



ALMA MEDIA OYJ
TILINPÄÄTÖSTIEDOTE

5.2.2026

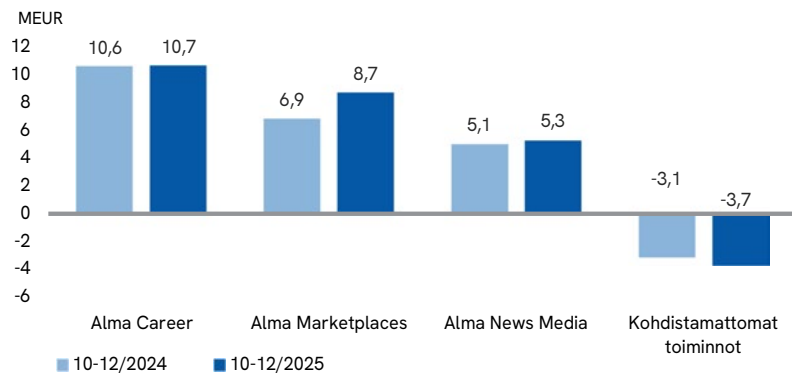
Alma Median tilinpäätöstiedote tammi-joulukuu 2025:

Oikaistu liikevoitto nousi 8,1 % viimeisellä vuosineljänneksellä ja 6,8 % vuonna 2025

Taloudellinen kehitys loka-joulukuussa 2025:

- Liikevaihto 84,9 (81,2) milj. euroa, kasvua 4,6 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 85,4 % (83,6 %).
- Oikaistu liikevoitto 21,1 (19,5) milj. euroa, 24,8 % (24,0 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 18,7 (17,7) milj. euroa, kasvua 5,9 %.
- Alma Career: Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto vertailukauden tasolla.
- Alma Marketplaces: Liikevaihto kasvoi orgaanisesti ja yrityshankintojen tukemana 17,5 %, oikaistu liikevoitto kasvoi.
- Alma News Media: Kannattavuuden vahvistuminen jatkui, oikaistu liikevoittomarginaali 18,9 %.
- Osakekohtainen tulos 0,15 (0,15) euroa, kasvoi 4,2 %.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Taloudellinen kehitys vuonna 2025:

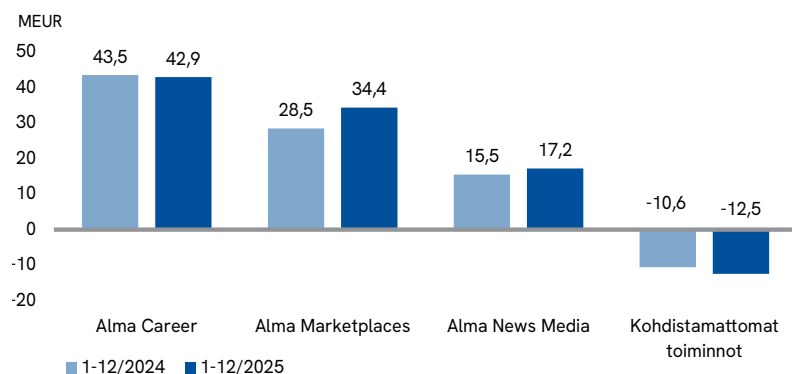
- Liikevaihto 327,1 (312,7) milj. euroa, kasvua 4,6 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 85,9 % (84,2 %).
- Oikaistu liikevoitto 82,1 (76,9) milj. euroa, 25,1 % (24,6 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 77,8 (73,4) milj. euroa, kasvua 6,0 %.
- Osakekohtainen tulos 0,67 (0,64) euroa, kasvoi 5,9 %.
- Hallituksen alustava osinkoehdotus 0,48 (0,46) euroa.

Alustava voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle:

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2025 olivat 182 390 270 (155 670 182) euroa. Alma Median hallitus tulee ehdottamaan varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2025 maksetaan osinkoa 0,48 euroa osaketta kohden (2024: 0,46 euroa osakkeelta). Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 13.4.2026 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Hallituksen alustava ehdotus on, että osinko maksetaan 20.4.2026. Tilinpäätöshetken, 31.12.2025, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 39 443 384 (37 786 811) euroa. Alma Media julkaisee yhtiökokouskutsun 25.2.2026, tilinpäätös ja osinkoehdotus julkaistaan 19.3.2026.

Yhtiön taloudellisessa asemassa ei tilikauden päättymisen jälkeen ole tapahtunut olennaisia muutoksia. Ehdotettu voitonjako ei hallituksen näkemyksen mukaan vaaranna yhtiön maksukykyä.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Toimitusjohtajan katsaus:

Digitaalinen liiketoiminta vauhditti kasvua – kehityspanokset loivat pohjaa tulevalle

Liiketoimintamme kehittyi viimeisellä vuosineljänneksellä myönteisesti. Liikevaihto kasvoi 4,6 prosenttia 84,9 milj. euroon sekä orgaanisesti että yrityskauppojen tukemana. Oikaistu liikevoitto nousi 8,1 % 21,1 milj. euroon, vastaten 24,8 % liikevaihdosta. Digiliiketoiminta kasvoi 6,9 % ja sen osuus liikevaihdosta kohosi 85,4 prosenttiin. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 19,2 % 17,8 milj. euroon.

Rahoitusasemamme vahvistui edelleen vahvan kassavirran myötä: velkaantumisaste (gearing) laski 50,5 prosenttiin (59,6 %), ja omavaraisuusaste nousi 52,6 prosenttiin (48,6 %).

Käytettyjen asuntojen ja autojen kysyntä jatkoi maltillista elpymistään. Kuluttajien luottamus ei vielä palautunut, mikä näkyi edelleen kotitalouksien investointien varovaisuutena ja säästämisasteen nousuna. Suomessa talouden näkymät pysyivät epävarmoina

Panostukset teknologiaan ja kehitykseen kiihdyttävät kasvupolkua

Alma Career -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 26,4 (26,3) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto laski 1,9 %, mutta laskutus kasvoi 2,3 %. Kannattavuus oli vertailukauden tasolla. Kulujen osalta kehityskustannukset kasvoivat pilvisiirtymän ja yhteisen työpaikka-alustan kehityksen myötä, mutta henkilöstömäärän vähentyessä palkkakustannukset laskivat.

Segmentin toimintamaissa työmarkkinoiden kehitys oli vaihtelevaa. Tšekissä markkinakehitys jatkui hyvällä tasolla ja työttömyysaste pysyi EU-maiden matalimpien joukossa. Kaikissa asiakasryhmissä nähtiin positiivista kehitystä ja työpaikkailmoitusten myynnin ohella myös lisäarvopalveluiden myynti kasvoi. Slovakiassa kehitys oli edeltävien kvartaalien tapaan vaisua ja varovaisuus rekrytoinneissa näkyi kaikissa asiakassegmenteissä. Kroatiaassa työttömyysaste pysyi matalalla tasolla ja työntekijöiden kysyntä säilyi vahvana. Työntekijäpulan merkkejä on nähty työvoimaintensiivisillä toimialoilla. Tilannetta on paikattu tuomalla maahan ulkomaista työvoimaa erilaisten henkilöstöpalveluyritysten toimesta perinteisten työnhakusivustojen sijaan.

Baltian maissa kehitys jatkui vakaana ja rekrytointipalveluiden kysyntä kasvoi. Huolimatta avoimien työpaikkojen määrän maltillisesta kasvusta Suomessa, työpaikkailmoitusten määrä väheni edelleen ja markkinatilanne pysyi haastavana.

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi orgaanisesti sekä yrityshankintojen vauhdittamana 17,5 % ja nousi 30,4 miljoonaan euroon. Orgaaninen kasvu oli 6,6 %. Yrityshankinnat näkyivät kulutason 16,0 %:n nousussa. Oikaistu liikevoitto nousi 26,9 % 8,7 milj. euroon, vastaten 28,8 % (26,6 %) liikevaihdosta. Viimeisten kahden vuoden aikana segmenttiin kohdistetut investoinnit näkyvät nyt sekä kasvulukuina että kannattavuudessa.

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 20,4 % 11,3 milj. euroon. Pohjoismaisten toimitilojen 23,6 %:n

liikevaihdon kasvu perustui Ruotsin markkinan vahvaan kysyntään sekä tuotteistus- ja hinnoittelu-uudistuksiin. Asiakkaiden lisääntyneet sääntelyvaatimukset Real Estate Insights -liiketoiminnassa, asuntomarkkinoiden asteittainen elpyminen sekä transaktionaalisen liikevaihdon kasvu tukivat kasvua. Kotimaan asuntomarkkinoiden elpymistä kuvaa käytettyjen asuntojen kaupan maltillinen piristymisen. Kiinteistövälittäjien tekemistä käytettyjen asunto-osakkeiden kaupoista yli puolet tehtiin digitaalisesti. Lokakuussa tehtiin ennätyselliset 2 945 digitaalista asuntokauppaa sekä Suomen kaikkien aikojen sadastuhannes digitaalinen asuntokauppa.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 2,7 % 9,2 milj. euroon. Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan ja ARR:n (vuosittainen, toistuva liikevaihto) kasvun myötä Insights-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 33,7 % 7,5 milj. euroon. Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 25,1 % Effortia Oy:n sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Alma News Media -segmentin liikevaihto oli 28,3 milj. euroa ja lopetetut brändit huomioiden vertailukauden tasolla. Oikaistu liikevoitto vahvistui 5,0 % 5,3 milj. euroon, ennätyselliseen 18,9 %:iin (17,4 %) liikevaihdosta, vaikka segmentin mainosmyynti laski orgaanisesti 1,1 %, 13,0 milj. euroon. Segmentissä on tehty aktiivista tuoteportfolion kehitystä ja digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 4,9 %.

Uutisvilkkaassa ympäristössä myös uudet pörssilistautumiset, Helsingin pörssin vahva kehitys sekä säästämisen ja sijoittamisen suosio olivat omiaan lisäämään sijoitussisältöjen kiinnostavuutta entisestään. Iltalehden asema Suomen suurimpana digitaalisena uutismedianana on vahva, Kauppalehti uudisti pörssipalvelunsa ja päivittäinen Talousaamu-lähetys kasvatti katsojamääriään.

Digitaalisen liiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta kasvoi 63 %:iin ja digitilausten yhteismäärä nousi 10,9 % lähes 230 000 kappaleeseen. Kauppalehdessä digitilauksia kasvatti etenkin kesällä käyttöön otettu sivuston tekoälypohjainen dynaaminen maksumuuri.

Tekoäly ja data vauhdittavat innovointiamme

Vaihtelevassa toimintaympäristössä menestyäksemme jatkoimme panostuksia osaamiseen, teknologiaan ja palvelukehitykseen. Dataohjautuvat ja tekoälyä hyödyntävät ratkaisut syventävät asiakasyhteistyötä, tähtäävät pitkäjänteisen arvon luomiseen ja avaavat uusia kasvumahdollisuuksia.

Olemme siirtyneet kokeiluista kohti tekoälyn pysyvää ja systemaattista hyödyntämistä kaikilla liiketoiminnan osa-alueilla. AI-ajassa olemme onnistuneet valjastamaan datan johdonmukaisesti asiakkaalle syntyvän konkreettisen arvon tuottamiseen. Tekoälyä hyödyntävät, dataohjautuvat ratkaisumme ovat saaneet vahvasti myönteisen vastaanoton markkinassa, ja asiakkaat ovat ottaneet kaupalliset AI-palvelumme käyttöön osaksi omaa liiketoimintaansa. Tavoitteenamme on rakentaa tekoälyn aikakaudella kestävää kilpailuetua, niin asiakkaillemme kuin omalle liiketoiminnallemmekin.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Toimintaympäristö

Euroopan komission viimeisimmässä (11/2025) ennusteessa EU:n talouskasvun odotetaan olevan 1,4 %, inflaation 2,1 % ja työttömyysasteen 5,9 % vuonna 2026.

Komissio ennustaa Suomen talouskasvun nopeutuvan vuoden 2025 0,1 %:sta vuonna 2026 0,9 %:iin, inflaation laskevan 1,9 %:sta 1,6 %:iin, ja työttömyysasteen laskevan 9,5 %:sta 9,3 %:iin. Työllisyyden heikkeneminen on pysähtynyt työvoiman kasvun ja kannustimien vahvistumisen myötä. Teollisuudessa työllisyys ja tilauskertymä osoittavat viennin asteittaista elpymistä ja talous on toipumassa taantumasta kohti hidasta kasvua. Inflaatio ja korot pysyvät hillittyinä ja reaali-palkat nousevat, mutta kuluttajien luottamus pysyy heikkona ja suurempia hankintoja lykätään varovaisuussyistä, mikä näkyy kuluttajien korkeampana säästämisasteena kotimaassa.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia Keski-Euroopassa sekä Kroatia Etelä-Euroopassa. Komission ennusteen mukaan Tšekin BKT:n kasvuvauhti olisi 1,9 %, Slovakian 1,0 % ja Kroatian 2,9 % vuonna 2026. Työttömyysasteiksi arvioidaan Tšekissä 3,0 %, Slovakiassa 5,6 % ja Kroatiassa 4,5 %.

