

A person in a brown winter coat and dark pants is walking a black and white dog on a leash across a vast, snow-covered field. The background features a dense forest of snow-laden trees and distant hills under a soft, orange and yellow sunset sky. The scene is peaceful and captures a winter moment.

KALEVAMEDIA

Vuosikertomus 2024

Sisällysluettelo

4

STRATEGIA

- Uusi strategia uudelle aikakaudella
- Strategia 2025–2028
- Kaleva Median ja Ilkan medialiiketoiminnan yhdistämisen valmistelu alkoi kesällä

12

TALOUS, HENKILÖSTÖ, ICT ja TOIMITILAPALVELUT

- Kaleva Media palasi Kirkkokadulle
- Vastuullisuus edellä
- Inhimillistä työ kulttuuria, luottamusta ja turvallisuutta

19

MEDIA

- Medialle luotiin uusi organisaatio
- Lappari-Sakun vauhtivuosi
- Historiallinen muutos suomalaisessa lehdistössä
- Hackathon antoi näkymiä vuoden 2030 mediaan
- Paikallislehdet alueensa ykkösmedioita
- Kolmiokirja vetää plussalla

31

PAINO JA JAKELU

- Botnia Print tehosti jakelua ja painamista

35

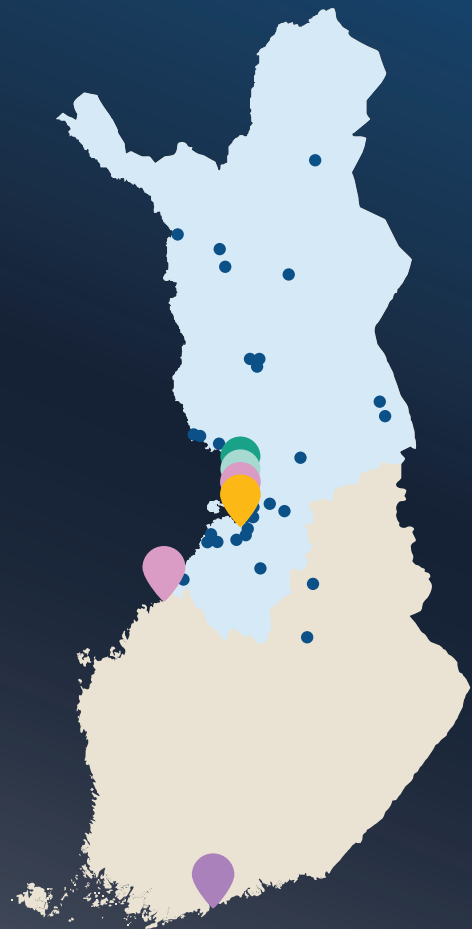
MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ

- Myynnin erilainen vuosi
- Henkilöstön tyytyväisyys vuoden makein voitto
- Kolmannen Polven koelaboratorio

42

HALLINTO

- Hallitus
- Toimintakertomus
- Tilinpäätös



Pohjoisen omat mediat

Tavoitamme

548 200

lukijaa ja kävijää
viikossa

KALEVA	377 200
Lapin Kansa	174 200
KOILLISSANOMAT	45 700
Raahen Seutu	30 100
RANTALAKEUS	27 600
IIJOKI-SEUTU	22 800
SIKAJOKILAAKSO	22 100
Pyhäjokiseutu	15 700
FORUM24	75 500
UUSIROVANIEMI	43 800
Lounais-Lappi	34 400
Raahelainen	26 600



Ulkomainonta

● Ivalosta lisaan 59 näyttöä

Koko pohjoisen jakelupalvelut

● botniaprint

Palvelemme valtakunnallisesti

Mediat	KOLMIOKIRJA	RADIO KALEVA
Markkinointi ja viestintä	3.polvi	INDIEPLACE
Painopalvelut	botniaprint	



612

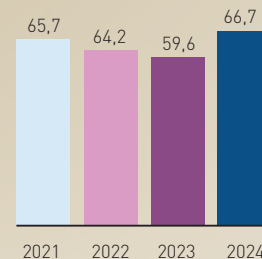
Henkilöstö
yhteensä

66,7

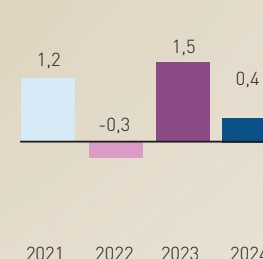
Liikevaihto

2024

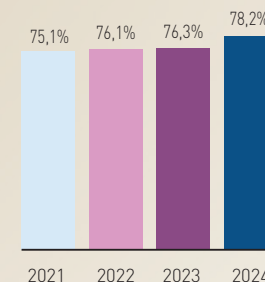
Liikevaihto (milj. euroa)



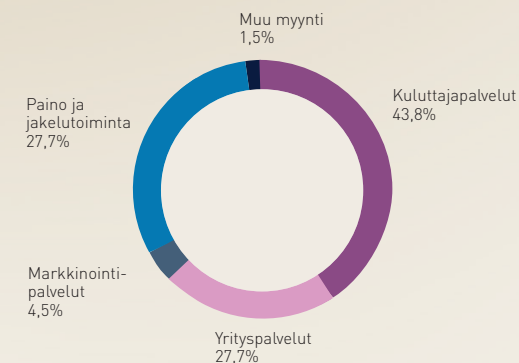
Liiketulos (milj. euroa)



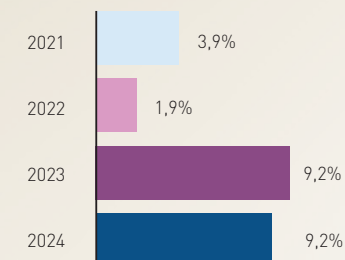
Omavaraisuusaste



Liikevaihdon jakautuminen



Sijoitetun pääoman tuotto (ROI)



STRATEGIA

Uusi strategia uudelle aikakaudelle

Kaleva Mediassa valmistui vuoden aikana 2024 uusi strategia. Toimitusjohtaja **Juha Laakkonen** pitää strategian valmisteluprosessia erittäin onnistuneena.

”Valitsimme strategiatyöhön kumppaniksi Talent Milesin, joka ymmärtää toimialaamme syvällisesti Suomessa ja laajemmin myös maan rajojen ulkopuolelle. Kumppani osallistutti henkilöstömme strategiantekoon ja kaikki halukkaat saivat osallistua safareille.”

Intraan oli tehty strategiaa valmistelevia kysymyspattereita henkilöstölle. Strategiaa työstettiin kolmena eri päivänä kolmessa ryhmässä.

”Strategiaa valmisteltiin vuorovaikutteisesti ja sitä tehtiin yhdessä. Yritimme löytää ja löysimme ratkaisuja konsernin tulevaisuudelle. Varmasti kaikkiin asioihin ratkaisuja ei löytynyt, mutta moneen löydettiin ja siitähän se strategia syntyy.”

Työhön osallistuneet hahmottelivat yhdessä asioita, joita konsernissa voidaan tulevalle strategiakaudella tehdä toisin. ”Tunnistimme asioita, joiden tekemistä jatketaan ja toisaalta asioita, joiden tekeminen lopetetaan kokonaan.”

Konsernin uuden strategian teko kesti 7–8 kuukautta. ”Strategian suunnittelu alkoi jo vuoden 2023 loppupuolella. Kaleva Median hallitus hyväksyi sen kesäkuun kokouksessa.”

Vaikka ydinstrategia hyväksyttiin kesällä, siihen oli luvassa hienosäätöä. ”Liiketoimintakohtaista hienosäätöä tehtiin kesällä ja strategiaan liittyviä muutosneuvotteluita pidettiin lähestulkoon kaikissa organisaatioissa.

Mukana henkilökuntaa kaikista yhtiöistä

Strategian tekoon osallistui henkilökuntaa kaikista yhtiöistä ja jokaisesta yksiköstä eripuolilta konsernin organisaatiota lehdenjakajasta hallituksen puheenjohtajaan ja kaikki siltä väliltä.

”Tykkäsin siitä, että strategiatyöhön osallistuneita törmäytettiin. Ryhmiin tuli ihmisiä mukaan eri tehtävistä ja organisaatioista niin, että kaikille tuli selväksi kuinka laajasti toimimme erilaisissa tehtävissä. Samalla saimme mahdollisuuden oppia arvostamaan sitä, että jokainen palanen on kokonaisuudessa aika tärkeä.”

Strategian tuloksena syntyy tahtotila ja halu uudistaa konsernitoimintaan. Harvoin sitä vanhaan malliin tekemällä päästään mihinkään uuteen, Laakkonen muistuttaa.

”Tietenkin hyvin monen työtehtävän perustekeminen säilyy aika pitkälle samana. Toimittajan työ on aika lailla sitä samaa, vaikka aina voi tulla uusia tarinankerronnan muotoja ja formaatteja, jotka voivat muuttaa tekemistä monimutkaiseksi ja haasteelliseksi. Lehdenjakajakin tekee työtään samalla





tavalla, mutta sinnekin tulee pakettijakelua, ilmestymispäivien ja jakelureittien muutoksia. Sekin työ muuttuu tavallaan viikoittain.”

Strategiassa löytyi uusi tukijalka

Kaleva Mediassa journalismia on tehty 125 vuotta. Yhtiön pitkän historian aikana maailma ympärillä on ehtinyt muuttua ja mullistua monta kertaa. Kaleva Media on aina pystynyt sopeutumaan muutoksiin ja jatkamaan toimintaansa.

”Toivon painokkaasti, että isossa kuvassa ymmärretään, että toimialan haaste on suuri. Jos me haluamme yhtiönä mennä eteenpäin, meidän pitää pystyä rohkeasti panostamaan uusiin alueisiin, jotka ovat aika rinnasteisia journalismin tekemiseen.”

Strategiatyössä yhtiön uudeksi tukijalaksi hahmoteltiin markkinointiviestintä ja siihen liittyvät teknologiaratkaisut.

”Markkinointiviestintä on aika lähellä meitä ja journalismia, mutta se on kuitenkin vähän erilaista tekemistä.”

Paino- ja jakelupuoella strategiatyössä pyrittiin löytämään innovaatioita ja keinoja pakettilogistiikan kasvattamiseen. Pakettijakelut kasvavat edelleen ja Kaleva Media on jakelupuoella vielä pieni toimija.

”Mutta pienellä toimijalla on mahdollisuus kehittyä ja kasvaa omalla alueellaan.”

”
Jos me haluamme
yhtiönä mennä eteenpäin,
meidän pitää pystyä
rohkeasti panostamaan
uusiin alueisiin.”

STRATEGIA 2025 – 2029

Toimintaympäristön analyysi

1.

Pohjoinen luo nahkansa

- Pohjoisen kasvussa on **kolme keskeistä ajuria**: teollisuuden vihreä siirtymä, geopoliittikkaan liittyvät infrainvestoinnit sekä turismin kasvu.
- Väestökehityksen osalta **kaupungistuminen ja väestön vanheneminen** jatkuvat. Alueelle virtaavat uudet asukkaat ovat pitkälti monipaikallisia ja monikielisiä.
- Kasvu luo **paineita alueen julkishallinnon** sekä yhteiskuntainfran (asuminen, liikenne, palvelut) että työvoiman saatavuuden osalta.
- Kasvun osalta **Pohjoiskalotti**, ei Pohjois-Suomi, on luonteva viitekehys. Raha ei tunne rajoja.

2.

Kuluttajien arki ja rutiini muuttuvat

- Kasvua mahdollistavissa kohderyhmissä (esim. monipaikalliset, turistit, sesonkityöntekijät) **asiakaskäyttäytyminen ja tarpeet** ovat erilaisia.
- Yhteisöllisyys ja yhteiskehittely on nousussa. Asiakas on sekä **kuluttaja että tuottaja**. Tämä tarjoaa meille uusia rooleja asiakkaiden arjessa.
- Kuluttajat investoivat yhä enemmän mediasisältöihin ja niitä mahdollistavaan teknologiaan. **Markkina kasvaa**, mutta perinteisten uutismedioiden täytyy muokata tarjomaansa ja asiakaslupaustansa.
- Median kuluttaminen (ja siitä maksaminen) ei enää ole yksiselitteisesti tarve-toista, **sisällöt ovat pitkälti ilmaista** ja tarjolla useissa kanavissa.

3.

Toimialan murros jatkuu

- **Digitransformaatio** sekä muuttuva asiakaskäyttäytyminen aiheuttavat yhä voimakkaampia muutospaineita uutismediayhtiöille.
- **Teknologian ja datan merkitys** korostuu ja on omiaan nopeuttamaan konsolidaatiota. Suomen kehitys seuraa muita pohjoismaita.
- Media- ja markkinointikentässä alan pirstaloituneisuus, kanavapaletin jatkuva laajeneminen sekä globaalien toimijoiden kilpailuetu tulee osaltaan vauhdittamaan konsolidatiota.
- **Tekoäly** mullistaa työskentelytapoja sekä ansaintaa. Osaamisen kehittäminen sekä uusien toimintatapojen omaksuminen on keskeistä.

4.

Yritysasiakkaiden tarpeet moninaistuvat

- **Digitalisaation, datan ja tekoälyn** vaikutukset asiakkaiden markkinointipanostuksiin ovat jatkossakin keskeiset.
- **Asiakkaiden investoinnit** muuttuvat yhä herkemmin suhdanteiden ja markkinatilanteiden mukaan. Ennakoitavuus kärsii.
- Kasvavissa kohderyhmissä **asiakkaiden paikallistuntemus**, läsnäolo ja tarpeet ovat erilaiset verrattuna nykyisiin asiakkaisiin. Tämä tarjoaa uusia potentiaalisia kilpailuituja meille.
- Suurten yritysten sekä kuntien/julkishallinnon **mediallistuminen** avaa uusia rooleja media- ja markkinointipalvelujen saralla.

KASVUN RAKENNUSPALIKAT

BRILJANTTI
SISÄLTÖ

ASIAKKAIDEN
SUOSIKKI

TEKNOLOGISESTI
TAITAVA

AINA
LÄHELLÄ

TOIMINTAAMME
VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

POHJOISEEN VIRTAA
INVESTOINTEJA

VIHREÄ SIIRTYMÄ LUO
MAHDOLLISUUKSIA

ERI TOIMIJAT MEDIALLISTUVAT

DIGIKILPAILU KIRISTYY

VISIOMME

**POHJOISEN
TULEVAISUUDEN
MEDIAYHTIÖ**

LIIKETOIMINTAMME

MARKKINOINTI
JA VIESTINTÄ

MEDIA

PAINO JA
JAKELU



MISSIONME

**VAHVISTAMME POHJOISEN
HENKISTÄ JA TALOUDELLISTA
VIREYTTÄ**

VUODESTA 1899

**LUOMME YHDESSÄ ALUEEN
INNOSTAVIMMAN TYÖYHTEISÖN**

SAAVUTAMME
YHDESSÄ JOKAISTA
ARVOSTAEN

VAHVISTAMME
LUOTTAMUSTA
JOKA PÄIVÄ

MEILLÄ ON HALU
UUDISTUA JA
KANTTI KASVAA

KANNAMME
VASTUUN
POHJOISESTA



Kaleva Median ja Ilkan medialiiiketoiminnan yhdistämisen valmistelu alkoi kesällä

Kaleva Median johto on käynyt vuoden 2024 aikana pörssiyhtiö Ilkan kanssa keskusteluja yritysjärjestelyistä jo jonkin aikaa. Keskustelut johtivat Kaleva Median ja sen omistajien kannalta historialliseen lopputulokseen, kun mediayhtiöt ilmoittivat fuusiovansa medialiiiketoimintansa.

”Keskustelua käytiin vuonna 2024 ja kesästä lähtien hyvin aktiivisesti. Saimme kesän aikana sovittua, että teemme yhteisyrityksen ja puhuimme silloin karkean tason omistussuhteista. Sen jälkeen aloimme hioa lukuisia yksityiskohtia. Vuoden viimeisen kvartaalin aikana neuvottelut jatkuivat todella tiiviinä”, kertoo toimitusjohtaja **Juha Laakkonen**.

Laakkonen arvioi, että Ilkka teki hienon ratkaisun.

”Onhan se mahtavaa, että me toimimme yhdessä. Molemmat ovat taseeltaan äärimmäisen vahvoja ja varakkaita yhtiöitä. Meillä on muskeleita, jotka antavat meille yhdessä kokoamme suuremmat mahdollisuudet.”

Laakkonen kertoo kuulleensa varsinkin toimituksesta arvioita siitä, että onko fuusio journalismin kannalta merkityksellistä vai jo liiallista keskittymistä.

”Minun näkökulmasta katsottuna ei ole, sillä mehän emme millään tavalla puutu paikalliseen journalismiin. Pyrimme järjestelyllä tuomaan edellytyksiä sille, että paikallista journalismia voidaan edes tehdä. On tärkeä huomata, että keskittäminen ei

sinänsä köyhdytä paikallista mediaa emmekä voi käyttää ristiin lehtien sisältöjä muutenkaan. Päinvastoin, keskittäminen antaa paikalliselle journalismille mahdollisuuden jatkaa toimintaansa ja se estää uutiserämaiden synnyn.”

Fuusiosta seuraa synergiaetuja

Fuusion taustalla on median digitalisaation vaatimien investointien tuottama synergiaetu. Sitä syntyy, kun investointeja ei tehdä yksin vaan yhdessä.

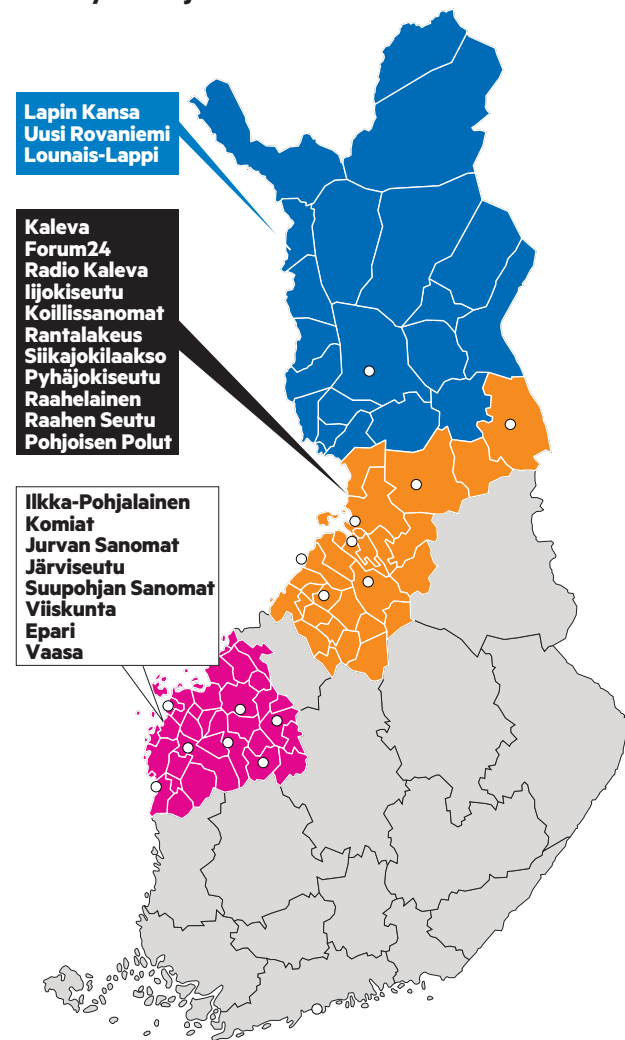
”Pystymme skaalaamaan digitaalisen markkinoinnin osaamista ja meidän järjestelmiin liittyvät synergiahyödyt ovat ihan valtavat.”

Synergiaetuja syntyy myös siitä, että yhtiön pyörittämiseen ei tarvita kahta hallintoa. ”Me emme esimerkiksi tarvitse kahta toimitusjohtajaa, kahta talousjohtajaa emmekä kahta erillistä henkilöstöhallintoa.”

Sen jälkeen kun kauppa saadaan lopullisesti maaliin, Kaleva365 Oy ostaa Ilkalta tämän omistamat 30 prosenttia Hilla Groupin osakkeista.

”Tämä ei näy mitenkään käytännön tason tekemisessä. Omistus siirtyy meille ja Hilla jatkaa itsenäisenä omien julkaisujen pyörittämistä.”

Uuden yhtiön julkaisut



Liubov Alekseeva

Kaleva Media ja Ilkka ”
ovat kumpikin taseeltaan
äärimmäisen vahvoja ja
varakkaita yhtiöitä.

Uusi omistaja toivoo vain, että Hillan tulostulo parane, sillä osakkuusyhtiön tulos kirjataan yhteisyrityksen tilinpäätökseen.

”Jos Hilla tekee paljon tappiota, siltä prosenttiosuudelta kirjataan sitten meille sitä tulosta. Asia on siinä mielessä meille äärimmäisen tärkeä, vaikka emme ole operatiivisesti pyörittämässä siellä mediatoimintaa.”

Laakkonen tiedostaa, että Kaleva Media ja Ilkka pääsivät hienosti tutkan alapuolelta tekemään järjestelyä. ”Analyytikot ja media spekuloi, pitkää sillä, että Keskisuomalainen ostaa Ilkan.”

Markkinointiviestintä uudeksi tukijalaksi

Journalismilla on niin iso arvo demokratian kannalta, että se on Kaleva Median pääkivijalka tulevaisuudessakin. Sen ympärille kehitetään tukijalkoja, joiden avulla yritys rahoittaa journalismin median murroksen keskellä.

Strategiatyössä markkinointiviestinnälle annettiin iso rooli Kaleva Median tulevaisuudessa.

”Markkinointiviestinnän kehittämisessä on mukana meidän kaksi yhtiötä Indieplace ja Kolmas Polvi. Asetimme rohkeaksi tavoitteeksi, että markkinointiviestinnän liikevaihto on 30–50 miljoonaa euroa strategiakauden lopulla”, Laakkonen kertoo.

”Tavoite on kova ja käytännössä sen saavuttamiseksi tehdään yritysjärjestelyjä.”

Teknologian rooli tulee markkinoinnin tekemisessä olemaan aika keskeinen, oli kyse sitten tekoälystä tai muusta teknologiasta.

”Mutta ihmisen luovuutta tarvitaan aina tässäkin työssä. Me pyrimme hakemaan tasapainoa ihmisen tekemän työn ja teknologian välille. Suomessa on paljon aika pieniä markkinointitoimistoja ja pienten markkinointitoimistojen integroiminen keskenään on tietysti haasteellinen tehtävä. Mutta katsotaan, mitä me lähemme synnyttämään.”

Indieplace päätyi konserniin yritysostona yli 10 vuotta sitten. ”Indieplace porskuttaa edelleen markkinassa ja vaikka se on yhtiönä pieni, se on merkittävä omassa genressään.”

Kolmas Polvi alkaa Laakkosen mukaan vähitellen löytää rooliaan

joka paikan paikallisena markkinointitoimistona.

”Puhtaalla markkinointitoimistolla on todella vaikeaa tehdä Pohjois-Suomessa isoa liikevaihtoa. Sitäkin tärkeämpää on tarjota laadukasta palvelua ja auttaa asiakasta eteenpäin. Samalla toimisto oppii, kehittyy ja kasvaa asiakkaitensa mukana.”

Riskianalyysien tarkastelu

Kaleva Mediassa käydään läpi riskianalyysia säännöllisesti ja sitä päivitetään kvartaaleittain. Riskianalyysia käydään pari kertaa vuodessa läpi myös konsernin hallituksessa, jossa on osaamista liiketoiminnan riskeistä monista eri näkökulmista.

”Pörssiyrityksille on aika tyypillistä tarkastella liiketoimintaa riskianalyysien näkökulmasta. Pitää huomata, että riski ei välttämättä tarkoita sitä, että taivaalla seilaisi synkkiä ukkospilviä. Riskin voi taitavasti kääntää myös mahdollisuudeksi.”

