

**PUNAMUSTA MEDIA -KONSERNIN
TILINPÄÄTÖS 1.1.-31.12.2020**



PUNAMUSTA MEDIA -KONSERNIN TILINPÄÄTÖS

1.1.-31.12.2020

TUNNUSLUVUT PARANIVAT USEILLA MITTAREILLA Q4:LLA LIIKEVAIHDON LASKUSTA HUOLIMATTA

LOKA-JOULUKUU 2020 LYHYESTI

- Konsernin liikevaihto laski 3,7 % ja oli 28,7 miljoonaa euroa (29,8 miljoonaa euroa).
- Käyttökate oli 2,7 (2,5) miljoonaa euroa.
- Liiketulos oli -0,6 (-0,1) miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 2,0 (0,0) miljoonaa euroa.
- Liikearvoon tehtiin 1,0 miljoonan euron arvonalentumiskirjaus. Arvonalennuksella oikaistu liiketulos oli 0,4 (-0,1) miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 2,9 (0,0) miljoonaa euroa.
- Liiketoiminnan nettorahavirta oli 3,8 (6,5) miljoonaa euroa.
- Osakekohtainen tulos oli 0,17 (0,06) euroa.

TAMMI-JOULUKUU 2020 LYHYESTI

- Konsernin liikevaihto laski 4,2 % ja oli 102,8 miljoonaa euroa (107,4 miljoonaa euroa).
- Käyttökate oli 8,0 (9,5) miljoonaa euroa.
- Liiketulos oli -2,5 (0,7) miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja -0,8 (2,0) miljoonaa euroa.
- Liikearvoon tehtiin 1,0 miljoonan euron arvonalentumiskirjaus. Liikearvon arvonalennuksella oikaistu liiketulos oli -1,5 (0,7) miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 0,2 (2,0) miljoonaa euroa.
- Liiketoiminnan nettorahavirta oli 9,0 (11,8) miljoonaa euroa.
- Omavaraisuusaste oli 43,7 % (45,3 %).
- Sijoitetun pääoman tuotto ennen veroja oli -0,2 % (3,0 %).
- Oman pääoman tuotto verojen jälkeen oli -1,5 % (4,7 %).
- Osakekohtainen tulos oli -0,06 (0,18) euroa.
- Korollisen vieraan pääoman määrä oli 40,6 (41,0) miljoonaa euroa.
- Hallitus esittää, että vuodelta 2020 jaetaan osinkoa 0,15 euroa osaketta kohti, yhteensä 1,9 miljoonaa euroa.

TOIMITUSJOHTAJA RAIMO PUUSTINEN:

Läksimme vuoteen 2020 positiivisin kasvuodotuksin, olihan alla konsernin historian korkein liikevaihtovuosi. Maaliskuussa näkymät kuitenkin muuttuivat äkillisesti eikä Covid-19-pandemialta ja sen seurannaisvaikutuksilta välttynyt myöskään meidän PunaMusta Media -konsernimme.

Koronakriisin iskiessä vuoden ensimmäisen kvartaalin lopulla palveluidemme kysyntä heikkeni merkittävästi. Liiketoimintojemme toimintaympäristö pysyi epävakaana koko vuoden ja vuoden 2020 liikevaihto jäi tavoitteistamme laskien 4,2 %. Koko vuoden liiketulos heikkeni merkittävästi pääosin Covid-19-pandemian aiheuttaman kysynnän laskun ja liikearvon arvonalennuksen vuoksi. Arviomme, että Covid-19-pandemian suorat heikentävät vaikutukset vuoden 2020 liikevaihtoon olivat noin 14,0 miljoonaa euroa ja liiketulokseen noin 6,0 miljoonaa euroa.

Vuoden loppua kohti mennessä kysyntä hieman piristyi. Ylsimmekin vallitsevaan toimintaympäristöön nähden hyvään suoritukseen vuoden viimeisellä neljänneksellä. Henkilöstön hyvä suoriutuminen, toimitusvarmuutemme sekä media- että näkyvyys- ja painoliiketoiminnoissa ja tehdyt sopeutustoimenpiteet molemmissa liiketoiminnoissamme saivat aikaan tulosparannuksen ja liikevaihdon laskusta huolimatta käyttökate, 2,7 miljoonaa euroa, parani edellisen vuoden vastaavaan kauteen verrattuna 0,2 miljoonaa euroa. Toisella vuosipuoliskolla pystyimme selkeästi

alkuvuotta parempaan liiketulokseen, ja liikearvon arvonalennuksella oikaistu vuoden viimeisen neljänneksen liiketulos 0,4 miljoonaa euroa oli vuoden kvartaaleista paras. Liiketoiminnan nettorahavirta pysyi hyvällä tasolla ja nettovelkaantumisasaste parani yli strategisten tavoitteidemme 42,9 %:iin.

Kantar TNS Oy:n mukaan mediamainonta kokonaisuudessaan laski 11,3 prosenttia vuonna 2020 ja esimerkiksi ulkomainonnassa tapahtui 29,0 prosentin kysynnän lasku. Äkillisesti muuttunut toimintaympäristö pakotti meidät muuttamaan strategiaamme. Keskityimme jatkossa voimakkaammin näkyvyys- ja digitaalisten palveluiden kasvattamiseen ja laajennamme asiakasarvon kasvattamista. Vuoden 2020 lopussa koko konsernissa on käynnistetty mittava datalla ja tiedolla johtamisen projekti, jonka myötä uudistamme uuden alkavan strategiakauden aikana konsernin kulttuurin tiedolla johtamiseen perustuvaksi.

Aikaisemmin tehdyt rakennemuutokset ja uusi strateginen lähestymistapa antaa meille mahdollisuudet kannattavaan kasvuun epävarmasta toimintaympäristöstä huolimatta. Uskomme, että PunaMusta Medialla on erinomaiset edellytykset selkeästi parempaan tulokselliseen vuoteen 2021 edellyttäen, että yhteiskunta alkaa avautumaan pandemiasta kuluvan vuoden toisella vuosipuoliskolla. Uudet liiketoiminnat ja panostukset näkyvyyspalveluidemme kasvuun tukevat patoutuneen kysynnän purkautuessa kasvutavoitteidemme saavuttamista.

TALOUDELLINEN KEHITYS LOKA-JOULUKUUSSA

Covid-19-pandemia vaikutti konsernin toimintaympäristöön edelleen vuoden viimeisellä neljänneksellä. Liikevaihto jäi edellisestä vuodesta, mutta selkeästi vähemmän kuin vuoden toisella ja kolmannella kvartaalilla. Konsernin viimeisen vuosineljänneksen liikevaihto laski 3,7 % edellisvuoteen nähden. Liikevaihto laski 1,1 miljoonaa euroa ja oli 28,7 miljoonaa euroa (29,8 miljoonaa euroa). Covid-19-pandemian arvioitu negatiivinen vaikutus konsernin liikevaihtoon oli noin 2,7 miljoonaa euroa. Konsernin liiketulos oli -0,6 miljoonaa euroa (-0,1 miljoonaa euroa). Viimeisen neljänneksen tulos ennen veroja oli 2,0 miljoonaa euroa (0,0 miljoonaa euroa). Vuoden viimeisen neljänneksen liiketulosta heikensi pääosin Covid-19-pandemia, jonka arvioitu vaikutus tuloksen laskuun oli noin 1,2 miljoonaa euroa, sekä liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa. Tulos ennen veroja parani arvopaperisalkun käyvän arvon muutoksen vaikutuksesta. Arvopaperikaupan nettotulos vuoden viimeisellä kvartaalilla oli 2,7 miljoonaa euroa (0,3 miljoonaa euroa).

Medialiiketoiminnan ulkoinen liikevaihto laski vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä 3,4 % ollen 5,2 miljoonaa euroa (5,4 miljoonaa euroa). Medialiiketoiminnan liiketulos parani ollen 0,7 miljoonaa euroa (0,5 miljoonaa euroa). Covid-19-pandemian arvioitu laskeva vaikutus medialiiketoiminnan liikevaihtoon oli noin 0,1 miljoonaa euroa ja liiketulokseen noin 0,1 miljoonaa euroa.

