

The logo for ALMA, consisting of the letters 'AL' stacked above 'MA' in a bold, white, sans-serif font. The background of the entire image is a warm, golden bokeh of light spots, with a woman in a light-colored button-down shirt and glasses standing in the center with her arms crossed. To her left is a dark silhouette of a person's head and shoulders.

**AL
MA**

**ALMA MEDIA OYJ
PUOLIVUOSIKATSAUS Q2 2023**

19.7.2023

Alma Median puolivuositarkastus tammi—kesäkuu 2023: Vuoden toisella vuosineljänneksellä oikaistu liikevoitto vertailukauden tasolla, liikevaihto laski hieman.

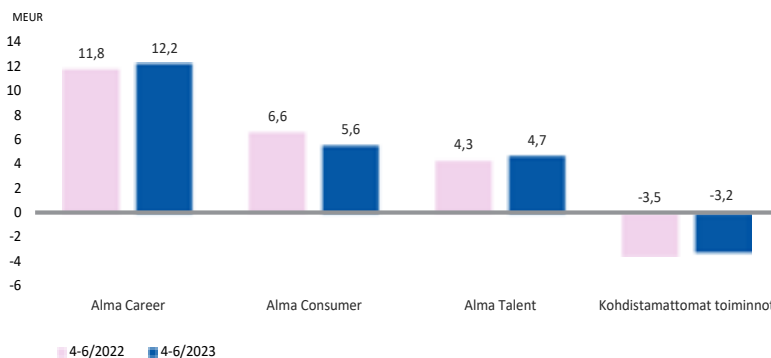
Taloudellinen kehitys huhti—kesäkuussa 2023:

- Liikevaihto 78,2 (79,3) milj. euroa, laskua 1,4 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 82,6 % (81,2 %).
- Oikaistu liikevoitto vertailukauden tasolla, 19,4 (19,2) milj. euroa.
- Liikevoitto 19,9 (25,9) milj. euroa, laskua 23,2 %.
- Alma Career: Oikaistu liikevoitto parani kustannussäästöjen ansiosta. Rekrytoinnin lisäarvopalveluiden vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 5,8 %.
- Alma Consumer: Kannattavuutta painoi edellisen vuosineljänneksen tavoin mainonnan myynnin lasku mediassa ja markkinapaikoissa. Liikevaihto kasvoi vertailupalveluissa ja digisisältömyynnissä.
- Alma Talent: Oikaistu liikevoitto kasvoi Talent Palveluiden vahvan kehityksen myötä. Medialiiketoiminnan kannattavuus heikkeni mainonnan ja painetun sisältömyynnin laskun seurauksena.
- Osakekohtainen tulos 0,23 (0,28) euroa. Osakekohtaista tulosta paransi rahoituseriin kirjattu kauppahintavelkojen 4,0 milj. euron käyvän arvon muutos.
- Otava julkaisi 29.6.2023 tarjousasiakirjan kaikkia Alma Median osakkeita koskevasta pakollisesta julkisesta ostotarjouksesta. Alma Median hallitus antoi 5.7.2023 Ostotarjouksesta arvopaperimarkkinallain edellyttämän lausunnon pörssitiedotteena.

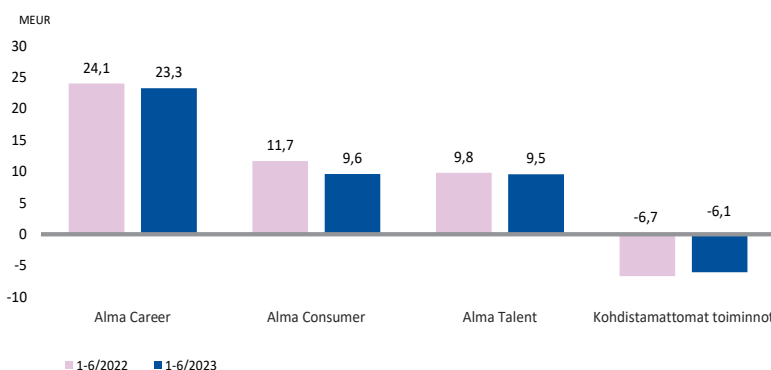
Taloudellinen kehitys tammi—kesäkuussa 2023:

- Liikevaihto 153,5 (155,5) milj. euroa, laskua 1,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 82,2 % (80,6 %).
- Oikaistu liikevoitto 36,4 (38,9) milj. euroa, laskua 6,4 %.
- Liikevoitto 36,4 (45,7) milj. euroa, laskua 20,4 %.
- Osakekohtainen tulos 0,37 (0,48) euroa.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Toimintaympäristö vuonna 2023

Venäjän hyökkäyssodan vaikutukset sekä hiipuva talouskasvu näkyivät toimintaympäristössä ensimmäisen vuosipuoliskon aikana. Euroopan talous kärsi edelleen muun muassa kauppapakotteista, toimitusketjujen häiriöistä ja raaka-ainesaatavuuden ongelmista. Korkea inflaatio jatkui samalla kun markkinakorot kohosivat vuoden takaisesta, mikä koetteli kuluttajien luottamusta ja kotitalouksien reaalista ostovoimaa. Euroopan Komission mukaan Euroopan talous on kuitenkin kyennyt hillitsemään Venäjän hyökkäyssodan kielteistä vaikutusta. Komissio nosti toukokuun ennusteessaan odotettua paremman alkuvuoden ansiosta EU:n talouden vuoden 2023 kasvunäkymiä 1,0 prosenttiin (talven väliennusteessa 0,8 %) ja vuoden 2024 kasvunäkymät 1,7 prosenttiin (talvella 1,6 %). Alustavan arvion mukaan EU-maiden BKT kasvoi vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 0,3 prosenttia ja euroalueella 0,1 prosenttia.

Energiakriisiä on lievennetty monipuolistamalla nopeasti toimituksia ja vähentämällä huomattavasti kaasun kuluista. Huomattavasti halventuneet energian hinnat ovat välittymässä kaikkialle talouteen, mikä alentaa yritysten tuotantokustannuksia. Myös kuluttajat huomaavat energialaskujensa pienenevän, Komissio kertoo.

Euroopan Komissio ennustaa inflaation olevan tänä vuonna euroalueella 5,8 % ja putoavan ensi vuonna 2,8 %:iin. EU:ssa inflaatio on Komission mukaan keskimäärin 6,7 % ja ensi vuonna 3,1 %. Suomen inflaatioksi ennustetaan 4,8 prosenttia vuodelle 2023 ja 2,1 prosenttia vuodelle 2024. Nämä lukemat ovat muuta euroaluetta matalampia.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan tammi–kesäkuussa 2023 mediamainonnan määrä laski 2,7 %. Kesäkuussa mediamainonnan määrä laski 5,3 % ja avoimien työpaikkojen ilmoittelu 23,1 % vuoden 2022 kesäkuuhun verrattuna.

Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät kumulatiivisesti eniten öljy- ja energiayhtiöiden, matkailun ja liikenteen, finanssialan sekä elintarvikkeiden mainostajat tammi–kesäkuussa verrattuna vuoteen 2022.

Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 7 prosenttia vuoden 2023 toisella vuosineljänneksellä.

Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan uusia henkilöautoja rekisteröitiin ensimmäisen vuosipuolikkaan aikana yhteensä 46 875 kappaletta, mikä on 7,7 prosenttia viime vuotta enemmän. Käytettyjen autojen kauppaa tehtiin autoliikkeissä 4,3 prosenttia viime vuotta enemmän. Huhti–kesäkuussa nähty rekisteröintien kasvutahti edellisen vuoden lukemiin verrattuna johtuu viime vuosina poikkeuksellisen korkeaksi kasvaneen tilauskannan purkautumisesta, kun jo vuonna 2021 alkanut tuotantoa jarruttanut komponenttipula on väistymässä, Autoalan Tiedotuskeskus arvioi.

Kiinteistövälitysalan keskusliiton arvion mukaan asuntokaupan pohja nähtiin tilastojen perusteella vuodenvaihteessa 2022 - 2023, mutta asuntokauppa elpyy hitaasti ja epävarmuus vaivaa edelleen. Kiinteistönvälittäjät ja rakennusyrhtiöt raportoivat valtakunnallisesti Kiinteistövälitysalan Keskusliiton ylläpitämään KVKL Hintaseurantapalveluun tammi–maaliskuussa 2023 yhteensä 11 310 asuntokauppaa. Huhti–kuussa palveluun raportoitiin 3 630 asuntokauppaa (-39,3 % vuoden takaiseen verrattuna) ja toukokuussa 4 208 asuntokauppaa (-33,4 % vuoden takaiseen verrattuna). Kesäkuussa tehtiin 4 203 asuntokauppaa, mikä tarkoittaa 33,7 %:n laskua viime vuoteen ja 35,7 %:n viiden vuoden keskiarvoon nähden. Uusia asuntoja myytiin kesäkuussa 67,5 % viime vuotta ja 79,2 % viiden vuoden keskiarvoa vähemmän.

KVKL Hintaseurapalvelun mukaan asuntojen neliöhinnat laskivat kesäkuussa suurissa kaupungeissa eniten Oulussa 12,9 % ja pääkaupunkiseudulla 11,7 %, ja vähiten Turussa: 2,3 % viime vuoteen nähden. Vuoden ensimmäisellä puoliskolla hinnat laskivat PK-seudulla 1,6 %, mutta nousivat PK-seudun ulkopuolisissa suurissa kaupungeissa keskimäärin 2,3 % ja Oulussa jopa 2,8 %.

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien kasvun odotetaan hidastuvan vuonna 2023. Suomen talouskasvu on jäämässä selkeästi muusta EU-alueesta. Tämän vuoden kasvuksi Euroopan Komissio ennustaa 0,2 prosenttia ja ensi vuoden kasvuksi 1,4 prosenttia. Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Komission tuoreimman arvion mukaan Tšekin BKT:n kasvuvauhti tippuisi tänä vuonna 0,2 %:iin noussen ensi vuonna 2,6 %:iin ja Slovakiassa vauhti olisi tänä vuonna viime vuoden tasolla (1,7 %) ja ensi vuonna 2,1 %.

Komissio arvioi Suomen työttömyysasteeksi 7,1 %, Tšekin 2,8 % ja Slovakian 5,8 % vuonna 2023.

Näkymät vuodelle 2023 (muuttumaton, päivitetty 16.2.2023)

Alma Media arvioi vuoden 2023 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton olevan vuoden 2022 tasolla tai laskevan vuodesta 2022. Vuoden 2022 liikevaihto oli 308,8 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 73,4 milj. euroa.

Näkymien taustalla on arvio, jonka perusteella yhtiön liikevaihto ja liikevoitto laskevat vuoden alkupuoliskolla mainosmyynnin laskun ja rekrytointiliiketoiminnan kasvaneiden kustannusten johdosta. Kansantalouden näkymien odotetaan parantuvan vuoden toisella puoliskolla. Arvioimme rekrytointipalveluiden kysynnän säilyvän vahvana ja mainosmyynnin elpävän vuoden aikana. Yhtiön käynnistämät toiminnan tehostamistoimet parantavat kannattavuutta jälkimmäisellä puoliskolla.

Toimitusjohtajan katsaus: Kasvun rakentamista vastatuulesta huolimatta

Alma Median liiketoiminta kehittyi ensimmäisellä vuosipuoliskolla talouskasvun hidastumisesta ja Venäjän hyökkäyssodan aiheuttamista häiriöistä huolimatta ennakoidusti. Liikevaihto laski 1,3 % 153,5 milj. euroon ja oikaistu liikevoitto laski 6,4 % 36,4 milj. euroon. Mediamainonnan myynnin lasku ja kustannusten nousu ovat hieman heikentäneet kannattavuuttamme, mutta kustannusten sopeuttamiseksi ja tuloksen puolustamiseksi tehtyjen toimenpiteidemme vaikutukset näkyvät vuoden toisella puoliskolla.

