

# Alma Median Q4 ja FY2013

Kai Telanne, toimitusjohtaja  
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja  
13.2.2014

The logo for Alma Media, featuring the letters 'ALMA' in a stylized, bold, serif font. The letters are arranged in two rows: 'AL' on top and 'MA' on the bottom. The logo is white and set against a dark purple square background.

AL  
MA

# Agenda

Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Voitonjako

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Q & A

# Pääkohdat Q4 ja FY2013

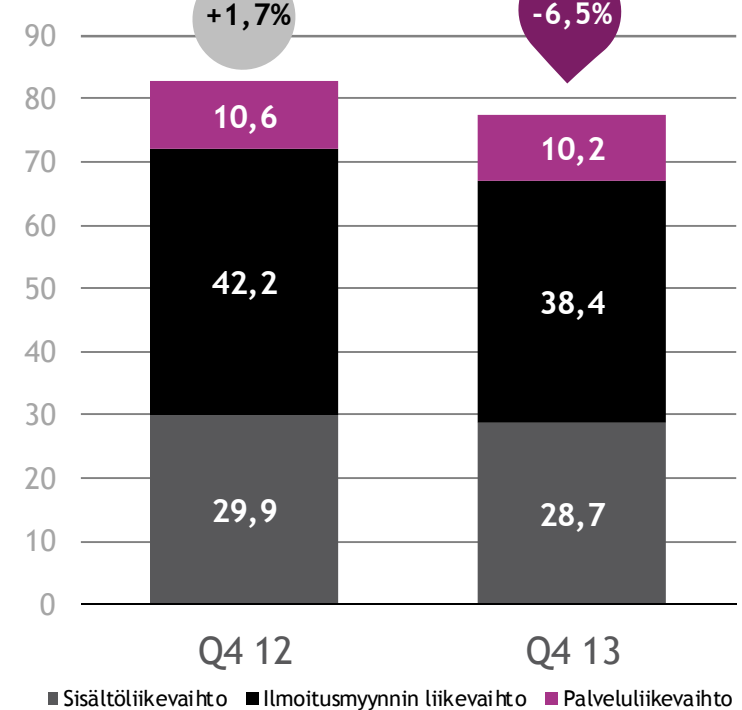
- Heikon taloustilanteen kiihdyttämänä painetun median myynti laski mediakulutuksen siirtyessä yhä vahvemmin digitaalisiin kanaviin. Alma Median digitaalisen liiketoiminnan kasvu ja kustannussäästöt loivensivat käyttökateen laskua.
- Alma Median digitaalisten tuotteiden ja palveluiden liikevaihto kasvoi 8,4 % vuonna 2013. Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen osuus koko konsernin liikevaihdosta oli 28,1 %.
- Alma Media päätti laajentaa kansainvälistä rekrytointiliiketoimintaansa: Monsterin palvelut Puolassa, Unkarissa ja Tsekissä tulivat osaksi Alma Median digitaalisten rekrytointipalveluiden tarjontaa vuoden 2014 alussa.
- Alma Media jatkaa strategiansa mukaisesti julkaisutoiminnan monikanavaisuuden ja digitaalisen liiketoiminnan kasvattamista. Tavoitteena on kasvattaa digitaalinen liikevaihto 50 %:iin vuoteen 2020 mennessä.
- Alma Media arvioi, että vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto on vuoden 2013 vastaavan ajanjakson tasolla tai hieman tätä alempana. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan olevan välillä 9,0 - 10,5 milj. euroa.

# Liikevaihto Q4 2013

- Neljänneksen liikevaihto laski vertailukaudesta 6,5 % 77,3 milj. euroon.
- Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen liikevaihto oli 21,9 milj. euroa, ja se kasvoi 4,0 %.
- Sisätöliikevaihto laski 4,1 %.
  - Digitaalisista kanavista saatavat sisältötuotot eivät kokonaan riitä kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.
- Ilmoitusmyynnin liikevaihto laski 8,9 %.
  - Verkkoilmoitusmyynti kasvoi 6,3 %.
  - Painettujen lehtien ilmoitusmyynti laski 18,2 %.

## Liikevaihto, MEUR

IFRS

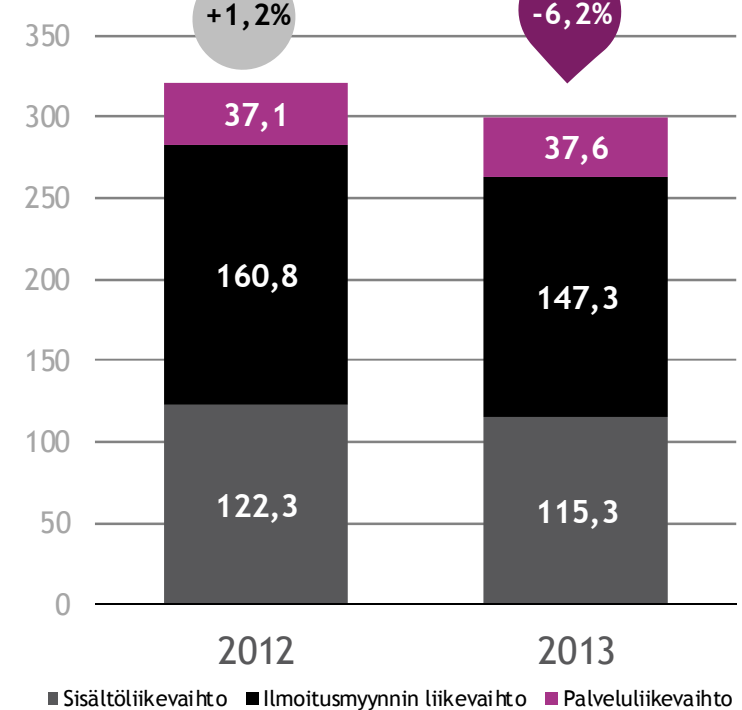


# Liikevaihto 2013

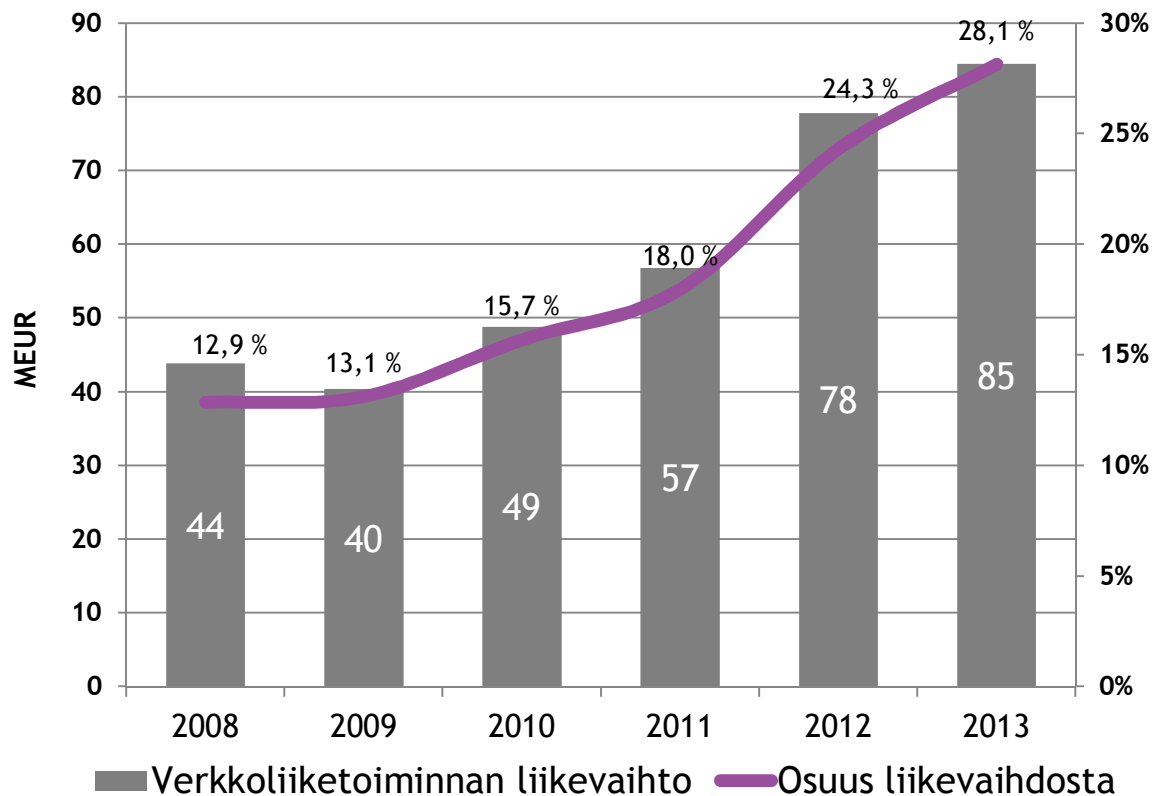
- Konsernin koko vuoden liikevaihto laski 6,2 % ja oli 300,2 milj. euroa.
- Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen liikevaihto kasvoi 8,4 % pääasiassa ulkomaisen rekrytointi-palveluliiketoiminnan ansiosta.
- Sisältöliikevaihto laski 5,7 % painetun median levikkien pienenemisestä johtuen.
- Ilmoitusmyynnin liikevaihto laski 8,3 %.
  - Verkoilmoitusmyynti kasvoi 7,6 %.
  - Alma Median digitaalisten verkostotuotteiden myynti kasvoi merkittävästi tilikauden aikana.
  - Painettujen lehtien ilmoitusmyynti laski 18,1 %.

## Liikevaihto, MEUR

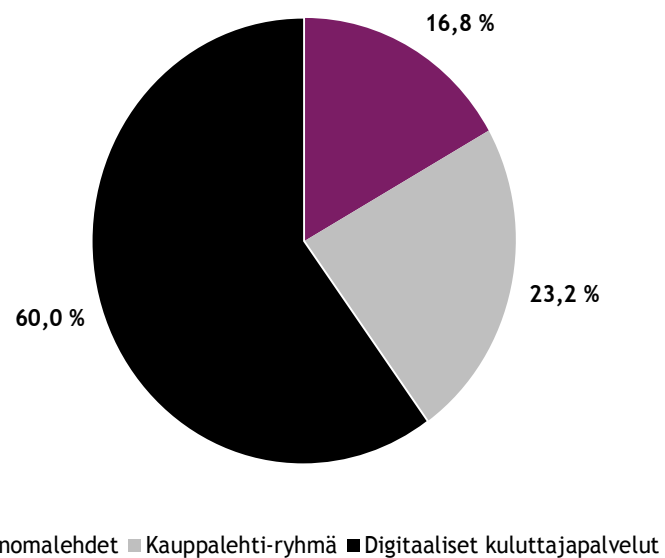
IFRS



# Digitaalinen liiketoiminta kasvaa



Segmentin osuus konsernin digitaalisesta liikevaihdosta

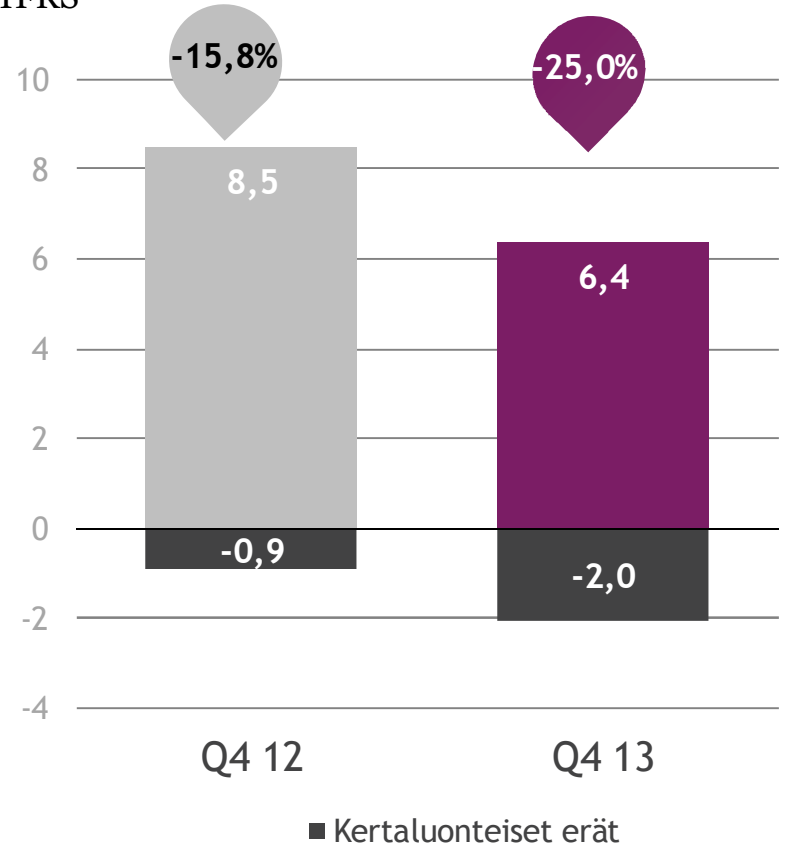


# Liikevoitto Q4 2013

- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat vertailukaudesta 4,4 % 71,1 milj. euroon.
  - Kulut vähenivät pääasiassa vuonna 2012 toteutettujen uudelleenjärjestelyjen ja vuonna 2013 toteutettujen säästötoimenpiteiden ansiosta.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 25,0 % 6,4 milj. euroon.
- Liikevoitto oli 4,3 milj. euroa.
  - Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -2,0 milj. euroa.
  - Kertaluonteiset erät syntyivät konsernin omaisuuserien arvonalentumistappiosta sekä Sanomalehdet -segmentin uudelleenjärjestelykuluista.
  - Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyvät pääosin toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