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan ulkoinen liikevaihto laski 3,8 % (0,9 miljoonaa euroa) ollen 23,5 miljoonaa euroa (24,4 miljoonaa euroa). Covid-19-pandemian arvioitu vaikutus liikevaihdon laskuun oli noin 2,6 miljoonaa euroa. Liikevaihtoa kasvattivat tehdyt yritysostot, joiden vaikutus oli noin 1,5 miljoonaa euroa. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulos oli -1,1 miljoonaa euroa (-0,2 miljoonaa euroa). Pandemian arvioitu vaikutus liiketuloksen laskuun oli noin 1,1 miljoonaa euroa. Lisäksi näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulosta heikensi kertaluontoinen liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa.

Liiketoiminnan nettorahavirta oli 3,8 miljoonaa euroa (6,5 miljoonaa euroa). Investointien rahavirta oli -1,1 miljoonaa euroa (-0,0 miljoonaa euroa) ja rahoituksen rahavirta 0,1 miljoonaa euroa (-1,3 miljoonaa euroa).

TALOUDELLINEN KEHITYS VUONNA 2020

Konsernin liikevaihto pieneni tilikaudella 4,2 % edellisvuoteen nähden. Liikevaihto laski 4,5 miljoonaa

euroa ja oli 102,8 miljoonaa euroa, kun se edellisenä vuonna oli 107,4 miljoonaa euroa. Liikevaihtoa laski pääosin maaliskuusta 2020 alkaen Covid-19-pandemian negatiivinen vaikutus konsernin palveluiden kysyntään. Pandemian arvioitu vaikutus liikevaihdon laskuun oli noin 14,0 miljoonaa euroa. Liikevaihtoa kasvattivat vuosien 2019 ja 2020 aikana tehdyt näkyvyys- ja painoliiketoiminnan yritysostot, joiden vaikutus liikevaihtoon oli noin 8,0 miljoonaa euroa.

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan kokonaisliikevaihto oli tilikaudella 92,6 miljoonaa euroa, kun se vuotta aiemmin oli 93,2 miljoonaa euroa. Medialiiketoiminnan kokonaisliikevaihto oli tilikaudella 19,4 miljoonaa euroa (21,6 miljoonaa euroa vuotta aiemmin).

Konsernin liiketoiminnan muut tuotot olivat 2,7 miljoonaa euroa (2,8 miljoonaa).

Tilikauden kulut konsernissa olivat 97,9 miljoonaa euroa (101,2 miljoonaa euroa vuonna 2019). Materiaalit ja palvelut olivat 47,8 miljoonaa euroa, kun ne edellisenä vuonna olivat 52,1 miljoonaa euroa. Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut olivat 33,9 miljoonaa euroa (33,0 miljoonaa euroa vuonna 2019). Tilikauden poistot olivat 10,5 miljoonaa euroa (edellisenä vuonna poistot 8,8 miljoonaa euroa). Tilikauden poistoihin sisältyy kertaluonteinen liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa. Liiketoiminnan muut kulut olivat 16,2 miljoonaa euroa (16,1 miljoonaa euroa vuonna 2019).

Tilikauden liiketulos konsernissa oli tappiollinen 2,5 miljoonaa euroa eli -2,4 prosenttia liikevaihdosta. Viime vuoden vastaavan ajankohdan luvut olivat 0,7 miljoonaa euroa ja 0,6 prosenttia. Tilikauden liiketulosta heikensi pääosin Covid-19-pandemian aiheuttama kysynnän lasku ja liikearvon arvonalennus. Pandemian arvioitu vaikutus liiketuloksen laskuun oli noin 6,0 miljoonaa euroa. Liikearvon arvonalennus heikensi liiketulosta 1,0 miljoonaa euroa. Medialiiketoiminnan liiketulos laski 1,8 miljoonaan euroon, edellisvuonna liiketulos oli 2,2 miljoonaa euroa. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulos heikkeni ollen tappiollinen 4,1 miljoonaa euroa (vuotta aiemmin tappiollinen 0,8 miljoonaa euroa).

Konsernin laajan tuloslaskelman rivillä ”rahoitustuotot ja -kulut (netto)” esitetään sekä arvopaperikaupan nettotulos että muut rahoitustuotot ja -kulut. Tilikaudella 2020 konsernin rahoitustuotot ja -kulut (netto) olivat yhteensä 1,7 miljoonaa euroa (1,3 miljoonaa euroa edellisenä vuonna). Arvopaperikaupan nettotulos oli koko tilikaudella 2,2 miljoonaa euroa voitollinen (1,7 miljoonaa euroa vuotta aiemmin).

Tilikauden välittömät verot olivat 0,1 miljoonaa euroa negatiiviset (0,3 miljoonaa euroa negatiiviset edellisenä vuonna).

Konsernin tilikauden tulos oli tappiollinen 0,7 miljoonaa euroa, josta emoyhtiön omistajille kuuluva osuus -0,7 miljoonaa euroa. Vuotta aikaisemmin tulos oli 2,3 miljoonaa euroa, josta emoyhtiön omistajille kuuluva osuus 2,3 miljoonaa euroa.

Tilikauden osakekohtainen tulos oli -0,06 euroa (0,18 euroa).

Konsernin korollisen vieraan pääoman kokonaismäärä oli 40,6 miljoonaa euroa, edellisen vuoden vastaava luku oli 41,0 miljoonaa euroa. Taseen korottomien velkojen määrä ilman laskennallista verovelkaa oli 14,1 miljoonaa euroa. Vuonna 2019 korottomia velkoja oli 14,8 miljoonaa euroa.

Konsernin sijoitetun pääoman tuotto laski -0,2 prosenttiin (edellisvuonna 3,0 prosenttia).

NÄKYVYYS- JA PAINOLIIKETOIMINTA

PunaMusta Media -konserni jatkoi vuonna 2020 taistelua graafisen alan laskua vastaan vahvistamalla konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnan kasvua. Alkuvuodesta PunaMusta Oy osti Streamlog Oy:n konkurssipesän palveluliiketoiminnan, jolla vahvistettiin konsernin varastointipalveluita. Näkyvyyspalveluiden kasvattamiseen liittyvät investoinnit jatkuivat maaliskuussa, jolloin konserni

hankki näkyvyyspalveluihin erikoistuneen PixMill Group Oy:n koko osakekannan. Hankinnat laajensivat ja vahvensivat konsernin palvelutarjontaa ja erityisesti paransivat konsernin asemaa näkyvyyspalveluiden tarjoajana. Samalla näkyvyys- ja painoliiketoiminnassa on investoitu digitaalisten palveluiden osaamiseen sekä sisäiseen kehitykseen, joilla vastataan yleiseen printtimarkkinan laskuun.

Vuonna 2020 graafisen alan kysyntää heikensi yleisen volyymin laskun lisäksi voimakkaasti maailmanlaajuinen Covid-19-pandemia. PunaMusta Media- konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnassa vaikutukset näkyivät erityisesti pienpaino- ja näkyvyyspalveluiden alhaisessa kysynnässä, joka vaikutti merkittävästi konsernin liikevaihtoon ja kannattavuuteen. Liikevaihdon laskua paikkasi edellisen ja kuluvan tilikauden aikana tehdyt yrityskaupat.

Aikaisempina vuosina tehtyjen rakennemuutosten vaikutus alkoi näkyä positiivisesti vuoden toisella puoliskolla ja tehdyt säästötoimenpiteet paikkasivat liikevaihdon laskun aiheuttamaa tulosheikennystä. Kysynnän voimakkaan laskun vuoksi yhtiössä jouduttiin myös tilikauden aikana lomauttamaan henkilökuntaa kysynnän ja työtehtävien kriittisyyden mukaan. Tuotannosta haetaan jatkuvasti tehokkuusetuja toimintojen keskittämisen kautta ja systemaattista työtä kapasiteetin käyttöasteiden parantamisen eteen on jatkettu. Organisaatiota uudistettiin tilikaudella ja uusi palveluihin perustuva malli antaa jatkossa mahdollisuuden tarjota entistä laadukkaampia kokonaispalveluita asiakkaillemme. Myös yhtiörakenteen yksinkertaistamista on jatkettu, kun Hämeen Kirjapaino Oy sulautui PunaMusta Oy:öön. Tehdyt toimenpiteet tuovat sekä tehokkuushyötyjä sisäisesti että ulkoisesti helpottavat asiakkaan toimintaa yhden PunaMustan kanssa.

