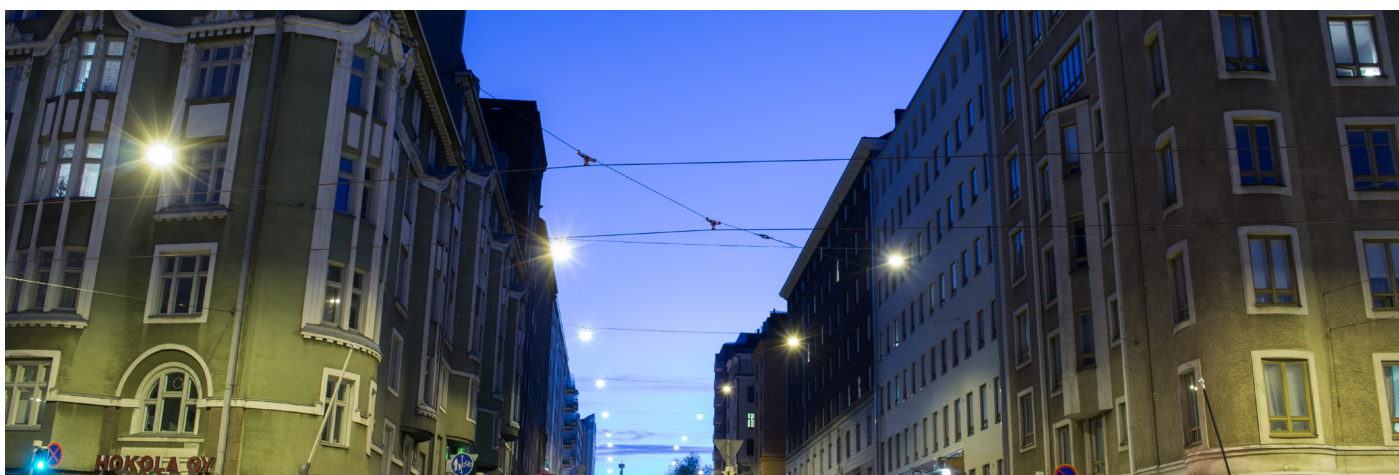
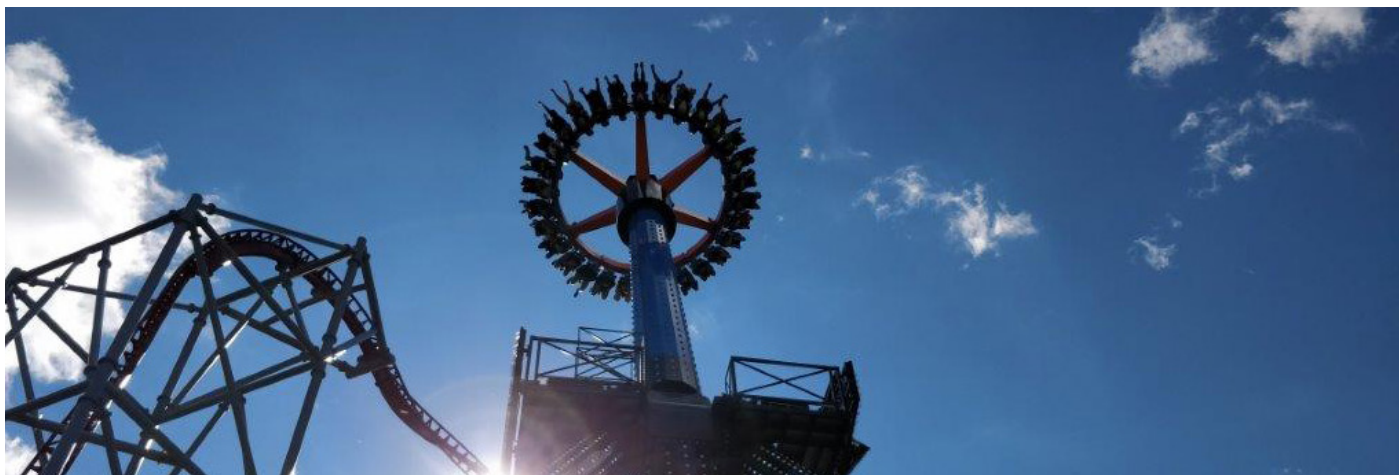




Alma Media Oyj

Puolivuosikatsaus tammi-kesäkuu 2019

17.7.2019



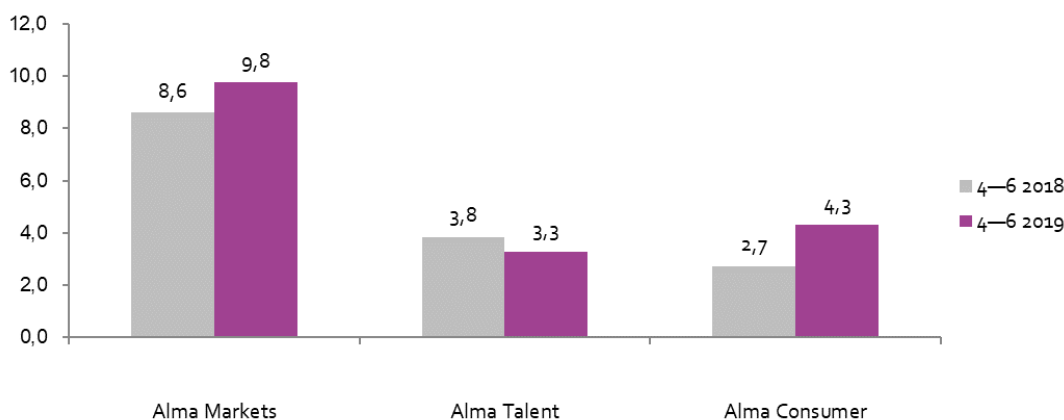
Alma Median puolivuositiedot tammi—kesäkuu 2019:

Oikaistu liikevoitto parani ja digitaalisen sisältömyynnin hyvä kehitys jatkui

Taloudellinen kehitys huhti—kesäkuussa 2019:

- Liikevaihto 88,0 (88,9) milj. euroa, laskua 1,0 %.
- Oikaistu liikevoitto 14,9 (12,9) milj. euroa, 16,9 % (14,5 %) liikevaihdosta, kasvua 15,5 %.
- Liikevoitto 14,5 (17,4) milj. euroa eli 16,5 % (19,6 %) liikevaihdosta, laskua 16,4 %.
- Osakekohtainen tulos 0,12 (0,15) euroa.
- Alma Markets: Kannattavuus parani asumisen ja autoilun liiketoiminnoissa Suomessa ja rekrytointiliiketoiminnassa Suomen ulkopuolella.
- Alma Talent: Mainonta laski Suomessa ja Ruotsissa. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 15 %.
- Alma Consumer: Digitaalinen liikevaihto kasvoi 10 %, kulusäästöt paransivat kannattavuutta.

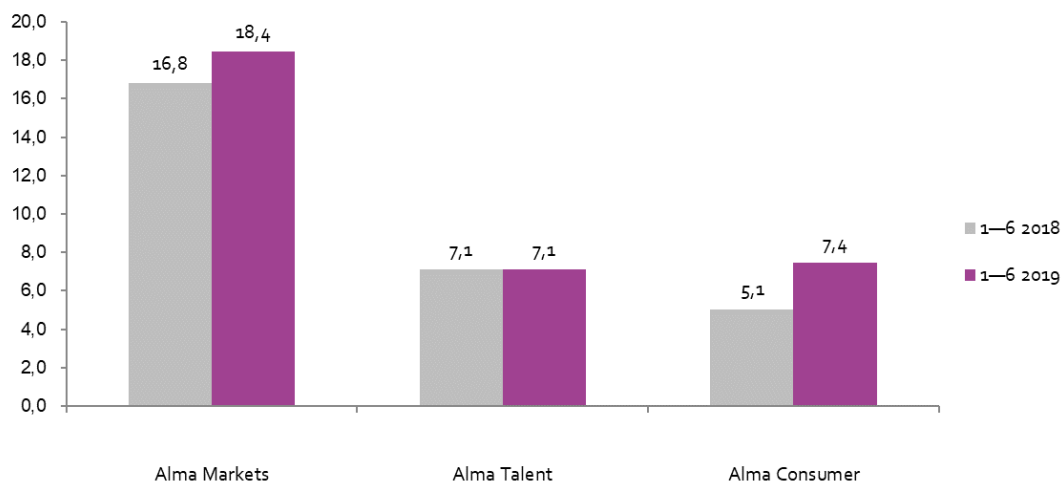
Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto huhti—kesäkuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



Taloudellinen kehitys tammi—kesäkuussa 2019:

- Liikevaihto 173,0 (181,1) milj. euroa, laskua 4,5 %.
- Oikaistu liikevoitto 29,3 (25,1) milj. euroa, 16,9 % (13,9 %) liikevaihdosta, kasvua 16,7 %.
- Liikevoitto 28,9 (30,3) milj. euroa eli 16,7 % (16,7 %) liikevaihdosta, laskua 4,4 %.
- Osakekohtainen tulos 0,24 (0,26) euroa.

