



ALMA MEDIA OYJ
OSAVUOSIKATSAUS Q1 2023

21.4.2023

Alma Median osavuosisikatsaus tammi—maaliskuu 2023: Liikevaihto laski hieman, digiliikevaihto jatkoi kasvuaan. Liikevoitto laski vertailukaudesta.

Taloudellinen kehitys tammi—maaliskuussa 2023:

- Liikevaihto 75,2 (76,2) milj. euroa, laskua 1,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 81,8 % (79,9 %).
- Oikaistu liikevoitto 17,0 (19,6) milj. euroa, laskua 13,3 %.
- Liikevoitto 16,5 (19,8) milj. euroa, laskua 16,7 %.
- Alma Career: Liikevaihto kasvoi, mutta liiketoiminnan kasvaneet kustannukset heikensivät kannattavuutta.
- Alma Consumer: Kannattavuutta painoivat mainonnan myynnin lasku sekä kasvaneet tuotekehitys-, painatus- ja jakelukustannukset.
- Alma Talent: Vertailukelpoinen liikevaihto edellisvuoden tasolla. Kannattavuus laski medialiiketoiminnan heikentyneen kehityksen johdosta. Talent Palveluiden oikaistu liikevoitto kasvoi 19 %.
- Osakekohtainen tulos 0,14 (0,19) euroa.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Toimintaympäristö vuonna 2023

Venäjän hyökkäyssodan vaikutukset sekä hiipuva talouskasvu näkyivät toimintaympäristössä alkuvuonna 2023. Euroopan talous kärsi edelleen muun muassa kauppapakotteista, toimitusketjujen häiriöistä ja raaka-ainesaatavuuden ongelmista. Korkea inflaatio jatkui samalla kun markkinakorot kohosivat vuoden takaisesta voimakkaasti. Näiden yhteisvaikutuksena kuluttajien luottamus on ollut koetuksella ja kotitalouksien reaaliostovoima on laskenut vertailukauteen nähden.

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien kasvuvauhdin odotetaan hiipuvan vuonna 2023.

Euroopan Komissio arvioi helmikuun talousennusteessaan talouskasvun olleen vuonna 2022 EU:ssa keskimäärin 3,5 %, mutta hidastuvan 0,8 %:iin vuonna 2023 ja 1,6 %:iin vuonna 2024. Komissio arvioi, että huolimatta sodan aiheuttamista häiriöistä vuoden 2023 ensimmäisellä neljänneksellä taantumalta vältyttiin ja että taloudellinen toiminta alkaa elpyä vuoden 2023 jälkipuoliskolla, mikäli energiamarkkinoilla tilanne jatkaa vakaantumistaan, toimitushäiriöt väistyvät ja vientikysyntä vahvistuu.

Komissio ennusti keskimääräisen vuotuisen inflaatiovauhdin olleen EU:ssa 9,2 % viime vuonna, hidastuvan 6,4 %:iin tänä vuonna ja edelleen 2,8 %:iin vuonna 2024.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan tammi-helmikuussa 2023 mainonnan määrä laski 3,2 % vuoden 2022 vastaavaan ajankohtaan verrattuna.

Helmikuussa mediaryhmistä kasvussa olivat elokuva- ja ulkomainonta, radiomainonta sekä kaupunki- ja noutolehtien mainonta. Toimialoista mediamainontansa lisäsivät eniten matkailun ja liikenteen, finanssialan, öljy- ja energiayhtiöiden sekä kosmetiikan mainostajat verrattuna vuoden 2022 helmikuuhun. Eniten laski lääkkeiden, telepalveluiden, elintarvikkeiden sekä vähittäiskaupan mainonta. Avoimien työpaikkojen ilmoittelu väheni helmikuussa 25,7 %. Merkkinä mainonta kasvoi 0,5 % vuoden takaiseen nähden. Vähittäiskaupan mainonta laski 5,3 % ja luokitellun ilmoittelun määrä väheni 2,7 %.

Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 6,2 prosenttia vuoden 2023 ensimmäisellä vuosineljänneksellä.

Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan uusia henkilöautoja rekisteröitiin tammi-maaliskuussa 2023 yhteensä 20 969, mikä on 3,5 % vertailukaudesta vähemmän. Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan käytettyjen autojen kaupassa liikkui tammi-maaliskuussa yhteensä 130 669 henkilöautoa, mikä on 1,2 % edellisvuotta enemmän.

Kiinteistövälitysalan keskusliiton arvion mukaan asuntokaupan pohja nähtiin tilastojen perusteella vuodenvaihteessa 2022 - 2023, mutta asuntokauppa elpyy hitaasti ja epävarmuus vaivaa. Kiinteistönvälittäjät ja rakennusyhtiöt raportoivat valtakunnallisesti Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton ylläpitämään KVKL Hintaseurantapalveluun tammikuussa 2023 yhteensä 3 048 asuntokauppaa (-43,6 % vuoden takaiseen verrattuna), helmikuussa yhteensä 3 869 asuntokauppaa (-39,5 % vuoden takaiseen verrattuna) ja maaliskuussa 4 393 asuntokauppaa (-34,1 % vuoden takaiseen verrattuna).

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komission tuoreimman arvion mukaan Suomen BKT:n kasvuvauhti (vuonna 2022 2,0 %) hidastuisi tänä vuonna 0,2 %:iin, Tšekin 2,5 %:n vauhti tippuisi 0,1 %:iin ja Slovakiassa 1,7 %:n vaihtuisi 1,5 %:n kasvuvauhtiin.

Komissio arvioi Suomen työttömyysasteeksi 7,2 %, Tšekin 3,3 % ja Slovakian 6,4 % vuonna 2023.

Näkymät vuodelle 2023 (muuttumaton, päivitetty 16.2.2023)

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

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

Toimitusjohtajan katsaus: Menestyksen rakentamista turbulenssista huolimatta

Alma Median liiketoiminta kehittyi ensimmäisellä vuosineljänneksellä talouskasvun hidastumisesta ja Venäjän hyökkäyssodan aiheuttamista häiriöistä huolimatta ennakkoidusti. Liikevaihto laski 1,3 % 75,2 milj. euroon ja oikaistu liikevoitto laski 13,3 % 17,0 milj. euroon. Ilman myytyjä liiketoimintoja liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Mediamainonnan myynnin lasku ja kasvaneet kustannukset heikensivät kannattavuutta. Toimenpiteet kustannusten sopeuttamiseksi ja tuloksen puolustamiseksi ovat käynnissä ja hyvässä vauhdissa. Niiden vaikutukset nähdään erityisesti vuoden jälkimmäisellä puoliskolla.

Alma Career -segmentin vuosineljännes oli kohtalaisen hyvä huomioiden, että vertailukausi oli historiallisen vahva. Rekrytointipalveluiden kysyntä nosti liikevaihtoa 3,6 % 27,7 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto laski 10,0 % 11,0 milj. euroon, 39,9 %:iin liikevaihdesta.

Rekrytointipalveluiden myynti jatkui hyvällä tasolla Tšekissä, Slovakiassa ja Kroatiassa. Edelleen vireänä pysyneen rekrytointimarkkinan taustalla on voimakas kilpailu ammattitaitoisesta työvoimasta. Matala työttömyysaste keskeisissä toimintamaissamme vahvistaa myös kysyntää lisäarvopalveluillemme.

Sisäistä yhteistyötä syventävä Career United -hankkeen eteneminen jatkui suunnitellun mukaisesti, mikä auttaa jatkossa hillitsemään kulukasvua. Kulujen kasvun (15,3 %) taustalla ovat muun muassa panostukset tuotekehitykseen ja kävijämarkkinointiin.

Asiakaslaskutus on kasvanut vertailukaudesta ja odotamme toisen vuosineljänneksen liikevaihdon olevan vähintään vertailukauden tasolla. Markkinatilanteiden ennakoidaan jatkuvan haastavana Baltiassa ja erityisesti Suomessa.

Alma Consumer -segmentissä liikevaihto laski 2,3 % 24,2 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto laski 20,0 % 4,0 milj. euroon, 16,7 % liikevaihdesta. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdesta oli 82,5 %. Vertailu- ja jakamistalouden palveluiden liikevaihto kehittyi vahvasti, mutta median ja mediallisten palveluiden liikevaihto laski 6,5 %. Mainosmyynnin pudotusta voi pitää merkittävänä (-12,3 %). Suunnitellut panostuksemme erityisesti palveluiden kehitykseen markkinapaikka- ja vertailupalveluissa jatkuivat.

