

**ALMA MEDIA -KONSERNIN TILINPÄÄTÖSTIEDOTE 1.1.2000 - 31.12.2000**

Liikevaihto oli 2880 (2911) Mmk ja liikevoitto 93 (188) Mmk. Alpress ja BIG tekivät erinomaiset tulokset. MTV:n tulos heikkeni selvästi. Alprintin kertaluonteiset 40 Mmk:n kustannukset sekä edellisvuotta 22 Mmk suuremmat tuotekehityspanostukset pienensivät liikevoittoa. Hallitus ehdottaa osingoksi 2,50 mk (4,00 mk) osakkeelta. Kuluvan vuoden liikevoiton odotetaan kasvavan edellisvuodesta.

**KONSERNIN AVAINLUVUT Mmk**

	tammi-joulukuu	
	2000	1999
Liikevaihto	2880	2911
Liikevoitto	93	188
-suhteessa liikevaihtoon (%)	3,2	6,5
Voitto ennen satunnaisia eriä	70	173
-suhteessa liikevaihtoon (%)	2,4	5,9
Omavaraisuusaste (%)	49	52
Gearing/Velkaantumisaste (%)	52	40
Käyttöomaisuusinvestoinnit	222	253
Kokoaikainen henkilöstö keskimäärin	2887	2978
Tulos/osake laimennettu(mk)	2,72	7,15
Tulos/osake (mk)	2,77	

**MEUR**

tammi-joulukuu

	2000	1999
Liikevaihto	484	490
Liikevoitto	16	32
-suhteessa liikevaihtoon (%)	3,2	6,5
Voitto ennen satunnaisia eriä	12	29
-suhteessa liikevaihtoon (%)	2,4	5,9
Käyttöomaisuusinvestoinnit	37	43
Tulos/osake laimennettu (euro)	0,46	
Tulos/osake (euro)	0,47	

**VUOSI 2000 LYHYESTI**

Sanomalehtiä kustantavasta Alpress-liiketoimintaryhmästä eriytettiin taloudellisen informaation tuotanto omaksi Business Information Groupiksi. BIG:n tuotteiden kasvunäkymät ovat hyvät, sillä ne ovat monimediapalveluja, joita välitetään tilaajille painetun muodon lisäksi television, kiinteiden online-yhteyksien ja mobiiliverkkojen välityksellä.

Sanomalehtiä kustantavan Alpressin kannattavuus parani ja sen liikevoitto nousi ennätystasolle. BIG:n liikevaihto kasvoi 9 % ja liikevoitto kohosi yli 20 %:iin liikevaihdosta.

Vuonna 1998 aloitettu painoliiketoiminnan uudelleenjärjestely saatettiin loppuun. Alprint keskittyy jatkossa heat set -painotoimintaan ja sanomalehtipainotoiminta on liitetty vuoden 2001 alusta lukien osaksi Alpressia. Järjestelyjen kertaluonteiset kustannukset rasittavat konsernin vuoden 2000 liikevoittoa 40 Mmk:lla. Sanomalehtien sopimuspainaminen kasvattaa Alpressin liikevoittoa vuonna 2001. Heat set -painamiseen erikoistuneen Alprintin liikevoiton odotetaan kääntyvän koko vuodelta taas positiiviseksi.

MTV:n liikevaihto ja liikevoitto jäivät odotettua pienemmiksi. Vuoden 2000 jälkipuoliskolla MTV-konsernissa tehtiin kattava toiminta-analyysi. Analyysin perusteella tehtiin suunnitelma, mikä tähtää toimintaprosessien tehostamiseen 150 henkilötyövuoden verran. Neuvottelut näiden toimenpiteiden toteuttamisesta ovat meneillään. Näiden toimenpiteiden vaikutukset näkyvät MTV-konsernin parantuvana kannattavuutena vuoden 2001 viimeiseltä vuosineljännekseltä lähtien.

Alma Media -konsernilla on toimiluvat kahdelle ja puolelle digitaaliselle kanavalle. Toimilupaehtojen mukaan toimiluvan haltijat ovat sitoutuneet käynnistämään digitaalisen lähetystoiminnan elokuussa 2001. Alma Median arvion mukaan digitaalinen televisiotoiminta lisää vuonna 2001 konsernin kustannuksia noin 50 Mmk:lla.

Alma Media on säilyttänyt johtavan asemansa uuden median sisältöjen ja palveluiden tuottajana Suomessa. Uuden median toiminnot on jaettu viiteen luokkaan, jotka ovat:

- brandien online-palvelut
- internet-horisontaali-portaalit
- luokiteltu ilmoittelu
- mediacom-palvelut (mm. internet-liittymät ja sisällöt)
- tekniset tukitoiminnot

Vuoden lopulla Alma Median verkkopalveluilla oli yli 700 000 aktiivista käyttäjää.

Alma Median uuden median tutkimus- ja tuotekehitystoiminnan painopistealueet ovat sisällön hallinta (Content Management), käyttäjien kokemusten hallinta (User Experience) sekä asiakassuhdehallinta (Customer Relationship Management, CRM) ja näihin liittyvät kaupalliset sovellukset. Näihin kolmeen tutkimusalueeseen Alma Media käytti vuonna 2000 6 Mmk (2 Mmk). Kaikkiaan konsernin T&K-panostukset nousivat yhteensä 56 Mmk:aan (34 Mmk). Lisäksi KCRnet-hankkeeseen investoitiin 8 Mmk, mikä on aktivoitu.

Vuoden aikana Alma Media sai uuden median alueella päätökset kolmesta patentista ja jätti 11 uutta patenttihakemusta. Kuluvan vuoden aikana tämä toiminta laajenee selvästi.

Alma Media konsernin kuluvan vuoden liikevaihdon odotetaan kasvavan hieman edellisvuodesta ja liikevoiton odotetaan olevan edellisvuotista suuremman.

## ALMA MEDIAN TOIMINTA LOKA-JOULUKUUSSA 2000

LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITTÄIN LOKA-JOULUKUUSSA (MMK)

	Liikevaihto			Liikevoitto/-tappio		
	2000 10-12	1999 10-12	%	2000 10-12	1999 10-12	%
Alpress	290	281	3	36	28	29
BIG	73	71	3	15	18	-17
Broadcasting	291	313	-7	18	35	-49
New Media*)	27	11	145	-24	-10	-140
Alprint	209	199	5	-2	-4	100
Emoyhtiö	24	16	50	-12	-2	-500
Konsernikirj.	-114	-92	24	-5	3	-
Yhteensä	800	799	0	26	68	-62

\* New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto- ja liiketulosluvut eivät noudata juridista organisaatiota. Alpressin ja BIG:n kanssa olevat päällekkäisyydet on eliminoitu konsernikirjauksissa.)

Konsernin liikevaihto oli loka-joulukuussa edellisen vuoden vertailujakson tasolla. Alpressin liikevaihdon kasvu jatkui hyvän ilmoitus- ja levikkiliikevaihtokehityksen myötä myös vuoden viimeisellä neljänneksellä. Osaltaan Alpressin liikevaihdon kasvuun ja hyvään tuloskehitykseen vaikutti myös Iltalehden irtonumerohinnan korotus joulukuussa.

Business Information Groupin liikevaihto kasvoi lievästi edellisvuoteen verrattuna, mutta panostukset uusiin tuotteisiin ja ennakoitua alhaisempi ilmoitusliikevaihto joulukuussa laskivat tilapäisesti liikevoittoa viimeisellä neljänneksellä.

