

20 20

KALEVAMEDIA 



2020

KALEVAMEDIA  VUOSIKERTOMUS

Tekstit Kari Arokylä **Taitto** Hanna Piekkola **Kuvat** Kaleva Media **Paino** PunaMusta Oy



ClimateCalc CC-000025/F1
PunaMusta Printing



Sisältö

- 3 Kaleva Media
- 4 Kaleva Median avainlukuja 2020
- 6 Toimitusjohtajan katsaus
- 8 Kaleva Median strategia vuosille 2021–2023
- 10 Megatrendit ja Kaleva Media
- 14 Korona hallitsi uutisvuotta
- 16 Korona leikkasi painon volyymia
- 17 Lorien, CRM ja paljon muuta
- 17 Kokonaisvaltainen markkinointikumppani
- 18 Lorien mahdollistaa rikkaat sisällöt
- 20 Maksullisten tilausten määrä kasvoi
- 21 Jutun arvo -mittari kohentaa osumatarkkuutta
- 22 Kasvun paikka -ohjelma vauhditti asiakasyrityksiä
- 23 CRM-uudistus tukee uutta toimintamallia
- 24 Monikanavainen logistiikka jakelupalvelujen päämääränä
- 25 Julkaisujen brändejä kirkastettiin
- 26 Tutkimus selvitti arvot ja asenteet
- 27 Kaleva Median lehdille tunnustusta
- 28 Hallinto
- 30 Hallituksen toimintakertomus ja tilinpäätös

Kaleva Media



Pohjoisen henkisen ja taloudellisen vireyden puolesta vuodesta 1899



Monikanavainen sisältötuotanto - juureva paikallinen näkökulma maailmaan



Kokonaisvaltainen markkinointikumppani - ainutlaatuinen paikallisymmärrys



Auttaa lukijoita ymmärtämään maailmaa - ja pohjoisen yrityksiä kasvamaan



Datan ja tekoälyn hyödyntäminen maailmanluokan tasolle

KALEVA

FORUM24

RANTALAKEUS

SIIKAJOKILAAKSO 

Lounais-Lappi

UUSIROVANIEMI

IJOKI&SEUTU

KOILLISSANOMAT

Lapin Kansan

Pyhäjokiseutu

PUDASJÄRVI heli

KOLMIOKIRJA

Raahelainen

Raahen Seutu

**indie
place**



Offerilla OULU247

Kaleva Median avainlukuja 2020

 **642 000**

Uutismedioiden kokonaistavoittavuus (KMT /2020)
Printti, näköislehti, digi

 **1 500 000**

Kaikkien digikanavien yleisömäärä (FIAM /2020)
Eri kävijöiden määrä keskimäärin kuukaudessa

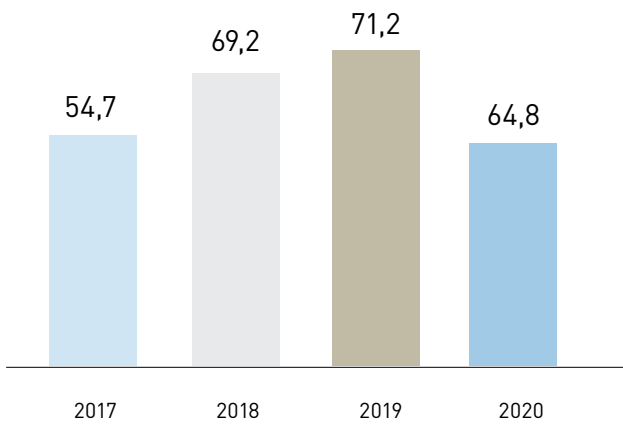
 **89%**

Viikkotavoittavuus Pohjois-Suomessa (KMT /2020)
Oulun, Kemi-Tornion ja Rovaniemen markkina-alue
Printti, näköislehti, digi / yli 15-vuotiaista tavoitettu osuus

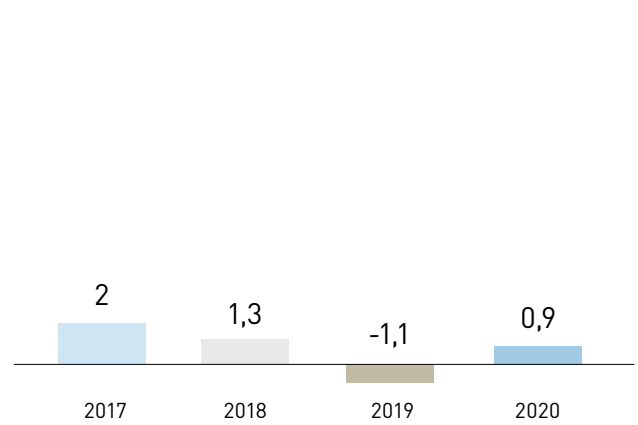


539
työntekijää

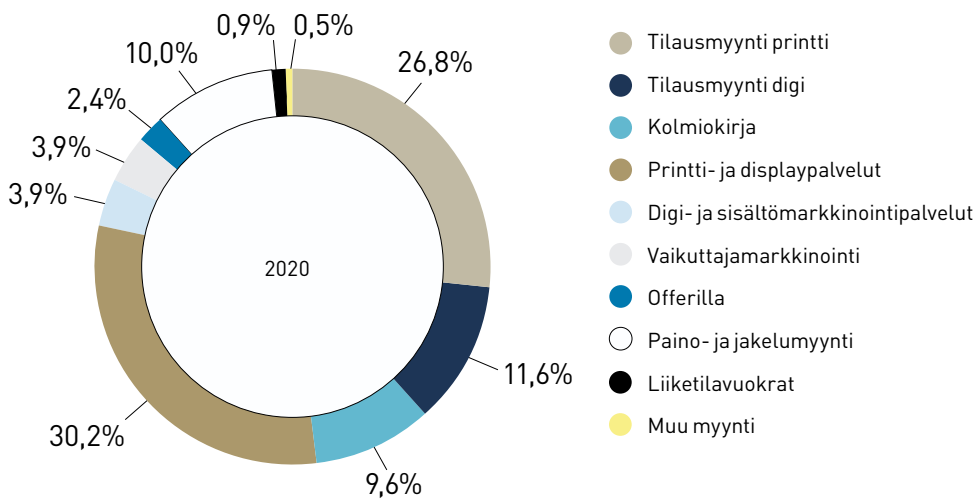
Liikevaihto (milj.euroa)



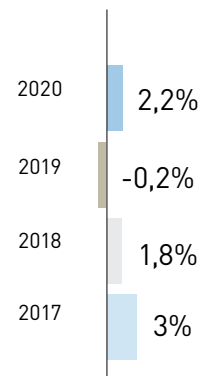
Liiketulos (milj.euroa)



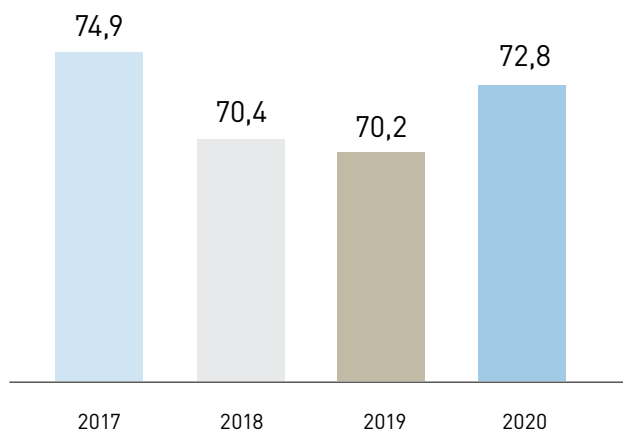
Liikevaihdon jakautuminen



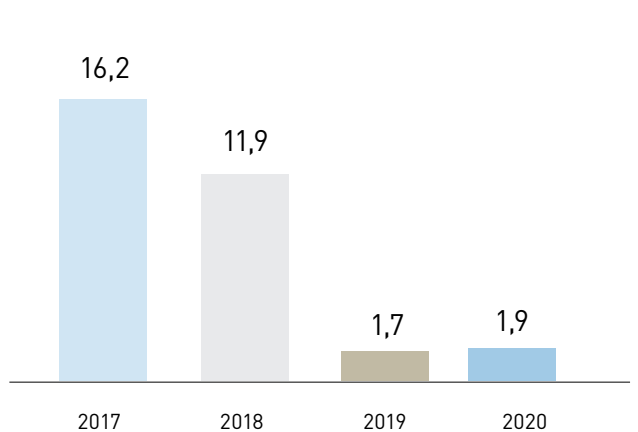
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI)



Omavaraisuusaste (%)



Investoinnit (milj.euroa)



Torjuntavoitto koronasta



➤ Kaleva Median toimitusjohtaja Juha Laakkonen

Kaleva Median eri julkaisujen digitilausten yhteinen lukumäärä ylitti nyt 20 000 kappaleen rajan.

Kaleva Media aloitti vuoden 2020 toiveikkaasti. Arvioimme taloudellisen suorituksemme parantuvan edellisvuoteen verrattuna. Tämä oli perusteltua, sillä olimme vahvassa nousukunnossa kehittyämme monin tavoin toimintojamme.

Kevättalvella 2020 tapahtui kuitenkin jotain odottamatonta: koronavirus alkoi levitä rajusti ja aiheutti maailmanlaajuisen pandemian. Seurauksena on ollut inhimillistä huolta, rajoitustoimia ja taloudellista vahinkoa. Tätä kirjoitettaessa koronan ote ei vielä ole hellittänyt.

Muiden yritysten tapaan Kaleva Media joutui vuonna 2020 sopeuttamaan toimintaansa ja reivaamaan taloudellisia tavoitteitaan alaspäin. Korona leimasi viime vuonna lähes kaikkea tekemistämme.

Kaleva Median taloudellista

suoritusta vuonna 2020 voi luonnehtia torjuntavoitoksi. Liikevaihtomme notkahti alaspäin, mutta tuloksemme parani sekä käyttökatteella että liikevoitolla mitattuna.

Liikevaihtoa keräsimme 64,8 miljoonaa euroa, mikä on 6,4 miljoonaa euroa edellisvuotta vähemmän. Pudotus johtuu kokonaan koronasta, joka söi rajusti mediamyyntiämme.

Käyttökatteemme viime vuonna oli 8,2 miljoonaa, kun vastaava luku vuotta aiemmin oli 7,0 miljoonaa euroa.

Käyttökateprosenttimme oli nyt 12,6 – vuotta aikaisemmin 9,9. Parannus perustuu suurelta osin sopeuttamistoimiin, jotka olivat tehokkaita, mutta samalla hyvin raskaita.

Viime vuoden liikevoitoksi muodostui 0,9 miljoonaa euroa. Edellisenä vuonna vastaava luku oli miinus 1,08 miljoonaa euroa.

Tyytyväinen voi olla myös siitä, että kassavirtamme oli jatkuvasti positiivinen.

Jotain myönteistäkin koronasta on koitunut. Se on osoittanut, että yritykset pystyvät ripeästi muuttamaan työtapojaan. Myös Kaleva Median henkilöstöstä valtaosa siirtyi kevättalvella etätöihin nopeasti ja joustavasti.

Laajat etätöyt ovat pakottaneet löytämään vastauksia uusiin työhyvinvointia ja yhteisöllisyyttä koskeviin kysymyksiin. Tässä Kaleva Media on onnistunut hyvin. Esimerkiksi etänä pidettävät yhteiset kahvitaumat ja jumppatuokiot luovat tunnetta työyhteisöstä.

Kaleva Media pyrki viime vuonna auttamaan myös asiakkaitaan pahimman yli Verkkosilta-hankkeellaan. Verkkosillassa mukana olleille asiakasyrityksille tarjosimme valmiin verkko-

kauppa-alustan, kuljetuspalveluja, neuvoja markkinoinnin asiantuntijoilta tai vaikuttajamarkkinoinnin palveluja.

Koronan vuoksi Kaleva Mediassa tehdyt sopeutustoimet – käytännössä lomautukset – kohdistuivat mediamyynnin pudotuksen vuoksi pääosin B2B-asiakasratkaisuihin. Sen sijaan maakunta- ja paikallislehtien toimituksissa ei lomautuksia toteutettu, sillä koronapandemia on vain kasvattanut luotettavan journalismin merkitystä ja kysyntää.

Myönteistä oli myös se, että Kaleva Median eri julkaisujen digitilausten yhteinen lukumäärä ylitti nyt 20 000 kappaleen rajan. Digitilausten määrän kasvu oli nyt ensimmäistä kertaa suurempi kuin printtilehtien tilausten väheneminen. Maakunta- ja paikallislehtiemme tilaajamäärä nousi hieman yli 100 000 kappaleen. Kehitys osoittaa, että tuottamamme sisällöt kiinnostavat – olipa niiden jakelukanava sitten mikä hyvänsä.

Vaikuttajamarkkinointia tarjoava Indieplace teki historiansa parhaan tuloksen. Painetun median puolella viihde- ja harrastuslehtiä tarjoavia Kolmiokirja onnistui jälleen mainiosti. Kolmiokirjan uusi tuottajavetoinen organisaatio on osoittautunut toimivaksi ja tehokkaaksi.

Vuodesta 2021 odotamme päätyttyä vuotta parempaa. Paljon toki riippuu koronan käyttäytymisestä ja siitä, millaisia rajoituksia virus vielä aiheuttaa. Uskomme kuitenkin mediamyyntimme piristävän ja digitilausten määrän kasvavan.

Kuluvan vuoden liikevaihdoksemme olemme budjetoineet 68,3 miljoonaa, käyttökatteeksi 9,0 ja liikevoitoksi 1,9 miljoonaa euroa.

Kiitän asiakkaitamme, kumppaneitamme, henkilökuntaamme ja osakkaitamme. Hyvä yhteistyö kantoi meitä kaikkia läpi poikkeuksellisen vuoden. ●

Kaleva Median strategia vuosille 2021-2023

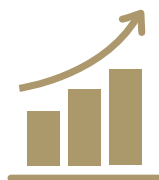
➤ Ajankohtainen tänään, kuten joka päivä jo 121 vuoden ajan.

➤ Tarkoituksemme on vahvistaa pohjoisen henkistä ja taloudellista vireyttä sekä ihmisten ylpeyttä omista juurista.

Toimintaamme vaikuttavat trendit



Vastuullisuus ja kasvava huoli ympäristöstä



Demografinen kehitys



Teknologia sulautuu kaikkeen



Monimutkaistuva yhteiskunta

Arvomme



Vahvistamme luottamusta joka päivä



Halu ja kantti uudistua ja kasvaa

Kasvamme pohjoisesta

1

Alan innostavimmaksi työyhteisöksi

- Hyvä johtaminen ja osaamisen kehittäminen
- Brändin ja kulttuurin vetovoima

2

Korvaamattoman sisällön tuottajaksi

- Digitilausten kasvattaminen mobiili edellä dataa hyödyntäen
- Ylivertainen palvelukokemus ja monikanavainen logistiikka

3

Halutuimmaksi markkinointikumppaniksi

- Yhteiset konseptit ja näkemykselliset myyntimallit
- Kasvun rakentamista markkinoinnilla dataa ja ihmisymmärrystä hyödyntäen

4

Skaalautuvimmaksi palvelualustaksi

- Tulevaisuuden riippumaton journalistinen palvelualusta
- Skaalautuvat liiketoimintamallit



Saavutamme yhdessä
jokaista arvostaan



Kannamme vastuun
pohjoisesta

Megatrendit ja Kaleva Media





Merkittävät yhteiskunnalliset muutokset ja kehitys-suunnat – megatrendit – vaikuttavat Kaleva Median toimintaympäristöön ja tulevaisuuteen. Ne tarjoavat suuria mahdollisuuksia, mutta tuovat mukanaan myös riskejä. Kaleva Media on määritellyt neljä kannaltaan tärkeintä megatrendiä:

1 Vastuullisuus ja kasvava huoli ympäristöstä

Yrityksiltä vaaditaan tätä nykyä vastuullisuutta kaikessa toiminnassa. Kaleva Medialla on vahva, vastuullisuuden tukeutuva arvopohja. Se korostaa luotettavuutta, kehittymistä, yhdessä saavuttamista ja jokaisen ihmisen arvostamista.

Koko historiansa ajan Kaleva Media on edistänyt pohjoisen elämän, ihmisten ja yritysten vireyttä. Se on vahvistanut pohjoista identiteettiä sekä tasa-arvoista ja monikulttuurista yhdessä saavuttamista. Tätä työtä yhtiö haluaa jatkaa.

Kaleva Media suosii yhteistyökumppanuuksissa tahoja, jotka kehittävät pohjoisen elinvoimaisuutta, tukevat nuorten kasvua ja edistävät luonnon-suojelua.

Kannattavuudestaan ja kilpailukyvyystään Kaleva Media pitää jatkuvasti huolta. Vahva talous mahdollistaa vastuullisuuden toteuttamisen sekä työllistämisen ja investoinnit, jotka säteilevät taloudellista hyvinvointia pohjoiseen.

Huoli ympäristön tilasta kasvaa jatkuvasti. Kaleva Media tuntee vastuunsa arktisesta luonnosta. Yhtiö kunnioittaa luonnon moninaisuutta ja pyrkii torjumaan ilmastonmuutosta.

Kaleva Media suosii kierrätystä. Ajattelutapa on, että enää ei synny jätteitä vaan raaka-aineita. Muun muassa painopaperien päällykset ja hylsytyt menevät uusiokäyttöön ja alumiiniset painolevyt kiertoon.

Yhtiön toimitalo Oulun Solistin-kadulla on energiatehokas ja sillä on Leed Platinum -ympäristöluokitus.

Graniittitien lehtipainon katolla on iso määrä aurinkosähköä tuottavia paneeleja. Painossa on myös suljettu järjestelmä painokoneen puhdistus-vesille. Lisäksi painossa käytetään ympäristöystävällisiä kemikaaleja ja pyritään säästeliääseen värien kulu-tukseen. Syntyvän hukkapaperin määrää on leikattu huomattavasti.

2 Demografinen kehitys

Demografisen kehityksen päälinjoja ovat väestön vanheneminen, kaupungistuminen ja ihmisten keskittyminen kasvukeskuksiin.

Kaleva Median kuluttaja-asiakkaiden – lukijoiden – ydinryhmän muodostavat keski-ikäiset tai tätä vanhemmat ihmiset. Suurella osalla näistä on lehteensä vahva suhde, joka usein pohjautuu printtiin. Julkaisujen sisällöt osuvat tällä hetkellä varsin hyvin tähän kohde-ryhmään, johon kuuluvien voi odottaa pysyvän vielä pitkään uskollisina lukijoina ja tilaajina.

Haasteen tarjoavat nuoremmat ihmiset. Digisukupolvi ei juuri ole kiinnostunut printtimediasta. Kaleva Median täytyy kehittää digitaaliset julkaisunsa ainakin yhtä vahvoiksi

kuin printtijulkaisut aikoinaan olivat ja sitouttaa nuoremmat lukijat digin käyttäjiksi. Printtimedian kutistuessa on digituotteista tehtävä kiinnostavia ja taloudellisesti menestyviä.

Kaupungistumisen eteneminen ja väestön pakkautuminen kasvukeskuksiin tarkoittaa, että monet Kaleva Median julkaisut ilmestyvät paikkakunnilla, joiden asukasmäärä pienentyy. Kaupungistumisen valtavirta kuljettaa väestöä pohjoisesta Suomesta kohti etelää. Koronapandemian aikana yleistynyt etätö saattaa tosin hidastaa tätä kehitystä.

Kaleva Median julkaisuja lukevat nyt ja tulevaisuudessa lähinnä Pohjois-Suomessa asuvat ihmiset. Sisältöjen on

palveltava näitä mahdollisimman hyvin. Samalla on ylläpidettävä pois muuttaneiden kiinnostusta aikaisempia asuinsijoihin kohtaan. Tämä kannustaisi näitä seuraamaan entisen kotiseutunsa asioita tilaamastaan Kaleva Median digijulkaisusta.

