

ALMA



ALMA MEDIA OYJ OSAVUOSIKATSAUS
TAMMI-MAALISKUU

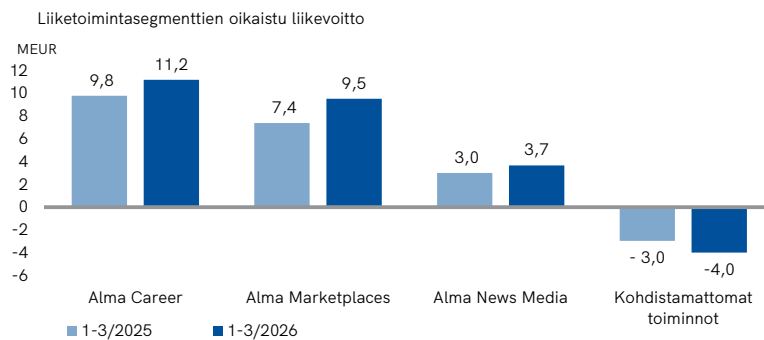
29.4.2026

Alma Median osavuositarkastus tammi-maaliskuu 2026:

Kannattavuus jatkoi vahvistumistaan, kaikki segmentit paransivat tulostaan

Taloudellinen kehitys tammi-maaliskuussa 2026:

- Liikevaihto 83,1 (79,2) milj. euroa, kasvua 4,9 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 85,9 % (83,9 %).
- Oikaistu liikevoitto 20,4 (17,2) milj. euroa, 24,6 % (21,7 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 20,3 (16,6) milj. euroa, kasvua 22,5 %.
- Oikaistu käyttökate 24,5 (21,6) milj. euroa, kasvua 13,2 %.
- Osakekohtainen tulos 0,19 (0,14) euroa, kasvoi 41,2 %.
- Alma Career: Liikevaihto kasvoi Tšekin markkinan vetämänä, oikaistu liikevoitto vahvistui 14,4 %.
- Alma Marketplaces: Liikevaihto kasvoi 11,8 %, oikaistu liikevoitto parani 29,0 %.
- Alma News Media: Kannattavuuden kehitys jatkui vahvana. Oikaistu liikevoitto kasvoi 21,9 %.



Toimitusjohtajan katsaus:

Kasvun moottorina digitaalinen liiketoiminta. Data ja tekoäly tukevat uudistumista

Liiketoimintamme kehittyi vuoden alussa myönteisesti. Liikevaihto kasvoi ensimmäisellä neljänneksellä 4,9 % ja oli 83,1 milj. euroa. Erityisen vahvaa kehitys oli digitaalisissa palveluissa, joiden liikevaihto kasvoi 15,3 % ja oli 18,2 milj. euroa. Tämä osoittaa strategiamme etenevän määrätietoisesti kohti skaalautuvia ja dataohjautuvia palvelumalleja. Digiliiketoiminnan osuus konsernin liikevaihdosta nousi 85,9 prosenttiin. Oikaistu liikevoitto nousi 20,4 milj. euroon ja vastasi 24,6 % liikevaihdosta. Luokitellun myynnin kasvu jatkui vakaana. Suomen mainosmarkkina pysyi edelleen vaisuna.

Toimintaympäristössämme asuntojen ja varsinkin uusien autojen kysyntä jätättää edelleen pitkän aikavälin keskiarvoista, ja kuluttajien heikko luottamus sekä varovaiset investointipäätökset pitävät yllä markkinatunnelman varovaisuutta Suomessa.

Rahoitusasemamme parani vahvan kassavirran ansiosta. Korollinen nettovelka laski 25,9 % 98,6 milj. euroon, velkaantumisaste (gearing) 37,7 prosenttiin ja omavaraisuusaste nousi 53,0 prosenttiin. Taloudellinen asemamme antaa jatkuvasti tukevamman selkänöjan niin orgaaniselle kasvulle kuin rohkeampienkin strategisten investointien tekemiselle turbulentista toimintaympäristöstä huolimatta.

Kaikki segmentit paransivat tulostaan

Alma Career -segmentin liikevaihto nousi 4,6 % ja oli 27,9 milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 2,3 %, ja laskutus 2,6 %. Oikaistu liikevoitto parani 14,4 % 11,2 milj. euroon, vastaten 40,1 % liikevaihdosta, pilvisiirtymään ja yhteisen rekrytointialustan kehitykseen liittyvistä kuluista huolimatta. Kannattavuutta tukivat uudet hinnoittelu- ja tuotteistusmallit sekä tehokas kustannusten hallinta.

Segmentin toimintamaissa työmarkkinakehitys vaihteli. Tšekissä se pysyi hyvällä tasolla ja työttömyysaste matalana, ja kysyntä oli laaja-alaista eri asiakassegmenteissä. Työpaikka-ilmoitusten ohella myös lisäarvopalveluiden myynti kehittyi positiivisesti. Slovakiassa markkina pysyi vaisuna ja rekrytointipäätöksissä oltiin edelleen varovaisia. Kroatiassa työttömyysaste jatkoi laskuaan ja työntekijöiden kysyntä säilyi hyvänä, vaikka työvoimapolun haasteet jatkuivat erityisesti työvoimaintensiivisillä palvelualoilla ja ulkomaisen työvoiman rooli rekrytoinneissa pysyi merkittävänä. Baltian maissa markkinatilanne oli vakaa ja rekrytointipalveluiden kysyntä kasvoi maltillisesti. Suomessa työmarkkinoiden vaisuus jatkui: kasvaneen työttömyyden myötä tarjontaa oli runsaasti, mutta kysyntä pysyi heikkona.

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi 11,8 % ja nousi 30,1 milj. euroon. Orgaaninen kasvu oli 6,6 %. Oikaistu liikevoitto parani 29,0 % 9,5 milj. euroon ja oikaistu liikevoittomarginaali nousi 31,7 prosenttiin. Segmenttiin viime vuosina tehdyt investoinnit näkyvät paitsi viivan alla, myös kasvussa, johon kaikki liiketoimintayksiköt osallistuivat.

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 16,1 % 11,8 milj. euroon. Pohjoismaiset toimitilamarkkinapaikat jatkoivat kasvuaan erityisesti Ruotsin markkinoilla. Digitaalinen asuntokauppa jatkoi vahvistumistaan: yhä suurempi osa kaupoista siirtyy nyt pysyvästi digitaalisiin kanaviin.

Myös segmentin muut liiketoiminnat jatkoivat vakaata kasvuaan ja kannattavuutta tukevaa kehitystään. Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 5,5 % ja oli 9,2 milj. euroa. Insights-liiketoiminnan liikevaihto kasvoi 9,6 % Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan myötä, ja lisenssipohjainen toistuva liikevaihto jatkoi kasvuaan. Comparison Services -liiketoiminnassa kasvu oli 26,2 % Effortia-hankinnan seurauksena.

Alma News Media -segmentin liikevaihto laski 1,7 %, 25,4 milj. euroon. Orgaaninen liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Segmentin kannattavuus parani ja oikaistu liikevoitto kasvoi 21,9 %, nousten 3,7 milj. euroon. Kannattavuutta tukivat kustannusrakenteen keventyminen sekä digitaalisen liiketoiminnan kasvu.

Digitaalisen liiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta nousi 62,2 prosenttiin. Mainonnan liikevaihdosta digitaalisen osuus oli 83,8 %. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 10,0 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua, samalla kun digitilausten määrä nousi 233 000:een. Kauppalehden tekoälypohjainen dynaaminen maksumuuri tuki edelleen digitilausten kasvua.

Tekoäly ja datakyvykkyudet vahvistavat kilpailukykyä

Menestyminen edellyttää kykyä pysyä kehityksen kärjessä, strategista joustavuutta sekä jatkuvaa uudistumista. Panostamme määrätietoisesti teknologiaan, dataan ja osaamiseen kaikissa liiketoiminoissamme. Olemme siirtyneet yksittäisistä kokeiluista kohti tekoälyn systemaattista hyödyntämistä osana arjen työntekijöiden kuin yksilö- kuin tiimitasolla. Tekoäly tukee sisäisen toiminnan tuottavuutta, asiakaskokemuksen kehittämistä ja kaupallista tehokkuutta. Samalla se luo uusia mahdollisuuksia asiakasarvon vahvistamiseen ja liiketoiminnan uudistamiseen.

Pitkäjänteinen panostuksemme dataan luo vahvan perustan tekoälyn hyödyntämiselle ja kestävästi kilpailuedun rakentamiselle. Kirjautuneiden käyttäjien määrän kasvu sekä sujuvoitunut asiointi Alma-palveluissa mahdollistavat yleisö-, käyttäytymis- ja markkinadatan yhtenäisen hyödyntämisen asiakassisältöjen laadun ja relevanssin parantamiseksi. Tämä tukee parempaa personointia, syventää markkinaymmärrystä ja tekoälyn luontevaa integroitumista osaksi liiketoimintaa. Yhdistämällä laadukkaan datan, toimialakohtaisen osaamisen ja skaalautuvat teknologiaratkaisut, luomme edellytykset pitkäjänteiselle ja kannattavalle kasvulle.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Toimintaympäristö

Yhtiön päätoimintamaat ovat riippuvaisia ulkomaankaupasta, minkä vuoksi globaaliin kauppaan ja geopolitiiseen tilanteeseen liittyvä epävarmuus voi heijastua Alma Median toimintaympäristöön.

Komission marraskuussa 2025 julkistetun, viimeisimmän ennusteen mukaan, EU:n talouskasvun odotetaan olevan 1,4 %, inflaation 2,1 % ja työttömyysasteen 5,9 % vuonna 2026 (11/2025). Ennusteen mukaan Suomen talouskasvun arvioidaan vahvistuvan 0,1 %:sta 0,9 %:iin vuonna 2026. Inflaation ennakoitaan hidastuvan 1,9 %:sta 1,6 %:iin ja työttömyysasteen laskevan 9,5 %:sta 9,3 %:iin. 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 %.