## Liikevoitto, MEUR

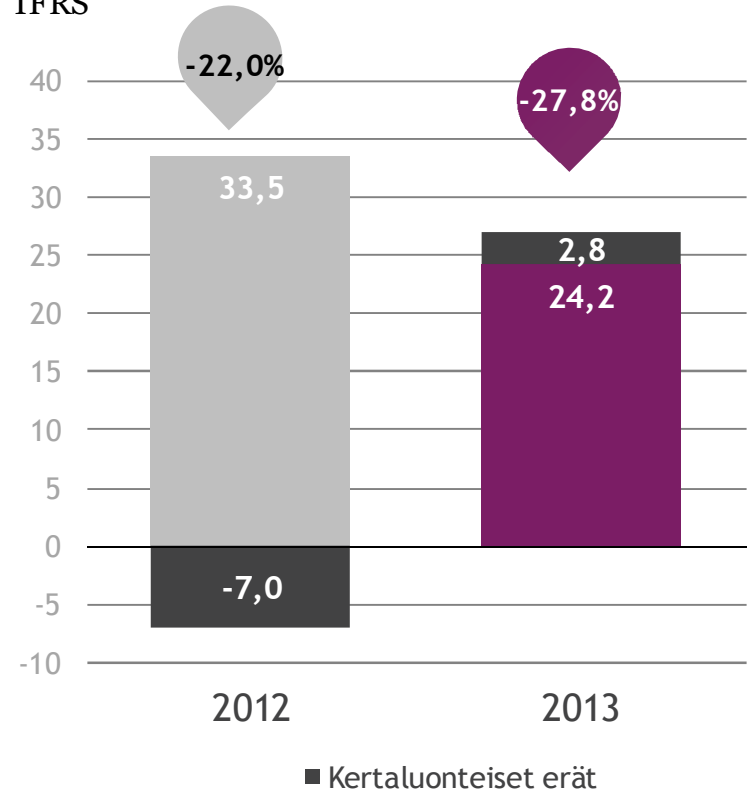
IFRS



# Liikevoitto 2013

- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat 3,6 % 276,7 milj. euroon.
  - Kulut vähenivät pääasiassa vuonna 2012 toteutettujen uudelleenjärjestelyjen ja vuonna 2013 toteutettujen säästötoimenpiteiden ansiosta.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 27,8 % 24,2 milj. euroon.
- Liikevoitto oli 27,0 milj. euroa ja nousi 9,0 %:iin liikevaihdoista.
  - Liikevoittoon sisältyy kertaluonteisia eriä 2,8 milj. euroa markkinapaikka Mascuksen myyntivoittoon, omaisuuserien arvonalentumistappioon sekä uudelleenjärjestelykuluihin liittyen.
  - Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät pääosin toiminnan uudelleenjärjestelyihin sekä Markkinapaikkojen tuotekehitysmenojen arvonalentumistappioon.

**Liikevoitto, MEUR**  
IFRS





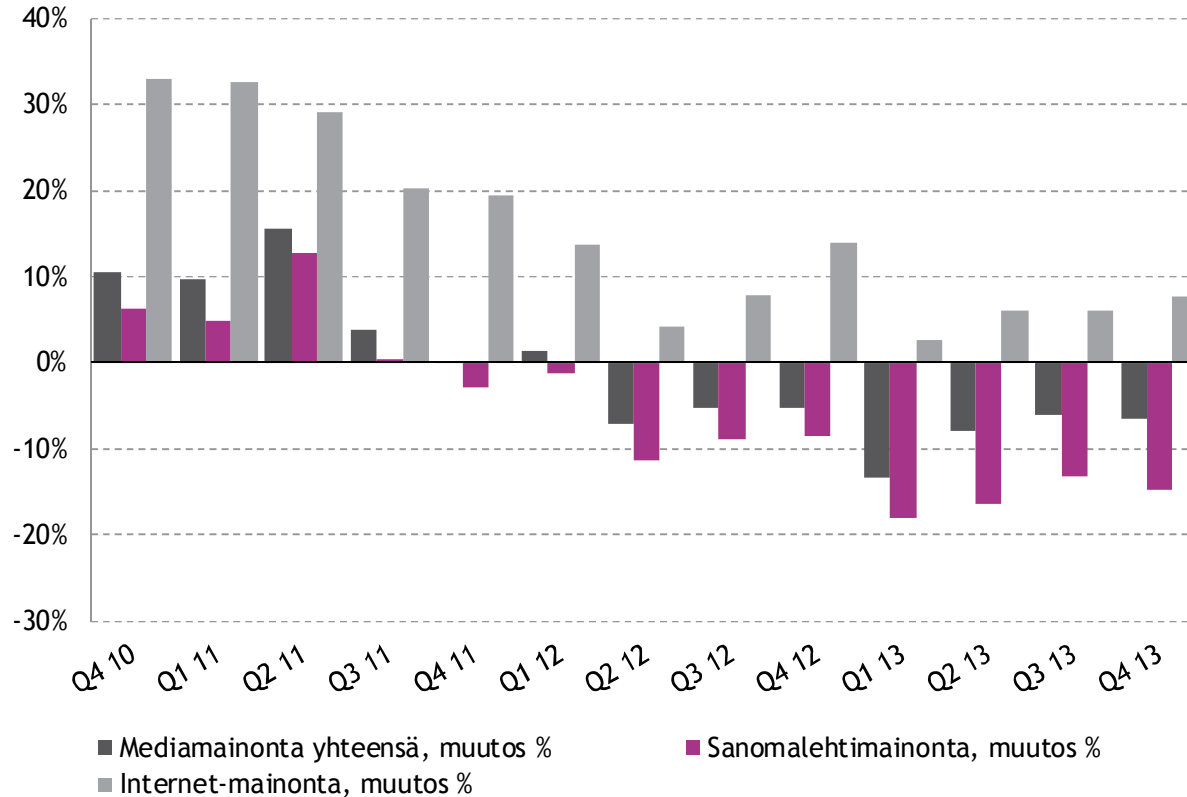
# Markkinakehitys Suomessa



LIVING INFORMATION



# Mediamainonnan muutos Q4/2010 – Q4/2013

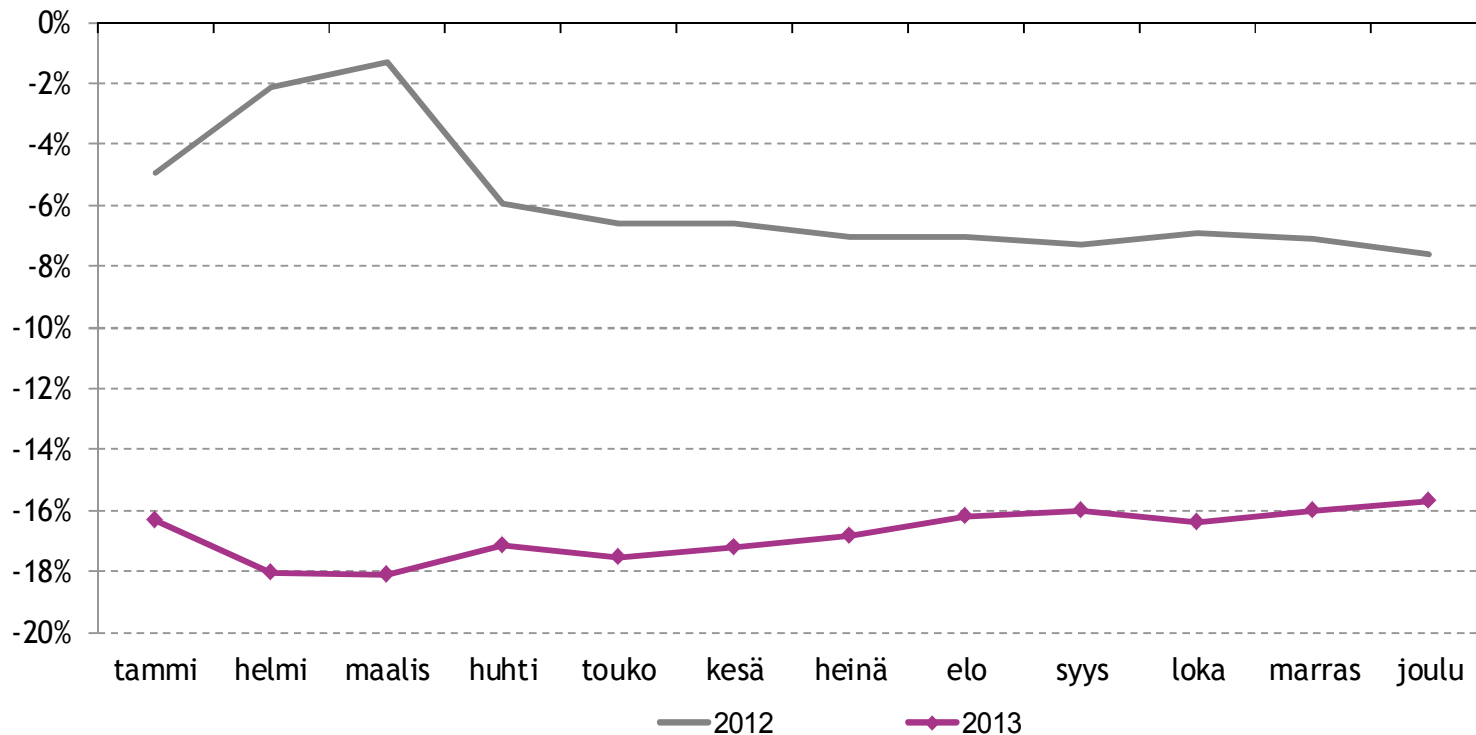


Muutos-% Q4/13 vs. Q4/12	
Sanomalehdet	-14,8
Aikakauslehdet	-10,0
TV	-0,4
Radio	+3,4
Internet	+7,6
Yhteensä	-6,6

