



ALMA

ALMA MEDIA OYJ PUOLIVUOSIKATSAUS
TAMMI-KESÄKUU

12.8.2026

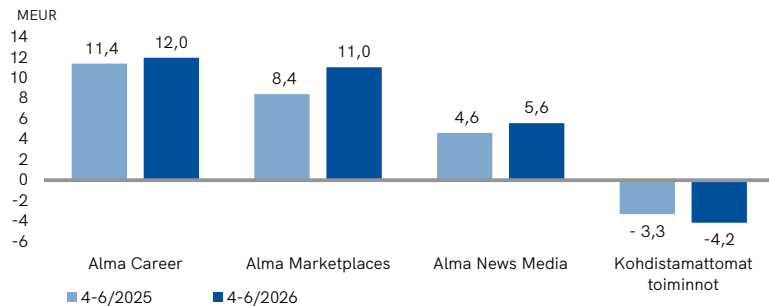
Alma Median puolivuositarkastus tammi-kesäkuu 2026:

Vahva kannattavuus, kaikki segmentit paransivat tulosta

Taloudellinen kehitys huhti-kesäkuussa 2026:

- Liikevaihto 87,9 (83,7) milj. euroa, kasvua 5,0 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 87,1 % (86,2 %).
- Oikaistu liikevoitto 24,4 (21,1) milj. euroa, kasvua 15,6 %, 27,7 % (25,2 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 24,2 (19,9) milj. euroa, kasvua 21,6 %.
- Oikaistu käyttökate 27,9 (25,7) milj. euroa, kasvua 8,5 %.
- Osakekohtainen tulos 0,22 (0,18) euroa, kasvua 21,5 %.
- Alma Career: Liikevaihto kasvoi 5,5 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 4,9 % Tšekin markkinan vahvan kehityksen vetämänä.
- Alma Marketplaces: Liikevaihto kasvoi 9,2 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 31,1 %, kasvun jatkuessa kaikissa liiketoiminnoissa.
- Alma News Media: Liikevaihto kasvoi 1,2 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 20,6 %, ennätysellisellä 20,0 % marginaalilla.

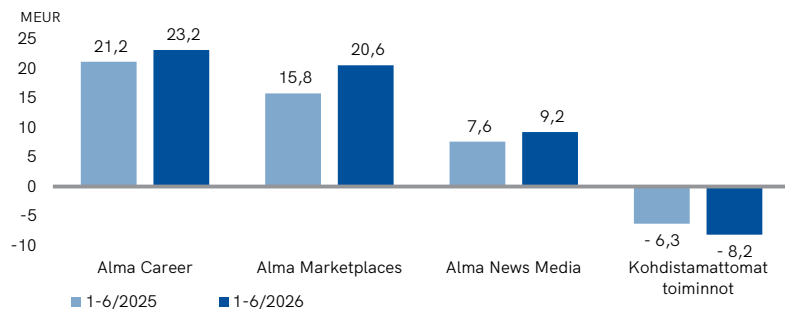
Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Taloudellinen kehitys tammi-kesäkuussa 2026:

- Liikevaihto 171,0 (162,9) milj. euroa, kasvua 4,9 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 86,5 % (85,1 %).
- Oikaistu liikevoitto 44,8 (38,3) milj. euroa, kasvua 16,9 %, 26,2% (23,5 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 44,5 (36,5) milj. euroa, kasvua 22,0 %.
- Oikaistu käyttökate 52,3 (47,3) milj. euroa, kasvua 10,6 %.
- Osakekohtainen tulos 0,41 (0,32) euroa, kasvua 29,9 %.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Toimitusjohtajan katsaus:

Digitaaliset liiketoiminnot ja operatiivinen tehokkuus vahvan kannattavuuden taustalla

Alma Median kasvu jatkui ja kannattavuus parani vuoden toisen neljänneksen aikana. Liikevaihto kasvoi 5,0 % ja oli 87,9 milj. euroa. Digitaalisten liiketoimintojen osuus nousi 87,1 %:iin kokonaisliikevaihdosta.

Oikaistu liikevoitto kasvoi 15,6 % ja oli 24,4 milj. euroa. Oikaistu liikevoittomarginaali parani 27,7 %:iin. Kannattavuuden paraneminen osoittaa strategiamme etenevän suunnitellusti kohti pitkän aikavälin taloudellisia tavoitteitamme. Kannattavuus vahvistui kaikissa liiketoimintasegmenteissä kurinalaisen kustannusten hallinnan, suotuisan portfoliojakauman sekä korkeamman lisäarvon digitaalisten liiketoimintojen osuuden kasvun tukemana.

Taloudellinen asemamme säilyi vahvana. Nettovelka pieneni 21,1 % ja oli 125,1 milj. euroa. Velkaantumisaste oli 51,8 % ja omavaraisuusaste 52,4 %, mikä luo vahvan perustan tulevalle kasvulle ja strategisille investoinneille.

Toimintaympäristö Suomessa pysyi kaksijakoisena, vaikka talousindikaattorit viittasivat edelleen asteittaiseen elpymiseen. Kuluttajien luottamus pysyi vaimeana, mutta sen odotetaan vahvistuvan asteittain ja tukevan kysynnän laajempaa elpymistä. Tässä toimintaympäristössä kansainväliset liiketoimintamme, erityisesti Tšekissä ja Ruotsissa, jatkoivat kasvun vetureina.

Kaikki segmentit paransivat tulostaan

Alma Careerin liikevaihto kasvoi 5,5 % ja oli 28,5 milj. euroa. Paikallisissa valuutoissa liikevaihto kasvoi 4,1 %. Oikaistu liikevoitto nousi 12,0 milj. euroon (11,4), ja oikaistu liikevoittomarginaali säilyi vahvalla tasolla 42,0 %:ssa (42,2 %) huolimatta jatkuvista pilvihiirtymään sekä yhteisen rekrytointialustan kehittämiseen liittyvistä investoinneista. Laskutus paikallisissa valuutoissa kasvoi 3,5 % (Q1/2026: 2,6 %). Kasvua vauhditti kaikkien asiakassegmenttien hyvä kehitys Tšekissä.

Rekrytointipalveluiden kysyntä oli Tšekissä vahvaa Euroopan unionin matalimman työttömyysasteen tukemana. Kroatiaassa rekrytointikysyntä säilyi verrattain vahvana useilla toimialoilla jatkuvista työvoimapulaongelmista huolimatta, ja Baltiassa kysyntä kasvoi maltillisesti. Slovakian markkinatilanne pysyi vaimeana, ja Suomessa korkea työttömyys, työpaikkailmoitusten väheneminen sekä työnantajien varovaisuus heikensivät kysyntää.

Alma Marketplaces jatkoi vahvaa kehitystään. Liikevaihto kasvoi 9,2 % ja oli 31,9 milj. euroa. Oikaistu liikevoitto kasvoi 31,1 % ja oli 11,0 milj. euroa, minkä seurauksena oikaistu liikevoittomarginaali parani 34,6 %:iin (28,8 %). Oikaistu käyttökate kasvoi 16,3 %.

Toteutuneet yritysostosynergiat, toteutetut tehostamistoimet sekä kasvava painotus korkeamman lisäarvon digitaalisiin palveluihin vahvistivat kannattavuutta ja tukevat liiketoiminnan pitkän aikavälin kasvutavoitteita.

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 14,8 %. Orgaanisen kasvun osuus oli 12,8 %. Kasvua tukivat palvelutarjoaman laajentuminen, liikekiinteistöihin liittyvien palveluiden kysynnän kasvu sekä digitaalisten asuntokauppojen määrän jatkuva kasvu. Luokiteltujen ilmoitusten liikevaihto kasvoi 12,4 %, mitä vauhditti laaja-alainen kasvu kaikissa liiketoimintayksiköissä, erityisesti Ruotsissa. Asiakkaiden toimintaan kohdistuvien sääntelyvaatimusten lisääntyminen kasvatti Real Estate Insights -palveluiden kysyntää.

Segmentin muut liiketoiminnot jatkoivat vakaata kasvuaan ja tukivat kannattavuuden paranemista. Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 5,0 % ja oli 9,9 milj. euroa. Insights-liiketoiminnan liikevaihto kasvoi 1,1 %, ja lisenssipohjainen jatkuvalaskutteinen liikevaihto jatkoi kasvuaan. Vertailupalveluissa liikevaihto kasvoi 25,3 %, mitä tuki Effortia-yritysosto.