Yhtiön päätoimintamaat ovat riippuvaisia ulkomaankaupasta. Globaaliin kauppa- ja geopolitiikkaan liittyy epävarmuuksia, mitkä voivat heijastua talouskehitykseen.

Näkymät vuodelle 2026

Alma Media arvioi vuoden 2026 liikevaihdon olevan vuoden 2025 tasolla ja ja oikaistun liikevoiton kasvavan. Vuoden 2025 liikevaihto oli 327,1 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 82,1 milj. euroa.

Taustaa näkymille

Näkymien taustalla on arvio, jonka perusteella yhtiön päämarkkina-alueilla kansantalouksien odotetaan pysyvän ennallaan, mutta epävarmuus markkinoilla jatkuu edelleen. Globaalin talouden heilahtelut saattavat vaikuttaa markkinoiden kehitykseen.

Suomen markkinan vaisun kasvun ja kuluttajien heikon luottamuksen ennakoidaan jatkuvan ja mainontaan sisältyä edelleen epävarmuutta. Konsernin liiketoiminnan hajautuminen sekä maantieteellisesti usealle markkinalle että eri liiketoiminta-alueille, sekä kustannusten määrätietoinen hallinta vakauttavat yhtiön liiketoimintaa haastavissakin markkinaolosuhteissa.

Markkinatilanne Suomen päämarkkina-alueilla

Autoilun markkinakehitys

Autoalan tiedotuskeskuksen mukaan uusien henkilöautojen ensirekisteröinnit laskivat vuonna 2025 3,0 % 71 888 kappaleeseen, kun taas käytettyjen henkilöautojen kauppa kasvoi 4,1 % 643 000 autoon. Q4:lla käytettyjen autojen myynti pysyi vakaana, mutta uusien autojen rekisteröinnit vähenivät 3,4 %.

Asumisen markkinakehitys

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton mukaan vuoden 2025 asuntokauppmäärät kasvoivat yhteensä 10,7 %. Loka-joulukuussa käytettyjen asuntojen myyntimäärä (14 329 kpl) kasvoi 3,6 %, mutta uusien asuntojen myyntimäärä (364 kpl) väheni 41,4 %.

Vuokramarkkinoilla tarjonta on runsasta, mikä hillitsee vuokrien nousua. Omistusasuntomarkkinoilla ylitarjonta on kasvanut rakenteilla olevien ja valmistuneiden kohteiden lisäessä varantoa. Asuntorakentamisen odotetaan elpyvän edelleen hitaasti.

Medialiiketoiminnan markkinakehitys

Kantar TNS:n mukaan vuonna 2025 mediamainontaan käytettiin yhteensä 1 261 milj. euroa, eli 0,7 %:n vähemmän kuin 2024. Kun kokonaispotista jätetään pois sosiaalinen media ja hakumainonta, niin mediamainonnan määrä vähentyi 3,0 %. Toimialoista eniten mediamainontaansa lisäsivät öljy- ja energiayhtiöt, telepalvelut sekä matkailu- ja liikennealan mainostajat. Kosmetiikan, rakennusalan sekä pukeutumisen mainonta laski voimakkaimmin. Joulukuun 2025 mediamainonnan määrä laski 8,8 %.

Strategia

Strategiamme keskiössä ovat liiketoiminnot, joissa tuotamme merkittävää lisäarvoa loppuasiakkaalle ja joissa kilpailuetumme mahdollistaa kannattavan kasvun. Keskeiset liiketoiminta-alueemme ovat markkinapaikat ja niihin liittyvät palvelut rekrytoinnin, liikkumisen, asumisen ja toimitilojen alueilla, uutismedia ja yrityksille suunnatut informaatiopalvelut. Strategiamme mukaisesti markkinapaikkamme kehittyvät tekoälyä hyödyntäviksi, edistyneiksi alustoiksi, jotka mahdollistavat sujuvat digitaaliset prosessit asiakkaillemme. Medialiiketoimintamme jatkaa hallittua siirtymää painetusta mediasta täysin digitaaliseen mediaan mahdollistaen skaalautuvan ja kannattavan kasvun. Informaatiopalveluissamme kehitetään tekoäly- ja datavetoisia ratkaisuja tehostamaan asiakkaiden prosesseja.

Keskeinen tavoitteemme on palveluitamme käyttävän sitoutuneen yleisön kasvattaminen ja personoitujen palveluiden kehittäminen asiakkaillemme. Kasvua haemme vahvistamalla tarjontaamme liiketoiminta-alueidemme arvoketjujen eri vaiheissa ja laajentamalla uusille kansainvälisille markkinoille. Tuemme orgaanista kasvua yritysostoin. Kehitämme jatkuvasti teknologiaa ja osaamistamme muutoksen ja kasvun vauhdittamiseksi. Tekoälyn laajamittainen hyödyntäminen tuote- ja palvelukehityksessä ja prosessien tehostamisessa mahdollistaa nopeamman markkinoillepääsyn ja ketterämmän toiminnan. Etsimme jatkuvasti synergiaa liiketoimintojemme välillä kasvun ja tehokkuuden edistämiseksi. Ohjaamme kävijäliikennettä palveluiden välillä, kasvatamme yleisöjä, keräämme, jalostamme ja kaupallistamme dataa sekä hyödynnämme yhteistä teknologiaa, alustoja, osaamista ja toimintoja. Panostamme yhteiseen mediamyyntiin Suomessa.

Strategian toteuttaminen katsantokaudella

Siirryimme kokeiluista tekoälyn pysyvään hyödyntämiseen kaikilla liiketoiminnan osa-alueilla ja rakensimme samalla konserninlaajuista AI-valmiutta. Yhteiset toimintamallit, osaamisen kehittäminen ja yhtenäinen dataperusta mahdollistavat aiempaa nopeamman innovoinnin ja tehokkaamman skaalaamisen. Tekoälyä hyödynnettiin sekä sisäisissä prosesseissa – kuten raportoinnin ja ennustamisen automaatioissa – että asiakasrajapinnan ratkaisuisissa, kuten boteissa, personoinnissa ja kohdennetussa viestinnässä. Keskeisiä hankkeita olivat muun muassa tilaussivujen optimointi, uutiskirjeiden tekoälypohjainen kohdennus ja kommentointipalveluiden moderointikokeilut. Henkilöstön osaamista vahvistettiin koulutuksilla ja parhaiden käytäntöjen jakamisella. Yhtiö myös palkittiin AI Finland -gaalassa Vuoden datahankkeena (Asuntopuntari) ja sijoittui kolmen parhaan joukkoon Vuoden innovatiivisin tekoälypilotti -kategoriassa (Jobly Vibes).

Alma Career -segmentin sisäistä yhteistyötä vahvistavan ja tuottavuutta parantavan Career United -hankkeen päävaihe päätettiin, kun hankkeen myötä suunnitellut organisaatio- ja toimintatapamuutokset saatiin päätökseen. Hankkeen myötä käynnistetyt, yhteisen järjestelmäarkkitehtuurin sekä taustajärjestelmien uudistusprojektit jatkuvat vuoden 2026 aikana. Järjestelmiä uudistetaan vaiheittain ja vuoden 2026 loppuun mennessä valmistuu pilvipalvelusiirtymä, jonka myötä päällekkäiset kapasiteettikustannukset alkavat suunnitellusti vähentyä. Myös yhteisen työpaikka-alustan käyttöönottoja jatketaan vuoden 2026 aikana. Maarajat ylittävä tuoteorganisaatio on tehostanut tuotekehitystä, mahdollistanut alustajärjestelmien yhtenäistämisen ja parantanut tuoteportfolion hallintaa.

Osana järjestelmä uudistuksia eri maiden CV-tietokannat yhdistettiin ja tekoälypohjainen työnhakuteknologia otettiin käyttöön kaikkien päätoimintamaiden työpaikkaportaaleissa. Neljännen kvartaalin loppupuolella Tšekin Prace.cz siirtyi ensimmäisenä työpaikka-alustana käyttämään kokonaisuudessaan uuden alustan teknologiaa. Suomessa lanseerattu Jobly Vibes, videopohjainen kesätyöhakupalvelu nuoria työnhakijoita varten, sai vahvan jalansijan Q4:lla ja palvelu tullaan laajentamaan Kroatian markkinalle vuoden 2026 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana. Ohjelmallinen rekrytointimainonnan ostaminen otettiin osaksi Tšekin ja Slovakian tuoteportfolioita ja tullaan viemään myös muille markkina-alueille vuoden 2026 aikana. Eritasoisien tuote- ja näkyvyysspakettien kehitystä jatkettiin edelleen vastaamaan eri asiakassegmenttien muuttuviin rekrytointitarpeisiin.

Alma Marketplaces jatkoi tarjoomansa laajentamista, palvelu- ja järjestelmä uudistuksia sekä tekoälyn integrointia asiakasratkaisuihin ja sisäisiin prosesseihin, samalla kun siirtymä kohti asiakaslähtöistä tuoteorganisaatiota eteni suunnitellusti. Generatiivisen tekoälyn käyttöä laajennettiin segmentissä ja tekoälyominaisuuksia tuotiin yhä useampiin tuotteisiin.

Yrityskauppoja tehtiin aktiivisesti koko vuoden ja viimeisellä kvartaalilla hankittiin Climatrix-liiketoiminta, joka tarjoaa digitaalisia työkaluja fyysisten ilmatoriskien arviointiin ja raportointiin. Suomessa digitaalinen asuntokauppa nousi suosituimmaksi tavaksi toteuttaa asunto-osakekauppoja, ja DIAS aloitti palvelun monikielisen laajentamisen. Vuokraoven ja Etuoven teknologia-alusta yhtenäistettiin ja OviPron

järjestelmäkehitys sekä asiakaskäyttöönnotot etenivät suunnitellusti. Toteutetut uudistukset parantavat suorituskykyä, asiakaskokemusta ja tietoturvaa sekä tukevat tavoitetta rakentaa asuntokaupan kattavien digitaalinen ekosysteemi.

Edilex Lakitieto Oy:n integrointi osaksi Legal Insights -liiketoimintayksikköä jatkui, ja Edilex AI -palvelua laajennettiin uusilla sisältöalueilla. Ajoneuvokaupan järjestelmäkehitystä sekä markkinapaikkojen tuotteistusta kehitettiin edelleen ja datapalvelujen modernisointia jatkettiin. Comparison Services -liiketoimintayksikössä laajennettiin Nettimökin maksualustamallia ja Effortia Oy:n (Sähkövertailu.fi, VertaaEnsin.fi, Asuntojenmyynti.fi, Neliöhinta.fi) integrointi edistyi suunnitellusti.

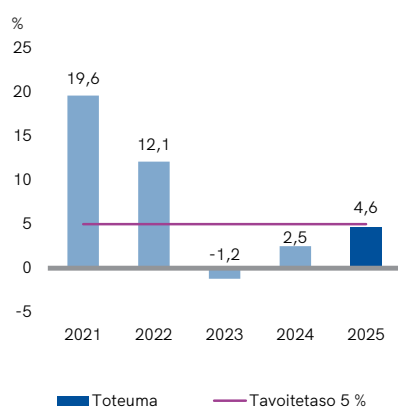
Alma News Mediassa jatkettiin digitaalisten palveluiden määrätietoista kehittämistä ja tekoälyn laajamittaista hyödyntämistä sekä toimituksellisissa prosesseissa että kaupallisissa palveluissa. AI-pohjaisia työkaluja hyödynnettiin muun muassa sisällöntuotannon tuessa, moderoinnissa sekä hakutoimintojen, vuorovaikutuksen ja sisällön löydettävyyden parantamisessa.