Kaleva Median tehtävänä on edistää Pohjois-Suomen vireyttä, elinvoimaa ja kasvua. Tämä on tärkeää niin yritysasiakkaiden kuin kuluttaja-asiakkaiden kannalta. Yrityksille Kaleva Media toimii kokonaisvaltaisena markkinointikumppanina ja kasvun rakentajana. Lisäksi yhtiön julkaisut tuovat pohjoisen äänen suomalaisten päätöksentekijöiden kuuluviin.

3 Teknologia sulautuu kaikkeen

Teknologia kehittyy hurjaa vauhtia ja muuttaa tuotantotapoja sekä toimintamalleja. Yhä useampi toiminto automatisoidaan, tuotanto ja toiminta pystytään hajauttamaan ja ihmisten välinen vuorovaikutus voi tapahtua etänä tai virtuaalisessa ympäristössä.

Kaikkein suurin vaikutus on ollut digitalisaation etenemisellä. Se on mullistanut lukemattomia toimialoja – mukaan lukien median. Kaikki mikä voidaan digitalisoida, myös digitalisoidaan.

Media-alan yrityksille – Kaleva Media mukaan lukien – digitalisaatio on tiennyt suuria haasteita. Digitalisaatio tarjoaa kuitenkin myös ennen kokemattomia

etuja – onhan se muun muassa tuonut uudet kustannustehokkaat jakelukanavat ja uudenlaisia sisällön esittämistapoja.

Uutiset ovat entistä tuoreempia ja sisällöt yhä rikkaampia. Ja ne ovat saatavilla missä ja milloin vain.

Kaleva Mediankin kyky hyödyntää teknologiaa kasvaa koko ajan. Pari esimerkkiä: Datan kerääminen, yhdistely ja analysointi kertoo, millaisista sisällöistä lukijat ovat kiinnostuneita ja auttaa toimituksia tuottamaan sellaisia. Toisaalta Kaleva Median työstämä data kasvattaa asiakas- ja paikallisyymmärrystä, jota sen asiakasyritykset voivat hyödyntää omassa markkinoinnissaan.



4 Monimutkaistuva yhteiskunta

Yhteiskunnassa kiertävän valeinformaation määrä on kasvanut rajusti. Erityisen otollisen alustan sen levittämiseksi muodostaa sosiaalinen media. Valeinformaatiota saattaa kuitenkin sekoittua myös päivittäisen uutisvirran joukkoon. Usein tavoitteena on lietsoa hämmennystä, eripuraa ja vastakkainasettelua.

Tämä kaikki luo kokemusta hyvin monimutkaisesta maailmasta ja voi herättää kaipuun yksinkertaisiin ratkaisuihin.

Tällaisessa ilmapiirissä on tärkeää tarjota luotettavaa, totuudenmukaista ja riippumatonta tietoa. Jo sanomalehti Kalevan perustaja Juho Raappana kirjoitti aikoinaan, että totuus on oleva kaikessa pääasiamme.

Kaleva Media on sitoutunut vastuulliseen journalismiin. Tästä kertoo sen julkaisuissa näkyvä vastuullista journalismia -merkki, joka erottaa aidon journalismin valemedioista.

Vastuullinen media auttaa erottamaan olennaisen epäolennaisesta ja faktat fiktiosta. Se torjuu salaliittoteorioita. Tämä on tarpeen nykyisenä aikana, jota on kutsuttu totuuden jälkeiseksi tai vaihtoehtoisten totuuksien aikakaudeksi.

Monenlaisten viestien aiheuttaman hämmennyksen keskellä ihmiset hakevat usein tukea kuplista ja heimoista. Vastakkainasettelu ja polarisoituminen onkin lisääntynyt yhteiskunnassa. Ihmiset ovat yhä tiiviimmin heimoutuneita – kupliinsa asettuneita.

Oman kuplansa sisällä olevat samanmieliset eivät edes yritä ymmärtää muissa kuplissa olevia eivätkä halua keskustella näiden kanssa. Tätäkin kehitystä sosiaalinen media on kiihdyttänyt. Vastuullisena medianäkökulmana Kaleva Media haluaa purkaa vastakkainasettelua ja tarjota kanavia asialliseen keskusteluun eri näkökulmia edustavien ihmisten kesken. ●

Megatrendien määrittelyssä ja vaikutusten arvioinnissa on käytetty apuna Sitran Megatrendit 2020 -julkaisua.





Korona hallitsi uutisvuotta

Korona teki uutisvuodesta 2020 täysin poikkeuksellisen. Koronapandemia hallitsi uutisointia ja vaikutti monella tavalla toimitusten työhön. Samalla koronasta kertovien luotettavien ja paikallisten sisältöjen tärkeys korostui entisestään.

Lukijoiden kiinnostus koronaa koskevia juttuja kohtaan oli niin suuri, että lähes kaikkien Kaleva Median verkkolehtien kävijäennätykset menivät rikki. Esimerkiksi Kalevan verkkolehteen yleisö teki 9 miljoonaa vierailua maaliskuussa. Määrä on noin 50 prosenttia normaalioloja korkeampi.

Suuri osa Kaleva Median lehtien koronauutisista oli vapaasti kaikkien luettavissa – ei siis pelkästään tilaajien ulottuvilla. Toimituksissa katsottiin, että oikean tiedon välittäminen oli ihmisten terveyden ja turvallisuuden kannalta tärkeää.

Toimitusten työ muuttui

Korona muokkasi perusteellisesti myös toimitusten työtä. Muutoksissa oli toki toimituskohtaisia eroja, mutta suuri osa toimittajista ryhtyi esimerkiksi työskentelemään etänä. Varsin nopeasti Kaleva Media olisi pystynyt tekemään lehtiä, vaikka ketään ei olisi toimituksissa ollut paikalla. Työtapojen ripeä ja onnistunut muutos oli todiste toimitusten joustokyvystä.

Laaja etätyö toi tietysti Kaleva Mediassakin haasteita muun muassa työpaikkojen yhteisöllisyydelle. Näitä haasteita pyrittiin eri tavoin ratkaisemaan.

Jotain myönteistäkin koronasta koitui. Muun muassa kulttuuri- ja urheiluelämän sulkeutuminen kannusti toimitukset hakemaan uusia näkökulmia ja muokkaamaan sisältötarjontaa. Esimerkiksi taustoittavat ja pitkät jutut

saivat lukijoilta hyvän vastaanoton. Lisäksi Kaleva Median maakunta- ja paikallislehdet alkoivat julkaista aikaisempaa enemmän Kolmiokirjan ristikkoja.

Kaikki uutisointi ei sentään keskittynyt koronavirukseen. Paikalliset aiheet kiinnostivat eri paikkakunnilla. Esimerkiksi Oulussa yksi kovasti pinnalla olleista puheenaiheista oli yliopiston suunnitelma rakentaa keskustakampus Raksilaan.

Digitilausten määrä kasvoi

Sisältöliiketoiminnassa merkittävää vuonna 2020 oli digitilausten määrän huomattava kasvu. Kaiken kaikkiaan Kalevan Median maakunta- ja paikallislehdillä oli digitilauksia yhteensä jo yli 20 000 kappaletta.

Hyvän kehityksen taustalla olivat lukijoita kiinnostavat sisällöt ja oikeaan osuneet maksumuurit. Ne tulivat viime vuonna käyttöön myös Kaleva Median paikallislehdissä. Lisäksi iso merkitys oli luonnollisesti aktiivisella markkinoinnilla.

Kaleva Media on kuluttaja-asiakkailleen suuntaamassa B2C-markkinoinnissa keskittynyt jo jonkin aikaa digitaalisiin ja jatkuviin tilauksiin – ei niinkään lyhyiden kampanjatilauksen myymiseen. Tilausten markkinointi tapahtuu lisäksi ennen kaikkea sisältöjen kautta. Yhteistyö markkinoinnin ja toimitusten välillä on sujuvaa – toimituksilla on varsin hyvä tieto siitä, millaiset sisällöt kiinnostavat lukijoita ja tuottavat näin tilauksia.

Maakunta- ja paikallislehtien markkinoinnissa hyödynnetään myös entistä enemmän automaatiota, sähköpostin kautta lähetettäviä personoituja viestejä sekä sosiaalista mediaa.



Paino ja jakelu

Korona leikkasi painon volyymiä

Kaleva Median lehtipainon tuotantovolyymi vuonna 2020 putosi edelliseen vuoteen verrattuna. Tämä näkyi selvästi painon paperinkulutuksessa, joka oli nyt noin 4 500 tonnia. Vuotta aikaisemmin paperia kului noin 7 000 tonnia.

Volyymien leikkautumisen takana on ennen kaikkea korona, jonka vuoksi lehtien sivumäärät kutistuivat ja painettavien nimikkeiden määräkin supistui jonkin verran. Kaiken kaikkiaan lehtipainon kapasiteetin käyttöaste oli vuonna 2020 noin 30 prosenttia. Painon tavoitteena onkin uusien asiakkuuksien hankkiminen.

Kaleva Median lehtipainossa tuotettiin viime vuonna oman konsernin lehtien lisäksi Helsingin Sanomien, Iltä-Sanomien ja Iltalehden pohjoisen painokset. Lisäksi painossa tehtiin erilaisia spottitöitä.

Merkittävä onnistuminen oli makulatuuriin eli hukkaan menevän paperin määrän pienentäminen painossa viime vuoden aikana 40 prosentilla. Makulatuuriin vähentäminen on vastuullista – lisäksi se tuottaa merkittävää taloudellista säästöä.

Makulatuuriin karsiminen oli ja on tärkeää myös siksi, että hukkaan menevän paperin kierrättäminen on mutkistunut UPM:n suljettua Kaipolan tehtaansa. Kaipolasta Kaleva Media oli ostanut 80 prosenttia käyttämästään paperista; nyt se hankkii paperinsa pääosin UPM:n tehtaalta Jämsänkoskelta.

Painopaperin hintakehitys oli vuonna 2020 edelleen laskeva.

Jakelussa yli 10 miljoonaa osoitteellista tuotetta

Osoitteellisen jakelun kasvu jatkui vuonna 2020. Kaleva Media jakoi nyt yli 10 miljoonaa osoitteellista tuotetta. Osoitteellinen jakelu kattaa yhtiön varhaisjakelun piirissä olevan alueen. Jakelun kustannukset alenivat.

Lorien, CRM ja paljon muuta

Lorien-julkaisualustan käyttöönotto kaikissa julkaisuissa sekä B2B-asiakkuudenhallintajärjestelmän (CRM) uudistaminen olivat kehittäminen ja teknologiat -toiminnon näkyvimät hankkeet Kaleva Mediassa vuoden 2020 aikana. Näiden lisäksi se oli mukana toteuttamassa useita isoja ja pieniä projekteja sekä tietysti ylläpitämässä ja päivittämässä olemassa olevaa tietoteknistä infraa.

Työlistalla oli muun muassa laajentaa ja syventää datan hyödyntämistä niin B2C- kuin B2B-liiketoiminnassa. Kaleva Mediassa kehitettiin myös kuluttajan tietomalli. Tämä tarkoittaa selkeää rakennetta kertyvälle datalle ja että samaa dataa voidaan hyödyntää moniin eri tarkoituksiin – kuten vaikkapa jutun arvon mittarin rakentamiseen.



Dataa käytettiin myös Offerillan liiketoiminnan parempaan ymmärtämiseen ja kehittämiseen muun muassa suosittelun ja RFM-analyysin käyttöönotoilla. Samalla toimittajien työhön konseptoiitiin DaVe-projektissa työkaluja, jotka tuovat lisää ymmärrystä sekä sisällöistä että lukijoista.

Kaleva Media starttasi myös Business Finlandin osittain rahoittaman Arctify-hankeen, joka kehittää arktisten sisältöjen media-alustaa. Tavoitteena on yhdistää ja jatkokehittää sisältö- ja data-alustojen toiminnallisuudet uutta liiketoimintaa tuottavaksi skaalautuvaksi sisältöalustaksi.

Vielä vuoden 2021 ajan jatkuvassa hankkeessa on sisällöllinen, teknologinen ja kaupallinen näkökulma. Pilot-tien kautta on tarkoitus hakea ja löytää uusia median toimintamalleja. Näkyvä pilotti hankkeessa on Oulu247-sovellus.

Kokonaisvaltainen markkinointikumppani

Kaleva Median B2B-asiakasratkaisujen tehtävänä on toimia asiakkaidensa kasvun rakentajana ja näiden kokonaisvaltaisena ja halutuimpana markkinointikumppanina. Sen valmiudet täyttää tehtävänsä ovat nyt erinomaiset. Vuoden 2020 aikana B2B-asiakasratkaisut sai valmiiksi kivijalan, jonka varaan toteuttaa asiakkaille relevantteja palveluja ja rakentaa oman liiketoimintansa kasvua.

Kivijalan rakentamiseen kuuluivat muun muassa uuden strategian ja organisaation luominen, sisäinen valmennusohjelma sekä myynnin ja asiakkaiden palvelumallien konseptointi. Myös asiakkuudenhallintajärjestelmä uusittiin, jotta asiakasymmärrys saadaan koko Kaleva Median kattavaksi ja hyödyntämään parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaiden liiketoimintaa.

Olennaista on, että asiakkaat saavat nyt joustavasti käyttöönsä koko Kaleva Median laajan ja tehokkaan palveluvalikoiman – data- ja tutkimuspalvelut, printti- ja display-mainonnan, digi-, sisältö- ja vaikuttajamarkkinoinnin sekä digitaalisen markkinapaikan palvelut.

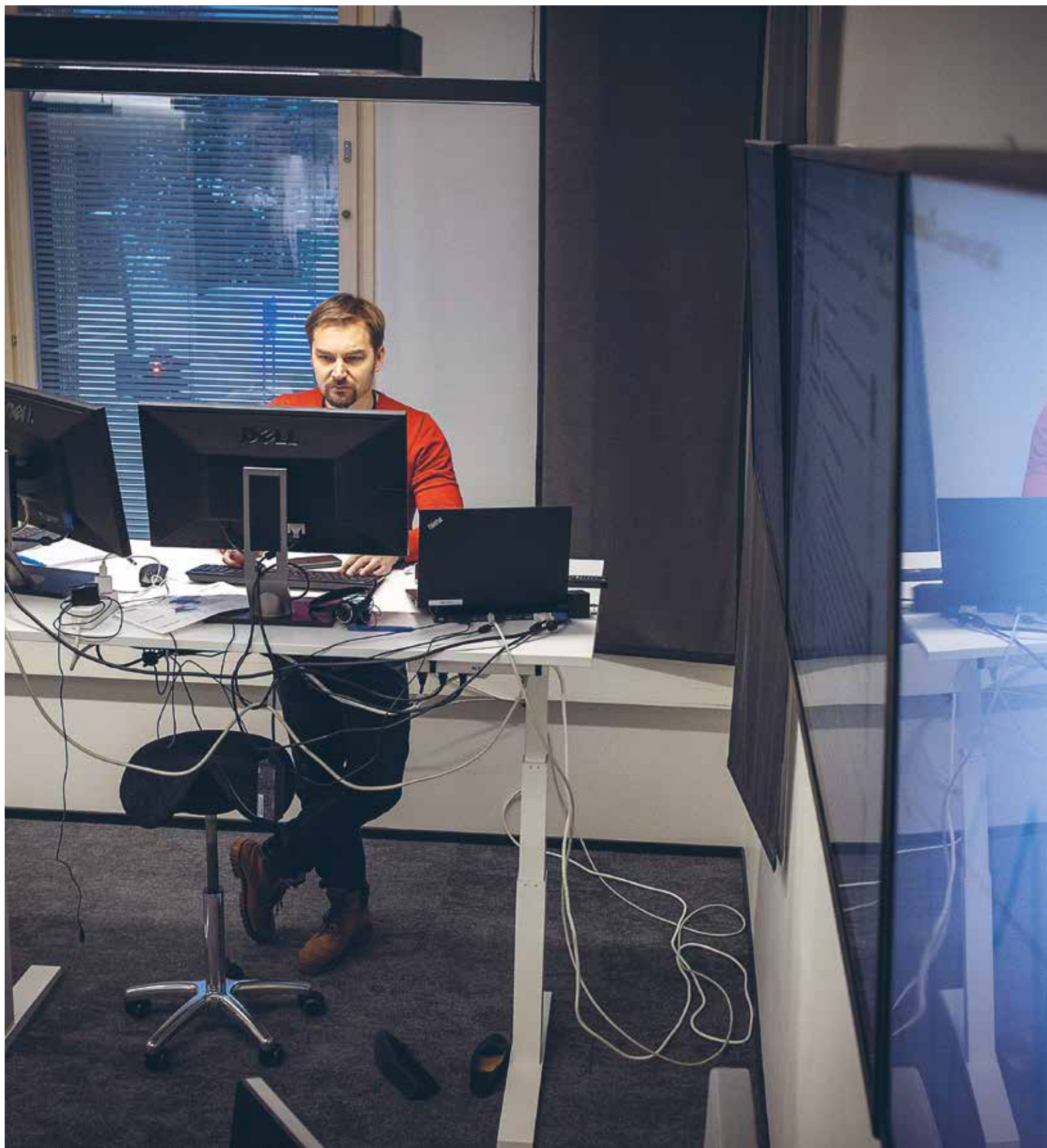
Kaleva Median asemaa parantaa vielä se, että sen eri julkaisujen ja palvelujen brändit ovat erittäin vahvoja.

Myynti kutistui

Koronapandemia heikensi vuonna 2020 B2B-asiakasratkaisujen suoritusta merkittävästi. Kaleva Median media- ja markkinointipalveluiden myynti jäi 26,2 miljoonaan euroon, mikä on 6–7 miljoonaa euroa budjetoitua vähemmän.

Varsin lupaavasti käynnistynyt mediamyynti romahti maaliskuun puolivälissä, kun korona-kriisi todella iski yhteiskuntaan. Loppuvuoden aikana myynti kuitenkin piristyi ja viimeinen neljännes oli jo kohtuullinen.

Vuonna 2021 B2B-asiakasratkaisut hakee varsin vahvaa kasvua. Tavoitteena on 3,5 miljoonaa euroa edellisvuotta suurempi liikevaihto. ●



Lorien mahdollistaa uudenlaisten rikkaiden sisältöjen tekemisen

Kaikki Kaleva Median julkaisut siirtyivät vuoden 2020 aikana käyttämään sisältötuotannossaan monikanavaista Lorien-julkaisualustaa. Lorien sujuvoittaa toimitusten työtä ja mahdollistaa uudenlaisten rikkaiden sisältöjen luomisen niin verkkoon kuin mobiilisovelluksiin. Lisäksi se liittyy saumattomasti printtimedioiden sisältötuotannossa käytettävään Neo-toimitusjärjestelmään.

Lorienin kehitystyö on tehty sisäisesti Kaleva Mediassa. Yhtiön kehitysyksikön päällikkö **Heikki Luoma** sanoo, että työtä ovat ohjanneet sisältötuotannon tarpeet ja prosessien muutokset. Viime kädessä taustalla on ollut halu palvella lukijoita mahdollisimman hyvin tuottamalla näille kiinnostavia sisältöjä.

Yhteisen julkaisualustan kehittäminen oli Luoman mukaan välttämätöntä myös siksi, että Kaleva Median toteuttamien yritysjärjestelyjen seurauksena yhtiössä oli käytössä useita erilaisia alustoja.

”Emme löytäneet markkinoilta järkevää ja kustannustehokasta ratkaisua, joten päätimme tehdä sellaisen itse”, hän toteaa.

Lorien nostaa entistäkin vahvemmin esille sisältöjen merkityksen. Sisällöt ovat Kaleva Median tuotteita – printti tai esimerkiksi mobiilisovellus taas kanavia jakaa niitä.

Kehitystyötä yhdessä

Heikki Luoma korostaa kehitystiimin toimialaosaamisen tärkeyttä, mutta sisältöliiketoiminta ja myös B2B-asiakasratkaisut olivat Lorienin kehityksessä tiiviisti mukana. Lopputulos on niin onnistunut, että se on herättänyt paljon kiinnostusta Kaleva Median ulkopuolellakin. Periaatteessa on mahdollista, että yhtiö ryhtyy tarjoamaan

Lorienia palveluna myös muiden mediatalojen käyttöön.