Alma News Median liikevaihto kasvoi 1,2 % ja oli 27,8 milj. euroa. Ilman myytyjä liiketoimintoja liikevaihto kasvoi 2,6 %. Digitaalisten liiketoimintojen osuus segmentin liikevaihdosta nousi 65,3 %:iin (63,9 %). Mainosmyynti kasvoi 3,8 % ja oli 13,0 milj. euroa (12,6).

Oikaistu liikevoitto kasvoi 20,6 % ja oli 5,6 milj. euroa. Oikaistu liikevoittomarginaali nousi segmentin ennätyksellisen korkealle tasolle, 20,0 %:iin (16,8 %). Digitaalisen sisältöliiketoiminnan ja digitaalisen mainonnan kasvu kompensoi painettuun mediaan liittyvän liiketoiminnan jatkuva laskua.

Digitaalisten tilausten määrä kasvoi 239 000:een, mikä osoittaa sisältöbrändiemme jatkuva vahvuutta sekä kykyämme hankkia ja sitouttaa digitaalisia tilaajia.

Tekoäly ja datakyvykkyudet vahvistavat kilpailukykyä

Menestyminen edellyttää strategista ketteryyttä, jatkuvaa uudistumista ja kykyä pysyä kehityksen kärjessä. Investoimme järjestelmällisesti teknologiaan, dataan ja osaamiseen kaikissa liiketoiminnoissamme. Tekoäly integroidaan yhä vahvemmin osaksi päivittäisiä työprosesseja, mikä tukee tuottavuutta, asiakaskokemusta ja kaupallista tehokkuutta sekä luo uusia mahdollisuuksia asiakasarvon kasvattamiseen.

Tekoälystä ja datasta on muodostumassa yhä tärkeämpi kilpailuedun lähde. Tekoälyn muuttaessa tapoja, joilla asiakkaat löytävät tietoa, tuotteita ja palveluita, menestys perustuu laadukkaaseen dataan, vahvoin brändeihin ja syvälliseen toimialaosamiseen. Alman vahvat markkina-asemat, dataomaisuus ja teknologiset kyvykkyudet luovat vahvan perustan asiakasarvon tuottamiselle yhä tekoälyvetoisemmassa toimintaympäristössä.

Pitkäjänteiset investointimme dataan tukevat tekoälyn tehokasta hyödyntämistä koko konsernissa. Kirjautuneiden käyttäjien määrän kasvu ja asiakasvuorovaikutuksen syveneminen vahvistavat personointia, asiakasymmärrystä ja palveluidemme relevanssia sekä tukevat pitkän aikavälin kannattavaa kasvua.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Toimintaympäristö

Koska konsernin tärkeimmät toimintamaat ovat riippuvaisia ulkomaankaupasta, globaaliin kauppaan ja geopolitiiseen kehitykseen liittyvä epävarmuus voi vaikuttaa Alma Median toimintaympäristöön.

Euroopan komission kevään 2026 talousennusteen mukaan EU:n talouskasvun odotetaan olevan 1,1 %, inflaation 3,1 % ja työttömyysasteen 6,0 % vuonna 2026. Suomen talouskasvun arvioidaan kiihtyvän 0,8 %:iin vuonna 2026. Inflaation ennustetaan olevan 2,4 % ja työttömyysasteen nousevan 10,1 %:iin.

Suomen lisäksi Alma Median keskeisiä markkinoita ovat Tšekki ja Slovakia Keski-Euroopassa sekä Kroatia Etelä-Euroopassa. Euroopan komission ennusteen mukaan bruttokansantuotteen kasvu vuonna 2026 on Tšekissä 1,8 %, Slovakiassa 0,8 % ja Kroatiassa 2,7 %. Työttömyysasteiden arvioidaan olevan Tšekissä 3,1 %, Slovakiassa 5,7 % ja Kroatiassa 4,8 %.

Tuoreimmat talousindikaattorit viittaavat siihen, että talouden elpyminen Suomessa on vahvistumassa. Kansantalouden ennakkotietojen mukaan talouskehityksessä on saavutettu käänne, jota tukevat viennin näkymien paraneminen ja yritysten luottamuksen vahvistuminen. Vaikka kehitys luo aiempaa myönteisemmän näkymän talousaktiiviteetille, vaikutukset asiakaskysyntään ovat toistaiseksi jääneet rajallisiksi. Korkea työttömyys ja edelleen jatkuva epävarmuus painavat kuluttajien luottamusta ja kulutushalukkuutta.

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

Näkymät perustuvat arvioon, jonka mukaan taloudelliset olosuhteet yhtiön keskeisillä markkina-alueilla säilyvät pääosin ennallaan, vaikka markkinoilla on nähtävissä joitakin myönteisiä signaaleja. Markkinoiden epävarmuuden arvioidaan jatkuvan, ja maailmantalouden vaihtelut voivat vaikuttaa markkinoiden kehitykseen.

Toimintaympäristö Suomessa pysyi kaksijakoisena, vaikka talouden tunnusluvut viittasivat edelleen asteittaiseen elpymiseen. Kuluttajien luottamus pysyi vaimeana, mutta sen odotetaan vahvistuvan vähitellen ja tukevan kysynnän laajempaa elpymistä. Konsernin liiketoiminnan hajautuminen useille maantieteellisille markkinoille ja eri liiketoiminta-alueille sekä systemaattinen kulujen hallinta vakauttavat yhtiön toimintaa myös haastavissa markkinaolosuhteissa.

Markkinatilanne Suomen päämarkkina-alueilla

Autoilun markkinakehitys

Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan uusien henkilöautojen ensirekisteröinnit kasvoivat huhti-kesäkuussa 2026 0,7 % ja olivat 20 053 autoa (19 955). Ladattavien ajoneuvojen osuus uusien henkilöautojen ensirekisteröinneistä säilyi yli 60 %:ssa, ja täyssähköautojen rekisteröintien vahva kasvu jatkui.

Käytettyjen henkilöautojen kauppa laski tammi-kesäkuussa 1,5 %. Autoliikkeiden kautta tehtyjen kauppajen määrä väheni 0,8 % ja yksityishenkilöiden välisten kauppajen määrä 2,1 %.

Asumisen markkinakehitys

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton mukaan asuntokaupan volyymit pysyivät heikkoina huhti-kesäkuussa. Käytettyjen asuntojen kauppamäärä oli 11 990, mikä oli 17,1 % vähemmän kuin vuotta aiemmin. Uusien asuntojen myynti jatkui poikkeuksellisen vaimeana, ja kauppajia tehtiin 339 kappaletta, mikä oli 25,7 % vähemmän kuin vertailukaudella.

Omistusasuntomarkkinoilla tarjontaa on edelleen runsaasti, erityisesti pienissä asunnoissa, ja asuntomarkkinoiden elpyminen etenee asteittain. Vuokra-asuntomarkkinoilla runsas tarjonta puolestaan hillitsee vuokrien nousua.

Medialiiketoiminnan markkinakehitys

Fifty5Blue:n (ent. Kantar TNS) mukaan mediamainonnan määrä laski tammi-kesäkuussa yhteensä 4,5 % verrattuna edellisvuoden vastaavaan ajanjaksoon. Verkkomedioiden (+3,5 %), ulkomainonnan (+3,6 %) ja radion (+1,4 %) mainonta kasvoi, kun taas painetun median, television ja elokuvamainonnan volyymit laskivat.

Toimialoitain tarkasteltuna mainosinvestoinnit kasvoivat eniten rahoitus- ja kosmetiikka-aloilla. Suurimmat laskut nähtiin puolestaan telekommunikaation, lääkealan, vaatekaupan sekä öljy- ja energia-alan mainonnassa.