Jännitteinen geopolitiikka ja sotauutiset ovat pitäneet kansalaisten uutiskysynnän ja medioiden käytön korkeana. Maksullisen Iltalehti Plus -palvelun kysyntä kehittyi edelleen suotuisasti. Nyt tilaajia on 42 500.

Liiketoiminta-alueista asumisen liikevaihto kasvoi vaikeasta markkinatilanteesta huolimatta 1,1 % ja autoilu & liikkuminen pysyi lähellä vertailukauden tasoa.

Lanseerasimme kuluttajien ja autokauppojen välille digitaalisen käytettyjen autojen huutokaupan, Baanan. Autoilutoimialan globaalit ongelmat tuotantoketju- ja komponenttipulahaasteineen jarruttivat segmentin kasvua. Lisäksi kuluttajien lisääntynyt epävarmuus korkeiden energiahintojen, inflaation ja markkinakorkojen takia heijastui asumisen ja autoilun markkinapaikkoihin ja -mainontaan enemmän kuin aiemmillä vuosineljänneksillä.

Alma Talent -segmentin vertailukelpoinen liikevaihto, ilman keväällä myytyä Baltian telemarkkinointiliiketoimintaa, pysyi vertailukauden tasolla. Uudet pörssilistautumiset pysyivät jäissä ja markkinatilanne oli talousmedialle muutenkin vaikea. Segmentin vahva digitaalinen transformaatio kuitenkin jatkui digitaalisen liiketoiminnan osuuden noustua yli 60 %:iin liikevaihdesta. Oikaistu liikevoitto oli 20,3 % liikevaihdesta. Se laski vertailukaudesta 11,8 % 4,8 milj. euroon.

Strategisesti tärkeitä onnistumisia oli Alma Talent Palveluiden jatkuvalaskutusteisten palveluiden 20 %:n kasvu muun muassa yritystiedon ja juridiikan palveluiden osalta sekä hyvä kehitys toimitilamarkkinapaikoissa Suomessa ja Ruotsissa.

Alma Media hyvissä asemissa

Rahoitusasemamme on vahvistunut suunnitellusti vahvan tuloskehityksen ja kassavirran myötä. Velkaantumisasestemme (gearing) oli vuosineljänneksen lopulla 58,7 (102,4) prosenttia ja omavaraisuusasteemme 47,6 (33,0) prosenttia.

Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan on hidastanut talouskasvua Alma Median toimintamaissa: inflaatio on kiihtynyt, markkinakorot ovat nousseet, kuluttajien luottamus omaan talouteen on heikentynyt selvästi ja geopolittiset jännitteet ovat lisääntyneet. Näistä huolimatta Alma Median taloudellinen kehitys ja suorituskyky on ollut vahvaa. Aiempina vuosina tehdyt ratkaisut muun muassa markkinapaikkoihin panostamisessa näkyvät nyt positiivisesti.

Jatkamme tulevan kasvun rakentamista jatkuvalla toiminnan kehittämishänkeillä ja uusien avauksien tekemällä. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehitysaskeleemme vievät kohti kehittyneempiä digitaalisia kaupankäyntialustoja. Ostoprosessien digitalisoituessa haluamme auttaa asiakkaitamme asioimaan vaivatta ja sujuvasti digitaalisilla alustoilla ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Viime vuosien digitaaliseen transformaatioon perustuva strategia on ollut onnistunut: yhtiön liikevaihdesta suurin osa tulee digitaalisista lähteistä ja digitaalisen liiketoiminnan osuus on jo ylittänyt 80 %. Markkinapaikkaliiketoiminnan osuus liikevaihdesta on lähes puolet, medialiiketoiminnan osuus noin kolmannes ja palveluiden osuus noin viidennes. Medialiiketoiminnassa jatkuu digitaalinen transformaatio painetusta mediasta digitaaliseen mediaan. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehitysaskeleet 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 teknologiajättit ja uudet, markkinaa disrupoivat 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 vaivatta ja sujuvasti verkossa ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Esimerkkejä näistä uusista palveluista ovat liikkumisen osalta muun muassa autokaupan dokumentaatio ja maksaminen sähköisesti, älypuhelimella hoituvat Helpot Kaupat -malli ja helmikuussa 2023 aloittanut digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa Baana. Asumisen osalta vastaavia esimerkkejä ovat muun muassa OviPro-palvelukokonaisuus, sähköiset työkalut asuntokaupan kaikkiin vaiheisiin sekä Asuntoneuvos, eli vuokrasuhteen digitalisoinnin työkalut ja ajantasainen markkinatieto asuntosijoittamisen tueksi.

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. Olemme käynnistäneet Career United -integraatioprojektin, jonka tavoitteena on vauhdittaa kasvua ja innovaatioita sekä turvata Alma Career -liiketoimintojen markkina-asetat johtavina rekrytointipalveluina. Segmenttien ja liiketoimintojen välinen yhteistyö Suomessa jatkuu ja synergiaetuja haetaan yhteisestä mainosmyynnistä, data- ja teknologiaosaamisesta sekä yleisökehityksestä.

Talouskasvu hidastuu toimintamaissamme

Ukrainan sota on vaikeuttanut talouden kehitystä koko Euroopassa. Toimintamaidemme talouskasvun odotetaan hidastuvan vuonna 2023. Myös geopolittiset riskit ovat kasvaneet toiminta-alueillemme. Poliittiseen ja taloudelliseen kehitykseen liittyy merkittävää epävarmuutta, ja ennustaminen on vaikeaa.

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

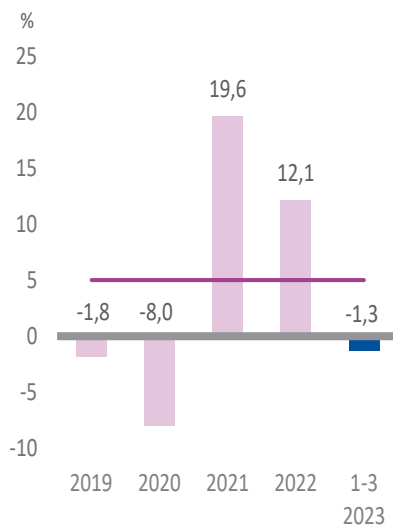
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

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

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat:

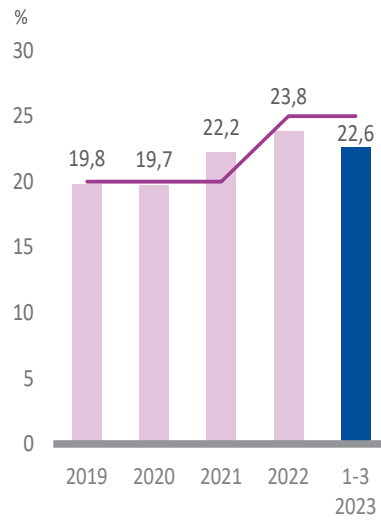
- Kasvu: liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 prosenttia
- Kannattavuus: oikaistu liikevoittomarginaali yli 25 prosenttia
- Vakavaraisuustavoite: nettovelan suhde käyttökatteeseen alle 2,5

Liikevaihdon kasvu



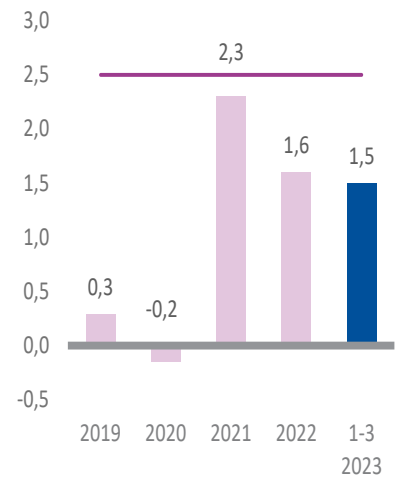
■ Toteuma
— Tavoitetaso

Oikaistu liikevoittomarginaali



■ Toteuma
— Tavoitetaso

Nettovelan ja käyttökäteen suhde*



■ Toteuma
— Tavoitetaso, maksimi

* Oikaistu käyttökäteen 12kk rullaava.

