

Osavuositatsaus
1.1.—31.3.2001

ALMA | MEDIA

Press
Business
Broad- . Information
casting
Print



8
=7.073.399,030
Crossmedia
analyse
necessary
RELIABILITY



■ Alma Media osti 33 % Talentum Oyj:stä runsaalla 350 Mmk:lla. Tavoitteena on parantaa kummankin osapuolen kykyä parantaa palveluaan ja luoda uusia liiketoimintakonsepteja. BIG:n liikevaihto kasvoi 12 % 67 Mmk:aan (60 Mmk) ja liikevoitto kasvoi 50 % 15 Mmk:aan (10 Mmk).

■ Alpressin liikevaihto kasvoi 10 % 305 Mmk:aan (277 Mmk) ja liikevoitto kasvoi 50 % 30 Mmk:aan (20 Mmk). Alma Median lehdet ovat menestyneet keskimääräistä paremmin sekä levikkikehityksessä että kilpailussa ilmoitustuotoista. Erityisesti Iltalehden kannattavuus kehittyi myönteisesti.

■ Erityisesti televisiossa tapahtuvan kulutustavaramainonnan notkahdus tammi-helmikuussa (-20 Mmk) Suomessa ja yleinen televisiomainonnan väheneminen Ruotsissa sekä sen vaikutus TV4 AB:n tulokseen veivät Broadcasting-liiketoimintaryhmän tappiolle.

■ MTV Oy keventää kustannusrakennettaan ulkoistamalla toimintojaan ja ratioimalla toimintaprosessejaan. Toimenpiteet parantavat vuositasolla yhtiön kannattavuutta 30-40 Mmk ja ne näkyvät yhtiön kannattavuudessa vuoden viimeiseltä neljännekseltä lähtien.

■ Alprintin Raholan yksiköllä on edelleen käynnistämistä vaikeuksia. Yksikön johtamisresurssit on vahvistettu tilanteen nopeaksi korjaamiseksi.

■ New Media -liiketoimintaryhmän kasvu jatkuu vahvana. Erityisesti luokitellun ilmoittelun palvelut kasvavat nopeasti. New Media -liiketoimintaryhmän toiminnan painopistettä on viime vuoden lopulta lähtien siirretty kasvusta kohti nopeimmin kannattavuuttaan parantavia toimintoja.

■ Kaikkiaan Alma Media -konsernin panostukset digitaaliseen televisioon ovat kuluvana vuonna 25-30 Mmk. Pääosa näistä kustannuksista kohdistuu vuoden jälkipuoliskolle.

■ Konsernin muut tuotot, jotka muodostuivat mm. osakkeiden myyntivoitoista olivat vertailujaksolla yhteensä 13 Mmk. Nyt vastaavia muita tuotteita oli 8 Mmk, minkä lisäksi nyt konsernin satunnaiset kulut olivat 3 Mmk. Vertailujaksolla ei ollut satunnaisia kuluja.

Alma Media Oyj osavuositiedot tammi—maaliskuu 2001

Konsernin liikevaihto oli tammi—maaliskuussa 711 Mmk (712 Mmk). Konsernin liiketappio oli 45 Mmk (liikevoitto 23 Mmk). Pääasiassa TV:n mainosajan myynnin laskusta, ohjelmakustannusten noususta ja New Media -liiketoimintaryhmän panostuksista johtuen konsernin tulos oli tammi—maaliskuulta vertailujaksosta heikompi. Alpressin ja BIG:n liikevoitot kasvoivat selvästi. Konsernin liikevoitto koko vuodelta jää selvästi edellisvuotta alhaisemmaksi.

Markkinatilanne

Suomen talouden kasvuvauhti on hidastunut selvästi ensimmäisen vuosineljänneksen aikana, minkä johdosta mediamainonnan pitkään jatkunut kasvu on ainakin tilapäisesti pysähtynyt. Gallup Mainostiedon mukaan mediamainontaan käytetty markkamäärä laski tammi—maaliskuussa 1,3 % edellisvuoteen verrattuna. Sanomalehtimainonta oli lähes edellisen vuoden tasolla, -0,3 %, aikakauslehtimainonta kasvoi 4,7 %, internetmainonta kasvoi 27,4 % ja radiomainonta kasvoi 0,7 %. Televisiomainonta laski 9,8 %.

