Alma Media Oyj

Q3 Osavuosikatsaus 2019

23.10.2019

Alma Media Oyj Osavuosikatsaus 23.10.2019 klo 8.00

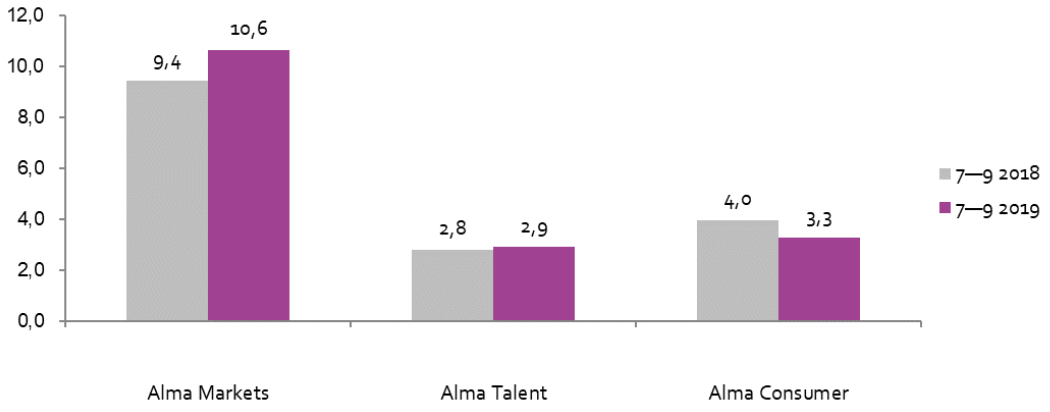
Alma Median osavuosikatsaus tammi—syyskuu 2019:

Liikevoitto parani ja sisältömyynti kasvoi kolmannella vuosineljänneksellä

Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2019:

- Liikevaihto 80,3 (81,6) milj. euroa, laskua 1,6 %.
- Oikaistu liikevoitto 16,1 (15,1) milj. euroa, 20,1 % (18,5 %) liikevaihdosta, kasvua 6,7 %.
- Liikevoitto 15,7 (14,6) milj. euroa eli 19,6 % (17,9 %) liikevaihdosta, kasvua 7,7 %.
- Osakekohtainen tulos 0,14 (0,12) euroa.
- Alma Markets: Kannattava kasvu jatkui erityisesti kotimaan asumisen- ja autoilun liiketoiminnoissa.
- Alma Talent: Kannattavuus parani huolimatta mainonnan liikevaihdon laskusta. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 19 %.
- Alma Consumer: Painetun median mainosmyynnin lasku heikensi kannattavuutta. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 20 %.

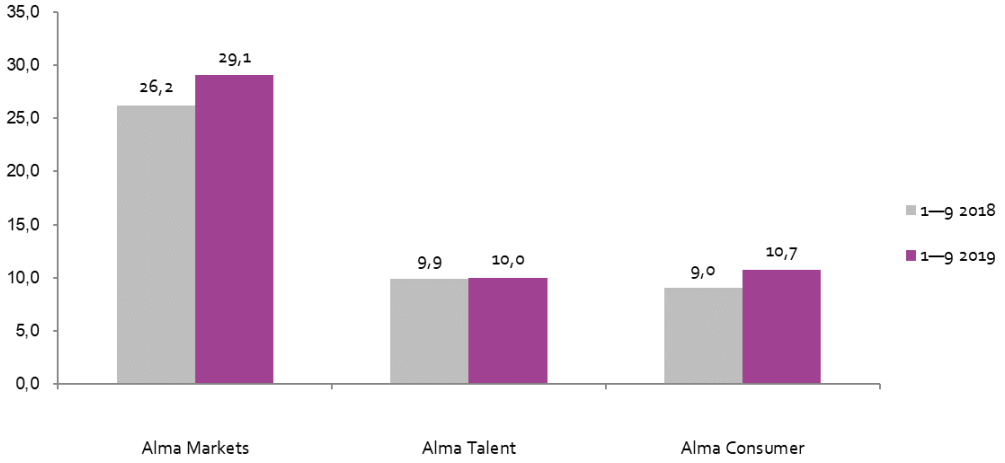
Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto heinä—syyskuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2019:

- Liikevaihto 253,3 (262,7) milj. euroa, laskua 3,6 %.
- Oikaistu liikevoitto 45,4 (40,2) milj. euroa, 17,9 % (15,3 %) liikevaihdosta, kasvua 12,9 %.
- Liikevoitto 44,6 (44,9) milj. euroa eli 17,6 % (17,1 %) liikevaihdosta, laskua 0,5 %.
- Osakekohtainen tulos 0,37 (0,38) euroa.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto tammi—syyskuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



AVAINLUVUT milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	80,3	81,6	-1,6	253,3	262,7	-3,6	354,6
Sisältöliikevaihto	26,9	26,6	1,1	82,0	85,3	-3,9	114,8
Sisältöliikevaihto, painettu	21,9	22,4	-2,3	67,8	72,8	-6,8	97,9
Sisältöliikevaihto, digi	5,0	4,2	19,6	14,2	12,6	13,1	16,9
Mainosmyynnin liikevaihto	41,7	42,7	-2,3	133,9	136,6	-2,0	185,7
Mainosmyynti, painettu	9,5	11,0	-14,9	32,9	39,1	-15,9	50,6
Mainosmyynti, digi	32,2	31,7	1,5	101,0	97,5	3,6	132,7
Palveluliikevaihto	11,7	12,3	-5,1	37,4	40,7	-8,3	54,1
Oikaistut kokonaiskulut	64,2	66,6	-3,6	208,2	222,9	-6,6	297,9
Oikaistu käyttökate	21,5	18,9	13,8	62,0	52,1	19,0	72,9
Käyttökate	21,0	18,3	14,8	61,2	56,7	7,9	76,6
Oikaistu liikevoitto	16,1	15,1	6,7	45,4	40,2	12,9	57,3
% liikevaihdosta	20,1	18,5		17,9	15,3		16,2
Liikevoitto/-tappio	15,7	14,6	7,7	44,6	44,9	-0,5	61,0
% liikevaihdosta	19,6	17,9		17,6	17,1		17,2
Tilikauden tulos	13,1	12,2	7,0	35,6	36,4	-2,3	47,9
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,14	0,12	9,5	0,37	0,38	-2,6	0,51
Digiliiketoiminnan liikevaihto	42,5	40,6	4,5	131,0	125,8	4,2	170,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	52,9	49,8		51,7	47,9		48,0

Toimintaympäristö vuodelle 2019

Euroopan kansantalouksien kasvun odotetaan hidastuvan vuonna 2019. Epävarmuus Saksan talouskehityksestä on lisääntynyt ja sen heijastusvaikutuksena Tšekissä ja Slovakiassa on nähtävissä muutamilla toimialoilla rekrytointimainonnan kysynnän hidastumista.

Median rakennemuutos jatkuu; mainonta ja sisältömyynti verkossa kasvaa ja painetun median kysyntä laskee. Painetun median kannattavuutta heikentää jakelukustannusten ja volyymisidonnaisten kustannusten nousu. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiainvestointeihin. Digitaalisessa mainonnassa haku- ja sosiaalisen median mainonnan, mobiili- ja videomainonnan sekä sisältömarkkinoinnin odotetaan kasvavan nopeimmin.

Näkymät vuodelle 2019 (muuttumaton)

Alma Media arvioi vuoden 2019 liikevaihdon olevan edellisvuoden tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuodesta 2018. Vuoden 2018 liikevaihto oli 354,6 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 57,3 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa vuoden 2019 heinä–syyskuussa 1,9 % (0,6 %) ja verkkomediamainonta kasvoi Suomessa kolmannella kvartaalilla 6,3 % (2,4 %). Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 12,0 % (7,5 %). Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski heinä–syyskuussa 9,0 % (2,8 %). Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2019 kolmannella kvartaalilla 9,2 % (10,7 %).

Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan vuoden 2019 tammi–syyskuussa mainonnan kokonaismäärä laski 0,3 % (6,7 %). Samalla ajanjaksolla verkkomediamainonta Ruotsissa kasvoi 2,1 % (5,2 %) ja ammattilehtien mainonnan määrä laski 21,9 % (17,5 %).

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa Tšekissä 2,6 % ja työttömyysaste olisi 2,2 % vuonna 2019. Vuodelle 2020 Europpan Komissio ennustaa Tšekin bruttokansantuotteen kasvuksi 2,5 % ja työttömyysasteeksi 2,3 %. Slovakiassa

BKT:n ennustetaan kasvavan Euroopan Komission mukaan 3,6 % ja työttömyysasteen olevan 5,9% vuonna 2019. Vuodelle 2020 Europpan Komissio ennustaa Slovakian bruttokansantuotteen kasvuksi 3,3 % ja työttömyysasteeksi 5,6%.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Median kannattavuus kehittyi kolmannella vuosineljänneksellä hyvin. Oikaistu liikevoitto oli 16,1 miljoonaa euroa ja liikevoittomarginaali 20,1 prosenttia. Kannattavuutta paransivat digitaalisten tuottojen kasvu sekä hyvä kustannusten hallinta. Alma Median liikevaihto laski 1,6 prosenttia 80,3 miljoonaan euroon. Kuluneella vuosineljänneksellä digitaalisen sisältömyynnin kasvu ylitti ensimmäisen kerran konsernitasolla painetun sisältömyynnin laskun.