Vastuullisuus

Alma Medialla on mediatyhtiönä keskeinen rooli yhä vastuullisemman yhteiskunnan rakentamisessa. Yhtiön medioilla ja palveluilla on oma oleellinen roolinsa ilmastonmuutoksen 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 määrä.
- ehkäistä vakavat tietosuojarikkomukset.

Vastuullisuustoimien eteneminen katsantokaudella

- Alma Media jatkoi alihankkijoidensa sitouttamista yhtiön uuteen eettisen ohjeistukseen. Supplier Code of Conduct -koulutukseen on osallistunut vuosineljänneksen loppuun mennessä lukumääräisesti 80 ja euromääräisesti 83 prosenttia yhtiön merkittävimmistä alihankkijoista.
- Toimitilojen tilankäytön tehostamistoimenpiteitä jatkettiin koko yhtiössä. Tavoitteena ovat pienemmät neliömäärät ja sitä kautta pienemmät energiasta syntyvät päästöt. Vuoden 2023 alusta lukien Tampereen toimitilaneliöt puolittuivat, mikä konsernitasolla vastaa noin 15 %:n toimitilalan vähenemää.
- Alma Media sai tunnustusta alihankintaketjuun kohdistuvasta vastuullisuustyöstä CDP 2022 Supplier Engagement Rating (SER) -arvioinnissa, jossa sen todettiin kuuluvan parhaaseen kahdeksan prosentin ryhmään maailmanlaajuisesti. CDP on maailmanlaajuisen voittoa tavoittelematon organisaatio, joka arvioi tutkimuksensaanssa yhteensä lähes 15 000 yritystä. CDP:n vuotuista raportointi- ja arviointiprosessia pidetään laajalti yritysten ympäristötoimien läpinäkyvyyden kultaisena standardina. CDP on yksi laajimmin yritysten ja viranomaisten ympäristömuutoksiin tähtäävistä toimista kertovista tietolähteistä maailmassa.

Ympäristövastuu	Sosiaalinen vastuu	Hyvä hallintotapa
• CO ₂ -päästöjen minimointi	• Vastuullinen media, journalismi ja markkinointi	• Korruption, lahjonnan ja ihmisoikeusloukkausten ehkäisy
	• Henkilöstön sitoutuminen ja korkea työelämän laatu	• Vakavien tietoturvaloukkausten ehkäisy
TAVOITE 2030: Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjen 52 %:n ja alihankintaketjun 14 %:n vähentäminen	TAVOITE 2023: Julkisen sanan neuvoston asettamat 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

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	75,2	76,2	-1,3	308,8
Markkinapaikat	36,6	35,0	4,5	144,6
Media	25,5	26,2	-2,7	107,8
- josta digitaalista	58,8 %	60,1 %		60,6 %
Palveluliikevaihto	13,1	15,0	-12,3	56,3
- josta digitaalista	75,9 %	67,3 %		71,8 %
Digiliiketoiminnan liikevaihto	61,6	60,9	1,2	249,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	81,8	79,9		80,9
Oikaistut kokonaiskulut	58,3	56,7	2,8	235,7
Oikaistu käyttökate	21,3	24,0	-11,2	90,6
Käyttökate	20,7	24,1	-14,0	97,2
Oikaistu liikevoitto	17,0	19,6	-13,3	73,4
% liikevaihdesta	22,6	25,8		23,8
Liikevoitto/-tappio	16,5	19,8	-16,7	80,0
% liikevaihdesta	21,9	26,0		25,9
Tilikauden tulos ennen veroja	14,6	20,1	-27,2	86,4
Tilikauden tulos	11,7	16,0	-27,1	71,9

Tase

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Varat	514,6	512,1	0,5	495,2
Nettovelat	128,0	156,6	-18,2	142,6
Korolliset velat	171,1	201,6	-15,2	172,7
Korottomat velat	125,3	157,7	-20,6	116,7
Investoinnit yhteensä	5,4	1,4	289,2	18,3
Omavaraisuusaste %	47,6	33,0	44,0	45,8
Gearing %	58,7	102,4	-42,7	69,3

Henkilöstö

	2023	2022	Muutos	2022
	1—3	1—3	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 680	1 638	2,5	1 679
Telemarkkinoijat keskimäärin	143	322	-55,5	196

Tunnuslukuja

	2023	2022	Muutos	2022
	1—3	1—3	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	23,9	46,6	-48,6	38,6
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	13,9	18,5	-25,0	18,9
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,14	0,19	-26,7	0,88
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,14	0,19	-26,7	0,86
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,25	0,33	-24,4	0,96
Oma pääoma/osake	2,63	1,82	44,7	2,48
Osinko/osake				0,44
Efektiivinen osinkotuotto %				4,7
Hinta/voittosuhde P/E				10,7
Markkina-arvo	762,0	799,9	-4,7	744,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 204	82 295		82 185
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 324	83 396		83 706
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383

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

** Yhtiö on vuoden 2023 aikana hankkinut omia osakkeita 109 203 kpl ja luovuttanut 128 828 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 178 766 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Tammi–maaliskuu 2023

Alma Median liikevaihto laski 1,3 % 75,2 (76,2) milj. euroon. Myy-
tyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -1,4 milj. euroa.
Ilman myytyjä liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli edellisvuoden
tasolla.

Liikevaihto

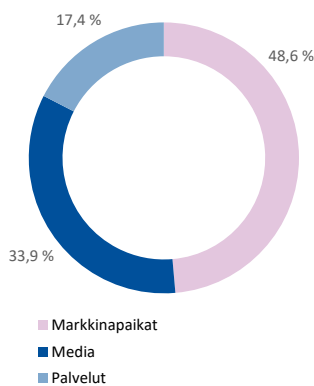
	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Alma Career	27,7	26,7	3,6	109,8
Alma Consumer	24,2	24,8	-2,3	104,1
Alma Talent	23,9	25,2	-5,4	96,5
Segmentit yhteensä	75,7	76,7	-1,2	310,4
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,5	-0,4	-9,4	-1,6
Yhteensä	75,2	76,2	-1,3	308,8

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

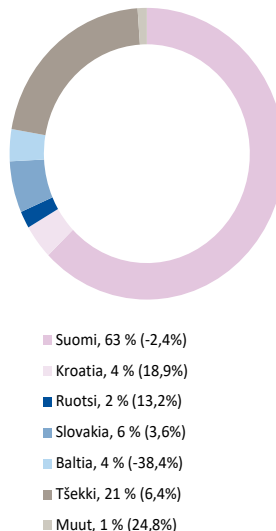
	2023	2022	Muutos	2022
(milj. euroa)	1—3	1—3	%	1—12
Suomi	47,3	48,5	-2,4	197,9
Muut maat	27,9	27,7	0,6	110,9
Konserni yhteensä	75,2	76,2	-1,3	308,8

* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty liiketoimintayksiköiden sijaintimaan mukaan.

Liikevaihdon jakauma 1-3/2023



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-3/2023



Tulos

Tammi–maaliskuu 2023

Oikaistu liikevoitto oli 17,0 (19,6) milj. euroa, 22,6 % (25,8 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 16,5 (19,8) milj. euroa, 21,9 % (26,0 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin sekä liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä aiheutuneesta myyntivoitosta sekä toiminnan uudelleen järjestelyistä.

Kokonaiskulut kasvoivat ensimmäisellä vuosineljänneksellä 2,1 milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset digitaalisen liiketoiminnan kehitykseen ja markkinointiin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,3 (4,3) milj. euroa. Tammi–maaliskuun tulos oli 11,7 (16,0) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,14 (0,19) euroa per osake.