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan ulkoinen liikevaihto laski 2,7 % (2,3 miljoonaa euroa) ollen 83,5 miljoonaa euroa (vuonna 2019 ulkoinen liikevaihto oli 85,8 miljoonaa euroa). Liikevaihdon kehitystä heikensi Covid-19-pandemia, jonka negatiivisen vaikutuksen liikevaihtoon arvioitiin olevan noin 12,6 miljoonaa euroa. Liikevaihtoa kasvattivat tehdyt yritysostot, joiden vaikutus oli noin 8,0 miljoonaa euroa. Liiketulos heikkeni tappion ollessa tilikaudella 4,1 miljoonaa euroa (vuoden 2019 liiketulos oli 0,8 miljoonaa euroa tappiollinen). Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulosta heikensi pääosin Covid-19-pandemia, jonka arvioitu laskeva vaikutus liiketulokseen oli noin 5,1 miljoonaa euroa. Lisäksi liiketulosta heikensi liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa.

MEDIALIIKETOIMINTA

Covid-19-pandemian vuoksi toteutetut sulkua- ja rajoitustoimet näkyivät maaliskuusta alkaen voimakkaasti myös Suomen mediamarkkinoilla, kun tapahtumia siirrettiin tai peruttiin kokonaan ja kun talousvaikeuksiin joutuneet yritykset leikkasivat markkinointikulujaan. Sen sijaan mediayhtiöiden tilaustuotot kääntyivät jopa kasvuun, kun koronakriisi lisäsi luotettavan tiedon kysyntää.

Kantar TNS Oy:n mukaan mediamainonnan määrä väheni 11,3 prosenttia vuonna 2020 edellisvuoteen verrattuna. Koronakriisin vaikutus mainonnan määrään oli suurimmillaan huhti-toukokuussa, jolloin koettiin mittaushistorian suurimmat mediamainonnan määrän laskuprosentit. Mainonta painetuissa mediassa putosi koko vuonna 2020 edellisvuodesta 24,9 prosenttia: muiden muassa painetuissa sanomalehdissä 24,8 prosenttia sekä painetuissa kaupunki- ja noutolehdissä 32,5 prosenttia. Myös mainonta sähköisessä mediassa väheni päättyneenä vuonna 3,5 prosenttia edellisvuodesta: muiden muassa radiomainonta 20,2 prosenttia ja televisiomainonta 9,2 prosenttia. Verkkomainonta kasvoi edellisvuodesta 2,2 prosenttia, mutta tämä kasvu tuli yksinomaan sosiaalisen median mainonnasta, hakusanamainonnasta sekä instream-videomainonnasta, kun taas sanoma- ja kaupunkilehtien digitaalinen mainonta väheni 4,7 prosenttia edellisvuodesta.

Perinteisellä mediaryhmäjaottelulla tarkasteltuna verkkomedian osuus nousi vuonna 2020 edellisvuodesta 10 prosenttiyksiköllä 47 prosenttiin, kun taas painettujen sanomalehtien osuus putosi neljällä prosenttiyksiköllä 16 prosenttiin. Kun mediaryhmiin sisällytetään myös niiden

verkkomainonta, on sanomalehtien osuus yhä suurin, 27 prosenttia, ja television toiseksi suurin, 21 prosenttia.

Konsernin medialiiketoiminnan ulkoinen liikevaihto mediamyynnin osalta laski reilusti ollen 8,1 miljoonaa euroa (vuotta aiemmin 10,4 miljoonaa euroa). Mediamyynnin jyrkkä lasku johtui pääosin maailmanlaajuisesta Covid-19-pandemiasta, joka heikensi myynnin kehitystä maaliskuusta 2020 eteenpäin. Voimakkainta myynnin heikkeneminen oli vuoden toisella kvartaalilla. Vuoden loppua kohden lasku hieman tasaantui kysynnän parantuessa ja vakiintuessa, kuitenkin edellistä vuotta alhaisemmalle tasolle. Konsernin lehtien tilausmyynti nousi hieman edellisen vuoden tasosta ollen 11,2 miljoonaa euroa (vuotta aiemmin 11,1 miljoonaa euroa). Painetun lehden myyntitulojen laskua kompensoivat selkeästi kasvaneet digitilausmyyntitulot.

Medialiiketoiminnan ulkoinen liikevaihto laski -10,1 % (2,2 miljoonaa euroa) ollen 19,3 miljoonaa euroa (21,5 miljoonaa euroa vuonna 2019). Covid-19-pandemian arvioitu vaikutus liikevaihdon laskuun vuonna 2020 oli noin 1,4 miljoonaa euroa. Liiketulos heikkeni 1,8 miljoonaan euroon (edellisenä vuonna 2,2 miljoonaa euroa). Pandemian arvioitu liiketulosta heikentävä vaikutus oli noin 0,9 miljoonaa euroa.

PunaMusta Media -konsernissa käytiin toukokuussa 2020 sekä uudelleen joulukuussa 2020 koko konsernin henkilöstöä koskevat yt-neuvottelut sekä päätettiin mahdollisista lomautuksista Covid-19-pandemian aiheuttaman kysynnän laskun vuoksi. Sanomalehti Karjalaisen kuluja kyettiin vähentämään pääosin muilla tavoin kuin lomautuksin vuonna 2020 edellisvuodesta 8,2 prosentilla ja budjetoidusta 8,5 prosentilla.

Vuonna 2020 medialiiketoiminnassa toteutettiin useita digiuudistuksia niin sisällön tuottamisessa kuin myynnissä strategiansa mukaisena tavoitteena yhtäältä tuoda kaikille tilausmuodoille ja mainosasiakkaille lisäarvoa digitaalisilla sisällöillä ja palveluilla sekä toisaalta edistään omatoimisesti digisiirtymää ja hakien merkittävää uutta kasvua digitilauksista. Näitä tavoitteita tukevat Sanomalehti Karjalaisen toimituksen organisaatiouudistus ja verkkouudistus käynnistettiin loppuvuodesta 2020. Radion sisältötuotannossa yhteistyö Bauer Media Oy:n kanssa päättyi huhtikuussa 2020, jolloin Radio Rex palasi aidosti paikalliseksi sekä Bauer Median valtakunnallisesta iskelmäkanavaformaattista riippumattomaksi maakunnalliseksi radiokanavaksi. Toisen Karjalaisen toimilupaan sisältyvän radiokanavanipun sisältötuotannossa tehdään yhteistyötä Järviradio Oy:n kanssa.

Koronakriisin vuoksi päätettiin vuonna 2020 myöntää Suomessa kaikkiaan 7,5 miljoonaa euroa valtionavustusta journalistisen sisällön edistämiseen. Liikenne- ja viestintävirasto Traficom joulukuussa 2020 tehdyllä päätöksellä PunaMusta Media-konserniin kuuluville medialiiketoiminnan yhtiöille myönnettiin tätä tukea noin 300 tuhatta euroa. Se tulee käyttää vuoden 2021 aikana journalistista työtä tekevien henkilöiden palkkoihin ja journalistisen sisällön hankkimiseen käytettyihin freelance-palkkioihin.

COVID-19-PANDEMIAN VAIKUTUS KONSERNIN LIKETOIMINTAAN

Covid-19-pandemialla on ollut merkittävä vaikutus konsernin liiketoimintaan maaliskuusta 2020 lähtien. Äkillisen media- ja mainosmyynnin kysynnän laskun tapahduttua PunaMusta Media Oyj tiedotti 30.3.2020 lomauttavansa koko konsernin henkilöstön enintään 90 päiväksi vuoden 2020 loppuun mennessä. Lomautuksia on toteutettu asteittain toimintojen kriittisyyden ja kysynnän mukaan. Joulukuussa 2020 konsernissa käytiin toiset yt-neuvottelut ja päätettiin mahdollisista lomautuksista vuodelle 2021 pandemian aiheuttaman kysynnän laskun vuoksi.

