

## ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1.1999-30.9.1999

Alma Median liikevaihto oli 2 112 (2 086) Mmk, 355 (351) milj. euroa. Liikevoitto oli 120 (164) Mmk, 20 (28) milj. euroa. Liiketoimintaryhmistä Alpress kasvatti liikevoittoaan, mutta MTV:n ja Alprintin liikevoitot pienuivat selvästi.

## KONSERNIN AVAINLUVUT

Mmk	tammi-syyskuu		
	1999	1998	1-12 1998
Liikevaihto	2 112	2 086	2 868
Liikevoitto	120	164	242
-suhteessa liikevaihtoon (%)	5,7	7,9	8,4
Voitto ennen sat.eriä ja veroja	109	151	225
-suhteessa liikevaihtoon (%)	5,2	7,2	7,8
Omavaraisuusaste (%)	51	51	51
Gearing	54	48	39
Käyttöomaisuusinvestoinnit	177	122	219
Henkilöstö keskimäärin	3 138	2 889	2 905
Tulos/osake (mk)	5,03	6,59	9,21

MEUR	tammi-syyskuu		
	1999	1998	1-12 1998
Liikevaihto	355	351	482
Liikevoitto	20	28	41
-suhteessa liikevaihtoon (%)	5,7	7,9	8,4
Voitto ennen sat.eriä ja veroja	18	25	38
-suhteessa liikevaihtoon (%)	5,2	7,2	7,8
Omavaraisuusaste (%)	51	51	51
Gearing	54	48	39
Käyttöomaisuusinvestoinnit	30	21	37
Henkilöstö keskimäärin	3 138	2 889	2 905
Tulos/osake (euroa)	0,85	1,11	1,55

## Kolmannen vuosineljänneksen tuloskehitys

Mediayhtiönä Alma Median eri vuosineljännesten liikevaihtokertymä vaihtelee huomattavasti. Liikevaihdon ja liikevoiton kertymisen kannalta vuoden toinen ja neljäs neljännes ovat selkeästi ensimmäistä ja kolmatta neljänneistä merkittävimpiä. Kesäkuukausina sanomalehtien ilmoitusliikevaihto ja television mainosajanmyynnin liikevaihto jäävät jopa alle puoleen parhaimpien kuukausien liikevaihdoista.

Konsernin liikevaihto heinä-syyskuussa 1999 oli 638 Mmk (632 Mmk heinä-syyskuussa 1998) ja liikevoitto 23 (32) Mmk.

## LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITTÄIN (MMK)

	LIIKEVAIHTO			LIIKEVOITTO		
	1999	1998	%	1999	1998	%
	7-9	7-9		7-9	7-9	
Alpress	306	257	19	44	37	19
MTV	202	218	-7	-8	-3	-166
Alprint	186	211	-12	0	10	-
Emoyhtiö ja muut liiketoiminnat	20	19	5	-12	-14	14
Konsernin sis. Liikevaihto/ Konsernikirjaukset	-76	-73	4	-1	2	-150
Yhteensä	638	632	1	23	32	-28

Alpressin liikevaihdon kasvuun vaikuttivat eniten vertailujakson jälkeen ryhmään liitetyt uudet maakuntalehdet. Liikevoiton parantumiseen eniten vaikuttaneet tekijät ovat Iltalehden kasvaneet levikkituotot ja Alpressin kasvanut ilmoitusliikevaihto. MTV:n liikevaihtoa ja tulosta alensi erityisesti elo-syyskuun odotettua alhaisempi mainosajan myynti. Liikevoittoa paransi MTV-Viihde Oy:n osake-enemmistön myynnistä saatu 11 Mmk:n myyntivoitto. Alprintin kohdalla liikevaihdon alentuminen johtuu pääasiassa vuoden 1998 elokuussa alkaneesta Venäjän viennin laskusta.

## Tammi-syyskuun tuloskehitys

Konsernin liikevaihto yhdeksän kuukauden katsausjaksolla tammi-syyskuussa 1999 oli 2 112 Mmk (2 086 Mmk tammi-syyskuussa 1998) ja liikevoitto 120 (164 Mmk).

## LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITTÄIN (MMK)

	LIIKEVAIHTO			LIIKEVOITTO		
	1999	1998	%	1999	1998	%
	1-9	1-9		1-9	1-9	
Alpress	949	798	19	126	108	17
MTV	751	784	-4	13	52	-75
Alprint	587	679	-14	4	32	-87
Emoyhtiö ja muut liiketoiminnat	61	58	5	-25	-30	17
Konsernin sis. Liikevaihto/ Konsernikirjaukset	-236	-233	1	2	2	0
Yhteensä	2 112	2 086	1	120	164	-27

Alpressin liikevaihto kasvoi uusien yksiköiden ja hyvin sujuneen liiketoiminnan ansiosta. Tv-mainonnan volyymit ovat vaihdelleet kuukausittain poikkeuksellisen paljon. Kuluvana vuonna televisio on menettänyt markkinaosuuttaan mainosvälineenä muille medioille, lähinnä sanoma- ja aikakauslehdille. Alprintin liikevaihdon laskuun ovat vaikuttaneet Venäjän viennin alentuminen ja siitä aiheutuneet seurannaisvaikutukset muilla lähimarkkinoilla. Alma Media on Suomen suurin verkkopalveluiden tarjoaja, sillä sen verkko-

palveluita käyttää viikottain noin 400 000 käyttäjää. Alma Median markkinaosuus Suomen internet-mainonnasta on yli 40 %. Syyskuussa aloittaneen New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto, mikä ei sisällä konsernin verkkolehtien liikevaihtoa, kasvoi 100 % 14 Mmk:aan (7 Mmk).

