

OSAVUOSIKATSAUS TAMMI-MAALISKUU 2000

Alma Median liikevaihto oli tammi-maaliskuussa 712 Mmk (725 Mmk 1999), liikevoitto 23 Mmk (38 Mmk) ja voitto ennen veroja 28 Mmk (32 Mmk). Konsernin koko vuoden liikevaihto muodostuu edellisvuoden tasoiseksi. New Media- ja Broadcasting -liiketoimintaryhmien kasvavien panostuksien vuoksi koko vuoden liikevoitto jää edellisvuotista pienemmäksi.

| KONSERNIN AVAINLUVUT MMK | tammi-maaliskuu | | 1-12 1999 |
|--|-----------------|-------|--------------|
| | 2000 | 1999 | |
| Liikevaihto | 712 | 725 | 2 911 |
| Liikevoitto | 23 | 38 | 188 |
| -suhteessa liikevaihtoon (%) | 3,2 | 5,2 | 6,5 |
| Voitto ennen satunnaisia eriä | 28 | 33 | 173 |
| -suhteessa liikevaihtoon (%) | 4,0 | 4,5 | 5,9 |
| Omavaraisuusaste (%) | 51 | 48 | 52 |
| Gearing/Velkaantumisaste (%) | 41 | 42 | 40 |
| Käyttöomaisuusinvestoinnit | 58 | 80 | 253 |
| Kokoaikainen henkilöstö keskimäärin | 3 055 | 3 030 | 3 108 |
| Tulos/osake (mk) | 1,16 | 1,56 | 7,15 |

| MEUR | tammi-maaliskuu | | 1-12 1999 |
|-------------------------------|-----------------|------|--------------|
| | 2000 | 1999 | |
| Liikevaihto | 120 | 122 | 490 |
| Liikevoitto | 4 | 6 | 32 |
| Voitto ennen satunnaisia eriä | 5 | 5 | 29 |
| Käyttöomaisuusinvestoinnit | 10 | 13 | 43 |
| Tulos/osake (euroa) | 0,20 | 0,26 | 1,20 |

LIIKEVAIHTO LIIKETOIMINTARYHMITTÄIN (MMK)

| | tammi-maaliskuu | | | 1-12 1999 |
|-------------------------------|-----------------|------|-----|--------------|
| | 2000 | 1999 | % | |
| Alpress | 318 | 313 | 2 | 1 301 |
| Broadcasting | 260 | 268 | -3 | 1 064 |
| New Media*) | 17 | 6 | 183 | 29 |
| Alprint | 195 | 202 | -3 | 786 |
| Emoyhtiö | 23 | 16 | 44 | 63 |
| Konsernin sis. liikevaihto | -101 | -80 | 26 | -332 |
| Yhteensä | 712 | 725 | -2 | 2 911 |

LIIKEVOITTO/-TAPPIO LIIKETOIMINTARYHMITÄIN (MMK)

| | tammi-maaliskuu | | % | 1-12 |
|--------------------|-----------------|------|------|------|
| | 2000 | 1999 | | 1999 |
| Alpress | 29 | 32 | -9 | 172 |
| Broadcasting | 3 | 3 | - | 48 |
| New Media*) | -8 | -5 | -60 | -28 |
| Alprint | -2 | 5 | -140 | 0 |
| Emoyhtiö | -4 | -2 | -100 | -9 |
| Konsernikirjaukset | 5 | 5 | - | 5 |
| Yhteensä | 23 | 38 | -39 | 188 |

(* New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto- ja liiketulosluvut eivät noudata juridista organisaatiota. Alpressin ja New Median päällekkäisyydet eliminoitu konsernikirjauksissa.)

Konsernin liikevaihto ja tulos

Konsernin liikevaihto oli tammi-maaliskuussa 712 Mmk (725 Mmk 1999). New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto kasvoi 183 % ja Alpressin 2 %. Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevaihto laski 3 % ja Alprintin 3 %. Konsernin liikevoitto oli 23 Mmk (38 Mmk).

Alpressin suuret lehdet kasvattivat liikevaihtoaan. Sekä levikki-että ilmoitustuotot kasvoivat 4 %. Aamulehden tulos kehittyi erityisen suotuisasti. Alpressin liikevaihto oli 318 Mmk (313 Mmk) ja liikevoitto 29 Mmk (32 Mmk).

Broadcasting-liiketoimintaryhmään kuuluvan MTV Oy:n liikevaihto oli 260 Mmk (268 Mmk). Mainonnan liikevaihto laski 13 Mmk. Kaapelikanava TVTV! :n käynnistäminen pienensi MTV Oy:n liikevoittoa 7 Mmk:lla. MTV Oy:n liikevoitto oli 3 Mmk (3 Mmk). Osakkuusyhtiöiden vaikutus Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevoittoon oli 2 Mmk (-3 Mmk). Ruotsissa toimiva TV4 AB kolminkertaisti liikevoittonsa vertailujaksoon nähden. MTV3-kanavan katsomisosuus oli jakson aikana 40 % (42 %).

Alma Media on vahvistanut asemaansa Suomen johtavana Internet-palveluiden tuottajana. Konsernin verkkopalveluilla on yli puoli miljoonaa viikoittaista käyttäjää (visitors). New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihto kasvoi edellisvuoteen verrattuna 183 % 17 Mmk:aan (6 Mmk). Liikevaihdosta 42 % muodostui sisällön ja erilaisten palveluiden myynnistä ja 58 % ilmoitustuotoista. Liiketoimintaryhmän liiketappio oli 8 Mmk (liiketappio 5 Mmk).