Covid-19-pandemian vaikutuksesta lähes kaikki konsernin toimihenkilöt olivat elokuun 2020 alkuun saakka etätöissä. Etätömenettelyn käyttöönotto sujui erinomaisesti ja antoi hyvät valmiudet tulevaisuuden työskentelyn toimintamallien kehittämiseen sekä varmistaa samalla konsernin toimintakyvyn tautitilanteen mahdollisesti huonontuessa. Pandemian toisen aallon voimistuessa

etätyökäytännöt ovat jatkuneet ja henkilöstön terveyden turvaaminen sekä toiminnan jatkuvuus on varmistettu etätöiden ja muiden työjärjestelyjen avulla.

Konsernin liiketoiminta-alueiden heikentyneen kysynnän vuoksi liikevaihtoa menetettiin arviolta noin 14 miljoonaa euroa maaliskouluun välisenä aikana. Liikevaihdon voimakas lasku heikensi tulosta merkittävästi. Kysyntä elpyi loppuvuotta kohti paremmaksi konsernin joidenkin liiketoimintojen osalta mutta esimerkiksi näkyvyyspalveluiden kysyntä pysyi heikkona. Epävarmuuden konsernin palveluiden kysynnän osalta odotetaan säilyvän, kunnes varmuus pandemian kestosta selventyy ja rokotukset Suomessa saadaan kunnolla vauhtiin. Vuoden 2021 alussa kysynnässä ei ole näkynyt merkittävää elpymistä.

Covid-19-pandemian vaikutuksesta huolimatta konsernin liiketoiminnan kassavirta on säilynyt positiivisena. Konsernissa on tehty merkittäviä kustannussäästöjä ja liiketoimintojen kysynnän normalisoituessa kassavirtaennusteet paranevat merkittävästi. Pandemian aiheuttamat heikennykset konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan sekä pandemian jatkon aiheuttama epävarmuus tulevaisuuden näkymiin johtivat kuitenkin tilikauden tulosta heikentävään noin 1,0 miljoonan euron liikearvon arvonalennuskirjaukseen.

Konserni on varmistanut rahoitusasemaansa neuvottelemalla päärahoittajien kanssa väliaikaisista luottolimiittien nostoista. Rahoitusasema on pandemiasta huolimatta pysynyt vakaana ja konsernin johto arvioi rahoitusaseman olevan riittävä pandemian aiheuttaman epävarman markkinatilanteen mahdollisesta pitkittymisestä huolimatta eikä liiketoiminnan jatkuvuuteen liity epävarmuutta.

Konserni on saanut koronatukia Suomen valtiolta tai muilta instansseilta vuonna 2020 noin 170 tuhatta euroa, joista vuonna 2020 on maksettu 140 tuhatta euroa. Lisäksi konsernille on myönnetty vuoden 2020 lopussa valtionavustusta journalistisen sisällön edistämiseen noin 300 tuhatta euroa, joka maksetaan vuoden 2021 aikana.

INVESTOINNIT

Konsernin bruttoinvestoinnit vuonna 2020 ennakkomaksuineen olivat 5,0 miljoonaa euroa eli 4,9 prosenttia liikevaihdosta (11,8 miljoonaa euroa eli 11,0 prosenttia liikevaihdosta edellisenä vuonna). Merkittävin vuoden 2020 investointi oli PixMill Group Oy:n koko osakekannan hankinta.

RAHOITUS

Konsernin liiketoiminnan nettorahavirta 9,0 miljoonaa euroa (11,8 miljoonaa euroa edellisenä vuonna).

Investointien rahavirta oli -3,6 miljoonaa euroa (-8,6 miljoonaa euroa edellisenä vuonna).

Rahoituksen rahavirta oli -6,9 miljoonaa euroa (-2,2 miljoonaa euroa vuotta aiemmin).

Konsernin korollisen vieraan pääoman määrä oli tarkastelujakson lopussa 40,6 miljoonaa euroa, edellisen vuoden vastaava luku oli 41,0 miljoonaa euroa. Tilikaudella maksettiin osinkoja 3,1 miljoonaa euroa. Konsernin rahavarat olivat tilikauden lopussa 6,0 miljoonaa euroa (7,5 miljoonaa euroa edellisenä vuonna). Konsernin omavaraisuusaste oli 43,7 prosenttia (edellisenä vuonna 45,3 prosenttia).

Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavien rahoitusvarojen arvo oli katsauskauden lopussa 15,5 miljoonaa euroa, kun arvo edellisenä vuonna oli 13,9 miljoonaa euroa.

PunaMusta Media Oyj:n omistusosuus Ilkka-Yhtymästä oli katsauskauden päättyessä yli 10 prosenttia (10,18 %) eli yhteensä 99 kpl Ilkka-Yhtymän I-sarjan osaketta ja 2 613 125 kpl II-sarjan osaketta. Osakkeiden kokonaishankintameno on 17,2 miljoonaa euroa ja markkina-arvo katsauskauden lopussa oli 11,0 miljoonaa euroa.

HENKILÖSTÖ

Konsernin henkilöstömäärä oli katsauskaudella keskimäärin 669 henkilöä (617 henkilöä vuonna 2019), joista osa-aikaisia oli keskimäärin 15 (14). Konsernin palveluksessa oli tilikauden lopussa 659 henkilöä (651 henkilöä vuotta aiemmin), joista osa-aikaisia 9 (16 vuotta aiemmin).

Konsernin työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut olivat tilikaudella 33,9 miljoonaa euroa eli 33,0 prosenttia liikevaihdosta (vuotta aiemmin 33,0 miljoonaa euroa eli 30,8 prosenttia liikevaihdosta).

RISKIT JA EPÄVARMUUSTEKIJÄT

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan merkittävimmät riskit liittyvät painopalveluiden kysyntään ja niiden hintatasoon sekä toimialan ylikapasiteettiin. Tuonnin lisääminen vaikeuttaa kilpailutilannetta kotimaassa. Verotuksen epätasapaino kotimaan ja tuonnin välillä lisää kysyntäriskin toteutumista. Vientiin liittyvistä riskeistä suurimmat ovat valuuttakurssimuutokset. Venäjän heikko rupla ja epävarmana säilynyt tilanne vaikeuttavat edelleen vientimahdollisuuksia. Covid-19-pandemia on lisännyt näkyvyys- ja painoliiketoiminnassa merkittävää epävarmuutta paino- ja näkyvyyspalveluiden kysynnän osalta ja tämä näkyy etenkin markkinoinnissa käytettävien painopalveluiden myynnissä. Suurten yleisötapahtumien puuttuessa yhtiön suurkuva- ja näkyvyyspalveluiden kysyntä on heikkoa. Digitalisoitumisen kiihtyminen lisää epävarmuustekijöitä painopalveluiden kysynnän palautumiseen koronavirusta edeltävälle tasolle.

Medialiiketoiminnassa mediamyynnin kehityksellä on merkittävä vaikutus tulokseen. Covid-19-pandemia on kiihdyttänyt mediamyynnin laskua ja kasvattanut epävarmuustekijöitä. Lähiajan suurimpia riskejä ovat Covid-19-pandemian pitkittyminen ja sen vaikutus kuluttajien ja yritysten ostokäyttäytymiseen. Muita riskejä ovat ennakoitun hidastuvan talouskasvun vaikutukset reaalityönteon sekä sen myötä sanomalehtien mainos- ja lehtimyyntituloihin. Mainonnan hajaantuminen sanomalehdistä muihin julkaisuihin ja etenkin kilpaileville digitaalisille alustoille on merkittävä riskitekijä. Merkittäviä epävarmuustekijöitä ovat kuluttajien mediankäyttötottumusten muutos sekä painettujen sanomalehtien jakelun laadun huonontuminen ja hintojen nousu. Lehtitoimialalla lehden jakelupalvelut ostetaan pääsääntöisesti Posti Oy:ltä. Yhtiöllä ei ole merkittäviä riskejä rahoituksen suhteen ja yhtiö on varautunut Covid-19-pandemian aiheuttaman kysynnän laskun myötä mahdolliseen liiketoiminnan kassavirran laskuun neuvottelemalla päärahoittajien kanssa luottolimiittien määrät uusiksi.