Toisella vuosineljänneksellä tuloskehitys parani ensimmäisestä ja oikaistu liikevoitto nousi jo vertailukauden tasolle. Liikevoitto suhteessa liikevaihtoon nousi 24,8 %:iin, eli lähes pitkän aikavälin tavoitteeseemme 25 %.

Alma Career -segmentin toinen vuosineljännes oli niin liikevoiton kuin kannattavuuden osalta historian toiseksi paras. Liikevaihto, 28,4 milj. euroa, oli vertailukauden tasolla ja oikaistu liikevoitto nousi 3,8 % 12,2 milj. euroon, 43,1 %:iin liikevaihdosta. Oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,6 %.

Rekrytointipalveluiden myynti jatkui hyvällä tasolla Tšekissä, Slovakiassa ja Kroatiaassa. Edelleen vireänä pysyneen rekrytointimarkkinan taustalla on voimakas kilpailu ammattitaitoisesta työvoimasta. Matala työttömyysaste keskeisissä toimintamaissamme vahvistaa myös kysyntää lisäarvopalveuillemme, joiden liikevaihto nousi 5,8 %.

Sisäistä yhteistyötä syventävän Career United -hankkeen eteneminen jatkuu, mikä auttaa hillitsemään kuluja. Järjestelmäarkkitehtuurin, brändin, talous- ja ICT-toimintojen yhtenäistäminen on edennyt suunnitellusti, seuraavana yhtenäistetään HR-järjestelmät.

Asiakaslaskutus laski vertailukaudesta, mutta odotamme kolmannen vuosineljänneksen liikevaihdon olevan vähintään vertailukauden tasolla. Markkinatilanteiden ennakoidaan jatkuvan haastavana Baltiassa ja erityisesti Suomessa. Sen sijaan Tšekissä ja Slovakiassa tilanne on parempi ja Kroatiaassa matkailu siivittää vauhdikasta kasvua.

Alma Consumer -segmentissä liikevaihto laski toisella vuosineljänneksellä 3,1 % 26,3 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto laski 15,9 % 5,6 milj. euroon, 21,2 % liikevaihdosta. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 82,2 %. Vertailu- ja jakamistalouden palveluiden liikevaihto kehittyi vahvasti, mutta median ja mediallysten palveluiden liikevaihto laski 8,0 %. Mainosmyynnin pudotusta voi pitää merkittävänä (-10,1 %), mutta kesäkuun mainonnan myynti oli huhti-toukokuuhun nähden jo selvästi parempaa. Liiketoiminta-alueista erityisesti asumisen liikevaihto kärsi vaikeasta markkinatilanteesta (laskua 2,3 %), mutta autoilu & liikkuminen ylitti vertailukauden tason. Jännitteinen geopolitiikka ja sotatutiset pitivät uutiskysynnän edelleen korkeana ja maksullisen Iltalehti Plus -palvelun tilaajamäärä nousi yli 47 300:n.

Kuluttajien ja autokauppojen välille alkuvuonna tuotu digitaalisen käytettyjen autojen huutokauppa, Baana, on vielä lanseerausvaiheessa, mutta vakiinnutti asemansa markkinoilla.

Markkinatilanteesta huolimatta jatkoimme määrätietoisesti panostuksiamme erityisesti autoilun ja asumisen myyntijärjestelmäkehitykseen, digitaaliseen kiinteistönvälityksen OviPro-järjestelmään, autoilun ja liikkumisen järjestelmähankkeisiin sekä maksunvälityksen ja muihin keskeisiin transaktionaalisen kaupankäynnin kehityshankkeisiin.

Alma Talent -segmentin markkinatilanne pysyi toisella vuosineljänneksellä talousmedialle edelleen haastavana ja liikevaihto laski 2,9 % 23,4 milj. euroon. Segmentissä tehtiin kustannussäästötoimenpiteitä läpi liiketoiminnan ja kulut kääntyivät laskuun. Oikaistu liikevoitto nousi 9,2 % 4,7 milj. euroon. Segmentin vahva digitaalinen transformaatio jatkui digitaalisen liiketoiminnan osuuden noustua 64,3 %:iin liikevaihdosta.

Alma Talent Palveluiden liikevoitto kasvoi 55,1 % 2,2 milj. euroon. Talent Median liikevoitto sen sijaan laski 17,3 % 2,1 milj. euroon.

Alma Talent Palveluiden jatkuvalaskutteisten palveluiden 17,7 %:n kasvu muun muassa yritystiedon ja juridiikan palveluiden osalta sekä hyvä kehitys toimitilamarkkinapaikoissa Suomessa ja Ruotsissa alleviivaa sitä, että segmentissä on onnistuttu rakentamaan toinen kasvava tukijalka yrityksille suunnatuista skaalautuvista digitaalisista palveluista. Enemistömistuosuuden hankkiminen huhtikuussa digitaalisesta DOKS-palvelusta (Suomen Tunnistetieto), joka auttaa yrityksiä rahanpesuvelvoitteiden hoidossa, pakoteseurannassa sekä yleisesti asiakkaan tunnistamisessa ja tuntemisessa, on kehitykselle looginen jatkumo.

Alma Media hyvissä asemissa

Rahoitusasemamme on hyvä vahvan tuloskehityksen ja kassavirran myötä. Velkaantumisasasteemme (gearing) oli kesäkuun lopussa 82,4 (93,7) ja omavaraisuusasteemme 43,0 (38,8) prosenttia.

Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan hidastaa talouskasvua toimintamaissamme. Taloudellinen suorituskykymme on silti ollut vahvaa. Aiempina vuosina tehdyt panostuksemme muun muassa markkinapaikkoihin näkyvät nyt positiivisesti.

Jatkamme kasvun kiihdyttämistä jatkuvalla toiminnan kehittämällä ja uusilla avauksilla tekemällä. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnassa kuljemme kohti kehittyneempiä digitaalisia kaupankäyntialustoja ja saumattomia ostopolkuja. Haluamme auttaa asiakkaitamme asioimaan vaivatta ja sujuvasti digitaalisilla alustoilla ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Viime vuosien digitaaliseen transformaatioon perustuva strategia on ollut onnistunut: yhtiön liikevaihdosta suurin osa tulee digitaalisista lähteistä ja digitaalisen liiketoiminnan osuus on jo selvästi ylittänyt 80 %. Markkinapaikkaliiketoiminnan osuus liikevaihdosta on lähes puolet, medialiiketoiminnan osuus noin kolmannes ja palveluiden osuus noin viidennes. Medialiiketoiminnassa jatkuu digitaalinen transformaatio painetusta mediasta digitaaliseen mediaan. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehitysaskleet etenevät seuraavalle tasolle ja kohti kehittyneempiä kaupankäyntialustoja.

Digitalisaation trendi jatkuu ja sitä ohjaa teknologian kehitys ja kuluttajakäyttäytymisen muutos. Digitaalinen liiketoiminta kehittyä vastaamaan palvelujen käyttäjien odotuksia. Kilpailutilanne kiristyy edelleen, kun yhä useammat kansainväliset teknologiajätit ja uudet, markkinaa disruptoivat toimijat haastavat paikalliset toimijat. Alma Media valmistautuu markkinoiden muutoksiin ja jatkaa strategian kolmen painopisteen toteuttamista:

- 1) digitaalinen transformaatio
- 2) digitaalisen liiketoiminnan kasvu
- 3) kansainvälistyminen

Tavoitteenamme on vahvistaa nykyistä liiketoimintaamme rekrytointin, ammattimedian ja -palvelujen sekä kuluttajamedian ja -palveluiden alueilla. Käyttäjien kiinnostus asiointiin ja kaupankäyntiin verkossa kasvaa, myös kotitalouksien suurempien hankintojen osalta. Ostoprosessien digitalisoituessa otamme strategisen askeleen kehittääksemme markkinapaikkamme luokitellun listausilmoittelun palveluista kehittyneiksi digitaalisiksi alustoiksi. Tavoitteena on auttaa sekä loppukäyttäjiamme että B2B-kumppaneitamme asioimaan saumattomasti, vaivatta ja sujuvasti verkossa ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Esimerkkejä näistä uusista palveluista ovat liikkumisen osalta muun muassa autokaupan dokumentaatio ja maksaminen sähköisesti, älypuhelimella hoituvat Helpot kaupat -malli ja helmikuussa 2023 aloittanut digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa Baana. Asumisen osalta vastaavia esimerkkejä ovat muun muassa OviPro-palvelukokonaisuus, sähköiset työkalut asuntokaupan kaikkiin vaiheisiin sekä Asuntoneuvos, eli vuokrasuhteen digitalisoinnin työkalut ja ajantasainen markkinatieto asuntosijoittamisen tueksi. DOKS-palvelu auttaa yrityksiä digitaalisella työkalulla rahanpesuvelvoitteiden hoidossa, pakoteseurannassa sekä yleisesti asiakkaan tunnistamisessa ja tuntemisessa.

Haemme markkinajohtajuutta rekrytointin, asumisen ja kiinteistöjen sekä autoilun ja liikkumisen alueilla. Monipuolistamme tulovirtoja nykyisillä palvelualueilla ja täydennämme tarjontaamme uusilla, synergiaa tuottavilla palveluilla. Jatkamme rekrytointiliiketoimintojemme kansainvälistymispolkua ja etsimme myös uusia mahdollisuuksia nykyisiltä markkinoilta. Kasvua vauhditetaan orgaanisen kehityksen lisäksi yritysostoilla.

Tehokas reagointi kiristyvään kilpailuun ja muuttuvaan toimintaympäristöön edellyttää aktiivista yhteistyötä ja tiedon jakamista konsernin ja toimialojen sisällä. Segmenttien ja liiketoimintojen välinen yhteistyö Suomessa jatkuu ja synergiaetuja haetaan yhteisestä mainosmyynnistä, data- ja teknologiaosaamisesta sekä yleisökehityksestä.

Alma Career United -hanke on vuodesta 2022 lähtien lisännyt suunnitelmien mukaisesti yhteistyötä tuotekehityksessä, myynnissä ja markkinoinnissa, yhtenäistänyt teknologiaa ja toimintamalleja ja rakentanut kansainvälisesti entistä kilpailukykyisempiä palveluita. Hanke tähtää vahvempaan synergiaan palvelun tuottamisessa yritysasiakkaille ja laajempien yli toimintamaiden rajojen ulottuvien rekrytointiratkaisujen kehittämiseen. Etenemiselle keskeistä on 11 maan yhteisen tuotekehityksen mahdollistavan teknologian ja palvelualueiden yhtenäistäminen sekä talouden, HR:n ja juridisten prosessien asteittainen tuominen osaksi konsernin prosesseja. Myös yritysasiakkaille lanseerattava B2B-brändi, Alma Career, mahdollistaa samojen tuotteiden ja palveluiden ostamisen ja myymisen kaikissa Career-maissa ja laajemmin Euroopassa.

Taloukasvu hidastuu

Toimintamaidemme taloukasvun odotetaan hidastuvan vuonna 2023. Geopoliittiset riskit ovat kasvaneet toimintalueillamme ja poliittiseen ja taloudelliseen kehitykseen liittyy merkittävää epävarmuutta.

