

AL
MA

ALMA MEDIA OYJ
OSAVUOSIKATSAUS Q3 2023

19.10.2023

Alma Median osavuositarkastus tammi—syyskuu 2023: Vuoden kolmannella vuosineljänneksellä liikevaihto lähes viime vuoden tasolla, liikevoitto kasvoi kustannussäästöjen ansiosta.

Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2023:

- Liikevaihto 73,4 (74,5) milj. euroa, laskua 1,5 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 83,9 % (82,3 %).
- Oikaistu liikevoitto 20,5 (19,3) milj. euroa, kasvua 6,2 %.
- Liikevoitto 20,8 (19,3) milj. euroa, kasvua 7,7 %.
- Alma Career: Liikevaihto vertailukauden tasolla. Liikevoitto parani laskeneiden markkinointipanostusten myötä.
- Alma Consumer: Kannattavuutta painoi alkuvuoden tavoin mainonnan myynnin lasku mediassa ja markkinapaikoissa. Liikevaihto kasvoi vertailupalveluissa ja digisisältömyynnissä.
- Alma Talent: Liikevoitto kasvoi Talent Palveluiden vahvan kehityksen myötä. Medialiiketoiminnan kannattavuus heikkeni mainonnan ja painetun sisältömyynnin laskun seurauksena.
- Osakekohtainen tulos 0,19 (0,20) euroa.

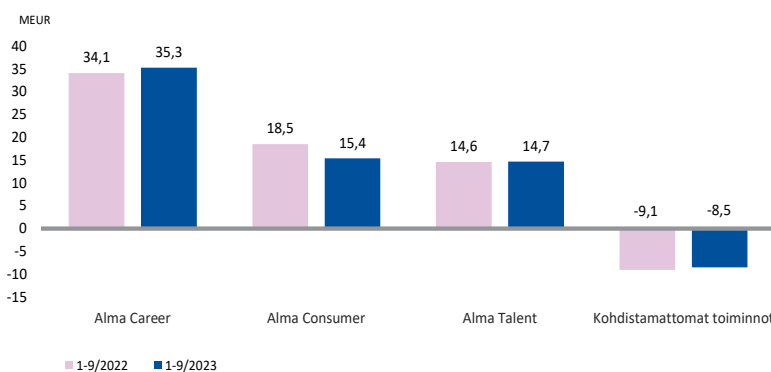
Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2023:

- Liikevaihto 226,9 (230,0) milj. euroa, laskua 1,4 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 82,8 % (81,1 %).
- Oikaistu liikevoitto 56,9 (58,2) milj. euroa, laskua 2,2 %.
- Liikevoitto 57,2 (65,0) milj. euroa, laskua 12,1 %.
- Osakekohtainen tulos 0,55 (0,68) euroa.
- Otava Oy julkaisi 29.6.2023 tarjousasiakirjan kaikista Alma Median osakkeista koskevasta pakollisesta julkisesta ostotarjouksesta. Alma Median hallitus antoi 5.7.2023 ostotarjouksesta arvopaperimarkkinain edellyttämän lausunnon. Tarjousprosessi päättyi 21.7.2023 ja sen myötä Otava Oy:n omistus Alma Median osakkeista nousi 2,0 %-yksikköä 31,18 %:iin.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevaihto



Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Toimintaympäristö vuonna 2023

Hiipuva talouskasvu näkyi toimintaympäristössä kolmen ensimmäisen vuosineljänneksen aikana. Euroopan talous kärsi edelleen muun muassa kauppapakotteista, toimitusketjujen häiriöistä ja raaka-ainesaatavuuden ongelmista. Korkea inflaatio jatkui, vaikkakin hidastuen, samalla kun markkinakorot kohosivat vuoden takaisesta. Tämä koetteli kuluttajien luottamusta ja kotitalouksien reaalista ostovoimaa. **Euroopan Komission** mukaan Euroopan talous on kyennyt hillitsemään Venäjän hyökkäyssodan kielteistä vaikutusta ja muita taloudellisia iskuja. Komissio arvioi tuoreimmassa katsauksessaan euroalueen talouden kasvavan tänä vuonna 0,8 prosenttia ja ensi vuonna 1,3 prosenttia. Viime vuonna elintasoa mittaava bruttokansantuote kasvoi 3,3 prosenttia.

Kotimaisen kysynnän heikkous etenkin kulutuksessa osoittaa Komission mukaan, että useimpien tavaroiden ja palveluiden korkeat ja yhä kohoavat kuluttajahinnat rasittavat taloutta ennustettua enemmän. Euroopan Komissio ennustaa inflaation olevan tänä vuonna euroalueella 5,6 % ja putoavan ensi vuonna 2,9 %:iin. EU:ssa inflaatio on Komission mukaan keskimäärin 6,5 % ja ensi vuonna 3,2 %. Suomen inflaatiolukemaennusteet ovat näitä selvästi matalampia.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan tammi–elokuussa 2023 mediamainonnan määrä laski yhteensä 3,5 %. Elokuussa mediamainonnan määrä laski 9,8 % ja avoimien työpaikkojen ilmoittelu 25,4 % vuoden 2022 elokuuhun verrattuna. Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät eniten matkailun ja liikenteen sekä moottoriajoneuvojen mainostajat verrattuna vuoden 2022 elokuuhun. Eniten laski telepalveluiden, finanssialan, pukeutumisen sekä öljy- ja energia-yhtiöiden mainonta.

Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 8,6 prosenttia vuoden 2023 kolmannella vuosineljänneksellä.

Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan uusia henkilöautoja rekisteröitiin ensimmäisen yhdeksän kuukauden aikana yhteensä 68 580 kappaletta, mikä on yhdeksän prosenttia viime vuotta enemmän. Alkuvuoden rekisteröinnit ovat edelleen noin 14 prosenttia pitkän aikavälin keskiarvoaan alemmat. Ensirekisteröidyistä henkilöautoista 33,3 prosenttia on ollut täyssähköautoja ja 19,9 prosenttia ladattavia hybridejä. Vaihtoautokauppaa on autoliikkeissä käyty noin 5,5 prosenttia vilkkaammin kuin viime vuonna. Ensirekisteröintien määrän ennakoidaan tänä vuonna jäävän noin 85 000 henkilöautoon, vaikka tilauskanta oli vielä alkuvuonna poikkeuksellisen korkealla.

Aiempiä vuosina kasvanut tilauskanta on sulanut nopeasti autotuotannon palaututtua komponenttipulasta. Tilauskantaa kutistaa ennen kaikkea uusien autojen heikko kysyntä – asiakastilaukset ovat tänä vuonna jääneet noin puoleen normaalista tasostaan.

Kiinteistövälitysalan keskusliiton arvion mukaan asunto-kaupassa vuosi 2023 tulee jäämään erittäin heikoksi, jopa finanssikriisin vuosia 2008 ja 2009 heikommaksi. Kiinteistövälittäjät ja rakennusyhtiöt raportoivat valtakunnallisesti Kiinteistövälitysalan Keskusliiton ylläpitämään KVKL Hintaseurantapalveluun syyskuussa 2023 yhteensä 3 822 asuntokauppaa. Kauppamäärät laskivat syyskuussa 31,4 prosenttia vuoden takaiseen verrattuna. Vuoden kolmannen kvartaalin luvut eivät osoittaneet elpymistä, kun vetureina toimineet pääkaupunkiseudun kerrostalo-asuntojen vaihdanta sekä uudistuotannon kauppa yskivät edelleen.

Kiinteistövälitysalan keskusliitto näkee asuntomarkkinoiden haastavaan tilanteeseen suurimpina syinä inflaation ja markkinakorkojen historiallisen nopean nousun. Kotitalouksien ostovoima on heikentynyt ja kulut ovat nousseet. Kustannusten nousu on johtanut epävarmuuteen asuntomarkkinoilla.

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien kasvun odotetaan hidastuvan vuonna 2023. Suomen talouskasvu on jäämässä selkeästi muusta EU-alueesta. Tämän vuoden kasvuksi **Euroopan Komissio** ennustaa 0,2 prosenttia ja ensi vuoden kasvuksi 1,4 prosenttia.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Komissio arvioi, että Tšekin BKT:n kasvuvauhti laskisi tänä vuonna 0,2 %:iin, nousseen ensi vuonna 2,6 %:iin ja että Slovakiassa BKT kasvaisi tänä vuonna 1,7 % ja ensi vuonna 2,1 %.

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

Näkymät vuodelle 2023 (muuttumaton, päivitetty 16.2.2023)

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

Toimitusjohtajan katsaus: Kannattavuuden parantamista vastatuulen tuivertaessa

Alma Median liiketoiminta kehittyi kolmannella vuosineljänneksellä talouskasvun hidastumisesta, korkeasta inflaatios- ta ja markkinakorkojen noususta huolimatta hyvin. Vaikka liikevaihto laski 1,5 % 73,4 milj. euroon, oikaistu liikevoitto kasvoi 6,2 % 20,5 milj. euroon. Mainonnan myynnin laskusta huolimatta kannattavuus parani muun muassa kustannusten sopeuttamiseksi tehtyjen toimenpiteiden ansiosta.

Koko alkuvuoden osalta liikevoitto suhteessa liikevaihtoon nousi pitkän aikavälin tavoitetasolle (yli 25 %).

Alma Career -segmentin kolmas vuosineljännes oli kannattavuudeltaan lähellä ennätystasoaan. Liikevaihto, 27,4 milj. euroa, oli vertailukauden tasolla, mutta oikaistu liikevoitto nousi 19,5 % 12,0 milj. euroon, 43,8 %:iin liikevaihdoista. Kokonaiskulut laskivat 10,8 %, etenkin myynti- ja markkinointipanos- tusten vähentämisen takia vertailukauden poikkeukselli- sen korkealta tasolta.