Alma Median tavoitavuus Suomessa

Alma Media tavoittaa laajan yleisön digitaalisten palveluidensa kautta Suomessa, joka on yhtiön päämarkkina-alue. Toisella neljänneksellä konsernin palvelut keräsivät keskimäärin 3,1 miljoonaa viikoittaista kävijää (+2,6 % vertailukaudesta). Käyntitiheys eli se, kuinka usein käyttäjät palaavat palveluihimme, oli keskimäärin 17,1 istuntoa käyttäjää kohden viikossa. Tämä kuvastaa palveluidemme kykyä sitouttaa käyttäjiä sekä tuottaa jatkuvaa arvoa niin mainostajille kuin loppukäyttäjillekin.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 tarjontaamme liiketoiminta-alueidemme arvoketjujen eri vaiheissa ja laajentamalla uusille kansainvälisille markkinoille. Tuemme orgaanista kasvua yritystostoin. Kehitämme jatkuvasti teknologiaa ja osaamistamme muutoksen ja kasvun vauhdittamiseksi.

Keskeinen tavoitteemme on kasvattaa palveluitamme käyttävää sitoutunutta yleisöä ja kehittää asiakkaillemme yhä personoidumpia palveluja. Tuotekehitys on kiinteä osa jatkuvaa liiketoimintaamme, ja kehitämme digitaalisia tuotteitamme ja palveluitamme jatkuvasti asiakasarvon kasvattamiseksi sekä pitkän aikavälin kasvun tukemiseksi monipuolisessa liiketoimintaportfoliossamme.

Jatkamme investointeja dataosaamiseen ja teknologiaan vahvistaaksemme kilpailukykyämme tekoälyn aikakaudella. Keräämme, jalostamme ja kaupallistamme yleisö-, käyttäytymis- ja markkinadataa. Laajennamme tekoälyn hyödyntämistä asiakaskokemuksen sekä tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä, ja rakennamme tekoälyyn liittyviä kehitystiekarttoja osaksi liiketoimintamallejamme.

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

Konsernin yhteiset strategiset ohjelmat strategiakaudella ovat Yleisöt (Audiences) ja tekoäly (Artificial Intelligence). Tekoälytyökalujen laajamittainen käyttöönotto jatkui katsauskaudella, samalla kun henkilöstön osaamista vahvistettiin aktiivisesti. Tekoälyä hyödynnettiin sekä sisäisen tuottavuuden parantamisessa että asiakkaille suunnattujen ratkaisujen kehittämisessä. Yhtiö eteni kohti tekoälyn systemaattisempaa hyödyntämistä keskeisissä liiketoimintaprosesseissa, kun yksittäiset kokeilut kehittyivät toistettaviksi, työnkulkuihin integroiduiksi ja yhä enemmän tiimikohtaisiksi ratkaisuiksi.

Näiden mahdollisuuksien laajempi hyödyntäminen edellyttää muutoksia toimintamalleihin, organisaatorakenteisiin ja työkuviin. Tekoälyn käytön yleistyessä vahvistamme edelleen hallintamalleja ja varmistamme, että tekoälyä hyödynnetään vastuullisesti ja vaatimustenmukaisesti teknologian jatkuvasti kehittyessä. Yleisöt-ohjelman keskeisiä tavoitteita olivat yleisöjen kasvattaminen ja sitouttaminen Alma Median palveluissa, asiakasymmärryksen syventäminen, yhä personoidumpien palveluiden mahdollistaminen sekä asiakkaiden ohjaaminen hyödyntämään laajemmin konsernin palvelutarjontaa. Yhteisen Alma-tunnuksen ansiosta palveluihimme rekisteröityneiden käyttäjien määrä Suomessa ylitti 3 miljoonaa.

Toisella neljänneksellä **Alma Career** keskittyi hinnoittelu- ja tuotemalliensa kehittämiseen sekä palveluidensa laajentamiseen uusille markkinoille. Ohjelmallista rekrytointimainontaa tarjoava Nelisa ja videorekrytointipalvelu Vibes lanseerattiin Kroatiaassa. Nelisan palvelut ovat nyt saatavilla Tšekissä, Slovakiassa ja Kroatiaassa, kun taas Vibes on käytössä Kroatiaassa ja Suomessa. Molempien palveluiden laajentamista uusiin maihin valmistellaan parhaillaan.

Rekrytointiin liittyvien lisäpalveluiden, kuten työnantajavapalveluiden ja HR-työkalujen, kehittämistä jatkettiin asiakasuskollisuuden vahvistamiseksi ja rekrytointimainonnan kysynnän vaihteluiden tasaamiseksi.

Alma Careerin yhteisen alustan ja järjestelmäarkkitehtuurin kehitys eteni rekrytointialustan, pilvisiirtymän ja asiakkuudenhallintajärjestelmän (CRM) osalta. Yhteisen rekrytointialustan kehitys eteni suunnitellusti, ja sen eri osien integrointia jatkettiin aikataulun mukaisesti. Tšekissä Jobs.cz-työpaikkaportaali siirtyy uudelle alustalle kolmannen neljänneksen aikana, minkä jälkeen maan molemmat työpaikkaportaalit toimivat yhteisellä alustalla.

Osana yhteistä alustaa Bosniaan, Kroatiaan ja Pohjois-Makedoniaan otettiin käyttöön yritysasiakkaille suunnattu B2B-portaali, jonka avulla asiakkaat voivat hallinnoida työpaikkailmoituksiaan ja muita palveluja itsepalvelutyökaluilla. Myös tekoälyavusteiseen työnhakuun liittyvien integraatioiden kehittämistä jatkettiin eri portaaleissa.

Pilvisiirtymä Tšekissä eteni suunnitellusti, ja paikalliset datakeskukset suljetaan vuoden 2026 jälkipuoliskolla. Keskitetyn CRM-järjestelmän kehittämistä ja käyttöönottoa jatkettiin. Järjestelmä on jo käytössä Bosniassa, Kroatiaassa ja Pohjois-Makedoniassa, ja sen käyttöönottoa Baltian maissa valmistellaan. Tavoitteena on tehostaa myyntiprosesseja, parantaa asiakas- ja myyntidatan hyödyntämistä sekä mahdollistaa joustavammat tuotekokonaisuudet ja hinnoitteluratkaisut.

Alma Marketplaces jatkoi asiakasarvon kasvattamista tekoälyä hyödyntävien ominaisuuksien ja tuotekehityksen avulla sekä vahvisti edellytyksiä liiketoiminnan pitkän aikavälin kasvuille.

Real Estate -liiketoiminnassa kiinteistöalan ekosysteemin kattavien end-to-end-ratkaisujen kehitystä jatkettiin. OviPro-järjestelmän käyttöönotot etenivät merkittävästi, ja uusia laajoja käyttöönottohankkeita käynnistettiin. DIAS hyötyi edelleen asuntokaupan rakenteellisesta siirtymästä digitaalisiin prosesseihin, ja palvelun kielivalikoimaa laajennettiin ruotsiin ja englanttiin, mikä kasvatti sen tavoitavuutta Suomessa. Nordic Commercial Properties -liiketoiminnassa yhteisen pohjoismaisen alustan kehitys eteni suunnitellusti tukien skaalautuvuutta ja pitkän aikavälin kasvua eri markkinoilla.

Tekoälyyn perustuvien tuoteminaisuuksien kehittämistä jatkettiin kaikilla liiketoiminta-alueilla, ja palveluiden näkyvyyttä hakukoneissa vahvistettiin. Kiinteistönvälittäjien liidigenerointipalveluiden yhteistyötä kehitettiin yhdistämällä eri palveluita verkostoksi. Tekoälyhankkeita edistettiin laaja-alaisesti, ja tuotetiimien toimintamallien kehitys eteni suunnitelmien mukaisesti.

Mobility-liiketoiminnassa painopiste oli alustahankkeissa sekä järjestelmien ja dataliiketoiminnan kehittämisessä. Websales Cloud -alustan asiakaspilotointia laajennettiin, ja valmistelut palvelun kaupallistamiseksi käynnistettiin. GT-X-järjestelmän pilvisiirtymä eteni, uusia datatuotteita kehitettiin autoalan ammattilaisille ja tekoälyn hyödyntämistä tuotekehityksessä lisättiin.

