

S

a

a

n

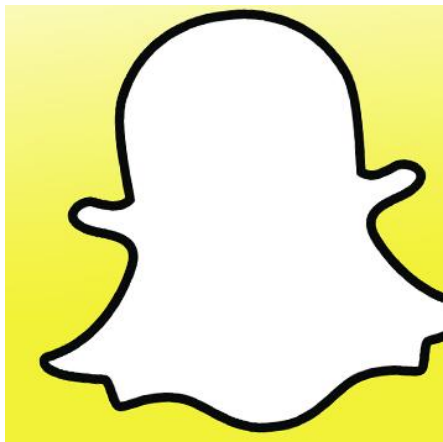
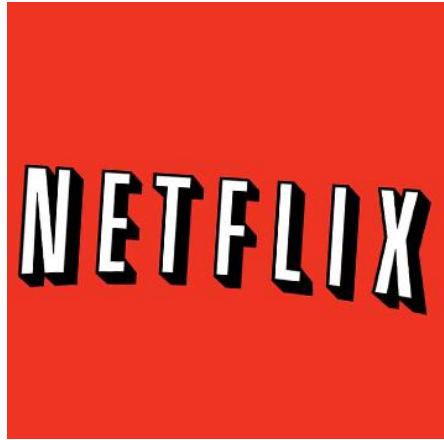
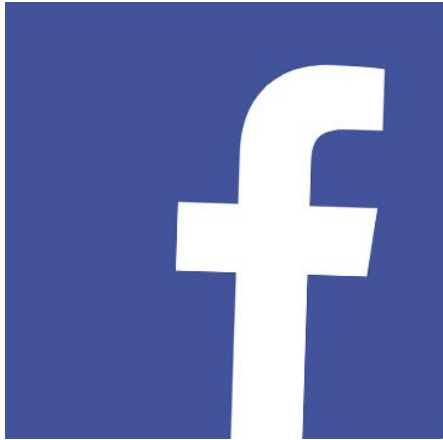
m

o

Harri-Pekka Kaukonen
Toimitusjohtaja, Sanoma
8.4.2015

Markkinaympäristö

Kuluttajan käyttäytyminen



Mainosmarkkina 2014



Hollanti
+4 %



Suomi
-2 %

Sanoman kehitys 2014

EUR

2014

2013

Liikevaihto

1,9 mrd

2,1 mrd

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä

119 milj.

155 milj.