Suomessa televisiomainontaan käytetty markkamäärä jäi tammi—helmikuussa 32 Mmk eli 16 % edellisvuoden tammi—helmikuuta alhaisemmaksi. Kehitys on ollut samansuuntainen myös Ruotsissa. Alkuvuoden aikana erityisesti kulutustavaramainonta väheni merkittävästi televisiossa (-20 Mmk). Myös kaupan ryhmittymien mainonta ja luokiteltu mainonta vähenivät yhteensä yli 10 Mmk:lla. Maaliskuussa televisiomainonta kasvoi 1,1 % edellisvuoden maaliskuusta.

Internetmainonnan ja erilaisten verkkopalveluiden kasvu on jatkunut vahvana. Graafisen alan tuotteiden kysynnässä ei ole tapahtunut Suomessa eikä lähimarkkinoilla oleellisia muutoksia.

Muutokset konsernirakenteessa

Alma Median sanomalehtipainot siirrettiin vuoden alussa Alprint- liiketoimintaryhmästä Alpressiin. Vertailuvuoden luvut on saatettu vastaamaan nykyistä liiketoimintaorganisaatiota. Alma Media-konserni nosti omistussuosituksensa Oy Suomen Uutisradio AB:stä (Radio Nova) joulukuussa 2000 61 %:iin. Radio Novan liiketoiminta on sisällytetty vuoden alusta lukien Broadcasting-liiketoimintaryhmän lukuihin. Alma Media osti maaliskuun lopulla 33 % Talentum Oyj:n osakkeista. Talentum otetaan osakkuusyhtiönä huomioon Alma Media-konsernin tilinpäätöksissä huhtikuun alusta lukien.

Konsernin avainluvut

	1-3 2001	1-3 2000	1-12 2000
MMK			
Liikevaihto	711	712	2 880
Liikevoitto/-tappio	-45	23	93
-suhteessa liikevaihtoon, %	-	3,2	3,2
Voitto ennen satunnaisia eriä	-47	28	70
-suhteessa liikevaihtoon, %	-	3,9	2,4
Omavaraisuusaste, %	41	51	49
Gearing/Velkaantumisaste, %	92	41	52
Käyttöomaisuusinvestoinnit	401	58	222
Kokoaikainen henkilöstö keskimäärin	2 809	2 859	2 887
Tulos/osake, mk	-3,18	1,16	2,77

	1-3 2001	1-3 2000	1-12 2000
MEUR			
Liikevaihto	120	120	484
Liikevoitto/-tappio	-8	4	16
-suhteessa liikevaihtoon (%)	-	3,2	3,2
Voitto ennen satunnaisia eriä	-8	5	12
-suhteessa liikevaihtoon (%)	-	3,9	2,4
Käyttöomaisuusinvestoinnit	67	10	37
Tulos/osake (euro)	-0,53	0,20	0,47

Liikevaihto liiketoimintaryhmittäin, Mmk/Meur

	2001 3 kk	Meur	2000 3 kk	Meur	2000 12 kk	Meur
Alpress	305	51	277	47	1 159	195
BIG	67	11	60	10	252	42
Broadcasting	236	40	272	46	1 009	170
New Media	27	5	22	4	80	13
Alprint	119	20	126	21	497	84
Emoyhtiö	24	4	23	4	92	15
Konsernin sis. liikevaihto	-67	-11	-68	-11	-209	-35
Yhteensä	711	120	712	120	2 880	484

Liikevoitto/-tappio liiketoimintaryhmittäin (Mmk/Meur)

	2001 3 kk	Meur	2000 3 kk	Meur	2000 12 kk	Meur
Alpress	30	5	20	3	145	24
BIG	15	3	10	2	52	9
Broadcasting	-44	-7	3	1	10	2
Digitv-kehitys	-3	-1	0	0	0	0
New Media	-22	-4	-6	-1	-60	-10
Alprint	-10	-2	-3	-1	-29	-5
Emoyhtiö	-18	-3	-4	-1	-29	-5
Konsernikirj.	7	1	3	1	4	1
Yhteensä	-45	-8	23	4	93	16