Suurin osa konsernin lyhytaikaisista saamisista on euroissa. Konsernilla on käytössä luottopolitiikka luottoriskin minimoimiseksi. Covid-19-pandemia ei ole lisännyt yhtiön luottoriskiä epävarmojen myyntisaamisten suhteen.

Arvopaperikauppa ja arvopaperisalkun arvon muutokset voivat vaikuttaa emoyhtiön ja konsernin tulokseen merkittävästi.

Konserni altistuu euribor-sidonnaisten markkinakorkojen muutoksesta johtuvalle korkoriskille. Riskeistä ja niihin varautumisesta on kerrottu tarkemmin tilinpäätöksen liitetiedoissa.

YMPÄRISTÖASIAT JA VASTUULLISUUS

Konsernissa on sitouduttu noudattamaan ympäristölainsäädäntöä ja kestävä kehityksen periaatteita. Yhtiön laatu- ja ympäristöasioita johdetaan ISO 9001- ja 14001 -standardien vaatimusten mukaisesti. Teknisen ja toiminnallisen laadun perustana ovat asiakkaiden odotukset sekä lait ja asetukset, joten kehitämme jatkuvasti ympäristö- ja laatuasioita. Suuri osa asiakaskunnastamme on erittäin kiinnostuneita näistä asioista.

Konsernissa arvioidaan säännöllisesti liiketoiminnan ympäristövaikutuksia ja merkittävimmille ympäristövaikutuksille laaditaan vuosittain kehitysohjelmia.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnan yhtiöille on myönnetty Joutsenmerkki eli Pohjoismainen Ympäristömerkki, joka kertoo sitoutumisesta ympäristökuormituksen minimoimiseen. Ympäristömerkki kattaa sanoma- ja aikakauslehtien sekä mainospainotuotteiden tuotannon. PunaMustalla on myös puukuidun alkuperästä ja sen hallintaketjuista kertovat FSC- ja PEFC-sertifioinnit. FSC- tai PEFC-merkityn tuotteen valmistamiseen käytetty puuraaka-aine on peräisin kestäväällä periaatteella hoidetuista - sertifioituista metsistä. Suomen metsistä n. 85 %, mutta maailman metsistä vain noin 10 % on sertifioituja. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan yhtiöillä on Avainlippu-merkin käyttöoikeus, merkki kertoo, että tuote tai palvelu on tuotettu Suomessa ja työllistää Suomessa.

Konsernin koko painotuotannon hiilijalanjälki on laskettu sertifioidulla Climate Calc-menettelyllä. Tämä mahdollistaa myös yksittäisten painotuotteiden hiilijalanjäljen laskennan ja siten hiilineutraalien painotuotteiden tarjoamisen asiakkaille. Konserni on asettanut tavoitteet ja tehnyt toimenpiteitä hiilijalanjäljen pienentämiseksi. Vuonna 2018 asetettu tavoite hiilijalanjäljen pienentämisestä 20 prosentilla saavutettiin alkuvuodesta 2020. Alkuperäinen tavoite oli vuoteen 2025 mennessä. Uusi tavoite on PunaMusta Media -konsernissa asetettu tavoite olla hiilinegatiivinen konserni vuonna 2029.

Lisää vastuullisuustietoa luettavissa vuosikertomuksen yhteydessä erillisenä julkaistavassa muun kuin taloudellisen tiedon raportissa.

TILIKAUDEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT

Tilikauden päättymisen jälkeen ei ole ollut sellaisia liiketapahtumia, joilla olisi olennaista vaikutusta konsernin tuloslaskelmaan tai taseeseen.

NÄKYMÄT VUODELLE 2021

Covid-19-pandemia ja epävarmuus sen kestosta ja vaikutuksista vaikeuttavat ennustettavuutta. Konsernin molempien liiketoimintojen näkymät ovat muuttuneet epävarmemmiksi ja epävarmuus kehityksen ennustamisesta on kasvanut merkittävästi. Konserni arvioi, että pandemialla on vaikutuksia sekä omaan että konsernin asiakkaiden toimintaympäristöön, eikä sen pysyvää vaikutusta pystytä kunnolla arvioimaan.

Mediamarkkinoiden odotetaan palautuvan vuoden 2020 laskusta, mutta aikaisempien vuosien tasolle liikevaihdon ei odoteta kasvavan koko vuonna. Suomessa pandemian rokotusten toteutumismuutos on merkittävässä roolissa niin yritysten ja kuluttajien epävarmuuden hälventymisen, taloudellisen toimeliaisuuden lisääntymisen sekä erityisesti isojen tapahtumien onnistumisten kannalta.

Medialiiketoiminnan liikevaihdon ennakoitaan kasvavan. Mediamyynti elpyy vuotta 2020 korkeammalle tasolle, ja tilaustuloissa näkyy digitilausten kasvu. Lisäksi kevään kuntavaalit lisäävät mainostuloja. Kuluttajien ja yritysten luottamus palautuvat nopeasti pandemian hellittäessä.

Makrotalouden epävarmat näkymät vaikeuttavat merkittävästi mediamarkkinoiden kehityksen sekä mainos- ja tilausmyyntitulojen ennustamista. Molempien liiketoimintojen näkymät perustuvat oletukseen, että koronakriisi hellittää kesään 2021 mennessä eikä sen osalta tilanne alkuvuodestakaan olennaisesti heikkene vuoden 2020 loppupuoliskon tilanteesta.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnassa tehtyjen investointien, panostusten digitaalisiin palveluihin ja toteutettujen rakennemuutosten sekä vuonna 2021 hiljalleen palautuvan kysynnän uskotaan näkyvän positiivisesti sekä vuoden 2021 liikevaihdossa että tuloskehityksessä.

TULOSOHJEISTUS

Covid-19-pandemiasta johtuvien poikkeusolosuhteiden vuoksi yhtiön näkymät ovat epävarmat ja yhtiö ei anna tässä vaiheessa tulosohjeistusta. Yhtiö tarkentaa tulosohjeistusta viimeistään H1-puolivuosikatsauksen yhteydessä.

YHTIÖKOKOUS JA VOITONJAKOESITYS

Yhtiön hallitus on päättänyt kutsua koolle varsinaisen yhtiökokouksen 25.3.2021.

PunaMusta Media Oyj:n hallitus esittää yhtiökokoukselle jaettavaksi osinkoa 0,15 euroa osakkeelle, yhteensä noin 1,9 miljoonaa euroa. Lisäksi hallituksen käyttöön varataan 100 000 euroa. Yhtiön voitonjakokelpoiset varat ovat 26 325 363,04 euroa.

Konsernin taloudellisessa asemassa ei ole tapahtunut tilikauden päättymisen jälkeen oleellisia muutoksia.

Yhtiökokouksen päättämä osinko maksetaan osakkeelle, joka täsmäytyspäivänä on merkitty Euroclear Finland Oy:n ylläpitämään omistajaluetteloon. Mikäli hallituksen esitys hyväksytään, osingonmaksun täsmäytyspäivä on 29.3.2021 ja osingon maksupäivä 7.4.2021.

KONSERNIN RAKENNE JA HALLINTO

PunaMusta Media -konsernin emoyhtiö on PunaMusta Media Oyj. Emoyhtiö tarjoaa tytäryhtiöilleen hallinto-, tietohallinto- ja rahoituspalvelut, omistaa kiinteistöjä sekä harjoittaa arvopaperikauppaa.