Laakkonen toivoo, että riskianalyysin tarkastelu parantaa laatua ja tekemistä. Hyötynä voi tulla sekin, että konsernissa osataan keskittää olemassa olevan resurssit oikeisiin asioihin.

”Kaupallisen median toimintaympäristö on riskianalyysissä merkittävä. Keskeisiä esille tulevia asioita voivat olla cyberhyökkäykset ja geopolittisen tilanteen aiheuttamat riskit.”

Riskien arvioinnissa tietoturva ja tietosuoja-asiat nousevat tärkeälle sijalle myös liiketoiminnan jatkuvuuden näkökulmasta.

”Jos ne asiat eivät ole kunnossa, seurauksena isokin yritys voi olla äkkiä polvillaan ja mainehaitta tulla kalliiksi. Pienelle yhtiölle tietoturva-asiat ovat tasapainottelua, johon sen kannattaa käyttää harkiten resurssejaan.”

Isojen tapahtumien vuosi

Kaleva Media osti Botnia Printin osakekannan Hilla Groupilta vuodenvaihteessa 2023–24. Vuoden 2024:n aikana Botnia Print integroitui Kaleva Mediaan. Laakkonen sanoo, että vaikka kauppa oli pieni, se oli toimialalla näkyvä.

”Kaleva Media sulki Botnia Printin Kajaanin painolaitoksen, mutta painamisen ylikapasiteetti on silti edelleen aika runsas.

”
Me pyrimme hakemaan tasapainoa ihmisen tekemän työn ja teknologian välille.

Media-alan tervehtymisen kannalta on järkevää, että meillä ei lii- kaa haaskata resursseja sellaiseen, jossa on ylikapasiteettia ja hintakilpailua.”

Laakkonen muistuttaa, että uutismedian päätehtävä on journa- lismi ja sitä tukevat funktiot pitäisi pystyä hoitamaan tehokkaasti.

Vuodenvaihteessa 2024–2025 Kaleva Media toteutti osittaisja- kautumisen, jossa kaikki Kaleva Median paino- ja jakeluliiketo- minta siirtyi Botnia Print Oy Ab:n alle.

Vuoden 2024 tärkeiden tapahtumien joukkoon Laakkonen laskee pääkonttorin muuton Solistinkadulta Kiistolantalon. Kaleva Media palkkasi viime vuonna Tiia Saukon vastuullisuus- asiantuntijaksi. Hän valmistelee konsernin ensimmäistä kestä- vyysraporttia, joka julkaistaan vuonna 2026.



**TALOUS,
HENKILÖSTÖ, ICT JA
TOIMITILAPALVELUT**



Kaleva Media palasi Kirkkokadulle

Pääkonttorin neliöiden väheneminen on järkevää tilanteessa, jossa korona-vuosina alkaneesta etätyöstä on tullut arkea ja Solistinkadun ison toimitalon tilat kumisivat tyhjyyttä, sanoo Pekka Kunnari.

Kaleva lähti vuonna 1966 Kirkkokadun ja Hallituskadun kulmassa sijaitsevasta Kalevan Kulmasta Höyhtyälle rakennettuun toimitaloon. Vuonna 2016 Kaleva Media siirtyi uuteen taloon Solistinkadulle.

Yhtiö ilmoitti tammikuussa 2024 myyneensä Solistinkadun kiinteistön Oulun Energialle ja palaavansa takaisin Kirkkokadulle kaupungin ytimeen. Kaleva Median uusi osoite on Kirkkokatu 31 Kiistola-säätiö omistaman talon kolmannessa kerroksessa.

Talousjohtaja **Pekka Kunnari** pitää Kalevan pääkonttorin muuttoa tervetulleena muutoksena.

”Suhteellisen tuoreen ja modernin toimitalon myynti oli taloudellisesti kohtuullisen kannattava toimi. Yhtiö pystyi sijoittamaan myynnistä koituneet varat edelleen kasvattamaan sijoitussalkkuaan. Muutto Kiistolan talon vuokratilaan taas jakaa kustannusvaikutuksen useammalle vuodelle. Se on meidän kokonaiskannattavuuden kannalta ihan merkittävä asia.”

Ympyrä sulkeutui

On luontevaa, että mediatalo sijaitsee keskellä kaupunkia. ”Me olemme läsnä siellä, missä kaikki tapahtuu ja tärkeät päätökset

tehdään. Keskeinen sijainti on meille kyllä hyvä juttu sikälikin, että saamme samalla lisää näkyvyyttä.”

Muutto Solistinkadulta Kirkkokadulle alkoi heinäkuussa ja jatkui aina joulukuulle asti. Muutossa Solistinkadun 1800 neliön tilat kutistuivat Kirkkokadun 1000 neliöön.

Neliöiden väheneminen on järkevää tilanteessa, jossa korona-vuosina alkaneesta etätyöstä on tullut arkea ja Solistinkadun ison toimitalon tilat kumisivat tyhjyyttä.

Suhteellisen tuoreen ja modernin toimitalon myynti oli taloudellisesti kohtuullisen kannattava toimi.





Tuhannen muuttolaatikon keikka

Kaleva Median pääkonttorin muuttoa Kiistolán taloon valmisteltiin Solistin kadulla kesán mittaan. Uusia toimittiloja myös remontoitiin Kaleva Mediaa varten.

”Kesán 2024 muutossa siirrettävän tavaran määrä oli maltillisempi, koska takana oli muutto Lekatíeltä Solistinkadulle. Silloin tavaraa karsittiin karkealla kädellä”, luonnehtii kiinteistöpäällikkö Jouko Männikkö.

Tässäkin muutossa tavaraa toki karsittiin. Esimerkiksi aivan kaikkia kaappeja

ja työpisteitä ei lähdetty muuttamaan. Kiistolán taloon siirrettiin yhteensä 88 työpistettä.

”Niemi muutti, mutta me teimme esimerkiksi sähköpöytien ja tekniikan asennushommat itse. Käytännössä työn teki Röningin Juha ja Innicsiltä Pöykiön Ville tuli avuksi”, Männikkö kertoo.

Tavaroiden kanto Kiistolán taloon kesti vain muutaman päivän. ”Niemen miehet kantoivat muuttolaatikoissa tavarat uuteen toimitaloon sisälle ja meillä meni viikko siihen, että kaikki kalusteet saatiin omille paikoilleen.”

Kaikkienensa muuttolaatikoita kertyi noin tuhat.

”Viimeisiä muuttolaatikoita palauteltiin Niemelle vielä elokuun lopulla. Muu-

ton kesto pitkittyi kesälomien takia niin, että ihmiset pääsivät purkamaan tavaroitaan muuttolaatikoista vasta lomiansa jälkeen.”

Kiistolán talossa ei ole kenellekään nimettyjä paikkoja, vaan työpisteet ovat kaikkien vapaasti käytettävissä.

”Yksittäisiä puhelinkoppeja oli aluksi 5, mutta niitä on hankittu muutama lisää. Kahden hengen neuvottelutiloja on käytössä kaksi.”

Viimeisenä Kiistolán taloon siirtyi Radio Kaleva joulukuun 18. päivä. Kolmio- kirja löysi uudet toimitilat osoitteesta Vanhantullinkadulta 2 ja Kolmas Polvi muutti Pakkahuoneenkatu 30:een.

Tasaista taloudenpitoa

Kaleva Median vuosi 2024 oli Pekka Kunnarin näkökulmasta varsin tasaista taloudenpitoa. Konsernissa kehitettiin eteenpäin raportointia ja valmistauduttiin EU:n lainsäädännön tuomaan vastuullisuusvaatimuksiin.

Vastuullisuusraportointi on yrityksille uusi, isompi tehtävä. Työ on aloitettu, mutta sen tähtäin on tulevissa vuosissa.

”Vastuullisuusasiantuntijaksi tuli elokuussa Tiia Saukko luomaan konserniin vastuullisuusraportointiin tarvittavat prosessit, mittarit ja esittämistavat.”



Vastuullisuus edellä

Tiia Saukko aloitti elokuun 2024 alusta Kaleva Median vastuullisuusasiantuntijana. Tehtävä on konsernissa uusi. Sen tarve lähtee lainsäädännöllisestä vaatimuksesta. Tammikuun 2025 alusta voimaanastunut EU:n kestävyysraportointidirektiivi (CSDR) tekee kestävyysraportoinnista pakollista yrityksille.

Kaleva Media julkaisee ensimmäisen kestävyysraporttinsa keväällä 2026. Saukko korostaa, että hänen työnsä ei ole vain raportin tekemistä. ”Siihen sisältyy konkreettisia tekoja vastuullisuuden puolesta. CSDR:n perimmäinen tavoite on muuttaa yritysten toimintatapaa vastuullisemmaksi. Yrityksen tulee ymmärtää ja hallita se, miten sen toiminta vaikuttaa ihmisiin ja ympäristöön. Tarkoituksena on vahvistaa vastuullisuuden linkkiä yrityksen strategiaan ja koko liiketoimintaan eli käytännössä vaikuttaa yritysten toimintatapoihin konkreettisella tasolla.”

Saukko painottaa, että vastuullisuus ei ole mikään yritystoiminnan koriste eikä vastuullisuusasiantuntijan työ ole konsernin arjesta irrallaan oleva pesti. ”Vastuullisuus läpäisee koko konsernin toiminnan ja parhaimmillaan vastuullisuus on läsnä konsernin jokaisen työntekijän tekemässä työssä.” Saukko kertoo, että vastuullisuus on läpileikkaava toiminto koko konsernissa, ja jokainen

Vastuullisuusasiantuntija Tiia Saukko on pienen tyttären äiti. Hänelle on tärkeää, että Maa on elinkelpoinen planeetta tuleville sukupolville.

työntekijä voi toteuttaa vastuullisia tapoja työssään. Konsernin johdon ja hallituksen tehtävänä on luoda ne raamit, joissa työntekijät voivat toimia vastuullisesti.

Olellaiset vastuullisuusaiheet

Saukon tekemä kaksoisolennaisuusanalyysi on konsernin hallituksen hyväksymä. Kaksoisolennaisuusanalyysi määrittää konsernin olellaiset vastuullisuusaiheet.

Kaleva Median vastuullisuusraportin aiheet ovat ilmastonmuutoksen hillitseminen, konsernin oma työvoima ja liiketoiminnan harjoittaminen. Konsernin hyväksymän määritelmän mukaan aiheet ovat olellaisen tärkeitä Kaleva Medialle.

”Kaleva Median ensimmäinen kestävyysraportti rakentuu kolmen teeman varaan. Mutta ennen raportointia tulee se tärkein: teot. Pohdimme ja priorisoimme keinot, joilla hillitsemme ilmastomuutosta, pidämme huolen omista työntekijöistämme ja harjoitamme kestävästä liiketoimintaa. Tarkoituksena on miettiä teot, joilla saamme pienennettyä haittoja ja toisaalta vahvistettua hyviä tekoja.”

CSRD:n vaatimukset nostavat vastuullisuustyön vaatimustasoa. Kaleva Median vastuullisuusohjelma ”Hyvä pohjoinen 2030” päivitetään vastaamaan uusia vaatimuksia. Tämä ohjelma on konkreettinen ja elää todeksi työntekijöiden arjessa.

Liiketoiminnan edellytys

Saukko nostaa Kaleva Medialle hattua siitä, että konserni tekee kestävyysraportoinnin itse, eikä esimerkiksi ulkoista työtä ulko-

puoliselle konsultille. “Vastuullisuus on nyt ja tulevaisuudessa yhä merkittävämpi osa yritysten liiketoimintaa. Siitä pitää huolen jo pelkästään lainsäädäntö. Lisäksi kuluttajat ja toiset yritykset kohdistavat yrityksille koko ajan enemmän painetta toimia kestävämmällä pohjalla, kun poliittinen päätöksenteko ei pysy globaalien uhkien hillitsemisessä perässä.”

Ihmiset odottavat yrityksiltä vastuullista toimintaa, mikä näkyy ostopäätöksissä ja yritysasiakkaissa jo nyt ja jatkossa vielä enemmän. “Osalle yrityksistä kumppaneiden vastuullisuus on kynnyskysymys, toisille se voi olla kilpailuetu. Vastuullisuuden saralla myös näkyy, miten suuremmat toimijat auttavat esimerkiksi oman arvoketjun toimijoitaan vastuullisuuden teemoissa. Yhdessä tekemisessä on voimaa.”

125-vuotisen historian jatkaminen on vastuullisuutta

Vastuullisuus ja itse raportointityö on paljon riskien hallintaa: millaisia riskejä meidän liiketoiminnassamme on ja toisaalta – millaisia taloudellisia mahdollisuuksia vastuullisuus voi meille tuoda. Se on siis myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytämistä. “Vastuullisuus on sitä, että olemme toimineet 125 vuotta ja sen historian jatkaminen vaatii toimintaa kestäväällä pohjalla jatkossakin.”

Nämä kriteerit muuttuvat ja nousevat koko ajan sitä mukaa, kun maailma ympärillämme muuttuu. Esimerkiksi on tiedossa, että tällä hetkellä globaalisti ja erityisesti länsimaissa ei toimita maapallon rajoissa ja tämä tulee muuttua, jotta tulevaisuudessa ylipäättään on maapallo, jolla harjoittaa liiketoimintaa. “Vastuullisuus on myös työnantajamielikuvaa, vetovoimatekijä ja pitovoima työntekijöiden suhteen. Tämänkin merkitys kasvaa koko

ajan. Lopulta vastuullinen liiketoiminta on tiivistettävissä niin, että pitää huolen, että liiketoiminta on kestäväällä pohjalla. Se on sitä silloin, kun yritys huolehtii, että sen tekemän liiketoiminnan jälkeen meillä on käsissämme ympäristö ja ihmiset, jotka voivat hyvin. Ilman ympäristöä ja ihmisiä ei voi olla tulevaisuudessa taloudellisesti menestyvää liiketoimintaa. Raportin teon voisi ulkoistaa, mutta vastuullisuus eletään todeksi johtamisen ja työn teon kautta.”

Vapaa journalismi vastuullisuuden ytimessä

Saukko näkee vastuullisuuden positiivisena asiana, joka tuo hyvää yrityksille ja yksilöille. “Vastuullisuus ei ole vain haittojen minimointia, vaan myös hyvän tuomista maailmaan. Kaleva Median vastuullisuuden ydin on vapaan journalismin vaaliminen, joka ylläpitää suomalaisen yhteiskunnan demokratiaa. Se on valtavan suuri ja aidosti merkittävä positiivinen vaikutus, jonka me tuomme yhteiskuntaan ja ihmisille. Sen merkitys on tullut taas hyvin selväksi globaalisti ja sen varaan meidän on hyvä rakentaa jatkossakin.”

Takavuosina Indieplacen myyntijohtajana toiminut Tiia Saukko on pienen tyttären äiti. Hänelle kestävä kehitys ja vastuullinen toiminta merkitsevät laajemmassa katsannossa sitä, että Maa on elinkelpoinen planeetta tuleville sukupolville.



Vastuullisuus on nyt ja tulevaisuudessa yhä merkittävämpi osa yritysten liiketoimintaa.

Sanna Aario arvostaa inhimillistä työkulttuuria

Henkilöstöpäällikkö Sanna Aariolla oli tehokas alku Kaleva Mediassa huhtikuun 2024 lopussa. ”Ensimmäisenä työpäivänä pääsin osallistumaan johtoryhmän kokoukseen, mikä oli tosi hieno aloitus. Seuraavina päivinä olin jo mukana strategiatyöpajoissa.” Aariolla on pitkä kokemus HR-tehtävistä ICT-alalla. Hänelle

Kaleva Median monialaisuus oli jossain määrin yllätys, vaikka Kalevaan hän tutustui jo työhaastattelussa.

Ennen hakuprosessia Aarion mielikuvansa konsernista muodostui lähinnä Kaleva-lehden kautta.

”Kun perehdyin yritykseen tarkemmin yllätyin, kuinka monialaista toimintaa Kaleva Mediassa onkaan: medialiiketoimintaa ja journalismia, myyntiä ja markkinointia, painoa ja jakelua sekä erilaisia yrityksen tarvitsemia tukitehtäviä. Konserni on hyvin laaja-alainen ja siinä minulla on ollut paljon oppimista.”



Aario tutustui lähemmin toimialaan, media-alan kehitykseen ja muutoksiin sekä toimialan murrokseen. ”Nämä ilmiöt näkyvät Kaleva Median toiminnassa ja sitä kautta ne heijastuvat myös henkilöstön arkeen. Teknologinen kehitys muuttaa työteon tapoja ja työn rakenteita. Se myös vaatii organisaatiolta ja henkilöstöltä uudistumista ja jatkuvaa kehittymistä.”

Oppimista, kehittymistä ja jatkuvaa muutosta

Oppiminen ja kehittyminen on tärkeää myös työn mielekkyyden, innostuksen ja oman työhyvinvoinnin kannalta, Aario sanoo. Esi-merkin hän antaa omasta elämästään.

”Opiskelen työn ohessa johtamisen ja työhyvinvoinnin ylempää ammattikorkeakoulututkintoa. Opinnot ovat tuoneet minulle selkeästi voimavaroja työhön ja samalla – yllättävää kyllä – ne ovat myös hyvää vastapainoa työlle. Työ ja opinnot tukevat toinen toisiaan.”

Opintojen kautta Aario on saanut käytännön vinkkejä työelämää varten. Oppimisen, kehittymisen ja jatkuvan muutoksen kannalta on hyvä, jos pystyy esimerkiksi madaltamaan kynnystä aloittaa haastava tai hankalalta tuntuva työ.

”Voi ajatella itsekseen, että lähdempä kokeilemaan ja katson mihin se johtaa. Pitää myös muistaa, että kaiken ei aina tarvitse heti olla täydellistä eikä yksi ihminen voi osata kaikkea.”

Aario muistuttaa, että vuorovaikutuksessa muiden kanssa päästään myös parhaisiin lopputuloksiin ja yhteinen osaaminen kehittyy. ”Sitä kautta toimintaan voi tulla todellisia uudistuksia tai jopa liiketoimintaan näkyviä innovaatioita.”

Turvallisuuden ja luottamuksen tunne työpaikalla lähtee läheltä. Se lähtee meistä jokaisesta, kun arvostamme ja tuemme toisiamme.

”

Inhimillistä työkuultuuria

Kaleva Media on vuoden 2024 aikana organisoinut uudelleen työn rakenteita ja työtehtäviä. Esimerkiksi Mediaan on perustettu moniosaajatiimejä ja soluorganisaatorakenteita, joilla pyritään joustavampiin ja ketterämpiin työnteon tapoihin. Työn suunnittelussa on kuultu henkilöstöä ja on pyritty huomioimaan työntekijän omia mielenkiinnon kohteita.

”Työn merkityksellisyys on tärkeää tekijälleen. Perustyön sujuvuudella on myös suuri merkitys motivaatioon ja työhyvinvointiin.” Sanna Aario arvostaa inhimillistä työkuultuuria.

”Se on sellaista, jossa jokainen saa olla oma itsensä eikä kenenkään tarvitse teeskennellä olevansa jotakin muuta. Turvallisuus ja luottamus ovat todella tärkeitä asioita maailman myllerryksessä.” Maailman on muuttunut hyvin nopeasti. ”Kun muistelee millainen maailma oli, kun korona alkoi, sehän oli ihan toisenlainen. Nyt tuntuu, että silloin elettiin jossain lintukodossa. Koronan jälkeen todella moni asia on muuttunut. Epävarmuus on lisääntynyt ja turvallisuuden tunne on vähentynyt.”

Turvallisuuden ja luottamuksen tunne työpaikalla lähtee läheltä. Se lähtee meistä jokaisesta, kun arvostamme ja tuemme toisiamme.

”Minulle työ on tärkeä osa elämää ja koen, että töissä on hyvä olla ja teen mielekästä ja merkityksellistä työtä. Turvallisuutta työelämään tuo näkymä tulevaisuuteen, avoin viestintä ja se, että asioista pystyy keskustelemaan. Kun joku asia mietityttää, saa kysyä ja kysymyksiin saa vastauksia.”

Paljon uusia työkavereita

Tuoreena kalevamedialaisena Sanna Aario on ollut positiivisesti yllättynyt konsernin osallistavasta strategiaprosessista. ”On hienoa, että henkilöstöä on ollut laajasti mukana työpajoissa, strategiatehtävissä ja tietoisuuksissa. Strategiasta on ollut paljon viestintää. Työpajoihin osallistui yli 70 työntekijää, strategiyhteisössä oli mukana melkein 140 aktiivista osallistujaa. Lisäksi erilaiset infot ovat koskettaneet koko henkilöstöä.”

Henkilöstöpäällikölle on ollut kullannarvoista, että hän on uutena työntekijänä päässyt heti mukaan strategiatyöpajaan. ”Pääsin tutustumaan eri paikkakunnilla erilaisissa työtehtävissä työskentelemaan ihmisiin. Pääsin heti verkostoitumaan, tutustumaan ja juttelemaan ihmisten kanssa. Olemme monien strategiassa tutuksi tulneiden ihmisten kanssa säännöllisesti yhteydessä.”

Vuoden 2024 aikana työhyvinvointia ja yhteisöllisyyttä on tuettu myös järjestämällä esimerkiksi koko henkilöstölle työhyvinvoin-

125-vuotisjuhlassa palkitut

Luottamus -arvopalkinnon sai Kolmannen Polven projektipäällikkö **Pauliina Karelehto**.

Halu ja kantti uudistua -arvopalkinnon sai Botnia Printin jakelun esihenkilö **Tuire Halttu**.

Yhdessä saavuttaen -arvopalkinnon sai mediamyynnin esihenkilö **Maarit Alakiuttu**.

Vastuullisuus -arvopalkinnon sai medialiiiketoiminnan assistentti **Ann-Mari Juuso**.

Vuoden kalevamedialaiseksi valittiin ylivoimaisella äänenemmistöllä Lapin Kansan toimittaja **Niina Lavia**.

taiheisia Learning cafeita työn merkityksellisyydestä ja mindfulnessista, toimipaikoittain yhteisillä aamupalahetkillä sekä esihenkilötyötä tukevilla tilaisuuksilla, valmennuksilla ja koulutuksilla varhaisesta tuesta ja työkykyjohtamisesta. Työkykyjohtamisen periaatteita ja prosesseja käsiteltiin myös tiimeissä esihenkilöiden johdolla.

Kaleva Media jatkaa työntekijäkokemuksen kehittämistä. ”Tavoitteenamme on olla alueen innostavin työyhteisö. Sitä työtä me teemme joka päivä kaikki yhdessä.”

Työvuoden huipennus oli konsernin 125-vuotisjuhlat, joita kokoonnuttiin viettämään vuoden lopulla useilta paikkakunnilta. ”Se oli hieno ponnistus ja oli kunnia olla mukana jakamassa Arvo-palkintoja ja vuoden kalevamedialaisen tunnustusta.” Ennen 125-vuotisjuhlaa henkilöstö sai äänestää palkintojen saajia. Ääniä tuli valtavasti. Yhteensä 480 ehdotusta jakaantui 180 ehdokkaalle.



MEDIA



Teemme paperilehtiä ”
niin kauan kuin printille on
kysyntää ja toiminta on
taloudellisesti järkevää.

Medialle luotiin uusi organisaatio

Strategiaprosessi ja sitä seurannut uudelleen organisoituminen sävyttivät medialiiiketoiminnan vuotta 2024 muun perustekemisen rinnalla.

”Strategiaprosessi alkoi vuoden alussa hallituksen ja johdon haastatteluilla. Strategiatyötä riitti kevääseen saakka ja mukana oli laaja joukko ihmisiä eri puolilta Kaleva Mediaa. Vuoden syyspuolella aloitimme uuden, strategian mukaisen organisaation valmistelun niin, että uusi organisaatio oli valmis aloittamaan seuraavan vuoden alusta”, kuvailee Medialiiiketoiminnan johtaja Niiles Nousuniemi.