Lähde: TNS Media Intelligence

# Mainonnan määrä painetuissa sanomalehdissä\* edelleen alhaisella tasolla

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna

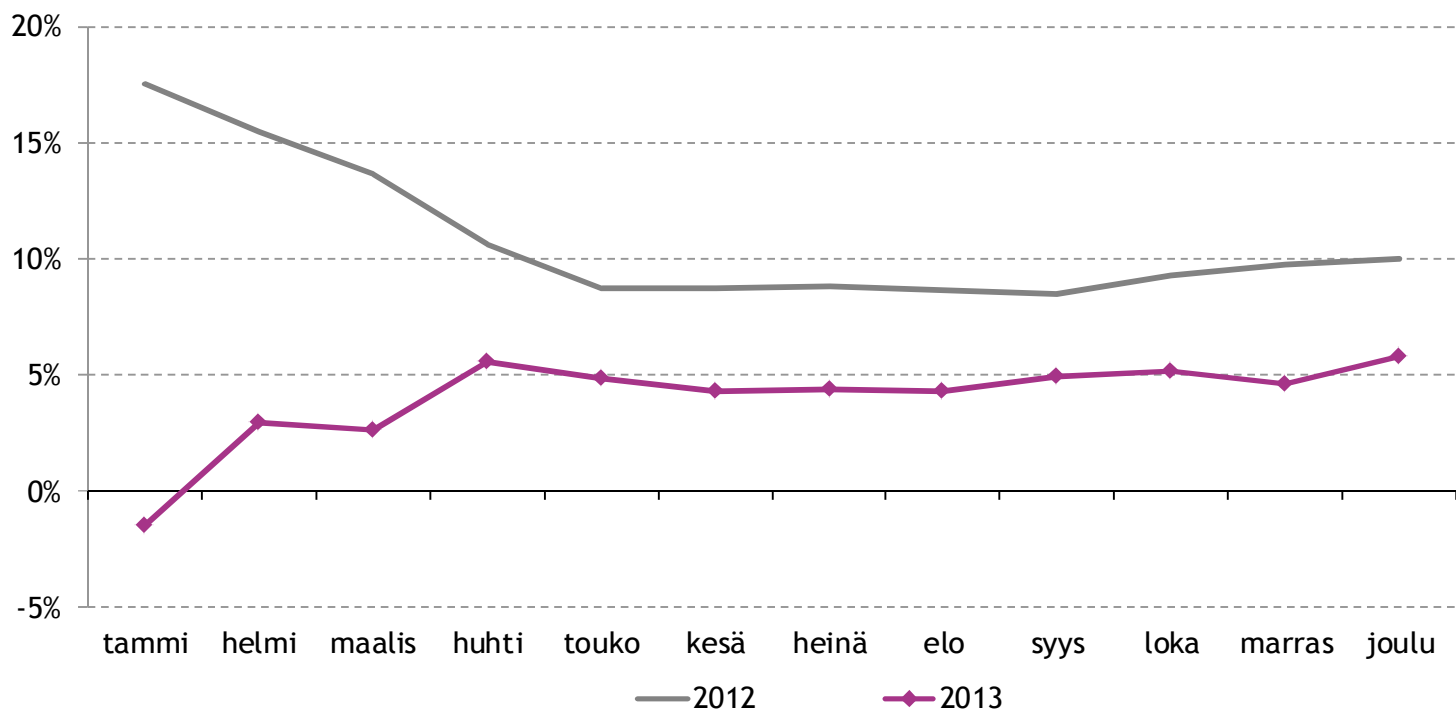


Lähde: TNS Media Intelligence

\* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

# Verkkomainonta kasvoi hitaasti

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna

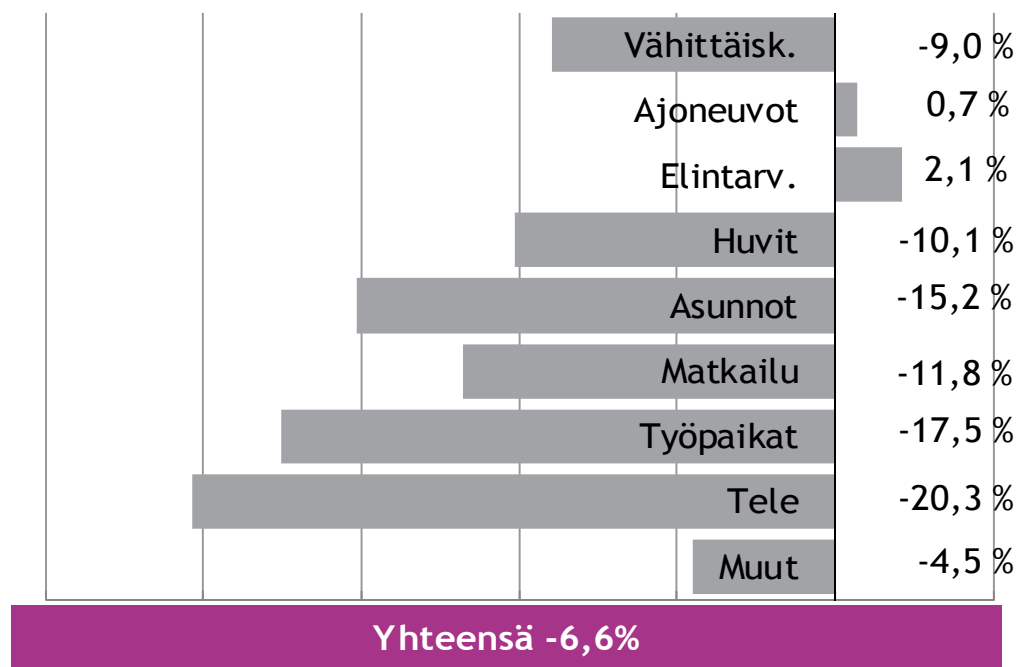


Lähde: TNS Media Intelligence

# Lähes kaikki toimialat vähensivät mainontaa

## Eniten mainostaneet toimialat Q4/2013

Markkina yhteensä, muutos vs. Q4/2012

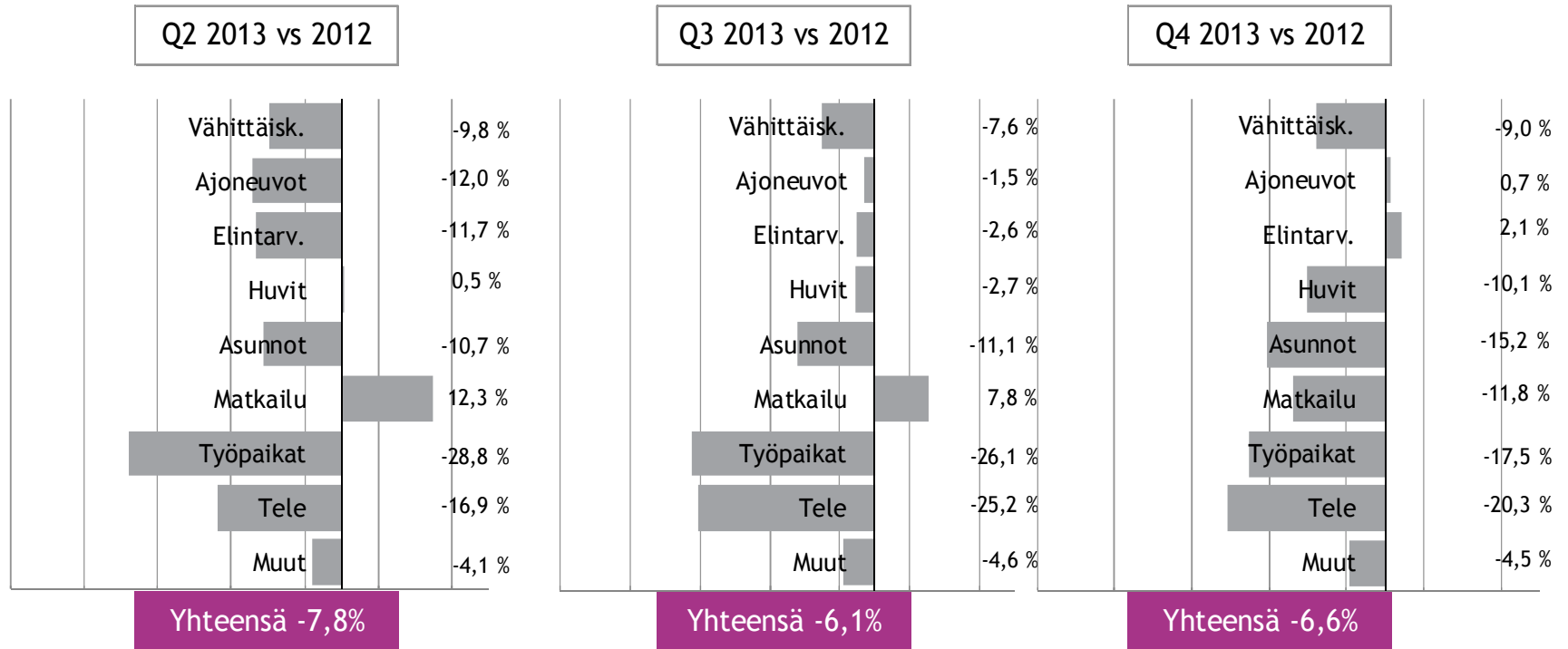


Mainonta Q4/13	MEUR
Vähittäiskauppa	69
Moottoriajoneuvot	22
Elintarvikkeet	21
Huvit	11
Kiinteistöt ja asunnot	10
Matkailu ja liikenne	9
Avoimet työpaikat	8
Telepalvelut	6
Muut	117
<b>Yhteensä</b>	<b>272</b>

Lähde: TNS Media Intelligence

# Laskua jatkunut jo pitkään

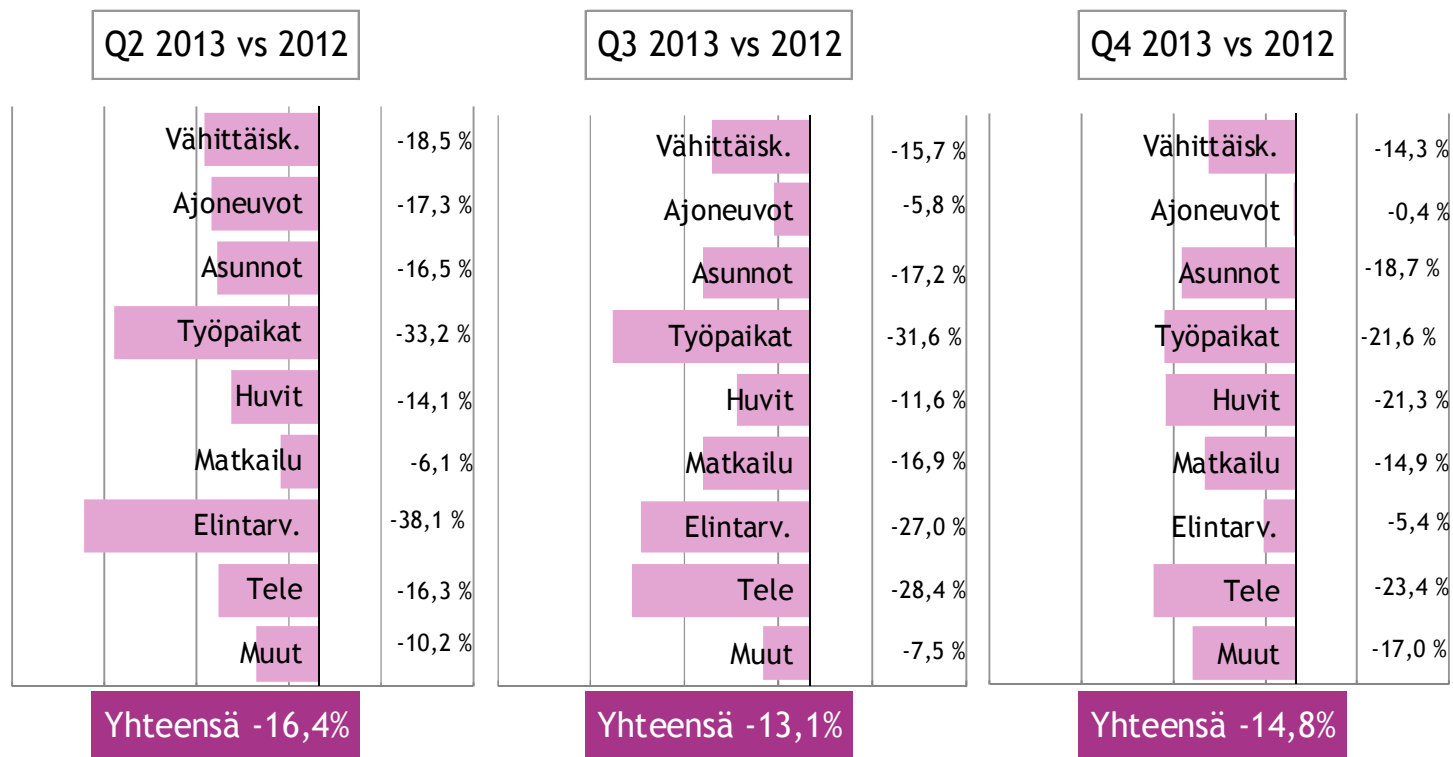
Kokonaismarkkina, muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