Oikaistu liikevoitto/-tappio

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Alma Career	11,0	12,3	-10,0	42,5
Alma Consumer	4,0	5,0	-20,0	24,4
Alma Talent	4,8	5,5	-11,8	19,7
Segmentit yhteensä	19,9	22,8	-12,6	86,6
Kohdistamattomat toiminnot	-2,9	-3,2	8,4	-13,2
Yhteensä	17,0	19,6	-13,3	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

	2023	2022	2022
milj. euroa	1—3	1—3	1—12
Alma Career			
Uudelleenjärjestelykulut		0,0	-0,2
Myyntivoitot ja -tappio		0,0	6,2
Alma Consumer			
Myyntivoitot ja -tappiot	-0,4	0,2	0,2
Alma Talent			
Uudelleenjärjestelykulut		-0,1	-0,1
Myyntivoitot ja -tappiot			0,5
Kohdistamattomat			
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		
Liikevoiton oikaistut erät	-0,5	0,2	6,6
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-0,5	0,2	6,6

Liikevoitto/-tappio

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Alma Career	11,0	12,3	-10,0	48,5
Alma Consumer	3,6	5,3	-31,0	24,6
Alma Talent	4,8	5,4	-10,8	20,1
Segmentit yhteensä	19,5	22,9	-15,0	93,2
Kohdistamattomat toiminnot	-3,0	-3,2	4,2	-13,2
Yhteensä	16,5	19,8	-16,7	80,0

Tase ja rahoituslaskelma

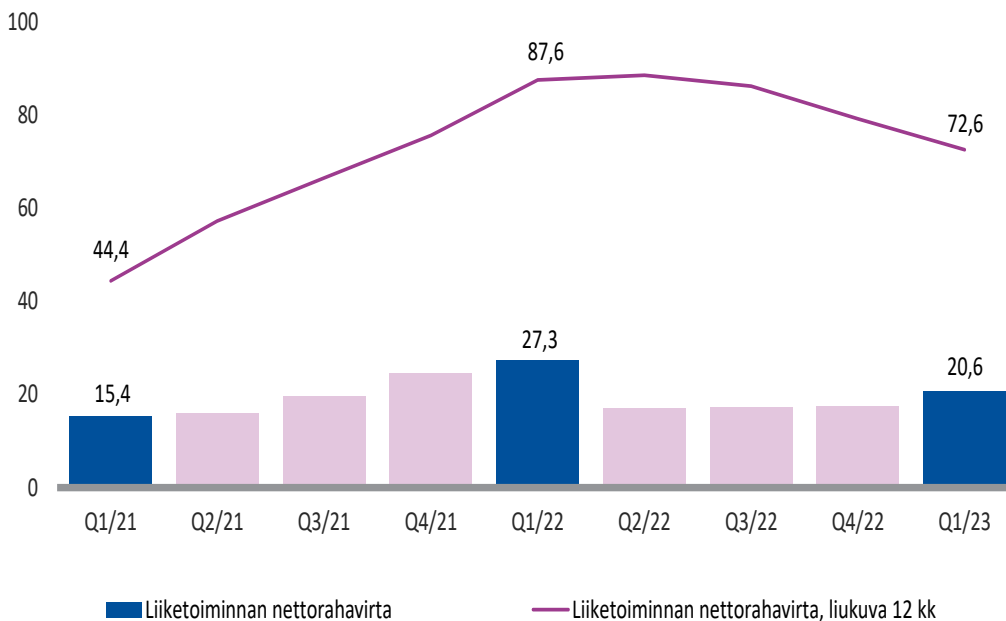
Taseen loppusumma oli maaliskuun 2023 lopussa 514,6 (512,1) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 47,6 % (33,0 %) ja oma pääoma osaketta kohden 2,63 (1,82) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi-maaliskuussa oli 20,6 (27,3) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta heikentyneen käyttökatteen, käyttöpääoman kasvun sekä korkeampien verojen ja rahoituskulujen johdosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli tammi-maaliskuussa 18,7 (26,6) milj. euroa.

Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron

Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR

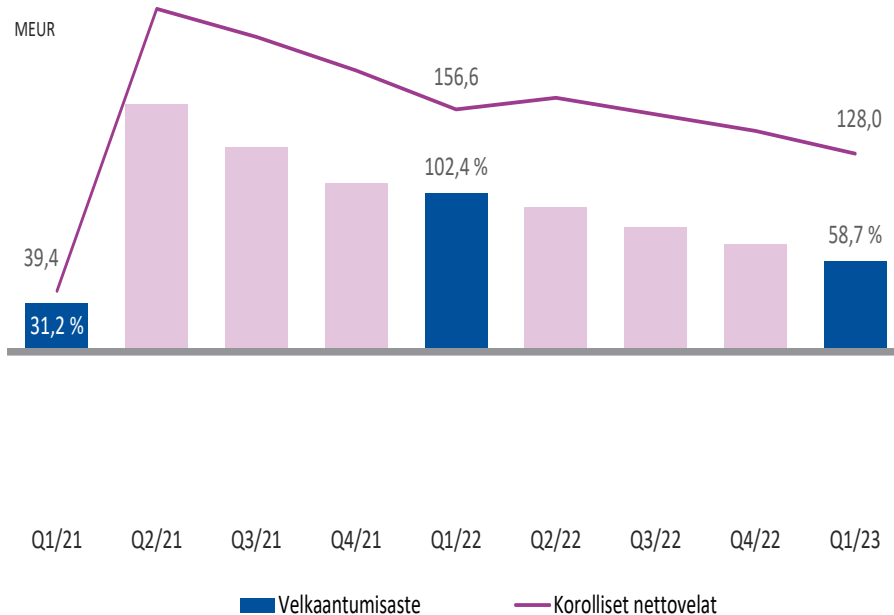
MEUR



Korolliset nettovelat

	2023	2022	2022
(milj. euroa)	1—3	1—3	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	164,3	194,7	163,7
IFRS16-leasingvelat	24,3	24,7	23,7
Rahoituslaitoslainat	140,0	170,0	140,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	6,8	6,9	9,0
IFRS16-leasingvelat	6,8	6,9	7,0
Yritystodistukset	0,0	0,0	2,0
Rahavarat	43,0	45,0	30,0
Korolliset nettovelat	128,0	156,6	142,6

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu rahoitus sopimus. Uudella sopimuksella on 36 kuukauden maturiteetti. Pitkäaikaista lainaa oli jäljellä maaliskuun 2023 lopussa 140 milj. euroa.

Voimassa olevaan rahoituskokonaisuuteen kuuluu myös 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiittiä käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin ja 31.3.2023 se oli kokonaan käyttämättä. Luottolimiitin maturiteetti on 48 kuukautta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenantit koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käytökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.3.2023.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli käyttämättä 31.3.2023.

Alma Medialla oli maaliskuun 2023 lopussa korollisia velkoja yhteensä 171,1 (201,6) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 128,0 (156,6) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritys järjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 0,2 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 10,4 milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannais sopimuksen. Tämä sopimus on luonteeltaan allekirjoitushetkestä kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Johdannaisen nimellisarvo on 50 milj. euroa ja siitä ensimmäisellä vuosineljänneksellä syntynyt 0,3 milj. euron negatiivinen käyvän arvon muutos on kirjattu rahoituskuluihin.

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.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2023 ensimmäisellä kvartaalilla yhteensä 5,4 (1,4) milj. euroa. Investoinnit koostuivat normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista, Toimitilat.fi:n yrityshankinnasta sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

Investoinnit segmenteittäin

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

Investoinnit ja yritysostot

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

Poistot

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

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoivat 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 raportoivat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Career

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

Avainluvut

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	27,7	26,7	3,6	109,8
Markkinapaikat	25,0	24,1	3,5	99,2
Palvelut	2,7	2,6	4,6	10,6
Oikaistut kokonaiskulut	16,7	14,5	15,3	67,4
Oikaistu käyttökate	11,8	13,0	-9,3	45,5
Käyttökate	11,8	13,0	-9,3	51,4
Oikaistu liikevoitto	11,0	12,3	-10,0	42,5
% liikevaihdesta	39,9 %	46,0 %		38,8 %
Liikevoitto/-tappio	11,0	12,3	-10,0	48,5
% liikevaihdesta	39,9 %	46,0 %		44,2 %
Henkilöstö keskimäärin	717	652	10,0	682
Digiliiketoiminnan liikevaihto	27,6	26,6	3,8	108,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	99,9 %	99,7 %		98,9 %