Insights-liiketoiminnassa Edilexin integraatio eteni suunnitellusti. Yritysosasta syntyneet synergiahyödyt tukivat sekä liikevaihdon kehitystä että kannattavuutta laajemman juridisen sisältötarjonnan, vahvistuneiden ristiinmyyntimahdollisuuksien ja kasvaneen asiakaskunnan kautta. Strategisina painopisteinä olivat jatkuvalaskutteen lisenssiliikevaihdon kasvattaminen, tekoälypohjaisten palveluiden, kuten Edilex AI:n, kehittäminen sekä tiedon entistä tiiviimpi integroiminen asiakkaiden päivittäisiin työprosesseihin. Analysointin uudistaminen tekoälypohjaiseksi yritystietopalveluksi eteni, ja DOKS-palvelu käynnisti laajentumisensa Ruotsiin ensimmäisten asiakkaiden myötä. Taustajärjestelmien modernisointia jatkettiin suunnitellusti.

Comparison Services -liiketoiminnassa keskeisiä kehityshankkeita olivat Nettimökin siirtyminen alustan sisäisiin maksuihin, Urakkamaailman maksualustaprojektin eteneminen sekä Effortian integraation viimeistely.

Alma News Media jatkoi strategiansa toteuttamista katsauskaudella kehittämällä digitaalisia tuotteitaan, sisältöjään, portfolioaan ja johtamismallejaan. Kauppalehden tuotevalikoimaa laajennettiin vastaamaan entistä paremmin eri asiakastarpeisiin lanseeraamalla uudet tilauspalvelut Kauppalehti Premium ja Kauppalehti Yritys Mini. Dynaamisen maksumuurin käyttöä laajennettiin tilaajakonversion tukemiseksi ja asiakasarvon kehittämiseksi. Kauppalehden Talousaamu-konseptia kehitettiin edelleen, ja se on vakiinnuttanut asemansa osana Kauppalehden digitaalista sisältötarjontaa.

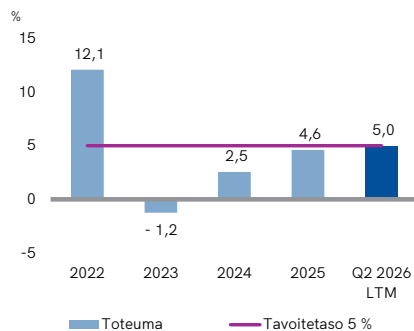
Ilta-lehti julkaisi jalkapallon MM-kisoihin liittyvän Fantasy manager-pelin vahvistaen urheilusisältöjen ja interaktiivisten palveluiden tarjontaan. Aktiivinen portfolion kehittäminen jatkuu, kun Uusi Suomi siirtyy osaksi Ilta-lehteä syksyllä 2026. Järjestely vahvistaa IL Plus Extra -palvelua ja sen sisältötarjontaa.

Tekoälyyn perustuvien työkalujen kehittämistä ja käyttöönottoa jatkettiin sisältötuotannon, myynnin ja tuotekehityksen tukena. Katsauskaudella otettiin käyttöön muun muassa talousuutisoinnin automatisointia tukevia tekoälyratkaisuja. Segmentti vahvisti myös johtamis- ja kehityskyvykkyyksiään edistämällä tuoteliiketoiminnan johtamiseen liittyvää kehitysohjelmaa sekä nimeämällä johtoryhmäänsä tekoälystä vastaavan johtajan.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

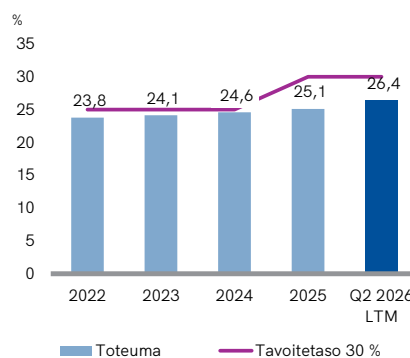
Hallituksen hyväksymät konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 %, oikaistu liikevoittomarginaali yli 30 % ja nettovelan suhde käyttökatteeseen alle 2,5. Tavoitteet heijastavat yhtiön rakennetta, strategiaa ja tahtotilaa tulla johtavaksi alustaratkaisujen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

Liikevaihdon kasvu*



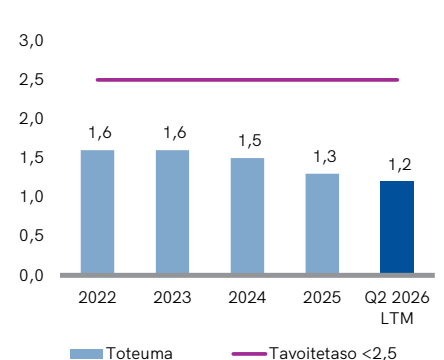
*12kk rullaava

Oikaistu liikevoitto-%*



*12kk rullaava

Nettovelan ja käyttökatteen suhde*



* Oikaistu käyttökatte 12kk rullaava

Konsernin tunnuslukuja

milj. euroa	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	87,9	83,7	5,0	171,0	162,9	4,9	327,1
Luokiteltu	34,5	32,2	7,1	67,8	63,3	7,2	126,5
Digitaaliset palvelut*	19,1	16,8	13,6	37,4	32,7	14,4	68,0
Mainonta*	16,6	16,1	2,6	30,2	29,9	0,9	58,6
Sisältö	13,1	12,7	3,0	25,9	25,4	1,9	50,8
Muut	4,6	5,8	-20,6	9,7	11,6	-16,8	23,2
Digiliiketoiminnan liikevaihto	76,5	72,2	6,0	147,9	138,6	6,6	280,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	87,1 %	86,2 %		86,5 %	85,1 %		85,9 %
Oikaistut kokonaiskulut	63,6	62,6	1,5	126,3	124,7	1,3	245,3
Oikaistu käyttökate	27,9	25,7	8,5	52,3	47,3	10,6	100,4
Käyttökate	27,7	24,5	13,0	52,0	45,5	14,4	96,7
Oikaistu liikevoitto	24,4	21,1	15,6	44,8	38,3	16,9	82,1
% liikevaihdosta	27,7 %	25,2 %		26,2 %	23,5 %		25,1 %
Liikevoitto/-tappio	24,2	19,9	21,6	44,5	36,5	22,0	77,8
% liikevaihdosta	27,5 %	23,8 %		26,0 %	22,4 %		23,8 %
Tilikauden tulos ennen veroja	23,3	18,5	25,8	43,0	32,9	30,8	70,7
Tilikauden tulos	18,6	15,3	21,7	34,4	26,4	30,2	55,7

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

milj. euroa	2026 30.6.	2025 30.6.	Muutos %	2026 30.6.	2025 30.6.	Muutos %	2025 31.12.
Varat				514,9	532,4	-3,3	521,6
Nettovelat				125,1	158,5	-21,1	126,0
Korolliset velat				150,8	194,1	-22,3	158,5
Korottomat velat				122,7	116,3	5,5	113,6
Investoinnit yhteensä	0,9	1,6	-46,6	1,6	15,9	-90,2	22,9
Omavaraisuusaste%				52,4	46,2	13,6	52,6
Gearing%				51,8	71,4	-27,4	50,5

Henkilöstö

	2026 30.6.	2025 30.6.	Muutos %	2026 30.6.	2025 30.6.	Muutos %	2025 31.12.
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 586	1 682	-5,7	1 572	1 665	-5,6	1 649
Telemarkkinoijat keskimäärin	115	135	-14,6	126	135	-6,9	136

Tunnuslukuja

	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	33,0	28,8	14,4	30,0	24,5	22,6	23,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	21,2	17,2	23,5	19,4	14,8	31,0	15,0
Tulos/osake, EUR laimentamaton**	0,22	0,18	21,5	0,41	0,32	29,9	0,67
Tulos/osake, EUR laimennettu**	0,22	0,18	21,0	0,40	0,31	29,3	0,66
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,19	0,19	0,8	0,54	0,46	17,7	0,99
Oma pääoma/osake	2,92	2,68	8,8	2,92	2,68	8,8	3,01
Osinko/osake							0,48
Efektiivinen osinkotuotto%							3,3
Hinta/voittosuhte P/E							21,3
Markkina-arvo				1079,2	1099,8	-1,9	1 182,2
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)**	82 340	82 313		82 340	82 313		82 174
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)**	84 732	84 362		84 732	84 362		84 435
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)***	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

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

** Yhtiö on vuoden 2026 aikana luovuttanut omia osakkeita 232 692 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 42,969 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Huhti-kesäkuu 2026

Alma Median liikevaihto kasvoi 5,0 % ja oli 87,9 (83,7) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa katsauskaudella 0,4 % eli 0,7 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutosten vaikutus toisen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen oli 0,5 % eli 0,4 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja myytyjä liiketoimintoja ja paikallisin valuutoin kasvoi 4,1 %. Konsernin luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 7,5 % paikallisin valuutoin ja oli 34,5 milj. euroa. Koko konsernin mainosliikevaihto oli 16,6 (16,1) milj. euroa ja kasvoi 2,6 % vertailukauteen nähden. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 13,6 % ja oli 19,1 (16,8) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 87,1 % (86,2 %) prosenttiin liikevaihdesta.

