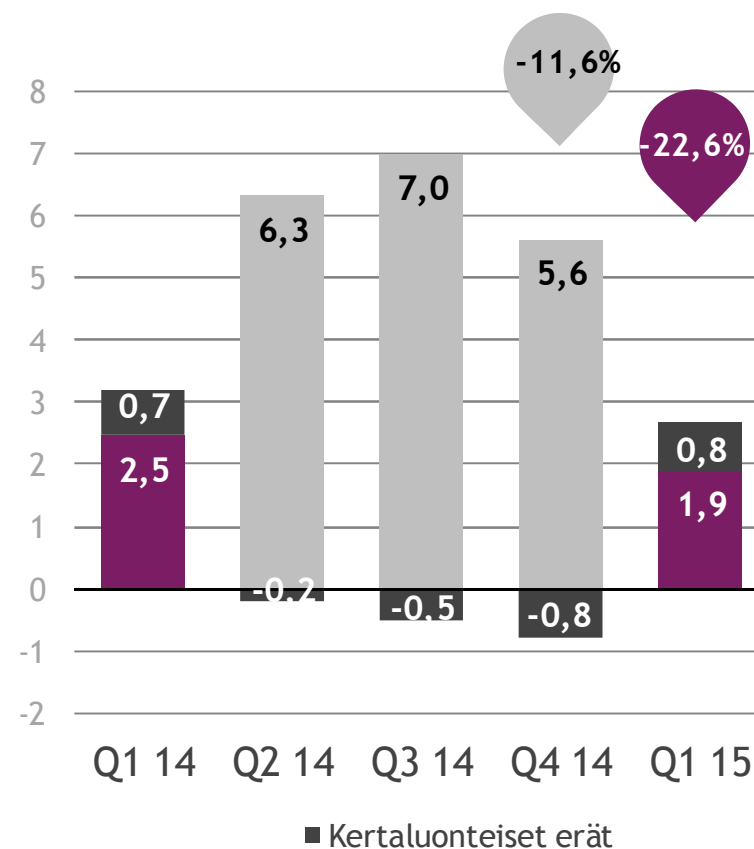
Alma Median taloudelliset tavoitteet	2011	2012	2013	2014	2015 Q1	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	16,3 %	36,8 %	8,4 %	11,9 %	0,3 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	26,1 %	13,8 %	10,0%	9,7 %	5,5 %	> 15 %
Osinkosuhde*	103 %	45 %	50 %	63 %	n/a	> 50 %