Konserni jakautuu kahteen toimialaan eli toimintasegmenttiin. Konsernin medialiiketoiminnan (entinen lehtitoimiala) muodostavat Karjalaista kustantava Sanomalehti Karjalainen Oy, paikallislehtiä kustantavat Keski-Karjalan Kustannus Oy, Lieksan Lehti Oy, Pogostan Sanomat Oy, Pohjois-Karjalan Paikallislehdet Oy ja Ylä-Karjala Oy sekä Karjalan Heili -kaupunkilehteä kustantava Karelia Viestintä Oy. Toimialaa täydentää Radio Rex -radiokanava, joka on osa Sanomalehti Karjalainen Oy:tä. Medialiiketoimintaa johtaa Karjalaisen päätoimittaja Pasi Koivumaa.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan (entinen painotoimiala) kuuluu PunaMusta Oy, Forssan Kirjapaino Oy, PunaMusta Digital Oy (entinen Smart Files Oy) ja tilikauden 2020 aikana hankitut PixMill Group Oy ja Pixmill Estonia Oü. Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan aiemmin kuulunut Hämeen Kirjapaino Oy sulautui tilikauden aikana PunaMusta Oy:öön. Näkyvyys- ja painoliiketoimintaa johtaa PunaMusta Oy:n toimitusjohtaja Jari Avellan.

Sanomalehti Karjalainen Oy on osakkaana Väli-Suomen Media Oy:ssä 25 prosentin osuudella.

Yhtiön hallitukseen kuuluivat kertomusvuoden lopussa puheenjohtajana Reetta Laakkonen, varapuheenjohtajana Harri Suutari ja varsinaisina jäseninä Hannu Laakkonen, Joona Laakkonen, Merja Laakkonen ja Juha Mäkihonko.

PunaMusta Media Oyj:n toimitusjohtajana toimii Raimo Puustinen.

Yhtiön tilintarkastajana toimi tilikauden aikana tilintarkastusyhteisö Ernst & Young Oy, vastuullisena tilintarkastajana KHT Juha Hilmola.

PunaMusta Media Oyj:n päätöksenteossa ja hallinnossa noudatetaan Suomen osakeyhtiölakia, yhtiön yhtiöjärjестystä, julkisesti noteerattuja yhtiöitä koskevia muita säädöksiä sekä Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n laatimaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia sekä Nasdaq Helsinki Oy:n sääntöjä ja ohjeita. Hallinnointikoodi löytyy yhtiön Internet-sivuilta osoitteesta

www.punamustamedia.fi kohdasta Sijoittajatieto – Hallinnointiperiaatteet.

Yhtiö laatii erillisenä kertomuksena selvityksen hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) sekä suosituksista poikkeamisesta, jotka julkaistaan yhtiön Internet-sivuilla osoitteessa www.punamustamedia.fi kohdassa Sijoittajatieto – Hallinnointiperiaatteet.

OSAKKEET, KAUPANKÄYNTI JA VAIHTO

PunaMusta Media Oyj:n osake on listattuna Nasdaq Helsinki Oy:ssä. PunaMusta Media Oyj kuuluu Kulutuspalvelut -toimialaan ja on markkina-arvoltaan pieni yhtiö. Yhtiön kaupankäyntitunnus on PUMU.

Yhtiön osakemäärä on 12 517 360 kpl ja osakepääoma on 1 052 634 euroa. Kaikilla osakkeilla on samanlainen oikeus osinkoon ja yhtiön varoihin. Osakkeen kaupankäyntikurssi tilikauden lopussa oli 5,55 euroa, osakekannan markkina-arvo tilikauden päätöskurssilla oli 69,5 miljoonaa euroa. Osakkeen vaihto tilikauden aikana oli 303 176 kappaletta eli noin 2,42 % osakemäärästä.

Valtiovarainministeriön asetuksessa arvopaperin liikkeeseenlaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta (1020/2012) 1 luvun 5 §:n 1 momentissa luetellut tiedot on esitetty konsernitilinpäätöksen liitetiedoissa.

OSAKEPOHJAISET KANNUSTINJÄRJESTELMÄT

PunaMusta Media Oyj:n hallitus päätti 28.2.2020 hyväksyä konsernin avainhenkilöiden osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yksityiskohtaiset ehdot vuodelle 2020. Kannustinjärjestelmällä pyritään yhdistämään omistajien ja avainhenkilöiden tavoitteet ja siten kasvattamaan yhtiön arvoa. Kannustinjärjestelmä on osa vuonna 2019 perustettua avainhenkilöiden kannustin- ja sitouttamisjärjestelmää, jolla avainhenkilöt sitoutetaan yhtiöön ja heille tarjotaan mahdollisuus hyötyä yhtiön osakkeen positiivisesta kehityksestä.

Järjestelmässä on kolme ansaintajaksoa, 1.2.2019–31.1.2022, 1.2.2020–31.1.2023 ja 1.2.2021–31.1.2024. Ansaintajakson palkkiot vahvistetaan ja maksetaan avainhenkilöille kunkin ansaintajakson päättymisen jälkeen.

Järjestelmän kohderyhmään ansaintajaksolla 1.2.2020–31.1.2023 kuuluu enintään 10 avainhenkilöä. Ansaintajaksolla 2020–2023 jaetaan yhteensä 132 000 osakeyksikköä. Osakkeen arvonnousua mitataan lähtötasolta 6,39 euroa, joka oli yhtiön osakkeen vaihdolla painotettu keskikurssi Nasdaq Helsinki Oy:ssä ajanjaksona 1.8.2019–31.1.2020. Osakeyksikön loppuarvo on osakkeen vaihdolla painotettu keskikurssi Nasdaq Helsinki Oy:ssä ajanjaksona 1.8.2022–31.1.2023.

PUNAMUSTA MEDIA OYJ, TILINPÄÄTÖS LYHENNELMÄT JA LIITETIEDOT TAMMI-JOULUKUU 2020

Tilinpäätöstiedote on laadittu noudattaen IAS 34 -standardin mukaisia vaatimuksia. Tunnusluvut on laskettu vuositilinpäätöksessä esitettyjen laskentakaavojen mukaisesti.

UUDEN IFRS-NORMISTON SOVELTAMINEN

Vuonna 2020 voimaantulleilla IFRS-standardeilla ja niiden muutoksilla ei ollut olennaista vaikutusta konsernin tilinpäätökseen.

(miljoonaa euroa)	2020	2019	MEUR	2020	2019	MEUR
Jatkuvat toiminnot						
Liikevaihto	52,8	55,6	-2,8	102,8	107,4	-4,5
Liiketoiminnan muut tuotot	1,4	1,7	-0,3	2,7	2,8	-0,1
Valmiiden ja kesken- eräisten tuotteiden varastojen muutos	0,2	0,0	0,2	-0,1	0,2	-0,3
Valmistus omaan käyttöön	0,2	0,2	0,1	0,3	0,3	0,0
Materiaalit ja palvelut	-24,3	-27,2	2,9	-47,8	-52,1	4,3
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-16,5	-17,2	0,7	-33,9	-33,0	-0,9
Poistot	-5,6	-4,9	-0,7	-10,5	-8,8	-1,6
Liiketoiminnan muut kulut	-8,6	-8,4	-0,2	-16,2	-16,1	-0,1
Liikevoitto	-0,4	-0,2	-0,2	-2,5	0,7	-3,2
Arvopaperikaupan nettotulos	3,1	0,8	2,3	2,2	1,7	0,5
Muut rahoitustuotot ja -kulut	-0,3	-0,2	0,0	-0,5	-0,4	-0,1
Voitto ennen veroja	2,4	0,3	2,1	-0,8	2,0	-2,8
Tuloverot	0,1	0,6	-0,5	0,1	0,3	-0,2
Tilikauden voitto	2,5	0,9	1,6	-0,7	2,3	-3,0
Tilikauden tulos yhteensä	2,5	0,9	1,6	-0,7	2,3	-3,0
Muut laajan tuloksen erät						
Tilikauden laaja tulos	2,5	0,9	1,6	-0,7	2,3	-3,0
Jakautuminen						
Emoyhtiön omistajille	2,6	0,9	1,6	-0,7	2,3	-3,0
Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta voitosta laskettu osakekohtainen tulos:						
Laimentamaton osakekohtainen tulos (EUR)	0,21	0,07	0,13	-0,06	0,18	-0,24

Osakkeiden lukumäärä on 12 517 360 kappaletta.