Sisäistä yhteistyötä syventävän Career United -hankkeen eteneminen jatkuu suunnitellusti. Järjestelmäarkkitehtuu- rin, brändin, talous- ja ICT-toimintojen yhtenäistäminen on edennyt suunnitellusti, ja lisäksi HR-järjestelmien yhdistämi- nen on alkanut.

Työmarkkinasuhdanteen ennakoidaan jatkuvan haastavana Baltiassa ja erityisesti Suomessa. Sen sijaan keskeisistä toi- mintamaista Tšekissä tilanne on vakaa ja Slovakiassa (18,4 %) ja Kroatiassa (13,8 %) kasvu oli raportointikaudella vauhdikas- ta. Vireään rekrytointimarkkinan taustalla on voimakas kilpailu ammattitaitoisesta työvoimasta sekä matala työttömyysaste. Odotamme segmentin neljännen vuosineljänneksen liike- vaihdon olevan vähintään vertailukauden tasolla.

Alma Consumer -segmentissä liikevaihto laski kolmannella vuosineljänneksellä 3,0 % 24,7 milj. euroon. Oikaistu liike- voitto laski 15,5 % 5,8 milj. euroon, ja oli 23,4 % liikevaihdoista. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdoista oli 82,2 %. Vertailu- ja jakamistalouden palveluiden liikevaihto kehittyi vahvasti, mutta median ja mediallisten palveluiden liikevaihto laski 5,1 %. Mainosmyynnin pudotus oli merkittävä (-11,7 %) ja odot- tamamme mainosmarkkinan elpyminen viivästynee ensi vuoden puolelle. Liiketoiminta-alueista erityisesti asumisen liikevaihto kärsi matalasuhdanteesta (laskua 6,5 %), mutta autoilu & liikkuminen oli lähellä vertailukauden tasoa.

Yleinen kiinnostus uutisiin on pysynyt vankkana jännitteisen geopolitiikan ja sotautusten takia. Kohdennetun ja perso- noidun sisällön kehityksen myötä maksullisen Iltalehti Plus -palvelun tilaajamäärä on yli 47 000.

Tänä vuonna kuluttajien ja autokauppojen välille rakennet- tu digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa, Baana, on vakiinnuttanut asemansa markkinoilla.

Segmentille vaikeasta markkinatilanteesta huolimatta jatkoimme kehitysprojekteja määrätietoisesti eteenpäin erityisesti autoilun ja asumisen myyntijärjestelmäkehi- tyksessä, digitaalisen kiinteistövälityksen OviPro-järjes- telmässä, autoilun ja liikkumisen järjestelmähankkeissa ja muissa keskeisissä transaktionaalisen kaupankäynnin hankkeissa. Strategisesti tärkeä maksunvälitysjärjestel- män toteutus eteni tuotantovaiheeseen.

Alma Talent -segmentin liikevoitto nousi 7,2 % 5,1 milj. eu- roon, mutta liikevaihto laski 2,7 % 21,5 milj. euroon. Kustan- nussäästötoimenpiteitä tehtiin läpi liiketoiminnan ja kulut laskivat 5,4 %. Vahva digitaalinen transformaatio jatkui digitaalisen liiketoiminnan osuuden noustua jo 66,5 %:iin liikevaihdoista.

Talent Palveluiden liikevoitto kasvoi 29,2 % 2,7 milj. eu- roon. Jatkuvalaskutteisten palveluiden kasvu jatkui muun muassa juridiikan palveluiden osalta. Vahva kehitys toimi- tilamarkkinapaikoissa Suomessa ja etenkin Ruotsissa on osoitus siitä, että segmentissä on onnistuttu rakentamaan toinen tukijalka yrityksille suunnatuista skaalautuvista digitaalisista palveluista. Aktiivisen tuoteportfolion johta- misen myötä palveluiden liikevoittoprosentti nousi jo 31,6 %:iin.

Taloussuhdanne ei kuitenkaan helpottunut ja pysyi ku- luneella vuosineljänneksellä talousmedialle haastavana. Segmentin mediamainonta laski merkittävästi (-14,8 %). Sen seurauksena Talent Median liikevaihto laski 6,7 % 11,3 milj. euroon ja liikevoitto laski 9,7 % 2,0 milj. euroon.

Alma Media hyvissä asemissa

Hyvän tuloskehityksen ja kassavirran myötä rahoitusase- mamme jatkoi vahvistumista. Velkaantumisasasteemme (gearing) oli syyskuun lopussa 72,7 (80,8) ja omavaraisuus- asteemme 46,1 (41,6) prosenttia.

Pyrimme kasvun kiihdyttämiseen operatiivista toimintaa kehittämällä sekä tehden uusia avauksia. Markkinapaik- ka- ja palveluliiketoiminnassa kuljemme kohti kehittyneitä digitaalisia kaupankäyntialustoja ja saumattomia ostopol- kuja – helpottaen yritysten ja kuluttajien välistä kauppaa ja tarjoten helpon ja turvallisen tavan ostaa ja myydä tuotteita ja palveluita.

Toimintamaissamme hidastuneesta talouskasvusta huo- limatta suorituskykymme on ollut vahva. Ketteryytemme, tekemämme strategiset linjaukset, onnistunut digitaalinen transformaatiomme ja panostuksemme muun muassa markkinapaikkoihin näkyvät nyt positiivisesti. Valtaosa tulovirroistamme muodostuu digitaalisista liiketoiminnois- ta, jotka omaavat vahvan markkina-aseman ja kilpailuky- vyn. Meillä on erinomaiset edellytykset pitkän tähtäimen vahvaan arvonluontiin.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

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

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

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

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

Esimerkkejä kehittyneistä uusista liikkumisen digipalveluista ovat muun muassa digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa Baana, autokaupan dokumentaatio ja maksaminen sähköisesti sekä älypuhelimella hoituvat Helpot kaupat -malli. Asumisen osalta vastaava esimerkki on muun muassa OviPro-palvelukokonaisuus. DOKS-palvelu auttaa yrityksiä digitaalisella työkalulla rahanpesuvelvoitteiden hoidossa, pakoteseurannassa sekä yleisesti asiakkaan tunnistamisessa ja tuntemisessa.

Haemme markkinajohtajuutta rekrytoinnin, asumisen ja kiinteistöjen sekä autoilun ja liikkumisen alueilla.

Monipuolistamme tulovirtoja nykyisillä palvelualueilla ja täydennämme tarjontaamme uusilla, synergiaa tuottavilla palveluilla. Jatkamme rekrytointiliiketoimintojemme kansainvälistymispolkua ja etsimme myös uusia mahdollisuuksia nykyisiltä markkinoilta. Kasvua vauhditetaan orgaanisen kehityksen lisäksi yritysostoilla.

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

Alma Career United -hanke on vuoden 2021 lopulta lähtien lisännyt suunnitelmien mukaisesti yhteistyötä tuotekehityksessä, myynnissä ja markkinoinnissa, yhtenäistänyt teknologiaa ja toimintamalleja ja rakentanut kansainvälisesti entistä kilpailukykyisempiä palveluita. Hanke tähtää vahvempaan synergiaan palvelun tuottamisessa yritysasiakkaille ja laajempien yli toimintamaiden rajojen ulottuvien rekrytointiratkaisujen kehittämiseen. Etenemiselle keskeistä on 11 maan yhteisen tuotekehityksen mahdollistavan teknologian ja palvelualueiden yhtenäistäminen sekä talouden, HR:n ja juridisten prosessien asteittainen tuominen osaksi konsernin prosesseja. Myös yritysasiakkaille lanseerattava B2B-brändi, Alma Career, mahdollistaa samojen tuotteiden ja palveluiden ostamisen ja myymisen kaikissa Career-maissa ja laajemmin Euroopassa.

Taloukasvu hidastuu

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

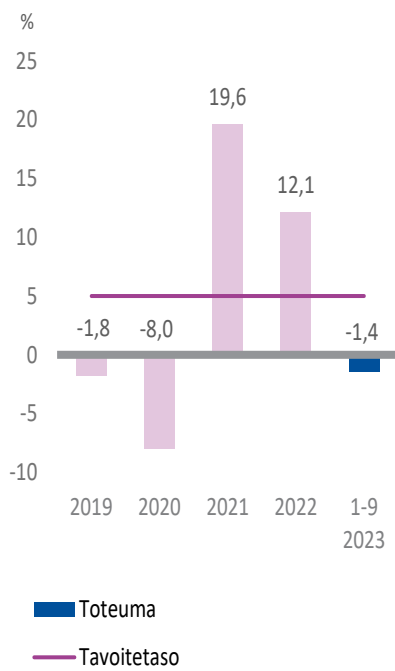
Vaikka pitkän aikavälin trendit, kuten digitalisaatio, tukevat liiketoimintaamme kehitystä koko strategiakauden 2023–2025 ajan, yhtiö varautuu epävarmuuden aikaan ja heikentyvän taloukasvun erilaisiin skenaarioihin huolellisella suunnittelulla ja riskienhallinnalla.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

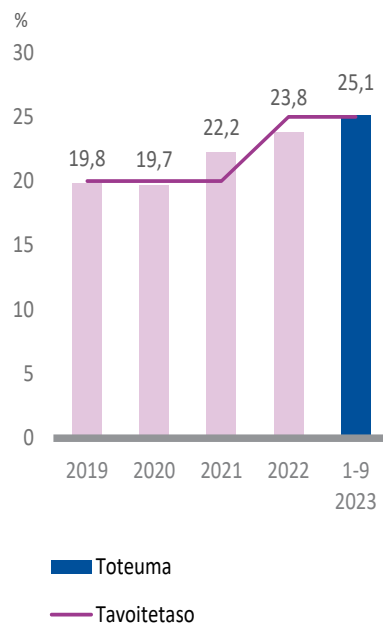
Alma Median hallituksen asettamat konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet liittyvät liiketoiminnan kasvuun, kannattavuuteen ja vakavaraisuuteen. Ne perustuvat näkemykseemme toimintaympäristön muutoksista, kilpailutilanteesta ja transformaatiostrategian etenemisestä ja ovat:

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

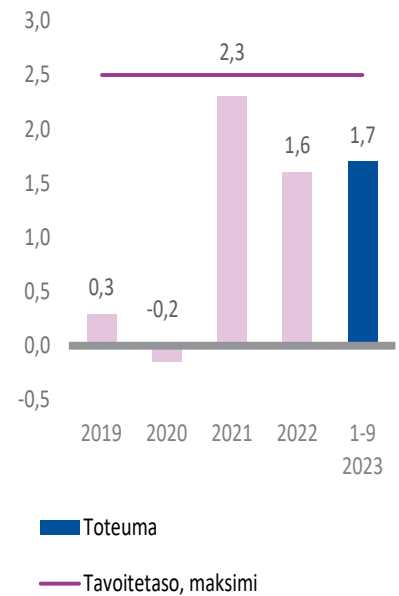
Liikevaihdon kasvu



Oikaistu liikevoittomarginaali



Nettovelan ja käyttökateen suhde*



* Oikaistu käyttökate 12kk rullaava.