3(13)

Emoyhtiön, muiden liiketoimintojen ja konsernikirjausten vaikutus katsauskauden liikevoittoon oli -23 (-28) Mmk, josta New Media -liiketoimintaryhmän osuus oli -18 (-9) Mmk. Katsauskaudelle kirjatut poistot olivat 129 (128) Mmk. Osakkuusyhtiöiden vaikutus konsernin liikevoittoon oli -9 (-10) Mmk. Konsernin tuloksesta veroina vähennetyt, voimassa olevan verokannan mukaan lasketut verot katsauskauden tuloksesta, olivat 30 Mmk (46 Mmk).

Konsernin investoinnit olivat yhteensä 177 (122) Mmk. Suurimmat yksittäiset investoinnit olivat Alprintin tuotantokoneiston korvausinvestointeihin kohdistuneet 64 Mmk:n investoinnit ja Alpressin toimialayritysten osakkeiden hankintaan kohdistuneet 33 Mmk:n investoinnit.

Konsernin nettorahoituskulut olivat 11 (13) Mmk. Likvidit varat olivat syyskuun lopussa 84 Mmk (128 Mmk). Syyskuun lopussa korollisia velkoja oli yhteensä 733 Mmk (683 Mmk). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 54 % (48 %).

#### Henkilöstö ja hallinto

Konsernin keskimääräinen henkilövahvuus oli 3 138 (2 889), minkä lisäksi konsernin palveluksessa oli 1 066 (980) osa-aikaista lehdenjakajaa. Konsernin johtokuntaa on täydennetty jakson aikana kahdella uudella jäsenellä. Kauppalehden vastaava päätoimittaja Lauri Helve nimitettiin toukokuun alusta lukien myös Alma Media Oyj:n johtokunnan jäseneksi tuomaan journalistista näkökulmaa konsernitason päätöksentekoon. Syyskuun alusta lukien konsernin uuden median toiminnot yhdistettiin New Media -liiketoimintaryhmäksi ja samalla New Media -liiketoimintaryhmän johtaja Raimo Mäkilä nimitettiin johtokunnan jäseneksi.

#### Osakkeet ja optiolaina

Alma Median I-sarjan osakkeita on vaihdettu katsausjakson aikana Helsingin Pörssissä 658 000 kappaletta eli 10 % osakesarjasta ja II-sarjan osakkeita 3 316 000 kappaletta eli 37 % osakesarjasta. Osakesarjojen yhteinen vaihtoarvo oli 114 milj. euroa. Yhtiön markkina-arvo jakson lopussa oli 357 milj. euroa.

#### Osakekurssien kehitys (euroa)

	Kurssi	Kurssi	Ylin	Alin
	4.1.1999	30.9.1999	kurssi	kurssi
I-sarja	28,43	21,20	40,50	19,70
II-sarja	28,00	20,00	40,00	19,51

Otava-Yhtyneet konserni teki joulukuussa 1998 Sampo-konsernin ja Keskinäinen Eläkevakuutusosakeyhtiö Varma-Sampon kanssa Alma Media Oyj:n osakkeita koskeneen osto-optiosopimuksen. Osapuolet käyttivät osto-optiosopimusta keskinäisissä osakekaupoissaan

elokuussa 1999 ja ilmoittivat, että käyttämättömiltä osiltaan osto-optiosopimukset on purettu.

Alma Media Oyj laski toukokuussa 1999 liikkeeseen henkilöstölle suunnatun optiolainan, johon liittyvillä optiotodistuksilla voidaan merkitä yhteensä 610 000 II-sarjan osaketta. Lainan ehtojen mukaan puolet osakkeista on merkittävässä 28.5.2001 alkaen kurssiin, mikä on 12 % yli kuluvan vuoden lokakuun keskikurssin eli 23,05 euroa osakkeelta ja puolet osakkeista on merkittävässä  
4(13)

28.5.2003 alkaen kurssiin, mikä on 28 % yli em. kurssin eli 26,34 euroa osakkeelta. Merkintähinnasta vähennetään ennen merkintää maksettavat osingot. Optiolainan merkintähintojen laskentaperusteena käytettävä II-osakkeen keskikurssi lokakuussa 1999 oli 20,58 euroa osakkeelta.

Vuosi 2000

Alma Media -konsernin valmistautuminen vuosituhannen vaihtumiseen on sujunut ennalta laaditun suunnitelman ja aikataulun mukaisesti. Katsausjakson loppuun mennessä konserni on saanut jo päätökseen suurimman osan vuosi 2000 -valmiuden saavuttamiseen tarvittavista toimenpiteistä. Niiltä osin, kun vuosi 2000 -valmius riippuu konsernin omista toimenpiteistä, vielä tekemättömät tarkistukset ja testaukset suoritetaan viimeisen vuosineljänneksen aikana.

Vuosi 2000 -valmiuden saavuttamiseksi kaikki konsernin toiminnan kannalta kriittiset järjestelmät saatetaan vastaamaan vuosi 2000 -vaatimuksia. Kaikkiaan konserni on käyttänyt noin 20 Mmk vuosituhannen vaihteeseen varautumiseen. Valtaosa tästä summasta koostuu erilaisten ohjelmistojen ja järjestelmien uusimisista, jotka on tietoisesti ajoitettu tapahtuvaksi ennen vuosituhannen vaihtumista.