Alprintin liikevaihto oli 195 Mmk (202 Mmk). Suurimmat syyt liikevaihdon laskuun olivat alan ylikapasiteetista johtuva hintojen lasku ja yksittäiset asiakasmenetykset Ruotsin markkinoilla. Markkinatilanne on sanomalehtituotteita lukuun ottamatta parantunut vuoden 1999 viimeisestä neljänneksestä, mutta on vielä vertailujaksoa heikompi. Alprintin liiketappio oli 2 Mmk (liikevoitto 5 Mmk).

Emoyhtiön vaikutus konsernin liikevoittoon oli -4 Mmk (-2 Mmk). Osakkuusyhtiöiden vaikutus liikevoittoon oli 0 Mmk (-3 Mmk). Tästä

Ruotsissa toimivan TV4 AB:n osuus oli 1 Mmk (-4 Mmk).

Liiketoiminnan kulut ja poistot olivat yhteensä 702 Mmk (696 Mmk).

Konsernin poistot olivat 40 Mmk (42 Mmk). Nettorahoituskulut olivat +5 Mmk (-5 Mmk), johtuen Maakuntien Viestintä Oy:ltä saaduista poikkeuksellisen suurista osingoista ja alentuneista korkokuluista. Konsernin tuloksesta on veroina vähennetty voimassa olevan verokannan mukaan lasketut verot, 10 Mmk (9 Mmk). Katsauskauden voitto oli 19 Mmk (24 Mmk) ja tulos osaketta kohti 1,16 mk (1,56 mk).

Tase

Konsernin taseen loppusumma oli maaliskuun lopussa 2 539 Mmk (2 521 Mmk 31.12.1999). Omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 51 % (52 %, 31.12.1999) ja oma pääoma osaketta kohti oli 76,39 mk (79,00 mk 31.12.1999).

Investoinnit ja rahoitus

Konsernin investoinnit olivat 58 Mmk (80 Mmk). Investoinneista 28 Mmk kohdistui Alprintin tuotantokoneiston investointeihin ja 9 Mmk Lapin Kansa Oy:n osakkeiden hankintaan. Loput olivat normaaleja korvaus- ja ylläpitoinvestointeja.

Konsernin likvidit varat olivat maaliskuun lopussa 112 Mmk (148 Mmk). Maaliskuun lopussa korollisia velkoja oli yhteensä 611 Mmk (634 Mmk). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 41 % (40 % 31.12.1999).

Henkilöstö

Konsernin keskimääräinen henkilövahvuus oli 3 055 (3 030). Lisäksi palveluksessa oli 1 068 (1 039) osa-aikaista lehdenjakajaa. MTV Oy:n henkilöstömäärä on alentunut 82:lla toimintojen ulkoistamisen myötä. Emoyhtiön henkilömäärän kasvu johtuu teknisen palvelun henkilöstön siirroista liiketoiminnoista emoyhtiöön.

Hallinto

Alma Media Oyj:n varsinainen yhtiökokous valitsi hallituksen jäseniksi uudelleen kolmivuotiskaudeksi erovuorossa olleet toimitusjohtaja Pekka Ala-Pietilän ja vuorineuvos Olli Reenpään. Hallituksen jäsenyydestä eroa pyytäneiden KTM Pirkko Alitalon ja vuorineuvos Björn Mattssonin tilalle hallitukseen valittiin heidän jäljellä olevaksi vuoden toimikaudeksi toimitusjohtaja Matti Kavetvuo ja varatoimitusjohtaja Jonas Nyren.

Yhtiökokous päätti hallintoneuvoston jäsenmääräksi 13. Hallituksen jäseniksi valittujen Kavetvuon ja Nyrenin tilalle ei valittu uusia jäseniä hallintoneuvostoon. Hallintoneuvoston erovuoroisista jäsenistä toimitusjohtaja Ari Heiniö, toimitusjohtaja Paavo Pitkänen ja arkkitehti Jarmo Raveala valittiin uudelleen. Uutena jäsenenä hallintoneuvostoon valittiin vuorineuvos Björn Mattsson.

4/14

Henkilöstön edustajina hallintoneuvostossa ovat Kari Asikainen, Asko Haapaniemi ja Vesa Kallionpää.

Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajiksi tilintarkastaja Mauri Palvin, KHT ja KPMG Wideri Oy Ab:n. Yhtiökokous päätti

hallituksen esityksen mukaisesti vuodelta 1999 maksettavan osingon määräksi 4,00 markkaa osakkeelta. Osingonmaksupäivä oli 28.3.2000.

Hallitus valitsi järjestäytymiskokouksessaan puheenjohtajakseen vuorineuvos Olli Reenpään ja varapuheenjohtajakseen toimitusjohtaja Bengt Braunin.