Vastuullisuus

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

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

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

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

Vastuullisuustoimien eteneminen katsantokaudella

Alma Career United -hanke eteni raportointikaudella ja yritysasiakkaita palveleva 11 maan tarjontaa yhdistävän B2B-brändin lanseeraus alkoi. Alma Career -brändille toteutettiin yhteiskunnallinen vaikuttavuusarviointi ja kansainvälisenä rekrytointiratkaisuna brändin tarkoitus on osaltaan ratkaista vallitsevaa työvoimapulaa itäisen Keski-Euroopan alueella keskittymällä työelämän diversiteettiin ja inklusioon. Tämä tarkoittaa yhteistyössä yritysten ja voittoja tavoittelemattomien yhteisöjen kanssa aliedustettujen työntekijäryhmien työllistymisen edistämistä tutkimus- ja kehitysohjelmin. Tilastojen mukaan selvästi aliedustettuja ovat esimerkiksi vanhempainvaapaalta palaavat naiset, nuoret työnhakijat, maahanmuuttajat ja vajaakuntoiset. Syyskuussa 2023 avattiin verkkosivusto almacareer.com, jossa kerrotaan B2B-brändin kaupallisen tarjonnan ohella yhteiskuntavastuun tavoitteet ja meneillään olevat projektit.

Raportointikaudella Alma Median Prahan yksikössä henkilöstö siirtyi uusiin entistä modernimpiin toimitiloihin ja samalla tilamäärä puolittui. Tämä vaikuttaa suoraan yhtiön oman toiminnan energiakulutuksen pienentymisenä. Alkuvuodesta 2023 myös yhtiön Tampereen toimitalon koko puolitettiin ja käyttöön saatiin vähäpäästöinen kaukolämpö.

Alma Media on aktiivisesti päivittänyt autopoliikkaansa tavoitteenaan autokannan sähköistyminen. Alma Median Suomen liiketoiminnoissa polttomootoriautojen leasing ei ole ollut sallittua 1.6.2022 jälkeen. Autokannan sähköistyminen on Suomessa edennyt hyvin, kun komponenttien saatavuus autoihin on parantunut ja toimitusajat ovat normalisoitumassa.

Raportointikauden päättyessä autokannasta 20 % oli täyssähköautoja ja 23 % hybridejä. Autopoliikan päivitys eteni raportointikaudella myös yhtiön Tšekin toimittoihin ja vain vähemmän energiaa kuluttavien automallien hankinta on enää mahdollista. Haasteena autokannan nopealle sähköistämiseksi itäisen Keski-Euroopan alueella on toistaiseksi riittävän latausinfraan puuttuminen. Raportointikauden päättyessä yhtiössä oli yhteensä 140 leasing-autoa.

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

Konsernin tunnuslukuja

Tuloslaskelma

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	73,4	74,5	-1,5	226,9	230,0	-1,4	308,7
Markkinapaikat	35,4	34,7	2,3	107,1	104,2	2,8	138,3
Media	23,5	24,8	-5,3	75,6	79,2	-4,6	107,8
- josta digitaalista	61,4 %	60,2 %		60,7 %	60,4 %		60,6 %
Palveluliikevaihto	14,5	15,1	-3,7	44,2	46,6	-5,1	62,6
- josta digitaalista	82,2 %	78,0 %		80,3 %	75,2 %		74,8 %
Digiliiketoiminnan liikevaihto	61,6	61,3	0,4	187,8	186,6	0,6	249,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	83,9	82,3		82,8	81,1		80,9
Oikaistut kokonaiskulut	53,0	55,3	-4,2	170,2	172,2	-1,1	235,7
Oikaistu käyttökate	24,9	23,6	5,4	70,0	71,1	-1,6	90,6
Käyttökate	25,2	23,6	6,6	70,2	77,9	-9,8	97,2
Oikaistu liikevoitto	20,5	19,3	6,2	56,9	58,2	-2,2	73,4
% liikevaihdosta	27,9	25,9		25,1	25,3		23,8
Liikevoitto/-tappio	20,8	19,3	7,7	57,2	65,0	-12,1	80,0
% liikevaihdosta	28,3	25,9		25,2	28,3		25,9
Tilikauden tulos ennen veroja	19,7	20,2	-2,8	57,0	67,8	-15,9	86,4
Tilikauden tulos	15,4	16,2	-5,3	45,8	55,7	-17,8	71,9

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

Tase

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Varat				498,7	502,6	-0,8	495,2
Nettovelat				151,1	153,5	-1,6	142,6
Korolliset velat				178,0	192,2	-7,4	172,7
Korottomat velat				112,8	120,4	-6,3	116,7
Investoinnit yhteensä	2,7	6,2	-56,2	12,5	12,6	-0,3	18,3
Omavaraisuusaste %				46,1	41,6	10,9	45,8
Gearing %				72,7	80,8	-10,1	69,3

Henkilöstö

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 714	1 708	0,4	1 698	1 676	1,3	1 679
Telemarkkinoijat keskimäärin	140	165	-15,2	143	214	-33,0	196

Tunnuslukuja

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	34,4	40,7	-15,5	30,5	43,7	-30,1	38,6
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	19,0	18,6	2,1	17,8	19,8	-10,3	18,9
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,19	0,20	-6,1	0,55	0,68	-18,1	0,88
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,18	0,19	-5,8	0,55	0,66	-17,8	0,86
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,16	0,21	-25,1	0,53	0,75	-29,7	0,96
Oma pääoma/osake				2,49	2,29	9,1	2,48
Osinko/osake							0,44
Efektiivinen osinkotuotto%							4,7
Hinta/voittosuhte P/E							10,7
Markkina-arvo				743,1	654,1	13,6	744,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 383	82 261		82 383	82 261		82 185
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)**	83 567	83 719		83 567	83 719		83 706
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)***	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

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

** Yhtiö on vuoden 2023 aikana hankkinut omia osakkeita 409 203 kpl ja luovuttanut 297 705 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 309 889 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Heinä–syyskuu 2023

Alma Median liikevaihto laski 1,5 % 73,4 (74,5) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,4 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto laski 2,0 %.

Tammi–syyskuu 2023

Alma Median liikevaihto laski 1,4 % 226,9 (230,0) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,3 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto laski 1,8 %.

Liikevaihto

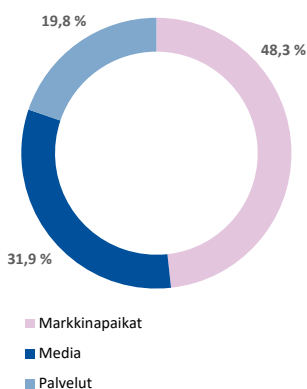
milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Alma Career	27,4	27,3	0,5	83,5	82,3	1,4	109,7
Alma Consumer	24,7	25,4	-3,0	75,2	77,4	-2,8	104,1
Alma Talent	21,5	22,1	-2,7	68,8	71,5	-3,7	96,5
Segmentit yhteensä	73,6	74,8	-1,6	227,5	231,1	-1,6	310,3
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,1	-0,3	49,7	-0,6	-1,1	46,1	-1,6
Yhteensä	73,4	74,5	-1,5	226,9	230,0	-1,4	308,7

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

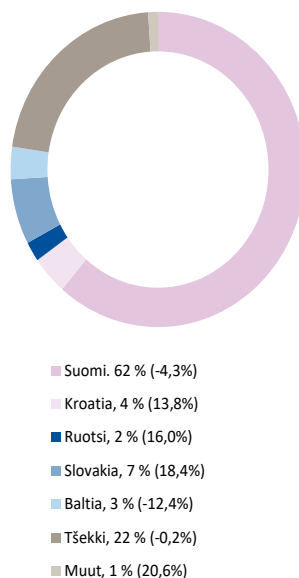
(milj. euroa)	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Suomi	45,1	47,2	-4,5	141,5	146,6	-3,5	197,9
Muut maat	28,3	27,3	3,9	85,3	83,4	2,3	110,8
Konserni yhteensä	73,4	74,5	-1,5	226,9	230,0	-1,4	308,7

* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty liiketoimintayksiköiden sijaintimaan mukaan.