Suomen työmarkkinatilanne on edelleen heikko, ja kuluttajien luottamus pysyy vaimeana. Teollisuuden tilauskertymässä ja viennissä on havaittavissa elpymisen merkkejä, mutta talousnäkymään liittyvä epävarmuus jatkuu. Vaikka maltillinen inflaatio ja korkotaso tukevat ostovoiman asteittaista vahvistumista, heikko työmarkkinatilanne ja epävarmuus rajoittavat edelleen kulutuskysynnän elpymistä.

Näkymät vuodelle 2026

Alma Media arvioi vuoden 2026 liikevaihdon olevan vuoden 2025 tasolla 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, ja epävarmuus markkinoilla jatkuu edelleen. Globaalin talouden heilahtelut saattavat vaikuttaa markkinoiden kehitykseen.

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

Markkinatilanne Suomen päämarkkina-alueilla

Autoilun markkinakehitys

Autoalan tiedotuskeskuksen mukaan uusien henkilöautojen ensirekisteröinnit nousivat 3,0 % noin 17 200 kappaleeseen, joista ladattavien autojen osuus oli 61,3 %. Käytettyjen henkilöautojen kokonaiskauppa pysyi vertailukauden tasolla, vajaassa 146 000 kappaleessa, mutta autoliikkeiden kautta niiden myynti kasvoi 1,1 %. Etenkin käytettyjen täyssähköautojen kauppa kasvoi.

Asumisen markkinakehitys

Tammi-maaliskuun aikana käytettyjen asuntojen myyntimäärä oli Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton mukaan yhteensä 11 654 kappaletta, mikä jäi 9,1 % edellisvuodesta ja 14,9 % viiden vuoden keskiarvosta. Uudiskohteiden myyntimäärä, 281 kappaletta, jäi edellisvuodesta 35,7 % ja viiden vuoden keskiarvosta 78,6 %. Omistusasuntomarkkinoilla ylitarjonta, erityisesti pienissä asunnoissa, jatkuu, ja asuntorakentamisen toipuminen etenee hitaasti. Vuokra-markkinoilla tarjonnan runsaus hillitsee vuokrien nousua.

Medialiiketoiminnan markkinakehitys

Fifty5Blue:n (ent. Kantar TNS) mukaan tammi-maaliskuussa mediamainonnan määrä laski 4,2 % vertailukauteen verrattuna. Mediaryhmistä verkkomedia (+3,8 %), ulkomainonta (+3,5 %) sekä radio (+0,9 %) olivat kasvussa, kun taas sanoma- ja aikakauslehdet, televisio sekä elokuvamainonta jäivät selvästi miinukselle.

Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät eniten öljy- ja energiayhtiöt (+16,8 %), kosmetiikka (+2,3 %) sekä rakennusala (+0,4 %). Eniten mainonta väheni lääkkeissä (-14,8 %), pukeutumisessa (-14,5 %), telepalveluissa (-12,9 %) sekä elintarvikkeissa (-10,3 %).

Alma Median tavoitavuus Suomessa

Alma Media tavoittaa Suomen päämarkkina-alueella laajan yleisön digitaalisissa palveluissaan. Vuoden ensimmäisellä vuosineljänneksellä palvelumme tavoittivat viikoittain keskimäärin 3,0 miljoonaa kävijää (+1,9 % vs. edellinen vuosi). Käyntitiheys, eli kuinka usein käyttäjät palaavat palveluihimme, on keskimäärin 17,6 käyntiä viikossa per käyttäjä, mikä kertoo palvelujemme kyvystä sitouttaa käyttäjiä ja luoda mainostajille ja palvelun käyttäjille jatkuvaa arvoa.¹

¹ Finnish Internet Audience Measurement (FIAM).

Strategia

Strategiamme keskiössä on liiketoimintojen kehittäminen alueilla, joilla voimme tuottaa asiakkaillemme merkittävää lisäarvoa ja rakentaa kannattavaa kasvua. Keskeiset liiketoiminta-alueemme ovat markkinapaikat ja niihin liittyvät palvelut rekrytointiin, 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. Informaatiopalveluissa kehitämme tekoäly- ja datavetoisia ratkaisuja tehostamaan asiakkaiden prosesseja. Kasvua haemme vahvistamalla tarjontaanamme liiketoiminta-alueidemme arvoketjujen eri vaiheissa ja laajentamalla uusille kansainvälisille markkinoille. Tuemme orgaanista kasvua yritysostoin. Kehitämme jatkuvasti teknologiaa ja osaamistamme muutoksen ja kasvun vauhdittamiseksi.

Keskeinen tavoitteemme on kasvattaa palveluitamme käyttävää sitoutunutta yleisöä ja kehittää asiakkaillemme yhä personoidumpia palveluja. Jatkamme panostuksia datakyvykkyyksiin ja teknologiaan, jotka vahvistavat kilpailuasemaamme tekoälyaikakaudella. Keräämme, jalostamme ja kaupallistamme ainutlaatuista ja laadukasta yleisö-, käyttäytymis- ja markkinadataa.

Hyödynnämme tekoälyä yhä laajemmin asiakaskokemuksen sekä tuotteidemme ja palveluidemme kehittämisessä ja rakennamme liiketoimintamalleihimme AI-kehityspolkuja. Tavoitteena on tehostaa ydinprosesseja, uudistaa työnkulkuja ja kehittää uusia toimintatapoja.

Lisäksi haemme aktiivisesti synergioita liiketoimintojemme välillä kasvun ja tehokkuuden parantamiseksi. Ohjaamme kävijäliikennettä palveluiden välillä, kasvatamme yleisöjä ja hyödynnämme yhteistä teknologiaa, alustoja, osaamista ja toimintatapoja. Panostamme yhteiseen mediamyyntiin Suomessa.

Strategian toteuttaminen katsantokaudella

Koko konsernin laajuinen AI-ohjelma edistyi suunnitelmien mukaisesti. AI-työkalujen laajamittainen käyttöönotto jatkui ja henkilöstön kyvykkyyksien vahvistamista jatkettiin.

Yhtiö siirtyi yhä selkeämmin tekoälyn systemaattiseen hyödyntämiseen liiketoiminnan keskeisissä prosesseissa: yksittäiset kokeilut kehittyivät kohti toistettavia, työnkulkuun integroitua ja yhä enemmän tiimikohtaisia ratkaisuja.

Tekoälyä hyödynnettiin sekä sisäisen tuottavuuden parantamisessa että asiakasratkaisuissa. Painopiste oli raportoinnin, sisällöntuotannon, analyysin ja toistuvien rutiinien automaatioissa. Tekoälyn hyödyntämistä tuettiin myös organisoitumisen muutoksilla useammassa yksikössä.

Alma Careerin kasvua tukevat erityisesti uusien tuotepaketoitien ja jo käytössä olevien ratkaisujen laajentaminen useille markkinoille. Alkuvuoden painopisteitä olivat ohjelmallista rekrytointimainontaa tarjoavan Nelisan laajentuminen Tšekin ja Slovakian markkinoilta Kroatiaan Q2:lla, Jobly Vibes -ratkaisun skaalaus sekä hinnoittelu- ja tuotteistusmallien kehittäminen. Lisäksi rekrytointiin lisäpalvelujen ja HR-työkalujen tarjonnalla vahvistetaan asiakaspitoa ja tasataan rekrytointimainonnan kysynnän vaihtelua.

Uuden yhteisen rekrytointialustan kehitys edistyi raportointikaudella suunnitellusti ja alustan eri komponentteja integroitiin toimintamaiden paikallisille alustoille.

Ensimmäinen työpaikkaportaali, Tšekin Prace.cz, siirtyi uudelle alustalle Q4:lla. Seuraavana vuorossa on Jobs.cz:n integraatio, ja AI-pohjaisen työpaikkahakutyökalun on tarkoitus olla käytössä kaikissa portaaleissa tämän vuoden aikana. Käynnissä oleva pilvisiirtymä etenee aikataulussa ja paikallisten datakeskusten sulkeminen on määrä saattaa päätökseen vuonna 2026.

Asiakkuudenhallinta- ja myyntijärjestelmiä yhtenäistetään keskitetyn CRM-järjestelmän avulla. Järjestelmä on käytössä jo Kroatiassa ja Pohjois-Makedoniassa, Bosnian integraatio valmistuu keväällä 2026 ja Baltian maiden valmistelut ovat käynnissä. Tavoitteena on tehokkaampien myyntiprosessien lisäksi asiakas- ja myyntidatan parempi hyödyntäminen sekä joustavammat paketointi- ja hinnoitteluratkaisut.

Suomessa Joblyn kasvanut hakijamäärä ja asiakkaiden lisääntynyt tarve automaatioon tukevat tekoälypohjaisten ratkaisujen kysyntää. Jobly Vibes -ratkaisu siirtyi pilotista kaupalliseen käyttöön, ja sen vastaanotto markkinoilla on ollut myönteinen. Lisäksi tekoälyä hyödynnetään rekrytointiratkaisuissa, myynnin tukena ja asiakastyön tehostamisessa; tavoitteena parantaa tehokkuutta ja vapauttaa resursseja korkeamman lisäarvon tehtäviin.

Alma Marketplaces keskittyi kehitystyössään asiakasarvon kasvattamiseen tekoälyä hyödyntävien tuoteominaisuuksien ja tuotekehityksen avulla sekä vahvisti pitkän aikavälin strategisen kasvun edellytyksiään.