Liikevoitto laski ensimmäisellä neljänneksellä

Liikevaihto, MEUR

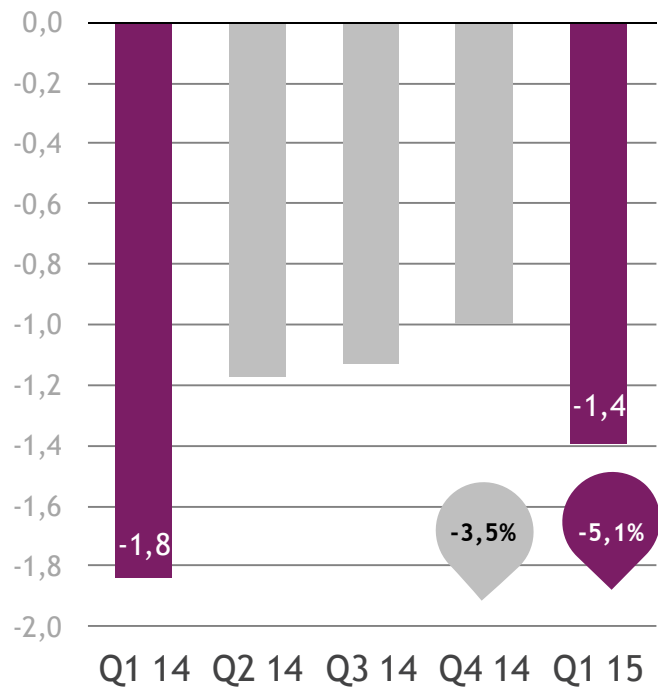


Liikevoitto, MEUR

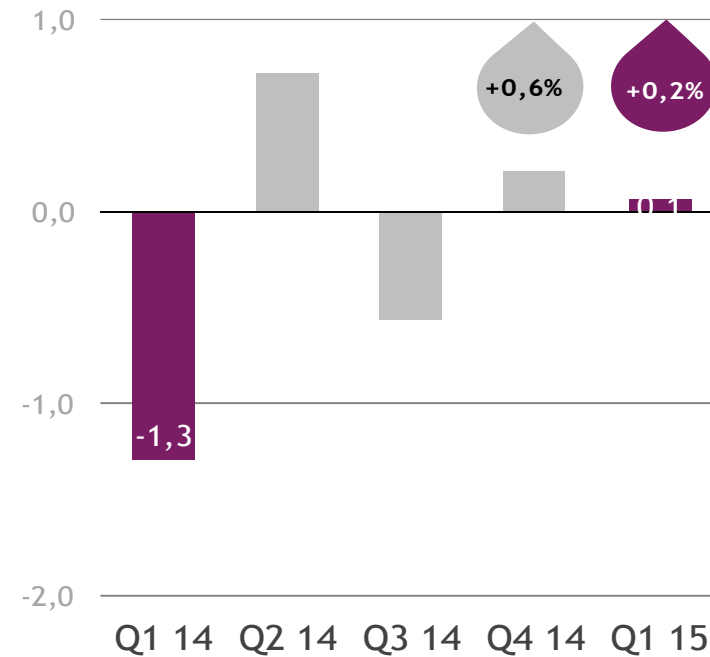


Sisältöliikevaihto laski, mainosmyynti pysyi edellisen vuoden tasolla

Sisältöliikevaihto, MEUR



Mainosmyynnin liikevaihto, MEUR

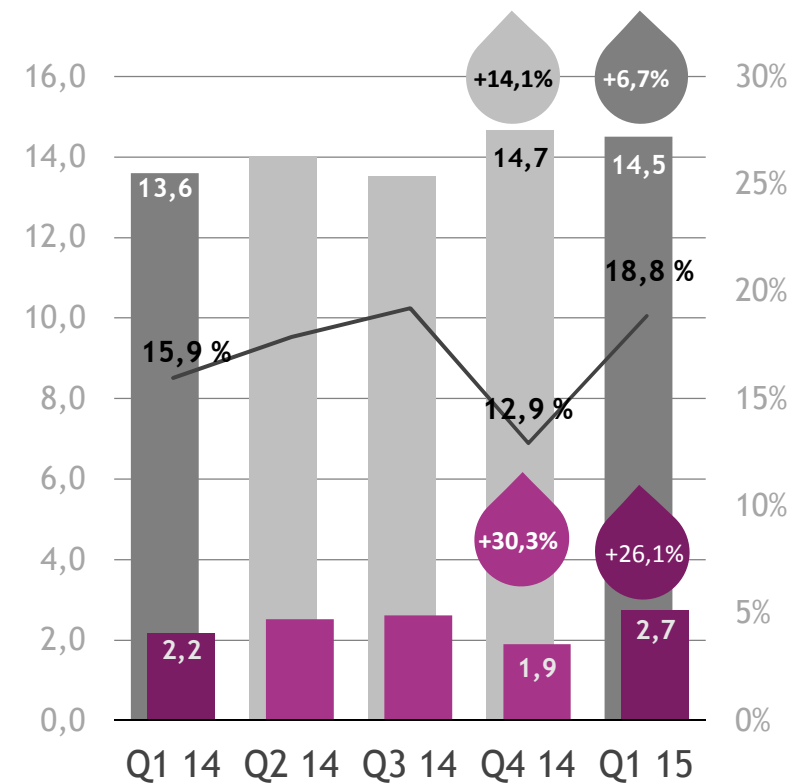


Digitaaliset kuluttajapalvelut Q1 2015

- Liikevaihto kasvoi 6,7 % 14,5 milj. euroon.
 - Liikevaihto laski 2,2 % kotimaan liiketoiminnoissa heikosta markkinatilanteesta johtuen.
 - Segmentissä raportoitu City24-liiketoiminta myytiin marraskuussa 2014. Myydyn liiketoiminnan vaikutus vertailukauden liikevaihtoon oli 0,4 milj. euroa ja liikevoittoon -0,1 milj. euroa.
- Rekrytointipalveluiden liikevaihto kasvoi 14,6 %, ja niiden osuus segmentin liikevaihdosta oli 73,3 %.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 11,8 milj. euroa.
- Liikevoitto oli 2,7 milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia eriä.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

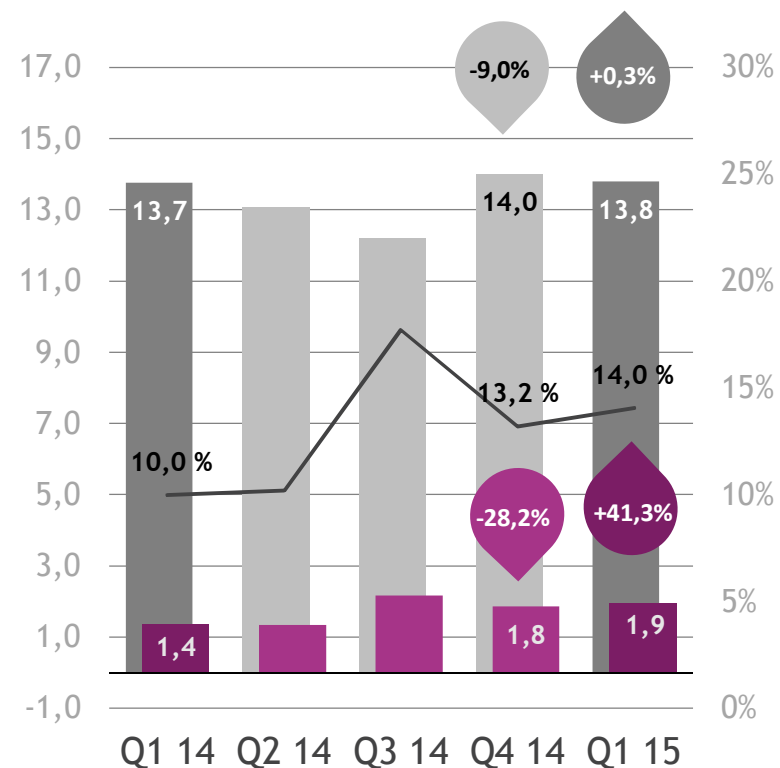


Talousmedia ja yrityspalvelut Q1 2015

- Liikevaihto kasvoi 0,3 % 13,8 milj. euroon.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus oli 42,2 %.
- Sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla, 4,0 milj. euroa.
 - KL:n digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 14,5 %.
- Mainosmyynti kasvoi 4,4 % maaliskuun hyvän kehityksen ansiosta.
- Palvelumyynti laski 5,8 milj. euroon.
 - JM Tiedon hankinnan vaikutus palveluliikevaihtoon oli 0,8 milj. euroa. Myydyn BNS-liiketoiminnan vaikutus vertailukauden palveluliikevaihtoon oli 0,7 milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaeriä laskivat 4,4 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä kasvoi 41,3 %.
 - Kertaluonteisena eränä raportoitiin JM Tiedon vaiheittaiseen hankintaan liittyvä myyntivoitto, 0,6 milj. euroa.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

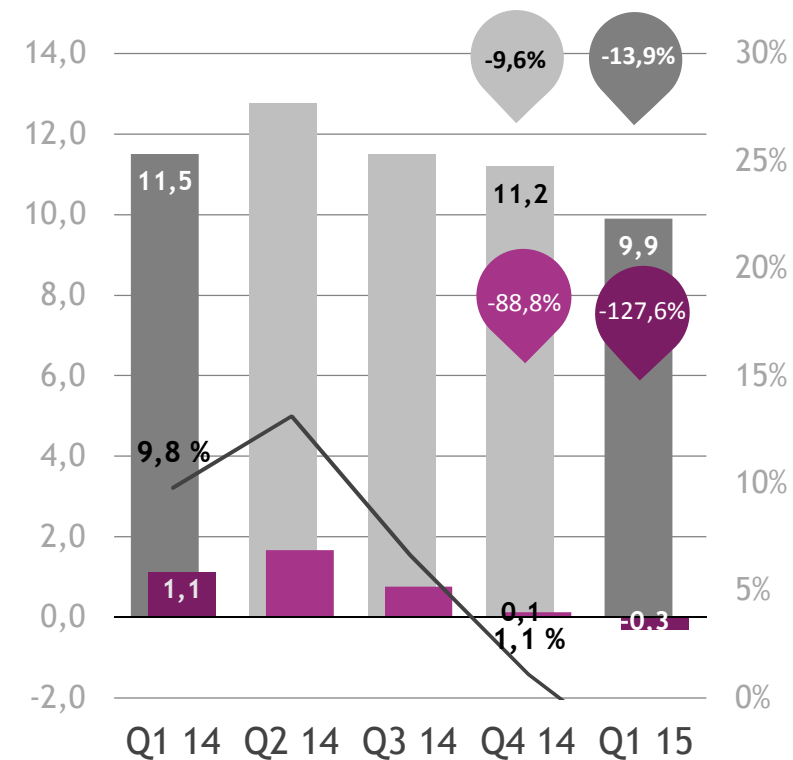


Valtakunnallinen kuluttajamedia Q1 2015

- Liikevaihto laski 13,9 % 9,9 milj. euroon.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 25,5 %.
- Sisältöliikevaihto laski 6,9 % Iltalehden levikin laskun johdosta.
- Mainosmyynti laski 24,6 %.
 - Verkkomainosmyynti laski 25,2 %. Sosiaalisen median kanavat painoivat kotimaan digimainonnan hintatasoa.
 - Painetun median mainosmyynti laski 23,0 %.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat 1,5 % 10,2 milj. euroon.
 - Laskuun vaikutti paino- ja jakelukulujen väheneminen.
- Liikevoitto laski -0,3 milj. euroon.
 - Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia eriä.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