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



AVAINLUVUT milj. euroa	2019 4—6	2018 4—6	Muutos %	2019 1—6	2018 1—6	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	88,0	88,9	-1,0	173,0	181,1	-4,5	354,6
Sisältöliikevaihto	27,5	27,7	-0,7	55,1	58,7	-6,2	114,8
Sisältöliikevaihto, painettu	22,9	23,6	-3,2	45,9	50,3	-8,9	97,9
Sisältöliikevaihto, digi	4,7	4,1	13,8	9,2	8,4	9,9	16,9
Mainosmyynnin liikevaihto	47,7	47,2	0,9	92,2	93,9	-1,8	185,7
Mainosmyynti, painettu	11,6	12,8	-9,4	22,7	26,8	-15,3	50,6
Mainosmyynti, digi	35,5	33,6	5,6	68,9	65,8	4,6	132,7
Palveluliikevaihto	12,8	14,0	-8,3	25,7	28,4	-9,6	54,1
Oikaistut kokonaiskulut	73,2	76,2	-3,9	144,0	156,3	-7,8	297,9
Oikaistu käyttökate	20,5	16,9	21,4	40,6	33,3	22,0	72,9
Käyttökate	20,1	21,4	-5,8	40,2	38,4	4,6	76,6
Oikaistu liikevoitto	14,9	12,9	15,5	29,3	25,1	16,7	57,3
% liikevaihdesta	16,9	14,5		16,9	13,9		16,2
Liikevoitto/-tappio	14,5	17,4	-16,4	28,9	30,3	-4,4	61,0
% liikevaihdesta	16,5	19,6		16,7	16,7		17,2
Tilikauden tulos	11,3	13,8	-18,2	22,5	24,2	-7,0	47,9
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,15	-20,8	0,24	0,26	-8,4	0,51
Digiliiketoiminnan liikevaihto	45,5	43,3	5,1	88,6	85,2	4,0	170,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	51,7	48,7		51,2	47,0		48,0

Toimintaympäristö vuodelle 2019

Suomen ja Alma Medialle tärkeiden itäisten Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian talouksien odotetaan kasvavan, mutta kasvu hidastuu vuonna 2019. Epävarmuus Saksan talouskehityksestä on lisääntynyt ja sen heijastusvaikutuksesta johtuen 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 Suomessa vuoden 2019 huhti–kesäkuussa kasvoi 4,8 (laski 2,5) % ja verkkomediamainonta Suomessa toisella kvartaalilla kasvoi 8,7 (+2,9) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 2,1 (-12,5) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski huhti–kesäkuussa 1,7 (-9,7) %. Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2019 toisella kvartaalilla 4,9 (-14,8) %.

Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin vuoden 2019 tammi–toukokuussa mainonnan kokonaismäärä mukaan laski 0,7 (kasvoi 5,6) %. Samalla ajanjaksolla verkkomediamainonta Ruotsissa kasvoi 5,1 (+5,4) % ja ammattilehtien mainonnan määrä laski 19,9 (-19,8) %.

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. Slovakiassa BKT:n ennustetaan kasvavan Euroopan Komission mukaan 3,8 % ja työttömyysaste olisi 5,9% vuonna 2019.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Digitaaliset liiketoimintomme kasvoivat edelleen kannattavasti vuoden 2019 toisella neljänneksellä. Ilman myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutusta Alma Median liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Oikaistu liikevoitto kasvoi huhti–kesäkuussa 15,5 prosenttia 14,9 miljoonaan euroon konsernin liikevoittomarginaalin ollessa 16,9 prosenttia.

Alma Markets -segmentin kannattavuuskehitys oli jälleen hyvä; liikevoittomarginaali oli 38,2 prosenttia. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi, mutta talousnäkymien yleisestä epävarmuudesta johtuen kasvu oli aiempaa hitaampaa erityisesti Tšekissä, Suomessa ja Baltian maissa. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnassa alkuvuoden hyvä kehitys jatkui: raportointijaksolla liiketoiminta kasvoi orgaanisesti 10 prosenttia. Panostukset markkinointiin ja lisäarvotuotteisiin näkyivät asiakasvolyymin hyvänä kehityksenä.

Alma Talentin digitaalisten sisältöjen myynnin kehitys oli katsauskaudella Suomen medialiiketoiminnassa vahvaa: digisisältötuotot kotimaan talous- ja ammattimedioissa kasvoivat 24 prosenttia ylittäen printtituotteiden laskun. Segmentin liikevaihtoa painoivat mainonnan lasku sekä myydyt ja lopetetut toiminnot.

Digitransformaatiomme eteneminen ja sen positiivinen vaikutus kannattavuuteemme näkyi myös Alma Consumerin liiketoiminnassa huhti–kesäkuussa. Raportointikaudella kasvoivat niin alueellisten medioiden digisisältömyynti kuin segmentin kaikkien medioiden digimainosmyynti, erityisesti sisältömarkkinointi ja mobiilimedian mainosmyynti. Iltalehden verkkopalvelun kävijämäärä kasvoi ja Iltalehden irtonumeromyyntin lasku loiveni katsauskaudella. Lisäksi kannattavuuteen vaikuttivat kustannussäästöt viime vuonna toteutetuista, segmentin integraatioon liittyneistä uudelleenjärjestelyistä sekä ulkoisten sisältöostojen vähentyminen.

Digitalisoituva liiketoimintaympäristö, jaettavien painotuotteiden määrän vähentyminen ja yksikkökustannusten kasvu on vaatinut rakenteellisia uudistuksia jakeluliiketoiminnassamme. Teimme kesäkuussa sopimuksen Alma Media Kustannuksen julkaisemien lehtien varhaisjakelun ulkoistamisesta Postille Pirkanmaalla ja Satakunnassa ensi vuoden alusta. Arvioimme saavuttavamme ulkoistuksen myötä 5–6 miljoonan euron vuotuiset kustannussäästöt. Jakelun tehostamisella voimme turvata ja pidentää tilatun paperilehden elinkaarta mahdollisimman pitkälle tulevaisuuteen.

Heinäkuun alussa digitaalisten lehtien ja kirjojen sekä painettujen lehtien irtonumeromyyntin arvonlisävero laski Suomessa 24 prosentista 10 prosenttiin. Veimme veroalennuksen digijulkaisujemme tilaushintoihin tukeaksemme digitaalisten julkaisujen kysynnän kehitystä.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Alma Media rakentaa kestäväää 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 varmistuen 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.