Omien toimenpiteiden lisäksi konsernista on lähetetty kaikkien keskeisten järjestelmien ja laitteiden toimittajille kyselyt ja näiltä osin konsernin vuosi 2000 -valmius on riippuvainen vastausten luotettavuudesta. Eri liiketoimintojen kannalta kriittiset alueet on kartoitettu ja mahdollisten häiriöiden varalle on tehty varasuunnitelmat, jotka tullaan testaamaan niiltä osin kuin ne ovat testattavissa ennen vuodenvaihdetta.

Alma Median mukaan sisäinen vuosi 2000 -valmius saavutetaan aikataulun ja suunnitelmien mukaisesti ennen vuodenvaihdetta. Saavutetusta valmiustasosta ja kaikista suoritetuista toimenpiteistä huolimatta ei ole olemassa ehdotonta varmuutta siitä, etteivät vuosituhannen vaihtumiseen liittyvät tekijät aiheuta ongelmia yhtiön toiminnalle tai taloudelliselle asemalle. Nämä ennalta-odottamattomat tekijät voivat olla konsernin sisäisiä tai johtua liikekumppaneiden, alihankkijoiden tai muiden vastaavien tahojen toimenpiteistä.

Toimintaympäristö ja toimialakatsaukset

Alma Media -konserni on joukkoviestintään keskittyvä yritys, jonka liiketoiminta on jaettu neljään toimialaan. Alpress vastaa sanomalehtien kustantamisesta, MTV televisio- ja radioliiketoiminnasta, Alprint painotoiminnasta ja New Media ns.

uuteen mediaan liittyvästä liiketoiminnasta. Konsernin emoyhtiönä toimii Alma Media Oyj, jonka osakkeet noteerataan Helsingin Pörssissä. Emoyhtiö vastaa keskitetysti mm. koko konsernin liiketoiminnan ohjauksesta ja strategisista kehityshankkeista, rahoituksesta, kiinteistöistä sekä pörssiyhtiön yleisistä velvollisuuksista.

Alma Median liikevaihdosta lähes 2/3 liittyy mainontaan. Näistä tuotoista hieman yli puolet koostuu MTV3-kanavan mainosajamyynnistä sekä sponsorointituloista ja noin kolmannes koostuu lehtien ilmoitusliikevaihdosta. Lisäksi mainontaan suoraan liittyviä tuottoja ovat verkkopalveluiden ilmoitusliikevaihto ja tuotot Alprintin konsernin ulkopuolisille asiakkaille painamista mainospaino-

5(13)

tuotteista. Alma Media -konsernin liikevaihdosta noin 90 % tulee Suomesta. Alprintin liikevaihdosta vienti kattaa melko tarkkaan yhden kolmasosan. Viennistä 2/3 menee Pohjoismaihin. Alma Media -konsernin merkittävin kansainvälinen panostus on runsaan 23 %:n omistusosuus Ruotsissa toimivasta TV4 AB:stä.

Mediamainonnan kasvu on hidastunut kuluvan vuoden aikana alkuvuoden 7-8 %:sta ja tällä hetkellä Alma Median ennusteen mukaan koko vuoden kasvu jäänee hieman vajaaseen viiteen prosenttiin. Tilanteeseen ei odoteta oleellista muutosta ensi vuoden aikana.

Loppukesän ja alkusyksyn aikana mediamainonnan kasvuluvut hiipuivat yllättävän alhaisiksi, sillä Suomen talouden pohja on erittäin hyvä. Mainonnan kehityksen kannalta tärkeimmät indikaattorit eli BKT:n kasvu ja yksityinen kulutus kasvavat edelleen 3,5 -4,5 % vauhtia.

Gallup-Mainostiedon mukaan mediamainonnan kokonaismäärä tammi-syyskuussa kasvoi edellisestä vuodesta 6 % 4,0 mrd. markkaan (3,8 mrd mk). Sanomalehtimainonta kasvoi 6 %, aikakauslehtimainonta 7 %, televisiomainonta 2 %, radiomainonta 3 %, ulkomainonta 6 %, elokuvamainonta 12 % ja internet-mainonta 109 %.

Mainonnan kehittymisen kannalta toinen merkittävä tekijä, eli mainostavien yritysten kannattavuuskehitys ei ole kokonaisuutena yhtä selkeästi positiivinen. Suurista mainostajista mm. monien suomalaisten elintarvikeyritysten kannattavuus on alentunut Venäjän viennin vaikeuksien johdosta, mikä näkyy suoraan kotimaisissa mainosinvestoinneissa. Vähittäistavarakauppa sekä päivittäis-, erikoistavara- ja tavaratalokauppa ovat kehittyneet ennakoitua heikommin. Tukkukaupassa ainoastaan autokaupan kasvuluvut ovat olleet poikkeuksellisen korkeat.

## Alpress

Alpress-ryhmän muodostivat katsausjaksolla valtakunnalliset sanomalehdet Kauppalehti ja Iltalehti, maakunnalliset sanomalehdet Aamulehti, Satakunnan Kansa, Lapin Kansa, Pohjolan Sanomat, Kainuun Sanomat, paikallislehtiä kustantava Suomen Paikallissanomat sekä hallintopalveluja tuottava ryhmän emoyhtiö Alpress Oy. Kaikkiaan Alpress-ryhmään kuuluu 30 lehteä, joista 16 on paikallislehtiä, 4 kaupunkilehtiä ja 3 ilmaisjakelulehtiä.

Vertailujakson jälkeen konserniyhtiöiksi tulleet Pohjolan Sanomat Oyj ja Kainuun Sanomain Kirjapaino Oy on sisällytetty Alpressin lukuihin vuoden alusta sekä kustannus- että painotoiminnan osalta.