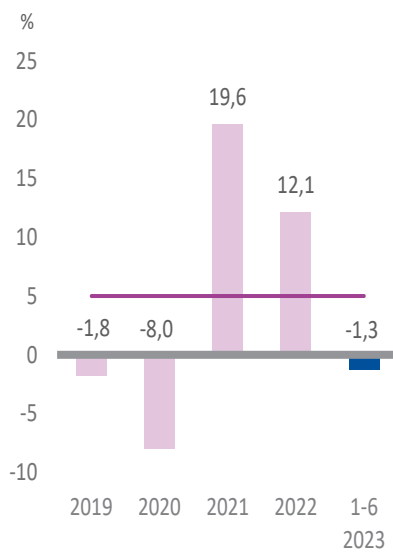
Vaikka pitkän aikavälin trendit, kuten digitalisaatio, tukevat liiketoimintamme kehitystä koko strategiakauden 2023–2025 ajan, yhtiö varautuu epävarmuuden aikaan ja heikentävän taloukasvun erilaisiin skenaarioihin huolellisella suunnittelulla ja riskienhallinnalla.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Alma Median hallituksen asettamat konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet liittyvät liiketoiminnan kasvuun, kannattavuuteen ja vakavaraisuuteen. Ne perustuvat näkemykseemme toimintaympäristön muutoksista, kilpailutilanteesta ja transformaatiostrategian etenemisestä ja ovat:

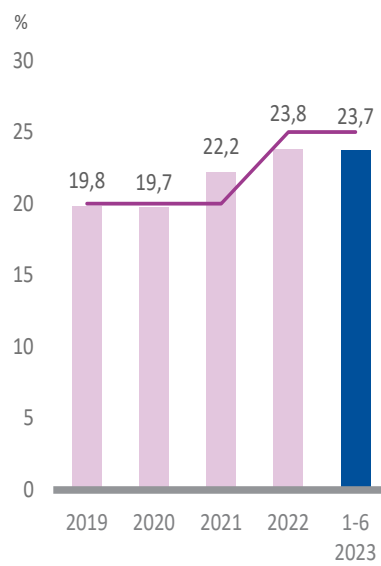
- Kasvu: liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 prosenttia
- Kannattavuus: oikaistu liikevoittomarginaali yli 25 prosenttia
- Vakavaraisuustavoite: nettovelan suhde käyttökatteeseen alle 2,5

Liikevaihdon kasvu



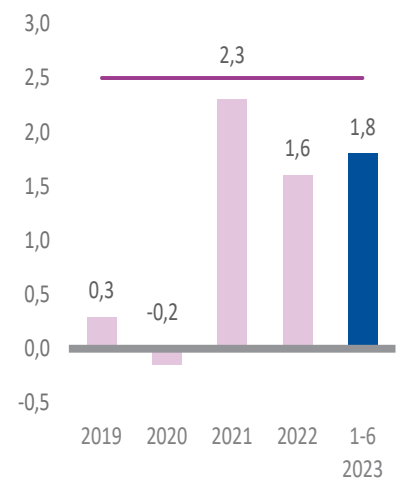
■ Toteuma
— Tavoitetaso

Oikaistu liikevoittomarginaali



■ Toteuma
— Tavoitetaso

Nettovelan ja käyttökateen suhde*



■ Toteuma
— Tavoitetaso, maksimi

* Oikaistu käyttökate 12kk rullaava.

Vastuullisuus

Alma Medialla on mediayhtiönä keskeinen rooli yhä vastuullisemman yhteiskunnan rakentamisessa. Yhtiön medioilla ja palveluilla on oma oleellinen roolinsa ilmastomuutoksen hillinnässä ja yhteiskunnan toimintatapojen muuttamisessa esimerkiksi työelämässä tasa-arvoisemmaksi ja enemmän monimuotoisuutta ja sosiaalista osallistamista edistäväksi.

Yhtiön digitaaliset palvelut mahdollistavat kuluttajille vähäpäästöisempien ja energiatehokkaampien valintojen tekemisen esimerkiksi asuntoa tai autoa hankittaessa. Alma Median tavoitteena on yhdistää kestävä kehitys, strateginen kilpailuetu sekä vastuullisuuteen pohjautuvan uuden liiketoiminnan luominen. Yhtiö toimii vastuullisesti uusien tuotteidensa ja palveluidensa kehittämisessä ja pyrkii ennaltaehkäisemään kaikki vakavat tietoturvaloukkaukset.

Alma Median vastuullisuusohjelman vuodelle 2023 asetetut vastuullisuustavoitteet ovat myös osa henkilöstön kannusteperusteita. Tavoitteiden mukaan yhtiön tulee vuoden aikana:

- **vähentää** 4,3 prosenttia omasta toiminnasta syntyviä kasvihuonepäästöjä (Scope 1 ja Scope 2). Merkittävin osa yhtiön oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöistä syntyvät toimiltojen energiankulutuksesta sekä työsuhteautoista.
- **vähentää** 1,2 prosenttia Alma Median alihankintaketjussa syntyviä kasvihuonekaasupäästöjä (Scope 3). Merkittävimmät ilmastovaikutukset alihankintaketjussa liittyvät lehtien painamiseen ja jakeluun.
- **saavuttaa** vähintään 83 %:n taso henkilöstön työelämän laatua mittaavassa QWL (Quality Work Life) -indeksissä.
- **huolehtia**, että henkilöstöstä 100 % on suorittanut yhtiön eettisen ohjeistuksen verkkokoulutuksen.
- **sitouttaa** 90 % merkittävimmistä alihankkijoista suorittamaan yhtiön eettinen ohjeistus.
- **olla julkaisematta** Kansainvälisen Kauppakamarin markkinointisääntöjä rikkovaa mainontaa.
- **minimoida** yhtiön medioille Julkisen sanan neuvoston (JSN) toimesta asetettujen langettavien päätösten määrä.
- **ehkäistä** vakavat tietosuojarikkaukset.

Vastuullisuustoimien eteneminen katsantokaudella

Alma Careerin 11 toimintamaassa on ainutlaatuista CV-dataa työnhakijoista ja yritysten työvoimatarpeista. Slovakian yksikkö on käynnistänyt **Profesia Lab** -hankkeen, joka pyrkii kasvattamaan aktiivisen työvoiman määrää markkinalla keskittymällä työelämän inklusioon, työnhakijoiden osallisuuden ja tasa-arvoisen kohtelun kehittämiseen sekä teknologian avulla auttamaan yrityksiä ja erityisryhmien työnhakijoita löytämään toisensa.

Profesia Lab tähtää ratkaisuksi kasvavaan työvoimapulaan Euroopassa lisäämällä yritysten tietoisuutta aliedustetuista ryhmistä työmarkkinoilla ja osaltaan edesauttaa näiden työntekijäryhmien työllistymistä. Tilastojen mukaan selvästi aliedustettuja ovat esimerkiksi vanhempainvapaalta palaavat naiset, nuoret työnhakijat, maahanmuuttajat ja vajaakuntoiset. Profesia Lab tekee yhteistyötä paikallisten yritysten, järjestöjen ja koulutusyritysten kanssa tarjoamalla opastusta ja työnohjauspalveluja yrityksille, koulutusta ja työnhakupalvelua työnhakijoille. Slovakiassa yrityksillä on lainsäädännön mukaan mahdollisuus kohdentaa 2 prosenttia yhteisöverostaan tukikelpoisten voittoja tavoittelemattomien järjestöjen ja toimintojen tukemiseen.

Kesäkuun alusta Alma Media on mahdollistanut mainostaja-asiakkailleen **digitaalisen mainonnan hiilijalanjäljen mittaamisen** ensimmäisenä mediatalona Suomessa. Yhteistyössä amerikkalaisen Scope 3 -yrityksen kanssa Alma Median mainosverkostossa julkaistavan mainonnan synnyttämät kasvihuonekaasupäästöt raportoidaan asiakkaille kampanjakohtaisesti. Laskenta huomioi mainosinventaarin jakeluketjun, mainosmuodon, luovan ratkaisun toimituksen, kampanjan saamien näyttökertojen ja videokäynnistysten määrän sekä teknologioiden, datakeskusten ja käyttäjien laitteiden energiankulutuksesta aiheutuvat päästöt mediaa kulutettaessa.

Laskelmassa otetaan huomioon myös Alma Median oman toiminnan tuottamat kasvihuonekaasupäästöt. Digimainonnan hiilijalanjäljen mittaaminen on Alma Median asiakkaille maksuton lisäpalvelu.

Ympäristövastuu	Sosiaalinen vastuu	Hyvä hallintotapa
• CO2-päästöjen minimointi	• Vastuullinen media, journalismi ja markkinointi	• Korruption, lahjonnan ja ihmisoikeusloukkausten ehkäisy
	• Henkilöstön sitoutuminen ja korkea työelämän laatu	• Vakavien tietoturvaloukkausten ehkäisy
TAVOITE 2030: Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjen 46 % ja alihankintaketjun 14 % vähentäminen	TAVOITE 2023: Julkisen sanan neuvoston asetamat langettavat päätöksen medialle <5	TAVOITE 2023: 100 % Alma Median henkilöstöstä on suorittanut eettisen ohjeistuksen (Code of Conduct) -valmennuksen
TAVOITE 2023: Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjen 4,3 % ja alihankintaketjun 1,2 % vähentäminen vuosittain	TAVOITE 2023: Yhtiö ei julkaise kansainvälisen kauppakamarin hyvää markkinointitapaa rikkovaa mainontaa	TAVOITE 2023: 90 % keskeisimmistä alihankkijoista on sitoutunut yhtiön eettisen ohjeistuksen noudattamiseen
	TAVOITE 2023: Työelämän laatu -indeksi (QWL) yli 83 %	JATKUVA TAVOITE: Yhtiön palveluissa ei esiinny vakavia tietoturvaloukkauksia

Konsernin tunnuslukuja Tuloslaskelma

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	78,2	79,3	-1,4	153,5	155,5	-1,3	308,7
Markkinapaikat *	36,7	36,0	1,9	71,6	69,5	3,0	138,3
Media	26,6	28,2	-5,8	52,1	54,5	-4,3	107,8
- josta digitaalista	61,7 %	60,7 %		60,3 %	60,4 %		60,6 %
Palveluliikevaihto *	14,9	15,1	-0,9	29,7	31,5	-5,8	62,6
- josta digitaalista	80,2 %	77,6 %		79,4 %	73,8 %		74,8 %
Digiliiketoiminnan liikevaihto	64,6	64,4	0,3	126,2	125,3	0,7	249,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,6	81,2		82,2	80,6		80,9
Oikaistut kokonaiskulut	59,0	60,2	-2,0	117,3	116,9	0,3	235,7
Oikaistu käyttökate	23,8	23,5	1,3	45,1	47,5	-5,0	90,6
Käyttökate	24,3	30,2	-19,4	45,1	54,3	-17,0	97,2
Oikaistu liikevoitto	19,4	19,2	0,7	36,4	38,9	-6,4	73,4
% liikevaihdosta	24,8	24,3		23,7	25,0		23,8
Liikevoitto/-tappio	19,9	25,9	-23,2	36,4	45,7	-20,4	80,0
% liikevaihdosta	25,4	32,7		23,7	29,4		25,9
Tilikauden tulos ennen veroja	22,8	27,5	-17,4	37,4	47,6	-21,5	86,4
Tilikauden tulos	18,7	23,4	-20,2	30,4	39,4	-22,9	71,9

* Alma Media tarkensi liikevaihdon luokittelua markkinapaikkojen ja palveluliikevaihdon välillä. Tarkennus on tehty myös vertailukauden lukuihin.

Tase

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Varat				501,9	499,6	0,5	495,2
Nettovelat				159,7	164,1	-2,7	142,6
Korolliset velat				189,6	203,6	-6,9	172,7
Korottomat velat				118,6	120,8	-1,9	116,7
Investoinnit yhteensä	4,4	5,0	-10,9	9,8	6,4	54,0	18,3
Omavaraisuusaste, %				43,0	38,8	11,0	45,8
Gearing, %				82,4	93,7	-12,0	69,3

Henkilöstö

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 699	1 682	1,0	1 689	1 660	1,8	1 679
Telemarkkinoijat keskimäärin	147	156	-5,6	145	239	-39,2	196

Tunnuslukuja

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	40,5	70,5	-42,6	32,3	51,5	-37,4	38,6
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	22,0	28,6	-23,2	17,7	21,7	-18,4	18,9
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,23	0,28	-20,3	0,37	0,48	-22,8	0,88
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,22	0,28	-20,4	0,36	0,47	-22,9	0,86
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,12	0,21	-42,6	0,37	0,54	-31,3	0,96
Oma pääoma/osake				2,32	2,11	10,3	2,48
Osinko/osake **							0,44
Efektiivinen osinkotuotto%							4,7
Hinta/voittosuhte P/E							10,7
Markkina-arvo ***				759,6	811,4	-6,4	744,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 233	82 327		82 233	82 327		82 185
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 749	83 740		83 749	83 740		83 706
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

* Vuosituotto, ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet. Tunnusluvut sisältävät myös oikaistut erät.

