



Alma Media Oyj

Q2 Osavuositarkastus

18.7.2018



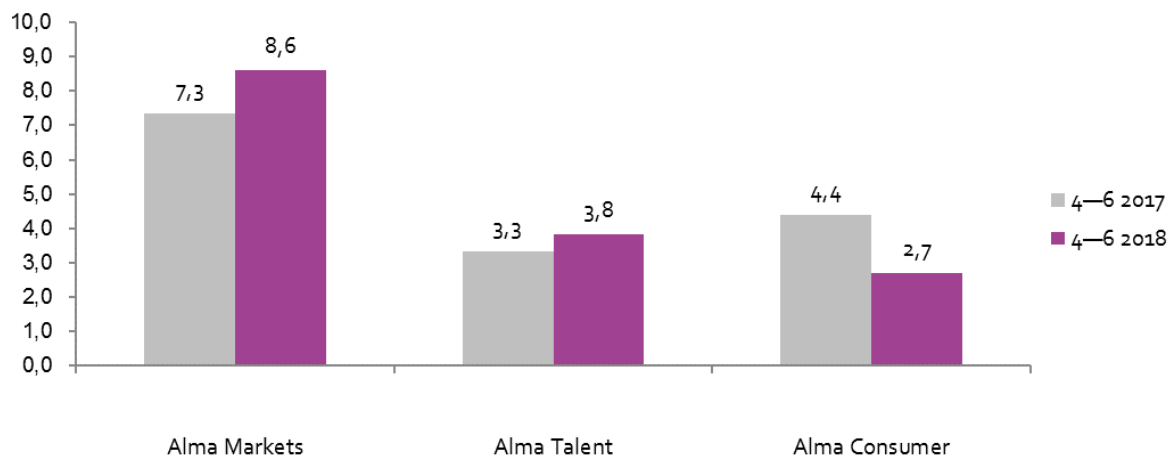
Alma Median osavuositarkastus tammi—kesäkuu 2018:

Liikevaihto laski myydyjen liiketoimintojen johdosta. Oikaistu liikevoitto vertailukauden tasolla toisella vuosineljänneksellä.

Taloudellinen kehitys huhti—kesäkuussa 2018:

- Liikevaihto 88,9 (93,7) milj. euroa, laskua 5,1 %.
- Oikaistu liikevoitto 12,9 (13,2) milj. euroa, 14,5 % (14,1 %) liikevaihdosta, laskua 2,7 %.
- Liikevoitto 17,4 (15,0) milj. euroa eli 19,6 % (16,0 %) liikevaihdosta, kasvua 15,7 %.
- Osakekohtainen tulos 0,15 (0,13) euroa.
- Alma Markets: Liiketoiminnan kannattava kasvu jatkui.
- Alma Talent: Kannattavuus Suomessa vahvistui, mutta Ruotsin medialiiketoiminnan heikko kehitys jatkui.
- Alma Consumer: Painetun median myynnin lasku heikensi kannattavuutta.

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



Taloudellinen kehitys tammi—kesäkuussa 2018:

- Liikevaihto 181,1 (184,2) milj. euroa, laskua 1,7 %.
- Oikaistu liikevoitto 25,1 (25,8) milj. euroa, 13,9 % (14,0 %) liikevaihdosta, laskua 2,8 %.
- Liikevoitto 30,3 (26,4) milj. euroa eli 16,7 % (14,3 %) liikevaihdosta, kasvua 14,6 %.
- Osakekohtainen tulos 0,26 (0,23) euroa.

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



AVAINLUVUT milj. euroa	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Liikevaihto	88,9	93,7	-5,1	181,1	184,2	-1,7	367,3
Sisältöliikevaihto	27,7	31,3	-11,5	58,7	63,4	-7,4	125,8
Sisältöliikevaihto, painettu	23,6	27,3	-13,3	50,3	55,3	-9,0	109,3
Sisältöliikevaihto, digi	4,1	4,1	0,6	8,4	8,2	3,0	16,5
Mainosmyynnin liikevaihto*	46,8	48,4	-3,4	93,1	92,7	0,4	185,8
Mainosmyynti, painettu	12,8	17,0	-24,4	26,8	32,7	-18,1	62,8
Mainosmyynti, digi	33,2	30,7	8,1	65,0	58,7	10,7	120,5
Palveluliikevaihto*	14,4	13,9	3,5	29,2	28,1	4,1	55,7
Oikaistut kokonaiskulut	76,2	80,5	-5,3	156,3	158,5	-1,4	320,8
Oikaistu käyttökate	16,9	17,2	-1,9	33,3	33,8	-1,5	67,4
Käyttökate	21,4	19,0	12,5	38,4	34,4	11,9	66,9
Oikaistu liikevoitto	12,9	13,2	-2,7	25,1	25,8	-2,8	51,1
% liikevaihdesta	14,5	14,1		13,9	14,0		13,9
Liikevoitto/-tappio	17,4	15,0	15,7	30,3	26,4	14,6	46,6
% liikevaihdesta	19,6	16,0		16,7	14,3		12,7
Tilikauden tulos	13,8	12,2	12,9	24,2	21,1	14,8	36,7
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,15	0,13	11,0	0,26	0,23	13,1	0,39
Digiliiketoiminnan liikevaihto	43,2	39,4	9,6	84,8	76,6	10,8	156,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	48,6	42,1		46,9	41,6		42,6

*) Vertailutietoa on oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Toimintaympäristö vuodelle 2018

Suomen kansantalouden arvioidaan kasvavan vahvasti vuonna 2018. Alma Medialle tärkeiden itäisen Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian, kansantalouksien arvioidaan kasvavan 3–4 %. Median rakennemuutos jatkuu vuonna 2018; mainonta ja sisältömyynti verkossa kasvaa, ja painetun median kysyntä laskee.

Näkymät vuodelle 2018 (muuttumaton)

Alma Media arvioi vuoden 2018 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden 2017 tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2017 tasosta. Vuoden 2017 liikevaihto oli 367,3 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 51,1 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden 2018 huhti–kesäkuussa mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 2,5 (4,8) % ja verkkomediainonta kasvoi Suomessa toisella kvartaalilla 2,9 (1,7) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 12,5 (10,6) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski huhti–kesäkuussa 9,7 (8,7) %. Iltpäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2018 toisella kvartaalilla 14,8 (10,2) %.

Vuoden 2018 tammi–toukokuussa mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 5,6 (3,6) %. Samalla ajanjaksolla verkkomediainonta Ruotsissa kasvoi 5,4 % (10,8 %) ja ammattilehtien mainonnan määrä laski 19,8 (9,0) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa vuonna 2018 Tšekissä 3,4 %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 3,9 % vuonna 2018. Slovakiassa BKT kasvaa Euroopan Komission ja keskuspankki NBS:n mukaan 4,0 % vuonna 2018.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Median huhti–kesäkuun 2018 oikaistu liikevoitto oli vertailukauden hyvällä tasolla, liikevaihtoa laskivat lähinnä yritysmyynnit. Toisella neljänneksellä liiketoimintomme kehittivät hyvin eri tahtiin. Vahvin kasvun ja tuloksen ajuri oli jälleen Alma Markets. Positiivista oli myös Alma Talentin Suomen liiketoiminnan vakaa liikevaihdon kehitys ja parantunut kannattavuus. Haasteet kuitenkin jatkuvat Ruotsissa. Median rakennemuutos heijastui Alma Consumerin tulokseen painetun median jatkaessa laskuaan.

Suomen talous on korkeasuhdanteessa, mutta kotimaan mainosmarkkina on edelleen laskussa ja kilpailu kansainvälisten alustatoimijoiden kanssa on kiristynyt. Kotimaisen mediamainonnan määrä laski Kantar TNS:n mukaan huhti–kesäkuussa 2,5 prosenttia.

Alma Markets –segmentin vahva operatiivinen tuloskehitys jatkui toisella neljänneksellä, liikevaihto kasvoi 18 prosenttia liikevoittomarginaalin ollessa 36 prosenttia. Erinomaisen kehityksen taustalla olivat hyvän markkinakehityksen tukemana niin ulkomaiset rekrytointipalvelut kuin kotimaan markkinapaikat. Segmentin kuluja kasvattivat muun muassa lanseeraus- ja markkinointipanostukset uuteen rekrytointimobiilipalveluun Puolassa. Palvelun käyttäjämäärien kehitys on vakiintunut hyvälle kasvu-uralle ja se on siirtymässä kokeiluvaiheesta rekrytointiasiakkaille maksulliseksi palveluksi.

Alma Talentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla, mutta oikaistu liikevoitto parani 15 prosenttia Suomessa aiemmin toteutettujen rakennejärjestelyjen ja hyvän kulukurin ansiosta. Ruotsin liiketoimintojen kehitys oli heikkoa ja toimenpiteet tilanteen korjaamiseksi ovat käynnissä. Alma Talentin keskeisenä tavoitteena on edetä ripeästi kohti digitaalisia median ja palveluiden liiketoimintamalleja. Raportointikaudella niin digisisältömyynti, digitilaukset kuin digimainosmyyntikin kasvoivat.