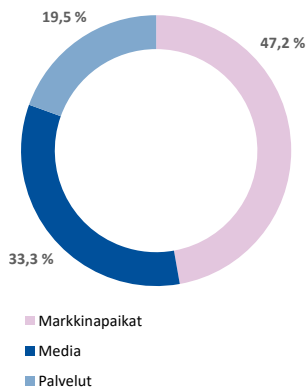
Liikevaihdon jakauma 7-9/2023



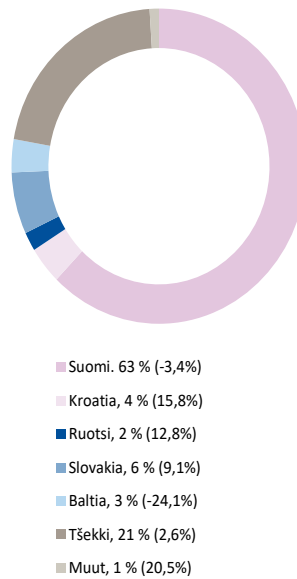
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 7-9/2023



Liikevaihdon jakauma 1-9/2023



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-9/2023



Tulos

Heinä–syyskuu 2023

Oikaistu liikevoitto oli 20,5 (19,3) milj. euroa, 27,9 % (25,9 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 20,8 (19,3) milj. euroa, 28,3 % (25,9 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Kokonaiskulut laskivat kolmannella vuosineljänneksellä 2,3 milj. euroa. Kuluja laskivat vähentyneet panostukset markkinointiin ja mainontaan. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,4 (4,3) milj. euroa. Heinä–syyskuun tulos oli 15,4 (16,2) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,19 (0,20) euroa per osake.

Tammi–syyskuu 2023

Oikaistu liikevoitto oli 56,9 (58,2) milj. euroa, 25,1 % (25,3 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 57,2 (65,0) milj. euroa, 25,2 % (28,3 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin, liiketoiminnan vaiheittaisten hankintojen aiheuttamiin tulosvaikutteisiin eriin sekä liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät E-kontaktin liiketoiminnan, Mega Baltian telemarkkinointiliiketoiminnan ja Bolt Group Oy:n osakkuusyhtiöosakkeiden myynnistä aiheutuneista myyntivoitoista sekä toiminnan uudelleen järjestelystä.

Kokonaiskulut laskivat tammi–syyskuussa 1,1 milj. euroa. Kuluja laskivat vähentyneet panostukset markkinointiin ja mainontaan. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 13,1 (12,9) milj. euroa. Tammi–syyskuun tulos oli 45,8 (55,7) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,55 (0,68) euroa per osake.

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Alma Career	12,0	10,0	19,5	35,3	34,1	3,5	42,5
Alma Consumer	5,8	6,8	-15,5	15,4	18,5	-16,9	24,4
Alma Talent	5,1	4,8	7,2	14,7	14,6	0,6	19,7
Segmentit yhteensä	22,9	21,7	5,7	65,4	67,2	-2,7	86,6
Kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-2,4	1,9	-8,5	-9,1	6,2	-13,2
Yhteensä	20,5	19,3	6,2	56,9	58,2	-2,2	73,4

Liikevoittoa oikaisevat erät

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

Oikaistut erät

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

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Alma Career	12,3	10,0	22,3	35,3	40,3	-12,3	48,5
Alma Consumer	5,8	6,8	-15,5	15,0	18,7	-20,0	24,6
Alma Talent	5,1	4,8	7,2	15,5	15,1	3,0	20,1
Segmentit yhteensä	23,2	21,7	7,0	65,8	74,1	-11,2	93,2
Kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-2,4	1,9	-8,6	-9,1	4,7	-13,2
Yhteensä	20,8	19,3	7,7	57,2	65,0	-12,1	80,0

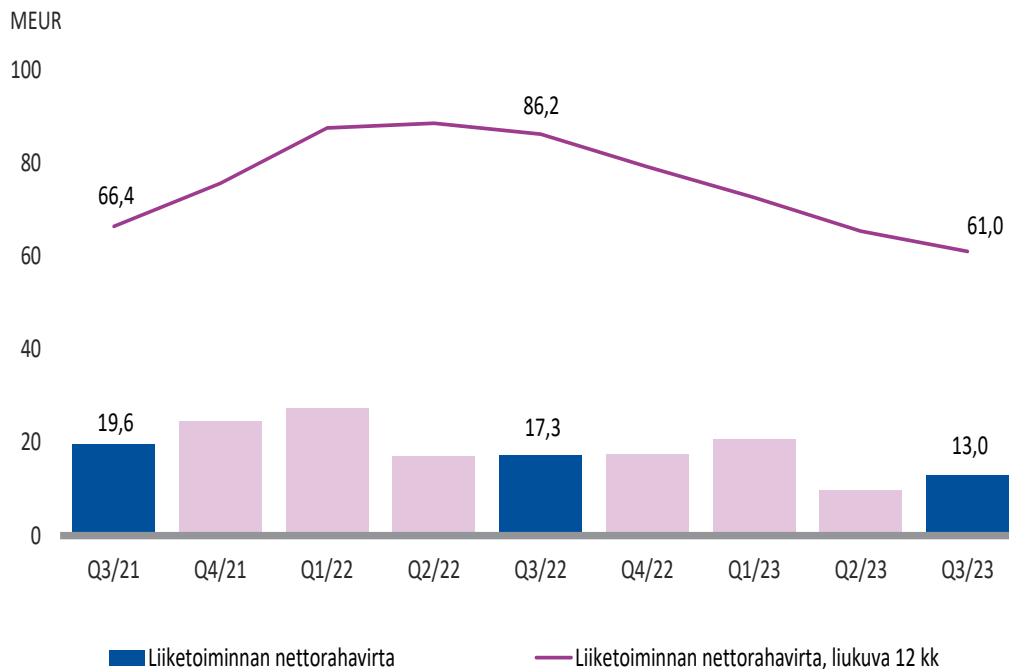
Tase ja rahavirtalaskelma

Taseen loppusumma oli syyskuun 2023 lopussa 498,7 (502,6) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 46,1 % (41,6 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 2,49 (2,29) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta heinä–syyskuussa oli 13,0 (17,3) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta käyttöpääoman kasvun sekä korkeampien verojen ja rahoituskulujen johdosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli heinä–syyskuussa 10,5 (11,1) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–syyskuussa oli 43,4 (61,6) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta heikentyneen käyttökatteen, käyttöpääoman kasvun sekä korkeampien verojen ja rahoituskulujen johdosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–syyskuussa 35,0 (60,5) milj. euroa.

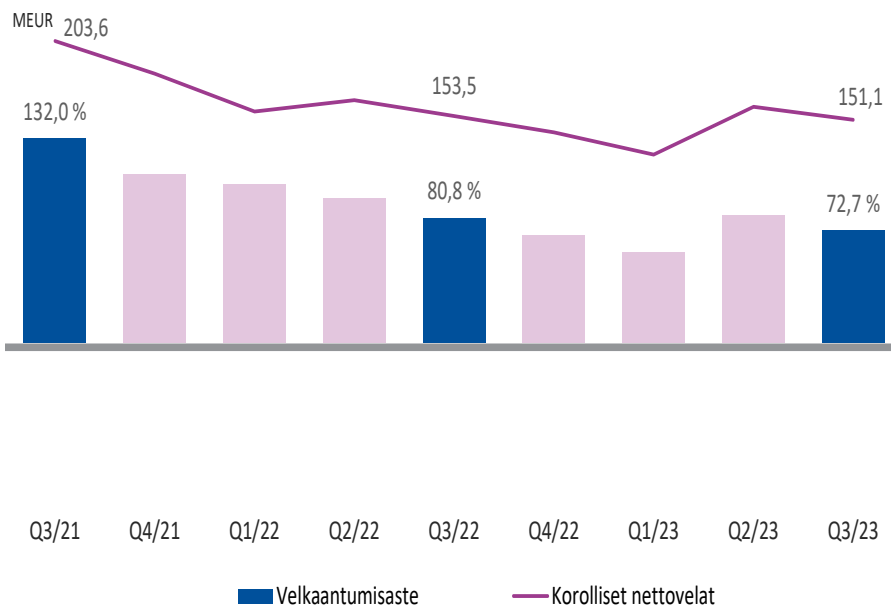
Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR



Korolliset nettovelat

(milj. euroa)	2023	2022	2023	2022	2022
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Korolliset pitkäaikaiset velat	161,3	179,3	161,3	179,3	163,7
IFRS16-leasingvelat	21,3	24,3	21,3	24,3	23,7
Rahoituslaitoslainat	140,0	155,0	140,0	155,0	140,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	16,7	12,9	16,7	12,9	9,0
IFRS16-leasingvelat	6,7	6,9	6,7	6,9	7,0
Yritystodistukset	10,0	6,0	10,0	6,0	2,0
Rahavarat	26,9	38,7	26,9	38,7	30,0
Korolliset nettovelat	151,1	153,5	151,1	153,5	142,6

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu rahoitussopimus. Uudella sopimuksella on 36 kuukauden maturiteetti. Pitkäaikaista lainaa oli jäljellä syyskuun 2023 lopussa 140 milj. euroa.

Voimassa olevaan rahoituskokonaisuuteen kuuluu myös 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiittiä käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin. Limiitti ei ollut käytössä 30.9.2023. Luottolimiitin maturiteetti on 48 kuukautta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.9.2023.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistuksia oli nostettuna 10 milj. euroa 30.9.2023. Alma Medialla oli syyskuun 2023 lopussa korollisia velkoja yhteensä 178,0 (192,2) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 151,1 (153,5) milj. euroa.