# Sanomalehtimainonnan lasku jyrkempää

Sanomalehdet yhteensä\*, muutos edellisvuoteen verrattuna

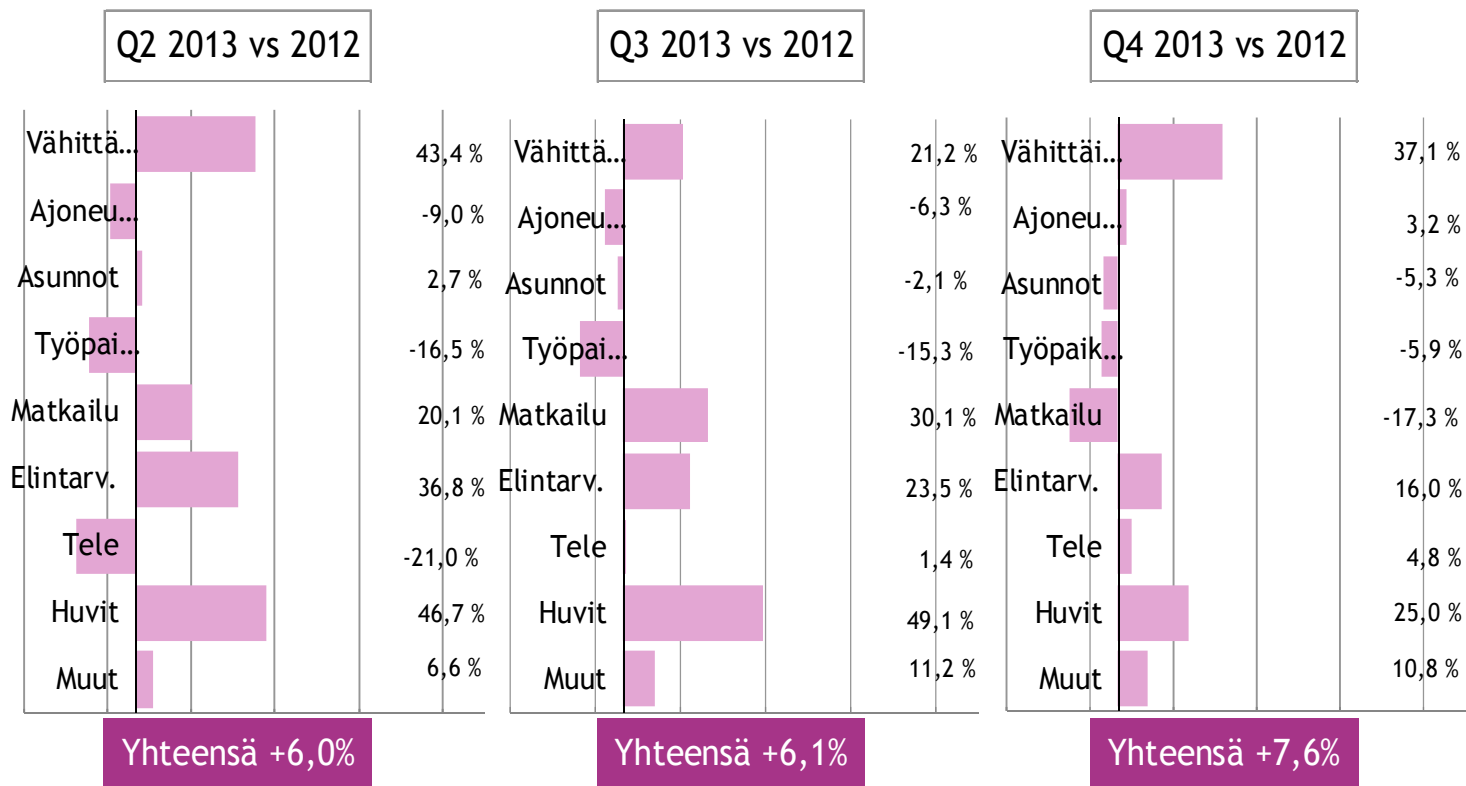


Lähde: TNS Media Intelligence

\* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

# Verkkomainonta kasvanut hieman

Verkkomainonta, muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence





# Taloudellinen katsaus

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

LIVING INFORMATION



# Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

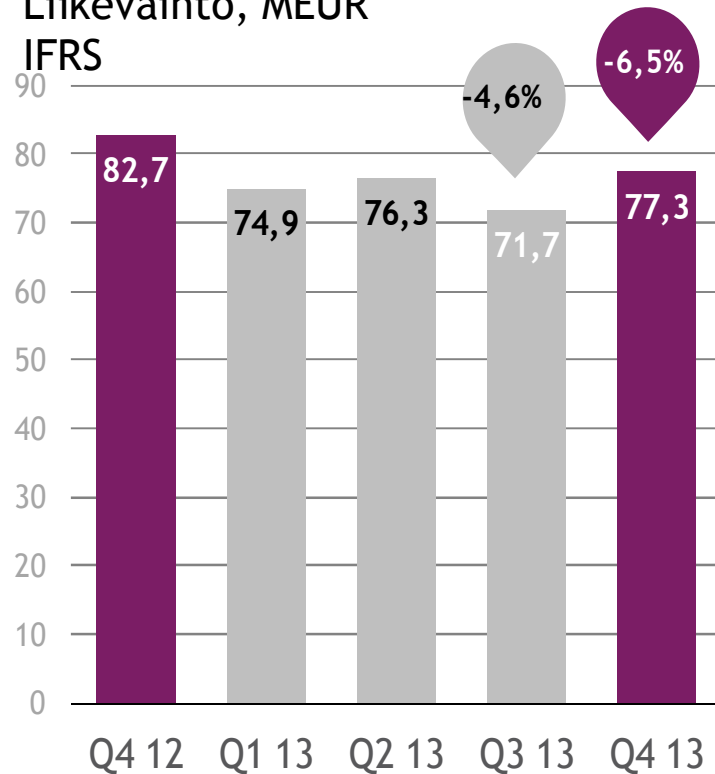
Alma Median taloudelliset tavoitteet	Tavoite taso	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	> 15 %	29,7 %	-10,0 %	22,5 %	16,3 %	36,8 %	8,4 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	> 15 %	34,8 %	28,3 %	31,1 %	26,1 %	13,8 %	10,1 %
Osinkosuhte*	> 50 %	59 %	103 %	159 %	103 %	45 %	50 %**

\* Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

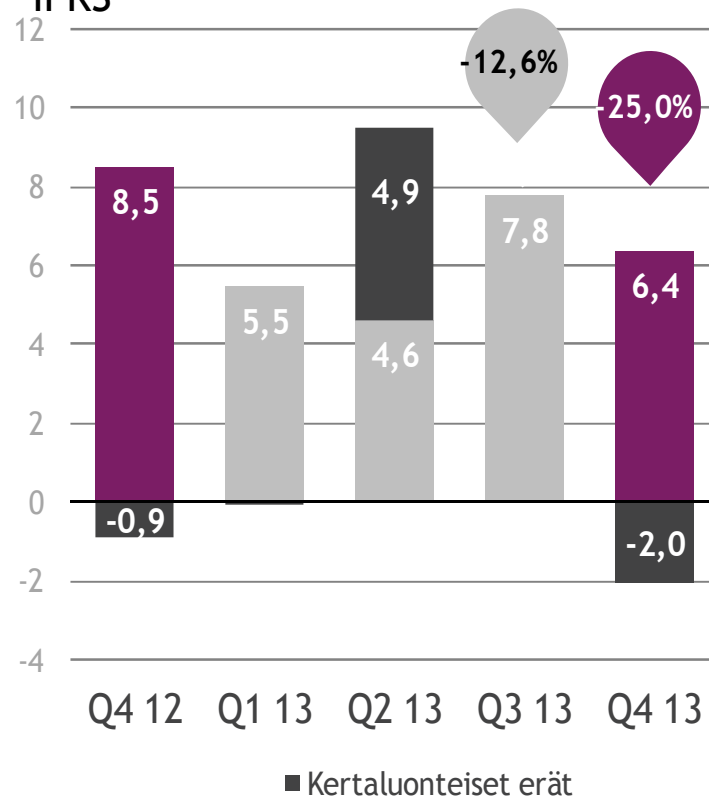
\*\* Perustuu hallituksen ehdotukselle yhtiökokoukselle.

# Liikevaihdon lasku jatkui viimeisellä neljänneksellä

Liikevaihto, MEUR  
IFRS



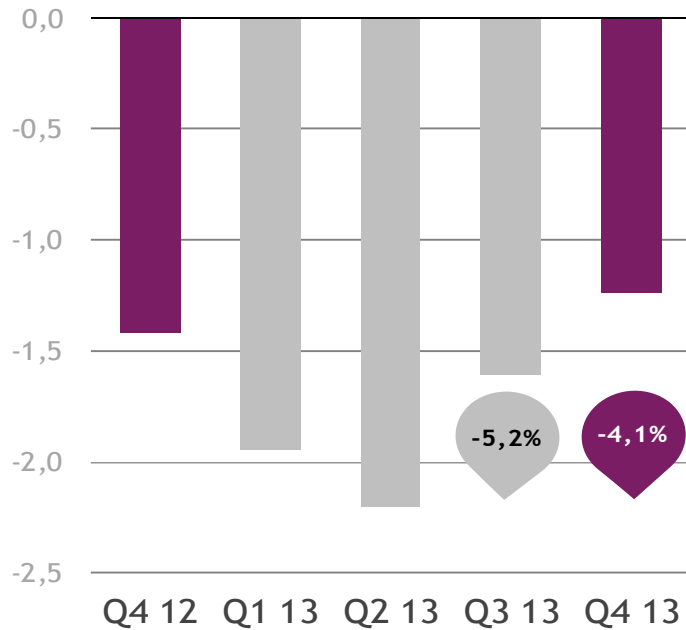
Liikevoitto, MEUR  
IFRS



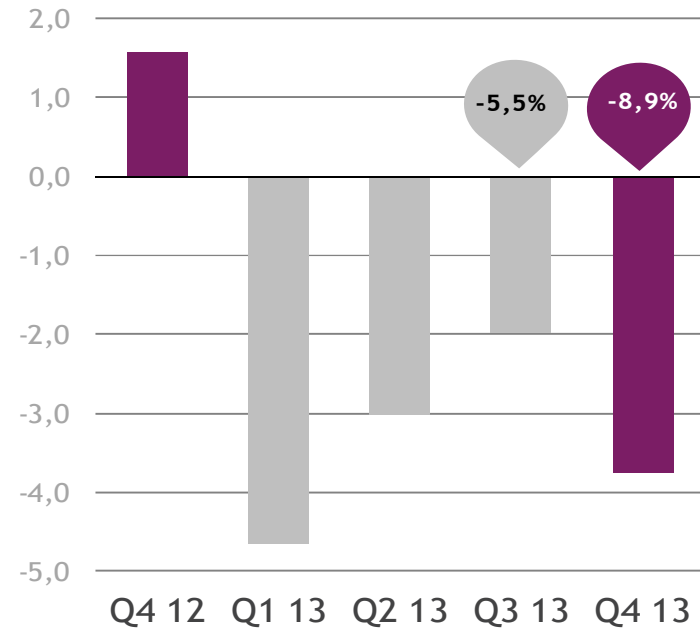
# Sisältö- ja ilmoitusliikevaihdot laskivat painetun median laskun myötä

IFRS

Sisätöliikevaihto, MEUR



Ilmoitusliikevaihto, MEUR



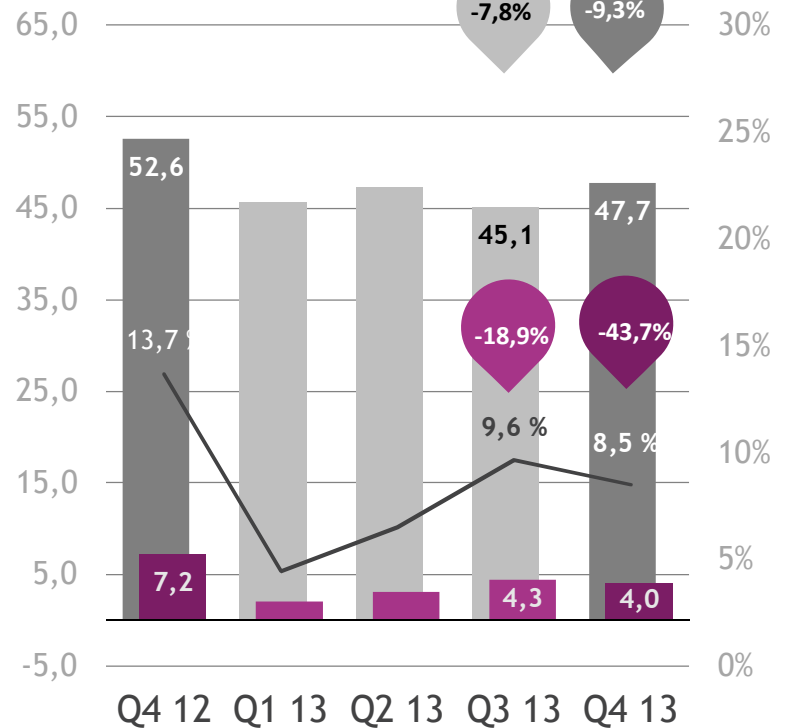
# Sanomalehdet -segmentti Q4 2013

- Liikevaihto laski 9,3 % 47,7 milj. euroon.
- Sisältöliikevaihto laski 4,9 %
  - Iltalehden painetun lehden irtonumeromyynti ja muiden sanomalehtien levikit laskivat.
- Ilmoitusmyynti laski 14,7 %
  - Verkkoilmoitusmyynti kasvoi 9,2 %.
  - Verkkoilmoittelun osuus oli 65,3 % IL-Median kokonaisilmoitusmyynnistä.
  - Painetun median ilmoitusmyynti laski 18,2 %.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 43,7 (45,4) milj. euroa.
  - Kertaluonteisina kuluina Pohjois-Suomen Median liikearvon arvonalentumistappio ja Pohjolan Sanomien viisipäiväistämisen uudelleenjärjestelykulut.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 4,0 milj. euroa eli 8,5 % liikevaihdosta.

