

Sanoma News median ja talouden murroksessa

Toimitusjohtaja Mikael Pentikäinen
Sanoma News

SEB 5.3.2009



Agenda

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

Sanoma



Sanoma-konserni

Laaja portfolio auttaa vaikeassa suhdannetilanteessa



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, Liettuassa, Romaniassa ja Venäjällä

Lehtijakelu

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

Kirjakauppa

- Suomalainen Kirjakauppa

Elokuvatoiminnot



* Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin

Vakaata toimintaa

Vuosi 2008 oli hyvä vuosi, Q4:n aikana tilanne muuttui

Milj. euroa	10–12/2008	10–12/2007	1–12/2008	1–12/2007
Liikevaihto	798,7	799,6	3 030,1	2 926,3
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	49,0	63,4	295,7	305,2
% liikevaihdosta	6,1	7,9	9,8	10,4
Liikevoitto	-28,8	68,3	236,3	343,8
Tulos/osake, euroa	-0,39	0,32	0,72	1,47
Liiketoiminnan rahavirta/osake, euroa	0,59	0,67	1,56	1,38
Osinko/osake, euroa **			0,90	1,00
Henkilöstö keskimäärin *			18 168	16 701

- Liikevaihtoa kasvattivat Magazines, Learning & Literature, Entertainment ja Trade
- Liikevoitto nousi Learning & Literaturessa ja Entertainmentissä

Pohjoismaiden suurimmat viestintäyritykset

Liikevaihto, milj. euroa

2008

1. Bonnier AB	Ruotsi	3 078
2. Sanoma	Suomi	3 030
3. Schibsted A/S	Norja	1 670
4. Egmont	Tanska	1 492 *
5. MTG	Ruotsi	1 369
6. A-pressen	Norja	594
7. Carl Allers Etablissement	Tanska	546 *
8. NRK	Norja	500 *
9. Danmarks Radio	Tanska	495 *
10. JP Politikens Hus	Tanska	477