Tulos/osake ilman kertaluonteisia eriä

0,33

0,44

Osinko/osake

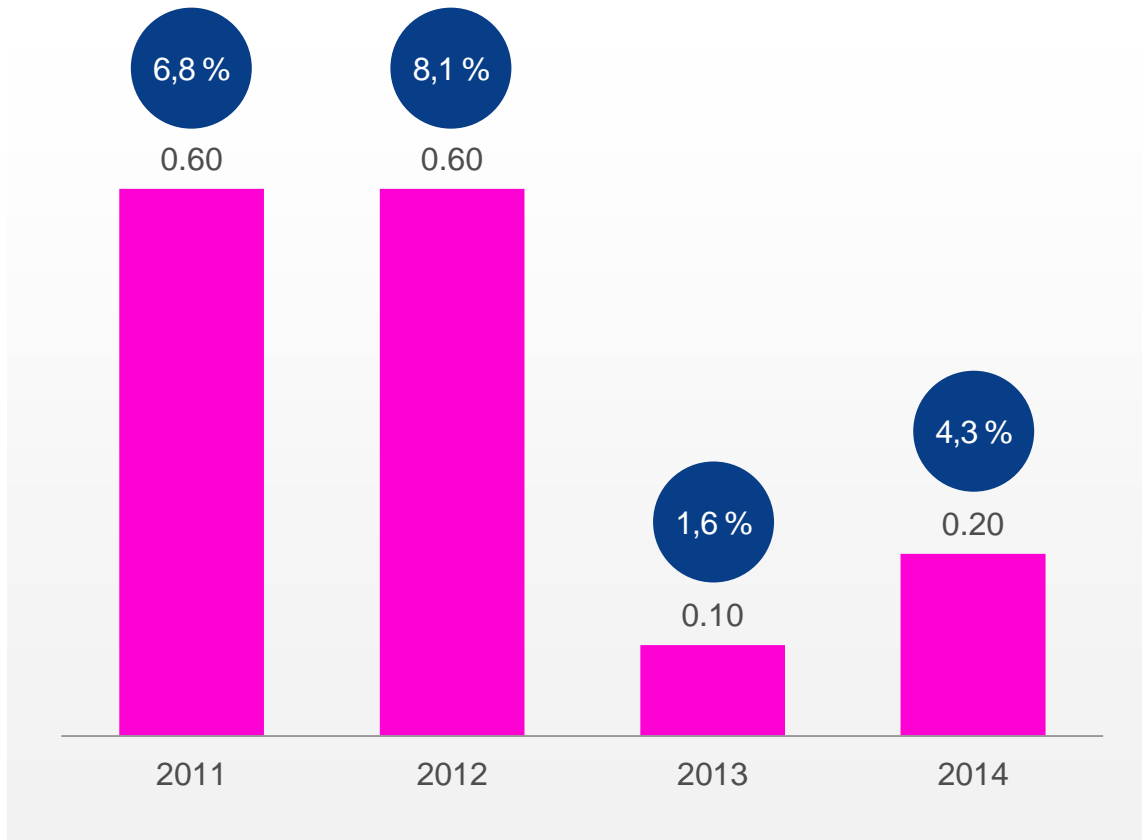
0,20*

0,10

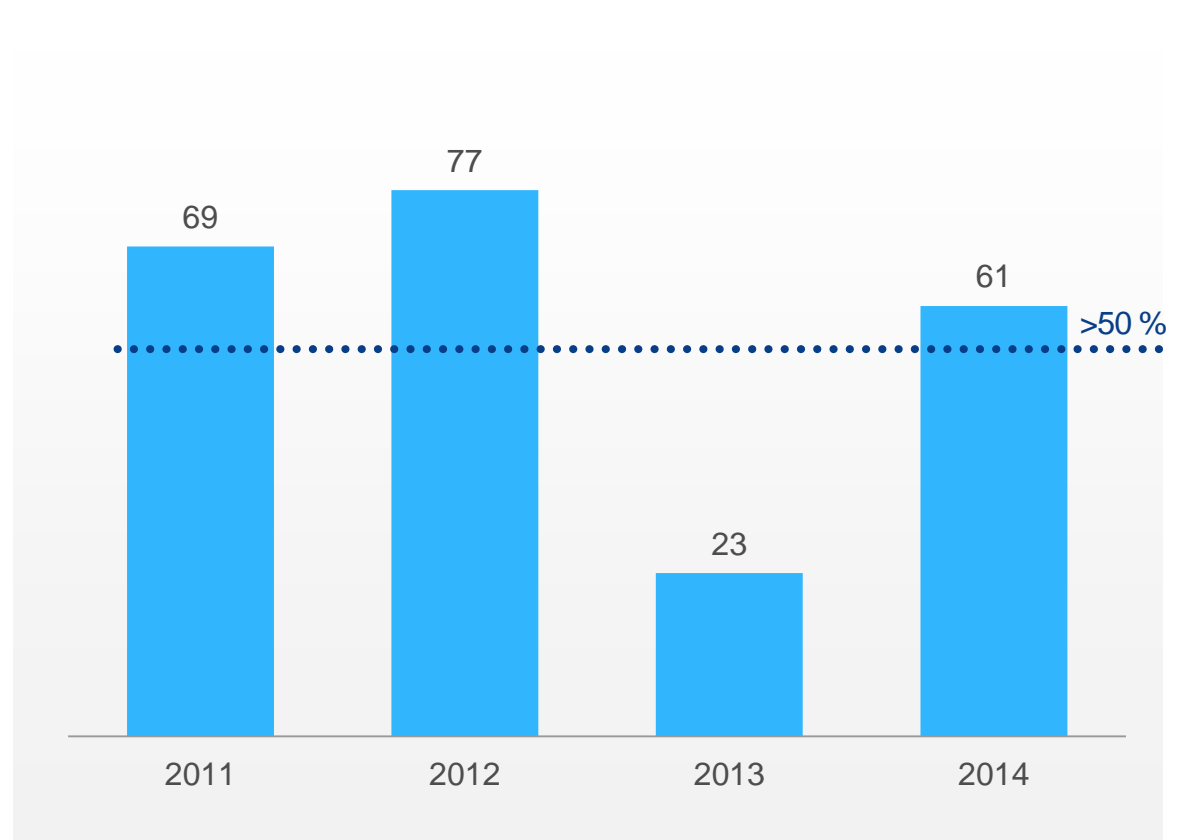
*) Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle.