## Liikevaihto ja liikevoitto

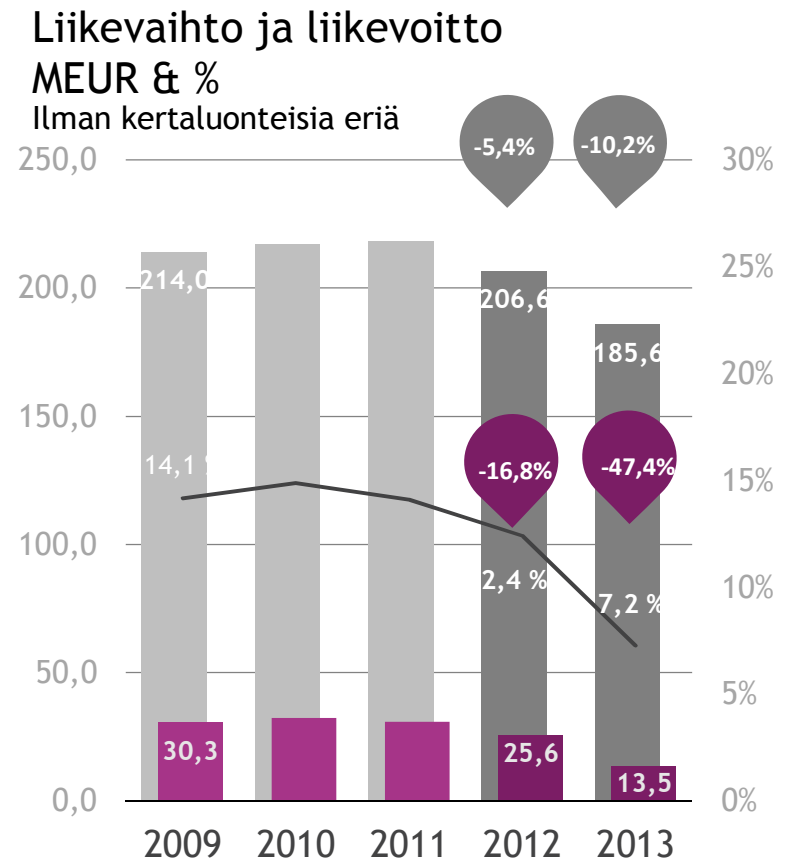
MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä



# Sanomalehdet -segmentti vuosi 2013

- Liikevaihto laski 10,2 % 185,6 milj. euroon.
- Sisältöliikevaihto laski 6,5 %.
  - Lasku johtui pääasiassa Iltalehden painetun lehden irtonumeromyynnin ja muiden sanomalehtien levikkien laskusta.
- Ilmoitusmyynti laski 14,4 %.
  - Päivittäistavarakaupan sekä työpaikka- ja asuntoilmoitusten määrä vähentyi.
  - Verkkoilmoitusmyynti kasvoi 7,6 %. Verkkoilmoittelun osuus oli 59,1 % IL-Median kokonaisilmoitusmyynnistä.
- Säästöt vuoden 2012 uudelleenjärjestelyistä ovat toteutuneet odotetulla tavalla. Vuoden 2013 aikana on toteutettu lisäsäästötoimenpiteitä.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 13,5 milj. euroa eli 7,2 % liikevaihdosta.

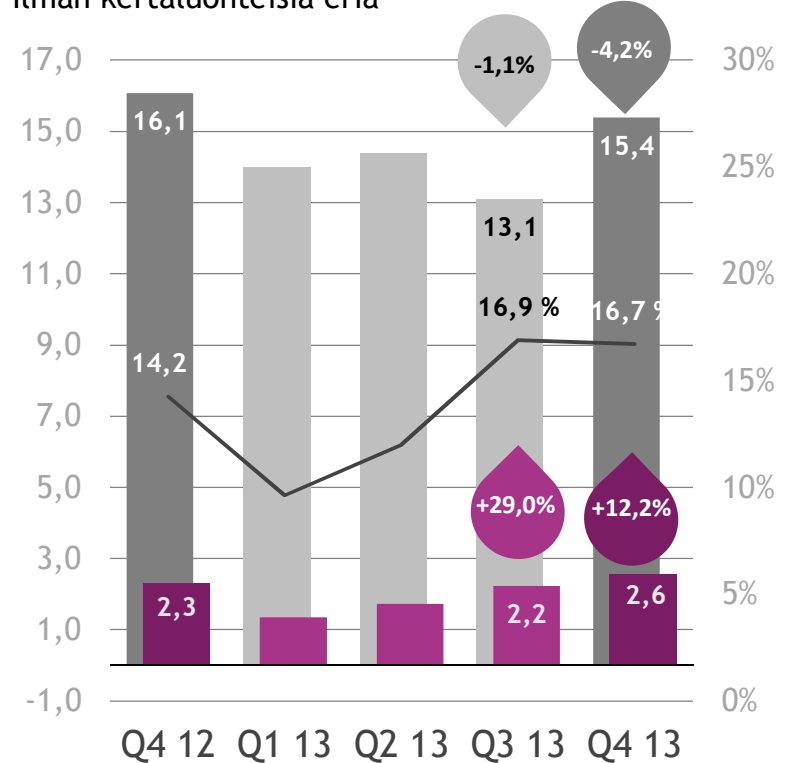


# Kauppalehti-ryhmä Q4 2013

- Liikevaihto laski 4,2 % 15,4 milj. euroon.
  - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 34,0 %.
- Sisältöliikevaihto oli edellisen vuoden tasolla, 4,4 milj. euroa.
  - Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 24,3% ja kattoivat painetun median sisältötuottojen laskun.
- Kauppalehden ilmoitusmyynti laski 7,1%.
  - Verkon ilmoitusmyynti kasvoi 6,3 %.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 12,8 (13,8) milj. euroa.
  - Kulujen lasku on seurausta vuoden 2012 uudelleenjärjestelyistä ja vuoden 2013 alussa tehdyistä säästötoimenpiteistä.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 2,6 milj. euroa.

## Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

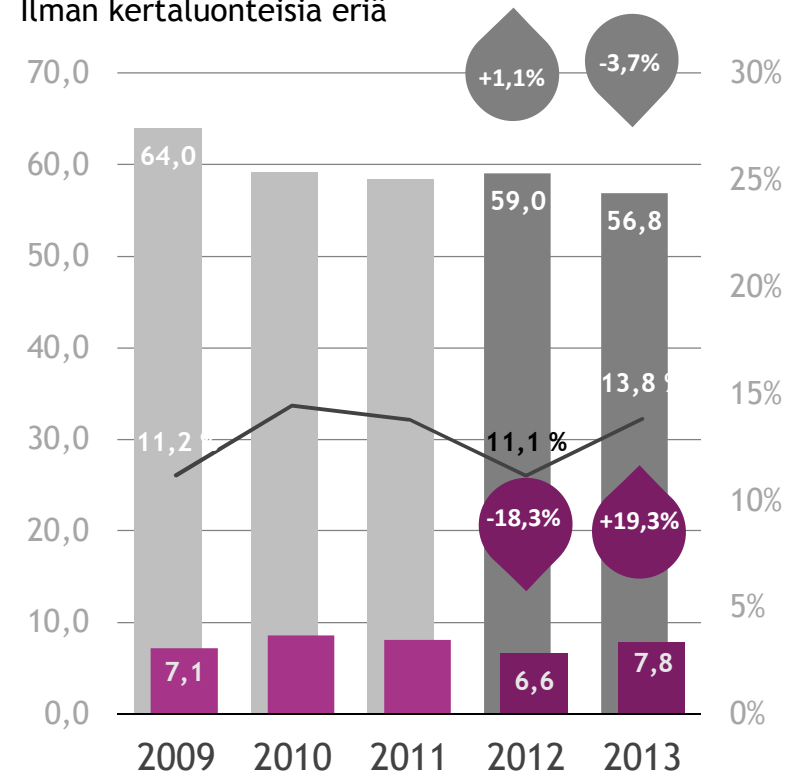


# Kauppalehti-ryhmä vuosi 2013

- Liikevaihto laski 3,7 % 56,8 milj. euroon
  - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 33,4 %.
- Sisältöliikevaihto laski 1,1 %.
  - Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 22,1%.
- Ilmoitusmyynti laski 6,2 %.
  - Verkon ilmoitusmyynti kasvoi 10,9 %.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 49,1 (52,5) milj. euroa.
  - Kulujen lasku on seurausta vuoden 2012 uudelleenjärjestelyistä ja vuoden 2013 alussa tehdyistä säästötoimenpiteistä.
- Liikevoitto oli 7,8 milj. euroa.
  - Ei kertaluonteisia eriä tilikauden aikana.

## Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä



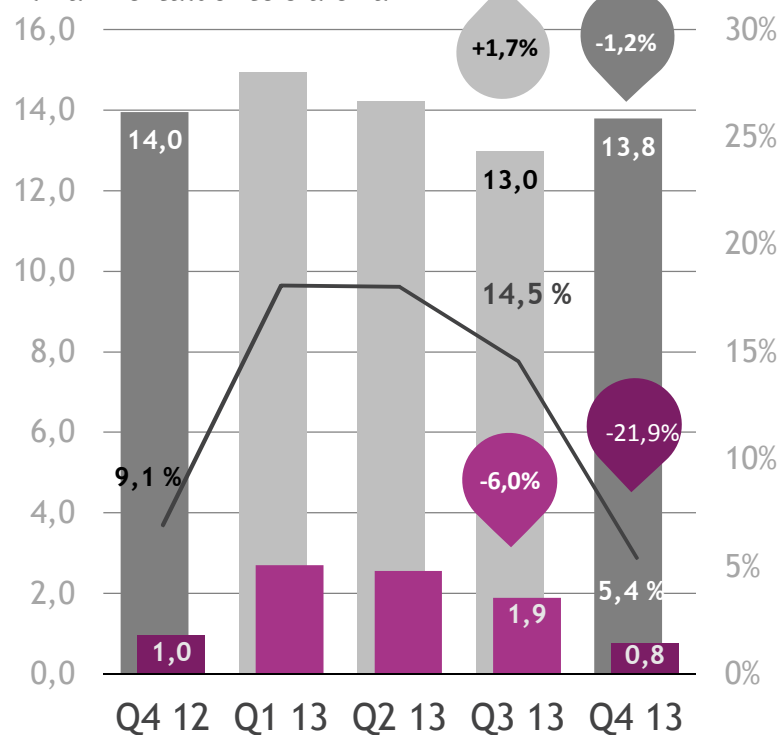


# Digitaaliset kuluttajapalvelut Q4 2013

- Liikevaihto laski 1,2 % 13,8 milj. euroon.
  - Liikevaihdon kehitykseen vaikutti Tsekin korunan devalvoituminen sekä kotimaan liiketoimintojen liikevaihdon lasku.
  - Ulkomaan liiketoimintojen liikevaihto oli 7,2 milj. euroa.
- Rekrytointipalveluiden osuus segmentin liikevaihdosta oli 60 %.
  - Kotimaan rekrytointiliiketoiminnassa koko vuoden jatkunut lasku hidastui.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 13,1 milj. euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 0,8 milj. euroa.

## Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

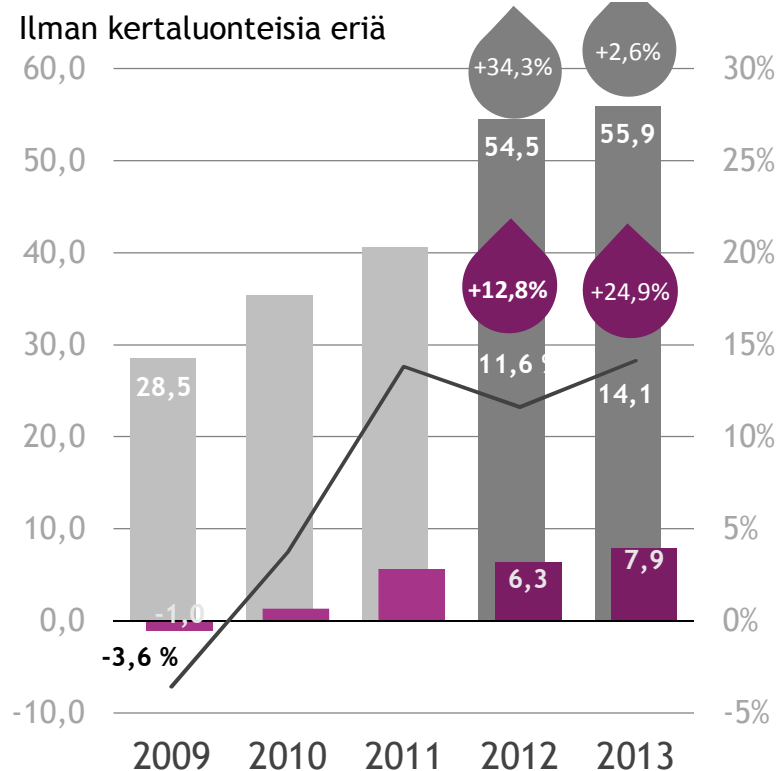
Ilman kertaluonteisia eriä



# Digitaaliset kuluttajapalvelut vuosi 2013

- Liikevaihto kasvoi 2,6 % 55,9 milj. euroon.
  - Ulkomaan liiketoimintojen liikevaihto oli 30,0 milj. euroa.
- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi vuonna 2012 toteutettujen ulkomaisten yrityskauppojen tukemana.
  - Rekrytointiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 58,3 %.
- Suomessa Etuovi.com pystyi parantamaan kannattavuutta.
- Markkinapaikka Mascuksen myynnistä syntyi kertaluonteinen 8,3 milj. euron myyntivoitto.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 48,2 milj. euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä kasvoi 7,9 milj. euroon.

