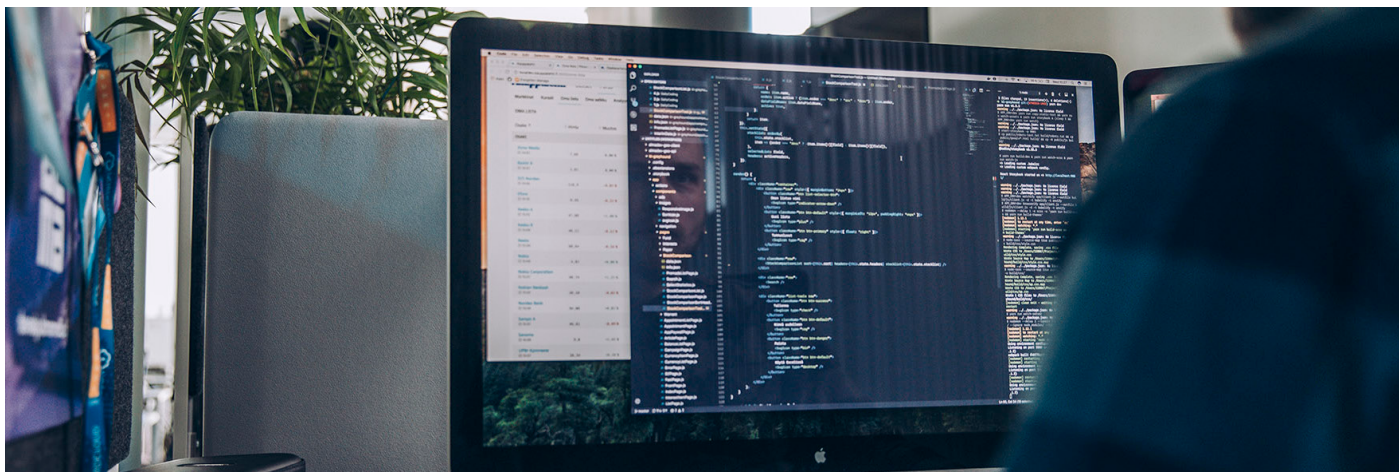




Alma Media Oyj

Q1 Osavuositarkastus 2019

25.4.2019



Alma Median osavuositarkastus tammi—maaliskuu 2019:

Oikaistu liikevoitto parani kaikissa liiketoimintasegmenteissä ensimmäisellä vuosineljänneksellä. Liikevaihto laski pääosin myytyjen liiketoimintojen johdosta. Digitaalisen liiketoiminnan osuus ylitti 50 %.

Taloudellinen kehitys tammi—maaliskuussa 2019:

- Liikevaihto 85,0 (92,2) milj. euroa, laskua 7,8 %.
- Oikaistu liikevoitto 14,4 (12,2) milj. euroa, 16,9 % (13,2 %) liikevaihdosta, kasvua 17,9 %.
- Liikevoitto 14,4 (12,9) milj. euroa, 16,9 % (14,0 %) liikevaihdosta, kasvua 11,7 %.
- Osakekohtainen tulos 0,12 (0,11) euroa.
- Alma Markets: Rekrytointiliiketoiminnan kasvu hidastui, Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikkaliiketoiminnan kasvu jatkui.
- Alma Talent: Digitaalinen sisältöliikevaihto Suomessa kasvoi vahvasti.
- Alma Consumer: Kulusäästöt paransivat kannattavuutta.

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



AVAINLUVUT milj. euroa	2019 1—3	2018 1—3	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	85,0	92,2	-7,8	354,6
Sisältöliikevaihto	27,6	31,0	-11,1	114,8
Sisältöliikevaihto, painettu	23,0	26,7	-13,9	97,9
Sisältöliikevaihto, digi	4,6	4,3	6,2	16,9
Mainosmyynnin liikevaihto	44,6	46,7	-4,6	185,7
Mainosmyynti, painettu	11,0	13,9	-20,8	50,6
Mainosmyynti, digi	33,4	32,2	3,5	132,7
Palveluliikevaihto	12,9	14,5	-10,9	54,1
Oikaistut kokonaiskulut	70,8	80,1	-11,6	297,9
Oikaistu käyttökate	20,1	16,4	22,5	72,9
Käyttökate	20,1	17,1	17,6	76,6
Oikaistu liikevoitto	14,4	12,2	17,9	57,3
% liikevaihdosta	16,9	13,2		16,2
Liikevoitto/-tappio	14,4	12,9	11,7	61,0
% liikevaihdosta	16,9	14,0		17,2
Tilikauden tulos	11,3	10,4	7,8	47,9
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,11	9,3	0,51
Digiliiketoiminnan liikevaihto	43,1	41,9	2,9	170,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	50,7	45,4		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 volyymsidonnaisten 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

Vuoden 2019 tammi–maaliskuussa mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 1,6 (2,3) % ja verkkomediainonta kasvoi Suomessa ensimmäisellä kvartaalilla 2,0 (6,9) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 6,0 (11,0) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski tammi–maaliskuussa 4,5 (7,2) %. Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2019 ensimmäisellä kvartaalilla 9,0 (12,5) %.

Vuoden 2019 tammi–maaliskuussa mainonnan kokonaismäärä laski Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 1,0 (kasvoi 4,3) %. Verkkomediainonta Ruotsissa kasvoi 5,3 (5,2) %. Ruotsissa ammattilehtien mainonnan määrä laski 20,3 (20,3) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa vuonna 2019 Tšekissä 2,9%. BKT kasvaa Slovakiassa Euroopan Komission ennusteen mukaan 4,1 % vuonna 2019.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Vuoden 2019 ensimmäisellä vuosineljänneksellä Alma Median kaikki liiketoimintasegmentit paransivat kannattavuuttaan. Digiliikevaihdon osuus liikevaihdostamme ylitti katsauskaudella 50 prosentin rajan. Digimyyntiin kasvu, viime vuonna tehdyt kustannussäästötoimenpiteet sekä luopuminen tappiollisista tai heikosti kannattavista liiketoiminnoista nostivat konsernin oikaistun liikevoittomarginaalin 16,9 prosenttiin liikevaihdosta. Liikevaihtomme laski pääosin myytyjen liiketoimintojen johdosta, mutta myös painetun median markkinan painamana.

Alma Marketsin rekrytointiliiketoiminnassa näkyi yleinen talouskasvun hidastuminen. Rekrytointiliiketoiminta kasvoi, mutta hitaammin erityisesti Tšekissä ja Suomessa. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikkaliiketoiminnassa hyvä vire jatkui tammi–maaliskuussa. Segmentin kuluja kasvattivat nykyisten verkkopalvelujen, kuten Etuoven jatkokehittäminen sekä panostukset uusiin tuotteisiin ja markkinoihin.

Alma Talentin Suomen medialiiketoiminnan kehitys oli katsauskaudella hyvä. Digitaalinen sisältömyynti kasvoi 21 prosenttia ja Kauppalehdessä se ylitti painetun median sisältötuottojen laskun. Myös b2b-asiakkaille suunnattu mainosmyynti kehittyi Suomessa hyvin. Ruotsissa mainonnan lasku sekä myydyt ja lopetetut toiminnot laskivat liikevaihtoa, mutta tehtyjen tehostamistoimien myötä yksikön kannattavuus parani tammi–maaliskuussa.