Osinko 0,20 euroa osakkeelta – hallituksen ehdotus

Osinko osaketta kohti ja osinkotuotto



Osingonjakosuhte



Yritysmyynnit

2013 – 2014

> 400 milj. euroa



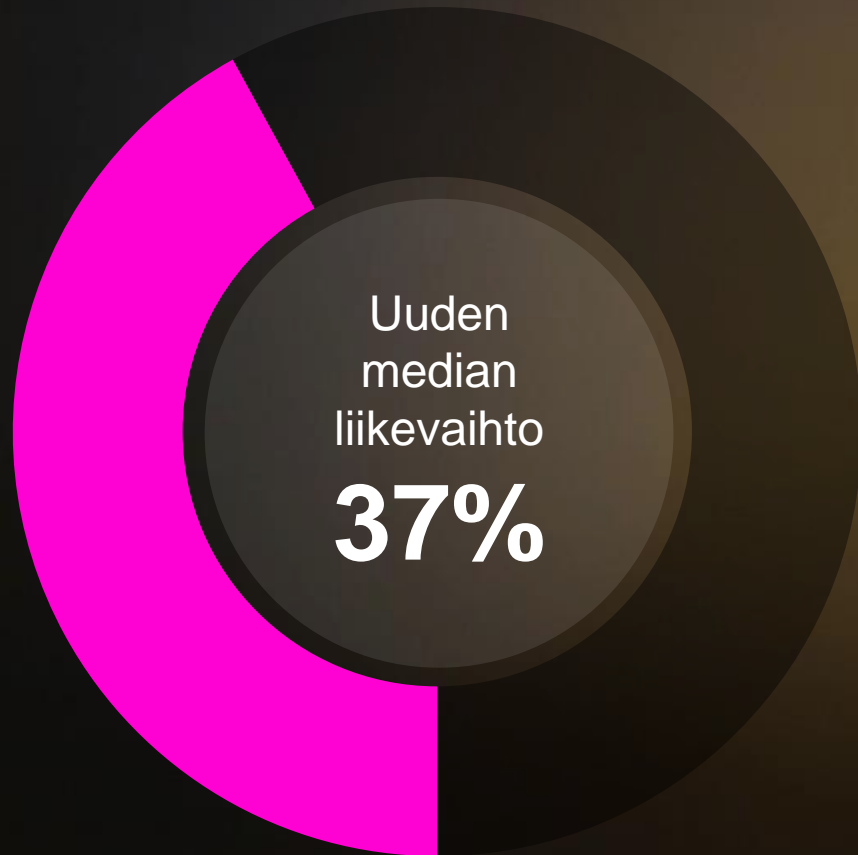
Liikevaihdon kehitys kääntynyt oikealle uralle