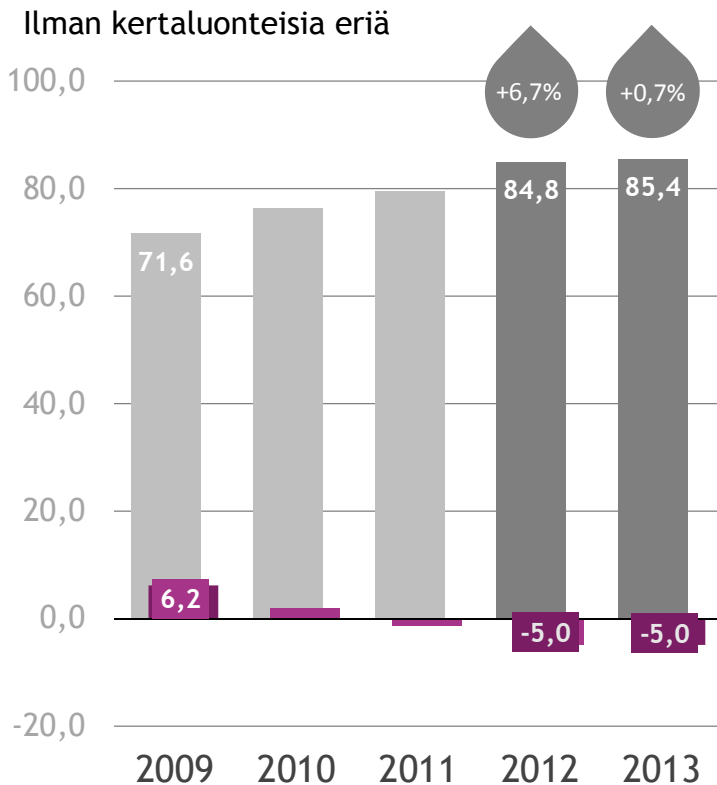
## Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %



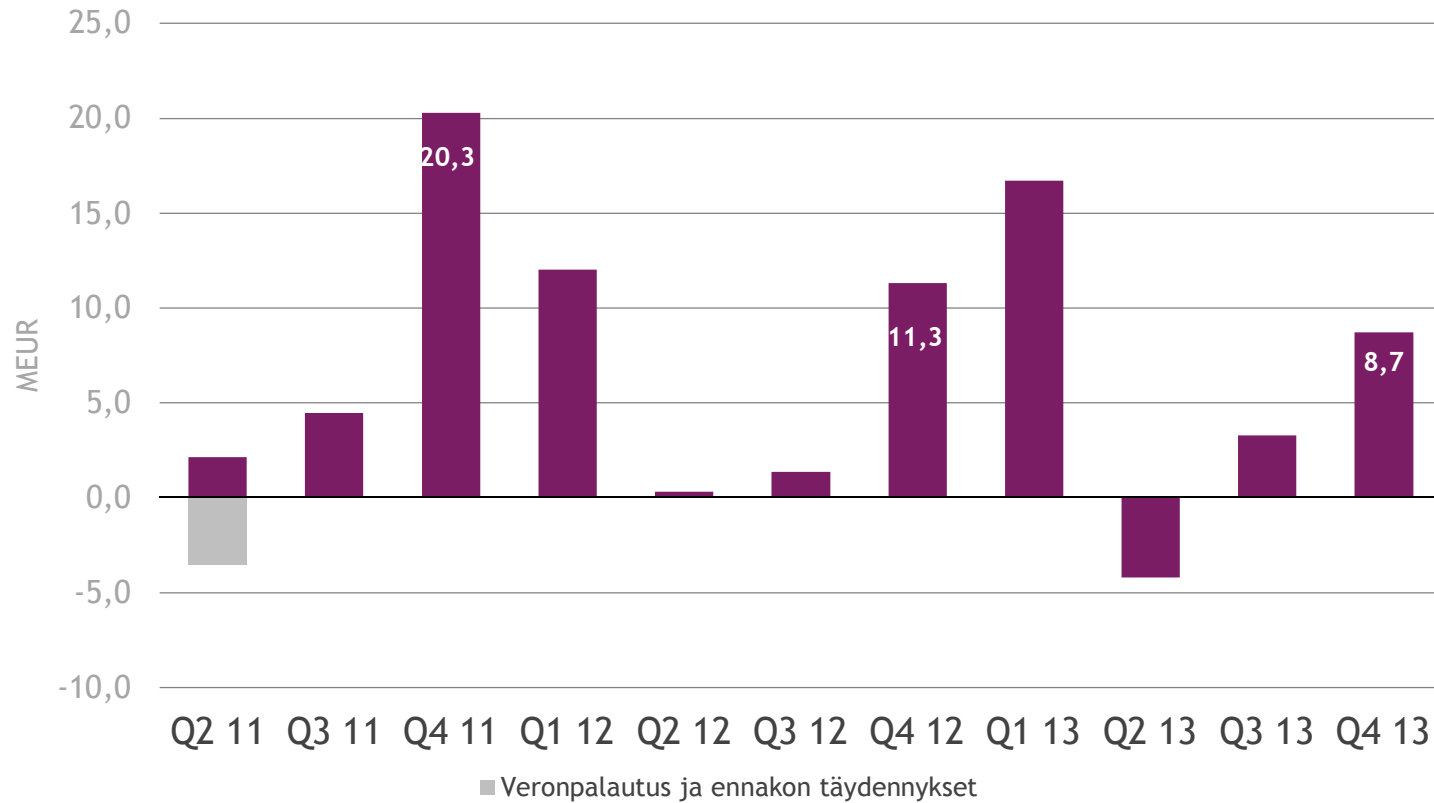
# Muu toiminta vuosi 2013

- Liikevaihto oli 85,4 milj. euroa, josta ulkoista liikevaihtoa 7,1 (6,3) milj. euroa.
  - Ulkoinen liikevaihto kasvoi konsernin ulkopuolisten painopalveluiden myynnin kasvun myötä.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 90,6 milj. euroa.
  - Alkuvuonna kuluja kasvattivat painon käyttöönoton projektikulut, loppuvuonna kuluja laskivat tukitoimintojen säästötoimenpiteet.
- Tampereen uusi paino otettiin käyttöön keväällä.
  - Hämeen Sanomien ja Kaupunkiuutisten painaminen siirtyi Tampereen painoon tammikuussa 2014.

## Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR

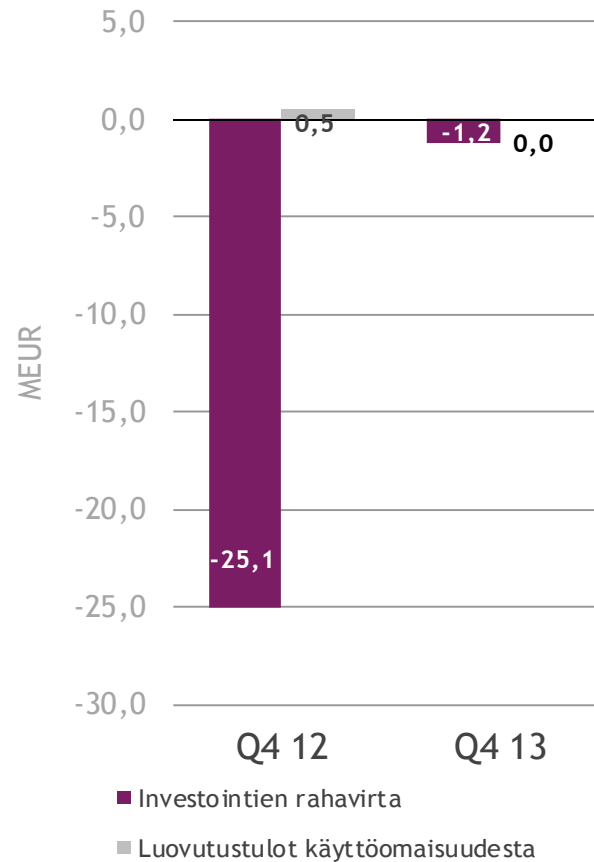
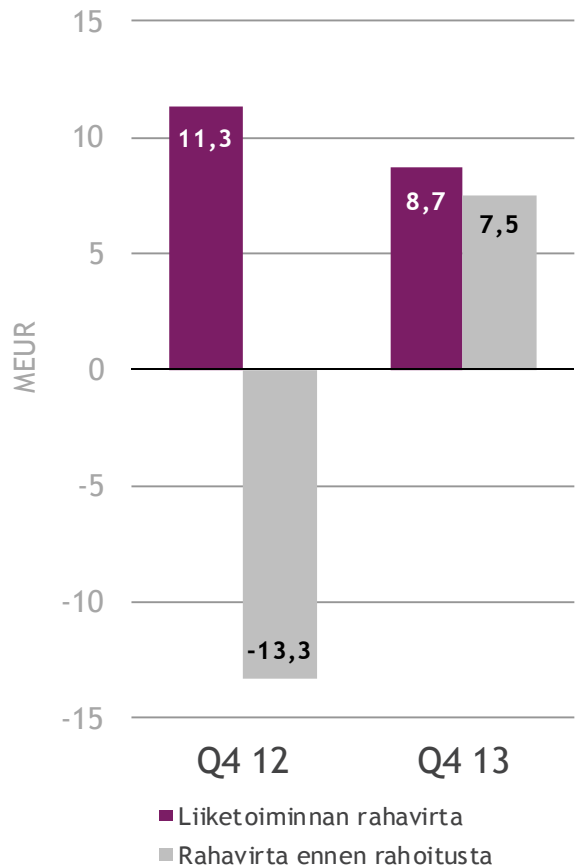


# Liiketoiminnan rahavirta



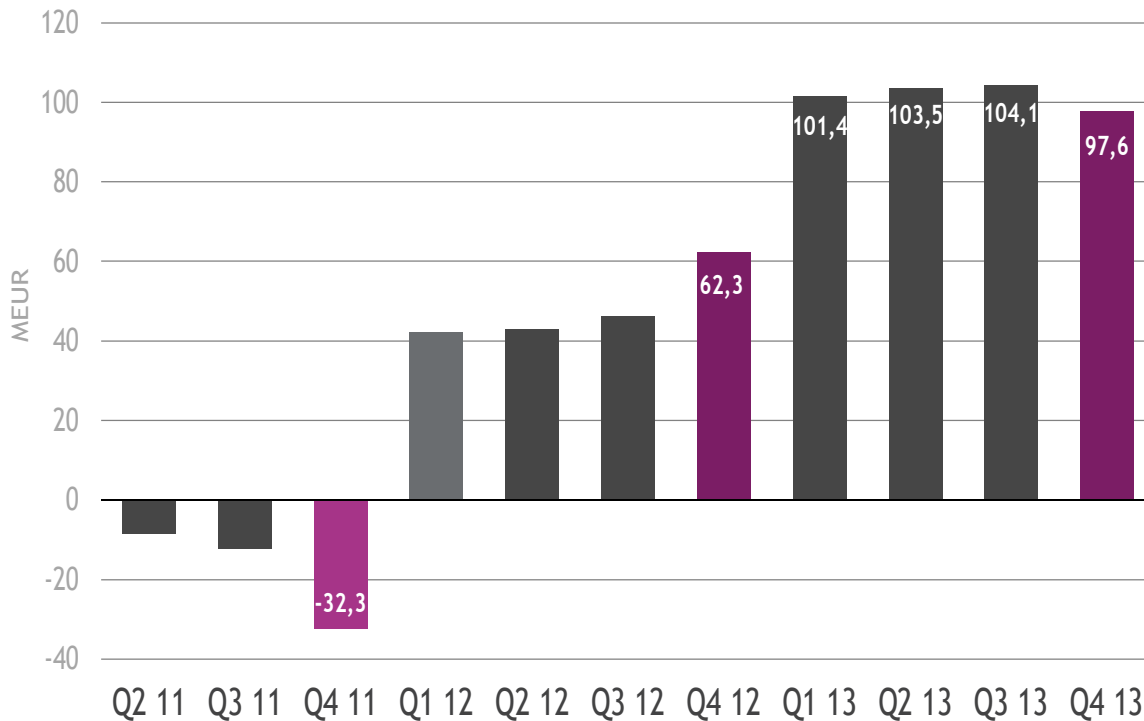
# Rahavirta ja investoinnit

## IFRS



# Korolliset velat

## Nettovelat Q2/2011-Q4/2013

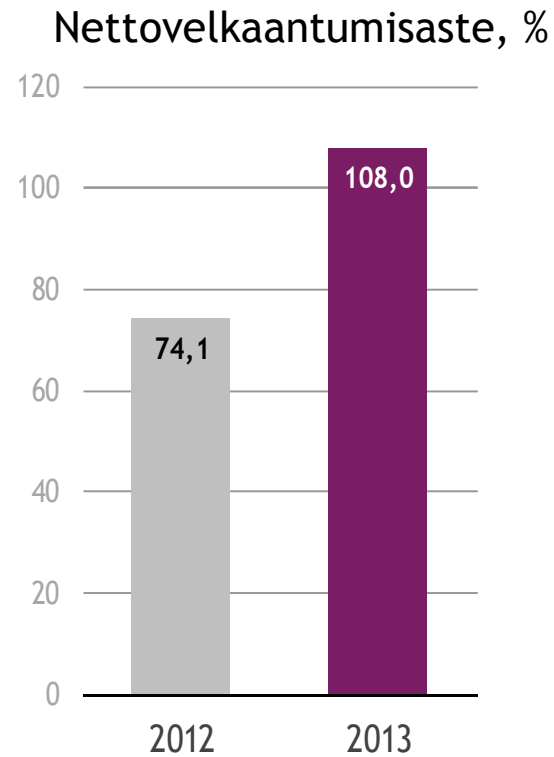
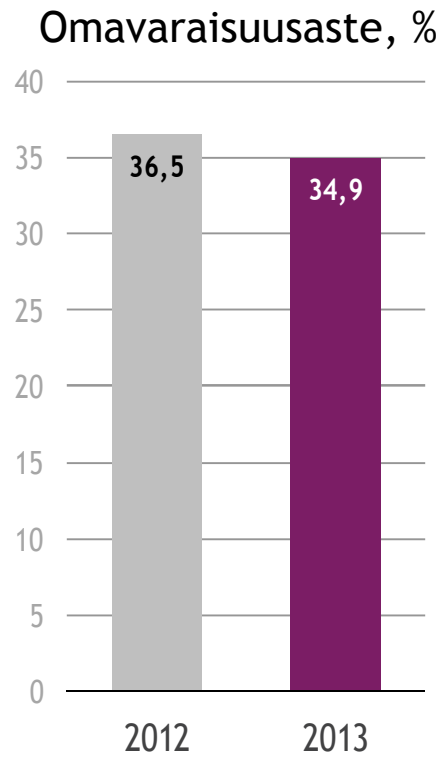