Osake

Osakevaihto oli varsin vilkasta. Jakson aikana vaihdettiin 606 000 (147 000) I-sarjan osaketta ja 2 631 000 (1 183 000) II-sarjan osaketta. Jakson aikana toteutuneet ylimmät kurssit ovat kautta aikain korkeimmat Alma Media Oyj:n osakkeiden noteeraukset. Jakson lopussa yhtiön markkina-arvo oli 760 milj. euroa (436 milj. euroa).

| Kurssi (euroa) | ylin | alin | 31.3.2000 |
|----------------|-------|-------|-----------|
| I-sarja | 65,00 | 27,00 | 47,00 |
| II-sarja | 70,00 | 27,00 | 49,27 |

Alma Median hallituksella ei ole voimassa olevia valtuutuksia osakepääoman korottamiseksi.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

MTV Oy ja Helsinki Televisio Oy (HTV) allekirjoittivat huhtikuussa sopimuksen, jonka perusteella TVTV!-kaapelikanavan näkyvyysalue laajenee pääkaupunkiseudulle 14.07.2000 alkaen, minkä jälkeen kanavan näkee 1,7 miljoonaa suomalaista. HTV:n kaapeliverkossa on yhteensä noin 200 000 kotitaloutta.

Alma Media avasi huhtikuussa operaattori- ja laiteriippumattoman mobiiliportaalin, Port Alman. Sen kautta on saatavissa Alma Median uutis-, informaatio- ja viihdepalveluita. WAP- ja SMS-palveluihin perustuva portaali on suunniteltu toimivaksi myös GPRS- ja UMTS-ympäristöissä. Osa palveluista rahoitetaan mainostuloilla. Syyskuussa palveluihin liitetään m-commerce-palveluita ja personointiominaisuuksia.

Mobiiliportaali on kaikkien Suomessa toimivien teleoperaattoreiden asiakkaiden käytettävissä ja sen kautta eri operaattoreiden WAP-asiakkaat saavat yhdestä paikasta kaikki Alma Median mobiilipalvelut käyttöönsä. Mobiiliportaali hyödyntää AHAA-tietokantaa ja sen yksilönsuojaan ja personoituihin palveluihin liittyviä patentein suojattuja erityisominaisuuksia.

MTV3 Internetiin avattiin huhtikuun lopussa laaja luokiteltujen ilmoitusten kokonaisuus. Punainen Tori -niminen palvelu on tarkoitettu yksityisten ihmisten osto- ja myynti-ilmoituksille. Palvelussa on myös mittava hakupalvelu sekä muun muassa

5/14

vahtitoiminto, joihin käyttäjä voi syöttää toiveitaan myyntiin tulevista tavaroista.

Alma Media vahvisti teknologista osaamistaan sijoittamalla toukokuun alussa 14 Mmk kolmeen uusmediayritykseen, jotka ovat erikoistuneet ohjelmistoihin ja ohjelmistoalustoihin sekä palveluihin, jotka tukevat konsernin verkko- ja mobiilipalveluiden kehittämistä. Hankitut osuudet olivat 18 % Pro Solution Oy:stä, 17

% Meteori Books Oy:stä ja 4 % Salient Stills Inc.:stä.

Näkymät loppuvuodeksi

Toimintaympäristön kehityksen odotetaan jatkuvan suotuisana sanomalehtien kustantamiselle myös loppuvuonna. Alpressin liikevaihdon ja liikevoiton odotetaan muodostuvan jonkin verran edellisvuotista suuremmiksi.

MTV Oy:n liikevaihto tulee jäämään tavoitteesta ja sen ennustetaan muodostuvan edellisvuoden tasoiseksi. Korkean katsojaosuuden varmistamiseksi MTV Oy on päättänyt panostaa lisää ohjelmistoon. Kilpailutilanteen johdosta kohonneet ohjelmistokustannukset sekä panostukset TVTV!-kaapelikanavaan rasittavat kannattavuutta edellisvuoteen verrattuna. Näistä seikoista johtuen Broadcasting-liiketoimintaryhmän liikevoitto jää selvästi edellisvuotta alhaisemmaksi.

Alma Media lisää edelleen panostuksia uuteen mediaan. New Media -liiketoimintaryhmän liikevaihdon odotetaan vähintään kaksinkertaistuvan ja liiketoimintaryhmän suhteellisen kannattavuuden odotetaan parantuvan.

Alprintin liikevoittoa rasittavat toisella ja kolmannella vuosineljänneksellä heat set tuotantolinjan keskittämistä aiheutuvat kertaluonteiset kustannukset. Alprintin koko vuoden liikevaihdon ja liikevoiton odotetaan säilyvän edellisen vuoden tasolla.

Konsernin koko vuoden liikevaihdon odotetaan muodostuvan edellisen vuoden tasoiseksi. Broadcasting- ja New Media -liiketoimintaryhmien kasvavien panostusten vuoksi liikevoiton odotetaan jäävän edellisvuotista pienemmäksi.

Toimintaympäristö

Sanomalehtien toimintaympäristö on säilynyt hyvänä, sillä myönteisenä jatkuneen ilmoitusmyynnin liikevaihtokehityksen lisäksi myös levikkikehitys on jatkunut positiivisena. Iltapäivälehtimarkkinat ovat hieman supistuneet, mutta Iltalehti on edelleen kasvattanut markkinaosuuttaan.

Taloussanomalehtimarkkinoilla kilpailutilanne ei ole muuttunut vuoden aikana. Television katseluun käytetty aika lisääntyi Suomessa viime vuoden vastaavaan jaksoon verrattuna 10 minuuttia 3 tuntiin 12 minuuttiin. MTV3-kanavan keskimääräinen katsomisaika säilyi ennallaan ja oli 77 minuuttia päivässä. MTV Oy käynnisti

helmikuussa kaapelikanava TVTV! :n. Kanavan lanseeraus on sujunut odotettua nopeammin.