Lähteet: vuosikertomukset, tilinpäätöstiedotteet.
*liikevaihto vuonna 2007

Mainosmarkkinan nykytila

Sanoma News median murroksessa



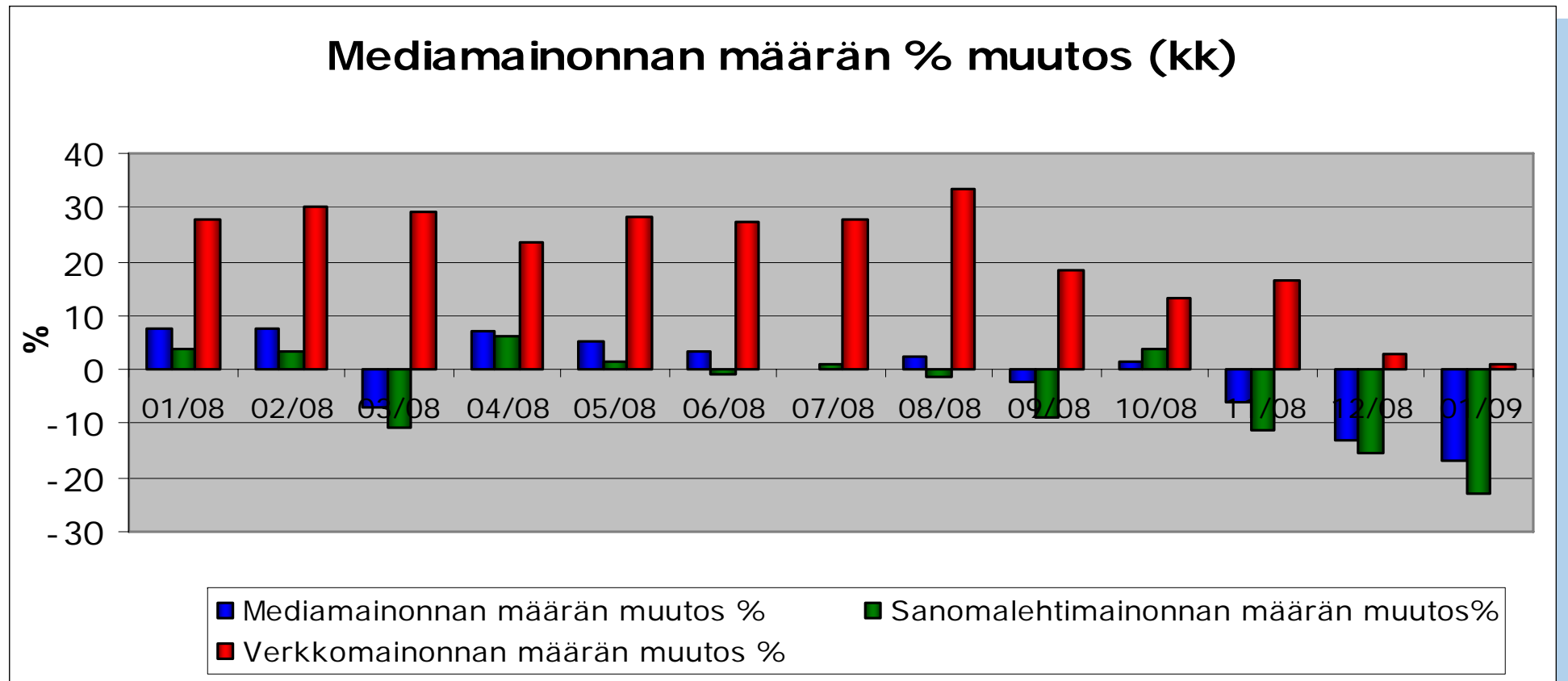
Kohtaamme kaksi murrosvoimaa

Voimien yhteisvaikutusta voi toistaiseksi vain arvailla

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



Mediamainonta laskenut voimakkaasti



Viime vuonna mediamarkkina pysyi 2007 tasolla Mutta joului- ja tammikuun kehitys erittäin heikkoa

Suomi: Ilmoitusmyynnin kehitys eri mainosvälineissä (netto, ilman rivi-ilmoituksia)

Finland: Monthly advertising sales by media types

	Tammijoulukuu		Joulukuu		Tammikuu	
	1 000 €	M-%	1 000 €	M-%	1 000 €	M-%
SANOMALEHDET	624 789	-2,8	47 564	-15,4	40 248	-22,7
Vars. sanomalehdet	549 396	-2,8	41 891	-16,6	35 581	-22,8
Kaupunki- ja noutopistelehdet	75 393	-2,8	5 673	-5,0	4 667	-21,7
AIKAKAUSLEHDET	150 864	-4,1	9 362	-2,2	8 183	-13,7
TELEVISIO	268 091	2,3	18 663	-19,3	19 565	-11,1
RADIOMAINONTA	44 213	6,7	3 312	27,4	2 839	-2,1
ULKOMAINONTA	43 771	4,7	2 999	-14,1	2 764	-10,5
ELOKUVAMAINONTA	3 059	32,8	284	-3,5	156	11,2
VERKKOMEDIA	67 473	22,2	5 041	3,0	5 264	1,0
MAINONTA YHTEENSÄ	1 202 260	-0,1	87 225	-13,0	79 019	-16,7

Väärä johtopäätös!



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

Noin 2/3 suomalaisista käyttää Sanoma Newsin tuotteita *

- Sanoma Newsin tuotteet tavoittavat ***
- 70 % kaikista suomalaisista (kasvua +3,3%)
 - 93% uusimaalaisista (kasvua +4,5%)
 - 68% 10-24 vuotiaista (kasvua +2,4%)
 - 83% 25-34 vuotiaista (kasvua +10,9%)