Kasvaneet ohjelmistokustannukset ja panostukset helmikuussa aloittaneeseen TVTV!-kaapelikanavaan lisäsivät televisiotoiminnan kokonaiskustannuksia. Mainosajan myynnin liikevaihto laski 5 %. Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevaihto ja liikevoitto olivat selvästi vertailujaksoa pienemmät. Jakson aikana Alma Media nosti omistuksensa Oy Suomen Uutisradio Ab:sta (Radio Nova) 48 %:sta 61 %:iin.

New Media -liiketoimintaryhmässä aloitti uutena yhtiönä digitaaliseen aineistohallintaan erikoistunut KCRnet Oy. MTV-konsernista siirrettiin liiketoimintaryhmään mainoselokuvaan ja monimediaisiin digitaalisiin sisältöihin erikoistunut Communication Base Finland Oy. Yhtiö toimi aikaisemmin Tuotantoyhtiö FOR Oy -nimisenä. New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihtoa kasvattivat erityisesti luokitellun ilmoittelun, finassipalveluiden ja MTV Tekstikanavan palveluiden hyvä kehitys.

Alprintin toiminnan uudelleenjärjestelyt saatiin pääosin päätökseen vuoden viimeisen neljänneksen aikana. Alprintin operatiivista kannattavuutta rasittivat vielä painotoiminnan uudelleenjärjestelykustannukset. Myyntivoitot paransivat liiketulosta.

Emoyhtiön tutkimus- ja tuotekehityspanostukset ovat kasvaneet selvästi edellisvuodesta.

#### ALMA MEDIAN TOIMINTA TAMMI-JOULUKUUSSA 2000

#### LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITÄIN (MMK)

	Liikevaihto			Liikevoitto/-tappio		
	2000	1999	%	2000	1999	%
Alpress	1083	1069	1	132	123	7
BIG	252	232	9	52	49	6
Broadcasting	1009	1064	-5	10	48	-79
New Media*)	80	29	176	-60	-28	-114
Alprint	785	786	0	-16	0	-
Emoyhtiö	92	63	46	-29	-9	-222
Konsernikirj.	-421	-332	27	4	5	-20
Yhteensä	2880	2911	-1	93	188	-51

(\* New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto- ja liiketulosluvut eivät noudata juridista organisaatiota. Alpressin ja BIG:n kanssa olevat päällekkäisyydet eliminoitu konsernikirjauksissa. New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto vuodelta 1999 ei sisällä vuonna 2000 liiketoimintaryhmään siirrettyjen MTV-Tekstikanavan ja FOR Oy:n 11 Mmk:n liikevaihtoa.)

#### ALPRESSIN, BIG:N JA NEW MEDIAN LIIKEVAIHDOT KASVOIVAT,

#### BROADCASTINGIN LIIKEVAIHTO LASKI

Alpressin levikki- ja ilmoitusliikevaihdot kasvoivat selvästi. Erityisen positiivista kehitys oli Aamulehdessä ja Iltalehdessä. Vertailukelpoisesti kasvu oli vielä merkittävämpää, sillä vuonna 1999 Alpressin luvut sisälsivät 34 Mmk painotoiminnan liikevaihtoa.

BIG:n liikevaihto kasvoi lähes kymmenen prosenttia. Liikevaihtoa kasvatti erityisesti yli 100 % lisääntynyt Kauppalehti Onlinen palveluiden myynti. Kauppalehden ilmoitus- ja levikkiliikevaihdot kasvoivat selvästi.

New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto lähes kolminkertaistui. Erityisesti luokitellun ilmoittelun verkkopalvelut Jobline ja DIME kasvattivat voimakkaasti liikevaihtoaan.

MTV:n liikevaihtoa laski ennakoitua alhaisempi mainosajan myynti.

Alprintin liikevaihto oli edellisen vuoden suuruinen. Heat set - tuotannon keskittäminen yhteen suuryksikköön pienensi tämän tuotelinjan liikevaihtoa, mutta vastaavasti Alpressin sanomalehtien lisääntyneet levikit ja sivumäärät kasvattivat cold set -tuotelinjan liikevaihtoa

## **ALPRESSILLE JA BIG:LLE ERINOMAISET TULOKSET, KONSERNIN**

### **TUOTEKEHITYSPANOSTUKSET LASKIVAT KONSERNIN LIIKEVOITTOA**

Alpress ja BIG saavuttivat liikevoittotasolla ennätystulokset Alpressin liikevoitto vastasi 12 % liikevaihdosta ja oli 132 Mmk (123 Mmk). BIG:n liikevoitto oli 52 Mmk (49 Mmk), mikä vastasi yli 20 %:n liikevoittotasoa.

Broadcasting-liiketoimintaryhmän uusi kaapelikanava lisäsi kustannuksia runsaat 20 Mmk. MTV3-kanavan ohjelmistokustannukset olivat hintojen nousun takia noin 27 Mmk edellisvuotista suuremmat. Panostusten ansiosta MTV säilytti yli 40 %:n katsojaosuutensa ja asemansa ylivoimaisesti katsotuimpana televisiokanavana.

MTV:n mainosajan myynnin liikevaihto aleni edellisvuoteen verrattuna noin 70 Mmk:lla. Osakkuusyhtiöiden vaikutus Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevoittoon oli 24 Mmk (1 Mmk). MTV Oy omistaa Ruotsissa toimivasta TV4 AB:stä 23,4 %. TV4 AB:n liikevaihto oli 2509 milj. kruunua. (2184) sen voitto ennen veroja kohosi kaikkien aikojen ennätykseen ja oli 336 milj. kruunua (218 milj kruunua). Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevoitto oli 10 Mmk (48 Mmk).

New Media -liiketoimintaryhmän kustannuksia lisäsivät merkit tävästi koko vuoden ajan jatkuneet markkinointipanostukset, lisääntyneet tuotekehityskustannukset sekä vuoden lopulla aloittaneiden uusien yhtiöiden käynnistämisen- ja kehittämiskustannukset. Markkinointipanostusten ansiosta Alma Median verkkopalveluiden käyttäjämäärät ovat kehittyneet hyvin. Vuoden lopulla Alma Median verkkopalveluilla oli yli 700 000 aktiivista käyttäjää. New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto kasvoi lähes kolminkertaiseksi 80 Mmk:aan (29 Mmk). Ryhmän liiketappio -60 Mmk (-28 Mmk). Tulokseen vaikuttivat voimakkaasti kasvaneet tuotekehityskustannukset, joiden odotetaan tuottavan tulevana vuosina. Liiketoimintaryhmän tutkimus- ja tuotekehityskustannukset olivat yhteensä 38 Mmk (23 Mmk).

Vuoden aikana Alprintin toiminta järjestettiin uudelleen. Alprint keskittyy jatkossa heat set -painotoimintaan, joka on keskitetty pääosin yhteen suuryksikköön Tampereelle. Uudelleenjärjestelyistä ja yksiköiden sulkemisesta johtuen Alprintin heat set -painotoiminnan liikevaihto jäi 56 Mmk edellisvuotta pienemmäksi, mutta

6/21

Sanomalehtipainotoiminnan liikevaihto kasvoi selvästi. Alprintin koko vuoden liiketulos oli -16 Mmk (0 Mmk). Heat set -paino-

toiminnan uudelleenorganisoinnista aiheutui noin 40 Mmk:n kertaluontoiset kustannukset ja lisäksi Vantaan Kaivoksen sanomalehtipainon lakkauttamisesta aiheutui 15 Mmk:n satunnainen kulu.