## Nettovelkojen jakauma

	Q4/2013
Rahoitusleasing	74,9
Yritystodistukset	35,0
Rahavarat	-12,3
<b>Yhteensä</b>	<b>97,6</b>

# Tunnuslukuja

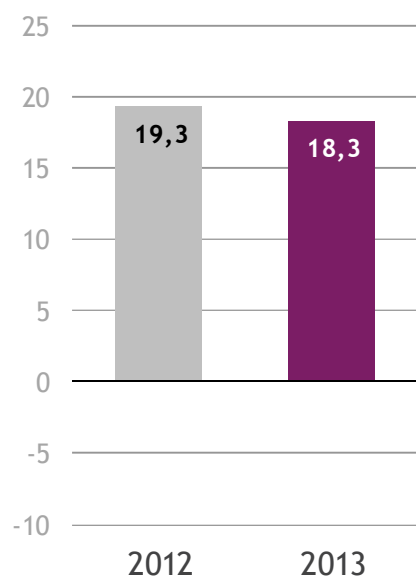
IFRS



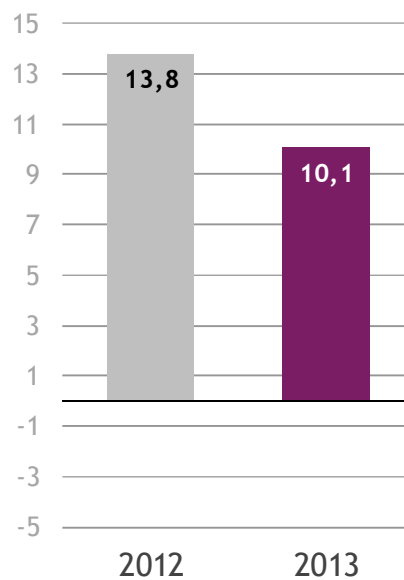
# Tunnuslukuja

IFRS

Oman pääoman tuotto, %

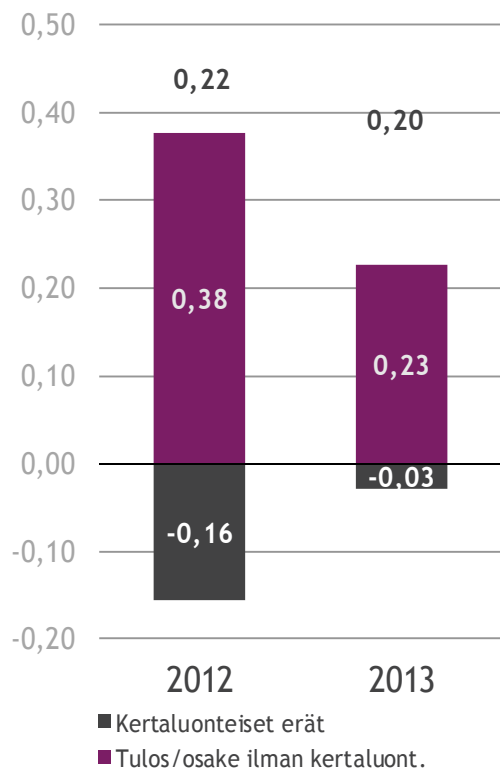


Sijoitetun pääoman tuotto, %





# Tulos/osake ja oma pääoma/osake



# Tase (konsernitase ja emoyhtiön tase)

Konsernitase, IFRS	Q4 2013	Q4 2012
Aineettomat hyödykkeet	112,9	118,2
Aineelliset kom-hyödykkeet	86,3	41,3
Osuudet osakkuusyrittäistä	25,5	31,3
Vaihto-omaisuus	1,4	0,7
Saamiset	34,3	36,4
Rahavarat	12,3	17,1
<b>Vastaavaa</b>	<b>272,8</b>	<b>245,1</b>
Oma pääoma	90,4	84,0
Pakolliset varaukset	4,2	0,5
Eläkevelvoitteet	2,6	3,0
Korolliset velat	109,9	79,4
Korottomat velat	51,9	63,5
Lyhytaikaiset saadut ennakot	13,7	14,8
<b>Vastattavaa</b>	<b>272,8</b>	<b>245,1</b>

Emoyhtiön tase, FAS	Q4 2013	Q4 2012
Aineettomat hyödykkeet	4,0	3,0
Aineelliset hyödykkeet	2,8	2,8
Sijoitukset saman konsernin yrityksissä	419,5	519,6
Muut sijoitukset	10,2	11,2
Saamiset	27,8	29,2
Rahavarat	6,8	7,4
<b>Vastaavaa</b>	<b>471,1</b>	<b>573,2</b>
Oma pääoma	393,9	478,0
Pakolliset varaukset	0,2	0,2
Pitkäaikainen vieras pääoma	1,6	1,8
Lyhytaikainen vieras pääoma	75,4	93,2
<b>Vastattavaa</b>	<b>471,1</b>	<b>573,2</b>

# Voitonjakoehdotus

Hallituksen ehdotus varsinaiselle yhtiökokoukselle 20.3.2014

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2013 olivat 23 905 611 (8 014 054) euroa. Tilikauden päättymisen jälkeen yhtiön taloudellisessa asemassa ei ole tapahtunut olennaisia muutoksia.

Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilivuodelta 2013 maksetaan pääoman palautusta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta 0,10 euroa (osinko 0,10 vuonna 2012) osaketta kohden.

Tilinpäätöshetken, 31.12.2013, osakkeiden lukumäärän perusteella pääomanpalautuksen määrä on yhteensä 7 548 685 (2012 osinko 7 548 685) euroa.

Lisäksi hallitus esittää yhtiökokoukselle valtuutusta päättää lisäpääoman palautuksesta maksimissaan 0,10 euroa/osake.



# Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Kai Telanne



LIVING INFORMATION



# Alma Median strategiset teemat 2013-2015

## 1. JULKAISUTOIMINNAN KEHITTÄMINEN

Monimediaisen julkaisutoiminnan kassavirran varmistaminen ja tuottavuuden parantaminen toimintatapoja kehittämällä ja alan yhteistyötä edistämällä.

Painotoiminnan investointien hyödyntäminen ja jakelun tehokkuuden varmistaminen.

## 2. DIGITAALISTEN PALVELUIDEN KASVATTAMINEN

Digitaalisen palveluliiketoiminnan kasvattaminen ja kehittäminen.

Hankittujen ulkomaisten liiketoimintojen integroiminen osaksi Almaa ja kansainvälisen kasvun kiihdyttäminen.

## 3. KETTERÄ KONSERNI

Strategisen joustavuuden ja tehokkuuden lisääminen. Johtamisen ja erityisesti digitaalisen liiketoiminnan osaamisen kehittäminen.

Tietojärjestelmien kehittäminen vastaamaan muuttuvia tarpeita.

# Strategian eteneminen Q4 2013

## PRINTIN UUSI ELÄMÄ

- ✓ IL-Media lanseerasi Fiidi.fi:n.
- ✓ Kauppalehdessä kehitettiin voimakkaasti mobiilikanavia; mm. Windows 8 -tableteille suunnitellun sovelluksen lanseeraus.
- ✓ Aamulehden maksullisen digitaalisen Premium-sisällön hanke tuotantoon tammikuussa.
- ✓ Pohjolan Sanomat muuttui painettuna viisipäiväiseksi. Vuoden alusta Pohjolan Sanomien verkkopalveluihin lisättiin maksullinen Premium-sisältö.
- ✓ Aamulehden mobiilisivuille näkyvä kasvojenkohotus. Sama uudistus viedään muihin Alma Aluemedian lehtiin alkuvuodesta.
- ✓ Aamulehden uudistusprojekti eteni.

## DIGITAALISET PALVELUT KASVUUN

- ✓ Yleisökohdennetun verkkomainnan palvelu Almascope lanseerattiin markkinoille.
- ✓ Telkku lanseerasi uudet mobiilisovellukset Androidille, iOS:lle ja Windowsille.
- ✓ Etuovi otti betakäyttöön uuden, responsiivisen mobiilisivuston
- ✓ Monsterin Puolan, Unkarin ja Tsekin toiminnot liitettiin osaksi Alma Mediaa
- ✓ Monster kaupallisti Teamio -rekrytointijärjestelmän Suomessa
- ✓ Tau-online lanseerasi virtuaaliset rekrytointimessut

## KETTERÄ KONSERNI

- ✓ Google Analytics Premium-analytiikkajärjestelmä otettiin käyttöön.
- ✓ Kannustinjärjestelmä uusittiin.
- ✓ Strategian suunnitteluprosessia uudistettiin.
- ✓ Uusi mobiilimainonnan jakelujärjestelmä otettiin käyttöön.

# Printin uusi elämä



LIVING INFORMATION



# Aamulehden uudistusprojekti etenee

- Aamulehti tabloidikokoon 1.4.2014
- Lehden uutiskäsitys, ulkoasu ja osastorakenne uudistuvat vastaamaan tulevaisuuden tarpeita ja tyyliä - ei siis pelkkä formaattimuutos.
- Sivukoon pienentyessä lehti ei kutistu sisällöltään, vaan kasvaa ja saa tyylikkäämmän kokonaisilmeen.
- Ilmoittajille runsaasti uusia mahdollisuuksia.
- Lehti uudistus nivoutuu Aamulehti.fin uudistukseen, jossa verkon uutistarjonta kasvaa ja tilaajille avautuu laajennettu sisältöpaketti.
- Sanomalehden roolina olla miellyttävä ja toimiva kokonaiselämys. Uutta lehteä luetaan, ei selailta.

## Aamulehden lehti uudistus

- 1) Aamulehti
- 2) Päivittäin kaksi osaa
- 3) ”Supersunnuntai” eli Sunnuntain Aamulehti
- 4) Uusi liitemuoto Mini





# Alma Aluemedian Premium - maksullista sisältöä verkkosivuille

- Premium-malli otettiin Aamulehdessä käyttöön tammikuussa 2014.
- Tavoitteena merkittävät lisätuotot digisisältömyynnistä ja printin levikin laskun kattaminen sillä parin vuoden kuluessa.
- Projekti teknisesti lähes ongelmaton. Kävijämäärät onnistuttu lähes säilyttämään.
- Premium-malli seuraavaksi käyttöön Kainuun Sanomissa maaliskuussa 2013.
- Valmisteilla Alma Aluemia-tasoiset alusta- ja kumppaniratkaisut.



**Paratipaikalle Pyhäjärven rantaan voi tulla uusi asuinalue, jos puhdistamo siirtyy Viinikanlahdelta**

Pirkanmaa 2.2. | 11:49

Tampereen kaupunginvaltuuston on tarkoitus tehdä pian suuri periaatepäätös. Pitäisikö 257 miljoonaa euroa maksava keskusjätevedenpuhdistamo rakentaa Tampereen Sulkavuoreen?

★ MAKSULLINEN JUTTU



**Miksi Thaimaan oppositio pelkää Shinawatroja?**

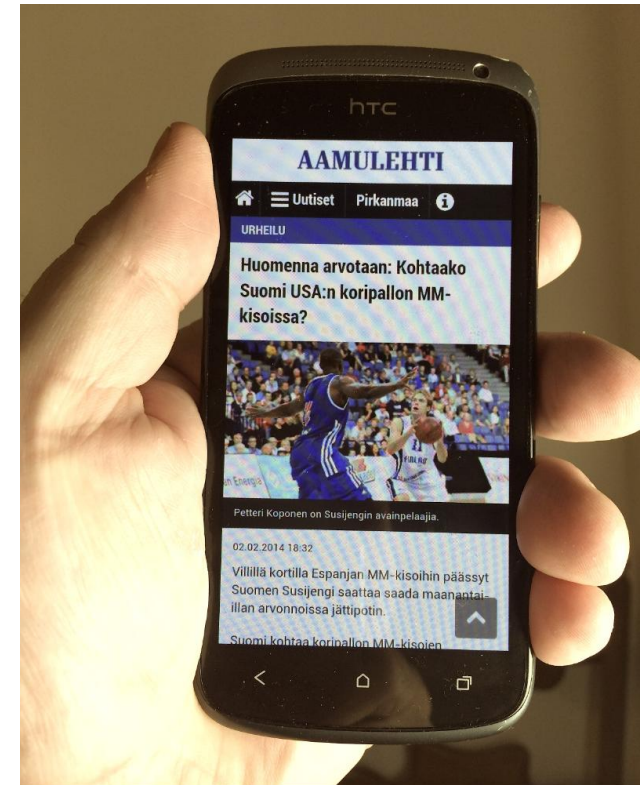
Ulkomaat 2.2. | 11:09

Thaimaan poliittista pättitilannetta yritetään selvittää sunnuntaina äänestämällä. Mutta ratkaisevatko vaalit mitään?