Iltalehden käyttäjähallinnassa otettiin lokakuussa käyttöön uusi evästemalli, jonka tavoitteena on varmistaa kohdennetun mainonnan tuloksellisuus. Kauppalehti uudisti marraskuussa pörssipalvelunsa vahvistamalla journalismin ja markkinadatan integraatiota sekä selkeyttämällä sijoittajille keskeisten työkalujen – kuten tunnuslukujen, osakevalitsimen ja osakevertailun – käyttöä, tarjoten sijoittajille entistä helpommin lähestyttävät ja laadukkaat päätöksenteon työkalut. Sisältöliiketoiminnan kehitys eteni kohti kestävä, jatkuvaan digitaaliseen sisältömyyntiin perustuvaa mallia, ja Kysy Kauppalehdeltä -palvelun julkaisu Q4:llä vahvisti tätä kehitystä. Segmentin digitaalisen liikevaihdon osuus kasvoi 63 prosenttiin. Segmentin markkinointipalveluihin kuulunut hakukoneoptimoinnin, -mainonnan ja verkkopalveluiden toteutukseen keskittynyt Netello-liiketoiminta myytiin marras-joulukuun vaihteessa.

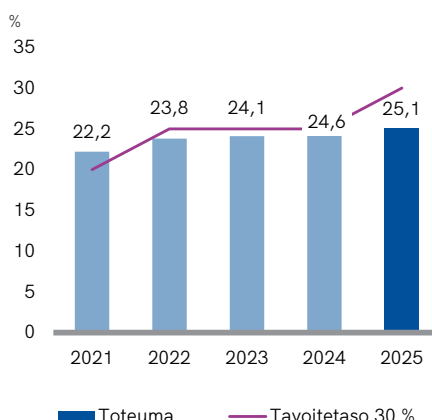
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Hallituksen asettamat konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet julkaistiin päivitettyinä 5.2.2025. Ne ovat liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 % (muuttumaton), oikaistu liikevoittomarginaali yli 30 % (aiempi: yli 25 %) ja nettovelan suhde käyttökatteeseen alle 2,5 (muuttumaton). Tavoitteet heijastavat yhtiön rakennetta, strategiaa ja tahtotilaa tulla johtavaksi alustaratkaisujen tarjoajaksi kehittyneillä kaupankäyntialustoilla rekrytointin, liikkumisen, asumisen, toimitilojen, informaatiopalveluiden ja median alueilla.

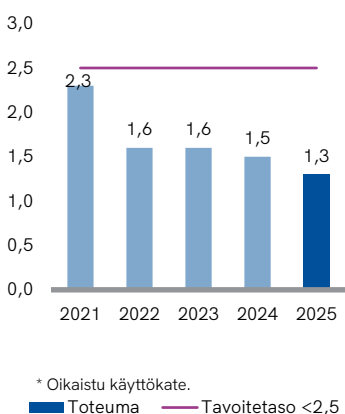
Liikevaihdon kasvu



Oikaistu liikevoittomarginaali



Nettovelan ja käyttökateen suhde



* Oikaistu käyttökate.

Konsernin tunnuslukuja

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Liikevaihto	84,9	81,2	4,6	327,1	312,7	4,6
Luokiteltu	31,2	29,8	4,5	126,5	122,2	3,5
Mainonta	16,1	16,5	-2,6	58,9	60,0	-1,9
Digitaaliset palvelut *	17,8	15,0	19,2	67,7	56,5	19,9
Sisältö	13,0	13,2	-1,6	50,8	50,6	0,4
Muut *	6,7	6,6	2,1	23,2	23,3	-0,4
Digiliiketoiminnan liikevaihto	72,5	67,9	6,9	280,8	263,4	6,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	85,4	83,6		85,9	84,2	
Oikaistut kokonaiskulut	64,0	61,8	3,5	245,3	236,2	3,9
Oikaistu käyttökate	25,7	23,9	7,8	100,4	94,0	6,8
Käyttökate	23,9	22,5	6,4	96,7	91,0	6,3
Oikaistu liikevoitto	21,1	19,5	8,1	82,1	76,9	6,8
% liikevaihdosta	24,8	24,0		25,1	24,6	
Liikevoitto/-tappio	18,7	17,7	5,9	77,8	73,4	6,0
% liikevaihdosta	22,0	21,8		23,8	23,5	
Tilikauden tulos ennen veroja	17,0	16,5	3,2	70,7	67,0	5,6
Tilikauden tulos	12,6	12,1	3,9	55,7	52,6	5,9

* Liikevaihdon luokittelua on tarkennettu digitaalisten palveluiden ja muun liikevaihdon välillä. Tarkennus on tehty myös vertailukauden lukuihin.

milj. euroa	2025 31.12.	2024 31.12.	Muutos %	2025 31.12.	2024 31.12.	Muutos %
Varat				521,6	526,1	-0,9
Nettovelat				126,0	140,0	-10,0
Korolliset velat				158,5	182,4	-13,1
Korottomat velat				113,6	108,8	4,4
Investoinnit yhteensä	0,6	3,4	-81,6	22,9	22,6	1,4
Omavaraisuusaste, %				52,6	48,6	8,2
Gearing, %				50,5	59,6	-15,3

Henkilöstö

	2025 31.12.	2024 31.12.	Muutos %	2025 31.12.	2024 31.12.	Muutos %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 600	1 630	-1,9	1 649	1 660	-0,7
Telemarkkinoijat keskimäärin	134	130	2,6	136	148	-8,1

Tunnuslukuja

	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	22,2	22,9	-3,2	23,0	23,0	0,1
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	14,1	14,3	-1,3	15,0	14,7	2,3
Tulos/osake, EUR laimentamaton **	0,15	0,15	4,2	0,67	0,64	5,9
Tulos/osake, EUR laimennettu **	0,15	0,14	3,8	0,66	0,62	5,4
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,27	0,26	3,7	0,99	0,90	10,1
Oma pääoma/osake				3,01	2,82	6,8
Osinko/osake ***				0,48	0,46	
Efektiivinen osinkotuotto%				3,3	4,2	
Hinta/voittosuhte P/E				21,3	17,3	
Markkina-arvo				1182,2	906,2	30,5
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD) (1000 osaketta) **	82 174	82 145		82 174	82 145	
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD) (1000 osaketta) **	84 435	84 059		84 435	84 059	
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta) ***	82 383	82 383		82 383	82 383	

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

** Yhtiö on vuoden 2025 aikana luovuttanut omia osakkeita 218 968 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 209 465 kpl

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

**** Hallituksen alustava esitys yhtiökokoukselle.

Liikevaihto

Loka-joulukuu 2025

Alma Median liikevaihto kasvoi 4,6 % ja oli 84,9 (81,2) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa katsauskaudella 4,4 % ja 3,6 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus neljännen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen oli 0,9 % ja 0,8 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja lopetettuja brändejä ja paikallisin valuutoin oli vertailukauden tasolla. Konsernin luokiteltu myynti kasvoi 2,1 % paikallisin valuutoin ja oli 31,2 milj. euroa. Koko konsernin mainosmyynti oli 16,1 (16,5) milj. euroa ja laski 2,6 % vertailukauteen nähden. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 19,2 % ja oli 17,8 (15,0) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 85,4 (83,6) prosenttiin liikevaihdesta.

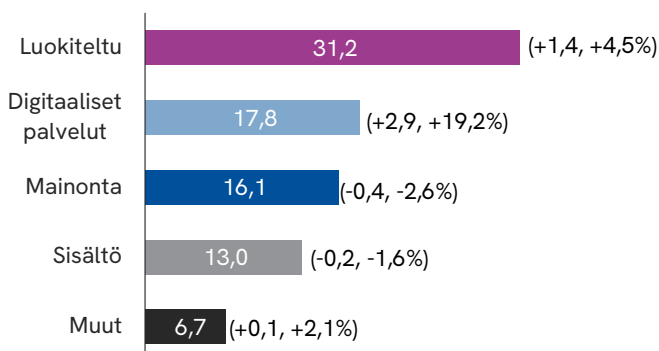
Liikevaihto

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Alma Career	26,4	26,3	0,6	106,3	107,2	-0,8
Alma Marketplaces	30,4	25,9	17,5	115,1	98,3	17,1
Alma News Media	28,3	29,2	-2,9	106,3	107,1	-0,8
Segmentit yhteensä	85,2	81,4	4,7	327,7	312,6	4,8
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,3	-0,2	46,1	-0,6	0,0	-4337,4
Yhteensä	84,9	81,2	4,6	327,1	312,7	4,6

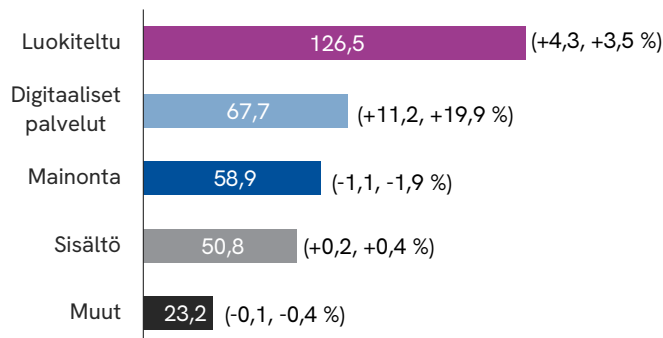
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

(milj. euroa)	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Suomi	56,4	53,5	5,4	213,5	200,3	6,6
Tsekki	16,1	15,0	7,7	61,8	59,8	3,3
Muut maat	12,4	12,7	-2,6	51,8	52,5	-1,3
Konserni yhteensä	84,9	81,2	4,6	327,1	312,7	4,6

Liikevaihdon jakauma 10-12/2025



Liikevaihdon jakauma 1-12/2025



* Liikevaihdon jakauma sisältää konsernin sisäisiä eriä.

Tulos

Loka-joulukuu 2025

Oikaistu liikevoitto oli 21,1 (19,5) milj. euroa, 24,8 % (24,0 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,4 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,8 milj. euroa. Liikevoitto oli 18,7 (17,7) milj. euroa, joka on 22,0 % (21,8 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Viimeisellä vuosineljänneksellä oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 2,2 milj. euroa, kokonaiskulujen kasvu oli 2,7 milj. euroa. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen brändien vaikutus huomioiden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 0,8 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 5,2 (4,8) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,7 (1,6) milj. euroa.

Loka-joulukuun tulos oli 12,6 (12,1) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,15 (0,15) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 1,7 (2,3) milj. euroa. Korkeajohdannaissopimuksen positiivinen käyvän arvon muutos neljännen kvartaalin aikana oli 0,1 milj. euroa (positiivinen 0,2 milj. euroa).

Vuosi 2025

Oikaistu liikevoitto oli 82,1 (76,9) milj. euroa, 25,1 % (24,6 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,9 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 1,2 milj. euroa. Liikevoitto oli 77,8 (73,4) milj. euroa, joka on 23,8 % (23,5 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Vuonna 2025 oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 9,1 milj. euroa, kokonaiskulujen kasvu oli 10,0 milj. euroa. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen brändien vaikutus huomioiden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 3,1 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 18,9 (17,6) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 6,6 (6,3) milj. euroa.

Vuoden 2025 tulos oli 55,7 (52,6) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,67 (0,64) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 8,4 (9,1) milj. euroa. Korkeajohdannaissopimuksen positiivinen käyvän arvon muutos vuoden 2025 aikana oli 0,3 milj. euroa (positiivinen 0,3 milj. euroa).

