

# Median muutos

Mikael Pentikäinen  
Deutsche Bank, 29.8.2007



# Sisälllys

---

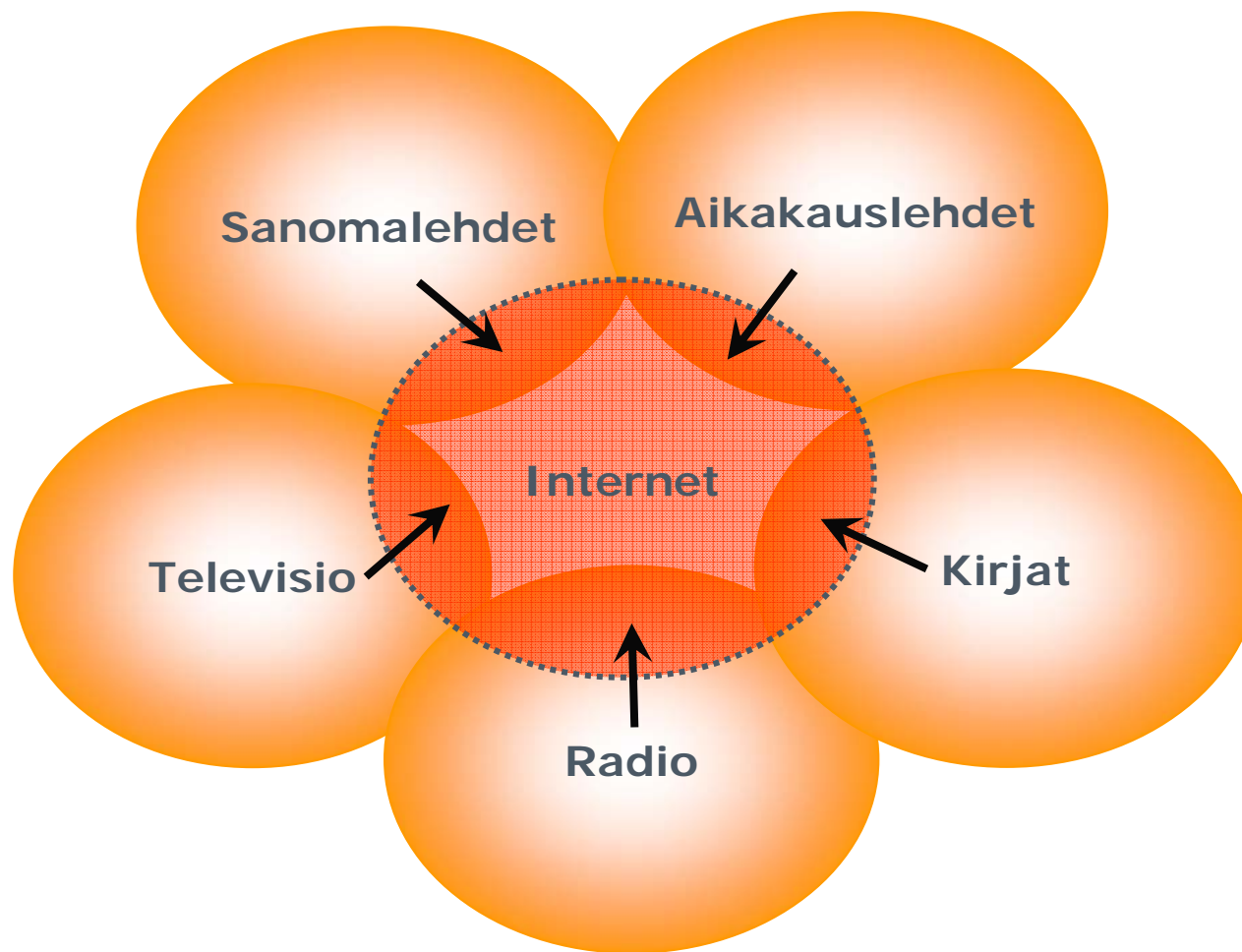
1. Median mannerlaatat liikkuvat
2. Muuttuva kulutus ja tuotanto
3. Myös mainonta muuttuu
4. Mitä tästä seuraa Sanomalle?