Alma Markets -segmentin kannattavuus oli heinä–syyskuussa edelleen erinomainen; liikevoittomarginaali oli 42,7 prosenttia hyvän kustannusten hallinnan ansiosta. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi edelleen, joskin hidastuen epävarmojen talousnäkymien vaikuttaessa rekrytointimarkkinaan. Vastaavasti asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnassa vahva kehitys jatkui alkuvuoden tapaan. Heinä–syyskuussa erityisesti asumiseen ja autoiluun liittyvien lisäarvo- sekä kilpailutuspalveluiden kysyntä lisääntyi.

Alma Talentissa digisisältötuotot kasvoivat heinä–syyskuussa kotimaan talous- ja ammattimedioissa 25,3 prosenttia. Katsauskaudella toteutettiin viimeisimmät digitilausmalliin liittyvät uudistukset Uudessa Suomessa ja Markkinointi&Mainonnassa. Kaikki segmentin mediat ovat nyt maksullisia ja digitaalisesti tilattavissa. Heinä–syyskuussa segmentin liikevaihtoa painoivat suhdanneherkkien rekrytointi- ja automainonnan, sijoittajaviestintään liittyvän mainonnan ja koulutuksien myynnin lasku. Liikevaihdon laskusta huolimatta segmentin kannattavuus parani tiukan kuluhallinnan ansiosta.

Alma Consumerissa kulunut vuosineljännes oli haasteellinen painetun median mainosmyynnissä, minkä seurauksena segmentin liikevaihto laski ja kannattavuus heikkeni vertailukaudesta. Palveluliikevaihto laski ulkoisen painovolyymin laskiessa. Digitilausten myynti jatkui sen sijaan vahvassa kasvussa. Sisältöjen uudistaminen ja datan hyödyntäminen paremman digitaalisen luku- ja käyttökokemuksen tarjoamiseksi ovat edistyneet hyvin.

Oikaistu liikevoittomme on parantunut ja rahoitusasemamme on vahvistunut edelleen. Olemme parantaneet liiketoimintamme kannattavuutta digitaalisilla kasvu- ja tuotekehityshankkeilla sekä hyvällä kustannuskontrollilla. Alma Medialla on erinomaiset valmiudet tarttua uusiin arvonluonnin ja kasvun mahdollisuuksiin myös toimintaympäristön hitaamman kasvun aikana.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Alma Media rakentaa kestävää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Tavoitteena on yhtiön omistaja-arvon kasvattaminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden parantamisen kautta. Alma Media kehittää ja laajentaa nykyistä liiketoimintaansa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta- ja markkina-alueilta. Yhtiön kansainvälistymispolkua jatketaan. Orgaanisen kasvun lisäksi kannattavuuden kehitystä vauhditetaan yritysjärjestelyin.

Alma Media vastaa kuluttajien muuttuvaan mediankäyttöön ja rakentaa julkaisutoiminnan alueella toimivista brändeistään monikanavaisia mediaratkaisuja. Medialiiketoiminnassa jatketaan siirtymää painetusta digitaaliseen mediaan kehittämällä digitaalisia sisältöjä ja markkinointiratkaisuja asiakkaiden tarpeita kuunnellen sekä varmistaen medioiden arvostus alueidensa ja yhteisöjensä ykkösbrändeinä. Palveluliikevaihdon kasvattamiseksi Alma Media lisää digitaalista tarjontaansa tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja palveluja myös julkaisutoiminnan ulkopuolelta.

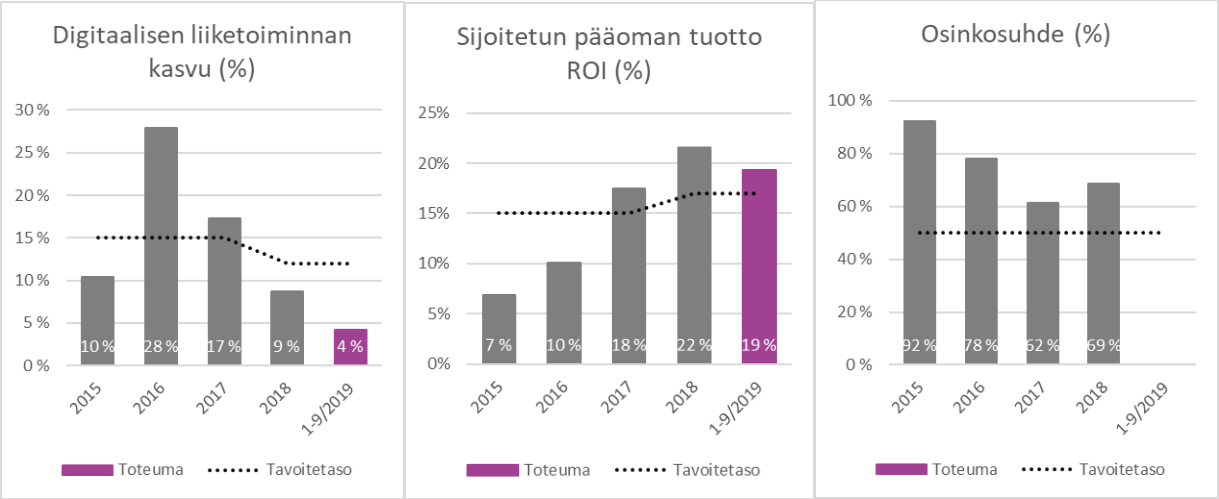
Vuosien 2019–2021 strategiajaksolle Alma Media on valinnut viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää liiketoimintoja yhdistävää strategista aloitetta. Aloitteiden toteuttamisessa hyödynnetään konsernin eri liiketoimintojen välistä yhteistyötä ja synergiaa. Strategiset aloitteet ovat: 1) keskitetty valtakunnallinen mediamyynti Alma Mediaratkaisut (AMR), 2) digitaaliseen sisältöliikevaihdon kasvuun tähtäävä eCom, 3) datan liiketoiminnallinen hyödyntäminen regulaatiovaatimukset huomioiden, 4) erikoissisältöihin ja palveluihin keskittyvät Alma-teemat 5) kävijäliikenteen kasvattaminen ja ohjaus.

Digitaalisen sisältömyynnin kasvattaminen on Alma Median keskeisimpiä strategian elementtejä. Uutisista verkossa maksavien käyttäjien osuus on Suomessa yleisesti vain noin 15 prosenttia, mutta mediakulutuksen

siirtyessä yhä enemmän digitaalisiin kanaviin halukkuus maksaa uutissisällöistä yleistynee esimerkiksi suoratoistopalveluiden käytön lisääntymisen rinnalla. Viime vuosina Alma Median digitilausliiketoiminta on kehittynyt hyvin, yhtiö on lanseerannut useita uusia digimediatuotteita: raportointikaudella kaikki Alma Median tilattavat tuotteet ovat digitaalisina maksullisia. Alma Talentin medioiden digi-only tilauskanta on kasvanut syyskuusta 2018 yli 100 prosenttia ja vastaavasti Alma Consumerissa Aamulehden digitilauskanta on kasvanut 55 prosenttia ja Satakunnan Kansan 66 prosenttia. Digitaalisessa sisältömyynnissä mahdollisuus hyödyntää dataohjautuvuutta tuottaa parempaa asiakaskokemusta ja liiketoiminnallista ennustettavuutta. Lisäksi tekoäly, automaatio ja käyttäjädatan analytiikka lisäävät kustannustehokkuutta.

Alma Media on laajentanut digitaalista markkinapaikkaliiketoimintaansa erilaisiin vertailu- ja kilpailutuspalveluihin, joiden kysynnän nähdään tulevaisuudessa kasvavan. Heinäkuussa 2019 Alma Media lisäsi omistustaan 60 prosenttiin lainojen ja vakuutusten kilpailutuspalvelua tarjoavassa Etua Oy:ssä. Aiemmin Alma Median omistus yhtiössä oli 20 prosenttia. Vuonna 2008 perustettu kulutusluottoja ja asuntolainoja vertaileva Etua.fi-palvelu toimii yhteistyössä Suomen johtavien finanssialan yritysten kanssa välittäen verkkopalvelun kautta jätetyt lainahakemukset suoraan yhteistyökumppaneille. Palvelu on aina kuluttajalle maksuton. Etua.fi on palvellut jo yli 200 000 suomalaista arjen raha-asioissa.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1.–30.9.2019

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2018 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