Tammi-kesäkuu 2026

Alma Median liikevaihto kasvoi 4,9 % ja oli 171,0 (162,9) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa katsauskaudella 0,8 % eli 2,1 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus ensimmäisen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen oli 0,6 % ja 1,0 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja myytyjä liiketoimintoja ja paikallisin valuutoin kasvoi 3,6 %. Konsernin luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 7,1 % paikallisin valuutoin ja oli 67,8 milj. euroa. Koko konsernin mainosliikevaihto oli 30,2 (29,9) milj. euroa ja oli vertailukauden tasolla. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 14,4 % ja oli 37,4 (32,7) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 86,5 % (85,1 %) prosenttiin liikevaihdesta.

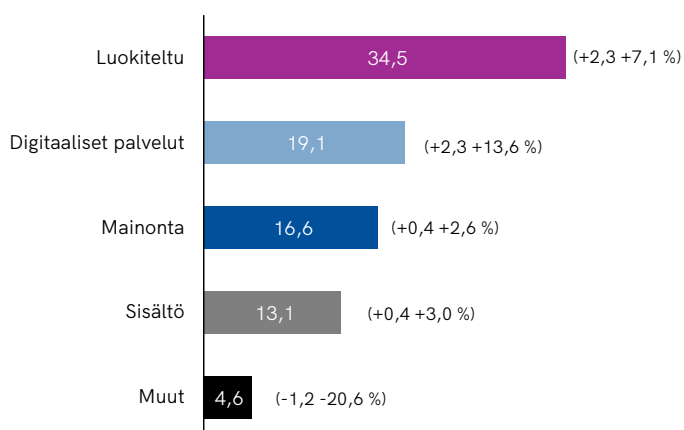
Liikevaihto

milj. euroa	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	28,5	27,0	5,5	56,4	53,7	5,0	106,3
Alma Marketplaces	31,9	29,2	9,2	62,0	56,1	10,4	115,1
Alma News Media	27,8	27,5	1,2	53,2	53,3	-0,2	106,3
Segmentit yhteensä	88,2	83,7	5,4	171,6	163,1	5,2	327,7
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,3	0,0	-762,5	-0,6	-0,2	178,8	-0,6
Yhteensä	87,9	83,7	5,0	171,0	162,9	4,9	327,1

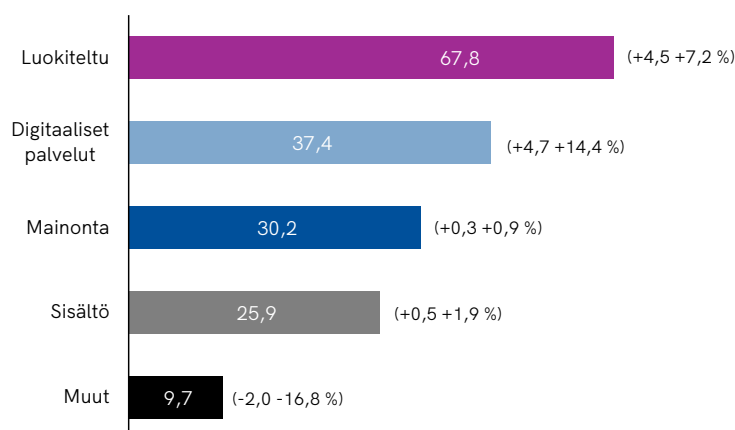
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

(milj. euroa)	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Suomi	57,1	54,9	4,2	110,5	105,9	4,4	213,5
Tsekki	16,7	15,1	11,2	33,3	30,1	10,5	61,8
Muut maat	14,0	13,8	1,6	27,2	26,9	0,9	51,8
Konserni yhteensä	87,9	83,7	5,0	171,0	162,9	4,9	327,1

Liikevaihdon jakauma 4-6/2026



Liikevaihdon jakauma 1-6/2026



* Liikevaihdon jakauma sisältää konsernin sisäisiä eriä.

Tulos

Huhti-kesäkuu 2026

Oikaistu liikevoitto oli 24,4 (21,1) milj. euroa, 27,7 % (25,2 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,2 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,2 milj. euroa. Liikevoitto oli 24,2 (19,9) milj. euroa, joka on 27,5 % (23,8 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 1,0 milj. euroa, kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus oikaistuihin kokonaiskuluihin oli 0,3 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,5 (4,6) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,5 (1,6) milj. euroa.

Tulos oli 18,6 (15,3) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,22 (0,18) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 1,4 (2,1) milj. euroa. Korkojohdannaisopimuksen negatiivinen käyvän arvon muutos oli 0,3 milj. euroa (negatiivinen 0,2 milj. euroa).

Tulos

Tammi-kesäkuu 2026

Oikaistu liikevoitto oli 44,8 (38,3) milj. euroa, 26,2 % (23,5 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,5 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,5 milj. euroa. Liikevoitto oli 44,5 (36,5) milj. euroa, joka on 26,0 % (22,4 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 1,6 milj. euroa, kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus oikaistuihin kokonaiskuluihin oli 1,0 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 7,5 (9,0) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,5 (3,3) milj. euroa.

Tulos oli 34,4 (26,4) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,41 (0,32) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 2,8 (4,4) milj. euroa. Korkojohdannaisopimuksen positiivinen käyvän arvon muutos oli 0,4 milj. euroa (negatiivinen 0,1 milj. euroa).

Oikaistu liikevoitto/-tappio

	2026	2025	Muutos	2026	2025	Muutos	2025
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Career	12,0	11,4	4,9	23,2	21,2	9,3	42,9
Alma Marketplaces	11,0	8,4	31,1	20,6	15,8	30,1	34,4
Alma News Media	5,6	4,6	20,6	9,2	7,6	21,1	17,2
Segmentit yhteensä	28,5	24,4	16,9	52,9	44,6	18,7	94,5
Kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-3,3	25,2	-8,2	-6,3	29,4	-12,4
Yhteensä	24,4	21,1	15,6	44,8	38,3	16,9	82,1

Oikaistut erät

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

Liikevoitto/-tappio

	2026	2025	Muutos	2026	2025	Muutos	2025
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Career	11,9	11,3	4,8	23,0	21,1	9,0	42,4
Alma Marketplaces	11,0	7,3	51,2	20,5	14,3	43,6	32,1
Alma News Media	5,6	4,6	20,6	9,2	7,4	25,1	16,3
Segmentit yhteensä	28,5	23,2	22,5	52,8	42,8	23,3	90,8
Kohdistamattomat toiminnot	-4,3	-3,3	28,0	-8,2	-6,3	30,9	-13,0
Yhteensä	24,2	19,9	21,6	44,5	36,5	22,0	77,8