”Kaleva Mediassa Lorien on otettu innokkaasti käyttöön. Toimitukset ovat alkaneet tehdä rikkaan esittämisen sisältöjä ja ryhtyneet nopeasti hyödyntämään Lorienin tarjoamia uusia ominaisuuksia. Järjestelmää ei ole tarvinnut sisäisesti myydä – se on melkein pätevä käsi”, hän naurahtaa.

Sisältöliiketoiminnan lisäksi järjestelmä on saanut kiitosta myös B2B-asiakasratkaisuilta. Mainonnan toimivuuteen kiinnitettiinkin järjestelmää kehitettäessä paljon huomiota. Esimerkiksi natiivimainonnan suhteen tässä onnistuttiin mainiosti.

Vastaa myös tuleviin tarpeisiin

Heikki Luoma korostaa, että Lorien kattaa periaatteessa kaikki nykyiset sisällön esittämisen muodot. Alustan rakentajilla on myös ollut varsin hyvä käsitys siitä, millaisia tarpeita mediataloilla vastaisuudessa on.

”Lorienia voidaan kehittää edelleen niin, että se vastaa myös tuleviin mahdollisuuksiin ja tarpeisiin”, hän huomauttaa.

Heikki Luoma sanoo edellisen julkaisualustan olleen Kalevassa käytössä noin kymmenen vuotta. Hän uskoo, että Lorien on vähintään yhtä kestävä.

Monikanavainen julkaisualusta Lorien otettiin Kaleva Median julkaisuista ensimmäisenä käyttöön Lapin Kansassa vuonna 2019. Vielä saman vuoden lopussa oli vuorossa Raahen Seutu. Järjestelmä eteni vauhdilla, sillä seuraavan vuoden aikana sen saivat käyttöönsä kaikki yhtiön julkaisut. Samalla siihen kehitettiin koko ajan uusia ominaisuuksia. ●

➤ Toimittaja Antti Pasanen



Maksullisten tilausten määrä kasvoi – etenkin digitilausten suosio noussut

Kaleva Median maksullisten tilausten määrä kasvoi vuonna 2020 kaikkiaan 48 kappaleella ja asettui 102 486 kappaleeseen.

Etenkin maksulliset digitilaukset olivat hyvässä vauhdissa. Niiden määrä ylitti 20 000 kappaleen, kun vastaava luku vuotta aikaisemmin oli noin 13 000.

Digitilausten osuus kaikista tilauksista oli vuonna 2020 näin jo 20 prosenttia. Vuosi oli sikäli merkittävä, että sen aikana digitilausten suosion kasvu korvasi ensimmäisen kerran printtilausten vähenemisen.

Kaleva Median sisältöliiketoiminnan johtaja **Niiles Nousuniemi** uskoo, että tilausten kokonaismäärä jatkaa nousuaan myös kuluvan vuoden aikana. Kehityksen vauhdittajina toimivat yhä

vahvemmin nimenomaan digitilaukset.

”Painetulla medially on edelleen vannoutunut lukijakuntansa, mutta suunta käy väijäämättä kohti digitaalista mediaa. Sieltä myös kasvu tulee. Digin voittokulku ei toki koske vain lehtiä, vaan näkyy kaikkialla yhteiskunnassa ja lukemattomilla toimialoilla”, hän toteaa.

Nousuniemen mukaan yhä tavallisempaa on, että sinänsä printtilehteä suosivat lukijat lataavat itselleen Kaleva Media -tunnuksen, jolla saa käyttöönsä myös tilaamansa lehden digisisällöt.

Kahdenlaisia tilauksia

Maksulliset tilaukset koskevat Kaleva Median julkaisemia maakunta- ja paikallislehtiä. Jokainen niistä tarjoaa lukijoilleen tätä nykyä kahta eri tilaustyyppiä:

tilausta ja digitilausta. Ensiksi mainittuun sisältyy printtilehti ja kaikki digisisällöt, jälkimmäiseen taas nimensä mukaisesti vain digitaaliset sisällöt eli lehden verkkojutut ja näköislehti.

Sisältöliiketoiminnan johtaja Nousuniemi huomauttaa, että Kaleva Median digitaalisten sisältöjen suosion kasvun takana on paljon muutakin kuin digitalisoitumisen kaikkialle ulottuva megatrendi. Yhtiö itse on tehnyt paljon töitä digisisältöjensä kehittämiseksi.

”Olemme löytäneet sellaisia aiheita ja uutisia, jotka kiinnostavat lukijoita. Voimme seurata tarkkaan, millaiset jutut tuottavat tilauksia. Kaikissa Kaleva Median toimituksissa nyt käytössä oleva Lorien-julkaisualusta mahdollistaa puolestaan uudenlaiset kerronnan muodot ja rikkaiden sisältöjen luomisen”, hän sanoo.

Lukijoita kiinnostavia ja tilauksia tuottavia juttuja ovat Nousuniemen mukaan muun muassa sellaiset, jotka käsittelevät paikallisia asioita ja ovat jollakin tavalla merkityksellisiä ihmisten arjessa. Korona vielä kiritti toimituksia tekemään uudenlaisia tarinoita, jotka saivat lukijoilta paljon kiitosta. Esimerkiksi urheilutoimitukset ryhtyivät urheilu tapahtumien puuttuessa kirjoittamaan ison suosion saavuttaneita tausta- ja henkilöjuttuja.

Lukijat valmiita maksamaan digisisällöistä

Taloudellisessa mielessä olennaista on, että lukijat ovat nyt entistä suuremmassa määrin valmiita maksamaan digisisällöistä – aikaisemmin näin ei ollut.

Niiles Nousuniemen mukaan tilausten myynti ja markkinointi on myös sujunut hyvin. Markkinoinnin automaatiota on lisätty. Maksumuurien tason määrittelykin on osunut oikeaan.

”Kaiken kaikkiaan kysymys on tiimipelistä, jossa ovat mukana sisältöjen tekijät sekä myynnin, markkinoinnin ja teknologian osaajat”, hän toteaa. ●

Jutun arvo -mittari kohentaa journalismin osumatarkkuutta

Lapin Kansassa kehitettiin ja otettiin vuonna 2020 käyttöön jutun arvo -mittari, jonka tavoitteena on parantaa journalismin osumatarkkuutta – ohjata toimitusta tekemään sellaisia juttuja, joista lukijat ovat kiinnostuneita.

Vastaava päätoimittaja **Antti Kokkonen** Lapin Kansasta kertoo, että jatkossa mittarin käyttö on tarkoitus aloittaa kaikissa Kaleva Median julkaisuissa.

”Jutun arvoa mitataan kolmella ulottuvuudella: kuinka paljon se tuottaa uusia tilauksia, miten paljon se houkuttelee lukijoikseen kirjautuneita tilaajia ja kuinka kauan juttua luetaan. Jokaisella ulottuvuudella juttu saa pisteitä nollasta viiteen. Jutun saama mittariarvo on sen kolmella ulottuvuudella saamien pisteiden keskiarvo”, hän selvittää.

Jatkuvaa kehitystä

Mittaria kehitetään jatkuvasti. Antti Kokkonen mukaan seuraavaksi on tarkoitus saada tarkasteluun myös alle 45-vuotiaiden lukijoiden osuus – mitä enemmän tätä nuorempia lukijoita juttu kiinnostaa, sitä enemmän se saa pisteitä.

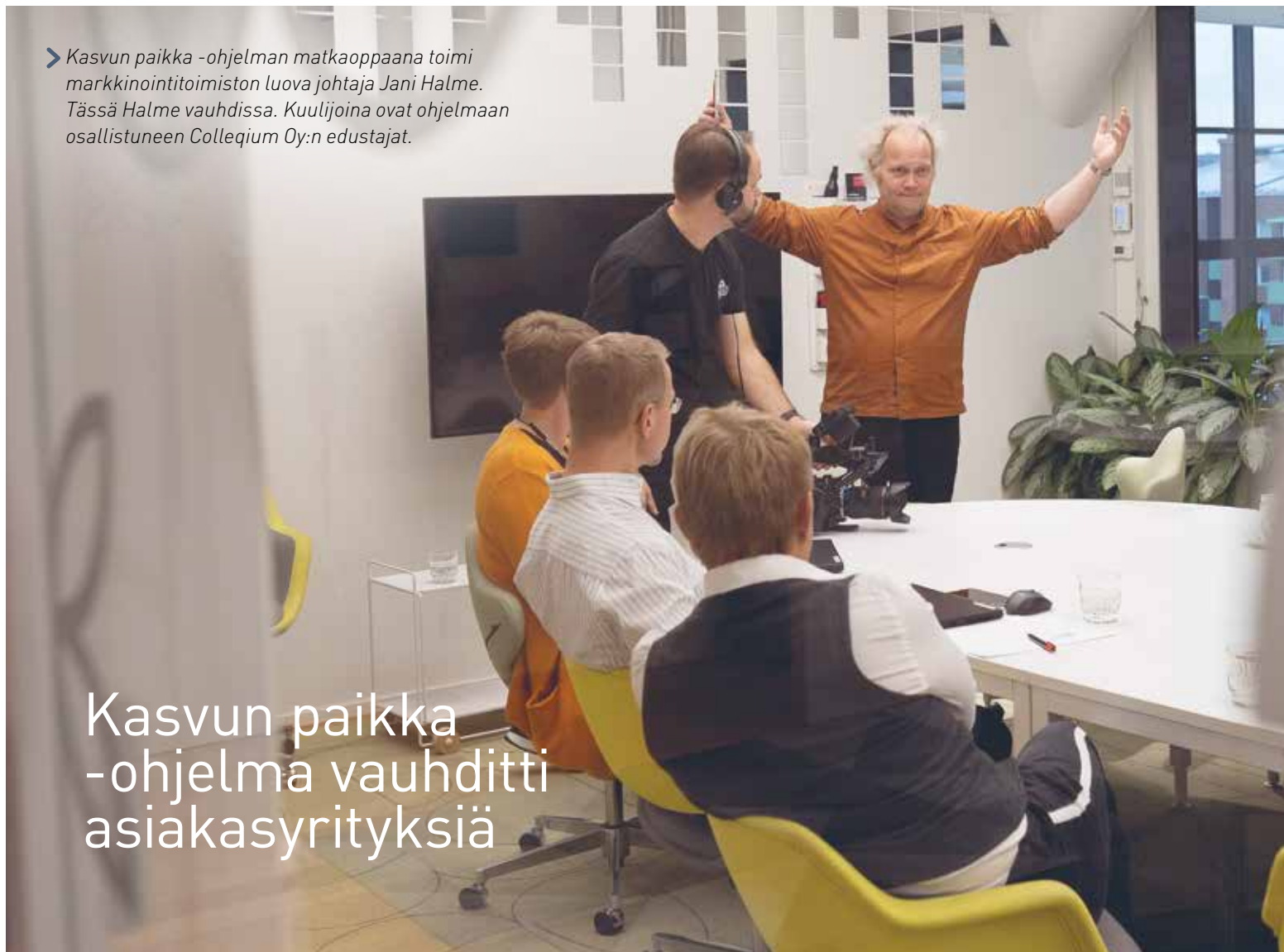
”Tässä on takana se, että olemme havainneet meillä olevan harmillisen vähän alle 45-vuotiaita lukijoita”, hän toteaa.

Päätoimittaja Kokkonen korostaa, että jutun arvo -mittari ei johda siihen, että toimitukset ryhtyisivät kirjoittamaan journalistisia päiväperhoja tai kepeitä julkisjuoruja lukijoiden vetämiseksi. Sen sijaan mittari auttaa tekemään entistä houkuttelevampia ja laadukkaampia sisältöjä.



> Lapin Kansan päätoimittaja Antti Kokkonen

➤ *Kasvun paikka -ohjelman matkaoppaana toimi markkinointitoimiston luova johtaja Jani Halme. Tässä Halme vauhdissa. Kuulijoina ovat ohjelmaan osallistuneen Collegium Oy:n edustajat.*



Kasvun paikka -ohjelma vauhditti asiakasyrityksiä

Kaleva Median pääosin vuonna 2020 toteuttaman Kasvun paikka -ohjelman tavoitteena oli nimensä mukaisesti auttaa mukaan valittuja yrityksiä kasvamaan – markkinoinnin keinoja käyttäen ja paikallis- sekä asiakasyymmärrystä hyödyntäen.

Ohjelmalla oli myös toinen päämäärä: tehdä tunnetuksi Kaleva Median B2B-asiakasratkaisujen asiantuntemusta ja sen yrityksille tarjoamaa laajaa ratkaisuvälikoimaa.

B2B-asiakasratkaisuista vastaava kaupallinen johtaja **Kimmo Hyvärinen** arvioi, että ohjelma onnistui molempien tavoitteidensa saavuttamisessa varsin hyvin.

”Mukana olleet yritykset kiittelivät ohjelmassa luotujen ratkaisujen edistäneen liiketoimintastrategiansa toteutumista. Samalla asiakkaiden käsitys meistä kokonaisvaltaisena markkinointikumppanina vahvistui”, hän iloitsee.

Sisälle asiakasyritysten strategioihin

Hyvärinen huomauttaa ohjelman tuoneen selvästi esille sen, että asiakasyritysten tarpeet ovat hyvin erilaisia.

”Siksi meidän on pystyttävä menemään sisälle asiakkaidemme strategioihin ja tarjoamaan jokaiselle mahdollisimman relevantteja palveluja”, hän painottaa.

Kasvun paikan sisältö valmisteltiin suureksi osaksi vuoden 2019 puolella. Yrityksiä haettiin mukaan saman vuoden lopulla markkinointikampanjan voimin. Hakijoita tuli loppujen lopuksi yli sata – monenlaisia ja monenkokoisia yrityksiä useilta eri toimialoilta.

Ohjelmaan valikoitui kuusi erilaista yritystä: Suomen Lounastuote, Saaga Travel, Ylläs, Pörhön Autoliike, Collegium ja Oulun Sydänkeskus.

”Jokaisella näistä oli omat liiketoimintaan liittyvät haasteensa – ja myös kova halua kasvaa. Ohjelma vietiin läpi pääosin vuoden 2020 aikana. Oulun Sydänkeskuksen osalta se toteutetaan kuluvana vuonna”, Kimmo Hyvärinen kertoo.



Laaja paketti

Kasvun paikka -ohjelmassa mukana olleita yrityksiä Kaleva Media B2B-asiakasratkaisut vauhditti tuomalla niiden käyttöön laajan paketin: oman asiantuntemuksensa, kattavan markkinointikanavien valikoimansa sekä paikallisen asiakasymmärryksensä. Lisäksi haasteita ratkomassa oli joukko ulkopuolisia asiantuntijoita. Yritysten käyttöönsä saamat palvelut ja ratkaisut olivat osittain vastikkeettomia.

Ohjelman etenemistä seurattiin Kaleva Median eri kanavissa. Tietoa jaettiin videoiden, tapahtumien, lehtijuttujen, verkkosivustojen ja sosiaalisen median kautta. ●

CRM-uudistus tukee B2B-asiakasratkaisujen uutta toimintamallia

Muutaman viime vuoden aikana toteutettujen yritys-järjestelyjen seurauksena Kaleva Median käyttöön oli tullut puolikymmentä erilaista yritysasiakkuuksien hallintaan käytettävää CRM-järjestelmää.

Useat järjestelmät johtivat hajanaisuuteen, jonka vuoksi yhtiön B2B-asiakasratkaisuilla ei ollut kokonaisnäkymää asiakkuuksistaan. Vanhat CRM-järjestelmät eivät myöskään taipuneet kattamaan B2B-asiakasratkaisujen nykyistä laajaa palveluvalikoimaa eivätkä tukeneet myynnin uusia toimintamalleja. Myös myynnin johtamisen näkökulmasta tarvittiin uusi järjestelmä.

Ongelma ratkaistiin Kaleva Mediassa uudistamalla asiakkuudenhallinta kokonaan nopealla aikataululla vuoden 2020 aikana. Projekti alkoi ennen kesälomia ja käytössä vanhat ratkaisut korvannut Salesforce-järjestelmä oli jo marraskuussa. Hieman kärjistäen voisi todeta vauhdin olleen maailmanennätysluokkaa.

Enemmän kuin käyttöönotto

Kehitys- ja teknologiajohtaja **Tommi Silfverhuth** korostaa, että kysymyksessä oli paljon enemmän kuin pelkkä CRM-järjestelmän käyttöönotto.

”Kaleva Median B2B-asiakasratkaisut on tehnyt paljon töitä uuden toimintamallinsa kehittämiseksi. Olennainen vaatimus oli, että uusi CRM-järjestelmä tukee tätä mallia”, hän painottaa.

Marssijärjestys CRM-projektissa olikin selvä: järjestelmä rakennettiin pitäen silmällä B2B-asiakasratkaisujen samaan aikaan uusiutuvaa toimintamallia – ei niin, että toimintamallia olisi rakennettu teknisen järjestelmän asettamien ehtojen mukaisesti.

Kaleva Media hankki Salesforce-järjestelmän palveluna. Sen konfigurointi ja käyttöönotto sujuivat joustavasti. Toki järjestelmien käyttöönotossa tulee aina eteen pieniä haasteita. Näin tälläkin kertaa. Järjestelmä kattaa B2B-asiakkuudet, mutta ei B2C-asiakkaita. Näiden asiakkuuksien hallinnassa käytettävän järjestelmän uusimista valmistellaan tänä vuonna.

Monikanavainen logistiikka jakelupalvelujen päämääränä



Kaleva Media jatkoi vuonna 2020 monikanavaisen logistiikan rakentamista. Käytännössä tämä tarkoittaa, että yhtiö sekä kehittää digitaalisia kanavia sisältöjensä jakeluun että aktiivisesti kasvattaa sanomalehtien varhaisjakelun rinnalle uutta jakeluliiketoimintaa.

Jakeluliiketoiminnassa on erityisen vahvasti edennyt paino- ja jakelujohtaja **Janne Kosken** mukaan osoitteellinen jakelu, joka kattaa aikakauslehdet, pien-paketit ja yritysten lähettämät kirjeet kuten laskut ja asiakastiedotteet.

Volyymi kasvoi koronasta huolimatta

Koski sanoo olevansa kaiken kaikkiaan varsin tyytyväinen osoitteellisen jakelun kehitykseen. Volyymin kasvattaminen koronasta huolimatta on erinomainen suoritus. Samalla jakelun kustannuksia onnistuttiin leikkaamaan.

”Osoitteellisessa jakelussamme - joka tavoittaa Kaleva Median varhais-

jakelun piirissä olevan alueen - nousi tuotteiden määrä vuonna 2020 kaikkiaan yli 10 miljoonaan. Vuotta aiemmin luku oli noin 7,5 miljoonaa”, hän laskee.

Kaleva Median kuljettamien pien-pakettien määrä kohosi viime vuonna 80 000 kappaleeseen. Kuluvan vuoden aikana Janne Koski uskoo luvun nousevan jo 200 000 kappaleeseen.

Osoitteellisen jakelun merkitys on sikäli huomattava, että se osaltaan auttaa kattamaan kustannuksia, joita koituu painettujen lehtien toimittamisesta lukijoille.

Janne Koski arvioi kuitenkin, että kovin paljon nykyistä suuremmiksi eivät kirje- ja aikakauslehtien jakelun volyymit enää Kaleva Mediassa kasva. Vuodelle 2021 hän ennustaa volyymissa vain lievää nousua. Siksi yhtiö hakee jatkuvasti uutta jakeluliiketoimintaa.

”Yksi esimerkki tästä on viime vuonna alkanut yhteistyö Budbeen kanssa. Tämä yritys tarjoaa verkko-kauppojen pakettien kotiinkuljetus-

palveluja. Kaleva Media toimii sen yhteistyökumppanina Oulun alueella”, hän kertoo.

Mukana valtakunnallisessa toiminnassa

Valtakunnalliseen jakelutoimintaan Kaleva Media osallistuu Jakeluyhtiö Suomi Oy:n ja PKS-Jakelu Oy:n osakkaana. Ensiksi mainittu toimii valtakunnallisena osoitteellisen jakelun myyntiyhtiönä, jälkimmäinen taas tavoittelee osoitteellisen jakelun asiakkaita pääkaupunkiseudulta.