Real Estate -liiketoiminnassa jatkettiin kiinteistöekosysteemin end-to-end-ratkaisujen kehitystä. OviPro-asiakaskäyttönotot etenivät ja järjestelmään julkaistiin uusia ominaisuuksia. Digitaalisen asuntokauppapalvelun DIASin rooli asuntokaupassa laajeni uusiin kohderyhmiin. Kiinteistöväittäjien liidipalveluiden yhteistoimintaa tehostettiin yhdistämällä eri palvelut verkostoksi. Tekoälyhankkeita edistettiin laajalla rintamalla ja tuotetiimien toiminnan kehittäminen jatkui suunnitellusti.

Mobility-liiketoiminnan painopisteinä olivat alusta-uudistukset, tuotevisioiden kirkastaminen sekä erilaiset tuotteistushankkeet. Autokaupan ammattilaisille suunnatun Websales Cloud -alustan kehitystä jatkettiin ja ensimmäiset asiakasprojektit käynnistyivät. Alusta muodostaa yhdessä markkinapaikkojen ja ajoneuvojen mallinnukseen keskittyvän GT-X-järjestelmän kanssa skaalautuvan kokonaisuuden autokaupan tarpeisiin.

Insights-liiketoiminnassa laajennettiin tekoälyn hyödyntämistä osana asiakkaiden päivittäisiä prosesseja. Painopisteitä olivat Edilex AI:n, DOKSin ja Analysointin kehitys. Koulutustarjontaa virtaviivaistettiin ja palveluiden ristiinmyyntiä kehitettiin.

Comparison Services -liiketoiminnassa painopisteinä olivat Urakkamaailman maksualustan käyttöönotto sekä Effortia-integraation viimeistely.

Alma News Mediassa strategian toteutusta jatkettiin raportointikaudella keskittymällä sisältöjen terävöittämiseen, digitaalisten palveluiden kehittämiseen sekä portfolion ja toimintamallien selkeyttämiseen.

Strategian painopiste pysyi digitaalisten mediatuotteiden tilausliiketoimintamallien jatkokehityksessä sekä kuluttaja- että yritysasiakkaille. Tavoitteena on edetä kohti järjestelmällisempää ja skaalautuvampaa mallia sekä rakentaa kuluttajia houkuttelevia uusia tuotekokonaisuuksia.

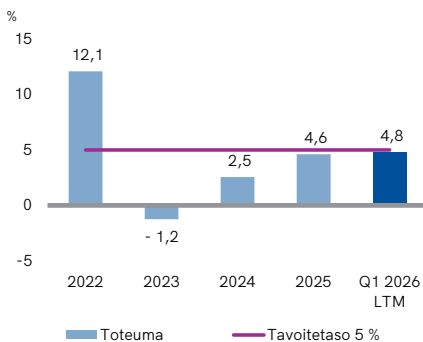
Vuonna 2025 käyttöön otettu dynaaminen maksumuuri on toimiva ratkaisu ja sen käyttöä tullaan laajentamaan 2026. Mainonnan liiketoiminnassa onnistuttiin hyvin erityisesti uusasiakashankinnassa sekä ohjelmallisessa mainonnassa, vaikka toimintaympäristö alkuvuonnakin oli haastava. Tekoälyn hyödyntäminen vahvistui keskeisenä läpileikkaavana kehitysteemana sekä toimituksellisissa prosesseissa että kaupallisissa ratkaisuissa. AI-pohjaisia työkaluja kehitettiin ja otettiin käyttöön sisällöntuotannon tueksi, sekä sisällön löydettävyyden, hakutoimintojen ja vuorovaikutuksen parantamiseen.

Urheiluun ja viihteeseen liittyvissä sisällöissä painopiste oli uusissa formaateissa ja yleisön sitouttamisen vahvistamisessa, ml. interaktiiviset sisällöt, live-formaattien kehitys sekä AI:ta hyödyntävien tuotantoratkaisujen pilotointi. Samalla valmisteltiin tuotteita ja toimintamalleja, jotka tukevat tulevaa muutosta rahapelaamiseen liittyvän mainonnan osalta.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

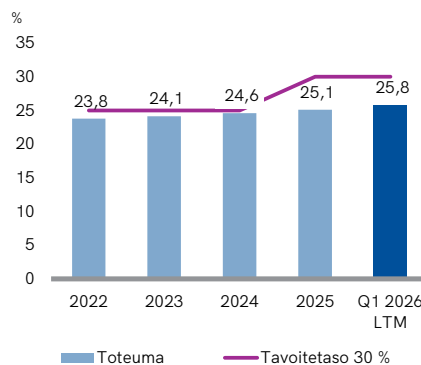
Hallituksen hyväksymät konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 %, oikaistu liikevoittomarginaali yli 30 % ja nettovelan suhde käyttökäteen alle 2,5. Tavoitteet heijastavat yhtiön rakennetta, strategiaa ja tahtotilaa tulla johtavaksi alustaratkaisujen tarjoajaksi kehittyneillä kaupankäyntialustoilla rekrytoinnin, liikkumisen, asumisen, toimitilojen, informaatiopalveluiden ja median alueilla.

Liikevaihdon kasvu*



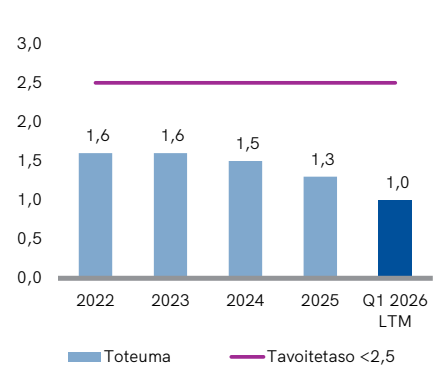
*12kk rullaava

Oikaistu liikevoitto-%*



*12kk rullaava

Nettovelan ja käyttökäteen suhde*



* Oikaistu käyttökäte 12kk rullaava

Konsernin tunnuslukuja

milj. euroa	2026	2025	Muutos	2025
	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	83,1	79,2	4,9	327,1
Luokiteltu	33,3	31,1	7,3	126,5
Digitaaliset palvelut*	18,2	15,8	15,3	68,0
Mainonta*	13,6	13,8	-1,1	58,6
Sisältö	12,8	12,7	0,9	50,8
Muut	5,1	5,8	-13,0	23,2
Digiliiketoiminnan liikevaihto	71,3	66,4	7,3	280,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	85,9	83,9		85,9
Oikaistut kokonaiskulut	62,7	62,0	1,1	245,3
Oikaistu käyttökate	24,5	21,6	13,2	100,4
Käyttökate	24,4	21,0	16,1	96,7
Oikaistu liikevoitto	20,4	17,2	18,6	82,1
% liikevaihdosta	24,6	21,7		25,1
Liikevoitto/-tappio	20,3	16,6	22,5	77,8
% liikevaihdosta	24,5	21,0		23,8
Tilikauden tulos ennen veroja	19,7	14,4	37,3	70,7
Tilikauden tulos	15,8	11,2	41,9	55,7

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

milj. euroa	2026	2025	Muutos	2025
	1—3	1—3	%	1—12
Varat	551,7	539,7	2,2	521,6
Nettovelat	98,6	132,9	-25,9	126,0
Korolliset velat	157,0	171,2	-8,3	158,5
Korottomat velat	133,2	123,8	7,6	113,6
Investoinnit yhteensä	0,7	14,2	-95,2	22,9
Omavaraisuusaste%	53,0	50,5	5,0	52,6
Gearing%	37,7	54,3	-30,6	50,5

Henkilöstö

	2026	2025	Muutos	2025
	1—3	1—3	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 559	1 649	-5,5	1 649
Telemarkkinoijat keskimäärin	136	135	0,7	136

Tunnuslukuja

	2026	2025	Muutos	2025
	1—3	1—3	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	27,2	19,9	36,3	23,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	17,7	13,1	35,1	15,0
Tulos/osake, EUR laimentamaton**	0,19	0,14	41,2	0,67
Tulos/osake, EUR laimennettu**	0,19	0,13	41,0	0,66
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,35	0,27	29,5	0,99
Oma pääoma/osake	3,16	2,96	6,9	3,01
Osinko/osake				0,48
Efekttiivinen osinkotuotto%				3,3
Hinta/voittosuhte P/E				21,3
Markkina-arvo	1 042,1	1 001,0	4,1	1 182,2
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)**	82 383	82 350		82 174
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)**	84 018	83 870		84 435
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)***	82 383	82 383		82 383

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

** Yhtiö on vuoden 2026 aikana luovuttanut omia osakkeita 232 692 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 284 kpl

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Tammi-maaliskuu 2026

Alma Median liikevaihto kasvoi 4,9 % ja oli 83,1 (79,2) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa katsauskaudella 1,8 % ja 1,4 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus ensimmäisen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen oli 0,7 % ja 0,6 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja myytyjä liiketoimintoja ja paikallisin valuutoin kasvoi 3,0 %. Konsernin luokiteltu myynti kasvoi 4,9 % paikallisin valuutoin ja oli 33,3 milj. euroa. Koko konsernin mainosmyynti oli 13,6 (13,8) milj. euroa ja laski 1,1 % vertailukauteen nähden. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 15,3 % ja oli 18,2 (15,8) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 85,9 (83,9) prosenttiin liikevaihdosta.