Keväällä muodostetun, kuluttajamediaan keskittyneen liiketoimintasegmentin, Alma Consumerin liikevaihtoa laski muun muassa Lapin lehtiliiketoiminnan myynti. Tulosta heikensivät edelleen jatkunut painetun median mainosmyynnin ja Iltalehden irtomeromyyntin lasku sekä toisaalta myös odotettua heikompi ohjelmallisen ostamisen myyntikehitys digitaalisessa mainonnassa. Uuden tietosuoja-asetuksen (GDPR) tulo loi kevään aikana yleisesti hetkellistä epävarmuutta ohjelmallisen ostamisen markkinalla.

Mediatoimialan toimintaympäristön uudeksi vaikuttavaksi muutosvoimaksi on viime vuosina noussut lainsäädäntö. Koko alkuvuoden aikana uusi tietosuoja-asetus ja siihen valmistautuminen näkyi intensiivisesti kaikkien Alman mediatuotteiden ja palveluiden tekemisissä, muun muassa palveluiden tietojenhallinta- ja käsittelyprosessien dokumentoinnissa, henkilötietojen siirtoon tai luovutukseen liittyvien tietojenkäsittelysopimusten uusimisessa, vaikutustenarviointien teossa sekä henkilöstön koulutuksessa.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

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

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

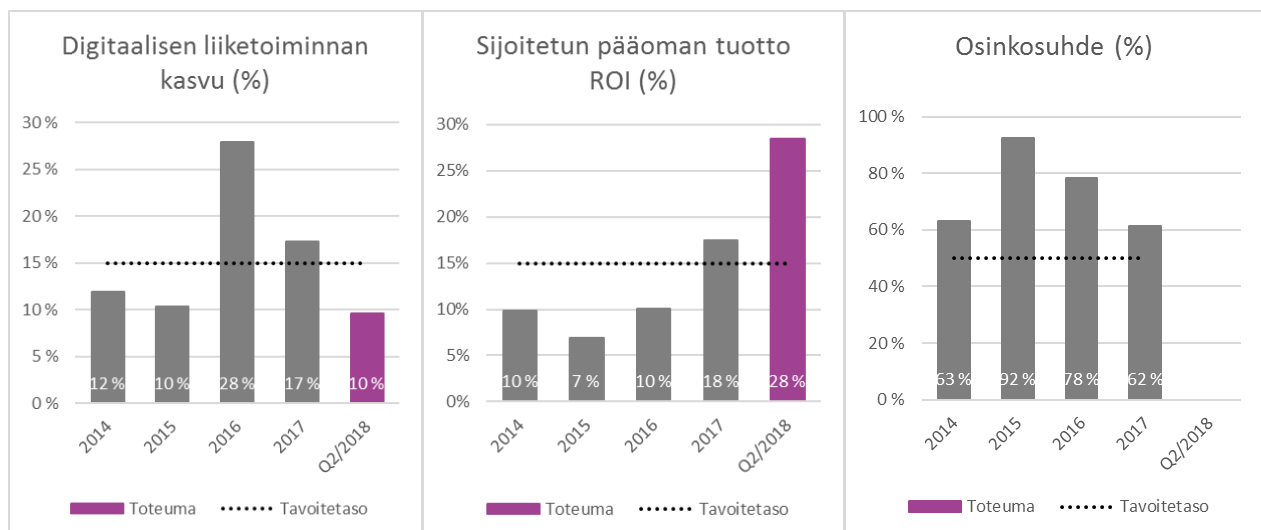
Vuosien 2018–2020 strategijaksolle Alma Media on valinnut viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää konsernitasoista strategista aloitetta. Aloitteiden toteuttamisessa hyödynnetään konsernin eri liiketoimintojen välistä yhteistyötä ja synergiaa. Strategiset 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-teemasisällöt ja -palvelut sekä 5) kävijäliikenteen kasvattaminen ja ohjaus.

Digitilausepohjaisen liiketoimintamallin vahvistaminen edellyttää mediayhtiöissä kulttuurimuutoksen lisäksi tiivistä yhteistyötä toimitusten, digikehityksen sekä myynnin ja markkinoinnin kanssa. Sisältöjen verkkokaupan kehittämiseen ja tehostamiseen tähtäävä Alma Median eCom-ryhmä koostuukin eri liiketoimintayksiköiden digisisältöjen ja niiden myynnin osaajista. Tavoitteena on digitaalisen sisältöliikevaihdon yhä nopeampi kasvattaminen, digisisältötuotteiden käyttäjämäärän lisääminen sekä niiden tekeminen säännölliseksi osaksi asiakkaiden arkea. Alma Median strategisen eCom-aloitteen huhti–kesäkuun toimenpiteisiin kuuluivat muun muassa digitaalisen sisältötuotteen laadun ja arvon kehittäminen, esimerkiksi tilaajalojaliteettia lisäävien, vain tilaajille tarkoitettujen tähtijuttujen laajempi tarjonta, käyttäjän aktiivisuuden sekä käyntitiheyden ja tilaajapidon kasvattaminen sekä digitaalisen kulttuurin ja yhteistyön vahvistaminen organisaatiossa.

Kannattavan kasvun varmistamiseksi Alma Media arvioi säännöllisesti brändiportfolioaan, liiketoimintojensa tuotteita ja palveluita - tarvittaessa kannattamattomat tai vähäisiä synergioita tuottavat toiminnot lopetetaan tai divestoidaan. Vuonna 2018 Alma Median Ruotsin liiketoimintojen kehitys ei ole ollut tavoitteiden mukaista. Kesäkuussa Alma Talent päätti lopettaa tapahtumaliiketoimintaan erikoistuneen Alma Talent Events AB:n sekä heinäkuun alussa myydä mediabrändit Dagens Median ja Medievrldenin Dagens Media Sverige AB:n osakekaupalla BBM:lle (Bonnier Business Medialle). Lisäksi Alma Talent Oy myi katsauskauden aikana CRM-service Oy:lle CRM-järjestelmän jälleenmyynti- ja ylläpitoliiketoiminnan. Katsauskauden divestointeihin kuului myös kesäkuussa julkistettu Alma Consumerin matkailumedia Rantapallon liiketoimintakauppa, jolla Matkapörssi- ja Lentokeskus siirtyy heinäkuun alusta Lakeuden Matkat Oy:lle.

Alma Median kuluttajamediaan keskittyvän Alma Consumerin integraatioprosessi saatiin päätökseen kesäkuussa. Alma Consumer muodostui uutis- ja lifestylepalveluja tuottavan Alma News & Lifen sekä alueelliseen ja paikalliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Regions yhdistymisestä huhtikuussa 2018. Toimintojen yhdistämisellä, osaamisen keskittämällä ja yhteisen tekemisen lisäämisellä tavoitellaan digitaalisen liiketoiminnan kasvua sisällöissä, palveluissa ja mainonnassa, painetun median liikevaihdon kehityksen varmistamista, markkinointiasiakkaille parhaiden palveluiden ja ratkaisujen tarjoamista sekä paikallisen, alueellisen ja valtakunnallisen toiminnan vahvistamista. Uudelleenorganisointiin liittyen katsauskaudella käytyjen yhteistoimintaneuvottelujen tuloksena työt vähenevät kahdeksalla henkilötövuodella. Integraatioprosessiin kuului Alma Consumerin johtamismallin rakentaminen ja liiketoimintasegmentin johtoryhmän muodostaminen. Lisäksi Alma Consumerin sisältömyynti ja digikehitys organisoituivat. Liiketoimintayksikön strategiatyö käynnistyy kolmannella vuosineljänneksellä. Strategiatyön yhtenä tavoitteena on etsiä yhdistyneen Consumer-yksikön kyvykkyyksiin perustuvia uusia liiketoiminta-avauksia.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2017 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	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	88,9	93,7	-5,1	181,1	184,2	-1,7	367,3
Oikaistut kokonaiskulut	76,2	80,5	-5,3	156,3	158,5	-1,4	320,8
Oikaistu käyttökate	16,9	17,2	-1,9	33,3	33,8	-1,5	67,4
Käyttökate	21,4	19,0	12,5	38,4	34,4	11,9	66,9
Oikaistu liikevoitto	12,9	13,2	-2,7	25,1	25,8	-2,8	51,1
% liikevaihdosta	14,5	14,1		13,9	14,0		13,9
Liikevoitto/-tappio	17,4	15,0	15,7	30,3	26,4	14,6	46,6
% liikevaihdosta	19,6	16,0		16,7	14,3		12,7
Tilikauden tulos ennen veroja	16,9	14,9	13,5	29,8	26,1	14,0	45,9
Tilikauden tulos	13,8	12,2	12,9	24,2	21,1	14,8	36,7
TASE	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Taseen loppusumma				339,6	323,7	4,9	333,8
Korolliset nettovelat				34,7	43,5	-20,2	40,2
Korollinen vieras pääoma				58,8	67,9	-13,4	61,3
Koroton vieras pääoma				118,5	112,6	5,3	114,2
Investoinnit	2,1	2,2	-7,3	20,6	4,1	400,6	22,2
Omavaraisuusaste-%				52,0	48,7	6,6	50,9
Velkaantumisaste (gearing), %				21,4	31,0	-29,8	25,6
HENKILÖSTÖ	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	2 318	2 312	0,3	2 318	2 277	1,8	2 280
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	859	896	-4,1	842	880	-4,3	870
TUNNUSLUKUJA	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	40,1	40,4	-1,0	32,5	32,3	0,6	24,8
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	28,4	26,7	6,3	23,8	21,4	11,2	17,5
Tulos/osake, EUR **)	0,15	0,13	11,0	0,26	0,23	13,1	0,39
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,04	0,13	-65,5	0,40	0,40	-1,8	0,51
Oma pääoma/osake				1,68	1,50	12,1	1,66
Osinko/osake							0,24
Efektiiivinen osinkotuotto-%							3,3
Hinta/voitto-suhde P/E							18,4
Osakekannan markkina-arvo				543,7	491,8	10,6	592,3
Osakemäärä keskimäärin **) (1000 osaketta***)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta***)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

*) ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet. **) laimentamaton ja laimennettu. ***) yhtiö on hankkinut katsauskauden aikana omia osakkeita 198 658 kpl ja luovuttanut 122 344 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 236 314 kpl.