Alma Media -konsernin liiketoiminnan muut tuotot olivat 44 Mmk (50 Mmk). Liiketoiminnan muut tuotot koostuivat mm. MTV:n ja Alprintin ulkoistettujen liiketoimintojen sekä osakkeiden myyntivoitoista.

Osuus kaikkien Alma Media -konsernin liiketoimintaan liittyvien osakkuusyhtiöiden tuloksista oli 27 Mmk (2 Mmk). TV4 AB:n lisäksi muut merkittävimmät osakkuusyhtiöt olivat Oy Suomen Uutisradio Ab (Radio Nova), Suomen Tietotoimisto Oy, Tampereen Tietoverkko Oy, Baltic News Service ja Pearson Television.

## **KULUT EDELLISVUOTTA SUUREMMAT**

Konsernin liiketoiminnan kulut ja poistot olivat yhteensä 2858 Mmk (2775 Mmk).

Kulut olivat 93 Mmk edellistä vuotta suuremmat. Kasvu johtui pääosin 40 Mmk:n Alprintin uudelleenjärjestelykustannuksista, 22 Mmk:lla edellisvuotta suuremmista tuotekehityspanostuksista ja yli 20 Mmk:n panostuksesta uuteen kaapelikanavaan. Näiden kaikkien panostusten odotetaan lisäävän konsernin tuottoja tulevina vuosina.

Poistot olivat yhteensä 169 Mmk (176 Mmk). Poistoista liikearvo poistoja oli 17 Mmk (15 Mmk). Liikevoitto oli 93 Mmk (188 Mmk). Nettorahoituskulut olivat 23 Mmk (15 Mmk). Konsernin voitto ennen satunnaisia eriä oli 70 Mmk (173 Mmk). Satunnaisiin eriin on kirjattu 15 Mmk Kaivoksen hybridipainon toiminnan lopettamis kustannuksia sekä lisäksi 5 Mmk alaskirjaukset paikallisradioliiketoimintaan.

Konsernin tuloksesta on veroina vähennetty 19 Mmk (57 Mmk). Tilikauden voitto oli 29 Mmk (114 Mmk) ja tulos osaketta kohti (laimennettu) 2,72 mk (7,15 mk).

Konsernin taseen loppusumma oli vuoden lopussa 2 539 Mmk (2 521 Mmk). Omavaraisuusaste oli 49 % (52 %) ja oma pääoma osaketta kohti oli 75,73 mk (79,00 mk).

## **INVESTOINNIT JA RAHOITUS**

Konsernin investoinnit olivat 222 Mmk (253 Mmk). Investoinneista 56 Mmk kohdistui Alprintin tuotantokoneiston investointeihin. Broadcasting -liiketoimintaryhmän 54 Mmk:n investoinneista noin puolet kohdistui tekniikkaan. Konsernin investoinneista 45 Mmk

kohdistui toimialayhtiöiden ja Venture Capitalist -tarkoituksessa hankittujen yhtiöiden osakkeisiin.

Konsernin likvidit varat olivat vuoden lopussa 112 Mmk (129 Mmk). Korollisia velkoja oli yhteensä 733 Mmk (631 Mmk). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 52 % (40 %). Painojen uudelleenorganisoinnista aiheutuneet ylimääräiset kustannukset ja edellisvuotta suuremmat panostukset uuteen mediaan lisäsivät ulkopuolista rahoitustarvetta.

## **OSINKOEHDOTUS**

Alma Media Oyj:n hallitus esittää 20.3.2001 kokoontuvalle yhtiökokoukselle, että osinkoa maksetaan 3,00 mk osakkeelta.  
[Oikaisu: 2.50 mk osakkeelta]

## **TILIKAUDEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT**

Alma Media aloitti tammikuussa MTV3 Laajakaistayhteyksien tarjoamisen kuluttajille pääkaupunkiseudulla. Alma Median tavoitteena on saavuttaa vuoden aikana merkittävä osuus Suomessa myytävistä kahden megabitin laajakaistayhteyksistä.

MTV:n kilpailutilanne ja toimintaympäristö ovat muuttuneet viime vuosina merkittävästi. Varmistaakseen kilpailukykynsä MTV uudistaa toimintaprosessejaan. MTV-konsernin toiminnan kokonaistehokkuuden parantamiseen tähtäävien suunnitelmien läpikäynti aloitettiin yhteistyössä henkilöstön kanssa tammikuussa 2001. Näiden keskustelujen aikana määritellään tarkemmin toteutettavat uudistukset MTV:n toimintaprosesseissa sekä niiden henkilöstövaikutukset ja toteutettavien toimenpiteiden aikataulut. Toimenpiteistä ei ennakoita aiheutuvan olennaisia kertaluontoisia kustannuksia. Lähinnä ohjelmatuotannon, uutis- ja ajankohtaistoimituksen, teknisten palveluiden ja aluemyynnin uudistuksilla toimintaa pyritään tehostamaan vuositasolla noin 150 henkilötyövuoden verran, joka sisältää myös muutokset käytettävässä free lancer -henkilöstössä. Yhteistoimintalain mukaiset neuvottelut käynnistyivät tammikuun lopulla ja niiden arvioidaan päättyvän maaliskuun puolessa välissä 2001.

Alma Media solmi pitkäaikaisen vuokrasopimuksen, jolla se vuokrasi Vantaan Kaivoksella omistamansa Alprintiltä vapautuvan 19 000 neliömetrin kiinteistön kokonaan konsernin ulkopuolelle. Kiinteistöstä on toimistotilaa noin 7000 neliometriä. Kiinteistön vuokrauksen nettovaikutus Alma Media -konsernin tulokseen on selvästi positiivinen.

Alma Media nosti omistusosuutensa joulukuussa 2000 Oy Suomen Uutisradio Ab:stä 48 %:sta 61 %:iin. Omistusmuutosten johdosta lii

kenne- ja viestintäministeriö otti radion toimiluvan uudelleen käsitteilyyn. Ministeriö myönsi helmikuussa Oy Suomen Uutisradio Ab:lle toimiluvan entisin ehdoin. Toimilupa on voimassa vuoteen 2006 saakka.

Alma Media nosti helmikuussa 2001 aikaisemman suunnitelman mukaisesti omistusosuutensa monimediallisiin tuotantoihin erikoistuneessa Intervisio Oy:ssä 34 %:sta 51 %:iin.

MTV Oy myi helmikuussa MTV Tuotanto Oy:n. Yhtiön palveluksessa on 34 henkilöä. MTV Tuotanto Oy jatkaa toimintaansa entisissä tiloissa. MTV Oy ostaa yhtiöltä tarvitsemansa tuotantopalvelut.

Iltalehden levikki vuoden toiselta puoliskolta tarkastettiin helmikuussa. Iltalehden kuusipäiväinen levikki kasvoi 1,0 % ja viikönvaihtolevikki 1,9 % edellisen vuoden vastaavaan jaksoon verrattuna. Iltalehti on kasvattanut markkinaosuutta iltapäivälehtimarkkinoilla 37 %:sta 38 %:iin.

## **NÄKYMÄT KULUVALLE VUODELLE**

Suomen kansantalouden kasvun odotetaan muodostuvan kuluvana vuonna jonkin verran vuotta 2000 alhaisemmaksi. Epävarmuutta kehitykseen luo ennustettu suhdanteiden volatiilisuuden lisääntyminen sekä Suomessa että erityisesti Yhdysvalloissa.