Alma Consumerin liikevaihdon laskusta merkittävin osa johtuu vertailukaudella toteutetusta pohjoisen lehtien divestoinnista, minkä vaikutus raportointiin poistuu toisesta vuosineljänneksestä alkaen. Orgaanisesti liikevaihtoa laskivat tammi–maaliskuussa printtimainonnan ja Iltalehden irtomeromyyntien lasku sekä ulkoisen painovolyymin väheneminen. Kuten Alma Talentissa, myös Alma Consumerissa digis sisältömyyntiin kaksinumeroisen kasvu jatkui.

Kannattavuutta paransivat saavutetut kustannussäästöt viime vuonna toteutetuista, segmentin integraatioon liittyneistä uudelleenjärjestelyistä sekä ulkoisten sisältöostojen vähentyminen.

Tilauslaskutuksen ajoittuessa alkuvuoteen rahavirtamme vahvistui 30,3 miljoonaa euroon. Omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 46,1 prosenttia ja nettovelkaantumisaste 33,1 prosenttia. Tunnuslukuihin vaikuttaa vuoden alussa käyttöön otettu IFRS 16 -standardi leasing-sopimusten käsittelystä. Standardin käyttöönotto kasvatti Alma Median ensimmäisen neljänneksen käyttökatetta 1,9 miljoonaa euroa sekä nettovelkoja 52,0 miljoonaa euroa. Liikevoittoon standardin käyttöönotolla ei ollut vaikutusta.

Vaikka vuotta 2019 koskevia kasvuennusteita on yleisesti laskettu ja epävarmuus on lisääntynyt, Alma Medialla on hyvät lähtökohdat tuleville vuosineljänneksille. Alma Median itäisen Keski-Euroopan maiden BKT-kasvuksi ennustetaan edelleen 2,5–4 prosenttia ja alenevaa työttömyyttä. Hyvä digitaalisen sisältömyynnin kehitys kertoo lukijoiden lisääntyvästä halukkuudesta maksaa digisisällöistä sekä oikein valituista toimenpiteistä digitilaispohjaisen toimintamallin vahvistamiseksi. Kotimaisen mainosmarkkinan nihkeys sekä kilpailutilanteen kiristymisen kotimaisten mediatalojen ja kansainvälisten alustatoimijoiden välillä jatkuu, mutta uskomme pystyvämme kompensoimaan printin laskua digimainonnan kasvulla keskimääräistä paremmin. Skaalautuva ja tehokas digitaalinen liiketoimintamalli mahdollistaa kannattavuuden parantamisen ja vahva taseemme mahdollistaa investoinnit liiketoiminnan kasvuun.

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. Mediaaliiketoiminnassa jatketaan siirtymää painetusta digitaaliseen mediaan kehittämällä digitaalisia sisältöjä ja markkinointiratkaisuja asiakkaiden tarpeita kuunnellen sekä varmistaen medioiden arvostus alueidensa ja yhteisöjensä ykkösbrändeinä. Palveluliikevaihdon kasvattamiseksi Alma Media lisää digitaalista tarjontaansa tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja palveluja myös julkaisutoiminnan ulkopuolelta.

Vuosien 2018–2020 strategijaksolle 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.

Kävijäliikenteen kehittämiseen liittyvä strateginen aloite tähtää lisääntyvään kävijävirtaan, Alman palveluiden parissa vietetyn ajan kasvattamiseen sekä sisältö- ja mediamyynnin vahvistamiseen. Kävijäliikenteen ohjaukseen kuuluu kävijöiden hankinta Alman sivustojen muodostaman verkoston ulkopuolelta ja kävijöiden johdattelu Alman digipalveluista toiseen. Strategisessa aloitteessa pyritään optimoimaan asiakkaan viihtyminen Alman medioissa ja palveluissa muun muassa kehittämällä käyttökokemusta, parantamalla sisältöjen tarjoamistapoja sekä hyödyntämällä personointia asiakaspolun eri vaiheissa. Analytiikan tuella ja asiakasymmärrykseen perustuen voidaan tarjota osuvampia sisältöjä ja palveluja lukijoille ja käyttäjille, jolloin sitoutuminen kasvaa. Sitoutunut käyttäjä on myös arvokkaampi kontakti mainostajalle.

Alma Markets kasvattaa rekrytointiliiketoimintaa ja markkinaosuutta yritysostoin, mutta strategiaan kuuluvat myös orgaanista kasvua tukevat tuote- ja palveluinvestoinnit, ns. greenfield-hankkeet, Alma Career-verkoston tytäryhtiömaihin tai niiden lähialueille. Katsauskaudella tšekkiläinen LMC jatkoi panostuksia uuteen mobiilirekrytointipalveluun Puolassa, slovakialainen Profesia vahvistaa Workania-palvelua Unkarissa, kroatialainen MojPosao on jalkauttamassa toimintamalliaan ja tuotteitaan osakkuusyhtiöön Makedoniassa sekä aloittamassa rekrytointiliiketoimintaa Sloveniassa.

Alma Marketsin palveluihin kuuluva Suomen suurin asunnonvaihtopalvelu Etuovi.com uudistui katsauskaudella ja sivusto palvelee käyttäjiä eri päätelaitteilla niin mobiilissa kuin desktopissa. Uusia ominaisuuksia palvelussa ovat

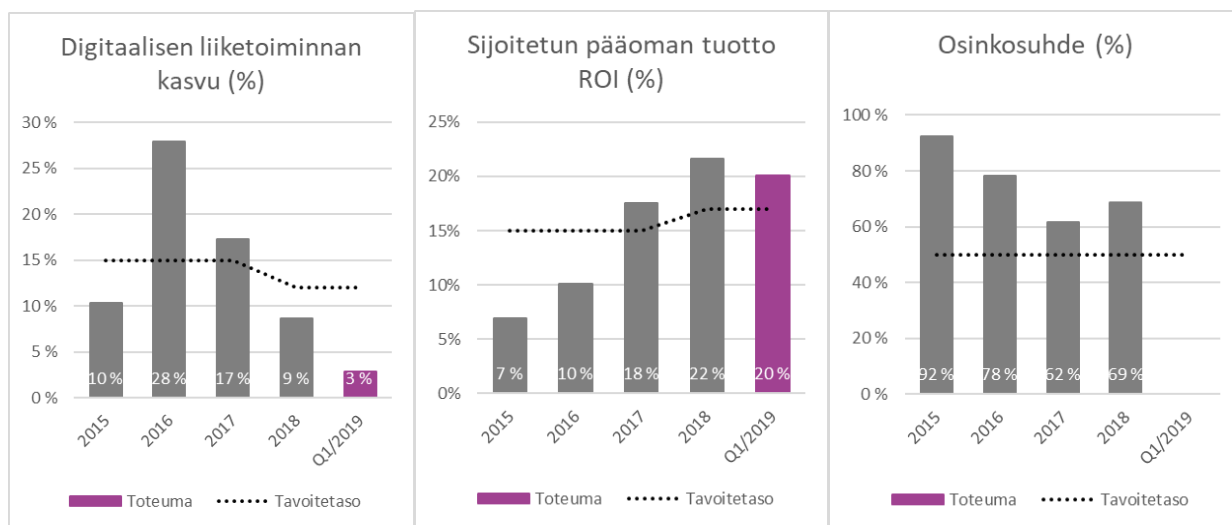
muun muassa LMC:n kehittämä algoritmi asuntokohteiden suositteluun käyttäjille ja koneoppimista hyödyntävä asunnon pyyntihintalaskuri. Uudistuksen myötä palvelun käyttö on siirtynyt vahvasti mobiiliin ja palvelua käyttää mobiilisti (puhelimet+tabletit) jo 67 % kaikista käyttäjistä. Etuovessa vierailee kuukausittain noin 1,6 miljoonaa eri kävijää (lähde FIAM-Comscore tammi-helmikuu 2019) ja sivustolla on esittelyssä keskimäärin yli 60 000 asuntoilmoitusta viikossa.