LIKEVAIHTO

Huhti–kesäkuu 2018

Liikevaihto laski vuoden 2018 toisella neljänneksellä 5,1 % 88,9 (93,7) milj. euroon.

Sisältöliikevaihto laski 11,5 % 27,7 (31,3) milj. euroon. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 2,6 milj. euroa.

Mainosmyynnin liikevaihto laski 3,4 % 46,8 (48,4) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 24,4 % vertailukauden tasosta ja oli 12,8 (17,0) milj.euroa. Digimainosmyynti kasvoi 8,1 % 33,2 (30,7) milj.euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin liikevaihdon laskuun oli 2,5 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 14,4 (13,9) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,7 milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Tammi–kesäkuu 2018

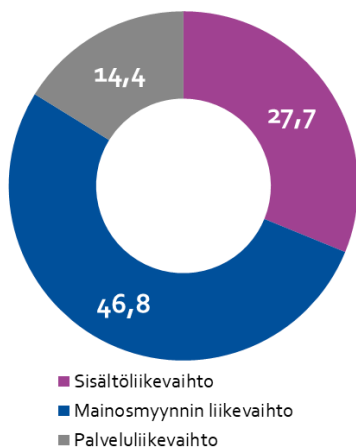
Liikevaihto laski ensimmäisellä vuosipuoliskolla 1,7 % 181,1 (184,2) milj.euroon.

Sisältöliikevaihto laski 7,4 % 58,7 (63,4) milj.euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 3,0 milj. euroa.

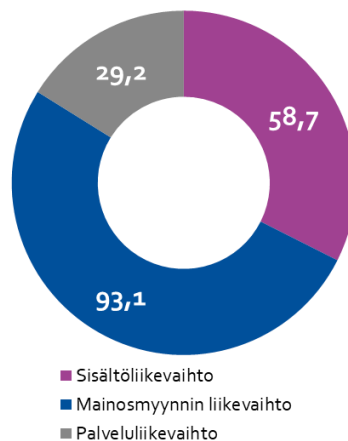
Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 0,4 % 93,1 (92,7) milj.euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 18,1 % vertailukauden tasosta ja oli 26,8 (32,7) milj.euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 10,7 % 65,0 (58,7) milj.euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin liikevaihtoon oli -2,8 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 29,2 (28,1) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,8 milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Liikevaihdon jakauma Q2/2018, milj. Euroa.



Liikevaihdon jakauma 1–6/2018, milj. euroa.



LIKEVAIHTO SEGMENTEITTÄIN milj. euroa	2018 4–6	2017 4–6	Muutos %	2018 1–6	2017 1–6	Muutos %	2017 1–12
Alma Markets	24,2	20,6	17,7	48,0	40,2	19,3	83,2
Alma Talent	28,1	28,7	-2,1	55,9	58,2	-4,0	113,2
Alma Consumer	37,2	44,7	-16,6	78,0	86,3	-9,6	171,8
Segmentit yhteensä	89,5	93,9	-4,7	181,9	184,7	-1,5	368,2
Kohdistamattomat toiminnot	-0,6	-0,2	158,9	-0,8	-0,4	74,1	-0,9
Yhteensä	88,9	93,7	-5,1	181,1	184,2	-1,7	367,3

LIIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2018 4—6	2017 4—6	Change %	2018 1—6	2017 1—6	Change %	2017 1—12
Segmentit Suomi	66,3	72,3	-8,24	135,1	142,2	-5,03	282,2
Segmentit muut maat	22,5	20,9	7,81	45,2	41,0	10,33	82,9
Segmentit yhteensä	88,8	93,1	-4,65	180,3	183,2	-1,59	365,1
Kohdistamattomat	0,1	0,6	-77,89	0,8	1,0	-24,17	2,2
Konserni yhteensä	88,9	93,7	-5,09	181,1	184,2	-1,72	367,3

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

TULOS

Huhti–kesäkuu 2018

Oikaistu liikevoitto oli 12,9 (13,2) milj. euroa, 14,5 % (14,1 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 17,4 (15,0) milj. euroa, 19,6 % (16,0 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 4,5 (1,8) milj. euroa, jotka liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoihin. Myös vertailukauden oikaistut erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat toisella neljänneksellä -3,6 milj. euroa myytyjen liiketoimintojen johdosta. Toisaalta kuluja kasvattivat panostukset verkkopalveluiden kehitykseen ja markkinointiin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,0 (3,9) milj. euroa.

Huhti–kesäkuun 2018 tulos oli 13,8 (12,2) milj. euroa ja oikaistu tulos 9,3 (10,4) milj. euroa.

Tammi–kesäkuu 2018

Oikaistu liikevoitto oli 25,1 (25,8) milj. euroa, 13,9 % (14,0 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 30,3 (26,4) milj. euroa, 16,7 % (14,3 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 5,2 (0,6) milj. euroa, jotka liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla -2,8 milj. euroa eli 1,7 % ja olivat 156,9 (159,7) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 8,2 (7,9) milj. euroa.

Tammi–kesäkuun 2018 tulos oli 24,2 (21,1) milj. euroa ja oikaistu tulos 19,0 (20,5) milj. euroa.

OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Alma Markets	8,6	7,3	17,1	16,8	14,7	14,6	28,3
Alma Talent	3,8	3,3	14,9	7,1	7,9	-10,4	14,6
Alma Consumer	2,7	4,4	-38,4	5,1	7,4	-31,5	16,7
Segmentit yhteensä	15,1	15,1	0,4	28,9	29,9	-3,4	59,6
Kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-1,8	-23,2	-3,8	-4,1	6,5	-8,5
Yhteensä	12,9	13,2	-2,7	25,1	25,8	-2,8	51,1

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	2018 4—6	2017 4—6	2018 1—6	2017 1—6	2017 1—12
Alma Markets					
Myyntivoitot ja -tappio			0,7		0,5
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2		-0,2		-0,1
Myyntivoitot ja -tappio	0,1	0,7	0,1	0,7	0,7
Alma Consumer					
Uudelleenjärjestelykulut	-0,5		-0,5	-0,8	-2,4
Myyntivoitot ja -tappio	4,7		4,7		0,2
Kohdistamattomat					
Arvonalentumistappiot					-4,0
Uudelleenjärjestelykulut				-0,4	-0,4
Myyntivoitot ja -tappio	0,3	1,1	0,3	1,1	0,9
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	4,5	1,8	5,2	0,6	-4,5
OIKAISTUT ERÄT TULOSSA ENNEN VEROJA	4,5	1,8	5,2	0,6	-4,5

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Alma Markets	8,6	7,3	17,1	17,5	14,7	19,3	28,9
Alma Talent	3,7	4,0	-8,0	7,0	8,6	-19,1	15,2
Alma Consumer	7,0	4,4	59,1	9,3	6,5	43,0	14,5
Segmentit yhteensä	19,3	15,8	22,4	33,8	29,8	13,4	58,5
Kohdistamattomat toiminnot	-1,9	-0,7	-159,4	-3,5	-3,4	-4,1	-12,0
Yhteensä	17,4	15,0	15,7	30,3	26,4	14,6	46,6

Osakkuusyhtiöt

Maaliskuussa 2018 Alma Media-konserni on hankkinut suunnatussa osakeannissa omistukseensa 20 prosenttia lainojen- ja vakuutusten kilpailutuspalveluita tarjoavan Etua Oy:n osakekannasta. Osapuolet eivät julkista sijoituksen hintaa. Etua Oy raportoidaan osakkuusyhtiönä.

Kesäkuussa 2018 Alma Media myi osuutensa Oy Suomen Tietotoimistosta. Alma Media omisti yhtiöstä 24,10 %. Myynillä ei ollut olennaista vaikutusta Alma Media -konsernin tulokseen.