Alma Medialla oli 30.9.2023 yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 0,1 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 10,7 milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannaisopimuksen. Tämä sopimus on luonteeltaan allekirjoitushetkestä kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Johdannaisen nimellisarvo on 50 milj. euroa ja siitä kolmannella vuosineljänneksellä syntynyt 0,3 milj. euron positiivinen käyvän arvon muutos on kirjattu rahoituseriin.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2023

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

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

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

Elokuussa 2023 Alma Median tytäryhtiö Alma Career Oy hankki 70 %:n osuuden Pohjois-Makedonian johtavasta online-rekrytointipalvelusta Vrabotuvanje Onlinesta. Alma Media -konserniin kuuluva Tau Online omisti yhtiöstä jo aiemmin 30 %, joten yhtiöstä tuli kaupan myötä Alma Media -konsernin täysin omistama yhtiö.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2023 kolmannella kvartaalilla yhteensä 2,7 (6,2) milj. euroa. Investoinnit koostuivat normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista, Vrabotuvanje Onlinen yrityshankinnasta sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

Investoinnit segmenteittäin

(milj. euroa)	2023	2022	2023	2022	2022
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Alma Career	0,0	4,4	1,3	5,4	6,0
Alma Consumer	1,2	0,9	4,3	4,8	6,2
Alma Talent	0,2	0,2	4,7	0,5	3,6
Segmentit yhteensä	1,4	5,6	10,2	10,7	15,8
Kohdistamattomat	1,4	0,6	2,3	1,9	2,5
Yhteensä	2,7	6,2	12,5	12,6	18,3

Investoinnit ja yritysostot

	2023	2022	2023	2022	2022
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Käyttöomaisuus	1,8	6,2	7,4	10,2	13,2
Yritysostot	0,9	0,0	5,1	2,4	5,2
Yhteensä	2,7	6,2	12,5	12,6	18,3

Poistot

(milj. euroa)	2023	2022	2023	2022	2022
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,7	2,6	7,9	7,6	10,2
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,7	1,7	5,1	5,3	7,0
Yhteensä	4,4	4,3	13,1	12,9	17,2

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat rekrytointiliiketoimintaan ja rekrytointiin liittyviin palveluihin itäisessä Keski-Euroopassa ja Suomessa keskittyvä **Alma Career**, kuluttajamedia- ja markkinapaikkaliiketoimintaan keskittyvä **Alma Consumer** ja talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja **Alma Talent**. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Career

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

Avainluvut

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	27,4	27,3	0,5	83,5	82,3	1,4	109,7
Markkinapaikat *	23,2	23,0	1,0	70,9	70,0	1,4	92,8
Palvelut *	4,2	4,3	-2,0	12,6	12,4	1,7	16,9
Oikaistut kokonaiskulut	15,4	17,3	-10,8	48,3	48,4	-0,2	67,4
Oikaistu käyttökate	12,7	10,8	17,6	37,5	36,3	3,2	45,5
Käyttökate	13,0	10,8	20,2	37,5	42,5	-11,8	51,4
Oikaistu liikevoitto	12,0	10,0	19,5	35,3	34,1	3,5	42,5
% liikevaihdosta	43,8 %	36,9 %		42,3 %	41,4 %		38,8 %
Liikevoitto/-tappio	12,3	10,0	22,3	35,3	40,3	-12,3	48,5
% liikevaihdosta	44,9 %	36,9 %		42,3 %	48,9 %		44,2 %
Henkilöstö keskimäärin	696	691	0,7	705	673	4,7	682
Digiliiketoiminnan liikevaihto	27,1	27,2	-0,2	82,6	81,7	1,1	108,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,1 %	99,8 %		98,9 %	99,2 %		99,0 %

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

Liikevaihto

milj.euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Tšekki	16,0	16,0	-0,2	48,4	47,2	2,6	63,9
Slovakia	5,0	4,2	18,4	14,5	13,3	9,1	17,4
Baltian maat	2,5	2,8	-12,4	7,7	8,8	-12,5	11,4
Kroatia	2,9	2,6	13,8	8,8	7,6	15,8	10,1
Suomi	0,7	1,3	-43,6	2,8	4,2	-33,2	5,6
Muut maat	0,8	0,7	20,6	2,3	1,9	20,5	2,6

Operatiiviset avainluvut

Kuukausikeskiarvo			
Vuosi	Yksittäinen kävijä	Työpaikkavahtien käyttäjät	Yksittäiset kävijät / työpaikkavahtit
1-9/2023	5 078 111	1 849 222	36,4 %
2022	5 410 333	1 746 163	32,3 %
2021	5 835 417	1 664 917	28,5 %
2020	5 790 333	1 584 500	27,4 %
2019	5 573 667	1 478 750	26,5 %

* Luvut eivät sisällä Baltian eikä Puolan lukuja

Kuukausikeskiarvot, verkkopalvelut Alma Career -maissa					
Vuosi	Mainostaja	Maksulliset ilmoitukset	Laskutus	Laskutus / mainostaja	Laskutus / maksulliset ilmoitukset
1-9/2023	16 318	97 138	8 705 667	534	90
2022	16 123	111 621	8 656 000	537	78
2021	14 679	104 336	6 974 917	475	67
2020	11 038	71 183	4 567 250	414	64
2019	13 533	99 386	5 870 167	434	59

Heinä—syyskuu 2023

Vuoden 2023 kolmannella vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla 27,4 (27,3) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -0,1 milj. euroa. Lisäarvopalveluiden kasvanut kysyntä kompensoi rekrytointi-ilmoittelun liikevaihdon lievän laskun.

Katsauskauden kokonaiskulut laskivat 10,8 % 15,4 milj. euroon. Myynti- ja markkinointipanostuksia vähennettiin vertailukauden poikkeuksellisen korkealta tasolta.

Oikaistu liikevoitto oli kolmannella vuosineljänneksellä 12,0 (10,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 43,8 % (36,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 12,3 (10,0) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat Vrabotuvanje Online D.o.o. liiketoiminnan hankinnasta syntyneestä kertaluonteisesta tulosvaikutteisesta erästä. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—syyskuu 2023

Tammi—syyskuussa Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 1,4 % ja oli 83,5 (82,3) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon -0,3 milj. euroa. Liikevaihto kasvoi erityisesti Slovakiassa ja Kroatiassa, mutta laski Suomessa ja Baltian maissa.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla 48,3 (48,4) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli tammi—syyskuussa 35,3 (34,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 42,3 % (41,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 35,3 (40,3) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat Talent'em-yrityksen myynnistä syntyneestä myyntitappiosta sekä Vrabotuvanje Online D.o.o. liiketoiminnan hankinnasta syntyneestä kertaluonteisesta tulosvaikutteisesta erästä. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat Bolt Group Oy:n osakkuusyrittösoakkeiden myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.

Alma Consumer

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

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

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

Avainluvut

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	24,7	25,4	-3,0	75,2	77,4	-2,8	104,1
Markkinapaikat	10,8	10,8	0,1	31,9	31,4	1,7	41,6
Media	11,5	12,2	-5,3	36,0	38,3	-6,0	52,1
Sisältö, media	4,5	4,2	7,0	12,7	12,0	5,6	16,3
Mainonta, media	7,0	8,0	-11,7	23,3	26,3	-11,3	35,8
- josta digitaalista	92,2 %	91,4 %	0,9	89,6 %	89,8 %	-0,2	90,1 %
Palvelut	2,4	2,5	-5,5	7,3	7,7	-5,1	10,4
Oikaistut kokonaiskulut	18,9	18,6	1,6	59,9	58,9	1,7	79,8
Oikaistu käyttökate	7,2	8,3	-12,7	19,7	22,6	-13,1	29,9
Käyttökate	7,2	8,3	-12,7	19,2	22,8	-15,7	30,1
Oikaistu liikevoitto	5,8	6,8	-15,5	15,4	18,5	-16,9	24,4
% liikevaihdosta	23,4 %	26,9 %		20,5 %	23,9 %		23,4 %
Liikevoitto/-tappio	5,8	6,8	-15,5	15,0	18,7	-20,0	24,6
% liikevaihdosta	23,4 %	26,9 %		19,9 %	24,2 %		23,6 %
Henkilöstö keskimäärin	413	386	7,0	392	375	4,5	374
Digiliiketoiminnan liikevaihto	20,3	21,0	-3,5	61,9	63,9	-3,2	86,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,2 %	82,6 %		82,3 %	82,7 %		82,7 %

Liikevaihto

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Asuminen	4,5	4,8	-6,5	13,4	13,8	-2,7	18,2
Autoilu ja liikkuminen	6,2	6,3	-1,3	19,3	19,3	-0,3	25,8
Vertailu ja jakamistalous	2,3	2,0	11,4	6,4	5,5	16,5	7,3
Media ja medialiset palvelut	11,7	12,3	-5,1	36,0	38,7	-7,0	52,7
- josta digitaalista	65,8 %	68,2 %		67,9 %	70,1 %		70,4 %
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	0,0	388,9	0,1	0,0	456,3	0,0

Oikaistu liikevoitto

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Asuminen	2,1	2,5	-16,0	5,7	6,7	-14,9	8,4
Autoilu ja liikkuminen	1,6	2,0	-23,3	4,9	5,7	-13,5	7,6
Vertailu ja jakamistalous	1,0	0,9	12,5	2,7	2,0	39,2	2,3
Media ja mediallyiset palvelut	1,1	1,4	-23,1	2,0	4,3	-53,2	6,3
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	-0,0	183,4	0,0	-0,2	106,0	-0,3

Heinä—syyskuu 2023

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski kolmannella vuosineljänneksellä 3,0 % ja oli 24,7 (25,4) milj. euroa. Myyntyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli -0,2 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,2 % (82,6 %).

Media- ja mediallyisten palveluiden liikevaihto laski 5,1 %. Merkittävin syy myynnin laskuun oli mainonta, joka laski 9,7 %. Mainonta vähentyi erityisesti autoilussa ja vähittäiskaupassa. Onnistuneen digitilausten myynnin kasvun ansiosta sisältöliikevaihto kasvoi 7,0 %.

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto laski 6,5 %, mihin vaikuttivat mainonnan vähentyminen markkinapaikoissa sekä asumisen järjestelmämyynnin liikevaihdon laskeminen. Epävarmuus näkyi asumisen markkinapaikoissa pienempänä kysyntänä eli vähentyneinä hakumäärinä (-11,5 %), mutta aktiivisten vahtien määrä kasvoi 8,2 % – indikoiden patoutunut kysyntää pidemmällä aikavälillä. Keskimääräiset markkinointiajat pidentyivät: asunnon myyminen kesti syyskuussa keskimäärin yli kuukauden pidempään vuoden takaiseen verrattuna. Myytävien asuntojen tarjonta kasvoi Etuovi.com:ssa 5,7 %. Vuokramarkkinoilla oli vilkasta: vuokra-asuntoa etsivät löysivät uusia koteja runsaasta tarjonnasta. Kohdetarjonta kasvoi Vuokraovi.com-palvelussa 18,6 %. Kysyntä jatkui vireänä, mikä näkyi poistuneiden kohteiden määrän 48,7 %:n kasvussa. Vuokra-asuntojen tarjonnassa uusien ilmoitusten määrä lisääntyi 20,1 %, haut 10,3 % ja uusien vahtien määrä 8,3 %. Sen sijaan aktiivisten vahtien määrä laski 23,4 %.