Hän sanoo, että yhtiön tekeminen terävöityy ja selkeytyy entisestään kolmessa eri liiketoiminta-alueessa. Media, paino ja jakelu sekä markkinointi ja viestintä ovat omia johdettavia kokonaisuuksia, jotka toki tekevät jatkossakin yhteistyötä keskenään.

Laaja strategiaprosessi oli muutenkin hyödyllinen. Ihmiset toivat esille paljon hyviä ideoita ja ajatuksia. Osa niistä on mennyt jo käytäntöön, osa on käynnistysvaiheessa ja osa on jäänyt toistaiseksi parkkiin.

Digistä enemmän tuottoja

Medialiiiketoiminnassa uudelleen organisoitumisen taustalla on strateginen tavoite kasvattaa digitaalista liiketoimintaa niin, että tulevaisuudessa digitaaliset tuotot kantavat medialiiiketoimintaa suurin piirtein nykyisessä laajuudessaan.

”Painetun lehden ympärillä oleva liiketoiminta on meille tärkeää ja se palvelee asiakkaitamme hyvin. Printin kannattavuudesta pitää huolehtia. Siihen sisältyvät jakelu, paino, ilmestymispäivät ja esimerkiksi se, mihin hintaan lehteä asiakkaille tarjotaan. Se peli on liiketoiminnallisesti todella tärkeää.”

Yksi iso tavoite on saada Kaleva Median kokonaistilaajamäärä kasvuun. Se ei tarkoita ainoastaan uusien digitilausten määrän kasvua, vaan myös sitä, että tilausten pito on hyvä.

Vaikka fokus on digissä, printtiä ei ole unohdettu.

”Teemme paperilehtiä niin kauan kuin printille on kysyntää ja toiminta on taloudellisesti järkevää. Myös näköislehti on tärkeä tuote monille tilaajillemme. He ovat paperilehden lukijoina tottuneet sanomalehden muotokieleen.”

Mediasta yksi kokonaisuus

Medialiiketoiminta eli nykyisin Media organisoitui strategian mukaisesti niin, että Median johtoryhmässä on yrityspalvelut, kuluttajapalvelut, digikehitys, Pohjoisen-Pohjanmaan ja Lapin toimitukset sekä henkilöstöpalveluiden edustus.

Kokoonpanossa on mukana medialiiketoiminta kaikilta osin ja median johtamisessa pyritään näkemään media yhtenä kokonaisuutena. ”Sisällön, kuluttaja-asiakkaiden ja yritysasiakkaiden kolmiyhteyttä pitää johtaa kokonaisuutena, ei siiloina.”

Kalevan toimitus on organisoitunut soluihin. Myös muissa toiminnoissa on menty moniosaajatiimeihin eli soluihin, missä esimerkiksi ostamisen ostopolun ympärille on muodostettu audion, videon ja tekoälyn asiantuntijoiden muodostamia soluja.

Monipuolisen liiketoiminnan kannalta ei ole keskeistä aloittaa työtä vanhaan malliin yhdestä nurkasta ja laajentaa tekemistä vähitellen, vaan työhön on saatava mukaan osaamista monesta eri näkökulmasta. Solumaisiin tiimeihin on saatettu yhteen monenlaista osaamista tekemään keskenään yhteistyötä. Varsinkin digitaalisessa ajassa asiat kietoutuvat toisiinsa aiempaa enemmän ja sen takia tekemisen tavankin pitää elää ajassa mukana.

”Toimituksen osallistuminen moniosaajatiimeihin on ilahduttavaa. Yhteistyötä tehdään journalistista palomuuria kunnioittaen.” Vaikka työssä asioita lähestytään uudella tavalla, yksi asia on haluttu säilyttää ennallaan.

”Jokaisella työntekijällä on tiedossa omat tavoitteet, yhteiset tavoitteet ja jokaisella on nimetty esihenkilö. Tämä tuo tekemiseen selkeyttä. Työntekijä tietää, mikä on tärkeää, mitä häneltä odotetaan ja keneltä kysyä neuvoa.”



Vaikka työssä asioita lähestytään uudella tavalla, jokaisella työntekijällä on tiedossa omat tavoitteet, yhteiset tavoitteet ja jokaisella on nimetty esihenkilö, sanoo Niiles Nousuniemi.





Lappari-Sakun vauhtivuosi

Lapin Kansan uusi päätoimittaja
Sauli Pahkasalo kiersi
Lapin kaikki kunnat
keskikesällä.

Lapin Kansa järjesti Lappilaisen uutismedian päivänä huutokaupan, jossa kaupattiin muun muassa toimituksen käytöstä poistuneita kalusteita, kuten Artekin tuoleja. Sauli Pahkasalo ja Pentti Keskipöykä kartoittivat myytävää irtaimistoa. Huutokaupan tuotto lahjoitettiin omaishoitajien virkistystoimintaan.

Kuva: Anssi Jokiranta

Sauli Pahkasalon ensimmäinen vuosi maakuntasarjan päätoimittajana oli vauhdikas. Hän siirtyi Rantalakeudesta Lapin Kansan vuoden 2024 alusta.

Lapin Kansa kertoi lukijoilleen printtilehden ilmestymispäivien muutoksesta kesäkuun puolivälissä. Syyskuun alusta 2024 painettu Lapin Kansa alkoi ilmestyä kolme kertaa viikossa. Digitaalinen näköislehti ilmestyy kuutena päivänä viikossa.

Lukijoille luvattiin, että ilmestymispäivien muutos ei vaikuta toimituksen vahvuuteen.

”Odotin lukijoilta suurempaa reaktiota ja kännykkä kourassa valmistauduin vastaamaan heidän kitkerään palautteeseensa. Mutta se oli turhaa, palaute kulminoitui verkkojutun lopussa tuohuneeseen keskusteluun.”

Pahkasalo kiersi Lapin kunnat

Heinäkuun alussa Pahkasalo lähti Sakun kanssa kylillä -kiertueelle kuullakseen lukijoiden kommentteja ja huolia. Kiertue piti pahtia kaikissa Lapin 21 kunnassa.

”Kiersimme heinäkuun kaksi ensimmäistä viikkoa. Tapasin maakuntakierroksella satoja ihmisiä, juttelin heidän kanssaan ja kerroin syyt ilmestymispäivien muutokselle. Keskustelujen päätteeksi moni ymmärsi, miksi vähensimme ilmestymispäiviä.”

Sakun kanssa kylillä -kiertue eteni ennakkosuunnitelman mukaan. Pahkasalo kiersi päivässä kaksi, parhaana kolme kuntaa. Hän oli kylillä siellä, missä paikalliset tapaavat liikkua ja tavata toisiaan.

”Puheissa kuului selvästi se, miten liikuttavan ylpeitä ihmiset ovat omasta kotiseudustaan. He haluavat kertoa siitä kulkijalle ja esitellä kotiseutunsa erinomaisuutta. Jakelutapamuutos puhutti

kierroksella, mutta ihmiset tulivat juttelemaan muustakin – ihan kaikista maan ja taivaan väliltä, esimerkiksi hillasadosta, hyvinvointialueesta tai kaivosalueesta.”

Hyvä mieli ja tikkuaski

Pahkasalo ymmärtää lukijoiden paikoin kiihkeänkin reaktion.

”Sehän vain kertoo siitä, että Lapin Kansa ja sen tekijät ovat lukijoilleen tärkeitä. Paljon ikävämpää olisi, jos kukaan ei välittäisi meidän jakelutapamuutoksesta. Minulla jäi hyvä mieli kiertueesta ja siitä, miten ihmiset suhtautuivat muutokseen. Sain monenlaista palautetta pitempään lehteä tilanneilta lukijoilta.”

Ehkä hienoin oli tulitikkuski.

”Sodankylässä lukija toi minulle Lapin Kansan 60–70-luvulla jakaman mainostulitikkuskin, jonka kantta koristi saamelaishahmot. Lahjoitimme askin Inarissa Saamelaismuseolle.”



Lapin Kansan päätoimittaja Sauli Pahkasalo kiersi Lapin kuntia. Maanantaina 8.7. oltiin Pellossa. Pellolainen Teuvo Matinlompola kertoi Pahkasalolle toivovansa lohimatkailun säilyttävän vetovoimansa.



Lapplaisen uutismedian päivää vietettiin Rovaniemellä perjantaina ensimmäistä kertaa. Paikalla tapahtumassa Lordinaukiolla oli kaikkien lappilaisten uutismedioiden tekijöitä, muun muassa Sauli Pahkasalo Lapin Kansan teltalla.

Kuva: Anssi Jokiranta

2500 kilometriä 11 päivässä

”Matkaa kertyi 2500 kilometriä ja aikaa siihen kului 11 päivää. Samalla tuli selväksi, miten huonossa kunnossa Lapin tiet ovat. Matka sisälsi pitkiä siirtymiä, esimerkiksi ajo Utsjoelta Enontekiölle kesti useita tunteja. Siirtymät mentiin minun autollani ja yöt nukuttiin hotelleissa.”

Parhaimmillaan kiertuepäivä alkoi aamukahdeksalta ja kesti iltakymmeneen.

Pahkasalolla oli kaverina ja kuvaajana **Eemeli Hepola**, Rovaniemeltä lähtöisin oleva, oululaistunut kuvaaja.

”Eemeli oli mukavaa juttuseuraa, ammattitaitoinen kaveri, joka otti hyviä kuvia ja videoita. 3.Polvi oli myös valmistellut kiertueen hyvin ja kaikki sujui aivan täydellisesti ennakkosuunnitelmien mukaan lukuun ottamatta viimeisen päivän kuvauskeikkaa, joka peruuntui kommunikaatiokatkon takia.”

Jokaisesta kunnasta julkaistiin Lapin Kansassa 3–5 minuutin videot.

Lapin Kansan uudelle päätoimittajalle kiertue oli oivallinen opastus uuteen kotimaakuntaan. ”Ja se pitää sanoa, että Lappi on kyllä heittämällä Suomen mielenkiintoisin maakunta.”

Lapplaisen uutismedian päivä

Toinen vuoden kohokohta oli syyskuussa ensimmäistä kertaa järjestetty Lapplaisen uutismedian päivä. Mukana olivat Lapin Kansa, Uusi Rovaniemi, Lounais-Lappi, Yle Lappi, Kuriiri ja Hillan lehdet sekä Uutismedian liitto.

”Sirkunhuvien lomassa kerroimme paikalle saapuneelle väelle, miten uutismedia toimii ja miksi toimimme niin kuin toimimme. Yhteistyö pelasi hyvin ja sovimme, että tapahtumasta tehdään perinne. Vuonna 2025 Lapplaisen uutismedianpäivä järjestetään Torniossa.”

Eikä tässä kaikki. Samana päivä Lapin Kansa järjesti vielä toimitalon takapihalla huutokaupan. Myynnissä oli monenlaista tavaraa Lapin Kansan tiloista: huonekaluja, kelloja, kirjoituskoneita ja tauluja.

”Hauskan yleisötapahtuman meklarina toimi **Juha Laakkonen** ja tapahtuman tuotto ohjattiin Napapiirin omaishoitajille.”



Historiallinen muutos suomalaisessa lehdistössä

Kuutena päivänä viikossa ilmestyneen Lapin Kansan ilmestymispäivät muuttuivat syyskuun puolivälissä 2024. Muutoksen myötä printtilehti jaetaan kolmena päivänä viikossa, maanantaisin, keskiviikkoisin ja perjantaisin. Näköislehti päivittyy ja ilmestyy kuutena päivänä viikossa.

Lapin Kansan ilmestymispäivien uudistus muutti tilaajien lehdenlukurutiineja perusteellisesti vuonna 2024. Muutos oli iso ja suomalaisen lehdistön historiassa ainutlaatuinen.

Maanantaisin, keskiviikkoisin ja perjantaisin ilmestyviin printtilehtiin kootaan kuhunkin kahden uutispäivän aineistot. Tällä taataan se, että printin tilaajat saavat yhtä paljon luettavaa kuin saivat ennen jakelupäivien muutosta.

Lukijasuhde koki lommoja, mutta oiomme niitä parhaamme mukaan.

Toimituksessa taas pidetään huoli siitä, ettei printtilehteen päädy vanhentuneita juttuja.

”Lappi on harvaan asuttu maakunta ja välimatkat ovat pitkiä. Polttoaineen hinta nostaa jakelukustannuksia ja paperikin maksaa.

Koska maantieteelle emme voi mitään, päätimme etsiä luovaa ratkaisua. Sen sijaan, että raha jää tien päälle, halusimme sen kertyvän tukemaan meidän journalismiamme”, Petri Karjalainen kuvailee lähtötilannetta.

Lukijoille luvattiin, että uudistuksessa ei vähennetä Lapin Kansan sisältöä eikä toimituksen resursseihin kosketa. Lukijoille luvattiin myös uudenlaista digitaalista sisältöä vahvistamaan käyttötottumusta esimerkiksi sana- ja muistipelien avulla.

Uudistus onnistui taloudellisesti

Jo yli puolet Lapin Kansan lukijoista on digitilaaajia. Heihin ilmestymispäivien muutos ei vaikuttanut heihin mitenkään.

Toinen puoli Lapin Kansan lukijoista lukee sekä näköislehteä että printtiä. Uudistus koski niitä lukijoita, jotka tilaavat vain printtilehteä.

”Kun muutetaan ihmisten lehdenlukurutiineja, tulee aina reaktioita. Asiakaspalveluun annettiin tarkat toimintaohjeet viestintään ja tilausperuutusten torjuntaan. Osa lukijoista siirtyi kiltisti digiin, mutta tilausperuutuksiakin tuli.”

Lehti on lukijoilleen tärkeä ja he reagoivat voimakkaasti. Ensimmäinen peruutusten aalto tuli jo, kun jakelupäivien muutoksesta uutisoitiin. Toinen koettiin aivan muutoksen kynnyksellä.

”Sittemmin tilanne rauhoittui ja peruutusten määrä laantui ennalleen. Jakelupäivien muutos on tuonut paljon hyvää. Taloudellisesti ollaan plussan puolella ja digitilausten määrä ylitti printtiti-



Kalevan kuluttajapalveluiden johtaja Petri Karjalainen (vas.) hyödyntää työssään lukijatutkimusten tuloksia. Kuvassa hän houkuttelee display-mainonnan asiantuntijan Juhapekka Raition kanssa lukijoita mukaan Kalevan lukijapaneeliin.

lausten määrään. Lukijasuhde koki lommoja, mutta oiomme niitä parhaamme mukaan.”

Petri Karjalainen antaa Lapin Kansan päätoimittajalle **Sauli Pahkasalolle** isot pisteet siitä, miten hän pisti itsensä likoon. ”Sauli kiersi kesällä kaikki Lapin kunnat kertomassa ilmestymispäivien muutoksesta ja ottamassa vastaan lukijoiden suoran palautteen.”

Rovaniemellä jakelu sakkasi

Rovaniemellä koettiin vuoden 2024 loppupuolella suuria ongelmia painetun lehden jakelussa.

”Ongelmat olivat niin isoja, että ne vaikuttivat merkittävästi myös tilaajamääriin. Erityisesti vuodenvaihte oli vaikea Rovaniemen jakelussa jakajapulan takia.”

Tilanne on helpottanut vuodenvaihteen jälkeen.



Hackathon antoi näkymiä vuoden 2030 mediaan

Kaleva toimitus järjesti Kaleva Median 125-juhlavuoden kunniaksi marraskuussa hackathonin, jossa korkeakouluopiskelijat hahmottelivat seuraavan vuosikymmenen vaihteen mediaa. ”Perinteisestihän toimitus olisi tehnyt juhlalehden, mutta nyt halusimme tehdä jotain uutta ja samalla hypätä ehkä vähän epämukavuusalueellekin”, kuvailee Kalevan päätoimittaja **Antti Kokkonen**.

Hackathoniin kutsuttiin mukaan opiskelijoita Oulun ja Lapin yliopistosta sekä Oulun, Lapin ja Kainuun ammattikorkeakouluista. Opettajakunnassa hackathon herätti positiivista innostusta ja 14 opiskelijatiimiä kutsuttiin Ouluun ratkomaan median tulevaisuutta otsikolla Kaleva 2030.

”Vaikka saimme mukaan enemmän osallistujia kuin osasimme odottaa, talouden ja teknologian alan osaajien joukkoon olisi sopinut myös enemmän journalismin opiskelijoita. Ajatuksena oli törmäyttää tiimeissä eri alojen ihmisiä tiukalla aikataululla. Hankimme kokeneet media-alan mentorit vastaamaan kilpailijoiden kysymyksiin. Ammattikorkeakoulu tarjosi tilat ja me majoitimme muualta tulleet opiskelijat.”

Tiimit työstivät aihetta 45 tuntia torstaista lauantaihin ja tiivistivät ideansa 5 minuutin esitykseen. Tuomaristoon kuuluivat professori **Kaisa Still** Innovaatiokeskuksesta, johtaja **Jarkko Nordlund** Veikkauksesta ja kehityspäällikkö **Ville-Petteri Määttä** Kalevan toimituksesta. He totesivat hackathonin tason hyväksi.

Toimituksen voimavarat haluttiin suunnata vastaamaan nykylukijoiden tarpeisiin. Tämä edellytti uudelleen organisoitumista.

Tuomaristo valitsi voittajajoukkueeksi ArcTeek Donkeysin, johon kuuluvat **Pyy Vartiovaara**, **Aprotim Paul** sekä **Ahmed Jabir Zuhayr**. Joukkue ideoi Kaleva Connect -palvelun. Se yhdistää tekoälyllä tuotettuja toimintoja, kuten juttujen tiivistämistä ja kommenttien sisältöjen tiivistämistä. Kaleva Connectin debattibotin kanssa lukija voisi vaihtaa mielipiteitä artikkelin sisällöstä.

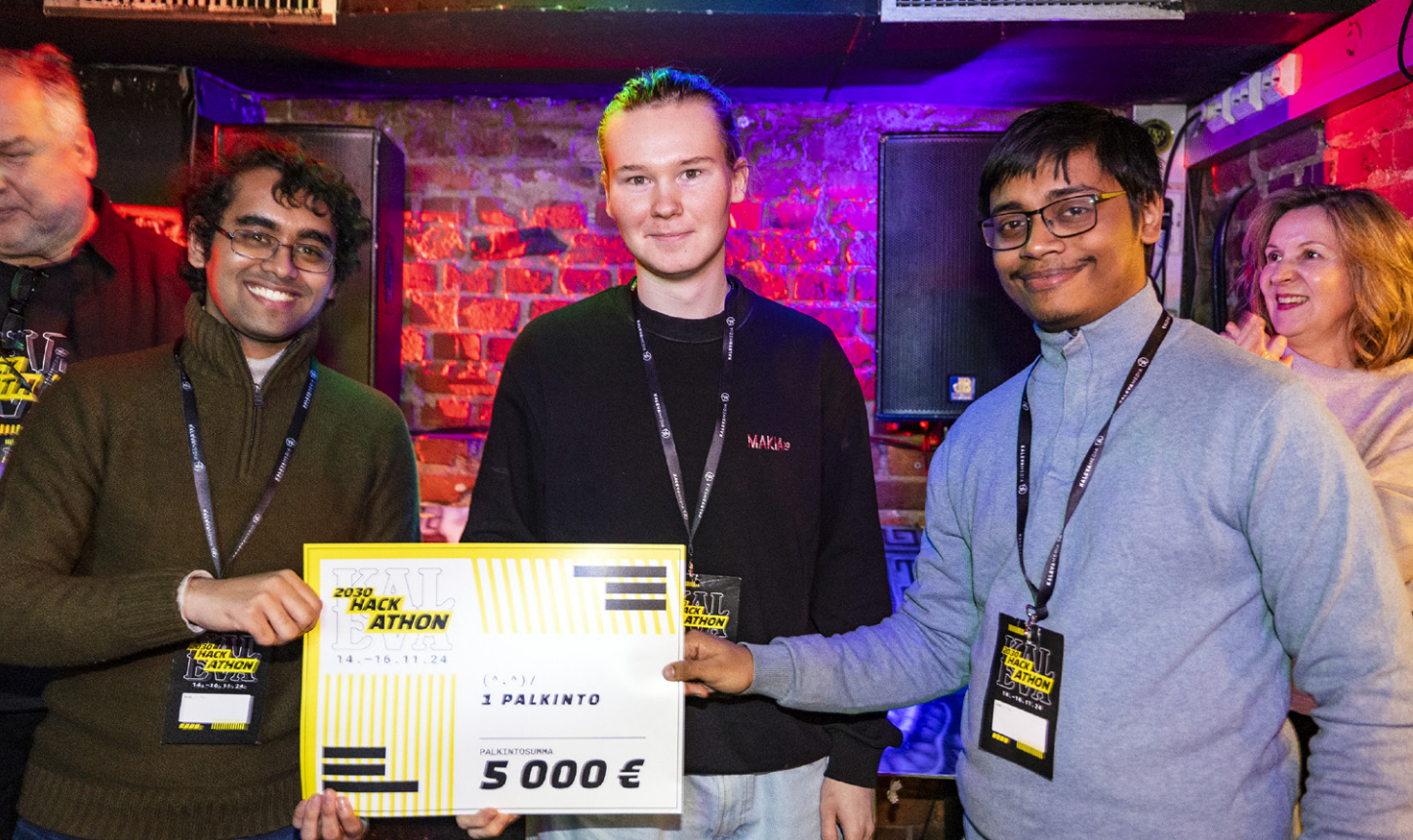
Voittajajoukkue sai 5000 euron rahapalkinnon. Toiseksi tullut sai 3000 euroa. Kolmos sijan jakoi kaksi joukkuetta, jotka kumpikin saivat 1000 euron palkinnon. Hackathonin loppukarontaan vietettiin 45:ssä, jossa osallistujille tarjottiin palkintojen lisäksi ruokaa ja juomaa.

”Hackathonista jäi hyvä maku. Tapahtuma oli toki työläs järjestää ja liikuimme siinä epämukavuusalueella. Mutta hackathon ei ollut pelkkä markkinointitempaus, vaan pääsimme tekemään yhteistyötä korkeakouluopiskelijoiden kanssa ja saimme heiltä arvokkaita näkemyksiä median tulevaisuudesta. Seulomme toteuttamiskelpoiset ideat mahdollisuuksien mukaan tuotantoon.”



Toimituspäällikkö Katja Kärki (selin) ja Antti Kokkonen (vas.) saattelevat Suomen Yrittäjien toimitusjohtajan Mikael Pentikäisen mentoriksi hackathoniin.

Kuva: Mikko Halvari



Hackathonin voitti ArcTeek Donkeys -joukkue, jonka muodostivat Aprotim Paul (vas.), Pyry Vartiovaara ja Ahmed Jabir Zuhayr.

Kuva: Maiju Pohjanheimo

Tiimeistä soluihin

Toimituksessa käytiin vuoden mittaan muutosneuvottelut. Tavoitteena ei ollut työntekijöiden vähentäminen, vaan saada organisaatioon toiminnallisia parannuksia.

”Muutosneuvotteluissa nousi esiin vahva näkemys siitä, että yhtiö ei tingi sisällön tekemisestä. Toimituksen voimavarat haluttiin suunnata vastaamaan nykylukijoiden tarpeisiin. Tämä edellytti uudelleen organisoitumista.”

Toimituksessa 2,5 vuotta käytössä ollut tiimiorganisaatio uudistettiin joustavaksi ja elastiseksi soluorganisaatioksi. Uusi organisaatio otettiin käyttöön seuraavan vuoden puolella.