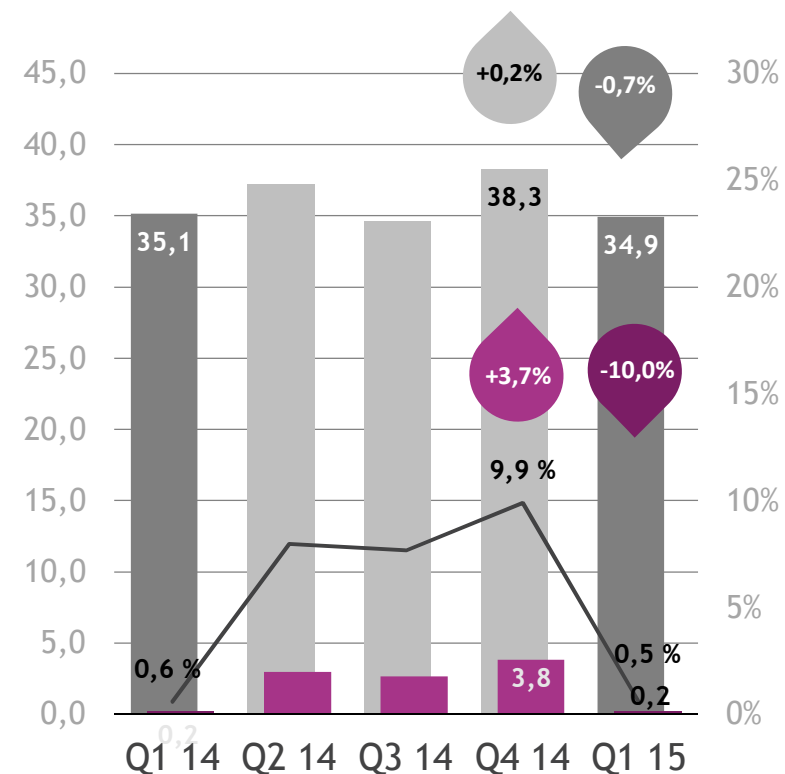


Aluemia Q1 2015

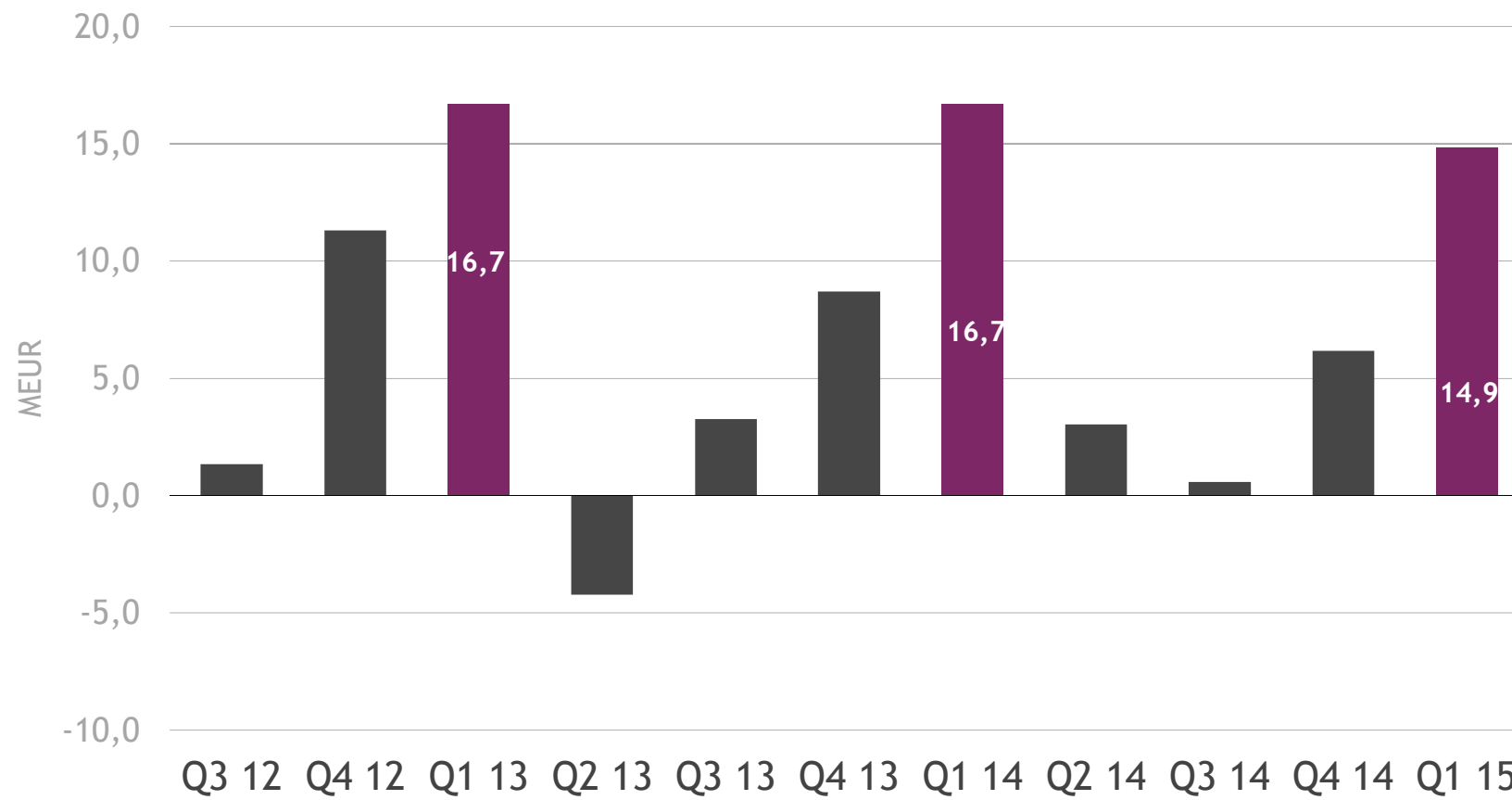
- Liikevaihto oli 34,9 milj. euroa.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 2,7 %.
 - Kainuun myydyn liiketoiminnan vaikutus liikevaihdossa on 0,9 milj. euroa.
- Sisältöliikevaihto laski 5,1 %.
- Mainosmyynti laski 0,3 %.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 11,2 %.
 - Ilman myydyn Kainuun liiketoiminnan vaikutusta myös painetun median mainosmyynti kasvoi.
- Palveluliikevaihto kasvoi 15,8 % .
- Kokonaiskulut laskivat 34,8 milj. euroon sanomalehtien ja painotoiminnan tehostamistoimenpiteiden ansiosta.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli vertailukauden tasolla, 0,2 milj. euroa.
 - Katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät kiinteistön myyntivoittoon ja uudelleenjärjestelykuluihin.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

