

ARVOISA YHTIÖKOKOUSVÄKI, ILKKA-YHTYMÄN OSAKKEENOMISTAJAT

Tervetuloa Ilkka-Yhtymä Oyj:n varsinaiseen yhtiökokoukseen.

Suomalaisille mediayhtiöille viime vuodet ovat olleet haasteellista aikaa. Liiketoiminnan kehitys ollut miinusmerkkistä, kun talouden taantuma on pienentänyt ilmoitustuloja. Myös digitalisaatiolla on ollut oma vaikutuksensa mainostajien ja kuluttajien käyttäytymiseen. Näissä olosuhteissa tänään tarkastelun alla olevaa päättynyttä tilikautta 2014 voidaan kuvata Ilkka-Yhtymän osalta peruskuntokaudeksi.

Jo viime vuoden alkukuukausina kävi selväksi, että kotimaisen kysynnän alavireisyyden jatkuttua toiveita nopeasta kansantalouden elpymisestä ei ollut odotettavissa. Niinpä keskityimme kustannusten karsimiseen ja taseen vahvistamiseen tulevien vuosien varalta, osin myös omaisuutta myymällä. Nyt Ilkka-Yhtymä onkin taseeltaan aikaisempaa paremmassa kunnossa ja valmiina rynnistämään eteenpäin, kun matalasuhdanteen jälkeen mediamarkkinat jälleen jossain vaiheessa muuttuvat nouseviksi.

Selviä merkkejä markkinakäänteestä ei ole vielä näkyvissä, mutta kansallisista mediamainonnan kehityksen tilastoista on kuitenkin nähtävissä joitain viitteitä siitä, että pohja voi nyt olla saavutettu. Perinteisille sanomalehtiyhtiöille mainonnan palautuminen jossain vaiheessa alkavan kansantalouden elpymisen myötä ei tule kuitenkaan olemaan itsestäänselvyys, vaan vaatii kovaa työtä. Mitään ihmereseptiä ei ole olemassa.

Sanomalehtien ja niihin liittyvien verkkopalveluiden pitäminen lukijoita kiinnostavina on pohja tulevaisuuden menestymiselle. Levikkitulojen lisäksi myös mainoseurot seuraavat hyvää sisältöä. Voimme olla tyytyväisiä viime vuonna alkaneeseen Lännen Media-yhteistyöhön. Virtuaalisella usean maakuntalehden yhteistoimituksella on jo toiminnan käynnistysvaiheessa saavutettu sisällön tason selvä nousu kaikissa yhteistyölehdissä. Samalla Ilkan sekä Pohjalaisen omia resursseja on pystytty kohdistamaan paikalliseen uutisointiin. Lähiainojen painopisteenä sisällöntuotannossa onkin paikallisen uutisoinnin ja osallistumisen kehittäminen edelleen niin, että pohjalaiset entistä laajemmin tunsivat Ilkan ja Pohjalaisen sisällöt omikseen.

Mikään sisältö ei ole ilmaista. Kaikki median tuotteet kustannetaan joko levikki- tai ilmoitustuloilla tai veroilla, kuten Yleisradion tapauksessa. Ilkan verkkouutisointi tulee jatkossa jakautumaan kahteen eri kategoriaan: Mainosrahoitteisesti, eli kuluttajan kannalta ilmaiseksi, tarjotaan jatkossa vain suppeampi sähköinen tietopalvelu. Kaikki laajempi journalistinen sisältö tulee siirtymään maksumuurin taakse osaksi maksavan tilaajan kokonaispalvelua printtilehden rinnalle.

Yhtymän lehdet muuttuvat asteittain painoksista palveluiksi. Lupaamme kehittää uuden paketin sisällä aikaisempaa henkilökohtaisemman, personoidun mediakokemuksen. Ilkan ja Pohjalaisen levikkialueiden elinkeinorakenteesta johtuen vasta internetin mobiliteetin läpimurto on nyt tarjoamassa mahdollisuuden maakuntalehtien tarjontaa laajentavien alueellisten digipalveluiden kehittämiseen. Tämän vuoden toinen painopiste yhtymässä paikallisuuden lisäksi onkin mobiilikanavan voimakkaassa kehittämisessä sekä jakelutienä että mainosvälineenä.

Me pohjalaiset olemme tavanneet arvostaa omillamme pärjäämistä. Ääntä ja toimintaa kruunun suuntaan on nostettu vain, kun on koettu epäreilua suhtautumista valtiiovallan taholta, kuten jo Jaakko Ilkan aikana. Nykyajan Ilkkalaisinakin pidämme kunnia-asiana omillamme olemista. Valtiovallan puolelta ollaan kuitenkin useaa kautta vaikeuttamassa yksityisten mediayhtiöiden kilpailuedellytyksiä kansainvälisiä tai valtiomisteisiä toimijoita vastaan. Näitä ovat mm. mahdollinen Postin haja-asutusalueen jakelupalveluiden heikentäminen, sähköisten mediapalveluiden epäreilu arvonlisäverokohtelu sekä Yleisradion osallistuminen ydinalueensa ulkopuoliseen mediakilpailuun. Toivonkin, että maallemme muodostettava uusi hallitus tekee kaikkensa median pelikentän tasoittamiseksi. Me kyllä lupaamme pärjätä, jos saamme pelata samoilla säännöillä muiden koti- ja ulkomaisten toimijoiden kanssa.

Ilkka-Yhtymä on suurin omistaja valtakunnallisessa Alma Mediassa, jonka tunnetuimpia brändejä ovat Iltalehti, Kauppalehti, Aamulehti sekä Etuovi.com. Alma Media omistus on osa Ilkka-Yhtymän jo useampi vuosi sitten valittua strategiaa, jossa nähtiin valtakunnallisen digikehityksen vaatimien resurssien vuoksi oman tekemisen sijasta järkevänä olla mukana omistajana merkittävän palveluita kehittävän yhtiön osakkaana. Viime vuoden perusteella voidaan todeta, että Ilkka-Yhtymän omistusstrategian perusteena olleessa Alma Median digitaalisessa strategiassa on tapahtunut läpimurto. Alma Median digitaaliset mainostuotot tavoittivat jo lähes printtimedian ilmoitustulot, osakekurssin laskutrendi taittui ja Ilkka-Yhtymällä ei ollut tarvetta tehdä omistukseensa liittyviä alaskirjauksia. Ilkka-Yhtymä on jatkossakin mukana aktiivisena omistajana kehittämässä Alma Mediasta Suomen johtavaa valtakunnallista uuden digitaalisen median yhtiötä. Itse aiomme keskittyä alueelliseen mediatoimintaan Pohjanmaalla, valtakunnallisten yhteistyöverkostojen synergia hyödyntäen.

Hyvänä esimerkkinä näiden kahden eri tason strategian yhteensopivuudesta on viime viikolla lanseerattu Ilkan ja Pohjalaisen mainosverkko, jossa paikallisen printti- ja diginäkyvyyden lisäksi mainostaja voi laajentaa ja täydentää näkyvyyttä osakkuusyrittystemme valtakunnallisilla digipalveluilla.

Kiitos kaikille teille, jotka olette sijoittaneet Ilkka-Yhtymään. Lupaamme jatkossakin tehdä kaikkemme pohjalaisuuden, pohjalaisen median sekä osakkeenomistajien eteen. Muistakaa lukea yhtiön lehtiä ja suosikaa paikallisissa lehdissä ilmoittelevien yritysten tuotteita!

Näillä mietteillä avaan tämän varsinaisen yhtiökokouksen.

Timo Aukia
hallituksen puheenjohtaja