Alpressin liikevoiton odotetaan kasvavan. Alpressin liikevaihto kasvaa noin 50 Mmk:lla siksi, että se vastaa vuoden alusta lukien myös konsernin omien lehtien painamisen lisäksi myös painamisesta konsernin ulkopuolisille asiakkaille. Paperinhintojen ennakoituakin suuremmat korotukset heikentävät osaltaan muuten positiivista tulokuvaa. Paperinhinnan korotukset voidaan osin kompensoida tarkentamalla sivumäärien hallintaa ja vaihtamalla käytettyjä paperilaatuja.

Jollei Suomen taloudellisessa tilanteessa tapahdu merkittävää muutosta heikompaan suuntaan, toimintaympäristö tarjoaa BIG:lle mahdollisuuden sekä liikevaihtonsa kasvattamiseen että kannattavuutensa parantamiseen. Tammikuun tuloskehitys ja Kauppa-lehden tilauskannan kehitys tukevat ennustetta.

Television katselu lisääntyi vuoden 2000 aikana merkittävästi. Ennusteiden mukaan mainostajat aikovat lisätä panostuksiaan televisioon. MTV on säilyttänyt ylivoimaisen katsojaosuuden kaikissa mainostajien haluamissa kohderyhmissä. Sen ylivoimaisen aseman markkinointia mainosmedianan tehostetaan. MTV on lisäksi käynnistänyt merkittävän toimintatehokkuuttaan ja asiakaspalveluaan parantavan ohjelman. Näiden vaikutukset näkyvät pääosin vasta vuoden viimeisellä neljänneksellä. TVTV!-kanavan liikevaihdon odotetaan kasvavan, joten sen tulosta heikentävä vaikutus pienenee edellisvuodesta. MTV:n talouskehityksen kannalta myynnin volyymin kehittyminen on ensisijaisen tärkeää.



New Media -liiketoimintaryhmän tavoitteena on säilyttää johtava asemansa sekä verkkopalveluiden tuottajana että internetmainon nassa Suomessa. Tämä tarkoittaa markkinoiden kasvun ylittävää kasvutavoitetta kävijämäärissä ja liikevaihdon kaksinkertaistumista. Lukuun ottamatta panostuksia digitaaliseen televisiotoimintaan myös absoluuttisen liiketappion odotetaan alentuvan. Alma Media on varautunut panostamaan digitaalisen televisiotoiminnan aloittamiseen kuluvana vuonna 50 Mmk.

Alprintin toimintaympäristössä ei odoteta tapahtuvan oleellisia muutoksia. Viime vuonna toteutetun toiminnan uudelleenorganisoinnin ansiosta Alprintin kustannustehokkuus paranee selvästi ja Alprintin liikevoiton odotetaan kääntyvän positiiviseksi.

Media-alan yhtiönä Alma Median vuosineljännekset poikkeavat oleellisesti toisistaan. Ensimmäisen ja kolmannen neljänneksen liikevaihdot ovat normaalisti toista ja neljättä neljänneistä pienemmät sama vaihtelu näkyy myös liikevoittotasolla.

Kuluvan vuoden ensimmäisen neljänneksen liikevaihdon odotetaan olevan edellisen vuoden tasolla, mutta liikevoiton odotetaan jäävän edellisvuoden vertailujaksoa alhaisemmaksi, johtuen vertailujakson muista tuotoista. Konsernin koko vuoden liikevaihdon odotetaan kasvavan hieman ja konsernin operatiivisen kannattavuuden paranevan. Liikevoiton odotetaan koko vuodelta olevan edellistä vuotta suuremman.

## **HENKILÖSTÖ JA HALLINTO**

Alma Median kokoaikaisen henkilöstön kirjavahvuus oli vuoden 2000 lopussa 2887 (2978) ja osa-aikaisia oli 1349 (1254). Henkilömäärät kasvoivat konsernin tuotekehitykseen ja uuteen mediaan liittyvissä toiminnoissa eli New Media -liiketoimintaryhmässä, emoyhtiön kehitysyksikössä ja Business Information Groupissa ja siellä nimenomaan online-palveluissa. Uudet konserniyhtiöt Oy Suomen Uutisradio Ab (Radio Nova), MTV-Tele Oy, Balance Consulting Oy lisäsivät henkilömäärää yhteensä 66 henkeä.

Alprintin toimintaa sopeutettiin konsernin strategisten valintojen mukaan vastaamaan muuttunutta markkinatilannetta. Toiminnan keskittämisen sekä tuotantoyksikköjen myynnin ja lopettamisen johdosta Alprintin henkilömäärä aleni 109 henkilöllä.

Alma Media Oyj:n hallituksen puheenjohtajana toimi 16.3.2000 pidettyyn varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka Björn Mattsson ja varapuheenjohtajana Bengt Braun. Yhtiökokouksen jälkeen pidetyssä järjestäytymiskokouksessa hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Olli Reenpää ja varapuheenjohtajaksi Bengt Braun.

Hallituksen jäseninä toimivat koko tilikauden Pekka Ala-Pietilä, Bengt Braun, Matti Häkkinen, Olli Reenpää ja Kari Stadigh. Hallituksen jäsenyydestä eroa pyytäneiden Pirkko Alitalon ja Björn Mattssonin tilalle hallitukseen valittiin heidän jäljellä olevaksi

vuoden toimikaudeksi toimitusjohtaja Matti Kavetvuo ja varatoimitusjohtaja Jonas Nyrén.

Hallituksen jäseniksi valittujen Kavetvuon ja Nyrénin tilalle ei valittu uusia jäseniä hallintoneuvostoon. Hallintoneuvoston erovuoroisista jäsenistä toimitusjohtaja Ari Heiniö, toimitusjohtaja Paavo Pitkänen ja arkkitehti Jarmo Raveala valittiin uudelleen. Uutena jäsenenä hallintoneuvostoon valittiin vuorineuvos Björn Mattsson. Hallintoneuvoston puheenjohtajina toimivat vuoden aikana ikänsä takia hallintoneuvoston jättänyt Arjo Anttila ja Björn Mattsson. Varapuheenjohtajana toimi koko vuoden ajan Paavo Pitkänen Alma Media Oyj:n hallintoneuvostossa henkilöstön uudeksi edustajaksi nimettiin vuoden aikana Pekka Niemiaho Vesa Kallionpään tilalle. Veli Kalle Tavakka erosi omasta pyynnöstään hallintoneuvoston jäsenyydestä. Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajiksi KPMG Wideri Oy Ab:n ja Mauri Palvin, KHT. Alma Media Oyj:n toimitusjohtajana toimi koko tilikauden ajan Matti Packalén.

Konsernin johtokuntaa on täydennetty vuoden aikana kahdella uudella jäsenellä. Business Information Groupin johtaja ja Kustannusosakeyhtiö Kauppalehden toimitusjohtaja Juha Blomster nimitettiin johtokunnan jäseneksi syyskuun alusta lukien ja Mikko Räisänen marraskuun alusta lukien vastuualueenaan Alma Median digi-tv- ja laajakaistapohjaisten liiketoimintojen kehittäminen sekä mediamarkkinointi edellä mainituilla alueilla. Räisänen kuuluu sekä Broadcasting- että New Media -liiketoimintaryhmien toimialahallitukseen.