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Alma Career	10,7	10,6	0,6	42,9	43,5	-1,3
Alma Marketplaces	8,7	6,9	26,9	34,4	28,5	20,6
Alma News Media	5,3	5,1	5,0	17,2	15,5	11,1
Segmentit yhteensä	24,8	22,6	9,6	94,5	87,5	8,0
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-3,7	-3,1	19,3	-12,4	-10,6	17,2
Yhteensä	21,1	19,5	8,1	82,1	76,9	6,8

Oikaistut erät

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Arvonalentumistappiot	-0,6	0,0	-0,6	-0,5
Yritysjärjestelyiden transaktiokulut ja muut tulospäätökset	-0,4	-0,7	-1,0	-0,7
Uudelleenjärjestelykulut	-0,5	-0,5	-1,8	-2,2
Myyntivoitot ja -tappio	-0,9	-0,1	-0,9	-0,1
Liikevoiton oikaistut erät	-2,4	-1,8	-4,3	-3,5

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Alma Career	10,3	10,6	-2,3	42,4	43,1	-1,4
Alma Marketplaces	8,1	6,7	21,2	32,1	27,8	15,4
Alma News Media	4,5	3,6	24,9	16,3	13,7	18,7
Segmentit yhteensä	22,9	20,8	9,9	90,8	84,6	7,4
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-4,2	-3,2	32,3	-13,0	-11,2	16,2
Yhteensä	18,7	17,7	5,9	77,8	73,4	6,0

Tase ja rahavirtalaskelma

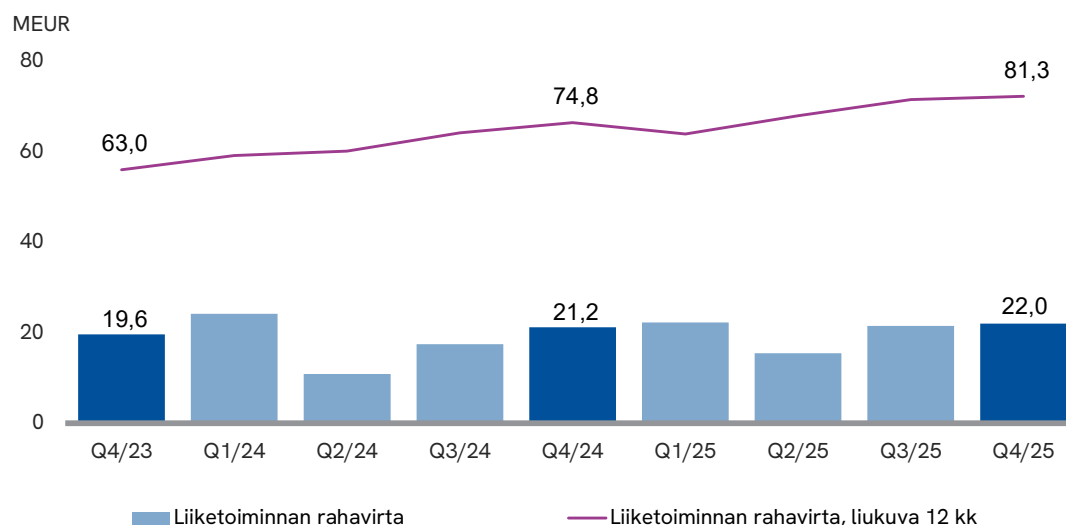
Taseen loppusumma oli joulukuun 2025 lopussa 521,6 (526,1) milj. euroa. Konsernin nettokäyttöpääoma oli -47,8 (-45,1) milj. euroa, sisältäen 46,9 (42,6) milj. euroa saatuja ennakoita. Omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 52,6 % (48,6 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 3,01 (2,82) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta loka-joulukuussa oli 22,0 (21,2) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli loka-joulukuussa 21,1 (18,2) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy Climatrix-liiketoimintakauppa sekä investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä 0,6 milj. euroa. Rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten pitkäaikaisten lainojen lyhennykset olivat 10,0 milj. euroa ja lyhytaikaisten lainojen lyhennykset 12,0 milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta vuonna 2025 oli 81,3 (73,8) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli vuonna 2025 58,1 (51,2) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyvät Effortia Oy:n ja Edilex Lakitieto Oy:n yrityskaupat, Suomen Tunnistetieto Oy:n vaiheittainen hankinta, Decade of Action- ja Climatrix -liiketoimintojen hankinnat, sijoitus Hilla Villas -liiketoimintaan sekä investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä 22,9 milj. euroa.

Rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen lyhennykset olivat 51,2 milj. euroa. Vuonna 2025 uusia lyhytaikaisia lainoja nostettiin 24 milj. euroa ja lyhennettiin 24 milj. euroa. Pitkäaikaisia lainoja lyhennettiin 20 milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta

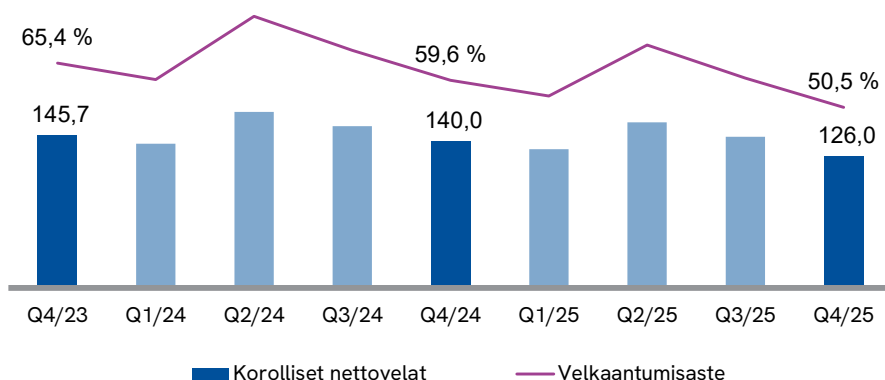


Korolliset nettovelat

	2025	2024
(milj. euroa)	1-12	1-12
Korolliset pitkäaikaiset velat	150,5	175,3
IFRS16-leasingvelat	25,5	30,3
Rahoituslaitoslainat	125,0	145,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	8,0	7,1
IFRS16-leasingvelat	8,0	7,1
Rahavarat	32,5	42,5
Korolliset nettovelat	126,0	140,0

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste

MEUR



Alma Media sopi joulukuussa 2023 uuden 160 milj. euron Term Loan -rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin vuonna 2021 sovittu 200 milj. euron rahoitusjärjestely, josta lainaa oli takaisinmaksuhetkellä jäljellä 140 milj. euroa. Uudella rahoitusjärjestelyllä on 36 kuukauden maturiteetti sisältäen 12 ja 24 kuukauden jatko-optiot. Lokakuussa 2024 lainaa lyhennettiin 15 milj. euroa, maaliskuussa 2025 10 milj. euroa ja joulukuussa 10 milj. euroa. Pitkäaikaista lainaa oli jäljellä joulukuun 2025 lopussa 125 milj. euroa. Alma Media sopi 12 kuukauden jatko-option käytöstä joulukuussa 2024 sekä toisen jatko-option käytöstä joulukuussa 2025. Katsauskauden jälkeen rahoitusjärjestelyn maturiteetti on 36 kuukautta.

Lisäksi rahoituspakettiin sisältyy 30 milj. euron sitova luottoliimittisopimus ("RCF"), jota käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin. Luottoliimittisopimuksen kesto on sama kuin Term Loan -rahoitusjärjestelyllä. Limiitti ei ollut käytössä 31.12.2025. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.12.2025.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistuksia ei ollut nostettuna 31.12.2025. Alma Medialla oli joulukuun 2025 lopussa korollisia velkoja yhteensä 158,5 (182,4) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 126,0 (140,0) milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannais-sopimuksen, joka on nimellisarvoltaan 50 milj. euroa. Sopimus

on luonteeltaan allekirjoitushetkestä kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Yhtiö allekirjoitti elokuussa 2024 korkojohdannais-sopimuksen, joka on nimellisarvoltaan 30 milj. euroa. Sopimus on luonteeltaan allekirjoitushetkestä alkava kolmen vuoden kiinteä korkosopimus.

Koronvaihtosopimuksista viimeisellä kvartaalilla on syntynyt 0,1 milj. euron positiivinen käyvän arvon muutos, joka on kirjattu rahoituseriin (positiivinen 0,2 milj. euroa). Korkojohdannaisien käypä arvo katsauskauden lopussa oli 1,8 milj. euroa.

Term Loan -lainan korko on sidottu vaihtuvaan markkinakorkoon. Mikäli lainan viitekorko nousisi prosenttiyksiköllä vuoden 2026 aikana, vaikutus rahoituskuluihin olisi vuositasolla 1,3 milj. euroa. Term Loan -lainaa varten otetut korkojohdannaiset laimentaisi viitekoron prosenttiyksikön nousun kassaperusteista kustannusvaikutusta 0,8 milj. euroa. Korollisten velkojen keskimääräinen maksuperusteinen korkokustannus oli 3,0 % (3,4 %) neljännellä kvartaalilla.

Alma Medialla oli 31.12.2025 yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia tai suoraan omaan pääomaan kirjattavia mahdollisiin lisäkauppahintoihin tai määräysvallattomien omistussuhteiden lunastamiseen liittyviä eriä 4,7 milj. euroa.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2025

Helmikuussa 2025 Alma Media Oyj osti Edilex Lakitieto Oy:n koko osakekannan Edita Group Oyj:ltä. Liiketoiminta raportoidaan osana Alma Marketplaces -liiketoimintasegmenttiä 1.2.2025 alkaen.

Maaliskuussa 2025 Alma Media Oyj nosti omistusosuutensa 100 prosenttiin Suomen Tunnistetieto Oy:stä, jonka DOKS-palvelu lanseerattiin vuonna 2019. Alma Media Oyj lisäsi omistustaan yhtiöstä vaiheittain: kesällä 2021 hankittiin ensimmäiset 25 %, huhtikuussa 2023 omistus nousi 51 %:iin ja vuotta myöhemmin 75 %:iin. Alkuvuonna 2025 toteutettu osakekauppa oli yrityskaupan viimeinen vaihe.

Maaliskuussa 2025 Alma Media Oyj:n tytäryhtiö Alma Media Finland Oy osti Decade of Action Oy:ltä erityisesti pk-yrityksille suunnatun ESG-raportointipalvelun. Liiketoiminta siirtyi Alma Media Finland Oy:lle 1.4.2025. Hankinnalla ei ole olennaista vaikutusta konsernin lukuihin.

Elokuussa 2025 Alma Media Oyj osti Effortia Oy:n koko osakekannan Boston Information Group Ltd:ltä. Liiketoiminta raportoidaan osana Alma Marketplaces -liiketoimintasegmenttiä 1.9.2025 alkaen.

Investoinnit segmentteittäin

(milj. euroa)	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Alma Career	0,1	2,2	0,5	2,6
Alma Marketplaces	0,3	0,8	21,4	18,6
Alma News Media	0,1	0,2	0,6	0,4
Segmentit yhteensä	0,6	3,2	22,5	21,6
Kohdistamattomat	0,0	0,2	0,4	0,9
Yhteensä	0,6	3,4	22,9	22,6

Investoinnit ja yritysostot

(milj. euroa)	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Käyttöomaisuus	0,6	1,3	3,9	4,5
Yritysostot	0,0	2,0	19,0	18,1
Yhteensä	0,6	3,4	22,9	22,6

Poistot

(milj. euroa)	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	3,5	3,3	12,3	11,3
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,7	1,6	6,6	6,3
Yhteensä	5,2	4,8	18,9	17,6

Yrityshankinnoista syntyneiden aineettomien hyödykkeiden poistot pienenevät vuonna 2026, kun osa eristä tulee poistettua kokonaan ja poistot päättyvät, mikä tarkoittaa 4 milj. euron vaikutusta verrattuna vuoteen 2025.

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2025 yhteensä 6,0 milj. euroa (15,4 milj. euroa). Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 5,3 milj. euroa (5,5 milj. euroa) ja taseeseen aktivoitiin vuonna 2025 kehittämismenoja 0,7 milj. euroa (9,9 milj. euroa). Yhteensä taseessa 31.12.2025 on aktivoituja kehittämismenoja 9,4 milj. euroa (13,1 milj. euroa).

Marraskuussa 2025 Alma Median tytäryhtiö Alma Media Finland Oy osti DirectionLab Oy:ltä Climatrix-liiketoiminnan, joka tarjoaa digitaalisia työkaluja fyysisten ilmastoriskien arviointiin ja raportointiin. Liiketoiminta siirtyi Alma Media Finland Oy:lle 10.11.2025. Hankinnalla ei ole olennaista vaikutusta konsernin lukuihin.

Joulukuussa 2025 Alma Median tytäryhtiö Alma Media Finland Oy myi Netello-liiketoiminnan. Kaupan myötä Netellon henkilöstö, 17, siirtyi uuden omistajan palvelukseen. Kaupasta syntyi Alma Medialle 0,9 miljoonan euron tulosvaikutteinen tappio, joka raportoidaan oikaistuna eränä tuloslaskelmassa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2025 neljännellä vuosineljänneksellä yhteensä 0,6 (3,4) milj. euroa. Investoinnit koostuivat ylläpito- ja tuotekehityshankkeista, sekä muista käyttöomaisuuserien lisäyksistä.

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat Alma Career, Alma Marketplaces ja Alma News Media. Konsernin yhteisten toimintojen sekä toimintojen tuottamat keskitetyt palvelut sekä kotimaan mainosmyynnin organisaatio käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Career

Alma Career -segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Jobs.cz, Prace.cz, CVOnline, Profesia.sk, MojPosao.net, MojPosao.ba, Jobly.fi, Seduo-verkkokoulutus-palvelu sekä Prace za rohem.

Alma Careerin tavoitteena on työpaikkailmoittelun vahvistamisen lisäksi liiketoiminnan laajentaminen uusiin työhakua ja työnantajien tarpeita tukeviin palveluihin, kuten työpaikkailmoitteluun liittyvään teknologiaan, digitaalisiin henkilöstöpalveluihin ja koulutukseen. Alma Career toimii Suomen lisäksi kahdeksassa maassa itäisessä Keski-Euroopassa ja Baltiassa.

