



Alma Media Q2/2018

Kai Telanne, Toimitusjohtaja
Juha Nuutinen, Talous- ja rahoitusjohtaja

Agenda

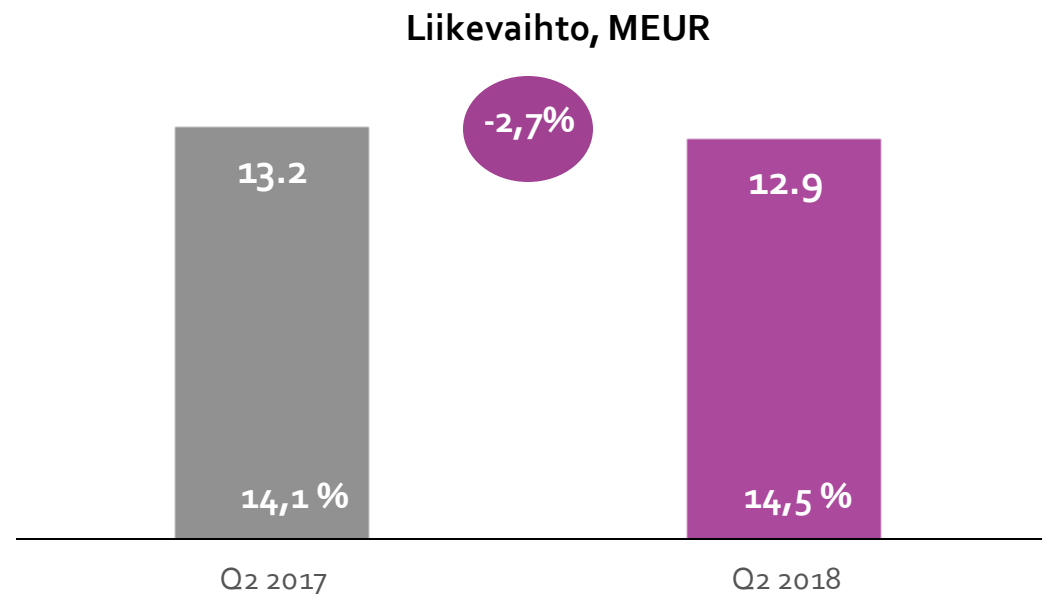
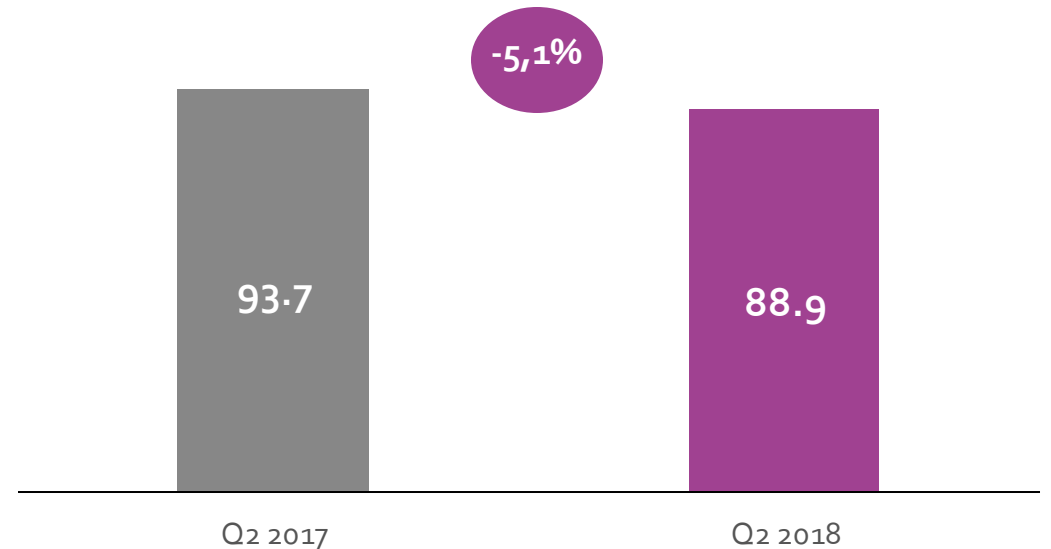
Tuloskehityksen pääkohdat
Mainosmarkkinan kehitys
Liiketoiminnan kehitys yksiköittäin
Taloudellinen asema
Strategia ja tulevaisuuden näkymät
Q&A



Alma Median Q2/ 2018 lyhyesti

Oikaistu liikevoitto vertailukauden hyvällä tasolla

- Alma Median liikevaihto laski 5,1 % 88,9 milj. euroon. Yritysmyyntien ja -hankintojen nettovaikutus liikevaihtoon oli -4,4 miljoonaa euroa.
- Oikaistu liikevoitto oli vertailukauden tasolla 12,9 milj. euroa.



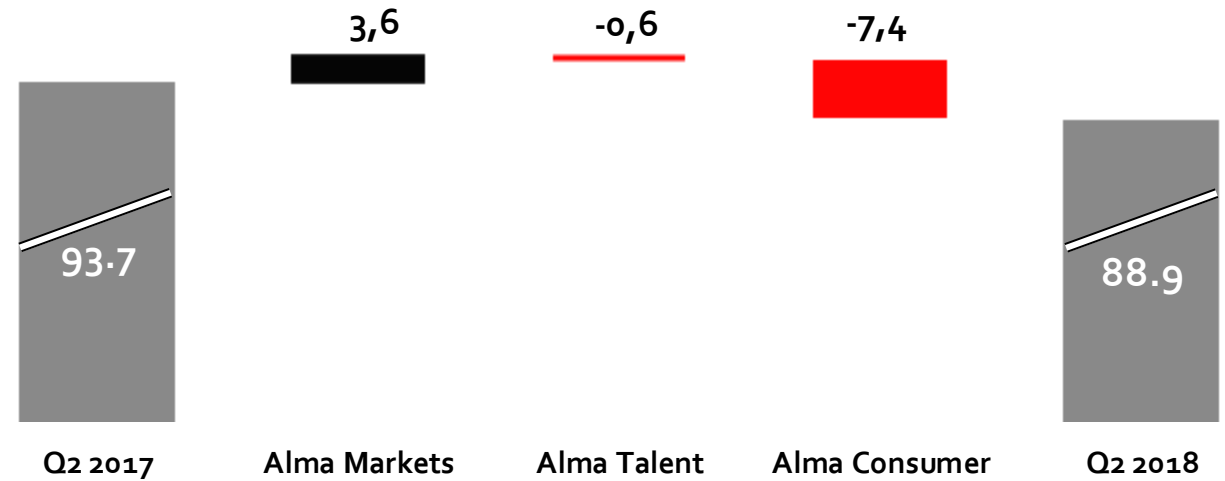
Oikaistu liikevoitto, MEUR
% liikevaihdosta

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto Q2/2018

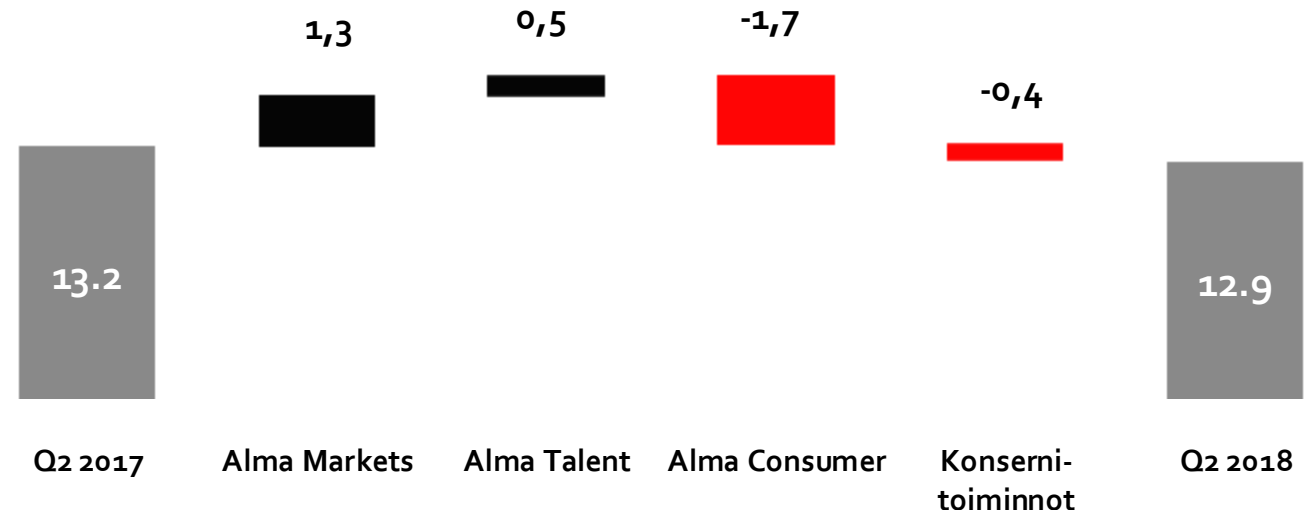
Liiketoimintojen kehitys eri tahtista

- Vahvin kasvun ja tuloksen ajuri oli jälleen Alma Markets.
- Positiivista myös Alma Talentin Suomen liiketoiminnan vakaa liikevaihdon kehitys ja parantunut kannattavuus. Haasteet kuitenkin jatkuivat Ruotsissa.
- Median rakennemuutos heijastui Alma Consumerin tuloksessa painetun median jatkaessa laskuaan.