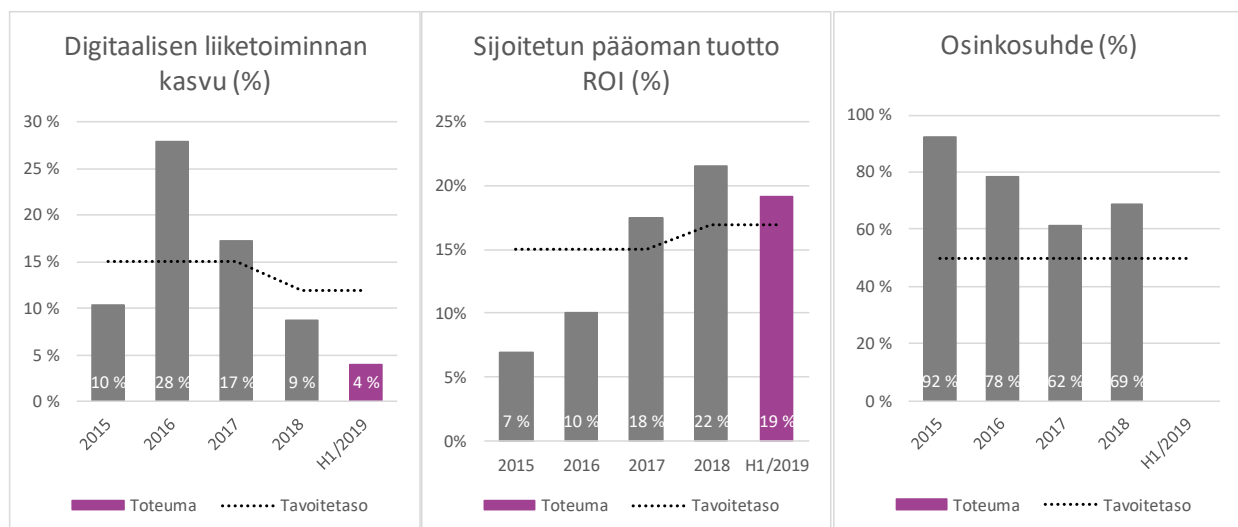
Eri liiketoimintoja yhdistävien kaupallisten Alma-teemojen tavoitteena on yhtiön kaupallisen aseman vahvistaminen valituilla, Almalle jo ennestään vahvoilla toimialoilla. Laajentamalla erikoissisältöihin ja palveluihin

vahvistetaan kuluttajien tietoisuutta Alman tarjoomasta heille arjessa relevanteissa aiheissa, herätetään uusien yleisöjen kiinnostusta ja sitoutetaan nykyisiä käyttäjiä palaamaan Alman sisältöjen pariin yhä useammin. Sisältöjen ja palveluiden ristiinkäytön lisäämisellä ja rekisteröityneiden käyttäjien määrän kasvattamisella tavoitellaan kasvavaa mainosinventaaaria ja sisällöstä maksamista. Tavoitteena ovat myös mainonnan markkinaosuuden lisääminen keskeisillä ja kasvavilla toimialoilla. Strategisen aloitteen konkreettiset toimenpiteet liittyvät sisältökehitykseen, sisältöjen suosittelemiseen ja erilaisiin sisällöt palveluihin yhdistäviin palvelukomponentteihin kuin myös markkinoinnin ja myynnin toimenpiteisiin. Valittuja Alma-teemoja vuodelle 2019 ovat asuminen, autoilu ja työelämä. Alma-teemoihin liittyvien sisältöjen ja palveluiden yleisökehitys kävijöiden ja sivulatausten määrässä oli katsauskaudella nousujohteista ja teemakohtaiset markkinaosuudet kasvussa.

Katsauskauden aikana Alma Media Kustannus Oy ja Alma Manu Oy sekä Posti Oy sopivat 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 Postille arviolta 1.1.2020 alkaen. Järjestely ei koske lehtikuljetuksia, ostettuja jakelupalveluja ja ulkoista jakelua, joiden järjestäminen jää Alma Manu Oy:n tehtäväksi. Kaupan myötä siirtyvän, Alma Media konsernin sisäisen jakeluliiketoiminnan liikevaihto oli vuonna 2018 noin 18,1 miljoonaa euroa. Alma Media arvioi saavuttavansa jakelun ulkoistuksen myötä 5–6 miljoonan euron vuotuiset kustannussäästöt. Alma Media kirjaa liiketoimintakaupan osalta arviolta 8 milj. euron myyntivoiton vuoden 2020 ensimmäisen vuosineljänneksen tulokseen.

Vahvistaakseen autoilun portfolioa, lisätäkseen myynnin synergiaa sekä toiminnallisuuksia autoilun järjestelmä- ja mediatuotteiden kesken Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners hankki toukokuussa autokaupan ammattilaisille suunnatun tukkuautot.fi -markkinapaikan. Palvelu on Suomessa alansa suurin btob-huutokauppa myyntivolyymeillä mitattuna. Palvelussa autojen myyjiä ovat Suomen suurimmat merkkiedustusautokaupat, rahoitus- ja leasing-yhtiöt sekä muut laajan autokannan omistavat yritykset ja julkisyhteisöt. Autojen ostajina ovat kotimaiset käytettyihin autoihin keskittyneet ketjut sekä autojen jälleenmyyntiä harjoittavat autokaupat ja autokorjaamot. Yritysten välisen käytettyjen autojen kaupan arvioidaan olevan vuosittain noin 100 000–120 000 kappaletta (AKL, 2/2019). Vuonna 2018 yhtiön liikevaihto oli noin 0,95 miljoonaa euroa.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1.–30.6.2019

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	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	88,0	88,9	-1,0	173,0	181,1	-4,5	354,6
Oikaistut kokonaiskulut	73,2	76,2	-3,9	144,0	156,3	-7,8	297,9
Oikaistu käyttökate	20,5	16,9	21,4	40,6	33,3	22,0	72,9
Käyttökate	20,1	21,4	-5,8	40,2	38,4	4,6	76,6
Oikaistu liikevoitto	14,9	12,9	15,5	29,3	25,1	16,7	57,3
% liikevaihdosta	16,9	14,5		16,9	13,9		16,2
Liikevoitto/-tappio	14,5	17,4	-16,4	28,9	30,3	-4,4	61,0
% liikevaihdosta	16,5	19,6		16,7	16,7		17,2
Tilikauden tulos ennen veroja	13,6	16,9	-19,3	27,6	29,8	-7,4	60,4
Tilikauden tulos	11,3	13,8	-18,2	22,5	24,2	-7,0	47,9
TASE	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
VARAT				387,3	339,6	14,0	345,6
Nettovelat				56,8	34,7	63,7	2,0
Korolliset velat				100,0	58,8	70,1	51,5
Korottomat velat				109,3	118,5	-7,8	107,2
Investoinnit yhteensä	6,3	2,1	205,1	7,3	20,6	-64,5	22,1
Omavaraisuusaste %				48,9	52,0	-5,8	57,5
Gearing %				32,6	21,5	51,7	1,1
HENKILÖSTÖ	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia ja telemarkkinoijia	1 913	1 982	-3,5	1 883	1 983	-5,0	1 913
Lehdenjakajat ja telemarkkinoijat keskimäärin	1 208	1 195	1,1	1 157	1 177	-1,7	1 149
TUNNUSLUKUJA	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Oman pääoman tuotto / ROE*	28,7	40,0	-28,4	26,3	32,5	-19,2	27,8
Sijoitetun pääoman tuotto / ROI*	18,3	28,4	-35,5	19,2	23,8	-19,7	21,7
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,12	0,15	-20,8	0,24	0,26	-8,4	0,51
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,12	0,15	-22,3	0,23	0,26	-10,1	0,51
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,18	0,05	290,1	0,55	0,40	37,7	0,68
Oma pääoma/osake	1,83	1,68	8,9	1,83	1,68	8,9	1,94
Osinko/osake							0,35
Efektiivinen osinkotuotto%							6,3
Hinta/voitto -suhde P/E							11,0
Osakekannan markkina-arvo				482,8	543,7	-11,2	456,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton **	82 283	82 383		82 283	82 383		82 147
Osakkeiden lkm ka. laimennettu	83 826	82 383		83 826	82 383		82 219
Osakemäärä lkm kauden lopussa	82 283	82 383		82 283	82 383		82 383

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

LIKEVAIHTO

Huhti–kesäkuu 2019

Liikevaihto laski vuoden 2019 toisella neljänneksellä 1,0 % 88,0 (88,9) milj. euroon. Vertailukelpoinen liikevaihto ilman myytyjä ja lopetettuja toimintoja pysyi edellisvuoden tasolla. Sisältö- ja mainosmyynnin liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Digisisältöliikevaihto kasvoi 13,8 % ja digimainosmyynti 5,6 %.