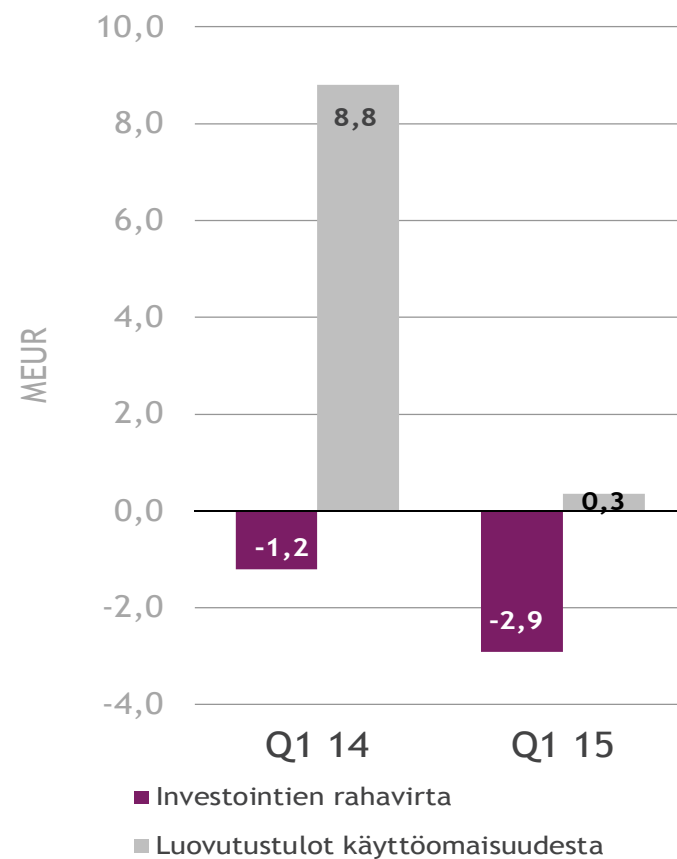
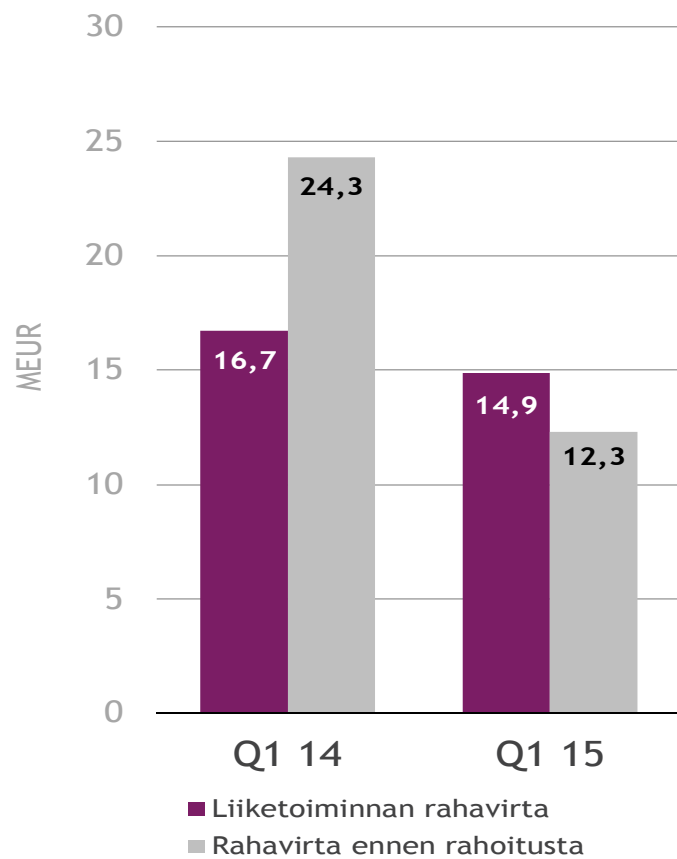