Alma Markets lanseerasi katsauskaudella myös digitaalisen työnantajamielikuvaa luotaavan Tunto-palvelun. Palvelussa voi tutustua anonyymisti annettuihin työnantaja-arvioiteihin ja jakaa omia kokemuksia työnantajista. Kattavan yrityskuvan muodostumiseksi Tunto-verkkopalvelussa käyttäjien arvioiteihin yhdistetään työnantajayritysten taloustiedot Alma Talentin yritystietopalvelusta. Katsauskauden lopussa vertaisarvioiteja oli tehty lähes 1800. Lisäksi palvelussa on pohjadataa noin 1000 tutkimuksen avulla kerättyä arviota.

Alma Talent jatkoi katsauskaudella digistrategiansa mukaisesti medioidensa uudistamista: it-asiantuntijoille sekä -päättäjille suunnatun Tivin digiuudistuksessa osa sisällöstä muuttui maksulliseksi, sisältöjä laajennettiin kattamaan myös Alma Talentin IT-aiheinen yritysdata, sektorin työpaikat ja IT-ammattilaisten koulutukset sekä valmennukset. Tivin printti- ja digiversio tavoittavat viikoittain 109 000 lukijaa (KMT 2018). Alma Talentin medioiden vaiheittaisessa digitransformaatioissa uutissivustot siirretään samalle tekniselle alustalle mikä helpottaa niiden ylläpitoa ja lisää Alma Talentin toimitusten ristiintekemistä kuin myös mahdollisuuksia kävijäliikenteenohjaukseen medioiden välillä.

Koneoppimista voidaan hyödyntää myös lukijakommenttien moderoinnissa. Iltalehden uutiskommentoinnissa aloitettiin koneoppivan moderoinnin käyttö loppuvuodesta 2018. Katsauskaudella kommenttien moderointipäätöksistä jo 60 prosenttia oli koneen tekemiä. AI-moderointi tuo kustannushyötyjä ja nopeuttaa keskustelun kulkua sivustoilla. Lisäksi automaattimoderoinnin laatu vaihtelee vähemmän kuin perinteisen moderoinnin. Automaattimoderointi ja samaan aikaan toteutettu kommentoinnin laajeneminen Iltalehden sovelluksiin ovat lähes kaksinkertaistaneet uutiskommentoinnin määrän. Tavoitteena on laajentaa AI-moderointia Iltalehdessä edelleen sekä ottaa se käyttöön myös muissa Alman medioissa.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



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	2018
milj. euroa	1–3	1–3	%	1–12
Liikevaihto	85,0	92,2	-7,8	354,6
Oikaistut kokonaiskulut	70,8	80,1	-11,6	297,9
Oikaistu käyttökate	20,1	16,4	22,5	72,9
Käyttökate	20,1	17,1	17,6	76,6
Oikaistu liikevoitto	14,4	12,2	17,9	57,3
% liikevaihdosta	16,9	13,2		16,2
Liikevoitto/-tappio	14,4	12,9	11,7	61,0
% liikevaihdosta	16,9	14,0		17,2
Tilikauden tulos ennen veroja	14,0	12,9	8,3	60,4
Tilikauden tulos	11,3	10,4	7,8	47,9
TASE	2019	2018	Muutos	2018
milj. euroa	1–3	1–3	%	1–12
VARAT	394,9	352,3	12,1	345,6
Nettovelat	55,1	38,2	44,1	2,0
Korolliset velat	102,7	64,7	58,6	51,5
Korottomat velat	122,1	135,5	-9,9	107,2
Investoinnit yhteensä	1,0	18,5	-94,4	22,1
Omavaraisuusaste%	46,1	47,8	-3,4	57,5
Gearing%	33,1	25,2	31,3	1,1
HENKILÖSTÖ	2019	2018	Muutos	2018
	1–3	1–3	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia ja telemarkkinoijia	1 853	1 965	-5,7	1 913
Lehdenjakajat ja telemarkkinoijat keskimäärin	1 107	1 159	-4,5	1 149
TUNNUSLUKUJA	2019	2018	Muutos	2018
	1–3	1–3	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	28,0	29,8	-6,0	27,8
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	20,0	21,2	-5,4	21,7
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,12	0,11	9,3	0,51
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,12			0,50
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,37	0,34	7,4	0,68
Oma pääoma/osake	1,71	1,54	11,2	1,94
Osinko/osake				0,35
Efektiiivinen osinkotuotto%				6,3
Hinta/voitto -suhde P/E				10,9
Osakekannan markkina-arvo	497,6	584,9	-14,9	456,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton **)	82 283	82 383		82 147
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 392	82 383		82 219
Osakemäärä lkm kauden lopussa	82 283	82 383		82 383

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

LIKEVAIHTO

Tammi–maaliskuu 2019

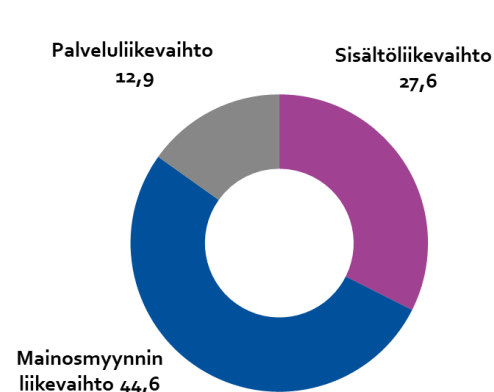
Liikevaihto laski vuoden 2019 ensimmäisellä neljänneksellä 7,8 % 85,0 (92,2) milj. euroon. Myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 5,7 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihdon lasku oli 1,7 %.

Sisältöliikevaihto laski 11,1 % 27,6 (31,0) milj. euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihdon lasku ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta oli 3,5 %, vertailukelpoinen digisisältöliikevaihdon kasvu oli 14,4 %.

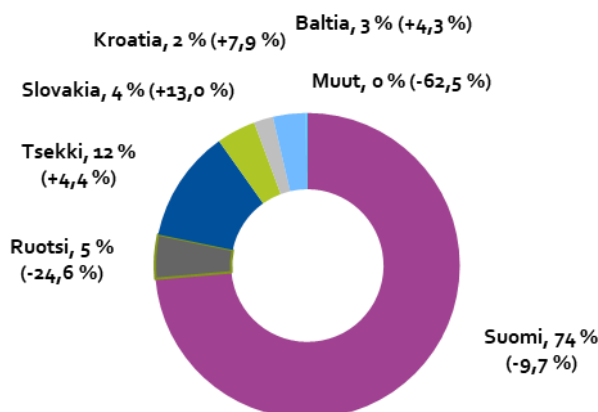
Mainosmyynnin liikevaihto laski 4,6 % 44,6 (46,7) milj. euroon. Vertailukelpoinen mainosmyynti pysyi viime vuoden tasolla. Vertailukelpoinen painettujen lehtien mainosmyynti laski 8,7 % vertailukauden tasosta. Vertailukelpoinen digimainosmyynti kasvoi 4,3 %.