Kaleva Media on lisäksi mukana PISA Jakelu Oy:ssä, jonka Jakeluyhtiö Suomen osakkaat perustivat vuonna 2020. PISA toimii Pirkanmaan ja Satakunnan alueella ja kuuluu Jakeluyhtiö Suomen verkostoon. Uusi yhtiö perustettiin, koska Posti osti alueella aikaisemmin toimineen ja samaiseen verkostoon kuuluneen Alma Manun varhaisjakeluliiketoiminnan. ●

Julkaisujen brändejä kirkastettiin - ytimessä paikallisuus ja juurevuus

➤ Kaleva Median brändi- ja kulttuuritiimi



Brändityö Kaleva Mediassa painottui vuoden 2020 aikana maakunta-, paikallis- ja kaupunkilehtien brändien kehittämiseen. Työ tehtiin yhdessä julkaisujen päätoimittajien kanssa. Tavoitteena oli kirkastaa julkaisujen brändiä niin, että ne kiinnostavat ja puhuttelevat lukijoita entistäkin enemmän.

Samalla myös tarkennettiin yhtiön brändihierarkiaa.

Brändi- ja kulttuurijohtaja **Anna Kärävä** kertoo, että B2C-asiakkaita eli lukijoita lähestytään aina julkaisu-brändit – joita on reilusti toistakymmentä – edellä. Julkaisubrändien avulla rakennetaan ja vahvistetaan lukijasuhdetta.

Kaleva Mediaa puolestaan käytetään konsernibrändinä, työnantajamielikuvaa luotaessa sekä pohjoisessa Suomessa B2B-asiakkaita eli yrityksiä puhuteltaessa. Esimerkiksi vaikuttajamarkkinointia myydään pohjoisessa osana Kaleva Median tarjoamaa. Sen sijaan eteläisessä Suomessa markkinointipalveluyritykset Offerilla ja Indieplace esiintyvät omilla brändeillään.

Julkaisubrändeillä yhteiset arvot

Anna Kärävä huomauttaa, että yhteiset arvot yhdistävät kaikkia Kaleva Median julkaisubrändejä.

”Näitä arvoja ovat totuus ja kotiseurakkkaus. Brändien ytimessä on pohjoisen henkisen vireyden vahvistaminen tarjoamalla juureva, paikallinen näkökulma maailmaan. Jokaisella

julkaisulla on kuitenkin myös oma persoonansa ja omintakeinen identiteetinsä oman alueensa puolestapuhujana”, hän korostaa.

Brändien kehitystyössä lähtökohtana olivat julkaisujen aidot vahvuudet, joiden pohjalta määriteltiin jokaiselle niistä keskeisten brändiulottuvuuksien sisältö. Näitä ulottuvuuksia olivat erottelevat tekijät, persoonallisuus, syy uskoa, hyödyt, kuluttajaoivallus, kohderyhmä, kategoria sekä tyyli ja sävy.

Anna Kärävä kertoo, että brändityön rinnalla kehitettiin julkaisujen yhteistä markkinointiviestinnän konseptia, joka pohjautuu paikalliseen näkökulmaan hahmottaa maailmaa ja ymmärrykseen pääkohderyhmän mediakulutuksesta. Tämä 30–45-vuotiaiden ryhmä on kasvanut aiempia sukupolvia kansainvälisemmässä ja nopeatempoisemmassa maailmassa.

Kaleva Median julkaisut on asemoitu ankkureiksi pohjoisen ja maailman

välille. Tätä julkaisut korostavat omissa markkinointiviestinnässään. Asemointi erottaa ne muista medioista ja on kohderyhmälle relevantti.

Kotiseurakkautta ja itsetuntoa

Brändi- ja kulttuurijohtaja Kärävän mukaan ankkurointi pohjoisen ja maailman välille tarkoittaa aitoa kotiseurakkautta, tervettä itsetuntoa ja avointa kiinnostusta niin pohjoista kuin maailmaa kohtaan.

”Julkaisumme voivat olla juurevuuden pää-äänenkannattajia ja näin ainutlaatuisia sekä kiinnostavia”, hän miettii.

Myös Kaleva Media -brändin merkitystä yritysasiakkaille kirkastettiin osana brändistrategiatyötä. Yrityksille Kaleva Median ydin on pohjoisen taloudellisen vireen vahvistaminen auttamalla yrityksiä kasvamaan markkinoinnin keinoin ja ylivoimaista paikallisyymmärrystä hyödyntäen. ●



Tutkimus selvitti pohjoisen ihmisten arvot ja asenteet

Pohjoista kanttia -tutkimus selvitteli vuosien 2019 ja 2020 vaihteessa pohjoissuomalaisten ihmisten arvoja, asenteita ja elämäntapoja. Kaleva Median teettämään laajaan tutkimukseen osallistui 1 400 vastaajaa, jotka olivat iältään 18–75-vuotiaita. Tavoitteena oli kartoittaa pohjoisen ihmisten tyyppisiä piirteitä ja ottaa selville, kuinka he mahdollisesti eroavat etelässä asuvista. Samalla haettiin tietoa pohjoissuomalaisten kuluttajakäyttäytymisestä.

Kaleva Median Insight Manager **Mari Jauhola** kertoo, että Pohjoista kanttia -tutkimuksen tuloksia on hyödynnetty useiden asiakasyritysten markkinoinnin suunnittelun pohjana. Muutenkin se on herättänyt paljon mielenkiintoa.

”Tutkimusta käytettiin vahvasti apuna, kun pääosin vuonna 2020 toteutettuun Kasvun paikka -ohjelmaan osallistuneille yrityksille rakennettiin markkinointia”, hän kertoo.

Jauholan mukaan tutkimus on osoittanut niin hyödylliseksi, että Kaleva Median on tarkoitus toistaa se kuluvan vuoden aikana.

Rehellinen, työteliäs ja perhekeskeinen

Mitä tutkimus sitten oikein kertoi pohjoissuomalaisista?

Mari Jauhola nostaa lyhyesti esille muutamia seikkoja.

”Pohjoisen ihminen arvostaa työtä, rehellisyyttä, isänmaallisuutta ja kansallistunnetta. Onnen kivijalkoja ovat perhe ja terveys. Ihmisissä tärkeitä

ominaisuuksia ovat hyvät tavat ja vastuuntunto”, hän luettelee.

Arvoiltaan pohjoissuomalaiset ovat tutkimuksen mukaan pääosin maltillisia keskittien kulkijoita. Mukana on kohtuullinen annos arvokonservatismia. Vapaamielisiä ja kokeilunhaluisia on paljon vähemmän kuin Etelä-Suomessa.

Asiakkaana pohjoisen ihminen arvostaa selkeitä oivalluksia ja pitää positiivisesta leikkisyydestä. Hän on mielellään lojaali hyvälle palvelulle. Brändi on usein oikotie ostopäätökseen – noin puolet valinnoista tapahtuu ilman vertailevaa harkintaa.

Yksi asia on aivan selvä.

”Pohjoisen ihmiset eroavat asenteiltaan ja arvoiltaan eteläsuomalaisista”, tiivistää Jauhola. ●

Kaleva Median lehdille tunnustusta Uutismedian liiton kilpailussa

Kaleva Median lehdet Koillissanomat, Raahen Seutu, Rantalakeus, Uusi Rovaniemi ja Siikajokilaakso keräsivät palkintoja ja kunniamainintoja Uutismedian liiton vuoden 2020 kaupunki- ja paikallislehtikilpailussa.

Parhaiten vuotuisessa kisassa menestyi Koillissanomat, joka valittiin parhaaksi vähintään kaksi kertaa viikossa ilmestyvistä paikallismedioista.

Koillissanomat sarjansa ykkönen

Oman sarjansa voittanut Koillissanomat arvioitiin lämminhenkiseksi ja kattavasti lukemista tarjoavaksi. Lehden etusivu on kutsuva, sisäsivut selkeitä ja pääjuttu erottuu. Toimitus kutsuu lukijoita osallistumaan lehden tekoon. Verkossa Koillissanomat on raadin mukaan sisällökäs ja monipuolinen.

Samassa sarjassa toiseksi parhaaksi nousi Raahen Seutu. Raati totesi lehden ottavan napakasti kantaa oman alueensa tapahtumiin ja avaavan lukijoille ansiokkaasti myös journalismin tehtävää yhteiskunnassa. Raahen Seutu sai lisäksi kehuja ilmavasta taitosta, laadukkaista valokuvista ja graafisten elementtien käytöstä.

Rantalakeus toiseksi paras

Kerran viikossa ilmestyvien paikallismedioiden sarjassa toiseksi sijoittui Rantalakeus, jota kiitettiin väkevästä vuorovaikutuksesta lukijoidensa kanssa. Mieliapiteille on lehdessä tilaa ja äänensävy kutsuu keskustelemaan. Printtilehti erottuu visuaalisesti mainosten onnistuneen sijoittelun ansiosta.

Verkossa Rantalakeus julkaisee tuoreita juttuja hyvätasoisten kuvien kera.

Kunniamaininnan tässä sarjassa sai Siikajokilaakso, jonka ulkoasua raati piti miellyttävänä ja etusivun kuvaa lukemaan houkuttelevana. Jutuissa on mukavasti konstruktivista journalismia ja tulevaisuusnäkökulmaa.

Kolmessa lehdessä palkittuja juttuja

Koillissanomat, Rantalakeus ja Uusi Rovaniemi keräsivät palkintoja, kun haettiin parhaita vuonna 2020 paikallisia kaupunkilehdissä ilmestyneitä juttuja. Kilpailuissa oli kaksi sarjaa. Sarjassa 1 arvioitiin tekstin, kuvan ja taiton kokonaisuutta; sarjassa 2 puolestaan ainoastaan tekstiä.

Sarjassa 1 parhaana paikallislehtijuttuna palkittiin Koillissanomissa julkaistu *Karhu taisteli – ihmiset kertovat*. Tekstin on kirjoittanut Reino Hämeenniemi, kuvituksesta vastaa Mikko Halvari ja taitosta Leena Kosonen sekä Jenny Halvari.

Kolmannelle sijalle arvioitiin Rantalakeuden juttu *Siellä taistellaan elämästä ja kuolemasta*. Teksti ja kuvat ovat Heli Rintalan käsialaa, taiton taas ovat tehneet Leena Kosonen ja Satu Niskanen.

Uuden Rovaniemen juttu *Ensimmäinen kaupunkilainen on pian 60-vuotias* otti kolmannen sijan kaupunkilehtien sarjassa 1. Teksti on Tiia Haapakankaan tekemä.

Sarjassa 2 niin ikään Uudessa Rovaniemessä ilmestynyt Anni Kavanderin ja Tiia Haapakankaan juttu *Karttaan ilmestyi Laivaniemi* sijoittui toiseksi. ●



➤ Kuvassa Kaleva Median hallituksen jäsenet vasemmalta lukien; Kalle Korkeakivi, Pekka Väisänen, Sari Heinonen, Carita Antell, Antti-Pekka Jauho, Taisto Riski ja Jarkko Nordlund.

Hallinto

Yhtiökokous pidettiin 29.5.2020.
Hallitus kokoontui vuonna 2020 yhdeksän kertaa.

Hallitus 31.12.2020

Taisto Riski

kauppaneuvos, ekonomi, KHT,
jäsen vuodesta 2000,
puheenjohtaja 15.5.2008 alkaen

Carita Antell

KTM, varapuheenjohtaja,
jäsen vuodesta 1997

Antti-Pekka Jauho

professori,
jäsen vuodesta 2000

Kalle Korkeakivi

eMBA, toimitusjohtaja, HHJ,
jäsen vuodesta 1999

Pekka Väisänen

KTM, liiketoimintajohtaja (DNA),
jäsen vuodesta 2017

Sari Heinonen

FT, Johtaja,
henkilöasiakkaat (OP Ryhmä),
jäsen vuodesta 2018

Jarkko Nordlund

KTM, jäsen vuodesta 2020

Johtoryhmä 31.12.2020

Juha Laakkonen

Toimitusjohtaja

Pirjo Kytösalmi

Talousjohtaja

Niiles Nousuniemi

Sisältöjohtaja

Kimmo Hyvärinen

Kaupallinen johtaja

Janne Koski

Paino- ja jakelujohtaja

Tommi Silfverhuth

Tutkimus- ja kehitysjohtaja

Anna Kärävä

Viestintä- ja kulttuurijohtaja

Hallituksen toimintakertomus 2020

Toimintaympäristö

COVID-19 pandemia ja siihen liittyvät sulkutoimet ovat vaikuttaneet toimintaympäristöön, yrityksiin ja ihmisiin kaikkialla maailmassa. Monien kriisien tavoin myös koronapandemian aiheuttama taantuma aikaansaa pitkäkestoisia muutoksia. Kriisi vauhdittaa ja toisaalta hidastaa olemassa olevia megatrendejä. Niin yritykset kuin valtiotkin joutuvat mukautumaan uudenlaiseen toimintaympäristöön. Hyvä kriisinhoito on tärkeää, mutta kriisinkin keskellä on muistettava uudistuminen ja tulevaisuuteen katsominen. Meidän on opittava toimimaan tavalla, joka turvaa sekä terveytemme että suomalaisen yhteiskunnan ja talouden toimivuuden.

Kevään äkkipysähdyksestä alettiin toipua kesällä ja rajoitustoimien purkaminen nosti toimeliaisuutta ja loi uskoa tulevaan. Syksyn mittaan koronartuntojen määrä lähti taas kasvuun ja heikensi näkymiä. Loppuvuonna rokotusten käynnistyminen kirkasti maailmantalouden näkymiä ja vähensi alasuuntaisia riskejä. Tilanteen normalisoitumisen kannalta olennaista on saada mahdollisimman nopeasti riittävä rokotekattavuus. Siihen saakka epävarmuus nimittää vielä tulevaa kehitystä.

Koronakriisi jättää pysyvän jäljen yhteiskuntaan, yrityksiin ja kotitalouksiin, mutta negatiivisten jälkien minimoimiseksi toivotaan mahdollisimman nopeaa paluuta kohti normaallimpaa elämää. Moni asia puhuu sen puolesta, että maailmantalous toipuu koronaviruskriisistä nopeammin kuin aiemmista laskusuhdanteista.

Poikkeustilanteessa digitaalisten sisältöjen ja palveluiden kuluttaminen on yleisesti kasvanut merkittävästi ja kriisi on näin ollen vauhdittanut digitransformaatiota, etätyötä ja verkkokauppaa. Ilmoitus- ja mediamyyntiin poikkeustilan vaikutus on sen sijaan ollut negatiivinen. Toisien vuosipuoliskon aikana ilmoitusmyynnin kehitys elpyi kevään dramaattisen pudotuksen jälkeen, mutta markkinatilanne jatkui haastavana. Koronavirus-epidemian arvioidaan muuttavan kuluttajakäyttäytymistä pysyvästi ja kiihdyttävän digitaalisten palveluiden kysyntää ja käyttöönottoa, kuten

verkkokauppaa, markkinoinnin automaatiota ja etätapaamisia. Median rakennemuutos kaiken kaikkiaan voimistuu entisestään ja tarve uusiutumiseen, uudelle osaamiselle ja uusille liiketoiminnoille on voimakasta uusien kasvun lähteiden löytämiseksi, yhdessä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa.

Pandemian aikana Kaleva Median ensisijaisena tavoitteena on ollut varmistaa työntekijöiden terveys ja turvallisuus sekä olla tukena sidosryhmilleen. Olemme noudattaneet yleisiä viranomaisten määräyksiä ja rajoituksia, joilla olemme varmistaneet työntekijöiden turvallisuuden ja toimintojen jatkuvuuden. Vain harvat Kaleva Median työntekijät ovat sairastuneet ja olemme voineet palvella asiakkaitamme keskeytyksettä. Toimiva IT-infrastruktuuri on mahdollistanut sujuvan ja turvallisen etätyön.

Kantar TNS Oy:n tutkimuksen mukaan Mediamainontaan käytettiin yhteensä 1 126 miljoonaa euroa vuonna 2020 ja mainonnan määrä laski -11,3 % edellisvuoteen verrattuna. Koronakriisin vaikutus mainonnan määrään oli suurimmillaan huhti–toukokuussa, jolloin nähtiin historian suurimmat mediamainonnan määrän laskuprosentit. Kesän ja syksyn aikana tilanne kääntyi kohti normaalia, ja vuoden viimeisten kuukausien muutokset mainonnan määrässä olivat maltillisia.

Sanomalehdistöön sijoitettiin useampi kuin joka neljäs mainoseuro (27 %) vuonna 2020. Painettujen ja digitaalisten sanoma- ja kaupunkilehtien osuus kaikista mainostajien mediainvestoinneista oli yhteensä 307,1 miljoonaa euroa. Painetun mainonnan osuus sanomalehtien ja kaupunkilehtien mediamyynnistä oli 72 prosenttia (220,7 milj. €) ja digitaalisen 28 prosenttia (86,3 milj. €). Edelliseen vuoteen verrattuna painettujen sanomalehtien mediamyynti laski 24,8 prosenttia ja painettujen kaupunkilehtien 32,5 prosenttia. Sanoma- ja kaupunkilehtien digitaalinen mediamyynti laski 4,7 prosenttia.

Eniten mainoseuroja, lähes 400 miljoonaa euroa, sijoitettiin verkkomainontaan.

Joulukuussa 2020 Liikenne- ja viestintävirasto Traficom jakoi journalistisen sisällön edistämiseen varatun 7,5 miljoonan euron tuen. Tukea sai 97 yritystä ja niissä yhteensä 236 tiedotusvälinettä. Valtionavustuksen tarkoituksena on tukea koronaepidemiasta kärsinyttä journalistista sisältöä tuottavaa mediaa. Tukea saaneiden tiedotusvälineiden joukossa on määrällisesti eniten sanomalehtiä, mutta myös aikakauslehtiä, radiokanavia, televisiokanava ja verkkojulkaisuja. Kaleva365 Oy sai tukea 714.415,19 euroa.

Koronavuonna vastuullisen ja luotettavan median arvostus on entisestään korostunut.