Palveluliikevaihto oli 12,8 (14,0) milj. euroa. Ilman myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutusta vertailukelpoinen palveluliikevaihto laski 0,4 milj. euroa (-2,9 %) johtuen ulkoisen painomyynnin ja koulutusliiketoiminnan laskusta.

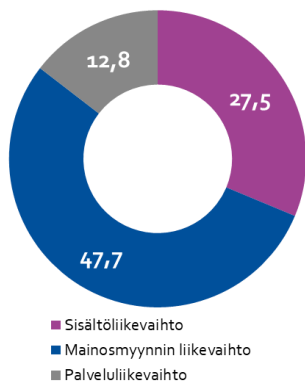
Tammi–kesäkuu 2019

Liikevaihto laski vuoden 2019 ensimmäisellä vuosipuoliskolla 4,5 % 173,0 (181,1) milj. euroon. Myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 7,1 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto oli vertailukauden tasolla.

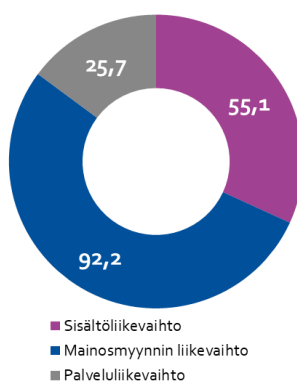
Sisältöliikevaihto laski 11,1 % 27,6 (31,0) milj. euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihdon lasku ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta oli 1,9 %. Vertailukelpoinen digisisältöliikevaihdon kasvu oli 14,5 %. Mainosmyynnin liikevaihto laski 6,2 % 55,1 (58,7) milj. euroon. Vertailukelpoinen mainosmyynti kasvoi 1,2 %. Vertailukelpoinen painettujen lehtien mainosmyynti laski 9,0 % ja digimainosmyynti kasvoi 5,2 % vertailukauden tasosta.

Palveluliikevaihto oli 25,7 (28,4) milj. euroa ja vertailukelpoinen liikevaihdon lasku ilman myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutusta oli 4,0 %. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma-, koulutus- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

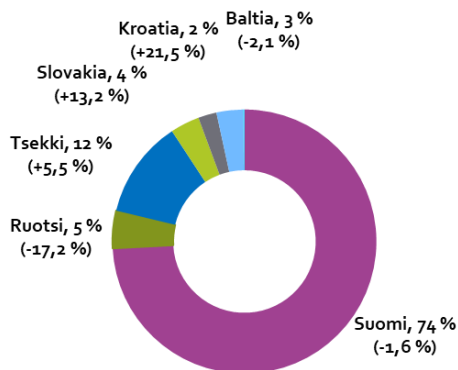
Liikevaihdon jakauma 4–6 2019, milj. euroa.



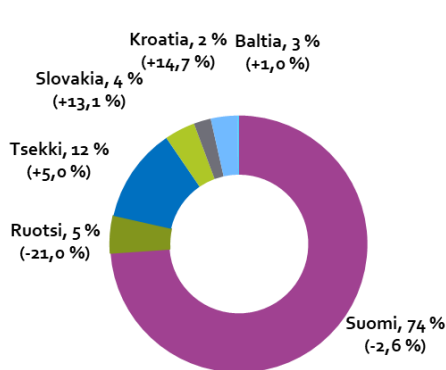
Liikevaihdon jakauma 1–6 2019 milj. euroa



Liikevaihdon maantieteellinen jako 4–6 2019



Liikevaihdon maantieteellinen jako 1–6 2019



LIKEVAIHTO	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Markets	25,6	24,2	5,6	50,5	48,0	5,3	96,4
Alma Talent	26,1	28,1	-6,8	52,3	55,9	-6,4	108,9
Alma Consumer	37,2	37,2	-0,1	71,9	78,0	-7,9	151,7
Segmentit yhteensä	88,9	89,5	-0,7	174,7	181,9	-3,9	356,9
Kohdistamattomat toiminnot	-0,9	-0,6	-49,6	-1,7	-0,8	-120,2	-2,3
Yhteensä	88,0	88,9	-1,0	173,0	181,1	-4,5	354,6

LIKEVAIHDON	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
(milj. euroa)							
Suomi	65,4	66,4	-1,5	128,2	135,8	-5,7	281,6
Muut maat	22,6	22,5	0,4	44,8	45,2	-0,9	73,0
Konserni yhteensä	88,0	88,9	-1,0	173,0	181,1	-4,5	354,6

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

TULOS

Huhti–kesäkuu 2019

Oikaistu liikevoitto oli 14,9 (12,9) milj. euroa, 16,9 % (14,5 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 14,5 (17,4) milj. euroa, 16,5 % (19,6 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,3 (4,5) milj. euroa, jotka liittyivät kiinteistöjen myynneistä syntyneisiin myyntitappioihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin ja Lapin lehtiliiketoiminnan myynnistä kertyneeseen myyntivoittoon.

Kokonaiskulut laskivat toisella neljänneksellä -3,2 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 11,3 (8,2) milj. euroa. Huhti–kesäkuun 2019 tulos oli 11,3 (13,8) milj. euroa ja oikaistu tulos 11,6 (9,3) milj. euroa.

Tammi–kesäkuu 2019

Oikaistu liikevoitto oli 29,3 (25,1) milj. euroa, 16,9 % (13,9 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 28,9 (30,3) milj. euroa, 16,7 % (16,7 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,3 (5,2) milj. euroa, jotka liittyivät kiinteistöjen myynneistä syntyneisiin myyntitappioihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoihin, joista merkittävin muodostui Lapin lehtiliiketoiminnan myynnistä.

Kokonaiskulut laskivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla 12,5 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot olivat 11,3 (8,2) milj. euroa. Poistojen kasvuun vaikutti IFRS16 –standardin käyttöönotto konsernissa. Standardin käyttöönoton vaikutuksia konsernin taloudelliseen asemaan kuvataan osavuositarkastuksen laadintaperiaatteissa. Tammi–kesäkuun tulos oli 22,5 (24,2) milj. euroa ja oikaistu tulos 22,9 (19,0) milj. euroa.

OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO	2019	2018	Muutos	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Markets	9,8	8,6	13,5	18,4	16,8	9,8	34,4
Alma Talent	3,3	3,8	-14,7	7,1	7,1	0,1	15,5
Alma Consumer	4,3	2,7	58,8	7,4	5,1	47,4	14,4
Segmentit yhteensä	17,3	15,1	14,4	33,0	28,9	14,0	64,3
Kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-2,2	-8,4	-3,7	-3,8	3,6	-7,0
Yhteensä	14,9	12,9	15,5	29,3	25,1	16,7	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 4—6	2018 4—6	2019 1—6	2018 1—6	2018 1—12
Alma Markets					
Myyntivoitot ja -tappio				0,7	0,7
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut		-0,2		-0,2	-0,6
Myyntivoitot ja -tappio		0,1		0,1	0,2
Alma Consumer					
Uudelleenjärjestelykulut		-0,5		-0,5	-1,0
Myyntivoitot ja -tappio	-0,2	4,7	-0,2	4,7	4,5
Kohdistamattomat					
Myyntivoitot ja -tappio	-0,1	0,3	-0,1	0,3	-0,1
Liikevoiton oikaistut erät	-0,3	4,5	-0,3	5,2	3,7
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-0,3	4,5	-0,3	5,2	3,7