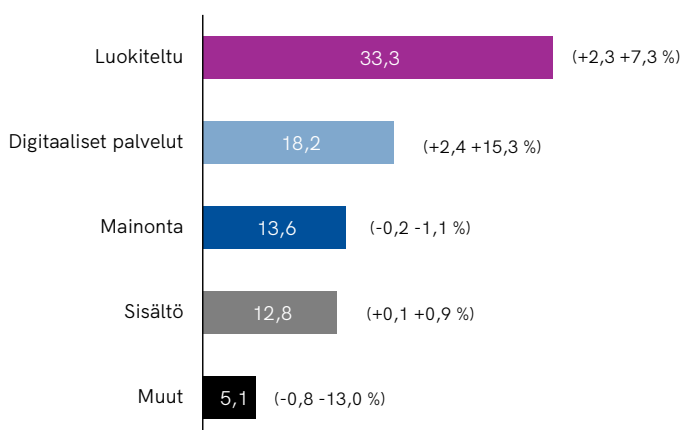
Liikevaihto

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	27,9	26,7	4,6	106,3
Alma Marketplaces	30,1	26,9	11,8	115,1
Alma News Media	25,4	25,8	-1,7	106,3
Segmentit yhteensä	83,4	79,4	5,0	327,7
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,3	-0,3	29,3	-0,6
Yhteensä	83,1	79,2	4,9	327,1

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

(milj. euroa)	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Suomi	53,4	51,0	4,6	213,5
Tsekki	16,5	15,1	9,8	61,8
Muut maat	13,1	13,1	0,2	51,8
Konserni yhteensä	83,1	79,2	4,9	327,1

Liikevaihdon jakauma 1-3/2026



* Liikevaihdon jakauma sisältää konsernin sisäisiä eriä.

Tulos

Tammi-maaliskuu 2026

Oikaistu liikevoitto oli 20,4 (17,2) milj. euroa, 24,6 % (21,7 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,3 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,2 milj. euroa. Liikevoitto oli 20,3 (16,6) milj. euroa, joka on 24,5 % (21,0 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Ensimmäisellä vuosineljänneksellä oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 0,7 milj. euroa, kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus huomioiden oikaistut kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,1 (4,4) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,0 (1,6) milj. euroa.

Tammi-maaliskuun tulos oli 15,8 (11,2) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,19 (0,14) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 1,5 (2,4) milj. euroa. Korkejohtamissopimuksen positiivinen käyvän arvon muutos ensimmäisen vuosineljänneksen aikana oli 0,7 milj. euroa (positiivinen 0,1 milj. euroa).

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	11,2	9,8	14,4	42,9
Alma Marketplaces	9,5	7,4	29,0	34,4
Alma News Media	3,7	3,0	21,9	17,2
Segmentit yhteensä	24,4	20,2	20,9	94,5
Kohdistamattomat toiminnot	-4,0	-3,0	34,1	-12,4
Yhteensä	20,4	17,2	18,6	82,1

Oikaistut erät

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	-0,6
Yritysjärjestelyiden transaktiokulut ja muut tulosvai- kutteisat erät	0,0	-0,2	-1,0
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1	-0,4	-1,8
Myyntivoitot ja -tappio	0,0	0,0	-0,9
Liikevoiton oikaistut erät	-0,1	-0,6	-4,3

Liikevoitto/-tappio

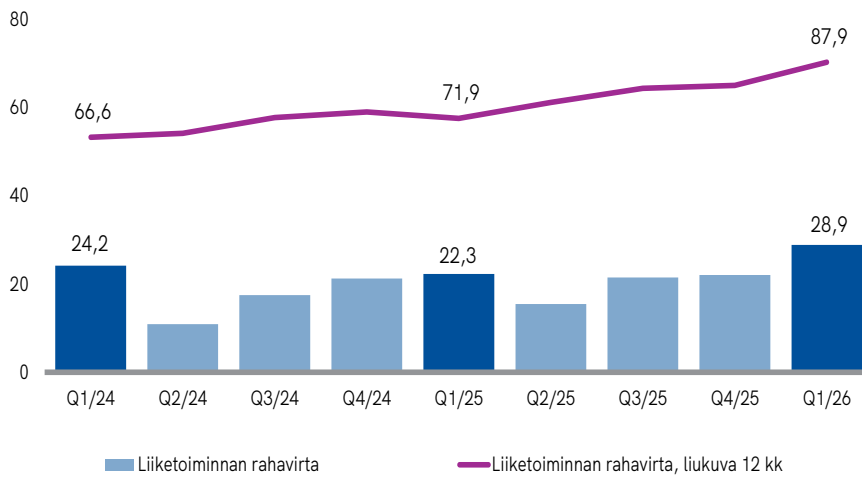
milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	11,1	9,8	13,8	42,4
Alma Marketplaces	9,5	7,0	35,7	32,1
Alma News Media	3,7	2,8	32,6	16,3
Segmentit yhteensä	24,3	19,6	24,3	90,8
Kohdistamattomat toiminnot	-4,0	-3,0	34,1	-13,0
Yhteensä	20,3	16,6	22,5	77,8

Tase ja rahavirtalaskelma

Taseen loppusumma oli maaliskuun 2026 lopussa 551,7 (joulukuun 2025 lopussa 521,6) milj. euroa. Konsernin nettokäyttöpääoma oli -62,3 (-56,7) milj. euroa, sisältäen 58,6 (55,3) milj. euroa saatuja ennakoita. Omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 53,0 % (50,5 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 3,16 (2,96) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi-maaliskuussa oli 28,9 (22,3) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli tammi-maaliskuussa 28,2 (8,1) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä 0,7 milj. euroa.

Tammi-maaliskuussa rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen lyhennykset olivat 1,9 (11,9) milj. euroa. Ensimmäisen kvartaalin aikana ei nostettu uusia lainoja eikä lyhennetty pitkä- tai lyhytaikaisia lainoja.

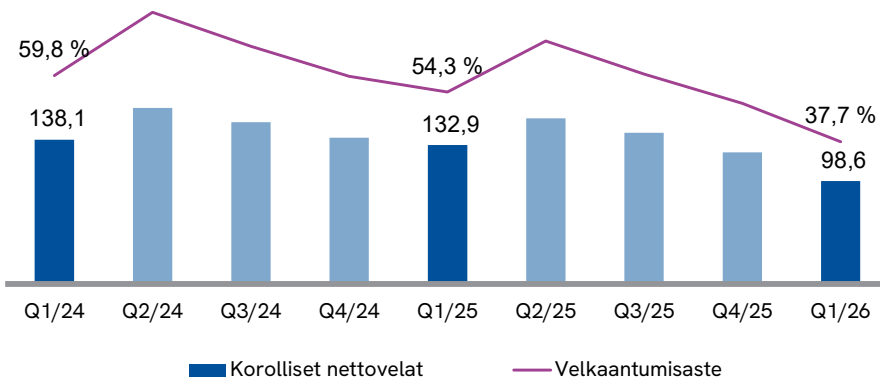


Korolliset nettovelat

	2026	2025	2025
(milj. euroa)	1—3	1—3	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	149,1	164,0	150,5
IFRS16-leasingvelat	24,1	29,0	25,5
Rahoituslaitoslainat	125,0	135,0	125,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	8,0	7,2	8,0
IFRS16-leasingvelat	8,0	7,2	8,0
Rahavarat	58,5	38,3	32,5
Korolliset nettovelat	98,6	132,9	126,0

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 maaliskuun 2026 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 33 kuukautta.

Lisäksi rahoituspakettiin sisältyy 30 milj. euron sitova luottolimiittisopimus ("RCF"), jota käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin. Luottolimiittisopimuksen kesto on sama kuin Term Loan -rahoitusjärjestelyllä. Limiitti ei ollut käytössä 31.3.2026. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.3.2026.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistuksia ei ollut nostettuna 31.3.2026. Alma Medialla oli maaliskuun 2026 lopussa korollisia velkoja yhteensä 157,0 (171,2) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 98,6 (132,9) 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 korkojohdannaisopimuksen, joka on nimellisarvoltaan 30 milj. euroa. Sopimus on luonteeltaan allekirjoitushetkestä alkava kolmen vuoden kiinteä korkosopimus.

Koronvaihtosopimuksista ensimmäisellä kvartaalilla on syntynyt 0,7 milj. euron positiivinen käyvän arvon muutos, joka on kirjattu rahoituseriin (positiivinen 0,1 milj. euroa). Korkojohdannaisten käypä arvo katsauskauden lopussa oli 2,3 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 3,3 % (3,3 %) ensimmäisellä kvartaalilla.

Alma Medialla oli 31.3.2026 yritysrahoitusjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia tai suoraan omaan pääomaan kirjattavia ehdollisiin lisäkauppahintoihin tai määräysvallattomien omistussuhteiden lunastamiseen liittyviä eriä 4,7 milj. euroa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2026 ensimmäisellä vuosineljänneksellä yhteensä 0,7 (14,2) milj. euroa. Investoinnit koostuivat ylläpito- ja tuotekehityshankkeista, sekä muista käyttöomaisuuserien lisäyksistä.

Investoinnit segmentteittäin

(milj. euroa)	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Alma Career	0,1	0,1	0,5
Alma Marketplaces	0,3	14,0	21,4
Alma News Media	0,1	0,1	0,6
Segmentit yhteensä	0,5	14,2	22,5
Kohdistamattomat	0,2	0,0	0,4
Yhteensä	0,7	14,2	22,9

Investoinnit ja yritysostot

(milj. euroa)	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Käyttöomaisuus	0,7	0,8	3,9
Yritysostot	0,0	13,4	19,0
Yhteensä	0,7	14,2	22,9

Poistot

(milj. euroa)	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	3,0	2,8	12,3
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,0	1,6	6,6
Yhteensä	4,1	4,4	18,9

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.