Uudessa organisaatiossa toimitus tekee yhteistyötä yli toimitusten ja talon sisäisten raja-aitojen.

”Muodostamme soluja, joiden avulla pystymme nopeasti rea-

goimaan maailman muutoksiin. Hierarkkinen johtamismalli on tullut tiensä päähän. Tärkeänä tavoitteena on valuttaa valtaa ja vastuuta alaspäin sekä päästää luovuus toimitusten tekemisessä valloilleen. Johtotähtenä on yleisön tarpeista lähtevä journalismi.”

Kokkonen sanoo, että toimituksen väki on uudesta organisaatiosta innoissaan eikä hän ole havainnut muutosvastarintaa. Hän sanoo, että jos uudessa organisaatiossa joku asia ei toimi, korjaavat liikut tehdään nopeasti.

”Annamme maksimaalisesti vapautta ja vastuuta omaan työhön. Vastuuta jaetaan soluille ja tekijöille, joita autetaan, sparrataan ja mahdollistetaan. Ryhtiä tuo uutispääällikkö, joka vastaa kokonaisuudesta ja saa orkesterin soimaan. Hänen vastuulleen kuuluu koordinoitua, johtamista, hyvän hengen luomista ja kokonaisuuden hallintaa.”

Toimitus pääsi keskustaan

Muutto Kiistolantaan oli toimitukselle iso projekti. Etukäteen heräsi epäilyjä siitä, miten tiloihin mahtuu ja miten niissä säilyy työrauha.

”Mielestäni uudet tilat ovat aivan loistavat toimituksen työtä ajatellen. Saamme tehdä töitä lähellä toisiamme. Työrauhakin on turvattu, sillä Kiistolantaan on paljon neukkareita ja neuvotelukoppeja. Tärkeitä haastatteluja ei tarvitse tehdä toisten joukossa. Parasta toimitukselle on tietenkin se, että me olemme nyt kaupungin keskustassa.”



Paikallislehdet alueensa ykkösmedioita



lijoikiseudun päätoimittaja Martta Oinas-Panuma vetää paikallislehtien ohjausryhmää.

lijoikiseudun päätoimittaja **Martta Oinas-Panuma** otti vuoden 2024 alusta paikallislehtien ohjausryhmän vetovastuun.

Oinas-Panuman johdolla Koillissanomien, Raahen Seudun, Rantalakeuden, Siikajokilaakson ja Pyhäjokiseudun päätoimittajat kokoontuvat kerran kuukaudessa ajankohtaisten asioiden äärelle. Mukana kokoontumisissa on vaihtuvasti Kaleva Median ammattilaisia, kuten esimerkiksi Kalevan päätoimittaja **Antti Kokkonen**.

Kaleva Median paikallislehdet kattavat maantieteellisesti laajan alueen Rukan hangilta Rautaruukin piippujen varjoon ja väestökadon koettelemista pikkukunnista suuremman syntyvyyden seuduille.

”Paikallislehtemme ovat monilla mittareilla omien alueidensa ykkösmedioita, ja monipuolinen paikallisten asioiden uutisointi on niiden tärkein tehtävä. Toimitukset sijaitsevat alueilla ja toimitajat kohtaavat kentällä päivittäin paikallisia asukkaita. Meidän verkkolehtemme houkuttelevat paljon lukijoita paikallisten uutis-

ten äärelle, ja toki painetulla lehdellä on edelleen oma arvonsa”, Oinas-Panuma kertoo.

Yhteistyötä ja koulutusta

Paikallislehtien ohjausryhmä seuraa tilaustilamäärien kehitystä ja verkkolehdessä julkaistujen juttujen analytiikka kertoo, mitkä sisällöt kiinnostavat lukijoita.

”Vaikka alueemme ovatkin hyvin erilaisia, yhdellä alueella lukijoita kiinnostanut juttuaihe tai sen käsittelytapa voidaan monistaa paikallisin höyrysein muihinkin lehtiin.” Kaikkien lehtien toimitukset tekevät yhteistyötä. Sen merkitys korostuu silloin, kun tapahtuu jotakin todella isoa ja uutisarvoista.

Paikallislehtien painetut lehdet ilmestyvät kerran viikossa lukuun ottamatta Koillissanomia, joka ilmestyy kolmesti viikossa, ja Raahen Seutua, joka ilmestyy kahdesti viikossa. Paikallislehtien juttu päättyy myös Kalevan ja Lapin Kansan sivuille.

Paikallislehdet julkaisevat uutisiaan verkko edellä ja printtilehdet taitetaan keskitetyssä taitossa Oulussa.

Kalevan toimituksen kehityspäällikön **Ville-Petteri Määtän** kanssa on suunniteltu koulutuksia, jotta ammattitaito paikallislehdissä on ajan tasalla. Esimerkiksi mobiilijournalismi on jo arkipäivää.

Tavoitteena digitilausten kasvu

Jokainen paikallislehden päätoimittaja tekee lehden journalistiset päätökset ja johtaa lehden tekemistä itsenäisesti. ”Toisiamme kannustaen pyrimme kohti tavoitteita, joista tärkein on uusien digitilausten saaminen sisällön kautta.”

Vaikka paikallislehdet eivät lukumääräisesti saavuttaneet tuota tavoitetta vuonna 2024, kaikkien paikallislehtien digilevikki oli viime vuonna kasvussa ja lukijoiden digisiirtymä on vauhdissa jokaisella paikkakunnalla.

”Koillissanomat teki suurta digiloikkaa jo muutama vuotta sitten. Vuonna 2024 digilevikki kasvoi suhteellisesti eniten liijokiseudulla. Tavoitteen saavuttamiseksi pistämme kaikki paukkuja monipuolisiin digisisältöihin.”

Paikallislehtien kokonaislevikit olivat miinuksella vuonna 2024, mutta Siikajokilaakson kokonaislevikin miinus oli niin häviävän pieni, että se oli jo ilonaihe.

”Siikajokilaakso on asemapaikallaan vahva toimija ja lukijat ovat tyytyväisiä lehteensä. Vaikka muuttotappio vaivaa monia alueita, kyllä on kyllä kasvunvara maksavissa tilauksissa.”

Päätoimittajavaihdoksia ja juhluvuosia

Botnia Printin kaupan myötä Kuusamossa ilmestynyt Kuusamon seutu yhdistettiin Koillissanomiin vuoden 2024 alussa. Koillissanomat menestyi hyvin Uutismedian liiton Vuoden paikallismedia-kilpailussa ja juttukilpailussa, samoin kuin Raahen Seutu.

Kun **Sauli Pahkasalo** siirtyi vuoden alusta Lapin Kansan päätoimittajaksi, Rantalakeus sai **Henna Lammista** uuden päätoimittajan.

70-vuotista taivaltaan juhlinut Pyhäjokiseutu järjesti vuoden mittaan monipuolisesti erilaisia tapahtumia, jotka vahvistivat lukijasuhdetta.

liijokiseudun suuri ponnistus oli Pudasjärven Suviseurat. Tapahtuma räjäytti verkkolehden kävijämäärät ja nosti digilevikkä.

Paikallislehdissä tehtiin vuoden mittaan myös rekrytointeja. ”Ilahduttavan isot hakijamäärät osoittavat, että paikallislehti kiinnostaa toimittajia työpaikkana.”



”
Paikallislehtien
tärkein tehtävä on
monipuolinen paikallisten
asioiden uutisointi.

Kolmiokirja vetää plussalla

Ristikkolehtien julkaisijana Kolmiokirja on porskuttanut pitkään Suomen markkinajohtajana.

”Olemme jo jonkin aikaa tehneet ristikkolehtien portfolio-uudistusta ja jatkoimme työtä edelleen viime vuonna. Sen seurauksena julkaistavien ristikkolehtien joukkoon tuli uusia tuotteita ja samalla osa vanhemmista tuotteista tuli elinkaarensa päähän”, kertoo Kolmiokirjan toimitusjohtaja **Miikka Vuontisjärvi**.

Portfolio-uudistuksen taustalla on kuluttajien käyttäytyminen. Korona-aikana lehdillä oli hyvä menekki. Venäjän Ukrainaan aloittama hyökkäyssota taas vaikutti yleisemmin kuluttamiseen ja sitä kautta myös Kolmiokirjan tuotteiden menekkiin.

”Paperia oli hankala saada ja sen hinta nousi, mikä korotti lehtien painokuluja.”

Portfolio-uudistuksen seurauksena Kolmiokirjan julkaisuvalikoimaan tuli 8 uutta tuotetta, joista 7 on tehtävälehtiä.

”Kokeilumielessä teimme konserniyhteistyönä verkkolehti Pohjoisen poluista printtiversiön. Lehden aihealue on meillekin uusi ja testaamaton. Lehdestä tuli hyvännäköinen ja tuhti lukupaketti, jonka hintaa soviteltiin menekin lisäämiseksi. Myynti ei valitettavasti ollut sellainen, mitä odotettiin.”

Talouspuolella Kolmiokirja ylsi vuonna 2024 budjettiin niin liikevaihdon kuin tuloksen osalta. Erityisen tehokasta Kolmiokirjan toiminta on ollut ristikkolehtien puolella, jossa julkaistavien lehtien määrä pieneni, mutta liikevaihto kasvoi. ”Pienemmällä ristikkolehtien määrällä saimme tehtyä enemmän rahaa.”

Palautusprosentti pieneni, tulos parani

Vuoden 2024 aikana myynti saatiin hyvin kasvuun. Myös lehtien palautusprosentti kauppojen hyllyiltä laski 47 prosentista 39,2 prosenttiin.

”Palautusprosentin lasku vaikuttaa tulokseen pienentämällä painokuluja. Suhteessa alhaisempien painokulujen ja hyvän draivin avulla saimme myyntiä nostettua yli koronavuosienkin.”

”Ristikkolehtien menekki on hyvä. Välillä on ollut isoakin kasvua ja välillä kasvu on pienempää. Mutta ristikkolehtien myynnissä ei ole ollut juuri laskua.”

Kolmiokirjassa on edelleen tarkoituksena kasvattaa ristikkolehtien markkinaosuutta ja tuoda markkinoille uusia lehteä.

Kolmiokirja pärjasi alan muihin toimijoihin verrattuna hyvin. ”Irtonumeromyyntissä me olimme plussalla, kun ala oli yleisesti miinuksella.”

Kolmiokirja on tuonut aktiivisesti uusia tuotekategoria ja tehtävälehtiä kuluttajille.

”Nämä lehdet eivät ehkä digitalisoidu koskaan, koska paperilla ratkottavat tehtävät eivät sellaisenaan siirry digitaaliseen maailmaan. Tehtävälehtien viehätys piilee siinä, että niiden avulla pääsee irti digitaalisesta laitteesta. Jos paperia ei olisi jo keksitty, se ehkä keksittäisiin nyt juurikin tehtävälehtiä varten.”

Kuin vastapainona Temun kaltaisille pikamuodin verkkokau-puille, Kolmiokirjan käsityölehdillä on vankkumaton lukijakuntansa. Se arvostaa omin käsin tekemistä. 7 kertaa vuodessa ilmestyvä Kauneimmat käsityöt ja 4 kertaa vuodessa ilmestyvät käsityön ABC-lehdet houkuttelevat mukaansa myös nuorempaa tekijäkuntaa.

Kolmiokirja julkaisee myös 7 kertaa vuodessa ilmestyvää Leivo-taan lehteä.

”Resepteihin perustuvia lehtiä on hankala saada kaupaksi, kun S- ja K-ryhmä jakavat reseptejä ilmaiseksi.”

Muutto Etu-Lyötyyn

Kun Kaleva Media ilmoitti myyneensä Solistinkadun kiinteistön, Kolmiokirjallakin oli edessä muutto. Yhtiö ei seurannut emoyhtiön mukana Kirkkokadulle.

”Meidän piti nopeasti löytää uusi toimisto, jossa on tilat 15 työntekijälle. Uudet tilat löytyivät ja pääsimme toukokuussa muuttamaan Vanhatullinkatu 2:een. Muutto oli niin nopea, että sisustuspuolta tai ikkunaverhoja ehdittiin miettimään vasta jälkikäteen.”

Uudessa toimistossa on 5 työhuonetta, joihin mahtuu 2-3 työpistettä kuhunkin. Lisäksi Kolmiokirjalla on oma keittiö ja neuvottelutila.

Vuontisjärvi sanoo, että henkilökunta on ollut tyytyväinen uuteen toimistoon, jonka sijainti ydinkeskustan kupeessa Etu-Lyötyssä on hyvä.

”
Tehtävälehtien viehätys piilee siinä, että niiden avulla pääsee irti digitaalisesta laitteesta.





Lapin Kansan toimittaja Niina Lavia pitää saamaansa Suurta Journalistipalkintoa isona kunnianosoituksena maakuntalehdissä tehtävälle työlle.

Kuva: Vesa Moilanen / Lehtikuva

Niina Lavialle Suuri Journalistipalkinto

Lapin Kansan toimittaja **Niina Lavia** palkittiin maaliskuussa 2024 Suurella Journalistipalkinnolla. Hänen juttunsa matkailualan kausityöläisten kokemuksista palkittiin Vuoden juttuna.

Lavia teki syksyn 2023 aikana sarjan tutkivia juttuja, joissa hän paljasti Lapin matkailualan kausityöntekijöiden huonon kohtelun. Käytännöissä oli jopa viitteitä ihmiskaupasta.

Palkintolautakunta perusteli Lavian palkintoa sillä, että hänen tekemänsä paljastukset ovat maakuntalehdessä poikkeuksellisia ja yhteen Lapin pääelinkeinoista puuttuminen vaatii rohkeutta.

Kalevan toimittajat **Antti Pasanen** ja **Silja Aitoaho** olivat ehdolla Vuoden alueellisen jutun kategoriassa jutullaan Ukrainan pakolaisten pakkosiirrosta Oulussa.

Palkintoja Kaleva Median lehdille

Kaleva Median julkaisemat lehdet niittivät menestystä Utismedian liiton kilpailuissa.

Koillissanomien kaksi juttua sijoittui kärkeen Vuoden paikallislehtijuttu -kilpailun printtijuttujen sarjassa.

Sarjan voitti **Reino Hämeenniemen** ja **Jussi Väätäisen** Metsä täynnä hoksotiikkaa, joka on reportaasi lumisesta metsästä. Palkintoa perustellaan sillä, että humoristisen tekstin kieliasu on selkeä ja sisältää myös muuta kuin suomen kieltä. Lisäksi reportaasissa on upeat kuvat ja selkeä taitto. Koillissanomien **Linda Laaksosen** pilkkimistä käsittelevä Pilkkijä ei pysy kauan aloillaan sijoittui sarjassa toiseksi.

Paikallislehtijuttujen digisarjassa toiseksi sijoittui Raahen Seudun **Juulia Korkiakankaan** ja **Vesa Joensuun** juttu Lepakkojahdissa, jossa selvitettiin Raahen lepakkohavaintoja ja niiden vaikutuksia rakentamiseen.

Vuoden paikallismediat -kisassa Koillissanomat sai kolmannen sijan sarjassaan.

Myös kaupunkilehdille menestystä

Kaupunkilehti Uuden Rovaniemen toimittaja **Mari Molkoselän** ja kuvaaja **Jussi Leinosen** juttu päihde- ja mielenterveyskuntoutujien palvelukotina toimivasta Palosalmi-kodista voitti Vuoden digijuttu -palkinnon Vuoden kaupunkilehtijuttu -kilpailussa.

Kilpailussa oli kaksi sarjaa. Ykkössarjassa arvioitiin printtijuttujen kokonaisuutta ja kakkossarjassa digijuttuja. Molkoselän ja Leinosen juttu voitti digisarjan.

Myös Oulussa ilmestynvä Forum 24 keräsi sarjassa palkintoja. Printtijuttu-sarjan puolella toiseksi sijoittuivat **Susanna Eksymä** ja **Pekka Kallasaari**. Palkittu juttu oli Säpinää vuorokauden ympäri, joka seuraa neljän 24 tuntia vuorokaudessa toimivan työpaikan tapahtumia.

Digijuttu-sarjassa Forum 24:n **Niina Hentilä** sijoittui sarjan kolmanneksi reportaasillaan Historiallinen hetki käsillä. Uusi Rovaniemi sijoittui toiseksi myös Vuoden Kaupunkilehti -kilpailussa.



PAINO JA JAKELU



Botnia Print tehosti jakelua ja painamista

Botnia Printin vuosi 2024 oli poikkeuksellisen vauhdikas. Vauhdin takasi se, että Kaleva Media osti Botnia Printin osakekannan Hilla Groupilta 29.12.2023. Kauppaan sisältyi muun muassa painolaitokset Kokkolassa ja Kajaanissa.

”Hetimituodenvaihteen jälkeen alkoivat Botnia Printin muutosneuvottelut, joiden lopputulemana Kajaanin paino suljettiin 31.8. Kajaanin painokone, postituslaite ja levytulostin myytiin Keski-suomalaisen Lehtisepät Oy:lle Lahteen”, kertoo Botnia Printin toimitusjohtaja **Janne Koski**.

Elokuun jälkeen tuotanto siirtyi painettavaksi Kajaanista suureksi osaksi Oulun Ruskon painolaitokseen, jossa työkuorma kasvoi mukavasti.

”Operaatio sujui pieniä vastoinkäymisiä lukuun ottamatta erittäin hyvin eikä painopaikan siirtyminen näkynyt asiakkaille juuri millään tavalla.”

Botnia Printin kauppa oli merkittävä koko konsernille.

”Kauppa paransi sanomalehden painamisen kannattavuutta. Vaikka digisiirtymään mennään, sanomalehteä tilataan edelleen paljon. Meidän pitää olla kustannustehokas sanomalehden painamisessa ja jakamisessa, että saamme tyydytettyä asiakkaiden tarpeita. Moni haluaa edelleen printtilehden ja me yritämme painaa lehden mahdollisimman kustannustehokkaasti. Kokonaisuudessaan painon ja jakelun kustannustehokkuus parani entisestään.”

Botnia Printin kaupalla oli vaikutusta myös toiminnan ohjaukseen. Kaleva Median painossa itse kehitetty Panix tuotannon

ohjausjärjestelmä korvattiin kesällä Botnia-kaupan mukana tulleella Printmanilla.

Vuodenvaihteessa 2024–2025 Kaleva Media toteutti osittaisjakautumisen, jossa kaikki Kaleva Median paino- ja jakeluliiketoiminta siirtyi Botnia Print Oy Ab:n alle.

Muutoksia varhaisjakeluun Oulussa ja Rovaniemellä

Varhaisjakelussa tehtiin vuoden mittaan aika isoja muutoksia päälevikkialueella.

”Hetimituodenvaihteen jälkeen Rovaniemellä käytännössä kaikki jakelupiirit muutettiin. Muutos pienentää jakelun hiilijalanjälkeä huomattavasti, kun jakamisen kilometrimäärät pienenevät alueella.”

Iso muutos jakelussa oli myös Lapin Kansan printtilehden ilmestymispäivien ja samalla jakelupäivien vähentäminen kuudesta kolmeen päivään viikossa. Samassa yhteydessä myös Kuusamon alueella muutettiin Koillissanomien jakelua kuusipäiväisestä kolmipäiväiseksi.

Syksyllä Botnia Printillä oli laajat muutosneuvottelut jakelussa Oulun alueella ja lähikunnissa. Muutosneuvottelujen seurauksena lähestulkoon kaikki Oulun alueen ja lähikuntien jakelupiirit muuttuivat.

Piirirajojen tiivistämisellä kokonaiskilometrimäärät saatiin kuljetuiksi kilometrejä pienemmiksi. Myös tästä seurasi jakelussa merkittävä hiilijalanjäljen pieneminen.



Haluamme olla hymy huulilla, ”
mutta kuitenkin tosissamme.
Me jaamme seuraavana
vuonna osoitteellisia tuotteita
enemmän kuin koskaan.

”Vuonna 2024 Botnia Printissä tehdyt muutokset tukevat sitä, että tulevana vuonna meillä on mahdollista tehdä hyvä tulos ja edelleen tarjota kustantajille kilpailukykyisiä hintoja”, sanoo Botnia Printin toimitusjohtaja Janne Koski.

Jakajapula yllätti Rovaniemellä

Rovaniemen jakelun kolmipäiväistäminen toi haasteita jakajien saatavuuteen ja myös jakajien vaihtuvuus lisääntyi.

”Ongelma näkyi erityisesti Rovaniemen alueella, jossa meillä oli tosi isoja haasteita varsinkin vuoden loppupuolella marras-joulukuussa. Samaan aikaan meillä oli päällä Oulun muutokset ja järjestelmän vaihdokset, mikä toi ongelman ratkaisemiseen reagointahitautta.”

Rovaniemellä oli vielä päällä poikkeuksellisen kuuma turismin joulusesonki.

”Botnia Printin jakelu ja turismi käyttävät Rovaniemellä hyvin pitkälti samaa osa-aikaista työvoimaa. Jakeluongelmat näkyivät hetkellisesti Rovaniemen asiakkailla ja talon sisälläkin.”

Budbeen pakettijakelun liikevaihto ja volyymitit edelleen kasvoivat vuoden 2024 aikana. Uutena kaupunkina mukaan tuli Joensuu. Budbee on ruotsalainen yhtiö, jolle Botnia Print toimii alihankkijana.

Jakelutukea Traficomien kilpailutuksesta

Syksyllä iso asia oli Traficomien jakelutuki tiistai- ja torstaipäivien jakeluille varhaisjakelun ulkopuolelle. Traficom järjesti avoimen kilpailutuksen varhaisjakelun ulkopuolisten kuntien jakelusta. Botnia Print osallistui kilpailutukseen ensimmäistä kertaa, voitti sen ja sai tukea vähän yli 400 000 euroa.

”Saimme kilpailutuksessa Sodankylän ja Ylitornion jakelut. Sodankylässä meillä on varhaisjakelua, mutta sen ulkopuolella asuville tilaajille toimitamme lehden. Vuoden mittainen sopimus alkoi syyskuun alusta.”

Botnia Print vaihtoi vuoden mittaan Anygraafin toimittaman CDProfit jakelujärjestelmän huomattavasti modernimpaan ja kotimaiseen Tietotek-jakelujärjestelmään.

”Järjestelmän vaihdon yhteydessä siirryimme syyskuun alusta vaihteittain myös aktiiviseen piirimittamalliin. Se tarkoittaa sitä, että jakajille maksettava kilometrikorvaus ja piirinkulkemisen pohja-aika määrätään tilattujen tuotteiden eli jakajan todellisten kulkujen mukaan. Meille muutos oli mittava ja se koskee kaikkia jakelualueita.”

”Painaa ja jakaa”

3.Polvi auttoi vuoden lopulla Botnia Printtiä uuden brändin luomisessa. Uusi brändi näkyy yrityksen mainonnassa, markkinoinnissa ja nettisivujen rentona otteena.

”Emme halunneet perinteistä virallisen oloista pönöttämistä, Haluamme olla hymy huulilla, mutta kuitenkin tosissamme.”

Janne Koski sanoo, että uusi brändi on huomattu talon ulkopuolella ja siitä on tullut paljon kommentteja. ”Mutta yhtään kriittistä palautetta emme ole saaneet, vaikka joidenkin lausahdusten kanssa saatammekin olla siinä rajoilla.”

Brändiuudistusta lähdettiin tekemään viime vuoden lopulla ja se liittyi osittaisjakautumiseen. ”Haluimme raikastaa ilmettämme ja samalla näyttää asiakkaillemme, että me Botnia Printissä olemme kaikki yhtä samaa perhettä.”

Suorajakelun volyymi kasvaa

Posti päätti vuoden aikana luopua suorajakelujakamisesta, ja sillä on positiivinen vaikutus Botnia Printissä toimivalle Oulun Suorajakelu Oy:lle. Postin päätös tarkoittaa Oulun Suorajakelulle merkittävää volyymin kasvua.