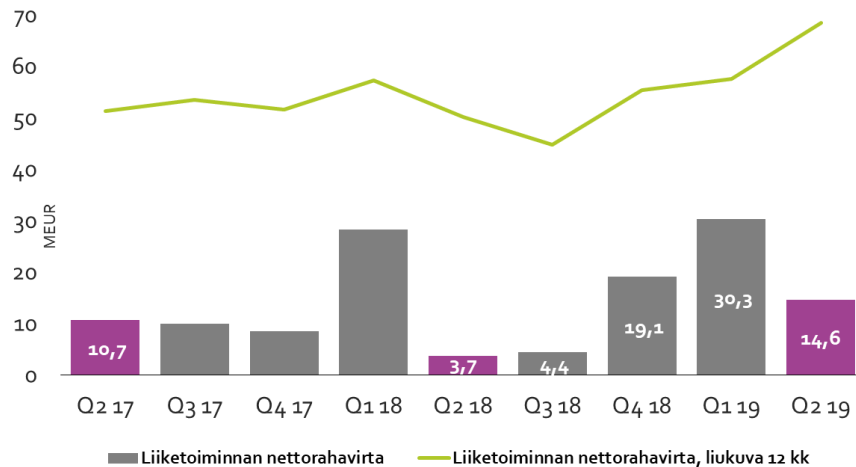
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2019 4—6	2018 4—6	Muutos %	2019 1—6	2018 1—6	Muutos %	2018 1—12
Alma Markets	9,8	8,6	13,5	18,4	17,5	5,4	35,1
Alma Talent	3,3	3,7	-11,7	7,1	7,0	2,0	15,1
Alma Consumer	4,1	7,0	-41,9	7,2	9,3	-22,7	17,9
Segmentit yhteensä	17,1	19,3	-11,4	32,7	33,8	-3,1	68,1
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-1,9	-34,4	-3,8	-3,5	-8,9	-7,1
Yhteensä	14,5	17,4	-16,4	28,9	30,3	-4,4	61,0

TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli kesäkuun 2019 lopussa 387,3 (339,6) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 48,9 % (52,0 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,83 (1,68) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta huhti–kesäkuussa oli 14,6 (3,7) milj. ja tammi–kesäkuussa 44,9 (32,7). Liiketoiminnan rahavirtaa kasvatti tuloksen parantumisen lisäksi käyttöpääoman lasku sekä IFRS 16 -standardin käyttöönoton vaikutus. Rahavirta ennen rahoitusta oli huhti–kesäkuussa 2,3 (6,3) milj. euroa ja tammi–kesäkuussa 32,2 (28,2) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR



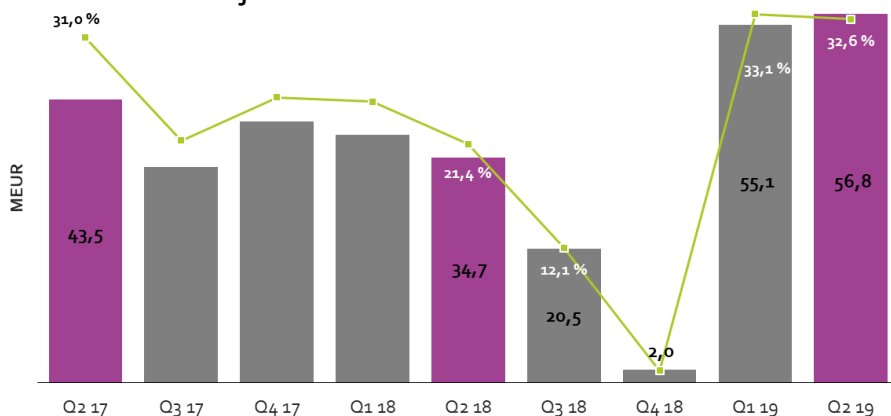
Konsernilla oli kesäkuun 2019 lopussa korollisia velkoja yhteensä 100,0 (58,8) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan rahoitusleasingveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli 56,8 (34,7) milj. euroa. Korollisten velkojen kasvuun vaikutti IFRS16 –standardin käyttöönotto konsernissa. Standardin käyttöönoton vaikutuksia konsernin taloudelliseen asemaan kuvataan puolivuositarkastuksen laadintaperiaatteissa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2019 4–6	2018 4–6	2019 1–6	2018 1–6	2018 1–12
Korolliset pitkäaikaiset velat	88,2	54,1	88,2	54,1	47,3
Lyhytaikaiset korolliset velat	11,9	4,7	11,9	4,7	4,2
Rahavarat	43,2	24,1	43,2	24,1	49,5
Korolliset nettovelat	56,8	34,7	56,8	34,7	2,0

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.6.2019 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.6.2019 käyttämättä.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 1,8 milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2019

Maaliskuussa 2019 Alma Median tytäryhtiö Alma Career osti 100 % slovenialaisesta Zaposlitev.net d.o.o.:sta, joka omistaa www.zaposlitev.net –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.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi–kesäkuussa 2019 yhteensä 7,3 (20,6) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Suomen Tukkuautot Oy:n osakkeiden hankinnasta ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

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

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

POISTOT (milj. euroa)	2019 4–6	2018 4–6	2019 1–6	2018 1–6	2018 1–12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	4,2	2,5	8,5	5,3	9,9
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,4	1,4	2,8	2,9	5,7
Yhteensä	5,6	4,0	11,3	8,2	15,6

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Median raportoivat 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 raportoivat 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 4–6	2018 4–6	Muutos %	2019 1–6	2018 1–6	Muutos %	2018 1–12
Liikevaihto	25,6	24,2	5,6	50,5	48,0	5,3	96,4
Mainosmyynnin liikevaihto	23,4	22,4	4,5	46,2	44,2	4,6	88,6
Palveluliikevaihto	2,2	1,9	18,8	4,4	3,8	14,0	7,8
Oikaistut kokonaiskulut	15,9	15,7	1,2	32,2	31,3	2,9	62,1
Oikaistu käyttökate	11,0	9,5	15,9	21,0	18,6	12,6	38,1
Käyttökate	11,0	9,5	15,9	21,0	19,3	8,5	38,7
Oikaistu liikevoitto	9,8	8,6	13,5	18,4	16,8	9,8	34,4
% liikevaihdosta	38,2	35,5		36,5	35,0		35,7
Liikevoitto/-tappio	9,8	8,6	13,5	18,4	17,5	5,4	35,1
% liikevaihdosta	38,2	35,5		36,5	36,4		36,4
Henkilöstö keskimäärin	687	682	0,7	685	664	3,1	667
Digiliiketoiminnan liikevaihto	25,6	24,2	5,6	50,5	48,0	5,3	96,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0

Huhti—kesäkuu 2019

Vuoden 2019 toisella neljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 5,6 % ja oli 25,6 (24,2) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta kasvoi 3,2 % ja sen osuus koko segmentin liikevaihdosta oli 74,4 (76,1) %. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnan alkuvuoden hyvä kehitys jatkui toisella vuosineljänneksellä.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 15,9 (15,7) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden toisella neljänneksellä 9,8 (8,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 38,2 % (35,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 9,8 (8,6) milj. euroa.

Tammi—kesäkuu 2019

Vuoden 2019 ensimmäisellä vuosipuoliskolla Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 5,3 % ja oli 50,5 (48,0) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan kasvuvauhti hidastui erityisesti Suomessa ja Tšekissä, liikevaihto kasvoi tammi—kesäkuussa 3,6 % vertailukauteen verrattuna. Rekrytointiliiketoiminnan osuus koko segmentin liikevaihdosta oli 75,3 (76,5) %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 32,2 (31,3) 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 18,4 (16,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 36,5 % (35,0 %) liikevaihdesta. Segmentin liikevoitto oli 18,4 (17,5) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. 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 4—6	2018 4—6	Muutos %	2019 1—6	2018 1—6	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	26,1	28,1	-6,8	52,3	55,9	-6,4	108,9
Sisältöliikevaihto	11,8	11,8	-0,6	23,5	24,3	-3,3	47,7
Sisältöliikevaihto, painettu	8,6	9,1	-21,7	17,3	18,9	-8,3	36,6
Sisältöliikevaihto, digi	3,1	2,7	14,6	6,2	5,4	14,1	11,1
Mainosmyynnin liikevaihto	7,6	9,0	-15,5	15,2	17,0	-10,9	33,4
Mainosmyynti, painettu	2,8	3,6	-21,7	6,1	7,1	-13,7	13,9
Mainosmyynti, digi	4,2	4,6	-8,1	8,3	8,5	-3,0	17,0
Palveluliikevaihto	6,8	7,2	-6,4	13,7	14,6	-6,2	27,8
Oikaistut kokonaiskulut	22,9	24,5	-6,6	45,3	48,9	-7,3	93,6
Oikaistu käyttökate	4,5	4,8	-6,6	9,6	9,1	5,5	19,5
Käyttökate	4,5	4,7	-4,0	9,6	9,0	7,0	19,1
Oikaistu liikevoitto	3,3	3,8	-14,7	7,1	7,1	0,1	15,5
% liikevaihdesta	12,5	13,7		13,6	12,7		14,2
Liikevoitto/-tappio	3,3	3,7	-11,7	7,1	7,0	2,0	15,1
% liikevaihdesta	12,5	13,2		13,6	12,5		13,8
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	494	534	-7,6	487	534	-8,8	516
Telemarkkinoijat keskimäärin	301	336	-10,3	310	335	-7,6	326
Digiliiketoiminnan liikevaihto	10,3	10,2	1,2	20,1	19,4	3,2	38,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	39,3	36,2		38,3	34,8		35,6