Palveluliikevaihto oli 12,9 (14,5) milj. euroa ja vertailukelpoinen liikevaihdon lasku ilman myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutusta oli 5,2 %. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, koulutus- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Liikevaihdon jakauma Q1/2019, milj. euroa.



Liikevaihdon maantieteellinen jako Q1/2019



LIKEVAIHTO milj. euroa	2019 1–3	2018 1–3	Muutos %	2018 1–12
Alma Markets	25,0	23,8	5,1	96,4
Alma Talent	26,2	27,8	-5,9	108,9
Alma Consumer	34,7	40,7	-15,0	151,7
Segmentit yhteensä	85,8	92,3	-7,1	356,9
Kohdistamattomat toiminnot	-0,8	-0,2	-370,8	-2,3
Yhteensä	85,0	92,2	-7,8	354,6

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2019 1–3	2018 1–3	Muutos %	2018 1–12
Segmentit Suomi	62,8	68,8	-8,8	278,7
Segmentit muut maat	22,3	22,7	-2,1	73,0
Segmentit yhteensä	85,0	91,5	-7,1	351,7
Kohdistamattomat	0,0	0,6	-106,1	1,5
Konserni yhteensä	85,0	92,2	-7,8	353,2

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

TULOS

Tammi–maaliskuu 2019

Oikaistu liikevoitto oli 14,4 (12,2) milj. euroa, 16,9 % (13,2 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 14,4 (12,9) milj. euroa, 16,9 % (14,0 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon ei sisälly oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät, 0,7 milj. euroa, liittyivät myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat ensimmäisellä neljänneksellä 9,3 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot olivat 5,7 (4,2) milj. euroa. Poistojen kasvuun vaikutti IFRS16 –standardin käyttöönotto konsernissa. Standardin käyttöönoton vaikutuksia konsernin taloudelliseen asemaan kuvataan osavuosikatsauksen laadintaperiaatteissa.

Tammi–maaliskuun tulos oli 11,3 (10,4) milj. euroa ja oikaistu tulos 11,3 (9,8) milj. euroa.

OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2019 1–3	2018 1–3	Muutos %	2018 1–12
Alma Markets	8,7	8,2	5,9	34,4
Alma Talent	3,8	3,3	17,5	15,5
Alma Consumer	3,2	2,3	36,2	14,4
Segmentit yhteensä	15,7	13,8	13,8	64,3
Kohdistamattomat toiminnot	-1,3	-1,6	20,5	-7,0
Yhteensä	14,4	12,2	18,3	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 1–3	2018 1–3	2018 1–12
Alma Markets			
Myyntivoitot ja -tappio		0,7	0,7
Alma Talent			
Uudelleenjärjestelykulut			-0,6
Myyntivoitot ja -tappio			0,2
Alma Consumer			
Uudelleenjärjestelykulut			-1,0
Myyntivoitot ja -tappio			4,5
Kohdistamattomat			
Myyntivoitot ja -tappio			-0,1
Liikevoiton oikaistut erät		0,7	3,7
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja		0,7	3,7

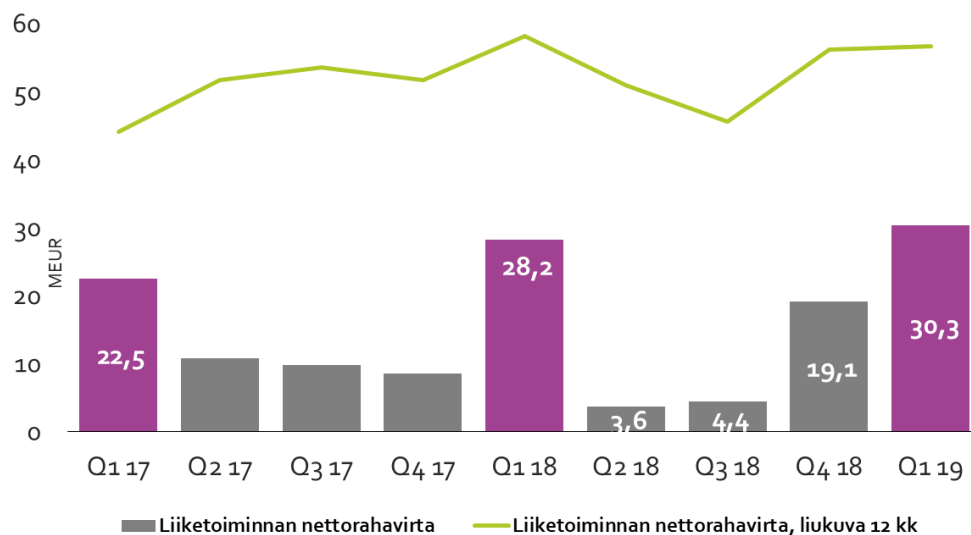
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2019 1—3	2018 1—3	Muutos %	2018 1—12
Alma Markets	8,7	8,9	-2,4	35,1
Alma Talent	3,8	3,3	17,5	15,1
Alma Consumer	3,2	2,3	36,2	17,9
Segmentit yhteensä	15,7	14,5	8,3	68,1
Kohdistamattomat toiminnot	-1,3	-1,6	21,2	-7,1
Yhteensä	14,4	12,9	12,0	61,0

TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli maaliskuun 2019 lopussa 394,9 (352,3) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 46,1 % (47,8 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,71 (1,54) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–maaliskuussa 30,3 (28,2) milj. Rahavirta ennen rahoitusta oli 29,9 (21,9) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR

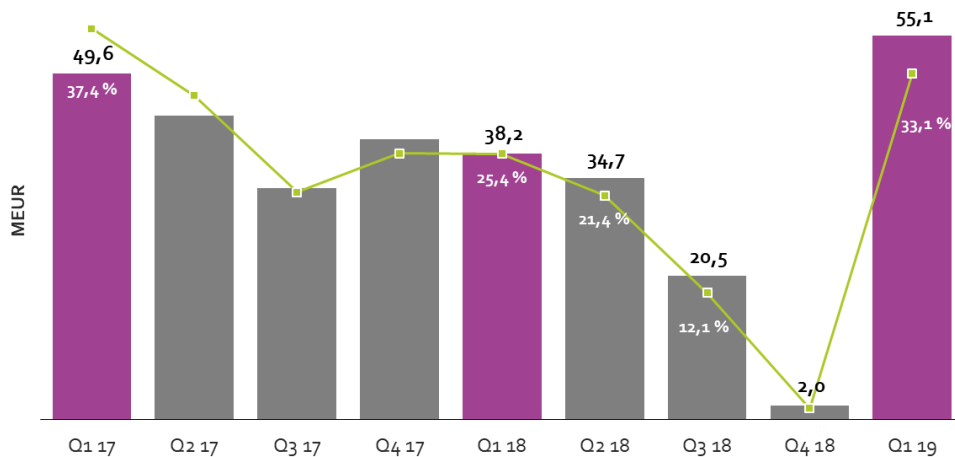


Konsernilla oli maaliskuun 2019 lopussa korollisia velkoja yhteensä 102,7 (64,7) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan rahoitusleasingveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli 55,1 (38,2) milj. euroa. Korollisten velkojen kasvuun vaikutti IFRS16 –standardin käyttöönotto konsernissa. Standardin käyttöönoton vaikutuksia konsernin taloudelliseen asemaan kuvataan osavuositarkastuksen laadintaperiaatteissa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2019 1—3	2018 1—3	2018 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	91,2	54,9	47,3
Lyhytaikaiset korolliset velat	11,5	9,8	4,2
Rahavarat	47,6	26,5	49,5
Korolliset nettovelat	55,1	38,2	2,0

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 31.3.2019 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.3.2019 käyttämättä.