** Yhtiö on vuoden 2023 aikana hankkinut omia osakkeita 249 190 kpl ja luovuttanut 297 705 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 149 876 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Huhti-kesäkuu 2023

Alma Median liikevaihto laski 1,4 % 78,2 (79,3) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,3 milj. euroa.

Tammi-kesäkuu 2023

Alma Median liikevaihto laski 1,3 % 153,5 (155,5) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -0,7 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto oli vertailukauden tasolla.

Liikevaihto

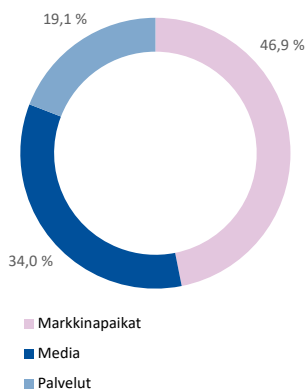
milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4-6	4-6	%	1-6	1-6	%	1-12
Alma Career	28,4	28,4	0,1	56,1	55,1	1,9	109,7
Alma Consumer	26,3	27,1	-3,1	50,5	51,9	-2,7	104,1
Alma Talent	23,4	24,1	-2,9	47,3	49,3	-4,2	96,5
Segmentit yhteensä	78,2	79,7	-1,9	153,9	156,3	-1,6	310,3
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	0,0	-0,4	107,3	-0,5	-0,8	44,9	-1,6
Yhteensä	78,2	79,3	-1,4	153,5	155,5	-1,3	308,7

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

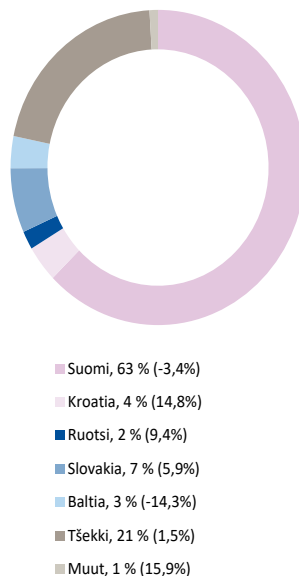
milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4-6	4-6	%	1-6	1-6	%	1-12
Suomi	49,1	50,9	-3,5	96,5	99,4	-3,0	197,9
Muut maat	29,1	28,4	2,4	57,0	56,1	1,6	110,8
Konserni yhteensä	78,2	79,3	-1,4	153,5	155,5	-1,3	308,7

* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty liiketoimintayksiköiden sijaintimaan mukaan.

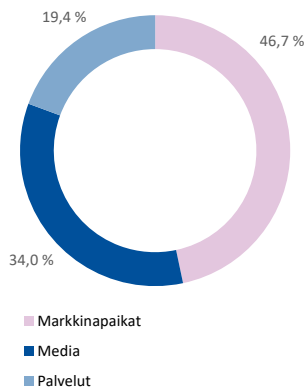
Liikevaihdon jakauma 4-6/2023



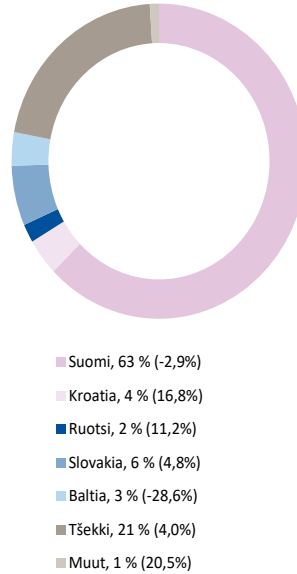
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 4-6/2023



Liikevaihdon jakauma 1-6/2023



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-6/2023



Tulos

Huhti–kesäkuu 2023

Oikaistu liikevoitto oli 19,4 (19,2) milj. euroa, 24,8 % (24,3 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 19,9 (25,9) milj. euroa, 25,4 % (32,7 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin sekä liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä aiheutuneesta myyntivoitosta sekä Bolt Group Oy:n osakkuusyhtiöosakkeiden myynnistä.

Kokonaiskulut laskivat toisella vuosineljänneksellä 0,9 milj. euroa. Kuluja laskivat vähentyneet panostukset markkinointiin ja mainontaan. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,4 (4,3) milj. euroa. Huhti–kesäkuun tulos oli 18,7 (23,4) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,23 (0,28) euroa per osake.

Tammi–kesäkuu 2023

Oikaistu liikevoitto oli 36,4 (38,9) milj. euroa, 23,7 % (25,0 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 36,4 (45,7) milj. euroa, 23,7 % (29,4 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin sekä liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät E-kontaktin liiketoiminnan, Mega Baltian telemarkkinointiliiketoiminnan ja Bolt Group Oy:n osakkuusyhtiöosakkeiden myynnistä aiheutuneista myyntivoitoista sekä toiminnan uudelleen järjestelyistä.

Kokonaiskulut kasvoivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla 1,2 milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset digitaalisen liiketoiminnan kehitykseen. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 8,7 (8,6) milj. euroa. Tammi–kesäkuun tulos oli 30,4 (39,4) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,37 (0,48) euroa per osake.

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Alma Career	12,2	11,8	3,8	23,3	24,1	-3,2	42,5
Alma Consumer	5,6	6,6	-15,9	9,6	11,7	-17,7	24,4
Alma Talent	4,7	4,3	9,2	9,5	9,8	-2,6	19,7
Segmentit yhteensä	22,5	22,7	-0,9	42,5	45,5	-6,8	86,6
Kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-3,5	9,8	-6,1	-6,7	9,1	-13,2
Yhteensä	19,4	19,2	0,7	36,4	38,9	-6,4	73,4

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, liiketoimintojen hankinnasta aiheutuvat transaktiokulut sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

Oikaistut erät

milj. euroa	2023	2022	2023	2022	2022
	4–6	4–6	1–6	1–6	1–12
Alma Career					
Uudelleenjärjestelykulut					-0,2
Myyntivoitot ja -tappio	-0,3	6,2	-0,3	6,2	6,2
Alma Consumer					
Myyntivoitot ja -tappio			-0,4	0,2	0,2
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		-0,1	-0,1	-0,1
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät	0,9		0,9		
Myyntivoitot ja -tappiot		0,5		0,5	0,5
Kohdistamattomat					
Uudelleenjärjestelykulut			-0,1		
Liikevoiton oikaistut erät	0,5	6,7	0,0	6,8	6,6

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Alma Career	11,9	18,0	-33,4	23,0	30,2	-23,9	48,5
Alma Consumer	5,6	6,6	-15,9	9,2	11,9	-22,6	24,6
Alma Talent	5,5	4,8	14,3	10,4	10,3	1,0	20,1
Segmentit yhteensä	23,1	29,4	-21,6	42,6	52,4	-18,7	93,2
Kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-3,5	9,8	-6,2	-6,7	7,1	-13,2
Yhteensä	19,9	25,9	-23,2	36,4	45,7	-20,4	80,0

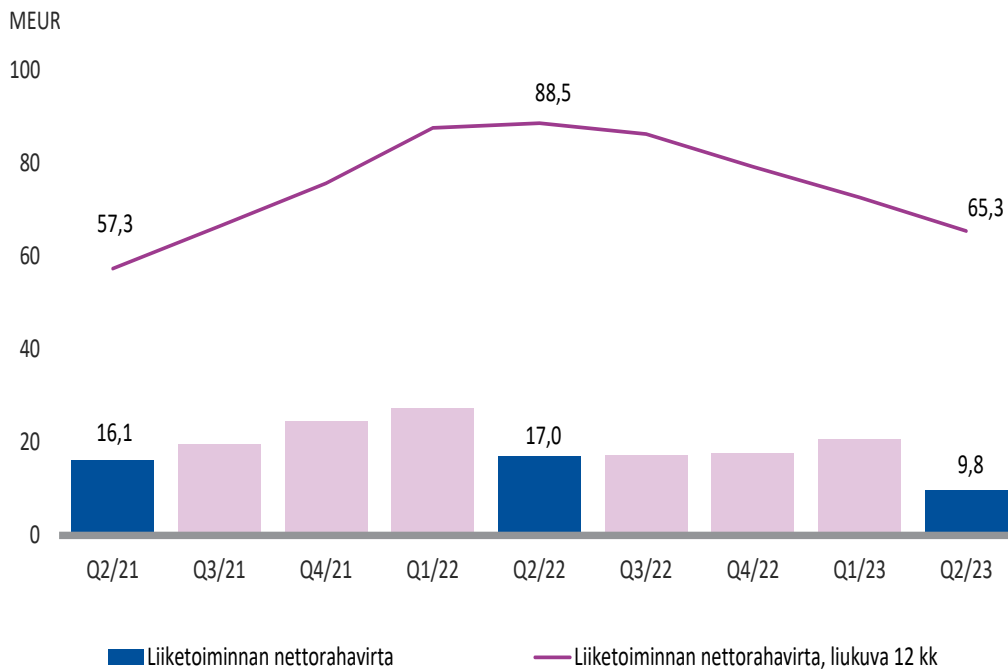
Tase ja rahoituslaskelma

Taseen loppusumma oli kesäkuun 2023 lopussa 501,9 (499,6) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 43,0 % (38,8 %) ja oma pääoma osaketta kohden 2,32 (2,11) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta huhti–kesäkuussa oli 9,8 (17,0) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta käyttöpääoman kasvun sekä korkeampien verojen ja rahoituskulujen johdosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli huhti–kesäkuussa 5,8 (22,7) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–kesäkuussa oli 30,4 (44,3) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta heikentyneen käyttökäteen, käyttöpääoman kasvun sekä korkeampien verojen ja rahoituskulujen johdosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–kesäkuussa 24,5 (49,3) milj. euroa.

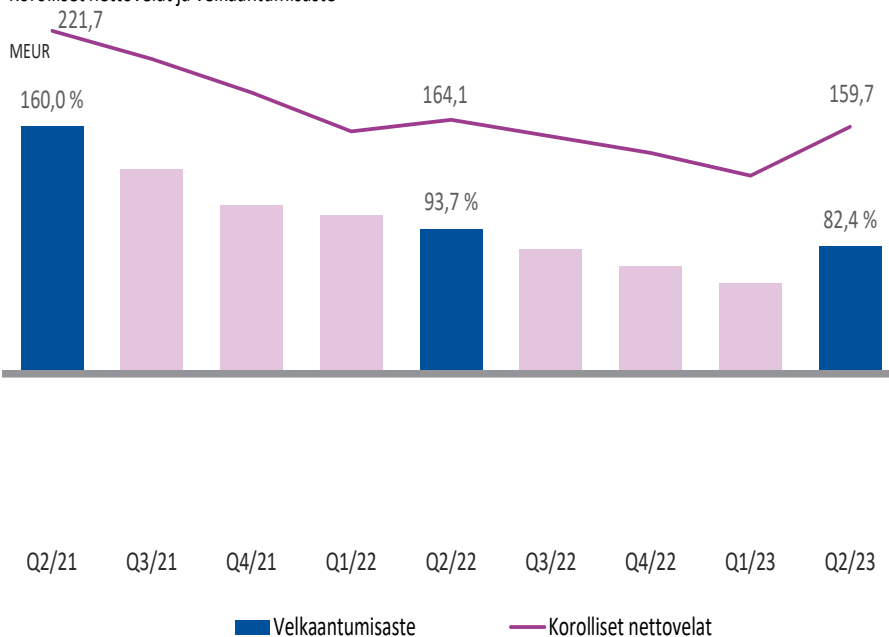
Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR



Korolliset nettovelat

(milj. euroa)	2023	2022	2023	2022	2022
	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	162,8	193,0	162,8	193,0	163,7
IFRS16-leasingvelat	22,8	23,0	22,8	23,0	23,7
Rahoituslaitoslainat	140,0	170,0	140,0	170,0	140,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	26,7	10,6	26,7	10,6	9,0
IFRS16-leasingvelat	6,7	6,6	6,7	6,6	7,0
Rahoituslaitoslainat	20,0	0,0	20,0	0,0	0,0
Yritystodistukset	0,0	4,0	0,0	4,0	2,0
Rahavarat	29,8	39,5	29,8	39,5	30,0
Korolliset nettovelat	159,7	164,1	159,7	164,1	142,6

Korolliset nettovelat ja velkaantumisasaste



Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu rahoitusso-pimus. Uudella sopimuksella on 36 kuukauden matu-riteetti. Pitkäaikaista lainaa oli jäljellä kesäkuun 2023 lopussa 140 milj. euroa.