Orgaaninen kasvu – rullaavat 12kk

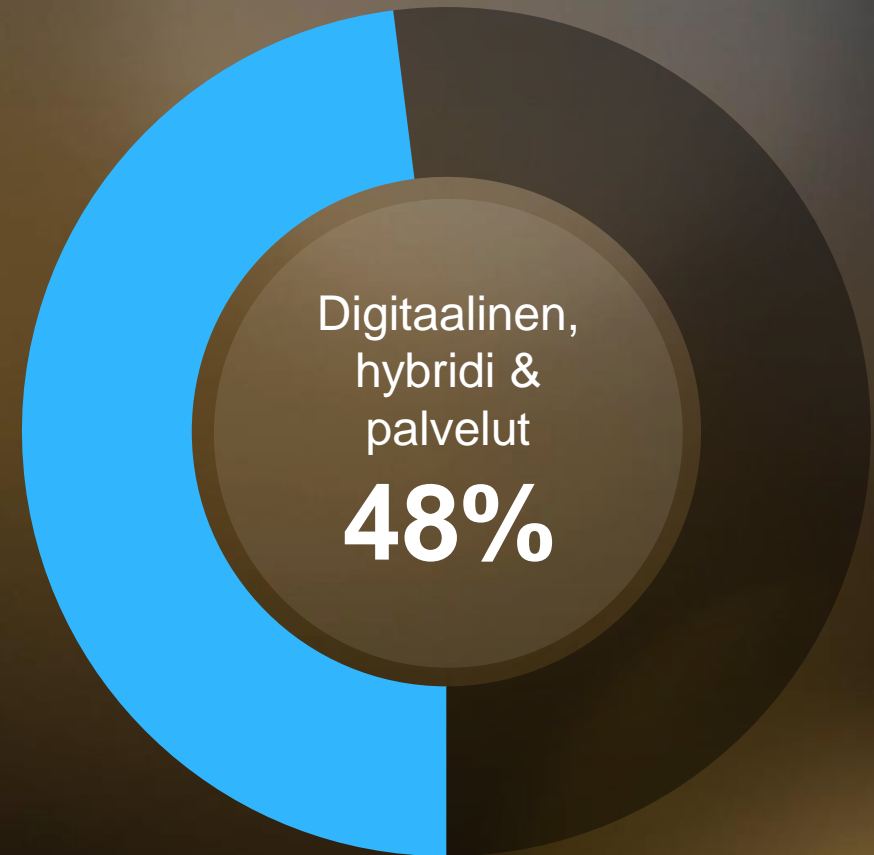


Digitaalisuus kasvussa

Kuluttajamedia (Hollanti, Belgia ja Suomi)



Oppiminen



Sisältö &
brändit



Yleisöt



Data



Kaupallista-
minen

Nelosen liikevaihto +5% vuonna 2014



**Vain
Elämää**

Kokonaisten
jaksojen
käynnistykset
2,3 miljoonaa

Facebook-fanit
yli 167 000

30 400 twiittiä,
144 000 retwiittiä

Pikauusintojen
keskikatsoja-
määrät
469.000 (10+)

Yli 9 miljoonaa
videokäynnistystä

Tavoitti
3,7 miljoonaa
suomalaista

Uusi katsojaennätys Nelosen
historiassa, Loirin jakson ensiesitys
1 115 000 (10+)

Päälähetyksen
keskikatsoja-
määrä
1 000 000 (10+)

Sanoman videopalvelut tavoittavat yli 1,8 miljoonaa suomalaista joka viikko!