Tase ja rahavirtalaskelma

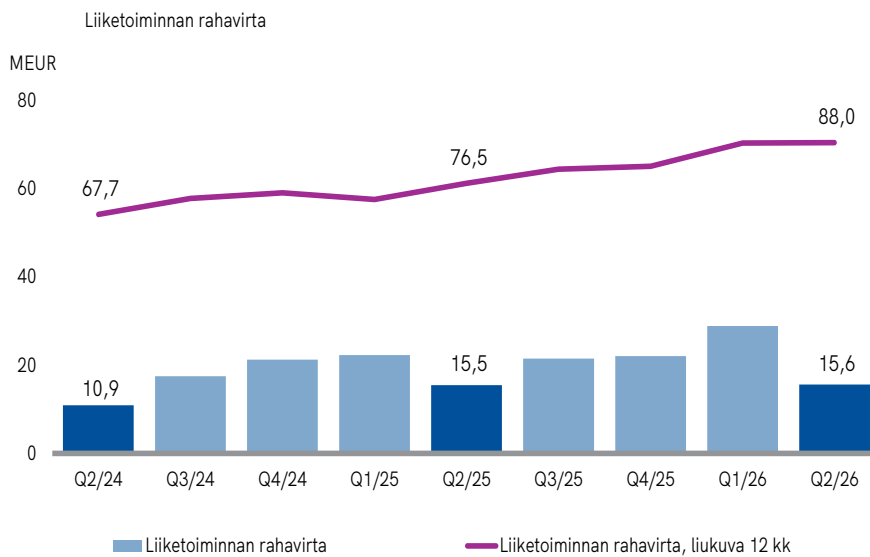
Taseen loppusumma oli kesäkuun 2026 lopussa 514,9 (joulukuun 2025 lopussa 521,6) milj. euroa. Konsernin nettokäyttöpääoma oli -53,7 (-51,5) milj. euroa, sisältäen 54,3 (51,2) milj. euroa saatuja ennakoita. Omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 52,4 % (46,2 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 2,92 (2,68) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta toisella kvartaalilla oli 15,6 (15,5) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli 14,7 (13,8) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä -0,9 milj. euroa.

Toisella kvartaalilla rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen lyhennykset olivat yhteensä 15,0 milj. euroa sekä vuokrasopimusvelkojen maksuja 1,9 milj. euroa. Katsauskauden aikana nostettiin uusia lyhytaikaisia lainoja 10,0 milj. euroa ja maksettiin takaisin pitkäaikaisia lainoja 15,0 milj. euroa.

Ensimmäisen vuosipuoliskon liiketoiminnan rahavirta oli 44,5 (37,8) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli 42,9 (21,9) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä -1,6 milj. euroa.

Ensimmäisen vuosipuoliskon rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen lyhennykset olivat 18,9 (13,9) milj. euroa. Tämä sisälsi pitkäaikaisia rahoituslainojen takaisin maksuja 15,0 milj. euroa. Lisäksi uusia lyhytaikaisia lainoja nostettiin 10,0 milj. euroa.

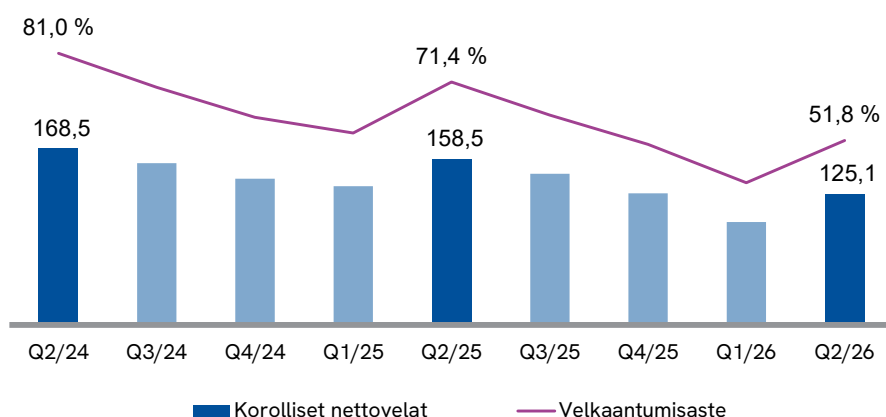


Korolliset nettovelat

	2026	2025	2026	2025	2025
(milj. euroa)	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	132,8	162,9	132,8	162,9	150,5
IFRS16-leasingvelat	22,8	27,9	22,8	27,9	25,5
Rahoituslaitoslainat	110,0	135,0	110,0	135,0	125,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	18,0	31,2	18,0	31,2	8,0
IFRS16-leasingvelat	8,0	7,2	8,0	7,2	8,0
Yritystodistukset	10,0	24,0	10,0	24,0	0,0
Rahavarat	25,7	35,6	25,7	35,6	32,5
Korolliset nettovelat	125,1	158,5	125,1	158,5	126,0

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste

MEUR



Alma Media sopi joulukuussa 2023 uuden 160 milj. euron Term Loan -rahoituslainajärjestelyn. Uusi rahoitusjärjestely korvasi vuonna 2021 solmitun 200 milj. euron rahoitusjärjestelyn, jonka lainapääoma takaisinmaksuhetkellä oli 140 milj. euroa.

Uuden rahoitusjärjestelyn maturiteetti on 36 kuukautta, ja siihen sisältyy 12 ja 24 kuukauden jatko-optiot. Lainaa lyhennettiin vuosina 2024-2025 yhteensä 35 milj. euroa sekä kesäkuussa 2026 vielä 15 milj. euroa. Pitkäaikaisen lainan jäljellä oleva pääoma oli kesäkuun 2026 lopussa 110 milj. euroa.

Alma Media käytti 12 kuukauden jatko-option joulukuussa 2024 ja toisen 12 kuukauden jatko-option joulukuussa 2025. Katsauskauden päättyessä rahoitusjärjestelyn jäljellä oleva maturiteetti oli 30 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 30.6.2026. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.6.2026.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Kesäkuun 2026 lopussa yhtiöllä oli liikkeeseen laskettuja yritystodistuksia 10,0 milj. euroa. Alma Medialla oli kesäkuun 2026 lopussa korollisia velkoja yhteensä 150,8 (194,1) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 125,1 (158,5) milj. euroa.

Toukokuussa 2026 Alma Media uudisti Term Loan -rahoituslainajärjestelyyn liittyvän korkosuojauksensa. Uusi koronvaihtosopimus korvasi kaksi aiempaa korkojohdannaissopimusta, joiden nimellisarvot olivat 50 milj. euroa (erääntyminen joulukuussa 2027) ja 30 milj. euroa (erääntyminen elokuussa 2027).

Uuden korkojohdannaissopimuksen nimellisarvo on 60 milj. euroa, ja se erääntyy joulukuussa 2028. Sopimus on luonteeltaan kiinteäkorkoinen. Uusi korkojohdannaissopimus sisältää aiempien korkojohdannaissopimusten käyvän arvon niiden päättymishetkellä.

Toisen vuosineljänneksen aikana koronvaihtosopimusten käyvän arvon muutos oli -0,3 milj. euroa (-0,2 milj. euroa), ja se kirjattiin rahoituseriin. Katsauskauden lopussa korkojohdannaisten käypä arvo oli 1,9 milj. euroa.

Term Loan -lainan korko on sidottu vaihtuvaan markkinakorkoon. Mikäli lainan viitekorko nousisi vuonna 2026 yhdellä prosenttiyksiköllä, vaikutus vuotuisiin rahoituskuluihin olisi 1,1 milj. euroa. Määräaikaislainaan liittyvät korkojohdannaisten pienentäisivät yhden prosenttiyksikön viitekoron nousun kassavirtavaikutteisia korkokuluja 0,6 milj. eurolla.

Konsernin korollisten velkojen keskimääräinen maksuperusteinen korkokustannus oli Q2:lla 2,9 % (2,8 %).

Alma Medialla oli 30.6.2026 yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia tai suoraan omaan pääomaan kirjattavia ehdollisiin lisäkauppahintoihin tai määräysvallattomien omistusosuuksien lunastamiseen liittyviä eriä 5,0 milj. euroa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2026 toisella kvartaalilla yhteensä 0,9 (1,6) milj. euroa.

Investoinnit kohdistuivat teknologian uudistamiseen, tuotekehitykseen sekä muihin käyttöomaisuuserien lisäyksiin.