Huhti—kesäkuu 2019

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski huhti—kesäkuussa 6,8 % 26,1 (28,1) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 39,3 % (36,2 %). Liikevaihto laski myytyjen ja lopetettujen toimintojen johdosta 0,8 milj. euroa sekä mainonnan myynnin laskusta Suomessa ja Ruotsissa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto pysyi vertailukauden tasolla ja oli 11,8 (11,8) milj. euroa. Suomen medialiiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 24,0 %.

Vuoden toisen neljänneksen mainosmyynti laski 15,5 % ja oli 7,6 (9,0) milj. euroa. Vertailukelpoinen mainosmyynti laski 11,5 % vertailukaudesta. Palveluliikevaihto laski 6,4 % myytyjen ja lopetettujen liiketoimintojen johdosta ja oli 6,8 (7,2) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 22,9 (24,5) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,3 (3,8) milj. euroa ja liikevoitto 3,3 (3,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 12,5% (13,7 %) liikevaihdesta. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2019

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi—kesäkuussa 6,4 % 52,3 (55,9) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 38,3 % (34,8 %). Liikevaihto laski erityisesti myytyjen ja lopetettujen toimintojen (1,8 milj. euroa) sekä mainonnan, kirja- ja koulutusmyynnin laskun vuoksi.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski tammi–kesäkuussa 3,3 % ja oli 23,5 (24,3) milj. euroa, johtuen Ruotsin medialiiketoiminnan sekä kirjaliiketoiminnan liikevaihdon laskusta. Suomen medialiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 22,7 %. Suomessa digitaalisten sisältöjen myynnin kasvu ylitti printtituotteiden laskun.

Mainosmyynti laski 10,9 % ja oli 15,2 (17,0) milj. euroa johtuen mainosmyynnin laskusta Ruotsissa ja Suomessa. Palveluliikevaihto laski 6,2 % ja oli 13,7 (14,6) milj. euroa myytyjen ja lopetettujen liiketoimintojen johdosta.

Segmentin kokonaiskulut laskivat 7,3 % ja olivat 45,3 (48,9) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,1 (7,1) milj. euroa ja liikevoitto 7,1 (7,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 13,6 % (12,7 %) liikevaihdesta. Huolimatta Ruotsin liiketoiminnan liikevaihdon laskusta, uudelleenjärjestelyt ja kustannussäästöt paransivat yksikön kannattavuutta ensimmäisellä vuosipuoliskolla.

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 Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi. ja Rantapallo.fi. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu kuuluu liiketoimintasegmenttiin.

AVAINLUVUT milj. euroa	2019 4—6	2018 4—6	Muutos %	2019 1—6	2018 1—6	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	37,2	37,2	-0,1	71,9	78,0	-7,9	151,7
Sisältöliikevaihto	15,8	15,9	-0,8	31,6	34,4	-8,2	67,1
Sisältöliikevaihto, painettu	14,2	14,5	-2,0	28,5	31,4	-9,2	61,3
Sisältöliikevaihto, digi	1,5	1,4	12,1	3,1	3,0	2,3	5,8
Mainosmyynnin liikevaihto	16,7	15,9	5,4	31,0	32,9	-5,7	63,9
Mainosmyynti, painettu	8,9	9,4	-5,2	16,9	20,1	-16,0	37,5
Mainosmyynti, digi	7,8	6,4	20,9	14,1	12,8	10,5	26,4
Palveluliikevaihto	4,7	5,5	-14,0	9,3	10,7	-13,2	20,6
Oikaistut kokonaiskulut	32,9	34,6	-4,7	64,5	73,0	-11,6	137,6
Oikaistu käyttökate	5,5	3,7	48,9	9,8	7,0	39,5	18,3
Käyttökate	5,2	8,0	-34,1	9,6	11,3	-15,3	21,8
Oikaistu liikevoitto	4,3	2,7	58,8	7,4	5,1	47,4	14,4
% liikevaihdesta	11,5	7,3		10,4	6,5	60,0	9,5
Liikevoitto/-tappio	4,1	7,0	-41,9	7,2	9,3	-22,7	17,9
% liikevaihdesta	10,9	18,7		10,0	12,0	-16,1	11,8
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia	561	594	-5,5	545	617	-11,7	583
Lehdenjakajat keskimäärin	907	858	5,8	847	841	0,8	821
Digiliiketoiminnan liikevaihto	9,9	9,0	9,7	18,3	17,9	2,3	35,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	26,6	24,2		25,5	23,0		23,5
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2019 4—6	2018 4—6	Muutos %	2019 1—6	2018 1—6	Muutos %	2018 1—12
Painovolyymi (1000 kpl)	60 017	82 249	-27,0	125 807	169 779	-25,9	336 641
Paperin käyttö (tonnia)	5 138	6 643	-22,7	10 347	13 629	-24,1	27 925

Huhti—kesäkuu 2019

Alma Consumer -segmentin liikevaihto pysyi huhti–kesäkuussa vertailukauden tasolla ja oli 37,2 (37,2) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 26,6% (24,2%). Myytyjen liiketoimintojen vaikutus palveluliikevaihtoon oli 0,5 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski huhti–kesäkuussa 0,8 % 15,8 (15,9) milj. euroon. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 12,1 %. Segmentin mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 5,4 % ja oli 16,7 (15,9) milj. euroa. Vaalien vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,6 milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 20,9 % erityisesti sisältömarkkinoinnin ja vahvan mobiilimainosmyynnin johdosta.

Segmentin palveluliikevaihto laski 14,0 % ja oli 4,7 (5,5) milj. euroa. Vertailukelpoinen palveluliikevaihto ilman myytyjä toimintoja laski 4,9 % vähentyneen ulkoisen painovolyymin myötä. Ulkoisten jakeluasiakkaiden myynti kasvoi toisella vuosineljänneksellä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 1,5 milj. euroa ja olivat 32,9 (34,6) milj. euroa. Kulut laskivat vuonna 2018 toteutettujen uudelleenjärjestelyiden sekä sisältöostojen vähentymisen seurauksena. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,3 (2,7) milj. euroa, 11,5% (7,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 4,1 (7,0) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät kiinteistöihin kohdistuviin myyntitappioihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoihin.

Tammi–kesäkuu 2019

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi–kesäkuussa 7,9 % 71,9 (78,0) milj. euroon. Myytyjen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 5,2 milj. euroa. Liikevaihto laski erityisesti painetussa mediassa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 25,5 % (23,0 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi–kesäkuussa 8,2 % 31,6 (34,4) milj. euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto ilman myytyjä toimintoja laski 1,6 %. Vertailukelpoinen digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 13,0 %.

Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 5,7 % ja oli 31,0 (32,9) milj. euroa. Vertailukelpoinen mainosmyynnin liikevaihto pysyi samalla tasolla. Vertailukelpoinen digimainosmyynti kasvoi 11,7 %. Vaalien vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,8 milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 13,2 % ja oli 9,3 (10,7) milj. euroa. Vertailukelpoinen palveluliikevaihto ilman myytyjä toimintoja laski 4,6 % vähentyneiden ulkoisten painovolyymien myötä.