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



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.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi–maaliskuussa 2019 yhteensä 1,0 (18,5) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2019 1–3	2018 1–3	2018 1–12
Alma Markets	0,4	16,0	16,5
Alma Talent	0,2	0,2	0,9
Alma Consumer	0,1	1,6	1,9
Segmentit yhteensä	0,7	17,8	19,4
Kohdistamattomat	0,4	0,7	2,7
Yhteensä	1,0	18,5	22,1

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT	2019 1–3	2018 1–3	2018 1–12
Käyttöomaisuus	1,0	2,8	6,3
Yritysosotot	0,0	15,7	15,7
Yhteensä	1,0	18,5	22,1

POISTOT	2019 1–3	2018 1–3	2018 1–12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	4,3	2,7	9,9
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,4	1,4	5,7
Yhteensä	5,7	4,2	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 ja Webrent. 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 1–3	2018 1–3	Muutos %	2018 1–12
Liikevaihto	25,0	23,8	5,1	96,4
Mainosmyynnin liikevaihto	22,8	21,8	4,7	88,6
Palveluliikevaihto	2,2	2,0	9,4	7,8
Oikaistut kokonaiskulut	16,3	15,6	4,5	62,1
Oikaistu käyttökate	9,9	9,1	9,1	38,1
Käyttökate	9,9	9,8	1,3	38,7
Oikaistu liikevoitto	8,7	8,2	5,9	34,4
% liikevaihdosta	34,7	34,5		35,7
Liikevoitto/-tappio	8,7	8,9	-2,4	35,1
% liikevaihdosta	34,7	37,4		36,4
Henkilöstö keskimäärin	683	646	5,7	667
Digiliiketoiminnan liikevaihto	25,0	23,8	5,1	96,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0

Tammi—maaliskuu 2019

Vuoden 2019 ensimmäisellä neljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 5,1 % ja oli 25,0 (23,8) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan kasvuvauhti hidastui erityisesti Tšekissä ja Suomessa, liikevaihto kasvoi tammi—maaliskuussa 4,0 % vertailukauteen verrattuna. Rekrytointiliiketoiminnan osuus koko segmentin liikevaihdosta oli 76,1 (76,9) %. Kotimaassa erityisesti asumisen ja autoilun markkinapaikkaliiketoiminnan liikevaihto kasvoi edelleen vahvasti.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 16,3 (15,6) milj. euroa. Kuluja kasvattivat investoinnit uusiin verkkopalveluihin ja nykyisten jatkokehitys sekä talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä panostukset liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa olivat 0,7 (0,4) milj. euroa.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 8,7 (8,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 34,7 % (34,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,7 (8,9) 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 1—3	2018 1—3	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	26,2	27,8	-5,9	108,9
Sisältöliikevaihto	11,7	12,4	-5,9	47,7
Sisältöliikevaihto, painettu	8,7	9,8	-11,2	36,6
Sisältöliikevaihto, digi	3,0	2,7	13,6	11,1
Mainosmyynnin liikevaihto	7,5	8,0	-5,9	33,4
Mainosmyynti, painettu	3,3	3,5	-5,5	13,9
Mainosmyynti, digi	4,1	3,9	3,0	17,0
Palveluliikevaihto	6,9	7,4	-6,0	27,8
Oikaistut kokonaiskulut	22,4	24,6	-9,0	93,6
Oikaistu käyttökate	5,1	4,3	19,1	19,5
Käyttökate	5,1	4,3	19,1	19,1
Oikaistu liikevoitto	3,8	3,3	17,5	15,5
% liikevaihdosta	14,6	11,7		14,2
Liikevoitto/-tappio	3,8	3,3	17,5	15,1
% liikevaihdosta	14,6	11,7		13,8
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	481	525	-8,5	516
Telemarkkinoijat keskimäärin	318	334	-4,8	326
Digiliiketoiminnan liikevaihto	9,8	9,3	5,3	38,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	37,3	33,4		35,6

Tammi—maaliskuu 2019

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi—maaliskuussa 5,9 % 26,2 (27,8) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 37,3 % (33,4 %). Liikevaihto Ruotsissa laski 1,3 milj. euroa erityisesti myytyjen ja lopetettujen toimintojen sekä mainonnan laskun vuoksi.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—maaliskuussa 5,9 % ja oli 11,7 (12,4) milj. euroa, johtuen Ruotsin medialiiiketoiminnan sekä kirjaliiketoiminnan liikevaihdon laskusta. Suomen medialiiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 21,4 %. Kauppalehden sisältöliikevaihto kasvoi yhteensä 4,1 %. Digitaalisten sisältöjen myynnin kasvu ylitti printtituotteen laskun.

Mainosmyynti laski 5,9 % ja oli 7,5 (8,0) milj. euroa johtuen mainosmyynnin laskusta Ruotsissa. Suomessa mainosmyynti kasvoi 5,8 %. Digitaalinen mainosmyynti Suomessa kasvoi 11 %. Palveluliikevaihto laski 6,0 % ja oli 6,9 (7,4) milj. euroa myytyjen ja lopetettujen liiketoimintojen johdosta.

Segmentin kokonaiskulut laskivat 9 % ja olivat 22,4 (24,9) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,8 (3,3) milj. euroa ja liikevoitto 3,8 (3,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 14,6 % (11,7 %) liikevaihdosta. Huolimatta Ruotsin liiketoiminnan liikevaihdon laskusta, uudelleenjärjestelyt ja kustannussäästöt paransivat yksikön kannattavuutta vuoden ensimmäisellä vuosineljänneksellä.

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 paikallisia 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 1—3	2018 1—3	Muutos %	2018 1—12
Liikevaihto	34,7	40,7	-15,0	151,7
Sisältöliikevaihto	15,8	18,5	-14,6	67,1
Sisältöliikevaihto, painettu	14,3	16,9	-15,4	61,3
Sisältöliikevaihto, digi	1,6	1,7	-5,7	5,8
Mainosmyynnin liikevaihto	14,2	17,0	-16,1	63,9
Mainosmyynti, painettu	7,9	10,7	-25,6	37,5
Mainosmyynti, digi	6,3	6,3	-0,1	26,4
Palveluliikevaihto	4,6	5,2	-12,5	20,6
Oikaistut kokonaiskulut	31,6	38,4	-17,7	137,6
Oikaistu käyttökate	4,4	3,4	29,2	18,3
Käyttökate	4,4	3,4	29,2	21,8
Oikaistu liikevoitto	3,2	2,3	34,3	14,4
% liikevaihdosta	9,1	5,8	57,9	9,5
Liikevoitto/-tappio	3,2	2,3	34,3	17,9
% liikevaihdosta	9,1	5,8	57,9	11,8
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia	528	633	-16,6	583
Lehdenjakajat keskimäärin	788	824	-4,4	821
Digiliiketoiminnan liikevaihto	8,4	8,9	-5,2	35,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	24,4	21,9		23,5
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2019 1—3	2018 1—3	Muutos %	2018 1—12
Painovolyyymi (1000 kpl)	65 790	87 530	-24,8	336 641
Paperin käyttö (tonnia)	5 209	6 986	-25,4	27 925

Tammi—maaliskuu 2019

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi—maaliskuussa 15,0 % 34,7 (40,7) milj. euroon. Myytyjen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 4,7 milj. euroa. Liikevaihto laski erityisesti painetussa mediassa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 24,4 % (21,9 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—maaliskuussa 14,6 % 15,8 (18,5) milj. euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto ilman myytyjä toimintoja laski 2,4 % pääosin Iltalehden irt numeromyyntin laskun seurauksena. Vertailukelpoinen digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 13,8 %.

Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 16,1 % ja oli 14,2 (17,0) milj. euroa. Vertailukelpoinen mainosmyynnin liikevaihto laski 5,4 %. Vertailukelpoinen digimainosmyynti kasvoi 2,0 %.

Segmentin palveluliikevaihto laski 12,5 % ja oli 4,6 (5,2) milj. euroa. Vertailukelpoinen palveluliikevaihto ilman myytyjä toimintoja laski 4,3 % vähentyneiden ulkoisten painovolyymien myötä. Ulkoisten jakeluasiakkaiden myynti kasvoi ensimmäisellä kvartaalilla.

Segmentin kokonaiskulut olivat 31,6 (38,4) milj. euroa. Kulut laskivat myytyjen liiketoimintojen, vuonna 2018 toteutettujen uudelleenjärjestelyiden sekä sisältöostojen vähentymisen seurauksena. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,2 (2,3) milj. euroa, 9,1 % (5,8 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä. Segmentin liikevoitto oli 3,2 (2,3) milj. euroa.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)			
	31.3.2019	31.3.2018	31.12.2018
Alma Markets	105,5	101,4	98,3
Alma Talent	104,6	107,2	100,5
Alma Consumer	63,6	68,3	62,2
Segmentit yhteensä	273,7	277,0	261,0
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	121,2	75,4	84,6
Yhteensä	394,9	352,3	345,6

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)			
	31.3.2019	31.3.2018	31.12.2018
Alma Markets	46,0	38,4	35,7
Alma Talent	33,7	32,7	26,1
Alma Consumer	50,7	63,8	40,6
Segmentit yhteensä	130,4	134,8	102,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	95,3	65,8	56,1
Yhteensä	225,7	200,6	158,8

Varsinainen yhtiökokous 2019 ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätöksiä

Alma Media Oyj:n 15.3.2019 pidetty varsinainen yhtiökokous vahvisti vuoden 2018 tilinpäätöksen ja myönsi vastuuvapauden hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle. Yhtiökokous päätti, että tilikaudelta 2018 jaetaan osinkoa 0,35 euroa osaketta kohden. Osinko maksettiin 26.3.2019.

Yhtiökokous vahvisti hallituksen osakkeenomistajien nimitystoimikunta nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan ehdotuksen mukaisesti hallituksen jäsenten lukumääräksi seitsemän. Varsinainen yhtiökokous valitsi yhtiön hallituksen jäseniksi uudelleen toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka hallituksen nykyiset jäsenet: Peter Immosen, Esa Lagerin, Alexander Lindholmin, Petri Niemisvirran, Päivi Rekosen ja Catharina Stackelberg-Hammarénin ja uudeksi hallituksen jäseneksi Jorma Ollilan. Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Jorma Ollilan ja varapuheenjohtajakseen Petri Niemisvirran.

Hallitus valitsi järjestäytymiskokouksessaan myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Esa Lager, Alexander Lindholm, Petri Niemisvirta ja Päivi Rekonen sekä puheenjohtajaksi Esa Lager. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Peter Immonen, Jorma Ollila ja Catharina Stackelberg-Hammarén sekä puheenjohtajaksi Peter Immonen.

Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi PricewaterhouseCoopers Oy:n ja päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Markku Launis.

Varsinaisen yhtiökokouksen ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätöksistä tiedotettiin tarkemmin pörssitiedotteella 15.3.2019.

Osake, osakemarkkinat ja hallituksen valtuudet

Tammi-maaliskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 672 399 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,8 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 29.3.2019 oli 6,04 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,52 euroa ja ylin 6,54 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 497,6 milj. euroa.

Alma Media Oyj luovutti yhteensä 136 519 yhtiön hallussa olevaa Alma Median osaketta vastikkeetta yhtiön ylimmän johdon vuonna 2015 alkaneen LTI 2015 II & LTI 2015 III -osakepalkkio-ohjelman osallistujille kannustinjärjestelyn ehtojen mukaisesti. Luovutuksen jälkeen Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 99 795 kappaletta.

Yhtiökokous valtuutti 15.3.2019 hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä on noin yksi prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamisessa tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutuksen ehdotetaan olevan voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2020 saakka.

Yhtiökokous valtuutti 15.3.2019 hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 824 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2020 saakka.

Yhtiökokous valtuutti 15.3.2019 hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 16 500 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspohjan laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei

kuitenkaan saa käyttää yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2020 saakka.

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestely yhtiön johdolle ja erälle 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.

Alma Median ylimmän johdolle tarkoitetussa LTI 2019 -kannustinjärjestelmässä lisäosakeohjelma koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joiden alkaminen on kulloinkin ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on seuraavat pääelementit: henkilön oma sijoitus Alma Median osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet kiinteällä kertoimella kolmivuotisen rajoitusjakson jälkeen, mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita kolmivuotisen suoritusjakson perusteella sekä kahden vuoden pituinen luovutusrajoitus, joka koskee puolta palkkiona saaduista osakkeista. Palkkiot maksetaan Alma Median Oyj:n osakkeina.

Ensimmäisessä uuden rakenteen mukaisessa lisäosakeohjelmassa (MSP 2019) osallistuja saa kiinteämääräisenä palkkiona maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kolmivuotisen rajoitusjakson jälkeen. Jos kaikki osallistumiseen oikeutetut henkilöt osallistuvat MSP 2019-ohjelmaan tekemällä edellytetyn osakesijoituksen, kiinteän lisäosakekertoimen nojalla suoritettavien lisäosakkeiden enimmäismäärä on yhteensä 125 000 osaketta (bruttomäärä, josta vähennetään soveltuva ennakonpidätys ja jonka jälkeen jäljelle jäävä nettomäärä suoritetaan osallistujille osakkeina). Kiinteämääräiset lisäosakkeet suoritetaan keväällä 2022. MSP 2019 -ohjelman nojalla mahdollisesti suoritettavat suoritusperusteiset lisäosakkeet maksetaan osallistujille kolmivuotisen suoritusjakson jälkeen keväällä 2022 edellyttäen, että hallituksen ohjelmalle asettamat suoritustavoitteet saavutetaan. MSP 2019-ohjelmaan sovellettavat suoritustavoitteet perustuvat Alma Median osakkeen absoluuttiseen kokonaistuoton kehitykseen (TSR) sekä Alma Median digitaalisen liiketoiminnan kasvuun. Jos hallituksen asettamat suoritustavoitteet saavutetaan kokonaisuudessaan, osallistuja saa maksutta yhteensä neljä lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti. Tällöin, jos kaikki osallistumaan oikeutetut henkilöt osallistuvat MSP 2019-ohjelmaan tekemällä edellytetyn osakesijoituksen, 2019-ohjelman nojalla maksettavien

suoriteperusteisten osakkeiden kokonaismäärä on yhteensä enintään 250 000 osaketta (bruttomäärä, josta vähennetään soveltuva ennakonpidätys ja jonka jälkeen jäljelle jäävä nettomäärä suoritetaan osallistujille osakkeina). MSP 2019-ohjelmaan ovat oikeutettuja osallistumaan Alma Media-konsernin johtoryhmään kuuluvat henkilöt.