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOSSA milj. euroa	2018 4—6	2017 4—6	2018 1—6	2017 1—6	2017 1—12
Alma Markets	0,1	0,1	0,2	0,2	0,5
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,1
Yhteensä	0,1	0,2	0,2	0,3	0,7

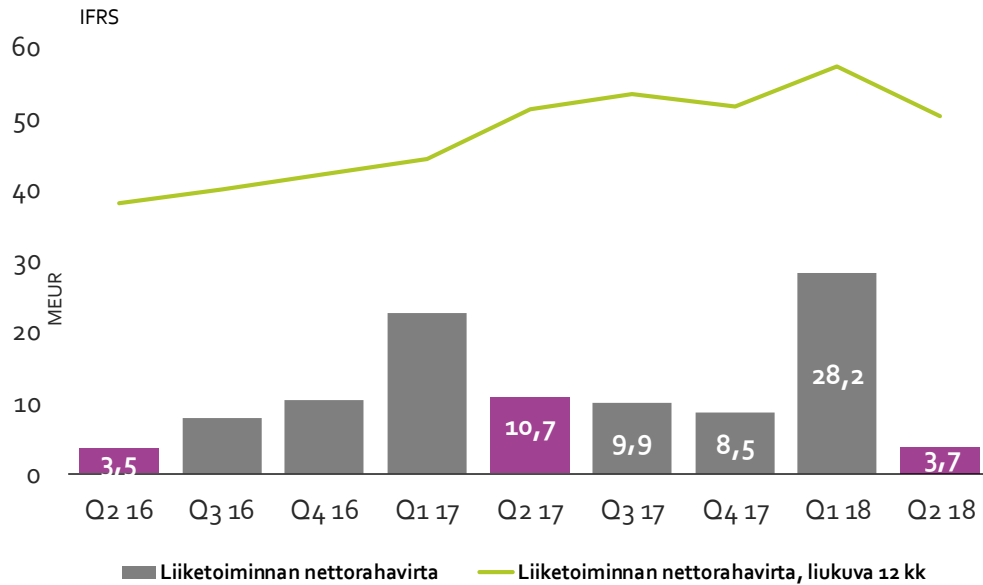
TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli kesäkuun 2018 lopussa 339,5 (323,7) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 52,0 % (48,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,68 (1,50) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli huhti–kesäkuussa 3,7 (10,7) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 6,3 (9,6) milj. euroa. Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–kesäkuussa 32,7 (33,3) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 28,2 (30,5) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR

Liiketoiminnan rahavirta, IFRS



Konsernilla oli kesäkuun 2018 lopussa korollisia velkoja yhteensä 58,8 (68,0) milj. euroa. Korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 53,8 milj. euroa ja lainoja rahoituslaitoksilta 5,0 milj. euroa. Konsernin korollinen nettovelka oli 34,7 (43,5) milj. euroa.

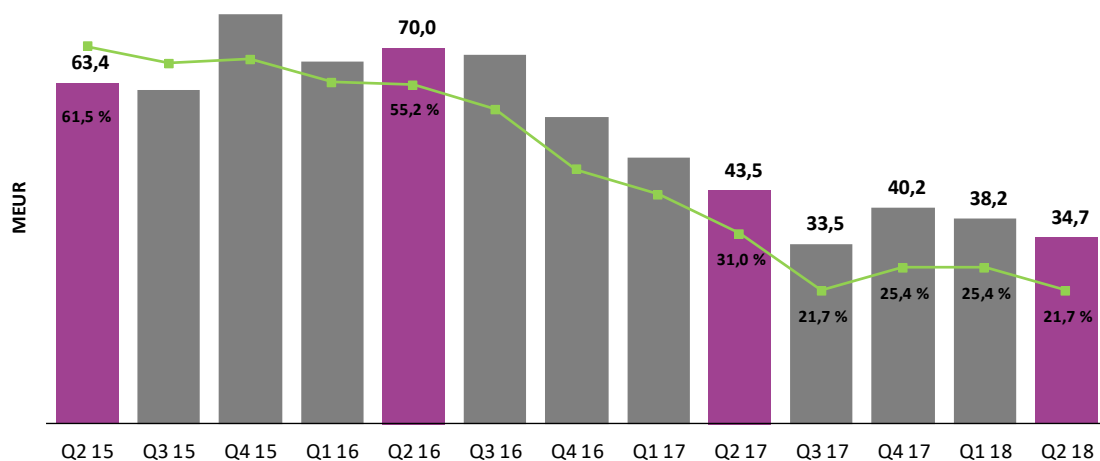
KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2018 1–6	2017 1–6	2017 1–12
Korolliset pitkäaikaiset velat	54,1	63,1	56,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	4,7	4,9	5,0
Rahavarat	24,1	24,5	20,7
Korolliset nettovelat	34,7	43,5	40,2

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruisia, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.6.2018 kokonaan käyttämättä. Yhtiö jatkoi huhtikuussa rahoituslimiittisopimuksia nykyisten rahoituskumppaneiden kanssa kolmella vuodella. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.6.2018 käyttämättä.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 9,7 milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste

IFRS



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2018

Aiemmin konserniin yhdistelty autohuollon kilpailutuspalveluita tarjoavan AutoJerry Oy:n osakekanta siirtyi tammikuussa 2018 kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Lisäksi tammikuussa 2018 Alma Mediapartners Oy täydensi rakentamiseen ja asumiseen liittyvää järjestelmäliiketoimintaansa hankkimalla Käyttösofta Oy:n koko osakekannan sen perustajilta sekä hankki katsastuspalveluja vertailevan Katsastushinnat.fi -markkinapaikan ostamalla palvelun omistavan Ahorouta Oy:n osakekannan. Alma Media -konsernin omistusosuus Alma Mediapartners konsernista on 65 %.

Alma Media myi Lapin lehti- ja jakeluliiketoimintansa Kalevalle huhtikuun 2018 alusta. Kaupassa vaihtoivat omistajaa maakuntalehti Lapin Kansa, kaupunkilehdet Uusi Rovaniemi ja Lounais-Lappi sekä Alma Manu Oy:n jakeluliiketoiminta Lapin alueella. Osapuolet eivät julkista kauppahintaa. Alma Media kirjasi kaupasta 4,5 milj. euron kertaluonteisen myyntivoiton toiselle vuosineljännekselle.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Oy myi CRM-järjestelmän jälleenmyynti- ja ylläpitoliiketoiminnan CRM-servicelle. Kaupassa siirtyvän liiketoiminnan liikevaihto oli noin 1,0 miljoonaa euroa vuonna 2017. Osapuolet ovat sopineet, ettei kauppahintaa julkisteta. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille tulosvaikutusta.

Alma Mediaan kuuluvan Alma Talentin tapahtumaliiketoimintaan erikoistunut tytäryhtiö Alma Talent Events Ab lopettaa toimintansa Ruotsissa. Yhtiö ei ole saavuttanut tavoitteiden mukaista kannattavuustasoa. Alma Talent Events Ab:n palveluksessa on ollut täysipäiväisesti 12 henkilöä 2018 ja sen liikevaihto oli noin 1,5 miljoonaa euroa 2017.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi–kesäkuussa 2018 yhteensä 20,6 (4,1) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti Käyttösofta Oy:n, Autojerry Oy:n ja Ahorouta Oy:n sekä Etua Oy:n osakkeiden hankinnoista. Investointeihin sisältyy lisäksi normaaleja käyttö- ja ylläpitoinvestointeja.

INVESTOINNIT (milj. euroa)	2018 4–6	2017 4–6	2018 1–6	2017 1–6	2017 1–12
Alma Markets	0,2	0,1	16,2	1,0	2,3
Alma Talent	0,3	1,4	0,5	1,4	2,1
Alma Consumer	0,2	0,2	1,8	0,7	0,9
Segmentit yhteensä	0,7	1,8	18,5	3,1	5,3
Kohdistamattomat	1,4	0,5	2,1	1,0	16,9
Yhteensä	2,1	2,2	20,6	4,1	22,2

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Media tiedotti 21.3.2018 yhdistävänsä uutis- ja lifestylepalveluja tuottavan Alma News & Life sekä alueelliseen ja paikalliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Regions -liiketoimintasegmentit 1.4.2018 alkaen.

Yhdistymisen jälkeen Alma Medialla on kolme liiketoimintasegmenttiä: digitaalisten markkinapaikkojen ja rekrytointiliiketoiminnan Alma Markets, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja kuluttajamedialiiketoimintaan keskittyvä uusi yksikkö Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella.

Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Markets

Alma Markets –segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Monster.fi, Jobs.cz, Prace.cz, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl 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	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Liikevaihto	24,2	20,6	17,7	48,0	40,2	19,3	83,2
Mainosmyynnin liikevaihto	21,9	19,2	14,1	43,3	37,3	16,2	77,3
Palveluliikevaihto	2,3	1,4	67,2	4,7	2,9	59,2	5,9
Oikaistut kokonaiskulut	15,7	13,3	18,1	31,3	25,6	22,1	55,0
Oikaistu käyttökate	9,5	8,1	17,9	18,6	16,1	15,6	31,3
Käyttökate	9,5	8,1	17,9	19,3	16,1	19,9	31,8
Oikaistu liikevoitto	8,6	7,3	17,1	16,8	14,7	14,6	28,3
% liikevaihdosta	35,5	35,7		35,0	36,4		34,1
Liikevoitto/-tappio	8,6	7,3	17,1	17,5	14,7	19,3	28,9
% liikevaihdosta	35,5	35,7		35,0	36,4		34,7
Henkilöstö keskimäärin	682	578	17,6	664	572	16,1	588
Digiliiketoiminnan liikevaihto	24,1	20,5	18,8	47,7	40,1	18,8	83,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,6	99,8		99,4	99,8		99,7

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Etuovi.com	940,7	876,2	7,4	924,8	878,2	5,3	809,4
Autotalli.com	148,7	148,2	0,4	160,5	158,8	1,1	133,8

*) Etuovi.com ja Autotalli.com selaimia viikossa keskimäärin tieto perustuu Google Analyticsin tuottamaan kävijämääräseurantaan.