# 1. Median mannerlaatat liikkuvat

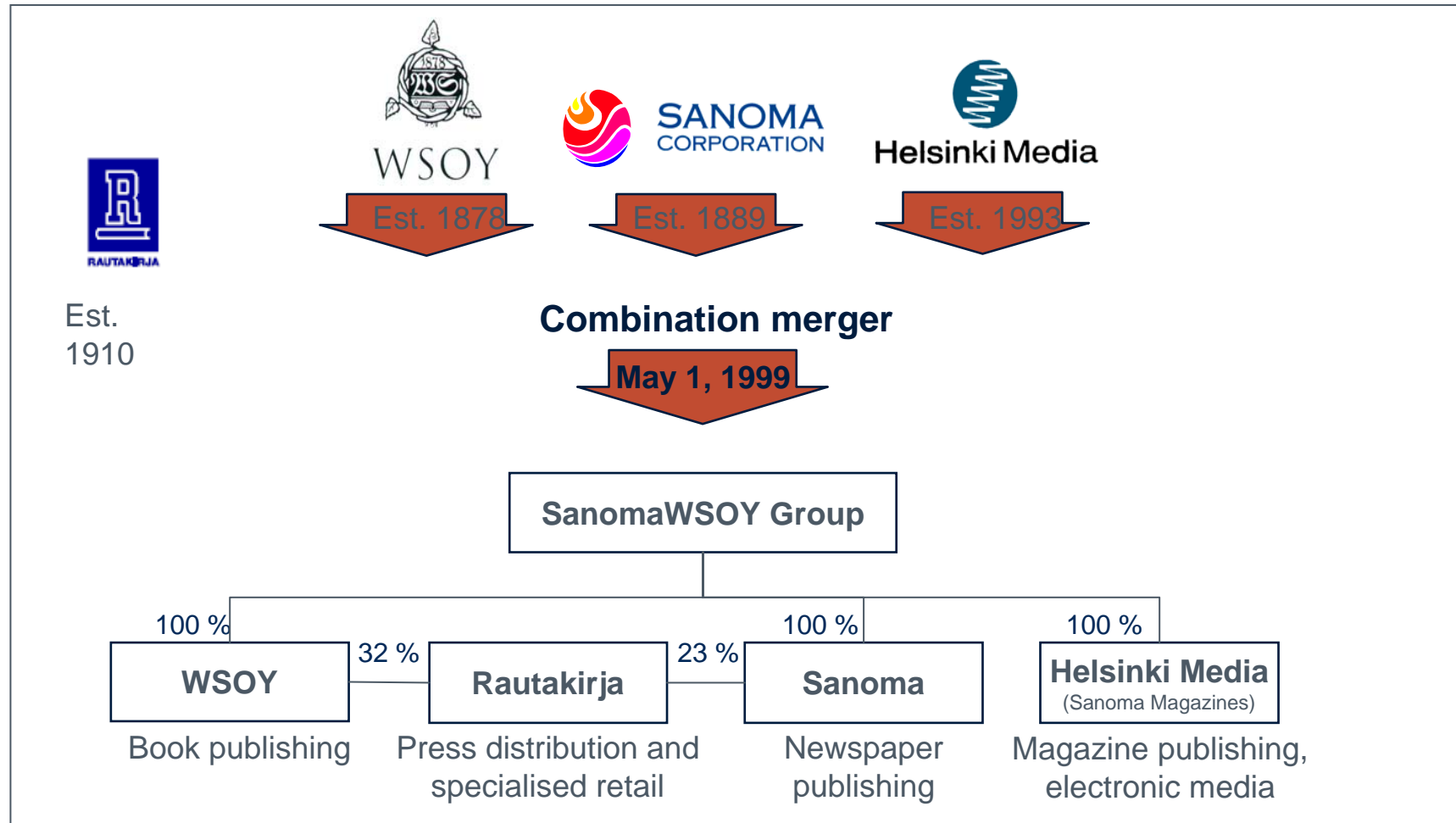
---

# Internet liikuttaa median mannerlaattoja

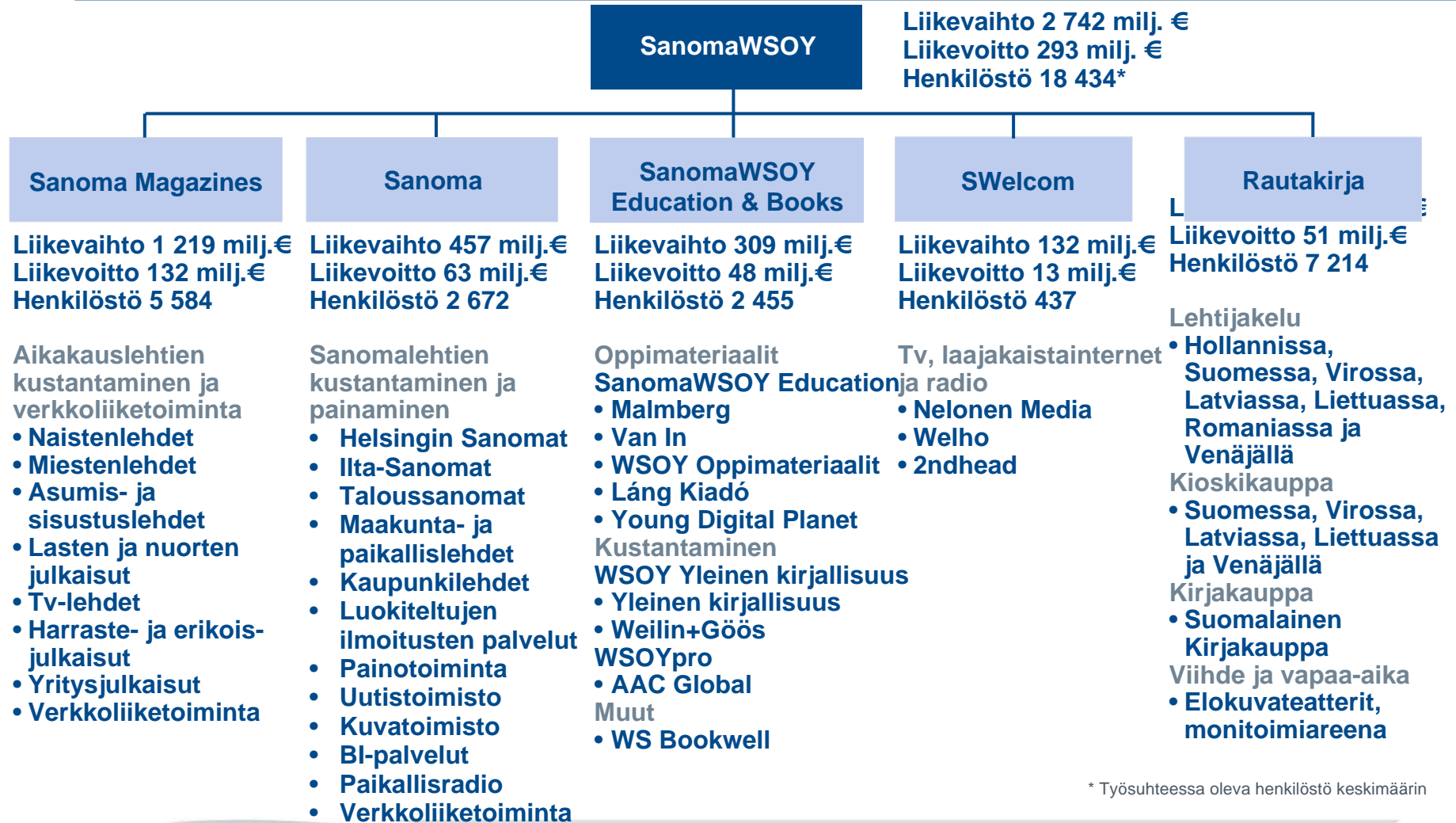
---



# Myös SanomaWSOY tämän kehityksen tulos



# SanomaWSOY-konserni nyt



\* Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin

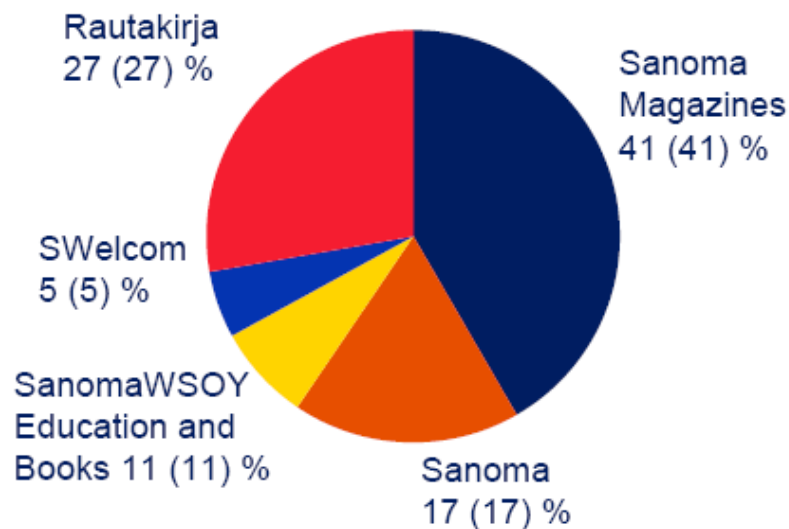
# Monia liiketoimintoja, monia maita

## Liikevaihdon jakautuminen

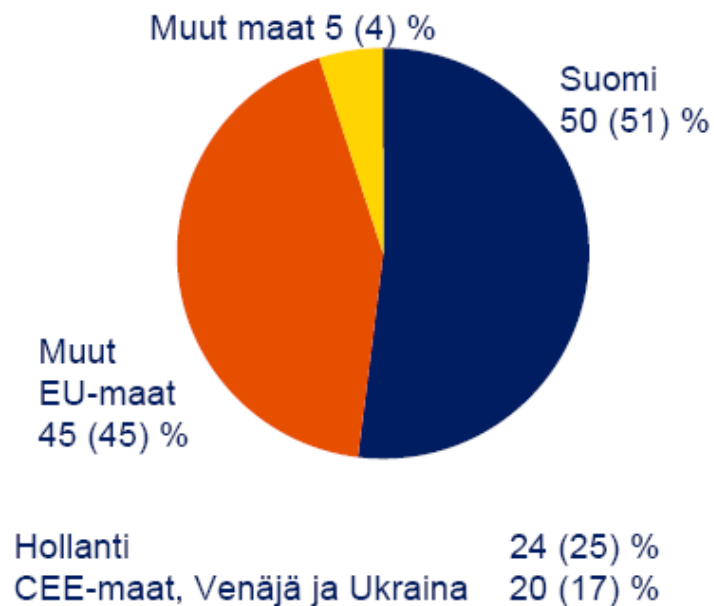
1-6/2007 (1-6/2006)