Alma Median keski johdolle ja valituille avainhenkilöille tarkoitetussa LTI 2019 -kannustinjärjestelmässä suoriteperusteinen osakepalkkiojärjestelmä koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä suoriteperusteisista osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin sisältää kolmivuotisen suoritusjakson sekä mahdollisen osakepalkkion maksamisen sen jälkeen. Kunkin yksittäisen ohjelman alkaminen edellyttää hallituksen erillistä hyväksyntää. Ensimmäinen ohjelma, PSP 2019, alkaa vuoden 2019 alusta ja sen nojalla mahdollisesti suoritettavat osakepalkkiot maksetaan keväällä 2022 edellyttäen, että hallituksen ohjelmalle asettamat suoritustavoitteet saavutetaan. Mahdolliset osakepalkkiot maksetaan Alma Media Oyj:n osakkeina. Ensimmäiseen, PSP 2019-ohjelmaan sovellettavat suoritustavoitteet perustuvat Alma Median osakkeen absoluuttiseen kokonaistuoton kehitykseen (TSR), Alma Median digitaalisen liiketoiminnan kasvuun sekä osallistujien liiketoiminta-alueen liikevoittoon (EBIT). PSP 2019-ohjelmaan on oikeutettu osallistumaan noin 55 henkilöä. Jos PSP 2019-ohjelmalle asetetut suoritustavoitteet saavutetaan kokonaisuudessaan, sen perusteella maksettavien osakepalkkioiden kokonaismäärä on enintään noin 310 000 osaketta (bruttomäärä, josta vähennetään soveltuva ennakonpidätys ja jonka jälkeen jäljelle jäävä nettomäärä suoritetaan osallistujille osakkeina).

Markkinataka

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2019 ensimmäisen 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 aktivointiteknologiaa regulaatiovaatimukset huomioiden. Teknologisen kehityksen myötä ja mediakulutuksen painopisteen siirtyessä digitaalisiin kanaviin Alma Media vastaa toimintaympäristön muutokseen kehittämällä digitaalisia palveluja ja tuotteita kuluttajille ja yrityksille.

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

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

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Media tiedotti 5.4.2019, että Alma Median Alma Markets liiketoimintasegmentin johtaja Raimo Mäkilä (61) on ilmoittanut jäävänsä eläkkeelle 31.7.2019 alkaen. Hän aloitti Aamulehti-yhtymän palveluksessa vuonna 1997 ja on

työskennellyt nykyisessä tehtävässään Alma Mediassa vuodesta 1999. Alma Media on käynnistänyt Mäkilän seuraajan haun.

ALMA MEDIA OYJ
Hallitus

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2019 1—3	2018 1—3	Muutos %	2018 1—12
LIKEVAIHTO	85,0	92,2	-7,8	354,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,8	-77,9	6,7
Materiaalit ja palvelut	14,5	18,1	-20,2	64,8
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	34,4	37,1	-7,2	141,9
Poistot ja arvonalentumiset	5,7	4,2	35,9	15,6
Liiketoiminnan muut kulut	16,2	20,7	-21,7	78,1
LIKEVOITTO	14,4	12,9	12,0	61,0
Rahoitustuotot	0,1	0,2	-67,0	2,1
Rahoituskulut	0,5	0,3	47,4	2,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,1	0,1	-13,3	-0,3
TULOS ENNEN VEROJA	14,0	12,9	8,8	60,4
Tuloverot	2,7	2,5	10,1	12,5
TILIKAUDEN TULOS	11,3	10,4	8,5	47,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:				
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi				
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät				
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset				-0,1
				-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi				
Muuntoerot				
	-0,3	-0,6		0,6
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot				
	0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,3	-0,6		0,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	10,9	9,8		48,3
Tilikauden tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille				
	9,8	9,0		41,7
- Määräysvallattomille omistajille				
	1,5	1,5		6,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille				
	9,5	8,3		42,0
- Määräysvallattomille omistajille				
	1,5	1,5		6,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:				
- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa				
	0,12	0,11		0,51

TASE			
(milj. euroa)	31.3.2019	31.3.2018	31.12.2018
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	133,4	134,8	133,5
Aineettomat hyödykkeet	57,3	65,5	59,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	104,5	57,4	53,7
Sijoituskiinteistöt	0,0	10,1	0,0
Osuudet osakkuusyrityksissä	4,2	6,0	4,1
Muut rahoitusvarat	5,0	4,3	3,9
Laskennalliset verosaamiset	1,5	2,3	1,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	3,5	2,7	3,2
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,5	0,8	0,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	37,4	41,6	36,3
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,0	0,1
Rahavarat	47,6	26,5	49,5
VARAT YHTEENSÄ	394,9	352,3	345,6
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,9	-1,8	-0,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	69,9	56,7	88,7
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	141,2	127,0	160,2
Määräysvallattomien omistajien osuus	28,0	24,7	26,6
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	169,2	151,7	186,8
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	91,2	54,9	47,3
Laskennalliset verovelat	11,9	13,5	12,2
Eläkevelvoitteet	1,1	1,1	1,1
Varaukset	0,4	0,4	0,4
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,2	0,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	20,4	20,4	13,1
Saadut ennakot	28,1	34,7	20,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	1,9	3,3	3,7
Varaukset	0,7	0,8	0,7
Ostovelat ja muut velat	69,9	71,1	59,5
VELAT YHTEENSÄ	225,7	200,6	158,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	394,9	352,3	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					9,8	9,8	1,5	11,3
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-0,3			-0,3	-0,1	-0,4
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8
Tytäryritysten osingonjako							-0,1	-0,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,4	0,4		0,4
Oma pääoma 31.3.2019	45,3	7,7	-0,9	19,1	69,9	141,2	28,0	169,2
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					9,0	9,0	1,5	10,4
Muut laajan tuloksen erät			-0,6			-0,6	0,0	-0,6
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-19,7	-19,7		-19,7
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa						0,0	1,7	1,7
Oma pääoma 31.3.2018	45,3	7,7	-1,8	19,1	56,7	127,0	24,7	151,7

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2019 1—3	2018 1—3	2018 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden voitto	11,3	10,4	47,9
Oikaisuerät	9,0	7,7	26,1
Käyttöpääoman muutos	14,6	15,4	-2,7
Saadut osingot		0,1	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,6	-0,3	-1,7
Maksetut verot	-4,1	-5,1	-13,9
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	30,3	28,2	56,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,2	-0,3	-1,6
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,2	-0,8	-2,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	1,2	1,4
Investoinnit muihin sijoituksiin		0,1	-0,1
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla		-5,0	-5,2
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla		0,0	12,9
Osakkuusyritysten hankinta		-1,5	-1,2
Osakkuusyritysten myynti		0,0	1,2
Investointien rahavirta yhteensä	-0,4	-6,4	5,3
Rahavirta ennen rahoitusta	29,9	21,9	61,6
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lainojen nostot	0,0	11,0	14,0
Lainojen takaisinmaksut	0,0	-6,0	-19,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-3,0	-1,4	-5,1
Maksetut osingot	-28,9	-19,7	-22,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-31,9	-16,2	-33,0
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-2,0	5,7	28,6
Rahavarat kauden alussa	49,5	20,7	20,7
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	-0,1	0,2
Rahavarat kauden lopussa	47,6	26,5	49,5

Osakkuusyhtiöt

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

Ehdolliset kauppahinnat

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

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	10,0
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-1,6
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	8,3