Huhtikuu—kesäkuu 2018

Vuoden 2018 toisella neljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 17,7 % ja oli 24,2 (20,6) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu jatkui vahvana Suomessa, Tšokeissa ja Kroatiassa. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon kasvuun Tšokeissa oli 0,4 milj. euroa ja liikevoiton kasvuun 0,2 milj. euroa. Alma Mediapartnersin tekemät yrityshankinnat kasvattivat segmentin liikevaihtoa 0,7 milj. euroa sekä liikevoittoa 0,2 milj. euroa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 15,6 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,1 (77,5) % vuoden 2018 toisella neljänneksellä.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 15,7 (13,3) milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin, verkkopalveluiden kehittämiseen sekä voimakkaasta talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Lisäksi toisella neljänneksellä panostettiin uuden liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa 0,4 milj. eurolla. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden toisella neljänneksellä 8,6 (7,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 35,5 % (35,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,6 (7,3) milj. euroa.

Tammikuu—kesäkuu 2018

Vuoden 2018 ensimmäisellä vuosipuoliskolla Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 19,3 % ja oli 48,0 (40,2) milj. euroa. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon kasvuun Tšokeissa oli 0,8 milj. euroa ja liikevoiton kasvuun 0,3 milj. euroa. Alma Mediapartnersin tekemät yrityshankinnat kasvattivat segmentin liikevaihtoa 1,4 milj. euroa sekä liikevoittoa 0,5 milj. euroa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 17,8 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,5 (77,5) % vuoden 2018 ensimmäisellä vuosipuoliskolla.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 31,3 (25,6) milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin, verkkopalveluiden kehittämiseen sekä voimakkaasta talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Lisäksi vuoden ensimmäisellä vuosipuoliskolla panostettiin uuden liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa 0,8 milj. eurolla.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden ensimmäisellä vuosipuoliskolla 16,8 (14,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 35,0 % (36,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 17,5 (14,7) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee 22:ta ammatti- ja talouslehteä sekä -kirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous, Markkinointi&Mainonta, Arvopaperi, Tivi ja Mediutiset. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden, Ny Teknik ja Dagens Media.

AVAINLUVUT milj. euroa	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Liikevaihto	28,1	28,7	-2,1	55,9	58,2	-4,0	113,2
Sisältöliikevaihto	11,8	12,1	-1,8	24,3	24,7	-1,8	48,2
Sisältöliikevaihto, painettu	9,1	9,6	-6,4	18,9	19,7	-4,3	38,2
Sisältöliikevaihto, digi	2,7	2,5	3,1	5,4	5,0	8,1	10,1
Mainosmyynnin liikevaihto	9,0	9,1	-1,0	17,0	18,0	-5,5	35,5
Mainosmyynti, painettu	3,6	3,9	-6,4	7,1	7,8	-9,1	15,5
Mainosmyynti, digi	4,6	4,4	3,1	8,5	8,8	-3,4	17,3
Palveluliikevaihto	7,2	7,5	-4,0	14,6	15,5	-5,8	29,5
Oikaistut kokonaiskulut	24,3	25,2	-3,8	48,9	50,2	-2,7	101,8
Oikaistu käyttökate	4,8	4,4	10,4	9,1	10,0	-9,1	18,8
Käyttökate	4,7	5,1	-7,2	9,0	10,7	-16,2	19,4
Oikaistu liikevoitto	3,8	3,3	14,9	7,1	7,9	-10,4	14,6
% liikevaihdosta	13,7	11,6		12,7	13,6		12,9
Liikevoitto/-tappio	3,7	4,0	-8,0	7,0	8,6	-19,1	15,2
% liikevaihdosta	13,2	14,0		12,5	14,8		13,4
Henkilöstö keskimäärin	870	853	2,1	869	841	3,3	843
Digiliiketoiminnan liikevaihto	10,2	9,6	5,5	19,4	19,2	1,4	38,2
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	36,2	34,3		34,8	32,9		33,8

Huhtikuu—kesäkuu 2018

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski 2,1 % 28,1 (28,7) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 36,2% (33,6 %). Liikevaihto ja kannattavuus laski Ruotsin medialiiketoiminnassa. Kotimaan liiketoiminta oli kokonaisuutena vertailukauden tasolla ja kannattavuus kasvoi.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 1,8 % ja oli 11,8 (12,1) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 3,1 %. Vuoden toisen neljänneksen mainosmyynti laski 1,0 % ja oli 9,0 (9,1) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 3,1 %. Mainonta kotimaassa oli vertailukauden tasolla vuoden toisella vuosineljänneksellä, mutta Ruotsissa mainonta edelleen laski. Hankitut liiketoiminnot kasvattivat mainonnan liikevaihtoa 0,3 milj. euroa.

Palveluliikevaihto laski 4 % ja oli 7,2 (7,5) milj. euroon. Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 24,3 (25,2) milj. euroa. Kokonaiskulut laskivat Suomessa säästöjen ja aiemmin toteutettujen uudelleenjärjestelyiden vaikutuksesta.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,8 (3,3) milj. euroa ja liikevoitto 3,7 (4,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 13,7% (11,6 %) liikevaihdesta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja myyntivoittoihin.

Tammikuu—kesäkuu 2018

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski 4,0 % 55,9 (58,2) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 34,8 % (32,9 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 1,8 % ja oli 24,3 (24,7) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 8,1 %.

Vuoden ensimmäisen vuosipuoliskon mainosmyynti laski 5,5 % ja oli 17,0 (18,0) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa laski 3,4 % vertailukaudesta. Suomessa mainosmyynnin laski merkittävästi ensimmäisellä vuosineljänneksellä, mutta elpyi toisella vuosineljänneksellä. Ruotsissa mainonta on laskenut koko ensimmäisen vuosipuoliskon ajan. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus mainonnan kasvuun oli 0,6 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 14,6 (15,5) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskua selittää myytyjen toimintojen vaikutus 0,6 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 48,9 (50,2) milj. euroa. Kokonaiskulujen lasku kohdistuu Suomen liiketoimintaan.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,1 (7,9) milj. euroa ja liikevoitto 7,0 (8,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 12,7% (13,6 %) liikevaihdesta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja myyntivoittoihin.

Alma Talent -segmentin raportoitu henkilömäärä kasvoi 28 henkilöllä. Lisäys johtui kasvaneesta henkilömäärästä suoramarkkinointiliiketoiminnassa, jossa henkilömäärä muuttuu liiketoiminnan volyyymien suhteessa.

Alma Consumer

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

AVAINLUVUT milj. euroa	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
Liikevaihto	37,2	44,7	-16,6	78,0	86,3	-9,6	171,8
Sisältöliikevaihto	15,9	19,3	-17,6	34,4	38,7	-11,1	77,6
Sisältöliikevaihto, painettu	14,5	17,7	-17,9	31,4	35,6	-11,6	71,2
Sisältöliikevaihto, digi	1,4	1,6	-14,3	3,0	3,2	-5,0	6,4
Mainosmyynnin liikevaihto*	15,9	20,2	-21,3	32,9	37,5	-12,3	73,2
Mainosmyynti, painettu	9,4	13,3	-29,3	20,1	25,3	-20,6	48,1
Mainosmyynti, digi	6,4	6,8	-5,7	12,8	12,2	5,0	25,2
Palveluliikevaihto*	5,5	5,2	5,0	10,7	10,1	6,2	20,9

Oikaistut kokonaiskulut	34,6	40,4	-14,3	73,0	79,0	-7,6	155,4
Oikaistu käyttökate	3,7	5,4	-32,6	7,0	9,5	-25,6	20,8
Käyttökate	8,0	5,4	46,1	11,3	8,6	31,3	18,6
Oikaistu liikevoitto	2,7	4,4	-38,4	5,1	7,4	-31,5	16,7
% liikevaihdosta	7,3	9,8		6,5	8,5	-24,2	9,7
Liikevoitto/-tappio	7,0	4,4	59,1	9,3	6,5	43,0	14,5
% liikevaihdosta	18,7	9,8		12,0	7,6	58,1	8,4
Henkilöstö keskimäärin	594	717	-17,1	617	704	-12,4	690
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	858	879	-2,4	841	879	-4,3	869
Digiliiketoiminnan liikevaihto	9,0	9,1	-1,4	17,9	17,0	5,6	35,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	24,2	20,5		23,0	19,7		20,6
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT							
	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Painovolyymi (1000 kpl)	82 249	85 692	-4,0	169 779	168 548	0,7	336 641
Paperin käyttö (tonnia)	6 643	7 157	-7,2	13 629	13 865	-1,7	27 925

*) Vertailutietoa oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Huhtikuu—kesäkuu 2018

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski huhti—kesäkuussa 16,6 % 37,2 (44,7) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 5,4 milj. euroa. Liikevaihto laski erityisesti painetussa mediassa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 24,2 % (20,5 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski huhti—kesäkuussa 17,6 % 15,9 (19,3) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun 2,6 milj. euroa. Lisäksi sisältöliikevaihtoa laski Iltalehden irtonumeromyyntin lasku. Alueellisten medioiden sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla.

