

# Sanoma News median ja talouden murroksessa

Toimitusjohtaja Mikael Pentikäinen  
Sanoma News

Danske Bank 3.9.2009



# Agenda

- Sanoma ja Sanoma News
- Mainosmarkkinan nykytila
  - Sanoma News median murroksessa
- Vastauksemme haasteisiin
  - Resurssilähtöinen strategia
  - Jatkuva uuden kehittäminen
  - Toiminnan tehostaminen

# Tämän päivän suuret kysymykset

1. Miten pitkä ja syvä on nykyinen taantuma?
2. Minkälainen on tuleva nousu?
3. Miten talouskriisi vaikuttaa konvergenssikehitykseen?
4. Miten printin mediatuotot palaavat talouden kääntyessä?
5. Miten tämä vaikuttaa sanomalehtien liiketoimintaan?



# Sanoma ja Sanoma News

# Pohjoismaiden suurimmat viestintäyritykset

Liikevaihto, milj. euroa

2008

1. Bonnier AB	Ruotsi	3 078
<b>2. Sanoma</b>	<b>Suomi</b>	<b>3 030</b>
3. Schibsted A/S	Norja	1 671
4. Egmont	Tanska	1 565
5. MTG	Ruotsi	1 369
6. A-pressen	Norja	594
7. Carl Allers Etablissement	Tanska	577
8. NRK	Norja	529
9. Danmarks Radio	Tanska	493
10. JP Politikens Hus	Tanska	477

Lähteet: vuosikertomukset, tilinpäätöstiedotteet.

# Sanoma-konserni

Laaja portfolio auttaa vaikeassa suhdannetilanteessa



## Sanoma

Liikevaihto 3 030,1 milj. €  
Liikevoitto 236 milj. €  
Henkilöstö 21 329 \*



Liikevaihto 1 247 milj.€  
Liikevoitto 86 milj.€  
Henkilöstö 6 280

### Aikakauslehdet

- Kuluttaja-aikakauslehdet
- Erikoiskustantaminen
- Yritysjulkaisut

### Verkkoliiketoiminta



Liikevaihto 475 milj.€  
Liikevoitto 57 milj.€  
Henkilöstö 2 808

### Sanomalehdet

- Helsingin Sanomat
- Ilta-Sanomat
- Taloussanomat.fi
- Maakunta- ja paikallislehdet
- Kaupunkilehdet

### Painaminen

Yrityksille suunnattu informaatio ja palvelut

- Lehtikuva
- Esmerk

### Verkkoliiketoiminta



Liikevaihto 157 milj.€  
Liikevoitto 17 milj.€  
Henkilöstö 526

### Tv ja radio

- Nelonen Media
- Radio Rock
- Radio Aalto

### Maksu-tv ja laajakaistainternet

- Welho

### Verkkoliiketoiminta



Liikevaihto 390 milj.€  
Liikevoitto 46 milj.€  
Henkilöstö 3 221

### Oppiminen

- Malmberg
- Nowa Era
- NTK/Perfekt
- WSOY Oppimateriaalit
- Van In
- Young Digital Planet

### Kielipalvelut

- AAC Global

### Kustantaminen

- Yleinen kirjallisuus
- Bertmark
- WS Bookwell
- Kirjakeskus



Liikevaihto 867 milj.€  
Liikevoitto 45 milj.€  
Henkilöstö 8 396

### Kioskikauppa

- Suomessa, Virossa, Latviassa, Liettuaassa, Romaniassa ja Venäjällä

### Lehtijakelu

- Hollannissa, Suomessa, Virossa, Latviassa, Liettuaassa, Romaniassa ja Venäjällä

### Kirjakauppa

- Suomalainen Kirjakauppa

### Elokuvatoiminnot

# 89% Newsin liikevaihdosta painetusta sanasta

## Sanoma News' Revenue Structure

	2009/H1	2003
Print advertisers	40 %	49 %
Print readers*	43 %	42 %
E-sales	11 %	4 %
Others	6 %	5 %