Liikevaihto

	2023	2022	Muutos	2022
milj.euroa	1—3	1—3	%	1—12
Tšekki	16,0	15,1	6,4	64,0
Slovakia	4,3	4,2	3,6	17,4
Baltian maat	2,7	3,0	-10,9	11,4
Kroatia	2,9	2,4	18,9	10,1
Suomi	1,2	1,6	-21,6	5,6
Muut maat	0,8	0,7	24,8	2,6

Operatiiviset avainluvut

Kuukausittaiset keskiarvot			
Vuosi	Yksittäinen kävijä	Työpaikkavahtien käyttäjät	Yksittaiset kävijät / työpaikkavahdit
Q1/2023	5 562 333	1 825 000	32,8 %
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

Kuukausittaiset keskiarvot					
Vuosi	Mainostaja	Maksulliset ilmoitukset	Laskutus	Laskutus / mainostaja	Laskutus / maksulliset ilmoitukset
Q1/2023	16 733	103 229	10 591 667	631	103
2022	16 123	111 621	8 716 250	541	78
2021	14 679	104 336	6 974 917	475	67
2020	11 038	71 183	4 567 250	414	64
2019	13 533	99 386	5 870 167	434	59

Tammi—maaliskuu 2023

Vuoden 2023 ensimmäisellä vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 3,6 % ja oli 27,7 (26,7) milj. euroa. Rekrytointipalveluiden hyvä kysyntä jatkui itäisessä Keski-Euroopassa. Suomessa ja Baltian maissa liikevaihto laski markkinan mukaisesti.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 15,3 % 16,7 milj. euroon erityisesti kasvaneiden kävijämarkkinoinnin, henkilöstö- ja tuotekehityspanostusten johdosta.

Oikaistu liikevoitto oli ensimmäisellä vuosineljänneksellä 11,0 (12,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 39,9 % (46,0 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 11,0 (12,3) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti muodostuu yli 30 kuluttaja- ja b-to-b-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 autokaupan myynnin järjestelmät.

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

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

Avainluvut

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	24,2	24,8	-2,3	104,1
Markkinapaikat	10,1	9,8	3,2	41,6
Media	11,7	12,5	-6,5	52,1
Sisältö, media	3,9	3,7	7,4	16,3
Mainonta, media	7,7	8,8	-12,3	35,8
- josta digitaalista	88,0 %	88,8 %	-0,9	90,1 %
Palvelut	2,4	2,5	-2,7	10,4
Oikaistut kokonaiskulut	20,2	19,7	2,2	79,8
Oikaistu käyttökate	5,4	6,3	-14,4	29,9
Käyttökate	5,0	6,6	-23,4	30,1
Oikaistu liikevoitto	4,0	5,0	-20,0	24,4
% liikevaihdosta	16,7 %	20,4 %		23,4 %
Liikevoitto/-tappio	3,6	5,3	-31,0	24,6
% liikevaihdosta	15,0 %	21,2 %		23,6 %
Henkilöstö keskimäärin	370	360	2,8	374
Digiliiketoiminnan liikevaihto	20,0	20,5	-2,8	86,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,5 %	82,9 %		82,7 %

Liikevaihto

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Asuminen	4,3	4,2	1,1	18,2
Autoilu ja liikkuminen	6,3	6,4	-0,5	25,8
Vertailu ja jakamistalous	2,0	1,6	23,8	7,3
Media ja medialiset palvelut	11,6	12,5	-7,8	52,7
- josta digitaalista	69,3 %	71,9 %		70,4 %
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	0,0	34,2	0,0

Oikaistu liikevoitto

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Asuminen	1,7	1,9	-8,7	8,4
Autoilu ja liikkuminen	1,7	1,7	-0,1	7,6
Vertailu ja jakamistalous	0,8	0,5	73,4	2,3
Media ja medalliset palvelut	-0,2	0,9	-126,6	6,3
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,0	0,0	-145,1	-0,3

Tammi—maaliskuu 2023

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski ensimmäisellä vuosineljänneksellä 2,3 % ja oli 24,2 (24,8) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,5 % (82,9 %).

Media- ja medallisten palveluiden vertikaalin liikevaihto laski 7,8 %. Mainonnan myynti laski 12,3 %. Mainontaa vähentyi erityisesti autoilussa ja vähittäiskaupassa. Onnistuneen digitilausten myynnin kasvun ansiosta sisältöliikevaihto kasvoi 7,4 %.

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi 1,1 %, mihin vaikutti luokitellun ilmoittelun kasvu Etuovi.com-palvelussa. Asuntomarkkinoiden epävarmuus näkyi asumisen markkinapaikoissa vähentyneinä hakumäärinä, mutta aktiivisia vahteja oli ennätysmäärä. Ostajat olivat hyvin kiinnostuneita seuraamaan myyntiin tulevia asuntoja. Myytävien asuntojen tarjonta kasvoi markkinointiaikojen pidentyessä: Etuovi.comissa aktiivisia ilmoituksia oli 9,7 % enemmän ja samalla haut, eli myytävien asuntojen kysyntä, laski 14,0 %. Aktiivisten vahtien määrän 6,2 %:n kasvu indikoi patoutunutta kysyntää pidemmällä aikavälillä. Vuokramarkkinassa kohdetarjonta jatkoi kasvuaan Vuokraovi.com-palvelussa. Kysyntä jatkui vireänä, mikä näkyy poistuneiden kohteiden määrän 33 %:n kasvussa. Markkinointiajat palautuivat edellisiin vuosiin verrattuna myös maltillisemmalle tasolle, eli kysynnän ja tarjonnan välille oli löytymässä tasapaino. Vuokra-asuntojen tarjonnassa aktiivisten kohteiden määrä kasvoi 9,5 % ja uusien ilmoitusten määrä 10,5 %. Vuokra-asuntojen haut kasvoivat 2,6 % ja uusien vahtien määrä 9,4 %, sen sijaan aktiivisten vahtien määrä laski 21,3 %.

Autoilun ja liikkumisen liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Alma Median markkinapaikassa Nettiauto.comissa myytyjen autojen (henkilö-, pakettiautot sekä minibussit ja kevytkuorma-autot) kokonaismäärä kasvoi vertailukauteen nähden noin 2 prosenttia yhteensä noin 147 000 kappaleeseen. Tehtyjen kauppojen yhteisarvo (noin 2 600 milj. euroa) kasvoi 3 prosenttia. Myyntimäärät ja kauppojen yhteisarvo kasvoivat kaikissa hintaluokissa (alle 15 000, 15 000 - 30 000 ja yli 30 000 euroa).

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 2,2 % ja olivat 20,2 (19,7) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin markkinapaikka- ja vertailupalveluissa sekä painatus- ja jakelukulujen kasvu medialiiketoiminnassa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,0 (5,0) milj. euroa, 16,7 %:a (20,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 3,6 (5,3) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.

Alma Talent

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

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

Avainluvut

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	23,9	25,2	-5,4	96,5
Markkinapaikat	2,1	1,6	30,6	6,7
Media	13,3	13,3	-0,3	53,4
Sisältö, media	8,6	8,5	1,1	34,4
- josta digitaalista	50,8 %	50,1 %		50,3 %
Mainonta, media	4,7	4,8	-2,6	19,0
- josta digitaalista	55,0 %	56,7 %		59,8 %
Palvelut	8,5	10,3	-17,7	36,4
- josta digitaalista	63,1 %	54,6 %		59,4 %
Oikaistut kokonaiskulut	19,0	19,8	-3,7	76,8
Oikaistu käyttökate	5,7	6,4	-12,1	23,1
Käyttökate	5,7	6,4	-11,3	23,5
Oikaistu liikevoitto	4,8	5,5	-11,8	19,7
% liikevaihdosta	20,3 %	21,7 %		20,4 %
Liikevoitto/-tappio	4,8	5,4	-10,8	20,1
% liikevaihdosta	20,3 %	21,5 %		20,9 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	412	452	-8,8	438
Telemarkkinoijat keskimäärin	143	322	-55,5	196
Digiliiketoiminnan liikevaihto	14,4	14,2	1,2	57,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	60,4 %	56,4 %		59,0 %

Liikevaihto

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Alma Talent Media	13,4	13,4	-0,4	53,8
- josta digitaalista	51,8 %	52,1 %		53,4 %
Alma Talent Palvelut	8,9	8,7	2,0	34,1
- josta digitaalista	84,0 %	82,9 %		82,9 %
Suoramarkkinointi	2,2	2,3	-3,2	9,7
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *)	-0,6	0,8	-184,5	-1,1

Liikevoitto

	2023	2022	Muutos	2022
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Alma Talent Media	2,2	3,0	-29,0	10,9
Alma Talent Palvelut	2,4	2,0	19,1	7,4
Suoramarkkinointi	0,3	0,3	-8,1	1,5
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,1	0,1	-178,0	0,0

Jatkuva laskutus (recurring), Alma Talent Palvelut

	2023	2022	Muutos	2022
milj euroa	1-3	1-3	%	1-12
Alma Talent Palvelut				
Recurring *	2,8	2,3	20,0 %	10,0
Recurring like **	4,0	4,0	1,0 %	15,2
Non recurring ***	2,1	2,4	-13,3 %	9,0
Yhteensä	8,9	8,7	2,0 %	34,1

* Jatkuva, lisenssipohjainen liikevaihto.