Liikevaihto (MEUR) Q2

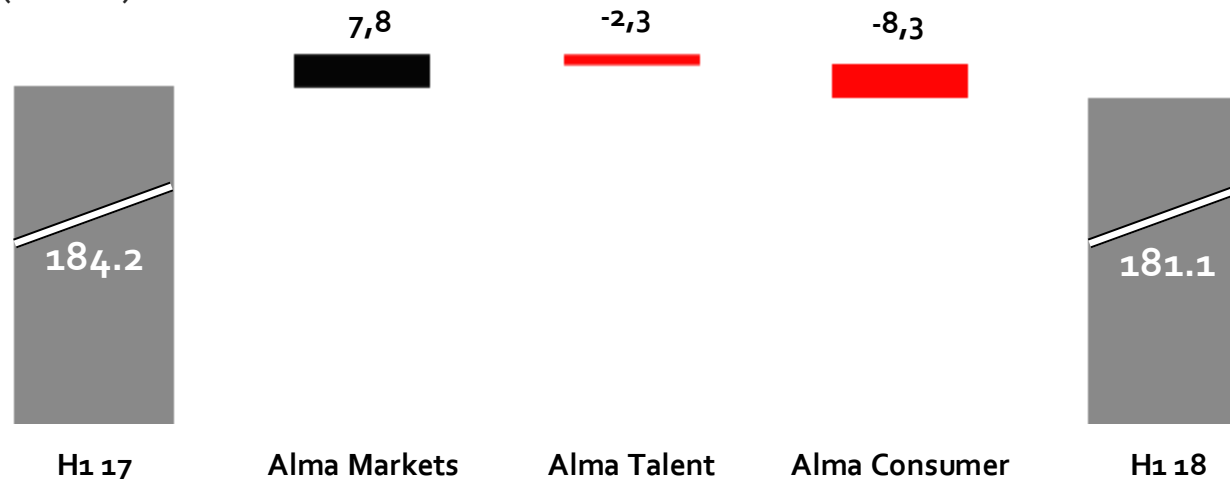


Oikaistu liikevoitto (MEUR) Q2

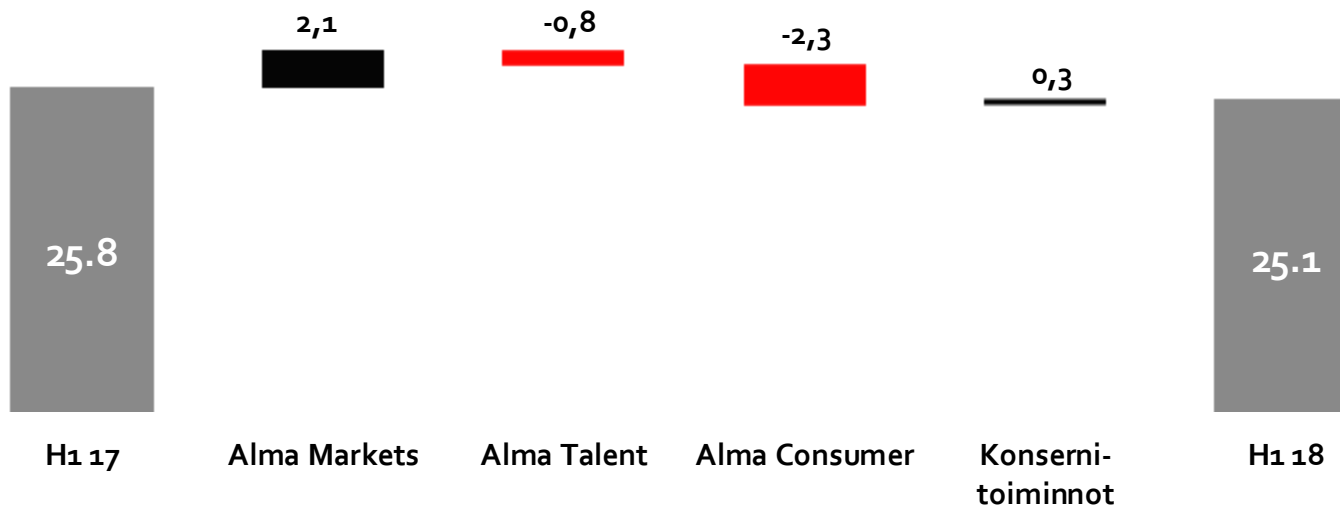


Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto H1 2018

Liikevaihto (MEUR) H1



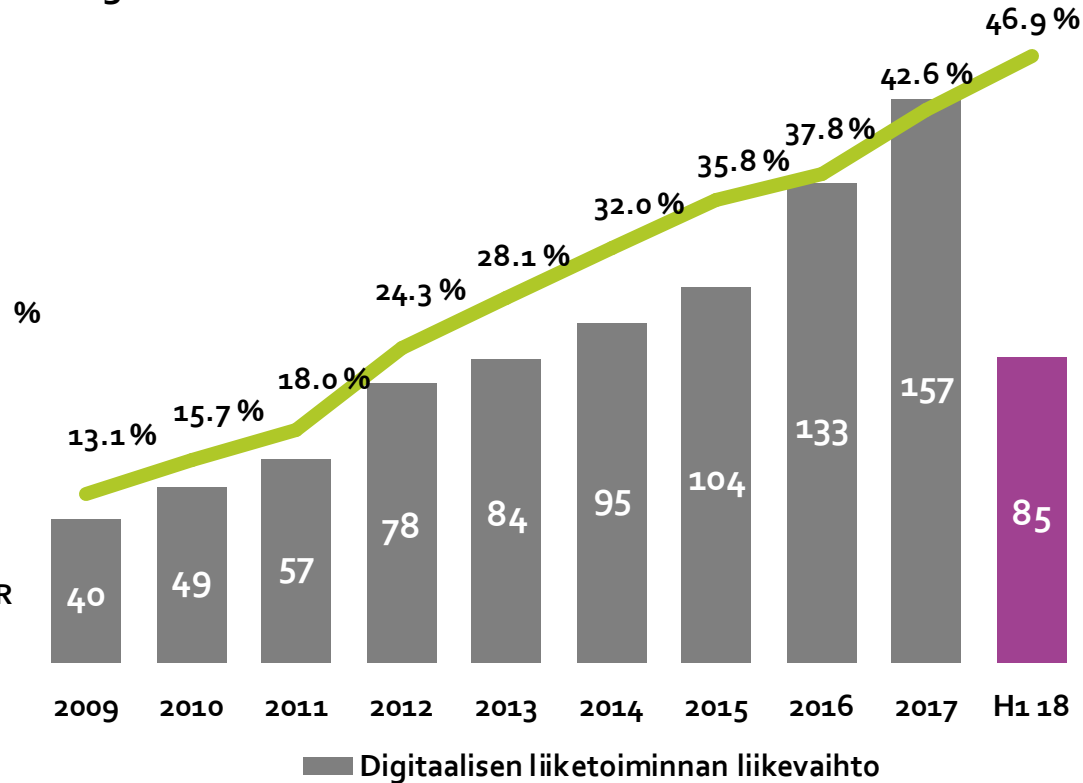
Oikaistu liikevoitto (MEUR) H1



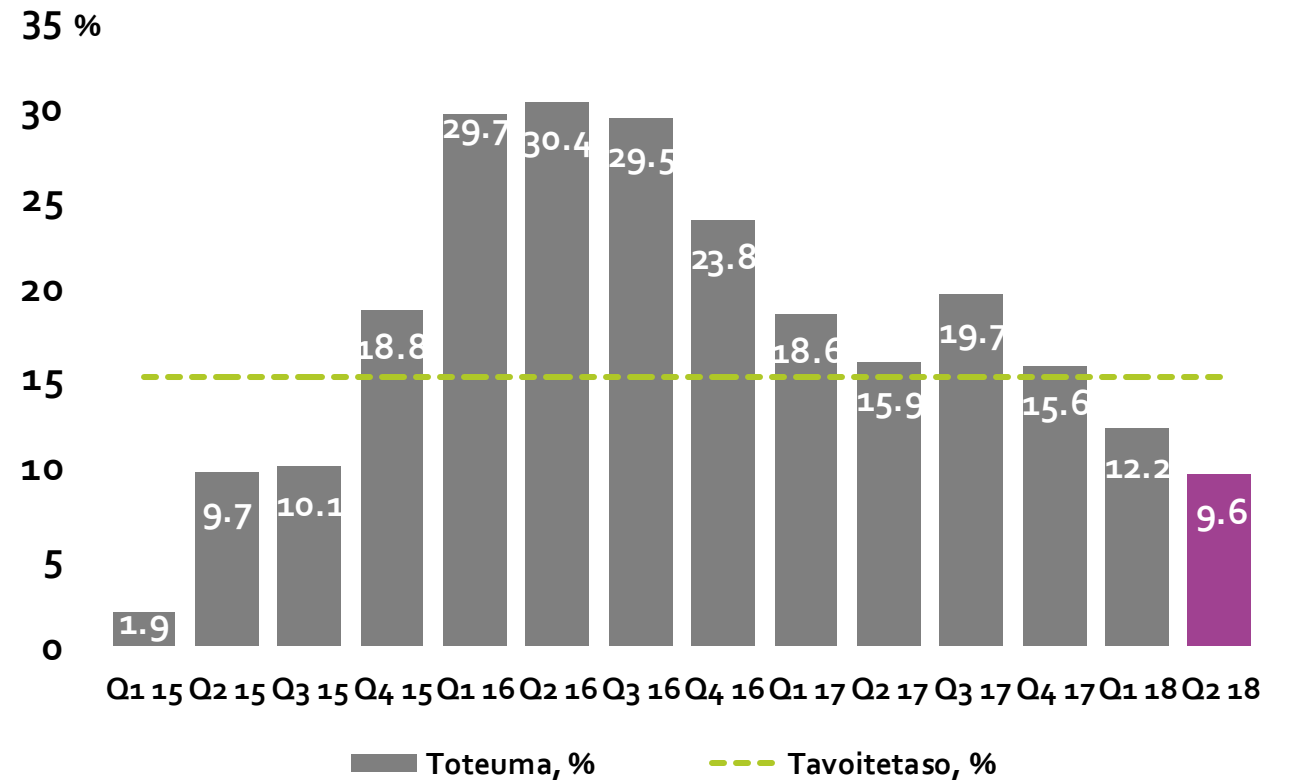
Digitaalinen liiketoiminta

- Digitaalisen liiketoiminnan osuus koko konsernin liikevaihdosta lähenee 50 prosenttia.