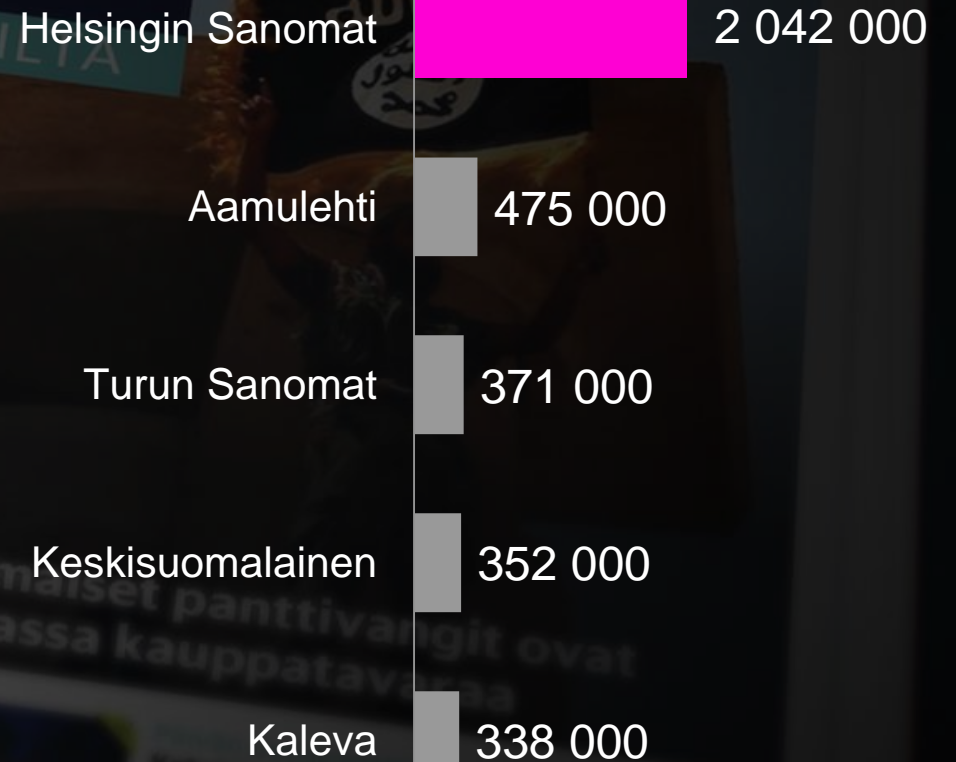


Helsingin Sanomat

Digitaalinen
liikevaihto +24%

Kokonaistavoittavuus

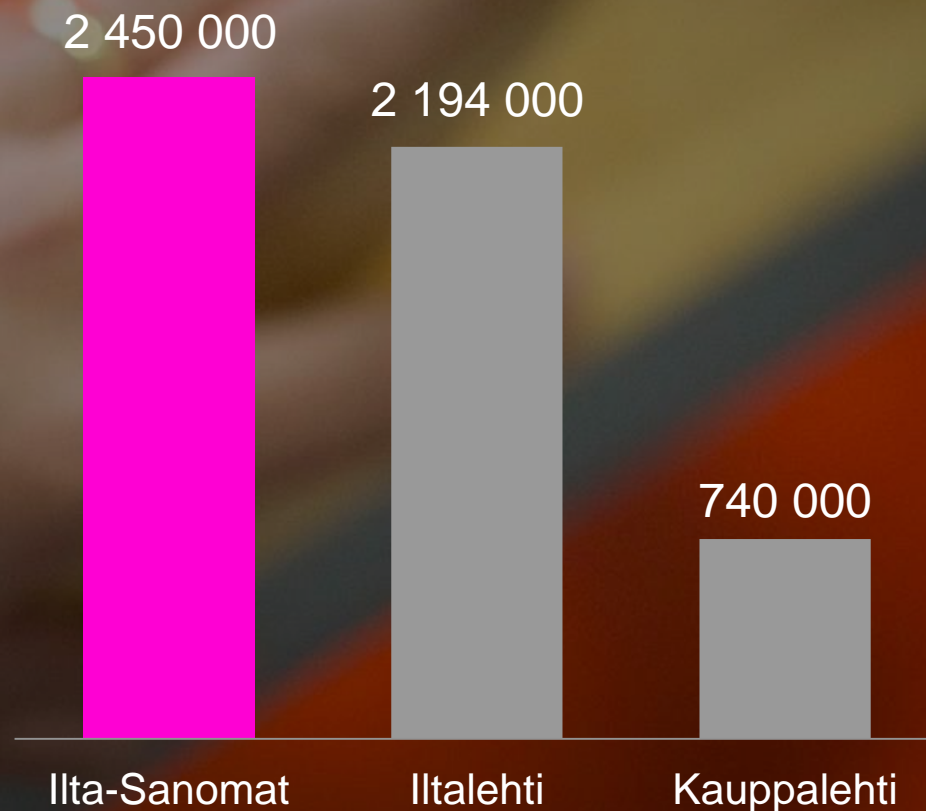
7-päiväiset tilattavat sanomalehdet



Ilta-Sanomat
Digitaalinen jo
30% liikevaihdosta
Digitaalinen
liikevaihto +19%

Kokonaistavoittavuus

Muut sanomalehdet





**Aku Ankka laajenee ja
digitalisoituu – digipalveluilla
jo 30.000 käyttäjää**

Hollannin TV

Katsojaosuus

23
21
19
17
15
13
11
9
7
5
3
1

● 2013 ● 2014

Sochi
Olympialaiset

Jalkapallon
MM-kisat

SBS:n liikevaihto
+3% vuonna 2014

Tammikuu Helmikuu Maaliskuu Huhtikuu Toukokuu Kesäkuu Heinäkuu Elokuu Syyskuu Lokakuu Marraskuu Joulukuu