\* Circulation and newsstand sales together

## International peers

	2008	2003
Print	80-97 %	90-99 %
Online	3-20 %	1-10 %

Source: PwC, 2009

# Suomen suurin mediatalo

- Helsingin Sanomat on Pohjoismaiden suurin sanomalehti. Ilta-Sanomat on Suomen toiseksi suurin sanomalehti.
- Helsingin Sanomat on Suomen johtava mainosmedia - vuosittain julkaistaan yli 500 000 mainosta.
  - Helsingin Sanomien (lehti+verkko) osuus Suomen koko mediamarkkinasta on noin 11 %.
- Sanoma Newsin yhteenlasketun printtimainonnan osuus oli
  - lähes 33% koko sanomalehti- ja kaupunkilehtimainonnasta (n. 687 M€) ja
  - **yli 15 % koko mediamarkkinasta (n. 1,5 mrd€)**



Luvut vuodelta 2008

# Suomen johtava online-toimija

- Sanoma Newsin kahdeksan verkkosivustoa TOP 30 -sivustojen joukossa.
- TOP 30 -sivustojen kävijämääristä Sanoma Newsin sivustojen osuus on 23,9%.
  - #2 Microsoftin osuus 19%
  - #3 Alma Median osuus 18,5%



## WEB UNIQUE VISITORS

WEEKS 27-31/2009		WEEKS 27-31/2008	
	UV's		UV's
1. Iltalehti	1 563 898	1. <b>Ilta-Sanomat</b>	1 218 988
2. <b>Ilta-Sanomat</b>	1 485 319	2. Iltalehti	1 208 801
3. MTV3	1 290 426	3. MTV3	1 095 377
4. Suomi24.fi	1 159 000	4. Suomi24.fi	1 053 243
5. Windows Live (pl. Messenger)	1 100 771	5. MSN/Windows Live Messenger	956 129
6. <b>HS.fi</b>	1 023 429	6. <b>HS.fi</b>	837 780
7. YLE	960 046	7. YLE	798 461
8. MSN/Windows Live Messenger	948 619	8. MSN.fi	772 848
9. MSN.fi	849 071	9. IRC-Galleria	761 026
10. IRC-Galleria	745 029	10. Eniro.fi	526 711
11. NettiX	609 127	11. NettiX	491 494
12. Eniro	558 066	12. Telkku.com	452 698
13. Telkku.com	516 529	13. Plaza	450 990
14. Plaza	476 460	14. <b>Huuto.net</b>	402 295
15. <b>Taloussanomat</b>	445 542	15. Kauppalehti	328 760
16. Kauppalehti	437 529	16. Etuovi.com	307 822
17. <b>Huuto.net</b>	400 441	17. <b>Oikotie.fi</b>	286 039
18. Bing.com (suomenkielinen)	395 910	18. <b>Taloussanomat</b>	230 158
19. Etuovi.com	343 600	19. <b>Keltainen Pörssi</b>	183 186
20. <b>Oikotie.fi</b>	313 622	20. 020300200.com	177 538
21. Elisa	273 354	21. Suomen Yritysopas	162 316
22. 020300200.com	206 559	22. City.fi	150 451
23. Kaksplus	203 328	23. Afterdawn.fi	143 157
24. Vuodatus.net	194 567	24. Finnkino	134 373
25. Aamulehti	189 200	25. Webinfo.fi	134 989
26. <b>Vartti.fi</b>	187 747	26. Elisa.net etusivut	131 735
27. <b>Keltainen Pörssi</b>	182 773	27. Kuvake.net	125 104
28. Suomen Yritysopas	170 801	28. Riemurasia	124 374
29. <b>Hintaseuranta.fi</b>	150 425	29. Vertaa.fi	118 714
30. Afterdawn.fi	144 273	30. <b>Hintaseuranta.fi</b>	118 467
<b>Total TOP 30</b>	<b>17 525 461</b>	<b>Total TOP 30</b>	<b>13 884 024</b>
<b>Sanoma News' share of TOP 30</b>	<b>23,9 %</b>	<b>Sanoma News' share of TOP 30</b>	<b>23,6 %</b>