Internetin käyttö on kasvanut edelleen voimakkaasti, mutta Internet-mainonta on kehittynyt odotettua hitaammin. Sen sijaan markkinoille on tullut runsaasti erilaisia verkkokauppoja ja sisältöpalveluja. Taloustutkimus Oy:n ennusteen mukaan verkkokaupan volyymiksi arvioidaan Suomessa 1,35 miljardia markkaa. Alma Media -konsernin verkkopalveluiden kävijämäärät kasvoivat edelleen voimakkaasti.

Graafisen teollisuuden tuotteiden kysynnässä ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia. Paperin hinnat ovat kohonneet viime keväästä 2-3 %. Markkinatilanne on heikoin sanomalehtituotteissa. Sen sijaan heat set- tuotteiden kysyntä on kasvanut jakson loppua kohden. Venäjän markkinatilanteessa ei ole tapahtunut oleellisia muutoksia.

Alpress

Sanomalehtien toimintaympäristö on edelleen suotuista, joskin alueelliset erot Etelä-Suomen kasvukeskusten ja työttömyydestä kärsivän Pohjois-Suomen välillä ovat säilyneet suurina. Sanomalehtimainonta voitti edelleen markkinaosuutta muilta päämedioilta. Edellisen vuoden vastaavaan jaksoon verrattuna sanomalehtimainonta kasvoi runsaat 7 %. Vuoden 1999 eduskuntavaalien 4 Mmk:n nettovaikutuksen eliminoinnin jälkeen kasvu oli runsaat 10 %.

Alpress julkaisee yhteensä 31 sanomalehteä. Alkuvuoden aikana Alpressin omistus Lapin Kansa Oy:stä nousi 62 %:sta 76 %:iin. Kainuun Sanomain Kirjapaino Oy:n painotoiminnat myytiin vuodenvaihteessa Alprint Oy:lle ja sen omistamat kolme paikallislehteä myytiin Suomen Paikallissanomat Oy:lle. Vuoden vaihteessa Pohjolan Sanomat Oy myi omistamansa PS-Print Oy:n painon toimivalle johdolle. Maaliskuun alusta lukien Pohjolan Sanomat on painettu Alprint Rovaniemen sanomalehtipainossa.

Aamulehden vastaavaksi päätoimittajaksi nimitettiin tammikuussa Matti Apunen edellisen vastaavan päätoimittajan siirryttyä Svenska Dagbladetin päätoimittajaksi. Aamulehdessä toteutettiin mittava toimituksellisten ja ilmoitussivujen ulkoasu-uudistus.

Alpressin lehtien levikit kasvoivat keskimäärin vajaat 2 %. Ilta-lehden levikki kasvoi edelleen ja se on voittanut kilpailijaltaan markkinaosuutta vajaat 2 %-yksikköä. Kokonaisuudessaan iltapäivälehtimarkkina supistui lähes 3 %. Taloussanomalehtimarkkinoilla

Kauppalehti on menestynyt hyvin. Alpressin levikkituotot kasvoivat 4 %.

Alpressin lehtien ilmoitusmyynti kasvoi 4 %, mutta kehitys lehtien välillä vaihteli voimakkaasti. Aamulehden ilmoitustuotot lisääntyivät 12 %, mutta pohjoisen maakuntalehdissä ilmoitustuotot laskivat jonkin verran. Alpressin kuluja kasvattivat panostukset markkinointiin sekä lisääntyneet painatus- ja jakelukustannukset.

Alpressin liikevaihto oli 318 Mmk (313 Mmk). Edellisen vuoden liikevaihto sisälsi Pohjolan Sanomien ja Kainuun Sanomien painoliiketoiminnat. Vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 5 %. Liikevaihdosta 52 % (51 %) muodostui ilmoitustilan myynnistä 45 % (44 %) levikkimyyntistä ja 3 % (5 %) muusta myynnistä. Alpressin liikevoitto oli 29 Mmk (32 Mmk).

Broadcasting

Television osuus mediamainonnasta on hieman vähentynyt ja se oli 22 % (22 %). MTV Oy:n osuus televisiomainonnasta on 76 % (84 %). Vuoden 1999 kuluessa alkanut tv:n katseluajan kasvu jatkui. Katsauskaudella katselu lisääntyi 10 minuuttia eli 6 % keskimääräisenä päivänä edellisvuoden vastaavasta ajankohdasta. MTV3-kanava säilytti edelleen korkean katseluosuutensa. Sen katseluun käytettiin katsauskautena 77 minuuttia (77 min. vuonna 1999) keskimääräisenä päivänä, ja kanavan osuus katselusta oli 40 % (42 %). MTV3-kanavan ohjelma-aika väheni, ja se oli 1337 tuntia (1450 tuntia). Kotimaisen ohjelmiston osuus lisääntyi edellisvuodesta 65 %:iin (50 %).

MTV Oy:n liikevaihto oli katsauskaudella 260 Mmk, ja se väheni edellisvuodesta vajaat 3 %. Vertailujaksolla vaalimainontaa oli 10 Mmk enemmän. MTV:n liikevoitto oli 3 Mmk (3 Mmk). TVTV!:n käynnistyminen alensi MTV:n liikevoittoa 7 Mmk:lla.

Ruotsin TV4 AB:n liikevaihto oli 578 (499) milj. kruunua ja liikevoitto 38 (9) milj. kruunua. TV4 AB:n vaikutus MTV Oy:öön oli liikearvopoiston jälkeen 1 Mmk (-4 Mmk). Alma Median 48 %:sti omistaman Radio Novan liikevaihto oli katsauskautena 12 Mmk (12 Mmk) ja liiketappio 3 Mmk (-1) Mmk. Vuodenvaihteen tienoilla aloittaneet lukuisat uudet radiokanavat ovat lisänneet kilpailua radiomarkkinoilla.