TULOSLASKELMA milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	80,3	81,6	-1,6	253,3	262,7	-3,6	354,6
Oikaistut kokonaiskulut	64,2	66,6	-3,6	208,2	222,9	-6,6	297,9
Oikaistu käyttökate	21,5	18,9	13,8	62,0	52,1	19,0	72,9
Käyttökate	21,0	18,3	14,8	61,2	56,7	7,9	76,6
Oikaistu liikevoitto	16,1	15,1	6,7	45,4	40,2	12,9	57,3
% liikevaihdosta	20,1	18,5		17,9	15,3		16,2
Liikevoitto/-tappio	15,7	14,6	7,7	44,6	44,9	-0,5	61,0
% liikevaihdosta	19,6	17,9		17,6	17,1		17,2
Tilikauden tulos ennen veroja	15,6	15,3	2,2	43,2	45,1	-4,1	60,4
Tilikauden tulos	13,1	12,2	7,0	35,6	36,4	-2,3	47,9
TASE milj. euroa	**2019 7—9**	**2018 7—9**	**Muutos %**	**2019 1—9**	**2018 1—9**	**Muutos %**	**2018 1—12**
VARAT				388,0	336,1	15,4	345,6
Nettovelat				50,5	20,5	146,6	2,0
Korolliset velat				97,0	52,5	84,9	51,5
Korottomat velat				101,8	107,9	-5,6	107,2
Investoinnit yhteensä	4,9	0,2	2216,2	12,2	20,8	-41,2	22,1
Omavaraisuusaste%				51,6	56,0	-7,8	57,5
Gearing%				27,3	12,0	127,2	1,1
HENKILÖSTÖ	**2019 7—9**	**2018 7—9**	**Muutos %**	**2019 1—9**	**2018 1—9**	**Muutos %**	**2018 1—12**
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia ja telemarkkinoijia	1 919	1 951	-1,6	1 895	1 972	-3,9	1 913
Lehdenjakajat ja telemarkkinoijat keskimäärin	1 172	1 124	4,2	1 162	1 160	0,2	1 149
TUNNUSLUKUJA	**2019 7—9**	**2018 7—9**	**Muutos %**	**2019 1—9**	**2018 1—9**	**Muutos %**	**2018 1—12**
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	31,9	32,3	-1,5	26,1	30,2	-13,6	27,8
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	20,7	24,1	-14,0	19,4	22,8	-15,1	21,7
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,14	0,12	9,5	0,37	0,38	-2,6	0,51
Tulos/osake, laimennettu	0,13	0,12	7,4	0,37	0,38	-4,4	0,51
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,12	0,05	114,4	0,66	0,45	46,9	0,68
Oma pääoma/osake	1,94	1,82	6,7	1,94	1,82	6,7	1,94
Osinko/osake							0,35
Efektiivinen osinkotuotto%							6,3
Hinta/voitto -suhde P/E							11,0
Osakekannan markkina-arvo				576,7	524,0	10,1	456,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton **	82 283	82 383		82 283	82 383		82 147
Osakkeiden lkm ka. laimennettu	83 891	82 383		83 891	82 383		82 219
Osakemäärä kauden lopussa	82 283	82 383		82 283	82 383		82 383

**) vuosituotto, ks. osavuosikatsauksen laadintaperiaatteet. **) yhtiö on luovuttanut katsauskauden aikana omia osakkeita 136 519 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 99 795 kpl.*

LIIKEVAIHTO

Heinä–syyskuu 2019

Liikevaihto laski vuoden 2019 kolmannella neljänneksellä 1,6 % 80,3 (81,6) milj. euroon. Sisältömyynti kasvoi 1,1 % ja oli 26,9 (26,6) milj. euroa. Mainosmyynnin liikevaihto laski 2,3 % ja oli 41,7 (42,7) milj. euroa. Digisisältöliikevaihto kasvoi 19,6 % ja digimainosmyynti 1,5 %. Palveluliikevaihto oli 11,7 (12,3) milj. euroa.

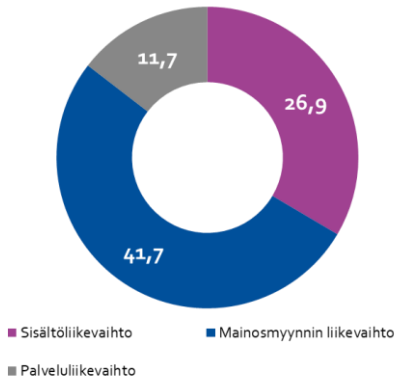
Tammi–syyskuu 2019

Liikevaihto laski tammi–syyskuussa 3,6 % 253,3 (262,7) milj. euroon. Myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 6,3 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto laski 1,2 %.

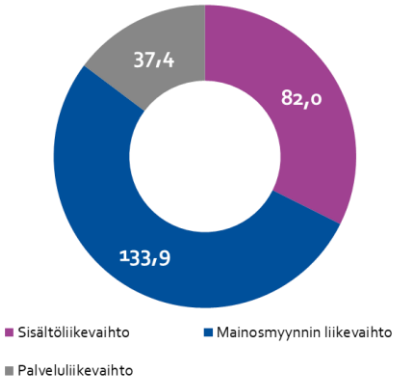
Sisältöliikevaihto laski 3,9 % 82,0 (85,3) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta oli vertailukauden tasolla. Vertailukelpoinen digisisältöliikevaihdon kasvu oli 16,2 %. Mainosmyynnin liikevaihto laski 2,0 % 133,9 (136,6) milj. euroon. Vertailukelpoinen mainosmyynti oli vertailukauden tasolla. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 11,3 % ja digimainosmyynti kasvoi 3,5 % ilman myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutusta.

Palveluliikevaihto oli 37,4 (40,7) milj. euroa ja liikevaihdon lasku ilman myytyjen, hankittujen ja lopetettujen toimintojen vaikutusta oli 5,2 %. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma-, koulutus- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

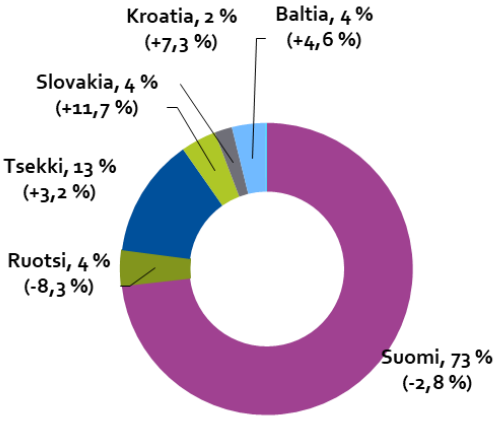
Liikevaihdon jakauma 7–9 2019, milj. euroa.



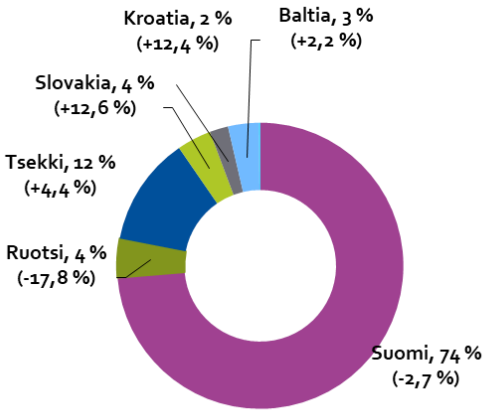
Liikevaihdon jakauma 1–9 2019 milj. euroa



Liikevaihdon maantieteellinen jako 7–9 2019



Liikevaihdon maantieteellinen jako 1–9 2019



LIIKEVAIHTO milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Alma Markets	24,9	23,9	3,8	75,4	71,9	4,8	96,4
Alma Talent	22,3	23,1	-3,3	74,7	79,0	-5,5	108,9
Alma Consumer	33,9	35,3	-4,0	105,7	113,3	-6,6	151,7
Segmentit yhteensä	81,1	82,3	-1,5	255,8	264,2	-3,2	356,9
Kohdistamattomat toiminnot	-0,8	-0,7	-10,1	-2,5	-1,5	-67,2	-2,3
Yhteensä	80,3	81,6	-1,6	253,3	262,7	-3,6	354,6

LIIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Suomi	58,9	60,6	-2,7	187,1	196,4	-4,7	265,7
Muut maat	21,3	21,0	1,5	66,2	66,3	-0,1	88,9
Konserni yhteensä	80,3	81,6	-1,6	253,3	262,7	-3,6	354,6

**) Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty konsernin yksiköiden sijaintimaan mukaan.*

TULOS

Heinä–syyskuu 2019

Oikaistu liikevoitto oli 16,1 (15,1) milj. euroa, 20,1 % (18,5 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 15,7 (14,6) milj. euroa, 19,6 % (17,9 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,4 (-0,6) milj. euroa, jotka liittyivät kiinteistöjen myynneistä syntyneisiin myyntitappioihin. Myös vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioihin.

Kokonaiskulut laskivat kolmannella neljänneksellä 2,7 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 5,3 (3,7) milj. euroa. Heinä–syyskuun 2019 tulos oli 13,1 (12,2) milj. euroa ja oikaistu tulos 13,5 (12,8) milj. euroa.

Tammi–syyskuu 2019

Oikaistu liikevoitto oli 45,4 (40,2) milj. euroa, 17,9 % (15,3 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 44,6 (44,9) milj. euroa, 17,6 % (17,1 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,8 (4,6) milj. euroa, jotka liittyivät kiinteistöjen myynneistä syntyneisiin myyntitappioihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoihin, joista merkittävin muodostui Lapin lehtiliiketoiminnan myynnistä.

Kokonaiskulut laskivat tammi–syyskuussa 15,2 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot olivat 16,6 (11,9) milj. euroa. Poistojen kasvuun vaikutti IFRS16 –standardin käyttöönotto konsernissa. Standardin käyttöönoton vaikutuksia konsernin taloudelliseen asemaan kuvataan osavuosikatsauksen laadintaperiaatteissa. Tammi–syyskuun tulos oli 35,6 (36,4) milj. euroa ja oikaistu tulos 36,4 (31,8) milj. euroa.

OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Alma Markets	10,6	9,4	12,7	29,1	26,2	10,8	34,4
Alma Talent	2,9	2,8	3,8	10,0	9,9	1,1	15,5
Alma Consumer	3,3	4,0	-17,4	10,7	9,0	19,0	14,4
Segmentit yhteensä	16,8	16,2	3,8	49,8	45,1	10,3	64,3
Kohdistamattomat toiminnot	-0,6	-1,0	38,3	-4,3	-4,9	10,9	-7,0
Yhteensä	16,1	15,1	6,7	45,4	40,2	12,9	57,3

Liikevoittoa oikaisevat erät

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Alma Markets					
Myyntivoitot ja -tappio	0,1	0,0	0,1	0,7	0,7
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut				-0,2	-0,6
Myyntivoitot ja -tappio		0,1		0,2	0,2
Alma Consumer					
Uudelleenjärjestelykulut				-0,5	-1,0
Myyntivoitot ja -tappio	-0,5	-0,2	-0,7	4,6	4,5
Kohdistamattomat					
Myyntivoitot ja -tappio		-0,5	-0,1	-0,2	-0,1
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	-0,4	-0,6	-0,8	4,6	3,7
OIKAISTUT ERÄT TULOKSESSA ENNEN VEROJA	-0,4	-0,6	-0,8	4,6	3,7

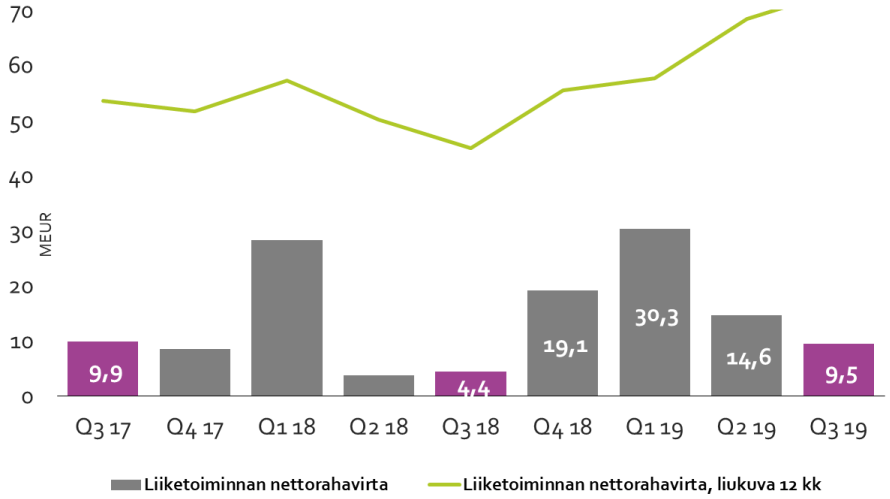
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Alma Markets	10,7	9,4	13,4	29,1	26,9	8,2	35,1
Alma Talent	2,9	2,9	-1,5	10,0	9,9	1,0	15,1
Alma Consumer	2,8	3,8	-27,0	10,0	13,1	-23,9	17,9
Segmentit yhteensä	16,3	16,1	1,2	49,1	49,9	-1,7	68,1
Kohdistamattomat toiminnot	-0,6	-1,6	59,3	-4,5	-5,1	12,2	-7,1
Yhteensä	15,7	14,6	7,7	44,6	44,9	-0,5	61,0

TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli syyskuun 2019 lopussa 388,0 (336,1) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 51,6 % (56,0 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,94 (1,82) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta heinä–syyskuussa oli 9,5 (4,4) milj. ja tammi–syyskuussa 54,5 (37,1). Liiketoiminnan rahavirtaa kasvatti tuloksen parantumisen lisäksi käyttöpääoman lasku sekä IFRS 16 -standardin käyttöönoton vaikutus. Rahavirta ennen rahoitusta oli heinä–syyskuussa 6,3 (14,5) milj. euroa ja tammi–syyskuussa 38,5 (42,9) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR



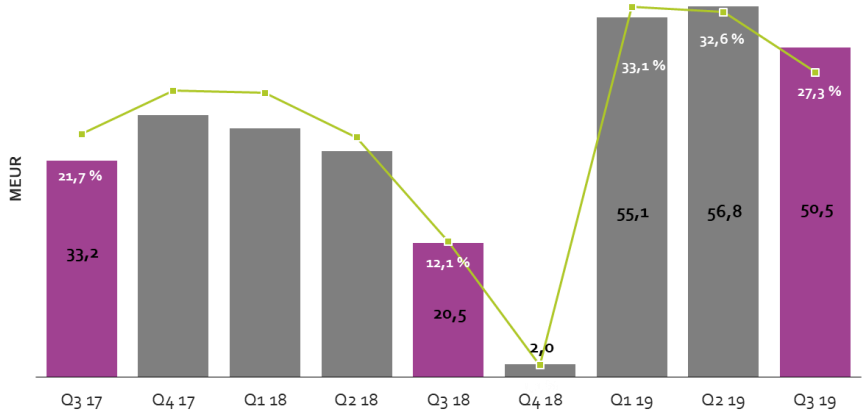
Konsernilla oli syyskuun 2019 lopussa korollisia velkoja yhteensä 97,0 (52,5) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan rahoitusleasingveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli 50,5 (20,5) milj. euroa. Korollisten velkojen kasvuun vaikutti IFRS16 –standardin käyttöönotto konsernissa. Standardin käyttöönoton vaikutuksia konsernin taloudelliseen asemaan kuvataan osavuosikatsauksen laadintaperiaatteissa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	85,1	48,1	47,3
Lyhytaikaiset korolliset velat	11,9	4,3	4,2
Rahavarat	46,6	32,0	49,5
Korolliset nettovelat	50,5	20,5	2,0

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.9.2019 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.9.2019 käyttämättä.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 3,8 milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2019

Maaliskuussa 2019 Alma Median tytäryhtiö Alma Career osti 100 % slovenialaisesta Alma career, spletno oglaševanje d.o.o.:sta, joka omistaa www.deloglaskin.si –rekrytointiportaalin.

Toukokuussa 2019 Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy hankki autokaupan ammattilaisille suunnatun tukkuautot.fi -markkinapaikan ostamalla palvelun omistavan Suomen Tukkuautot Oy:n osakekannan. Alma Media -konsernin omistusosuus Alma Mediapartners -konsernista on 65 %.

Alma Mediaan kuuluvat Alma Media Kustannus Oy ja Alma Manu Oy sekä Posti Oy sopivat 20.6.2019 liiketoimintakaupasta ja jakelupalvelusopimuksesta, jolla Alma Manun suorittama Alma Media Kustannuksen julkaisemien lehtien varhaisjakelu Pirkanmaalla ja Satakunnassa ulkoistetaan siirtymäajan jälkeen arviolta 1.1.2020 alkaen Postille. Ulkoistuksen myötä Alma Manun noin 800 jakeluliiketoiminnan työntekijää siirtyy Posti Groupille arviolta 1.1.2020 alkaen. Järjestelyn piiriin eivät kuulu lehtikuljetukset, ostettu jakelupalvelu ja ulkoinen jakelu, joiden järjestäminen jää Alma Manu Oy:n tehtäväksi.

Alma Media tiedotti 3.7.2019 ostaneensa 40 prosenttia lainojen ja vakuutusten kilpailutuspalvelua tarjoavasta Etua Oy:stä. Aiemmin Alma Media omisti yhtiöstä 20 prosenttia. Kaupan myötä Alma Median omistus Etua Oy:ssä nousi 60 prosenttiin.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi–syyskuussa 2019 yhteensä 12,2 (20,8) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Suomen Tukkuautot Oy:n ja Etua Oy:n osakkeiden hankinnasta ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Alma Markets	0,3	0,1	6,6	16,3	16,5
Alma Talent	0,1	0,2	0,3	0,7	0,9
Alma Consumer	4,3	0,0	4,6	1,7	1,9
Segmentit yhteensä	4,7	0,2	11,5	18,7	19,4
Kohdistamattomat	0,2	0,0	0,8	2,1	2,7
Yhteensä	4,9	0,2	12,2	20,8	22,1

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT (milj. euroa)	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Käyttöomaisuus	0,6	0,2	2,1	3,5	4,8
Yritysostot	4,3	0,0	10,2	17,3	17,3
Yhteensä	4,9	0,2	12,2	20,8	22,1

POISTOT (milj. euroa)	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	3,9	2,3	12,3	7,6	9,9
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,4	1,4	4,2	4,3	5,7
Yhteensä	5,3	3,7	16,6	11,9	15,6

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Median raportoitavat segmentit ovat digitaalisten markkinapaikkojen ja rekrytointiliiketoiminnan Alma Markets, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja kuluttajamedialiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Markets

Alma Markets –segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Monster.fi, Jobs.cz, Prace.cz, CV Online, Profesia.sk, Workania.hu, MojPosao.net sekä Monster.cz.

Segmenttiin kuuluu useita verkkopalveluja: asumiseen liittyvät Etuovi.com ja Vuokraovi.com, matkailuportaali Gofinland.fi, autoalan palveluihin liittyvät Autotalli.com, Autosofta, Autojerry.fi, Websales, Webrent ja Tukkuautot.fi. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittyneet NettiKoti, Talosofta ja Kivi –kiinteistövälitysjärjestelmä sekä remontti- ja rakennustöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi.