# Suomen johtava online-luokiteltujen toimija

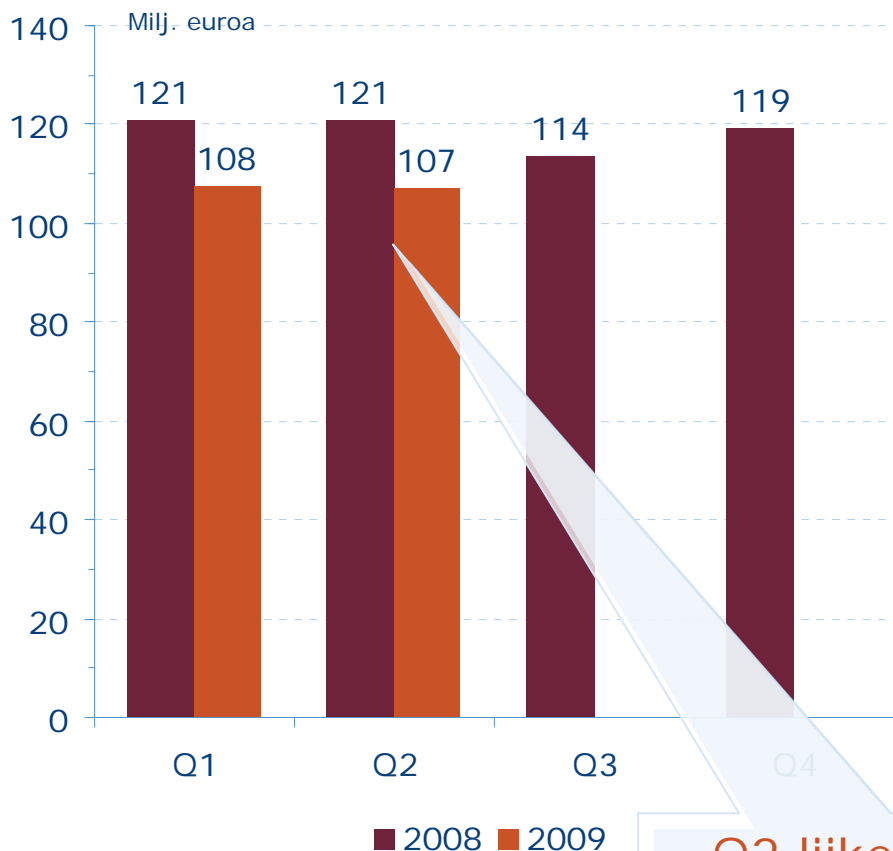
- Oikotie, Huuto.net, Keltainen Pörssi ja Hintaseuranta
- Huuto.net on Suomen suurin huutokauppasivusto, jolla on
  - yli 650 000 kpl tavaraa kaupan
  - yli 400 000 yksittäistä kävijää viikossa
  - lähes 1,3 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää
- Hintaseuranta.fi on Suomen suosituin hintavertailusivusto
- Uusia tuotteita: Rakentaja.fi
- Baltiassa merkittävä toimija: Auto24.ee ja Kuldnebors.ee