TVTV!-kaapelikanava aloitti toimintansa 1. helmikuuta. Ensimmäisen vuoden katseluosuustavoitteeksi asetettiin 1 % kaikesta tv:n katselusta. Kahden ensimmäisen kuukauden jälkeen osuus oli jo 0,5 %. Kun pääkaupunkiseudun jakelu käynnistyy 14.7.2000, niin TVTV!:n piirissä on 85 % Suomen kaapelitalouksista.

New Media

Alma Media on Suomen johtava Internet-palveluiden tuottaja. Alma Medialla on yli 30 erillistä verkkopalvelua, joita käyttää viikoittain yli puoli miljoonaa eri käyttäjää. Käyttäjämäärillä mitattuna suosituimmat palvelut ovat MTV3i, Iltalehti Online,

Kauppalehti Online, kiinteistöpalvelu DIME/Asuntopörssi, rekrytointipalvelu Jobline ja Luukku-sähköpostipalvelu. Alpressin verkkolehdistä Kauppalehti Onlinen kävijämäärät ovat kasvaneet

erittäin voimakkaasti. Maaliskuun lopulla Kauppalehti Onlinella oli 82 000 (32 000) viikoittaista käyttäjää.

New Media liiketoimintaryhmän muodostavat Alma Media Interactive Oy Alma Media Net Ventures Oy sekä konsernin verkkolehdet ja online -palvelut. Uuteen mediaan liittyvät liiketoiminnot on keskitetty pääosin Alma Media Interactive Oy:öön. Alma Media Net Ventures Oy:n liiketoiminta-alueena on konsernin oman tuotekehitystyön tuloksena syntyneiden asiakashallintaan, sisällöntuotantoon ja sähköiseen kaupankäyntiin (e-Commerce) liittyvien liiketoimintakonseptien, uuden median palvelusovellutusten sekä patenttien ja muiden immateriaali-oikeuksien (Industrial Property Rights) kaupallinen hyödyntäminen kotimaassa ja kansainvälisillä markkinoilla.

Alma Media Net Ventures vastaa myös konsernin uuteen mediaan liittyvistä strategisista sijoituksista. Merkittävimmät vähemmistöosakkuudet ovat kalifornialaisessa NetSage Corporation Inc.:ssä, eToria ylläpitävässä Wireless Services Oy:ssä, terveydenhuollon tietotekniikkaan erikoistuneessa Prowellness Oy:ssä ja Almare Systems Oy:ssä.

Internetin käyttö on lisääntynyt edelleen voimakkaasti. Taloustutkimus Oy:n mukaan joskus Internetiä käyttäneiden määrä nousi edellisen vuoden helmikuusta 24 % 2,1 miljoonaan henkilöön. Viikoittain Internetiä käyttävien suomalaisten määrä nousi 47 % 962 000:een henkilöön.

Alma Median verkkopalveluiden kävijämäärät ovat kasvaneet voimakkaasti. Maaliskuun lopulla viikoittaisten kävijöiden määrä oli 511 000 (196 000). Alma Median AHAA-asiakashallintatietokantaan oli samaan aikaan rekisteröitynyt 551 000 eri käyttäjää.

Jakson aikana Alma Media laajensi DIME/Asuntopörssi -palvelun pääkaupunkiseudulle. Verkkopalvelun lisäksi kiinteistöilmoitteluun erikoistuneet Asuntopörssilehdet ilmestyvät nyt pääkaupunkiseudulla, Jyväskylässä, Porissa ja Tampereella. Helmikuussa Iltalehti Onlinen palveluita täydennettiin maksullisilla Plus-palveluilla.

New Media liiketoimintaryhmän liikevaihto oli 17 Mmk (6 Mmk). Eniten liikevaihtoaan kasvattivat Kauppalehti Online, DIME/Asuntopörssi ja Jobline. Ryhmän liiketappio oli 8 Mmk (liiketappio 5 Mmk).

Alprint

Graafisen teollisuuden markkinatilanne ei ole kokonaisuudessaan muuttunut oleellisesti. Venäjän markkinoiden romahtaminen syksyllä 1998 ja siitä seurannut painotuotteiden viennin voimakas vähentyminen vaikuttaa edelleen koko toimialaan.

Ylikapasiteettitilanne on alentanut hintatasoa voimakkaasti. Erityisesti sanomalehti- ja tabloid-markkinoilla on runsaasti vapaata kapasiteettiä. Venäjän talouden rauhoittumisesta huolimatta sanomalehtituotteiden kysyntään ei ole odotettavissa nopeaa parantumista.

Heat set -tuotteiden markkinatilanne on selvästi parempi. Vielä vuoden alussa näiden aikakauslehtituotteidenkin hinnoittelu oli epäterveellä pohjalla, mutta kevään aikana markkinatilanne on alkanut tervehtyä. Alprintin Tampereen Raholaan toteutettu heat set -rotaation korvausinvestointi käynnistyy aikataulun mukaisesti kuluvassa toukokuussa. Investoinnilla korvattavissa Porin ja Vantaan heat set -yksiköissä toiminta lopetetaan kesän aikana.