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 työnhakua 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	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	27,9	26,7	4,6	106,3
Luokiteltu	23,0	21,7	6,3	86,9
Digitaaliset palvelut	2,9	2,8	5,1	11,4
Mainonta	0,9	1,0	-10,8	3,1
Muut	1,1	1,3	-14,0	5,0
Oikaistut kokonaiskulut	16,8	17,0	-1,2	63,7
Oikaistu käyttökate	11,8	10,5	12,5	45,5
Käyttökate	11,7	10,5	11,9	45,0
Oikaistu liikevoitto	11,2	9,8	14,4	42,9
% liikevaihdosta	40,1 %	36,6 %		40,4 %
Liikevoitto/-tappio	11,1	9,8	13,8	42,4
% liikevaihdosta	39,9 %	36,6 %		39,9 %
Henkilöstö keskimäärin *	513	589	-13,0	536
Digiliiketoiminnan liikevaihto	26,7	25,1	6,5	104,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	95,7 %	93,9 %		97,8 %

* 11 FTE:tä on siirtynyt konsernitoimintoihin.

Liikevaihto

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Career North	3,1	2,8	7,8	10,1
Career Central	21,5	20,1	7,1	81,9
Career South	3,4	3,8	-9,9	14,4
Muut ja eliminoinnit	0,0	0,0		-0,1

Operatiiviset avainluvut *

Kuukausikeskiarvot (tuhatta)	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Yksittäiset kävijät	6 332	6 731	5 860
Työpaikkavahtien käyttäjät	2 178	2 046	2 110
Yksittäiset kävijät /työpaikkavahtit **	34,4 %	30,4 %	36,0 %
Maksulliset ilmoitukset, kpl	96	102	93
Laskutus	11 040	10 764	9 163

* Luvut vertailukelpoisin valuutoin. Luvut eivät sisällä Puolan lukuja.

** Kävijämäärät perustuvat Google Analyticsin tietoihin, jotka ovat suuntaa-antavia johtuen mittausrajoitteista ja kävijöiden käyttäytymisestä.

Tammi-maaliskuu 2026

Vuoden 2026 ensimmäisellä vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 4,6 % ja oli 27,9 (26,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 2,3 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 2,6 % (Q4/2025: 2,3 %). Laskutuksen kasvua vauhditti erityisesti Tšekin vahva kehitys kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa laskutus pysyi vertailukauden tasolla ja Kroatiassa laskutus oli edelleen laskusuunnassa.

Luokiteltu ilmoittelu kasvoi 6,3 % ja oli 23,0 (21,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta kasvoi 4,1 %. Mainosmyynti laski 10,8 % ja oli 0,9 (1,0) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden myynti kasvoi 5,1 % ja oli 2,9 (2,8) milj. euroa. Myyntiä kasvattivat rekrytoinnin lisäarvopalveluiden ja työnantajamielikuvapalveluiden myynti. Muu liikevaihto laski 14,0 % ja oli 1,1 (1,3) milj. euroa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski ensimmäisellä vuosineljänneksellä 5,9 %, mutta työpaikkavahtien määrä kasvoi 6,4 %. Mainostajien keskimääräinen kuukausimäärä laski 4,8 % ja ilmoitusten keskimääräinen kuukausimäärä laski 5,4 %.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut laskivat 1,2 % ja olivat 16,8 (17,0) milj. euroa. Henkilöstömäärän jatkunut supistuminen pienensi henkilöstökuluja, kun taas IT-kulut nousivat pilvipalveluiden käytön ja kehityshankkeiden myötä. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,1 %.

Oikaistu liikevoitto oli ensimmäisellä vuosineljänneksellä 11,2 (9,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 40,1 % (36,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 11,1 (9,8) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Marketplaces

Alma Marketplaces -segmentti kattaa kymmeniä kuluttaja- ja yritysmarkkinoille suunnattuja tuote- ja palvelubrändejä. Real Estate -liiketoimintayksikön keskeisiä brändejä ovat Etuovi.com, Vuokraovi.com, Toimitilat.fi, Kauppalehti Toimitilat sekä Ruotsissa toimiva Objektvision. Tarjoomaan kuuluvat myös sähköisen asuntokaupan palvelu DIAS, kiinteistötietopalvelut sekä kiinteistövälitysjärjestelmät OviPro ja Kivi.

Mobility-liiketoimintayksikkö koostuu johtavista autoilun markkinapaikoista, kuten Nettiautosta ja Autotali.comista, sekä ajoneuvovertikaaleista, kuten Nettimotosta ja Nettikoneesta. Yksikkö tarjoaa myös järjestelmiä ja huutokauppapalveluja, kuten Autohuutoa, Tukkuautot.fi:tä ja Baanaa.

Insights-liiketoimintayksikkö tarjoaa analysoitua yritys- ja päättäjätietoa sekä juridista sisältöä yritysten ja ammattilaisten tueksi. Palvelukokonaisuuteen kuuluvat Business Insights ja Legal Insights, joiden keskeisiä palveluja ovat muun muassa Edilex ja Suomen Laki.

Comparison services -liiketoimintayksikkö tarjoaa alansa johtavia vertailupalveluja, kuten Autojerrya, Urakkamaailmaa, Nettimökkiä ja Etua.fi:tä.

Toimintamaat ovat Suomi ja Ruotsi.

Avainluvut

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	30,1	26,9	11,8	115,1
Luokiteltu	10,3	9,3	10,9	39,1
Digitaaliset palvelut*	15,4	13,2	16,7	56,8
Mainonta*	2,3	2,1	7,7	9,8
Muut	2,1	2,3	-9,6	9,4
Oikaistut kokonaiskulut	20,5	19,5	5,2	81,1
Oikaistu käyttökate	11,6	9,6	20,6	44,0
Käyttökate	11,6	9,2	25,3	42,1
Oikaistu liikevoitto	9,5	7,4	29,0	34,4
% liikevaihdosta	31,7 %	27,5 %		29,9 %
Liikevoitto/-tappio	9,5	7,0	35,7	32,1
% liikevaihdosta	31,6 %	26,1 %		27,9 %
Henkilöstö keskimäärin	377	378	-0,5	389
Digiliiketoiminnan liikevaihto	29,0	25,9	12,3	110,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	96,5 %	96,1 %		95,9 %

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

Liikevaihto

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Real estate	11,8	10,1	16,1	43,4
Mobility	9,2	8,8	5,5	37,0
Comparison services	2,5	2,0	26,2	8,8
Insights	6,6	6,0	9,6	25,9
Muut ja eliminoinnit	0,0	0,0		0,0

Real estate

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Kävijätavoittavuus*	1 005	927	8,4	958
Keskimääräiset listaukset**	233	214	8,5	232

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

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

Mobility

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)*	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Kävijätavoittavuus	888	863	2,8	893
Keskimääräiset listaukset	200	224	-10,7	223

*KPI-luvuissa huomioitu Nettiauto, Nettikaravaani, Nettikone, Nettimoto, Nettivaraosa, Nettivene ja Autotali.

Kävijämäärätiedot perustuvat Finnish Internet Audience Measurement (FIAM) -mittaukseen. FIAM on suomalaisen digitaalisen mediamittauksen toimialastandardi. Mittaustapa perustuu laskennalliseen algoritmiin, johon sisältyy tilastollista epävarmuutta. Algoritmien laskentatapaa kehitetään jatkuvasti, mikä saattaa aiheuttaa epäjatkuvuutta

Tammi-maaliskuu 2026

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi ensimmäisellä vuosineljänneksellä 11,8 % ja oli 30,1 (26,9) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 6,6 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 96,5 % (96,1 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 16,1 %. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,2 milj. euroa ja orgaaninen liikevaihdon kasvu oli 13,7 %. Kasvua tuki laajentuva palveluportfolio. Luokiteltu liikevaihto kasvoi 16,6 % Pohjoismaisten toimitilamarkkinapaikkojen kasvun jatkuessa erityisesti Ruotsin markkinoilla. Lisääntyneet sääntelyvaatimukset asiakkaidemme liiketoiminnassa kasvattivat Real Estate Insights -palveluiden kysyntää. DIAS-liiketoiminta jatkoi kasvuaan, ja digitaalisten asuntokauppojen volyymit kasvoivat heikentyneestä markkinatilanteesta huolimatta, mikä kuvastaa digitaalisen asuntokaupan rakenteellista kasvua. Real Estate -liiketoimintayksikön markkinapaikkojen kävijämäärät kasvoivat 8,4 % ja keskimääräiset listaukset 8,5 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 5,5 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 3,5 % ja digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi tuotekehityksen ja tuotteistuksen vauhdittamana 7,5 %. Mobilityn markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä kasvoi 2,8 % ja ilmoitusmäärät laskivat 10,7 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 9,6 % Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan myötä. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta vertailukauden tasolla.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 26,2 % Effortia-sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 5,2 % ja olivat 20,5 (19,5) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 1,2 milj. euroa. Oikaistut kokonaiskulut laskivat, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta 1,1 %.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 9,5 (7,4) milj. euroa, 31,7 % (27,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 9,5 (7,0) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä ja vertailukauden oikaistut erät johtuivat yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,0 (1,4) milj. euroa.

Alma News Media

Alma News Media toimii journalistisen uutismedian markkinalla kotimaassa. Segmentin liiketoiminta jakautuu sisältöliiketoimintaan sekä mainontaan, joissa molemmissa liiketoiminta painottuu yhä vahvemmin digitaalisiin tulovirtoihin.

Alma News Media on monikanavainen mediakokonaisuus, jonka brändejä ovat Suomen suurin digitaalinen uutismedia Iltalehti, johtava talousuutismedia Kauppalehti sekä muut vahvat kohderyhmämediat, kuten Talouselämä, Arvopaperi, Tekniikka & Talous, TiVi ja Uusi Suomi sekä kuluttajamedioiden Ampparit ja MikroBitti.

Lisäksi segmenttiin kuuluu markkinointipalveluita, kuten telemarkkinointia yritysasiakkaille tarjoava Suoramarkkinointi Mega Oy.

Alma News Media toimii Suomessa.