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

*** Ei jatkuva, kertaluonteisiin myyntitapahtumiin perustuva liikevaihto.

Tammi—maaliskuu 2023

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski ensimmäisellä kvartaalilla 5,4 % 23,9 (25,2) milj. euroon. Liikevaihdon laskuun vaikutti Baltian myyty liiketoiminta 1,4 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto oli edellisvuoden tasolla. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 60,4 % (56,4 %).

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 1,1 %, digitaalisten sisältötuotteiden kasvaessa 2,0 % ja painetun median liikevaihdon ollessa edellisvuoden tasolla. Mainonnan myynti laski 2,6 %, mihin vaikutti erityisesti auto- ja finanssisektorin mainonnan lasku.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 2,0 %. Liikevaihtoa kasvatti juridii-kan ja yritystiedon jatkuvalaskutteinen myynti sekä toimitilamarkkina-paikkojen hyvä kehitys Suomessa ja Ruotsissa. Myyntiä laski asunto- ja kiinteistömarkkinoiden vähentynyt transaktiovolyymi. Oikaistu liike-voitto kasvoi 19,1 %:a. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 76,6 % (82,9 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja laski 3,2 % ja oli 2,2 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 19,0 (19,8) milj. euroa. Vertailu-kelpoinen kulujen kasvu oli 0,6 milj. euroa, mihin vaikuttivat henkilöstö-, paino- ja jakelu- sekä myynti- ja markkinointikulujen kasvu. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,8 (5,5) milj. euroa ja liikevoitto 4,8 (5,4) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailu-kauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin.

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

Varat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.3.2023	31.3.2022	31.12.2022
Alma Career	93,9	88,6	90,0
Alma Consumer	223,0	223,2	221,9
Alma Talent	110,8	113,9	110,6
Segmentit yhteensä	427,7	425,7	422,5
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	89,3	86,5	72,7
Yhteensä	517,1	512,1	495,2

Velat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.3.2023	31.3.2022	31.12.2022
Alma Career	55,7	45,6	48,8
Alma Consumer	15,4	15,6	14,4
Alma Talent	36,1	42,7	31,9
Segmentit yhteensä	107,2	103,9	95,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	189,6	255,4	194,2
Yhteensä	296,7	359,3	289,3

Varsinainen yhtiökokous 2023 (pidetty katsauskauden jälkeen 4.4.2023)

Alma Media Oyj:n 4.4.2023 pitämä varsinainen yhtiökokous vahvisti vuoden 2022 tilinpäätöksen ja myönsi vastuuvapauden hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle.

Hallituksen jäseniksi valittiin Peter Immonen, Esa Lager, Alexander Lindholm, Catharina Stackelberg-Hammarén, Eero Broman, Heikki Herlin ja Kaisa Salakka. Yhtiökokouksen jälkeisessä järjestäytymiskokouksessaan hallitus valitsi puheenjohtajakseen Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajaksi Eero Bromanin.

Yhtiökokouksessa oli edustettuna 112 osakkeenomistajaa, jotka edustivat 63.841.447 osaketta ja ääntä (77,49 prosenttia kokonaisosakemäärästä). Yhtiökokous kannatti kaikkia hallituksen ja osakkeenomistajien nimitystoimikunnan yhtiökokoukselle tekemiä ehdotuksia vähintään 94,43 prosentilla annetuista äänistä.

Osinko

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että osinkoa tilikaudelta 2022 maksetaan 0,44 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 6.4.2023 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Osinko maksetaan 17.4.2023.

Palkitsemisraportti

Yhtiökokous vahvisti toimielinten palkitsemisraportin.

Hallituksen jäsenten palkkiot

Yhtiökokous päätti osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksesta, että palkkioita korotetaan, ja että yhtiökokouksessa valittaville hallituksen jäsenille maksetaan vuoden 2024 varsinaiseen yhtiökokoukseen päättyvältä toimikaudelta seuraavat vuosipalkkiot: hallituksen puheenjohtajalle 68.800 euroa (aikaisemmin 62.500) vuodessa, varapuheenjohtajalle 44.000 euroa (aikaisemmin 40.000) vuodessa ja muille jäsenille 35.800 euroa (aikaisemmin 32.500) vuodessa.

Lisäksi hallituksen ja tarkastusvaliokunnan puheenjohtajalle maksetaan 1.500 euron, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan puheenjohtajalle 1.000 euron ja valiokuntien varapuheenjohtajille 700 euron ja jäsenille 500 euron palkkio niistä hallituksen ja sen valiokuntien kokouksista, joihin he osallistuvat. Hallituksen jäsenten matkakulut korvataan yhtiön matkustusohjesäännön mukaisesti.

Yllä ehdotetut kokouspalkkiot maksetaan kustakin kokouksesta kaksinkertaisena (i) Suomen ulkopuolella Euroopassa asuville henkilöille ja (ii) Suomen ulkopuolella Euroopassa pidetyistä kokouksista; sekä kolminkertaisena (i) Euroopan ulkopuolella asuville henkilöille tai (ii) Euroopan ulkopuolella pidetyistä kokouksista.

Hallituksen jäsen hankkii yhtiökokouksen päätöksen perusteella Alma Media Oyj:n osakkeita markkinoilta kaupankäynnissä säännellyllä markkinalla Helsingin Pörssissä muodostu-

vaan hintaan noin 40 prosentilla hänelle, ennakonpidätys huomioon otettuna, suoritettua hallituksen jäsenen vuosipalkkiosta. Osakkeiden hankinnan hallituksen jäsen on velvollinen tekemään kahden viikon kuluessa tammi–maaliskuun 2023 osavuositarkastuksen julkistuksesta tai, mikäli tämä ei olisi sisäpiirisäännökset huomioon otettuna, ensimmäisenä mahdollisena ajankohtana tämän jälkeen. Mikäli osakkeita ei esimerkiksi vireillä olevien sisäpiirihankkeiden vuoksi ole voittoa hankkia vuoden 2023 loppuun mennessä, maksetaan vuosipalkkio rahana. Näin hankittuja osakkeita ei saa luovuttaa ennen kuin hallituksen jäsenyys on päättynyt. Yhtiö vastaa osakkeiden hankinnasta mahdollisesti aiheutuvasta varainsiirtoverosta.

Hallituksen kokoonpano

Yhtiökokous vahvisti hallituksen osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksen mukaisesti hallituksen jäsenten lukumääräksi seitsemän (7).

Hallituksen varsinaisiksi jäseniksi valittiin uudelleen toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka hallituksen nykyiset jäsenet: Peter Immonen, Esa Lager, Alexander Lindholm, Catharina Stackelberg-Hammarén, Eero Broman, Heikki Herlin ja Kaisa Salakka.

Tilintarkastajan palkkio ja valinta

Hallituksen tarkastusvaliokunnan suosituksen mukaisesti tilintarkastajan palkkio päätettiin maksaa yhtiön hyväksymän laskun mukaan. Tilintarkastusyhteisö PricewaterhouseCoopers Oy valittiin Alma Media Oyj:n tilintarkastajaksi tilikaudelle 2023. PricewaterhouseCoopers Oy on ilmoittanut, että päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Niina Vilske.