Konsernin rakenne ja merkittävät tapahtumat 2020

Kaleva Media -konserniin kuuluivat vuoden 2020 lopussa seuraavat yhtiöt:

- emoyhtiö Kaleva Oy
- Kaleva365 Oy
- Indieplace Oy
- Pro Ratas Oy
- Offerilla Oy
- Kolmiokirja Oy
- Oulu-Suorajakelu Oy (50% omistusosuus)

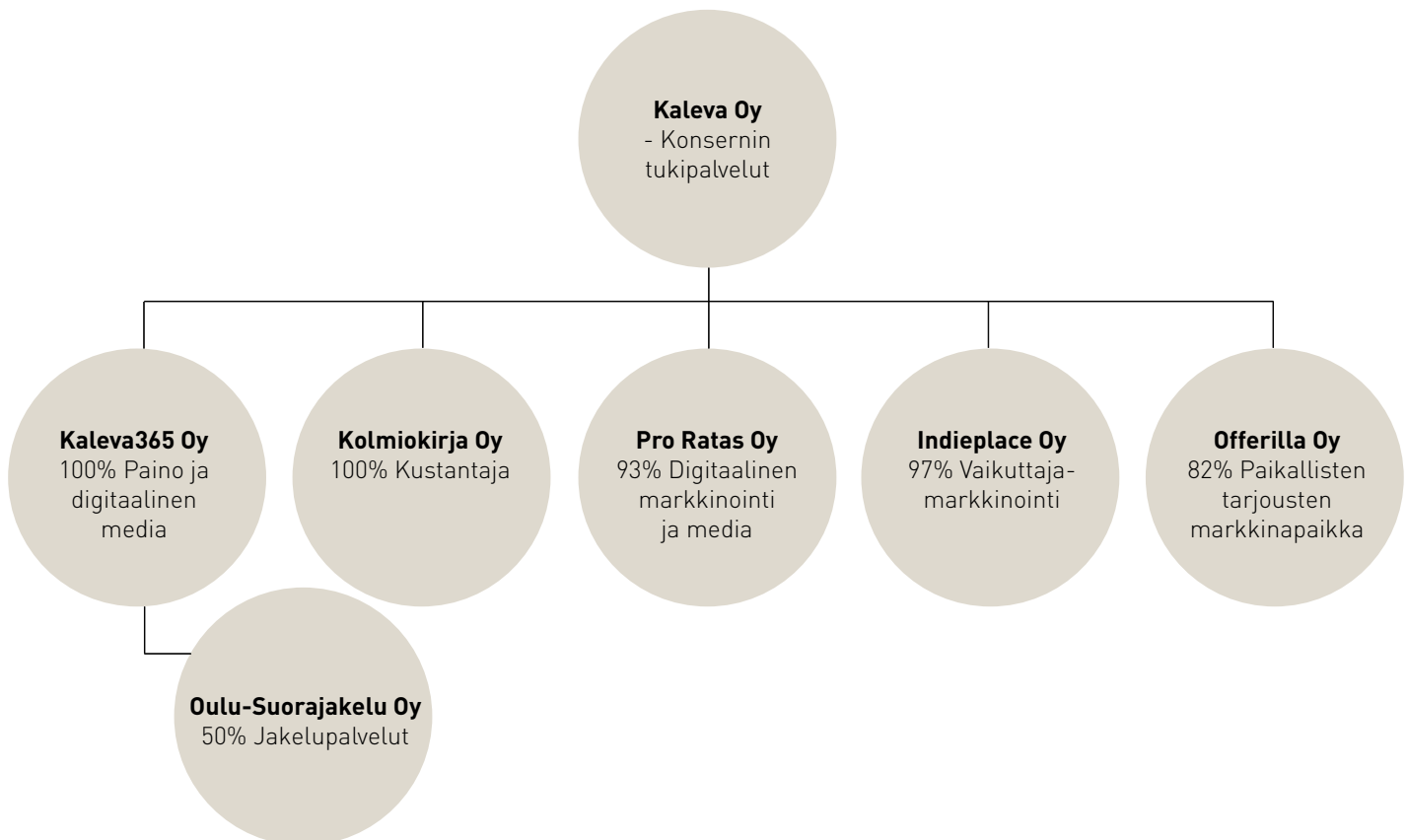
Kaleva Oy on Kaleva Media -konsernin emoyhtiö. Se omistaa konsernin kiinteistöjä ja vuokraa tiloja sekä tytäryhtiölle että ulkopuolisille. Kaleva Oy myy konsernin tytäryhtiöille hallintopalveluja.

Kaleva365 Oy on Kaleva Oy:n kokonaan omistama yhtiö, jonka medioihin kuuluu kolmesta pohjoisen julkaisua: Kaleva, Forum24, Lapin Kansa, Uusi Rovaniemi, Lounais-Lappi, Raahen Seutu, Raahelainen, Pyhäjokiseutu, Koillissanomat, Iijokiseutu, Rantalakeus, Siikajokilaakso ja Pudasjärvi-lehti sekä niiden kattavat digitaaliset kanavat ja palvelut.

B2C Sisältöliiketoiminta

Koillissanomat uudisti toimintamalliaan digitaalseksi ja vähensi samalla painetun lehden ilmestyspäiviä tammikuussa. Kaleva ja paikallislehtien verkkopalvelut uudistuivat ja siirtyivät uudelle Lorian-sisältöalustalle pitkin vuotta. Samalla maksu- ja tilausmallit uudistettiin kaikissa tilattavissa lehdissä. Lisäksi Kaleva Median asiakaspalvelu siirtyi Nesenta Oy:lle maaliskuussa.

Kaupunkilehdet Forum24 ja Oulu-lehti yhdistyivät huhtikuussa ja kaupunkilehden ilmestyminen jatkui Forum24 -nimen alla.



Kalevan päätoimittajaksi valittiin Sanna Keskinen, joka aloitti työnsä toukokuun alussa.

Lapin Kansa voitti elokuussa kolme palkintoa kansainvälisessä Best of News Design Scandinavia -kilpailussa.

Koillissanomat valittiin parhaaksi paikallislehdeksi Uutismedian liiton vuotuisessa kaupunki- ja paikallislehtikilpailussa marraskuussa. Kaleva Median lehdistä palkintoja ja kunniainintoja keräsivät lisäksi Raahen Seutu, Rantalakeus, Siikajokilaakso ja Uusi Rovaniemi.

Maakuntalehtien valtakunnallista ja ulkomaan journalismia tekevän Lännen Median toimintamalli uudistettiin Sanoman irtisanoutuessa Lännen Media Oy:sta. Lännen Media -yhteistyössä on mukana 2021 Kalevan ja Lapin Kansan lisäksi Ilkka-Pohjalainen, Hämeen Sanomat ja Forssan Lehti, Keskipohjanmaa, Kainuun Sanomat ja Länsi-Suomi.

Kaleva Media -konsernin tilattavien sanomalehtien digitilausmäärä ylitti 20 000 tilauksen rajan joulukuussa.

B2B Asiakasratkaisut -liiketoiminta

Uusi konsernitasoinen B2B Asiakasratkaisut -yksikön myynnin organisoituminen astui voimaan 1.10.2020. Uuden mallin mukaisesti organisaatio on jaettu seuraaviin palvelukategorioiden: printti- ja display -palvelut, digi- ja sisältömarkkinointipalvelut, data- ja tutkimuspalvelut, vaikuttajamarkkinointi ja digitaaliset markkinapaikat. Asiakkaat on jaoteltu kolmeen ryhmään: suuryritykset, Pk-yritykset ja muut asiakasyritykset myynnin tukipalveluiden palvelumana. Strategisena tavoitteena on asiakkaiden kokonaisvaltainen markkinointikumppanuus.

Kaleva Media -konsernin B2B-asiakasratkaisujen tehtävänä on toimia asiakkaidensa kasvun rakentajana ja näiden kokonaisvaltaisena markkinointikumppanina. Vuoden 2020 aikana B2B-asiakasratkaisut sai valmiiksi kivijalan, jonka varassa sen on hyvä toimia. Kivijalan rakentamiseen kuuluivat muun muassa uuden strategian ja organisaation luominen, sisäinen valmennusohjelma sekä myyntiprosessien ja asiakkaiden palvelumallien päivittäminen. Myös asiakkuudenhallintajärjestelmä (CRM) uusittiin ja otettiin käyttöön marraskuussa. Olennaista on, että asiakkaat saavat nyt joustavasti käyttöönsä koko Kaleva Median laajan

ja tehokkaan palveluvalikoiman – printti-ilmoitukset ja sisältömarkkinoinnin, vaikuttajamarkkinoinnin ja sosiaalisen median ja kaiken näiden väliltä.

Indieplace Oy on Suomen suurin vaikuttajamarkkinoinnin suunnittelutoimisto. Yhteisöön tarkoin valitut laadukkaat ja suositut vaikuttajat antavat lukijoille inspiraatiota ja ideoita (bloggaajat, tubettajat, instaajat, snäppääjät ja brändilähettiläät). Kaleva Oy omistaa Indieplace Oy:stä 97,3 prosenttia. Business Finland myönsi Indieplace Oy:lle 50.000€ koronatuen, joka suunnataan portaalin kehitykseen.

Pro Ratas Oy on sosiaaliseen mediaan ja tulevaisuuden digitaalisiin ratkaisuihin keskittyvä innovatiivinen yritys. Tehokkaan mediamarkkinoinnin ja videosisällön tuottaminen takaa yritysasiakkaille tavoitettavuuden digitaalisilla markkinoilla. Pro Ratas Oy:llä on toimipisteet Turussa, Helsingissä ja Seinäjoella. Kaleva Oy omistaa Pro Ratas Oy:stä 92,6 prosenttia.

Offerilla Oy tarjoaa kuluttajille kanavan ostaa alueellisten palveluiden tarjouksia poikkeuksellisen edulliseen hintaan. Sivuston kautta kuluttajat voivat ostaa päiväkohtaisesti vaihtuvia tarjouksia kuten ravintolailllallisia, autohuoltoja tai hiustenleikkauksia. Offerillaa käyttävät yritykset saavat sen kautta palveluilleen näkyvyyttä ja uusia asiakkaita. Kaleva Oy:n omistusosuus Offerilla Oy:ssä nousi 82,5 %:iin lisälunastusten myötä. Business Finland myönsi Offerilla Oy:lle 100.000€ koronatuen, joka suunnataan portaalin kehitykseen.

Kolmiokirja Oy on maan johtava ristikkolehtien kustantaja. Lisäksi Kolmiokirja kustantaa käsityö-, leivonta- ja harrastelehtiä sekä lukemisto-lehtiä. Kolmiokirja Oy:n valikoimaan sisältyy yli 60 julkaisua. Kolmiokirja Oy on Kaleva Oy:n 100 %:sti omistama tytäryhtiö. Kolmiokirjan kustantamiin lehtiin koronapandemia toi uusia lukijoita.

Sopeuttamistoimet

Kaleva Media -konsernin kaikissa yhtiöissä käytiin vuoden aikana tuotannollisista ja taloudellisista sekä uudelleenjärjestelysyistä syistä johtuvia yhteistoimintaneuvotteluita ja/tai henki-

löstön kuulemisia, joiden seurauksena toimintaa sopeutettiin koronaviruspandemian aiheuttamiin muutoksiin. Neuvotteluiden seurauksena oli lomautuksia, irtisanomisia ja tehtävien uudelleenjärjestelyjä. Lisäksi säästöjä saavutettiin lehtien ilmestymisten ja jakeluiden optimoinnilla, hankintojen kautta saaduilla säästöillä sekä yleisellä tehostamisella. Onnistuneiden sopeuttamistoimien ansiosta tilikauden 2020 toisen puolivuotiskauden liiketulos parani selvästi tilikauden 2020 ensimmäisestä puolivuotiskaudesta.

Hallitus, toimitusjohtaja ja tilintarkastajat

Kaleva Media -konsernin emoyhtiön, Kaleva Oy:n hallitukseen kuuluivat puheenjohtajana kauppaneuvos Taisto Riski, varapuheenjohtajana kauppatieteiden maisteri Carita Antell, professori Antti-Pekka Jauho, toimitusjohtaja Kalle Korkeakivi, johtaja Sari Heinonen, liiketoimintajohtaja Pekka Väisänen ja kauppatieteiden maisteri Jarkko Nordlund. Hallitus kokoontui tilivuoden aikana yhdeksän kertaa.

Kaleva Oy:n toimitusjohtajana toimi Juha Laakkonen.

Tilintarkastajana on toiminut Ernst & Young Oy KHT-yhteisö, päävastuullisena tilintarkastajana KHT Jari Karppinen.

Arvio toiminnan merkittävimmistä riskeistä ja epävarmuustekijöistä

Omaisuus- ja ympäristöriskien hallinta sekä hyvä hallintotapa

Kaleva Media -konsernin emoyhtiön Kaleva Oy:n hallitus päättää riskienhallinnan periaatteista ja edellyttää, että konserniyhtiöiden toiminnot järjestetään siten, että riskienhallinnan periaatteita noudatetaan kaikessa konserniin kuuluvassa toiminnassa ja ne koskevat kaikkia konsernissa työskenteleviä henkilöitä.

Hallitus katselee riskienhallinnan periaatteet tarvittaessa ja arvioi merkittävien riskien ajantasaisuuden ja riskien hallintatoimenpiteiden kattavuuden kerran vuodessa.

Kaleva Media -konsernissa toiminnan tulee perustua hyväksytyihin arvioihin, eettisiin periaatteisiin ja hyvän hallinnon (corporate governance) vaatimuksiin.

Konserniin kuuluvien yhtiöiden ja liiketoiminta-alueiden toimintaa ohjaa hallituksen hyväksymä strategia sekä strategiset, toiminnalliset, taloudelliset ja lyhyen sekä pitkän aikavälin tavoitteet. Tavoitteiden saavuttamista edesautetaan toimintaa tukevien mittareiden asettamisella ja seurannalla.

Konsernilla on vakuutusohjelma, joka kattaa kaikkien konserniin kuuluvien yhtiöiden omaisuuden ja liiketoiminnan. Vakuutusohjelma katselmoitiin vuoden 2020 lopussa huomioiden konsernin kasvanut henkilöstö ja kiinteistökonta sekä uudet liiketoiminnat.

Kaleva Media -konsernin tuotannossa syntyvä paperi- ja metallijäte sekä muu hyötyjäte toimitetaan ympäristöluvan ehtojen mukaisesti teollisuuden raaka-aineeksi ja kaikki ympäristön kannalta haitalliset aineet käsitellään asianmukaisesti ongelmajätteenä. Painon paperihävikki on pienentynyt noin 40%.

Strategiset riskit ja operatiiviset liiketoimintariskit

Maa- ja maailmanlaajuinen koronaviruspandemia ja sen aiheuttamat sulkutoimet heijastuvat Suomen sekä globaaliin taloustilanteeseen ja heikentävät etenkin mediamyynnin näkyvyyden tilannetta. Merkittävimmät strategiset riskit liittyvät kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin ja yritysasiakkaiden käyttäytymiseen. Kuluttajien ostokäyttäytymisen ja mediamainonnan muutokset vaativat kykyä reagoida muuttuneisiin vaatimuksiin.

Kilpailu kuluttajien sisällöstä saatavista tuloista kiristyy maksullisen digitaalisen tarjonnan kasvaessa. Globaalien tilauspohjaisten sisältöpalveluiden lisäksi myös valtakunnalliset kotimaiset mediatoimijat ovat yhä enemmän alueellisen median kilpailijoita digitaalisissa kanavissa. Perinteiset maantieteelliset levikki-rajat eivät päde digitaalisessa ympäristössä. Globaalit toimijat, kuten Facebook ja Google kilpailevat yhä voimakkaammin kotimaisista digimainonnan euroista. Yhteiskunnan sääätely ja kustannusrasitukset kohdistuvat vain kotimaisiin toimijoihin.

Postin jakelustrategian ja hinnoittelun muutokset sanomalehtien varhais- ja päiväjakelussa kasvattavat riskiä kustannustason nousulle sekä jakelun palvelutason heikentymiselle ja sen myötä tilaajamenetyksille. Postilain valmistelussa esillä

oleva jakelupäivien vähentäminen voi heikentää lehtien toimintaedellytyksiä.

Operatiivisista riskeistä merkittävimmät liittyvät tietotekniikkaan ja painoliiketoiminnan keskeytymiseen.

Tietoturva- ja tietosuojariskit

Tietoturvaan ja tietosuojaan liittyvien riskien merkitys lisääntyy digitaalisen liiketoiminnan kasvaessa ja on tärkeää panostaa siihen, että työntekijät osaavat soveltaa tietoturvan ja tietosuojan käytäntöjä päivittäisessä työssään.

Kaleva Media -konsernissa on käytössä tietosuojan hallintamalli, jonka avulla pyritään saavuttamaan ja ylläpitämään tietosuojalainsäädännön edellyttämää henkilötietojen suojaa kaikessa henkilötietojen käsittelyssä. Hallintamallin yhteydessä on laadittu koko konserniin yhteiset henkilötietojen käsittelyä koskevat ohjeet ja pelisäännöt sekä varmistettu, että kaikki henkilötietojen käsittelytoimet tulevat dokumentoiduksi GDPR:n edellyttämällä tavalla. Koko henkilöstölle on järjestetty koulutusta tietosuojaan liittyen syksyllä 2020.

Kaleva Media -konsernissa on laadittu tietosuojapolitiikka, jossa määritellään tietosuojaan liittyvät vastuut ja roolit, sekä kuvataan, kuinka kaikissa konsernin toiminnoissa pyritään varmistamaan henkilötietojen lainmukainen käsittely sekä lainsäädännön edellyttämä taso. Osana osoitusvelvollisuutta jokaisen työntekijän tulee sitoutua toimimaan tietosuojapolitiikan edellyttämällä tavalla.

Rahoitus ja sijoitukset sekä niihin liittyvien riskien hallinta

Kaleva Media -konsernilla oli vieraan pääoman ehtoista lainaa vuoden 2020 lopussa 12,3 miljoonaa euroa (14,1 miljoonaa euroa). Korolliset nettorahoitusvelat ovat 1,4 miljoonaa euroa (3,1 miljoonaa euroa). Kaleva Oy on suojautunut korkoriskiltä tekemällä pitkäaikaisen korkosuojausjärjestelyn. Konsernin omavaraisuusaste vuoden 2020 lopussa oli 72,8 % (70,2 %). Tilikauden rahavarojen muutos oli -84,8 tuhatta euroa (+4 miljoonaa euroa) ja rahavarojen ja rahoitusarvopapereiden yhteismäärä oli 41,8 miljoonaa euroa (42,3 miljoonaa euroa). Maksuvalmius on säilynyt hyvällä tasolla koko tilikauden.

Konserniin kuuluvien yhtiöiden myyntisaami-

sista aiheutuvan luottoriskin merkitys konsernin tulokseen on vähäinen. Emoyhtiön hallitus on vahvistanut konsernin sijoitusstrategian ja sijoituspolitiikan. Sijoituksille pyritään saamaan markkinoiden keskimääräinen tuotto ja sijoitustoimintaan liittyvää riskiä pyritään hallitsemaan hajauttamalla sijoituksia osake- ja korkorahastoihin ja muihin sijoituskohteisiin sekä hajauttamalla sijoitukset maantieteellisesti ja useammalle varainhoitajalle. Kaleva Oy:llä on yksi suojaamistarkoituksessa otettu koronvaihtosopimus. Koronvaihtosopimus kohdistuu yhtiön pitkäaikaisiin lainoihin.

Konsernin ja emoyhtiön tulos

Koronapandemian vaikutuksesta tilikauden 2020 konsernin liikevaihto laski tilikaudesta 2019. Tilikaudella 2020 Kaleva Media -konsernin liikevaihto oli 64,8 miljoonaa euroa (71,2 miljoonaa euroa), missä laskua on -8,99 % tilikauteen 2019 verrattuna. Tilikaudella 2020 Kaleva Media -konsernin käyttökate oli 8,2 miljoonaa euroa (7,0 miljoonaa euroa), käyttökateprosentti parani tilikaudesta 2019, ollen 12,3 % (9,9 %). Liiketulos oli 0,9 miljoonaa euroa (-1,1 miljoonaa euroa), mikä on 1,4 prosenttia (-1,5 %) liikevaihdosta. Vahvan toisen puolivuotiskauden ansiosta koko tilikauden 2020 operatiivista tulosta voidaan luonnehtia kohtuulliseksi erittäin poikkeuksellisissa ja vaativissa olosuhteissa. Konsernin tilikauden tulos oli 0,7 miljoonaa euroa (0,1), mikä on 1,1 prosenttia (0,2%) liikevaihdosta.

Konsernin kustannustoiminnan liikevaihto oli 45,5 miljoonaa euroa (51,0), paino- ja jakelutoiminnan liikevaihto 6,3 miljoonaa euroa (5,9) ja muu liikevaihto 13,0 miljoonaa euroa (14,4). Kustannustoiminnan osalta eniten koronapandemian aiheuttama mediamyynnin lasku kohteli kaupunkilehtiämme, joiden ansainta on mediamyynnin varassa. Kaupunkilehtiemme ilmestymispäiviä jouduttiin sopeuttamistoimena vähentämään. Tilattavien sanoma- ja paikallislehtiemme tuloksentekoon mediamyynnin laskun vaikutus ei ollut yhtä voimakas kuin kaupunkilehdillämme. Hyvällä tasolla säilynyt tilausmyynti turvasi tulosten tekoa. Kuluneena vuonna laadukkaiden journalistien sisältöjen haluttavuus kasvoi. Erityisen voimakasta kiinnostus oli koronaan liittyvien sisältöjen osalta. Jakelutoiminnan liikevaihtoa nosti Jakeluyhtiö Suomen volyyminkehityksen

kasvu 40%:lla sekä Budbee -alihankinnan aloittaminen.