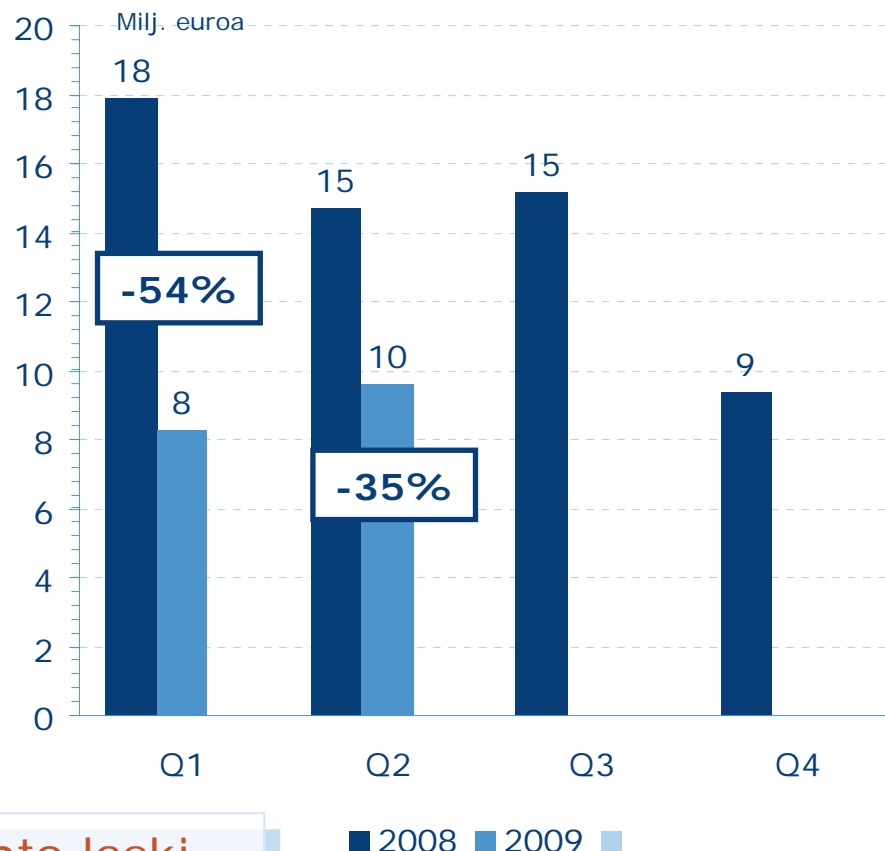
# H1 on ollut Sanoma Newsille haastava

Sopeutustoimet näkyvät tuloskehityksessä

## Liikevaihto



## Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä



Q2 liikevaihto laski neljännesvertailussa 12 prosenttia.

# Mainosmarkkinan nykytila

# Kohtaamme kaksi murrosvoimaa

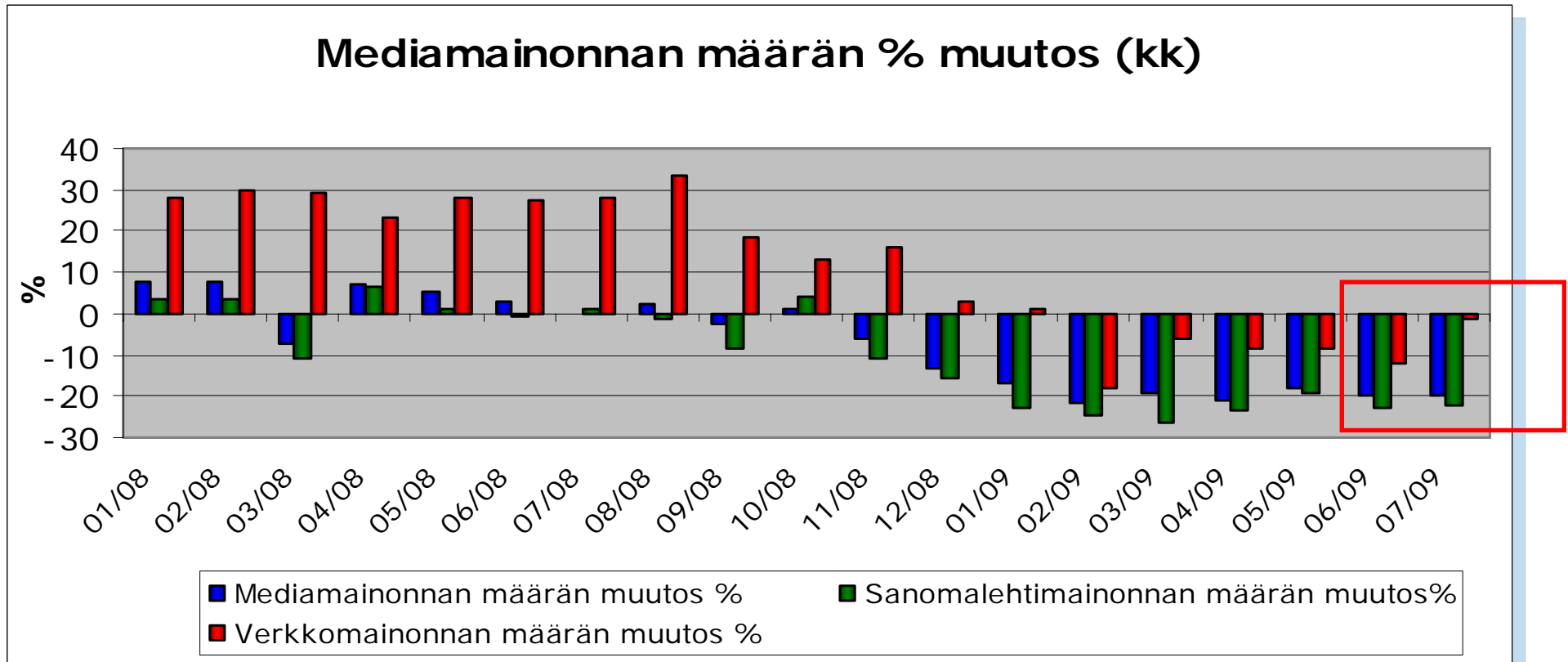
Yhteisvaikutuksesta on kokemuksia runsaan puolen vuoden ajalta

- Reaalitalouden finanssikriisi vaikuttaa erityisesti mediatuottoihin.
- Mediassa tapahtuva konvergenssi vaikuttaa liiketoiminnan rakenteisiin.
- Molemmat murrosvoimat avaavat vahvalle toimijalle paljon mahdollisuuksia.