Yhtiöjärjestyksen muuttaminen

Yhtiökokous päätti muuttaa yhtiöjärjestystä seuraavasti: Kohta 4 Hallitus: kohdan 4 ensimmäisen kappaleen ensimmäistä virkettä muutetaan kuulumaan seuraavasti: "Hallitus huolehtii yhtiön hallinnosta ja sen asianmukaisesta järjestämisestä."

Kohta 5 Toimitusjohtaja: kohta 5 muutetaan kuulumaan seuraavasti: "Yhtiöllä voi olla toimitusjohtaja. Hallitus päättää toimitusjohtajan valitsemisesta ja erottamisesta."

Kohta 9 Yhtiökokouksen paikka: kohtaan 9 lisätään ensimmäisen lauseen jälkeen seuraavat lauseet: "Hallitus voi päättää, että yhtiökokous järjestetään ilman kokouspaikkaa siten, että osakkeenomistajat käyttävät päätösvaltaansa kokouksen aikana täysimääräisesti ja ajantasaisesti tietoliikenneyhteyden ja teknisen apuvälineen avulla. Hallitus voi päättää, että yhtiökokoukseen saa osallistua myös siten, että osakkeenomistaja käyttää päätösvaltaansa kokouksen aikana täysimääräisesti tietoliikenneyhteyden ja teknisen apuvälineen avulla."

Kohta 12 Lunastusvelvollisuus: Kohta 12 poistetaan kokonaan.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden hankkimisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Valtuutuksen enimmäismäärä on noin yksi (1) prosentti yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeet hankitaan yhtiön vapaalla omalla pääomalla säännellyllä markkinalla Nasdaq Helsinki Oy:n järjestämässä kaupankäynnissä sen sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti, minkä vuoksi hankinta tapahtuu suunnatusti eli muuten kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa. Osakkeiden hankkimisesta maksettavan vastikkeen tulee perustua yhtiön osakkeen hintaan säännellyllä markkinalla siten, että hankittavien osakkeiden vähimmäishinta on osakkeen alin säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana ja enimmäishinta vastaavasti osakkeen korkein säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2024 saakka.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden luovuttamisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 824 000 osaketta. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin yhtä (1) prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2024 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 29.3.2022 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään osakeannista

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 16 500 000 osaketta. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä.

Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspuhjan laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei kuitenkaan saa käyttää yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2024 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 29.3.2022 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen, mutta ei edellä ehdotettua osakeantivaltuutusta.

Lahjoitukset yleishyödylliseen tarkoitukseen

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään yhteensä 100 000 euron suuruisista lahjoituksista yleishyödyllisiin tai niihin rinnastettaviin tarkoituksiin, sekä päättämään lahjoitusten saajista, käyttötarkoituksista ja muista lahjoitusten ehdoista.

Hallituksen järjestäytyminen

Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajakseen Eero Bromanin.

Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Eero Broman, Heikki Herlin, Kaisa Salakka, sekä puheenjohtajaksi Esa Lager. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Alexander Lindholm, Catharina Stackelberg-Hammarén sekä puheenjohtajaksi Peter Immonen.

Hallitukseen valitut henkilöt on hallituksen toimesta arvioitu Eero Bromania, Heikki Herliniä, Peter Immosta, Esa Lageria ja Alexander Lindholmia lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista. Heikki Herlin on Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtaja, Peter Immonen on Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen, Esa Lager on Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen jäsen, Alexander Lindholm on Otava-konsernin toimitusjohtaja ja Eero Broman on toiminut vuoteen 2022 saakka yhtäjaksoisesti Otava Oy:n hallituksen jäsenenä yli 10 vuotta (hallinnointikoodin suosituksen 10 alakohdan j) mukainen suhde merkittävään osakkeenomistajaan).

Osake ja osakemarkkinat

Tammi–maaliskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 600 970 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,7 %:a osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 31.3.2023 oli 9,25 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 8,84 euroa ja ylin 10,20 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 762,04 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 178 766 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

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

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa 2023 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2023). Lisäksi hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2023). Kannustinjärjestelmät 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 toimisopimusten keskeiset ehdot on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2023 ensimmäisen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

3.4.2023 Alma Media Oyj hankki enemmistöomistussuuden Suomen Tunnistetieto Oy:stä. Suomen Tunnistetiedon DOKS-palvelu tarjoaa tehokkaan ja turvallisen digitaalisen työkalun rahanpesuvelvoitteiden hoitoon, pakoteseurantaan sekä yleisesti asiakkaan tunnistamiseksi ja tuntemiseksi (Know Your Customer, KYC-prosessi). Alma Media Oyj hankki yhtiöstä 25 prosenttia kesällä 2021 ja omistus nousi nyt 51 %:iin.

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

Kivelän seuraajaksi on nimitetty Santtu Elsinen (50). Elsinen on toiminut Alma Median teknologiasta vastaavana johtajana (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 kehitysjohtajana 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.

Osavuositatsauslyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

	2023	2022	Muutos	2022
(milj. euroa)	1—3	1—3	%	1—12
LIIEVAIHTO	75,2	76,2	-1,3	308,8
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,3	-76,1	7,2
Materiaalit ja palvelut	9,0	9,1	-1,2	37,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	30,2	30,2	-0,2	119,6
Poistot ja arvonalentumiset	4,3	4,3	-1,7	17,2
Liiketoiminnan muut kulut	15,4	13,1	17,9	61,6
LIIEVOITTO	16,5	19,8	-16,7	80,0
Rahoitustuotot	0,0	2,0	-136,9	9,2
Rahoituskulut	1,9	1,6	29,5	2,9
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,0	-0,2	-101,4	0,7
TULOS ENNEN VEROJA	14,6	20,1	-31,9	86,4
Tuloverot	2,9	4,0	-14,3	14,5
TILIKAUDEN VOITTO	11,7	16,0	-36,3	71,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:				
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi				
Etuus pohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät				0,1
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi				
Muuntoerot	0,8	1,2		0,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	0,8	1,2		0,4
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	12,5	17,2		72,3
Tilikauden tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	11,7	16,0		71,9
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,0		0,0
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	12,5	17,2		72,3
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,0		0,0
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:				
- Tulos/osake laimentamaton	0,14	0,19		0,88
- Tulos/osake laimennettu	0,14	0,19		0,86

Tase

(milj. euroa)	31.3.2023	31.3.2022	31.12.2022
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	297,2	295,1	294,4
Aineettomat hyödykkeet	88,1	88,7	87,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	3,5	2,4	3,6
Käyttöoikeusomaisuuserät	30,4	30,8	30,0
Osuudet osakkuusyrityksissä	4,2	3,4	4,2
Muut rahoitusvarat	8,3	3,6	8,8
Laskennalliset verosaamiset	0,7	0,8	0,6
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	432,4	424,8	429,0
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,7	0,8	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,3	0,5	0,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	37,7	34,8	35,4
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,3	2,3	0,0
Rahavarat	43,0	45,0	30,0
LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	82,1	83,4	66,2
Myytävänä oleviksi luokitellut omaisuuserät		4,0	
VARAT YHTEENSÄ	514,6	512,1	495,2
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	1,4	1,5	0,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	143,5	76,3	131,7
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	217,0	149,9	204,4
Määräysvallattomien omistajien osuus	1,3	3,0	1,5
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	218,2	152,9	205,9
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	140,0	170,0	140,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	24,3	24,7	23,7
Laskennalliset verovelat	17,0	19,0	17,1
Eläkevelvoitteet	0,6	0,8	0,6
Muut rahoitusvelat	9,6	16,3	9,6
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	191,6	230,8	191,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	2,1	1,1	3,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	6,8	6,9	7,0
Saadut ennakot	55,6	49,1	45,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,6	3,3	7,0
Ostovelat ja muut velat	36,6	68,1	35,9
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	104,7	128,5	98,2
VELAT YHTEENSÄ	296,3	359,3	289,3
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	514,6	512,1	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							11,7	11,7	0,0	11,7
Muut laajan tuloksen erät										
Muuntoerot					0,8			0,8		0,8
Liiketoimet omistajien kanssa										
Tytäryritysten osingonjako								0,0	-0,0	-0,0
Omien osakkeiden hankinta							-1,1	-1,1		-1,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät							0,9	0,9		0,9
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset							0,3	0,3	-0,2	0,1
Oma pääoma 31.3.2023			45,3	7,7	1,4	19,1	143,5	217,0	1,3	218,2
Oma pääoma 1.1.2022			45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5
Tilikauden tulos							16,0	16,0	0,0	16,0
Muut laajan tuloksen erät										
Muuntoerot					1,2			1,2		1,2
Liiketoimet omistajien kanssa										
Emoyhtiön osingonjako							-28,8	-28,8		-28,8
Omien osakkeiden hankinta							-1,4	-1,4		-1,4
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät							-0,5	-0,5		-0,5
Oma pääoma 31.3.2022			45,3	7,7	1,5	19,1	76,3	150,1	3,0	153,0