Autoilun ja liikkumisen liikevaihto laski 1,3 % ja oli 6,2 (6,3) milj. euroa. Alma Median markkinapaikassa Nettiauto.com:ssa myyntyjen autojen (henkilö-, pakettiautot sekä minibussit ja kevytkuorma-autot) kokonaismäärä kasvoi vertailukauteen nähden 5,1 prosenttia yhteensä noin 179 000 kappaleeseen. Tehtyjen kauppojen yhteisarvo (noin 3 000 milj. euroa) kasvoi 4,8 prosenttia. Myyntimäärät kasvoivat kaikissa hintaluokissa (alle 15 000 euroa, 15 000 – 30 000 euroa ja yli 30 000 euroa). Liikevaihtoa laski mainonnan vähentyminen markkinapaikoilla.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 1,6 % ja olivat 18,9 (18,6) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat panostukset tuotekehitykseen markkinapaikka- ja vertailupalveluissa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,8 (6,8) milj. euroa, 23,4 %:a (26,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 5,8 (6,8) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—syyskuu 2023

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi—syyskuussa 2,8 % ja oli 75,2 (77,4) milj. euroa. Myyntyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli -0,4 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,3 % (82,7 %).

Media- ja mediallyisten palveluiden liikevaihto laski 7,0 %. Mainonnan myynti laski 11,2 %. Digitilausten myynnin kasvun ansiosta sisältöliikevaihto kasvoi 6,1 %.

Autoilun ja liikkumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Vertailu- ja kilpailutuspalveluiden liikevaihto kasvoi merkittävästi, mikä johtui Etua-lainaveritailupalvelun hyvästä kehityksestä. Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto laski 2,7 % mainonnan laskun myötä markkinapaikoilla.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 1,7 % ja olivat 59,9 (58,9) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin markkinapaikka- ja vertailupalveluissa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 15,4 (18,5) milj. euroa, 20,5 %:a (23,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 15,0 (18,7) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.

Alma Talent

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

Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille kattavasti palveluja yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaamisen kehittämiseen, johtamiseen ja markkinointiin liittyen. Lisäksi siihen kuuluvat toimitilojen markkinapaikat Suomessa ja Ruotsissa sekä digitaalisen asuntokaupan alusta.

Avainluvut

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Liikevaihto	21,5	22,1	-2,7	68,8	71,5	-3,7	96,5
Markkinapaikat	2,1	1,7	26,9	6,4	5,0	27,1	6,7
Media	11,2	12,0	-14,8	37,3	39,1	-4,5	53,4
Sisältö, media	8,0	8,3	-3,1	25,0	25,6	-2,2	34,4
-josta digitaalista	55,7 %	51,8 %		53,0 %	50,2 %		50,3 %
Mainonta, media	3,2	3,8	-14,8	12,3	13,5	-9,0	19,0
- josta digitaalista	63,6 %	59,2 %		60,3 %	59,6 %		59,8 %
Palvelut	8,1	8,4	-3,0	25,1	27,3	-8,2	36,4
- josta digitaalista	69,5 %	63,6 %		66,7 %	60,0 %		59,4 %
Oikaistut kokonaiskulut	16,4	17,3	-5,4	54,1	56,9	-4,8	76,8
Oikaistu käyttökate	6,0	5,6	7,8	17,3	17,2	0,8	23,1
Käyttökate	6,0	5,6	7,8	18,1	17,7	2,8	23,5
Oikaistu liikevoitto	5,1	4,8	7,2	14,7	14,6	0,6	19,7
% liikevaihdosta	23,9 %	21,7 %		21,4 %	20,4 %		20,4 %
Liikevoitto/-tappio	5,1	4,8	7,2	15,5	15,1	3,0	20,1
% liikevaihdosta	23,9 %	21,7 %		22,6 %	21,1 %		20,9 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	432	441	-1,9	423	444	-4,8	438
Telemarkkinoijat keskimäärin	140	165	-15,2	143	214	-33,0	196
Digiliiketoiminnan liikevaihto	14,3	13,5	5,7	43,8	42,3	3,5	57,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	66,5 %	61,2 %		63,6 %	59,2 %		59,0 %

Liikevaihto

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Alma Talent Media	11,3	12,1	-6,7	37,5	39,4	-4,8	53,8
- josta digitaalista	57,5 %	53,9 %		55,1 %	53,1 %		53,4 %
Alma Talent Palvelut	8,5	7,9	7,5	26,3	25,1	5,0	34,1
- josta digitaalista	91,6 %	88,5 %		87,7 %	85,2 %		82,9 %
Suoramarkkinointi	2,3	2,7	-16,3	6,8	7,5	-9,1	9,7
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,6	-0,6	-8,1	-1,9	-0,5	247,9	-1,1

Liikevoitto

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7-9	7-9	%	1-9	1-9	%	1-12
Alma Talent Media	2,0	2,3	-9,7	6,3	7,9	-19,6	10,9
Alma Talent Palvelut	2,7	2,1	29,2	7,4	5,6	32,2	7,4
Suoramarkkinointi	0,4	0,5	-16,0	1,0	1,1	-6,5	1,5
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,0	-0,0	-80,7	-0,1	0,0	-258,9	0,0

Jatkuva laskutus (recurring), Alma Talent Palvelut

milj. euroa	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
	7-9	7-9	%	1-9	1-9	%	1-12
Alma Talent Palvelut							
Recurring *	3,1	2,5	23,9 %	8,8	7,3	20,6 %	10,0
Recurring-like **	4,1	3,7	8,2 %	12,1	11,7	3,1 %	15,2
Non-recurring ***	1,3	1,6	-19,2 %	5,4	6,0	-10,5 %	9,0
Yhteensä	8,5	7,9	7,5 %	26,3	25,1	5,0 %	34,1

* Jatkuva, lisenssipohjainen liikevaihto.

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

*** Ei jatkuva, kertaluonteisiin myyntitapahtumiin perustuva liikevaihto.

Heinä—syyskuu 2023

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski kolmannella kvartaalilla 2,7 % 21,5 (22,1) milj. euroon. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,7 milj. euroa. Liikevaihdon lasku ilman hankittuja liiketoimintoja oli 5,9 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 66,5 % (61,2 %).

Talent Median sisältöliikevaihto laski 3,1 %, huolimatta digitaalisten sisältötuottojen 4,2 % kasvusta. Mainonnan myynti laski 14,8 %, mihin vaikutti erityisesti finanssisektorin ja rekrytointimainonnan lasku.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 7,5 %. Liikevaihtoa kasvatti yrityshankintojen lisäksi juridiikan ja yritystiedon jatkuvalaskutteinen myynti sekä toimitilamarkkinapaikkojen hyvä kehitys Suomessa ja Ruotsissa. Myyntiä laski asunto- ja kiinteistömarkkinoiden vähentynyt transaktiivolyyymi. Oikaistu liikevoitto kasvoi 29,2 %. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 91,6 % (88,5 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto laski 16,3 % ja oli 2,3 milj. euroa. Liikevoitto laski 16,0 % ja oli 0,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 5,4 % ja olivat 16,4 (17,3) milj. euroa. Kustannussäästöjä saatiin erityisesti volyymsidonnaisista liiketoiminnoista sekä tappiollisten liiketoimintojen lopettamisesta vuoden 2022 lopulla. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,1 (4,8) milj. euroa ja liikevoitto 5,1 (4,8) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—syyskuu 2023

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi—syyskuussa 3,7 % 68,8 (71,5) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,2 milj. euroa. Liikevaihdon lasku ilman hankittuja ja myytyjä liiketoimintoja oli 4,1 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 63,6 % (59,2 %).

Talent Median sisältöliikevaihto laski 2,2 %, digitaalisten sisältötuottojen kasvaessa 3,3 % ja painetun median liikevaihdon laskiessa 7,7 %. Mainonnan myynti laski 9,0 %, mihin vaikutti erityisesti auto- ja finanssisektorin mainonnan lasku.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 5,0 %. Liikevaihtoa kasvatti yrityshankintojen lisäksi juridiikan ja yritystiedon jatkuvalaskutteinen myynti sekä toimitilamarkkinapaikkojen hyvä kehitys Suomessa ja Ruotsissa. Myyntiä laski asunto- ja kiinteistömarkkinoiden vähentynyt transaktiivolyyymi. Oikaistu liikevoitto kasvoi 32,2 % ja liikevoittoprosentti nousi 28,0 %:iin (22,2 %). Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 87,7 % (85,2 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja laski 9,1 % ja oli 6,8 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 54,1 (56,9) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 14,7 (14,6) milj. euroa ja liikevoitto 15,5 (15,1) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja vaihteellisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

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

Varat segmenteittäin

(milj.euroa)	30.9.2023	30.9.2022	31.12.2022
Alma Career	93,3	89,5	90,0
Alma Consumer	223,0	221,2	221,9
Alma Talent	112,6	109,8	110,6
Segmentit yhteensä	428,9	420,5	422,5
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	69,7	82,1	72,7
Yhteensä	498,7	502,6	495,2

Velat segmenteittäin

(milj.euroa)	30.9.2023	30.9.2022	31.12.2022
Alma Career	49,4	50,1	48,8
Alma Consumer	13,9	12,7	14,4
Alma Talent	28,2	36,4	31,9
Segmentit yhteensä	91,5	99,2	95,1
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	199,3	213,4	194,2
Yhteensä	290,9	312,6	289,3

Hallinto

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

Kivelän seuraajaksi on nimitetty Santtu Elsinen (51). Elsinen
on toiminut Alma Median teknologiasta vastaavana johtajana
(Chief Digital Officer, CDO) ja konsernin johtoryhmän jäsenenä
vuodesta 2016. Alma Consumer -liiketoimintasegmentin
johtoryhmän jäsenenä Elsinen on toiminut vuodesta 2018
alkaen. Aiemmin Elsinen on toiminut mm. Talentum Oy:n kehi-
tysjohtajana ja Satama Interactiven kehitysjohtajana.