Digitaalisen liiketoiminnan osuus konsernin liikevaihdosta

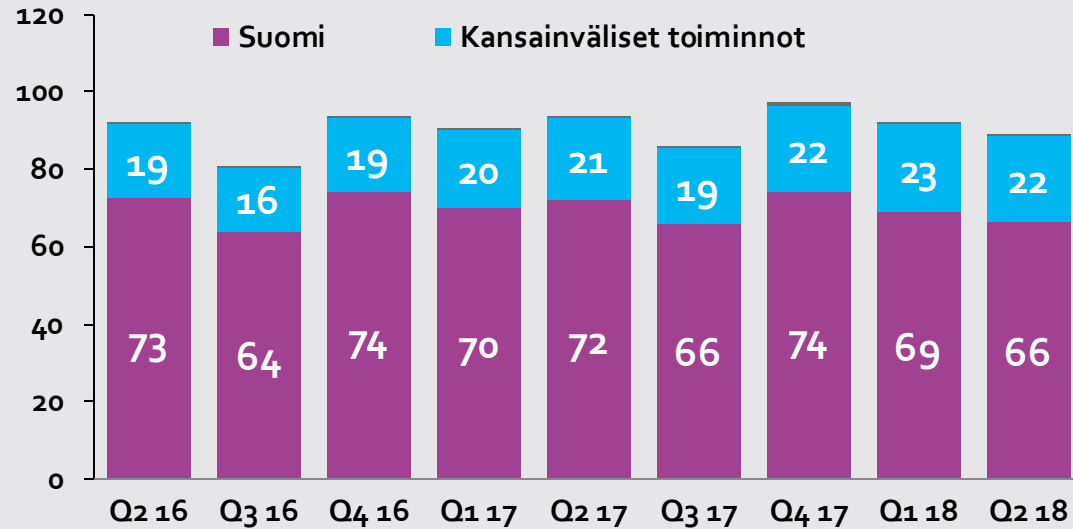


Digitaalisen liiketoiminnan kasvu

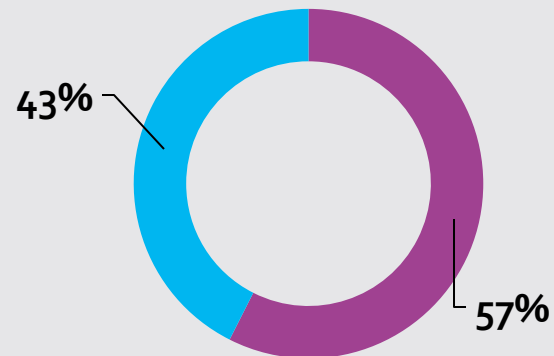


Kansainvälinen liiketoiminta

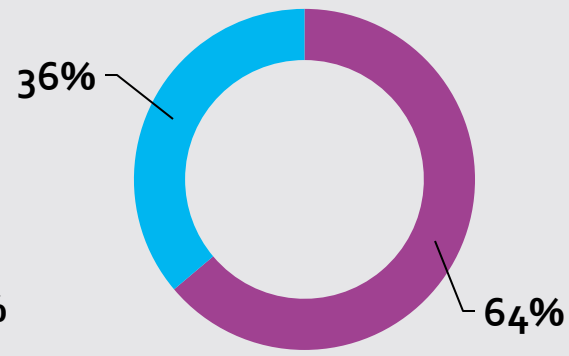
Liikevaihto Q2/2016–Q2 2018



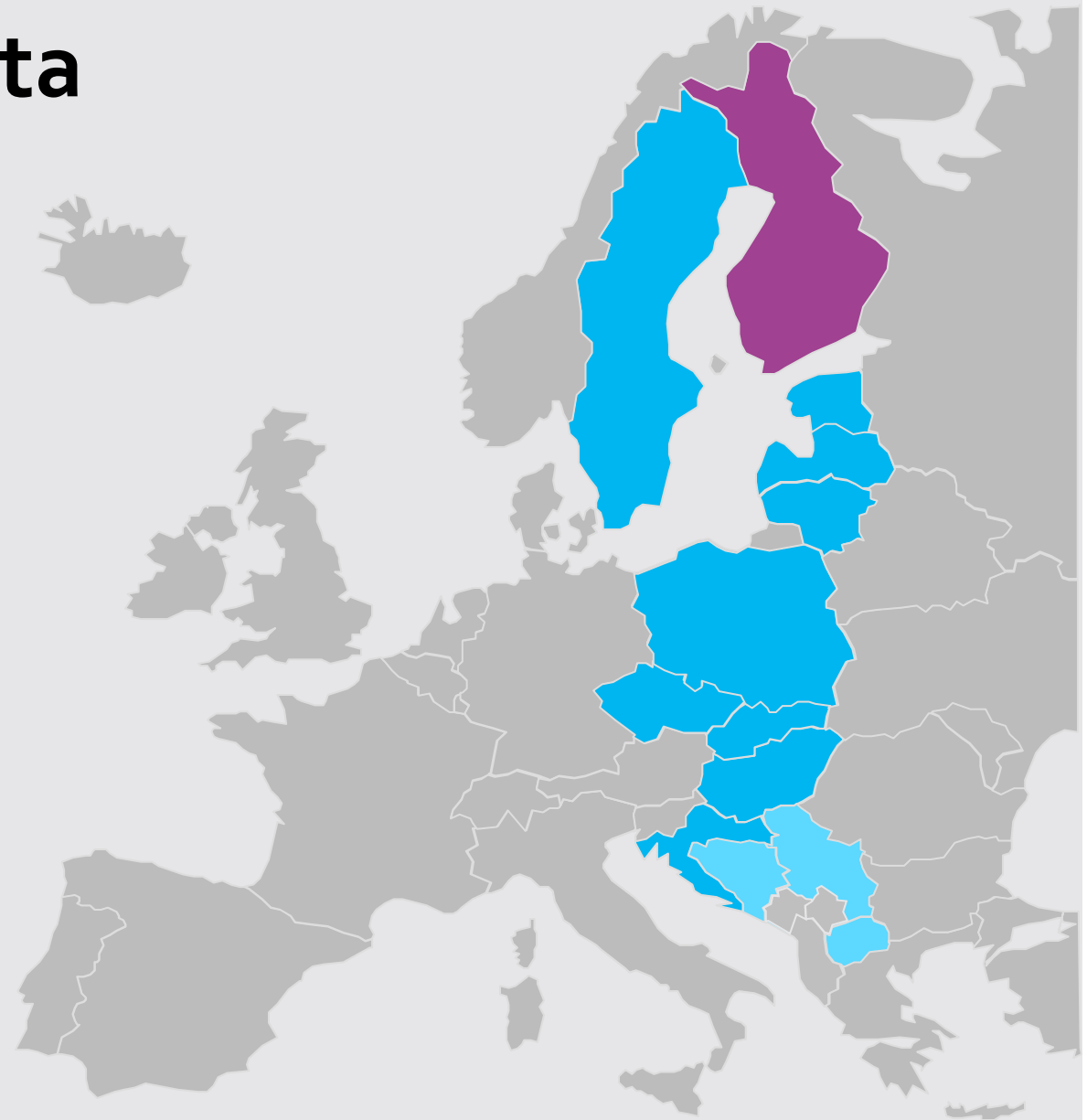
Liikevoitto Q2/2018



Henkilöstö Q2/2018



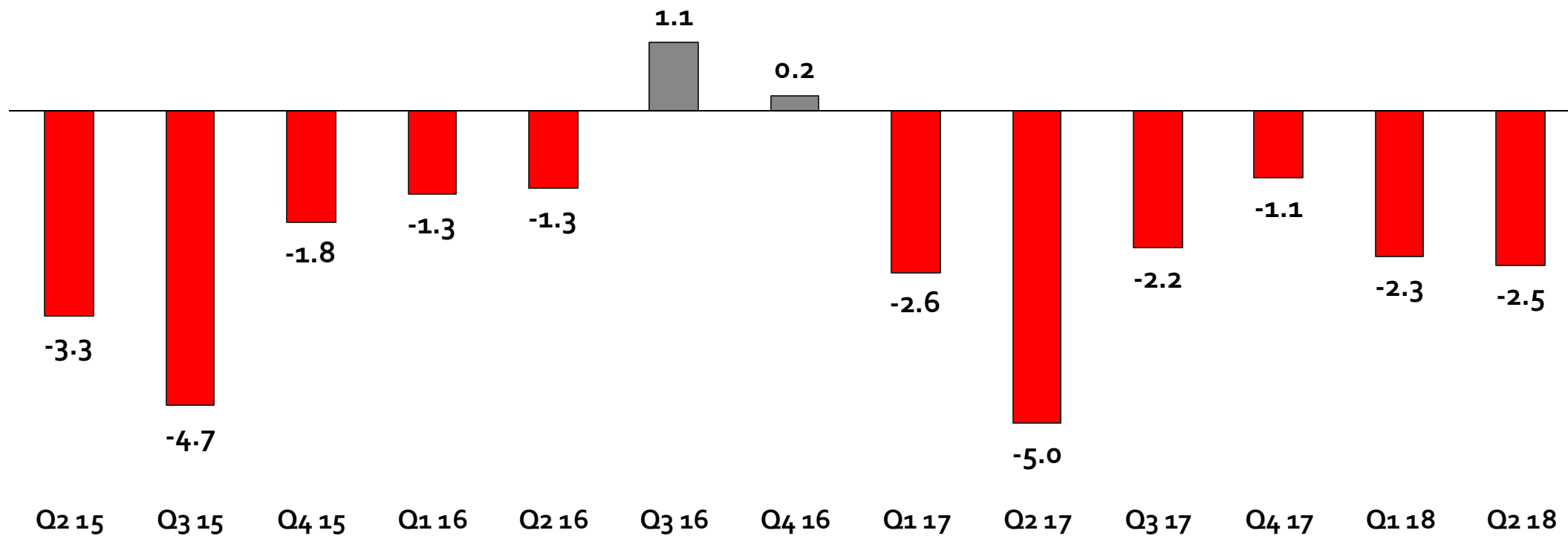
■ Suomi ■ Kansainväliset toiminnot ■ Suomi ■ Kansainväliset toiminnot



An aerial photograph of a person standing on a blue paddleboard on a body of water. The sun is low in the sky, creating a bright, shimmering reflection on the water's surface. The text "MAINONNAN MARKKINAKEHITYS SUOMESSA" is overlaid in white, bold, sans-serif capital letters.

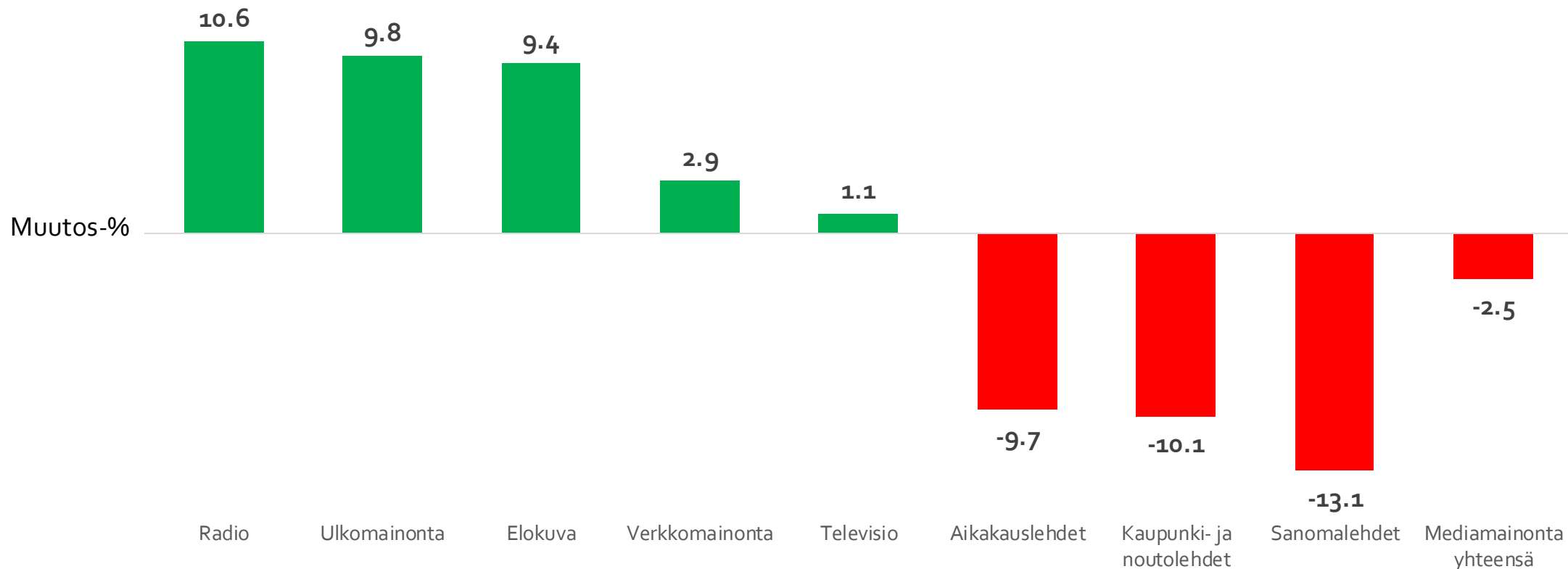
MAINONNAN MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

Kotimainen mediamainonnan markkina edelleen mollivoittoinen



Mediamainonnan muutos
Q2/2015 – Q2/2018
Lähde: KantarTNS

Mediamainonnan muutokset mediaryhmittäin Suomessa Q2/2018



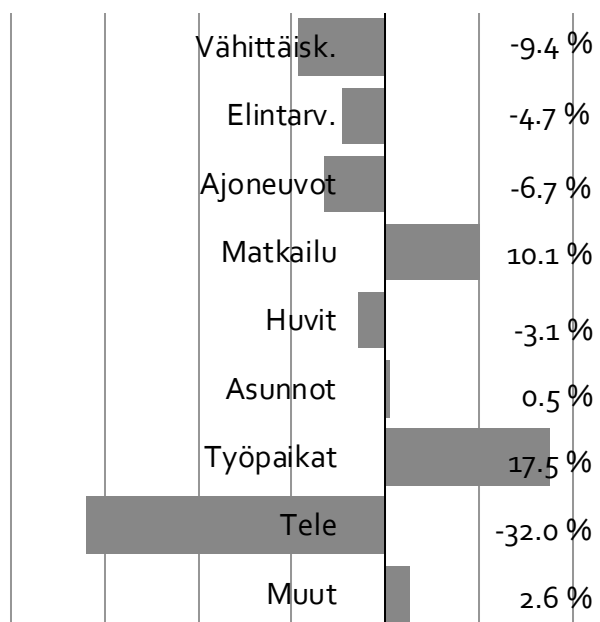
Mainosmarkkinan kehitys Ruotsissa tammi-toukokuu 2018 :

- kokonaismarkkina +5,6% (+3,6%), verkkomainonta +5.4% (+10,8), ammattilehdet -19,8% (-9,0%)