Liikevaihto 1 408,0 milj. euroa

### Liiketoimintaryhmittäin



### Maantieteellisesti



# Kansainvälisen kasvun alueita

Osuus liikevaihdosta, 2006

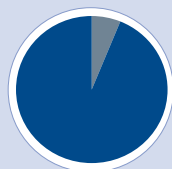
Magazines



41%

- Leading in consumer magazines in the Netherlands, Belgium, Finland, the Czech Republic, Hungary, Slovakia, Bulgaria, and Russia
- Interesting new markets: CIS countries

Educational publishing



7%

- Strong position in Finland, the Netherlands, Belgium, Hungary, and Poland
- Interesting new markets: CEE countries

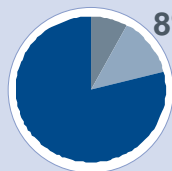
Digital media



9%

- Includes TV, online access, digital content, online advertising, and eCommerce, and radio
- Strong position in the Netherlands, Finland, and Hungary

Press distribution



8%

13%\*

- Leading in Finland, Estonia, Latvia, Lithuania, and the Netherlands
- Expanding in Romania and Russia
- Interesting new markets: CEE countries

\* Net sales from kiosk operations in Finland and the Baltic countries  
Intra-group eliminations excluded

## 2. Muuttuva kulutus ja tuotanto

---



# Yleisö osallistuu yhä enemmän

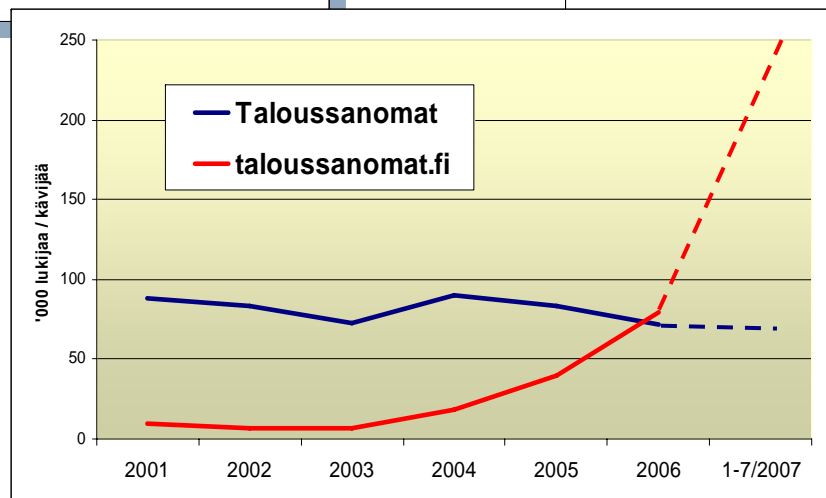
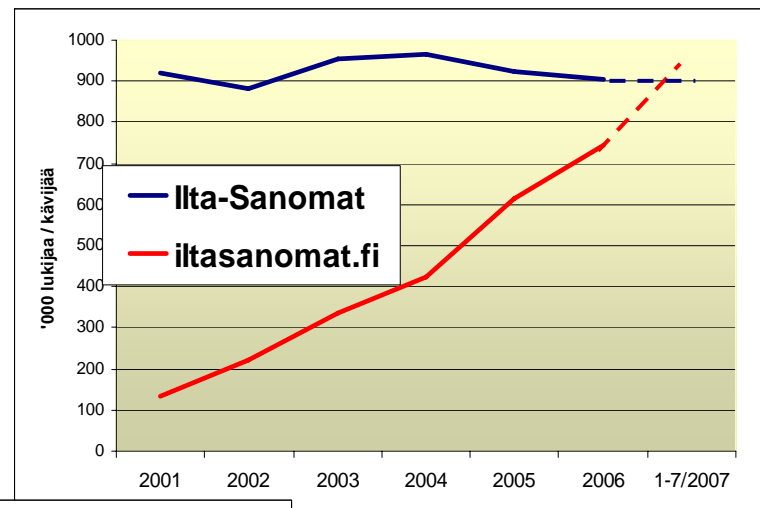
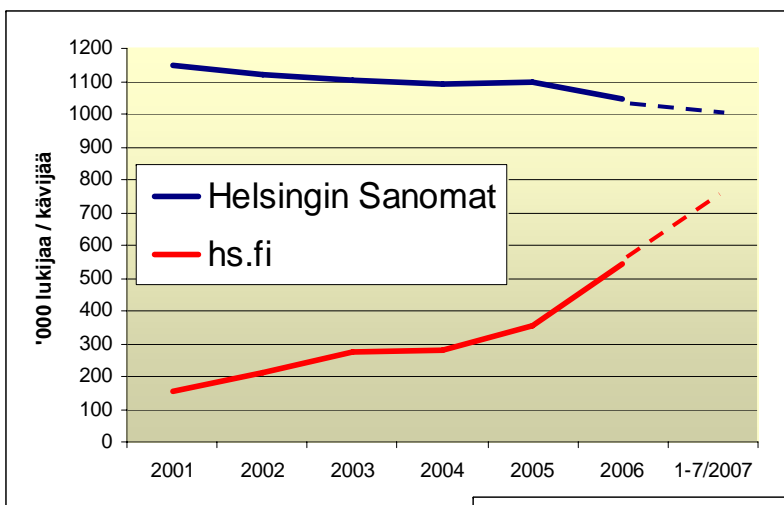
## Käyttäjien tuottama sisältö lisääntyy vahvasti

---

- Blogit, kansalaisjournalismi
  - Joka neljäs eurooppalainen internetin käyttäjä tuottaa sisältöä blogeihin, nettisivustoihin ja keskustelufoorumeille (Jupiter, April 2006)
- Wikit
  - lukijoiden toimittamia verkkotietosanakirjoja
- Yhteisöt, verkostot: virtuaaliyhteisöt
- Osallistuminen mobiilin kautta
- Podcasting, video podcasting, I-Podit
  - "Radion renessanssi" (Mario Garcia)
- Perinteinen media voi rohkaista ja tukea käyttäjän tuottamaa sisältöä
  - Online-keskustelut toimittajien johdolla
  - Online-keskustelut, äänestykset
  - Lukijoiden tuottamat kuvat ja videot