Yhtiöllä ei ole eriä, jotka voisivat laimentaa osakekohtaista tulosta.

Välittöminä veroina on otettu huomioon kauden tulosta vastaava vero.

	12/20	12/19	Muutos MEUR
KONSERNIN TASE (miljoonaa euroa)			
Jatkuvat toiminnot			
Varat			
Pitkäaikaiset varat			
Aineelliset hyödykkeet	49,6	53,1	-3,4
Aineettomat hyödykkeet	9,3	7,8	1,5
Sijoituskiinteistöt	0,0	0,1	0,0
Myytävissä olevat			

sijoitukset	0,5	0,5	0,0
Muut pitkäaikaiset saamiset	1,6	1,6	0,0
Käyttöoikeusomaisuuserä	4,0	4,8	-0,8
Lyhytaikaiset varat			
Vaihto-omaisuus	4,2	4,5	-0,3
Saamiset	12,0	13,8	-1,8
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti			
kirjattavat rahoitusvarat	15,5	13,9	1,6
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat			
verosaamiset	0,4	1,0	-0,6
Rahavarat	6,0	7,5	-1,5
VARAT YHTEENSÄ	103,4	108,7	-5,3
Oma pääoma ja velat			
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	44,2	48,3	-4,1
Määräysvallattomat omistajat	0,1	0,1	0,0
Oma pääoma yhteensä	44,3	48,4	-4,1
Velat			
Laskennalliset verovelat	4,3	4,5	-0,1
Pitkäaikainen vieras pääoma	19,5	20,5	-1,0
Lyhytaikainen vieras pääoma	35,2	35,3	-0,1
Velat yhteensä	59,1	60,3	-1,2
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHT.	103,4	108,7	-5,3
RAHAVIRTALASKELMA	12/20	12/19	
(miljoonaa euroa)	12 kk	12 kk	
Liiketoiminnan rahavirta	9,0	11,8	
Investointien rahavirta	-3,6	-8,6	
Rahoituksen rahavirta			
Lainojen nostot	39,4	60,8	
Lainojen takaisinmaksut	-40,7	-57,9	
Vuokrasopimusvelkojen lyh.	-2,5	-1,9	
Maksetut osingot	-3,1	-3,1	
Lainasaamisten maksut	0,0	0,0	
Rahoituksen rahavirta yht.	-6,9	-2,2	
Likvidien varojen muutos	-1,5	1,0	

OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSET,
IFRS (miljoonaa euroa)

Oman pääoman muutos 1-12/2020	Osake- pääoma	Yli- kurssi- rahasto	Käyvän arvon rahasto	Voitto- varat	Määräys- vallattomat	Yht.
OMA PÄÄOMA KAUDEN ALUSSA	1,1	7,7	0	39,6	0,1	48,4
Kauden laaja tulos				-0,7	0,0	-0,7
Voitonjako / Osingonjako				-3,1		-3,1
Muut muutokset				-0,3	0,0	-0,3
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ 12/2020	1,1	7,7	0	35,5	0,1	44,3
Oman pääoman muutos 1-12/2019	Osake- pääoma	Yli- kurssi- rahasto	Käyvän arvon rahasto	Voitto- varat	Määräys- vallattomat	Yht.
OMA PÄÄOMA KAUDEN ALUSSA	1,1	7,7	0	40,6	0,0	49,3
Kauden laaja tulos				2,3	0,0	2,3
Voitonjako / Osingonjako				-3,1		-3,1
Muut muutokset				-0,1	0,0	-0,1
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ 12/2019	1,1	7,7	0	39,6	0,1	48,4

TOIMINTASEGMENTIT

M=Medialiiketoiminta

N=Näkyvyys- ja painoliiketoiminta

MU=Muut

7-12/2020 (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	9,9	42,8	0,0	0,0	52,8
Sisäiset tuotot	0,0	5,2	1,2	-6,5	0,0
LIIKEVAIHTO	9,9	48,0	1,3	-6,5	52,8
LIIKEVOITTO	1,1	-1,3	-0,3	0,2	-0,4
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,2	3,0	0,0	2,8
Voitto ennen tuloveroja	1,1	-1,5	2,7	0,2	2,4

7-12/2019 (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	10,3	45,2	0,0	0,0	55,6
Sisäiset tuotot	0,0	4,3	1,0	-5,3	0,0
LIIKEVAIHTO	10,4	49,5	1,1	-5,3	55,6
LIIKEVOITTO	0,8	-0,4	-0,5	-0,1	-0,2
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,2	0,7	0,0	0,5
Voitto ennen tuloveroja	0,8	-0,6	0,2	-0,1	0,3

Muutos (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	-0,5	-2,4	0,0	0,0	-2,8
Sisäiset tuotot	0,0	0,9	0,2	-1,2	0,0
LIIKEVAIHTO	-0,4	-1,5	0,2	-1,2	-2,8
LIIKEVOITTO	0,3	-0,9	0,2	0,2	-0,2
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	0,0	2,2	0,0	2,3
Voitto ennen tuloveroja	0,3	-0,9	2,5	0,2	2,1
				elimi- nointi	yht.
1-12/2020 (miljoonaa euroa)	M	N	MU		
Ulkoiset tuotot	19,3	83,5	0,0	0,0	102,8
Sisäiset tuotot	0,1	9,1	2,4	-11,7	0,0
LIIKEVAIHTO	19,4	92,6	2,5	-11,7	102,8
LIIKEVOITTO	1,8	-4,1	-0,2	0,0	-2,5
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,4	4,1	-2,0	1,7
Voitto ennen tuloveroja	1,8	-4,5	3,9	-2,0	-0,8
				elimi- nointi	yht.
1-12/2019 (miljoonaa euroa)	M	N	MU		
Ulkoiset tuotot	21,5	85,8	0,0	0,0	107,4
Sisäiset tuotot	0,1	7,3	2,0	-9,5	0,0
LIIKEVAIHTO	21,6	93,2	2,1	-9,5	107,4
LIIKEVOITTO	2,2	-0,8	-0,7	0,0	0,7
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,3	1,6	0,0	1,3
Voitto ennen tuloveroja	2,2	-1,1	0,9	0,0	2,0
				elimi- nointi	yht.
Muutos (miljoonaa euroa)	M	N	MU		
Ulkoiset tuotot	-2,2	-2,3	0,0	0,0	-4,5
Sisäiset tuotot	0,0	1,8	0,4	-2,2	0,0
LIIKEVAIHTO	-2,1	-0,5	0,4	-2,2	-4,5
LIIKEVOITTO	-0,4	-3,3	0,5	0,0	-3,2
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	0,0	2,5	-2,0	0,4
Voitto ennen tuloveroja	-0,4	-3,4	3,0	-2,0	-2,8

TUOTTEITA JA PALVELUJA KOSKEVAT TIEDOT SEGMENTEITTÄIN, ULKOINEN LIIKEVAIHTO

Medialiiketoiminnan liikevaihto muodostuu pääasiassa sisältötuotoista ja mediamyynnin tuotoista. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liikevaihto koostuu suurimmaksi osaksi painamisesta.

(miljoonaa euroa)	7-12/2020	7-12/2019	muutos	12/2020	12/2019	muutos
Medialiiketoiminta						
Sisältötuotot	5,6	5,6	0,1	11,2	11,1	0,0
Mediamyynnin tuotot	4,2	4,8	-0,5	8,1	10,4	-2,2
Muu myynti	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kustannustoiminta yhteensä	9,9	10,3	-0,5	19,3	21,5	-2,2
Näkyvyys- ja painoliiketoiminta						
Painamisen tuotot	37,9	39,5	-1,6	73,4	74,1	-0,6
Palvelutuotot	4,9	5,7	-0,8	10,0	11,7	-1,7
Painotoiminta yhteensä	42,8	45,2	-2,4	83,5	85,8	-2,3
Muu toiminta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Konserni yhteensä	52,8	55,6	-2,8	102,8	107,4	-4,5

HANKITUT LIKETOIMINNOT

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan kuuluva PunaMusta Oy osti helmikuussa Streamlog Oy:n konkurssipesän palveluliiketoiminnan. Hankintameno oli 0,1 miljoonaa euroa, joka kirjautuu lähes kokonaisuudessaan liikearvoksi. SmartLogistics-liiketoiminta raportoidaan osana näkyvyys- ja painoliiketoimintaa. Hankinnalla konserni laajensi varastointiliiketoimintoja. Kaupalla ei ollut olennaista vaikutusta konsernin liikevaihtoon tai tulokseen. Kauppahintaan ei sisällynyt lisäkauppahintaelementtejä.