HELSINGIN SANOMAT



ILTA-SANOMAT



Huuto.net



esmerk



ETELÄ-SAIMAA



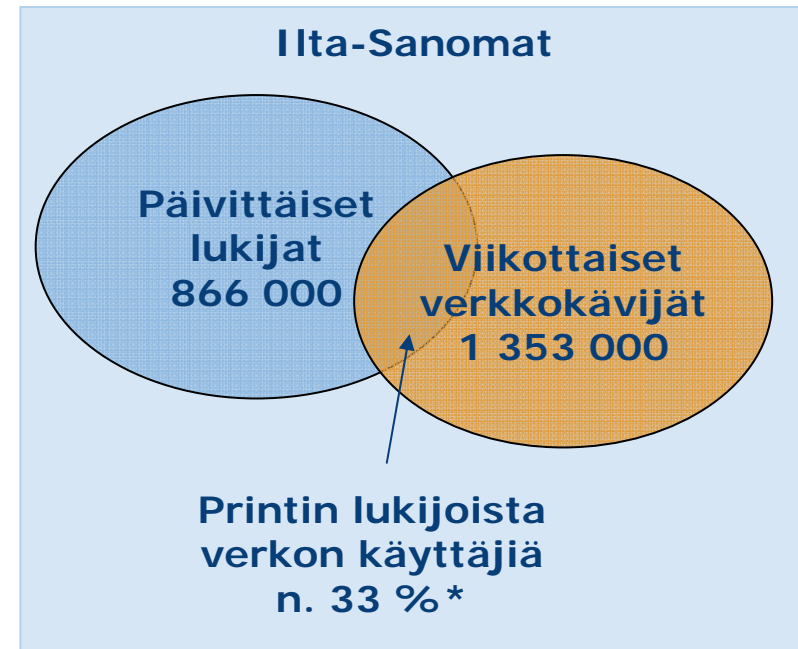
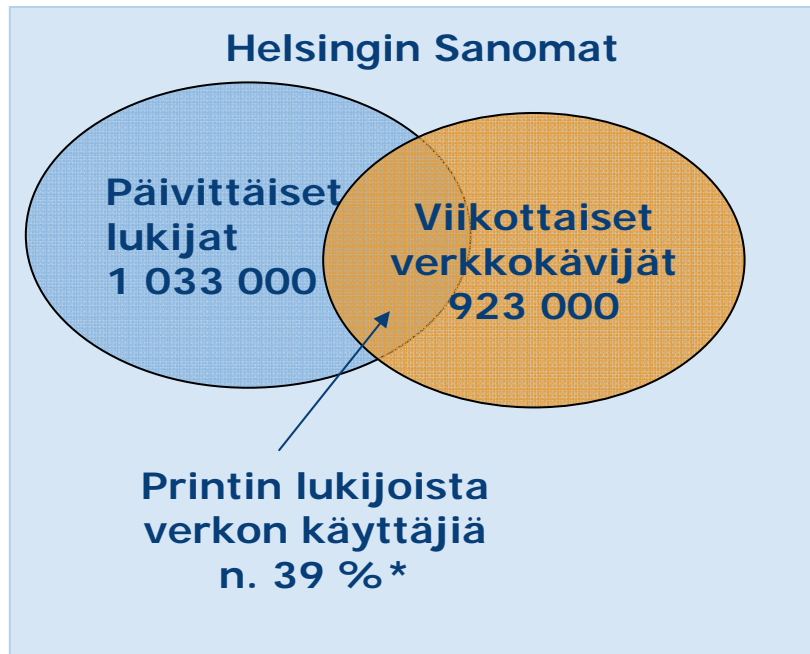
* Lähde: TNS Atlas, 1-6/2008 vs. 1-6/2007, 10+ väestö. Mittauksessa ei ole mukana kaikkia Sanoma Newsin tuotteita.