Avainluvut

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Liikevaihto	26,4	26,3	0,6	106,3	107,2	-0,8
Luokiteltu	21,2	21,0	0,7	86,9	87,2	-0,4
Mainonta	0,8	0,8	-1,2	3,1	3,4	-10,1
Digitaaliset palvelut	2,9	2,8	3,9	11,4	10,7	5,7
Muut	1,5	1,6	-5,9	5,0	5,8	-14,2
Oikaistut kokonaiskulut	15,9	15,8	0,7	63,7	64,0	-0,5
Oikaistu käyttökate	11,2	11,3	-0,8	45,5	46,1	-1,4
Käyttökate	10,8	11,2	-3,5	45,0	45,7	-1,5
Oikaistu liikevoitto	10,7	10,6	0,6	42,9	43,5	-1,3
% liikevaihdosta	40,4 %	40,4 %		40,4 %	40,6 %	
Liikevoitto/-tappio	10,3	10,6	-2,3	42,4	43,1	-1,4
% liikevaihdosta	39,1 %	40,2 %		40,4 %	40,6 %	
Henkilöstö keskimäärin *	571	654	-12,8	591	678	-11,4
Digiliiketoiminnan liikevaihto	26,1	26,0	0,4	104,0	105,9	-1,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,0 %	99,2 %		97,8 %	98,8 %	

* 41 FTE:tä on siirtynyt konsernitoimintoihin

Liikevaihto

milj.euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Career North	2,2	2,5	-11,1	10,1	11,4	-11,4
Career Central	20,8	19,9	4,2	81,9	80,9	1,3
Career South	3,4	4,0	-14,0	14,4	15,4	-6,7
Muut ja eliminoinnit	0,0	-0,2	-89,4	-0,1	-0,5	-89,0

Operatiiviset avainluvut *

Kuukausikeskiarvot

Vuosi	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Yksittäiset kävijät	5 316 000	5 667 000	5 859 750	6 062 750
Työpaikkavahtien käyttäjät	2 155 333	2 036 667	2 109 500	1 979 333
Yksittäiset kävijät /työpaikkavahtit	40,5 %	35,9 %	36,0 %	32,6 %
Mainostaja	14 497	15 331	16 974	17 776
Maksulliset ilmoitukset, kpl	77 261	86 441	93 224	99 858
Laskutus, EUR	8 905 667	8 704 000	9 204 667	9 062 667
Laskutus/mainostaja, EUR	614	568	542	502
Laskutus/maksulliset ilmoitukset, EUR	115	101	99	89

* Luvut vertailukelpoisin valuutoin. Luvut eivät sisällä Puolan lukuja.

Loka-joulukuu 2025

Vuoden 2025 neljännellä vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 26,4 (26,3) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto laski 1,9 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 2,3 % (Q3/2025: 0,9 %, Q2/2025 0,2 %, Q1/2025: 1,9 %). Laskutuksen kasvuun vaikutti erityisesti Tšekin laskutuksen vahva kehitys kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa laskutus oli vertailukauden tasolla ja Kroatian laskutuskehitys jatkui alavireisenä.

Luokiteltu ilmoittelu oli vertailukauden tasolla ja oli 21,2 (21,0) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta laski 1,7 %. Mainosmyynti laski 1,2 % ja oli 0,8 (0,8) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden myynti kasvoi 3,9 % ja oli 2,9 (2,8) milj. euroa. Myyntiä kasvattivat lisäarvopalveluiden sekä koulutuspalvelu Seduon myynti erityisesti Tšekin markkinalla. Muu liikevaihto laski 5,9 % ja oli 1,5 (1,6) milj. euroa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski neljännellä vuosineljänneksellä 6,1 %. Mainostajien keskimääräinen kuukausimäärä laski 5,4 % ja ilmoitusten keskimääräinen kuukausimäärä laski 10,6 %. Mainostajakohmainen laskutus kasvoi 8,2 % ja ilmoitusten keskihinta kasvoi 14,5 % vertailukauden tasolta.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla 15,9 (15,8) milj. euroa. Henkilöstökulut laskivat henkilöstömäärän edelleen vähentyessä, mutta IT-kulut kasvoivat pilvipalveluiden käyttökustannusten ja kehityshankkeiden myötä. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla.

Oikaistu liikevoitto oli viimeisellä vuosineljänneksellä 10,7 (10,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 40,4 % (40,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 10,3 (10,6) milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät yritysjärjestelyiden transaktiokuluihin.

Vuosi 2025

Vuonna 2025 Alma Career -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla 106,3 (107,2) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto laski 2,0 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 1,4 %.

Luokiteltu ilmoittelu oli vertailukauden tasolla ja oli 86,9 (87,2) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta laski 1,5 %. Mainosmyynti laski 10,1 % ja oli 3,1 (3,4) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden myynti kasvoi 5,7 % ja oli 11,4 (10,7) milj. euroa. Muu liikevaihto laski 14,2 % ja oli 5,0 (5,8) milj. euroa. Muun liikevaihdon laskuun vaikutti matalakatteisen henkilöstövuokrausliiketoiminnan lasku Latviassa.

Vuonna 2025 oikaistut kokonaiskulut laskivat 0,5 % ja olivat 63,7 (64,0) milj. euroa. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut laskivat 1,9 %. Kulujen laskuun vaikuttivat henkilöstökulujen lasku.

Oikaistu liikevoitto oli vuonna 2025 42,9 (43,5) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 40,4 % (40,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 42,4 (43,1) milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät yritysjärjestelyiden transaktiokuluihin ja toiminnan uudelleen järjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,2 milj. euroa.

Alma Marketplaces

Alma Marketplaces -segmentti kattaa kymmeniä kuluttajille ja yrityksille suunnattuja tuote- ja palvelubrändejä.

Tarjontaan kuuluvat johtavat asunto-, toimitila- ja liikkumisen markkinapaikat, vertailupalvelut, asunto- ja autokaupan ammattilaisjärjestelmät sekä tietopalveluihin keskittyvä Insights-liiketoiminta. Segmentin kilpailukyky perustuu kattavaan sekä ostajia että myyjiä palvelevaan tarjoomaan, markkinapaikkojen erinomaiseen tavoitavuuteen ja ainutlaatuisiin datalähteisiin. Toimintamaat ovat Suomi ja Ruotsi.

Real Estate -liiketoimintayksikön tunnetuimpia brändejä ovat Etuovi.com, Vuokraovi.com, Toimitilat.fi, Kauppalehti Toimitilat ja Ruotsissa toimiva Objektvision. Tarjoomaan kuuluvat myös sähköisen asuntokaupan palvelu DIAS, kiinteistötietopalvelut sekä kiinteistövälitysjärjestelmät OviPro ja Kivi.

Mobility-liiketoimintayksikkö muodostuu johtavista autoilun markkinapaikoista Nettiautosta ja Autotalli.com:sta sekä ajoneuvovertikaaleista, kuten Nettimotosta ja Nettikoneesta. Lisäksi yksikkö tarjoaa autokaupan järjestelmiä ja huutokauppapalveluja, joihin lukeutuvat Autohuuto, Tukkuautot.fi ja Baana.

Insights-liiketoimintayksikkö tarjoaa yrityksille ja ammattilaisille analysoitua yritys- ja päättäjätietoa sekä juridista sisältöä, jotka tukevat liiketoiminnan kehittämistä, päätöksentekoa ja sääntelyn noudattamista. Palvelukokonaisuuteen kuuluvat Business Insights (yritys- ja päättäjätieto) ja Legal Insights (juridiikan sisältöpalvelut), jonka palveluita ovat muassa Edilex ja Suomen Laki.

Comparison services -liiketoimintayksikön tarjooma muodostuu alansa johtavista palveluista, kuten Autojerrystä, Urakkamaailmasta, Nettimökistä ja Etua.fi:stä.

Marketplaces -segmentissä raportoidaan Netwheels-yrityshankinta 1.2.2024 alkaen, Edilex Lakitieto Oy 1.2.2025 alkaen ja Effortia Oy 1.9.2025 alkaen.

Avainluvut

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Liikevaihto	30,4	25,9	17,5	115,1	98,3	17,1
Luokiteltu	9,9	8,7	13,3	39,1	34,7	12,8
Mainonta	2,5	2,4	6,1	10,1	10,0	1,4
Digitaaliset palvelut	14,9	12,2	22,7	56,5	45,9	23,1
Muut	3,1	2,6	17,3	9,4	7,8	20,4
Oikaistut kokonaiskulut	22,0	19,0	16,0	81,1	69,8	16,1
Oikaistu käyttökate	11,4	9,1	25,2	44,0	36,9	19,1
Käyttökate	11,1	8,9	25,2	42,1	36,2	16,2
Oikaistu liikevoitto	8,7	6,9	26,9	34,4	28,5	20,6
% liikevaihdosta	28,8 %	26,6 %		29,9 %	29,0 %	
Liikevoitto/-tappio	8,1	6,7	21,2	32,1	27,8	15,4
% liikevaihdosta	26,7 %	25,9 %		27,9 %	28,3 %	
Henkilöstö keskimäärin	378	346	9,2	389	345	12,6
Digiliiketoiminnan liikevaihto	28,5	24,1	18,4	110,4	94,1	17,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	93,7 %	93,0 %		95,9 %	95,7 %	

Liikevaihto

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Real estate	11,3	9,4	20,4	43,4	36,7	18,1
Mobility	9,2	9,0	2,7	37,0	34,4	7,4
Comparison services	2,4	2,0	25,1	8,8	8,0	10,3
Insights	7,5	5,6	33,7	25,9	19,3	34,4
Muut ja eliminoinnit	0,0	0,0	-41,7	0,0	-0,1	-110,0

Real estate

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Yksittäiset kävijät	3 585	3 524	1,7 %	3 832	3 951	-3,0 %
Keskimääräiset listaukset	238	208	14,6 %	232	205	13,1 %

KPI-luvuissa huomioitu Etuoven, Vuokraoven, Objektvisionin, Kauppalehti Toimitilojen ja Toimitilat.fi:n palvelut.

Mobility

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Yksittäiset kävijät	3 940	3 989	-1,2 %	4 302	4 658	-7,6 %
Keskimääräiset listaukset	214	230	-6,9 %	223	231	-3,5 %

KPI-luvuissa huomioitu Nettiauton, Nettikaravaanin, Nettikoneen, Nettimoton, Nettivaraosan, Nettiveneen ja Autotallin palvelut.

Loka-joulukuu 2025

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi neljänneksen vuosineljänneksellä 17,5 % ja oli 30,4 (25,9) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 6,6 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 93,7 % (93,0 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 1,9 milj. euroa, 20,4 % ja sen luokiteltu liikevaihto kasvoi 15,9 %. Hankitun Effortia Oy:n vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,2 milj. euroa ja orgaaninen liikevaihdon kasvu oli 18,1 %. Pohjoismaisten toimitilojen 23,6 %:n liikevaihdon kasvu perustui Ruotsin markkinan vahvaan kysyntään, tuotteistus- ja hinnoittelu-uudistuksiin. Lisääntyneet sääntelyvaatimukset Real Estate Insights -liiketoiminnassa, asuntomarkkinoiden asteittainen elpyminen sekä transaktionaalisen liikevaihdon kehitys tukivat kasvua. Digitaalisten DIAS-asuntokauppojen markkinaosuus kasvoi ja volyymit kehittyivät markkinoiden kasvaessa ja palvelun kattavuuden laajentuessa. Real Estate -liiketoimintayksikön markkinapaikkojen kävijämäärät kasvoivat 1,7 % ja keskimääräiset listaukset 14,6 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 2,7 % ja oli 9,2 milj. euroa. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 10,4 % ja digitaaliset palvelut olivat vertailukauden tasolla. Alma Median liikkumisen markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski 1,2 % ja ilmoitusmäärät laskivat 6,9 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 33,7 % Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan myötä. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta laski 2,3 %. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 25,1 % Effortia-sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 16,0 % ja olivat 22,0 (19,0) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 2,0 milj. euroa. Oikaistujen kokonaiskulujen kasvu, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta, oli 5,4 %. Kuluja kasvattivat panostukset tuotekehitykseen ja Real Estate -liiketoiminnan markkinointiin.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 8,7 (6,9) milj. euroa, 28,8 % (26,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,1 (6,7) milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä, tuotemerkin alaskirjauksesta ja yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,5 (1,4) milj. euroa.