Segmentin mainosmyynti laski 21,3 % ja oli 15,9 (20,2) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainonnan laskuun oli 2,8 milj. euroa. Segmentin digimainosmyynti ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta laski 2,9 %. Katsauskaudella uusi tietosuoja-asetus (GDPR) loi tilapäisesti epävarmuutta ohjelmallisen ostamisen markkinalla ja se on kehittynyt hitaammin kuin aiemmin. Vertailukauden mainosmyynti sisältää lisäksi 0,5 milj. euroa kunnallisvaalien mainontaa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 5,0 % ja oli 5,5 (5,2) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 34,6 (40,4) milj. euroa. Myytyjen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 5,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,7 (4,4) milj. euroa, 7,3 % (9,8 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella raportoidut oikaistut erät 4,3 milj. euroa, jotka liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoihin. Segmentin liikevoitto oli 7,0 (4,4) milj. euroa.

Tammikuu—kesäkuu 2018

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi—kesäkuussa 9,6 % 78,0 (86,3) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 23,0 % (19,7 %). Myytyjen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 6,0 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—kesäkuussa 11,1 % 34,4 (38,7) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 3,0 milj. euroa.

Segmentin mainosmyynti laski 12,3 % ja oli 32,9 (37,5) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainonnan laskuun oli 3,4 milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 20,6 %. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 5,0 % ja oli 12,8 (12,2) milj. euroa. Vertailukauden mainosmyynti sisältää 1,0 milj. euroa kunnallisvaalien mainontaa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 6,2 % ja oli 10,7 (10,1) milj. euroa painon ja jakelun ulkoisen myynnin seurauksena.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 73,0 (79,0) milj. euroa. Oikaistuja kokonaiskuluja kasvattivat paperin hinnan korotus helmikuusta alkaen sekä jakelun volyymisidonnaisten henkilöstökulujen kasvu. Myytyjen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 6,0 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,1 (7,4) milj. euroa, 6,5% (8,5 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella raportoidut oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntivoittoiin. Segmentin liikevoitto oli 9,3 (6,5) milj. euroa. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyyn Lapin kustannusliiketoiminnassa.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.6.2018	30.6.2017	31.12.2017
Alma Markets	99,7	80,7	81,9
Alma Talent	103,9	109,1	110,8
Alma Consumer	64,2	69,6	68,0
Segmentit yhteensä	267,8	259,3	260,7
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	71,8	64,4	73,1
Yhteensä	339,6	323,7	333,8

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.6.2018	30.6.2017	31.12.2017
Alma Markets	38,0	24,3	25,5
Alma Talent	28,5	30,6	31,1
Alma Consumer	61,4	62,6	65,3
Segmentit yhteensä	127,9	117,5	122,0
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	49,9	63,7	53,5
Yhteensä	177,8	181,2	175,5

Hallinto

Liiketoimintojen yhdistämisen yhteydessä Alma Regionsin liiketoimintajohtaja ja Alma Media -konsernin johtoryhmän jäsen Kari Juutilainen lopetti tehtävässään ja siirtyi eläkkeelle. Uuden kokonaisuuden johdossa aloitti Kari Kivelä 1.4.2018. Hän toimi aiemmin Alma News & Life -segmentin johtajana ja Iltalehden kustantajana. Uudelleenorganisoinnin yhteydessä Kari Kivelä luopui Iltalehden vastaavan päätoimittajan tehtävästä.

Osake

Huhti-kesäkuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 197 465 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,5 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 29.6.2018 oli 6,60 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 6,40 euroa ja ylin 7,54 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 543,7 milj. euroa.

Osakepohjainen kannustinjärjestely (LTI 2015 -järjestely)

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi vuonna 2015 pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille (jäljempänä LTI 2015 -järjestely).

LTI 2015 -järjestelyn tavoitteena on yhdenmukaistaa osallistujien intressit osakkeenomistajien intressien kanssa aikaansaamalla osallistujien pitkäaikainen osakeomistusintressi yhtiössä ja siten yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikavälillä sekä tukea suoritusperusteista toimintakulttuuria, sitouttaa osallistujia yhtiöön ja tarjota heille kilpailukykyinen kompensatio erinomaisista suorituksista.

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.

Alma Media Oyj:n hallitus on LTI 2015 -järjestelyn pohjalta tehnyt päätökset neljästä osakepalkkio-ohjelmasta: LTI 2015 I, LTI 2015 II, LTI 2015 III ja LTI 2015 IV. Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen LTI 2015 -osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Osakesijoitukseen perustuva lisäosakeohjelma

Osakesijoitukseen perustuvassa lisäosakeohjelmassa (matching share plan) osallistuja saa tietyn määrän lisäosakkeita Alma Median osakkeisiin tekemänsä sijoituksen perusteella.

LTI 2015 I-lisäosakeohjelmassa 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

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.

Palkkionmaksu edellyttää ohjelmaan sijoitettujen osakkeiden pitämistä ja työsuhteen kestoa ohjelmien ajan viiden vuoden ajan. Palkkio maksetaan osittain rahana ja osittain osakkeina. Palkkion rahoisuus on tarkoitettu henkilölle palkkiosta aiheutuviin veroihin.

Järjestelmästä kirjataan kulu osakepalkkion käypään arvoon perustuen lisäosakkeiden maksuun asti. Osakkeina maksettava osan käypä arvo on määriteltävä päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Osakkeen arvosta on vähennetty ohjelman omistusveloitteen aiheuttama rahoituskustannus ja odotusjakson aikana odotettavissa olevat osingot. Osakkeen kokonaistuottoon perustuvan ohjelman käyvässä arvossa on huomioitu myös markkinaehtoinen ansaintakriteeri. Rahana maksettava osuus palkkiosta arvostetaan uudestaan odotusjakson ajan kullakin raportointihetkellä tarkasteluhetken osakkeen pörssikurssin perusteella.

Osakepalkkio-ohjelma LTI 2015	Osakesijoitukseen perustuva (osakkeita max.) Bruttomäärä, josta vähennetään verot.	Suoriteperusteinen (osakkeita max.) Bruttomäärä, josta vähennetään verot.	Osallistumaan oikeutettujen määrä max.
Vuonna 2015 alkanut LTI 2015 I	159 000	318 000	35
Vuonna 2016 alkanut LTI 2015 II	195 000	390 000	43
Vuonna 2017 alkanut LTI 2015 III	195 000	390 000	44
Vuonna 2018 alkanut LTI 2015 IV	203 000	406 000	54

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2018 toisen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei ole 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 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 strategisena tavoitteena on vastata tähän haasteeseen kehittämällä digitaalista liiketoimintaa 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 Consumerin matkailumedia Rantapallo on sopinut liiketoimintakaupasta, jolla se myy Matkapörssi- ja Lentokeskus-liiketoiminnot Lakeuden Matkat Oy:lle. Kaupassa siirtyvän liiketoiminnan liikevaihto oli noin 3,0 miljoonaa euroa vuonna 2017. Osapuolet ovat sopineet, ettei kauppahintaa julkisteta. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille tulosvaikutusta. Kauppa astuu voimaan 1.7.2018.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Ab ja Bonnier Business Media (BBM) ovat sopineet osakekaupasta, jolla Alma Talent myy Dagens Media Sverige Ab:n osakekannan BBM:lle. Bonnierille siirtyvät mediabrändit Dagens Media sekä Medievärlden, niiden medialiiketoiminta tapahtumineen sekä toimituksellinen henkilökunta. Kaupassa siirtyvän liiketoiminnan liikevaihto oli vuonna 2017 noin 1,6 miljoonaa euroa. Osapuolet ovat sopineet, ettei kauppahintaa julkisteta. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille merkittävää tulosvaikutusta.

Alma Media on myynyt entisen toimitila- ja tuotantokiinteistön Patamäenkatu 7:ssä Tampereella Ab Sagaxille. Myydyssä kiinteistössä oli aiemmin Aamulehden toimitiloja ja paino, mutta viime vuosina tilat ovat olleet kokonaisuudessaan vuokrattuna Alma Median ulkopuolelle. Kiinteistökauppa on arvoltaan 10,3 milj. euroa. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille olennaista tulosvaikutusta.