Liiketoiminnan rahavirta



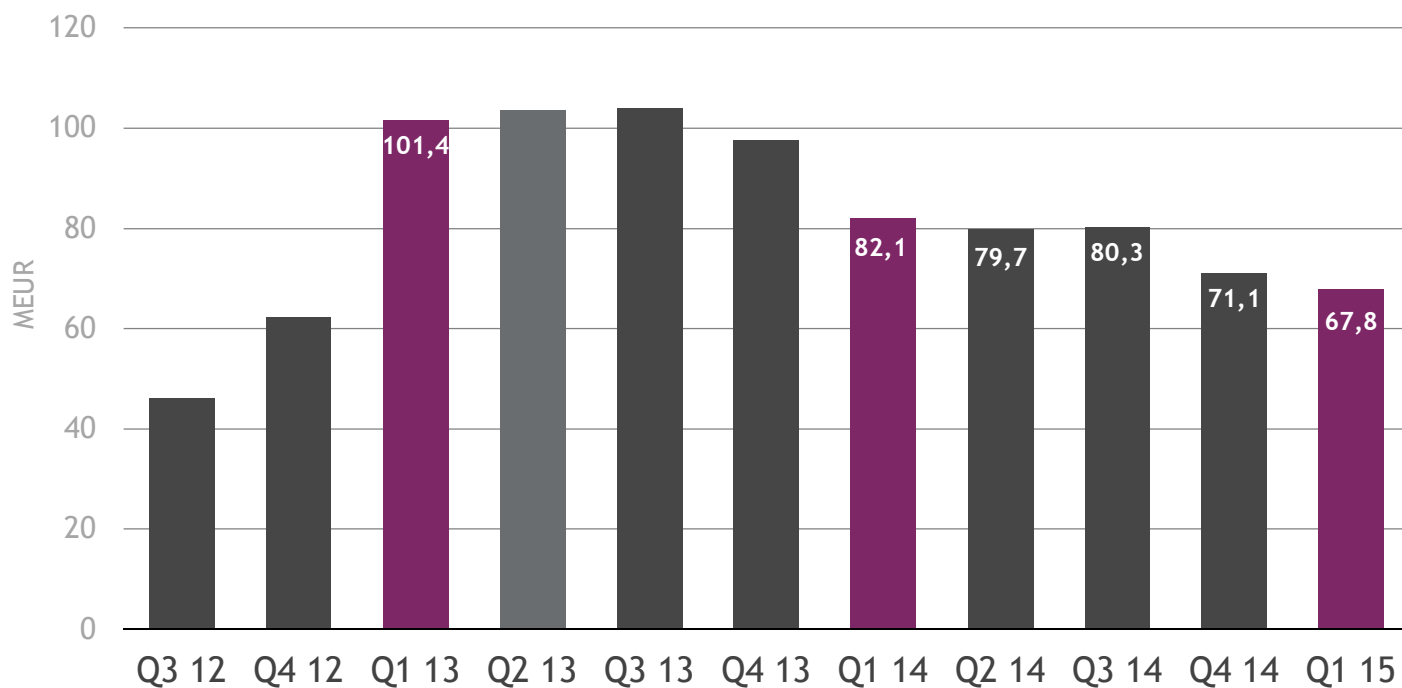
Rahavirta ja investoinnit

IFRS



Korolliset velat

Nettovelat Q3/2012-Q1/2015



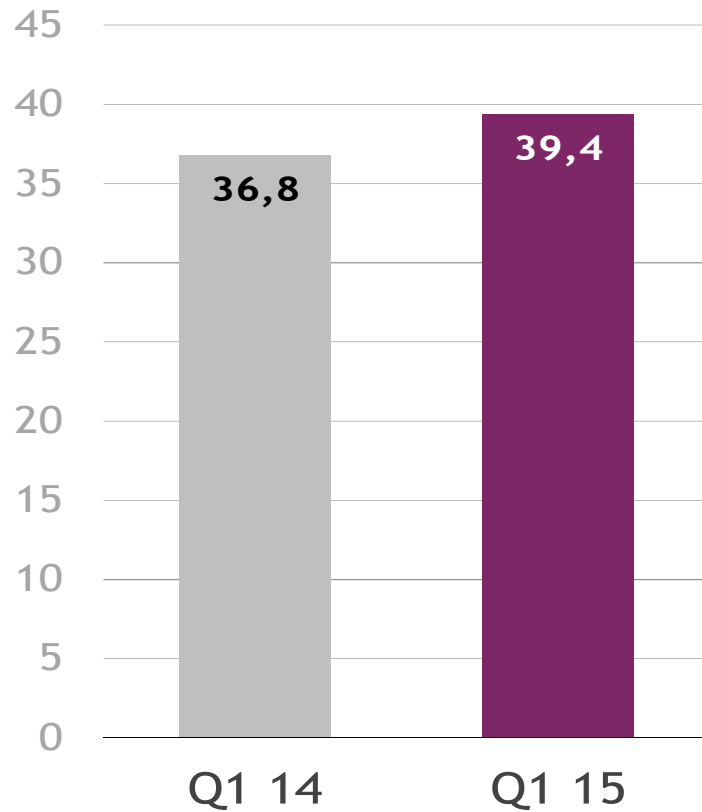
Nettovelkojen jakauma

	Q1/2015
Rahoitusleasing	68,5
Rahoituslainat	8,0
Yritystodistukset	8,0
Rahavarat	-16,7
Yhteensä	67,8