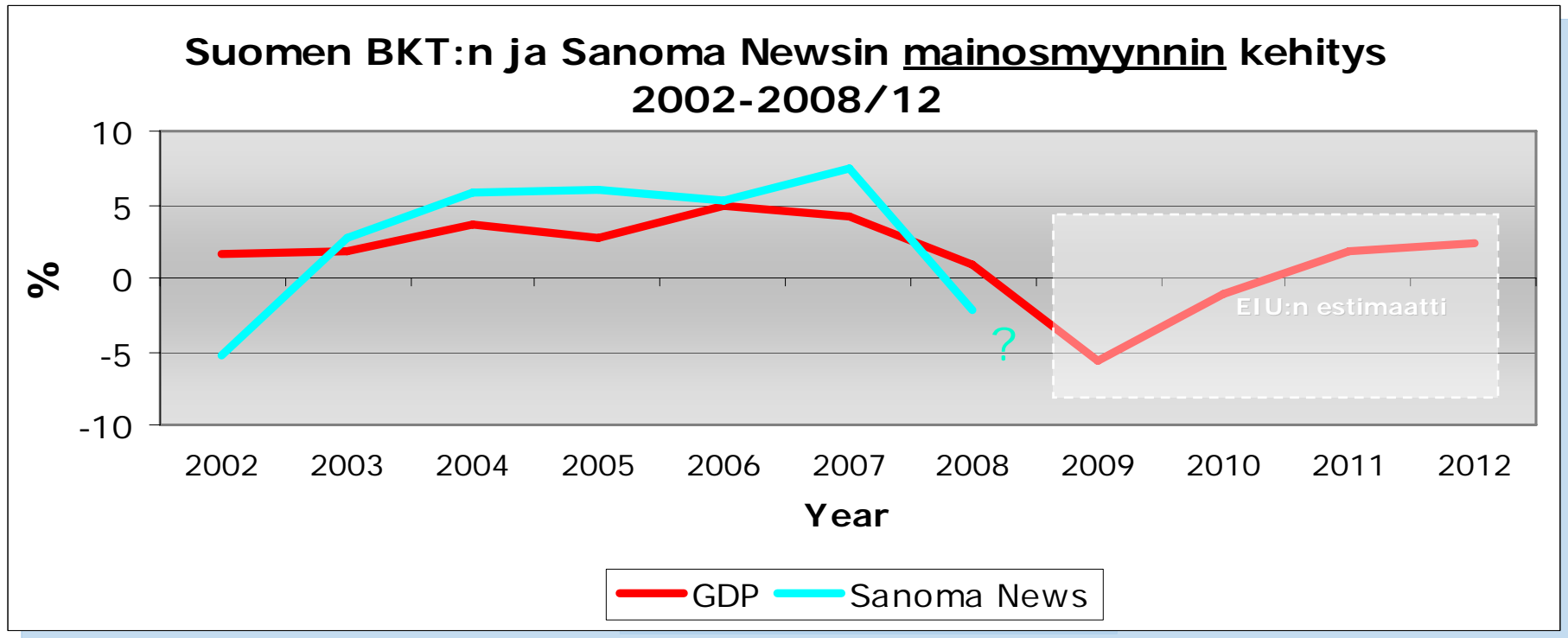


# Mediamainonta laskenut voimakkaasti 2009

Kesä ei vielä ole tuonut käännettä, mutta lasku on tasaantunut

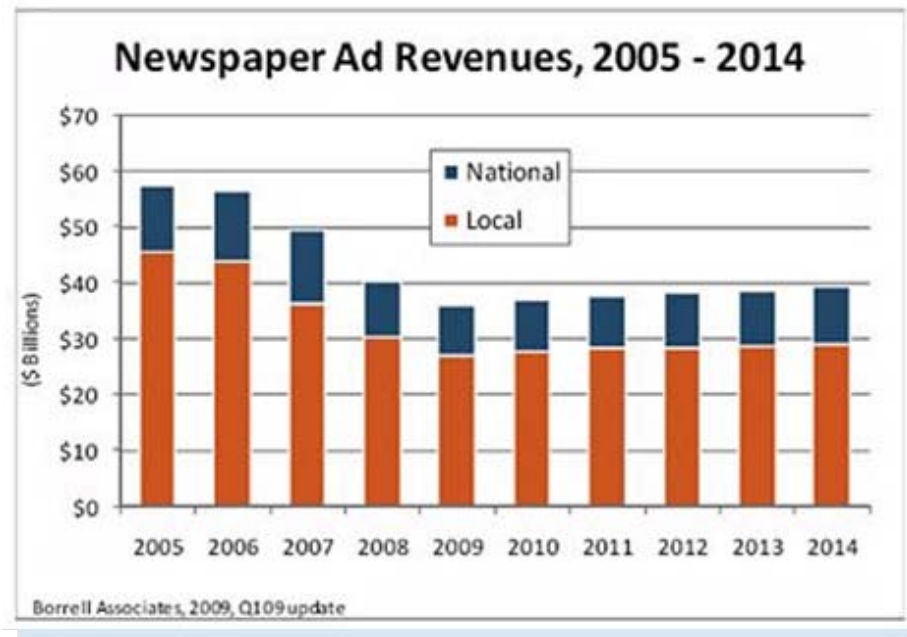


# Mainostuotot korreloivat BKT:n kanssa



# USA:ssa(kin) valoa tunnelin päässä

- Borrel Associatesin tuore ennuste uskoo USA:n sanomalehtimainonnan kääntyvän kasvuun ensi vuonna.
- Borrel näkee sanomalehtien olevan vahvoja erityisesti paikallisten mainostajien kontaktoinnissa, ja niillä on edelleen osaavaa myyntivoimaa.



# Vastauksemme haasteisiin

# Väärä johtopäätös!



"Printtimedia elää ja voi hyvin.  
Käy lukemassa koko juttu  
verkkosivustoltamme."

# Vastauksemme haasteisiin

1. Resurssilähtöinen strategia
2. Jatkuva uuden kehittäminen
3. Toiminnan tehostaminen

# Sanoma Newsin strategia

Strategisen ajattelumme kokonaiskuva



# Sanoma Newsin strategia

## Voimavarat ja menestyksen tekijät

**Sanoma Newsin perusta on sen voimavaroissa, joiden vaaliminen ja vahvistaminen luovat edellytykset menestymiselle:**

### **A. Terve ja avoin yrityskulttuuri**

Sanoma News menestyy alati muuttuvassa mediamarkkinassa vain, jos sen henkilökunta, johto ja asiakkaat luottavat toisiinsa ja itseensä.