## **OSAKKEET JA OMISTUSRAKENNE**

Yhtiön hallituksella ei ollut tilikauden aikana voimassa olevia valtuutuksia osakepääoman korottamiseksi. Tilikauden päättyessä Alma Media Oyj:n rekisteröity osakepääoma oli 157 Mmk. Osakepääomasta 68 Mmk muodostuu I-sarjan osakkeista ja 89 Mmk II-sarjan osakkeista. Vuoden lopussa ulkomaalaisten omistajien rekisteröimien ja hallintarekisteröityjen osakkeenomistajien omistukset vastasivat 33 % (32 %) yhtiön osakkeista.

Alma Median I-sarjan osakkeista vaihdettiin vuoden aikana Helsingin Pörssissä 14 % (15 %) osakesarjasta ja II-sarjan osakkeista 45 % (54 %) osakesarjasta. Kaikkiaan osakkeita vaihdettiin vuoden aikana 208 (160) milj. eurolla. Yhtiön markkina-arvo vuoden lopussa oli 308 (497) milj. euroa.

Osakekurssien kehitys (euroa)

	Kurssi 3.1.2000	Kurssi 30.12.2000	Ylin kurssi	Alin kurssi
I-sarja	30,90	19,00	65,00	17,25
II-sarja	31,50	19,99	70,00	18,00
Varsinaisen yhtiökokouksen 24.3.1999 päätöksen mukaisesti liikkee				

seen lasketun henkilöstölle suunnatun optiolainan määrä oli 1 220 000 markkaa ja siihen liittyvillä optio-oikeuksilla voidaan merkitä yhteensä 610 000 Alma Media Oyj:n II-sarjan osaketta. Optiolaina poikkesi osakkeenomistajien merkintäetuoikeudesta ja se oli suunnattu Alma Media Oyj:n henkilöstön lisäksi Alma Media Oyj:n kokonaan omistamalle tytäryhtiölle Marcenter Oy:lle. Lainan merkintäaika oli 12.-24.4.1999. Laina ylimerkittiin lähes viisinkertaisesti. Lainaa merkitsi 759 henkilöä. Marcenter Oy merkitsi 75 750 osakkeen merkintään oikeuttavat optio-oikeudet.

Optiolainan merkintähintojen laskentaperusteena käytettävä II-sarjan osakkeen keskikurssi lokakuussa 1999 oli 20,58 euroa osakkeelta. Optiolainan ehtojen mukaan puolet osakkeista on merkittävässä 28.5.2001 alkaen kurssiin, joka on 12 % yli vuoden 1999 lokakuun keskikurssin eli 23,05 euroa osakkeelta ja puolet osakkeista on merkittävässä 28.5.2003 alkaen kurssiin, joka on 28 % yli laskentaperustekurssin eli 26,34 euroa osakkeelta. Merkintähinnoista vähennetään ennen merkintöjä maksettavat osingot.

## **TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA TOIMIALAKATSAUKSET**

Alma Media -konserni on mediayritys, jonka liiketoiminta on jaettu viiteen toimialaan. Alpress vastaa sanomalehtien kustantamisesta, Business Information Group taloudellisen informaation tuotannosta ja jakelusta eri jakelukanaviin, Broadcasting-liiketoimintaryhmä televisio- ja radioliiketoiminnasta, Alprint painotoiminnasta ja New Media uuteen mediaan liittyvästä liiketoiminnasta. Konsernin emoyhtiönä toimii Alma Media Oyj, jonka osakkeet noteerataan Helsingin Pörssissä. Emoyhtiö vastaa keskitetysti mm. koko konsernin liiketoiminnan ohjauksesta ja strategisista kehityshankkeista, rahoituksesta, kiinteistöistä sekä pörssiyrityksen yleisistä velvollisuuksista.

Alma Median liikevaihdosta noin 60 % muodostuu television mainos ajan myynnistä, sanomalehtien ilmoitustuotoista ja verkkomainonnasta. Alma Media -konsernin liikevaihdosta noin 90 % tulee Suomesta. Alprintin liikevaihdosta vienti kattaa melko tarkkaan yhden kolmasosan. Viennistä 2/3 menee Pohjoismaihin. Alma Media -konsernin merkittävin kansainvälinen panostus on 23,4 %:n omistusosuus Ruotsissa toimivasta TV4 AB:stä.

Mediamainonta kasvoi edelliseen vuoteen verrattuna 7,7 %. Mediamainonnan määrä oli Gallup-Mainostiedon julkaiseman ennakkotiedon mukaan 6,6 mrd mk. Sanomalehdet lisäsivät markkinaosuuttaan mediamainonnasta, sillä sanomalehtimainonta kasvoi 8 %. Muista suurista mediamuodoista televisiomainonta kasvoi 4 %, aika-kauslehtimainonta 8 %, radio 9 % ja verkkomainonta 89 %. Sanomalehtien osuus mediamainonnasta oli 52 %. Mainonta maakuntalehdissä kasvoi keskimäärin 6 %, iltapäivälehdissä noin 5 %, ilmaisjakelulehdissä 3 % ja paikallislehdissä 1 %.

Sanomalehtien levikkikehitys oli epäyhtenäinen. Suomessa ilmestyvien päivälehtien levikit laskivat keskimäärin vajaan prosentin ja

pienempien 1-3 kertaa viikossa ilmestyvien lehtien levikit laskivat runsaat 2 %. Television katsomiseen käytetty aika kasvoi 4 %. Tästä huolimatta televisiomainonta menetti markkinaosuuttaan mediainonnasta muille medioille.

Internetin käyttö kasvoi voimakkaasti. Vuoden lopussa yli 2 miljoonaa suomalaista oli käyttänyt internetiä. Tästä määrästä noin 90 % oli käyttänyt Alma Median verkkopalveluita. Alma Media on käyttäjämäärillä mitattuna Suomen suurin verkkopalveluiden tuottaja. Internetmainonta ja sähköinen kaupankäynti ovat kehittyneet ennakoitua hitaammin.

Graafisella alalla paperinhinnat kohosivat 2-3 %. Kysyntätilan teossa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia edellisvuoteen nähden.

## **ALPRESS**

Alma Median lehtien kustantaminen on keskitetty pääosin Alpress-liiketoimintaryhmään. Vuoden aikana Alpressistä irrotettiin Kaupalehti, jonka tuotteiden ympärille muodostettiin Business Information Group. Toimintaympäristö oli molemmille liiketoimintaryhmille suotuisa.

Lehdistä kuutena päivänä viikossa ilmestyvä Iltalehti on valtakunnallinen lehti. Alpressin seitsemäpäiväiset sanomalehdet ovat Aamulehti, Satakunnan Kansa, Lapin Kansa, Pohjolan Sanomat ja Kainuun Sanomat, jotka kaikki ovat alueellisia ykköslehtiä. Näiden lehtien lisäksi Alpress julkaisee 17 paikallislehteä ja seitsemää kaupunki- ja ilmaisjakelulehteä. Alpressin sanomalehtien yhteen laskettu levikki on noin 500 000 kappaletta ja kaupunki- ja ilmaisjakelulehtien painos on noin 175 000 kappaletta. Yhteensä lehdillä on yli 1,5 miljoonaa lukijaa. Alpressin markkinaosuus Suomen päivälehtien yhteenlasketusta levikistä on 22 %.

Vuoden aikana Alpress nosti omistusosuutensa Lapin Kansa Oy:ssä 76 %:iin, Pohjolan Sanomat Oy:ssä 92 %:iin ja Kainuun Sanomien Kirjapaino Oy:ssä 92 %:iin.