Lukijamäärien kehitys sittenkin vakaata

	KMT- lukijamäärä 2008	KMT- lukijamäärä S2007/K2008	Muutos- %
Sanoma News			
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 %

	KMT- lukijamäärä 2008	KMT- lukijamäärä S2007/K2008	Muutos- %
Valikoidut kilpailijat			
Aamulehti	316 000	313 000	1,0 %
Etelä-Suomen Sanomat	134 000	133 000	0,8 %
Hufvudstadsbladet	114 000	120 000	-5,0 %
Ilkka	129 000	128 000	0,8 %
Kaleva	195 000	193 000	1,0 %
Karjalainen	113 000	112 000	0,9 %
Keskisuomalainen	171 000	174 000	-1,7 %
Lapin Kansa	91 000	89 000	2,2 %
Savon Sanomat	160 000	161 000	-0,6 %
Turun Sanomat	254 000	251 000	1,2 %
Kauppalehti	216 000	193 000	11,9 %
Ilta-lehti	659 000	677 000	-2,7 %
Ilta-lehti Ilona	167 000	175 000	-4,6 %

Kokonaistavoittavuus korkeampi kuin koskaan



Sanoma Newsin kokonaistavoittavuus korkeampi kuin koskaan: 70 % yli 10-vuotiaista suomalaisista.

(TNS Atlas 1-6, 2008)