Suomen sanomalehtien levikit ovat alentuneet edellisvuodesta, joskin kehitys on hyvin epäyhtenäistä. Kevään levikintarkastuksessa 15 päivälehtien levikit kasvoivat ja 12 laskivat.

Kauppalehden levikki nousi kiristyvistä kilpailutilanteesta huolimatta 2,0 %. Iltalehden kuusipäiväinen levikki kasvoi 1,2 % ja viikonvaihtelelevikki 3,4 %. Iltalehden hyvä kehitys on jatkunut ja syyskuun lopun tilanteen mukaan se on kasvattanut markkinaosuuttaan iltapäivälehtimarkkinoilla. Iltalehti on kasvattanut alkuvuoden aikana myyntiään yli 5 % edellisen vuoden vastaavaan jaksoon verrattuna.

Alpressin maakuntalehdistä Aamulehden levikki kasvoi 0,8 % ja Satakunnan Kansan 0,3 %, mutta Lapin Kansan levikki laski 0,7 %,

6(13)

Kainuun Sanomain 1,9 % ja Pohjolan Sanomain levikki laski viime syksystä 1,3 %. Paikallissanomien lehtien levikit kasvoivat keskimäärin 2,0 %.

Alpressin liikevaihto oli 949 Mmk (798). Liikevaihdosta 51 % (51 %) koostui ilmoitustilan myynnistä, 44 % (46 %) levikkimyynnistä ja 5 % (3 %) muusta myynnistä. Liikevaihdon 151 Mmk:n kasvusta 111 Mmk johtui uusien yksiköiden liittämistä ryhmään. Ryhmän vertailukelpoinen ilmoitusliikevaihto kasvoi 5,9 % ja vertailukelpoinen levikkiliikevaihto kasvoi 4,0 %.

## MTV

MTV-konserni vastaa Alma Median televisio- ja radioliiketoiminnasta. MTV Oy:n lisäksi konsernin tulokseen vaikuttaa merkittävästi Ruotsissa toimiva osakkuusyhtiö TV4 AB, josta MTV Oy omistaa 23 %. MTV vastaa operatiivisesti Alma Media -konsernissa myös valtakunnallisesta radioliiketoiminnasta, jota edustaa konsernin 48 %:sti omistama Radio Nova.

Huolimatta lisääntyneestä tarjonnasta televisiomainonta on menettänyt markkinaosuuttaan mediamainonnasta. Katsausjakson aikana television markkinaosuus oli 21 % (22 %). MTV:n osuus televisiomainonnasta on 84 % (88 %). Television katseluun käytetty päivittäinen aika lisääntyi edellisen vuoden tammi-syyskuusta kahdeksalla minuutilla 2 tuntiin 35 minuuttiin. Kasvusta MTV3-kanavan osuus oli puolet.

Uudessa kilpailutilanteessa MTV on valinnut strategiakseen korkean katsojaosuuden ylläpitämisen. Tässä strategiassa on onnistuttu hyvin. MTV3-kanavan kokonaiskatseluosuus oli 42 % (42 %) ja katseluosuus prime-timessä oli 40 % (40 %). MTV3-kanavan ohjelma-aika oli 4 038 (4 151) tuntia. Kotimaisen ohjelmiston osuus lisääntyi hiukan edellisvuodesta 51 %:iin (49 %) koko ohjelma-ajasta.

MTV:n liikevaihto oli katsauskaudella 751 (784) Mmk, ja se aleni edellisvuodesta 4 %. Alentuneesta mainosajanymyynnin liikevaihdosta ja kasvaneista ohjelmistokustannuksista johtuen MTV:n liikevoitto

jäi selkeästi vertailujaksoa pienemmäksi huolimatta MTV Viihde Oy:n 11 Mmk:n myyntivoitosta. Liikevoitto oli 13 (52 ) Mmk.

Ruotsin TV4 AB:n liikevaihto oli 1 446 (1 410) milj. kruunua ja liikevoitto 44 (25) milj. kruunua. Ruotsin TV4 AB:n tulossuuden ja liikearvopoiston nettovaikutus MTV Oy:n liikevoittoon oli -11 (-13) Mmk. Alma Median 48 %:sti omistaman Radio Novan liikevaihto oli katsausjaksolla 42 (41) Mmk ja liikevoitto 1 (2) Mmk.

MTV Oy:n varatoimitusjohtajaksi ja toimitusjohtajan varamieheksi nimitettiin 1.7. alkaen ohjelmajohtaja Tauno Äijälä. Ekonomi Ilkka Kylmä nimitettiin MTV Oy:n varatoimitusjohtajaksi 2.8. lähtien vastualueenaan myynnin ja markkinoinnin johtaminen. Myynnistä ja markkinoinnista vastaava MTV Media Oy uudisti organisaationsa elokuussa ja samalla käynnistettiin toimenpiteet MTV Media Oy:n fuusioimiseksi MTV Oy:öön.

Kauppalehti ja MTV Oy perustivat Uutislinkki Oy:n tuottamaan MTV3-kanavan talousuutisia. Uusi yhtiö on merkittävä askel Alma Median eri medioiden yhteistyössä entistä laadukkaamman sisällön tuottamiseksi.

7(13)

MTV-Musiikki Oy:n liiketoiminnot siirtyivät uudelle Suomen Mediamusiikki Oy:lle 1.9. lähtien. Yhtiölle siirtyivät MTV-Musiikin tuottamien äänitteiden aineettomat oikeudet. Uudesta yhtiöstä MTV Oy omistaa 15 %.