# Kasvava verkko ei juuri vie lukijoita

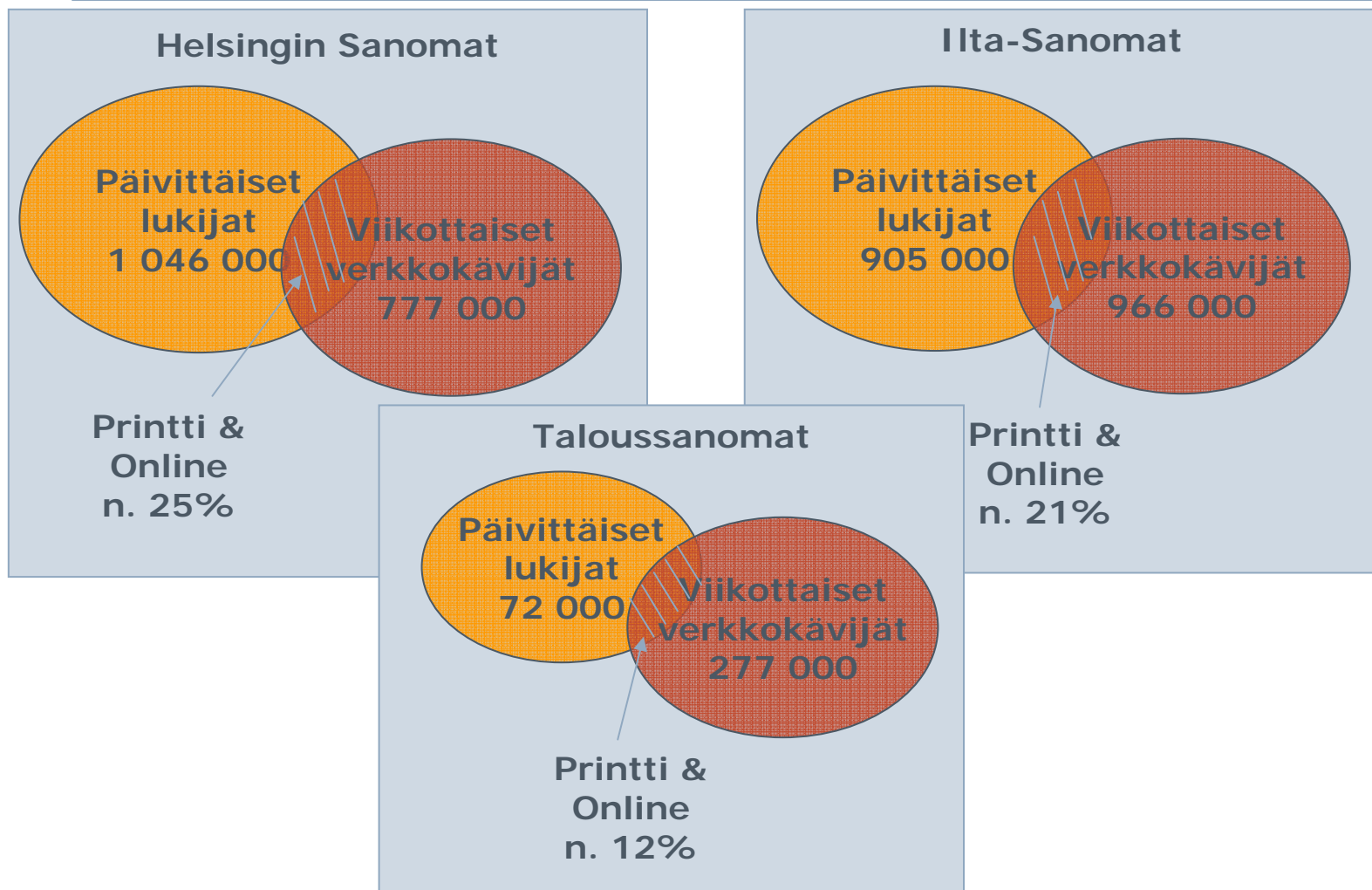
## Lukijat ja verkkokävijät 2001-2007 (1-7)



Lähteet: KMT Lukija 2001-2006; TNS Metrixin vuotuiset keskiarvot viikkokävijöistä 2001-2006; 2007 sekä lukijoiden että kävijöiden osalta suuntaa antava alkuvuoden lukujen perusteella

# Kokonaistavoittavuus ennätyskorkealla

## Printillä ja verkolla vain vähän päällekkäisyyttä



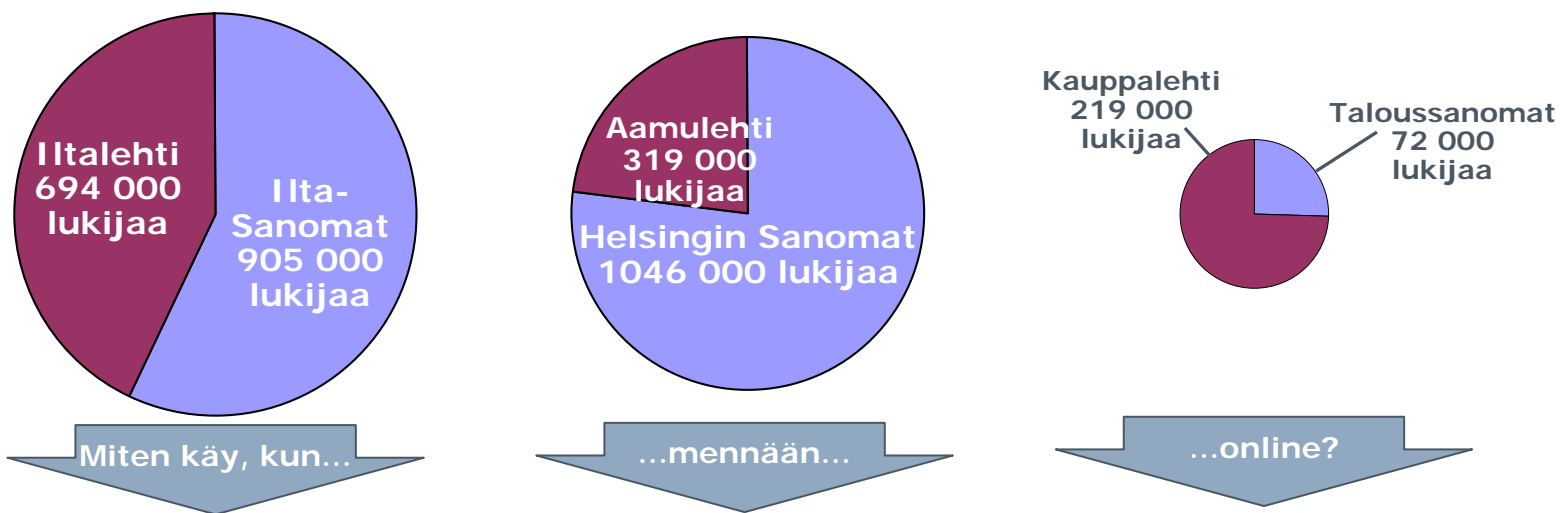
Lähteet:

Printti:  
KMT Lukija 2006

Verkko:  
TNS Metrix,  
Viikko 34/2007

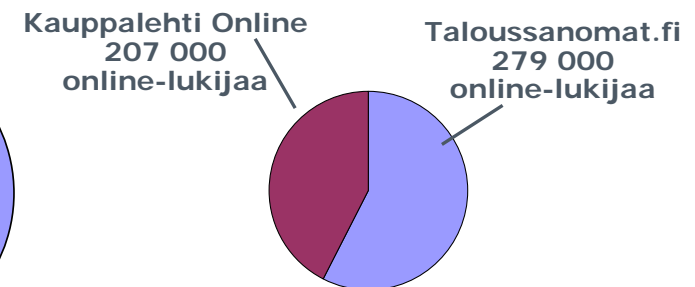
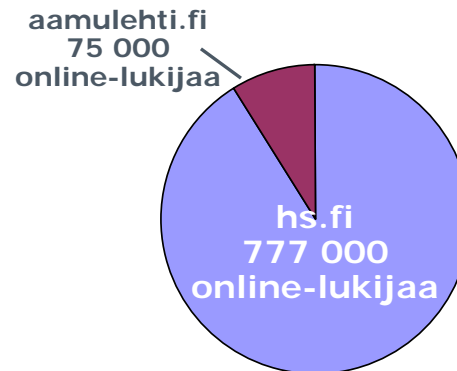
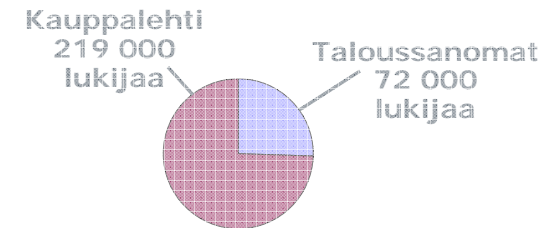
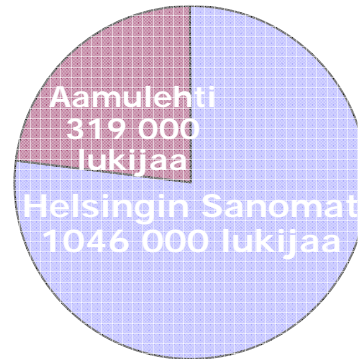
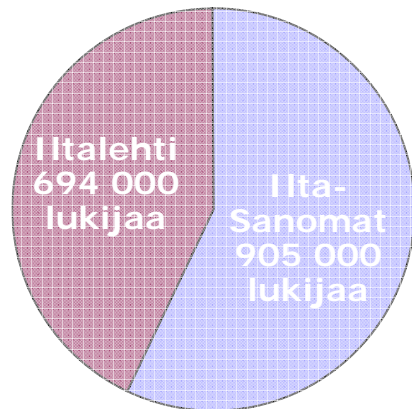
Päällekkäisyydet:  
TNS Atlas,  
Tammikuu-  
Joulukuu 2006