Voimassa olevaan rahoituskokonaisuuteen kuuluu myös 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luot-tolimiittiiä käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin ja 30.6.2023 siitä oli käytössä 20 milj. euroa. Luottolimiit-tin maturiteetti on 48 kuukautta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot kos-kien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyt-tökäteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.6.2023.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjel-ma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli käyttämättä 30.6.2023.

Alma Medialla oli kesäkuun 2023 lopussa korollisia velkoja yhteensä 189,6 (203,6) milj. euroa. Korollinen net-tovelka oli 159,7 (164,1) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syn-tyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 0,2 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 10,6 milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannaisso-pimuksen. Tämä sopimus on luonteeltaan allekirjoitus-hetkestä kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Johdannaisen nimellisarvo on 50 milj. euroa ja siitä toisella vuosineljänneksellä syntynyt 0,4 milj. euron positiivinen käyvän arvon muutos on kirjattu rahoituseriin.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2023

Helmikuussa 2023 Alma Media Oyj myi omistamansa Rantapallo Oy:n osakekannan (79 %) TukTuk Media Oy:lle. Kaupasta muodostui 0,4 milj. euron myyntitappio.

Huhtikuussa 2023 Alma Media Oyj hankki enemmistö-omistusosuuden Suomen Tunnistetieto Oy:stä. Alma Media Oyj hankki yhtiöstä 25 prosenttia kesällä 2021 ja omistus nousi nyt 51 %:iin.

Toukokuussa 2023 Alma Median tytäryhtiö Alma Career Oy myi 90 % omistamastaan Talent'em-yrityksen osakekannasta yhtiön toimivalle johdolle. Loput 10 prosenttia on sovittu myytäväksi vielä tämän vuoden aikana. Osapuolet ovat sopineet, ettei kauppahintaa julkisteta. Kaupalla ei ole merkittävää tulosvaikutusta Alma Medialle.

Kesäkuussa 2023 Alma Median tytäryhtiö Alma Career Oy sopi hankkivansa 70 % osuuden Pohjois-Makedonian johtavasta online-rekrytointipalvelusta Vrabotuvanje Onlinesta. Alma Media -konserniin kuuluva Tau Online omisti yhtiöstä jo aiemmin 30 %, joten yhtiöstä tulee kaupan myötä Alma Media -konsernin täysin omistama yhtiö. Kaupan toteutuminen edellyttää Pohjois-Makedonian kilpailuviranomaisen hyväksyntää ja kauppa toteutetaan vasta sen jälkeen.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2023 toisella kvartaalilla yhteensä 4,4 (5,0) milj. euroa. Investoinnit koostuivat normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista, Suomen Tunnistetieto Oy:n yrityshankinnasta sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

Investoinnit segmentteittäin

	2023	2022	2023	2022	2022
(milj.euroa)	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Alma Career	0,9	0,7	1,3	1,0	6,0
Alma Consumer	1,6	3,4	3,1	3,8	6,2
Alma Talent	1,6	0,1	4,4	0,3	3,6
Segmentit yhteensä	4,0	4,2	8,9	5,1	15,8
Kohdistamattomat	0,4	0,8	1,0	1,2	2,5
Yhteensä	4,4	5,0	9,8	6,4	18,3

Investoinnit ja yritysostot

	2023	2022	2023	2022	2022
(milj.euroa)	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Käyttöomaisuus	3,0	2,6	5,6	4,0	13,2
Yritysostot	1,4	2,4	4,2	2,4	5,2
Yhteensä	4,4	5,0	9,8	6,4	18,3

Poistot

	2023	2022	2023	2022	2022
(milj.euroa)	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,7	2,5	5,3	5,0	10,2
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,7	1,8	3,4	3,6	7,0
Yhteensä	4,4	4,3	8,7	8,6	17,2

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat rekrytointiliiketoimintaan ja rekrytointiin liittyviin palveluihin itäisessä Keski-Euroopassa ja Suomessa keskittyvä **Alma Career**, kuluttajamedia- ja markkinapaikkaliiketoimintaan keskittyvä **Alma Consumer** ja talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja **Alma Talent**. 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 Career

Alma Career -segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Jobs.cz, Prace.cz, CVOnline, Profesia.sk, MojPosao.net, MojPosao.ba, Jobly.fi, Seduo-verkkokoulutuspalvelu sekä Prace za rohem. Alma Careerin tavoitteena on työpaikkailmoittelun vahvistamisen lisäksi liiketoiminnan laajentaminen uusiin työnhakua ja työnantajien tarpeita tukeviin palveluihin, kuten työpaikkailmoitteluun liittyvään teknologiaan, digitaalisiin henkilöstöpalveluihin ja koulutukseen. Alma Career toimii kymmenessä maassa Euroopassa.

Avainluvut

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	28,4	28,4	0,1	56,1	55,1	1,9	109,7
Markkinapaikat *	24,3	24,3	0,1	47,7	47,0	1,6	92,8
Palvelut *	4,1	4,1	0,2	8,4	8,1	3,6	16,9
Oikaistut kokonaiskulut	16,2	16,7	-2,6	32,9	31,1	5,7	67,4
Oikaistu käyttökate	13,0	12,5	3,6	24,8	25,5	-2,9	45,5
Käyttökate	12,7	18,7	-32,1	24,5	31,7	-22,7	51,4
Oikaistu liikevoitto	12,2	11,8	3,8	23,3	24,1	-3,2	42,5
% liikevaihdosta	43,1 %	41,5 %		41,5 %	43,7 %		38,8 %
Liikevoitto/-tappio	11,9	18,0	-33,4	23,0	30,2	-23,9	48,5
% liikevaihdosta	42,0 %	63,2 %		41,5 %	54,9 %		44,2 %
Henkilöstö keskimäärin	702	674	4,1	709	663	7,0	682
Digiliiketoiminnan liikevaihto	27,8	27,9	-0,3	55,5	54,5	1,7	108,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	97,9 %	98,3 %		98,9 %	99,0 %		99,0 %

* Alma Media tarkensi liikevaihdon luokittelua markkinapaikkojen ja palveluliikevaihdon välillä. Tarkennus on tehty myös vertailukauden lukuihin.

Liikevaihto

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
milj.euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Tšekki	16,4	16,1	1,5	32,4	31,2	4,0	63,9
Slovakia	5,2	4,9	5,9	9,5	9,1	4,8	17,4
Baltian maat	2,6	3,0	-14,3	5,3	6,0	-12,6	11,4
Kroatia	3,0	2,6	14,8	5,8	5,0	16,8	10,1
Suomi	0,9	1,4	-36,8	2,1	3,0	-28,7	5,6
Muut maat	0,7	0,6	15,9	1,5	1,3	20,5	2,6

Operatiiviset avainluvut

Kuukausikeskiarvot, verkkopalvelun käyttäjät Alma Career -maissa			
Vuosi	Yksittäiset kävijät	Työpaikkavahtien käyttäjät	Yksittäiset kävijät / työpaikkavahtit
1-6/2023	5 249 000	1 835 500	35,0 %
2022	5 410 333	1 746 163	32,3 %
2021	5 835 417	1 664 917	28,5 %
2020	5 790 333	1 584 500	27,4 %
2019	5 573 667	1 478 750	26,5 %

* Luvut eivät sisällä Baltian eikä Puolan lukuja

Kuukausikeskiarvot, verkkopalvelut Alma Career -maissa					
Vuosi	Mainostaja	Maksulliset ilmoitukset	Laskutus	Laskutus / mainostaja	Laskutus / maksulliset ilmoitukset
1-6/2023	16 761	101 522	9 156 500	546	90
2022	16 123	111 621	8 716 250	541	78
2021	14 679	104 336	6 974 917	475	67
2020	11 038	71 183	4 567 250	414	64
2019	13 533	99 386	5 870 167	434	59

Huhti—kesäkuu 2023

Vuoden 2023 toisella vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla 28,4 (28,4) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -0,1 milj. euroa. Rekrytointi-ilmoittelu pysyi vertailukauden tasolla, mutta lisäarvopalveluiden kasvanut kysyntä lisäsi hieman liikevaihtoa.

Katsauskauden kokonaiskulut laskivat 2,6 % 16,2 milj. euroon. Laskua oli erityisesti myynnin ja markkinoinnin kuluissa sekä liiketoiminnan muissa kuluissa.

Oikaistu liikevoitto oli toisella vuosineljänneksellä 12,2 (11,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 43,1 % (41,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 11,9 (18,0) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat Talent'em-yrityksen myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat Bolt Group Oy:n osakkuusyritysosakkeiden myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.

Tammi—kesäkuu 2023

Vuoden ensimmäisellä vuosipuoliskolla Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 1,9 % ja oli 56,1 (55,1) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon -0,1 milj. euroa. Liikevaihto kasvoi erityisesti Tšekissä, Slovakiassa ja Kroatiassa, mutta laski Suomessa ja Baltian maissa.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 5,7 % 32,9 milj. euroon erityisesti kasvaneiden henkilöstö- ja tuotekehityspainostusten johdosta.

Oikaistu liikevoitto oli ensimmäisellä vuosipuoliskolla 23,3 (24,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 41,5 % (43,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 23,0 (30,2) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat Talent'em-yrityksen myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat Bolt Group Oy:n osakkuusyritysosakkeiden myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti muodostuu yli 30 kuluttaja- ja B2B-brändin laajasta portfolioista. Alma Consumer -segmentin liiketoimintaan kuuluvat monikanavainen uutis- ja lifestyle-media Iltalehti, Suomen johtava asuntokaupan markkinapaikka Etuovi.com, asuntovuokrauksen markkinapaikka Vuokraovi.com, moottoriajan markkinapaikat Nettiauto, Autotalli.com ja Nettimoto sekä toimialan yrityksiä palvelevat asuntokaupan ja autokaupan myynnin järjestelmät.

Lisäksi segmenttiin kuuluvat vertailupalvelut, kuten Autojerry, Urakkamaailma ja Etua. Digitaalisiin mainosratkaisuihin erikoistunut Netello raportoidaan osana Alma Consumer -segmenttiä.

Alma Consumerin kilpailukyky perustuu median ja palveluiden erinomaiseen tavoittavuuteen digitaalisena verkostona, ainutlaatuiseseen käyttäjädatavaraan ja kehittyviin toimialavertikaaleihin mediassa, asumisessa, autoilussa ja vertailupalveluissa. Alma Consumer toimii Suomessa.