Lehtien levikit ja levikkituotot kasvoivat yleistä markkinakehitystä nopeammin. Alpressin suurista lehdistä Iltalehti, Aamulehti ja Satakunnan Kansa kasvattivat levikkejään, kun keskimäärin sanomalehtien levikit Suomessa laskivat vajaan prosentin. Alpressin paikallislehtien yhteenlaskettu levikki kasvoi lähes 2 %. Alpressin lehtien levikkituotot kasvoivat yli 3 %.

Ilmoitustuotot kasvoivat keskimäärin 6 %. Lehdistä kehitys vaihteli Aamulehden 8 %:n kasvusta Kainuun Sanomien 3 %:n vähentymiseen. Ilmoitusten keskihinnoinnissa ei tapahtunut oleellisia muutoksia.

Liikevaihto oli 1083 Mmk (1069 Mmk). Vertailuvuoden luku sisältää Pohjolan Sanomien ja Kainuun Sanomien painotoiminnan liikevaihtoa 34 Mmk. Alpressin liikevoitto oli 132 Mmk (123 Mmk). Erityisen

hyvin Alpressin lehdistä menestyivät Aamulehti ja Iltalehti.

## **BUSINESS INFORMATION GROUP**

Kauppalehden tuotteiden ympärille kootun Business Information Groupin vuosi oli hyvä. Huolimatta aggressiivisesta kilpailutilanteesta taloussanomalehtimarkkinoilla, Kauppalehti on onnistunut kasvattamaan levikkinsä kaikkien aikojen ennätykseen. Kauppalehden levikki kasvoi 3 % edellisvuodesta. Lehden levikkituotot nousivat 6 %, joten levikinkasvu on toteutettu terveeltä pohjalta.

Suomen talouden voimakas kasvu antoi hyvän pohjan business-to-business-markkinoilla toimivalle Kauppalehdelle ilmoitusvälineenä. Lehden ilmoitustuotot kasvoivat 4 %.

Vuoden aikana perustettuun Business Information Groupiin ostettiin yritysanalyysija tuottava Balance Consulting Oy. Tällä ei ollut vielä merkittävää vaikutusta ryhmän liikevaihtoon ja tulokseen. Kauppalehti omistaa 50 % Suomen Uutislinkki Oy:stä, joka tuottaa mm. MTV3-kanavan talousuutiset. BIG on Baltian johtavan uutistoimiston Baltic News Servicen suurin omistaja 26 %:n osuudellaan.

BIG:n liikevaihto kasvoi 9 % 252 Mmk:aan ja liikevoitto 6 % 52 Mmk:aan.

## **BROADCASTING**

Alma Median televisio- ja radioliiketoiminnoista vastaa Broadcasting-liiketoimintaryhmä. MTV Oy vastaa maanpäällisen MTV3-kanavan ja vuoden 2000 helmikuussa aloittaneen kaapelikanava TVTV!-n liiketoiminnoista. Ryhmään kuuluvat myös osakkuusyhtiöinä Ruotsissa toimiva TV4 AB (23,8 %) ja markkinointinimellä Radio Nova tunnettu Oy Suomen Uutisradio Ab sekä digitaalitelevisiotoimintaa varten perustetut CITY-TV -yhtiöt ja Suomen Urheilutelevisio Oy. Alma Media omisti aikaisemmin 48 % radio Novasta, mutta se nosti omistusosuutensa 61 %:iin joulukuussa 2000.

Television katselu lisääntyi vuonna 2000 4 % eli 7 minuuttia 2 tuntiin 48 minuuttiin. MTV saavutti strategiansa mukaisesti korkean 40 %:n katsojaosuuden sekä kokonaiskatselusta että prime time -katselusta.

Televisionmainontaan käytettiin Suomessa 1,3 miljardia markkaa. Televisionmainonta lisääntyi yleistä mainonnan määrän lisäystä vähemmän eli 4 %. Televisionmainonnan markkinaosuus mediamainonnasta aleni lievästi ja oli edelleen vajaat 20 %. MTV3-kanavan osuus Suomen televisionmainonnasta oli 75 % (83 %). MTV:n mainosajan

myynti oli 942 Mmk (1013 Mmk).

Televisionmainonta ei kehittynyt Suomessa odotusten mukaisesti vaan se menetti markkinaosuuttaan koko mediamainonnasta. MTV saavutti kanavillaan katsojaosuustavoitteensa sekä kokonaiskatselusta että prime timesta. Vaikka kaupallisten tv-kanavien katselu lisääntyi, MTV ei onnistunut säilyttämään markkinaosuuttaan televisionmainonnasta. MTV:ssä onkin käynnistetty useita toimenpiteitä asiakaspalvelun ja mediamyynnin tehostamiseksi. Kiristynyt kilpailu on nostanut sekä kotimaisten ohjelmatuotantojen että ulkomaisten ostohjelmien hintoja. Vuoden aikana MTV on keventänyt kustannusrakennettaan ja ulkoistanut toimintojaan. Vuoden aikana käynnistettiin koko konsernia koskeva toimintoanalyysi, joka tähtää MTV tuotantoprosessien tehostamiseen. Tavoitteena on tuottaa vähintään nykyisen tasoinen ohjelmisto ja asiakkaiden palvelutaso niin tehokkaasti, että saavutetaan noin 150 henkilötyövuoden kustannussäästöt.

MTV liikevaihto laski 5 % 1009 Mmk:aan (1064 Mmk). Liikevaihdosta mainosajan myyntiä oli 942 Mmk (1013 Mmk). MTV Oy:n edellisvuoteen vertailtavissa olevat toimintakulut alenivat hieman. MTV Oy:n toimilupamaksu oli merkittävä rasituserä, ja se oli 225 Mmk (242 Mmk) Verkkovuokra oli 96 Mmk (95 Mmk). Toimilupamaksun rasitus lisääntyi jo vuonna 1999 voimaan astuneen lain myötä. Laki laajensi maksupohjaa mainonnan lisäksi sponsorointi- ja tekstikanavatuottoihin.

Osakkuusyhtiöiden tulososuus oli 24 Mmk (1 Mmk). Merkittävimmin siihen vaikutti osakkuusyhtiö TV4 AB:n voitto ennen veroja, joka nousi 336 milj. Ruotsin kruunuun (218 Mkr). MTV Oy:n omistus TV4 AB:stä on 23,4 %. TV4 AB:n vaikutus MTV Oy:n ja Alma Media Oyj:n tulokseen oli 21 Mmk (- 1 Mmk).

MTV:n liikevoitto oli 10 Mmk (48 Mmk). Liikevoitto sisältää 15 Mmk (3 Mmk) liiketoiminnan muita tuottoja, jotka koostuivat osakemyynneistä ja MTV Draaman myynnistä syyskuussa Jarowskiin Draama Suomi Oy:lle, josta MTV Oy omistaa 15 %.

## **NEW MEDIA**

Alma Media on säilyttänyt johtavan asemansa uuden median sisältöjen ja palveluiden tuottajana Suomessa. Alma Median uuden median toiminnot on jaettu viiteen luokkaan.

- brandien online-palveluihin, joita ovat mm. Kauppalehti Online, Iltalehti Online ja VerkkoAamulehti
- horisontaaliportaaleihin, joita ovat MTV3 Internet, MTV3 Tekstikanava
- luokitellun ilmoittelun palveluihin, joihin kuuluvat kiinteistöpalvelu DIME-Asuntopörssi, rekrytointipalvelu Jobline ja käytettyjen moottoriajoneuvojen ilmoitteluun erikoistunut Autotalli
- mediacom-palveluihin, joita edustavat mm. MTV3 Internet - ja

MTV3 Laajakaistaliittymä ja Digi TV sekä näihin liittyvä liiketoiminta

- palvelu- ja tukitoimintoihin (Network Services; KCRNet, Communications Base Finland)

Vuoden lopulla Alma Median palveluilla oli yli 700 000 aktiivista viikkokäyttäjää.