Segmentin kokonaiskulut olivat 64,5 (73,0) milj. euroa. Kulut laskivat myytyjen liiketoimintojen, vuonna 2018 toteutettujen uudelleenjärjestelyiden sekä sisältöostojen vähentymisen seurauksena. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,4 (5,1) milj. euroa, 10,4 % (6,5 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät kiinteistöihin kohdistuviin myyntitappioihin ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja myyntivoittoihin. Segmentin liikevoitto oli 7,2 (9,3) milj. euroa.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)			
	30.6.2019	30.6.2018	31.12.2018
Alma Markets	110,6	99,7	98,3
Alma Talent	100,9	103,9	100,5
Alma Consumer	59,8	64,2	62,2
Segmentit yhteensä	271,3	267,8	261,0
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	116,0	71,8	84,6
Yhteensä	387,3	339,6	345,6
VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)			
	30.6.2019	30.6.2018	31.12.2018
Alma Markets	39,0	38,0	35,7
Alma Talent	30,4	28,5	26,1
Alma Consumer	73,3	61,4	40,6
Segmentit yhteensä	142,8	127,9	102,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	67,5	49,9	56,1
Yhteensä	210,3	177,8	158,8

Hallinto

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

Osake ja osakemarkkinat

Huhti–kesäkuussa NASDAQ OMX:n Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 996 871 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,2 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 28.6.2019 oli 5,86 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,48 euroa ja ylin 6,36 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 482,8 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 toisen 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 verkkoyhteisön pieneneminen, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien 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 aktivointitekniikkaa 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 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.

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 aloittaa tehtävässään viimeistään 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.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2019 4—6	2018 4—6	Muutos %	2019 1—6	2018 1—6	Muutos %	2018 1—12
LIKEVAIHTO	88,0	88,9	-1,0	173,0	181,1	-4,5	354,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	5,3	-97,1	0,3	6,1	-94,5	6,7
Materiaalit ja palvelut	14,9	16,2	-7,8	29,4	34,3	-14,3	64,8
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	35,3	37,2	-4,9	69,7	74,2	-6,1	141,9
Poistot ja arvonalentumiset	5,6	4,0	40,7	11,3	8,2	38,3	15,6
Liiketoiminnan muut kulut	17,8	19,5	-9,0	34,0	40,2	-15,5	78,1
LIKEVOITTO	14,5	17,4	-16,4	28,9	30,3	-4,4	61,0
Rahoitustuotot	0,2	0,4	-55,3	0,2	0,0	-1 320,6	2,1
Rahoituskulut	1,3	0,1	771,5	1,8	0,7	172,8	2,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,1	0,1	83,1	0,3	0,2	25,1	-0,3
TULOS ENNEN VEROJA	13,6	16,9	-19,3	27,6	29,8	-7,4	60,4
Tuloverot	2,4	3,1	-24,2	5,1	5,6	-9,0	12,5
TILIKAUDEN TULOS	11,3	13,8	-18,2	22,5	24,2	-7,0	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		-0,2			-0,2		-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	0,2	-0,1		-0,1	-0,7		0,6
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	0,2	-0,3		-0,1	-0,8		0,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	11,5	13,5		22,4	23,4		48,3
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	9,7	12,3		19,4	21,3		41,7
- Määräysvallattomille omistajille	1,5	1,5		3,1	2,9		6,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	10,0	12,0		19,4	20,4		42,0
- Määräysvallattomille omistajille	1,5	1,5		3,1	2,9		6,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa	0,12	0,15		0,24	0,26		0,51

TASE (milj. euroa)	30.6.2019	30.6.2018	31.12.2018
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	138,5	133,5	133,5
Aineettomat hyödykkeet	57,0	63,2	59,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	100,9	56,9	53,7
Sijoituskiinteistöt		10,0	0,0
Osuudet osakkuusyrityksissä	4,3	5,0	4,1
Muut rahoitusvarat	4,3	4,3	3,9
Laskennalliset verosaamiset	1,5	2,4	1,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	3,0	2,6	3,2
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,7	0,7	0,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	33,9	36,7	36,3
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,1	0,1
Rahavarat	43,2	24,1	49,5
VARAT YHTEENSÄ	387,3	339,6	345,6
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,7	-1,4	-0,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	79,1	67,5	88,6
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	150,6	138,3	160,2
Määräysvallattomien omistajien osuus	26,4	23,5	26,6
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	177,0	161,8	186,8
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	88,2	54,1	47,3
Laskennalliset verovelat	11,9	13,2	12,2
Eläkevelvoitteet	1,1	1,1	1,1
Varaukset	0,4	0,4	0,4
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,2	0,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	14,5	15,2	13,1
Saadut ennakot	25,6	28,2	20,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	0,9	2,9	3,7
Varaukset	0,6	0,8	0,7
Ostovelat ja muut velat	66,8	61,7	59,5
VELAT YHTEENSÄ	210,3	177,8	158,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	387,3	339,6	345,6

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
	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					19,4	19,4	3,1	22,5
Muut laajan tuloksen erät						0,0		
Muuntoerot			-0,1			-0,1	0,0	-0,1
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
Tytäryhtiöomistussuoksien muutokset							0,5	0,5
Oma pääoma 30.6.2019	45,3	7,7	-0,7	19,1	79,1	150,6	26,4	177,0

Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3
IFRS 9 -standardin käyttöönotto					-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					21,3	21,3	2,9	24,2
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-0,1		-0,9	-1,1	0,4	-0,7
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					-0,4	-0,4	0,1	-0,3
Tytäryhtiöomistussuoksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa						0,0	1,7	1,7
Oma pääoma 30.6.2018	45,3	7,7	-1,4	19,1	67,5	138,3	23,5	161,8

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2019 4—6	2018 4—6	2019 1—6	2018 1—6	2018 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	11,3	13,8	22,5	24,2	47,9
Oikaisuerät	8,2	0,9	17,4	8,7	26,1
Käyttöpääoman muutos	-1,6	-7,0	13,0	7,9	-2,7
Saadut osingot	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,6	-0,3	-1,2	-0,7	-1,7
Maksetut verot	-3,0	-4,0	-7,1	-7,8	-13,9
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	14,6	3,7	44,9	32,7	56,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,2	-1,1	-0,4	-1,4	-1,6
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,4	-0,3	-1,2	-2,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,6	0,0	1,3	1,4
Investoinnit muihin sijoituksiin		-0,1		0,0	-0,1
Myytavissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,4	0,0	0,4	0,0	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-12,4	-0,2	-12,4	-5,1	-5,2
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla		2,3		2,3	12,9
Osakkuusyritysten hankinta		0,1		-1,5	-1,2
Osakkuusyritysten myynti		1,3		1,2	1,2
Investointien rahavirta yhteensä	-12,3	2,6	-12,8	-4,5	5,3
Rahavirta ennen rahoitusta	2,3	6,3	32,2	28,2	61,6
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Lainojen nostot		3,0		14,0	14,0
Lainojen takaisinmaksut		-8,0		-14,0	-19,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-2,6	-0,7	-5,7	-2,1	-5,1
Maksetut osingot	-3,8	-3,1	-32,7	-22,9	-22,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-6,4	-8,8	-38,3	-25,0	-33,0
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-4,5	0,9	-6,2	3,8	28,6
Rahavarat kauden alussa	47,6	23,3	49,5	20,7	20,7
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	-0,1	-0,1	-0,1	0,2
Rahavarat kauden lopussa	43,2	24,1	43,2	24,1	49,5

Osakkuusyhtiöt

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOKSISTA					
milj. euroa	2019 4—6	2018 4—6	2019 1—6	2018 1—6	2018 1—12
Alma Markets	0,2	0,1	0,3	0,2	-0,4
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	-0,1	0,0	-0,1	-0,1
Yhteensä	0,1	0,1	0,3	0,2	-0,3

Hankitut liiketoiminnot 2019

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2019 aikana

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Suomen Tukkuautot Oy	Verkkopalvelu	3.5.2019	100,0 %	65 %

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

Ehdolliset kauppahinnat

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

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	11,9
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-1,6
Maksetut velat	-8,5
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	1,8

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2019 4—6	2018 4—6	2019 1—6	2018 1—6	2018 1—12
Henkilöstö Suomi	1267	1315	1235	1327	1264
Henkilöstö muut maat	647	668	648	656	649
Henkilöstö yhteensä	1913	1982	1883	1983	1913

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.6.2019 yhteensä 1,0 (0,8) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	30.6.2019	30.6.2018	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	0,8	8,6	8,7
1–5 vuoden kuluessa	0,8	22,3	22,1
yli viiden vuoden kuluttua	0,0	15,8	14,8
Yhteensä	1,6	46,7	45,5
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.