Lähde: KantarTNS,
Sveriges Mediebyråer

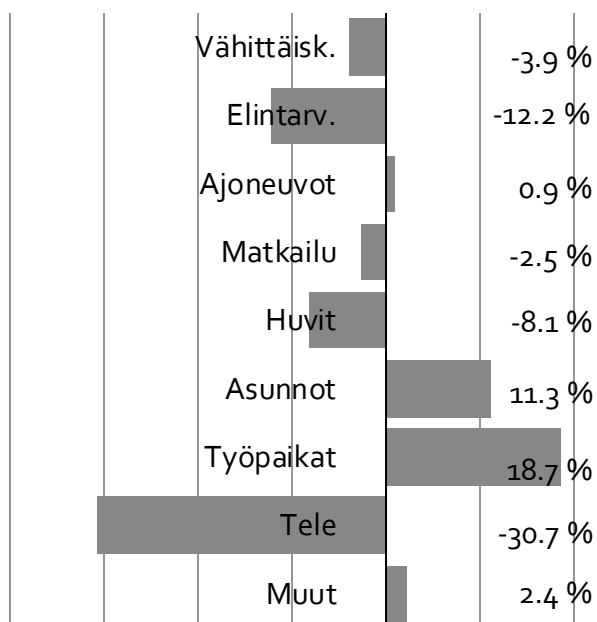
Talouden korkeasuhdanne näkyy asuntokaupassa ja työpaikkailmoittelussa