Henkilöstö keskimäärin liiketoimintaryhmittäin

	2001 3 kk	2000 3 kk	2000 12 kk
Alpress	1 218	1 233	1 247
BIG	185	167	176
Broadcasting	583	629	623
New Media	195	79	106
Alprint	554	691	670
Emoyhtiö	74	60	65
Yhteensä	2 809	2 859	2 887
Lisäksi osa-aikaisia henkilöitä	1 320	1 275	1 349

Liiketoimintaryhmät

Alpress

Alpressin liikevaihto kasvoi runsaat 10 % 305 Mmk:aan (277 Mmk). Liikevaihdosta 43 % (47 %) muodostui ilmoitustilan myynnistä, 44 % (44 %) levikkimyyntistä ja 13 % (9 %) muusta myynnistä. Muusta myynnistä 26 Mmk oli konsernin ulkopuolista painomyyntiä. Alpressin liikevaihdon kasvusta 13 Mmk muodostui levikki-liikevaihdon kasvusta, 14 Mmk painotoiminnan liikevaihdon kasvusta ja runsaat miljoona markkaa ilmoitusliikevaihdon kasvusta.

Koko ryhmän maksulliset levikit olivat lähes 3 % vertailujaksoa suuremmat. Erityisesti Iltalehden levikki kehittyi suotuisasti ja se voitti selvästi markkinaosuutta iltapäivälehtimarkkinoilla.

Iltalehden irtonumerohinnan korotus ei hidastanut levikin kasvua. Ryhmän levikki-tuotot kasvoivat yli 10 %.

Alpressin lehtien ilmoitusliikevaihto oli noin prosenttisyksikön vertailujaksoa suurempi. Ryhmän lehtien kehitys oli hieman koko alaa positiivisempi. Painotoiminnan tulos kehittyi suotuisasti. Alpressin liikevoitto oli 30 Mmk (20 Mmk). Liikevoiton kasvuun vaikutti eniten Iltalehden ja Pohjois-Suomen maakuntalehtien hyvä kehitys.

BIG

Business Information Groupin liikevaihto kasvoi 12 % 67 Mmk:aan (60 Mmk). Erityisesti Kauppalehden ilmoitusliikevaihto sekä Kaupalehti Onlinen liikevaihto kehittivät suotuisasti.

Maaliskuun lopussa Alma Media osti yhteensä 33 % Helsingin Pörssissä noteeratusta Talentum Oyj:stä. Tavoitteena on tehostaa kummankin osapuolen kykyä parantaa palveluaan ja luoda uusia liiketoimintakonsepteja.

BIG:n liikevoitto kasvoi vertailukaudesta 50 % 15 Mmk:aan (10 Mmk). B-to-b-liiketoiminnan liikevaihto reagoi Alma Median liiketoiminnoista nopeimmin kansantalouden kasvun muutoksiin.

Broadcasting

Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevaihto laski 13 % 236 Mmk:aan (272 Mmk). Tämä johtui siitä, että MTV3-kanavan mainosajanyynty jäi tammi-helmikuussa 34 Mmk edellisvuotista alhaisemmaksi. Jättämästä kulutustavaramainonnan osuus oli 20 Mmk. Tässä ryhmässä elintarvikkeiden mainonta väheni yli 12 Mmk:lla ja kosmetiikan mainonta yli 3 Mmk:lla. Kaupan ryhmittymien mainonta väheni yli 6 Mmk:lla ja luokiteltu mainonta yli 5 Mmk:lla.