MTV Oy myi 51 % omistamastaan MTV-Viihde Oy:stä Pearson Television -ryhmään kuuluvalla Grundy Internationalille. Liikevaihdoltaan vajaan 70 Mmk:n MTV-Viihde Oy on Suomen suurin viihdeohjelmien tuotantoyhtiö. Myynti liittyy MTV Oy:n liiketoimintastrategiaan, jonka mukaan kanavan oma tuotanto keskittyy uutis- ja ajankohtaisohjelmien tuotantoon, ja muu ohjelmisto hankitaan ulkopuolisilta tuottajilta.

Valtioneuvosto myönsi kesäkuussa toimiluvat kaupallisia digitaalisia tv-kanavia varten kahteen multipleksiin, ja osoitti yhden kokonaisen multipleksin Yleisradion käyttöön. MTV lähettää MTV3 kanavan digitaalisena sekä on mukana City-TV-yhtiöissä ja Suomen Urheilutelevisiossa. Nämä kanavat sijoitettiin multipleksiin B. Lisäksi siihen määrättiin Wellnet Oy:n tv-kanava.

Samaan multipleksiin sijoitettujen tv-yhtiöiden tulee tehdä 23.12.1999 mennessä sopimus lähetyks kapasiteetin käytöstä ja yhteistoiminnan perusteista. Sopimuksen hyväksyy liikenneministeriö, minkä jälkeen telehallintokeskus myöntää taajuuden multipleksin hallinnoijan käyttöön. Digitaalisen television valmistelu on kohdistunut toimilupaehtojen mukaisesti yhtenäisen teknisen alustan rakentamiseen, multipleksin hallinnan järjestämiseen sekä uusien tv-kanavien omistusrakenteen ja liiketoimintasuunnitelman kehittämiseen.

Alprint

Alprint on Alma Median painotoiminnasta vastaava liiketoimintaryhmä. Alprint käynnisti runsas vuosi sitten kustannustehokkuuden ja kilpailukyvyn parantamiseen tähtäävän korvausinvestointiohjelman. Viime syksynä tapahtunut Venäjän

viennin romahtaminen on muuttanut merkittävästi graafisen teollisuuden toimintaympäristöä Suomessa. Vaikka painotuotteiden kysyntä kotimaassa on lisääntynyt ja vienti länteen on kasvussa, on Venäjän viennistä vapautunut painokapasiteetti johtanut alalla jo epäterveeseen hinnoitteluun.

Katsausjakson aikana Alprintin organisaatiota ja toimintatapaa on muutettu merkittävästi. Tavoitteena on selkeä kustannustehokkuuden parantaminen. Aikaisemmin Alprintin tuotanto oli jaettu Alprint Sanomalehtipainot Oy:öön ja Alprint Aikakauslehtipainot Oy:öön.

Jakson aikana aloitettiin uuden asiakaslähtöisen toimintamallin käyttöönotto. Uudessa toimintamallissa kaikissa tuoteryhmissä asiakkaat on segmentoitu pääasiassa kustantaja- ja mainostaja-asiakkaisiin ja samalla Alprintin kotimarkkinaksi määriteltiin koko Skandinavia. Samalla käynnistettiin fuusioprosessi, jolla Alprint Sanomalehtipainot Oy ja Alprint Aikakauslehtipainot Oy fuusioidaan emoyhtiönä toimivaan Alprint Oy:öön. Uudessa mallissa toiminta on jaettu neljään tuotelinjaan, joita palvelee yhteinen prepress-yksikkö. Tuotelinjat ovat Heat set -linja, Cold set -linja, Hybridlinja ja Erikoistuotelinja. Alprintin operatiiviseksi varatoimitusjohtajaksi nimitettiin elokuussa Sampo Salonen.

Osana kilpailukyvyn ja kustannustehokkuuden kehittämistä Alprint lakkautti jakson aikana sanomalehtipainot Jämsässä ja Valkeakoskella. Lisäksi meneillään on suuri heat set -painoja koskeva kor-

8(13)

vausinvestointi, jonka valmistuttua yhtiön heat set -rotaatiot on keskitetty yhteen tuotantoyksikköön Tampereelle. Samalla vanhentuneet heat set -painot lakkautetaan Vantaalla ja Porissa. Tämä investointi valmistuu ensi vuoden lopulla.

Katsausjakson aikana Alprintin liikevaihto oli 587 (679) Mmk. Myynnistä Alma Median osuus oli 32 % (27 %) muun kotimaan osuus oli 34 % (31 %) ja viennin 34 % (42 %). Viennistä Pohjoismaihin suuntautui 67 % (35 %) ja Venäjälle 23 % (57 %).

Edelliseen jaksoon verrattuna Alprintin myynti Alpressille kasvoi runsaat 2 %, mutta muu kotimaanmyynti laski 5 %. Venäjän vienti laski 72 %. Aikakauslehtituotteiden vienti laski 62 % ja sanomalehtituotteiden vienti 84 %. Alprintin vienti länteen kasvoi yli 26 %.

Alprintin liikevoitto oli 4 (32) Mmk. Liikevoiton alentumisesta 80 % johtui volyymien pienentymisestä ja 20 % hintojen alentumisesta. Jakson aikana paperinhinnoissa ei tapahtunut oleellisia muutoksia.

## New Media

Uuden median alue on ollut Alma Median keskeisiä panostusalueita viime vuosina ja näin tulee olemaan myös jatkossa. Tästä syystä Alma Mediassa tehtiin elokuussa päätös, jonka mukaan sen kaikki uuden median toiminnot kootaan omaksi New Media -liiketoimintaryhmäksi. Uuteen mediaan liittyvien toimintojen konsolidoitu liikevaihto kuluvana vuonna tulee olemaan noin 30 Mmk.