Botnia Printin osittain omistama Jakeluyhtiö Suomi voitti Kelan kirjeiden jakamisesta järjestetyn kilpailutuksen. Tällä on merkittävä vaikutus Jakeluyhtiö Suomeen ja Botnia Printille jakelumäärien kasvun kautta.

”Me jaamme seuraavana vuonna osoitteellisia tuotteita enemmän kuin koskaan.”

Vuoden 2024 aikana Botnia Print on laittanut kuntoon monta asiaa ja varautunut näin tuulisiin aikoihin.

”Me olemme reagoineet ajoissa asioihin. Viime vuonna tehdyt ratkaisut ja muutokset tukevat sitä, että tulevana vuonna meillä on mahdollista tehdä hyvä tulos ja edelleen tarjota kustantajille kilpailukykyisiä hintoja.”



OLEMME OSA KALEVA MEDIAA

Painamme isolla

(ja tarkasti)

BOTNIAPRINT.FI

botniaprint
PAINAA JA JAKAA

MARKKINOINTI JA Viestintä

Myynnin erilainen vuosi Lähityötä, tapahtumia, läsnäoloa ja lähellä asiakkaita

Myynnin vuosi 2024 oli monivivahteinen. Näin luonnehtii silloinen mediapalveluiden johtaja ja nykyinen kaupallinen johtaja **Heidi Kananen**.

”Alkuvuosi lähti vauhdikkaasti liikkeelle, kun Kaleva Media osti Botnia Printin ja kaupassa meille tuli kaksi lehteä. Kotikulmilta ilmestyi Meri-Lapissa ja Kuusamon Seutu Kuusamossa. Ne sulautettiin alkuvuodesta osaksi Lounais-Lappia ja Koillissanomia.”

Myynnin kannalta alkuvuosi oli haastava sikäli, että edellisen syksyn alakuloinen markkinatilanne jatkui aina alkuvuoteen 2024.

”Me teimme silloin reippaita muutoksia myynnissä, palasimme vahvaan lähityösuositukseen, nostimme aktiviteettitasoa ja tiivistimme tekemistä. Alkuvuosi oli vaikea ja jäimme tavoitteesta jo ensimmäisen kvartaalin aikana.”

Tammikuussa pidetty presidentinvaali ja kesäkuun alun EU-vaalit toivat pientä piristystä myynnin lukuihin.

Uusi organisaatio

Vuoden aikana käytiin isot muutosneuvottelut, jotka saatiin kesäkuussa päätökseen.



Muutosneuvottelujen tuloksena yrityspalvelut organisoitui uudelleen nykystrategian mukaiseksi.

”Muodostimme myyntiin kolme tiimiä: Oulun alueen tiimin, aluemyyntitiimin sekä valtakunnallisten ja isojen asiakkaiden myyntitiimin, johon myös asiantuntijatiimi kuuluu. Halusimme vahvistaa organisaatioon strategian mukaisesti paikallisuutta, yhtenäistimme tehtävänkuvia ja lisäsimme myyntivastuuta joka roolissa.”

Muutosneuvottelujen päätteeksi mainostuotanto ulkoistettiin syyskuussa PunaMustalle, jonne siirtyi 9 henkilöä. ”Se toi meille resurssijoustavuutta ja nähdäksemme mahdollistaa myös tiimin toiminnan kehittämisen entistä paremmin osana isompaa organisaatiota.

Arjen yhteistyö on toiminut erinomaisesti PunaMustan ja sinne siirtyneen henkilöstön kanssa. He ovat hyviä osajia, joiden kanssa teemme töitä edelleen rintarinnan. Heille on tullut ulkoistuksen myötä lisää monipuolisia työtehtäviä ja uutta sisältöä työhön.”

Lähityöstä mukava fiilis

Myynnin toinen vuosipuolisko oli jo ensimmäistä parempi. Myynti pääsi useana kuu-

kautena tavoitteeseen, vaikkakin joulukuu oli liiketaloudellisesti vaikea.

”Muutosneuvottelujen toimet alkoivat purra vuoden loppupuoliskolla. Alkuvuoden jättämän takia olimme aluksi paljon budjettia perässä, mutta jättämää saatiin kirittyä kiinni.”

Kesälomien jälkeen Oulussa päästiin aloittamaan toinen vuosipuolisko uusissa tiloissa Kirkkokadulla. ”Oli aika makea tulla uusiin upeisiin tiloihin. Uudet toimitilat ja uudelleen organisoituminen uusiin tiimeihin tarjosi muutosneuvottelujen jälkeen meille mahdollisuuden uuteen alkuun.”

Vaikka Solistinkatu sijaitsikin aika lähellä keskustaa, Kiistolantie talo toi myyntiin kokonaan uusia mahdollisuuksia.

”Muutto toi meidät lähemmäksi asiakkaita. Kirkkokadulla olemme aivan pelipaikoilla. Asiakkaiden on helppo tulla käymään ja toisaalta meillä on nopeaa pyörähtää tapaamaan asiakkaita kasvotusten.”

Fiilis on myynnissä tärkeä. Vaikeassa markkinassa voi olla hankala yrittää myydä yksin kotona, jos myyntiä ei tule. Se passivoi ja turhauttaa.

”Kun toimistolla näkee, että työkaverilla käy kauppa, tulee ihan eri fiilis. Lähityö antaa meille energiaa ja resilienssiä, yhteisöllisyys lisää tekemisen fiilistä ja tuki myös vitsiä ja naurua.” Myynnissä lähityötä tehdään kolmena päivänä viikossa.

Myynti lähellä ja läsnä

Vuoden 2024 aikana yrityspalveluissa lisättiin entisestään paikallista näkyvyyttä ja aktiivisuutta. Se oli tietoinen valinta.

”Me olemme todella paljon näkyvissä, lähellä ja läsnä. Olemme mukana erilaisissa tapahtumissa ja teemme yhteistyöprojekteja muun yrityskentän kanssa. Ja vauhti tuntuu vain kiihtyvän. Olemme aktiivisesti mukana erilaisissa tapahtumissa ja haluamme olla kumppaneillemme hyviä yhteistyökumppaneita.”

Kaleva Media oli näkyvästi mukana esimerkiksi

Pohjois-Pohjanmaan Yrittäjyysviikolla syyskuussa, Octoberfestissä lokakuussa, Northern Glow -festivaalissa marraskuussa sekä lukuisissa itse järjestetyissä tapahtumissa. Yritysyhteistyön nimissä olemme vahvistaneet paikallista läsnäoloa tapahtumissa myös Rovaniemellä, Meri-Lapissa, Kuusamossa ja Raahessa.

”Muutos entiseen on näkyvä. Osoitamme, että olemme lähellä ja läsnä. Se on osa modernin mediatalon strategiaa.”

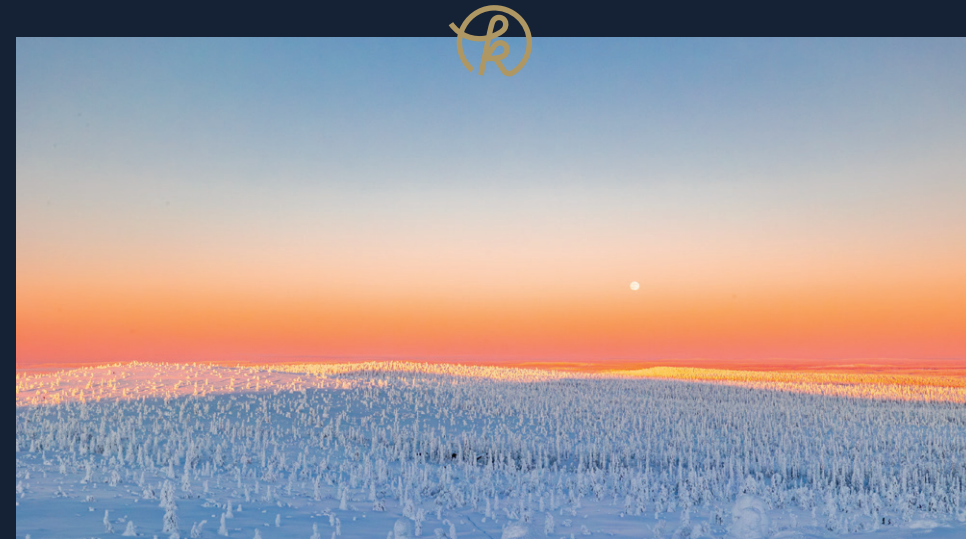
Kaleva Media järjesti erilaisia tapahtumia ja aamiaistilaisuuksia myös itse. Business Bootcampilla tarjottiin lajikokeiluja, liikuntaa ja liiketoimintaa ympäri vuoden.

”Tapahtumat ovat iso osa omaa markkinointia. Euroissa mitattuna tapahtumat ovat tärkeitä, sillä suuri osa liideistä tulee paikallisten verkostojen kautta.”



Lähityö antaa meille energiaa ja resilienssiä, yhteisöllisyys lisää tekemisen fiilistä ja toki myös vitsiä ja naurua.

”



Täällä on tilaa suurille unelmille

Siinä, missä jotkut näkevät mahdottomuuksia, me pohjoisen ihmiset näemme tilaa unelmille.

Yhdessä teemme elinvoimaisen pohjoisen

POHJOISEN OMA

KALEVAMEDIA

Kolmannen Polven koelaboratoriossa mennään asiakkuudet edellä

Kolmas Polvi on ensimmäinen Kaleva Median yhtiö, jolla ei ole esihenkilöitä. Pienen yhtiö kokeilu on otettu mielenkiinnolla vastaan koko konsernissa.

Idea Kolmannen Polven koelaboratoriosta syntyi toimitusjohtaja **Anna Kärävän** ajatuksista.

”Ajatus syntyi työn arjesta. Sain toimiston väeltä yhteydenottoja asioista, joita olin aivan väärä ihminen ratkomaan ja joiden hoitaminen veisi minulta kaiken lisäksi myös paljon aikaa. Huomasin siis olevani turha lenkki.”

Muutosneuvotteluissa toimestosta piti vähentää väkeä ja samalla virtaviivaistaa toimintaa.

”Kaikki turha byrokratia karsittiin pois ja rakensimme mahdollisimman matalan organisaation, jossa asioita ratkovat ne ihmiset, joilla on asiasta paras tietämys.”

Järjestely nostaa asiakkuusjohtajien roolia, jossa he ovat työnjohtajia asiakkaittensa projekteissa.

”Olen kannustanut asiakkuusjohtajia myös huolehtimaan työn innostamisesta, kuuntelemaan ihmisiä ja antamaan enemmän palautetta eli hyödyntämään valmentavan johtamisen oppeja.”

Kolmannen Polven lakisääteiset työnjohdolliset tehtävät hoitaa Kärävä ja operatiivinen johtaja on **Pauliina Karelehto**.

”Vanhassa organisaatiossa toimimme ehkä liiaksi ison konsernin tavoin. Halusimme purkaa tiettyjä malleja ja toimia suoraviivaisemmin asiakkaittemme hyväksi. Kolmannen Polven organisaatio on pieni ja työntekijöitäkin on vain 15–16.”

Optimismia ja korkeita tavoitteita

Vuosi 2024 oli Kolmannen Polven toiminnan ensimmäinen kokonainen vuosi. Edellisenä vuotena toimisto tuli markkinaan ja sai hyvän alun.

”Lähdimme vuoteen 2024 toiveikkaasti. Otimme isoja haasteita ja lähdimme mukaan isoihin kilpailutuksiin saadaksemme isompia töitä. Kehitimme muun muassa Design Sprintin eli tehokkaan ja inspiroivan tavan tehdä kilpailutustöitä. Tavoitteemme olivat aika korkealla ja olimme vähän optimistisia. Isoimpia kilpailutuksia emme kovasta yrittämisestä huolimatta voittaneet, mikä aiheutti kannattavuusongelmia.”

Kolmas Polvi on pieni organisaatio, jossa kokeillaan miten toimisto pyörii ilman esihenkilöitä, kertoo toimitusjohtaja Anna Kärävä.

Vuoden aikana Kolmas Polvi kasvatti liikevaihtoaan ja sai hyviä uusia asiakkuuksia.

Loppusyksyllä käytyjen muutosneuvottelujen jälkeen organisaatiota uudistettiin, byrokratiaa vähennettiin sekä resurssointiin ja projektinhallintaan saatiin tehoja.

Napakka ja toimiva resurssointi

Kolmannen Polven arjesta 80 prosenttia asiakkuuksien tekemistä ja johtamista. Siksi asiakkuusjohtajan rooli on merkittävä. He johtavat projekteja.

”Napakka ja toimiva resurssointi on meidän selkärankamme.

Vaikka se saattoi aluksi kovalta ja karskilta, huomaamme nyt miten tärkeä se on. Ylityöt ovat vähentyneet eikä työuupumuksesta johtuvia poissaoloja enää ole. Se kertoo siitä, että resurssointi on hoidettu hyvin ja on järkevästi hallittavissa.”

Töiden sujuvuuden eteen on Kolmas Polvi nähnyt paljon vaivaa.



”
Napakan ja toimivan resurssoinnin ansiosta ylitöiden määrä on vähentynyt eikä työuupumuksesta johtuvia poissaoloja enää ole.

”Olemme markkinointitoimisto, jossa meillä pitää olla 70 prosentin laskutusaste. Tämä muutos on iso työntekijöillemme, jotka tulevat hyvin erilaisesta tavasta toimia.”

Uuteen organisaatioon perustettiin viisi tiimiä suorituskyvyn ylläpitämiseksi ja toiminnan kehittämiseksi.

”Tiimeissä käsitellään asioita, joiden kanssa meidän pitää olla koko ajan hereillä. Luovuus ja digi yhdistettiin omaksi kehitystiimikseen, jossa ovat mukana kaikki meidän suunnittelijamme ja asiantuntijamme. Oma tiiminsä vastaa teknologisesti kyvykkyydestä, toinen myynnistä ja kolmas henkilöstöasioista. Laatutiimi seuraa meidän töiden yleistä laatutasoa. Tämä kaikki vie kuitenkin vain 20 prosenttia meidän työajastamme.”

Uusi toimisto katkaisi napanuoran

Kolmas Polvi muutti keväällä uusiin tiloihin Pakkahuoneenkadulle. ”Uusi toimisto tarkoittaa meille pientä henkisen napanuoran katkaisemista Kaleva Mediaan. Meillä on oma toimisto ja me saamme pärjätä omillamme. Se on myös tärkeä viesti asiakkaille, joista osa saattoi kuvitella meidän tekevän töitä vain Kaleva Median medioihin. Olemme löytäneet oman itsenäisyytemme, mutta luonnollisesti teemme jatkuvasti asioita yhdessä Kaleva Median kanssa.”

Kolmannen Polven vuosi on täynnä hienoja onnistumisia ja uusia asiakkuuksia, jotka ovat kehittyneet. ”On todella tärkeää, että emme ole menettäneet yhtään isompaa asiakasta. Sehän tarkoittaa sitä, että asiakkaat ovat meihin tyytyväisiä.” Kolmannen Polven luovuus on kehittynyt ja työntekijöiden osaaminen kasvaa. ”Meillä on hienoja henkilökohtaisia kasvutarinoita, kun työntekijät ovat löytäneet itsestään uutta ja he ovat oppineet ihan uusia asioita. Meillä on myös

jatkuvan kehittymisen malli, jossa jokaisen asiakasprojektin jälkeen pidetään retro, joista otetaan opit talteen arkeen ja perustetaan tarvittaessa isompia kehittämisprojekteja.”

Anna Kärävä näkee myös puutteita. ”Olisimme voineet tehdä enemmän omaa markkinointia. Emme ole ehtineet keskittyä siihen, koska asiakastyöt menevät aina muun edelle. Toisaalta

on hyvä, että on ollut kiirettä asiakastöissä. Jos ihmiset valittavat työn aiheuttamaa stressiä, sanon aina, että markkinointitoimistossa olisi paljon suurempi stressi jos ei olisi töitä.” ☺



Markkinointitoimisto Kolmannen Polven vuoteen 2024 mahtuu hienoja onnistumisia ja uusia asiakkuuksia, jotka ovat kehittyneet.

Henkilöstön tyytyväisyys vuoden makein voitto

Vaikuttaja- ja PR-toimisto Indieplace sai viime vuonna makean voiton. Henkilöstön tyytyväisyys parani koko konserninkin tasolla historiallisen paljon.

”Nousimme mittauksessa C-luokasta A-plusaan. Teimme huiman harppauksen yhdessä. Panostimme erityisesti sisäisen viestinnän kehitykseen, kuuntelimme työntekijöiden murheita ja pyrimme yhdessä ratkomaan haasteita”, summaa toimitusjohtaja **Pauliina Paakki**.

”Samalla kun hioimme ja kehitimme prosessejamme ja teimme järjestelmämuutoksia, saimme myös manuaalista työkuormaa alas-päin. Yhteishenki parani, kun teemme yhdessä töitä ja pidämme työkaverista huolta. Kiirepiikikään eivät tunnu niin isosti, kun autamme toisiamme ja jaamme työtä tasaisemmin.”

Indieplacessa tehdään joustavaa hybridityötä. ”Meillä on toimistotiistait, jolloin kaikki tulevat työpaikalle. Muuten teemme hybridityötä kotoa, mökiltä tai vaikka joustavasti ulkomailta. Nytkin meiltä on yksi ryhmä tekemässä töitä Rukalla.”

Järjestely saa henkilöstöltä kiitosta. Se myös auttaa sovittamaan yhteen lapsiperheen arjen ja työelämän. Henkilöstöstä on myös mainittu, että Indieplacessa työntäjä toimii toimiston lapsiperheiden tukiverkostona.

”Me teemme työtä matalalla hierarkialla ja meillä on hyvä yhdessä tekemisen meininki.”

Tehostusta ja torjuntavoitto

Indieplacen vuosi 2024 oli kaksijakoinen. Markkina oli erityisesti kevätkaudella haasteellinen, mutta alkusyksystä alkaen koettiin pientä piristystä.

”Vuosi oli edellisvuoden muutosneuvotteluiden ja niistä seuranneiden lomautusten takia rikkonainen. Pienellä porukalla teimme kuitenkin varsin hyvän torjuntavoiton. Vaikka tulos jäi hienokseltaan miinukselle, vuoden tuloskehitys oli itseasiassa hyvä.”

Indieplacessa matalasuhdanne käytettiin tehokkaasti hyödyksi.



Indieplace on aikamoinen yritystarina blogitalosta nykyaikaiseksi markkinointitoimistoksi, joka on keskittynyt vaikuttajamarkkinointiin ja PR:n.

Indieplace juhli 15-vuotissyntymäpäiväänsä yhdessä asiakkaiden, vaikuttajien, sidosryhmien ja henkilöstön kanssa.

”Kehitimme ja kevensimme prosessejamme. Sen seurauksena teimme kannattavampia kampanjoita, koska kevennettyinä ne eivät työllistäneet entiseen malliin ja saimme osan työvaiheista automatisoitua.”

Vaikuttajamarkkinoinnin rinnalle aloitettiin kasvattamaan PR-tuotepalveluja kehittämällä sen prosesseja tehokkaammiksi ja lisäämällä palveluvalikoimaa. Työ tuotti tulosta.

”Järjestimme kesällä 2024 Powerin Tammiston myymälän avajaistapahtuman, jonka kävijämäärä oli useita tuhansia ihmisiä. Suunnittelimme ja toteutimme paitsi tapahtuman ennakkomainonnan myös itse avajaistapahtuman, vastaten muun muassa tapahtuman karnevaalialueesta ja sen kaikista käytännön järjestelyistä sekä tapahtuman ohjelmasisällön suunnittelusta ja koordinoinnista. Järjestimme myös Kamux Tampereen Lakalaivan uuden myymälän avajaiset, joka sekin oli iso, useiden satojen ihmisten tapahtuma.”

Indieplacen oma strategiakausi alkoi vuonna 2024 otsikolla Marketing with influence.

”Haluamme ajatella vaikuttajamarkkinoinnin 360-asteisesti ja saamaan vaikuttajien luomasta henkilöbrändistä asiakkaalle mahdollisimman paljon irti esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa, tv:ssä, radiosisältöjen boostauksissa, natiiviartikkeleissa tai pr-tapahtumien juontamisissa.”

Indieplacen oma sisäinen strategia kulkee käsi kädessä konsernin strategian sekä sen markkinoinnin ja viestinnän osion kanssa.

Kahden juhlan vuosi

Vuoteen mahtui kaksi isoa juhlaa: Indieplace täytti 15 vuotta ja osa toimiston väestä osallistui myös Kalevan125-vuotisjuhlaan.

”Indieplace on aikamoinen yritystarina blogitalosta nykyaikaiseksi markkinointitoimistoksi, joka on keskittynyt vaikuttajamarkkinointiin ja PR:ään. Koska ala on niin muuttuvainen, Indieplacen on pitänyt uudistua monta kertaa vuosien varrella. Meillä on ollut kykyä ja uskallusta mennä mukaan uusiin trendeihin ja alustoihin.”

Indieplace juhli syntymäpäiväänsä yhdessä asiakkaiden, vaikuttajien, sidosryhmien ja henkilöstön kanssa.

Syytä juhlaan 15-vuotiaalla on muutenkin. IAB:n arvion mukaan vaikuttajamarkkinointi alana on vuosien saatossa kasvanut yhtä suureksi mediaryhmäksi kuin radio.

”Meillä kehitys näkyy niin, että suurimmat asiakkaat tuovat koko ajan isompia euromääriä taloon. Seitsemän suurinta Indieplacen asiakasta toi yli 50 prosenttia euroista. Viime vuonna keskikaupan koko nousi myös yli 20 prosenttia. Ne asiakkaat, jotka panostavat vaikuttajamarkkinointiin, käyttävät siihen koko ajan isompia euromääriä.”



Indieplace teki vuonna 2024 pienellä porukalla varsin hyvän torjuntavoiton. Vaikka tulos jäi hienokseltaan miinukselle, vuoden tuloskehitys oli itseasiassa hyvä, luonnehtii toimitusjohtaja Pauliina Paakki.



HALLINTO

Hallitus 2024



Pekka Väisänen

KTM, liiketoimintajohtaja (DNA), jäsen v. 2017, puheenjohtaja v. 2022 alkaen



Carita Antell

KTM, varapuheenjohtaja, jäsen vuodesta 1997



Kalle Korkeakivi

eMBA, HHJ, jäsen vuodesta 1999



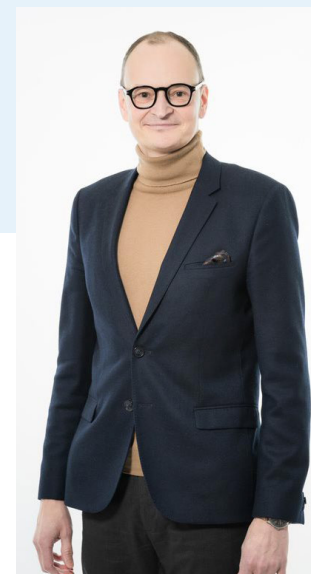
Antti-Pekka Jauho

Professori, jäsen vuodesta 2000



Jarkko Nordlund

KTM, johtaja (Veikkaus) jäsen vuodesta 2020



Mika Rytty

Toimitusjohtaja (Kontiotuote), jäsen vuodesta 2022

Johtoryhmä 2024



Juha Laakkonen
Toimitusjohtaja, Tshekin
tasavallan kunniakonsuli



Niiles Nousuniemi
Operatiivinen johtaja, COO



Antti Kokkonen
Päätoimittaja, Kaleva



Janne Koski
Paino ja Jakelu -johtaja



Heidi Kananen
Johtaja, Yritysasiakkaat
ja -palvelut



Petri Karjalainen
Johtaja, Kuluttaja-asiakkaat



Pekka Kunnari
Talousjohtaja

TOIMINTAKERTOMUS

HALLITUKSEN TOIMINTAKERTOMUS 2024

VOOSI 2024 LYHYESTI

Kaleva Median liikevaihto oli 66,7 miljoonaa euroa, joka kasvoi 11,9 % eli 7,1 miljoonaa euroa verrattuna vuoteen 2023. Vuoden 2023 lopulla ostettu Botnia Print Oy on kasvattanut yhtiön painoliiketoimintaa, joka on vaikuttanut positiivisesti liikevaihdon kehitykseen. Toisaalta mediapalveluiden kysyntä on jatkanut heikentymistään.