Vuoden 2020 tuloslaskelman liiketoiminnan muihin tuottoihin on kirjattu kertaluonteinen Traficomien myöntämä tuki journalistisen sisällön edistämiseen 0,7 miljoonaa euroa. Lisäksi muihin tuottoihin on kirjattu avustustuottoja Business Finlandilta 0,6 miljoonaa euroa. Vuonna 2020 on aktivoitu Lorien verkkojulkaisualustan kuluja taseeseen yhteensä 0,7 miljoonaa euroa (1,1 miljoonaa euroa).

Konsernin suunnitelman mukaiset poistot olivat yhteensä 7,3 miljoonaa euroa (8,1). Tytäryhtiö Pro Ratas Oy:n konsernilikearvo 1,0 miljoonaa euroa kirjattiin alas vuonna 2019.

Konsernin rahoitustuotot ja -kulut olivat 0,2 miljoonaa euroa (2,0 miljoonaa euroa). Konsernin ja emoyhtiö Kaleva Oy:n vuoden 2019 rahoitustuottoihin sisältyy sijoitussalkun realisoitumaton arvonalennus 1,45 miljoonaa euroa. Vuoden 2020 rahoituskuluihin sisältyy kertaluonteisia luovutustappioita 0,5 miljoonaa euroa. Rahoitusarvopaperit arvostetaan hankintamenuun tai sitä alhaisempaan arvoon taseessa.

Emoyhtiö Kaleva Oy:n liikevaihto vuonna 2020 oli 7,3 miljoonaa euroa (8,2). Kaleva Oy:n liikevaihto muodostuu konserniyhtiöiltä perityistä toimitilavuokrista ja hallintopalveluveloituksista. Kaleva Oy:n poistot ja arvonalenemiset olivat 2,1 miljoonaa euroa (2,1). Kaleva Oy:n liiketulos oli 0,166 miljoonaa euroa (0,9) ja 2,3% (11,1%). Tilikauden 2020 rahoitustuotot ja -kulut olivat -2,1 miljoonaa euroa. Rahoituskulut sisältävät tytäryhtiön osakkeiden arvonalennuskirjauksen -2,3 miljoonaa euroa.

Sijoitus- ja rahoitustoiminta

Sijoitusmarkkinoilla vuosi 2020 oli yksi erikoisimmista pitkiin aikoihin. Vuosi alkoi vahvasti, kunnes markkinat romahtivat äkkiä ja toipuivat ennennäkemättömän nopeasti. Tuotot olivat lopulta vahvoja sekä osakkeista että koroista. Osakemarkkinoiden tuotot kääntyivät lopulta hyväksi, vaikka keväällä siihen olikin vaikea uskoa. Kevään massiivisesta romahduksesta toivuttiin varsin nopeasti ja varsinkin Yhdysvaltain markkinoilla kasvuyhtiöt olivat kovassa vedossa. Yhdysvalloissa vuosi päätettiin uusiin kaikkien aikojen korkeimpiin tasoihin. Euroissa sijoittavan näkökulmasta kehitys oli kuitenkin laimeampaa

dollarin heikkenemisen vuoksi ja parempiin tuottoihin pääsikin kotimaisilla tai pohjoismaisilla osakkeilla. Euroopan osakkeet jäivät edellistä vuodenvaihetta matalammalle tasolle. Korkeamarkkinoilla tuotot olivat jälleen vahvat. Keskuspankkien osto-ohjelmat ja pandemian tuoma talousepävarmuus painoivat korkotason voimakkaaseen laskuun, minkä seurauksena valtionlainojen tuotto oli erittäin hyvä, erityisesti Yhdysvalloissa, jossa korkotaso oli eniten laskussa. Yrityslainojen tuotto oli lopulta myös hyvin vahva, vaikka keväällä pahimmassa vaiheessa markkinoiden hinnoittelu olikin vakavissa ongelmissa. Keskuspankkien toimet auttoivat kuitenkin avaamaan markkinasolmun.

Kaleva Oy:n sijoitussalkku tuotti vuonna 2020 markkina-arvojen muutoksella mitaten 1,5 miljoonaa euroa ja 4,4 %. Tulosta voidaan pitää erinomaisena koronapandemian keväällä aiheuttaman kurssiromahduksen jälkeen. Konsernin ja emoyhtiö Kaleva Oy:n vertailuvuoden 2019 rahoitustuottoihin sisältyy sijoitussalkun realisoitumaton arvonalennus 1,45 miljoonaa euroa (arvonalennus -1,45 miljoonaa euroa vuonna 2018). Kaleva Oy:n sijoitussalkkua ei arvosteta tilinpäätöksessä käypään arvoon vaan käytössä on hankintamenu pohjainen arvostusmalli, jolloin vain arvonalentumiset ja arvonalennuksen hankintamenuun saakka huomioidaan kirjainpidossa. Salkun käypä arvo esitetään tilinpäätöksen liitetiedoissa.

Kaleva Media -konsernilla oli vieraan pääoman ehtoista lainaa vuoden 2020 lopussa 12,3 miljoonaa euroa (14,1 miljoonaa euroa). Kaleva Oy on suojautunut korkoriskiltä tekemällä pitkäaikaisen korkosuojausjärjestelyn. Konsernin omavaraisuusaste vuoden 2020 lopussa oli 72,8 % (70,2 %). Konsernin liiketoiminnan kassavirta oli 5,4 miljoonaa euroa positiivinen (9,6 miljoonaa euroa) ja tilikauden rahavarojen muutos oli -0,85 tuhatta euroa (4,5 miljoonaa euroa). Positiivinen liiketoiminnan kassavirta mahdollistavat yhtiönperheen liiketoiminnan kehittämisen edelleen. Rahavarojen ja rahoitusarvopapereiden yhteismäärä oli 41,8 miljoonaa euroa (42,3 miljoonaa euroa). Maksuvalmius on säilynyt hyvällä tasolla koko tilikauden.

Konsernin tunnuslukuja

	2020	2019	2018	2017
Liikevaihto, milj. €	64,8	71,2	69,2	54,7
Liikevoitto, milj. €	0,9	-1,1	1,3	2,0
Liikevoitto, %	1,4	-1,5	1,9	3,7
ROI (%)	2,2	-0,2	1,8	3,0
Omavaraisuusaste (%)	72,8	70,2	70,4	74,9

Tunnuslukujen laskentakaavat: Sijoitetun pääoman tuotto prosentti (ROI)

Tulos ennen veroja ja satunnaisia
eriä+korkokulut ja muut rahoituskulut * 100

Taseen loppusumma – korottomat velat *)
*) Tunnusluvun jakaja on laskettu tilikauden ja
edellisen tilikauden taseen mukaisten arvojen
keskiarvona. Korottomiin velkoihin on laskettu
myös laskennallinen verovelka.

Omavaraisuusaste

Oma pääoma * 100

Taseen loppusumma – saadut ennakot

Henkilöstö

Henkilöstön lukumäärä oli vuoden lopussa 720 (791),
josta jakajien lukumäärä on 316 (327). Kokopäiväiseksi
henkilötyövuosiksi muutettuna konsernin henkilömäärä
oli keskimäärin 539 henkilöä (655).

Henkilökunnan vahvuus yhtiöittäin:

Kaleva Oy	30 (29)
Kaleva365 Oy	430 (521)
Indieplace Oy	18 (21)
Pro Ratas Oy	22 (41)
Offerilla Oy	12 (15)
Kolmiokirja Oy	15 (16)
Oulun Suorajakelu Oy	12 (12)

Konsernin henkilöstöä kuvaavat tunnusluvut

	2020	2019	2018	2017
Keskimääräinen lukumäärä tilikaudella	539	655	696	525
Tilikauden palkat ja palkkiot, milj. €	25,0	29,0	27,5	20,6

Investoinnit

Konsernin bruttoinvestoinnit tilikaudella 2020 olivat 1,9 miljoonaa euroa (1,7 miljoonaa euroa vuonna 2019). Investoinnit ovat investointeja aineettomiin oikeuksiin, joista merkittävintä on verkkojulkaisualusta Lorien ja pienempiä investointeja koneisiin ja kalustoon, yritys Hankintoja ei tehty tilikauden 2020 aikana.

Olellaiset tapahtumat tilikauden päättymisen jälkeen

Hallitus hyväksyi uuden strategian vuosille 2021-2023

Tammikuussa Kaleva365 Oy ja Pro Ratat Oy -yhtiöissä käynnistettiin yhteistoimintaneuvottelut.

Arvio kuluvan tilikauden liiketoimintojen kehitymisestä

Uusi vuosi käynnistyy tilanteessa, jossa pandemia jyllää edelleen ja tartuntamäärät kasvavat voimakkaasti Atlantin molemmilla puolilla. Uusia sulkutoimia on otettu käyttöön ja ne rasittavat talouskasvua alkuvuodesta merkittävästi. Samaan aikaan rokotteet ovat jo jakelussa ja aikanaan tilanne tulee sitä kautta helpottamaan. Sulkutoimista luopumiseen ja normaaliin elämään palaamiseen menee kuitenkin vielä kuukausia. Talouselvyytystä on tarvittu ja tarvitaan edelleen, jotta talouteen ei jäisi pysyviä vahinkoja, joiden myöhempään korjaamiseen ei ole edellytyksiä tai mahdollisuuksia.

Koronapandemian pitkittyminen nykyistä ennakoitua pidemmäksi ja siitä aiheutuvien rajoitusten jatkuminen heikentää Suomen tilannetta ja konsernin päätuotteiden markkinatilannetta ja erityisesti mediamyyntiä. Koronalla voi olla pitkäkestoisia vaikutuksia kuluttajien ostokäyttäytymiseen.

Uusi verkkojulkaisualusta Lorien tehostaa maakunta- ja paikallislehtien sisällöntuotantoa. Datapohjaista asiantuntijapalveluiden myyntiä sekä sisältömarkkinointipalveluita kehitetään ja kasvatetaan osana myynnin Kasvun paikka -ohjelmaa. Liiketoimintaa ja prosesseja ohjataan entistä enemmän analyyttisellä ja dataa hyödyntämällä. Työntekijä- ja asiakaskokemusta kehittämällä luodaan parempaa brändi- ja työnantajamielikkyyttä. Suurimpina haasteina on valtakunnallinen laskeva trendi sekä printtilevikissä että mediamyynnissä. Kokonaislevikin kasvu vaatii torjuntavoittoja printtilevikin kehityksessä ja digi-transformaation onnistumisen. Jakelun osalta kustannustehokkuuden parantamista jatketaan

kannattamattomia jakelupiirejä lakkauttamalla sekä jakelun yhteistyön toimintamalleja tarkastelemalla.

Selvitys tutkimus- ja kehitystoiminnan laajuudesta

Kehittäminen ja teknologiat –yksikkö keskittyy tukemaan liiketoimintoja strategisissa hankkeissa, teknologian mahdollistamissa toimintamallien muutoksissa, datan hyödyntämisessä, asiakaskokemuksen parantamisessa ja palvelumuotoilussa sekä uusien tuottavien liiketoimintamallien kehityksessä. Yksikön toiminnot liittyvät liiketoimintojen kasvun mahdollistamiseen ja kannattavuuden parantamiseen.

Arktisten sisältöjen TKI-hanke sai rahoituksen Business Finlandilta vuoden 2020 alussa ja hanke jatkuu vuoteen 2022 saakka.

Yhtiön osakkeet

Yhtiön osakepääoma jakautuu seuraavasti:

	2020	2019	2018
K -sarjan osakkeet (1 ääni/osake)	2.217 kpl	2.217 kpl	2.217 kpl
A -sarjan osakkeet	6.651 kpl	6.651 kpl	6.651 kpl

(ei äänioikeutta paitsi muutettaessa yhtiöjärjestystä siten, että muutos koskee A-sarjan osakkeen omistajan oikeutta)

A-sarjan osakkeelle maksettava vuotuinen osinko on kymmenen (10) prosenttia suurempi kuin K-sarjan osakkeelle maksettava osinko. Muilta osin A-sarjan osake tuottaa yhtiön varoja jaettaessa samat oikeudet kuin K-sarjan osake, jollei yhtiöjärjestyksestä muuta johdu.

Yhtiön hallussa on 15 kpl K-sarjan osakkeita ja 45 kpl A-sarjan osakkeita.

Hallituksen esitys voittovarojen käytöstä

Kaleva Oy:n hallitus esittää, että yhtiön jakokelpoisista varoista 56.897.031 euroa, jaetaan osinkoa K-osakkeille osaketta kohden 290,00 euroa ja A-osakkeille osaketta kohden 319,00 euroa, yhteensä 2.745.894,00 euroa. Yhtiön taloudellisessa asemassa ei tilikauden päättymisen jälkeen ole tapahtunut olennaisia muutoksia. Yhtiön maksuvalmius on hyvä, eikä ehdotettu voitonjako hallituksen näkemyksen mukaan vaaranna yhtiön maksukykyä.

Kaleva Oy konserni

Konsernituloslaskelma

1.1.-31.12.

		2020	2019
LIKEVAIHTO	1.1	64 808 025	71 208 288
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos		10 084	-1 618
Liiketoiminnan muut tuotot	1.2	1 548 802	603 266
Materiaalit ja palvelut	1.3	16 626 725	16 433 109
Henkilöstökulut	1.4	29 688 140	35 360 828
Poistot ja arvonalentumiset	1.5	7 305 557	8 109 584
Liiketoiminnan muut kulut	1.6	11 867 450	12 987 692
LIKEVOITTO/-TAPPIO		879 039	-1 084 371
Rahoitustuotot ja -kulut	1.7	232 854	1 964 712
VOITTO/TAPPIO ENNEN			
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA		1 111 892	880 340
Tuloverot	1.9	-399 601	-701 377
Vähemmistön osuus		-5 407	-30 853
TILIKAUDEN VOITTO/TAPPIO		706 884	148 110

Konsernitase 31.12.

		2020		2019	
Vastaavaa					
PYSYVÄT VASTAAVAT					
Aineettomat hyödykkeet	2.1				
Kehittämismenot		1 681 897			
Aineettomat oikeudet		132 950		200 524	
Liikearvo		5 886 441		8 293 398	
Muut aineettomat hyödykkeet		1 490 209		1 114 233	
Ennakkomaksut			9 191 497	1 851 410	11 459 565
Aineelliset hyödykkeet	2.2				
Maa- ja vesialueet					
Omistetut		1 901 807		1 901 807	
Vuokraoikeudet		573 473		573 473	
Rakennukset ja rakennelmat					
Omistetut		22 062 836		23 547 289	
Koneet ja kalusto		12 494 956		14 270 300	
Muut aineelliset hyödykkeet		8 919	37 041 990	8 919	40 301 787
Sijoitukset	2.3				
Osuudet omistus-					
yhteysyrityksissä		500		500	
Muut osakkeet ja osuudet		1 202 633		1 357 000	
Muut saamiset		873 405	2 076 538	875 081	2 232 581
PYSYVÄT VASTAAVAT YHTEENSÄ		48 310 025		53 993 933	
VAIHTUVAT VASTAAVAT					
Vaihto-omaisuus					
Aineet ja tarvikkeet		446 151		394 297	
Muu vaihto-omaisuus		66 956	513 107	56 872	451 169
Pitkäaikaiset saamiset	2.5				
Lainasaamiset		100 000		50 000	
Muut saamiset					
Siirtosaamiset		2 000		2 262 960	
Laskennalliset verosaamiset		388 804	490 804	388 804	2 701 764
Lyhytaikaiset saamiset	2.6				
Myyntisaamiset		3 634 716		3 304 270	
Lainasaamiset					
Siirtosaamiset		5 249 673	8 884 389	3 926 267	7 230 537
Laskennalliset verosaamiset					
Rahoitusarvopaperit	2.7				
Muut arvopaperit		30 904 481	30 904 481	31 246 693	31 246 693
Rahat ja pankkisaamiset			10 918 632		11 003 405
VAIHTUVAT VASTAAVAT YHTEENSÄ		51 711 412		52 633 568	
Vastaavaa yhteensä		100 021 437		106 627 501	

		2020	2019
Vastattavaa			
OMA PÄÄOMA	2.8		
Osakepääoma		1 507 560	1 507 560
Ylikurssirahasto		15 213	15 213
Edellisten tilikausien voitto/tappio		67 369 274	70 035 618
Tilikauden voitto/tappio		706 884	148 110
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ		69 598 932	71 706 501
VÄHEMMISTÖOSUUS		16 257	38 210
PAKOLLISET VARAUKSET	2.9		
Eläkevaraukset		1 475 935	1 591 224
PAKOLLISET VARAUKSET YHTEENSÄ		1 475 935	1 591 224
VIERAS PÄÄOMA			
Pitkäaikainen	2.11		
Lainat rahoituslaitoksilta		10 070 000	12 330 000
Laskennalliset verovelat		2 816 150	2 973 246
Muut velat		58 796	238 796
Siirtovelat		12 944 946	15 542 043
Lyhytaikainen	2.12		
Lainat rahoituslaitoksilta		2 260 000	1 810 000
Saadut ennakot		4 351 148	4 488 054
Ostovelat		2 171 112	3 070 185
Muut velat		2 054 740	2 429 551
Siirtovelat		5 148 366	5 951 732
VIERAS PÄÄOMA YHTEENSÄ		28 930 312	33 291 565
Vastattavaa yhteensä		100 021 437	106 627 501

Konsernin rahoituslaskelma

	2020	2019
Liiketoiminnan rahavirta:		
Tilikauden voitto / tappio (+/-)	706 884	148 110
Oikaisut (+/-):		
Suunnitelman mukaiset poistot	7 305 557	8 109 584
Pysyvien vastaavien myyntivoitot ja -tappiot	-16 416	-449 264
Rahoitustuotot ja -kulut	-232 854	-1 964 712
Tuloverot	399 601	701 377
Vähemmistöosuudet	5 407	30 853
Muut oikaisut	-113 797	-207 296
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	8 054 383	6 368 653
 Käyttöpääoman muutos:		
Lyhytaikaisten liikesaamisten lisäys/vähennys	631 882	3 123 104
Vaihto-omaisuuden lisäys/vähennys	-61 938	334 316
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys/vähennys	-2 666 093	381 818
Varausten muutos	-115 289	-39 422
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	5 842 945	10 168 469
 Maksetut korot ja maksut muista liiketoiminnan rahoituskuluista	-94 401	-104 680
Saadut osingot liiketoiminnasta	-6 843	
Saadut korot liiketoiminnasta	10 386	15 113
Maksetut välittömät verot (-)	-371 235	-520 265
Liiketoiminnan rahavirta	5 380 852	9 558 637
 Investointien rahavirta:		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin (-)	-1 767 352	-1 666 989
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	22 000	24 685
Ostetut tytäryhtiöosakkeet		-6 532
Investoinnit muihin sijoituksiin (-)	-73 841	-27 032
Luovutustulot muista sijoituksista	88 951	550 621
Saadut osingot investoinneista		35 651
Investointien rahavirta	-1 730 242	-1 089 596
 Rahoituksen rahavirta:		
Vähemmistön pääomasijoitus		-2 190
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut (-)	-1 810 000	-1 020 000
Pitkäaikaisten saamisten lis (-), väh (+)		-340 000
Maksetut osingot ja muu voitonjako (-)	-2 745 894	-2 840 580
Myönnettyt lainat	-50 000	-50 000
Lyhytaikaisten sijoitusten lisäys / vähennys	870 510	-204 745
Rahoituksen rahavirta	-3 735 384	-4 457 516
 Rahavarojen muutos, lisäys (+) / vähennys (-)	-84 774	4 011 525
 Rahavarat tilikauden alussa	11 003 405	6 991 880
Rahavarat tilikauden lopussa	10 918 632	11 003 405

Emoyhtiön tuloslaskelma 1.1.-31.12.