# Mutta asetelma voi vaihtua...



Lähde: KMT Lukija 2006

# ...kun kaksintaistelu siirtyy verkkoon



Lähde: KMT Lukija 2006; TNS Metrix vko 34/07

# Sanoman suhteellinen asema vahvistunut

## Lukijamäärät (1000 lukijaa), sanoma- ja uutislehdet

### KMT 2006

>> 12 kk sitten >>

### KMT 2005

1.	Helsingin Sanomat	1046 ↓	1.	Helsingin Sanomat	1097
2.	Ilta-Sanomat	905 ↓	2.	Ilta-Sanomat	925
3.	Iltalehti	694 ↔	3.	Iltalehti	690
4.	City	374 ↓	4.	City	422
5.	Aamulehti	319 ↔	5.	Aamulehti	322
6.	Maaseudun tulevaisuus	317 ↔	6.	Metro*	315
7.	Vartti*	~270	7.	Maaseudun tulevaisuus	313
8.	Turun Sanomat	256 ↓	8.	Turun Sanomat	266
9.	Uutislehti 100*	~240 ↓	9.	Uutislehti 100*	255
10.	Kaupparehti	219 ↓	10.	Kaupparehti	242
11.	Metro	217 ↓	11.	Kaleva	209
12.	Kaleva	204 ↓	12.	Keltainen Pörssi	229
13.	Keltainen Pörssi	196 ↓	13.	IS Veikkaaja	180
14.	IS Veikkaaja	185 ↑	14.	Keskisuomalainen	188
15.	Keskisuomalainen	183 ↓	15.	Savon Sanomat	173
16.	Savon Sanomat	164 ↓	16.	Etelä-Suomen Sanomat	139
17.	Etelä-Suomen Sanomat	139 ↔	17.	Ilkka	139
18.	Ilkka	138 ↔	18.	Satakunnan Kansa	139
19.	Satakunnan Kansa	132 ↓	19.	Karjalainen	125
20.	Hufvudstadsbladet	125 ↔	20.	Hufvudstadsbladet	124

48% Top20-uutislehtien lukijoista!

41% Top20-uutislehtien lukijoista!

\*Ei mukana KMT-tutkimuksessa, arvioitu TNS Atlas '06 ja '05 lukujen perusteella.

# Asema vahvistunut myös verkossa

## Verkkosivustojen viikoittaiset kävijämäärät

Tilanne vko 34/07

>> 6 kk sitten >>

Tilanne vko 7/07

1. MTV3	1116 ↓	1. MSN.fi	1464
2. MSN.fi	1054 ↓	2. MTV3	1277
3. Iltalehti	1025 ↑	3. Suomi24	1040
4. Suomi24	1007 ↑	4. Iltalehti	965
5. (MSN/Messenger)	995) ↓	5. <b>Iltta-Sanomat</b>	<b>959</b>
6. <b>Iltta-Sanomat</b>	<b>966</b> ↔	6. (MSN/Messenger)	901
7. YLE	897 ↓	7. YLE	897
8. IRC-Galleria	802 ↔	8. <b>Helsingin Sanomat</b>	<b>835</b>
9. <b>Helsingin Sanomat</b>	<b>777</b> ↓	9. IRC-Galleria	791
10. Telkku.com	475 ↑	10. Telkku.com	455
11. NettiX	467 ↔	11. Eniro.fi	421
12. Eniro.fi	447 ↑	12. <b>Huuto.net</b>	<b>394</b>
13. <b>Huuto.net</b>	<b>400</b> ↔	13. NettiX	389
14. Plaza	385 ↑	14. Plaza	348
15. <b>Oikotie.fi</b>	<b>332</b> ↑	15. <b>Oikotie.fi</b>	<b>281</b>
16. Etuovi.com	301 ↑	16. Etuovi.com	259
17. <b>Taloussanomat</b>	<b>279</b> ↑	17. <b>MBNet</b>	<b>244</b>
18. <b>MBNet</b>	<b>217</b> ↑	18. <b>Taloussanomat</b>	<b>195</b>
19. Kauppalehti Online	207 ↓	19. Elisa.net etusivut	191
20. Elisa.net etusivut	196 ↔	20. Kauppalehti Online	185

24% Top20-saittien kävijöistä!

23% Top20-saittien kävijöistä!

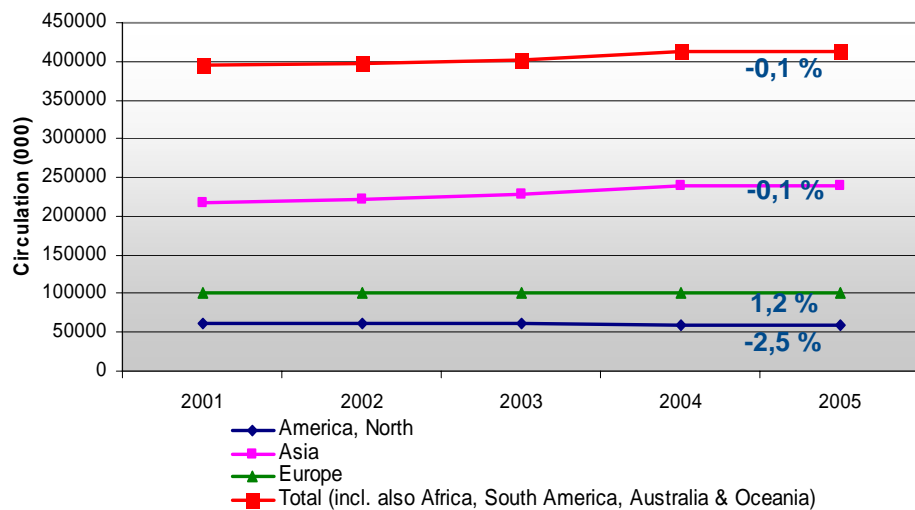
Lähde: TNS Metrix. Ei sisällä Googlea.