Paperinhinnat ja työvoimakustannukset ovat kohonneet 2-3 % edellisestä vuodesta. Vallitsevassa markkinatilanteessa kustannusten nousua ei ole voitu siirtää painohintoihin, mikä on alentanut toiminnan kannattavuutta.

Alprintin liikevaihto oli 195 Mmk (202 Mmk). Alma Media -konsernin sisäinen liikevaihto kasvoi yli 10 %, mutta vienti länteen ja toimitukset muille kotimaisille asiakkaille vähenivät. Alprintin liikevaihdosta vientiä oli 58 Mmk (67 mmk). Viennistä suuntautui Pohjoismaihin 63 %, Venäjälle 30 % ja muualle 7 %. Alprintin liiketappio oli 2 Mmk (liikevoitto 5 Mmk).

Tämän osavuosikatsauksen luvut ovat tilintarkastamattomia.

ALMA MEDIA OYJ
HALLITUS

Ahti Martikainen
apulaisjohtaja

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

JAKELU: Helsingin Pörssi
Keskeiset tiedotusvälineet

KONSERNIN TULOSLASKELMA (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|--|------|------|------|------|--------|------|
| | 3 kk | MEUR | 3 kk | MEUR | 12 kk | MEUR |
| LIIKEVAIHTO | 712 | 120 | 725 | 122 | 2 911 | 490 |
| Osuus osakkuusyriytysten tuloksesta | 0 | 0 | -3 | -1 | 2 | 0 |
| Liiketoiminnan muut tuotot | 13 | 2 | 12 | 2 | 50 | 8 |
| Liiketoiminnan kulut | -702 | -118 | -696 | -117 | -2 775 | -467 |
| LIIKEVOITTO | 23 | 4 | 38 | 6 | 188 | 32 |
| Rahoitustuotot ja -kulut | 5 | 1 | -5 | -1 | -15 | -3 |
| VOITTO ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ | 28 | 5 | 33 | 5 | 173 | 29 |
| Satunnaiset tuotot | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Satunnaiset kulut | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 |
| VOITTO ENNEN VEROJA JA VÄHEMMISTÖN OSUUTTA | 28 | 5 | 32 | 5 | 175 | 29 |
| Verot | -9 | -2 | -7 | -1 | -57 | -10 |
| Vähemmistön osuus | 0 | 0 | -1 | 0 | -4 | -1 |
| TILIKAUDEN VOITTO | 19 | 3 | 24 | 4 | 114 | 19 |

KONSERNIN TASE (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|-------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | 31.03. | MEUR | 31.03. | MEUR | 31.12. | MEUR |
| VASTAAVAA | | | | | | |
| PYSYVÄT VASTAAVAT | | | | | | |
| Aineettomat hyödykkeet | 81 | 14 | 84 | 14 | 80 | 13 |
| Konserniliikearvo | 105 | 18 | 108 | 18 | 104 | 17 |
| Aineelliset hyödykkeet | 990 | 167 | 970 | 163 | 993 | 167 |
| Sijoitukset | 703 | 118 | 755 | 127 | 701 | 118 |
| VAIHTUVAT VASTAAVAT | | | | | | |
| Vaihto-omaisuus | 250 | 42 | 224 | 38 | 235 | 40 |
| Saamiset | 298 | 50 | 329 | 55 | 279 | 47 |
| Rahat ja pankkisaamiset | 112 | 19 | 148 | 25 | 129 | 22 |
| | 2 539 | 427 | 2 618 | 440 | 2 521 | 424 |

KONSERNIN TASE (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|----------------------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | 31.03. | MEUR | 31.03. | MEUR | 31.12. | MEUR |
| VASTATTAVAA | | | | | | |
| OMA PÄÄOMA | 1 202 | 202 | 1 147 | 193 | 1 243 | 209 |
| VÄHEMMISTÖN OSUUS | 16 | 3 | 25 | 4 | 24 | 4 |
| PAKOLLISET VARAUKSET | 14 | 2 | 5 | 1 | 14 | 2 |
| VIERAS PÄÄOMA | | | | | | |
| Pitkäaikainen | 554 | 93 | 676 | 114 | 664 | 112 |
| Lyhytaikainen | 753 | 127 | 765 | 129 | 576 | 97 |
| | 2 539 | 427 | 2 618 | 440 | 2 521 | 424 |

INVESTOINNIT (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|--------------------|------|------|------|------|-------|------|
| | 3 kk | MEUR | 3 kk | MEUR | 12 kk | MEUR |
| Bruttoinvestoinnit | | | | | | |
| käyttöomaisuuteen | 58 | 10 | 80 | 13 | 253 | 43 |

KONSERNIN VASTUUSITOUMUKSET (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|---|--------|------|--------|------|--------|------|
| | 31.03. | MEUR | 31.03. | MEUR | 31.12. | MEUR |
| Omasta velasta | | | | | | |
| Pantit | 2 | 0 | 18 | 3 | 9 | 2 |
| Kiinnitykset maa- alueisiin ja raken- nuksiin | 232 | 39 | 234 | 39 | 232 | 39 |
| Yrityskiinnitykset | 142 | 24 | 159 | 27 | 146 | 25 |
| Takaukset | 30 | 5 | 2 | 0 | 29 | 5 |
| Osakkuusyriytysten puolesta | | | | | | |
| Takaukset | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 |
| Muu omat vastuut | | | | | | |
| Leasingvastuut | 6 | 1 | 8 | 1 | 7 | 1 |
| Muut vastuut | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Yhteensä | 417 | 70 | 425 | 71 | 429 | 72 |