		2020	2019
LIKEVAIHTO	1.1	7 298 102	8 216 317
Liiketoiminnan muut tuotot	1.2	29 672	527 996
Materiaalit ja palvelut	1.3	512	
Henkilöstökulut	1.4	2 240 974	2 740 695
Poistot ja arvonalentumiset	1.5	2 109 162	2 078 097
Liiketoiminnan muut kulut	1.6	2 810 799	3 013 276
LIIKEVOITTO/-TAPPIO		166 327	912 244
Rahoitustuotot ja -kulut	1.7	-2 082 354	1 974 231
VOITTO/TAPPIO ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA		-1 916 027	2 886 475
Tilinpäätössiirrot	1.8	249 203	70 298
Tuloverot	1.9	-125 512	-330 377
TILIKAUDEN VOITTO/TAPPIO		-1 792 336	2 626 396

Emoyhtiön tase

	2020		2019	
Vastaavaa				
PYSYVÄT VASTAAVAT				
Aineettomat hyödykkeet 2.1				
Aineettomat oikeudet	68 813		86 795	
Muut aineettomat hyödykkeet	1 357 012		974 768	
Ennakkomaksut		1 425 825	298 482	1 360 045
Aineelliset hyödykkeet 2.2				
Maa- ja vesialueet				
Omistetut	1 901 807		1 901 807	
Vuokraoikeudet	573 473		573 473	
Rakennukset ja rakennelmat				
Omistetut	22 062 836		23 547 289	
Koneet ja kalusto	1 163 611	25 701 726	1 448 825	27 471 394
Sijoitukset 2.3				
Osuudet saman konsernin yrityksissä	11 643 695		14 984 539	
Muut osakkeet ja osuudet	932 908		1 161 115	
Muut saamiset	873 405	13 450 007	875 081	17 020 735
PYSYVÄT VASTAAVAT YHTEENSÄ		40 577 559		45 852 174
VAIHTUVAT VASTAAVAT				
Pitkäaikaiset saamiset 2.5				
Saamiset saman konsernin yrityksiltä	700 000		500 000	
Siirtosaamiset		700 000	2 262 960	2 762 960
Lyhytaikaiset saamiset 2.6				
Myyntisaamiset	38 857		15 321	
Saamiset saman konsernin yrityksiltä	1 700 122		381 968	
Siirtosaamiset	2 576 887	4 315 867	2 554 140	2 951 430
Laskennalliset verosaamiset				
Rahoitusarvopaperit 2.7				
Muut arvopaperit	30 904 481	30 904 481	31 246 693	31 246 693
Rahat ja pankkisaamiset		8 485 494		9 721 221
VAIHTUVAT VASTAAVAT YHTEENSÄ		44 405 842		46 682 304
Vastaavaa yhteensä		84 983 400		92 534 478

		2020	2019
Vastattavaa			
OMA PÄÄOMA	2.8		
Osakepääoma		1 507 560	1 507 560
Ylikurssirahasto		15 213	15 213
Edellisten tilikausien voitto/tappio		58 689 367	58 804 412
Tilikauden voitto/tappio		-1 792 336	2 626 396
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ		58 419 804	62 953 581
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN KERTYMÄ	2.9		
Poistoero		5 931 073	6 180 276
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN KERTYMÄ YHTEENSÄ		5 931 073	6 180 276
PAKOLLISET VARAUKSET	2.10		
Eläkevaraukset		735 776	794 700
PAKOLLISET VARAUKSET YHTEENSÄ		735 776	794 700
VIERAS PÄÄOMA			
Pitkäaikainen	2.11		
Lainat rahoituslaitoksilta		9 390 000	11 310 000
Siirtovelat		9 390 000	180 000
Lyhytaikainen	2.12		
Lainat rahoituslaitoksilta		1 920 000	1 470 000
Saadut ennakot		7 430	9 220
Ostovelat		413 207	290 744
Velat saman konsernin yrityksille		7 226 130	8 204 253
Muut velat		260 579	320 627
Siirtovelat		679 401	821 077
VIERAS PÄÄOMA YHTEENSÄ		19 896 747	22 605 922
Vastattavaa yhteensä		84 983 400	92 534 478

Emoyhtiön rahoituslaskelma

	2020	2019
Liiketoiminnan rahavirta:		
Tilikauden voitto / tappio (+/-)	-1 792 336	2 626 396
Oikaisut (+/-):		
Suunnitelman mukaiset poistot	2 109 162	2 078 097
Pysyvien vastaavien myyntivoitot ja -tappiot		-444 022
Rahoitustuotot ja -kulut	2 082 354	-1 974 231
Tilinpäätössiirrot	-249 203	-70 298
Tuloverot	125 512	330 377
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	2 275 489	2 546 320
Käyttöpääoman muutos:		
Lyhytaikaisten liikesaamisten lisäys/vähennys	1 451 978	1 954 376
Varausten muutos	-58 924	-28 277
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys/vähennys	-835 354	704 347
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	2 833 189	5 176 766
Maksetut korot ja maksut muista liiketoiminnan rahoituskuluista	-80 203	-83 941
Saadut osingot liiketoiminnasta	-6 843	
Saadut korot liiketoiminnasta	630	556
Maksetut välittömät verot (-)	-262 298	21 607
Liiketoiminnan rahavirta	2 484 476	5 114 987
Investointien rahavirta:		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin (-)	-405 275	-341 264
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot		3 871
Ostetut tytäryhtiöosakkeet	-502 107	-12 204
Investoinnit muihin sijoituksiin (-)		-25 000
Saadut pääomanpalautukset tytäryhtiöltä	1 500 000	
Luovutustulot muista sijoituksista	115 595	550 621
Saadut osingot investoinneista		35 651
Investointien rahavirta	708 214	211 675
Rahoituksen rahavirta:		
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut (-)	-1 470 000	-1 020 000
Lyhytaikaisten lainojen lisäys / vähennys	-361 317	3 937 732
Maksetut osingot ja muu voitonjako (-)	-2 745 894	-2 840 580
Myönnetyt lainat	-330 000	-720 000
Lainasaamisten takaisinmaksut	4 167	1 000 000
Lyhytaikaisten sijoitusten lisäys / vähennys	474 627	-229 745
Rahoituksen rahavirta	-4 428 417	127 407
Rahavarojen muutos, lisäys (+) / vähennys (-)	-1 235 728	5 454 070
Rahavarat tilikauden alussa	9 721 221	4 267 152
Rahavarat tilikauden lopussa	8 485 494	9 721 221

Rahoituslaskelmaa koskevat lisätiedot

Lyhytaikaisten lainojen lisäys -rivillä esitetään konsernitilistä aiheutuva cash pool -velka tytäryhtiöille.

Tilinpäätöksen laadintaperiaatteet

Arvostus- ja jaksotusperiaatteet ja -menetelmät

Konsernitilinpäätös

”Konsernitilinpäätökseen sisältyvät emoyhtiön Kaleva Oy:n lisäksi tytäryhtiöt: Kaleva365 Oy, Indieplace Oy, Pro Ratas Oy, Offerilla Oy ja Kolmiokirja Oy.

Offerilla Oy:n omistusosuus kasvoi tilikauden aikana 55 %:sta 82,45 %:iin.

Oulun Suorajakelu Oy on yhdistelty konsernin tulokseen ja taseeseen suhteellisen yhdistelyn menetelmällä omistusosuutta vastaavasti.

Kaikilla konserniin kuuluvilla yhtiöillä on yhtenäinen tilikausi 1.1.-31.12.2020.

Konsernitilinpäätös on laadittu hankintamenomenetelmällä. Tytäryhtiöiden hankintameno ja hankittua osuutta vastaavan oman pääoman ero on esitetty konserniliikearvona. Pro Ratas Oy:n konserniliikearvosta on vertailutilikauden aikana tehty 1.048.420,89 euron suuruinen alaskirjaus. Lisäksi tilikauden aikana on emoyhtiön osakkeisiin tehty Pro Ratas Oy:n osalta 2.342.950,91 euron suuruinen alaskirjaus.

Konsernin sisäiset tuotot, kulut, saatavat ja velat sekä sisäinen myyntivoitto on eliminoitu.

Vähemmistöosuudet on erotettu konsernin omasta pääomasta ja tilikauden tuloksesta sekä esitetty omana eränään.”

Pysyvien vastaavien arvostaminen

”Taseeseen merkittyjen aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden hankintamenosta on vähennetty suunnitelman mukaiset poistot. Hankintameno on luettu hankinnasta ja valmistuksesta aiheutuneet muuttuvat menot. Saadut avustukset on kirjattu hankintameno vähennykseksi. Suunnitelman mukaiset poistot on laskettu tasapoistoina aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden taloudellisen pitoajan perusteella. Poistot on tehty hyödykkeen käyttöönottokuukaudesta alkaen.

Poistoajat ovat:

Kehittämismenot	5 vuotta
Muut pitkävaikutteiset menot	3-5 vuotta
Rakennukset	35-40 vuotta
Tuotantokoneet	3-25 vuotta
Muut koneet ja kalusto	3-10 vuotta
Konserniliikearvo	5-10 vuotta

Pysyvien vastaavien hyödykkeiden hankintamenot, joiden todennäköinen taloudellinen käyttöaika on alle 3 vuotta, sekä pienhankinnat (alle 850,00 €) on kirjattu kokonaisuudessaan hankintatilikauden kuluksi.”

Vaihto-omaisuuden arvostaminen

Vaihto-omaisuus on merkitty taseeseen fifo-periaatteen mukaisesti hankintamenoonsa tai sitä alempaan jälleenhankintahintaan tai todennäköiseen myyntihintaan.

Rahoitusvälineiden arvostaminen

Rahoitusvälineet on arvostettu hankintamenoon tai sitä alempaan todennäköiseen arvoonsa. Käypä arvo on esitetty liitetiedoissa.

Tuotekehitys- ja pitkävaikutteisten menojen jaksottaminen

Tutkimus- ja tuotekehitysmenot on aktivoitu pitkävaikutteisiin menoihin kolmen vuoden poistoajalla hankkeen valmistumishetkestä.

Eläkejärjestelyt

Henkilöstön eläketurva on järjestetty pääsääntöisesti työeläkelain mukaan. Osa henkilökunnasta kuuluu lisäksi Kaleva Oy:n eläkesäännön piiriin. Yhtiön eläkevastuu oli vuoden 2020 lopussa 0,7 miljoonaa euroa, mikä on kirjattu pakolliseksi varaukseksi.

Laskennallisten verojen kirjaaminen

Laskennallinen verovelka ja -saaminen on laskettu verotuksen ja tilinpäätöksen välisille eroille käyttäen tilinpäätöshetkellä vahvistettua seuraavien vuosien verokantaa. Taseeseen sisältyy laskennallinen verovelka kokonaisuudessaan ja laskennallinen verosaaminen arvioidun todennäköisen saamisen suuruisena.

Rahoituslaskelman laatimisperiaatteet

Rahoituslaskelma on laadittu Kilan yleisohjeen (30.1.2007) mukaisena rahavirtalaskelmana. Rahoituslaskelmassa kuvatut rahavarat sisältävät käteisen rahan, rahaksi tarvittaessa muutettavat pankkisaamiset. Liiketoiminnan rahavirta on esitetty suoraa esittämistapaa noudattaen.

Tuloslaskelman liitetiedot

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
1.1 Liikevaihto				
Toimialoittainen jakauma				
Kustannustoiminta	45 509 650	50 975 046		
Paino ja jakelutoiminta	6 342 470	5 880 863		
Muu myynti	12 955 905	14 352 379	7 298 102	8 216 317
	64 808 025	71 208 288	7 298 102	8 216 317
1.2 Liiketoiminnan muut tuotot				
Vuokratuotot	47 436	60 758	16 124	30 759
Käyttööm. ja muiden osakkeiden myyntivoitot	16 416	449 264		444 022
Muut tuotot	1 484 951	93 244	13 548	53 215
	1 548 802	603 266	29 672	527 996
1.3 Materiaalit ja palvelut				
Aineet ja tarvikkeet				
Ostot tilikauden aikana	3 234 086	4 460 326		
Varaston muutos	-51 854	332 698		
Ulkopuoliset palvelut	13 444 493	11 640 085		
	16 626 725	16 433 109		
1.4 Henkilöstöä koskevat liitetiedot				
Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä tilikauden aikana				
Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä	539	656	30	29
	539	656	30	29
Tilikauden palkat, palkkiot ja eläkekulut				
Palkat ja palkkiot	24 972 216	29 049 963	1 939 451	2 318 024
Eläkekulut	4 060 158	5 448 073	288 169	379 905
Muut henkilösivukulut	655 766	862 792	13 353	42 766
	29 688 140	35 360 828	2 240 974	2 740 695
Johdon palkat ja palkkiot				
Toimitusjohtaja ja hallituksen jäsenet	534 045	676 420	396 965	430 499
1.5 Poistot ja arvonalentumiset				
Suunnitelman mukaiset poistot				
rakennuksista	1 484 454	1 484 454	1 484 454	1 484 454
koneista ja kalustosta	1 910 918	1 974 837	309 770	371 751
liikearvosta	1 842 164	1 846 331		
aineettomista hyödykkeistä	985 198	411 474	314 939	221 893
konserniliikearvosta*	1 082 824	2 392 489		
	7 305 557	8 109 584	2 109 162	2 078 097

*Konserniliikearvon poistoon on vuonna 2019 kirjattu kertaluonteinen alaskirjaus ProRatas Oy:n hankintamenosta suuruudeltaan 1.048.420,89 e.

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
1.6 Liiketoiminnan muut kulut				
Toimitilakulut	1 839 228	2 099 247	678 280	859 498
IT-kulut	3 740 051	3 434 398	1 398 041	1 070 138
Mainonnan ja markkinoinnin kulut	1 359 036	1 691 815	8 553	47 874
Matkakulut	1 477 663	1 786 911	22 975	81 857
Muut liiketoiminnan kulut	3 451 472	3 975 321	702 950	953 909
	11 867 450	12 987 692	2 810 799	3 013 276
Tilintarkastajan palkkiot				
Tilintarkastus	72 700	73 900	27 900	36 000
Veroneuvonta		28 705		18 555
Muut palvelut	420	16 200	420	7 200
	73 120	118 805	28 320	61 755
1.7 Rahoitustuotot ja -kulut				
Osinkotuotot				
Muilta	-4 343	35 651	-6 843	35 651
Osinkotuotot yhteensä	-4 343	35 651	-6 843	35 651
Muut korkotuotot				
Saman konsernin yrityksiltä			630	407
Muilta	656 874	239 175	646 488	224 211
Korkotuotot yhteensä	656 874	239 175	647 118	224 618
Muut rahoitustuotot				
Muilta	350 991	594 848	350 991	594 848
Muut rahoitustuotot yhteensä	350 991	594 848	350 991	594 848
Rahoitustuotot yhteensä	1 003 522	869 674	991 267	855 117
Korkokulut				
Saman konsernin yrityksille			-2 594	-2 400
Muille	-149 455	-176 004	-135 563	-149 448
Korkokulut yhteensä	-149 455	-176 004	-138 156	-151 848
Muut rahoituskulut				
Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista*			-2 342 951	
Lyhytaikaisten sijoitusten myyntitappiot	-504 219	-125 102	-477 574	-125 102
Arvonlennusten palautus**		1 451 481		1 451 481
Muut rahoituskulut	-116 995	-55 338	-114 939	-55 418
Muut rahoituskulut yhteensä	-621 214	1 271 041	-2 935 464	1 270 961

*Emoyhtiön tilikauden rahoituskuluihin on kirjattu Pro Ratas Oy:n osakkeiden alaskirjaus.

**Vuonna 2018 kirjattu arvonalennus on palautettu rahoitustuottoihin 2019.

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
Rahoituskulut yhteensä	-770 669	1 095 037	-3 073 620	1 119 114
Rahoitustuotot ja -kulut yhteensä	232 854	1 964 712	-2 082 354	1 974 231

1.8 Tilinpäätössiirrot

Suunnitelman mukaisten ja verotuksessa tehtyjen poistojen erotus			249 203	70 298
			249 203	70 298

1.9 Tuloverot

Tuloverot varsinaisesta toiminnasta	556 698	675 015	125 138	319 651
Tuloverot aikaisemmilta tilikausilta		-7 670	374	10 726
Laskennalliset verovelat	-157 097	34 032		
	399 601	701 377	125 512	330 377

Vaihto-omaisuus

Aineet ja tarvikkeet	446 151	394 297		
Valmiit tuotteet/tavarat	66 956	56 872		
	513 107	451 169		

Pysyvien vastaavien erittely

2.1 Aineettomat hyödykkeet, konserni

	Liikearvo	Konserni- liikearvo	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2020	9 194 154	7 903 596	1 698 312	3 092 696	21 888 759
Lisäykset		518 031	19 575	2 955 923	3 493 528
Vähennykset					
Hankintameno 31.12.2020	9 194 154	8 421 627	1 717 887	6 048 619	25 382 287
Kertyneet poistot ja arvonlennukset 1.1.2020	-3 064 060	-5 740 292	-1 497 788	-1 977 988	-12 280 128
Tilikauden poisto	-1 842 164	-1 082 824	-87 149	-898 525	-3 910 662
Kertyneet poistot ja arvonl. 31.12.2020	-4 906 224	-6 823 116	-1 584 937	-2 876 513	-16 190 790
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	4 287 930	1 598 511	132 950	3 172 106	9 191 497
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	6 130 094	2 163 304	200 524	1 114 708	9 608 630

2.1 Aineettomat hyödykkeet, emoyhtiö

	Liikearvo	Konserni- liikearvo	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2020			610 472	1 791 518	2 401 990
Lisäykset			19 575	361 144	380 719
Hankintameno 31.12.2020			630 047	2 152 662	2 782 710
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2020			-523 677	-518 268	-1 041 946
Tilikauden poisto			-37 556	-277 382	-314 939
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2020			-561 234	-795 651	-1 356 884
Kirjanpitoarvo 31.12.2020			68 813	1 357 012	1 425 825
Kirjanpitoarvo 31.12.2019			86 795	1 273 250	1 360 045

2.2 Aineelliset hyödykkeet, konserni

	Maa-alueet	Rakennukset	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2020	2 475 280	31 146 178	32 361 268	8 919	65 991 644
Lisäykset			141 158		141 158
Vähennykset			-257 416		-257 416
Hankintameno 31.12.2020	2 475 280	31 146 178	32 245 010	8 919	65 875 386
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2020		-7 598 889	-17 839 136		-25 438 025
Tilikauden poisto		-1 484 454	-1 910 918		-3 395 371
Arvonalennukset					
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2020		-9 083 342	-19 750 054		-28 833 396
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	2 475 280	22 062 836	12 494 956	8 919	37 041 990
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	2 475 280	23 547 289	14 522 132	8 919	40 553 619
Tuotannon koneiden ja laitteiden tasearvo 31.12.2020			11 061 130		
Tuotannon koneiden ja laitteiden tasearvo 31.12.2019			12 576 084		

2.2 Aineelliset hyödykkeet, emoyhtiö

	Maa-alueet	Rakennukset	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2020	2 475 280	31 146 178	5 201 823		38 823 280
Lisäykset			24 555		24 555
Vähennykset					
Hankintameno 31.12.2020	2 475 280	31 146 178	5 226 378		38 847 836
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2020		-7 598 889	-3 752 998		-11 351 887
Tilikauden poisto		-1 484 454	-309 770		-1 794 223
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2020		-9 083 342	-4 062 768		-13 146 110
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	2 475 280	22 062 836	1 163 611		25 701 726
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	2 475 280	23 547 289	1 448 825		27 471 394

2.3 Sijoitukset, konserni

	Osuudet osakkuus-yhtiöissä	Saamiset osakkuus-yhtiöiltä	Muut osakkeet ja osuudet	Muut saamiset	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2020	500		1 357 000	875 081	2 232 581
Lisäykset			73 841		73 841
Vähennykset			-228 207	-1 677	-229 884
Hankintameno 31.12.2020	500		1 202 633	873 405	2 076 538
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	500		1 202 633	873 405	2 076 538
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	500		1 357 000	875 081	2 232 581

2.3 Sijoitukset, emoyhtiö

	Osuudet osakkuus-yhtiöissä	Osuudet saman konsernin yrityksessä	Muut osakkeet ja osuudet	Muut saamiset	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2020	500	14 984 539	1 161 115	875 081	17 021 235
Lisäykset		502 107			502 107
Vähennykset		-3 842 951	-228 207	-1 677	-4 072 835
Hankintameno 31.12.2020	500	11 643 695	932 908	873 404	13 450 507
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	500	11 643 695	932 908	873 404	13 450 507
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	500	14 984 539	1 161 115	875 081	17 021 235

Omistukset muissa yrityksissä

	Yhtiön omistusosuus-%	Oma pääoma	Tilikauden tulos
Konserniyritykset			
Kaleva365 Oy, Oulu	100	9 515 517,94	1 751 591,15
Indieplace Oy, Helsinki	97	597 925,96	338 444,51
Pro Ratas Oy, Turku	93	-1 342 954,76	-650 087,81
Offerilla Oy, Helsinki	82	-15 386,09	8 097,92
Kolmiokirja Oy, Oulu	100	640 118,81	257 875,57

Offerilla Oy:n omistusosuutta on kasvatettu 27 %-yksiköllä heinäkuussa 2020.