Q3 2017 vs 2016



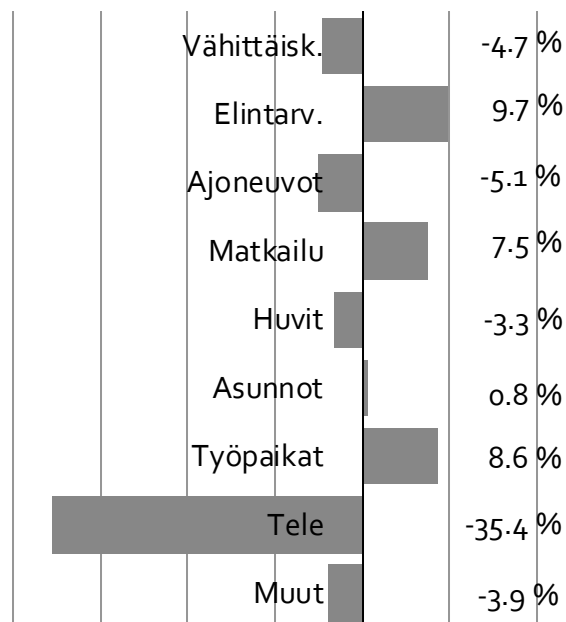
Yhteensä -2,2 %

Q4 2017 vs 2016



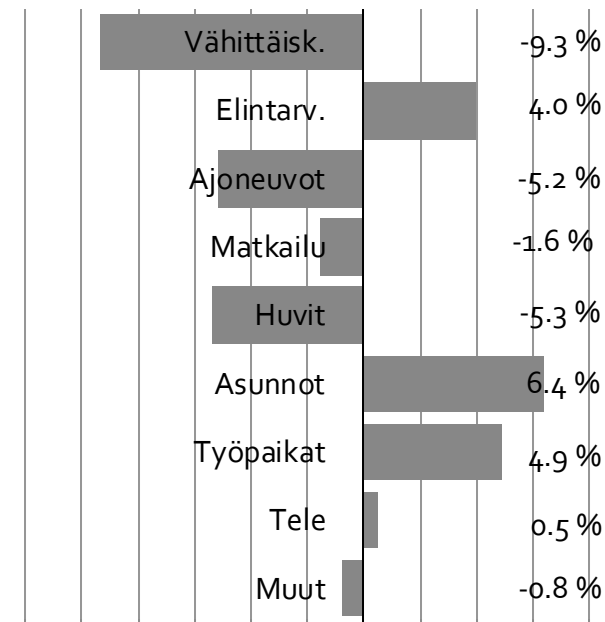
Yhteensä -1,1 %

Q1 2018 vs 2017



Yhteensä -2,3 %

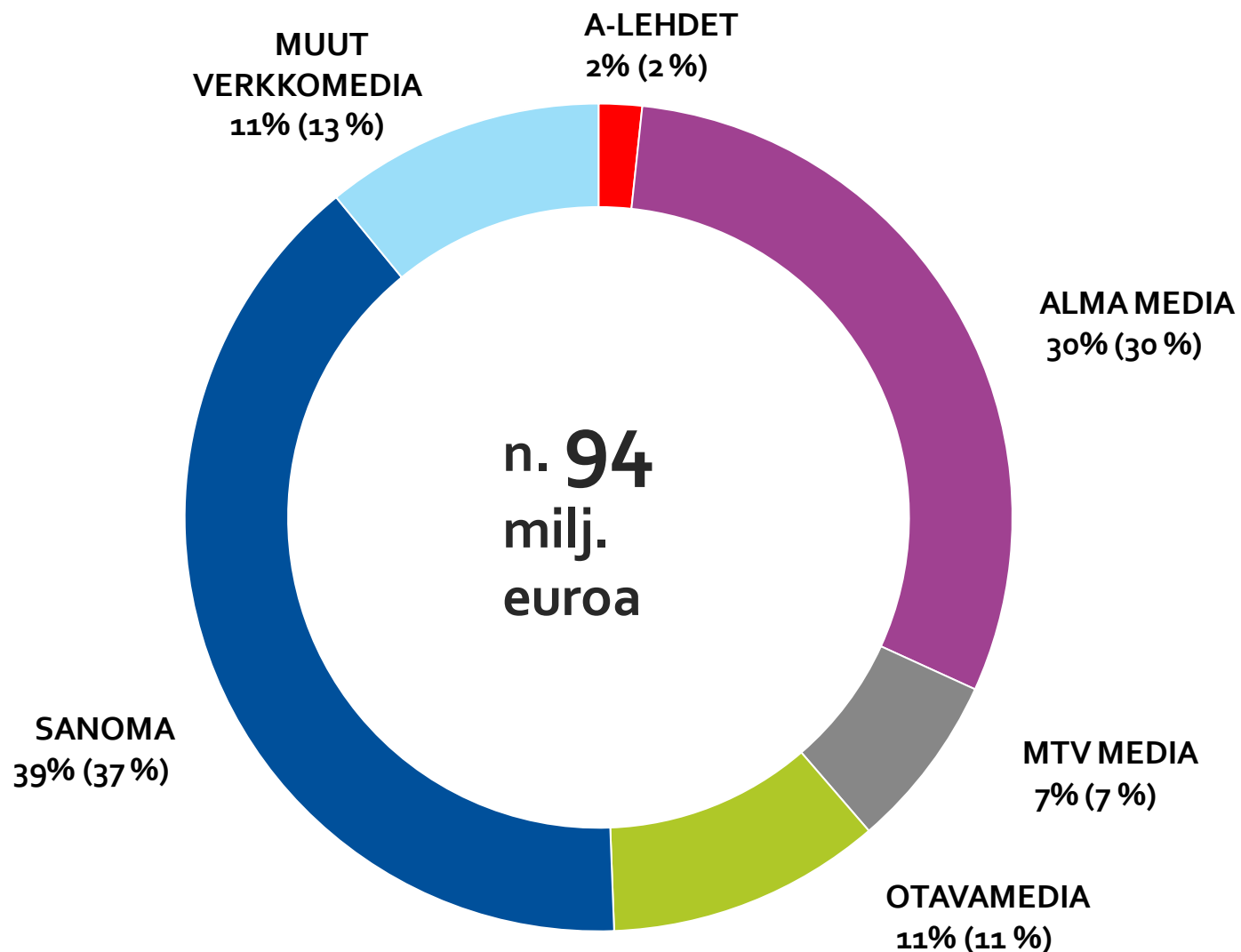
Q2 2018 vs 2017



Yhteensä -2,5 %

Suurimmat
mainostajasegmentit
Lähde: Kantar TNS

Verkkomainonta Suomessa mediataloittain H1/2018



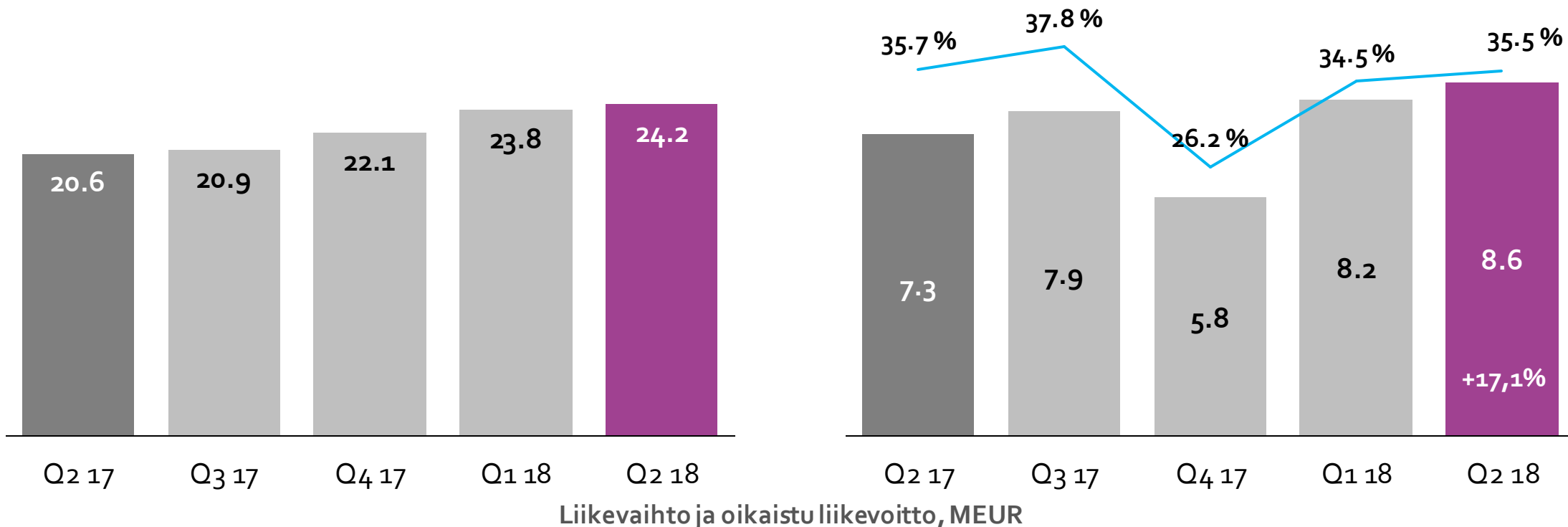
H1/2018 (H1/2017)
Lähde: Kantar TNS

LIIKETOIMINNAN KEHITYS SEGMENTEITTÄIN



Alma Markets Q2/2018: Liiketoiminnan kannattava kasvu jatkui

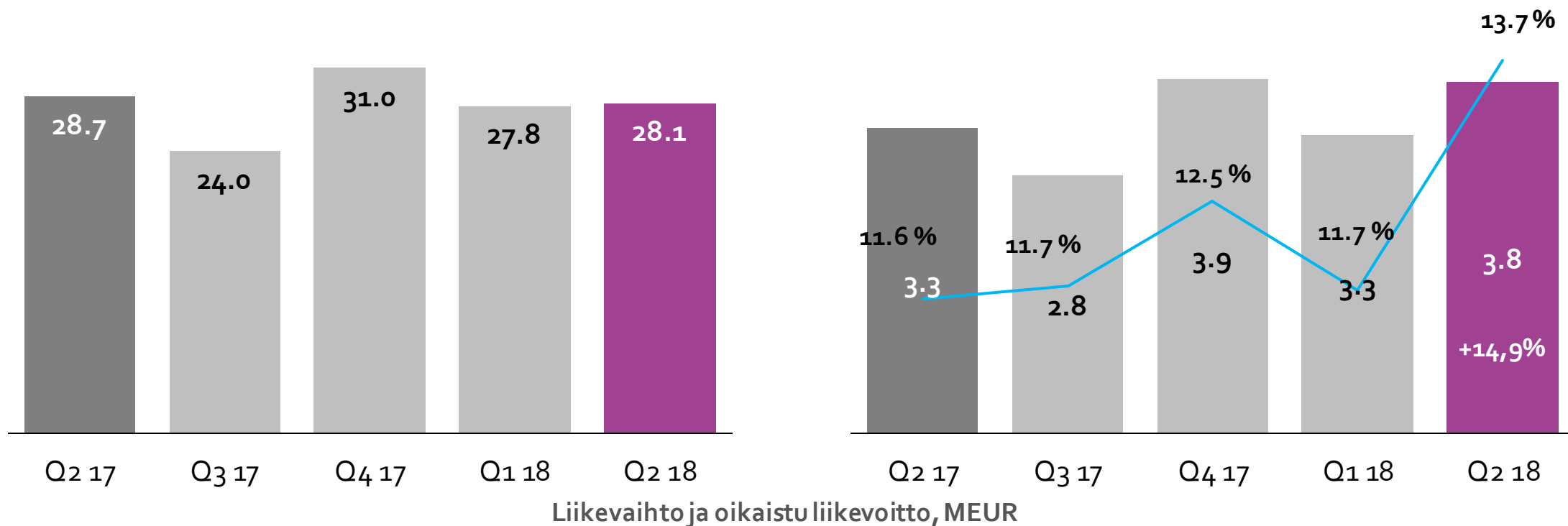
- Segmentin erinomaisen kehityksen taustalla olivat niin ulkomaiset rekrytointipalvelut kuin kotimaan markkinapaikat hyvän markkinakehityksen tukemana. Liikevaihdon kasvu jatkui vahvana Suomessa, Tšokeissa ja Kroatiassa.
- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto +15,6 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta 76,1 %.
- Kokonaiskulut +18,1 % 15,7 milj. euroon. Kuluja kasvattivat mm. lanseeraus- ja markkinointipanostukset uuteen rekrytointimobiilipalveluun Puolassa (0,4 milj. euroa).



Yrityshankintojen vaikutus liikevaihtoon 0,7 milj. euroa sekä liikevoittoon 0,2 milj. euroa.

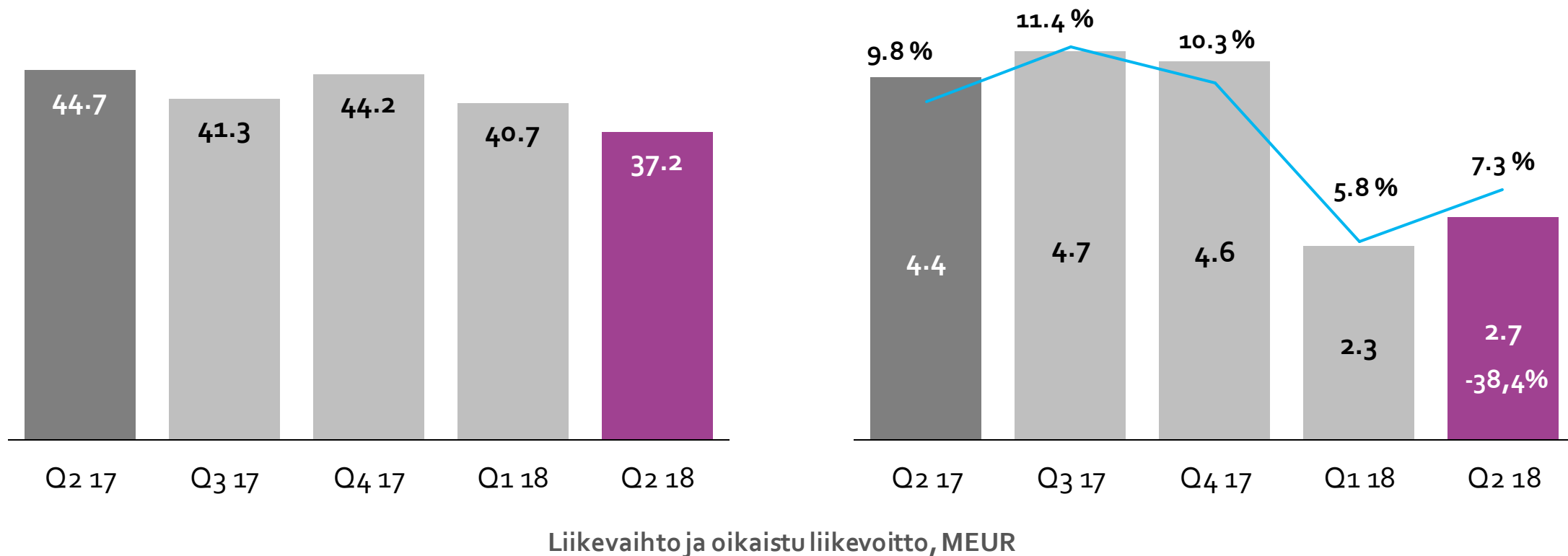
Alma Talent Q2/2018: Kannattavuus Suomessa vahvistui, Ruotsin medialiiketoiminnan heikko kehitys jatkui

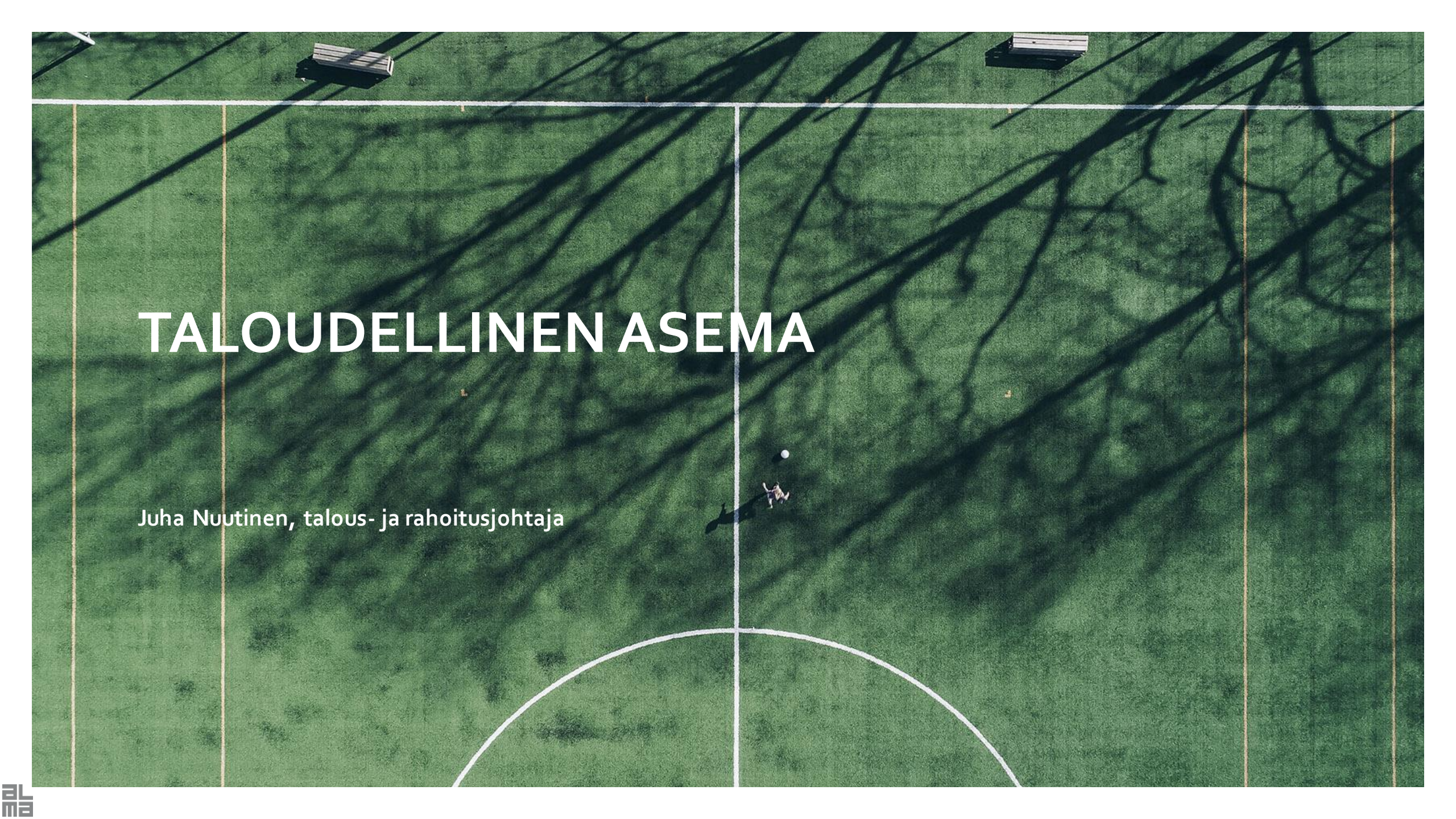
- Mainosmyynti -1,0 %, digimainosmyynti +3,1%. Suomessa mainonta oli edellisen vuoden tasolla Q2:lla, mutta Ruotsissa mainonta edelleen laski. Hankitut liiketoiminnat kasvattivat mainonnan liikevaihtoa 0,3 milj. euroa.
- Sisältöliikevaihto -1,8 %. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 3,1 %.
- Kokonaiskulut -3,8 % 24,3 milj. euroon. Kokonaiskulut laskivat Suomessa säästöjen ja aiemmin toteutettujen uudelleenjärjestelyiden vaikutuksesta.



Alma Consumer Q2/2018: Painetun median myynnin lasku heikensi kannattavuutta

- Liikevaihtoa laski mm. Lapin lehtiliiketoiminnan myynti. Tulosta heikensivät painetun median mainosmyynnin ja Iltalehden irtonumeromyynnin lasku. Ohjelmallisen ostamisen myyntikehitys oli odotettua heikompi.
- Ilman myytyjä liiketoimintoja mainosmyynti -8,4 % (digi -2,9 % ja painettu media -11,9 %) ja sisältöliikevaihto -4,7 %. Alueellisten medioiden sisältöliikevaihto oli Q2/2017 tasolla. Sisältöliikevaihdon lasku muodostui painetun Iltalehden myynnin laskusta.
- Oikaistut kokonaiskulut -14,3% 34,6 milj. euroa. Myytyjen toimintojen vaikutus -5,4 milj. euroa.