Avainluvut

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	25,4	25,8	-1,7	106,3
Mainonta	10,6	10,7	-1,5	46,3
-josta digitaalista	83,8 %	82,5 %		84,5 %
Sisältö	12,8	12,7	0,9	50,8
-josta digitaalista	54,1 %	49,7 %		51,1 %
Muut	2,0	2,4	-16,3	9,2
Oikaistut kokonaiskulut	21,7	22,8	-4,8	89,1
Oikaistu käyttökate	4,0	3,4	16,7	18,8
Käyttökate	4,0	3,2	25,7	17,8
Oikaistu liikevoitto	3,7	3,0	21,9	17,2
% liikevaihdosta	14,4 %	11,6 %		16,2 %
Liikevoitto/-tappio	3,7	2,8	32,6	16,3
% liikevaihdosta	14,4 %	10,7 %		15,3 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	391	412	-5,1	419
Telemarkkinoijat keskimäärin	136	135	0,7	136
Digiliiketoiminnan liikevaihto	15,8	15,6	1,1	66,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	62,2 %	60,5 %		62,6 %

Tammi-maaliskuu 2026

Vuoden ensimmäisellä kvartaalilla Alma News Media -segmentin liikevaihto laski 1,7 % ja oli 25,4 (25,8) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 62,2 % (60,5 %).

Sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla 12,8 (12,7) milj. euroa. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 10,0 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 6,3 % ja painettu tilausmyynti laski 9,8 %. Digitilausten yhteismäärä nousi 233 000:een.

Mainonnan myynti laski 1,5 % ja oli 10,6 (10,7) milj. euroa. Digitaalinen mainosmyynti oli vertailukauden tasolla ja printin mainosmyynti laski 2,9 % vaikealla markkinalla.

Muu liikevaihto laski 16,3 % ja oli 2,0 (2,4) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto kasvoi 3,5 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 4,8 % ja olivat 21,7 (22,8) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,6 % printtisidonnaisten kulujen laskun johdosta. Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 3,7 (3,0) milj. euroon ja liikevoitto 3,7 (2,8) milj. euroon.

Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,0 (0,1) milj. euroa.

Segmenttikohtaiset varat ja velat

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

Varat

(milj. euroa)	31.3.2026	31.3.2025	31.12.2025
Alma Career	91,6	93,0	89,2
Alma Marketplaces	288,0	285,4	283,3
Alma News Media	71,3	76,5	72,0
Segmentit yhteensä	450,9	454,9	444,6
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	100,8	84,8	77,0
Yhteensä	551,7	539,7	521,6

Velat

(milj. euroa)	31.3.2026	31.3.2025	31.12.2025
Alma Career	52,2	50,1	45,3
Alma Marketplaces	27,6	31,2	28,9
Alma News Media	-5,9	21,8	16,8
Segmentit yhteensä	73,9	103,1	91,0
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	216,3	191,9	181,1
Yhteensä	290,2	295,0	272,1

Vastuullisuustoimet katsantokaudella

Alma Median tarkoituksena on edistää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävästä kasvusta tarjoamalla laadukasta, moniarvoista sisältöä sekä turvallisia digipalveluita. Yhtiön kestävyystavoitteet liittyvät ilmastonmuutokseen, henkilöstön osaamisen kehittämiseen ja sitoutumiseen, vastuulliseen markkinointiin ja journalismiin, datan huolelliseen käsittelyyn 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 noin 2 % päästöistä syntyy yhtiön omassa toiminnassa.

Katsantokaudella yhtiö jatkoi oman energian kulutuksen alentamista toimitilojen tehokkuutta parantamalla. Toimistopinta-ala pieneni yhteensä 3,5 %: Suomessa 3,8 % ja muissa maissa 2,6 %, kokonaispinta-alaltaan noin 22 300 m²:iin. Lisäksi yhtiö on varmistanut uusiutuvan energian käytön Suomessa hankkimalla vuosille 2026–2027 tuulisähkön alkuperätakuut, jotka kattavat Suomen toimintojen koko sähkönkulutuksen.

Yhtiö on laatinut suunnitelman saavuttaakseen kasvihuonepäästöille asetetut vähennystavoitteet vuoteen 2030 mennessä (kts. alla).

Sosiaalinen vastuu: Henkilöstön osaamisen kehittyminen on yhtiön strateginen menestystekijä. Sillä on koko henkilöstön kattava Performance Management -prosessi, jonka avulla johdetaan, seurataan ja tuetaan jokaisen työntekijän kehittymistä ja tavoitteiden saavuttamista.

Katsantokaudella yhtiö määritteli strategiset kompetenssit strategian toteuttamisen tueksi: yhteistyö ja tiimityö, asiakaslähtöinen arvionluonti sekä ketteruus ja resilienssi. Lisäksi tekoälyn aikakaudella korostuvat tekoäly- ja datalukutaito sekä työn uudelleen suunnittelu.

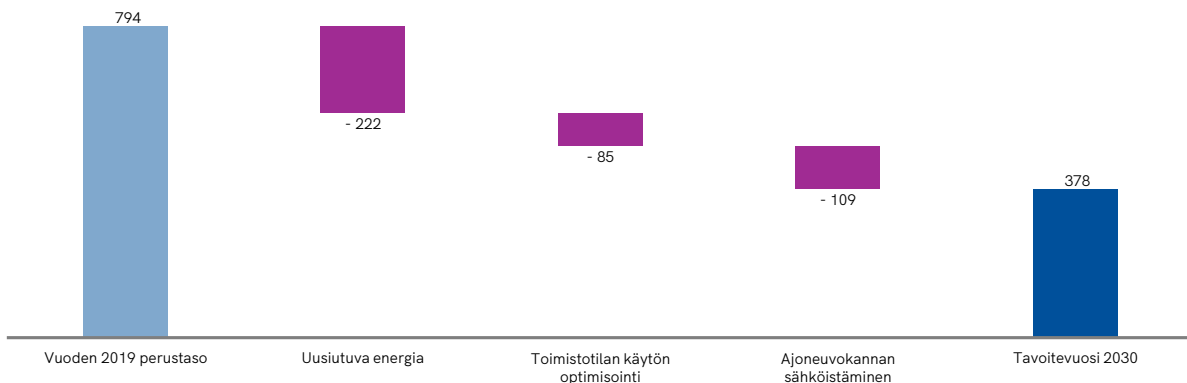
Yhtiön tekoälyohjelma eteni vahvasti ja koko henkilöstölle tarjotut AI-koulutukset saavuttivat korkean osallistumisasteen. Sisäisen AI-kyselyn (2025) mukaan 94 % henkilöstöstä hyödyntää tekoälypohjaisia työkaluja päivittäin tai useita kertoja viikossa, 88 % on suorittanut vähintään yhden omaan rooliinsa liittyvän koulutuksen ja 98 % raportoi tekoälyn parantaneen omaa tuottavuuttaan.

Yhtiössä on myös jatkettu valmistautumista EU:n palkka-avoimuusdirektiiviin toteuttamalla tehtävien vaativuuden ja samanarvoisuuden arviointia tukevia toimenpiteitä.

Henkilöstön sitoutumista mittaava Peakon Engagement -indeksi oli 7,7, mikä ylittää teknologiasektorin vertailuarvon 7,6. Alma Voice survey -kyselyyn vastasi 80 % Alma Median henkilöstöstä 10 maassa.

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 päästövähennyksen saavuttamiseksi vuoteen 2030 mennessä (-52 % vuodesta 2019)



	Aihe	KPI	Tulokset 2025	Tavoite 2026
Ympäristö	Hiilijalanjälki Oma toiminta (Scope 1 & 2)	Sähkön, lämmityksen ja jäädytyksen hiilidioksidipäästöt, yritysautojen päästöt	236,6 tCO ₂ -eq	< 236,6 tCO ₂ -eq (Scope 1 ja 2 -päästöjen tavoitetaso on vuoden 2025 absoluuttinen päästömäärä)
	Hiilijalanjälki Alihankintaketju (Scope 3)	Alihankintaketjun aiheuttamat hiilidioksidipäästöt	14 375 tCO ₂ -eq	< 14 375 tCO ₂ -eq (Scope 3 -päästöjen päästöintensiteetti (tCO ₂ -eq / liikevaihto) pysyy vuoden 2025 tasolla)
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 viranomainen langettaisi sakan
	Vastuullinen media: journalismi ja markkinointi	Julkisen sanan neuvoston asettamat langettavat päätökset Kansainvälisen kauppakamarin hyvän markkinointitavan noudattaminen	1 0	< 5 JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille 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 %

Varsinainen yhtiökokous 2026 (pidetty katsauskauden jälkeen 9.4.2026)

Alma Media Oyj:n 9.4.2026 pidetty varsinainen yhtiökokous vahvisti tilikauden 2025 tilinpäätöksen ja myönsi vastuuvapauden hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle tilikaudelta 1.1.-31.12.2025.

Hallituksen jäseniksi valittiin toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka, nykyiset jäsenet Eero Broman, Heikki Herlin, Ari Kaperi, Alexander Lindholm, Catharina Stackelberg-Hammarén, Marika Auramo ja Hanna Kivelä. Yhtiökokouksen jälkeisessä järjestäytymiskokouksessaan hallitus valitsi puheenjohtajakseen Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajaksi Eero Bromanin.

Yhtiökokouksessa oli edustettuna 121 osakkeenomistajaa, jotka edustivat 66 408 378 osaketta ja ääntä (80,61 prosenttia kokonaisosakemäärästä). Yhtiökokous kannatti kaikkia hallituksen ja osakkeenomistajien nimitystoimikunnan yhtiökokoukselle tekemiä ehdotuksia vähintään 93,64 prosentilla annetuista äänistä.

Osinko

Yhtiökokous päätti, että tilikaudelta 2025 maksetaan osinkoa 0,48 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan osakkeenomistajalle, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 13.4.2026 Euroclear Finland Oy:n pitämään yhtiön osaksluetteloon. Osingonmaksupäivä on 20.4.2026.