### **B. Journalistinen osaaminen**

Sanoma Newsin liiketoiminta perustuu kiinnostavaan, luotettavaan ja arvokkaaksi koettuun sisältöön. Sen tekeminen edellyttää sitoutumista journalistiseen ja kaupalliseen sananvapauteen.

### **C. Tuotekehitysprosessin hallinta**

Sanoman tuotteet ja palvelut ovat osa ihmisten arkea ja säilyvät vahvassa roolissa vain, jos ne vastaavat ihmisten todellisia tarpeita ja mukautuvat niihin.

### **D. Myynnin ja markkinoinnin osaaminen**

Sanoman tuotteet ja palvelut ovat arvokkaita vain, jos niitä osataan myydä, markkinoida ja kehittää pitkäjänteisesti kohderyhmät tunnistaen.

### **E. Vahvat brändit**

Sanoman menestys on riippuvainen Sanoman kyvystä nähdä tuotteittensa ja palvelujensa maineen mahdollisuudet ja rajoitukset sekä kyvystä uudistaa ja vahvistaa brändejä.

# Kokonaistavoittavuus on ennätyskorkealla

## Sanoma Newsin tuotteet tavoittavat\*

- 70 % kaikista suomalaisista
- 92% uusimaalaisista
- 83% 20–29 vuotiaista
  - Netin ansiosta kokonaistavoittavuutemme on korkein ikäryhmässä 20–29 v.
  - Tilattavien sekä irtonumerolehtiemme tavoittavuus on korkein ikäryhmässä 50–59 v.\*\*