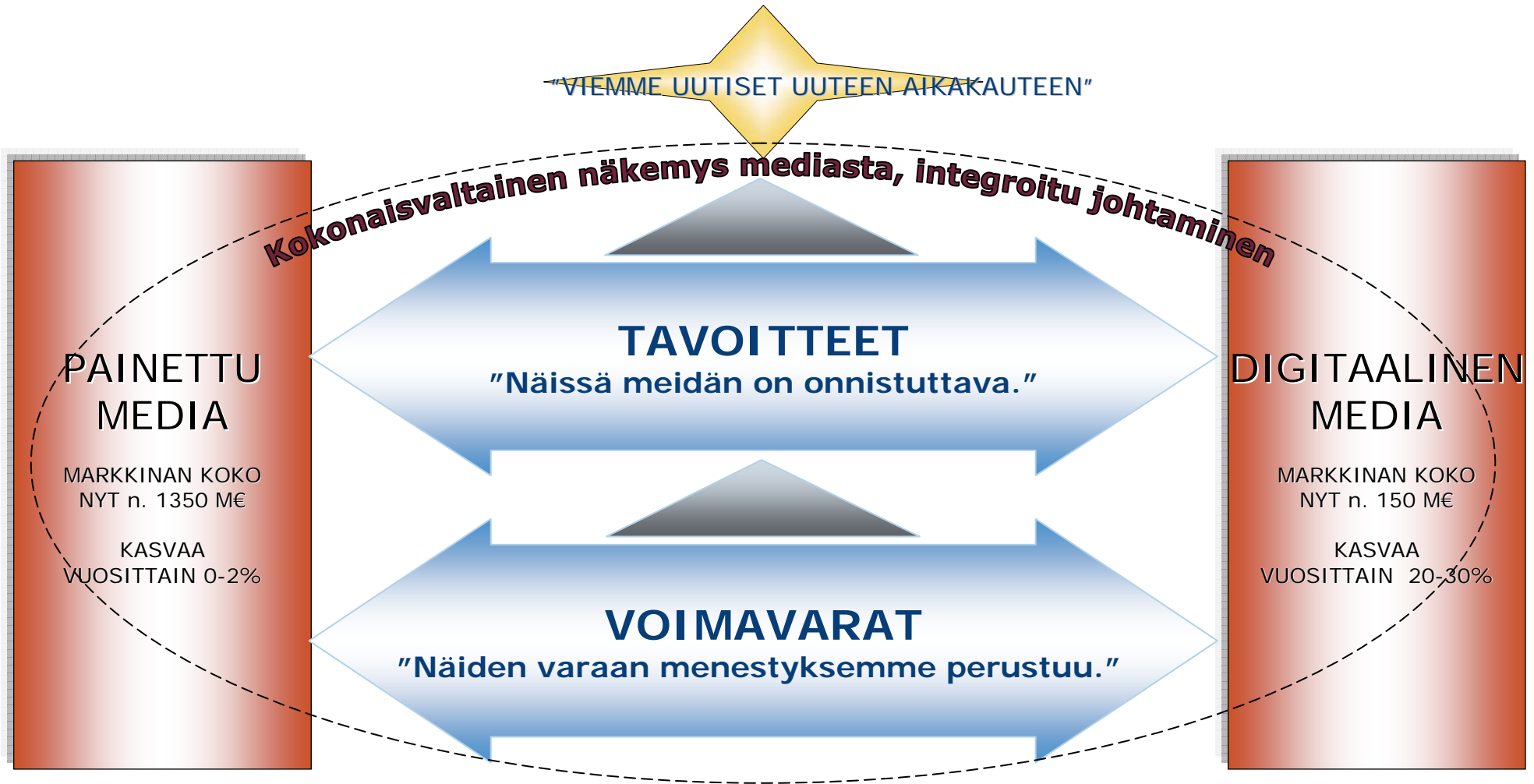
Vastauksemme haasteisiin

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.

Jatkuvaa kehitystyötä

- Esim. IS:n uudistus, IS:n uusi viikonloppuliite Plus ja uudistunut Veikkaaja, joiden kaikkien lanseerauksessa tehtiin merkittävää yhteistyötä Sanoma Newsin muiden medioiden kanssa.
- Helsingin Sanomien NYT-liitteen onnistunut uudistus sekä useiden lehtien vireillä olevat ulkoasu- ja sisältöuudistukset.
- HS.fi 3.0 uudistus.
- Ilta-Sanomien superdeski aloitti, HS:n hyperdeski tulossa.
- UL100:n onnistunut sulauttaminen Metroon.



NYT uudistui 10.10.2008, Tv-ohjelmätiedot irtosivat omaksi liitteekseen ja menotiedot koottiin uuteen laajaan viikonpäiväsivustoon.



Uudistettu Plus löytyi 1.11.2008 Helsingin Sanomien pääkaupunki-seudulla jaettavien, noin 300 000 lehden välistä. Sanoma Lehtimedian päivälehtien välissä Plus-liitettä jaettiin 16.11. noin 115 000 kappaletta.

Myös netistä saattoi tulostaa painetusta Plus-liitteestä löytyvän etusetelin, jolla seuraavan viikonvaihteen lehden voi hankkia edullisemmin.



Welho ja HS lanseerasivat yhdessä Suomen laajimman tv-ohjelmaoppaan TvNyt.fi:n.

Vahva sähköinen portfolio

News on myös Suomen suurin verkkomainosverkosto *

- Sanoma Digital Verkkomediamyynti vastaa Sanoma Newsin sivustojen verkkomediamyynnin lisäksi myös Sanoma Magazines Finlandin kaikkien sivustojen ja Sanoma Entertainmentin pelisivustojen mediamyynnistä
- Nämä sivustot tavoittavat 2,45 miljoonaa eri nettikäyttäjää viikossa eli noin ~83 % viikoittain nettiä käyttävistä suomalaisista
- Verkkomediamyynnissä myytävänä olevien mainosnäyttöjen määrä on 2,5 miljardia kuukaudessa, mikä on enemmän kuin Googlella Suomessa



Silta yli taantuman -tehostamisohjelma

- Voimakkaasti heikentyneen yleisen taloustilanteen vuoksi Sanoma News aloitti "Silta yli taantuman" -tehostamisohjelman
- Kululeikkauksia tehdään kaikkialta
 - Tavoitteena 100–200 henkilön vähennys n. 2 400 työntekijästä
 - Henkilöstömäärän vähennykset tehdään tarjoamalla lähtöpaketteja, joiden painopiste on 59 vuotta täyttäneissä työntekijöissä
 - Lomarahojen vaihtaminen vapaaksi – tavoite saavutettu
- Tehostamisohjelmassa huomioidaan sanomalainen henkilöstöpolitiikan perinne



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 Sanoma Newsin liiketoimintaan?

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