Investoinnit segmenteittäin

(milj. euroa)	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Alma Career	0,2	0,1	0,3	0,2	0,5
Alma Marketplaces	0,5	1,1	0,8	15,0	21,4
Alma News Media	0,1	0,2	0,2	0,4	0,6
Segmentit yhteensä	0,8	1,4	1,3	15,6	22,5
Kohdistamattomat	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4
Yhteensä	0,9	1,6	1,6	15,9	22,9

Investoinnit ja yritysostot

(milj. euroa)	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Käyttöomaisuus	0,9	1,4	1,6	2,2	3,9
Yritysostot	0,0	0,3	0,0	13,7	19,0
Yhteensä	0,9	1,6	1,6	15,9	22,9

Poistot

(milj. euroa)	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	3,0	2,9	6,0	5,7	12,3
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	0,5	1,6	1,5	3,3	6,6
Yhteensä	3,5	4,6	7,5	9,0	18,9

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

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoittavat 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 raportoittavat 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 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	28,5	27,0	5,5	56,4	53,7	5,0	106,3
Luokiteltu	23,6	22,1	6,7	46,7	43,8	6,5	86,9
Digitaaliset palvelut	2,9	2,8	6,8	5,8	5,5	6,0	11,4
Mainonta	0,8	0,9	-10,8	1,8	2,0	-10,8	3,1
Muut	1,1	1,2	-8,6	2,1	2,4	-11,5	5,0
Oikaistut kokonaiskulut	16,6	15,7	5,7	33,3	32,6	2,1	63,7
Oikaistu käyttökate	12,5	12,1	3,6	24,3	22,5	7,7	45,5
Käyttökate	12,4	12,0	3,4	24,1	22,5	7,4	45,0
Oikaistu liikevoitto	12,0	11,4	4,9	23,2	21,2	9,3	42,9
% liikevaihdosta	42,0 %	42,2 %		41,0 %	39,4 %		40,4 %
Liikevoitto/-tappio	11,9	11,3	4,8	23,0	21,1	9,0	42,4
% liikevaihdosta	41,7 %	41,9 %		41,0 %	39,3 %		39,9 %
Henkilöstö keskimäärin *	518	577	-10,2	515	583	-11,7	580
Digiliiketoiminnan liikevaihto	27,7	26,6	4,0	54,4	51,7	5,3	104,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	97,2 %	98,5 %		96,4 %	96,2 %		97,8 %

* 11 FTE:tä on siirtynyt konsernitoimintoihin.

Liikevaihto

milj. euroa	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Career North	2,7	2,6	2,6	5,7	5,5	5,3	10,1
Career Central	22,2	20,5	8,3	43,7	40,6	7,7	81,9
Career South	3,7	3,9	-4,9	7,1	7,7	-7,3	14,4
Muut ja eliminoinnit	-0,1	0,0		-0,2	0,0		-0,1

Operatiiviset avainluvut *

Kuukausikeskiarvot (tuhatta)	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Yksittäiset kävijät	5 633	5 798	5 949	6 265	5 860
Työpaikkavahtien käyttäjät	2 217	2 090	2 198	2 068	2 110
Yksittäiset kävijät /työpaikkavahtit **	39,4 %	36,0 %	36,9 %	33,0 %	36,0 %
Maksulliset ilmoitukset, kpl	97	101	97	101	93
Laskutus	8 633	8 339	9 837	9 552	9 163

* Luvut vertailukelpoisin valuutoin.

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

Huhti-kesäkuu 2026

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 5,5 % ja oli 28,5 (27,0) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 4,1 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 3,5 % (Q1/2026: 2,6 %). Laskutuksen kasvua vauhditti erityisesti Tšekin vahva kehitys kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa laskutus oli laskusuunnassa, mutta Kroatiassa se hieman nousi.

Luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 6,7 % ja oli 23,6 (22,1) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta kasvoi 5,4 %. Mainosmyynti laski 10,8 % ja oli 0,8 (0,9) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 6,8 % ja oli 2,9 (2,8) milj. euroa. Myyntiä kasvattivat rekrytoinnin lisäarvopalveluiden ja työnantajamielikkuvapalveluiden kysyntä. Muu liikevaihto laski 8,6 % ja oli 1,1 (1,2) milj. euroa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski Q2:lla 2,8 %, mutta työpaikkavahtien määrä kasvoi 6,1 %. Työpaikkailmoitusten keskimääräinen kuukausimäärä laski 3,9 % Tšekin markkinan kasvusta huolimatta.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 5,7 % ja olivat 16,6 (15,7) milj. euroa. Henkilöstökulujen lasku jatkui aiemmin toteutettujen toimenpiteiden tukemana. IT-kustannuksia kasvattivat pilvipalveluiden käytön lisääntyminen ja yhteiset kehitysinvestoinnit. Paikallisissa valuutoissa oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 4,4 %.

Oikaistu liikevoitto oli 12,0 (11,4) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 42,0 % (42,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 11,9 (11,3) milj. euroa. Katsauskauden ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Tammi-kesäkuu 2026

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 5,0 % ja oli 56,4 (53,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 3,5 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 3,0 % (Q4/2025: 2,3 %). Laskutuksen kasvua vauhditti erityisesti Tšekin vahva kehitys kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa laskutus pysyi vertailukauden tasolla ja Kroatiassa laskutus oli edelleen laskusuunnassa.

Luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 6,5 % ja oli 46,7 (43,8) milj. euroa. Paikallisin valuutoin se kasvoi 5,0 %. Mainosliikevaihto laski 10,8 % ja oli 1,8 (2,0) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 6,0 % ja oli 5,8 (5,5) milj. euroa. Myyntiä kasvattivat rekrytoinnin lisäarvopalveluiden ja työnantajamielikkuvapalveluiden myynti. Muu liikevaihto laski 11,5 % ja oli 2,1 (2,4) milj. euroa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski ensimmäisellä vuosipuoliskolla 5,0 %, mutta työpaikkavahtien määrä kasvoi 6,3 %. Työpaikkailmoitusten keskimääräinen kuukausimäärä laski 4,7 %.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 2,1 % ja olivat 33,3 (32,6) milj. euroa. Henkilöstökulut laskivat, kun taas IT-kulut nousivat pilvipalveluiden käytön ja tuotekehityshankkeiden myötä. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut nousivat 0,7 %.

Oikaistu liikevoitto oli ensimmäisellä vuosipuoliskolla 23,2 (21,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 41,0 % (39,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 23,0 (21,1) milj. euroa. Katsauskauden ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

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 Autohuuttoa, Tukkuautot.fi:tä ja Baanaa.

Insights-liiketoimintayksikkö tarjoaa analysoitua yritysten 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

	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
milj. euroa							
Liikevaihto	31,9	29,2	9,2	62,0	56,1	10,4	115,1
Luokiteltu	10,9	10,0	9,5	21,3	19,3	10,2	39,1
Digitaaliset palvelut*	16,2	14,0	15,2	31,5	27,2	16,0	56,8
Mainonta*	2,9	2,8	3,7	5,2	4,9	5,4	9,8
Muut	1,9	2,4	-20,2	4,0	4,7	-15,1	9,4
Oikaistut kokonaiskulut	20,9	20,8	0,4	41,4	40,3	2,8	81,1
Oikaistu käyttökate	12,5	10,8	16,3	24,1	20,4	18,3	44,0
Käyttökate	12,5	9,7	29,8	24,1	18,9	27,6	42,1
Oikaistu liikevoitto	11,0	8,4	31,1	20,6	15,8	30,1	34,4
% liikevaihdosta	34,6 %	28,8 %		33,2 %	28,2 %		29,9 %
Liikevoitto/-tappio	11,0	7,3	51,2	20,5	14,3	43,6	32,1
% liikevaihdosta	34,6 %	25,0 %		33,1 %	25,5 %		27,9 %
Henkilöstö keskimäärin	384	410	-6,3	380	394	-3,5	389
Digiliiketoiminnan liikevaihto	30,9	28,0	10,4	60,0	53,9	11,3	110,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	96,9 %	95,9 %		96,7 %	96,0 %		95,9 %

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

Liikevaihto

	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
milj. euroa							
Real estate	12,6	11,0	14,8	24,4	21,2	15,4	43,4
Mobility	9,9	9,4	5,0	19,1	18,2	5,3	37,0
Comparison services	2,6	2,1	25,3	5,1	4,1	25,8	8,8
Insights	6,8	6,7	1,1	13,3	12,7	5,1	25,9
Muut ja eliminoinnit	0,0	0,0		-0,1	0,0		0,0

Real estate

	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)							
Kävijätavoittavuus*	1 044	956	9,2	1 025	942	8,8	958
Keskimääräiset listaukset**	245	236	3,9	239	225	6,1	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