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2019 1—3	2018 1—3	2018 1—12
Henkilöstö Suomi	1 204	1 320	1 294
Henkilöstö muut maat	648	645	649
Henkilöstö yhteensä	1 853	1 965	1 943

Varaukset

Yhtiöllä oli 31.3.2019 yhteensä 1,0 (1,1) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	31.3.2019	31.3.2018	31.12.2018
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset	0,2	1,2	1,0
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat: *)			
Yhden vuoden kuluessa	0,9	9,3	9,2
1-5 vuoden kuluessa	0,7	25,1	25,2
yli viiden vuoden kuluttua	0,0	17,4	18,2
Yhteensä	1,6	51,8	52,6
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellaisia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 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)	31.3.2019	31.3.2018	31.12.2018
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo	0,0	0,0	0,1
Nimellisarvo	0,2	0,3	0,1
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo	-0,5	-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	9,1	8,0	4,6

Lähipiiritapahtumat

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan emoyhtiön merkittävimmät omistajat, osakkuusyrityt sekä niiden omistamat yrityt. 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	2019	2018	2018
(milj. euroa)	1—3	1—3	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,0	0,6
Osakkuusyrityt	0,1	0,0	0,4
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,3	2,9
Osakkuusyrityt	0,1	0,3	2,9
Merkittävät omistajat	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
Osakkuusyrityt	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt			0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyrityt		0,0	
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2019 1—3	2018 10—12	2018 7—9	2018 4—6	2018 1—3	2017 10—12	2017 7—9	2017 4—6	2017 1—3
LIKEVAIHTO	85,0	91,9	81,6	88,9	92,2	97,1	86,0	93,7	90,5
Alma Markets	25,0	24,4	23,9	24,2	23,8	22,1	20,9	20,6	19,6
Alma Talent	26,2	29,9	23,1	28,1	27,8	31,0	24,0	28,7	29,5
Alma Consumer	34,7	38,4	35,3	37,2	40,7	44,2	41,3	44,7	41,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,8	-0,8	-0,7	-0,6	-0,2	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	70,8	75,0	66,6	76,2	80,1	90,1	72,2	80,5	78,0
Alma Markets	16,3	16,2	14,6	15,7	15,6	16,4	13,0	13,3	12,4
Alma Talent	22,4	24,4	20,3	24,3	24,6	27,2	21,2	25,3	25,0
Alma Consumer	31,6	33,2	31,4	34,6	38,4	39,7	36,8	40,4	38,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,5	1,2	0,3	1,7	1,5	6,8	1,2	1,6	2,1
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	20,1	20,8	18,9	16,9	16,4	15,7	17,9	17,2	16,6
Alma Markets	9,9	9,1	10,3	9,5	9,1	6,5	8,6	8,1	8,0
Alma Talent	5,1	6,6	3,8	4,8	4,3	4,9	3,9	4,4	5,7
Alma Consumer	4,4	6,3	4,9	3,7	3,4	5,6	5,7	5,4	4,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,7	-1,2	-0,2	-1,2	-0,4	-1,4	-0,4	-0,7	-1,1
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,4	17,1	15,1	12,9	12,2	11,3	14,0	13,2	12,6
Alma Markets	8,7	8,2	9,4	8,6	8,2	5,8	7,9	7,3	7,3
Alma Talent	3,8	5,6	2,8	3,8	3,3	3,9	2,8	3,3	4,6
Alma Consumer	3,2	5,4	4,0	2,7	2,3	4,6	4,7	4,4	3,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,3	-2,1	-1,0	-2,2	-1,6	-3,0	-1,5	-1,8	-2,3
% LIIKEVAIHDESTA	16,9	18,6	18,5	14,5	13,2	11,6	16,2	14,1	13,9
Alma Markets	34,7	33,7	39,3	35,5	34,5	26,2	37,8	35,7	37,2
Alma Talent	14,6	18,7	12,1	13,7	11,7	12,5	11,7	11,6	15,5
Alma Consumer	9,1	14,0	11,2	7,3	5,8	10,3	11,4	9,8	7,2
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,0	-0,9	-0,6	4,5	0,7	-5,4	0,3	1,8	-1,2
Alma Markets	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,5	0,0	0,0
Alma Talent	0,0	-0,4	0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,1	0,7	0,0
Alma Consumer	0,0	-0,6	-0,2	4,3	0,0	-1,4	0,1	0,0	-0,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,1	-0,5	0,3	0,0	-4,0	-0,2	1,1	-0,4
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,4	16,1	14,6	17,4	12,9	5,8	14,3	15,0	11,4
Alma Markets	8,7	8,2	9,4	8,6	8,9	5,8	8,4	7,3	7,3
Alma Talent	3,8	5,2	2,9	3,7	3,3	3,9	2,7	4,0	4,6
Alma Consumer	3,2	4,8	3,8	7,0	2,3	3,1	4,8	4,4	2,1
Kohdistamattomat toiminnot	-1,3	-2,0	-1,6	-1,9	-1,6	-7,0	-1,6	-0,7	-2,6
Rahoitustuotot	0,1	0,0	0,9	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0
Rahoituskulut	0,5	-0,2	-0,4	0,8	0,1	0,1	0,6	0,5	0,3
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,1	-0,7	0,2	0,1	0,1	0,0	0,3	0,2	0,2
TULOS ENNEN VEROJA	14,0	15,7	15,3	16,9	12,9	5,8	14,0	14,9	11,3
Tuloverot	-2,7	-3,9	-3,1	-3,1	-2,5	-1,4	-2,8	-2,7	-2,4
TILIKAUDEN TULOS	11,3	11,8	12,2	13,8	10,4	4,4	11,2	12,2	8,9

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2018 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2018 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2018 kanssa. Osavuositarkastuksessa on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöön otetut 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 kirjanpito-käsittelyyn 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	31.3.2019 Varat	31.3.2019 Velat	1.1.2019 Varat	1.1.2019 Velat
Tila- ja muut vuokrasopimukset	53,0	53,2	53,7	53,7
IT-vuokrasopimukset	-1,2	-1,3	-1,2	-1,2
Yhteensä	51,8	52,0	52,5	52,5

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

IFRS 16 VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	31.3.2019
Alma Markets	6,6
Alma Talent	3,0
Alma Consumer	3,5
Segmentit yhteensä	13,1
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	39,9
Yhteensä	53,0

IFRS 16 VELAT SEGMENTEITTÄIN

(milj. euroa)

31.3.2019

Alma Markets	6,6
Pitkäaikaiset velat	5,0
Lyhytaikaiset velat	1,6
Alma Talent	3,0
Pitkäaikaiset velat	1,9
Lyhytaikaiset velat	1,1
Alma Consumer	3,5
Pitkäaikaiset velat	2,6
Lyhytaikaiset velat	0,9
Segmentit yhteensä	13,1
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	39,9
Yhteensä	53,0

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 oikaisut	+0,8
Lisätään/vähennetään (-): muuttuviin maksuihin vaikuttaviin indeksiin tai hintatason muutoksiin liittyvät oikaisut sekä puuttuvat vuokravastuut	+3,7
1.1.2019 kirjattu vuokrasopimusvelan muutos	52,5

Osavuositarkastuksen 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. Osavuositarkastuksen 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 uudelleenjärjestelystä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään

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

- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2019 keskiviikkona 17.7.2019 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2019 keskiviikkona 23.10.2019 noin klo 8.00.