Teemastrategia

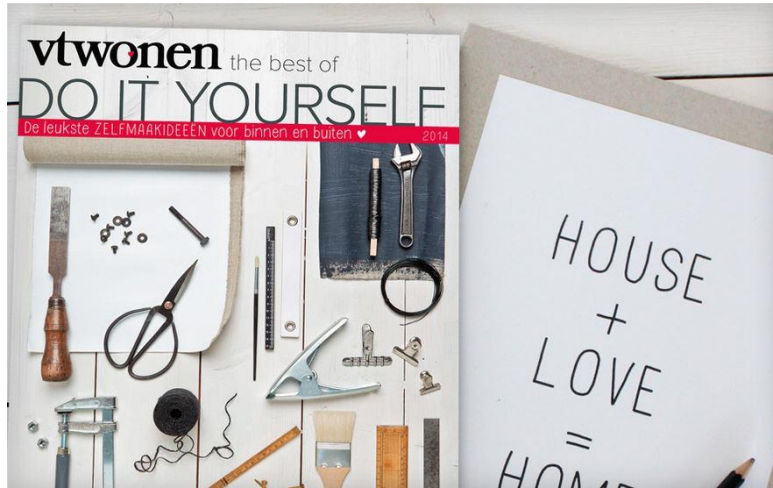
vtwonen®

Lehden
levikki
90 000

Verkko-
kaupassa
yli 500 000
kävijää



Liikevaihtoa
sisustusbrändin
ympärillä
17 milj. euroa



Tapahtumassa
yli 60 000
kävijää



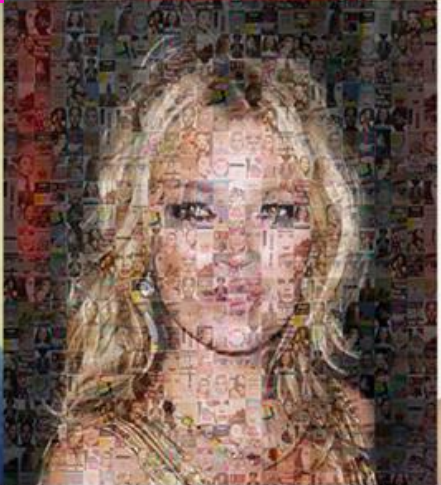
TV -ohjelmalla
yli 400 000
katsojaa

+6%



flow

+11%



VIVA





Media Netherlands
→ Media BeNe

Hollanti ja Belgia

Oppiminen

Opettaja keskiössä



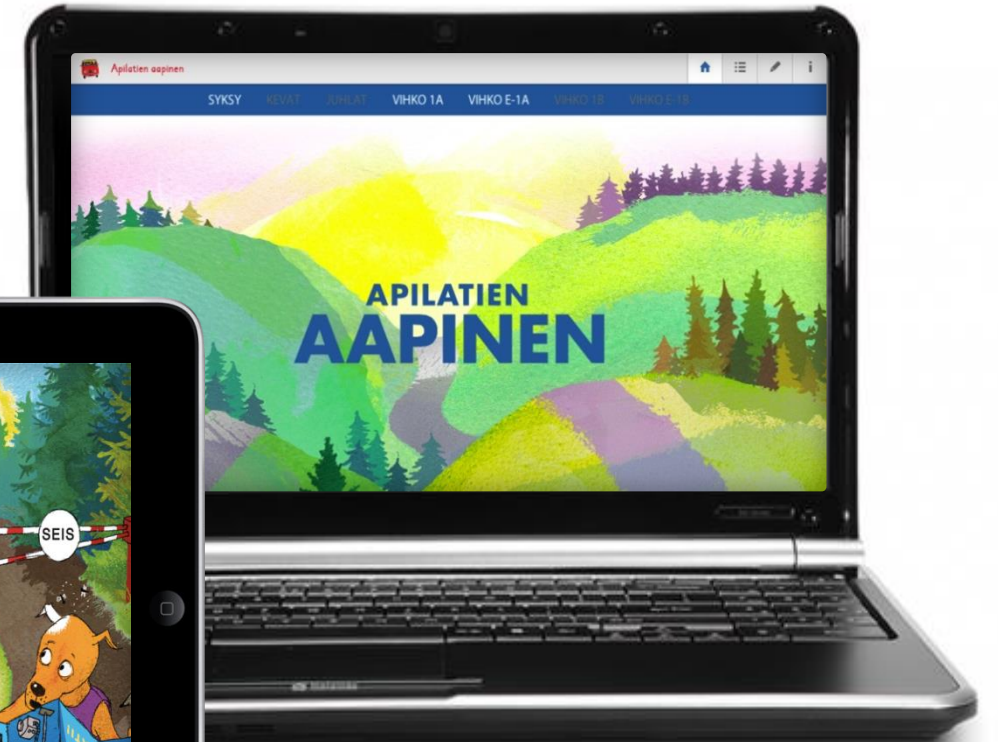
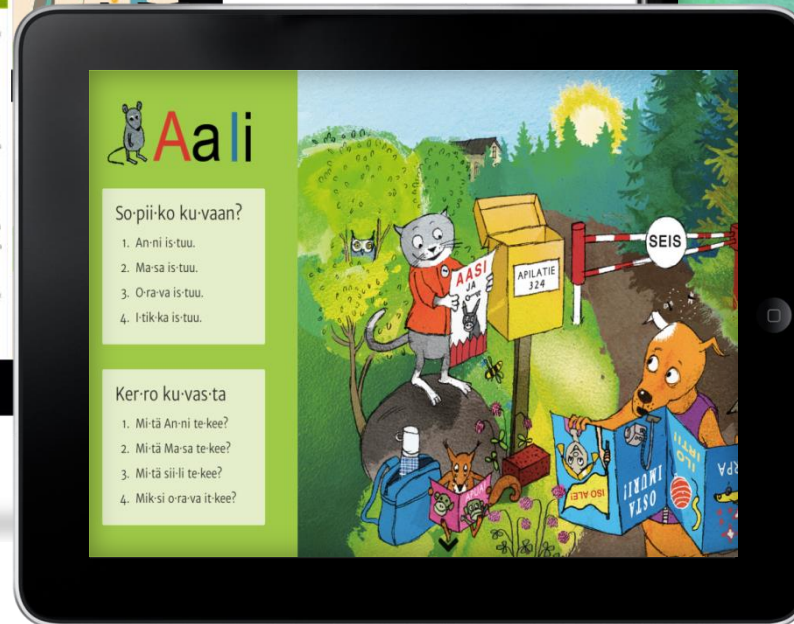
Oppimistulokset