Kuluttajapalvelut liiketoiminnan toimintaympäristö jatkui edellisen vuoden tapaan haasteellisena. Liikevaihto oli 29,2 M€, joka aleni 2,7 % eli 0,8 M€ edelliseen vuoteen verrattuna. Kuluttajien siirtyminen yhä voimakkaammin digitaalisten kanavien käyttäjiksi jatkui, joka vaikutti liikevaihdon kehitykseen alentavasti. Vuoden aikana printtilevikki aleni 12,2 % ja vastaavasti digilevikki kasvoi 12,7 %. Yhä useampi uusi tilaaja on puhtaasti digituotteiden käyttäjä. Kokonaistilajamäärä aleni 4,3 %.

Yrityspalvelut -liiketoiminnan liikevaihto oli 15,0 M€, joka supistui 13,0 % eli 2,2 M€ edellisestä vuodesta. Yritysten mainos- ja markkinointipanostukset olivat edellisen vuoden tapaan maltillisia.

Paino- ja jakeluliiketoiminnan liikevaihto oli

18,5 M€, joka kasvoi 149,2 % eli 11,1 M€. Liikevaihdon voimakkaaseen kasvuun vaikutti vuoden 2023 lopussa konserniin hankittu Botnia Print painoliiketoiminta.

Markkinointi -liiketoiminnan liikevaihto oli 3,0 M€, joka aleni 20,1 % eli 0,8 M€. Liikevaihdon kehitykseen vaikutti toimintaympäristön pysyminen haasteellisena. Yritysten markkinointipanostukset olivat edelleen maltillisia.

Yhtiön kannattavuus oli positiivinen, mutta heikkeni edelliseen vuoteen verrattuna. Liiketulos 0,4 miljoonaa euroa, joka oli 0,6 % liikevaihdosta. Vuonna 2023 liiketulos oli 1,5 miljoonaa euroa. Liiketuloksen alentumiseen on vaikuttanut osaltaan yhtiön kulumakentien kasvu Botnia Print Oy:n hankinnan myötä. Painoliiketoiminnan laajenemisen myötä muutuvat materiaalikulut ja liiketoiminnan kiinteät kulut ovat nousseet. Kesäkuun lopussa saatettiin loppuun Oulussa Solistinkadun kiinteistön myynti Oulun Energia Oy:lle. Kaupasta kirjattiin liiketoiminnan muihin kuluihin kertakuluna 0,3 miljoonaa euroa. Sijoitustoiminta tuotti hyvin, jonka myötä yhtiön rahoitustuotot- ja kulut olivat 5,2 miljoonaa euroa.

Kesäkuussa päätettiin Lapin Kansan paperilehden ilmestymispäiviin liittyvästä konsepti-

muutoksesta. Syyskuun puolesta välistä lukien paperilehti jaetaan kolmena päivänä viikossa ja näköislehti jatkaa ilmestymistä nykyiseen tapaan kuutena päivänä viikossa. Konseptimuutokseen liittyen Kaleva Mediassa käytiin muutosneuvottelut koskien Lapin ja Meri-Lapin alueen jakelun henkilöstöä. Samaan aikaan päätettiin myös organisoida uudelleen yritys- palveluiden toimintaa, johon liittyen yritys- palveluissa käytiin muutosneuvottelut. Yhtiö päätti samassa yhteydessä mainostuotannon ulkoistamisesta 1.9.2024 alkaen. Näiden toimenpiteillä on olennaista merkitystä yhtiön kannattavuuden parantamiseksi.

Kuluneen vuoden aikana toteutettiin Kaleva Median henkilöstön ja hallituksen kanssa strategiaprosessi, jonka myötä yhtiön kasvustrategiaa edelleen kirkastetaan. Uuden strategian teemat ovat kasvun kiihdyttäminen nykyasiakkuuksissa ja kumppanuuksissa, aktiivinen rooli median toimialanmurroksessa, tuote- ja palvelutarjoaman laajentaminen sekä uusien liiketoiminnallisten tukijalkojen löytäminen ja hyödyntäminen. Strategia hyväksyttiin hallituksen kesäkuun kokouksessa.

Yhtiöllä on edelleen hyvä positiivinen liiketoiminnan kassavirta sekä vahva tase, jotka edesauttavat haasteellisen digitaalisen transformaation



toteuttamista. Digitaalisen kehittämisen osalta Kaleva Media on varsin pitkällä ja voi keskittyä laadukkaan journalismin tekemiseen.

Journalistigaalassa maaliskuussa vuoden juttuna palkittiin Lapin Kansan toimittaja Niina Lavian jututarja matkailualan kausityöntekijöiden kohte- lusta Lapissa. Lavian tekemät paljastukset ovat maakuntalehdessä poikkeuksellisia ja Lapin pääelinkeinoon puuttuminen vaati rohkeutta.

Uutismedian liiton Vuoden kaupunkilehtijuttu -kilpailussa marraskuussa ykkössarjan toi- seksi sijoituivat Forum24:n Susanna Eksymä ja Pekka Kallasaari jutullaan ”Säpinää vuoro- kauden ympäri”. Sarjassa arvioitiin printtijutun kokonaisuutta. Vuoden kaupunkilehtijuttu -kil- pailun kakkossarjan kolmanneksi sijoittui Foru- m24:n Niina Hentilä jutullaan ”Historiallinen hetki käsillä”. Sarjassa kilpailtiin digijutuilla.

Kalevan pitkäaikainen urheilutoimittaja Kai Nevala palkittiin Vuoden jalkapallotoimittajana joulukuussa. Palkinnon myönsivät Palloliitto ja kotimainen liiga vuosittain järjestettävässä Captain's Ball -gaalassa.

Vastuullisuuden merkitys on kasvanut enti- sestään. Tilikauden aikana on otettu jo tär- keitä askeleita vastuullisuustyön kehittämi- seen ja uuteen vastuullisuusraportointidirek- tiiviin (CSRD) vastaamiseen. Kaleva Media on ensimmäistä kertaa tehnyt kaksoisolennai- suusanalyysin, jossa selvitetään yhtiölle olen- naiset kestävyysteemat, joiden varaan tuleva ensimmäinen kestävyysraportti ja vastuulli- suustyön painopisteet rakentuvat. Yhtiön ole- massa oleva vastuullisuusohjelma Hyvä Poh- joinen 2030 on toiminut jatkuvasti taustalla.

Kuluttajien siirtyminen printtituotteista digituot- teisiin tulee jatkumaan ja toimintaympäristö normalisoituu hitaasti vuoden 2025 aikana. Yhtiö odottaa liikevaihdon alentuvan vuonna 2025 ja liiketoiminnan kannattavuudeltaan ole- van positiivinen.

TALOUDELLINEN KEHITYS

Tilikaudella 2024 Kaleva Media -konsernin lii- kevaihto oli 66,7 miljoonaa euroa (59,6 miljoonaa euroa), jossa nousua 11,9 % tilikauteen 2023 verrattuna. Konsernin kuluttajapalvelut liiketoiminnan liikevaihto oli 29,2 miljoonaa euroa (30,0 miljoonaa euroa), yrityspalvelut liiketoiminnan liikevaihto oli 15,0 miljoonaa euroa (17,2 miljoonaa euroa), markkinointipal- velut liiketoiminnan liikevaihto oli 3,0 miljoonaa euroa (3,8 miljoonaa euroa), paino- ja jake- lutoiminnan liikevaihto 18,5 miljoonaa euroa (7,4 miljoonaa euroa) ja muun liiketoiminnan liikevaihto 1,0 miljoonaa euroa (1,2 miljoonaa euroa).

Tilikaudella 2024 Kaleva Media -konsernin käyttökate oli 4,8 miljoonaa euroa (5,0 miljoonaa euroa), joka on 7,2 prosenttia liikevaihdosta (8,5 %). Liiketulos oli 0,4 miljoonaa euroa (1,5 miljoonaa euroa), mikä on 0,6 prosenttia (2,5 %) liikevaihdosta. Painoliiketoiminnan laajene- misen myötä muuttuvat materiaalikulut ja liike- toiminnan kiinteät kulut ovat nousseet, joiden ohella on aktiivisen kulukurin myötä kiinteissä kustannuksissa myös saavutettu säästöjä. Konsernin suunnitelman mukaiset poistot oli- vat yhteensä 4,4 miljoonaa euroa (3,5 miljoonaa euroa), jota nostivat Botnia Printin mukana tulleet poistot.

Konsernin rahoitustuotot ja -kulut olivat 5,2 miljoonaa euroa (4,8 miljoonaa euroa). Rahoit- usarvopaperit on arvostettu käypään arvoon. Kaleva Oy:n sijoitussalkku tuotti vuonna 2024 markkina-arvojen muutoksella mitaten 12,5 % (9,2 %).

Konsernin tilikauden tulos oli 4,2 miljoonaa euroa (5,2 miljoonaa euroa), mikä on 6,4 pro- senttia (8,7 %) liikevaihdosta.

Emoyhtiö Kaleva Oy:n liikevaihto vuonna 2024 oli 6,5 miljoonaa euroa (6,4 miljoonaa euroa). Kaleva Oy:n liikevaihto muodostuu konserni- yhtiöiltä sekä konsernin ulkopuolisilta vuok-

ralaisilta perityistä toimitilavuokrista ja hallin- topalveluveloituksista. Emoyhtiön tilikauden 2024 rahoitustuotot ja -kulut olivat 6,9 miljoona euroa (1,7 miljoonaa euroa). Tilikauden voi- toksii muodostui 5,8 miljoonaa euroa (1,4 mil- joonaa euroa).

TASE JA RAHOITUS

Konsernin taseen loppusumma oli 91,5 miljoonaa euroa (92,0 miljoonaa euroa). Oma pää- oma oli 68,3 miljoonaa euroa (67,0 miljoonaa euroa). Konsernin omavaraisuusaste vahvistui ja oli 78,2 % (76,3 %) vuoden 2024 lopussa.

Konsernin vuoden 2024 nettokassavirta oli 0,7 miljoonaa euroa (-8,1 miljoonaa euroa). Liike- toiminnan kassavirta oli 3,7 miljoonaa euroa (4,7 miljoonaa euroa). Investointien rahavirta oli 5,9 miljoonaa euroa (-6,7 miljoonaa euroa), johon sisältyy Solistinkadun kiinteistön myyn- nin vaikutuksen. Rahoituksen rahavirta oli -8,9 miljoonaa euroa (-6,2 miljoonaa euroa), johon sisältyy merkittävimpanä eränä osin- gonjako 2,9 miljoonaa euroa (2,7 miljoonaa euroa). Rahavarojen ja rahoitusarvopaperei- den yhteismäärä oli 55,7 miljoonaa euroa (44,8 miljoonaa euroa).

Konsernilla oli vieraan pääoman ehtoista lai- naa vuoden 2024 lopussa 5,1 miljoonaa euroa (6,2 miljoonaa euroa). Konsernin nettovel- kaantumisaste oli 1,0 % (3,7 %). Maksuval- mius on säilynyt hyvällä tasolla koko tilikauden.

Konsernin tunnuslukuja				
	2024	2023	2022	2021
Liikevaihto, milj. €	66,7	59,6	64,2	65,7
Liikevoitto, milj. €	0,4	1,5	-0,3	1,2
Liikevoitto, %	0,6	2,5	-0,5	1,8
ROI (%)	8,2	9,2	1,9	3,9
Omavaraisuusaste (%)	78,2	76,3	76,1	75,1

INVESTOINNIT

Konsernin bruttoinvestoinnit tilikaudella 2024 olivat 1,4 miljoonaa euroa (2,5 miljoonaa euroa). Investointeja tehtiin sekä aineettomiin oikeuksiin että koneisiin ja kalustoon.

TUTKIMUS- JA TUOTEKEHITYSTOIMINTA

Digitaalisten media- ja liiketoimintaratkaisui- den kehittäminen on merkittävä osa konsernin kehitystoimintaa. Tuotekehitystoiminta on kes- kittynyt entistä enemmän medialiiketoiminnan kasvun mahdollistamiseen hyödyntämällä tek- nologiaa toimintamallien muutoksissa, datan hyödyntämisessä sekä asiakaskokemuksen parantamisessa.

TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA LIIKETOIMINTA-ALUEIDEN KEHITTYMINEN

KULUTTAJAPALVELUT LIIKETOIMINTA

Sisällön kulutuksen digitalisoituminen jatkui edellisen vuoden tapaan kiihtyvällä uralla. Yhä useampi kuluttaja haluaa lukea Kaleva Median lehtien sisältöjä digitaalisessa muodossa. Samaan aikaan painettujen lehtien kysyntä väheni erityisesti maakuntalehtien osalta. Kuluttajien ostovoiman heikkeneminen vauh- ditti digisirtymää.

Vuoden aikana printtilevikki aleni 12,2 % ja vastaavasti digilevikki kasvoi 12,7 %. Koko- naistilaaajamäärä aleni 4,3 %. Kaleva Median lehtien yhteenlaskettu digitilausten määrä oli noin 34 000. Prosentuaalinen kasvu oli lähes 15 prosenttia. Yhä useampi painetun lehden tilaaja otti käyttöönsä jokaiseen tilauksen kuu- luvat digilukuoikeudet.



Lapin Kansan painetun lehden jakelupäiviä harvennettiin syyskuusta lukien. Muutos oli tarpeen, koska painettujen lehtien tilaajamäärät ja mainosmyynti olivat entisestään vähentyneet. Myös laajassa ja harvaanasutussa Lapissa sanomalehden jakelukustannukset olivat suhteettoman suuret. Kolme kertaa viikossa julkaistavassa painetussa lehdessä on kootusti kaikki Lapin Kansan keskeinen sisältö, joka on julkaistu näköislehdissä ja verkossa. Painettu lehti on jatkossa entistä tuhdimpi. Lapin Kansan digitaalinen näköislehti jatkaa ilmestymistä aikaisempaan tapaan kuutena päivänä viikossa.

Aikakausi- ja ristikkolehdissä uudistettiin tuoteportfoliota. Vuoden aikana lanseerattiin kahdeksan uutta tuotetta, yhdistettiin tilattavia tuotteita ja luovuttiin osasta julkaisuja. Uudistusprosessi saatiin hyvin käyntiin ja sitä jatketaan vuonna 2025. Tavoitteena on vahvistaa aikakausi- ja ristikkolehtien asemaa irtonumeromarkkinoilla ja parantaa tuotteiden kannattavuutta.

YRITYSPALVELUT LIKETOIMINTA

Vuonna 2024 yrityspalvelut kokivat merkittäviä muutoksia ja kehityksiä. Alkuvuonna Kaleva Media osti Hilla Group Oy:lta Kuusamon Seudun ja Kotikulmilla -lehdet. Lehdet sulautettiin osaksi alueilla jo toimivia Koillissanomat ja Lounais-Lappi lehtiä, mikä vahvisti asemaamme Koillismaan ja Meri-Lapin alueilla. Vaikka alkuvuosi oli myynnillisesti haastava, kevään aikana tehdyt toimenpiteet sekä presidentin- ja EU-vaalien myötä parantunut mediamyynti käänsivät tilanteen parempaan suuntaan.

Kesällä käytyjen muutosneuvotteluiden myötä liiketoiminta organisoitui uudelleen, painotuksen paikallisuutta ja vahvistaen aluemyyntiorganisaatioita. Elokuussa 2024 mainos-tuotanto ulkoistettiin PunaMusta Oy:lle, mikä paransi toimintamme resurssijoustavuutta volyymivaihteluihin.

Vuoden aikana yrityspalvelut keskittyivät useisiin merkittäviin tapahtumiin ja projekteihin, jotka edistivät alueen yritystoimintaa ja verkostoitumista. Vuoden aikana järjestettiin muun muassa Yrittäjyysviikko yhdessä alueen muiden toimijoiden kanssa, useita aamiaistapahtumia sekä olimme mukana useissa alueen merkittävissä yritystapahtumissa, kuten North-hern Glowssa ja Oktoberfesteillä.

Vuoden aikana yrityspalvelut keskittyivät myös henkilöstön aktiivisuuden ja myynnin tason ylläpitämiseen sekä uuden strategian ja organisaatiomallin käyttöönottoon sekä muuttoon uusiin toimitiloihin. Näiden toimenpiteiden avulla pyrittiin varmistamaan myynnin onnistuminen, palveluiden jatkuva kehittäminen ja asiakastytytyväisyyden parantaminen.

MARKKINOINTIPALVELUT LIKETOIMINTA

Markkinointitoimisto Kolmas Polvi lähti vuoteen 2024 hakemaan uusia strategisia markkinointikumppanuuksia. Uusiasiakashankinta tuotti hyviä tuloksia, vaikkakaan kilpailutuksessa ei onnistuttu samaan tavoiteltuun isoimpiin asiakkuuksiin. Yhtiö joutui loppu vuonna käymään läpi muutosneuvottelut kannattavuuden parantamiseksi. Vuoden parhaita saavutuksia olivat ne asiakastyöt, joissa Kolmas Polvi pääsi osoittamaan näkemyksellistä luovuutta. Luova taso on parantunut, ihmisten kyvykyys kasvanut ja projektien sujuvuuteen panostaminen on tuottanut tulosta.

Vaikuttajamarkkinointi- ja PR-toimisto Indieplacen vuosi alkoi uudella Marketing With Influence -strategialla. Vaikuttajien hyödyntäminen 360 asteisesti ja monikanavaisesti eri medioissa otettiin keskiöön ja tämä sai myös asiakkaiden suunnasta positiivisen vastaanoton. Strategian mukaisesti laajensimme palvelutarjoamaamme ja pääsimme toteuttamaan laajempia kokonaisuuksia, monikanavaisia sisältötuotantoja sekä AR-yhteistyötoteutuksia. Keskeinen teema oli kannattavuuden parantaminen, jossa onnistuttiin hyvin.

Yhdessä tekemisen ja saavuttamisen kulttuuri kasvoi vuoden aikana merkittävästi. Kilpailu alalla kiristyi entisestään ja vaikuttajamarkkinoinnin panostusten jakautumisen myötä liikevaihto tippui hiukan edeltävistä vuosista. Loppuvuodesta Indieplace juhli 15-vuotista taivalta yhdessä asiakkaiden, vaikuttajien ja sidosryhmien kanssa.

PAINO- JA JAKELULIIKETOIMINTA

Varhaisjakelun ja painamisen osalta Lapin Kansan ilmestymispäivien vähentyminen kolmeen printtilehteen aiheutti jakelussa laadullisia haasteita. Tämä ongelma korostui erityisesti Rovaniemen alueella. Muiden alueiden osalta muutos sujui erinomaisesti ja jakelukertojen vähennys toi varhaisjakeluun merkittäviä kustannussäästöjä. Jakeluyhtiö Suomi Oy:n kautta tulevien osoitteellisten tuotteiden volyymi laski 5 %, mutta liikevaihto kasvoi lähes 20 %.

Botnia Printin osto vuoden 2023 lopussa vaikutti kuluneen vuoden painamisen volyymeihin merkittävästi. Kevään muutosneuvotteluiden jälkeen päädyttiin Kajaanin painon lopettamiseen elokuun 2024 mennessä. Osa tuotteista siirrettiin Oulun painoon jo kevään aikana ja loput elokuun loppupuolella. Tuotteiden siirto vaikutti merkittävästi Oulun painon käyttöasteen nousuun. Myös Kokkolan painon henkilöstömäärää sopeutettiin vastaamaan kysyntätilannetta. Paperin saatavuus oli koko vuoden hyvä. Paperin hinta nousi vuoden ensimmäisellä vuosipuolikkaalla, mutta se palautui vuoden lopussa alkuvuoden tasolle. Paperinhintataso on edelleen selvästi kohollaan kysyntätilanteeseen nähden.

Budbeen pakettijakelu jatkoi kasvua 2024. Jakelualueet laajenivat kaikilla paikkakunnilla ja uutena alueena alkoi Joensuu syksyllä 2024. Budbeen liikevaihto kasvoi 2023 vuodesta 12 %.

TILIKAUDEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT

Tilikauden jälkeen ei ole tapahtunut olennaisia normaalistaa liiketoiminnasta poikkeavia asioita.

ARVIO LIIKETOIMINTOJEN KEHITTÄMISESTÄ TILIKAUDELLE 2025

Vuonna 2024 Suomen talous kääntyi taantumasta hienoiseen kasvuun alkuvuoden aikana, mutta vuosituloksella bruttokansantuote (BKT) jäi hieman pienemmäksi kuin edellisvuonna. Eniten tuotantoa on heikentänyt rakentamisen merkittävä vähentyminen ja myös yksityinen kulutuksen vähentyminen. Inflaation hidastumisen ja korkojen laskun odotetaan kääntävän sekä kulutuksen että investoinnit kasvuun vuoden 2025 aikana. Maailmantalouden kehityksessä nähdään kuitenkin monia epävarmuustekijöitä. Pidemmällä aikavälillä uhkatekijöinä ovat geopolittiset riskit, päätökset rahaja finanssipolitiikassa sekä kasvava stressi rahoitusmarkkinoilla.

Kasvunäkymistä huolimatta toimintaympäristö sisältää edelleen vuodelle 2025 merkittäviä epävarmuustekijöitä. Venäjän hyökkäyssodan jatkuminen Ukrainassa ja sen mukanaan tuomat seurannaisvaikutukset vaikeuttavat markkinoiden ennustettavuutta.

RISKIT JA EPÄVARMUUSTEKIJÄT

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 ajan-

tasaisuuden ja riskien hallintatoimenpiteiden kattavuuden kerran vuodessa. Kaleva Media -konsernissa toiminnan tulee olla vastuullista ja perustua hyväksyttyihin arvioihin, eettisiin periaatteisiin ja hyvän hallinnon (corporate governance) vaatimuksiin.

Konsernilla on vakuutusohjelma, joka kattaa kaikkien konserniin kuuluvien yhtiöiden omaisuuden ja liiketoiminnan. Tuotannossa syntyvä paperi- ja metallijäte sekä muu hyötyjäte toimitetaan ympäristöluvan ehtojen mukaisesti teollisuuden raaka-aineeksi ja kaikki ympäristön kannalta haitalliset aineet käsitellään asianmukaisesti ongelmajätteenä.

Markkinariskit

Konsernin merkittävimmät riskit liittyvät media-palveluiden osalta mediakäytön muutokseen ja alan volyymien kehitykseen sekä jakeluiden hinta- ja palvelutasoon.

Konsernin toiminnan laajennuttua viime vuosien aikana digitaalisiin markkinointi- ja teknologiapalveluihin ovat tietoturvaan ja kyberturvallisuuteen liittyvät ulkoiset riskit nousseet merkittäviksi. Uusien liiketoimintojen sekä yleisen toimintaympäristön muutoksen myötä myös henkilöstön alueelliseen saatavuuteen ja vaihtuvuuteen liittyvät riskit ovat kasvaneet.