	Yhtiön omistusosuus-%	Oma pääoma	Tilikauden tulos
Osakkuusyrietykset			
Oulu-Suorajakelu Oy, Oulu	50	12115,25	-32844,74

Kaikki osakkuusyhtiöt on yhdistelty emoyhtiön konsernitilinpäätökseen.

Konsernia koskevat liitetiedot

KalevaMedia-konsernin emoyhtiö on Kaleva Oy, kotipaikka Oulu.

KalevaMedia-konsernitilinpäätöksen jäljennökset ovat saatavissa KalevaMedia-konsernin pääkonttorista osoitteesta Solistinkatu 4, 90140 Oulu.

Saamisten erittely

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
2.5 Pitkäaikaiset saamiset				
Saamiset saman konsernin yrityksiltä				
Pääomalainasaamiset			700 000	500 000
Yhteensä			700 000	500 000

Emoyhtiö on antanut pääomalainaehtoista lainaa tytäryhtiölle. Lainan vuosikorko on 5 %.

Saamiset muilta

Lainasaamiset	100 000	50 000		
Siirtosaamiset	2 000	2 262 960		2 262 960
Laskennallinen verosaaminen	388 804	388 804		
Yhteensä	490 804	2 701 764		2 262 960

Pitkäaikaiset saamiset yhteensä	490 804	2 701 764	700 000	2 762 960
--	----------------	------------------	----------------	------------------

2.6 Lyhytaikaiset saamiset

Saamiset saman konsernin yrityksiltä

Myyntisaamiset			1 178 405	381 968
Lainasaamiset			521 717	
Yhteensä			1 700 122	381 968

Saamiset muilta

Myyntisaamiset	3 634 716	3 304 270	38 857	15 321
Siirtosaamiset	5 249 673	3 951 011	2 576 887	2 554 140
Yhteensä	8 884 389	7 255 280	2 615 745	2 569 462

Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	8 884 389	7 255 280	4 315 867	2 951 430
--	------------------	------------------	------------------	------------------

2.7 Rahoitusarvopaperit

Muut arvopaperit	30 904 481	31 246 693	30 904 481	31 246 693
Sisältää rahasto-osuuksia	30 904 481	31 246 693	30 904 481	31 246 693
Käypä markkina-arvo 31.12.	34 383 023	34 282 716	34 383 023	34 282 716

Siirtosaamiset

Siirtosaamisten olennaiset erät

Kauppahintasaamiset	2 262 960	2 262 960	2 262 960	2 262 960
Avustussaamiset	980 852			
Tilityssaamiset	958 242	905 832		
Muut	1 047 619	782 218	313 927	291 180
	5 249 673	3 951 011	2 576 887	2 554 140

Laskennalliset verosaamiset

Pakollisista varauksista	388 804	388 804		
	388 804	388 804		

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
2.8 Oma pääoma				
Sidottu oma pääoma				
Osakepääoma 1.1.	1 507 560	1 507 560	1 507 560	1 507 560
Osakepääoma 31.12.	1 507 560	1 507 560	1 507 560	1 507 560
Ylikurssirahasto 1.1.	15 213	15 213	15 213	15 213
Ylikurssirahasto 31.12.	15 213	15 213	15 213	15 213
Sidottu oma pääoma yhteensä	1 522 773	1 522 773	1 522 773	1 522 773
Vapaa oma pääoma				
Voitto edellisiltä tilikausilta 1.1.	70 183 728	73 253 510	61 430 807	61 632 038
Osingonjako	-2 748 394	-2 840 580	-2 745 894	-2 840 580
Vanhentuneet osingot	4 454	12 954	4 454	12 954
Vähemmistöosuuden lunastus*		2 124		
Edellisen tilikauden virheen oikaisu**	-70 513	-392 390		
Voitto edellisiltä tilikausilta 31.12.	67 369 274	70 035 618	58 689 367	58 804 412

*Indieplace Oy:n vähemmistöosuuksien lunastus

**Kaleva365 Oy, Offerilla Oy sekä ProRatas Oy korjaukset voittovaroihin

Tilikauden tulos	706 884	148 110	-1 792 336	2 626 396
Vapaa oma pääoma yhteensä	68 076 159	70 183 728	56 897 031	61 430 808
Oma pääoma yhteensä	69 598 932	71 706 501	58 419 804	62 953 581
Vähemmistöosuus	16 257	38 210		

Jakokelpoinen vapaa oma pääoma

Laskelma jakokelpoisesta omasta pääomasta

Voitto edellisiltä tilikausilta	58 689 367	58 804 412
Tilikauden voitto	-1 792 336	2 626 396
	56 897 031	61 430 807

Emoyhtiön osakepääoma jakautuu osakelajeittain seuraavasti:

K-sarja (1 ääni / osake)	2217 kpl	2217 kpl
A-sarja (ei ääniä)	6651 kpl	6651 kpl

Taseen vastattavien liitetiedot

2.9 Tilinpäätössiirtojen kertymä

Tilinpäätössiirtojen kertymä yhtiössä muodostuu kertyneestä poistoerosta.

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
2.10 Pakolliset varaukset				
Eläkevaraukset	1 475 935	1 591 224	735 776	794 700
	1 475 935	1 591 224	735 776	794 700

Työnantajan työttömyysturvan omavastuumaksusta aiheutuneet velvoitteet on kirjattu taseeseen pakolliseksi varaukseksi.

2.11 Pitkäaikaiset velat

Lainat rahoituslaitoksilta	10 070 000	12 330 000	9 390 000	11 310 000
Laskennallinen verovelka	2 816 150	2 973 246		
Muut pitkäaikaiset velat	58 796	238 796		180 000
	12 944 946	15 542 043	9 390 000	11 490 000

Velat, jotka erääntyvät myöhemmin kuin viiden vuoden kuluttua

Lainat rahoituslaitoksilta	6 975 000	6 975 000
	6 975 000	6 975 000

2.12 Lyhytaikaiset velat

Velat saman konsernin yrityksille

Ostovelat		295		
Muut velat		1 060 010		1 677 111
Konsernitilivelat		6 165 825		6 527 142
		7 226 130		8 204 253

Velat muille

Lainat rahoituslaitoksilta	2 260 000	1 810 000	1 920 000	1 470 000
Saadut ennakot	4 351 149	4 488 054	7 430	9 220
Ostovelat	2 171 112	3 066 781	413 207	291 488
Muut velat	2 054 740	2 443 560	260 579	320 627
Siirtovelat	5 148 366	5 951 732	679 401	821 077
	15 985 367	17 760 127	3 280 617	2 912 412

Siirtovelkojen olennaiset erät

Palkat sosiaalikuuluineen	4 032 369	5 208 268	303 667	420 783
Korot	84 498	18 345	81 995	14 998
Verot	482 927	275 190	94 906	199 953
Muut	548 571	449 930	198 834	185 344
	5 148 366	5 951 732	679 401	821 077

Laskennalliset verovelat

Tilinpäätössiirroista	2 816 150	2 973 246
	2 816 150	2 973 246

Vakuudet ja vastuusitoumukset

	Konserni 2020	Konserni 2019	Emoyhtiö 2020	Emoyhtiö 2019
Velat, joiden vakuudeksi annettu kiinnityksiä kiinteistöön				
Rahalaitoslainat	12 330 000	14 140 000	11 310 000	12 780 000
Annetut kiinnitykset	28 141 031	28 141 031	28 141 031	28 141 031
Velat yhteensä	12 330 000	14 140 000	11 310 000	12 780 000
Vakuudeksi annetut kiinnitykset yhteensä	28 141 031	28 141 031	28 141 031	28 141 031
Muut omasta puolesta annetut vakuudet				
Pankkitakaukset omasta puolesta	1 082 331	1 082 331	1 082 331	1 082 331
Koronvaihtosopimus omasta puolesta	6 412 500	6 750 000	6 412 500	6 750 000
	7 494 831	7 832 331	7 494 831	7 832 331
Samaan konserniin kuuluvien yritysten puolesta annetut vakuudet ja takaukset				
Pankkitakaukset			1 020 000	1 360 000
Muut takaukset	529 389	529 389	529 389	529 389
	1 054 389	529 389	2 074 389	1 889 389
Muut vastuusitoumukset				
Vuokravastuut				
Seuraavalla tilikaudella maksettavat	291 059	244 779	110 680	83 886
Myöhemmin maksettavat	27 670	225 527	27 640	104 858
Yhteensä	318 729	470 306	138 320	188 744
Leasingsopimuksista maksettavat määrät				
Seuraavalla tilikaudella maksettavat	442 308	591 816	150 042	280 296
Myöhemmin maksettavat	589 189	647 479	340 385	280 628
	1 031 496	1 239 295	490 427	560 924

Tuotantokoneiden leasingsopimukset ovat pääsääntöisesti 3 vuoden leasingsopimuksia, joihin ei liity lunastusehtoja.

Muut taloudelliset vastuut, joita ei ole merkitty taseeseen

”Yhtiö on velvollinen tarkistamaan vuosina 2012 ja 2018 valmistuneista kiinteistöinvestoinneista tekemiään arvonlisäverovähennyksiä, jos kiinteistön verollinen käyttö vähenee tarkistuskauden aikana. Vastuun enimmäismäärä on 2 414 370,51 euroa ja viimeinen tarkistusvuosi on 2027.”

Suojaavien johdannaisten liitetiedot

Suojattava kohde:

Laina, 9 miljoona euroa, 09.08.2017 - 15.01.2030, korko 12 kk euribor +1,170 %-yksikköä.

Suojaava johdannainen:

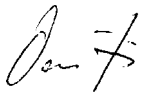
”Koronvaihtosopimus nimellismäärä 6,4125 miljoona euroa, 10.08.2016 -15.1.2030, yhtiö saa 1 v euribor korkoa ja maksaa kiinteää korkoa. Sopimuksen käypä arvo tilinpäätöshetkellä -375009,93 euroa.”

Suojaustyyppi: rahavirran suojaus.

Koronvaihtosopimuksen kassavirrat kirjataan tulosvaikutteisesti samoilla periodeilla kuin suojatun lainan korkovirrat.

Tilinpäätöksen allekirjoitukset

Oulussa maaliskuun 19. päivänä 2021



Taisto Riski



Carita Antell



Sari Heinonen



Antti-Pekka Jauho



Kalle Korkeakivi



Pekka Väisänen



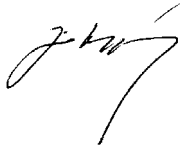
Jarkko Nordlund



Juha Laakkonen

Suoritetusta tilintarkastuksesta on tänään annettu kertomus.
Oulussa maaliskuun 19. päivänä 2021

Ernst & Young Oy
Tilintarkastusyhteisö



Jari Karppinen
KHT

Tilintarkastuskertomus

Kaleva Oy:n yhtiökokoukselle

Lausunto

Olemme tilintarkastaneet Kaleva Oy:n (y-tunnus 0187274-0) tilinpäätöksen tilikaudelta 1.1.–31.12.2020. Tilinpäätös sisältää sekä konsernin että emoyhtiön taseen, tuloslaskelman, rahoituslaskelman ja liitetiedot.

Lausuntonamme esitämme, että tilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan konsernin sekä emoyhtiön toiminnan tuloksesta ja taloudellisesta asemasta Suomessa voimassa olevien tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten mukaisesti ja täyttää lakisääteiset vaatimukset.

Lausunnon perustelut

Olemme suorittaneet tilintarkastuksen Suomessa noudatettavan hyvän tilintarkastustavan mukaisesti. Hyvän tilintarkastustavan mukaisia velvollisuuksiimme kuvataan tarkemmin kohdassa Tilintarkastajan velvollisuudet tilinpäätöksen tilintarkastuksessa. Olemme riippumattomia emoyhtiöstä ja konserniyrityksistä niiden Suomessa noudatettavien eettisten vaatimusten mukaisesti, jotka koskevat suorittamaamme tilintarkastusta ja olemme täyttäneet muut näiden vaatimusten mukaiset eettiset velvollisuutemme. Käsityksemme mukaan olemme hankkineet lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä.

Tilinpäätöstä koskevat hallituksen ja toimitusjohtajan velvollisuudet

Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat tilinpäätöksen laatimisesta siten, että se antaa oikean ja riittävän kuvan Suomessa voimassa olevien tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten mukaisesti ja täyttää lakisääteiset vaatimukset. Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat myös sellaisesta sisäisestä valvonnasta, jonka ne katsovat tarpeelliseksi voidakseen laatia tilinpäätöksen, jossa ei ole väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista virheellisyttä.

Hallitus ja toimitusjohtaja ovat tilinpäätöstä laatiessaan velvollisia arvioimaan emoyhtiön ja konsernin kykyä jatkaa toimintaansa ja soveltu-

vissa tapauksissa esittämään seikat, jotka liittyvät toiminnan jatkuvuuteen ja siihen, että tilinpäätös on laadittu toiminnan jatkuvuuteen perustuen. Tilinpäätös laaditaan toiminnan jatkuvuuteen perustuen, paitsi jos emoyhtiö tai konserni aiotaan purkaa tai toiminta lakkauttaa tai ei ole muuta realistista vaihtoehtoa kuin tehdä niin.

Tilintarkastajan velvollisuudet tilinpäätöksen tilintarkastuksessa

Tavoitteenamme on hankkia kohtuullinen varmuus siitä, onko tilinpäätöksessä kokonaisuutena väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista virheellisyttä, sekä antaa tilintarkastuskertomus, joka sisältää lausuntomme. Kohtuullinen varmuus on korkea varmuustaso, mutta se ei ole tae siitä, että olennainen virheellisyys aina havaitaan hyvän tilintarkastustavan mukaisesti suoritettavassa tilintarkastuksessa. Virheellisyksiä voi aiheutua väärinkäytöksestä tai virheestä, ja niiden katsotaan olevan olennaisia, jos niiden yksin tai yhdessä voisi kohtuudella odottaa vaikuttavan taloudellisiin päätöksiin, joita käyttäjät tekevät tilinpäätöksen perusteella.

Hyvän tilintarkastustavan mukaiseen tilintarkastukseen kuuluu, että käytämme ammatillista harkintaa ja säilytämme ammatillisen skeptisyyden koko tilintarkastuksen ajan. Lisäksi:

- tunnistamme ja arvioimme väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvat tilinpäätöksen olennaisen virheellisuuden riskit, suunnittelemme ja suoritamme näihin riskeihin vastaavia tilintarkastustoimenpiteitä ja hankimme lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä. Riski siitä, että väärinkäytöksestä johtuva olennainen virheellisyys jää havaitsematta, on suurempi kuin riski siitä, että virheestä johtuva olennainen virheellisyys jää havaitsematta, sillä väärinkäytökseen voi liittyä yhteistoimintaa, väärentämistä, tietojen tahallista esittämättä jättämistä tai virheellisten tietojen esittämistä taikka sisäisen valvonnan sivuuttamista.

- muodostamme käsityksen tilintarkastuksen kannalta relevantista sisäisestä valvonnasta pystyäksemme suunnittelemaan olosuhteisiin nähden asianmukaiset tilintarkastustoimenpiteet mutta emme siinä tarkoituksessa, että pystyisimme antamaan lausunnon emoyhtiön tai konsernin sisäisen valvonnan tehokkuudesta.

- arvioimme sovellettujen tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden asianmukaisuutta sekä johdon tekemien kirjanpidollisten arvioiden ja niistä esitettävien tietojen kohtuullisuutta.

- teemme johtopäätöksen siitä, onko hallituksen ja toimitusjohtajan ollut asianmukaista laatia tilinpäätös perustuen oletukseen toiminnan jatkuvuudesta, ja teemme hankkimamme tilintarkastusevidenssin perusteella johtopäätöksen siitä, esiintyykö sellaista tapahtumiin tai olosuhteisiin liittyvää olennaista epävarmuutta, joka voi antaa merkittävää aihetta epäillä emoyhtiön tai konsernin kykyä jatkaa toimintaansa. Jos johtopäätöksemme on, että olennaista epävarmuutta esiintyy, meidän täytyy kiinnittää tilintarkastuskertomuksessamme lukijan huomiota epävarmuutta koskeviin tilinpäätöksessä esitettäviin tietoihin tai, jos epävarmuutta koskevat tiedot eivät ole riittäviä, mukauttaa lausuntomme. Johtopäätöksemme perustuvat tilintarkastuskertomuksen antamispäivään mennessä hankittuun tilintarkastusevidenssiin. Vastaiset tapahtumat tai olosuhteet voivat kuitenkin johtaa siihen, ettei emoyhtiö tai konserni pysty jatkamaan toimintaansa.

- arvioimme tilinpäätöksen, kaikki tilinpäätöksessä esitettävät tiedot mukaan lukien, yleistä esittämistapaa, rakennetta ja sisältöä ja sitä, kuvastaako tilinpäätös sen perustana olevia liiketoimia ja tapahtumia siten, että se antaa oikean ja riittävän kuvan.

- hankimme tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä konserniin kuuluvia yhteisöjä tai liiketoimintoja koskevasta taloudellisesta informaatiosta pystyäksemme antamaan lausunnon konsernitilinpäätöksestä. Vastaamme konsernin tilintarkastuksen ohjauksesta, valvonnasta ja suorittamisesta. Vastaamme tilintarkastuslausunnosta yksin.

Kommunikoimme hallintoelinten kanssa muun muassa tilintarkastuksen suunnittelusta laajuudesta ja ajoituksesta sekä merkittävistä tilintarkastushavainnoista, mukaan lukien mahdolliset sisäisen valvonnan merkittävät puutteellisuudet, jotka tunnistamme tilintarkastuksen aikana.

Muut raportointivelvoitteet

Muu informaatio

Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat muusta informaatiosta. Muu informaatio käsittää toimintakertomukseen sisältyvän informaation. Tilinpäätöstä koskeva lausuntomme ei kata muuta informaatiota.

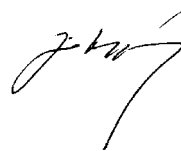
Velvollisuutenamme on lukea toimintakertomukseen sisältyvä informaatio tilinpäätöksen tilintarkastuksen yhteydessä ja tätä tehdessämme arvioida, onko toimintakertomukseen sisältyvä informaatio olennaisesti ristiriidassa tilinpäätöksen tai tilintarkastusta suoritettaessa hankkimamme tietämyksen kanssa tai vaikuttaako se muutoin olevan olennaisesti virheellistä. Velvollisuutenamme on lisäksi arvioida, onko toimintakertomus laadittu sen laatimiseen sovellettavien säännösten mukaisesti.

Lausuntonamme esitämme, että toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen tiedot ovat yhdenmukaisia ja että toimintakertomus on laadittu toimintakertomuksen laatimiseen sovellettavien säännösten mukaisesti.

Jos teemme suorittamamme työn perusteella johtopäätöksen, että toimintakertomukseen sisältyvässä informaatiossa on olennainen virheellisyys, meidän on raportoitava tästä seikasta. Meillä ei ole tämän asian suhteen raportoitavaa.

Oulussa 30.3.2021

Ernst & Young Oy
tilintarkastusyhteisö



Jari Karppinen
KHT

KALEVAMEDIA 

Yhteystiedot

KÄYNTIOSOITE Solistinkatu 4, 90140 Oulu

POSTIOSOITE PL 170, 90401 Oulu

VAIHDE +358 8 537 7111

SÄHKÖPOSTIT etunimi.sukunimi@kalevamedia.fi