Konsernin leasingmaksujen erääntyminen (Mmk)

| | | | | |
|---------------------|---|--|---|---|
| Erääntyvät maksut | | | | |
| 1.4. - 31.12.2000 | 3 | | 3 | 4 |
| Erääntyvät maksut | | | | |
| vuoden 2000 jälkeen | 3 | | 5 | 3 |

JOHDANNAISSOPIMUKSET

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

LIIKEVAIHTO LIIKETOIMINTARYHMITÄIN (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|----------------|------|------|------|------|-------|------|
| | 3 kk | MEUR | 3 kk | MEUR | 12 kk | MEUR |
| Alpress | 318 | 53 | 313 | 53 | 1 301 | 219 |
| Broadcasting | 260 | 44 | 268 | 45 | 1 064 | 179 |
| New Media | 17 | 3 | 6 | 1 | 29 | 5 |
| Alprint | 195 | 33 | 202 | 34 | 786 | 132 |
| Emoyhtiö | 23 | 4 | 16 | 3 | 63 | 11 |
| Konsernin sis. | | | | | | |
| liikevaihto | -101 | -17 | -80 | -13 | -332 | -56 |
| Yhteensä | 712 | 120 | 725 | 122 | 2 911 | 490 |

LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITTÄIN (MMK/MEUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|--------------------|------|------|------|------|-------|------|
| | 3 kk | MEUR | 3 kk | MEUR | 12 kk | MEUR |
| Alpress | 29 | 5 | 32 | 5 | 172 | 29 |
| Broadcasting | 3 | 1 | 3 | 1 | 48 | 8 |
| New Media | -8 | -1 | -5 | -1 | -28 | -5 |
| Alprint | -2 | 0 | 5 | 1 | 0 | 0 |
| Emoyhtiö | -4 | -1 | -2 | 0 | -9 | -2 |
| Konsernikirjaukset | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 |
| Yhteensä | 23 | 4 | 38 | 6 | 188 | 32 |

HENKILÖSTÖ KESKIMÄÄRIN LIIKETOIMINTARYHMITTÄIN

| | 2000 | | 1999 | |
|---------------------------------------|-------|--|-------|-------|
| | 3 kk | | 3 kk | 12 kk |
| Alpress | 1 288 | | 1 243 | 1 300 |
| Broadcasting | 629 | | 711 | 702 |
| New Media | 104 | | 83 | 101 |
| Alprint | 965 | | 945 | 957 |
| Emoyhtiö | 69 | | 48 | 48 |
| Yhteensä | 3 055 | | 3 030 | 3 108 |
| Lisäksi osa-aikaisia lehdenjakajia | 1 068 | | 1 039 | 1 059 |

OSAKEKOHTAISET TUNNUSLUVUT (MK/EUR)

| | 2000 | | 1999 | | 1999 | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 3 kk | EUR | 3 kk | EUR | 12 kk | EUR |
| Tulos/osake | 1,16 | 0,20 | 1,56 | 0,26 | 7,15 | 1,20 |
| Oma pääoma/osake | 76,39 | 12,85 | 72,93 | 12,27 | 79,00 | 13,29 |

LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN (MMK)

| | I/1999 | II/1999 | III/1999 | IV/1999 | 1999 |
|-------------|-------------|---------|----------|---------|------|
| | Liikevaihto | 725 | 749 | 638 | 799 |
| Liikevoitto | 38 | 59 | 23 | 68 | 188 |
| | | | | | |
| | I/2000 | II/2000 | III/2000 | IV/2000 | 2000 |
| | Liikevaihto | 712 | | | |
| Liikevoitto | 23 | | | | |

Toimitusjohtaja Matti Packalén:

Alma Media on sisällöntuotantoon erikoistunut joukkoviestintäyritys, jonka liiketoiminnan strategisia painopistealueita ovat eri jakeluteiden ja yksilöllisten asiakassuhteiden hallinta. Alma Media tavoittaa perinteisten medioidensa välityksellä viikoittain lähes jokaisen suomalaisen. Jotta konserni pystyy vahvistamaan asemaansa myös digitalisoituvassa joukkoviestintäympäristössä, se lisää lähivuosina merkittävästi panostuksia uuteen mediaan.

Tässä strategiassa digitaalisella televisiolla on keskeinen rooli, sillä me Alma Mediassa uskomme, että digitaalinen televisio on jo lähivuosina keskeinen päätelaite, jonka avulla kuluttajat ottavat vastaan Internetin kautta välitettäviä palveluja. Tästä syystä on

erittäin tärkeää, että MTV3-kanavan katsojaosuus säilyy korkealla tasolla. Katsojaosuuden varmistamiseksi MTV Oy lisää panostuksia

ohjelmistoon, vaikka se tarkoittaakin lyhyemmällä tähtäyksellä tuloksen heikentymistä. Osana valmistautumista digitaaliajan monikanavakulttuuriin MTV Oy käynnisti helmikuussa kaapelikanava TVTV!:n. Kaapelikanavalla tavoitetaan uusia kohderyhmiä, mutta sen avulla pystytään myös testaamaan uusien Internet-sisältöjen jakelua myös television välityksellä.