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	2022
(milj. euroa)	1—3	1—3	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden voitto	11,7	16,0	72,0
Oikaisuerät	10,0	8,2	22,4
Käyttöpääoman muutos	5,4	8,4	-2,8
Saadut osingot	0,0	0,1	0,3
Saadut korot	0,0	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,1	-0,5	-2,1
Maksetut verot	-5,4	-5,0	-10,6
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	20,6	27,3	79,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,6	-3,3
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-2,1	-0,7	-5,7
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,0	0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,1	0,0	-0,4
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	0,0	0,0	-5,2
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,7	0,6	1,4
Osakkuusyritysten hankinta	0,0	-0,0	-0,0
Osakkuusyritysten myynti	0,0	0,0	10,1
Investointien rahavirta yhteensä	-1,9	-0,7	-3,0
Rahavirta ennen rahoitusta	18,7	26,6	76,2
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Omien osakkeiden hankinta	-1,1	-1,4	-4,2
Lainojen nostot	8,0	0,0	36,0
Lainojen takaisinmaksut	-10,0	-30,0	-94,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-2,5	-2,1	-7,1
Maksetut osingot	0,0	-0,0	-28,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-5,6	-33,6	-98,2
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	13,0	-6,9	-21,9
Rahavarat kauden alussa	30,0	51,9	51,9
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	0,0	0,0
Rahavarat kauden lopussa	43,0	45,0	30,0

Osakkuusyhtiöt

Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

	2023	2022	2022
milj. euroa	1—3	1—3	1—12
Alma Career	0,0	-0,2	0,6
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,0	-0,2	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%

Alma Talent -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista.

milj. euroa	Käypä arvo
Käteismaksu	0,6
Ehdollinen vastike	0,6
Vastike yhteensä	3,4

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

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

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut sekä odotus toimitilamarkkinapaikkaliiketoiminnan kasvusta tulevana 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 31.3.2023 kirjattu velkaa 10,4 milj. euroa.

Ehdolliset kauppahintavelat

(milj. euroa)	31.3.2023	31.12.2022
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	9,9	16,8
Uudet velat	0,6	
Maksetut velat		-2,4
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella		-4,6
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	10,4	9,9

Ehdolliset kauppahintasaatavat

(milj. euroa)	31.3.2023	31.12.2022
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa	0,2	0,2
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,2	0,2

Henkilöstö

	2023	2022	2022
	1–3	1–3	1–12
Henkilöstö Suomi	977	957	999
Henkilöstö muut maat	703	681	680
Henkilöstö yhteensä	1 680	1 638	1 679

Vastuut

Vastuusitoumukset

(milj. euroa)	31.3.2023	31.3.2022	31.3.2022
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,0	0,0	0,0
Muut vastuusitoumukset	0,0	0,0	0,0
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,4	0,4	0,4
1–5 vuoden kuluessa	0,7	0,8	0,7
Yhteensä	1,1	1,1	1,1

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	31.3.2023	31.3.2022	31.3.2022
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo	5,2	2,3	5,5
Kohde-etuuden arvo	50,0	50,0	50,0
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo	-1,2	-0,6	-0,7
Kohde-etuuden arvo	13,7	15,1	13,7

Lähipiiritapahtumat

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

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

Konserni vuosineljänneksittäin

	2023	2022	2022	2022	2022	2021	2021	2021
milj. euroa	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6
LIIKEVAIHTO	75,2	78,7	74,5	79,3	76,2	78,0	67,8	71,6
Alma Career	27,7	27,4	27,3	28,4	26,7	24,1	21,9	20,0
Alma Consumer	23,9	25,0	22,1	24,1	25,2	27,5	22,4	25,2
Alma Talent	24,2	26,8	25,4	27,1	24,8	26,9	23,6	26,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,5	-0,5	-0,3	-0,4	-0,4	-0,5	-0,1	-0,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	58,3	63,5	55,3	60,2	56,7	62,6	50,0	55,0
Alma Career	16,7	19,0	17,3	16,7	14,5	16,0	13,0	12,2
Alma Consumer	19,0	19,9	17,3	19,8	19,8	22,3	17,4	20,2
Alma Talent	20,2	20,9	18,6	20,5	19,7	20,2	17,0	19,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	2,4	3,7	2,1	3,1	2,7	4,0	2,6	3,4
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	21,3	19,6	23,6	23,5	24,0	20,2	22,2	20,8
Alma Career	11,8	9,2	10,8	12,5	13,0	8,9	9,7	8,4
Alma Consumer	5,7	5,9	5,6	5,1	6,4	6,1	6,0	6,0
Alma Talent	5,4	7,3	8,3	8,0	6,3	8,0	7,9	8,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-2,8	-1,1	-2,2	-1,8	-2,9	-1,4	-2,4
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	17,0	15,2	19,3	19,2	19,6	15,5	17,8	16,6
Alma Career	11,0	8,4	10,0	11,8	12,3	8,2	9,0	7,7
Alma Consumer	4,8	5,1	4,8	4,3	5,5	5,2	5,0	5,1
Alma Talent	4,0	5,8	6,8	6,6	5,0	6,7	6,5	7,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,9	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5	-2,8	-3,5
% LIIKEVAIHDOSTA	22,6	19,4	25,9	24,3	25,8	19,9	26,3	23,2
Alma Career	39,9	30,8	36,9	41,5	46,0	34,0	41,2	38,6
Alma Consumer	20,3	20,5	21,7	17,9	21,7	18,9	22,5	20,2
Alma Talent	16,7	21,8	26,9	24,4	20,4	24,8	27,8	27,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,5	-0,3	0,0	6,7	0,2	0,0	-0,4	-3,6
Alma Career	0,0	-0,2	0,0	6,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	-0,1	0,0	0,5	-0,1	0,0	-0,0	0,0
Alma Talent	-0,4	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	-0,4	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,6
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	16,5	15,0	19,3	25,9	19,8	15,5	17,4	13,0
Alma Career	11,0	8,2	10,0	18,0	12,3	8,2	9,0	7,7
Alma Consumer	4,8	5,1	4,8	4,8	5,4	5,2	5,0	5,1
Alma Talent	3,6	5,8	6,8	6,6	5,3	6,7	6,1	7,3
Kohdistamattomat toiminnot	-3,0	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5	-2,8	-7,1
Rahoitustuotot	0,0	9,2	5,1	3,8	0,0	0,2	0,0	0,3
Rahoituskulut	1,9	2,9	2,6	2,0	0,5	0,1	0,6	0,7
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,0	0,3	0,3	0,3	-0,2	0,3	0,7	-0,1
TULOS ENNEN VEROJA	14,6	18,6	20,2	27,5	20,1	16,0	17,4	12,6
Tuloverot	-2,9	-2,4	-4,0	-4,1	-4,0	-4,1	-2,8	-2,9
TILIKAUDEN TULOS	11,7	16,2	16,2	23,4	16,0	11,8	14,6	9,7

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 $((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)$. Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu digiliiketoiminta/liikevaihto * 100. Osavuositarkastuksen luvut ovat itsenäisesti pyöritettyjä.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

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

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

- Oikaistu liikevoitto (MEUR ja % liikevaihdosta)
- Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä
- Oikaistu käyttökate
- Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä

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

- Korollinen nettovelka (MEUR)
- Korolliset velat - rahavarat

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

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

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

Yleislausunto

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

ALMA MEDIA OYJ Hallitus

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500
Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2023

- Osavuositarkastus tammi – kesäkuulta 2023 keskiviikkona 19.7.2023 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi – syyskuulta 2023 torstaina 19.10.2023 noin klo 8.00