# Levikkikehitys ollut sittenkin vakaata

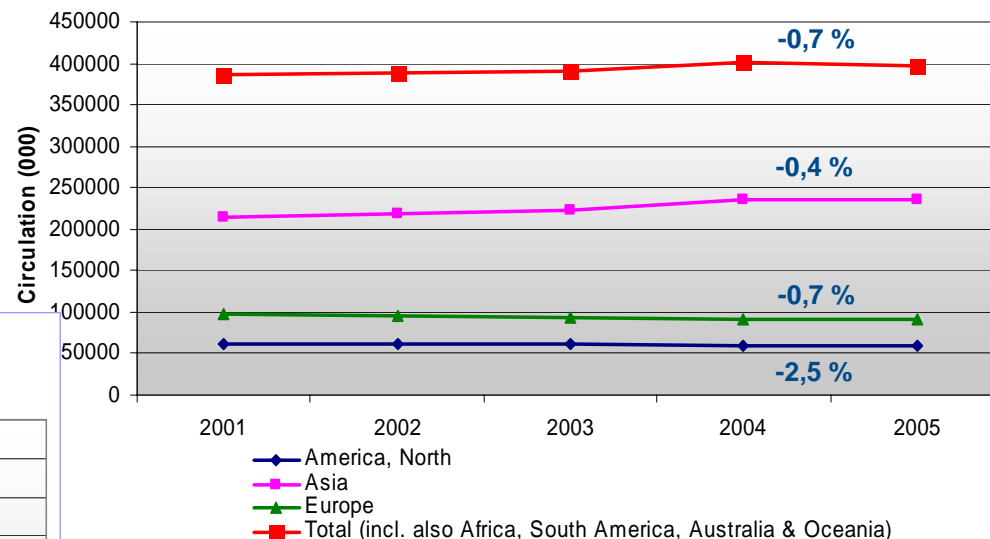
## Leviket loivassa laskussa, ilmaislehdet näkyvät

Levikki on laskenut kaikkialla muualla paitsi Euroopassa, jossa ilmaislehdet ovat kasvattaneet levikkiä.