AVAINLUVUT milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	24,9	23,9	3,8	75,4	71,9	4,8	96,4
Mainosmyynnin liikevaihto	22,8	22,0	3,2	68,9	66,2	4,1	88,6
Palveluliikevaihto	2,1	1,9	10,2	6,5	5,7	12,7	7,8
Oikaistut kokonaiskulut	14,3	14,6	-2,0	46,5	45,8	1,3	62,1
Oikaistu käyttökate	11,8	10,3	14,1	32,8	29,0	13,1	38,1
Käyttökate	11,9	10,3	14,8	32,8	29,7	10,7	38,7
Oikaistu liikevoitto	10,6	9,4	12,7	29,1	26,2	10,8	34,4
% liikevaihdosta	42,7	39,3		38,5	36,4		35,7
Liikevoitto/-tappio	10,7	9,4	13,4	29,1	26,9	8,2	35,1
% liikevaihdosta	43,0	39,3		38,5	37,4		36,4
Henkilöstö keskimäärin	680	677	0,6	683	668	2,3	667
Digiliiketoiminnan liikevaihto	24,9	23,9	4,8	75,4	71,9	4,8	96,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0

Heinä—syyskuu 2019

Vuoden 2019 kolmannella neljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 3,8 % ja oli 24,9 (23,9) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,3 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta kasvoi 1,6 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 74,3 % . Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnan alkuvuoden hyvä kehitys jatkui kolmannella vuosineljänneksellä. Asumisen liiketoiminta muodosti 17,4 % segmentin liikevaihdosta ja kasvoi 9,1 %. Autoilun liiketoiminta muodosti 8,2 % segmentin liikevaihdosta ja kasvoi 28,9 %.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 14,3 (14,6) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden kolmannella neljänneksellä 10,6 (9,4) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 42,7 % (39,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 10,7 (9,4) milj. euroa.

Tammi—syyskuu 2019

Vuoden 2019 tammi–syyskuussa Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 4,8 % ja oli 75,4 (71,9) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan kasvuvauhti hidastui erityisesti Suomessa ja Tšekissä, liikevaihto kasvoi tammi–syyskuussa 3,0 % vertailukauteen verrattuna. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,5 milj. euroa.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 46,5 (45,8) milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset sekä uusiin että nykyisiin verkkopalveluihin ja talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli 29,1 (26,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 38,5 % (36,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 29,1 (26,9) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee ammattilais- ja talousmediaa sekä bisnes- ja lakikirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta sekä tieto- ja markkinointipalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous ja Arvopaperi. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden ja Ny Teknik.

AVAINLUVUT milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	22,3	23,1	-3,3	74,7	79,0	-5,5	108,9
Sisältöliikevaihto	10,1	10,1	-0,1	33,6	34,4	-2,3	47,7
Sisältöliikevaihto, painettu	6,8	7,4	-15,0	24,2	26,3	-8,0	36,6
Sisältöliikevaihto, digi	3,3	2,8	19,3	9,5	8,2	15,9	11,1
Mainosmyynnin liikevaihto	6,4	6,8	-6,4	21,5	23,8	-9,6	33,4
Mainosmyynti, painettu	2,8	3,1	-15,0	9,7	11,6	-14,1	13,9
Mainosmyynti, digi	3,6	3,7	-3,6	11,8	12,2	-3,2	17,0
Palveluliikevaihto	5,8	6,1	-5,1	19,5	20,7	-5,9	27,8
Oikaistut kokonaiskulut	19,5	20,3	-4,2	64,8	69,2	-6,4	93,6
Oikaistu käyttökate	4,1	3,8	9,5	13,8	12,9	6,7	19,5
Käyttökate	4,1	3,9	5,4	13,8	12,9	6,5	19,1
Oikaistu liikevoitto	2,9	2,8	3,8	10,0	9,9	1,1	15,5
% liikevaihdosta	12,9	12,1		13,4	12,5		14,2
Liikevoitto/-tappio	2,9	2,9	-1,5	10,0	9,9	1,0	15,1
% liikevaihdosta	12,9	12,7		13,4	12,5		13,8
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	497	508	-2,2	490	525	-6,7	516
Telemarkkinoijat keskimäärin	283	294	-3,5	301	321	-6,3	326
Digiliiketoiminnan liikevaihto	9,5	9,0	5,4	29,5	28,4	3,9	38,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	42,5	39,0		39,6	36,0		35,6

Heinä—syyskuu 2019

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski heinä–syyskuussa 3,3 % 22,3 (23,1) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 42,5 % (39,0 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto pysyi vertailukauden tasolla ja oli 10,1 (10,1) milj. euroa. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 19,3 % ja Suomen medialiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 25,3 %. Vuoden kolmannen neljänneksen mainosmyynti laski 6,4 % erityisesti rekrytointi- ja automainonnan laskusta johtuen ja oli 6,4 (6,8) milj. euroa. Palveluliikevaihto laski 5,1 % ja oli 5,8 (6,1) milj. euroa.
Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 19,5 (20,3) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,9 (2,8) milj. euroa ja liikevoitto 2,9 (2,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 12,9% (12,1 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Tammi—syyskuu 2019

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi–syyskuussa 5,5 % 74,7 (79,0) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 39,6 % (36,0 %). Liikevaihto laski erityisesti myytyjen ja lopetettujen toimintojen (1,8 milj. euroa) sekä mainonnan, kirja- ja koulutusmyynnin laskun vuoksi.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski tammi–syyskuussa 2,3 % ja oli 33,6 (34,4) milj. euroa, johtuen Ruotsin medialiiketoiminnan sekä kirjaliiketoiminnan liikevaihdon laskusta. Suomen medialiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 23,6 %. Suomessa digitaalisten sisältöjen myynnin kasvu ylitti printtituotteiden laskun.

Mainosmyynti laski 9,6 % ja oli 21,5 (23,8) milj. euroa johtuen mainosmyynnin laskusta Ruotsissa ja Suomessa. Palveluliikevaihto laski 5,9 % ja oli 19,5 (20,7) milj. euroa.

Segmentin kokonaiskulut laskivat 6,4 % ja olivat 64,8 (69,2) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 10,0 (9,9) milj. euroa ja liikevoitto 10,0 (9,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 13,4 % (12,5 %) liikevaihdosta. Huolimatta Ruotsin liiketoiminnan liikevaihdon laskusta, uudelleenjärjestelyt ja kustannussäästöt paransivat yksikön kannattavuutta tammi–syyskuussa.

Alma Consumer

Alma Consumer julkaisee sekä printissä että verkossa valtakunnallista uutismedia Iltalehteä, alueellisia lehtiä Aamulehteä, Satakunnan Kansaa ja Pirkanmaalla sekä Länsi- ja Keski-Suomessa ilmestyviä paikallis- ja kaupunkilehtiä. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Etua.fi, Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi. ja Rantapallo.fi. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu kuuluu liiketoimintasegmenttiin.

AVAINLUVUT milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	33,9	35,3	-4,0	105,7	113,3	-6,6	151,7
Sisältöliikevaihto	16,8	16,5	2,0	48,4	50,9	-4,9	67,1
Sisältöliikevaihto, painettu	15,1	15,1	0,4	43,7	46,5	-6,1	61,3
Sisältöliikevaihto, digi	1,7	1,4	20,0	4,7	4,4	7,9	5,8
Mainosmyynnin liikevaihto	12,6	13,9	-8,9	43,6	46,7	-6,7	63,9
Mainosmyynti, painettu	6,8	8,1	-15,9	23,7	28,2	-16,0	37,5
Mainosmyynti, digi	5,8	5,8	0,7	19,9	18,6	7,4	26,4
Palveluliikevaihto	4,5	5,0	-9,7	13,7	15,6	-12,1	20,6
Oikaistut kokonaiskulut	30,6	31,4	-2,5	95,2	104,4	-8,8	137,6
Oikaistu käyttökate	4,5	4,9	-8,9	14,3	12,0	19,6	18,3
Käyttökate	4,0	4,8	-16,3	13,6	16,1	-15,6	21,8
Oikaistu liikevoitto	3,3	4,0	-17,4	10,7	9,0	19,0	14,4
% liikevaihdosta	9,6	11,2		10,1	8,0	27,4	9,5
Liikevoitto/-tappio	2,8	3,8	-27,0	10,0	13,1	-23,9	17,9
% liikevaihdosta	8,2	10,7		9,4	11,6	-18,5	11,8
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia	572	590	-3,0	554	608	-8,9	583
Lehdenjakajat keskimäärin	888	830	7,1	861	837	2,9	821
Digiliiketoiminnan liikevaihto	8,3	7,8	6,1	26,6	25,7	3,4	35,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	24,5	22,2		25,2	22,7		23,5

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
Painovolyymi (1000 kpl)	53 491	76 084	-29,7	179 298	245 863	-27,1	336 641
Paperin käyttö (tonnia)	4 592	6 000	-23,5	14 938	19 629	-23,9	27 925

Heinä—syyskuu 2019

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski heinä–syyskuussa 4,0 % ja oli 33,9 (35,3) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 24,5 % (22,2%).

Segmentin sisältöliikevaihto kasvoi heinä–syyskuussa 2,0 % 16,8 (16,5) milj. euroon. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 20,0 %. Sisältöliikevaihdon kehitystä tuki myös heinäkuussa voimaan tullut alv-muutos. Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 8,9 % ja oli 12,6 (13,9) milj. euroa. Digimainosmyynti pysyi vertailukauden tasolla ja oli 5,8 (5,8) milj. euroa. Painetun median mainonnan laskuun vaikuttivat autotoimialan vähentyneet panostukset ja rekrytointimainonnan lasku. Lisäksi katsauskauden alueellinen liitemyynti oli vertailukautta matalammalla tasolla. Segmentin palveluliikevaihto laski 9,7 % ja oli 4,5 (5,0) milj. euroa, johtuen pääosin ulkoisen painomyynnin laskusta.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,5 % ja olivat 30,6 (31,4) milj. euroa. Kulut laskivat vuonna 2018 toteutettujen uudelleenjärjestelyiden sekä sisältöostojen vähentymisen seurauksena. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,3 (4,0) milj. euroa, 9,6 % (11,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 2,8 (3,8) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät kiinteistöihin kohdistuviin myyntitappioihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Tammi–syyskuu 2019

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi–syyskuussa 6,6 % 105,7 (113,3) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 4,9 milj. euroa. Liikevaihto laski erityisesti painetussa mediassa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 25,2 % (22,7 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi–syyskuussa 4,9 % 48,4 (50,9) milj. euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto ilman myytyjä toimintoja oli vertailukauden tasolla. Vertailukelpoinen digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 15,3 %.

Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 6,7 % ja oli 43,6 (46,7) milj. euroa. Vertailukelpoinen mainosmyynnin liikevaihto laski 2,7 %. Vertailukelpoinen digimainosmyynti kasvoi 8,2 %. Vaalien vaikutus mainosmyynnin liikevaihtoon oli 0,8 milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 12,1 % ja oli 13,7 (15,6) milj. euroa. Vertailukelpoinen palveluliikevaihto ilman hankittuja ja myytyjä toimintoja laski 8,4 % vähentyneiden ulkoisten painovolyymien myötä.

Segmentin kokonaiskulut olivat 95,2 (104,4) milj. euroa. Kulut laskivat myytyjen liiketoimintojen, vuonna 2018 toteutettujen uudelleenjärjestelyiden sekä sisältöostojen vähentymisen seurauksena. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 10,7 (9,0) milj. euroa, 10,1 % (8,0 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät kiinteistöihin kohdistuviin myyntitappioihin ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja myyntivoittoihin. Segmentin liikevoitto oli 10,0 (13,1) milj. euroa.

Seuraavassa taulukossa on esitetty segmenttikohtaiset varat ja velat sekä kohdistamattomat omaisuus- ja velkaerät:

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2019	30.9.2018	31.12.2018
Alma Markets	109,1	100,9	98,3
Alma Talent	100,6	103,0	100,5
Alma Consumer	63,5	63,3	62,2
Segmentit yhteensä	273,8	267,2	261,0
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	114,8	68,9	84,6
Yhteensä	388,0	336,1	345,6

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2019	30.9.2018	31.12.2018
Alma Markets	36,6	38,1	35,7
Alma Talent	28,0	26,2	26,1
Alma Consumer	57,2	54,2	40,6
Segmentit yhteensä	121,8	118,4	102,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	77,9	42,8	56,1
Yhteensä	199,7	161,2	158,8

Hallinto

Alma Media tiedotti 5.4.2019, että Alma Markets liiketoimintasegmentin johtaja Raimo Mäkilä (61) jää eläkkeelle 31.7.2019.

Alma Media tiedotti 16.7.2019, että BA Vesa-Pekka Kirsi (s. 1969) on nimitetty Alma Markets -yksikön liiketoimintajohtajaksi sekä Alma Media -konsernin johtoryhmän jäseneksi. Hän aloitti tehtävässään 1.9.2019. Kirsi on työskennellyt vuodesta 2011 liiketoiminnan eri johtotehtävissä Fonectalla, viimeksi Fonecta B2B-liiketoimintojen johtajana. Kirsillä on aiempaa kokemusta digitaalisen liiketoiminnan, myynnin ja markkinoinnin johtamisesta Suomessa ja kansainvälisesti, muun muassa Tanla Solutionsilta, Openbitiltä ja Nokialta.

Osake ja osakemarkkinat

Heinä–syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 913 394 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,1 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.9.2019 oli 7,00 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,76 euroa ja ylin 7,18 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 576,7 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 99 795 kappaletta.

Osakepohjainen kannustinjärjestely

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestely yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille (LTI 2015 -järjestely) perustuu hallituksen päätökseen, josta on tiedotettu pörssitiedotteella 27.2.2015. LTI 2015 -järjestely koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on kolme pääelementtiä: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet sekä mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita.

Osakesijoitukseen perustuvassa lisäosakeohjelmassa (matching share plan) osallistuja saa tietyn määrän lisäosakkeita Alma Median osakkeisiin tekemänsä sijoituksen perusteella. Osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma (performance matching plan) sisältää yhteensä viiden vuoden pituisen ansaintajakson. Mahdolliset osakepalkkiot annetaan erissä kolmen ja viiden vuoden kuluttua yhtiön hallituksen asettamien ansaintakriteerien saavuttamisen perusteella.

Suoriteperusteisessa lisäosakeohjelmassa ansaintakriteereinä käytetään yhtiön kannattavaan kasvuun ja osakkeen arvoon perustuvia mittareita. Jos hallituksen asettamat ansaintakriteerit saavutetaan kokonaisuudessaan, osallistuja saa maksutta yhteensä neljä lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Alma Media Oyj:n hallitus on päättänyt LTI 2015 -järjestelyn pohjalta alkavista osakepalkkio-ohjelmista seuraavalle kolmelle vuodelle: LTI 2015 II (2016), LTI 2015 III (2017) ja LTI 2015 IV (2018). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Hallitus on arvioinut, että LTI 2015 -järjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyillä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään.

Joulukuussa 2018 Alma Media Oyj:n hallitus päätti muutoksista yhtiön ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaiseen kannustinjärjestelmään. Hallitus lisäksi päätti uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perustamisesta yhtiön muille avainhenkilöille. Uusi kannustinjärjestelmä LTI 2019 käynnistyi vuoden 2019 alusta lukien. LTI 2019 -ohjelman ehdoista tiedotettiin pörssitiedotteella 18.12.2018.

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2019 kolmannen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Riskienhallintaprosessin avulla tunnistetaan ja hallitaan riskit, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku sekä digitaalisen median verkkoyleisön pienentyminen, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakausilehtien ryhmätilaukset ovat kattavuudeltaan merkittäviä. Muutokset näissä sopimuksissa saattavat muuttaa lehtien tilausmääriä suuresti. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median liiketoiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski on kyky hyödyntää asiakasdataa mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman parantamiseksi ja loppukäyttäjien palvelujen rikastamiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointiteknologiaa regulaatiovaatimukset huomioiden. Teknologisen kehityksen myötä ja mediakulutuksen painopisteen siirtyessä digitaalisiin kanaviin Alma Media vastaa toimintaympäristön muutokseen kehittämällä digitaalisia palveluja ja tuotteita kuluttajille ja yrityksille.

Talouden suhdannevaihtelut heijastuvat mainosmyynnin kehitykseen. Mainosmyynti kattaa noin puolet konsernin liikevaihdosta. Liiketoimintoihin kotimaan rajojen ulkopuolella, mm. Itä- ja Keski-Euroopan maissa, liittyy maakohtaisia riskejä markkinoiden kehittymisen ja taloudellisen kasvun osalta. Liiketoiminnan laajentuminen kotimaan ulkopuolelle on vähentänyt yhdellä markkina-alueella toimimisen riskiä.

Operatiivisista riskeistä tärkeimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä painotoiminnan keskeytyminen.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Media julkisti 8.10.2019 tiedotteen Sisä-Suomen syyttäjän päätöksestä nostaa syytteet toimitusjohtaja Kai Telannetta ja henkilöstöjohtaja Virpi Juvosta vastaan epäillystä Päivi Anttikosken työsyrjinnästä Aamulehden päätoimittajan rekrytointiprosessissa loppuvuodesta 2017. Vastaavasti syyttäjä ilmoitti syyttämättäjättämispäätöksestä toisen epäilyksen alla olleen tapauksen johdosta.

Alma Media hallitus totesi samassa tiedotteessa 8.10.2019 saaneensa yksityiskohtaisen selvityksen asianomaisilta Alma Median edustajilta ja luottavansa, että rekrytointiprosessissa on toimittu asiallisesti eikä prosessissa ole tapahtunut työsyrjintää. Hallituksen mukaan syytteen nostamisella ei ole vaikutusta asianomaisten asemaan Alma Mediassa. Hallitus seuraa oikeusprosessia ja arvioi asiaa tarvittaessa uudelleen, kun lopputulos on tiedossa.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2019 7—9	2018 7—9	Muutos %	2019 1—9	2018 1—9	Muutos %	2018 1—12
LIIKEVAIHTO	80,3	81,6	-1,6	253,3	262,7	-3,6	354,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,4	-60,6	0,5	6,5	-92,4	6,7
Materiaalit ja palvelut	13,8	14,5	-4,8	43,3	48,9	-11,5	64,8
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	30,7	31,8	-3,3	100,5	106,0	-5,2	141,9
Poistot ja arvonalentumiset	5,3	3,7	42,6	16,6	11,9	39,6	15,6
Liiketoiminnan muut kulut	14,8	17,4	-14,6	48,8	57,6	-15,2	78,1
LIIKEVOITTO	15,7	14,6	7,7	44,6	44,9	-0,5	61,0
Rahoitustuotot	0,3	0,9	-71,0	0,3	1,4	-81,1	2,1
Rahoituskulut	0,5	0,4	22,9	2,1	1,6	33,6	2,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,2	0,2	-17,9	0,4	0,4	4,0	-0,3
TULOS ENNEN VEROJA	15,6	15,3	2,2	43,2	45,1	-4,1	60,4
Tuloverot	2,5	3,1	-17,3	7,6	8,7	-11,9	12,5
TILIKAUDEN TULOS	13,1	12,2	7,0	35,6	36,4	-2,3	47,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							-0,1
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset		0,0			-0,2		-0,2
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi							
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	-0,3	-0,4		-0,7	-0,2		0,6
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,3	-0,4		-0,7	-0,4		0,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	12,7	11,8		34,9	36,1		48,3
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	11,2	10,2		30,6	31,5		41,7
- Määräysvallattomille omistajille	1,9	2,0		4,9	4,9		6,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	10,8	9,9		29,9	31,1		42,0
- Määräysvallattomille omistajille	1,9	2,0		4,9	4,9		6,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake (laimentamaton), euroa	0,14	0,12		0,37	0,38		0,51