Avainluvut

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	26,3	27,1	-3,1	50,5	51,9	-2,7	104,1
Markkinapaikat	11,0	10,8	1,9	21,1	20,6	2,5	41,6
Media	12,8	13,7	-6,2	24,5	26,1	-6,4	52,1
Sisältö, media	4,3	4,2	2,8	8,2	7,8	4,9	16,3
Mainonta, media	8,5	9,5	-10,1	16,3	18,3	-11,2	35,8
- josta digitaalista	88,9 %	89,4 %	-0,5	88,5 %	89,1 %	-0,7	90,1 %
Palvelut	2,5	2,7	-6,9	4,9	5,2	-4,9	10,4
Oikaistut kokonaiskulut	20,8	20,5	1,2	41,0	40,3	1,7	79,8
Oikaistu käyttökate	7,0	8,0	-12,4	12,4	14,3	-13,3	29,9
Käyttökate	7,0	8,0	-12,4	12,0	14,6	-17,4	30,1
Oikaistu liikevoitto	5,6	6,6	-15,9	9,6	11,7	-17,7	24,4
% liikevaihdosta	21,2 %	24,4 %		19,0 %	22,5 %		23,4 %
Liikevoitto/-tappio	5,6	6,6	-15,9	9,2	11,9	-22,6	24,6
% liikevaihdosta	21,2 %	24,4 %		18,2 %	22,9 %		23,6 %
Henkilöstö keskimäärin	394	380	3,6	382	370	3,2	374
Digiliiketoiminnan liikevaihto	21,6	22,4	-3,3	41,6	42,9	-3,1	86,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,2 %	82,5 %		82,3 %	82,7 %		82,7 %

Liikevaihto

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Asuminen	4,7	4,8	-2,3	8,9	9,0	-0,7	18,2
Autoilu ja liikkuminen	6,7	6,6	0,9	13,0	13,0	0,2	25,8
Vertailu ja jakamistalous	2,1	1,8	15,6	4,2	3,5	19,5	7,3
Media ja medialiset palvelut	12,8	13,9	-8,0	24,3	26,4	-7,9	52,7
- josta digitaalista	68,5 %	70,1 %		68,9 %	71,0 %		70,4 %

Oikaistu liikevoitto

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Asuminen	1,8	2,3	-19,0	3,6	4,2	-14,3	8,4
Autoilu ja liikkuminen	1,7	1,9	-15,1	3,4	3,7	-8,0	7,6
Vertailu ja jakamistalous	0,9	0,6	52,5	1,7	1,1	62,1	2,3
Media ja mediallyset palvelut	1,2	2,0	-39,7	1,0	2,9	-67,4	6,3
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	-0,2	-101,7	-0,0	-0,2	-99,2	-0,3

Huhti—kesäkuu 2023

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski toisella vuosineljänneksellä 3,1 % ja oli 26,3 (27,1) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli -0,1 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,2 % (82,5 %).

Media- ja mediallysten palveluiden liikevaihto laski 8,0 %. Merkittävin syy myynnin laskuun oli mainonta, joka laski 10,1 %. Mainonta vähentyi erityisesti autoilussa ja vähittäiskaupassa. Onnistuneen digitilausten myynnin kasvun ansiosta sisältöliikevaihto kasvoi 2,8 %.

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto laski 2,3 %, mihin vaikuttivat mainonnan lasku markkinapaikoissa sekä asumisen järjestelmämyynnin liikevaihdon lasku. Asuntomarkkinoilla ostajan markkinat jatkuvat edelleen. Epävarmuus näkyi asumisen markkinapaikoissa pienempänä kysyntänä eli vähentyneinä hakumäärinä (-11,6 %), mutta aktiivisten vahtien määrä kasvoi 6,8 % – indikoiden patoutunutta kysyntää pidemmällä aikavälillä. Keskimääräiset markkinointijat pidentyivät ja myytävien asuntojen tarjonta kasvoi Etuovi.com:ssa 10,8 %. Vuokramarkkinoilla oli vilkasta: vuokra-asuntoa etsivät löysivät uusia koteja runsaasta tarjonnasta. Kohdetarjonta kasvoi Vuokraovi.com-palvelussa 15,8 %. Kysyntä jatkui vireänä, mikä näkyi poistuneiden kohteiden määrän 42,5 %:n kasvussa. Vuokra-asuntojen tarjonnassa uusien ilmoitusten määrä lisääntyi 17,8 %, haut 7,2 % ja uusien vahtien määrä 13,4 %. Sen sijaan aktiivisten vahtien määrä laski 22,1 %.

Autoilun ja liikkumisen liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Alma Median markkinapaikassa Nettiauto.com:ssa myytyjen autojen (henkilö-, pakettiautot sekä minibussit ja kevytkuorma-autot) kokonaismäärä kasvoi vertailukauteen nähden noin 4,5 prosenttia yhteensä noin 158 000 kappaleeseen. Tehtyjen kauppojen yhteisarvo (noin 2 700 milj. euroa) kasvoi 2,6 prosenttia. Myyntimäärät kasvoivat kaikissa hintaluokissa (alle 15 000 euroa, 15 000 - 30 000 euroa ja yli 30 000 euroa). Kauppojen yhteisarvo kasvoi muissa hintaluokissa, mutta yli 30 000 euron luokassa jäätiin 2,3 % vertailukaudesta.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 1,2 % ja olivat 20,8 (20,5) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin markkinapaikka- ja vertailupalveluissa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,6 (6,6) milj. euroa, 21,2 %:a (24,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 5,6 (6,6) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2023

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski vuoden ensimmäisellä vuosipuoliskolla 2,7 % ja oli 50,5 (51,9) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli -0,2 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,3 % (82,7 %).

Media- ja mediallysten palveluiden liikevaihto laski 7,9 %. Mainonnan myynti laski 11,2 %. Digitilausten myynnin kasvun ansiosta sisältöliikevaihto kasvoi 4,9 %.

Asumisen, autoilun ja liikkumisen liiketoiminta-alueiden liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Vertailu- ja kilpailutuspalveluiden liikevaihto kasvoi merkittävästi, mikä johtui Etua lainavertailupalvelun hyvästä kehityksestä.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 1,7 % ja olivat 41,0 (40,3) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin markkinapaikka- ja vertailupalveluissa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 9,6 (11,7) milj. euroa, 19,0 %:a (22,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 9,2 (11,9) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.

Alma Talent

Alma Talentin liiketoiminnan ydintä ovat digitaaliset, tilattavat sisältömediat ja digitaaliset data-, sisältö- ja markkinapaikkapalvelut. Alma Talentin johtava talousmedia on Kauppalehti, muita talous- ja ammattimedioita ovat mm. Talouselämä, Tekniikka&Talous ja Arvopaperi.

Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille kattavasti palveluja liittyen yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaamisen kehittämiseen, johtamiseen ja markkinointiin.

Avainluvut

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Liikevaihto	23,4	24,1	-2,9	47,3	49,3	-4,2	96,5
Markkinapaikat	2,1	1,7	23,8	4,2	3,3	27,1	6,7
Media	12,8	13,8	-10,8	26,1	27,1	-3,6	53,4
Sisältö, media	8,4	8,8	-4,5	17,0	17,3	-1,8	34,4
- josta digitaalista	52,7 %	48,7 %		51,7 %	49,4 %		50,3 %
Mainonta, media	4,4	5,0	-10,8	9,1	9,8	-6,8	19,0
- josta digitaalista	63,6 %	62,7 %		59,1 %	59,7 %		59,8 %
Palvelut	8,5	8,7	-2,0	16,9	18,9	-10,5	36,4
- josta digitaalista	67,4 %	62,9 %		65,3 %	58,4 %		59,4 %
Oikaistut kokonaiskulut	18,7	19,8	-5,5	37,8	39,6	-4,6	76,8
Oikaistu käyttökate	5,6	5,1	9,4	11,3	11,6	-2,6	23,1
Käyttökate	6,4	5,7	13,8	12,1	12,1	0,5	23,5
Oikaistu liikevoitto	4,7	4,3	9,2	9,5	9,8	-2,6	19,7
% liikevaihdosta	20,1 %	17,9 %		20,2 %	19,9 %		20,4 %
Liikevoitto/-tappio	5,5	4,8	14,3	10,4	10,3	1,0	20,1
% liikevaihdosta	23,6 %	20,1 %		21,9 %	20,8 %		20,9 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	424	440	-3,6	418	446	-6,2	438
Telemarkkinoijat keskimäärin	147	156	-5,6	145	239	-39,2	196
Digiliiketoiminnan liikevaihto	15,1	14,5	3,6	29,5	28,8	2,4	57,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	64,3 %	60,3 %		62,3 %	58,3 %		59,0 %

Liikevaihto

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Talent Media	12,8	13,8	-7,4	26,2	27,3	-3,9	53,8
- josta digitaalista	56,5 %	53,5 %		54,1 %	52,8 %		53,4 %
Alma Talent Palvelut	8,9	8,5	5,6	17,8	17,2	3,8	34,1
- josta digitaalista	87,6 %	84,4 %		85,8 %	83,6 %		82,9 %
Suoramarkkinointi	2,3	2,5	-6,6	4,6	4,8	-5,0	9,7
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *)	-0,7	-0,7	-1,2	-1,3	0,1	-1 689,1	-1,1

Liikevoitto

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Alma Talent Media	2,1	2,6	-17,3	4,3	5,6	-23,6	10,9
Alma Talent Palvelut	2,2	1,4	55,1	4,7	3,5	33,9	7,4
Suoramarkkinointi	0,4	0,3	9,0	0,6	0,6	0,5	1,5
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	-0,0	-230,5	-0,0	0,1	-169,9	0,0

Jatkuva laskutus (recurring), Alma Talent Palvelut

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	4-6	4-6	%	1-6	1-6	%	1-12
Alma Talent Palvelut							
Recurring *	3,0	2,5	17,7 %	5,7	4,8	18,8 %	10,0
Recurring like **	4,1	4,0	0,5 %	8,1	8,0	0,8 %	15,2
Non recurring ***	1,9	1,9	0,4 %	4,0	4,4	-7,3 %	9,0
Yhteensä	8,9	8,5	5,6 %	17,8	17,2	3,8 %	34,1

* Jatkuva, lisenssipohjainen liikevaihto.

** Jatkuva, pääosin lisenssisopimuksien yhteydessä myytävä, volyympohjainen liikevaihto.

*** Ei jatkuva, kertaluonteisiin myyntitapahtumiin perustuva liikevaihto.

Huhti—kesäkuu 2023

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski toisella kvartaalilla 2,9 % 23,4 (24,1) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 64,3 % (60,3 %).

Talent Median sisältöliikevaihto laski 4,5 %, huolimatta digitaalisten sisältötuottojen 3,4 % kasvusta. Mainonnan myynti laski 10,8 %, mihin vaikutti erityisesti auto-, lääke- ja rekrytointimainonnan lasku.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 5,6 %. Liikevaihtoa kasvatti juridiikan ja yritystiedon jatkuvalaskutteinen myynti sekä toimitilamarkkinapaikkojen hyvä kehitys Suomessa ja Ruotsissa. Myyntiä laski asunto- ja kiinteistömarkkinoiden vähentynyt transaktiovolyymi. Oikaistu liikevoitto kasvoi 55,1 %. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 87,6 % (84,4 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto laski 6,6 % ja oli 2,3 milj. euroa. Liikevoitto kasvoi 9,0 % ja oli 0,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 18,7 (19,8) milj. euroa. Kustannussäästöjä saatiin erityisesti volyymsidonnaisista liiketoiminnoista sekä tappiollisten liiketoimintojen lopettamisesta vuoden 2022 lopulla. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,7 (4,3) milj. euroa ja liikevoitto 5,5 (4,8) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2023

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski ensimmäisellä vuosipuoliskolla 4,2 % 47,3 (49,3) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli -0,8 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 62,3 % (58,3 %).

Talent Median sisältöliikevaihto laski 1,8 %, digitaalisten sisältötuottojen kasvaessa 2,9 % ja painetun median liikevaihdon laskiessa 6,3 %. Mainonnan myynti laski 6,8 %, mihin vaikutti erityisesti auto- ja finanssisektorin mainonnan lasku.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 3,8 %. Liikevaihtoa kasvatti juridiikan ja yritystiedon jatkuvalaskutteinen myynti sekä toimitilamarkkinapaikkojen hyvä kehitys Suomessa ja Ruotsissa. Myyntiä laski asunto- ja kiinteistömarkkinoiden vähentynyt transaktiovolyymi. Oikaistu liikevoitto kasvoi 33,9 % ja liikevoittoprosentti nousi yli 26,0 %:iin (20,3 %). Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 85,8 % (83,6 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja laski 5,0 % ja oli 4,6 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 37,8 (39,6) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 9,5 (9,8) milj. euroa ja liikevoitto 10,4 (10,3) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin.