PunaMusta Media Oyj osti suurkuva- ja näkyvyyspalveluihin erikoistuneen Pixmill Group Oy:n koko osakekannan 31.3.2020. Osakkeiden nettovelaton kauppahinta oli 3,2 miljoonaa euroa. Pixmill Group Oy raportoidaan osana näkyvyys- ja painoliiketoimintaa. Yrityskauppa vahvistaa merkittävästi konsernin näkyvyyspalveluiden kasvua ja mahdollistaa laajan palvelutarjonnan asiakkaille. Konsernin hallussa ei ollut yhtiön osakkeita ennen yrityskauppaa ja osakkeet vaihtoivat omistajaa kaupantekopäivänä. Kauppahintaan ei sisällynyt lisäkauppahintaelementtejä.

Alla olevissa taulukoissa on esitetty tiivistetysti määrät Streamlog Oy:n print-liiketoiminnasta ja Pixmill Group Oy:stä maksetuista vastikkeista, yrityshankintojen rahavirtavaikutuksista sekä varojen ja velkojen arvoista hankintahetkellä.

	Streamlog Oy MEUR	Pixmill Group Oy MEUR
Vastike		
Hankintameno	0,1	1,5
Kokonaishankintameno	0,1	1,5
Yrityshankinnan rahavirtavaikutus	MEUR	MEUR
Maksettu hankinta	0,1	1,5
Hankitut rahavarat	0,0	0,5
Yrityshankinnan rahavirtavaikutus yhteensä	0,1	1,1

Hankittujen varojen ja vastattavaksi otettujen velkojen arvot hankintahetkellä olivat seuraavat:

	MEUR	MEUR
Aineettomat hyödykkeet	0,0	0,0
Asiakassuhteet (sis. muihin aineettomiin hyödykkeisiin)	0,0	0,5
Brändi (sis. muihin aineettomiin)		0,3

hyödykkeisiin)		
Aineelliset hyödykkeet	0,1	2,5
Sijoitukset	0,0	0,0
Vaihto-omaisuus	0,0	0,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,0	0,9
Rahavarat	0,0	0,5
Varat yhteensä	0,1	5,0
Rahoitusvelat	0,0	4,0
Ostovelat ja muut velat	0,0	1,5
Varaukset ja velat yhteensä	0,0	5,5
Nettovarallisuus yhteensä	0,1	-0,5
Liikearvo	0,1	2,1

Aineettomien hyödykkeiden ja myyntisaamisten käypään arvoon ei sisältynyt riskiä hankintojen osalta. Streamlog Oy:n hankinnasta syntyi 0,1 miljoonan euron liikearvo, joka perustuu pääasiassa liiketoimintaa osaavaan henkilöstön arvoon. PixMill Group Oy:n hankinnasta syntynyt 2,1 miljoonan euron liikearvo koostuu odotettavissa olevista tuotto- ja kulusynergioista ja henkilöstöstä.

Hankittujen yhtiöiden konsernissa oloajan liikevaihdot n. 4,6 miljoonaa euroa ja tulos n. -0,6 miljoonaa euroa sisältyvät konsernin vuoden 2020 laajaan tuloslaskelmaan. Jos tilikauden aikana hankitut liiketoiminnat olisi yhdistelty konsernitilinpäätökseen tilikauden 2020 alusta lähtien, olisi konsernin liikevaihto kasvanut arviolta 6,0 miljoonaa euroa ja tulos heikentynyt arviolta 0,3 miljoonaa euroa.

TUNNUSLUKUJA	1-12/ 2020	1-12/ 2019
Liikevoitto (%)	-2,4	0,6
Tulos/osake EUR	-0,06	0,18
Oma pääoma/osake EUR	3,54	3,87
Bruttoinvestoinnit (milj. EUR)	5,0	11,8
Osuus liikevaihdosta (%)	4,9	11,0
Oman pääoman tuotto (%)	-1,5	4,7
Sij. pääoman tuotto (%)	-0,2	3,0
Omavaraisuusaste (%)	43,7	45,3
Henkilöstö keskimäärin, josta osa-aikaisia	669 15	617 14
KONSERNIN VASTUUSITOUMUKSET (miljoonaa euroa)	12/20	12/19
EHDOLLISET VELAT JA VARAT SEKÄ SITOUMUKSET		
Omasta puolesta annetut vakuudet		
Pantatut osakkeet	16,4	10,0
Kiinnitykset maa-alueisiin		

ja rakennuksiin	15,6	15,6
Muut vastuut ja sitoumukset	2,0	2,9
Yrityskiinnitykset	12,2	1,2
YHTEENSÄ	46,3	29,8
Muiden puolesta annetut vakuudet	1,0	0,9

Vastuut ovat emo- ja tytäryhtiön veloista.

KÄYPÄÄN ARVOON

12/20

12/19

ARVOSTETUT

RAHOITUSVARAT JA -VELAT

(miljoonaa euroa)	kirjanpito- arvo	käypä arvo	kirjanpito- arvo	käypä arvo
Pitkäaikaiset rahoitusvarat				
Osakkeet ja muut pitkäaikaiset sijoitukset				
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat, hierarkiataso 3	0,1	0,1	0,1	0,1
Lyhytaikaiset rahoitusvarat				
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat, hierarkiataso 1	15,5	15,5	13,9	13,9
Rahoitusvelat on arvostettu jaksotettuun hankintamenuun. Niiden käypä arvo on lähellä niiden kirjanpitoarvoa.				
Euromääräiset pankkilainat	36,1	36,1	36,0	36,0

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT

(miljoonaa euroa)

1-12/2020

1-12/2019

Palvelujen ostot	0,4	0,6
Palvelujen myynnit	0,7	1,0

Yhtiöiden väliset liiketapahtumat ovat markkinaehtoisia.

Tilinpäätöstiedotteen tiedot ovat tilintarkastettuja.

Yhtiön täydellinen tilinpäätös, toimintakertomus ja tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä ovat saatavilla 1.3.2021 alkaen yhtiön internetsivuilla osoitteessa www.punamustamedia.fi kohdassa Sijoittajatieto. Vuosikertomus julkaistaan viikolla 12/2021. Konserni julkaisee vastuullisuusraportin viikolla 12 vuosikertomuksen yhteydessä.

Joensuussa 26. helmikuuta 2021



PUNAMUSTA MEDIA OYJ
Hallitus

LISÄTIETOJA

Toimitusjohtaja Raimo Puustinen p. 0500 975 873

TIEDOTTEEN JAKELU

Nasdaq Helsinki Oy
keskeiset tiedotusvälineet
www.punamustamedia.fi

PunaMusta Media Oyj on kotimainen media-, näkyvyys- ja painoliiketoiminnan ammattilainen, jonka palveluksessa on noin 650 alan osaajaa. Konsernissa on Sanomalehti Karjalaisen lisäksi kuusi muuta sanomalehtiyhtiötä ja paikallisradiokanava. Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan kuuluvan PunaMusta Oy:n liiketoiminta koostuu aikakauslehti-, sanomalehti- ja digipainamisesta, yritysnäkyvyyden luomisesta, suurkuvatulostamisesta sekä mainospainotuotteiden painamisesta ja lehtituotteiden suunnittelusta sekä tuotannosta. PunaMusta Media -konsernin liikevaihto vuonna 2020 oli 103 miljoonaa euroa.