TASE (milj. euroa)	30.9.2019	30.9.2018	31.12.2018
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	141,4	133,5	133,5
Aineettomat hyödykkeet	56,6	61,1	59,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	97,2	55,3	53,7
Osuudet osakkuusyrityksissä	3,1	5,2	4,1
Muut rahoitusvarat	3,5	4,4	3,9
Laskennalliset verosaamiset	1,5	1,5	1,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	2,9	2,8	3,2
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,9	0,8	0,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	34,3	39,4	36,3
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,1	0,1
Rahavarat	46,6	32,0	49,5
VARAT YHTEENSÄ	**388,0**	**336,1**	**345,6**
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-1,3	-0,7	-0,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarat	88,7	78,2	88,6
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	159,5	149,6	160,2
Määräysvallattomien omistajien osuus	28,8	25,4	26,6
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	**188,3**	**174,9**	**186,8**
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	85,1	48,1	47,3
Laskennalliset verovelat	12,0	12,9	12,2
Eläkevelvoitteet	1,1	1,1	1,1
Varaukset	0,4	0,4	0,4
Muut rahoitusvelat	2,0	0,0	0,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,2	0,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	13,9	13,9	13,1
Saadut ennakot	23,2	23,9	20,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	1,6	2,4	3,7
Varaukset	0,5	0,7	0,7
Ostovelat ja muut velat	59,7	57,6	59,5
VELAT YHTEENSÄ	199,8	161,2	158,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	**388,0**	**336,1**	**345,6**

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:
A = Osakepääoma
B = Ylikurssirahasto
C = Muuntoerot
D= Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto
E = Kertyneet voittovarat
F = Yhteensä
G = Määräysvallattomien omistajien osuus
H = Oma pääoma yhteensä

	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2019	45,3	7,7	-0,6	19,1	88,7	160,2	26,6	186,8
Tilikauden tulos					30,6	30,6	4,9	35,6
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-0,7			-0,7	0,1	-0,7
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8
Tytäryritysten osingonjako							-3,9	-3,9
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-2,0	-2,0	1,2	-0,8
Oma pääoma 30.9.2019	45,3	7,7	-1,3	19,1	88,7	159,5	28,8	188,3

Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3
IFRS 9 standardin käytöönotto					-0,2	-0,2		-0,2
IFRS 2 standardimuutos					1,6	1,6		1,6
Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	67,3	138,2	21,6	159,8
Tilikauden tulos					31,5	31,5	4,9	36,4
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			0,5		-0,9	-0,4	0,2	-0,2
Myytävissä olevat rahoituserät					-0,2	-0,2		-0,2
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-19,7	-19,7		-19,7
Tytäryritysten osingonjako							-3,1	-3,1
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1		0,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,0	0,0	0,1	0,1
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa						0,0	1,7	1,7
Oma pääoma 30.9.2018	45,3	7,7	-0,7	19,1	78,2	149,6	25,4	174,9

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	13,1	12,3	35,6	36,4	47,9
Oikaisuerät	9,0	7,7	26,3	16,3	26,1
Käyttöpääoman muutos	-11,4	-12,6	1,6	-4,7	-2,7
Saadut osingot	0,1	0,1	0,3	0,4	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,5	-0,2	-1,7	-0,9	-1,7
Maksetut verot	-0,8	-2,7	-7,8	-10,5	-13,9
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	9,5	4,4	54,5	37,1	56,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	0,0	-0,6	-1,2	-1,6
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,4	-0,4	-1,7	-2,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,1	0,0	1,4	1,4
Investoinnit muihin sijoituksiin		-0,1		-0,1	-0,1
Myytävissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,1	0,0	0,4	0,0	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-3,0	0,0	-15,4	-5,1	-5,2
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla		10,5		12,8	12,9
Osakkuusyritysten hankinta				-1,5	-1,2
Osakkuusyritysten myynti				1,2	1,2
Investointien rahavirta yhteensä	-3,2	10,1	-16,0	5,8	5,3
Rahavirta ennen rahoitusta	6,3	14,5	38,5	42,9	61,6
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Lainojen nostot				14,0	14,0
Lainojen takaisinmaksut		-5,0		-19,0	-19,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-3,0	-1,8	-8,7	-3,9	-5,1
Maksetut osingot			-32,7	-22,9	-22,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-3,0	-6,8	-41,4	-31,8	-33,0
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-1,2	7,7	-2,9	11,1	28,6
Rahavarat kauden alussa	47,6	24,2	49,5	20,7	20,7
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	-0,1	0,2	0,2
Rahavarat kauden lopussa	46,6	32,0	46,6	32,0	49,5

Osakkuusyhtiöt

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOKSISTA milj. euroa	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Alma Markets	0,2	0,2	0,4	0,4	-0,4
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1
Yhteensä	0,2	0,2	0,4	0,4	-0,3

Hankitut liiketoiminnot 2019

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2019 aikana

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankintaosuus	Konsernin omistusosuus
Alma Markets segmentti				
Suomen Tukkuautot Oy	Verkkopalvelu	3.5.2019	100,0 %	65 %
Alma Consumer segmentti				
Etua Oy	Verkkopalvelu	3.7.2019	40,0 %	60 %

Suomen Tukkuautot Oy:n hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	1,6
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,1
Rahavarat	0,3
Yhteensä	2,0
Laskennalliset verovelat	0,3
Ostovelat ja muut velat	0,1
Yhteensä	0,5
Nettovarat 100%	1,5
Konsernin osuus nettovaroista	1,0
IFRS-hankintameno	5,8
Liikearvo	4,8

Etua Oy:n hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	1,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,1
Rahavarat	0,2
Yhteensä	2,0

Laskennalliset verovelat	0,3
Ostovelat ja muut velat	0,1
Yhteensä	0,4
Nettovarat 100%	1,6
Konsernin osuus nettovaroista	1,0
IFRS-hankintameno	4,3
Liikearvo	3,4

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2018, 2019 ja 2021 tulokseen.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	13,9
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-1,6
Maksetut velat	-8,5
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	3,8

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Henkilöstö Suomi	1 280	1 301	1 250	1 318	1264
Henkilöstö muut maat	639	649	645	654	649
Henkilöstö yhteensä	1 919	1 951	1 895	1 972	1913

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.9.2019 yhteensä 0,9 (1,1) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	30.9.2019	30.9.2018	31.12.2018
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset	0,2	1,2	0,3
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,9	8,5	8,7
1–5 vuoden kuluessa **)	0,5	22,3	26,5
yli viiden vuoden kuluttua **)	0,0	15,8	17,1
Yhteensä	1,4	46,6	52,3

Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellaisia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17:n mukainen muu vuokrasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:	0,0	0,1	0,1

**) IFRS 16 -standardin käyttöönotosta johtuen tilinpäätöksessä 2018 raportoidut taseen ulkopuoliset kiinteistö- ja autovastuut ovat siirtyneet raportoitavaksi taseelle 1.1.2019.*
***) 31.12.2018 tietoa on oikaistu loppuvuodesta 2018 uusitun Tampereen toimitilan vuokrasopimuksen vaikutuksella.*

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)	30.9.2019	30.9.2018	31.12.2018
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo	0,0	0,1	0,1
Nimellisarvo	0,2	0,1	0,1
Korkojohdannaiset*			
Käypä arvo		-0,4	-0,5
Kohde-etuuden arvo		15,4	15,4
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo	-0,1	-0,1	0,0
Kohde-etuuden arvo	6,8	6,9	4,6

*) Alma Media myi korkojohdannaiset kolmannen kvartaalin aikana.