New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto lähes kolminkertaistui. Erityisesti luokitellun ilmoittelun verkkopalvelut Jobline ja DIME sekä muista palveluista MTV3 Tekstikanava ja Kauppalehti Online kasvattivat voimakkaasti liikevaihtoaan. New Media liiketoimintaryhmän liikevaihto oli 80 Mmk (29 Mmk). Liikevaihdosta 64 % muodostui ilmoitustuotoista ja 36 % sisältöjen ja palveluiden myynnistä.

Alma Median omistamien brandien liiketoiminnan ohjaukseen kuuluvia online-palveluita ovat mm. Kauppalehti Online, Iltalehti Online ja VerkkoAamulehti. Kauppalehti Onlinen viikoittaiset kävijämäärät ovat nousseet jo yli 70 000:n tasolle ja sen liikevaihto yli kaksinkertaistui edellisvuodesta. Yhteensä näiden online-palveluiden liikevaihto oli noin 20 Mmk (10 Mmk).

Luokitellun ilmoittelun -palveluita edustavat rekrytointipalvelu Jobline ja DIME-Asuntopörssi. Joblinen viikottaiset kävijämäärät ovat nousseet yli 20000 ja sen tietokannassa on jo yli 30 000:n aktiivisen työnhakijan tiedot. Joblinen liikevaihto yli kolminkertaistui edellisvuodesta. Kiinteistöilmoitteluun erikoistunut DIME-Asuntopörssi on vakiinnuttanut asemansa alan johtavana verkkopalveluna. DIME-Asuntopörssi on saavuttanut 90 %:n markkinaosuuden verkossa käytävästä kiinteistöilmoittelusta. Sillä on asiakkainaan yli 550 välittäjää Suomesta. Luokitellun ilmoittelun palveluiden liikevaihto oli 14 Mmk (5 Mmk).

Horisontaaliportaalit kattavat mm. MTV3i:n ja MTV Tekstikanavan ja mobiiliportaali Port Alman palvelut. Yhteenlaskettu 24 Mmk:n (14 Mmk) liikevaihto koostui ilmoitus- ja puhelinpalvelutuotoista.

Tukipalvelut pitää sisällään mm. konsernin uuden median tulosityksiköille teknisiä palveluja tuottavan Alma Media Network Servicen sekä vuoden viimeisellä neljänneksellä New Media -liiketoiminta-ryhmässä aloittaneiden KCRnet Oy:n ja Communication Base Finland Oy:n toiminnan. Tukipalveluiden liikevaihto oli 20 Mmk (7 Mmk).

Alma Median strategian mukaan sen tavoitteena on olla suoraan yhteydessä media-asiakkaisiinsa kaikissa mahdollisissa jakelukanavissa. Tämän vuoksi Alma Media on aloittanut palveluoperaattoriliiketoiminnan ja myy Internet yhteyksiä ja laajakaistaliittymiä (MTV3 Internet -liittymä, MTV3 laajakaista -liittymä). Alma Medialla on myös operaattoririippumaton mobiiliportaali Port Alma sekä luvat 2,5 digitaaliseen TV-kanavaan. Alma Median tarjoamia sisältöpainotteista liittymä -liiketoimintaa kutsutaan konsernissa Mediacom -toiminnaksi.

New Media -liiketoimintaryhmän liiketappio oli -60 Mmk (-28 Mmk). Tämä johtui siitä, että Alma Media toi vuoden aikana markkinoille lukuisia uusia tuotteita ja lisäsi huomattavasti tutkimus- ja

tuotekehityspanostuksiaan uuden median alueella.

## **TUTKIMUSTOIMINTA TÄHTÄÄ KAUPALLISIIN SOVELLUKSIIN**

Alma Median kolme keskeisintä uuden median tutkimusaluetta ovat sisällönhallinta (Content Management), käyttäjäkokemuksen tutkimus (User Experience) sekä asiakassuhteiden hallinta (Customer Relationship Management, CRM).

Asiakassuhteen hallinnalla pyritään siihen että yksilöidylle asiakkaille tai asiakasryhmille pystytään tarjoamaan räätälöityjä sisältöjä ja ilman että käyttäjän yksilönsuoja vaarantuu.

Alma Media suojaa systemaattisesti oman tuotekehitystyön tuloksena syntyvät menetelmät ja uudet innovaatiot. Vuoden aikana Alma Media sai hyväksynnän kolmelle kansainväliselle patentille ja jätti 11 uutta uuden median painopistealueille kohdistuvaa kansainvälistä patenttihakemusta. Patenttihakemuksia tullaan jättämään kuluvaan vuoden aikana huomattavasti aikaisempaa enemmän. Alma Media käytti yllä mainittuun uuden median alueen tutkimukseen yhteensä noin 6 Mmk (2 Mmk).

## **ALPRINT**

Alprint on Alma Median painotoiminnasta vastaava liiketoimintaryhmä. Alprint käynnisti vuonna 1998 kustannustehokkuuden ja kilpailukykyyn parantamiseen tähtäävän korvausinvestointiohjelman. Toimintaympäristön muutosten johdosta Alprintin toimintastrategiaa tarkennettiin vuoden aikana. Uudistetun strategian mukaan Alprint keskittyy A4-kokoisten heat set -tuotteiden painamiseen, digitaaliseen aineistohallintaan sekä prepress-palvelujen tuottamiseen. Alprintin pääasiakkaita ovat suuret kustantaja- ja mainostaja-asiakkaat. Konsernin sanomalehtipainotoiminta siirrettiin vuoden 2001 alusta Alpressille.

Vuoden aikana heat set -painotuotanto keskitettiin Tampereen Raholaan laajennettuun tuotantoyksikköön ja samalla heat set -painotoiminta lopetettiin Porin ja Vantaan yksiköissä. Alprint peruutti Kaivokselaan suunnitellun hybridisanomalehtipainon korvausinvestoinnin ja lopetti tuotannollisen toiminnan Kaivokselaissa. Syksyn aikana Alprint luopui myös kolmesta arkkipainoyksiköstään. Painotoiminnan uudelleenjärjestely aiheutti vuodelle 2000 noin 40

17/21

Mmk:n kertaluontoiset kustannukset. Heat set -tuotannon keskittäminen yhteen yksikköön parantaa merkittävästi Alprintin kannattavuutta jo vuonna 2001.

Alprintin liikevaihto oli 785 Mmk (786 Mmk). Liikevaihdosta Alma



Media -konsernin osuus oli 37 % (32 %), muiden kotimaisten asiakkaiden 32 % (35 %) ja viennin 31 % (33 %). Viennistä suuntautui Skandinaviaan 65 % (68 %) Venäjälle 26 % (23 %) ja muihin maihin 9 % (9 %).

Alprintin myynti Alma Media -konsernille oli 285 Mmk (252 Mmk). Kasvu johtui Pohjolan Sanomien painamisen siirtämisestä helmikuussa Alpressilta Alprint Rovaniemelle ja Kainuun Sanomien painamisen siirtämisestä Alprintille vuoden 2000 alusta alkaen. Myös lehtien sivumäärät kasvoivat. Muu kotimaan myynti oli 254 Mmk (273 Mmk).