Circulation of Paid-For and Free Dailies



Circulation of Paid-For Dailies

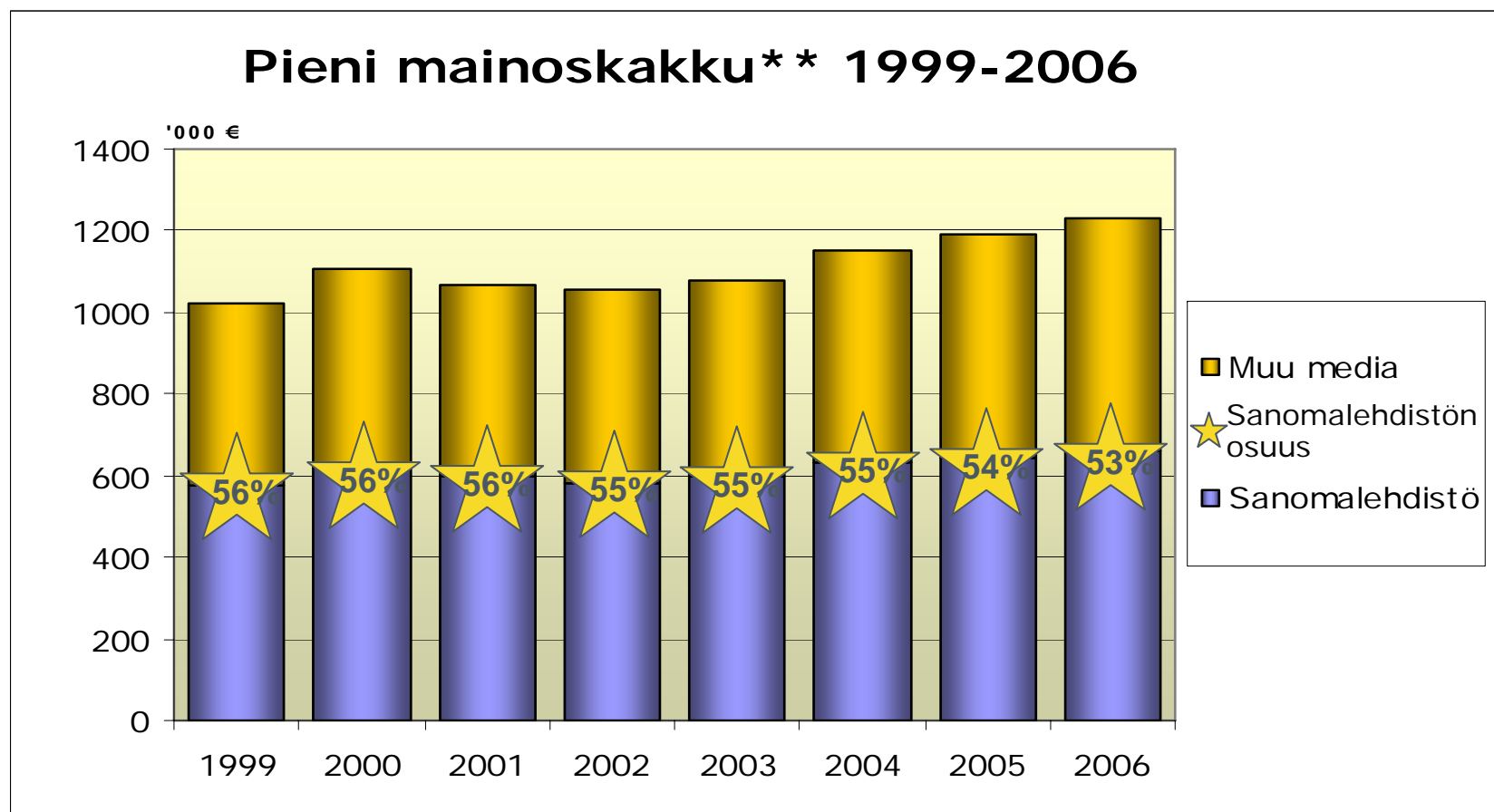


Source: World Press Trends 2006, World Association of Newspapers

## 3. Myös mainonta muuttuu

---

# Sanomalehdistö\* pitänyt pintansa Suomessa sanomalehdet selvä markkinajohtaja

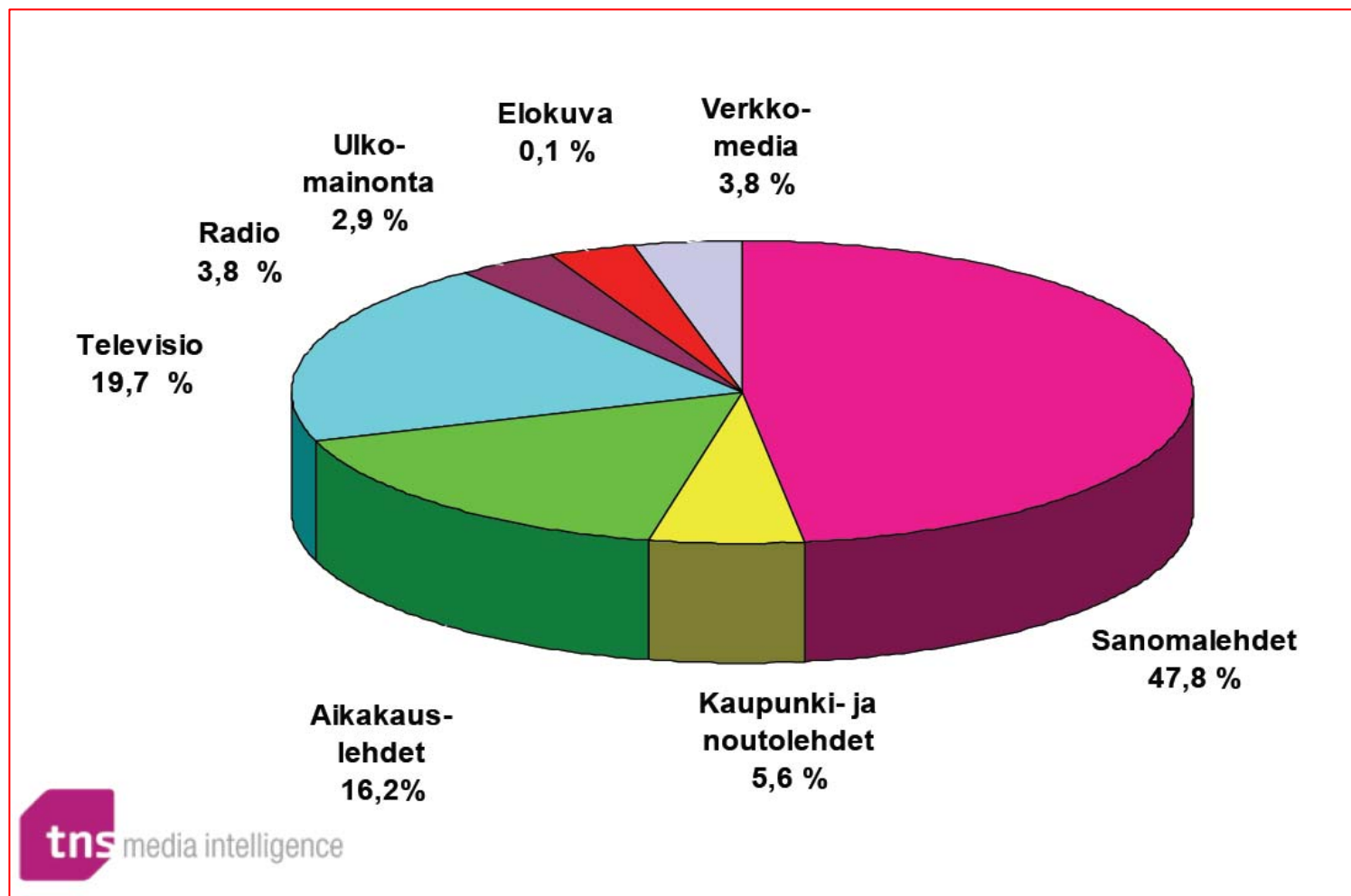


\* Varsinaiset sanomalehdet sekä kaupunki- ja noutopistelehdet

\*\* Suomen mediamainonnan määrä ilman suunnittelu- ja tuotantokustannuksia

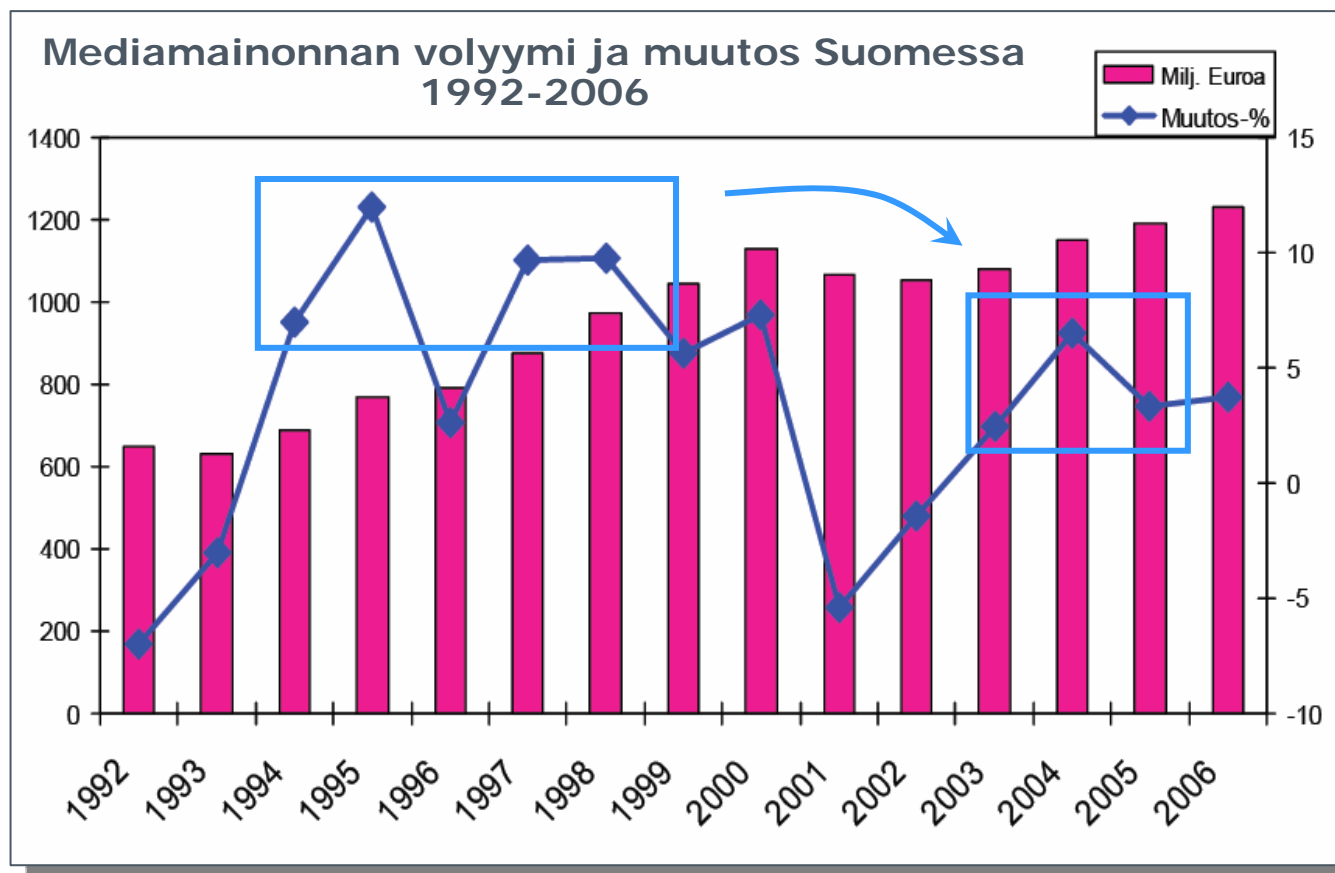
Lähde: TNS Gallup Oy, Media Intelligence & Mainonnan neuvottelukunta / Suomen Gallup Media