Lähipiiritapahtumat

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan emoyhtiön merkittävimmät omistajat, osakkuusyhtiöt sekä niiden omistamat yhtiöt. Lähipiiriin luetaan myös yhtiön johto ja heidän lähipiirinsä (hallituksen jäsenet, toimitusjohtajat sekä konsernin johtoryhmä). Lähipiirin kanssa käydyistä liiketoimista sekä saatava- ja velkatilanteesta on esitetty seuraavassa tiivistelmä:

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT (milj. euroa)	2019 7—9	2018 7—9	2019 1—9	2018 1—9	2018 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Johdon vaikutusvaltayhteisöt					0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,1	0,4	0,7	0,8
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,4	0,7	0,8
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltayhteisöt					
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltayhteisöt					0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0		0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0		0,0	0,0	
Merkittävät omistajat	0,0		0,0	0,0	

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2019 7—9	2019 4—6	2019 1—3	2018 10—12	2018 7—9	2018 4—6	2018 1—3	2017 10—12	2017 7—9
LIIKEVAIHTO	80,3	88,0	85,0	91,9	81,6	88,9	92,2	97,1	86,0
Alma Markets	24,9	25,6	25,0	24,4	23,9	24,2	23,8	22,1	20,9
Alma Talent	22,3	26,1	26,2	29,9	23,1	28,1	27,8	31,0	24,0
Alma Consumer	33,9	37,2	34,7	38,4	35,3	37,2	40,7	44,2	41,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,8	-0,9	-0,8	-0,8	-0,7	-0,6	-0,2	-0,3	-0,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	64,2	73,2	70,8	75,0	66,6	76,2	80,1	90,1	72,2
Alma Markets	14,3	15,9	16,3	16,2	14,6	15,7	15,6	16,4	13,0
Alma Talent	19,5	22,9	22,4	24,4	20,2	24,5	24,6	27,2	21,1
Alma Consumer	30,6	32,9	31,6	33,2	31,4	34,6	38,4	39,7	36,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,2	1,5	0,5	1,2	0,4	1,7	1,5	6,7	1,3
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	21,5	20,5	20,1	20,8	18,9	16,9	16,4	15,7	17,9
Alma Markets	11,8	11,0	9,9	9,1	10,3	9,5	9,1	6,5	8,6
Alma Talent	4,1	4,5	5,1	6,6	3,8	4,8	4,3	4,9	3,9
Alma Consumer	4,5	5,5	4,4	6,3	4,9	3,7	3,4	5,6	5,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,0	-0,6	0,7	-1,2	-0,2	-1,2	-0,4	-1,4	-0,4
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	16,1	14,9	14,4	17,1	15,1	12,9	12,2	11,3	14,0
Alma Markets	10,6	9,8	8,7	8,2	9,4	8,6	8,2	5,8	7,9
Alma Talent	2,9	3,3	3,8	5,6	2,8	3,8	3,3	3,9	2,8
Alma Consumer	3,3	4,3	3,2	5,4	4,0	2,7	2,3	4,6	4,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,6	-2,4	-1,3	-2,1	-1,0	-2,2	-1,6	-3,0	-1,5
% LIIKEVAIHDOSTA	20,1	16,9	16,9	18,6	18,5	14,5	13,2	11,6	16,2
Alma Markets	42,7	38,2	34,7	33,7	39,3	35,5	34,5	26,2	37,8
Alma Talent	12,9	12,5	14,6	18,7	12,1	13,7	11,7	12,5	11,7
Alma Consumer	9,6	11,5	9,1	14,0	11,2	7,3	5,8	10,3	11,4
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,4	-0,3	0,0	-0,9	-0,6	4,5	0,7	-5,4	0,3
Alma Markets	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,5
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	-0,4	0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,1
Alma Consumer	-0,5	-0,2	0,0	-0,6	-0,2	4,3	0,0	-1,4	0,1
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,1	0,0	0,1	-0,5	0,3	0,0	-4,0	-0,2
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	15,7	14,5	14,4	16,1	14,6	17,4	12,9	5,8	14,3
Alma Markets	10,7	9,8	8,7	8,2	9,4	8,6	8,9	5,8	8,4
Alma Talent	2,9	3,3	3,8	5,2	2,9	3,7	3,3	3,9	2,7
Alma Consumer	2,8	4,1	3,2	4,8	3,8	7,0	2,3	3,1	4,8
Kohdistamattomat toiminnot	-0,6	-2,6	-1,3	-2,0	-1,6	-1,9	-1,6	-7,0	-1,6
Rahoitustuotot	0,3	0,2	0,1	0,7	0,9	0,4	0,2	0,5	0,0
Rahoituskulut	0,5	1,3	0,5	0,8	0,4	0,1	0,3	0,6	0,6
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,2	0,1	0,1	-0,7	0,2	0,1	0,1	0,0	0,3
TULOS ENNEN VEROJA	15,6	13,6	14,0	15,3	15,3	16,9	12,9	5,8	14,0
Tuloverot	-2,5	-2,4	-2,7	-3,8	-3,1	-3,1	-2,5	-1,4	-2,8
TILIKAUDEN TULOS	13,1	11,3	11,3	11,5	12,2	13,8	10,4	4,4	11,2

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuosikatsaus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuosikatsauksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2018 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2018 tilinpäätöksessä. Osavuosikatsaus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuosikatsausta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2018 kanssa. Osavuosikatsauksessa on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöönotetut uudet standardit:

IFRS 16 *Vuokrasopimukset* (sovellettava 1.1.2019 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). Sen seurauksena lähes kaikki vuokrasopimukset siirrettiin käyttöoikeusomaisuuserinä taseeseen pois lukien lyhytaikaiset alle 12 kk sopimukset ja arvoltaan vähäiset sopimukset. Operatiivisia vuokrasopimuksia ja rahoitusleasingsopimuksia ei enää erotella. Muutos siirtää taseen ulkopuolisia vastuita taseeseen, jonka seurauksena käyttöomaisuuden ja vieraan pääoman määrät kasvoivat. Vuokralle antajien soveltamaan kirjanpitokäsittelyyn ei tule merkittäviä muutoksia.

Vastuina käsiteltävien sopimusten ja IFRS 16 mukaisten vuokrasopimusten käsitteet poikkeavat kuitenkin toisistaan, mistä johtuen taseeseen kirjattavien sopimusten määrä voi poiketa vastuiden määrästä. Valtaosin uudet taseeseen kirjattavat sopimukset koostuvat toimitilojen ja autojen vuokrasopimuksista. IT-laitteiden vuokrasopimukset sen sijaan käsitellään taseen ulkopuolisena vastuuna toisin kuin nykyisen IAS 17 standardin mukaan käsiteltynä.

IFRS 16: vaikutus Alma Media Oyj:n konsernitilinpäätökseen Tase milj. euroa	30.9.2019 Varat	30.9.2019 Velat	1.1.2019 Varat	1.1.2019 Velat
Tila- ja muut vuokrasopimukset	49,0	49,4	53,7	53,7
IT-vuokrasopimukset	-1,2	-1,3	-1,2	-1,2
Yhteensä	47,8	48,1	52,5	52,5

IFRS 16 TULOSVAIKUTUS SEGMENTEITTÄIN 1-9 2019 (milj. euroa)	Alma Markets	Alma Talent	Alma Consumer	Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	Konserni
Muut kulut - *lasku*	1,3	0,8	0,8	3,0	6,0
Käyttökate	1,3	0,8	0,8	3,0	6,0
Poistot - *kasvu*	-1,3	-0,8	-0,7	-2,9	-5,7
Liikevoitto	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3
Korkokulut - *kasvu*	-0,1	0,0	0,0	-0,4	-0,6
Tilikauden tulos	0,0	0,0	0,0	-0,3	-0,3

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2019
Alma Markets	5,6
Alma Talent	2,4
Alma Consumer	3,3
Segmentit yhteensä	11,4
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	37,7
Yhteensä	49,0

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2019
Alma Markets	5,7
Pitkäaikaiset velat	4,0
Lyhytaikaiset velat	1,6
Alma Talent	2,4
Pitkäaikaiset velat	1,4
Lyhytaikaiset velat	1,1
Alma Consumer	3,3
Pitkäaikaiset velat	2,4
Lyhytaikaiset velat	1,0
Segmentit yhteensä	11,4
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	37,9
Yhteensä	49,4

Operatiivisiin vuokrasopimuksiin liittyvät velvoitteet 31.12.2018	52,3
Diskontattuna konsernin lisälainan korolla 1,5 %	-3,1
Vähennetään (-): tasaerinä kuluksi kirjattavat arvoltaan vähäisiä omaisuuseriä koskevat vuokrasopimukset	-1,2
Lisätään/vähennetään (-): jatkamis- ja päättämisoptioiden erilaisesta käsittelystä johtuvat oikaisut	3,1
Lisätään/vähennetään (-): muuttuviin maksuihin vaikuttaviin indeksin tai hintatason muutoksiin liittyvät oikaisut sekä puuttuvat vuokravastuut	1,5
1.1.2019 kirjattu vuokrasopimusvelan muutos	52,5

Osavuosikatsauksen tunnusluvut on laskettu samoilla laskentaperiaatteilla kuin vuositilinpäätöksessä. Sijoitetun pääoman tuotto %:n (ROI) ja oman pääoman tuotto %:n (ROE) kvartaalikohtainen tunnusluku on annualisoitu kaavalla ((1+kvartaalin tuotto)^4)-1). Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu digiliiketoiminta/liikevaihto * 100. Osavuosikatsauksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

Oikaistu liikevoitto (MEUR ja % liikevaihdosta)	Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä
Oikaistu käyttökate	Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään

Korollinen nettovelka (MEUR) Korolliset velat - rahavarat

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

Konsernissa kirjataan kustannustoiminnasta saatavat sisältötuotot suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Tilauslaskutus kohdistuu alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu voimakkaimmin alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa myös yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä.

Yleislausunto

Tämän tiedotteen tietyt lausunnot ovat ennusteita ja perustuvat johdon näkemykseen niiden antohetkellä. Tästä syystä niihin sisältyy riskejä ja epävarmuustekijöitä. Ennusteet saattavat muuttua, jos yleisessä taloudellisessa tilanteessa tapahtuu merkittäviä muutoksia.

ALMA MEDIA OYJ
Hallitus

Lisätietoja:
Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500
Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2020

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2019 perjantaina 14.2.2020 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi–maaliskuulta 2020 tiistaina 21.4.2020 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi–kesäkuulta 2020 perjantaina 17.7.2020 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi–syyskuulta 2020 torstaina 22.10.2020 noin klo 8.00.

Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2019 julkaistaan keskiviikkona 4.3.2020.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi keskiviikkona 25.3.2020. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.