Toimintaympäristössä on tällä vuosikymmenellä tapahtunut merkittäviä muutoksia ensin globaalin koronapandemian muodossa ja sen jälkeen geopolittisen tilanteen kiristyessä. Kiristyneen geopolittisen tilanteen vaikutukset ovat näkyneet yleisenä epävarmuutena, korkealla pysyneenä inflaationa ja korkotason nousuna. Näiden seurauksena talouskasvu on hidastunut ja Suomen talous ajautui taantumaaan loppuvuoden 2023 aikana. Vuoden 2024 Suomen talous kääntyi taantumasta hienoiseen kasvuun. Työmarkkinoiden käänne parempaan on siirtynyt vuodelle 2025. Epävarma taloustilanne pitää kuluttajien luottamuksen alhaisella tasolla. Tämän seurauksena myös yritykset ovat vähentäneet panostuksia markkinointiin ja siirtäneet päätöksiä eteen-

päin. Geopolittisten riskien pitkäaikainen kesto ja laajentuminen voi vaikuttaa palvelujemme kysyntään sekä kustannuskehitykseen myös jatkossa.

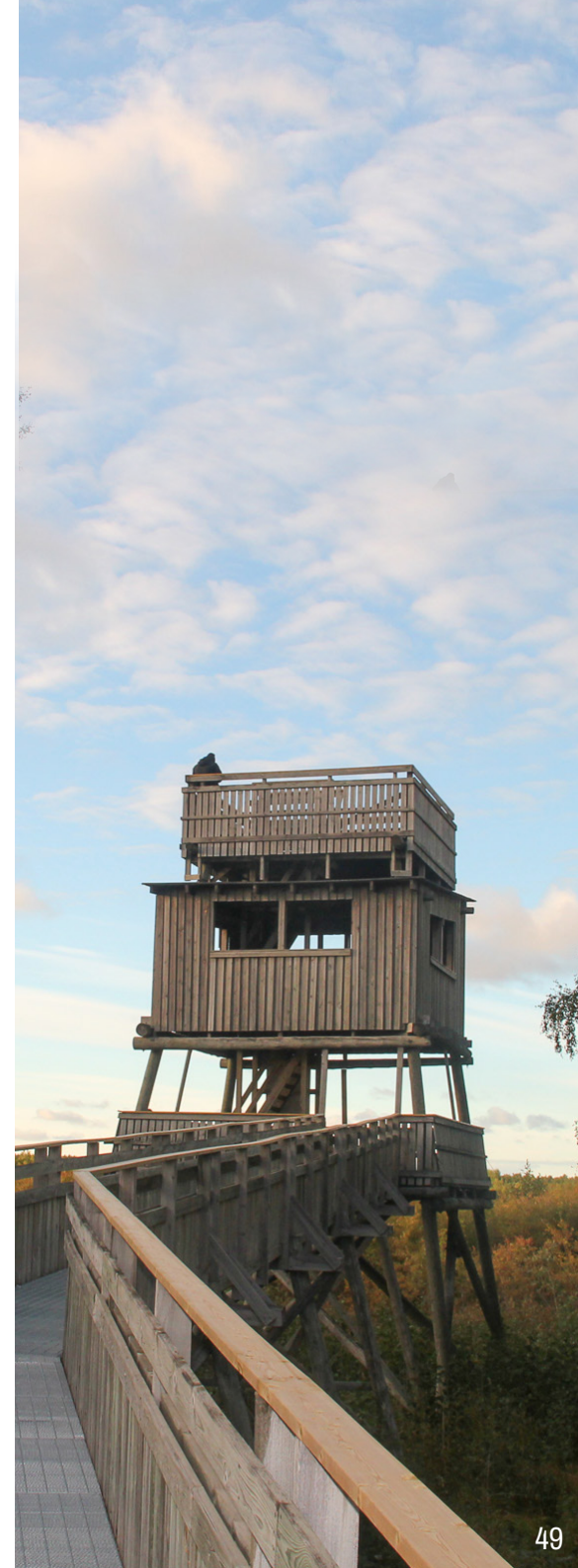
Liiketoimintariskit

Merkittävimmät liiketoimintariskit liittyvät kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin ja yritysasiakaiden käyttäytymiseen. Kuluttajien ostokäyttäytymisen ja mediamainonnan muutokset vaativat kykyä reagoida muuttuneisiin vaatimuksiin. Kuluttajille ja mainostajille on tarjolla yhä enemmän vaihtoehtoja. Globaalit toimijat, kuten Meta ja Alphabet kilpailevat yhä voimakkaammin kotimaisista digimainonnan euroista.

Kilpailu kuluttajien sisällöstä saatavista tuloista kiristyy maksullisen digitaalisen tarjonnan kasvassa. Globaalien tilauspohjaisten sisältöpalveluiden lisäksi myös valtakunnalliset kotimaiset mediatoimijat kuten Yleisradio ovat yhä enemmän alueellisen median kilpailijoita digitaalisissa kanavissa. Perinteiset maantieteelliset levikkirajat eivät päde digitaalisessa ympäristössä.

Postin jakelustrategian ja hinnoittelun muutokset ovat kasvattaneet riskiä kustannustason nousulle sekä jakelun palvelutason heikentymiselle ja sen myötä tulonmenetyksille. Postilain jakelupäivien vähentäminen heikentää lehtien toimintaedellytyksiä. Jakelutoiminnan lähiajan riskit koostuvat lähinnä niiden hinta- ja palvelutason kehityksestä. Näihin riskeihin vaikuttavat aleneva volyymikehitys, jakelijoiden palkkakehitys, työvoiman saatavuus, jakeluyhtiöiden kilpailutilanne sekä postitoimilaki. Postin jakelustrategian ja hinnoittelun muutokset sanomalehtien varhais- ja päiväjakelussa kasvattavat riskiä kustannustason nousulle sekä jakelun palvelutason heikentymiselle ja sen myötä tilaajamenetyksille.

Operatiivisista riskeistä merkittävimmät liittyvät digitaalisen liiketoiminnan osalta tietoturvaan ja printtilehden osalta painoliiketoiminnan keskeytymiseen. Paperin saatavuuden ja hinnan muutoksilla voi olla merkittävä vaikutus



painetun lehden kilpailukykyyn jatkossa. Yhtiö on reagoinut kasvaviin henkilöstöriskeihin panostamalla henkilöstöpalveluihin, osaamisen kehittämiseen, rekrytointiin ja sitouttamiseen sekä työnantajamielikuvaan.

Tietoturvaan ja tietosuojaan liittyvien riskien merkitys lisääntyy digitaalisen liiketoiminnan kasvaessa. On tärkeää panostaa siihen, että työntekijät osaavat soveltaa tietoturvan ja tietosuojan käytäntöjä päivittäisessä työssään. Konsernissa on laadittu tietosuoja- ja tietoturvapoliittikka, 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 tietosuoja- ja tietoturvapoliittikan edellyttämällä tavalla. Tietoturva pidetään ajan tasalla ja henkilöstöä koulutetaan säännöllisesti tietoturvaan liittyen.

Rahoitusriskit

Rahoitusriskien hallinnan periaatteet määritellään hallituksessa ja riskien hallintaan liittyvät toimenpiteet hoitaa keskitetysti konsernin emoyhtiön talousosasto. Konsernin emoyhtiö vastaa keskitetysti konsernin rahoituksesta. Konserni ei altistu merkittäville rahoitusriskeille, koska omavaraisuusaste on korkea, nettovelka on alhainen ja likviditeetti hyvä. Konserni on suojautunut lainojen korkoriskiltä tekemällä pitkäaikaisen korkosuojausjärjestelyn.

Konsernin sijoitukset käypään arvoon merkittyihin rahoitusvälineisiin altistavat hinta-, luotto-, likviditeetti- ja kassavirtariskeille. 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. Konsernin tulot sekä operatiiviset kassa-

virrat ovat pääosaltaan riippumattomia rahoitusvälineiden vaihteluista. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavien rahoitusvarojen arvonmuutokset vaikuttavat tilikauden tulokseen.

Konserniin kuuluvien yhtiöiden myyntisaamista aiheutuvan luottoriskin merkitys konsernin tulokseen on vähäinen. Emoyhtiön hallitus on vahvistanut konsernin sijoitusstrategian ja sijoituspolitiikan.

HENKILÖSTÖ

Kaleva Media konsernin tavoitteena on varmistaa työntekijöiden terveys ja turvallisuus. Vuosi 2024 oli haasteellinen, mikä näkyi myös syyskuussa toteutetussa PeoplePower®-henkilöstötutkimuksen tuloksissa. Työntekijäkokeemus on suurimmalla osalla tutkimuksen osa-alueista korkea ja tavanomaista paremmalla tasolla. Työntekijäkokeemusta mittaava PeoplePower-indeksi laski kuitenkin hieman, minkä vuoksi jäimme vuonna 2024 juuri alle Suomen innostavimmat työpaikat -tunnustuksen rajan. Organisaatiokulttuurimme keskiössä on innostunut, hyvinvoiva ja sitoutunut henkilöstö, ja myös uudistetun strategiamme mukaisesti tavoitteenamme on erinomainen työntekijäkokeemus, jonka saavuttamiseksi jatkamme kehitystyötä.

Henkilöstön lukumäärä oli vuoden lopussa 612 (654), josta jakajien lukumäärä oli 268 (261). Kokopäiväiseksi henkilötyövuosiksi muutettuna konsernin henkilömäärä oli keskimäärin 495 henkilöä (482).

Konsernin henkilöstöä kuvaavat tunnusluvut				
2024	2023	2022	2021	
Keskimääräinen lukumäärä tilikaudella				
495	482	525	536	
Tilikauden palkat ja palkkiot, milj. €				
23,7	23,9	25,0	25,5	

OSAKKEET

Yhtiöllä on kaksi osakesarjaa. 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 jaetaan samat oikeudet kuin K-sarjan osake, jollei yhtiöjärjestyksestä muuta johdu. A-sarjan osakkeella ei ole äänioikeutta paitsi muutettaessa yhtiöjärjestystä siten, että muutos koskee A-sarjan osakkeen omistajan oikeutta.

Yhtiön osakepääoma 1.507.560 euroa jakautuu seuraavasti:			
2024	2023	2022	
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	
Yhtiön hallussa on 15 kpl K-sarjan osakkeita ja 45 kpl A-sarjan osakkeita.			

HALLITUS, TOIMITUSJOHTAJA JA TILINTARKASTAJA

Kaleva Media -konsernin emoyhtiön, Kaleva Oy:n hallitukseen kuuluivat puheenjohtajana Pekka Väisänen, varapuheenjohtajana Carita Antell, Antti-Pekka Jauho, Kalle Korkea-kivi, Jarkko Nordlund ja Mika Rytky. Hallitus kokoontui tilikauden aikana 10 kertaa.

Kaleva Oy:n toimitusjohtajana toimi Juha Laakkonen.

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

HALLITUKSEN ESITYS VOITTOVAROJEN KÄYTÖSTÄ

Kaleva Oy:n hallitus esittää, että yhtiön jakokelpoisista varoista 59.110.968 euroa, jaetaan osinkoa K-osakkeille osaketta kohden 350 euroa ja A-osakkeille osaketta kohden 385 euroa, yhteensä 3.314.010 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.



TILINPÄÄTÖS

Konserni

Tuloslaskelma

		2024	2023
LIKEVAIHTO	1.1	66 717 606	59 641 195
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos		-6 893	-10 710
Liiketoiminnan muut tuotot	1.2	235 824	261 996
Materiaalit ja palvelut	1.3	20 829 543	14 970 382
Henkilöstökulut	1.4	28 433 482	28 790 488
Poistot ja arvonalentumiset	1.5	4 364 910	3 542 727
Liiketoiminnan muut kulut	1.6	12 898 550	11 091 297
LIKEVOITTO/-TAPPIO		420 053	1 497 586
Rahoitustuotot ja -kulut	1.7	5 191 974	4 818 715
VOITTO/TAPPIO ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA		5 612 027	6 316 301
Tuloverot	1.9	-1 368 461	-1 145 252
TILIKAUDEN VOITTO/TAPPIO		4 243 566	5 171 049

Konserni

Tase, vastaavaa

		31.12.2024	31.12.2023
Vastaavaa			
PYSYVÄT VASTAAVAT			
Aineettomat hyödykkeet	2.1		
Kehittämismenot		1 041 475	1 120 623
Aineettomat oikeudet		422 917	647 983
Liikearvo		1 363 278	1 427 508
Muut aineettomat hyödykkeet		868 993	1 216 906
Ennakkomaksut		81 737	3 778 400
Aineelliset hyödykkeet	2.2		
Maa- ja vesialueet			
Omistetut		1 285 919	1 901 807
Vuokraoikeudet		573 473	573 473
Rakennukset ja rakennelmat			
Omistetut		11 516 190	18 218 826
Koneet ja kalusto		9 569 495	22 945 077
Sijoitukset	2.3		
Osuudet omistusyhteisyrityksissä		1	1
Muut osakkeet ja osuudet		1 645 795	1 054 305
Muut saamiset		1 645 796	837 738
PYSYVÄT VASTAAVAT YHTEENSÄ		28 369 273	38 815 371

Tase, vastaavaa

		31.12.2024		31.12.2023	
VAIHTUVAT VASTAAVAT					
Vaihto-omaisuus	2.4				
Aineet ja tarvikkeet		726 912		1 235 339	
Muu vaihto-omaisuus		489 841	1 216 753	238 850	1 474 189
Pitkäaikaiset saamiset	2.5				
Lainasaamiset		323 350		323 350	
Siirtosaamiset					
Laskennalliset verosaamiset		423 930	747 280	484 580	807 930
Lyhytaikaiset saamiset	2.6				
Myyntisaamiset		3 170 917		3 664 358	
Siirtosaamiset		2 370 860	5 541 777	2 440 838	6 105 196
Rahoitusarvopaperit	2.7				
Muut arvopaperit		51 231 160	51 231 160	41 048 122	41 048 122
Rahat ja pankkisaamiset			4 432 711		3 748 597
VAIHTUVAT VASTAAVAT YHTEENSÄ		63 169 680		53 184 033	
Vastaavaa yhteensä		91 538 953		91 999 404	

Tase, vastattavaa

		31.12.2024		31.12.2023	
Vastattavaa	2.8				
OMA PÄÄOMA					
Osakepääoma		1 507 560		1 507 560	
Ylikurssirahasto		15 213		15 213	
Edellisten tilikausien voitto/tappio		62 579 355		60 339 535	
Tilikauden voitto/tappio		4 243 566		5 171 049	
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ		68 345 694		67 033 358	
VÄHEMMISTÖOSUUS					
PAKOLLISET VARAUKSET					
Eläkevaraukset	2.9	1 278 764		1 345 459	
Muut pakolliset varaukset		86 359		150 000	
PAKOLLISET VARAUKSET YHTEENSÄ		1 365 123		1 495 459	
VIERAS PÄÄOMA					
Pitkäaikainen	2.11				
Lainat rahoituslaitoksilta		4 110 705		5 132 135	
Laskennalliset verovelat		2 797 302		3 281 390	
Muut velat		195 504	7 103 511	317 439	8 730 963
Lyhytaikainen	2.12				
Lainat rahoituslaitoksilta		1 021 430		1 021 430	
Saadut ennakot		4 178 315		4 087 661	
Ostovelat		1 789 622		2 294 649	
Muut velat		2 055 874		1 946 881	
Siirtovelat		5 679 383	14 724 625	5 389 002	14 739 623
VIERAS PÄÄOMA YHTEENSÄ		21 828 135		23 470 587	
Vastattavaa yhteensä		91 538 953		91 999 404	

Rahoituslaskelma

	2024	2023
Liiketoiminnan rahavirta:		
Tilikauden voitto / tappio (+/-)	4 243 566	5 171 049
Oikaisut (+/-):		
Suunnitelman mukaiset poistot	4 364 910	3 542 727
Pysyvien vastaavien myyntivoitot ja -tappiot	225 410	-844
Realisoitumattomat kurssivoitot ja -tappiot	-2 910 794	-3 316 589
Rahoitustuotot ja -kulut	-2 281 180	-1 105 306
Tuloverot	1 368 461	1 145 252
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	5 010 373	5 436 289
Käyttöpääoman muutos:		
Lyhytaikaisten liikesaamisten lisäys/vähennys	520 684	334 011
Vaihto-omaisuuden lisäys/vähennys	257 435	326 661
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys/vähennys	-992 512	-683 667
Varausten muutos	-130 336	104 742
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	4 665 644	5 518 036
Maksetut korot ja maksut muista liiketoiminnan rahoituskuluista		
Saadut osingot liiketoiminnasta	17 226	3 544
Saadut korot liiketoiminnasta	16 914	9 599
Maksetut välittömät verot (-)	-786 368	-594 444
Liiketoiminnan rahavirta	3 727 005	4 709 955

	2024	2023
Investointien rahavirta:		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin (-)	-1 019 212	-2 151 772
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	6 920 082	18 363
Ostetut tytäryhtiöosakkeet	-267 951	-4 355 400
Myydyt tytäryhtiöosakkeet		856
Myydyt osakkuusyhtiöosakkeet		500
Investoinnit muihin sijoituksiin (-)	-20 313	-7 316
Luovutustulot muista sijoituksista	241 098	-184 137
Investointien rahavirta	5 853 704	-6 678 906
Rahoituksen rahavirta:		
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut (-)	-1 021 430	-1 960 000
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut (-)	-89 476	
Maksetut osingot ja muu voitonjako (-)	-2 935 266	-2 745 894
Myönnettyt lainat		-83 350
Lyhytaikaisten sijoitusten lisäys / vähennys	-4 850 423	-1 361 667
Rahoituksen rahavirta	-8 896 595	-6 150 911
Rahavarojen muutos, lisäys (+) / vähennys (-)		
	684 114	-8 119 861
Rahavarat tilikauden alussa	3 748 597	11 868 458
Rahavarat tilikauden lopussa	4 432 711	3 748 597

Emoyhtiö

Tuloslaskelma

		2024	2023
LIKEVAIHTO	1.1	6 506 979	6 364 772
Liiketoiminnan muut tuotot	1.2.	75 288	35 138
Materiaalit ja palvelut	1.3		102
Henkilöstökulut	1.4	1 497 876	1 832 374
Poistot ja arvonalentumiset	1.5	1 108 299	1 462 008
Liiketoiminnan muut kulut	1.6	4 073 814	3 228 329
LIIKEVOITTO/-TAPPIO		-97 721	-122 904
Rahoitustuotot ja -kulut	1.7	6 890 847	1 663 513
VOITTO/TAPPIO ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA		6 793 125	1 540 609
Tilinpäätössiirrot	1.8	1 011 031	152 792
Tuloverot	1.9	-1 955 950	-282 870
TILIKAUDEN VOITTO/TAPPIO		5 848 207	1 410 530

Emoyhtiö

Tase, vastaavaa

		2024	2023
Vastaavaa			
PYSYVÄT VASTAAVAT			
Aineettomat hyödykkeet	2.1		
Aineettomat oikeudet		1 581	8 630
Muut aineettomat hyödykkeet		304 628	823 164
Ennakkomaksut		306 209	831 794
Aineelliset hyödykkeet	2.2		
Maa- ja vesialueet			
Omistetut		1 285 919	1 901 807
Vuokraoikeudet		573 473	573 473
Rakennukset ja rakennelmat			
Omistetut		11 516 190	18 218 826
Koneet ja kalusto		391 561 13 767 143	479 439 21 173 544
Sijoitukset	2.3		
Osuudet saman konsernin yrityksissä		9 991 971	9 724 020
Muut osakkeet ja osuudet		581 688	777 713
Muut sijoitukset		787 515 11 361 174	837 738 11 339 472
PYSYVÄT VASTAAVAT YHTEENSÄ		25 434 527	33 344 811

Tase, vastaavaa

		2024		2023	
VAIHTUVAT VASTAAVAT					
Pitkäaikaiset saamiset	2.5				
Saamiset saman konsernin yrityksiltä					
Lyhytaikaiset saamiset	2.6				
Myyntisaamiset		32 030		65 288	
Saamiset saman konsernin yrityksiltä		269 882		53 862	
Siirtosaamiset		600 553	902 465	562 968	682 118
Rahoitusarvopaperit					
Muut arvopaperit		48 735 081	48 735 081	38 664 246	38 664 246
Rahat ja pankkisaamiset		3 132 001		2 103 141	
VAIHTUVAT VASTAAVAT YHTEENSÄ		52 769 548		41 449 505	
Vastaavaa yhteensä		78 204 075		74 794 315	

Tase, vastattavaa

		2024		2023	
Vastattavaa					
OMA PÄÄOMA	2.8				
Osakepääoma		1 507 560		1 507 560	
Ylikurssirahasto		15 213		15 213	
Edellisten tilikausien voitto/tappio		53 262 762		54 783 462	
Tilikauden voitto/tappio		5 848 207		1 410 530	
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ		60 633 742		57 716 766	
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN KERTYMÄ 2.9					
Poistoero		3 855 275		4 866 306	
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN KERTYMÄ YHTEENSÄ		3 855 275		4 866 306	
PAKOLLISET VARAUKSET 2.10					
Eläkevaraukset		682 957		705 388	
PAKOLLISET VARAUKSET YHTEENSÄ		682 957		705 388	
VIERAS PÄÄOMA					
Pitkäaikainen	2.11				
Lainat rahoituslaitoksilta		4 050 000		4 950 000	
Siirtovelat		55 381	4 105 381	55 381	5 005 381
Lyhytaikainen	2.12				
Lainat rahoituslaitoksilta		900 000		900 000	
Saadut ennakot		2 823		2 823	
Ostovelat		262 788		263 880	
Velat saman konsernin yrityksille		5 327 477		4 647 820	
Muut velat		232 864		242 062	
Siirtovelat		2 200 768	8 926 719	443 890	6 500 474
VIERAS PÄÄOMA YHTEENSÄ		13 032 101		11 505 855	
Vastattavaa yhteensä		78 204 075		74 794 315	

Emoyhtiö

Rahoituslaskelma

	2024	2023
Liiketoiminnan rahavirta:		
Tilikauden voitto / tappio (+/-)	5 848 207	1 410 530
Oikaisut (+/-):		
Suunnitelman mukaiset poistot	1 108 299	1 462 008
Pysyvien vastaavien myyntivoitot ja -tappiot	284 378	13 164
Realisoitumattomat kurssivoitot ja -tappiot	-2 798 592	-3 232 714
Rahoitustuotot ja -kulut	-4 092 255	1 569 201
Tilinpäätössiirrot	-1 011 031	-152 792
Tuloverot	1 955 950	282 870
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	1 294 956	1 352 268
Käyttöpääoman muutos:		
Lyhytaikaisten liikesaamisten lisäys/vähennys	49 534	1 441 693
Varausten muutos	-22 431	-18 740
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys/vähennys	48 316	-246 501
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	1 370 375	2 528 720
Maksetut korot ja maksut muista liiketoiminnan rahoitus kuluista	-159 459	-220 558
Saadut osingot liiketoiminnasta	1 817 226	3 544
Saadut korot liiketoiminnasta	1 571	2 065
Maksetut välittömät verot (-)	-257 234	-670 339
Liiketoiminnan rahavirta	2 772 480	1 643 432
Investointien rahavirta:		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin (-)	-187 079	-86 289
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	6 749 777	
Ostetut tytäryhtiöosakkeet	-267 951	-4 773 571
Myydyt tytäryhtiöosakkeet		956
Luovutustulot aineellisista hyödykkeistä	-20 313	
Luovutustulot muista sijoituksista	241 098	-184 137
Investointien rahavirta	6 515 532	-5 043 041

	2024	2023
Rahoituksen rahavirta:		
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut (-)	-900 000	-1 620 000
Lyhytaikaisten lainojen lisäys / vähennys	696 420	2 086 014
Maksetut osingot ja muu voitonjako (-)	-2 935 266	-2 745 894
Saadut ja maksetut konserniavustukset		
Lainasaamisten takaisinmaksut		
Lyhytaikaisten sijoitusten lisäys / vähennys	-5 120 305	680 966
Rahoituksen rahavirta	-8 259 151	-1 598 913
Rahavarojen muutos, lisäys (+) / vähennys (-)	1 028 860	-4 998 522
Rahavarat tilikauden alussa	2 103 141	7 101 663
Rahavarat tilikauden lopussa	3 132 001	2 103 141

Rahoituslaskelmaa koskevat lisätiedot
Lyhytaikaisten lainojen lisäys -rivillä esitetään
konsernitalistä 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, Kolmas Polvi Oy, Kolmiokirja Oy ja Botnia Print Oy Ab.