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

Varat segmenteittäin

(milj. euroa)	30.6.2023	30.6.2022	31.12.2022
Alma Career	92,8	84,8	90,0
Alma Consumer	223,6	219,6	221,9
Alma Talent	112,7	110,3	110,6
Segmentit yhteensä	429,1	414,6	422,5
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	72,8	84,9	72,7
Yhteensä	501,9	499,6	495,2

Velat segmenteittäin

(milj. euroa)	30.6.2023	30.6.2022	31.12.2022
Alma Career	52,3	45,4	48,8
Alma Consumer	15,3	14,1	14,4
Alma Talent	30,6	38,6	31,9
Segmentit yhteensä	98,2	98,1	95,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	209,9	226,5	194,4
Yhteensä	308,1	324,6	289,3

Hallinto

Alma Consumer -liiketoimintasegmentin johtaja Kari Kivelä (63) on ilmoittanut jäävänsä johtajasopimuksensa mahdollis-
tamalla tavalla nykyisestä tehtävästään eläkkeelle 31.12.2023
mennessä. Kivelä aloitti Alma Median Iltalehden kustantajana
ja vastaavana päätoimittajana vuonna 2005 ja on työskennellyt
nykyisessä tehtävässään vuodesta 2018.

Kivelän seuraajaksi on nimitetty Santtu Elsinen (50). Elsinen
on toiminut Alma Median teknologiasta vastaavana johtajana
(Chief Digital Officer, CDO) ja konsernin johtoryhmän jäsenenä
vuodesta 2016. Alma Consumer -liiketoimintasegmentin
johtoryhmän jäsenenä Elsinen on toiminut vuodesta 2018
alkaen. Aiemmin Elsinen on toiminut mm. Talentum Oy:n kehi-
tysjohtajana ja Satama Interactiven kehitysjohtajana.

Myös Alma Median henkilöstöjohtaja Virpi Juvonen (60) on
ilmoittanut jäävänsä johtajasopimuksensa mahdollistamalla
tavalla eläkkeelle vuoden 2023 loppuun mennessä. Juvonen
aloitti Iltalehden henkilöstöpäällikkönä vuonna 2007 ja on
työskennellyt nykyisessä tehtävässään vuodesta 2012.

Juvosen seuraajaksi on nimetty kauppatieteiden maisteri
Merja Ristilä (s. 1970). Hän aloittaa tehtävässään 1.9.2023 ja ra-
portoi Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja Kai Telanteelle. Ristilä
siirtyy tähän tehtävään Alma Career -segmentin henkilöstö-
päällikön tehtävästä.

Alma Median johtoryhmän jäsen, talous- ja rahoitusjohtaja
Juha Nuutinen (s. 1972) on ilmoittanut eroavansa konsernin
palveluksesta siirtyäkseen uusiin tehtäviin yhtiön ulkopuolelle
viimeistään 1.1.2024. Alma Media on käynnistänyt Juha Nuuti-
sen seuraajan rekrytointiprosessin.

Osake ja osakemarkkinat

Huhti-kesäkuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin
yhteensä 1 275 676 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,5
%:a osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi
katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2023
oli 9,22 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli
8,68 euroa ja ylin 9,90 euroa. Alma Media Oyj:n markki-
na-arvo oli katsauskauden lopussa 759,57 milj. euroa. Alma
Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 146 876
kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaiset kannustinjär-
jestelyt yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille koostuvat
vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista,
joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväk-
synnälle. Kunkin yksittäisen ohjelman pääelementit ovat:
sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osal-
listumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet,
mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita ja
luovutusrajoitus.

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa 2023 uuden
jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osa-
kepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2023). Lisäksi
hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteises-
sa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keski-
johdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2023). Kannus-
tinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin
joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 14.3.2023 EU:n osakkeenomistajien
oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemisraportin
vuodelta 2022. Yhtiön palkitsemispolitiikka eli toimielinten
palkitsemisen periaatteet sekä toimitusjohtajien keskeiset
ehdot on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osa-
kepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän
aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on
kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Alma Media Oyj on saanut 16.6.2023 AML 9 luvun 5 §:n mukaisen ilmoituksen Otava Oy:ltä siitä, että Otavan osakeomistus Alma Media Oyj:n osakkeiden kokonaisuudesta ja äänimäärästä on noussut yli 30 prosenttiin.

Pakollinen ostotarjous

Alma Media Oyj tiedotti 16.6.2023 saaneensa tiedon, että Otava Oy:n osuus Alma Median kaikista osakkeista ja äänistä on 14–15.6.2023 tehtyjen osakekauppojen seurauksena ylittänyt 30 prosenttia, ja että Otavalle on tämän johdosta syntynyt arvopaperimarkkinalain (746/2012, muutoksineen) 11 luvun 19 §:n mukainen velvollisuus tehdä pakollinen julkinen ostotarjous kaikista Alma Median liikkeeseen laskemista osakkeista ja niihin oikeuttavista arvopapereista.

Otava julkisti 21.6.2023 kaikkia Alma Median osakkeita koskevaa pakollista julkista ostotarjousta koskevat tiedot. Lue lisää tarjouksesta täältä: <https://otavakonserni.fi/konsernin-kuulumisia/pakollinen-julkinen-ostotarjous-alma-media-oyjn-osakkeista/>.

Tarjouksessa tarjottava käteisvastike on 9,10 euroa jokaisesta osakkeesta, jonka osalta Tarjous on pätevästi hyväksytty ("Tarjousvastike").

Tarjouksen yksityiskohtaiset ehdot ja ohjeet Tarjouksen hyväksymiseksi sisältyvät 29.6.2023 julkaistuun tarjousasiakirjaan. Tarjouksen hyväksymisaika alkoi 30.6.2023 klo 9.30 (Suomen aikaa) ja päättyy 21.7.2023 klo 16.00 (Suomen aikaa), ellei tarjousaikaa jatketa ("Tarjousaika") tai jatkettua tarjousaikaa keskeytetä.

Alma Median hallitus antoi 5.7.2023 Ostotarjouksesta arvopaperimarkkinalain (746/2012, muutoksineen, "Arvopaperimarkkinalaki") 11 luvun 13 §:n edellyttämän lausunnon pörssitiedotteena, joka on kokonaisuudessaan nähtävillä yhtiön verkkosivuilla.

Alma Median hallitus on lausunnossaan huolellisesti arvioinut Ostotarjousta ja sen ehtoja kokonaisuutena muun muassa Tarjousasiakirjan, Otavan julkistamien Ostotarjousta koskevien tiedotteiden, Fairness Opinion -lausunnon ja muun käytettävissä olevan tiedon perusteella.

Lausunnossa esitettyjen seikkojen perusteella Alma Median hallitus katsoo, että Ostotarjouksessa tarjottua Tarjousvastiketta on pidettävä Alma Median osakkeenomistajien kannalta alhaisena ja se on yksimielisesti päättänyt olla suosittelematta Ostotarjouksen hyväksymistä.

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 riskejä, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää.

Yhtiön merkittävimmät strategiset riskit liittyvät olemassa olevien markkinapaikkojen liiketoimintamallien nopeaan muutokseen, kuluttajien mediakäytön muuttumiseen sekä tietosuojaa koskeviin luokkauksiin.

Alma Median liiketoiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski, on kyky hyödyntää asiakasdataa käyttäjien palvelukokemuksen parantamiseksi sekä mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman kehittämiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan, regulaatiovaatimukset huomioiden, keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointiteknologiaa. Kolmannen osapuolen evästeiden käytön mahdollinen rajoittaminen aiheuttaa, ainakin lyhytaikaisia, epävarmuustekijöitä digitaaliseen mainosmyyntiin.

Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkinakäytännöt ovat kiristymässä.

Toimintaympäristön muutos ja voimakas teknologinen kehitys edellyttää jatkuvaa panostusta henkilöstön osaamiseen ja kehittämiseen. Merkittävä strateginen riski on osaavan, teknologiahenkilöstöresurssin riittävyyden takaminen tuleville vuosille.

Riski liiketoiminnalle on myös digitaalisten yleisöjen merkittävä väheneminen, digitaalisen mainosmyynnin ja kohdeilmoittelun pysyvä lasku.

Laaja-alaisen koronapandemian jatkuminen voi vaikuttaa palveluiden kysyntään sekä aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen.

Koronapandemian lisäksi geopolittisten riskien eskalaatio Alma Median toimintamaissa voi merkittävästi vaikuttaa palveluiden kysyntään.

Operatiivisista riskeistä merkittävimmät ovat tietoturva- ja kyberriskit, tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä päivittäiseen uutistuotantoon liittyvät keskeytykset. Tietoturvariskejä hallitaan muun muassa parantamalla ennakoivaa automaatiota palvelinhyökkäysten havaitsemiseksi ajoissa ja kouluttamalla säännöllisesti henkilöstöä tietoturvaan ja tietosuojaan liittyen.

Muihin kuin taloudellisiin asioihin liittyvä riskienhallinnan prosessi kattaa myös vastuullisuusriskit, joiden merkittävyyttä arvioidaan sekä taloudellisesti että muun muassa sen perusteella, miten vakavasti riskin toteutuminen vahingoittaisi yhtiön mainetta. Yhtiö kertoo läpinäkyvästi sidosryhmäviestinnässään vastuullisuusriskeistään ja yritysvastuun kehittämisen haasteistaan.

Puolivuosisikatsausyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
(milj. euroa)	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
LIIEVAIHTO	78,2	79,3	-1,4	153,5	155,5	-1,3	308,7
Liiketoiminnan muut tuotot	1,0	6,8	-85,1	1,1	7,1	-84,8	7,2
Materiaalit ja palvelut	8,9	9,7	-7,7	17,9	18,8	-4,6	37,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	30,6	30,4	0,8	60,8	60,6	0,3	119,6
Poistot ja arvonalentumiset	4,4	4,3	4,0	8,7	8,6	1,1	17,2
Liiketoiminnan muut kulut	15,3	15,8	-3,3	30,7	28,9	6,3	61,6
LIIEVOITTO	19,9	25,9	-23,2	36,4	45,7	-20,4	80,0
Rahoitustuotot	5,0	2,0	150,1	4,2	3,8	10,6	9,2
Rahoituskulut	2,1	0,6	223,4	3,2	2,0	61,8	2,9
Osuus osakkuusyriyten tuloksesta	0,0	0,3	-100,0	0,0	0,1	-89,8	0,7
TULOS ENNEN VEROJA	22,8	27,5	-17,4	37,4	47,6	-21,5	86,4
Tuloverot	4,1	4,1	-1,6	7,0	8,2	-14,6	14,5
TILIKAUDEN VOITTO	18,7	23,4	-20,2	30,4	39,4	-22,9	71,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							0,1
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	0,6	-0,6		0,2	0,7		0,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	0,6	-0,6		0,2	0,7		0,4
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	19,3	22,8		30,6	40,1		72,3
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	18,6	23,4		30,4	39,4		71,9
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	-0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	19,2	22,9		30,6	40,0		72,3
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	-0,0		0,0	0,0		0,0
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,23	0,28		0,37	0,48		0,88
- Tulos/osake laimennettu	0,22	0,28		0,36	0,47		0,86

Tase

(milj. euroa)	30.6.2023	30.6.2022	31.12.2022
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	298,3	294,2	294,4
Aineettomat hyödykkeet	90,4	87,8	87,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	3,2	2,6	3,6
Käyttöoikeusomaisuuserät	28,9	28,9	30,0
Osuudet osakkuusyriyksissä	3,9	3,7	4,2
Muut rahoitusvarat	7,9	3,7	8,8
Laskennalliset verosaamiset	0,4	0,7	0,6
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	433,0	421,6	429,0
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,7	0,8	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,5	0,4	0,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	36,5	33,5	35,4
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	1,3	3,8	0,0
Rahavarat	29,8	39,5	30,0
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	68,9	77,9	66,2
VARAT YHTEENSÄ	501,9	499,6	495,2
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	0,8	0,9	0,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	118,5	100,4	131,7
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	191,4	173,5	204,4
Määräysvallattomien omistajien osuus	2,4	1,7	1,5
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	193,8	175,2	205,9
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	140,0	170,0	140,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	22,8	23,0	23,7
Laskennalliset verovelat	17,4	18,8	17,1
Eläkeveloitteet	0,6	0,8	0,6
Muut rahoitusvelat	9,8	13,6	9,6
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	190,8	226,2	191,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	21,6	4,7	3,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	6,7	6,6	7,0
Saadut ennakot	51,7	47,9	45,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	2,4	4,4	7,0
Ostovelat ja muut velat	34,9	34,5	35,9
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	117,4	98,2	98,2
VELAT YHTEENSÄ	308,1	324,4	289,3
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	501,9	499,6	495,2