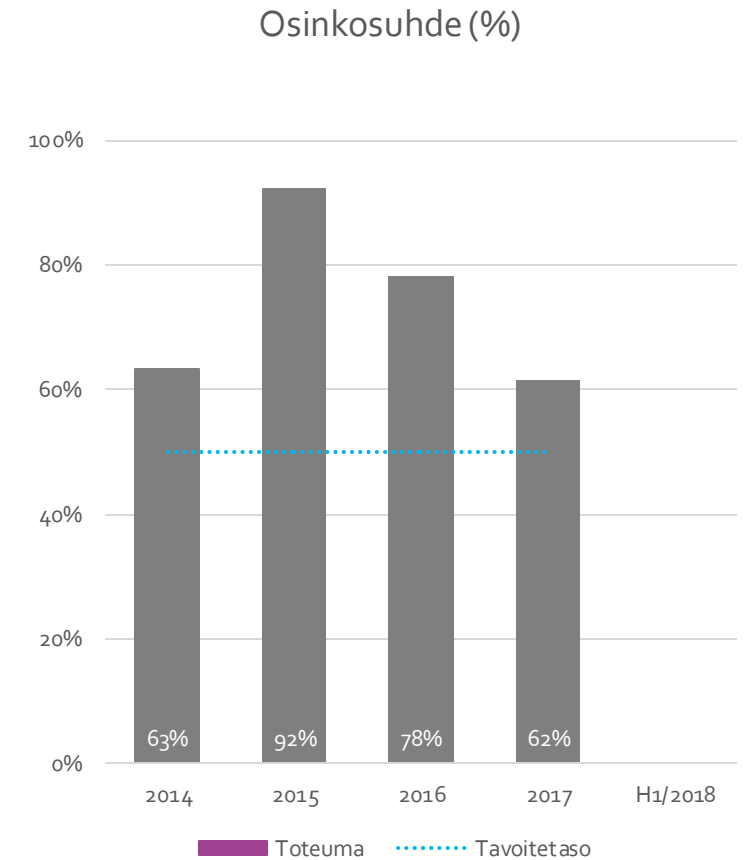
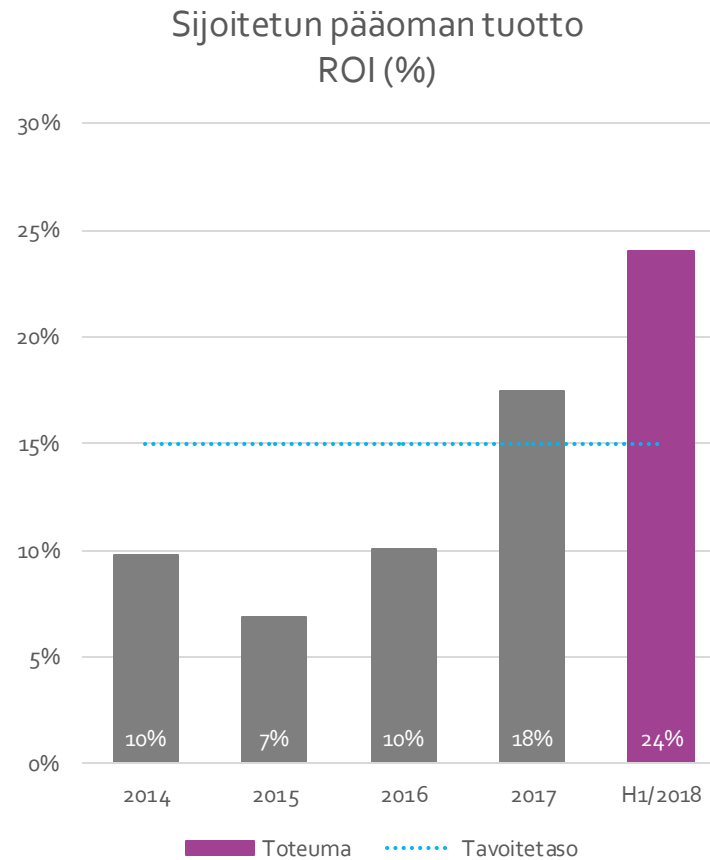
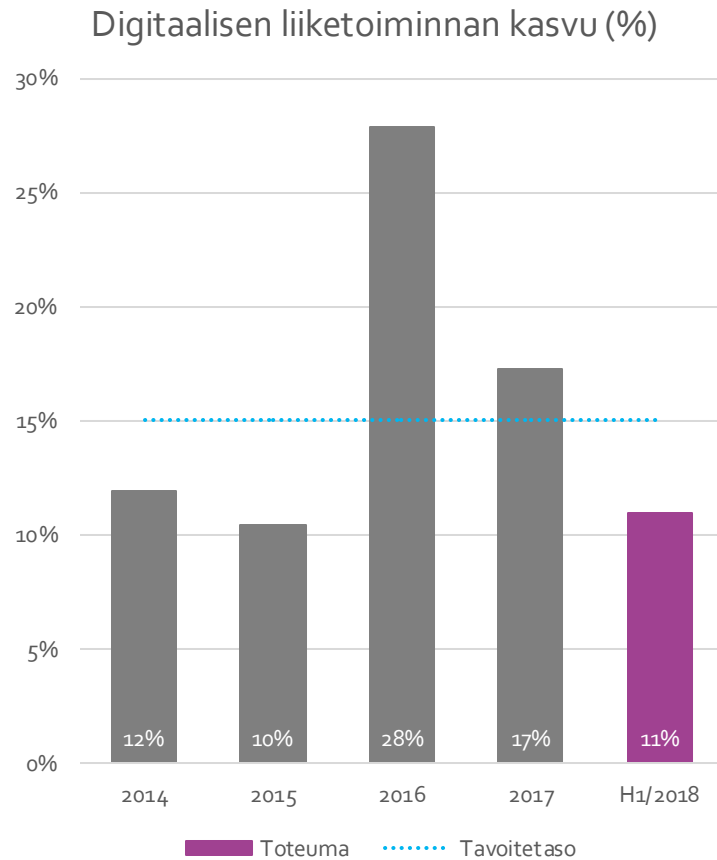




TALOUDELLINEN ASEMA

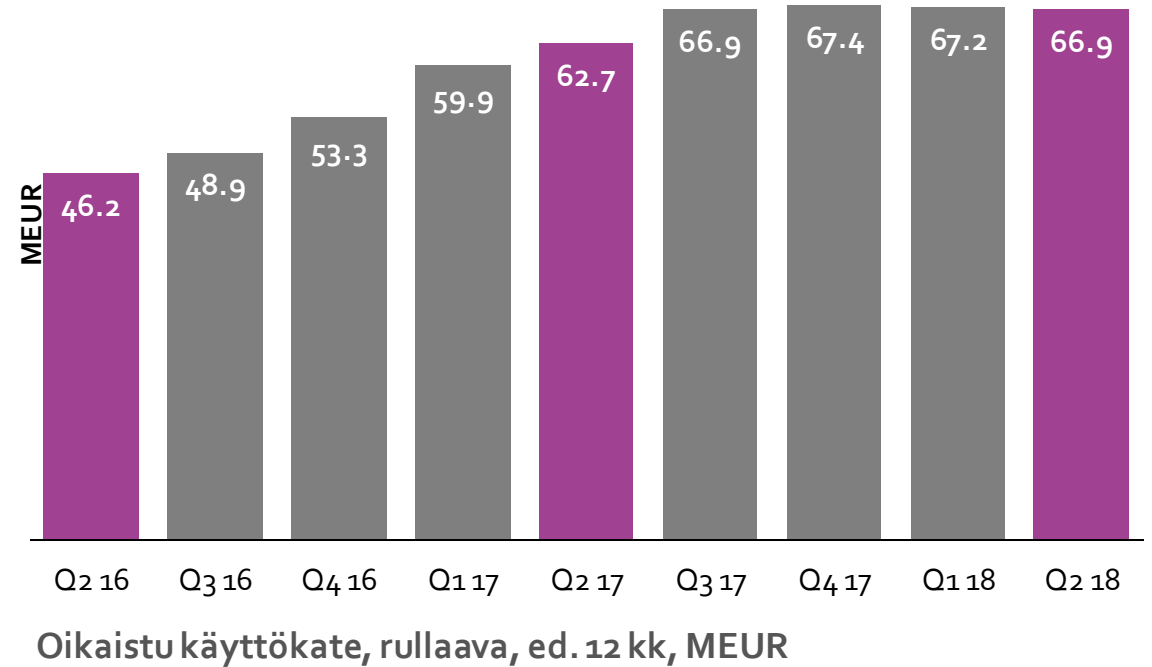
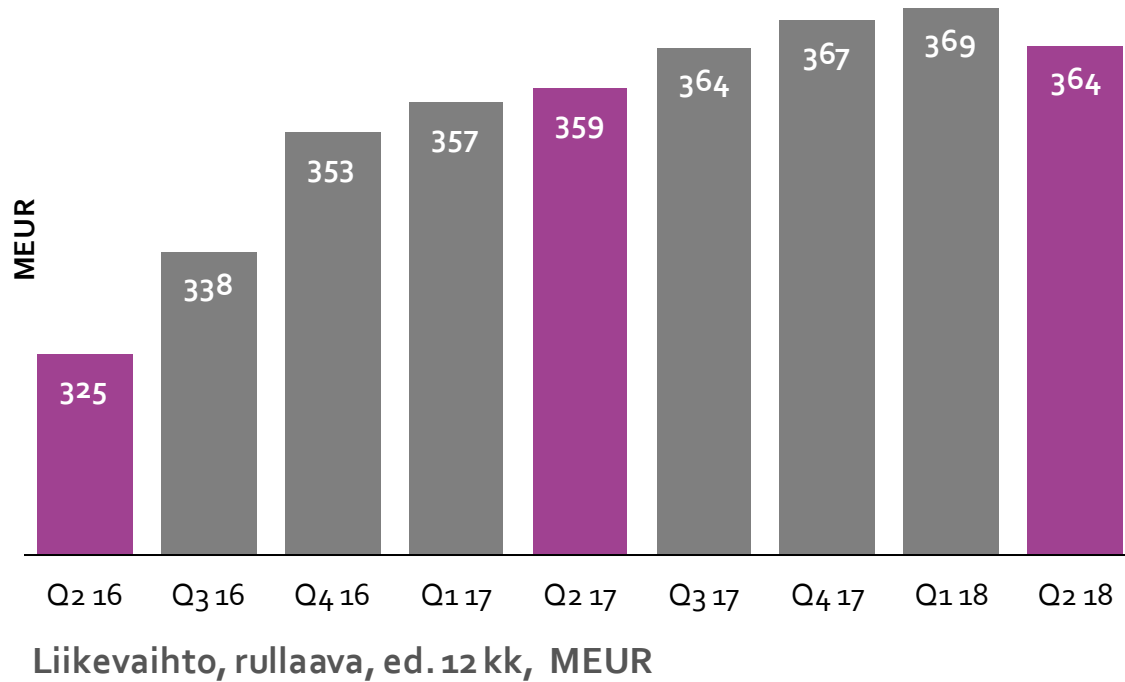
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet



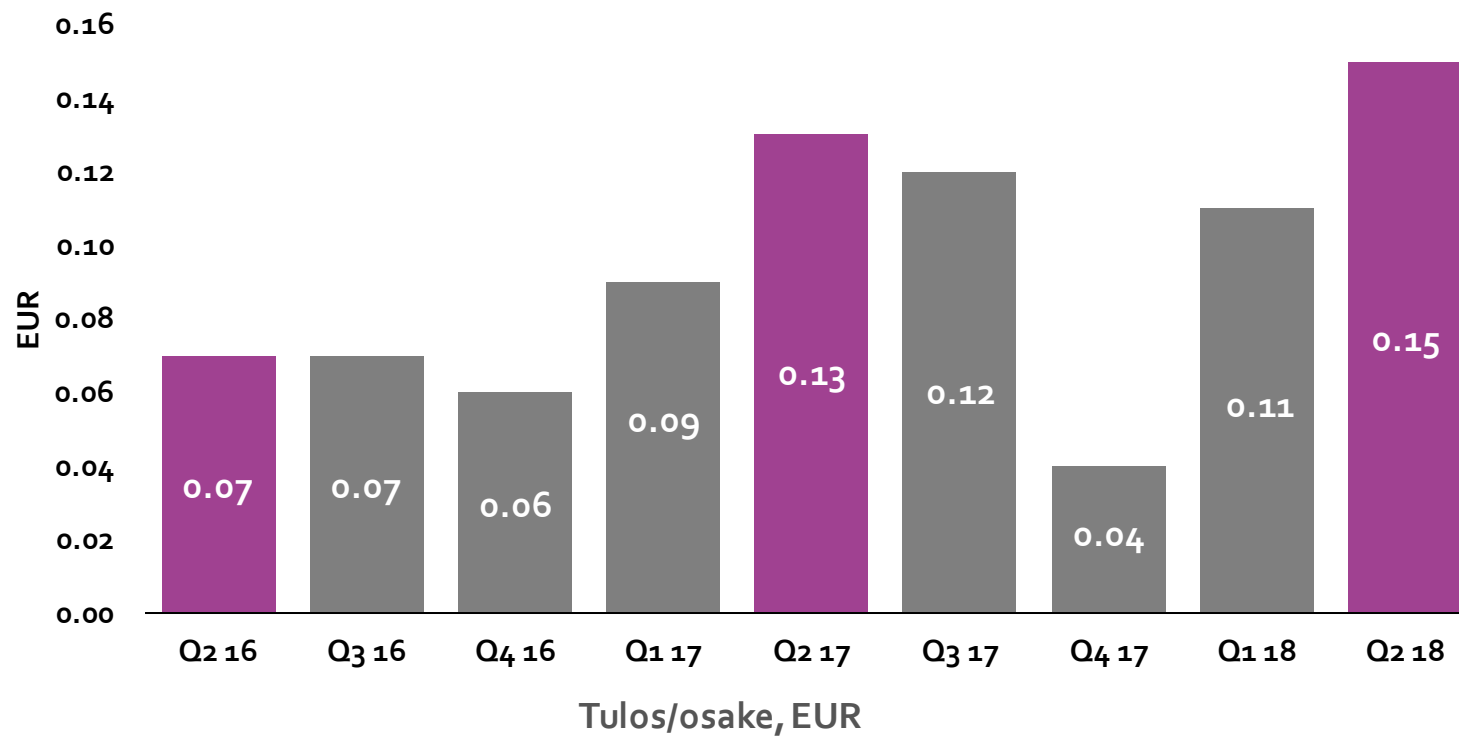
Liikevaihdon ja käyttökatteen kehitys

Liikevaihdon orgaaninen muutos -0,5 % Q2/2018.