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

Kaikilla konserniin kuuluvilla yhtiöillä on yhtenäinen tilikausi 1.1.-31.12.2024.

Konsernitilinpäätös on laadittu hankintamenomenetelmällä. Tytäryhtiöiden hankintameno ja hankittua osuutta vastaavan oman pääoman ero on esitetty konserniliikearvona.

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

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

Pysyvien vastaavien arvostaminen

Taseeseen merkittyjen aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden hankintamenoista on vähennetty suunnitelman mukaiset poistot. Hankintameno on luettu hankinnasta ja valmistuksesta aiheutuneet muuttuvat menot. Saadut avustukset on kirjattu hankintamenoa vähennykseksi. Suunnitelman mukaiset poistot on laskettu tasapoistoina aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden taloudellisen pitoajan perusteella. Poistot on tehty hyödykkeen käyttöönottovuodesta 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 alemmaan jälleenhankintahintaan tai todennäköiseen myyntihintaan.

Rahoitusvälineiden arvostaminen

Rahoitusvälineet on arvostettu käypään arvoon tilikauden 2023 alusta alkaen. Kaupankäynnin kohteena olevat rahoitusvarat koostuvat pääasiassa korko- ja osakerahastoista, joiden käypä arvo perustuu tilinpäätöspäivän noteerauk-

seen. Tilikauden aikana tapahtunut rahoitusarvopapereiden käyvänarvon muutos on kirjattu tulosvaikutteisesti. Tuloslaskelman liitetiedoissa kohdassa 1.7 on kerrottu tulosvaikutus tilikauden aikana.

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 2024 lopussa 0,683 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 kuvattut rahavarat sisältävät käteisen rahan, rahaksi tarvittaessa muutettavat pankkisaamiset. Liiketoiminnan rahavirta on esitetty suoraa esittämistapaa noudattaen.

Tuloslaskelman liitetiedot

1.1 Liikevaihto	Konserni 2024	Konserni 2023	Emoyhtiö 2024	Emoyhtiö 2023
Toimialoittainen jakauma				
Kuluttajapalvelut	29 170 393	29 988 363		
Yrityspalvelut	14 971 681	17 208 890		
Markkinointipalvelut	3 032 529	3 795 246		
Paino ja jakelutoiminta	18 513 510	7 427 837		
Muu myynti	1 029 493	1 220 860	6 506 979	6 364 772
	66 717 606	59 641 195	6 506 979	6 364 772
1.2 Liiketoiminnan muut tuotot				
Vuokratuotot	46 443	45 070	40 545	31 061
Käyttöomaisuuden myyntivoitot	89 344		30 376	
Saadut tuet ja avustukset		200 000		
Muut tuotot	100 037	16 926	4 368	4 076
	235 824	261 995	75 288	35 138
1.3 Materiaalit ja palvelut				
Aineet ja tarvikkeet				
Ostot tilikauden aikana	6 458 378	3 126 984		102
Varaston muutos	151 308	315 951		
Ulkopuoliset palvelut	14 219 857	11 527 447		
	20 829 543	14 970 382		102

1.4 Henkilöstöä koskevat liitetiedot	Konserni 2024	Konserni 2023	Emoyhtiö 2024	Emoyhtiö 2023
Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä tilikauden aikana				
Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä	495	482	15	18
	495	482	15	18
Tilikauden palkat, palkkiot ja eläkekulut				
Palkat ja palkkiot	23 695 431	23 892 760	1 260 934	1 569 816
Eläkekulut	4 195 481	3 995 702	217 165	213 170
Muut henkilösivukulut	542 569	902 026	19 777	49 388
	28 433 482	28 790 488	1 497 876	1 832 374
Johdon palkat ja palkkiot Toimitusjohtaja ja hallituksen jäsenet	890 333	671 728	455 943	408 220
1.5 Poistot ja arvonalentumiset Suunnitelman mukaiset poistot				
rakennuksista	724 844	1 032 300	724 844	1 032 300
koneista ja kalustosta	2 359 202	1 027 459	147 316	160 486
liikearvosta	166 740	670 101		
aineettomista hyödykkeistä	781 944	678 535	236 140	269 222
konserniliikearvosta	332 181	134 332		
	4 364 910	3 542 727	1 108 299	1 462 008
1.6 Liiketoiminnan muut kulut				
Toimitilakulut	3 182 297	1 773 093	862 382	743 861
IT-kulut	4 279 137	3 658 825	1 939 456	1 734 324
Mainonnan ja markkinoinnin kulut	794 663	1 099 866	42 128	1 342
Matkakulut	412 713	348 125	44 935	39 280
Muut liiketoiminnan kulut	4 229 739	4 211 388	1 184 912	709 522
	12 898 550	11 091 297	4 073 814	3 228 329

Tuloslaskelman liitetiedot

Tilintarkastajan palkkiot	Konserni 2024	Konserni 2023	Emoyhtiö 2024	Emoyhtiö 2023
Tilintarkastus	86 108	68 335	39 798	33 490
Veroneuvonta				
Muut palvelut	7 725	30 500	5 200	28 000
	93 833	98 835	44 998	61 490
1.7 Rahoitustuotot ja -kulut				
Osinkotuotot				
Saman konsernin yrityksiltä			1 800 000	
Muilta	17 226	3 544	17 226	3 544
Osinkotuotot yhteensä	17 226	3 544	1 817 226	3 544
Muut korkotuotot				
Saman konsernin yrityksiltä			1 509	2 065
Osakkuusyrityksiltä				
Muilta	2 096 265	1 149 652	2 079 413	1 140 053
Korkotuotot yhteensä	2 096 265	1 149 652	2 080 922	1 142 118
Muut rahoitustuotot				
Muilta	467 720	562 122	467 720	562 122
Luovutustulot tytäryhtiön myynnistä		396 820		
Realisoitumattomat voitot käypään arvoon	3 014 435	3 468 210	2 902 233	3 384 334
Muut rahoitustuotot yhteensä	3 482 156	4 427 152	3 369 953	3 946 457
Rahoitustuotot yhteensä	5 595 646	5 580 348	7 268 101	5 092 118
Korkokulut				
Saman konsernin yrityksille				
Muille	-276 040	-276 989	-250 585	-272 150
Korkokulut yhteensä	-276 040	-276 989	-250 585	-272 150

	Konserni 2024	Konserni 2023	Emoyhtiö 2024	Emoyhtiö 2023
Muut rahoituskulut				
Lyhytaikaisten sijoitusten myyntitappiot	-2 074	-313 266	-2 074	-313 266
Arvonalentumiset vaihtuvien vastaavien rahoitusarvo-papereista*				
Luovutustappio tytäryhtiön myynnistä				-2 672 228
Realisoitumattomat tappiot käypään arvoon	-103 641	-151 620	-103 641	-151 620
Muut rahoituskulut	-21 917	-19 757	-20 954	-19 340
Muut rahoituskulut yhteensä	-127 632	-484 644	-126 669	-3 156 455
Rahoituskulut yhteensä	-403 672	-761 633	-377 254	-3 428 606
Rahoitustuotot ja -kulut yhteensä	5 191 974	4 818 715	6 890 847	1 663 513
1.8 Tilinpäätössiirrot				
Suunnitelman mukaisten ja verotuksessa tehtyjen poistojen erotus			1 011 031	152 792
Konserniavustus				
			1 011 031	152 792
1.9 Tuloverot				
Tuloverot varsinaisesta toiminnasta	1 723 051	754 351	1 278 950	282 870
Tuloverot aikaisemmilta tilikausilta	68 848	752		
Laskennalliset verosaamiset ja verovelat	-423 438	390 149		
	1 368 461	1 145 252	1 278 950	282 870

Pysyvien vastaavien erittely

2.1 Aineettomat hyödykkeet, konserni					
	Liikearvo	Konserni-liikearvo	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2024	9 284 154	7 549 428	2 434 295	7 894 104	27 161 981
Lisäykset	10 000	267 951	62	684 768	962 781
Vähennykset			-89 476	-1 034 855	-1 124 332
Hankintameno 31.12.2024	9 294 154	7 817 379	2 344 880	7 544 017	27 000 430
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2024	-9 194 154	-6 121 919	-1 876 312	-5 556 576	-22 748 961
Lisäyksien kertyneet poistot					
Vähennyksien kertyneet poistot			52 195	673 864	726 059
Tilikauden poisto	-43 628	-332 181	-184 218	-750 838	-1 310 864
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2024	-9 237 782	-6 454 101	-2 008 335	-5 633 549	-23 333 767
Ennakkomaksut 31.12.2024				81 737	81 737
Ennakkomaksut 31.12.2023				118 128	118 128
Kirjanpitoarvo 31.12.2024	56 372	1 363 278	336 545	1 992 205	3 748 400
Kirjanpitoarvo 31.12.2023	90 000	1 427 508	557 983	2 455 656	4 531 148
Aineettomat hyödykkeet, emoyhtiö					
Hankintameno 1.1.2024			630 047	2 508 354	3 138 401
Lisäykset				71 547	71 547
Vähennykset				-1 034 855	-1 034 855
Hankintameno 31.12.2024			630 047	1 545 045	2 175 093
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2024			-621 418	-1 685 190	-2 306 607
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot				673 864	673 864
Tilikauden poisto			-7 048	-229 092	-236 140
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2024			-628 466	-1 240 417	-1 868 883

	Liikearvo	Konserni-liikearvo	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Yhteensä
Ennakkomaksut 31.12.2024					
Ennakkomaksut 31.12.2023					
Kirjanpitoarvo 31.12.2024			1 581	304 628	306 209
Kirjanpitoarvo 31.12.2023			8 630	823 164	831 794
2.2 Aineelliset hyödykkeet, konserni					
	Maa-alueet	Rakennukset	Koneet ja kalusto		Yhteensä
Hankintameno 1.1.2024	2 475 280	31 249 151	52 095 370		85 819 801
Lisäykset			360 774		360 774
Vähennykset	-615 888	-8 626 252	-303 722		-9 545 862
Siirrot erien välillä					
Hankintameno 31.12.2024	1 859 392	22 622 899	52 152 422		76 634 713
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2024		-13 030 326	-40 422 886		-53 453 211
Lisäyksien kertyneet poistot					
Vähennysten kertyneet poistot		2 648 460	199 161		2 847 621
Tilikauden poisto		-724 844	-2 359 202		-3 084 045
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2024		-11 106 709	-42 582 927		-53 689 635
Ennakkomaksut 31.12.2024					
Ennakkomaksut 31.12.2023			25 589		25 589
Kirjanpitoarvo 31.12.2024	1 859 392	11 516 190	9 569 495		22 945 077
Kirjanpitoarvo 31.12.2023	2 475 280	18 218 826	11 698 073		32 392 179
Tuotannon koneiden ja laitteiden tasearvo 31.12.2024			8 996 224		
Tuotannon koneiden ja laitteiden tasearvo 31.12.2023			10 958 128		

Pysyvien vastaavien erittely

Aineelliset hyödykkeet, emoyhtiö	Maa-alueet		Koneet ja kalusto	Yhteensä	
		Rakennukset			
Hankintameno 1.1.2024	2 475 280	31 228 674	5 214 312		38 918 266
Lisäykset			115 532		115 532
Vähennykset	-615 888	-8 626 252	-161 696		-9 403 837
Hankintameno 31.12.2024	1 859 392	22 602 422	5 168 148		29 629 962
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.2024		-13 009 848	-4 734 873		-17 744 721
Vähennysten kertyneet poistot		2 648 460	105 602		2 754 062
Tilikauden poisto		-724 844	-147 316		-872 159
Kertyneet poistot ja arvonal. 31.12.2024		-11 086 231	-4 776 587		-15 862 818
Kirjanpitoarvo 31.12.2024	1 859 392	11 516 190	391 561		13 767 143
Kirjanpitoarvo 31.12.2023	2 475 280	18 218 826	479 439		21 173 544
2.3 Sijoitukset, konserni					
	Osuudet osakkuus-yhtiöissä	Saamiset osakkuus-yhtiöiltä	Muut osakkeet ja osuudet	Muut saamiset	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2024			1 054 305	837 738	1 892 044
Lisäykset			20 313		20 313
Vähennykset			-216 338	-50 224	-266 562
Hankintameno 31.12.2024			858 280	787 515	1 645 795
Kirjanpitoarvo 31.12.2024			858 280	787 515	1 645 795
Kirjanpitoarvo 31.12.2023			1 054 305	837 738	1 892 045

Sijoitukset, emoyhtiö	Osuudet osakkuus-yhtiöissä	Saamiset osakkuus-yhtiöiltä	Muut osakkeet ja osuudet	Muut saamiset	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2024		9 724 020	777 713	837 738	11 339 472
Lisäykset		267 951	20 313		288 264
Vähennykset			-216 338	-50 224	-266 562
Hankintameno 31.12.2024		9 991 971	581 688	787 515	11 361 174
Kirjanpitoarvo 31.12.2024		9 991 971	581 688	787 515	11 361 174
Kirjanpitoarvo 31.12.2023		9 724 020	777 713	837 738	11 339 472
2.4 Vaihto-omaisuus		Konserni			
	2024		2023		
Aineet ja tarvikkeet	726 912		1 235 339		
Valmiit tuotteet/tavarat	489 841		238 850		
	1 216 753		1 474 189		

Saamisten erittely

	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
2.5 Pitkäaikaiset saamiset				
Saamiset muilta				
Lainasaamiset	323 350	323 350		
Siirtosaamiset				
Laskennallinen verosaaminen	423 930	484 580		
Yhteensä	747 280	807 930		
Pitkäaikaiset saamiset yhteensä	747 280	807 930		
2.6 Lyhytaikaiset saamiset				
Saamiset saman konsernin yrityksiltä				
Myyntisaamiset				53 862
Lainasaamiset			269 882	
Muut saamiset				
Yhteensä			269 882	53 862
Saamiset muilta				
Myyntisaamiset	3 170 917	3 664 358	32 030	65 288
Siirtosaamiset	2 370 860	2 440 838	600 553	562 968
Yhteensä	5 541 777	6 105 196	632 583	628 256
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	5 541 777	6 105 196	902 465	682 118

	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
Siirtosaamiset				
Siirtosaamisten olennaiset erät				
Avustussaaamiset		200 000		
Tilityssaamiset		613 063		
Työterveyshuollon korvaussaaamiset	142 662	244 889	3 478	3 130
Muut	2 228 198	1 382 886	597 075	559 838
	2 370 860	2 440 838	600 553	562 968
Laskennalliset verosaamiset				
Pakollisista varauksista	318 175	381 729		
Jaksotuseroista ja väliaikaisista eroista	105 755	102 851		
	423 930	484 580		
2.7 Rahoitusarvopaperit				
Muut arvopaperit	51 231 160	41 048 122	48 735 081	38 664 246
Sisältää rahasto-osuuksia	51 231 160	41 048 122	48 735 081	38 664 246
Käypä markkina-arvo 31.12.	51 231 160	41 048 122	48 735 081	38 664 246

Oma pääoma

2.8 Oma pääoma	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
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.	65 510 585	63 065 617	56 193 991,91	57 523 987
Osingonjako	-2 935 266	-2 745 894	-2 935 266	-2 745 894
Vanhentuneet osingot	4 036	5 369	4 036	5 369
Tytäryhtiön myynti (voittovarat)		14 444		
Voitto edellisiltä tilikausilta 31.12.	62 579 355	60 339 535	53 262 762	54 783 462
Tilikauden tulos	4 243 566	5 171 049	5 848 207	1 410 530
Vapaa oma pääoma yhteensä	66 822 921	65 510 585	59 110 968	56 193 992
Oma pääoma yhteensä	68 345 694	67 033 358	60 633 742	57 716 765
Jakokelpoinen vapaa oma pääoma				
Laskelma jakokelpoisesta omasta pääomasta				
Voitto edellisiltä tilikausilta			53 262 762	54 783 462
Tilikauden voitto			5 848 207	1 410 530
			59 110 968	56 193 992
Emoyhtiön osakepääoma jakautuu osakelajeittain seuraavasti:				
K-sarja (1 ääni / osake)			2.217 kpl	2.217 kpl
A-sarja (ei ääniä)			6.651 kpl	6.651 kpl

Taseen vastattavien liitetiedot

	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
Pakolliset varaukset				
Eläkevaraukset	1 278 764	1 345 459	682 957	705 388
Muut pakolliset varaukset	86 359	150 000		
	1 365 123	1 495 459	682 957	705 388
Työnantajan työttömyysturvan omavastuumaksusta aiheutuneet velvoitteet on kirjattu taseeseen pakolliseksi varaukseksi.				
2.10 Tilinpäätössiirtojen kertymä				
Tilinpäätössiirtojen kertymä yhtiössä muodostuu kertyneestä poistoerosta.				
2.11 Pitkäaikaiset velat				
Lainat rahoituslaitoksilta	4 110 705	5 132 135	4 050 000	4 950 000
Laskennallinen verovelka	2 797 302	3 281 390		
Muut pitkäaikaiset velat	195 504	317 439	55 381	55 381
	7 103 511	8 730 963	4 105 381	5 005 381
Laskennalliset verovelat				
Tilinpäätössiirroista	2 133 984	2 618 072		
Jaksotuseroista ja väliaikaisista eroista	663 318	663 318		
	2 797 302	3 281 390		
2.12 Lyhytaikaiset velat				
Velat saman konsernin yrityksille				
Ostovelat				16 763
Muut velat				
Konsernitilivelat			5 327 477	4 631 057
			5 327 477	4 647 820

Taseen vastattavien liitetiedot

	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
Velat muille				
Lainat rahoituslaitoksilta	1 021 430	1 021 430	900 000	900 000
Saadut ennakot	4 178 315	4 087 661	2 823	2 823
Ostovelat	1 789 622	2 294 649	262 788	263 880
Muut velat	2 055 874	1 946 881	232 864	242 062
Siirtovelat	5 679 383	5 389 002	2 200 768	443 890
	14 724 625	14 739 623	3 599 242	1 852 654
Siirtovelkojen olennaiset erät				
Palkat sosiaalikuluneen	3 936 139	4 232 004	209 986	220 999
Korot	110 922	124 627	110 146	123 316
Verot	1 329 962	367 166	1 769 770	71 053
Muut	302 360	665 205	110 867	28 521
	5 679 383	5 384 002	2 200 768	443 890

Vakuudet ja vastuusitoumukset

Velat, joiden vakuudeksi annettu kiinnityksiä kiinteistöön	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
Rahalaitoslainat	5 132 135	6 153 565	4 950 000	5 850 000
Annetut kiinnitykset	16 441 031	28 141 031	16 441 031	28 141 031
Velat yhteensä	5 132 135	6 153 565	4 950 000	5 850 000
Vakuudeksi annetut kiinnitykset yhteensä	16 441 031	28 141 031	16 441 031	28 141 031
Muut omasta puolesta annetut vakuudet				
Pankkitakaukset omasta puolesta	876 489	876 489	876 489	876 489
Koronvaihtosopimus omasta puolesta	3 712 500	4 387 500	3 712 500	4 387 500
	4 588 989	5 263 989	4 588 989	5 263 989
Samaan konserniin kuuluvien yritysten puolesta annetut vakuudet ja takaukset				
Pankkitakaukset				
Muut takaukset	333 295	333 295	333 295	333 295
	333 295	333 295	333 295	333 295
Muut vastuusitoumukset Vuokravastuut (sis. alv). Vertailuvuoden tietoihin on lisätty arvonnalisävero.				
Seuraavalla tilikaudella maksettavat	1 430 771	1 093 601		
Myöhemmin maksettavat	955 376	932 271		
	2 386 147	2 025 872		

Vakuudet ja vastuusitoumukset

	konserni 31.12.2024	konserni 31.12.2023	emo 31.12.2024	emo 31.12.2023
Leasingsopimuksista maksettavat määrät (sis. alv) Vertailuvuoden tietoihin on lisätty arvonnäisävero.				
Seuraavalla tilikaudella maksettavat	486 707	593 437	49 609	79 121
Myöhemmin maksettavat	474 428	630 155	63 103	58 548
	961 135	1 223 592	112 712	137 669
Mainosnäyttöjen vuokravastuu (sis. alv) Vertailuvuoden tietoihin on lisätty arvonnäisävero.				
Seuraavalla tilikaudella maksettavat	731 104	851 062		
Myöhemmin maksettavat	667 594	1 269 628		
	1 398 698	2 120 690		

Muut taloudelliset vastuut, joita ei ole merkitty taseeseen

Yhtiö on velvollinen tarkistamaan vuosina 2012 ja 2018 valmistuneista kiinteistöinvestoinneista tekemiään arvonnäisäverovähennyksiä, jos kiinteistön verollinen käyttö vähenee tarkistuskauten aikana. Vastuun enimmäismäärä on 627 023,02 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 3,7125 miljoona euroa, 10.08.2016 -15.1.2030, yhtiö saa 1 v euribor korkoa ja maksaa kiinteää korkoa.
Sopimuksen käypä arvo tilinpäätöshetkellä -188.127,98 euroa.

Suojaustyyppi: rahavirran suojaus
Koronvaihtosopimuksen kassavirrat kirjataan tulosvaikutteisesti samoilla periodeilla kuin suojatun lainan korkovirrat.

Omistukset muissa yrityksissä

Konserniyritykset	Yhtiön omistuosuus-%	Oma pääoma	Tilikauden tulos
Kaleva365 Oy, Oulu	100	5 024 122	1 803 963
Indieplace Oy, Helsinki	100	406 765	142 274
Kolmas Polvi Oy, Oulu	100	6 236	-137 473
Kolmiokirja Oy, Oulu	100	343 550	15 098
Botnia Print Oy Ab	100	1 711 199	4 950
Osakkuusyritykset			
Oulu-Suorajakelu Oy, Oulu	50	455	-42 543

Kaikki osakkuusyritykset on yhdistelty emoyhtiön konsernitilinpäätökseen.

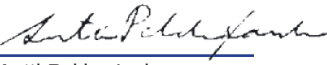
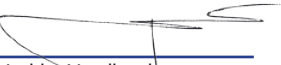
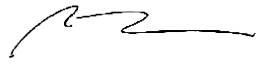
Konsernia koskevat liitetiedot

Kaleva Media-konsernin emoyhtiö on Kaleva Oy, kotipaikka Oulu.

Kaleva Media-konsernitilinpäätöksen jäljennökset ovat saatavissa Kaleva Media-konsernin pääkonttorista osoitteesta Kirkkokatu 31, 90100 Oulu.

Tilinpäätöksen allekirjoitukset

Oulussa helmikuun 21. päivänä 2025

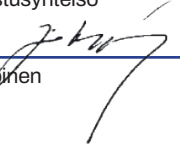

Pekka Väisänen
hallituksen puheenjohtaja
Carita Antell
hallituksen jäsen
Antti-Pekka Jauho
hallituksen jäsen
Kalle Korkeakivi
hallituksen jäsen
Jarkko Nordlund
hallituksen jäsen
Mika Rytty
hallituksen jäsen
Juha Laakkonen
toimitusjohtaja

Tilinpäätöksen allekirjoitukset

Suoritetusta tilintarkastuksesta on tänään annettu kertomus.

Oulussa helmikuun 21. päivänä 2025

Ernst & Young Oy
Tilintarkastusyhteisö


Jari Karpunen
KHT