Vuoden yhdeksän ensimmäisen kuukauden aikana uuden median toimintojen liikevaihto oli 21 (10) Mmk, josta osana Alpressin liikevaihtoa on esitetty verkkolehtien liikevaihto 7 (3) Mmk.

New Media -liiketoimintaryhmän vetäjäksi ja Alma Media Oyj:n johtokunnan jäseneksi nimitettiin 1.9.1999 alkaen Alma Media Net Ventures Oy:n toimitusjohtaja Raimo Mäkilä. Mäkilä jatkaa myös konsernin verkkopalvelujen teknisestä ylläpidosta, kehityshankkeista ja tutkimustoiminnasta vastaavan Alma Media Net Ventures Oy:n toimitusjohtajana. New Media -liiketoimintaryhmän kaupalliset ja sisältöhankkeet on koottu Alma Media Interactive Oy:öön, jonka toimitusjohtaja on Jukka Mauno.

Alma Median uuden median aktiviteetit keskittyvät portaaleihin, sähköiseen kaupankäyntiin ja sähköiseen luokiteltuun ilmoitteluun. New Media liiketoimintaryhmän lisäksi emoyhtiö panostaa merkittävästi alan perustutkimukseen, korkeakouluyhteistyöhön ja erilaisiin uuden median kehitys- ja yhteistyöhankkeisiin. Näistä panostuksista on jo ollut tuloksena immateriaalioikeuksia, joille on haettu patentteja.

Alma Media on Suomen suurin verkkopalveluiden tuottaja. Sen suosituimpia verkkopalveluita ovat MTV3i, Iltalehti Online ja Kauppalehti Online. Web Traffic Monitorin tekemän tutkimuksen mukaan MTV3i:n viikottainen kävijämäärä lokakuussa 1999 oli 193 000, Iltalehti Onlinen 146 000 ja Kauppalehti Onlinen 30 000. Yhteensä Alma Median verkkopalveluilla on viikottain lähes 400 000 käyttäjää. Alma Median verkkopalveluiden ilmoitusliikevaihto oli katsausjaksolla yli 8 Mmk. Tämä vastaa yli 40 % markkinaosuutta koko internet-mainonnasta.

9(13)

Alma Mediassa mediaportaalit on jaettu kolmeen luokkaan. MTV3i:llä on merkittävä rooli MTV3-kanavan ohjelmamarkkinoinnissa ja -informaatiossa. MTV3i on yleis- eli horisontaaliportaali, jonka sisältö koostuu uutisista, viihteestä, haku-, sähköposti ja muista verkkopalveluista. Sen sisältö on jaoteltu lisäksi aihealueittain, mikä mahdollistaa paremmin kohdennetun mainonnan. Katsausjakson aikana MTV3i toi markkinoille myös oman internet-liittymän.

Kauppalehti Online on taloudesta ja sijoittamisesta kiinnostuneille henkilöille kohdennettu business-portaali, joka saa mainostulojen ohella merkittävästi tuottoja sisällön myynnistä. Kauppalehti Onlinen tuotoista noin 70 % koostuu sisällön ja palvelujen myynnistä. Kauppalehti Online on yli 30 000:n viikottaisen kävijän määrällään Suomen ylivoimaisesti suosituin business-portaali.

Kolmantena portaalityyppinä ovat VerkkoAamulehden kaltaiset paikalliset portaalit. Niissä voidaan valtakunnallisten palveluiden ja uutisten lisäksi tarjota käyttäjille myös korkealaatuisia paikallisia sisältöjä.

Kaikkiin mediaportaaleihin voidaan yhdistää erilaisia verkkopalveluja. MTV3i toi jakson aikana markkinoille suomenkielisen sähköpostipalvelun. Luukku.com -nimellä markkinoidulla palvelulla on noin 25 000 rekisteröityä käyttäjää.

Suosituimmat mediaportaalit toimivat myös sähköisten kauppapaikkojen alustoina. MTV3i:n sivuilla toimii mm. ShopIt kauppapaikka ja sähköinen huutokauppapaikka eTori. Näissä sähköisissä kauppapaikoissa tuotot tulevat joko kuukausittaisina veloituksina tai osuutena kaupan vaihdosta.

Alma Median sähköistä luokiteltua ilmoittelua edustavat kiinteistöliiketoimintaan keskittyvä DIME, käytettyjen moottoriajoneuvojen kaupan ilmoitteluun keskittyvä Autotali ja rekrytointipalvelu Jobline. Kiinteistöihin keskittyvä DIME-markkinapaikka toimii jo 13 maakuntalehden verkkopalvelujen yhteydessä.

Alma Media ja Nokia allekirjoittivat viime syksynä sopimuksen, jonka perusteella Alma Media ryhtyy tuottamaan palveluja ja sisältöjä Nokian langattomiin päätelaitteisiin.

Alma Media on panostanut myös WAP-palveluihin. Ensimmäiset Alma Median tuottamat WAP-palvelut esitellään vielä loppuvuoden aikana.

Tilikauden jälkeiset tapahtumat ja näkymät loppuvuodelle

Alma Media ilmoitti lokakuussa, että MTV käynnistää pelkästään kaapeliverkoissa näkyvän uuden kaapelikanavan. Mainosrahoitteen kaapelikanavan koelähetykset alkavat vielä kuluvan vuoden aikana. Kaapelitelevisiotoiminta käynnistetään MTV Oy:n liiketoimintayksikkönä. Yksikön palveluksessa työskentelee noin 15 henkilöä.