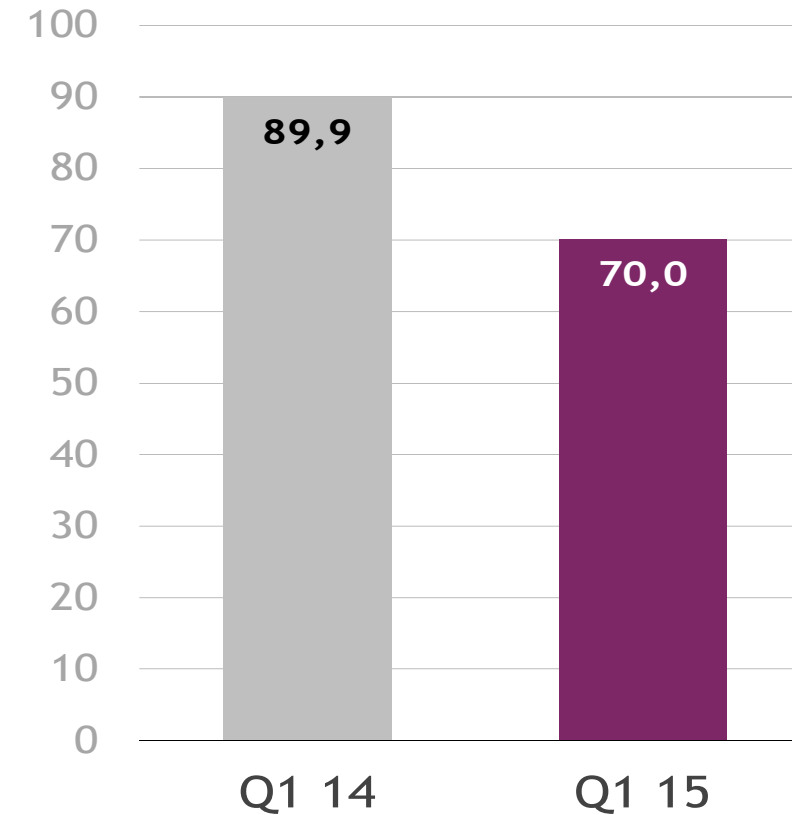
Tunnuslukuja

IFRS

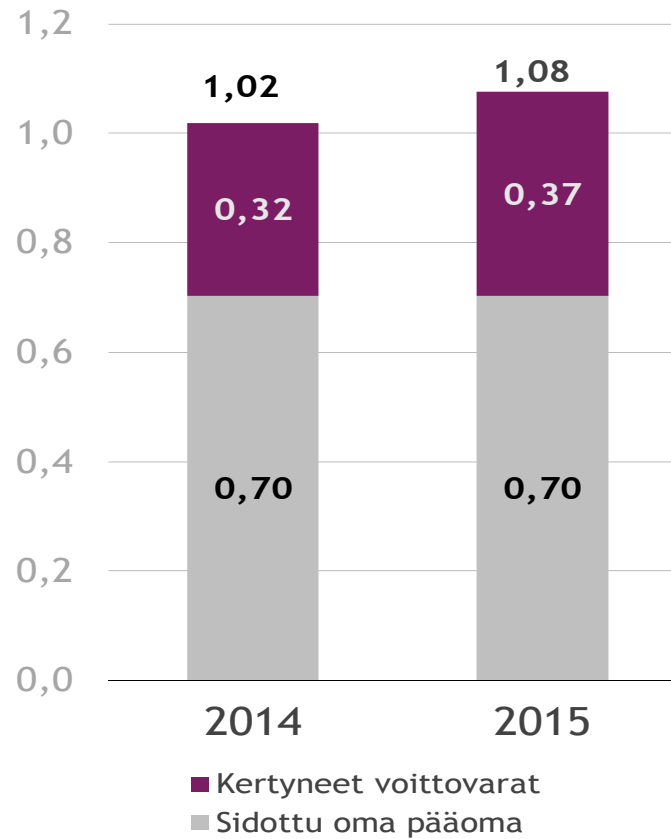
Omavaraisuusaste, %



Nettovelkaantumisaste, %



Tulos/osake ja oma pääoma/osake



Tase

MEUR	Q1 2015	Q1 2014
Aineettomat hyödykkeet	112,5	112,8
Aineelliset kom-hyödykkeet	74,8	84,8
Osuudet osakkuusyrityksistä	24,7	25,5
Vaihto-omaisuus	1,0	1,2
Saamiset	37,7	34,5
Rahavarat	16,7	13,9
Vastaavaa	267,4	272,6
Oma pääoma	96,8	91,3
Pakolliset varaukset	0,3	4,1
Eläkevelvoitteet	2,7	2,6
Korolliset velat	84,5	95,9
Korottomat velat	61,6	54,1
Lyhytaikaiset saadut ennakot	21,4	24,6
Vastattavaa	267,4	272,6



STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne

Strategian toteutuksen painopisteet

Monikanava-
sisällöt

Markkinointi-
ratkaisut

Digitaaliset
palvelut

Voimavarat ja
osaaminen

Rakennamme lisää valmiuksia, etsimme tehoa ja
kiihdytämme kasvua digitaalisissa
palveluissa ja mediassa.

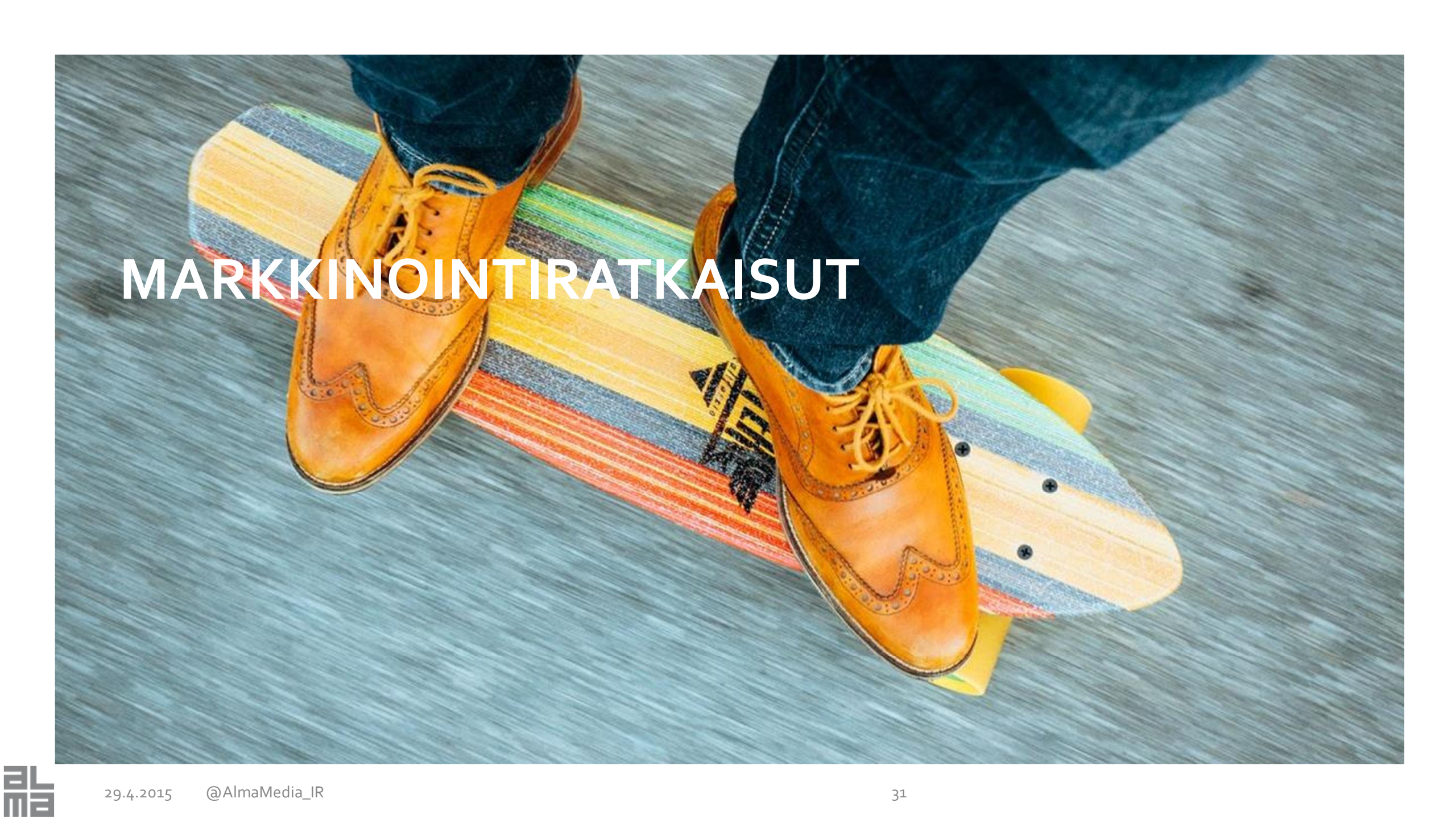


MONIKANAVASISÄLLÖT

Uudistunut Kauppalehti.fi kävijäennätykseen

- Kauppalehti.fi:ssä uusia ominaisuuksia:
 - KL Nyt -osioon on valittavissa syötteitä: uutiset, pikauutiset, pörssitiedotteet ja jatkossa myös lehdistötiedotteet.
 - Kansainvälinen uutistarjonta on laajentunut: saatavilla Financial Timesin, Harvard Business Reviewin ja The New York Timesin artikkeleja alkuperäiskielellä.
- Uudistus jatkuu pörssiosion suunnittelulla.
- Kaikkien aikojen kävijäennätys viikolla 10: viikkotavoittavuus 744 000