Alprintin liiketappio oli 16 Mmk (0). Merkittävimmät syyt heikkoon kannattavuuteen olivat heat set -tuotannon uudelleenorganisoinnista aiheutuneet noin 40 Mmk:n kertaluontoiset kustannukset.

KONSERNIN TUOSLASKELMA (Mmk)

	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
LIIKEVAIHTO	800	799	2 880	2 911
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	13	11	27	2
Liiketoiminnan muut tuotot	9	11	44	50
Liiketoiminnan kulut	-796	-753	-2 858	-2 775
LIIKEVOITTO	26	68	93	188
Rahoitustuotot ja -kulut	-16	-4	-23	-15
VOITTO ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ	10	64	70	173
Satunnaiset tuotot	1	2	1	2
Satunnaiset kulut	-6	0	-21	0
VOITTO ENNEN VEROJA JA VÄHEMMISTÖN OSUUTTA	5	66	50	175
Verot	-3	-29	-19	-57
Vähemmistön osuus	-2	-2	-2	-4
TILIKAUDEN VOITTO	0	35	29	114

KONSERNIN TUOSLASKELMA (milj.e)

	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
LIIKEVAIHTO	135	134	484	490
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	2	2	5	0
Liiketoiminnan muut tuotot	2	2	7	8
Liiketoiminnan kulut	-134	-127	-481	-467
LIIKEVOITTO	4	11	16	32
Rahoitustuotot ja -kulut	-3	-1	-4	-3
VOITTO ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ	2	11	12	29
Satunnaiset tuotot	0	0	0	0
Satunnaiset kulut	-1	0	-4	0
VOITTO ENNEN VEROJA JA VÄHEMMISTÖN OSUUTTA	1	11	8	29
Verot	-1	-5	-3	-10
Vähemmistön osuus	0	0	0	-1
TILIKAUDEN VOITTO	0	6	5	19

KONSERNIN TASE (Mmk/milj.e)      2000                                      1999

	31.12.		31.12.	
	Mmk	milj.e	Mmk	milj.e
VASTAAVAA				
PYSYVÄT VASTAAVAT				
Aineettomat hyödykkeet	105	18	80	13
Konserniliikearvo	112	19	104	17
Aineelliset hyödykkeet	932	157	993	167
Sijoitukset	698	117	701	118
VAIHTUVAT VASTAAVAT				
Vaihto-omaisuus	266	45	235	40
Saamiset	314	53	279	47
Rahat ja pankkisaamiset	112	19	129	22
	2 539	427	2 521	424
KONSERNIN TASE (Mmk/milj.e)	2000		1999	
	31.12.		31.12.	
	Mmk	milj.e	Mmk	milj.e
VASTATTAVAA				
OMA PÄÄOMA	1 191	200	1 243	209
VÄHEMMISTÖN OSUUS	16	3	24	4
PAKOLLISET VARAUKSET	19	3	14	2
VIERAS PÄÄOMA				
Pitkäaikainen	604	102	664	112
Lyhytaikainen	709	119	576	97
	2 539	427	2 521	424
INVESTOINNIT (Mmk)				
	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
Bruttoinvestoinnit				
käyttöomaisuuteen	54	76	222	253
INVESTOINNIT (milj.e)				
	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
Bruttoinvestoinnit				
käyttöomaisuuteen	9	13	37	43
KONSERNIN VASTUUSITOUMUKSET (Mmk/milj.eur)				
	2000		1999	
	31.12.		31.12.	
	Mmk	milj.e	Mmk	milj.e
Omasta velasta				
Pantit	1	0	9	2
Kiinnitykset maa-alueisiin ja rakennuksiin	228	38	232	39
Yrityskiinnitykset	140	24	146	25
Takaukset	26	4	29	5
Osakkuusyritysten puolesta				
Takaukset	0	0	4	1
Muut omat vastuut				
Leasingvastuut	9	2	7	1
Muut vastuut	2	0	2	0
	406	68	429	72
Konsernin leasingmaksujen erääntyminen (Mmk)				
Vuonna 2001 erääntyvät	5		4	
Vuoden 2001 jälkeen erääntyvät	4		3	
LIIKEVAIHTO LIIKETOIMINTARYHMITÄIN (Mmk)				

	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
Alpress	290	281	1 083	1 069
Business Information Group	73	71	252	232
Broadcasting	291	313	1 009	1 064
New Media	27	11	80	29
Alprint	209	199	785	786
Emoyhtiö	24	16	92	63
Konsernin sisäinen liikevaihto	-114	-92	-421	-332
Yhteensä	800	799	2 880	2 911

LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITÄIN (Mmk)

	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
Alpress	36	28	132	123
Business Information Group	15	18	52	49
Broadcasting	18	35	10	48
New Media	-24	-10	-60	-28
Alprint	-2	-4	-16	0
Emoyhtiö	-12	-2	-29	-9
Konsernikirjaukset	-5	3	4	5
Yhteensä	26	68	93	188
				21/21

KOKOAIKAINEN HENKILÖSTÖ KESKIMÄÄRIN

	2000	1999
	1-12	1-12
LIIKETOIMINTARYHMITÄIN		
Alpress	1060	1 100
Business Information Group	176	155
Broadcasting	623	695
New media	106	54
Alprint	857	927
Emoyhtiö	65	47
Yhteensä	2 887	2 978
Lisäksi osa-aikaisia henkilöitä	1349	1 254

OSAKEKOHTAISET TUNNUSLUVUT (mk)

	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
Tulos / osake (laimennettu)	0,01	2,12	2,72	7,15
Oma pääoma / osake			75,73	79,00

OSAKEKOHTAISET TUNNUSLUVUT (euro)

	2000	1999	2000	1999
	10-12	10-12	1-12	1-12
Tulos / osake (laimennettu)	0,00	0,36	0,46	1,20
Oma pääoma / osake			12,74	13,29

Liikevaihto ja liikevoitto vuosineljänneksittäin (Mmk):

	I/99	II/99	III/99	IV/99	1999
Liikevaihto	725	749	638	799	2911
Liikevoitto	38	59	23	68	188
	I/00	II/00	III/00	IV/00	2000
Liikevaihto	712	736	632	800	2880
Liikevoitto	23	50	-6	26	93

Tässä tilinpäätöstiedotteessa esitetyt luvut ovat tilintarkastamattomia.

Alma Media -konsernin osavuositiedot vuodelle 2001 ensimmäiseltä neljännekseltä julkistetaan 10.5.2001.

ALMA MEDIA OYJ

Ahti Martikainen, apulaisjohtaja, konserniviestintä ja sijoittajasuhteet

Lisätietoja: Toimitusjohtaja Matti Packalén, puh. (09) 507 8715, apulaisjohtaja Ahti Martikainen, puh. (09) 507 8514 ja [www.almamedia.fi](http://www.almamedia.fi).

Web Conference 15.2. klo 16.00 osoitteessa [www.vcall.com/NASApp/VCall/EventPage?ID=67843](http://www.vcall.com/NASApp/VCall/EventPage?ID=67843) (myös striimaava audio). Ääni ja kysymykset pu [www.vcall.com/NASApp/VCall/EventPage?ID=67843](http://www.vcall.com/NASApp/VCall/EventPage?ID=67843) (myös striimaava audio). Ääni ja kysymykset puhelinnumerosta +44 20 8240 8244.

JAKELU: Helsingin Pörssi, keskeiset tiedotusvälineet