Vuosi 2025

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi vuonna 2025 17,1 % ja oli 115,1 (98,3) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 8,6 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 95,9 % (95,7 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 18,1 % ja sen luokiteltu liikevaihto kasvoi 14,0 %. Real Estate -liiketoimintayksikön markkinapaikkojen kävijämäärät laskivat 3,0 %, mutta keskimääräiset listaukset lisääntyivät 13,1 %. Pohjoismaisten toimitilojen 22,5 %:n liikevaihdon kasvu perustui Ruotsin markkinan vahvaan kysyntään, tuotteistus- ja hinnoittelu-uudistuksiin.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 7,4 % ja oli 37,0 (34,4) milj. euroa. Ilman yrityskauppojen vaikutusta liikevaihdon kasvu oli 5,0 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 11,4 % ja digitaaliset palvelut kasvoivat 10,8 % Netwheels-yrityshankinnan myötä. Alma Median liikkumisen markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski 7,6 % ja ilmoitusmäärät laskivat 3,5 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 34,4 % Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan myötä. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta kasvoi 1,0 %. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 10,3 % Effortia Oy:n sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 16,1 % ja olivat 81,1 (69,8) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 7,1 milj. euroa. Oikaistujen kokonaiskulujen kasvu, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta, oli 5,8 %. Kuluja kasvattivat panostukset tuotekehitykseen ja Real Estate -liiketoiminnan markkinointiin.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 34,4 (28,5) milj. euroa, 29,9 % (29,0 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 32,1 (27,8) milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut erät johtuivat yritysjärjestelyiden transaktiokuluista ja liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä ja tuotemerkin alaskirjauksesta. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 5,9 (5,6) milj. euroa.

Alma News Media

Alma News Media on digitaalinen uutismedia Suomen markkinoilla ja maksullisten digisisältöjen edelläkävijä, joka on osa Alma Media -tasoista digitaalisen mainonnan verkostoa.

Alma News Media -liiketoimintasegmenttiin kuuluvat Suomen suurin digitaalinen uutismedia Iltalehti, johtava talousuutismedia Kauppalehti, sekä Alma Median muut journalistiset uutismediat mm. Talouselämä, Tekniikka&Talous ja Arvopaperi. Lisäksi segmentissä on markkinointipalveluita kuten Suoramarkkinointi Mega.

Alma News Media toimii Suomessa.

Avainluvut

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
Liikevaihto *	28,3	29,2	-2,9	106,3	107,7	-1,3
Mainonta	13,0	13,6	-4,5	46,3	47,2	-1,9
-josta digitaalista	83,9 %	79,9 %		84,5 %	80,6 %	
Sisältö	13,0	13,2	-1,6	50,8	50,6	0,4
-josta digitaalista	51,8 %	48,6 %		51,1 %	46,8 %	
Muut *	2,3	2,4	-1,2	9,2	9,9	-7,3
Oikaistut kokonaiskulut *	23,0	24,1	-4,6	89,1	92,2	-3,4
Oikaistu käyttökate	5,7	5,5	4,5	18,8	17,1	9,7
Käyttökate	4,9	4,4	9,9	17,8	15,8	13,0
Oikaistu liikevoitto	5,3	5,1	5,0	17,2	15,5	11,1
% liikevaihdosta	18,9 %	17,4 %		16,2 %	14,4 %	
Liikevoitto/-tappio	4,5	3,6	24,9	16,3	13,7	18,7
% liikevaihdosta	15,7 %	12,2 %		15,3 %	12,8 %	
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	401	431	-7,1	419	458	-8,5
Telemarkkinoijat keskimäärin	134	145	-7,7	136	148	-8,1
Digiliiketoiminnan liikevaihto	17,9	17,9	0,0	66,5	63,7	4,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	63,0 %	61,2 %		62,6 %	59,1 %	

* Eliminointivirhettä on korjattu liikevaihdon ja kulujen välillä. Tarkennus on tehty myös vertailukauden lukuihin.

Alma News Media -segmentissä on raportoitu 1.12.2025 myyty Netello, 1.10.2024 myyty Kotikokki Net Oy sekä joulukuussa 2024 lopetetut brändit Mediuutiset, Optio ja Fakta.

Loka-joulukuu 2025

Vuoden neljännellä kvartaalilla Alma News Media -segmentin liikevaihto laski 2,9 % ja oli 28,3 (29,2) milj. euroa. Lopetetut brändit ja myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 63,0 % (61,2 %).

Sisältöliikevaihto laski 1,6 % ja oli 13,0 (13,2) milj. euroa. Lopetetut brändit huomioiden sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 4,9 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 5,1 % ja painettu tilausmyynti laski 10,4 %.

Mainonnan myynti laski 4,5 % ja oli 13,0 (13,6) milj. euroa. Lopetettujen brändien vaikutus huomioiden liikevaihto laski 1,1 %. Digitaalinen mainosmyynti oli vertailukauden tasolla ja printin mainosmyynti laski 24,7 %.

Muu liikevaihto laski 1,2 % Netello-liiketoiminnan myynnin johdosta ja oli 2,3 (2,4) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 4,6 % ja olivat 23,0 (24,1) milj. euroa printtisidonnaisten kulujen ja toiminnan tehostamisen johdosta. Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 5,3 (5,1) milj. euroon ja liikevoitto 4,5 (3,6) milj. euroon.

Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin, liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon ja taiteen alaskirjaukseen. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin, tuotemerkin alaskirjaukseen ja liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,1 (0,1) milj. euroa.

Vuosi 2025

Vuonna 2025 Alma News Media -segmentin liikevaihto laski 1,3 % ja oli 106,3 (107,7) milj. euroa. Lopetetut brändit ja liiketoimintojen myynnit huomioiden liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 62,6 % (59,1 %).

Sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 50,8 (50,6) milj. euroa. Lopetetut brändit huomioiden sisältöliikevaihto kasvoi 1,3 %. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 9,5 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 4,7 % ja painettu tilausmyynti laski 11,2 %.

Mainonnan myynti laski 1,9 % ja oli 46,3 (47,2) milj. euroa. Lopetettujen brändien vaikutus huomioiden liikevaihto kasvoi 1,4 %. Digitaalinen mainosmyynti kasvoi 2,9 % ja printin mainosmyynti laski 22,7 %.

Muu liikevaihto laski 7,3 %, 0,7 milj. euroa Netello-liiketoiminnan myynnin ja telemarkkinointi-palveluiden liikevaihdon laskun myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,4 % ja olivat 89,1 (92,2) milj. euroa. Kululaskua selittävät lopetetut brändit, myyty liiketoiminta ja matalammat paino- ja jakelukulut. Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 17,2 (15,5) milj. euroon ja liikevoitto 16,3 (13,7) milj. euroon.

Vuoden 2025 oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin, liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon ja taiteen alaskirjaukseen. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin, tuotemerkin alaskirjaukseen ja liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,5 (0,5) milj. euroa.

Segmenttikohtaiset varat ja velat

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

Varat

(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
Alma Career	89,2	91,0
Alma Marketplaces	283,3	274,8
Alma News Media	72,0	71,0
Segmentit yhteensä	444,6	436,8
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	77,0	89,3
Yhteensä	521,6	526,1

Velat

(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
Alma Career	45,3	44,5
Alma Marketplaces	28,9	24,9
Alma News Media	16,8	17,8
Segmentit yhteensä	91,0	87,3
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	181,1	203,9
Yhteensä	272,1	291,2

Vastuullisuustoimet katsantokaudella

Alma Median tarkoituksena on edistää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävästä kasvusta tarjoamalla laadukasta, moniarvoista sisältöä sekä turvallisia digipalveluita. Yhtiön kestävyystavoitteet ovat linjassa päivitetyn olennaisuusanalyysin kanssa ja liittyvät ilmastomuutokseen, henkilöstön osaamisen kehittämiseen ja sitoutumiseen, vastuulliseen markkinointiin ja journalismiin sekä eettisesti kestävästä liiketoiminnan harjoittamiseen.

Ympäristö: Alma Media on sitoutunut Science Based Targets -aloitteen (SBTi 1,5 °C) mukaisiin päästövähennyksiin. Päähuomio on toimitilojen energiatehokkuudessa ja vähäpäästöisen energian käytössä, työsuhteautojen vähäpäästöisyydessä sekä paino- ja logistiikkahankintojen aiheuttamien kasvihuonepäästöjen vähentämisessä. Vain kaksi prosenttia päästöistä syntyy yhtiön omassa toiminnassa. Yhtiö on laatinut suunnitelman saavuttaakseen kasvihuonepäästöille asetetut vähennystavoitteet vuoteen 2030 mennessä (kts. alla).

Yhtiön Scope 1 -päästöt olivat 171,7 tCO₂e vuonna 2025, eli 9 % vähemmän kuin päästökertoimilla päivitetty vuoden 2024 määrä. Päästöjen laskuun vaikuttivat erityisesti autojen määrän vähentyminen ulkomailla sekä koko autokannan sähköistyminen. Vuoden 2025 Scope 2 -päästöt olivat 64,9 tCO₂e, eli 17 % vähemmän kuin päästökertoimilla päivitetty vuoden 2024 määrä. ICT-han-

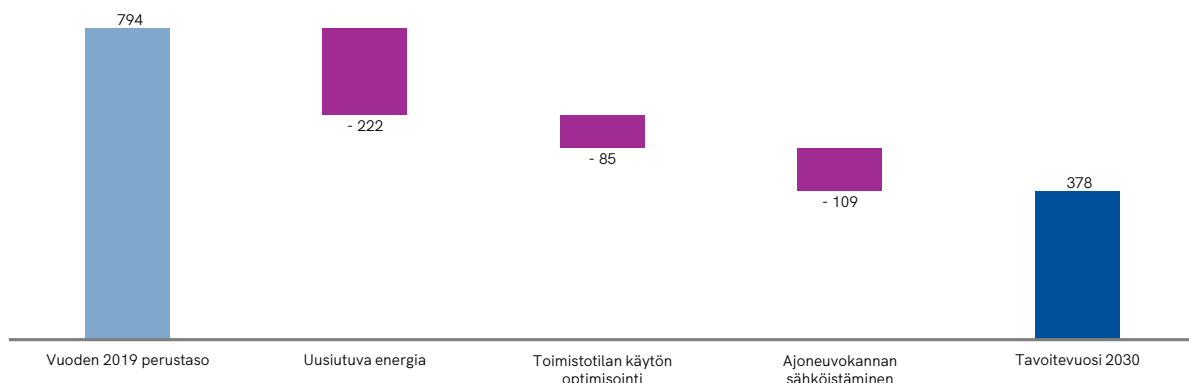
kintojen kasvu ja Edilex Lakitieto Oy:n hankinta nostivat yhtiön Scope 3 -päästömäärää noin 2 %, ollen 14 375 tCO₂e.

Sosiaalinen vastuu: Henkilöstön osaamisen kehittyminen on Alma Median strateginen menestystekijä. Yhtiöllä on koko henkilöstön kattava Performance Management -prosessi, jonka avulla johdetaan, seurataan ja tuetaan jokaisen työntekijän kehittymistä ja tavoitteiden saavuttamista. Katsantokauden lopussa 90 % henkilöstöstä oli ottanut sen käyttöön. Niinikään koko henkilöstön kattava tekoälyn koulutusohjelma eteni suunnitellusti ja yli 80 % henkilöstöstä osallistui vähintään yhteen yhtiön tarjoamasta tekoälykoulutuksista. Yhtiössä toteutettiin jokaisen toimenkuvan HAY grade -luokitus osana valmistautumista EU:n palkka-avoimuusdirektiivin voimaantuloon ja sen edellyttämään tehtävien vaativuuden ja samanarvoisuuden arviointiin.

Henkilöstön sitoutumista mittaava Peakon Engagement -indeksi oli 7,7, mikä ylittää teknologiasektorin vertailuarvon 7,6. Sitoutuneisuutta mitataan Alma Voice -kyselyllä, johon vastasi lokakuussa 84 % yhtiön henkilöstöstä.

Hyvä hallintotapa: Eettisesti kestävä toimintakulttuuri varmistetaan koko henkilöstön suorittamalla Code of Conduct -valmennuksella (100 %) ja alihankkijoiden Supplier Code of Conduct -koulutuksella (yli 90 %:n kattavuus).