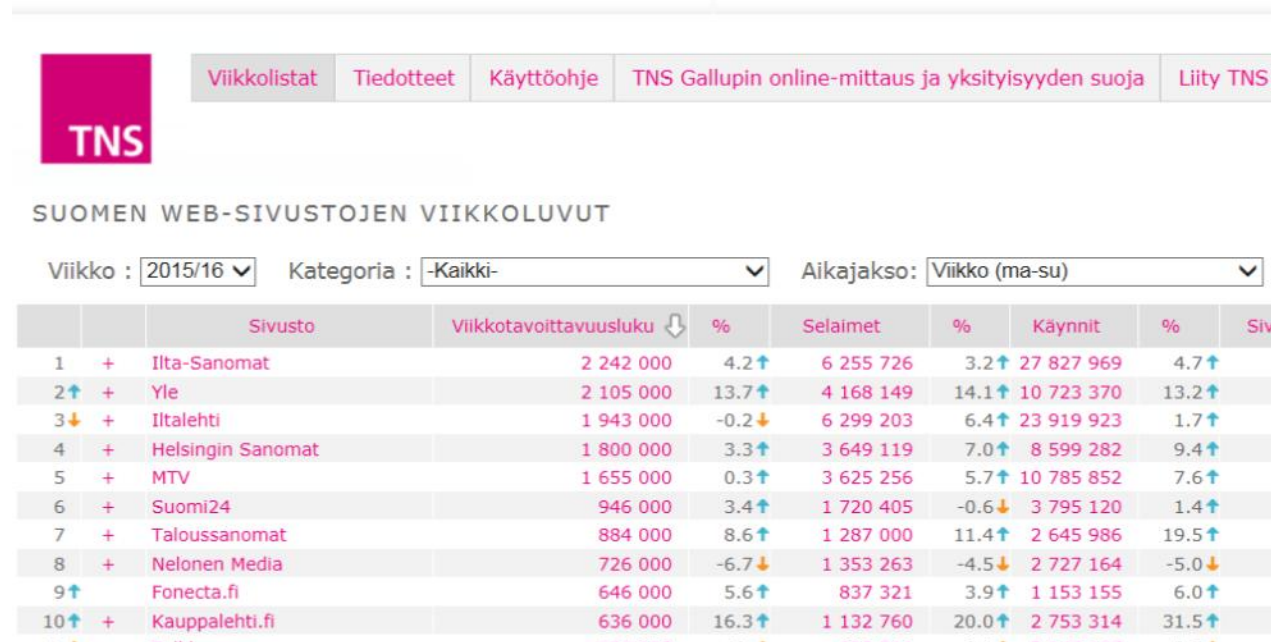




MARKKINOINTIRATKAISUT

Ohjelmallisen ostamisen kanavia ja uusi mittaustapa

- Mainostajille lanseerattiin uusia ohjelmallisen ostamisen kanavia, jotka tehostavat digimainonnan ostamisen prosesseja ja tehokkuutta.
- Alma Median medioissa otettiin käyttöön TNS Metrixin uusi mittaustapa verkkomedioiden kävijämäärien seuraamiseksi.
 - Aiempaa luotettavampaa tietoa sivustojen kävijämääristä
 - Suunnittelussa mukana Alma Median lisäksi Sanoma Media Finland, Yleisradio ja MTV.



TNS

Viikkolistat Tiedotteet Käyttöohje TNS Gallupin online-mittaus ja yksityisyyden suoja Liity TNS

SUOMEN WEB-SIVUSTOJEN VIIKKOLUVUT

Viikko : 2015/16 ▼ Kategorია : -Kaikki- ▼ Aikajakso: Viikko (ma-su) ▼

		Sivusto	Viikkotavoittavuusluku	%	Selaimet	%	Käynnit	%	Siv
1	+	Ilta-Sanomat	2 242 000	4.2 ↑	6 255 726	3.2 ↑	27 827 969	4.7 ↑	
2	↑	Yle	2 105 000	13.7 ↑	4 168 149	14.1 ↑	10 723 370	13.2 ↑	
3	↓	Iltalehti	1 943 000	-0.2 ↓	6 299 203	6.4 ↑	23 919 923	1.7 ↑	
4	+	Helsingin Sanomat	1 800 000	3.3 ↑	3 649 119	7.0 ↑	8 599 282	9.4 ↑	
5	+	MTV	1 655 000	0.3 ↑	3 625 256	5.7 ↑	10 785 852	7.6 ↑	
6	+	Suomi24	946 000	3.4 ↑	1 720 405	-0.6 ↓	3 795 120	1.4 ↑	
7	+	Taloussanomat	884 000	8.6 ↑	1 287 000	11.4 ↑	2 645 986	19.5 ↑	
8	+	Nelonen Media	726 000	-6.7 ↓	1 353 263	-4.5 ↓	2 727 164	-5.0 ↓	
9	↑	Fonecta.fi	646 000	5.6 ↑	837 321	3.9 ↑	1 153 155	6.0 ↑	
10	↑	Kauppalehti.fi	636 000	16.3 ↑	1 132 760	20.0 ↑	2 753 314	31.5 ↑	

DIGITAALISET PALVELUT



JM Tieto Alma Medialle

- Alma Media osti ensimmäisellä neljänneksellä JM Tieto Oy:n koko osakekannan.
- JM Tiedon erityisosaamista on markkinointi- ja myyntikonseptien rakentaminen B2B-yrityksille.
- Yrityksen tarjoomassa yhdistyvät rekisteri- ja analytiikkapalvelut, asiakashankintapalvelut sekä CRM- ja markkinointiteknologiat.
- JM Tieto organisoidaan osaksi Kauppalehti Tietopalvelut -liiketoimintaa kevään 2015 kuluessa.