★ MAKSULLINEN JUTTU

# Aamulehden mobiiliuudistus

- Aamulehti lanseerasi uudistetut mobiilisivut joulukuussa 2013.
- Tavoitteena lisätä mobiilisivujen houkuttelevuutta ja sitä kautta kävijämääriä ja mediamyyntiä.
- Kertyneiden kokemusten perusteella julkaistaan myös Lapin Kansan, Pohjolan Sanomien ja Satakunnan Kansan uudistetut mobiilisivustot alkuvuodesta 2014.
- Lisäksi kehitteillä maksullisen sisällön tuominen mobiiliin.



# Kauppalehdessä kehitettiin voimakkaasti mobiilikanavia



- Esiasennukset Nokian 1020 ja 1520-puhelimissa
- Kampanjayhteistyö 2520-tabletissa
- Windows 8 -tableteille suunnitellun sovelluksen lanseeraus.



# IL-Median fiidi.fi markkinoille




- IL-Media tarjoaa ensimmäisenä suomalaisille palvelun, jossa julkaisupäätös pohjautuu siihen, miten valmiita ihmiset ovat sisältöä jakamaan.
- Fiidistä löytyy netin hauskin, koskettavin ja jaettavin sisältö yhdestä palvelusta.
- Tarjoaa mainostajalle monia mahdollisuuksia.
- Esikuvana palvelusta on USA:ssa ja UK:ssa julkaistava [www.buzzfeed.com](http://www.buzzfeed.com).

**UUTTA!**  
**fiidi.fi**

8 ärsyttävää tapaa - teetkö sinäkin näin? 14.43   
Nämä lauseet saavat kielipolliisin näkemään punaista 14.25 




ILTRENTI.fi Etusivu Uutiset Urheilu Viihde Sää IL-TV Terveys Rakkaus & seksi Nainen Työli.com Asuminen Perhe Ruoka Matkailu Autot Digi Fidi.fi

**TUOREIMMAT**

8 ärsyttävää tapaa - teetkö sinäkin näin? 14.43   
Nämä lauseet saavat kielipolliisin näkemään punaista 14.25   
Testi kirjjanörteille: Mikä maailmankirjallisuuden klassikko? 14.24   
Koulukaverit kokosivat rivinsä: Kiusattu 6-vuotias koki liikuttavan yllätyksen 14.23  
17 asiaa, joista nykytenavilla ei ole hajuakaan 14.16  
Näitä naisia meidän tulisi oikeasti ihaillla 14.15

13 ohjetta wannabe-julkkikselle

**LUETUIMMAT JUURI NYT**

16 rasittavaa FB-tyyppiä - kuka heistä sinä olet?   
8 ärsyttävää tapaa - teetkö sinäkin näin?   
13 ohjetta wannabe-julkkikselle 

Kävijämäärät kasvaneet voimakkaasti:  
viikolla 4 608 203 eri kävijää  
→ kasvu 44 % vuoden alusta

# Digitaaliset palvelut kasvuun

LIVING INFORMATION



# Telkku.comin uudet mobiilisovellukset

- Uudet sovellukset iPhone, Android ja Windows Phone -puhelimille joulukuussa 2013.
- Sovelluksella voi katsoa yli 100 kanavan ohjelmatiedot.
- Maksullisen nauhuripalvelun tilaajat voivat myös tallentaa ja katsoa suosikkiohjelmiaan ajasta ja paikasta riippumatta.
- Tammikuun loppuun mennessä noin 30 000 käyttäjää.



# Etuovi.comille betakäyttöön responsiivinen mobiilisivusto

## ETUOVI.com

m.ETUOVI.com BETA Täysversio >

Etuoven mobiilisivusto on uudistunut, innostaitko vai inhositko?  
Siirry aiempaan mobiilisivustoon

Asunnot

Kunta, kaupunginosa tai katuosoite

**Asuntotyyppi**  
Kaikki

**Hinta**  
000 €

**Huoneluku**  
1 2 3 4 5 5+

Näytä lisää hakuehtoja

Hae 44431 >

Etsi sinua lähinnä olevat kohteet.

Haetaan lähimmät asunnot >

**KAUPALEHTI Tietopalvelut ALYPUHELMISSA JA TABLETISSA!**

**Uutta Etuovi.comissa:**

m.ETUOVI.com BETA Täysversio >

Hauilla löytyi **3 345** asuntoa

Muokkaa hakua

Sijainnin mukaan aakkosten lopusta

**Puronityntie 27 Östersundom Helsinki**  
Omakotitalo 6h,k, s,kph/wc, 2 x wc  
Koko 219m<sup>2</sup>  
Hinta 519 000 €

**Längörintie 42 Östersundom Helsinki**  
Rivitalo 7h, k, s, kph, khh, parveke, terassi,  
Koko 204m<sup>2</sup>  
Hinta 449 000 €

**Huhtatie 6 Ylä-Malmi Helsinki**  
Rivitalo 3h, k, s  
Koko 79m<sup>2</sup>  
Hinta 240 000 €

m.ETUOVI.com BETA Täysversio >

Hakutuloksiin Kohde 2 / 3345

**Rivitalo, 7h, k, s, kph, khh, parveke, terassi, varasto, 204m<sup>2</sup> | 449 000 €**  
Östersundom, Helsinki, Längörintie 42

Katso kaikki kuvat >

Ainutlaatuisella paikalla Kappelin rannassa, erittäin tilava ja avara rivitaloasunto. Muunneltavissa oleva pohjaratkaisu tarjoaa mahdollisuudet moneen isollekin perheelle. Rauhallinen ja luonnonkaunis ympäristö suojelualueen ja kulttuurihistoriallisen alueen kupeessa, kuitenkin vain 10 minuutin ajomatkan päässä Itäkeskuksen kattavien palveluiden luota. Pieni ja hyvin hoidettu yritys. Harvoin tarjolla! Lisätiedustelut ja -kuvat: [www.kiinteistömaailma.fi/1116993](http://www.kiinteistömaailma.fi/1116993)

**Kohdetta myy**  
Kiinteistömaailma | Asuntocolumbus Oy LKV Vuosaari  
Kauppakeskus Columbus, 00980 HELSINKI  
(09) 8563 5020

Ota yhteyttä

**Esittelyaika**  
su 26.01.2014 12:00 - 12:40  
044 581 0978

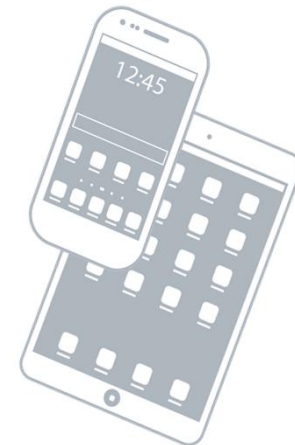
Varaa esittelyaika

**Perustiedot**

Kohdenumero: 1116993

Sijainti: Längörintie 42 00890 HELSINKI, Östersundom, Helsinki

+60%  
kasvu selainmäärissä  
2014 vrt. 2013



# Almascope: Big Data hyötykäyttöön

- Markkinointipalvelu Almascope lanseerattiin lokakuussa 2013.
- Yleisökohdennetuille kampanjoille takuumäärä mainosnäyttöä halutussa ajassa ja laadukkaassa mediaympäristössä
- Mainostaja tavoittaa juuri oikean kohderyhmän Alman 6,5 miljoonan profiloituneen selaimen joukosta
- Monipuoliset yleisödataraportit kaikista Alman medioissa pyörineistä kampanjoista - kohdennetuista ja kohdentamattomista
- Almascope Yleisötutkalla mainostaja saa tietoonsa oman sivustonsa profiilit perustuen Alman keräämään tietokantaan verkostossamme kävijöiden käyttäytymisestä ja sosio-demografioista
- Markkinoilla Almascope on otettu hyvin vastaan



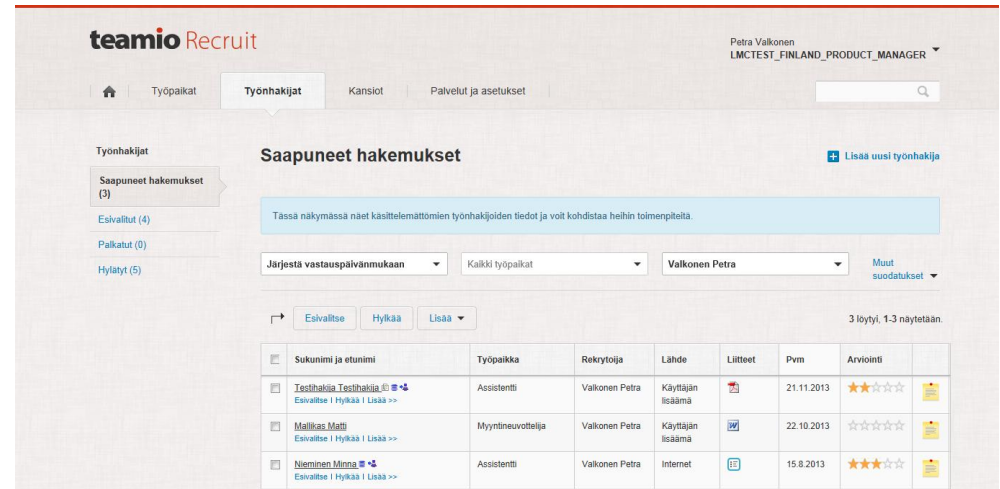


# Tau-online lanseerasi virtuaaliset rekrytointimessut



# Monster.fi uuden äärellä – Teamio Recruit

- TEAMIO on LMC:n (Tsekin tasavalta) rakentama helppokäyttöinen rekrytointijärjestelmä.
- Tuotetta kehitetty ja markkinoitu yli kuuden vuoden ajan.
- Monster aloitti TEAMION tarjoamisen Suomessa toukokuussa 2013.
- Uuden tuotteen myynti lähti kunnolla käyntiin vuoden 2013 viimeisellä neljänneksellä.



The screenshot shows the Teamio Recruit web application interface. The header includes the logo "teamio Recruit" and the user name "Petra Valkonen" with the role "LMCTEST\_FINLAND\_PRODUCT\_MANAGER". The main navigation bar has tabs for "Työpaikat", "Työnhakijat", "Kansiot", and "Palvelut ja asetukset". The "Työnhakijat" tab is active, showing a sidebar with filters for "Saapuneet hakemukset (3)", "Esvailutut (4)", "Palkatut (0)", and "Hylätyt (5)". The main content area is titled "Saapuneet hakemukset" and displays a table of job applications. The table has columns for "Sukunimi ja etunimi", "Työpaikka", "Rekrytoija", "Lähde", "Litteet", "Pvm", and "Arviointi". Three applications are listed:

Sukunimi ja etunimi	Työpaikka	Rekrytoija	Lähde	Litteet	Pvm	Arviointi
Testihakia Testihakia	Assistentti	Valkonen Petra	Käyttäjän lisäämä		21.11.2013	☆☆☆☆☆
Mallikas Matti	Myyntineuvottelija	Valkonen Petra	Käyttäjän lisäämä		22.10.2013	☆☆☆☆☆
Nieminen Minna	Assistentti	Valkonen Petra	Internet		15.8.2013	☆☆☆☆☆

monster®

teamio Recruit

LIVING INFORMATION

AL  
MA

# Alma Media laajensi yhteistyötään Monsterin kanssa

Alma Median urapalvelut laajentuivat kolmella uudella portaalilla.

+ monster.cz (Tsekin tasavalta)

+ monster.hu (Unkari)

+ monsterpolska.pl (Puola)

&

Monsterista tuli Alma Median rekrytointiportaalien vähemmistöosakas 15% osuudella.

Järjestely ei koske Alma Median vähemmistöosakkuuksia (Infostud Serbiassa ja Development Studio Bosnia-Herzegovinassa)

# Päivitetty strategia

- Alma Median strategia päivitettiin joulukuussa 2013.
- Rakennamme lisää valmiuksia, etsimme tehoa ja kiihdytämme kasvua digitaalisissa palveluissa ja mediassa.
- Tavoite 2020: 50% digitaalista liikevaihtoa.

## NELJÄ PAINOPISTETTÄ



# Tulevaisuuden näkymät

13.2.2014

Taloukasvun arvioidaan Euroopassa vähitellen vahvistuvan, mutta pysyvän Suomessa vielä heikkona vuoden 2014 ensimmäisellä puoliskolla. Mediamainonnan laskun arvioidaan hidastuvan ensimmäisen vuosipuoliskon kuluessa.

Alma Media arvioi, että vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto on vuoden 2013 vastaavan ajanjakson tasolla tai hieman tätä alempana. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan olevan välillä 9,0-10,5 milj. euroa. Vuoden 2013 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 151,2 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 10,1 milj. euroa.

# Kiitos! Kysymyksiä?

Seuraavat tapahtumat sijoittajakalenterissa:

- Yhtiökokous 20.3.2014
- Q1 tulos 29.4.2014