MTV3-kanavan ja TVTV!-kaapelikanavan katsojaosuudet ovat kehittyneet erittäin myönteisesti. Televisionkatselu kokonaisuudessaan väheni Suomessa kahdella minuutilla edellisvuoden ensimmäiseen neljännekseen verrattuna, ja tv:n katseluun käytettiin keskimäärin 3 tuntia 10 minuuttia (3 t 12 min) päivässä. MTV3-kanavan katseluaika säilyi ennallaan. MTV3:n katseluun lisäsivät edellisvuoden vastaavan ajankohtaan verrattuna lapset, 25-44-vuotiaat naiset, 45-64-vuotiaat miehet sekä suurhelsinkiäiset.

MTV3 kasvatti katseluosuuttaan viimevuotisesta. Ensimmäisen neljänneksen katselusta MTV3:n osuus oli 40,6 % (39,8 %) ja TVTV!:n 0,8% (-). MTV Oyj:n kanavien yhteinen katseluosuus nousi 41,4%:iin (39,8 %). Vahvin MTV3:n

osuus on edelleen nuorten ja 25-44-vuotiaiden naisten ryhmissä: nuorten 15-24-vuotiaiden katselusta MTV3 keräsi 43,5% ja aktiivi-ikäisten naisten katselusta 43,2 %. Yhdessä TVTV!:n kanssa osuudet olivat nuorilla 46,6 % ja naisilla 44,3 %.

MTV Oyj:n toiminnan tehokkuuden parantamiseen tähtäävät suunnitelmat käynnistettiin elokuussa 2000. Yhtiössä toteutettiin toimintoanalyysi, jolla selvitetiin toiminnan tehokkuutta ja kartoitettiin kehittämiskohteita. Vuositasolla kustannussäästöt ovat 30-40 Mmk. Säästöt vaikuttavat yhtiön kannattavuuteen kuluvan vuoden viimeiseltä neljännekseltä lähtien.

Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevoitto oli -44 Mmk (3 Mmk). MTV3-kanavan mainosajanyyntyä alentumisen lisäksi kannattavuuden heikkenemiseen vaikuttivat kohonneet ohjelmistokustannukset ja Ruotsin osakkuusyhtiön heikentynyt tulos. Ruotsin TV4 AB:n liikevaihto oli 574 (578) milj. Ruotsin kruunua ja sen voitto ennen veroja oli 8 (42) milj. kruunua. Liikearvopoiston jälkeen TV4 AB:n vaikutus MTV Oyj:n tulokseen oli -5 Mmk (1 Mmk). Alma Median 61 prosenttisesti omistaman Radio Novan (Oy Suomen Uutisradio Ab) liikevaihto oli 11 Mmk (12 Mmk) ja liiketappio -3 Mmk (-3 Mmk). Panostukset kaapelikanava TVTV!:een olivat 7 Mmk (7 Mmk).

New Media

New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto kasvoi 23 % 27 Mmk:aan (22 Mmk). Liikevaihdon kasvu oli erityisen voimakasta luokiteltujen palveluiden (mm. Jobline ja DIME) osalta (100 %).

Liiketoimintaryhmän liiketappio oli -22 Mmk (-6 Mmk). Liiketappion kasvusta 14 Mmk muodostui vertailujakson jälkeen käynnistetyistä hankkeista, jotka eivät vielä ole saavuttaneet tavoiteltua kannattavuustasoa.

New Media -liiketoimintaryhmän toiminnan painopistettä on viime vuoden lopulta lähtien siirretty kasvusta kohti nopeimmin kannattavuuttaan parantavia toimintoja.

Alprint

Alprintin liikevaihto laski 6 % 119 Mmk:aan (126 Mmk). Kuluvaan vuoden liikevaihdosta 22 Mmk oli välitysmyyntiä Alpressin sanomalehtirotatioille. Liikevaihdosta viennin osuus oli 64 Mmk (58 Mmk). Viennistä suuntautui Skandinaviaan 57 % (63 %) ja 37 % (30 %) Venäjälle.

Alprintin heatset tuotanto keskitettiin Tampereen Raholaan vuoden 2000 aikana. Tämä runsaan 400 Mmk:n vuosiliikevaihtoon yltävän tuotantoyksikön täyteen toimintakuntoon saattaminen on aiheuttanut ennakoitua suurempia kustannuksia, mikä vuoksi Alprintin liiketappio muodostui vertailujaksoa suuremmaksi.