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

	(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
		A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2023	45,3	7,7	0,6	19,1	131,7	204,4	1,5	205,9	
Tilikauden tulos					30,3	30,3	0,1	30,4	
Muut laajan tuloksen erät						0,0		0,0	
Muuntoerot			0,2			0,2		0,2	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-36,2	-36,2		-36,2	
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,2	-0,2	
Omien osakkeiden hankinta					-2,2	-2,2		-2,2	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					-1,2	-1,2		-1,2	
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset									
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-4,0	-4,0	1,0	-3,0	
Oma pääoma 30.6.2023	45,3	7,7	0,8	19,1	118,5	191,5	2,4	193,8	
Oma pääoma 1.1.2022	45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5	
Tilikauden tulos					39,4	39,4	0,0	39,4	
Muut laajan tuloksen erät								0,0	
Muuntoerot			0,7			0,7		0,7	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8	
Omien osakkeiden hankinta					-2,9	-2,9		-2,9	
Omien osakkeiden luovutukset						0,0		0,0	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					0,3	0,3		0,3	
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					1,3	1,3	-1,0	0,2	
Oma pääoma 30.6.2022	45,3	7,7	0,9	19,1	100,4	173,5	1,7	175,2	

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma, yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

Rahavirtalaskelma

	2023	2022	2023	2022	2022
(milj. euroa)	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	18,7	23,4	30,4	39,4	72,0
Oikaisuerät	3,2	2,8	13,2	11,0	22,4
Käyttöpääoman muutos	-7,1	-7,9	-1,7	0,6	-2,8
Saadut osingot	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,4	-0,5	-2,5	-0,9	-2,1
Maksetut verot	-3,7	-1,0	-9,1	-6,0	-10,6
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	9,8	17,0	30,4	44,3	79,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,2	-1,1	-0,6	-1,6	-3,3
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-2,7	-1,7	-4,8	-2,4	-5,7
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,1	-0,2	-0,2	-0,2	-0,4
Myytävikissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-1,0	-2,4	-1,0	-2,4	-5,2
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,0	0,9	0,7	1,4	1,4
Osakkuusyritysten hankinta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyritysten myynti	0,0	10,1	0,0	10,1	10,1
Investointien rahavirta yhteensä	-4,0	5,7	-5,9	5,0	-3,0
Rahavirta ennen rahoitusta	5,8	22,7	24,5	49,3	76,2
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	-1,1	-1,4	-2,2	-2,9	-4,2
Lainojen nostot	30,0	18,0	38,0	18,0	36,0
Lainojen takaisinmaksut	-10,0	-14,0	-20,0	-44,0	-94,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,7	-1,9	-4,2	-4,1	-7,1
Maksetut osingot	-36,2	-28,8	-36,2	-28,8	-28,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-19,0	-28,2	-24,7	-61,8	-98,2
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-13,1	-5,6	-0,1	-12,5	-21,9
Rahavarat kauden alussa	43,0	45,0	30,0	51,9	51,9
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	0,1	-0,1	0,0	0,0
Rahavarat kauden lopussa	29,8	39,5	29,8	39,5	30,0

Osakkuusyhtiöt

Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

milj. euroa	2023	2022	2023	2022	2022
	4–6	4–6	1–6	1–6	1–12
Alma Career	0,0	0,3	0,0	0,1	0,6
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,0	0,3	0,0	0,1	0,7

Hankitut liiketoiminnot 2023

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2023 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankintaosuus	Konsernin omistusosuus
Alma Talent -segmentti				
Toimitilat.fi	Verkkopalvelut	11.2023	100 %	100 %
Suomen Tunnistetieto Oy	Verkkopalvelu	3.4.2023	51 %	51 %

Alma Talent -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista.

milj. euroa	Käypä arvo
Käteismaksu	4,2
Ehdollinen vastike	0,6
Vaiheittaisen hankinnan käypäarvo	0,9
Aikaisemman omistuksen arvo	0,4
Vastike yhteensä	6,1

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. euroa	Yhtistämisesä kirjatut käyvät arvot
	Yhteensä
Hankitut varat yhteensä	4,1
Hankitut velat yhteensä	0,9
Hankitut nettovarot	3,3
Konsernin osuus nettovaroista	2,1
Liikearvo	4,0
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,5

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut sekä odotus toimitilamarkkinapaikkaliiketoiminnan kasvusta tulevina vuosina.

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Ehdolliset kauppahintavelat ovat syntyneet liiketoimintojen hankintojen yhteydessä ja perustuvat hankittujen liiketoimintojen vuosien 2023–2025 tuloksiin. Yksittäisistä sopimuksista riippuen ehdollisten kauppahintavelkojen toteuma yhteensä voi vaihdella välillä 0–26 milj. euroa, joista parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan velaksi on 30.6.2023 kirjattu velkaa 10,6 milj. euroa.

Ehdolliset kauppahintavelat

(milj. euroa)	30.6.2023	31.12.2022
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	9,9	16,8
Uudet velat	4,8	
Maksetut velat	0,0	-2,4
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-4,0	-4,6
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	10,6	9,9

Ehdolliset kauppahintasaatavat

(milj. euroa)	30.6.2023	31.12.2022
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa	0,2	0,2
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,2	0,2

Henkilöstö

	2023	2022	2023	2022	2022
	4–6	4–6	1–6	1–6	1–12
Henkilöstö Suomi	1010	1019	994	988	999
Henkilöstö muut maat	688	664	696	673	680
Henkilöstö yhteensä	1699	1682	1689	1660	1679

Vastuut

Vastuusitoumukset

(milj. euroa)	30.6.2023	30.6.2022	31.12.2022
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,6	0,3	0,4
1–5 vuoden kuluessa *	0,8	4,6	0,7
Yhteensä	1,4	4,9	1,1

* Alma Median tytäryhtiö LMC sopi uudesta vuokrasopimuksesta, joka tuli voimaan elokuussa 2022. Tämä alkava vuokrasopimus esitettiin puolivuosisikatsauksessa taseen ulkopuolisena vastuuna (3,6 milj. euroa), joka kirjattiin vuokrasopimusvelaksi kolmannella vuosineljänneksellä 2022.

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	30.6.2023	30.6.2022	31.12.2022
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo	5,6	3,8	5,5
Kohde-etuuden arvo	50,0	50,0	50,0
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo	-0,9	-0,3	-0,7
Kohde-etuuden arvo	10,7	8,9	13,7

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:

milj.euroa	2023	2022	2023	2022	2022
	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,2	0,1	0,6	0,1	0,7
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,2	0,0	0,4	0,1	0,5
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,4	0,5	0,8	0,7	1,3
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Merkittävät omistajat	0,2	0,1	0,4	0,2	0,4
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,1	0,3	0,2	0,4	1,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
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	0,0	0,0		0,0
Ostovelat 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

Konserni vuosineljänneksittäin

	2023	2023	2022	2022	2022	2022	2021	2021
milj. euroa	4–6	1–3	10–12	7–9	4–6	1–3	10–12	7–9
LIIKEVAIHTO	78,2	75,2	78,7	74,5	79,3	76,2	78,0	67,8
Alma Career	28,4	27,7	27,4	27,3	28,4	26,7	24,1	21,9
Alma Consumer	26,3	24,2	25,0	22,1	24,1	25,2	27,5	22,4
Alma Talent	23,4	23,9	26,8	25,4	27,1	24,8	26,9	23,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,5	-0,5	-0,3	-0,4	-0,4	-0,5	-0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	59,0	58,3	63,5	55,3	60,2	56,7	62,6	50,0
Alma Career	16,2	16,7	19,0	17,3	16,7	14,5	16,0	13,0
Alma Consumer	20,8	20,2	19,9	17,3	19,8	19,8	22,3	17,4
Alma Talent	18,7	19,0	20,9	18,6	20,5	19,7	20,2	17,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,2	2,4	3,7	2,1	3,1	2,7	4,0	2,6
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	23,8	21,3	19,6	23,6	23,5	24,0	20,2	22,2
Alma Career	13,0	11,8	9,2	10,8	12,5	13,0	8,9	9,7
Alma Consumer	7,0	5,4	5,9	5,6	5,1	6,4	6,1	6,0
Alma Talent	5,6	5,7	7,3	8,3	8,0	6,3	8,0	7,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,8	-1,6	-2,8	-1,1	-2,2	-1,8	-2,9	-1,4
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	19,4	17,0	15,2	19,3	19,2	19,6	15,5	17,8
Alma Career	12,2	11,0	8,4	10,0	11,8	12,3	8,2	9,0
Alma Consumer	5,6	4,0	5,1	4,8	4,3	5,5	5,2	5,0
Alma Talent	4,7	4,8	5,8	6,8	6,6	5,0	6,7	6,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-2,9	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5	-2,8
% LIIKEVAIHDOSTA	24,8	22,6	19,4	25,9	24,3	25,8	19,9	26,3
Alma Career	43,1	39,9	30,8	36,9	41,5	46,0	34,0	41,2
Alma Consumer	21,2	16,7	20,5	21,7	17,9	21,7	18,9	22,5
Alma Talent	20,1	20,3	21,8	26,9	24,4	20,4	24,8	27,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,5	-0,5	-0,3	0,0	6,7	0,2	0,0	-0,4
Alma Career	-0,3	0,0	-0,2	0,0	6,2	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	-0,4	-0,1	0,0	0,5	-0,1	0,0	-0,0
Alma Talent	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	-0,4
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	19,9	16,5	15,0	19,3	25,9	19,8	15,5	17,4
Alma Career	11,9	11,0	8,2	10,0	18,0	12,3	8,2	9,0
Alma Consumer	5,6	3,6	5,1	4,8	4,8	5,4	5,2	5,0
Alma Talent	5,5	4,8	5,8	6,8	6,6	5,3	6,7	6,1
Kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-3,0	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5	-2,8
Rahoitustuotot	5,0	0,0	9,2	5,1	3,8	0,0	0,2	0,0
Rahoituskulut	2,1	1,9	2,9	2,6	2,0	0,5	0,1	0,6
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	-0,2	0,3	0,7
TULOS ENNEN VEROJA	22,8	14,6	18,6	20,2	27,5	20,1	16,0	17,4
Tuloverot	-4,1	-2,9	-2,4	-4,0	-4,1	-4,0	-4,1	-2,8
TILIKAUDEN TULOS	18,7	11,7	16,2	16,2	23,4	16,0	11,8	14,6

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-standardien mukaisesti (IAS 34). Puolivuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2022. Vuonna 2023 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laatimisperiaatteisiin. Puolivuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen puolivuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2022 kanssa.

Puolivuositarkastuksen tunnusluvut on laskettu samoilla laskentaperiaatteilla kuin vuositilinpäätöksessä. Sijoitetun pääoman tuotto %:n (ROI) ja oman pääoman tuotto %:n (ROE) kvartaalikohtainen tunnusluku on annualisoitu kaavalla $\frac{((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)}{4}$. Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu digiliiketoiminta/liikevaihto * 100. Puolivuositarkastuksen 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

Medialiiketoiminnasta saatavat sisältötuotot kirjataan suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Tilauslaskutuksesta, erityisesti printtitilauksista, huomattava osa kohdistuu kuitenkin

alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu myös alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä. Yhtiön toiminnan digitalisoituessa liiketoiminnan rahavirran kausiluonteisuus vähenee.

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 2023

- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2023 torstaina 19.10.2023 noin klo 8.00