Digitaaliset työkalut



Digitaaliset ratkaisut kasvun lähteenä



Orgaaninen
kasvu

+1 %

Digitaalinen

50 milj. euroa

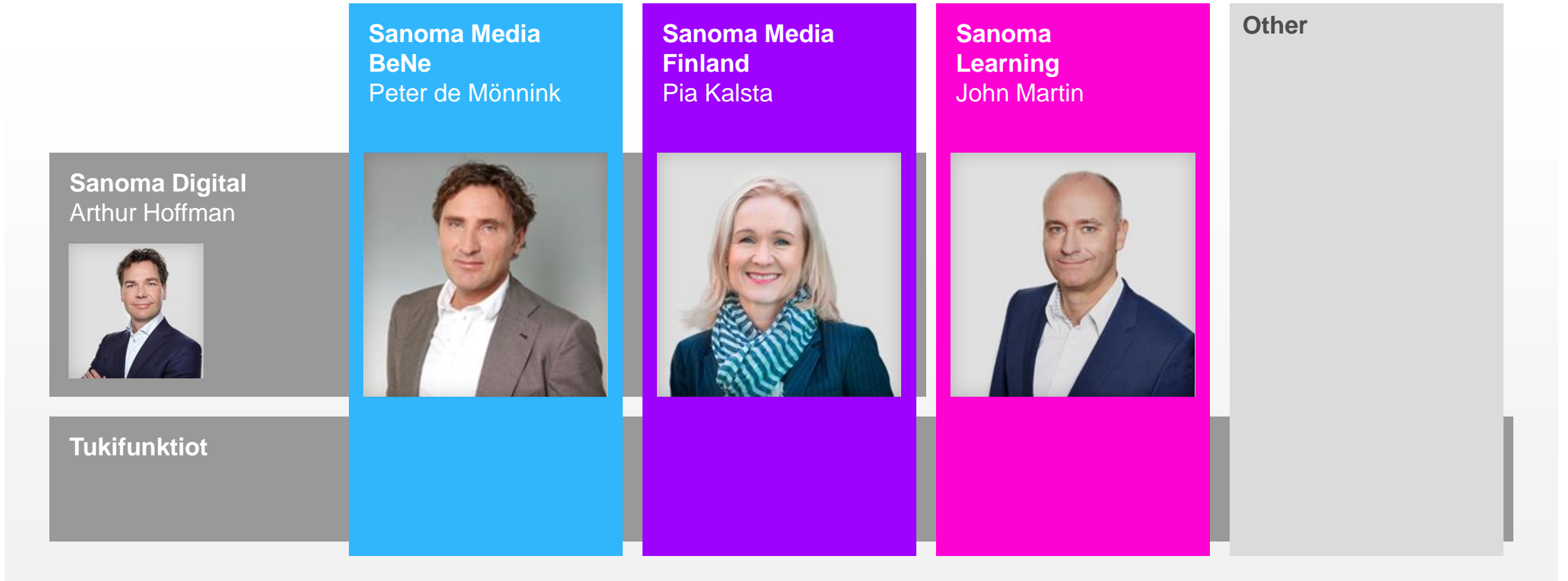
Kasvua
digitaalisessa

+15 %

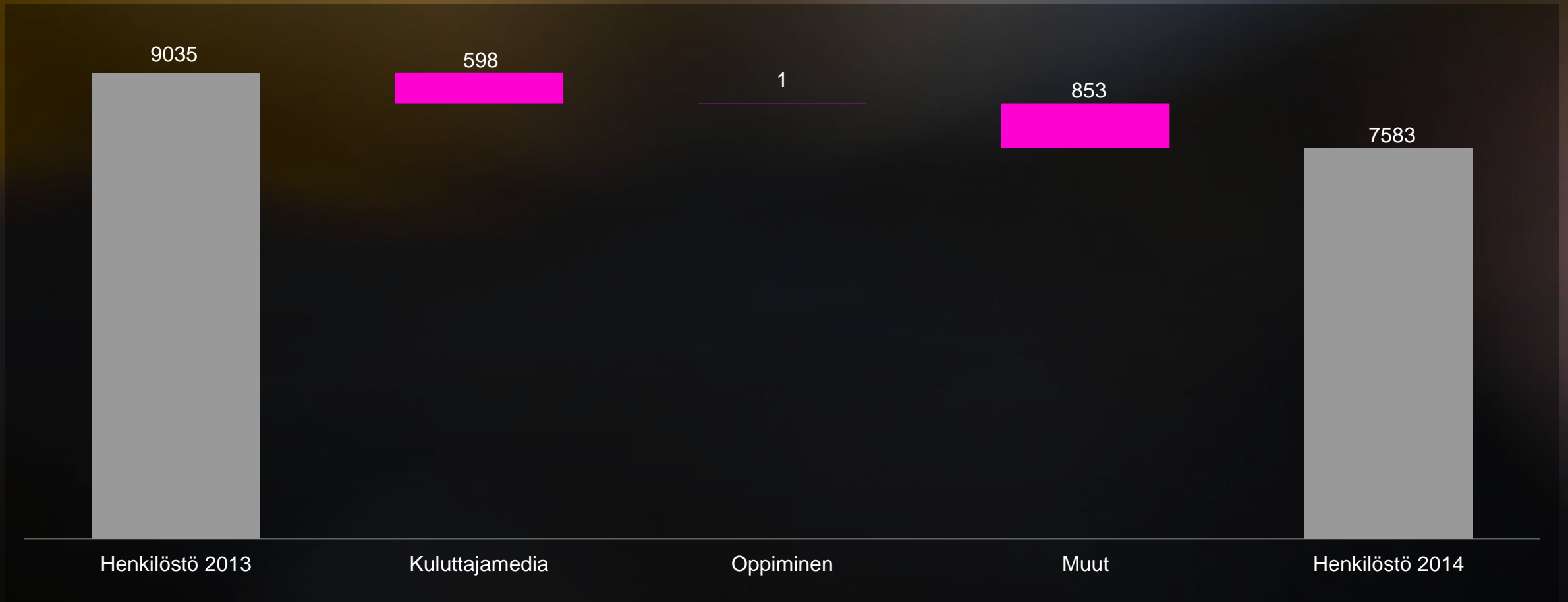
Muutokset

1000 suomalaista säästöä

Organisaatio



Muutokset henkilöstössä



2015 & 2016

2015 prioriteetit

Kasvu

Kuluttajamedia

- Keskeisten brändien kehittäminen
- Mediamyynnin vahvistaminen
- Digitaalisen kasvun vauhdittaminen
- SBS TV-toimintojen kasvu
- Belgian ja Hollannin yhdistäminen
- 100 milj. euron kustannussäästö-tavoitteen ylittäminen

Kulttuuri

Oppiminen

- Digitaalinen muutos
- Markkina-aseman vahvistaminen
- Laajentuminen uusille markkinoille
- Kustannustehokkuus

2016

Pienempi ja
keskittyneempi



Terveempi
tase



Digitaalisen
median
ja uusien
palveluiden
voimakas
kasvattaminen



Paluu
orgaaniseen
kasvuun

Parempi
kannattavuus

s a n o m a