ALMA MEDIA OYJ Hallitus

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2018 4—6	2017 4—6	Muutos %	2018 1—6	2017 1—6	Muutos %	2017 1—12
LIKEVAIHTO	88,9	93,7	-5,1	181,1	184,2	-1,7	367,3
Liiketoiminnan muut tuotot	5,3	1,8	192,4	6,1	1,9	225,3	3,3
Materiaalit ja palvelut	16,2	19,3	-15,9	34,3	37,8	-9,2	74,4
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	37,2	37,9	-1,9	74,2	75,4	-1,5	148,8
Poistot ja arvonalentumiset	4,0	3,9	0,6	8,2	7,9	2,8	20,3
Liiketoiminnan muut kulut	19,5	19,4	0,6	40,2	38,6	4,2	80,6
LIKEVOITTO	17,4	15,0	15,7	30,3	26,4	14,6	46,6
Rahoitustuotot	-0,4	0,1	-394,9	0,0	0,4	-105,1	0,6
Rahoituskulut	0,1	0,5	-68,0	0,7	0,8	-20,4	1,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,1	0,2	-48,1	0,2	0,3	-37,2	0,7
TULOS ENNEN VEROJA	16,9	14,9	13,5	29,8	26,1	14,0	45,9
Tuloverot	3,1	2,7	16,1	5,6	5,1	10,5	9,2
TILIKAUDEN TULOS	13,8	12,2	12,9	24,2	21,1	14,8	36,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät		0,0			0,0		-0,2
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Myytävissä olevat rahoitusvarat	-0,2			-0,2			
Muuntoerot	-0,1	0,6		-0,7	0,6		0,5
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,3	-0,1		-0,8	0,6		0,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	13,5	12,1		23,4	21,7		37,0
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	12,3	11,1		21,3	18,8		32,2
- Määräysvallattomille omistajille	1,4	1,1		2,9	2,2		4,6
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	12,0	11,0		20,5	19,5		32,5
- Määräysvallattomille omistajille	1,4	1,1		2,9	2,2		4,6
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa	0,15	0,13		0,26	0,23		0,39

TASE (milj. euroa)	30.6.2018	30.6.2017	31.12.2017
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	133,5	122,0	121,7
Aineettomat hyödykkeet	63,2	65,9	62,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	56,9	62,4	59,8
Sijoituskiinteistöt	10,0		10,2
Osuudet osakkuusyrityksissä	5,0	4,2	4,5
Muut rahoitusvarat	4,3	4,3	4,1
Laskennalliset verosaamiset	2,4	1,5	2,3
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	2,6	2,6	2,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,7	0,0	0,6
Myyntisaamiset ja muut saamiset	36,7	36,4	44,9
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,1	0,0	0,0
Rahavarat	24,1	24,5	20,7
VARAT YHTEENSÄ	339,6	323,7	333,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-1,4	-1,0	-1,2
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	67,5	52,2	65,8
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	138,3	123,4	136,8
Määräysvallattomien omistajien osuus	23,5	19,1	21,6
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	161,8	142,5	158,3
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	54,1	63,1	56,0
Laskennalliset verovelat	13,2	13,2	13,0
Eläkevelvoitteet	1,1	1,2	1,1
Varaukset	0,4	0,3	0,4
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,2	0,2
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	15,2	5,4	5,7
Saadut ennakot	28,2	31,3	23,0
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	2,9	2,8	5,1
Varaukset	0,8	0,8	0,9
Ostovelat ja muut velat	61,7	62,9	70,1
VELAT YHTEENSÄ	177,8	181,2	175,5
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	339,6	323,7	333,8

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

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma								
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3
IFRS 9 standardin käyttöönotto					-0,2	-0,2		-0,2
IFRS 2 standardimuutos					1,6	1,6		1,6
Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	67,3	138,2	21,6	159,8
Tilikauden tulos					21,3	21,3	2,9	24,2
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot *)			-0,1		-0,9	-1,1	0,4	-0,7
Myytavissä olevat rahoitusvarat					-0,2	-0,2		-0,2
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-19,7	-19,7		-19,7
Tytäryritysten osingonjako							-3,1	-3,1
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1		
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					-0,4	-0,4	0,1	-0,3
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset							1,7	1,7
Oma pääoma 30.6.2018	45,3	7,7	-1,4	19,1	67,5	138,3	23,4	161,7

Oma pääoma 1.1.2017	45,3	7,7	-1,7	19,1	48,3	118,7	19,3	138,0
Tilikauden tulos					18,8	18,8	2,2	21,1
Muut laajan tuloksen erät			0,6			0,6		0,6
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-13,2	-13,2		-13,2
Tytäryritysten osingonjako							-2,3	-2,3
Omien osakkeiden hankinta					-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,1	0,1		0,1
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,5	-0,5	-0,1	-0,6
Oma pääoma 30.6.2017	45,3	7,7	-1,1	19,1	52,3	123,4	19,1	142,5

*) Oikaistu tytäryrityksen valuuttamääräisiä oman pääoman eriä muuntoeron ja kertyneiden voittovarojen välillä.

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2018 4—6	2017 4—6	2018 1—6	2017 1—6	2017 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	13,8	12,2	24,2	21,1	36,7
Oikaisuerät	0,9	5,1	8,7	11,7	28,7
Käyttöpääoman muutos	-7,0	-5,8	7,9	3,3	-6,0
Saadut osingot	0,2	0,9	0,3	0,9	1,0
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,3	-0,6	-0,7	-1,1	-1,8
Maksetut verot	-4,0	-1,1	-7,8	-2,7	-7,1
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	3,7	10,7	32,7	33,3	51,7
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-1,1	-0,2	-1,4	-0,6	-1,6
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,9	-1,2	-1,5	-2,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,6		1,3		0,5
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,1		0,0		-14,8
Myytävissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,2	-1,3	-5,1	-1,9	-2,0
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	2,3		2,3		1,1
Osakkuusyritysten hankinta	0,1		-1,5		-0,3
Osakkuusyritysten myynti	1,3	1,2	1,2	1,2	1,5
Investointien rahavirta yhteensä	2,6	-1,2	-4,5	-2,8	-17,2
Rahavirta ennen rahoitusta	6,3	9,5	28,2	30,5	34,5
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta		-0,8		-1,2	-1,2
Lainojen nostot	3,0		14,0	3,0	3,0
Lainojen takaisinmaksut	-8,0	0,0	-14,0	-13,1	-18,2
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-0,7	-1,2	-2,1	-2,4	-5,0
Maksetut osingot	-3,1	-2,8	-22,9	-15,5	15,5
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-8,8	-4,7	-25,0	-29,3	-37,0
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	0,9	4,8	3,8	1,1	-2,4
Rahavarat kauden alussa	23,3	19,7	20,7	23,3	23,3
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	0,0	-0,1	-0,0	0,1
Rahavarat kauden lopussa	24,1	24,5	24,1	24,5	20,7

Hankitut liiketoiminnot 2018

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2018 aikana

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Ahorouta Oy	Verkkopalvelu	3.1.2018	100,0 %	65 %
AutoJerry Oy	Verkkopalvelu	10.1.2018	76,0 %	65 %
Käyttösofta Oy	Verkkopalvelu	10.1.2018	100,0 %	65 %

Tiedot segmentin hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	5,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,2
Rahavarat	0,8
Yhteensä	6,2
Laskennalliset verovelat	1,0
Ostovelat ja muut velat	0,4
Yhteensä	1,4
Nettovarat 100%	4,7
Konsernin osuus nettovaroista	3,1
IFRS hankintameno	16,5
Liikearvo	13,4

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 katsauskaudella	-0,3
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	9,7

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2018 4—6	2017 4—6	2018 1—6	2017 1—6	2017 1—12
Henkilöstö Suomi	1469	1560	1480	1536	1519
Henkilöstö muut maat	849	752	838	741	761
Henkilöstö yhteensä	2318	2312	2318	2277	2280

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.6.2018 yhteensä 1,2 (1,1) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	30.6.2018	30.6.2017	31.12.2017
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset	1,2	1,4	1,0
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	8,6	9,0	9,2
1-5 vuoden kuluessa	22,3	26,4	25,2
yli viiden vuoden kuluttua	15,8	20,3	18,2
Yhteensä	46,7	55,7	52,6
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellasia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuokrasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:	0,1	0,1	0,1

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)	30.6.2018	30.6.2017	31.12.2017
Hyödyke johdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo	0,1	0,0	0,0
Nimellisarvo	0,2	0,2	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo	-0,5	-0,5	-0,5
Kohde-etuuden arvo	19,4	19,4	19,4
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo	-0,2	0,0	-0,2
Kohde-etuuden arvo	8,0	3,1	8,0

Lähipiiritapahtumat

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

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT (milj. euroa)	2018 4—6	2017 4—6	2018 1—6	2017 1—6	2017 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,2	0,1	0,5	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,2	0,1	0,4	0,4
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0		0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,2	1,1	0,6	1,9	2,9
Osakkuusyhtiöt	0,2	1,1	0,6	1,9	2,9
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0			0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset					
raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat		0,0		0,0	0,0
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