Meedio.fi uudistui helmikuussa

- Meedio.fi keskittyy jatkossa tarjouksiin ja kokoaa printistä tutun tarjousmainonnan verkkoon yhden osoitteen alle.
- Verkkopalvelu tarjoaa pienille ja keskisuurille yrityksille yksinkertaisen työkalun tarjousilmoitteluun verkossa ilman välikäsiä.
- Meedio.fi:n lisäksi mahdollisuus ostaa tarjouksille lisänäkyvyyttä Alma Median muista verkkosivustoista ja seurata tarjousten toimivuutta reaaliajassa.
- Meedio menee myös digistä printtiin. Mahdollisuus ostaa tarjouksille lisänäkyvyyttä myös Alma Median sanomalehdistä Meedio-tarjoussivulta. Ensimmäisenä Porilaine 2.4. alkaen.

meedio.fi



Alma Career lanseerasi Palkkadata.fi

- Palkkadata.fi mahdollistaa käyttäjän oman palkan vertailun muiden vastaavia töitä tekevien palkkoihin.
- Tutkimustyökalun on toteuttanut Profesia, spol. s r.o. (Alma Career). Sama palvelu on saatavilla Alman rekrytointipalveluissa useissa eri maissa.
- Palkkadata.fi sivustolla kerätyistä tiedoista on tulevaisuudessa mahdollista tarjota myös maksullisia raportteja kuluttajille ja yrityksille.
- Palkkadata.fi lanseerattiin yhteistyössä Iltalehden kanssa helmikuussa. Ensimmäisen 24 tunnin sisällä kerättiin yli 40 000 palkkatietoa.
- Palkkatietoja tullaan käyttämään Iltalehden ja Monsterin toimesta kiinnostavan työelämäsisällön tuottamisessa.



54 941 vastaajaa

A close-up photograph of pink cherry blossoms on dark branches. The flowers are in various stages of bloom, with some showing prominent yellow stamens. The background is a soft, out-of-focus blur of more blossoms.

VOIMAVARAT JA OSAAMINEN

Muutoksia maakunta- ja paikallislehtikentässä

- Kainuun Sanomat, kaupunkilehti Koti-Kajaani ja kolme paikallislehteä siirtyivät helmikuussa SLP Kustannus Oy:lle.
- Kainuun lehtien lisäksi myös Kemijärvellä ilmestyvä Koti-Lappi-lehti myytiin 14.4. SLP Kustannus Oy:lle.
- Lisäksi suunnitellaan Lapin lehtien toimintojen yhdistämistä:
 - Kesäkuun 2015 alusta Lapin alueella ilmestyisi yksi 6-päiväinen sanomalehti Lapin Kansa. Toinen painos jaettaisiin osittain erisältöisenä Pohjolan Sanomina Kemi-Tornio-alueella.
 - Suunnitelluilla rakenteellisilla uudistuksilla tavoitellaan parannusta lehtien pitkään jatkuneeseen heikkoon taloudelliseen tilanteeseen.



Alma Media mukaan Star-Tap-ohjelmaan

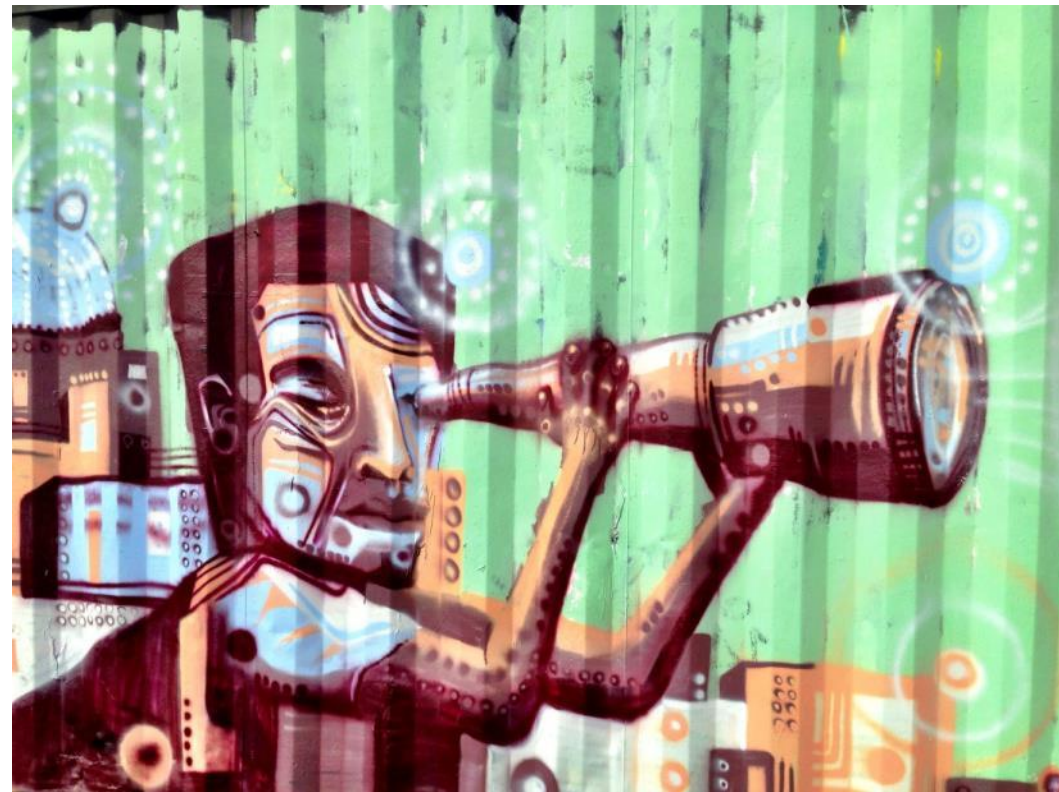
- Alma Media ja DNA ovat liittyneet KoppiCatch Oy:n järjestämään, digitaalisiin palveluinnovaatioihin keskittyvään Star-Tap – ohjelmaan.
- Ohjelmassa haetaan yhtiöille kasvuyrityskumppaneita erityisesti digitaalisen mainonnan uusiin ratkaisuihin, monikanavaisen median katselumittauksen kehittämiseen ja verkkokaupan sekä median yhdistäviä uusia innovaatioita.
- Ohjelma ei ensisijaisesti tähtää pääomasijoituksiin vaan tuotekehitys-, alihankinta- ja jälleenmyyntiyhteistyöhön kaupallisin ehdoin.



Tulevaisuuden näkymät

30.4.2015

- Alhainen korkotaso, heikentynyt euro ja laskenut öljyn hinta parantavat kasvun edellytyksiä pitkällä aikavälillä, mutta vuoden 2015 osalta talouskasvun arvioidaan Euroopassa ja erityisesti Suomessa jäävän edelleen heikoksi. Heikko talouden kokonaiskasvu vaikuttaa mainonnan määrään, jonka ei arvioida kasvavan Suomessa vuonna 2015.
- Alma Media arvioi vuoden 2015 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon tasosta. Vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 148,4 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 8,8 milj. euroa.



KIITOS!

Seuraavat tapahtumat
sijoittajakalenterissa:
Q2 tulos 21.7.2015