Palkitsemisraportti

Yhtiökokous vahvisti yhtiön toimielinten palkitsemisraportin ja yhtiön palkitsemispolitiikan.

Hallitusten jäsenten palkkiot

Yhtiökokous päätti osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksen mukaisesti, että hallituksen jäsenten vuosipalkkiot pysyvät ennallaan. Vuoden 2027 varsinaiseen yhtiökokoukseen päättyvältä toimikaudelta hallituksen jäsenille maksetaan seuraavat vuosipalkkiot: hallituksen puheenjohtajalle 75.700 euroa, hallituksen varapuheenjohtajalle 48.400 euroa ja muille hallituksen jäsenille 39.400 euroa.

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

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

Hallituksen jäsen hankkii yhtiökokouksen päätöksen perusteella Alma Media Oyj:n osakkeita markkinoilta kaupankäynnissä säännellyllä markkinalla Helsingin Pörssissä muodostuvaan hintaan noin 40 prosentilla hänelle, ennakonpidätys huomioiden, suoritetusta hallituksen jäsenen vuosipalkkiosta. Osakkeiden hankinnan hallituksen jäsen on velvollinen tekemään kahden viikon kuluessa tammi-maaliskuun 2026 osavuositarkastuksen julkistuksesta tai, mikäli tämä ei olisi sisäpiirisäännökset huomioiden mahdollista, ensimmäisenä mahdollisena ajankohtana tämän jälkeen. Mikäli osakkeita ei esimerkiksi vireillä olevien sisäpiirihankkeiden vuoksi ole voitu hankkia vuoden 2026 loppuun mennessä, maksetaan vuosipalkkio rahana. Näin hankittuja osakkeita ei saa luovuttaa ennen kuin hallituksen jäsenyys on päättynyt. Yhtiö vastaa osakkeiden hankinnasta mahdollisesti aiheutuvasta varainsiirtoverosta.

Hallituksen kokoonpano

Yhtiökokous päätti, että hallituksen jäsenten lukumäärä on seitsemän (7).

Hallituksen jäseniksi toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka, valittiin uudelleen: Marika Auramo, Eero Broman, Heikki Herlin, Ari Kaperi, Hanna Kivelä, Alexander Lindholm ja Catharina Stackelberg-Hammarén.

Yhtiökokous valitsi hallituksen puheenjohtajaksi Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajaksi Eero Bromanin.

Kaikkien hallituksen jäsenten on arvioitu olevan riippumattomia yhtiöstä. Lisäksi kaikkien hallituksen jäsenten, Eero Bromanin, Heikki Herlinin ja Alexander Lindholmin lukuun ottamatta, on arvioitu olevan riippumattomia yhtiön merkittävistä osakkeenomistajista. Alexander Lindholm on Otava-konsernin toimitusjohtaja, Heikki Herlin on Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtaja ja Eero Broman on Otava Oy:n hallituksen jäsen.

Tilintarkastajien palkkio ja valinta

Hallituksen tarkastusvaliokunnan suositusten mukaisesti tilintarkastajan palkkio päätettiin maksaa yhtiön hyväksymän laskun mukaan.

Yhtiökokoukselle tehdyn hallituksen tarkastusvaliokunnan suositusten perusteella Alma Media Oyj:n tilintarkastajaksi tilikaudelle 2026 valittiin KHT-yhteisö Ernst & Young Oy. Ernst & Young Oy on ilmoittanut, että päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Terhi Mäkinen.

Yhtiökokoukselle tehdyn hallituksen tarkastusvaliokunnan suosituksen perusteella Alma Media Oyj:n yhtiön kestävyysraportoinnin varmentajaksi tilikaudelle 2026 valittiin KHT-yhteisö Ernst & Young Oy ja tästä tehtävästä maksetaan sille palkkio yhtiön hyväksymän laskun mukaan.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden hankkimisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään 824.000 oman osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin yhtä (1) prosenttia yhtiön koko osakemäärästä.

Osakkeet voidaan hankkia yhtiön vapaalla omalla pääomalla Nasdaq OMX Helsingin säännellyllä markkinalla muutoin kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi, johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2027 saakka.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden luovuttamisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista luovuttamalla omia osakkeita. Valtuutuksen perusteella voidaan luovuttaa enintään 824.000 osaketta, mikä vastaa noin yhtä (1) prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi poiketa osakkeenomistajien etuoikeudesta. Valtuutusta voidaan käyttää johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2027 saakka, ja se kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 10.4.2025 annetun vastaavan valtuutuksen.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään osakeannista

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista siten, että osakeannissa voidaan antaa enintään 16.500.000 osaketta, mikä vastaa noin 20 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi poiketa osakkeenomistajien etuoikeudesta.

Valtuutusta voidaan käyttää yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspohjan laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi taikka muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei saa käyttää johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2027 saakka, ja se kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 10.4.2025 annetun vastaavan osakeantivaltuutuksen, lukuun ottamatta edellä mainittua omien osakkeiden luovutusvaltuutusta.

Lahjoitukset yleishyödylliseen tarkoitukseen

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään yhteensä enintään 100.000 euron suuruisista lahjoituksista yleishyödyllisiin tai niihin rinnastettaviin tarkoituksiin sekä päättämään lahjoitusten saajista, käyttötarkoituksista ja muista ehdoista.

Hallituksen järjestäytyminen

Yhtiökokouksen jälkeen hallitus kokoontui ja valitsi keskuudestaan jäsenet hallituksen valiokuntiin.

Yhtiökokouksen jälkeisessä järjestäytymiskokouksessaan hallitus valitsi puheenjohtajakseen Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajaksi Eero Bromanin. Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Eero Broman, Hanna Kivelä sekä puheenjohtajaksi Ari Kaperi. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Heikki Herlin, Marika Auramo sekä puheenjohtajaksi Catharina Stackelberg-Hammarén.

Lisäksi hallitus päätti perustaa uuden strategiavaliokunnan, jonka tehtävänä on tukea yhtiön johtoa ja hallitusta eri strategisten aloitteiden osalta, jotka liittyvät yhtiön yritys- ja liiketoimintastrategioiden kehittämiseen sekä näihin liittyvien strategisten mahdollisuuksien hyödyntämiseen. Strategiavaliokunnan jäseniksi valittiin Heikki Herlin, Catharina Stackelberg-Hammarén sekä puheenjohtajaksi Alexander Lindholm.

Hallinto

Osake ja osakemarkkinat

Tammi-maaliskuussa 2026 NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 566 812 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,9 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen pää-
töskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 31.3.2026 oli 12,65 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyn-
tikurssi oli 12,15 euroa ja ylin 15,0 euroa. Alma Media Oyj:n
markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 1 042 milj. euroa.
Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä
284 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

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

Alma Media julkisti 19.3.2026 EU:n osakkeenomistajien
oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemisraportin
vuodelta 2025. Yhtiön palkitsemispolitiikka eli toimielinten
palkitsemisen periaatteet sekä toimisopimusten keskeiset
ehdot on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osake-
pohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aika-
välin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu
yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2026 ensimmäisen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei
vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on
havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä
mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden
saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.
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 käyttöönnotossa
tai tekoälyn käyttö tavoilla, jotka heikentävät asiakkaiden
luottamusta. Operatiivisten riskien ja liiketoiminnan
jatkuvuuden johtaminen keskittyy riskien hallintaan ja
mitigointiin. Keskeisiä operatiivisia riskejä ovat tieto-
tekniikan 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 kehittämällä, 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
heikommin tuottavien AI-investointien kautta.

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

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Media Oyj:n hallitus järjestäytyi uudelleen 28.4.2026.
Hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Alexander Lindholm, ja
hallituksen varapuheenjohtajaksi aiemmin puheenjohtajana
toiminut Catharina Stackelberg-Hammarén. Muutoksen taustalla
oli Otava Oy:n 24.2.2026 tiedottama järjestely, jossa Ota-
va sopi yhteensä 700 000 Alma Media Oyj:n osakkeen ostosta
ja saavutti osakekaupan myötä tosiasiallisen määräysvallan
Alma Mediassa. Kaupan toteuttaminen edellytti Kilpailu- ja ku-
luttajaviraston (KKV) hyväksyntää. KKV hyväksyi selvitystensä
perusteella yrityskaupan 28.4.2026.

Osakekaupan toteuttamisen seurauksena Otavan omistus
Alma Mediassa nousee yhteensä 33 008 246 osakkeeseen,
mikä vastaa noin 40,07 prosenttia Alma Media Oyj:n kaikista
osakkeista ja niiden tuottamasta äänimäärästä.

Osavuositarkastuslyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2026 1—3	2025 1—3	Muutos %	2025 1—12
LIIKEVAIHTO	83,1	79,2	4,9	327,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,2	-70,6	0,4
Materiaalit ja palvelut	8,5	8,9	-4,0	33,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	32,5	32,4	0,2	127,1
Poistot ja arvonalentumiset	4,1	4,4	-7,9	18,9
Liiketoiminnan muut kulut	17,7	17,0	3,8	69,8
LIIKEVOITTO	20,3	16,6	22,5	77,8
Rahoitustuotot	0,7	0,1	418,0	0,4
Rahoituskulut	1,5	2,4	-36,7	8,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,1		0,9
TULOS ENNEN VEROJA	19,7	14,4	37,3	70,7
Tuloverot	3,9	3,2	21,0	15,0
TILIKAUDEN VOITTO	15,8	11,2	41,9	55,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:				
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi				
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät				0,0
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi				
Muuntoerot	-1,9	0,9		2,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-1,9	0,9	0,0	2,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	14,0	12,1		58,0
Tilikauden tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	15,7	11,1		55,4
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,0		0,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	13,9	12,1		57,7
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,0		0,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:				
- Tulos/osake laimentamaton	0,19	0,14		0,67
- Tulos/osake laimennettu	0,19	0,13		0,66

Tase

(milj. euroa)	31.3.2026	31.3.2025	31.12.2025
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	322,2	317,9	322,5
Aineettomat hyödykkeet	83,9	91,1	85,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2,7	3,4	2,9
Käyttöoikeusomaisuuserät	29,0	33,8	30,5
Osuudet osakkuusyrietyksissä	3,7	5,8	3,4
Muut rahoitusvarat	3,8	4,1	3,7
Laskennalliset verosaamiset	1,7	0,7	1,7
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	447,0	456,7	450,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,8	0,9	0,8
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,3	0,7	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	43,8	42,1	36,8
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	1,2	1,0	0,9
Rahavarat	58,5	38,3	32,5
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	104,7	83,0	71,1
VARAT YHTEENSÄ	551,7	539,7	521,6
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,9	-0,5	1,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,0	19,0	19,0
Kertyneet voittovarot	189,0	171,9	175,3
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	260,2	243,5	248,3
Määräysvallattomien omistajien osuus	1,2	1,2	1,1
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	261,5	244,6	249,5
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	125,0	135,0	125,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	24,1	29,0	25,5
Laskennalliset verovelat	17,2	17,5	17,3
Eläkeveloitteet	0,2	0,2	0,2
Varaukset	0,2	0,1	0,2
Muut rahoitusvelat	4,8	2,7	4,8
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,1	0,1
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	171,5	184,7	173,0
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	0,0	0,5	0,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	8,0	7,2	8,0
Saadut ennakot	58,6	55,3	46,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,8	3,1	5,7
Ostovelat ja muut velat	48,4	44,3	38,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	118,7	110,4	99,1
VELAT YHTEENSÄ	290,2	295,0	272,1
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	551,7	539,7	521,6

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2026	45,3	7,7	1,0	19,0	175,3	248,3	1,1	249,5
Tilikauden tulos					15,7	15,7	0,1	15,8
Muut laajan tuloksen erät						0,0		0,0
Muuntoerot			-1,9			-1,9		-1,9
Liiketoimet omistajien kanssa								
Tytäryritysten osingonjako						0,0		0,0
Omien osakkeiden hankinta					-0,3	-0,3		-0,3
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksu					-3,3	-3,3		-3,3
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perus teella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					1,7	1,7		1,7
Oma pääoma 31.3.2026	45,3	7,7	-0,9	19,0	189,0	260,2	1,2	261,5
Oma pääoma 1.1.2025	45,3	7,7	-1,3	19,0	161,8	232,5	2,3	234,9
Tilikauden tulos					11,1	11,1	0,0	11,2
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			0,9			0,9		0,9
Liiketoimet omistajien kanssa								
Tytäryritysten osingonjako						0,0		0,0
Omien osakkeiden hankinta					-0,2	-0,2		-0,2
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksu					-2,7	-2,7		-2,7
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perus teella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					0,9	0,9		0,9
Muut muutokset					0,2	0,2		0,2
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					0,6	0,6	-1,2	-0,6
Oma pääoma 31.3.2025	45,3	7,7	-0,5	19,0	171,9	243,5	1,2	244,6

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)	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden voitto	15,8	11,2	55,7
Oikaisuerät	6,8	7,8	42,6
Käyttöpääoman muutos	13,1	8,3	2,5
Saadut osingot	0,0	0,0	0,6
Saadut korot	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,3	-1,5	-5,5
Maksetut verot	-5,6	-3,5	-14,8
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	28,9	22,3	81,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,2	-1,0
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,6	-2,7
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	0,0	-0,2
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	0,0	-13,4	-19,3
Investointien rahavirta yhteensä	-0,7	-14,2	-23,2
Rahavirta ennen rahoitusta	28,2	8,1	58,1
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Omien osakkeiden hankinta	-0,3	-0,2	-2,5
Lainojen nostot	0,0	0,0	24,0
Lainojen takaisinmaksut	0,0	-10,0	-44,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,9	-1,9	-7,2
Maksetut osingot	0,0	0,0	-38,2
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-2,3	-12,1	-67,9
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	26,0	-4,1	-9,8
Rahavarat kauden alussa	32,5	42,5	42,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	-0,1	-0,2
Rahavarat kauden lopussa	58,5	38,3	32,5

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 31.3.2026 kirjattu velkaa 4,8 milj. euroa (4,8 milj. euroa 31.12.2025). Ehdolliset kauppahinnat on luokiteltu käypien arvojen hierarkian tasolle 3.

(milj. euroa)	31.3.2026	31.12.2025
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	4,8	5,9
Uudet velat		0,7
Maksetut velat		-3,8
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella		2,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	4,8	4,8
(milj. euroa)	31.3.2026	31.12.2025
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa	0,1	
Uudet saatavat		0,1
Saadut suoritukset		
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,1	0,1

	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Henkilöstö Suomi	981	997	1020
Henkilöstö muut maat	578	652	629
Henkilöstö yhteensä	1559	1649	1649

Osakkuusyhtiöt

milj. euroa	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Alma Career	0,3	0,1	0,9
Yhteensä	0,3	0,1	0,9

Vastuut

(milj. euroa)	31.3.2026	31.3.2025	31.12.2025
Muiden puolesta annetut vakuudet			0,0
Yhden vuoden kuluessa	0,5	0,5	0,6
1-5 vuoden kuluessa	0,8	0,8	0,7
Yhteensä	1,3	1,3	1,3

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	31.3.2026	31.3.2025	31.12.2025
Korkojohdannaiset			
Kohde-etuuden arvo	80,0	80,0	80,0
Käypä arvo katsauskauden alussa*	1,8	2,7	2,7
Realisoituneet voitot ja tappiot	-0,2	-0,4	-1,0
Realisoitumattomat käyvänarvon muutokset tuloslaskelmassa	0,7	0,1	0,2
Käypä arvo katsauskauden lopussa *	2,3	2,4	1,8
			0,0
Valuuttajohdannaiset			0,0
Kohde-etuuden arvo		7,9	0,0
Käypä arvo katsauskauden alussa*		0,0	0,0
Realisoituneet voitot ja tappiot			0,1
Realisoitumattomat käyvänarvon muutokset tuloslaskelmassa		0,1	0,0
Käypä arvo katsauskauden lopussa *		0,1	0,0

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

** Valuuttajohdannainen eräänä 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)	2026 1—3	2025 1—3	2025 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,4
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,1	0,1	0,3
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,2	0,9
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,1	0,4
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,1	0,1	0,3
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0

Konserni vuosineljänneksittäin

milj. euroa	2026 1—3	2025 10—12	2025 7—9	2025 4—6	2025 1—3
LIIKEVAIHTO	83,1	84,9	79,3	83,7	79,2
Alma Career	27,9	26,4	26,2	27,0	26,7
Alma Marketplaces	30,1	30,4	28,6	29,2	26,9
Alma News Media	25,4	28,3	24,6	27,5	25,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,3	-0,3	-0,2	0,0	-0,3
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	62,7	64,0	56,6	62,6	62,0
Alma Career	16,8	15,9	15,2	15,7	17,0
Alma Marketplaces	20,5	22,0	18,7	20,8	19,5
Alma News Media	21,7	23,0	20,4	22,9	22,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,7	3,0	2,3	3,3	2,7
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	24,5	25,7	27,4	25,7	21,6
Alma Career	11,8	11,2	11,8	12,1	10,5
Alma Marketplaces	11,6	11,4	12,3	10,8	9,6
Alma News Media	4,0	5,7	4,6	5,0	3,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,9	-2,5	-1,3	-2,2	-1,9
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	20,4	21,1	22,7	21,1	17,2
Alma Career	11,2	10,7	11,1	11,4	9,8
Alma Marketplaces	9,5	8,7	9,8	8,4	7,4
Alma News Media	3,7	5,3	4,3	4,6	3,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-4,0	-3,7	-2,5	-3,3	-3,0
% LIIKEVAIHDOSTA	24,6	24,8	28,6	25,2	21,7
Alma Career	40,1	40,4	42,3	42,2	36,6
Alma Marketplaces	31,7	28,8	34,4	28,8	27,5
Alma News Media	14,4	18,9	17,3	16,8	11,6
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,1	-2,4	-0,1	-1,2	-0,6
Alma Career	-0,1	-0,3	-0,1	-0,1	0,0
Alma Marketplaces	0,0	-0,6	-0,2	-1,1	-0,4
Alma News Media	0,0	-0,9	0,2	0,0	-0,2
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,5	0,0	0,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	20,3	18,7	22,6	19,9	16,6
Alma Career	11,1	10,3	11,0	11,3	9,8
Alma Marketplaces	9,5	8,1	9,7	7,3	7,0
Alma News Media	3,7	4,5	4,4	4,6	2,8
Kohdistamattomat toiminnot	-4,0	-4,2	-2,5	-3,3	-3,0
Rahoitustuotot	0,7	0,4	0,3	0,2	-0,4
Rahoituskulut	1,5	8,4	6,6	4,4	1,9
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,3	-0,1	0,4	0,5	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	19,7	17,0	20,8	18,5	14,4
Tuloverot	-3,9	-4,4	-4,1	-3,2	-3,2
TILIKAUDEN TULOS	15,8	12,6	16,7	15,3	11,2

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-tilinpäätösstandardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laadintaperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2025. Vuonna 2025 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laadintaperiaatteisiin. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2025 kanssa.

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

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

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

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

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

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan 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

- Osavuositarkastus tammi-kesäkuulta 2026 keskiviikkona 12.8.2026 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi-syyskuulta 2026 torstaina 29.10.2026 noin klo 8.00