Alma Media toi ensimmäiset Internet-palvelunsa Iltalehti Onlinen ja MTV3i:n julkiseen verkkoon vuonna 1995. Nyt ne ovat kävijämäärillä mitattuna suosituimpia verkkopalveluita Suomessa. Aikainen markkinoilletulo on osoittautunut oikeaksi ratkaisuksi, sillä katsausjakson lopussa Alma Median verkkopalveluilla oli viikoittain jo yli puoli miljoonaa käyttäjää. Suuret käyttäjämäärät mahdollistavat mediamainonnan ja kohdennetun mainonnan myös Internetissä.

Verkkomediat mahdollistavat aivan uudella tavalla asiakas- ja käyttäjätuntemuksen hyödyntämisen palveluiden kehittämisessä ja mainonnan suuntaamisessa eri kohderyhmille. Internetin käytön laajenemisen yksi merkittävä uhka on käyttäjien huoli yksityisyyden suojasta. Alma Median verkkopalveluiden käyttäjät rekisteröityvät palveluille yhteiseen AHAA-asiakashallintatietokantaan. Järjestelmän keskeisenä osana on Alma Median patentoima menetelmä, mikä mahdollistaa personoitujen palveluiden tarjoamisen käyttäjille ilman että yksilöllisyyden suoja vaarantuu. Järjestelmä on kehitetty yhteistyössä tietosuojaviranomaisten kanssa. Tällä hetkellä järjestelmään on rekisteröitynyt 560 000 yksittäistä Alma Median verkkopalveluiden käyttäjää.

Aikaisemmin AHAA-asiakashallintatietokantaan oli liitetty vain asiakkaat, jotka käyttivät Alma Median verkkopalveluita kiinteiden verkkojen kautta. Alma Media avasi huhtikuussa mobiiliportaali Port Alman. Kaikki mobiiliportaalin käyttäjiksi rekisteröityneet asiakkaat ovat alusta lukien rekisteröityneet myös AHAA-tietokantaan.

Port Alman palvelut perustuvat WAP- ja SMS-palveluihin. WAP-puhelinten määrä on Suomessakin vielä varsin pieni, mikä rajoittaa liiketoiminnan kasvua. Puhelinten tekniikka ja nykyisten mobiiliverkkojen tiedonsiirtonopeus eivät mahdollista vielä esimerkiksi liikkuvan kuvan välittämistä mobiilipäätelaitteisiin. WAP-pohjaiset palvelut onkin nähtävä välttämättömänä välivaiheena kohti kolmannen sukupolven matkapuhelinten ja päätelaitteiden mahdollistamia palveluja. Port Alma on suunniteltu toimimaan myös UMTS- ja GPRS ympäristöissä, jotka mahdollistavat liikkuvan kuvan välittämisen päätelaitteisiin.

Port Alma ja kevään aikana tehdyt sijoitukset uusmedia-alan teknologia- ja sisältöyrityksiin vahvistavat Alma Median uusmediastrategiaa, jossa keskeisiä elementtejä ovat

asiakashallinta kaikissa jakelukanavissa, sijoitukset toiminnan mahdollistaviin verkkoteknologiaa (Enabling technologies) kehittäviin yrityksiin ja sisältöä tuottaviin strategisiin partnereihin. New Media -liiketoimintaryhmän kasvunäkymät ovat hyvät. Jo kahden-kolmen vuoden tähtäyksellä New Media -liiketoimintaryhmän odotetaan olevan konsernitasolla merkittävä tuloksentekijä.

Alma Median eri medioiden välisen yhteistyön kehittäminen on yksi strateginen painopistealue. Merkittävien mainostaja-asiakkaiden kanssa on käynnistetty pilottiprojekti, jonka puitteissa kehitetään työkaluja mainonnan kokonaisratkaisujen tarjoamiseksi.

Ensimmäinen vuosineljännes oli varsin hyvä Alpressin lehdille ja saman positiivisen kehityksen odotetaan jatkuvan myös loppuvuoden ajan. Alpressin vahva kassavirta mahdollistavat sen, että konserni pystyy lisäämään panostuksiaan tulevaisuuden kasvualoille, ilman että omavaraisuustavoitteista joudutaan tinkimään.

Television markkinaosuus mediamainonnasta on laskenut edelleen. Tilanne on hämmästyttävä, sillä television katsominen on selkeässä kasvussa. Mainonnan hinta ei voi olla liian korkea, sillä yhteenlaskettuna kaupalliset televisiot tekevät Suomessa tappiota. Samaan aikaan Ruotsin johtava kaupallinen televisio TV4 AB on samanlaisessa taloudellisessa ympäristössä pystynyt kolmin-kertaistamaan liikevoittonsa. Alma Median sijoitus TV4 AB:een on ollut hyvä. Osuus yhtiön tuloksesta kattaa jo liikearvopoiston ja rahoituskulut ja samaan aikaan sijoituksen arvo on noussut kaksinkertaiseksi lähes miljardiin markkaan.

Alprint on rationoinut toimintaansa ja sopeuttanut kapasiteettiaan vastaamaan aikakauslehtipainotuotteiden markkinatilannetta. Korvausinvestointina toukokuussa käyttöön otettava Tampereen heat set- yksikkö lisää Alprintin kilpailukykyä loppuvuodesta. Kesän aikana Alprintin aikakauslehtipainojen rationointiprojekti saatetaan päätökseen ja toiminta lopetetaan Vantaan ja Porin aikakauslehtipainoissa. Sanomalehtipainojen ylikapasiteettitilanteen vaatimat rakennemuutokset Alprintin organisaatiossa ovat parhaillaan käynnissä.