Tekijät Scope 1+2 päästövähennysten saavuttamiseksi vuoteen 2030 mennessä (-52 % vuodesta 2019)



	Aihe	KPI	Tulokset 2025	Tavoite 2025
Ympäristö	Hiilijalanjälki Oma toiminta (Scope 1 & 2)	Sähkön, lämmityksen ja jäähdytyksen hiilidioksidipäästöt, yritysautojen päästöt	236,6 tCO ₂ -eq	alle 272,8 tCO ₂ -eq
	Hiilijalanjälki Alihankintaketju (Scope 3)	Alihankintaketjun aiheuttamat hiilidioksidipäästöt	Lisäys 304 tCO ₂ -eq	Vähennys 42 tCO ₂ -eq
Sosiaalinen vastuu	Oma työvoima	Työntekijäkokemus	Peakon Engagement -indeksi 7,7	Indeksi yli k.a /teknologiasektori
	Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia, datan ja asiakastiedon käsittely huolellista	0 kpl	0 kpl vakavia tietoturvaloukkauksia, joista viranomaisen langettaisi sakon
	Vastuullinen media: journalismi ja markkinointi	Julkisen sanan neuvoston asettamat langettavat päätökset	1	< 5 JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille
		Kansainvälisen kauppakamarin hyvän markkinointitavan noudattaminen	0	0 kpl eettisiä periaatteita rikkovaa mainosta
Hyvä hallintotapa	Eettinen liiketoiminta	Eettisen ohjeistuksen (Code of Conduct) noudattaminen	100 %	100 %
	Alihankintaketju	Eettisen ohjeistuksen (Supplier Code of Conduct, SCoC) -valmennuksen suorittaminen	91,3 %	90 %

Hallinto

Osake ja osakemarkkinat

Loka-joulukuussa 2025 NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 654 659 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,8 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.12.2025 oli 14,35 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 12,70 euroa ja ylin 14,35 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 1 182,20 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 209 465 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaiset kannustinjärjestelyt yhtiön johdolle ja erälle 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 2025 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2025). Lisäksi hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2025). Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 20.3.2025 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemisraportin vuodelta 2024. 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 2025 neljännen 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. Riskienhallinta kattaa myös dataan ja tekoälyyn (AI) liittyvät riskit. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja siten osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää. Yhtiö käyttää yhtenäistä riskien arviointi- ja raportointimallia ja seuraa kansallisen, EU-tason ja kansainvälisen sääntelyn kehitystä, mukaan lukien tietosuojan, digitaalisiin palveluihin ja tekoälyyn liittyvä sääntely.

Riskit luokitellaan strategisiin, operatiivisiin (liiketoiminnan jatkuvuus), taloudellisiin sekä hallinnointi- ja vastuullisuusriskeihin. Lisäksi tekoälyyn ja dataan liittyviä riskejä seurataan ristiinleikkaavana riskialueena, joka voi realisoitua kaikissa riskikategorioissa. Riskien priorisoinnissa huomioidaan vaikutus ja toteutumisen todennäköisyys sekä euromääräisten vaikutusten ohella myös maine- ja ympäristövaikutukset. Kukin liiketoiminta-alue ja yksikkö vastaa omiin toimintoihinsa liittyvien riskien hallinnasta, mukaan lukien datan ja tekoälyn vastuullinen ja turvallinen käyttö.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit liittyvät taloudelliseen toimintaympäristöön, kilpailuympäristön ja asiakaskäyttäytymisen nopeaan muutokseen, teknologian kehitykseen sekä sääntelyn muutoksiin. Tekoälyn ja asiakasdatan hyödyntäminen on tärkeä kilpailutekijä, mutta siihen liittyy myös riskejä, kuten väärät teknologiavalinnat, jälkeen jääminen AI:n käyttöön otossa tai tekoälyn käyttö tavoilla, jotka heikentävät asiakkaiden luottamusta. Operatiivisten riskien ja liiketoiminnan jatkuvuuden johtaminen keskittyy riskien hallintaan ja mitigointiin. Keskeisiä operatiivisia riskejä ovat tietotekniikan ja viestinnän häiriöt, kyberriskit sekä AI-järjestelmien toimintahäiriöt. Operatiivisiin AI-riskeihin kuuluvat esimerkiksi järjestelmävirheet, heikkolaatuinen opetusdata ja generatiivisen tekoälyn väärinkäyttö, jotka voivat johtaa virheellisiin päätöksiin, palvelukatkoksiin tai luottamuksellisuuden loukkauksiin. Riskien hallintaa tuetaan mm. ennakoivan automaation kehittämisellä, säännöllisellä tietoturva- ja tietosuojakoulutuksella sekä ohjeistuksella myös alihankkijoille.

Taloudelliset riskit tunnistetaan markkina-, likviditeetti-, luotto- sekä operatiivisiin ja taloudelliseen raportointiin liittyviin riskeihin. Tekoäly voi lisätä taloudellisia riskejä esimerkiksi virheellisten AI-pohjaisten ennusteiden, automatisoidun päätöksenteon virheiden tai odotuksia heikommien tuottavien AI-investointien kautta.

Hallinnointi- ja vastuullisuusriskit liittyvät lain, sääntelyn ja toimialastandardien noudattamiseen sekä mahdollisiin taloudellisiin vaikutuksiin ja mainehaittoihin.

Tilinpäätöslyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2025 10-12	2024 10-12	Muutos %	2025 1-12	2024 1-12	Muutos %
LIIKEVAIHTO	84,9	81,2	4,6	327,1	312,7	4,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,1	29,1	0,4	0,4	0,7
Materiaalit ja palvelut	8,9	9,1	-1,6	33,9	34,8	-2,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	32,4	32,4	-0,1	127,1	122,3	4,0
Poistot ja arvonalentumiset	5,2	4,8	8,5	18,9	17,6	7,4
Liiketoiminnan muut kulut	19,8	17,3	14,3	69,8	65,0	7,3
LIIKEVOITTO	18,7	17,7	5,9	77,8	73,4	6,0
Rahoitustuotot	0,1	0,4	-75,1	0,4	1,4	-71,5
Rahoituskulut	1,7	2,3	-26,0	8,4	9,1	-8,1
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,1	0,7	-107,5	0,9	1,3	-33,1
TULOS ENNEN VEROJA	17,0	16,5	3,2	70,7	67,0	5,6
Tuloverot	4,4	4,4	1,4	15,0	14,4	4,3
TILIKAUDEN VOITTO	12,6	12,1	3,9	55,7	52,6	5,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:						
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi						
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	0,0	0,3		0,0	0,3	
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi						
Muuntoerot	-0,9	-0,2		2,3	-1,8	
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,9	0,1		2,3	-1,5	
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	11,7	12,2		58,0	51,2	
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	12,5	12,0		55,4	52,3	
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,1		0,3	0,3	
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	11,7	12,2		57,7	50,9	
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,1		0,3	0,3	
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
- Tulos/osake laimentamaton	0,15	0,15		0,67	0,64	
- Tulos/osake laimennettu	0,15	0,14		0,66	0,62	

Tase

(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Liikearvo	322,5	309,0
Aineettomat hyödykkeet	85,8	87,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2,9	3,4
Käyttöoikeusomaisuuserät	30,5	35,1
Osuudet osakkuusyrityksissä	3,4	5,7
Muut rahoitusvarat	3,7	3,6
Laskennalliset verosaamiset	1,7	0,4
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	450,5	444,9
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	0,8	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,0	0,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	36,8	36,2
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,9	1,6
Rahavarat	32,5	42,5
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	71,1	81,1
VARAT YHTEENSÄ	521,6	526,1
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
Osakepääoma	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,8	7,7
Muuntoerot	1,0	-1,3
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,0	19,0
Kertyneet voittovarot	175,3	161,8
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	248,3	232,5
Määräysvallattomien omistajien osuus	1,1	2,3
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	249,5	234,9
VIERAS PÄÄOMA		
PITKÄAIKAISET VELAT		
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	125,0	145,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	25,5	30,3
Laskennalliset verovelat	17,3	17,5
Eläkevelvoitteet	0,2	0,2
Muut rahoitusvelat	4,8	2,7
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	173,0	195,9
LYHYTAIKAISET VELAT		
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	0,0	3,2
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	8,0	7,1
Saadut ennakot	46,9	42,6
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	5,7	3,0
Ostovelat ja muut velat	38,5	39,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	99,1	95,3
VELAT YHTEENSÄ	272,1	291,2
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	521,6	526,1

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pää- oma							
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2025	45,3	7,7	-1,3	19,0	161,8	232,6	2,3	234,9
Tilikauden tulos					55,4	55,4	0,3	55,7
Muut laajan tuloksen erät					0,0	0,0		0,0
Muuntoerot			2,3			2,3		2,3
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset					0,0	0,0		0,0
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-37,9	-37,9		-37,9
Tytäryritysten osingonjako							-0,3	-0,3
Osakkuusyritys osuuden arvostusoikaisu					-2,8	-2,8		-2,8
Omien osakkeiden hankinta					-2,5	-2,5		-2,5
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut					-2,7	-2,7		-2,7
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					4,7	4,7		4,7
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,0	0,0		0,0
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,7	-0,7	-1,2	-1,9
Oma pääoma 31.12.2025	45,3	7,8	1,0	19,0	175,3	248,3	1,1	249,5
Oma pääoma 1.1.2024	45,3	7,7	0,5	19,1	147,7	220,4	2,5	222,8
Tilikauden tulos					52,3	52,3	0,3	52,6
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-1,8			-1,8		-1,8
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset					0,3	0,3		0,3
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-37,0	-37,0		-37,0
Tytäryritysten osingonjako							-0,3	-0,3
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut					-2,6	-2,6		-2,6
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					3,4	3,4		3,4
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,3	-0,3	-0,3	-0,5
Pääoman palautukset				-0,1		-0,1		-0,1
Oma pääoma 31.12.2024	45,3	7,7	-1,3	19,0	161,8	232,6	2,3	234,9

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

(milj. euroa)	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto	12,6	12,1	55,7	52,6
Oikaisuerät	12,3	12,9	42,6	38,8
Käyttöpääoman muutos	0,1	1,9	2,5	-1,0
Saadut osingot	0,3	0,0	0,6	0,2
Saadut korot	0,0	0,1	0,1	0,2
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,4	-1,6	-5,5	-7,2
Maksetut verot	-1,8	-4,2	-14,8	-9,8
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	22,0	21,2	81,3	73,8
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,6	-1,0	-1,2
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,8	-2,7	-3,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot				0,1
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	0,0	-0,2	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,3	-1,7	-19,3	-18,4
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,0	0,0	0,0	0,1
Investointien rahavirta yhteensä	-0,9	-3,0	-23,2	-22,6
Rahavirta ennen rahoitusta	21,1	18,2	58,1	51,2
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Omien osakkeiden hankinta	-1,2	-0,7	-2,5	-2,0
Lainojen nostot	0,0	0,0	24,0	8,0
Lainojen takaisinmaksut	-22,0	-15,0	-44,0	-23,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,3	-1,4	-7,2	-7,0
Maksetut osingot	0,0	0,0	-38,2	-37,4
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-24,5	-17,1	-67,9	-61,4
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-3,4	0,9	-9,8	-10,2
Rahavarat kauden alussa	36,0	41,7	42,5	52,4
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	-0,1	-0,2	0,3
Rahavarat kauden lopussa	32,5	42,5	32,5	42,5

Hankitut liiketoiminnot 2025

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2025 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta- osuus	Konsernin omistusosuus
Alma Marketplaces -segmentti				
Edilex Lakitieto Oy	Verkkopalvelut	31.1.2025	100 %	100 %
Effortia Oy	Verkkopalvelut	29.8.2025	100 %	100 %

Tammikuussa 2025 Alma Media osti Edilex Lakitieto Oy:n koko osakekannan Edita Group Oyj:lta. Liiketoiminta raportoidaan osana Alma Marketplaces -segmenttiä 1.2.2025 alusta alkaen. Mikäli yhtiö olisi yhdistelty 1.1.2025 alkaen, olisi liikevaihtovaikutus ollut noin 0,6 milj. euroa ja liikevoittoon ei olisi ollut olennaista vaikutusta. Konsernissa oloaikana hankinnan liikevaihtovaikutus on ollut 4,4 milj. euroa ja liikevoittovaikutus 0,2 milj. euroa. Ostetun liiketoiminnan Pro forma -liikevaihto oli vuonna 2024 noin 8 milj. euroa. Kaupan myötä Edilex Lakitieto Oy:n 51 työntekijää siirtyivät Alma Median palvelukseen. Hankinnasta on syntynyt transaktiokuluja yhteensä 0,7 milj. euroa.