Kannattavuuden parantamiseksi ja positiivisen kehityksen vauhdittamiseksi on yksikön toiminnallisia resursseja vahvistettu.

Tase

Konsernin taseen loppusumma oli maaliskuun lopussa 2 874 Mmk (2 539 Mmk). Omavaraisuusaste oli maaliskuun lopulla 41 % (49 % 31.12.2000) ja oma pääoma osaketta kohti oli 69,76 mk (75,73 mk 31.12.2000).

Investoinnit ja rahoitus

Konsernin investoinnit olivat yhteensä 401 Mmk (58 Mmk). Investoinneista runsaat 350 Mmk kohdistui maaliskuun lopulla 2001 pörssin kautta hankittuihin Talentum Oyj:n osakkeisiin. Muut katsausjakson aikana suoritettavat investoinnit olivat normaaleja ylläpito- ja korvausinvestointeja.

Konsernin likvidit varat olivat maaliskuun lopussa 76 Mmk (112 Mmk). Korollisia velkoja oli yhteensä 1 090 Mmk (611 Mmk) ja nettovelkaantumistaso (gearing) oli 92 % (52 % 31.12.2000). Korollisten velkojen kasvu johtuu pääasiassa lyhytaikaisella vieraalla pääomalla rahoitetuista Talentum Oyj:n osakkeiden ostoista.

Henkilöstö ja hallinto

Konsernin keskimääräinen henkilövahvuus oli jakson aikana 2 809 (2 859). Lisäksi palveluksessa oli 1 320 (1 275) osa-aikaista työntekijää. Vertailujaksoon nähden henkilöstö on vähentynyt voimakkaimmin Alprintissa ja Broadcasting-liiketoimintaryhmässä.

Alma Media Oyj:n varsinainen yhtiökokous päätti 20.3.2001 pitämässään kokouksessa valita hallituksen jäseniksi uudelleen kolmivuotiskaudeksi erovuorossa olleet toimitusjohtaja Bengt Braunin, vuorineuvos Matti Kavetvuon ja varatoi-

mitusjohtaja Jonas Nyrénin. Hallituksen jäsenyydestä eroa pyytäneiden toimitusjohtaja Pekka Ala-Pietilän ja vuorineuvos Olli Reenpään tilalle hallitukseen ei valittu uusia jäseniä.

Yhtiökokous päätti hallintoneuvoston jäsenmääräksi 13. Hallintoneuvoston erovuoroinen jäsen pääjohtaja Asmo Kalpala valittiin uudelleen. Uutena jäsenenä hallintoneuvostoon valittiin johtaja Thomas Axén. Henkilöstön edustajina hallintoneuvostossa ovat Kari Asikainen, Asko Haapaniemi ja Pekka Niemiahho.

Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajiksi KPMG Wideri Oy Ab:n ja tilintarkastaja Mauri Palvin, KHT. Yhtiökokous päätti hallituksen esityksen mukaisesti vuodelta 2000 maksettavan osingon määräksi 2,50 markkaa osakkeelta. Osingon maksupäivä oli 30.3.2001.

Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen toimitusjohtaja Bengt Braunin ja varapuheenjohtajaksi varatoimitusjohtaja Kari Stadighin.

Osake

Jakson aikana Helsingin Pörssissä vaihdettiin 398 000 (606 000) I-sarjan osaketta ja 751 000 (2 631 000) II-sarjan osaketta. Jakson aikana Fidelity Investment Limited ilmoitti, että sen omistusosuus Alma Media Oyj:n osakkeista nousi yli 5 %:n. Otava-Yhtyneet-konsernin omistusosuus Alma Media Oyj:n osakkeista ja äänistä laski maaliskuussa alle 5 %:n rajan. Vastaavasti Sampo-Leonia-konsernin omistusosuus Alma Media Oyj:n osakkeista ja äänistä nousi yli 5 %:n rajan ja Bonnier AB:n omistusosuus osakkeista ja äänistä kohosi 33 %:iin.

GLOBAL
Local
PRESS
News
photography
Brand