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)			
	30.6.2019	30.6.2018	31.12.2018
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	0,0	0,1	0,1
Nimellisarvo	0,2	0,2	0,1
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,6	-0,5	-0,5
Kohde-etuuden arvo	15,4	19,4	15,4
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,1	-0,2	0,0
Kohde-etuuden arvo	6,8	8,0	4,6

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 4—6	2018 4—6	2019 1—6	2018 1—6	2018 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt				0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,2	0,3	0,6	0,8
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,2	0,3	0,6	0,8
Merkittävät omistajat	0,0		0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0		0,0	
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 vaikutusvalta-yhteisöt					0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa		0,0		0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt		0,0		0,0	
Merkittävät omistajat				0,0	

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2019 4—6	2019 1—3	2018 10—12	2018 7—9	2018 4—6	2018 1—3	2017 10—12	2017 7—9	2017 4—6
LIKEVAIHTO	88,0	85,0	91,9	81,6	88,9	85,0	97,1	86,0	93,7
Alma Markets	25,6	25,0	24,4	23,9	24,2	25,0	22,1	20,9	20,6
Alma Talent	26,1	26,2	29,9	23,1	28,1	26,2	31,0	24,0	28,7
Alma Consumer	37,2	34,7	38,4	35,3	37,2	34,7	44,2	41,3	44,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,9	-0,8	-0,8	-0,7	-0,6	-0,8	-0,3	-0,2	-0,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	73,2	70,8	75,0	66,6	76,2	70,8	90,1	72,2	80,5
Alma Markets	15,9	16,3	16,2	14,6	15,7	16,3	16,4	13,0	13,3
Alma Talent	22,9	22,4	24,4	20,3	26,2	22,4	27,3	21,2	25,3
Alma Consumer	32,9	31,6	33,2	31,4	34,6	31,6	39,7	36,8	40,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,5	0,5	1,2	0,3	-0,3	0,5	6,7	1,2	1,6
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	20,5	20,1	20,8	18,9	16,9	20,1	15,7	17,9	17,2
Alma Markets	11,0	9,9	9,1	10,3	9,5	9,9	6,5	8,6	8,1
Alma Talent	4,5	5,1	6,6	3,8	4,8	5,1	4,9	3,9	4,4
Alma Consumer	5,5	4,4	6,3	4,9	3,7	4,4	5,6	5,7	5,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,6	0,7	-1,2	-0,2	-1,2	0,7	-1,4	-0,4	-0,7
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,9	14,4	17,1	15,1	12,9	14,4	11,3	14,0	13,2
Alma Markets	9,8	8,7	8,2	9,4	8,6	8,7	5,8	7,9	7,3
Alma Talent	3,3	3,8	5,6	2,8	3,8	3,8	3,9	2,8	3,3
Alma Consumer	4,3	3,2	5,4	4,0	2,7	3,2	4,6	4,7	4,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-1,3	-2,1	-1,0	-2,2	-1,3	-3,0	-1,5	-1,8
% LIIKEVAIHDOSTA	16,9	16,9	18,6	18,5	14,5	16,9	11,6	16,2	14,1
Alma Markets	38,2	34,7	33,7	39,3	35,5	34,7	26,2	37,8	35,7
Alma Talent	12,5	14,6	18,7	12,1	13,7	14,6	12,5	11,7	11,6
Alma Consumer	11,5	9,1	14,0	11,2	7,3	9,1	10,3	11,4	9,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,3	0,0	-0,9	-0,6	4,5	0,0	-5,4	0,3	1,8
Alma Markets	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0
Alma Talent	0,0	0,0	-0,4	0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,1	0,7
Alma Consumer	-0,2	0,0	-0,6	-0,2	4,3	0,0	-1,4	0,1	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,0	0,1	-0,5	0,3	0,0	-4,0	-0,2	1,1
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,5	14,4	16,1	14,6	17,4	14,4	5,8	14,3	15,0
Alma Markets	9,8	8,7	8,2	9,4	8,6	8,7	5,8	8,4	7,3
Alma Talent	3,3	3,8	5,2	2,9	3,7	3,8	3,9	2,7	4,0
Alma Consumer	4,1	3,2	4,8	3,8	7,0	3,2	3,1	4,8	4,4
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-1,3	-2,0	-1,6	-1,9	-1,3	-7,0	-1,6	-0,7
Rahoitustuotot	0,2	0,1	0,0	0,9	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2
Rahoituskulut	1,8	0,5	-0,2	-0,4	0,8	0,8	0,1	0,6	0,5
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,1	0,1	-0,7	0,2	0,1	0,1	0,0	0,3	0,2
TULOS ENNEN VEROJA	13,6	14,0	15,3	15,3	16,9	14,0	5,8	14,0	14,9
Tuloverot	-2,4	-2,7	-3,9	-3,1	-3,1	-2,7	-1,4	-2,8	-2,7
TILIKAUDEN TULOS	11,3	11,3	11,5	12,2	13,8	11,3	4,4	11,2	12,2

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Puolivuosikatsauksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2018 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2018 tilinpäätöksessä. Puolivuosikatsaus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen puolivuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2018 kanssa. Puolivuosikatsauksessa 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 rahoitusleasingisopimuksia ei enää erotella. Muutos siirtää taseen ulkopuolisia vastuuta taseeseen, jonka seurauksena käyttöomaisuuden ja vieraan pääoman määrät kasvoivat. Vuokralle antajien soveltamaan kirjanpitoikäsitteeseen 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	30.6.2019 Varat	30.6.2019 Velat	1.1.2019 Varat	1.1.2019 Velat
Tila- ja muut vuokrasopimukset	51,1	51,5	53,7	53,7
IT-vuokrasopimukset	-1,2	-1,3	-1,2	-1,2
Yhteensä	49,8	50,2	52,5	52,5

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.6.2019
Alma Markets	6,3
Alma Talent	2,8
Alma Consumer	3,5
Segmentit yhteensä	12,5
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	38,5
Yhteensä	51,1

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)		30.6.2019
Alma Markets		6,3
Pitkäaikaiset velat		4,7
Lyhytaikaiset velat		1,7
Alma Talent		2,8
Pitkäaikaiset velat		1,7
Lyhytaikaiset velat		1,1
Alma Consumer		3,5
Pitkäaikaiset velat		2,6
Lyhytaikaiset velat		0,9
Segmentit yhteensä		12,6
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit		38,9
Yhteensä		51,5

Liitetiedoissa esitetyt operatiivisiin vuokrasopimuksiin liittyvät velvoitteet 31.12.2018	52,6
Diskontattuna konsernin lisälainan korolla 1,5 %	-3,4
Vähennetään (-): tasaerinä kuluksi kirjattavat arvoltaan vähäisiä omaisuuseriä koskevat vuokrasopimukset	-1,2
Lisätään/vähennetään (-): jatkamis- ja päättämisoptioiden erilaisesta käsittelystä johtuvat oikaist	+0,8
Lisätään/vähennetään (-): muuttuviin maksuihin vaikuttaviin indeksiin tai hintatason muutoksiin liittyvät oikaist sekä puuttuvat vuokravastuut	+3,7
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 $((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)$. 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 2019

- Osavuosisikatsaus tammi–syyskuulta 2019 keskiviikkona 23.10.2019 noin klo 8.00.