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

Juvosen seuraajaksi Alma Median henkilöstöjohtajaksi ja
konsernin johtoryhmän jäseneksi on nimetty kauppatieteiden
maisteri Merja Ristilä (53). Hän aloitti tehtävässään 1.9.2023 ja
raportoi Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja Kai Telanteelle. Risti-
lä siirtyy tähän tehtävään Alma Career -segmentin henkilös-
töpäällikön tehtävästä.

Alma Median johtoryhmän jäsen, talous- ja rahoitusjohta-
ja Juha Nuutinen (50) on ilmoittanut eroavansa konsernin
palveluksesta. Hän siirtyy uusiin tehtäviin yhtiön ulkopuolelle
viimeistään 1.11.2023.

Kauppatieteiden maisteri Taru Lehtinen (46) on nimitetty Alma
Median uudeksi talous- ja rahoitusjohtajaksi ja konsernin joh-
toryhmän jäseneksi. Taru Lehtinen aloittaa tehtävässä marras-
kuun 2023 alusta. Hän raportoi konsernin toimitusjohtajalle.

Tommi Raivisto (51) on nimitetty Alma Median Senior Vice
President, Chief Digital Officerin (CDO) tehtävään ja konsernin
johtoryhmän jäseneksi 22.11.2023 alkaen. Raivisto siirtyy Alma
Mediaan Kone Oyj:n palveluksesta, missä hän työskentelee
Chief Technology Architect -roolissa.

Osake ja osakemarkkinat

Heinä–syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin
yhteensä 1 321 702 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,6 %:a
osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi kat-
sauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.9.2023 oli
9,02 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 8,86
euroa ja ylin 9,46 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli
katsauskauden lopussa 743,10 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä
on hallussaan omia osakkeita yhteensä 309 889 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

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

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

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

Liputusilmoitukset

Vuoden 2023 kolmannen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Pakollinen ostotarjous

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

Otava julkisti 21.6.2023 kaikkia Alma Median osakkeita koskevaa pakollista julkista ostotarjoustaan koskevat tiedot. Tarjouksessa tarjottava käteisvastike oli 9,10 euroa jokaisesta osakkeesta.

Tarjouksen yksityiskohtaiset ehdot ja ohjeet tarjouksen hyväksymiseksi sisältyivät 29.6.2023 julkaistuun tarjousasiakirjaan. Tarjouksen hyväksymisaika alkoi 30.6.2023 klo 9.30 (Suomen aikaa) ja päättyi 21.7.2023 klo 16.00 (Suomen aikaa).

Alma Median hallitus antoi 5.7.2023 ostotarjouksesta arvopaperimarkkinalain (746/2012, muutoksineen, "Arvopaperimarkkinalaki") 11 luvun 13 §:n edellyttämän lausunnon pörssitiedotteena.

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

Lausunnossa esitettyjen seikkojen perusteella Alma Median hallitus katsoi, että ostotarjouksessa tarjottua tarjousvastiketta on pidettävä Alma Median osakkeenomistajien kannalta alhaisena ja yksimielisesti päätti olla suosittelematta ostotarjouksen hyväksymistä.

Tarjousprosessi päättyi 21.7.2023 ja sen myötä Otava Oy:n omistus Alma Median osakkeista nousi 2,0 %-yksikköä 31,18 %:iin.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

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

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

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

Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkina-käytännöt ovat kiristymässä.

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

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

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

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

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

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

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Mediaratkaisuissa aloitettiin lokakuussa 2023 yhteistointotalain mukaiset muutosneuvottelut, jotka koskevat Alma Media Suomi Oy:ssä Netellon sisällöntuotannon, hallinnon ja asiakaspalvelun sekä myynnin tehtäviä. Neuvottelut koskevat kaikkia Netellon sisällöntuotannon, hallinnon, asiakaspalvelun ja myynnin tehtävissä työskenteleviä, yhteensä 10 työntekijää. Uudelleenorganisoinnilla saattaa olla vaikutuksia nykyiseen henkilöstövahvuuteen; kokonaisvaikutus on enintään kuusi henkilötyövuotta.

Osavuositiedot ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

	2023	2022	Muutos	2023	2022	Muutos	2022
(milj. euroa)	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
LIKEVAIHTO	73,4	74,5	-1,5	226,9	230,0	-1,4	308,7
Liiketoiminnan muut tuotot	0,3	0,1	311,5	1,4	7,2	-80,5	7,2
Materiaalit ja palvelut	8,4	8,8	-4,4	26,3	27,6	-4,5	37,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	26,1	26,9	-2,8	87,0	87,5	-0,7	119,6
Poistot ja arvonalentumiset	4,4	4,3	1,7	13,1	12,9	1,3	17,2
Liiketoiminnan muut kulut	14,0	15,3	-8,2	44,7	44,2	1,3	61,6
LIKEVOITTO	20,8	19,3	7,7	57,2	65,0	-12,1	80,0
Rahoitustuotot	0,5	1,3	-62,2	4,7	5,1	-8,1	9,2
Rahoituskulut	2,0	0,6	214,9	5,3	2,6	99,3	2,9
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,5	0,3	53,3	0,5	0,4	20,8	0,7
TULOS ENNEN VEROJA	19,7	20,2	-2,8	57,0	67,8	-15,9	86,4
Tuloverot	4,3	4,0	7,7	11,3	12,2	-7,3	14,5
TILIKAUDEN VOITTO	15,4	16,2	-5,3	45,8	55,7	-17,8	71,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät		0,1			0,1		0,1
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	-0,6	0,6		-0,4	1,0		0,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,6	0,8		-0,4	1,1		0,4
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	14,8	17,0		45,4	56,8		72,3
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	15,3	16,2		45,6	55,6		71,9
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,0		0,1	0,0		0,0
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	14,6	17,0		45,2	56,8		72,3
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,0		0,1	0,0		0,0
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,19	0,20		0,55	0,68		0,88
- Tulos/osake laimennettu	0,18	0,19		0,55	0,66		0,86

Tase

(milj. euroa)	30.9.2023	30.9.2022	31.12.2022
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	298,4	294,4	294,4
Aineettomat hyödykkeet	89,9	87,0	87,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	3,8	3,4	3,6
Käyttöoikeusomaisuuserät	27,3	30,5	30,0
Osuudet osakkuusyrityksissä	4,1	4,0	4,2
Muut rahoitusvarat	8,1	3,9	8,8
Laskennalliset verosaamiset	0,6	0,8	0,6
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	432,2	423,8	429,0
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,7	0,8	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,8	0,5	0,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	36,7	33,4	35,4
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	1,4	5,4	0,0
Rahavarat	26,9	38,7	30,0
LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	66,5	78,7	66,2
VARAT YHTEENSÄ	498,7	502,6	495,2
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	0,1	1,3	0,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	133,2	115,0	131,7
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	205,4	188,5	204,4
Määräysvallattomien omistajien osuus	2,4	1,5	1,5
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	207,9	190,0	205,9
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	140,0	155,0	140,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	21,3	24,3	23,7
Laskennalliset verovelat	17,1	18,7	17,1
Eläkeveloitteet	0,5	0,6	0,6
Muut rahoitusvelat	9,8	13,6	9,6
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	188,8	212,2	191,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	11,5	7,0	3,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	6,7	6,9	7,0
Saadut ennakot	48,2	46,0	45,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	2,9	6,0	7,0
Ostovelat ja muut velat	32,7	34,5	35,9
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	102,1	100,4	98,2
VELAT YHTEENSÄ	290,9	312,6	289,3
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	498,7	502,6	495,2

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

	(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
		A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2023	45,3	7,7	0,6	19,1	131,7	204,4	1,5	205,9	
Tilikauden tulos					45,6	45,6	0,1	45,8	
Muut laajan tuloksen erät						0,0		0,0	
Muuntoerot			-0,4			-0,4		-0,4	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-36,2	-36,2		-36,2	
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,2	-0,2	
Omien osakkeiden hankinta					-3,8	-3,8		-3,8	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					-0,2	-0,2		-0,2	
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-4,0	-4,0	1,0	-3,0	
Oma pääoma 30.9.2023	45,3	7,7	0,1	19,1	133,2	205,4	2,4	207,9	
Oma pääoma 1.1.2022	45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5	
Tilikauden tulos					55,6	55,6	0,0	55,7	
Muut laajan tuloksen erät								0,0	
Muuntoerot			1,0		-0,1	0,9		0,9	
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset					0,1	0,1		0,1	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8	
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,1	-0,1	
Omien osakkeiden hankinta					-3,5	-3,5		-3,5	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					-0,7	-0,7		-0,7	
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					1,3	1,3	-1,4	-0,1	
Oma pääoma 30.9.2022	45,3	7,7	1,3	19,1	115,0	188,5	1,5	190,0	

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma, yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