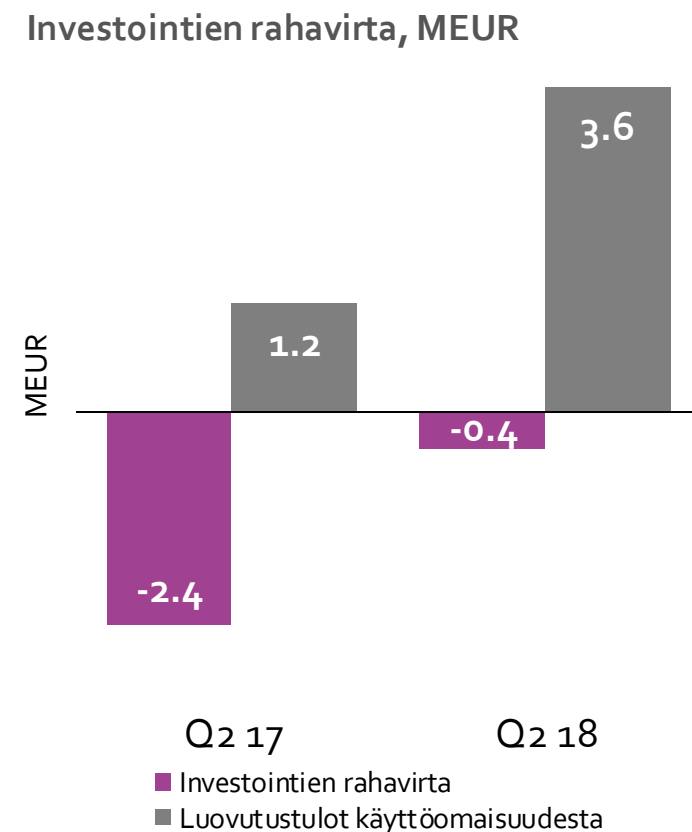
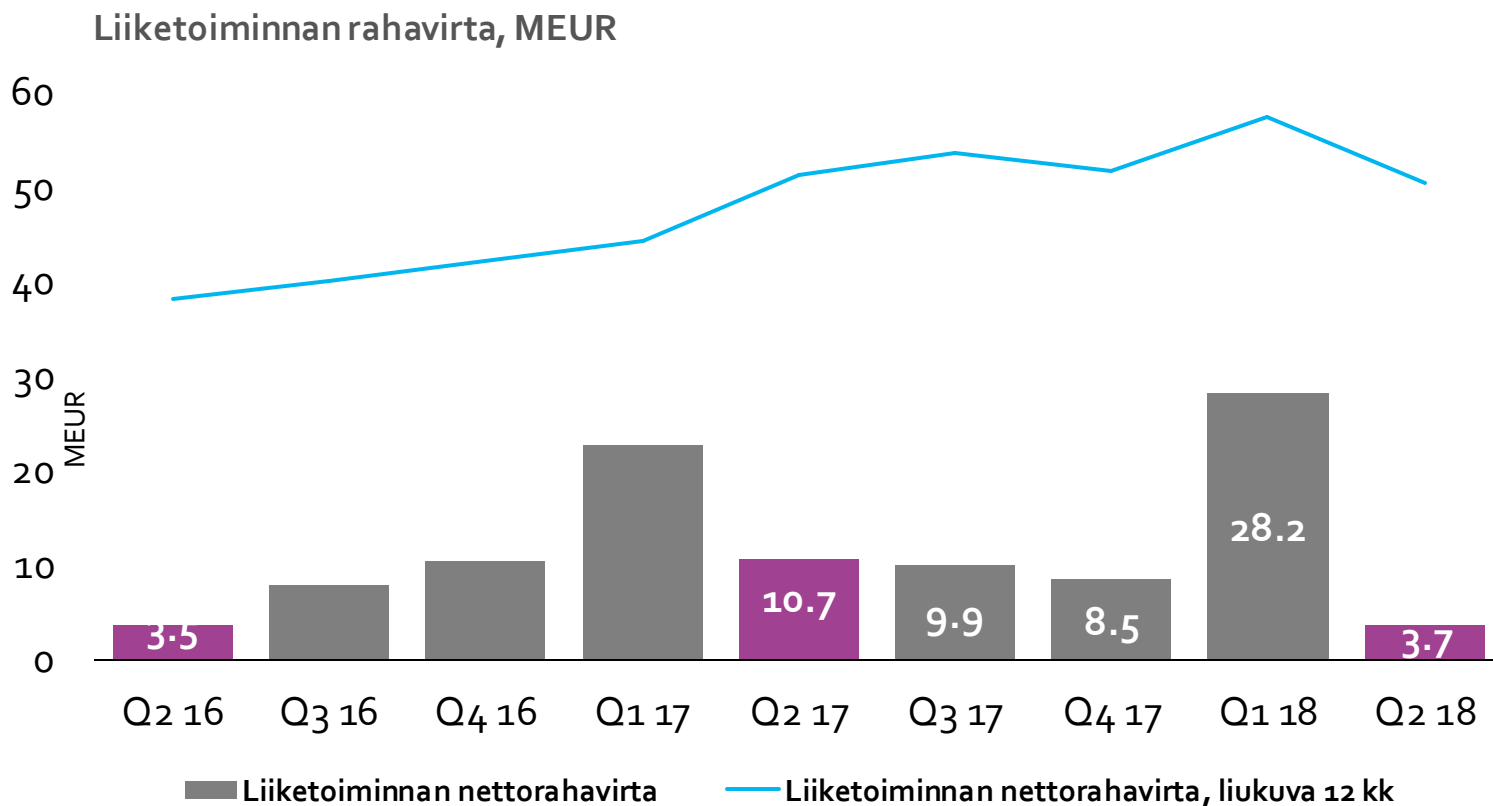
Tulos/osake

- Q2:lla osakekohtainen tulos 0,15 euroa (0,13 euroa). Oikaistuja eriä 4,5 milj. euroa (Q2/2017: 1,8 milj. euroa).



Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

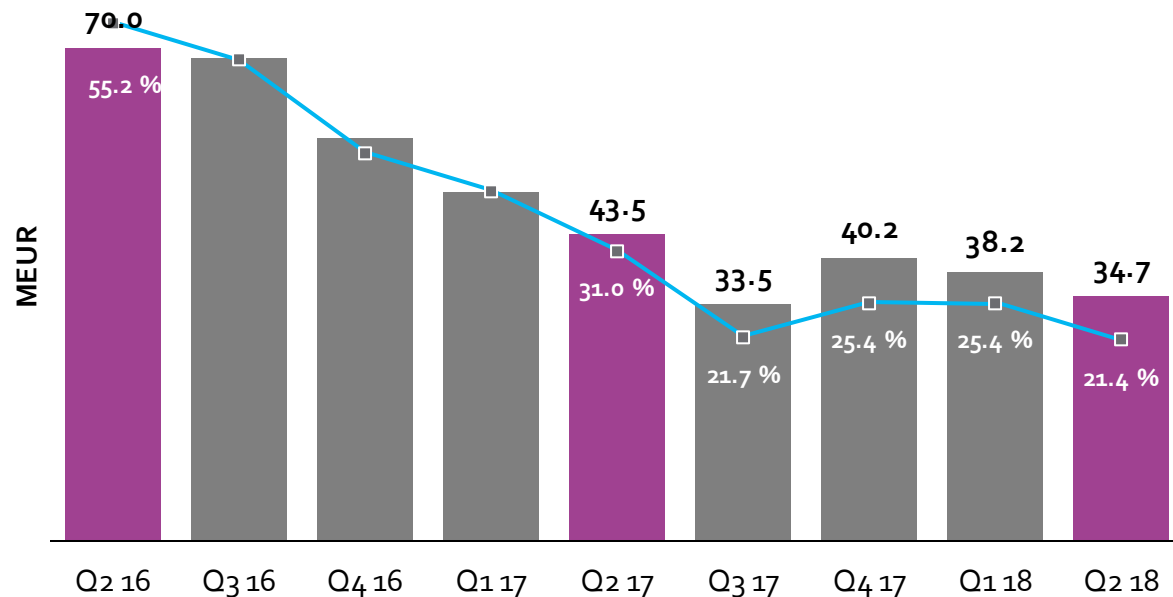
- Liiketoiminnan rahavirta Q2/2018 oli 3,7 (10,7) milj. euroa. Lasku johtuu vertailukautta suuremmista maksetuista veroista ja käyttöpääoman kasvusta. Kumulatiivinen liiketoiminnan rahavirta H1:llä oli edellisvuoden tasolla.
- Investointien rahavirta Q2/2018 oli 2,6 (-1,2) milj. euroa sisältäen mm. Lapin lehtiliiketoiminnan myynnin.
- Rahavirta ennen rahoitusta Q2/2018 oli 6,3 (9,5) milj. euroa.



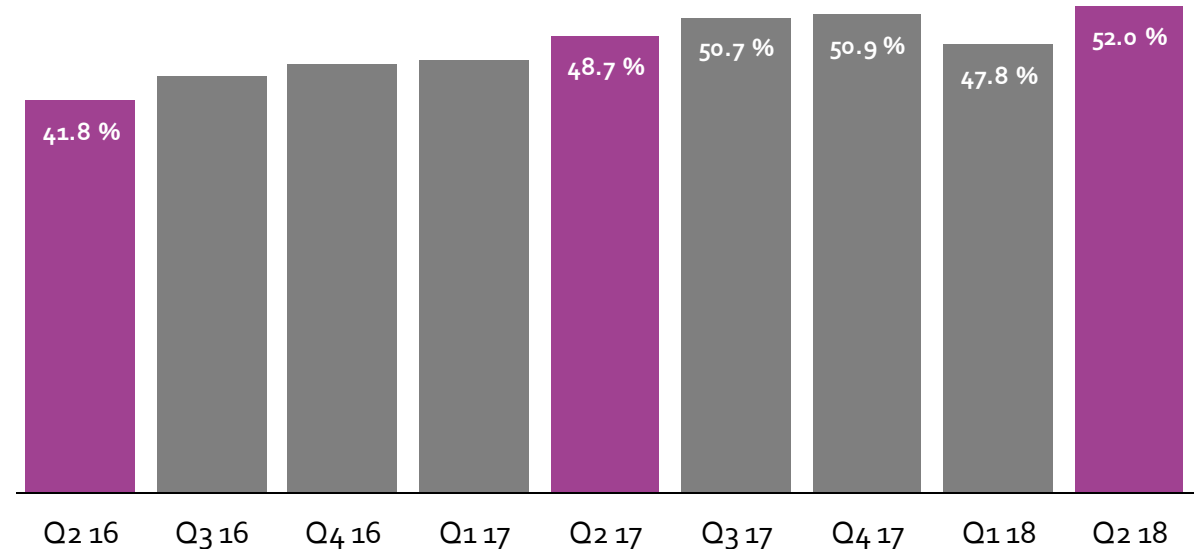
Korolliset velat ja omavaraisuusaste

- Kesäkuun lopussa nettovelkaantuneisuusaste oli 21,4 % ja nettovelka 34,7 milj. euroa.
- Korollisia velkoja oli kesäkuun lopussa 58,8 milj. euroa, josta pitkäaikaisia velkoja 54,1 milj. euroa.
- Omavaraisuusaste 52,0 %.