Pohjolan Sanomain Kirjapaino Oy:ssä käynnistettiin elokuussa yhteistoimintalain mukainen menettely, jonka aikana mm. kartoitettiin Pohjolan Sanomain painatusvaihtoehdot ja lehden eri yksiköiden henkilöstötarve. Kartoituksen perusteella lehden painaminen siirtyy vuoden 2000 maaliskuuhun mennessä Alprintin Rovaniemen sanomalehtipainoon. Lehden painatuksen siirtäminen Rovaniemelle ja eri osastojen henkilömäärien sopeuttaminen vastaamaan nykyistä tarvetta aiheuttavat yhteensä 43 henkilön irtisanomisen Pohjolan Sanomat -konsernista.

10(13)

Alma Median televisio- ja radioliiketoiminnot muodostavat Broadcasting-liiketoimintaryhmän. Ryhmään kuuluvat MTV Oy, joka vastaa terrestiaalisen eli maanpäällisen MTV3-kanavan ja ensi vuonna aloittavan kaapelikanavan liiketoiminnoista sekä osakkuusyhtiöt Oy Suomen Uutisradio Ab (Radio Nova) (48 %) ja Ruotsissa toimiva TV4 AB (23 %). Liiketoimintaryhmän johdossa tehdään 1.12.1999 alkaen seuraavat tarkistukset. Eero Pilkama siirtyy emoyhtiö Alma Media Oyj:n palvelukseen ja toimii MTV Oy:n hallituksen puheenjohtajana ja Broadcasting-liiketoimintaryhmän johtajana. MTV Oy:n toimitusjohtajaksi ja Alma Media Oyj:n johtokunnan jäseneksi on nimitetty MTV Oy:n varatoimitusjohtaja Ilkka Kylmä.

Alma Media -konsernin liikevaihdon koko vuodelta odotetaan muodostuvan edellisen vuoden tasoiseksi, mutta liikevoitto jää selkeästi alhaisemmaksi.

Alpressin toimintaympäristössä ei odoteta tapahtuvan vuoden viimeisten kuukausien aikana merkittäviä muutoksia. Alpressin liikevaihdon odotetaan nousevan lähes 1,3 miljardiin markkaan ja kannattavuuden odotetaan säilyvän alkuvuoden tasolla.

MTV:n liikevaihto jää edellistä vuotta alhaisemmaksi. Huolimatta siitä, että viimeisen vuosineljänneksen kannattavuuden odotetaan muodostuvan selvästi kuluvan vuoden parhaaksi, jää MTV:n liikevoitto koko vuodelta alle puoleen edellisen vuoden tasosta.

Alprintin liikevaihto tulee jäämään selkeästi alle edellisen vuoden tason ja koko vuoden liikevoiton odotetaan olevan vain lievästi positiivisen.

Uuden median alue on määritelty Alma Media konsernin erääksi keskeisimmistä tulevaisuuden panostusalueista. New Media - liiketoimintaryhmän liikevaihto toteutuu koko vuodelta ennakoitun mukaisesti. Kasvavista panostuksista johtuen liiketoiminta tulee rasittamaan konsernin tulosta vielä lähivuodet.

ALMA MEDIA OYJ  
HALLITUS

Tämän osavuosisikatsauksen tiedot ovat tilintarkastamattomia.  
Alma Media julkaisee tilinpäätöstiedotteen vuodelta 1999  
18.2.2000.

## ALMA MEDIA

KONSERNIN TULOSLASKELMA (MMK)	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
LIIKEVAIHTO	638	632	2 112	2 086	2 868
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	-8	-6	-9	-10	-3
Liiketoiminnan muut tuotot	15	5	39	23	25
Liiketoiminnan kulut	-622	-599	-2 022	-1 935	-2 648
LIIKEVOITTO	23	32	120	164	242
Rahoitustuotot ja -kulut	-5	-5	-11	-13	-18
VOITTO ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ	18	27	109	151	225
Satunnaiset erät	0	1	0	1	18
VOITTO ENNEN VEROJA JA VÄHEMMISTÖN OSUUTTA	18	28	109	152	242
Verot	-5	-10	-28	-45	-76
Vähemmistön osuus tilikauden tuloksesta	0	0	-2	-2	-4
KATSAUSKAUDEN VOITTO	13	18	79	105	163
					11(13)

KONSERNIN TULOSLASKELMA (MEUR)	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
LIIKEVAIHTO	107	106	355	351	482
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	-1	-1	-2	-2	-1
Liiketoiminnan muut tuotot	3	1	7	4	4
Liiketoiminnan kulut	-105	-101	-340	-325	-445
LIIKEVOITTO	4	5	20	28	41
Rahoitustuotot ja -kulut	-1	-1	-2	-2	-3
VOITTO ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ	3	5	18	25	38
Satunnaiset erät	0	0	0	0	3
VOITTO ENNEN VEROJA JA VÄHEMMISTÖN OSUUTTA	3	5	18	26	41
Verot	-1	-2	-5	-8	-13
Vähemmistön osuus tilikauden tuloksesta	0	0	0	0	-1
KATSAUSKAUDEN VOITTO	2	3	13	18	27

KONSERNIN TASE (MMK/MEUR)	1999		1998		1998
	30.09.	MEUR	30.09.	MEUR	31.12.
					MEUR
VASTAAVAA					
PYSYVÄT VASTAAVAT					
Aineettomat hyödykkeet	77	13	82	14	84
Konserniliikearvo	104	17	93	16	95
Aineelliset hyödykkeet	984	165	933	157	924
Sijoitukset	721	121	666	112	713
VAIHTUVAT VASTAAVAT					
Vaihto-omaisuus	242	41	186	31	207
Saamiset	321	54	310	52	276
Rahat ja pankkisaamiset	84	14	128	22	158
	2 533	426	2 398	403	2 457
					413