Rahavirtalaskelma

	2023	2022	2023	2022	2022
(milj. euroa)	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	15,4	16,3	45,8	55,7	72,0
Oikaisuerät	10,4	7,2	23,6	18,2	22,4
Käyttöpääoman muutos	-8,4	-4,9	-10,1	-4,4	-2,8
Saadut osingot	0,1	0,0	0,2	0,3	0,3
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,8	-0,4	-4,3	-1,3	-2,1
Maksetut verot	-2,7	-0,9	-11,8	-6,9	-10,6
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	13,0	17,3	43,4	61,6	79,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,8	-4,4	-1,4	-6,0	-3,3
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-1,0	-1,6	-5,8	-4,0	-5,7
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	-0,2	-0,2	-0,4	-0,4
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,7	0,0	-1,7	-2,4	-5,2
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,0	0,0	0,7	1,4	1,4
Osakkuusyritysten myynti	0,0	0,0	0,0	10,1	10,1
Investointien rahavirta yhteensä	-2,5	-6,1	-8,4	-1,1	-3,0
Rahavirta ennen rahoitusta	10,5	11,1	35,0	60,5	76,2
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	-1,6	-0,5	-3,8	-3,3	-4,2
Lainojen nostot	20,0	9,3	58,0	27,3	36,0
Lainojen takaisinmaksut	-30,0	-19,0	-50,0	-63,0	-94,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,7	-1,7	-5,9	-5,8	-7,1
Maksetut osingot	0,0	0,0	-36,2	-28,9	-28,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-13,3	-11,9	-38,0	-73,7	-98,2
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-16,1	-0,9	-2,9	-13,2	-21,9
Rahavarat kauden alussa	43,0	39,5	30,0	51,9	51,9
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	0,0	-0,2	0,0	0,0
Rahavarat kauden lopussa	26,9	38,7	26,9	38,7	30,0

Osakkuusyhtiöt

Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

	2023	2022	2023	2022	2022
milj. euroa	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Alma Career	0,5	0,3	0,5	0,4	0,6
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,5	0,3	0,5	0,4	0,7

Hankitut liiketoiminnot 2023

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2023 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankintaosuus	Konsernin omistusosuus
Alma Talent -segmentti				
Toimitilat.fi	Verkkopalvelut	1.1.2023	100 %	100 %
Suomen Tunnistetieto Oy	Verkkopalvelut	3.4.2023	26 %	51 %
Alma Career -segmentti				
Vrabortuvanje D.o.o.	Verkkopalvelut	1.7.2023	70 %	100 %

Alma Talent -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista.

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

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. euroa	Yhtistämisessä kirjatut käyvät arvot
	Yhteensä
Hankitut varat yhteensä	4,0
Hankitut velat yhteensä	0,8
Hankitut nettovarot	3,2
Konsernin osuus nettovaroista	2,1
Liikearvo	4,0
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,5

Alma Career -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista.

milj. euroa	Käypä arvo
Käteismaksu	0,9
Vaiheittaisen hankinnan käypä arvo	0,3
Aikaisemman omistuksen arvo	0,1
Vastike yhteensä	1,3

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. euroa	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot Yhteensä
Hankitut varat yhteensä	0,7
Hankitut velat yhteensä	0,2
Hankitut nettovarot	0,5
Konsernin osuus nettovaroista	0,5
Liikearvo	0,7
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,1

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

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Ehdolliset kauppahintavelat ovat syntyneet liiketoimintojen hankintojen yhteydessä ja perustuvat hankittujen liiketoimintojen vuosien 2023–2025 tuloksiin. Yksittäisistä sopimuksista riippuen ehdollisten kauppahintavelkojen toteuma yhteensä voi vaihdella välillä 0–26 milj. euroa, joista parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan velaksi on 30.9.2023 kirjattu velkaa 10,6 milj. euroa.

Ehdolliset kauppahintavelat

(milj. euroa)	30.9.2023	31.12.2022
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	9,9	16,8
Uudet velat	4,8	
Maksetut velat	0,0	-2,4
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-4,0	-4,6
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	10,6	9,9

Ehdolliset kauppahintasaatavat

(milj. euroa)	30.9.2023	31.12.2022
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa	0,2	0,2
Saadut suoritukset	0,1	
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,1	0,2

Henkilöstö

	2023	2022	2023	2022	2022
	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Henkilöstö Suomi	1031	1029	1006	1002	999
Henkilöstö muut maat	683	679	692	675	680
Henkilöstö yhteensä	1714	1708	1698	1676	1679

Vastuut Vastuositoumukset

(milj. euroa)	30.9.2023	30.9.2022	31.12.2022
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,7	0,1	0,4
1–5 vuoden kuluessa	0,5	1,1	0,7
Yhteensä	1,3	1,3	1,1

Johdannaisopimukset

(milj. euroa)	30.9.2023	30.9.2022	31.12.2022
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo	5,9	5,4	5,5
Kohde-etuuden arvo	50,0	50,0	50,0
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo	-0,7	-0,6	-0,7
Kohde-etuuden arvo	10,7	8,9	13,7

Lähipiiritapahtumat

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

	2023	2022	2023	2022	2022
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit					
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,2	0,2	0,5	0,3	0,5
Tavaroiden ja palvelujen ostot					
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Merkittävät omistajat	0,1	0,1	0,5	0,3	0,4
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,0	0,2	0,2	0,6	1,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa					
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa					
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Konserni vuosineljänneksittäin

	2023	2023	2023	2022	2022	2022	2022	2021
milj. euroa	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3	10—12
LIIVEVAIHTO	73,4	78,2	75,2	78,7	74,5	79,3	76,2	78,0
Alma Career	27,4	28,4	27,7	27,4	27,3	28,4	26,7	24,1
Alma Consumer	24,7	26,3	24,2	25,0	22,1	24,1	25,2	27,5
Alma Talent	21,5	23,4	23,9	26,8	25,4	27,1	24,8	26,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,0	-0,5	-0,5	-0,3	-0,4	-0,4	-0,5
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	53,0	59,0	58,3	63,5	55,3	60,2	56,7	62,6
Alma Career	15,4	16,2	16,7	19,0	17,3	16,7	14,5	16,0
Alma Consumer	18,9	20,8	20,2	19,9	17,3	19,8	19,8	22,3
Alma Talent	16,4	18,7	19,0	20,9	18,6	20,5	19,7	20,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	2,3	3,2	2,4	3,7	2,1	3,1	2,7	4,0
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	24,9	23,8	21,3	19,6	23,6	23,5	24,0	20,2
Alma Career	12,7	13,0	11,8	9,2	10,8	12,5	13,0	8,9
Alma Consumer	7,2	7,0	5,4	5,9	5,6	5,1	6,4	6,1
Alma Talent	6,0	5,6	5,7	7,3	8,3	8,0	6,3	8,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-1,8	-1,6	-2,8	-1,1	-2,2	-1,8	-2,9
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	20,5	19,4	17,0	15,2	19,3	19,2	19,6	15,5
Alma Career	12,0	12,2	11,0	8,4	10,0	11,8	12,3	8,2
Alma Consumer	5,8	5,6	4,0	5,1	4,8	4,3	5,5	5,2
Alma Talent	5,1	4,7	4,8	5,8	6,8	6,6	5,0	6,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-3,2	-2,9	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5
% LIIKEVAIHDESTA	27,9	24,8	22,6	19,4	25,9	24,3	25,8	19,9
Alma Career	43,8	43,1	39,9	30,8	36,9	41,5	46,0	34,0
Alma Consumer	23,4	21,2	16,7	20,5	21,7	17,9	21,7	18,9
Alma Talent	23,9	20,1	20,3	21,8	26,9	24,4	20,4	24,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,3	0,5	-0,5	-0,3	0,0	6,7	0,2	0,0
Alma Career	0,3	-0,3	0,0	-0,2	0,0	6,2	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	-0,4	-0,1	0,0	0,5	-0,1	0,0
Alma Talent	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	20,8	19,9	16,5	15,0	19,3	25,9	19,8	15,5
Alma Career	12,3	11,9	11,0	8,2	10,0	18,0	12,3	8,2
Alma Consumer	5,8	5,6	3,6	5,1	4,8	4,8	5,4	5,2
Alma Talent	5,1	5,5	4,8	5,8	6,8	6,6	5,3	6,7
Kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-3,2	-3,0	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5
Rahoitustuotot	0,5	5,0	0,0	9,2	5,1	3,8	0,0	0,2
Rahoituskulut	2,0	2,1	1,9	2,9	2,6	2,0	0,5	0,1
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,5	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	-0,2	0,3
TULOS ENNEN VEROJA	19,7	22,8	14,6	18,6	20,2	27,5	20,1	16,0
Tuloverot	-4,3	-4,1	-2,9	-2,4	-4,0	-4,1	-4,0	-4,1
TILIKAUDEN TULOS	15,4	18,7	11,7	16,2	16,2	23,4	16,0	11,8

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

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

Osavuositarkastuksen tunnusluvut on laskettu samoilla laskentaperiaatteilla kuin vuosittain päätöksessä. Sijoitetun pääoman tuotto %:n (ROI) ja oman pääoman tuotto %:n (ROE) kvartaalikohtainen tunnusluku on annualisoitu kaavalla $\frac{((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)}{4}$. Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu digiliiketoiminta / liikevaihto * 100. 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
- Korollinen nettovelka (MEUR, Korolliset velat – rahavarat)

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

Medialiiketoiminnasta saatavat sisältötuotot kirjataan suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Tilauslaskutuksesta, erityisesti printtitilauksista, huomattava osa kohdistuu kuitenkin alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu myös alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä. Yhtiön toiminnan digitalisoituessa liiketoiminnan rahavirran kausiluonteisuus vähenee.

Yleislausunto

Tämän tiedotteen tietyt lausunnot ovat ennusteita ja perustuvat johdon näkemykseen niiden antohetkellä. Tästä syystä niihin sisältyy riskejä ja epävarmuustekijöitä. Ennusteet saattavat muuttua, jos yleisessä taloudellisessa tilanteessa tapahtuu merkittäviä muutoksia.

ALMA MEDIA OYJ Hallitus

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2024

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2023 perjantaina 16.2.2024 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2024 perjantaina 19.4.2024 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2024 torstaina 18.7.2024 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2024 perjantaina 18.10.2024 noin klo 8.00
- Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus, vastuullisuusraportti sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2023 julkaistaan perjantaina 15.3.2024.
- Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi perjantaina 5.4.2024. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.