**HELSINGIN SANOMAT**

keltainen  
**PORSSI**



LEHTIKUVA OY 

**ILTA-SANOMAT**

**oikotie.fi**



**Huuto.net**



**esmerk**

**TALOUS  
SANOMAT**

**ETELÄ-SAIMAA**

**RADIO HELSINKI**   
HELMIÄ HELSINKILÄISILLE



# Levikit ja lukijamäärät pysyneet vakaina

Miljoonayleisöt ovat tarjolla edelleen jokaisena päivänä

Sanoma News' titles	KMT readership 2008	KMT readership H2-2007/ H1-2008	Change-%
Helsingin Sanomat	958 000	970 000	-1,2 %
HS Kuukausiliite	1 272 000	1 249 000	1,8 %
HS Nyt-liite	920 000	928 000	-0,9 %
Ilta-Sanomat	734 000	745 000	-1,5 %
IS Veikkaaja	187 000	178 000	5,1 %
IS Plus	547 000	562 000	-2,7 %
IS TV-lehti	175 000	178 000	-1,7 %
Etelä-Saimaa	76 000	75 000	1,3 %
Kouvolan Sanomat	72 000	72 000	0,0 %
Kymen Sanomat	66 000	65 000	1,5 %



*Kouvolan Sanomat onnistui jopa kasvattamaan levikkiään hieman vuonna 2008.*

# Sanomalehti on erittäin vahva mainosväline

Sanomalehtien osuus mainoskakusta ml. ilmaisjakelulehdet 46%

- Suomessa julkaistaan lähes 200 vähintään kerran viikossa ilmestyvää sanomalehteä, väkilukuun suhteutettuna maailman 3. eniten Norjan ja Japanin jälkeen.
- Päivälehdet tavoittavat keskimääräisenä päivänä **80 prosenttia yli 12-vuotiaista suomalaisista** ja 15–24-vuotiaistakin peräti 70 prosenttia.
- Sanomalehdillä on Suomessa **poikkeuksellisen vahva asema taktisena kanavana**. Sanomalehti tavoittaa merkittävän osan suomalaisista aamukahvipöydässä.



# Jatkuva kehitys menestyksen avain

- Mediamyynti:
  - Huippuluokan myynti- ja markkinointiosaaminen
  - Eri mainontaratkaisujen ja -kanavien yhteismyynti
  - Roolin vahvistaminen mainonnan arvoketjuissa
- Levikkimyynti:
  - Uudet printtiä ja verkkoa yhdistävät hybridituotteet (esim. HS24)
  - Uusia tapoja ansaita online- ja mobiilisisällöillä
  - Huippuluokan asiakaspalvelu
- Toimitukset:
  - Journalismin laatu, jatkuva tuotekehitys
  - Integroidut toimitukset
  - Kanavien hallinta, mahdolliset formaattimuutokset
  - Lukijoiden tuottaman sisällön (UGC) hyödyntäminen



# Jatkuvan kehitystyön satoa

- Ilta-Sanomien uudistuminen
- IS Plus uudistuminen
- Uusi Veikkaaja
- NYT-liitteen uudistuminen
- HS.fi 3.0
- Ilta-Sanomien ja Helsingin Sanomien superdeskit
- Uutislehti 100:n ja Metron yhdistyminen
- Levkijärjestelmäprojektin (SALS) käynnistäminen SAPin kanssa



# Integroitu uutistoimitus päivän teema



Copyright: Markus Pentikäinen, SK

# Silta yli taantumun –tehostamisohjelma

- Voimakkaasti heikentyneen yleisen taloustilanteen vuoksi Sanoma News aloitti "Silta yli taantumun" –tehostamisohjelman tammikuussa 2009 ja laajensi ohjelmaa toukokuussa, tavoitteena yhteensä 30M€ kulusäästöt
  - Ohjelma etenee suunnitellusti
- Leikkauksia on tehty kaikkialta
  - Tavoite 100–200 henkilön vähennys n. 2 400 työntekijästä ylittyy
  - Henkilöstömäärän vähennykset tehtiin tarjoamalla lähtöpaketteja, joiden painopiste on 59 vuotta täyttäneissä työntekijöissä
  - Lomarahojen vaihtaminen vapaaksi – tavoite saavutettu



# Lopuksi... ennen uutta alkua

**"Now this is not the end. It is not even the beginning of the end. But it is, perhaps, the end of the beginning."**

*Winston Churchill, during the Lord Mayor's Luncheon at the Mansion House, London, on Nov 19th, 1942, after the victory of El-Alamein*



**Uutiset uuteen aikakauteen.**

Kiitos!

[mikael.pentikainen@sanoma.fi](mailto:mikael.pentikainen@sanoma.fi)