Kauppa kasvattaa Alma Median juridisten sisältöjen tarjontaa. Edilex Lakitieto Oy:n liiketoiminta käsittää Edilex-lakitietopalvelun, joka on kattava juridisen tiedon lähde ammattilaisille Suomessa. Edilex yhdistää keskeiset oikeuslähteet ja tausta-aineiston juridisen tiedon kokonaisuudeksi. Se sisältää laajan, ajantasaisen säädöstietokannan linkitettyinä oikeustapauksiin, esitöihin ja muihin oikeudellisiin aineistoihin sekä juridisen uutispalvelun. Lisäksi tarjontaan kuuluu muita verkkopalveluita, lakikoulutuksia, juridista kirjallisuutta sekä lakikirjoja ja -kokoelmia. Edilex Lakitieto Oy on palvelutoimittaja uudistuvassa Finlex-verkkopalvelussa, joka on oikeusministeriön omistama oikeudellisen aineiston julkinen palvelu.

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin ja brändiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut sekä odotus liiketoiminnan kasvusta tulevana vuosina. Liikearvo ei ole verotuksessa vähennyskelpoinen.

Tiedot hankitusta liiketoiminnosta:

milj. euroa	Käypä arvo
Käteismaksu	10,6
Hankitut rahavarat (sisältyvät investointien rahavirtaan)	0,4
Vastike yhteensä	10,2
Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot	
milj. euroa	Yhteensä
Aineettomat hyödykkeet	5,0
Aineelliset hyödykkeet	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	1,2
Rahavarat	0,4
Hankitut varat yhteensä	6,6
Laskennalliset verovelat	0,5
Ostovelat ja muut velat	3,7
Hankitut velat yhteensä	4,2
Hankitut nettovarot	2,5
Konsernin osuus nettovaroista	2,5
Liikearvo hankintahetkellä 31.1.2025	8,0
Liikearvo raportointihetkellä 31.12.2025	8,0
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,3

Elokuussa 2025 Alma Media osti Effortia Oy:n koko osakekannan Boston Information Group Ltd:ltä. Liiketoiminta raportoidaan osana Alma Marketplaces -segmenttiä 1.9.2025 alkaen. Mikäli yhtiö olisi yhdistelty 1.1.2025 alkaen, olisi liikevaihtovaikutus ollut noin 2,0 milj. euroa ja liikevoittoon 0,2 milj. euroa. Konsernissa oloaikana hankinnan liikevaihtovaikutus on ollut 1,1 milj. euroa ja liikevoittoon 0,4 milj. euroa. Ostetun liiketoiminnan Pro forma -liikevaihto oli vuonna 2024 1,7 milj. euroa. Kaupan myötä Effortia Oy:n 3 työntekijää siirtyivät Alma Median palvelukseen. Hankinnasta on syntynyt transaktiokuluja yhteensä 0,1 milj. euroa.

Effortia Oy tarjoaa kuluttajille suunnattuja digitaalisia vertailupalveluja, joista tunnetuimmat ovat Sähkövertailu.fi, VertaaEnsin.fi sekä kiinteistönvälittäjien vertailuun keskittyvä Asuntojenmyynti.fi. Kaupan myötä Alma Media täydentää kuluttajille suunnattujen asuntomarkkinan digipalvelujen tarjontaansa ja pystyy entistä paremmin tukemaan sekä asuntokaupan ammattilaisten että sähköyhtiöiden asiakashankintaa. Palvelujen avulla voidaan tarjota laadukkaita yhteydenottopyyntöjä sekä kehittää asiakkaiden prosesseja tiiviissä yhteistyössä Alma Median järjestelmäkehityksen kanssa.

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, tietojärjestelmään ja brändiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut sekä odotus liiketoiminnan kasvusta tulevana vuosina. Liikearvo ei ole verotuksessa vähennyskelpoinen.

Tiedot hankitusta liiketoiminnosta:

milj. euroa	Käypä arvo
Käteismaksu	5,2
Hankitut rahavarat (sisältyvät investointien rahavirtaan)	0,5
Vastike yhteensä	4,7
Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot	
milj. euroa	Yhteensä
Aineettomat hyödykkeet	2,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,6
Rahavarat	0,5
Hankitut varat yhteensä	3,7
Laskennalliset verovelat	0,5
Ostovelat ja muut velat	1,1
Hankitut velat yhteensä	1,6
Hankitut nettovarot	2,1
Konsernin osuus nettovaroista	2,1
Liikearvo hankintahetkellä 29.8.2025	3,1
Liikearvo raportointihetkellä 31.12.2025	3,1
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,3

Ehdolliset kauppahinnat ja määräysvallattomien omistusosuuksien lunastamiseen liittyvät erät

Ehdolliset kauppahintavelat ja määräysvallattomien omistusosuuksien lunastamiseen liittyvät velat ovat syntyneet liiketoimintojen hankintojen yhteydessä. Ne perustuvat hankittujen liiketoimintojen vuosien

2023–2027 arvioituun liiketoiminnan kasvuun sekä kannattavuuskehitykseen. Yksittäisistä sopimuksista riippuen ehdollisten kauppahintavelkojen ja määräysvallattomien omistusosuuksien lunastamiseen liittyvien velkojen toteuma voi vaihdella ja parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan on 31.12.2025 kirjattu velkaa 4,7 milj. euroa (5,9 milj. euroa 31.12.2024). Ehdolliset kauppahinnat on luokiteltu käypien arvojen hierarkian tasolle 3.

(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	5,9	7,0
Uudet velat	0,7	
Maksetut velat	-3,8	-1,6
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	2,0	0,5
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	4,8	5,9
(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa		0,1
Uudet saatavat	0,1	
Saadut suoritukset		-0,1
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,1	0,0

	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Henkilöstö Suomi	991	967	1020	986
Henkilöstö muut maat	609	664	629	674
Henkilöstö yhteensä	1600	1630	1649	1660

Osakkuusyhtiöt

milj. euroa	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Alma Career	-0,1	0,7	0,9	1,3
Yhteensä	-0,1	0,7	0,9	1,3

Vastuut

(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:		
Yhden vuoden kuluessa	0,6	0,7
1–5 vuoden kuluessa	0,7	0,8
Yhteensä	1,3	1,4

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	31.12.2025	31.12.2024
Korkojohdannaiset		
Kohde-etuuden arvo	80,0	80,0
Käypä arvo tilikauden alussa*	2,7	4,4
Realisoituneet voitot ja tappiot	-1,0	-2,0
Realisoitumattomat käyvän arvon muutokset tuloslaskelmassa	0,2	0,3
Käypä arvo katsauskauden lopussa*	1,8	2,7
Valuuttajohdannaiset **		
Kohde-etuuden arvo	0,0	7,9
Käypä arvo tilikauden alussa*	-0,0	-0,3
Realisoituneet voitot ja tappiot	0,1	-0,4
Realisoitumattomat käyvän arvon muutokset tuloslaskelmassa	0,0	0,7
Käypä arvo katsauskauden lopussa*	0,0	-0,0

* Käypä arvo edustaa tuottoa, joka olisi syntynyt mikäli johdannaissopitiot olisi suljettu tilinpäätöshetkellä. Johdannaissopimukset on luokiteltu käypien arvojen hierarkian tasolle 2.

** Valuuttajohdannainen erääntyi 31.8.2025

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)	2025 10-12	2024 10-12	2025 1-12	2024 1-12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,2	0,4	1,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,1	0,1	0,3
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,1	0,1	0,3	0,7
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,2	0,3	0,9	1,4
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,2	0,2
Merkittävät omistajat	0,1	0,2	0,4	0,8
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,1	0,1	0,3	0,3
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,1	0,0	0,1
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,1	0,0	0,1

Konserni vuosineljänneksittäin

milj. euroa	2025 10-12	2025 7-9	2025 4-6	2025 1-3	2024 10-12	2024 7-9	2024 4-6	2024 1-3
LIKEVAIHTO	84,9	79,3	83,7	79,2	81,2	75,2	80,1	76,2
Alma Career	26,4	26,2	27,0	26,7	26,3	26,3	27,7	26,9
Alma Marketplace	30,4	28,6	29,2	26,9	25,9	24,5	25,1	22,9
Alma News Media	28,3	24,6	27,5	25,8	29,1	24,5	27,2	26,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,3	-0,2	0,0	-0,3	0,0	0,0	0,1	-0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	64,0	56,6	62,6	62,0	62,2	53,4	60,8	60,1
Alma Career	15,9	15,2	15,7	17,0	15,8	15,0	16,7	16,6
Alma Marketplace	22,0	18,7	20,8	19,5	19,0	15,8	18,0	17,1
Alma News Media	23,0	20,4	22,9	22,8	24,0	20,5	23,4	23,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,0	2,3	3,3	2,7	3,5	2,2	2,8	2,6
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	25,7	27,4	25,7	21,6	23,9	26,3	23,6	20,2
Alma Career	11,2	11,8	12,1	10,5	11,3	12,0	11,8	11,1
Alma Marketplace	11,4	12,3	10,8	9,6	9,1	10,8	9,2	7,8
Alma News Media	5,7	4,6	5,0	3,4	5,5	4,4	4,3	3,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,5	-1,3	-2,2	-1,9	-1,9	-0,9	-1,7	-1,7
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	21,1	22,7	21,1	17,2	19,5	21,9	19,4	16,1
Alma Career	10,7	11,1	11,4	9,8	10,6	11,3	11,1	10,4
Alma Marketplace	8,7	9,8	8,4	7,4	6,9	8,6	7,1	5,8
Alma News Media	5,3	4,3	4,6	3,0	5,1	4,0	3,8	2,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,7	-2,5	-3,3	-3,0	-3,1	-2,1	-2,7	-2,7
% LIIKEVAIHDESTA	24,8	28,6	25,2	21,7	24,0	29,1	24,2	21,2
Alma Career	40,4	42,3	42,2	36,6	40,4	43,2	40,2	38,7
Alma Marketplace	28,8	34,4	28,8	27,5	26,6	35,3	28,4	25,5
Alma News Media	18,9	17,3	16,8	11,6	17,5	16,4	14,1	9,7
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-2,4	-0,1	-1,2	-0,6	-1,8	-0,3	-0,2	-1,2
Alma Career	-0,3	-0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,1	0,0
Alma Marketplace	-0,6	-0,2	-1,1	-0,4	-0,2	0,0	0,0	-0,5
Alma News Media	-0,9	0,2	0,0	-0,2	-1,5	-0,1	0,0	-0,2
Kohdistamattomat toiminnot	-0,5	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,5
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	18,7	22,6	19,9	16,6	17,7	21,5	19,2	15,0
Alma Career	10,3	11,0	11,3	9,8	10,6	11,1	11,0	10,4
Alma Marketplace	8,1	9,7	7,3	7,0	6,7	8,6	7,1	5,4
Alma News Media	4,5	4,4	4,6	2,8	3,6	3,9	3,8	2,4
Kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-2,5	-3,3	-3,0	-3,2	-2,1	-2,7	-3,1
Rahoitustuotot	0,4	0,3	0,2	-0,4	1,1	0,9	0,6	0,9
Rahoituskulut	8,4	6,6	4,4	1,9	8,8	6,8	2,3	2,3
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	-0,1	0,4	0,5	0,1	0,7	0,0	0,6	0,0
TULOS ENNEN VEROJA	17,8	20,8	18,5	14,4	16,5	18,8	18,1	13,6
Tuloverot	-4,4	-4,1	-3,2	-3,2	-4,4	-3,7	-3,5	-2,8
TILIKAUDEN TULOS	12,6	16,7	15,3	11,2	12,1	15,1	14,6	10,8

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä tilinpäätöstiedote on laadittu IFRS-tilinpäätösstandardien mukaisesti (IAS 34).

Tilinpäätöstiedotteessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2024. Vuonna 2025 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laatimisperiaatteisiin. Tilinpäätöstiedote ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen tilinpäätöstiedotetta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2024 kanssa.

Tilinpäätöstiedotteen tunnusluvut on laskettu samoilla laskentaperiaatteilla kuin vuositilinpäätöksessä. Sijoitetun pääoman tuotto %:n (ROI) ja oman pääoman tuotto %:n (ROE) kvartaalikohtainen tunnusluku on annualisoitu kaavalla $((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)$. Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu $\text{digiliiketoiminta/liikevaihto} \cdot 100$. Tilinpäätöstiedotteen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

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

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

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

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

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

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

Yleislausunto

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

ALMA MEDIA OYJ Hallitus

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Taru Lehtinen, puhelin 010 665 3609

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2026

- Osavuosikatsaus tammi-maaliskuulta 2026 keskiviikkona 29.4.2026 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi-kesäkuulta 2026 keskiviikkona 12.8.2026 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi-syyskuulta 2026 torstaina 29.10.2026 noin klo 8.00
- Tilinpäätös, toimintakertomus ja tilintarkastuskertomus tilivuodelta 2025 julkaistaan torstaihin 19.3.2026 mennessä.
- Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi torstaina 9.4.2026. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.