KONSERNIN TASE (MMK/MEUR)	1999		1998		1998	
	30.09.	MEUR	30.09.	MEUR	31.12.	MEUR
VASTATTAVAA						
OMA PÄÄOMA	1 206	203	1 152	194	1 205	202
VÄHEMMISTÖN OSUUS	26	4	19	3	28	5
PAKOLLISET VARAUKSET	5	1	6	1	5	1
VIERAS PÄÄOMA						
Pitkäaikainen vieras pääoma	669	113	627	105	637	107
Lyhytaikainen vieras pääoma	627	105	594	100	582	98
	2 533	426	2 398	403	2 457	413
INVESTOINNIT (MMK)						
	1999		1998		1998	
	7-9		7-9		1-9	1-12
Bruttoinvestoinnit käyttöomaisuuteen		46	49	177	122	219
INVESTOINNIT (MEUR)						
	1999		1998		1998	
	7-9		7-9		1-9	1-12
Bruttoinvestoinnit käyttöomaisuuteen		8	8	30	21	37

12(13)

#### KONSERNIN VASTUUSITOUMUKSET (MMK/MEUR)

	1999		1998		1998	
	30.09.	MEUR	30.09.	MEUR	31.12.	MEUR
Omasta velasta						
Pantit	10	2	8	1	16	3
Kiinnitykset maa-alueisiin ja rakennuksiin	234	39	252	42	185	31
Yrityskiinnitykset	158	27	143	24	152	25
Takaukset	5	1	2	0	3	1
Osakkuusyritysten puolesta						
Takaukset	4	1	4	1	4	1
Muut omat vastuut						
Leasingvastuut	7	1	10	2	6	1
Takaisinostovastuut	0	0	44	7	0	0
	418	70	463	78	366	62

#### Konsernin leasingmaksujen erääntyminen (Mmk)

Erääntyvät maksut						
1.9. - 31.12.1999	1		1		3	
Erääntyvät maksut vuoden 1999 jälkeen						
	6		9		3	

JOHDANNAISSOPIMUKSET

Valuuttalainat pääoma-arvoltaan 12 Mmk ovat DEM- ja FRF-määräisiä ja ne ovat olleet suojattuina valuuttatermiinein ja valuutanvaihtosopimuksin. Valuuttalainojen kurssierot ja johdannaistulokset kirjataan muihin rahoitustuottoihin ja -kuluihin.

LIKEVAIHTO LIKETOIMINTARYHMITÄIN (MMK)

	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Alpress	306	257	949	798	1 107
MTV	202	218	751	784	1 114
Alprint	186	211	587	679	880
Emoyhtiö ja muut liiketoiminnat	20	19	61	58	79
Konsernin sisäinen liikevaihto	-76	-73	-236	-233	-312
Yhteensä	638	632	2 112	2 086	2 868

LIKEVAIHTO LIKETOIMINTARYHMITÄIN (MEUR)

	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Alpress	51	43	160	134	186
MTV	34	37	126	132	187
Alprint	31	35	99	114	148
Emoyhtiö ja muut liiketoiminnat	3	3	10	10	13
Konsernin sisäinen liikevaihto	-13	-12	-40	-39	-52
Yhteensä	107	106	355	351	482

LIKEVOITTO LIKETOIMINTARYHMITÄIN (MMK)

	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Alpress	44	37	126	108	150
MTV	-8	-3	13	52	111
Alprint	0	10	4	32	29
Emoyhtiö ja muut liiketoiminnat	-12	-14	-25	-30	-50
Konsernikirjaukset	-1	2	2	2	2
Yhteensä	23	32	120	164	242

13(13)

LIKEVOITTO LIKETOIMINTARYHMITÄIN (MMK/MEUR)

	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Alpress	7	6	21	18	25
MTV	-1	-1	2	9	19
Alprint	0	2	1	5	5
Emoyhtiö ja muut liiketoiminnat	-2	-2	-4	-5	-8
Konsernikirjaukset	0	0	0	0	0
Yhteensä	4	5	20	28	41

HENKILÖSTÖ KESKIMÄÄRIN LIKETOIMINTARYHMITÄIN

	1999	1998	1998
	1-9	1-9	1-12
Alpress	1 323	1 065	1 085
MTV	716	725	726
Alprint	968	977	971
Emoyhtiö ja muut yhtiöt	131	122	123
Yhteensä	3 138	2 889	2 905
Lisäksi osa-aikaisia lehdenjakajia	1 066	980	983

OSAKEKOHTAISET TUNNUSLUVUT (MK)	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Tulos / osake	0,80	1,07	5,03	6,59	9,21
Oma pääoma / osake			76,68	73,24	76,60

OSAKEKOHTAISET TUNNUSLUVUT (EUR)	1999	1998	1999	1998	1998
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Tulos / osake	0,13	0,18	0,85	1,11	1,55
Oma pääoma / osake			12,90	12,32	12,88

LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN (MMK):

	I/98	II/98	III/98	IV/98	1998
Liikevaihto	708	746	632	782	2868
Liikevoitto	45	87	32	78	242
	I/99	II/99	III/99		
Liikevaihto	725	749	638		
Liikevoitto	38	59	23		

ALMA MEDIA OYJ

Ahti Martikainen  
viestintäpäällikkö

Lisätietoja: Toimitusjohtaja Matti Packalén, puh. (09) 5078715  
Talous- ja hallintojohtaja Ritva Sallinen,  
puh. (09) 5078708  
[www.almamedia.fi](http://www.almamedia.fi)

JAKELU: Helsingin Pörssi  
Keskeiset tiedotusvälineet