# Mediamainonta Suomessa 2006



# Mediamainonta kasvanut maltillisesti

## Kasvu kiihtynyt tänä vuonna selvästi



Kasvu 2005/  
2006 3.3%

Kasvu 2006/  
2005 3.7%

Kasvu 2007  
YTD 6,5%

Lähde: TNS Gallup, Tammikuu 2007

# Mediamainonnan tilanne 1-7/07

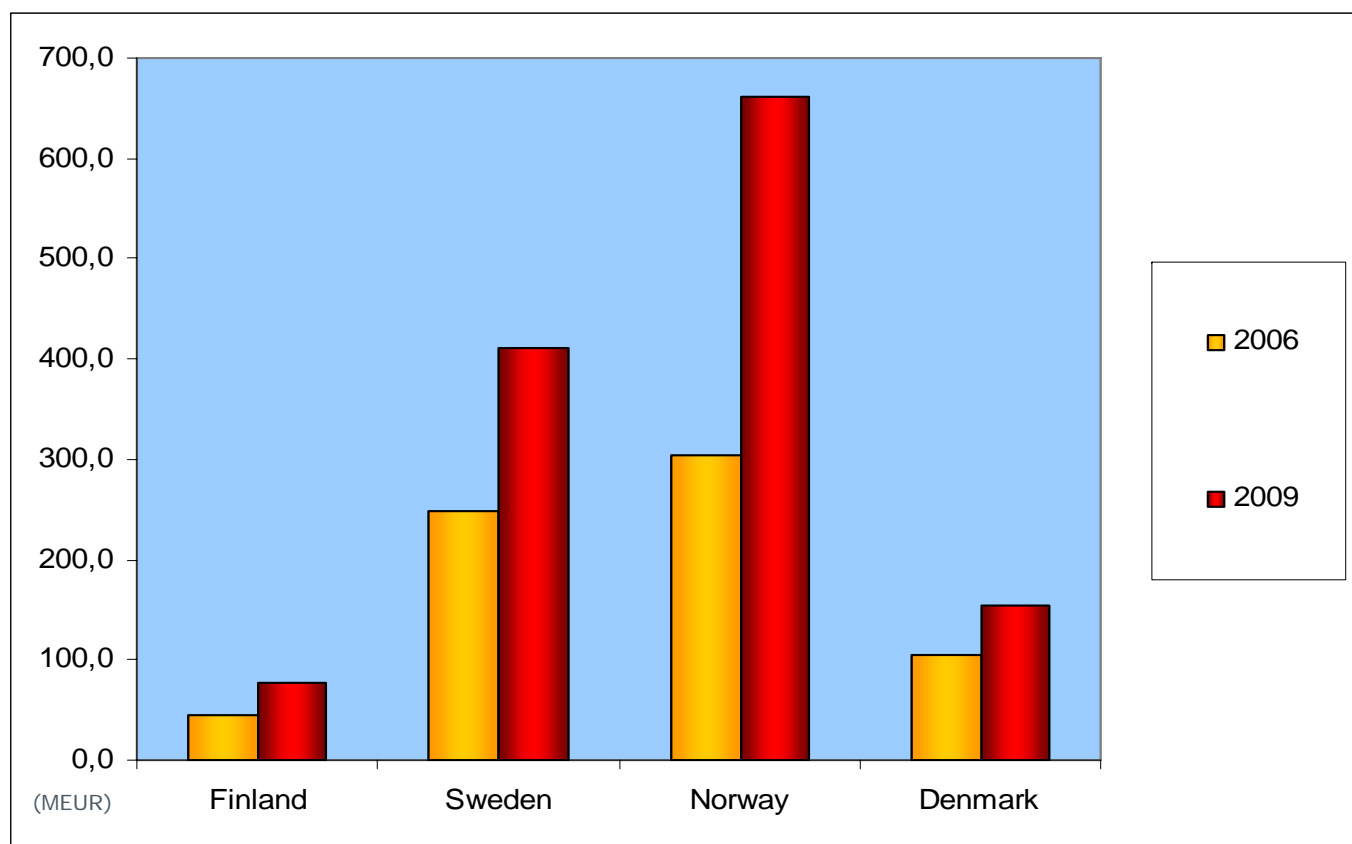
Tilatuilla lehdillä ollut erinomainen vuosi

Suomi: Ilmoitusmyynnin kehitys eri mainosvälineissä				
<i>Finland: Monthly advertising sales by media types</i>				
	Heinäkuu		Tammi-heinäkuu	
	1 000 €	M-%	1 000 €	M-%
<b>SANOMALEHDET</b>	36378	1,9	366011	6,5
Vars. sanomalehdet	31891	3,7	321625	7,2
Kaupunki- ja noutopistelehdet	4487	-10,3	44385	1,3
Helsingin Sanomat (monimedia)	7547	-2,3	89750	5,8
Ilta-Sanomat & Plussa & TV	1211	-3,4	9715	4,6
Kauppalehti & Presso	250	-2,5	7527	-10,2
Taloussanomat & TS-ITViikko	50	-46,1	2217	-17,0
Sanoma Lehtimedia	1544	22,0	12620	16,4
Sanoma Kaupunkilehdet	637	-25,4	10318	7,5
<b>AIKAKAUSLEHDET</b>	6285	-5,9	86332	2,7
Yleisölehdet	5148	-6,9	51528	9,2
Ammatti- ja järjestölehdet	598	20,4	26388	0,5
Asiakaslehdet	540	-17,5	8416	-20,5
<b>TELEVISIO</b>	10098	12,4	142860	6,1
<b>RADIOMAINONTA</b>	4268	20,0	25817	3,9
<b>ULKOMAINONTA</b>	2842	13,9	24177	12,6
<b>ELOKUVAMAINONTA</b>	76	87,2	1005	54,2
<b>VERKKOMEDIA</b>	2399	12,3	28021	22,0
<b>MAINONTA YHTEENSÄ</b>	62346	4,6	674223	6,5

Sanoman kaupunkilehtien kasvu ollut yli 50% 2007

Sanoman verkko-media-myynnin kasvu ollut lähes 50% 2007

## Suomi vielä Internetin "kehitysmaa"



- Esim. Norjassa online-mainonnan osuuden kaikesta mainonnasta ennustetaan olevan 19% vuonna 2009

## 4. Mitä tästä seuraa Sanomalle?

---

# Sanoman strategian kiteytys



# Digitaalistrategian kaksi osa-aluetta

1. "Perinteiset" liiketoimintayksiköt kasvattavat tavoitavuuttaan brändisidonnaisilla verkkosivustoillaan. Jokaisella brändisivustolla on oma sisältö- ja palveluvalikoimansa riippuen brändin ominaisuuksista ja kohdeyleisöstä

– 24/7 uutisseuranta

– Web-videot ja -radio

– Blogit, keskustelualueet ja verkostoituminen

– Käyttäjien tuottama sisältö

TALOUS-SANOMAT

HELSINGIN SANOMAT

ETELÄ-SAIMAA

KOUVOLAN SANOMAT

Kymen Sanomat

ILTA-SANOMAT

2. Sanoma Digital keskittyy liiketoimintayksikkörajat ylittäviin online-osaamisalueisiin, kattaa välimaastoon jäävät alueet, ja tuo mukaan nopean kehityksen toimintamallin

A. Markkinapaikat

B. Online -mainosmyynti

C. Muut mahdolliset ansaintamallit kuluttajille suunnatuilla verkkosivustoilla

*Sanoma Digital*

# Esimerkki HS: Vahvasti monikanavainen



**4** Nelonen

**TV**  
• Yhteistyö  
Nelosen kanssa

**Painotuotteet**  
• Helsingin Sanomat  
• Viikkoliite Nyt  
• Kuukausiliite  
• HS Kirjat  
• Liitteet



**HELSINGIN SANOMAT**

**Radio**  
• Radio Helsinki



**RADIO HELSINKI**  
HELMIA HELSINKILÄISILLE

**Verkko**  
• **HS.fi**: uutiset, keskustelut, blogit, teemasivut, arkisto  
• **Nyt.hs.fi**: kaupunkiopas, viihde, vapaa-aika  
• **Oikotie.fi**: luokitellut  
• **Radiohelsinki.fi**: nettiradio



**Mobiili**  
• Uutiset, viihde

**Kauppa**  
• Verkkokauppa  
Musiikkilataamo



**MUSIIKKI LATAAMO**

# Kiitos!

---

mikael.pentikainen@sanoma.fi

Puh. 09-1222000