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2018 4—6	2018 1—3	2017 10—12	2017 7—9	2017 4—6	2017 1—3	2016 10—12	2016 7—9	2016 4—6
LIKEVAIHTO	88,9	92,2	97,1	86,0	93,7	90,5	93,5	80,9	92,0
Alma Markets	24,2	23,8	22,1	20,9	20,6	19,6	18,0	17,2	17,6
Alma Talent	28,1	27,8	31,0	24,0	28,7	29,5	31,2	23,0	30,5
Alma Consumer	37,2	40,7	44,2	41,3	44,7	41,6	44,6	40,7	44,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,6	-0,2	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	0,0	-0,3
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	76,2	80,1	90,1	72,2	80,5	78,0	82,8	72,0	82,2
Alma Markets	15,7	15,6	16,4	13,0	13,3	12,4	14,1	11,8	12,5
Alma Talent	24,3	24,6	27,3	21,2	25,3	25,0	26,4	21,0	27,2
Alma Consumer	34,6	38,4	39,7	36,8	40,4	38,6	41,7	37,0	40,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,7	1,2	6,7	1,2	1,6	2,1	0,6	2,3	2,3
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	16,9	16,4	15,7	17,9	17,2	16,6	15,6	13,6	14,4
Alma Markets	9,5	9,1	6,5	8,6	8,1	8,0	5,4	6,6	6,4
Alma Talent	4,8	4,3	4,9	3,9	4,4	5,7	5,8	3,1	4,4
Alma Consumer	3,7	3,4	5,6	5,7	5,4	4,0	6,1	4,9	5,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,2	-0,4	-1,4	-0,4	-0,7	-1,1	-1,8	-0,9	-1,4
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	12,9	12,2	11,3	14,0	13,2	12,6	10,9	9,1	9,9
Alma Markets	8,6	8,2	5,8	7,9	7,3	7,3	4,0	5,3	5,1
Alma Talent	3,8	3,3	3,9	2,8	3,3	4,6	4,7	2,1	3,4
Alma Consumer	2,7	2,3	4,6	4,7	4,4	3,0	5,1	3,8	4,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-1,6	-3,0	-1,5	-1,8	-2,3	-2,8	-2,1	-2,6
% LIIKEVAIHDESTA	14,5	13,2	11,6	16,2	14,1	13,9	11,7	11,2	10,8
Alma Markets	35,5	34,5	26,2	37,8	35,7	37,2	22,0	31,2	29,0
Alma Talent	13,7	11,7	12,5	11,7	11,6	15,5	15,3	9,0	11,2
Alma Consumer	7,3	5,8	10,3	11,4	9,8	7,2	11,4	9,4	9,1
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	4,5	0,7	-5,4	0,3	1,8	-1,2	-4,3	-0,2	-0,8
Alma Markets	0,0	0,7	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	-0,1	0,0	0,0	-0,1	0,7	0,0	-0,4	-0,2	-1,5
Alma Consumer	4,3	0,0	-1,4	0,1	0,0	-0,8	-1,7	0,0	0,7
Kohdistamattomat toiminnot	0,3	0,0	-4,0	-0,2	1,1	-0,4	-2,2	0,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	17,4	12,9	5,8	14,3	15,0	11,4	6,7	8,9	9,1
Alma Markets	8,6	8,9	5,8	8,4	7,3	7,3	4,0	5,3	5,1
Alma Talent	3,7	3,3	3,9	2,7	4,0	4,6	4,3	1,8	1,9
Alma Consumer	7,0	2,3	3,1	4,8	4,4	2,1	3,4	3,8	4,7
Kohdistamattomat toiminnot	-1,9	-1,6	-7,0	-1,6	-0,7	-2,6	-5,1	-2,2	-2,6
Rahoitustuotot	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,3
Rahoituskulut	0,8	0,1	0,1	0,6	0,5	0,4	0,7	1,0	0,7
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,1	0,1	0,0	0,3	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2
TULOS ENNEN VEROJA	16,9	12,9	5,8	14,0	14,9	11,3	6,5	8,2	9,0
Tuloverot	-3,1	-2,5	-1,4	-2,8	-2,7	-2,3	-1,4	-1,7	-2,1
TILIKAUDEN TULOS	13,8	10,4	4,4	11,2	12,2	8,9	5,1	6,5	6,9

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2017 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2017 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2007 kanssa. Osavuositarkastuksessa on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöön otetut uudet standardit:

IFRS 9 *Rahoitusinstrumentit* käsittelee rahoitusvarojen ja -velkojen luokittelua, arvostamista ja kirjaamista pois taseesta sekä uudistaa suojauslaskentaa koskevia sääntöjä ja tuo rahoitusvaroilta uuden arvonalentumismallin. Uusia sääntöjä on sovellettu konsernissa takautuvasti 1.1.2018 alkaen siten, että hyödynnetään standardin sallimat käytännön apukeinot. Vuoden 2017 vertailutietoja ei oikaista. IFRS 9:n käyttöönoton merkittävimmät vaikutukset konsernissa liittyivät myyntisaamisten arvonalentumiseen sekä rahoitusvarojen ja -velkojen luokitteluun, joka perustuu konsernin johdon määrittämiin liiketoimintamalleihin.

Konserni soveltaa odotettavissa olevien luottotappioiden kirjaamiseen IFRS 9:ssä määritettyä yksinkertaistettua menettelyä, jonka mukaan kaikista myyntisaamisista voidaan kirjata koko voimassaoloajalta odotettavissa olevat luottotappiot. Odotettavissa olevien luottotappioiden määrittämistä varten myyntisaamiset on ryhmitelty yhteisten luottoriskiominaisuuksien ja maksun viivästymisen perusteella. Myyntisaamisiin liittyvän tappiota koskevan vähennyserän lisäys 0,2 milj. euroa pienentää kertyneiden voittovarojen avaavaa saldoa 1.1.2018.

IFRS 2 *Osakeperusteiset maksut* standardin muutos koskee palkkiojärjestelmiä, joissa osakeperusteinen liiketoimi maksetaan nettona verojen jälkeen ja työnantajalla on velvollisuus toimittaa osakepalkkiojärjestelmästä saadun edun arvosta ennakonpidätys. Aikaisemman standardin mukaan kokonaispalkkio jaettiin omana pääomana maksettavaan osuuteen sekä käteisenä maksettavaan osuuteen. Muutetun standardin mukaan osakepalkkiojärjestelmiä käsitellään kokonaisuudessaan omana pääomana maksettavina järjestelyinä ja työsuhdekulu kirjataan perustuen myönnettyjen brutto-osakkeiden määrään huolimatta siitä, että työntekijä saa lopulta vain netto-osakkeet ja konserni suorittaa ennakonpidätysvelvoitteiden kattamiseen tarvittavan osuuden rahana verottajalle. Konsernin verottajalle maksama ennakonpidätys kirjataan suoraan omaan pääomaan.

Konsernin tilinpäätökseen 2017 sisältyi 1,6 milj. euroa lyhytaikaista velkaa liittyen käteisenä maksettavaa osuuteen. Standardimuutoksesta johtuen tämä osuus on oikaistu avaavassa taseessa veloista oman pääoman kertyneisiin voittovarioihin.

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

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

Alma Media on aloittanut standardin käyttöönottoon valmistautumisen ja arvioinut standardin käyttöönoton vaikutukset konsernissa. Muutoksella tulee olemaan vaikutuksia konsernitilinpäätökseen. Muutos vaikuttaa myös taseeseen perustuviin tunnuslukuihin kuten velkaantumistaseseen.

IFRS 16: arvioitu vaikutus Alma Media Oyj:n konsernitilinpäätökseen (alustava)			31.12.2018	
Tase (milj.euroa)	31.12.2017 Varat	Velat	Varat	Velat
Tila- ja muut vuokrasopimukset	60,1	60,1	52,1	52,1
Autovuokrasopimukset	0,8	0,8	0,8	0,8
IT-vuokrasopimukset	-1,7	-1,8	-1,7	-1,8
Yhteensä	59,1	59,1	51,2	51,1

Tuloslaskelma (milj.euroa)	FY18
Muut kulut - lasku	7,8
Käyttökate	7,8
Poistot - kasvu	-7,2
Liikevoitto	0,6
Korkokulut - kasvu	-0,6
Tilikauden tulos	0,0

IFRS 16: tase ja tunnusluvut (alustava) (milj. euroa)	Raportoitu 31.12.2017	Oikaistu 31.12.2017
Varat yhteensä	333,8	392,9
Korolliset velat	61,3	120,4
Nettovelat	40,2	99,3
Omavaraisuusaste. %	50,9	42,8
Nettovelat / käyttökate	0,6	1,3
Käyttökate	66,9	74,7
Oikaistu käyttökate	67,4	75,2
Liikevoitto	46,6	47,2
Oikaistu liikevoitto	51,1	51,7
Tulos/osake (EPS)	0,39	0,39

IFRS 15 *Myyntituotot asiakassopimuksista* on uusi tulouttamista koskeva standardi. Alma Media on ottanut standardin käyttöön 1.1.2018 alkaen mukautetun takautuvan soveltamisen menetelmää käyttäen, mikä tarkoittaa sitä, että soveltamisen aloittamisesta aiheutuvat kumulatiiviset vaikutukset on kirjattu kertyneisiin voittovaroihin 1.1.2018 eikä vertailutietoja oikaista. Yhtiön näkemyksen mukaan standardinmuutoksella ei ole ollut merkittävää vaikutusta konsernin tilinpäätökseen.

Tilinpäätöstiedotteen 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, % liikevaihdoista on laskettu digiliiketoiminta/liikevaihto * 100. Osavuosikatsauksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

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

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

Oikaistu liikevoitto (MEUR ja % liikevaihdoista) Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä

Oikaistu käyttökate Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä

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

Korollinen nettovelka (MEUR)

Korolliset velat - rahavarat

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

Konsernissa kirjataan kustannustoiminnasta saatavat sisältötuotot suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Sanomalehtien 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 2018

Alma Media Oyj julkaisee taloudellisia raportteja vuonna 2018 seuraavasti:

- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2018 torstaina 25.10.2018 noin klo 8.00