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
Q2/2016–Q2/2018



Omavaraisuusaste,
Q2/2016–Q2/2018



Alustava arvio IFRS 16:n vaikutuksista taloudelliseen asemaan

IFRS 16: arvioitu vaikutus Alma Media Oyj:n konsernitilinpäätökseen (alustava)				
Tase (milj.euroa)	31.12.2017		31.12.2018	
	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)	2018
Muut kulut - <i>lasku</i>	7,8
Käyttökate	7,8
Poistot - <i>kasvu</i>	-7,2
Liikevoitto	0,6
Korkokulut - <i>kasvu</i>	- 0,6
Tilikaudentulos	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
Oikaistuliikevoitto	51,1	51,7
Tulos/osake (EPS)	0,39	0,39

STRATEGIA

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Kestävän kasvun kiihdyttäminen

KASVUN LÄHTEET

DIGILIIKETOIMINTA

MONIKANAVAISET MEDIARATKAISUT

VAHVAT BRÄNDIT

PALVELULIIKETOIMINTA

KANSAINVÄLISTYMINEN

UUDET LIIKETOIMINTA-ALUEET

VAHVA TALOUDELLINEN ASEMA



STRATEGISET ALOITTEET

AMR - ALMA MEDIARATKAISUT

ECOM SISÄLLÖT JA PALVELUT

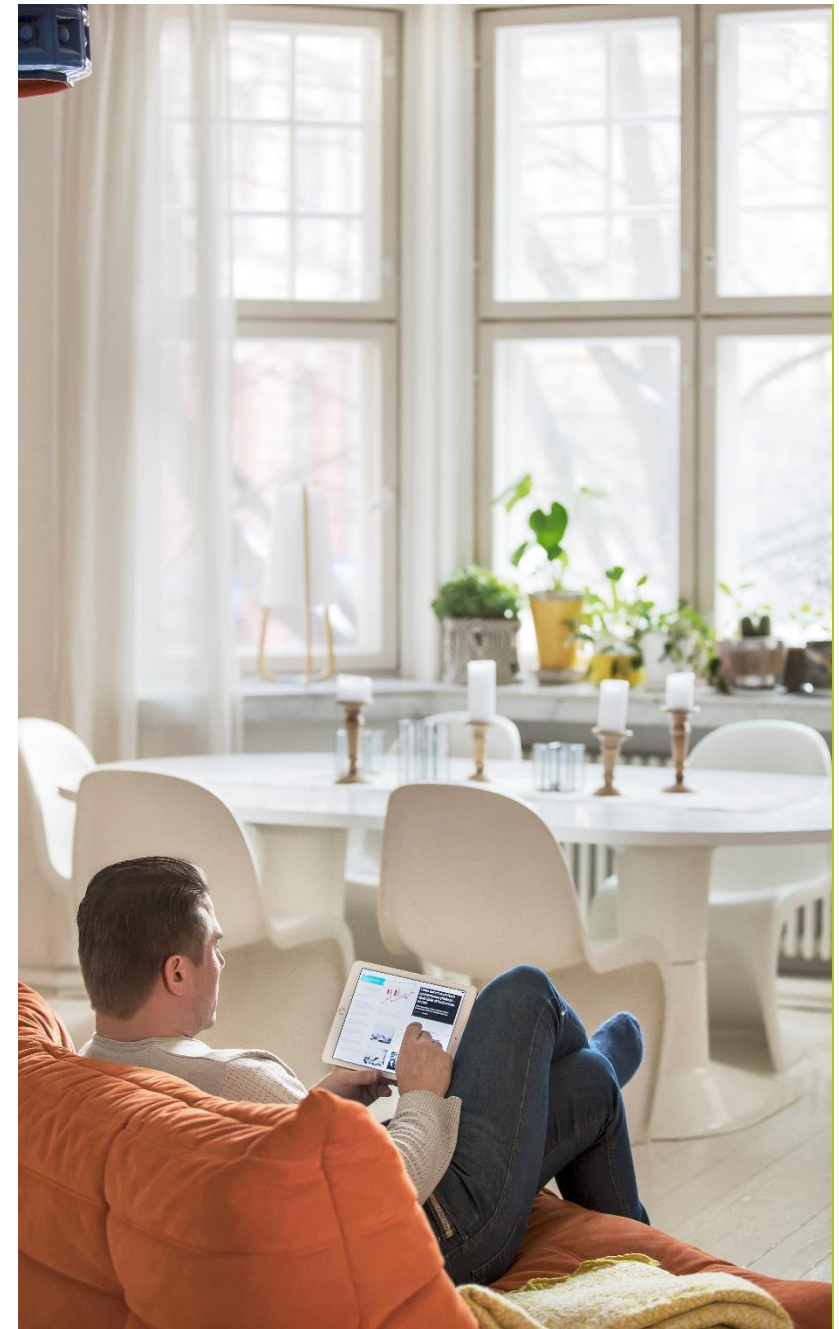
DATA

ALMA TEEMAT JA PALVELUT

LIIKENTEENOHJAUS

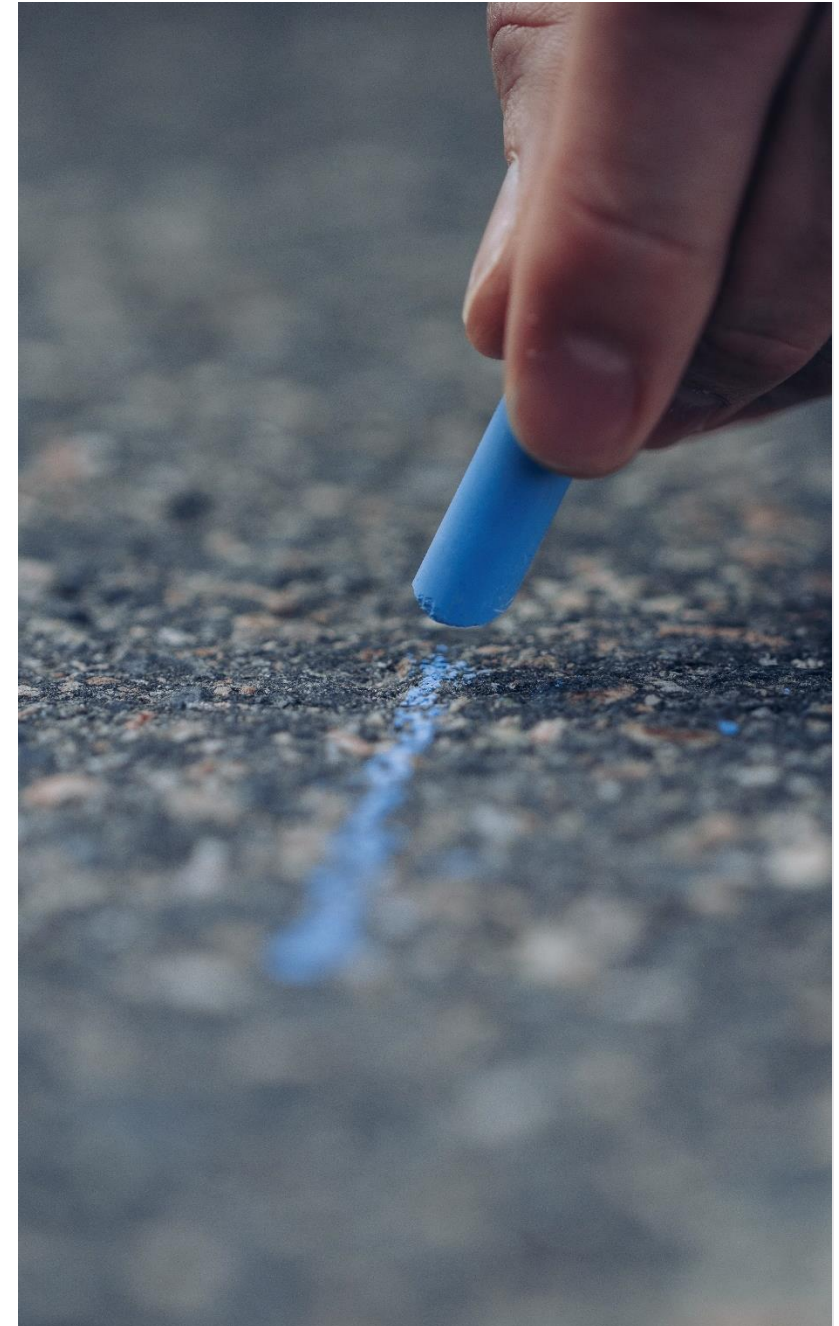
eCom

- Strategisen eCom-aloitteen tavoitteena digisisältöliikevaihdon ja digisisältötuotteiden käyttäjämäärän kasvu. Digituotteiden vakiinnuttaminen osaksi kuluttajan arkea.
- Q2:n toimenpiteitä
 - digisisältöjen laadun ja arvon kehittäminen (tähtijutut)
 - käyttäjän aktiivisuuden, käyntitiheyden ja tilaajapidon kasvattaminen
 - digitaalisen kulttuurin ja yhteistyön vahvistaminen organisaatiossa.



Divestoinnit ja liiketoimintojen lopettamiset kesä-heinäkuussa 2018

- Ruotsin liiketoimintojen kehitys jäi tavoitetasosta
 - Alma Talent Events Ab:n lopettaminen kesäkuussa
 - Heinäkuun alussa Dagens Media Sverige Ab:n myynti Bonnier Business Medialle (Dagens Media ja Medievärlden).
- Alma Talent myi CRM-järjestelmän jälleenmyynti- ja ylläpitoliiketoiminnan CRM-service Oy:lle.
- Alma Consumer myi Matkapörssi- ja Lentokeskus -liiketoiminnot Lakeuden Matkat Oy:lle. Liiketoiminta siirtyy uudelle omistajalle heinäkuun alussa.
- Alma Media myi heinäkuussa entisen toimisto- ja tuotantokiinteistön Tampereella Sagax AB:lle.



Alma Consumerin integraatio päätökseen

- Tavoitteena
 - digiliiketoiminnan kasvu sisällöissä, palveluissa ja mainonnassa
 - painetun median liikevaihdon kehityksen varmistaminen
 - parhaat palvelut ja markkinointiratkaisut
 - paikallisen, alueellisen ja valtakunnallisen toiminnan vahvistaminen.
- Yksikön johtamismalli valmis ja johtoryhmä nimitetty. Lisäksi sisältömyynti ja digikehitys organisoituivat.
- Integraatioon liittyneiden yt-neuvottelujen tuloksena työt väheni kahdeksalla henkilötyövuodella.
- Liiketoimintayksikön strategiatyö käynnistyy Q3:lla.
 - Strategiatyön yhtenä tavoitteena on etsiä uusia liiketoiminta-avauksia.



Näkymät

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.

KIITOS! KYSYMYKSIÄ?

Seuraavat tapahtumat
sijoittajakalenterissa

- Q3/2018: 25.10.2018