	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)*							
Kävijätavoittavuus	1 008	904	11,6	948	884	7,3	893
Keskimääräiset listaukset	216	234	-7,5	208	229	-9,1	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

Huhti-kesäkuu 2026

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi 9,2 % ja oli 31,9 (29,2) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 6,7 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 96,9 % (95,9 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 14,8 %. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,2 milj. euroa ja orgaaninen liikevaihdon kasvu oli 12,8 %. Kasvua tuki laajentuva palveluportfolio. Luokiteltu liikevaihto kasvoi 12,4 %, kasvun tukemana kaikissa liiketoiminnoissa, erityisesti Ruotsissa. 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 9,2 % ja keskimääräiset listaukset 3,9 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 5,0 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 5,6 % ja digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi tuotekehityksen ja tuotteistuksen vauhdittamana 5,2 %. Mobilityn markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrät kasvoivat 11,6 % ja ilmoitusmäärät laskivat 7,5 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 1,1 %. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen ja printtituotteiden menekin laskua.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 25,3 % Effortia-sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla 20,9 (20,8) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 0,7 milj. euroa. Oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,0 %, kun yritysostojen ja -myyntien vaikutus jätetään huomioimatta.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 11,0 (8,4) milj. euroa, 34,6 % (28,8 %) liikevaihdosta, kun oikaistu käyttökate (EBITDA) kasvoi 16,3 %. Oikaistu liiketulos sisältää yritysostoihin liittyviä hankintamenojen kohdistamisesta syntyneitä poistoja 0,4 (1,4) milj. euroa. Katsauskaudella ei kirjattu oikaisueriä, kun taas vertailukauden oikaisuerät liittyivät yritysostoihin liittyviin transaktiokustannuksiin.

Segmentin liikevoitto oli 11,0 (7,3) milj. euroa.

Tammi-kesäkuu 2026

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi 10,4 % ja oli 62,0 (56,1) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 6,6 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 96,7 % (96,0 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 15,4 %. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,5 milj. euroa ja orgaaninen liikevaihdon kasvu oli 13,3 %. Kasvua tuki laajentuva palveluportfolio. Luokiteltu liikevaihto kasvoi 14,4 % 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 8,8 % ja keskimääräiset listaukset 6,1 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 5,3 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 4,6 % ja digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi tuotekehityksen ja tuotteistuksen vauhdittamana 6,3 %. Mobilityn markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrät kasvoivat 7,3 % ja ilmoitusmäärät laskivat 9,1 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 5,1 % Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan myötä. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta kasvoi 1,0 %. Toteutuneet yritysostosynergiat, uudelleenjärjestelytoimenpiteet sekä kasvava painotus korkeamman lisäarvon digitaalisiin palveluihin ovat parantaneet kannattavuutta.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 25,8 % Effortia-sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 2,8 % ja olivat 41,4 (40,3) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 2,1 milj. euroa. Oikaistut kokonaiskulut laskivat, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta 2,4 %.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 20,6 (15,8) milj. euroa, 33,2 % (28,2 %) liikevaihdosta, kun oikaistu käyttökate (EBITDA) kasvoi 18,3 %. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä ja vertailukauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä sekä yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,4 (2,9) milj. euroa.

Segmentin liikevoitto oli 20,5 (14,3) 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 kuluttajamediat Ampparit ja MikroBitti.

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

Alma News Media toimii Suomessa.

Avainluvut

milj. euroa	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	27,8	27,5	1,2	53,2	53,3	-0,2	106,3
Mainonta	13,0	12,6	3,8	23,6	23,3	1,4	46,3
-josta digitaalista	85,5 %	85,5 %		84,7 %	84,1 %		84,5 %
Sisältö	13,1	12,7	3,0	25,9	25,4	1,9	50,8
-josta digitaalista	53,5 %	50,4 %		53,8 %	50,0 %		51,1 %
Muut	1,6	2,2	-24,8	3,7	4,6	-20,4	9,2
Oikaistut kokonaiskulut	22,2	22,9	-2,8	44,0	45,7	-3,8	89,1
Oikaistu käyttökate	5,8	5,0	16,6	9,8	8,4	16,6	18,8
Käyttökate	5,8	5,0	16,6	9,8	8,2	20,1	17,8
Oikaistu liikevoitto	5,6	4,6	20,6	9,2	7,6	21,1	17,2
% liikevaihdosta	20,0 %	16,8 %		17,4 %	14,3 %		16,2 %
Liikevoitto/-tappio	5,6	4,6	20,6	9,2	7,4	25,1	16,3
% liikevaihdosta	20,0 %	16,8 %		17,4 %	13,8 %		15,3 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	414	424	-2,4	403	418	-3,7	419
Telemarkkinoijat keskimäärin	115	135	-14,6	126	135	-6,9	136
Digiliiketoiminnan liikevaihto	18,2	17,5	3,5	33,9	33,2	2,3	66,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	65,3 %	63,9 %		63,8 %	62,2 %		62,6 %

Huhti-kesäkuu 2026

Alma News Media -segmentin liikevaihto kasvoi 1,2 % ja oli 27,8 (27,5) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto kasvoi 2,6 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 65,3 % (63,9 %).

Sisältöliikevaihto vahvistui 3,0 % 13,1 (12,7) milj. euroon. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 9,3 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 2,4 % ja painettu tilausmyynti laski 4,4 %. Digitilausten yhteismäärä nousi 239 000:een.

Mainonnan liikevaihto kasvoi 3,8 % ja oli 13,0 (12,6) milj. euroa. Digitaalisen mainonnan liikevaihto kasvoi 3,8 % ja printtimainonnan liikevaihto pysyi vertailukauden tasolla.

Muu liikevaihto laski 24,8 % ja oli 1,6 (2,2) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto laski 8,3 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,8 % ja olivat 22,2 (22,9) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden oikaistut kokonaiskulut pysyivät vertailukauden tasolla.

Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 5,6 (4,6) milj. euroon ja liikevoitto 5,6 (4,6) milj. euroon.

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

Tammi-kesäkuu 2026

Vuoden ensimmäisellä puoliskolla Alma News Media -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 53,2 (53,3) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto kasvoi 1,4 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 63,8 % (62,2 %).

Sisältöliikevaihto vahvistui 1,9 % 25,9 (25,4) milj. euroon. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 9,6 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 4,3 % ja painettu tilausmyynti laski 7,2 %. Digitilausten yhteismäärä nousi 239 000:een.

Mainonnan liikevaihto kasvoi 1,4 % ja oli 23,6 (23,3) milj. euroa. Digitaalinen mainosmyynti kasvoi 2,1 % ja printtimainonnan liikevaihto laski 1,8 %.

Muu liikevaihto laski 20,4 % ja oli 3,7 (4,6) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto laski 2,0 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,8 % ja olivat 44,0 (45,7) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden oikaistut kokonaiskulut laskivat 1,6 % printtisidonnaisten kulujen laskun johdosta.

Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 9,2 (7,6) milj. euroon ja liikevoitto 9,2 (7,4) milj. euroon.

Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,1 (0,3) milj. euroa.

Segmenttikohtaiset varat ja velat

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

Varat

(milj. euroa)	30.6.2026	30.6.2025	31.12.2025
Alma Career	89,8	91,9	89,2
Alma Marketplaces	286,8	285,1	283,3
Alma News Media	72,0	72,9	72,0
Segmentit yhteensä	448,7	449,9	444,6
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	66,2	82,5	77,0
Yhteensä	514,9	532,4	521,6

Velat

(milj. euroa)	30.6.2026	30.6.2025	31.12.2025
Alma Career	48,9	47,1	45,3
Alma Marketplaces	19,9	31,0	28,9
Alma News Media	23,8	18,2	16,8
Segmentit yhteensä	92,5	96,3	91,0
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	180,9	214,1	181,1
Yhteensä	273,5	310,4	272,1

Vastuullisuustoimet katsantokaudella

Alma Median tarkoituksena on edistää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävästä kasvusta tarjoamalla laadukasta, moniarvoista sisältöä sekä turvallisia digipalveluita. Yhtiön kestävyys-tavoitteet liittyvät ilmastomuutokseen, henkilöstön osaamisen kehittämiseen ja sitoutumiseen, vastuulliseen markkinointiin ja journalismiin, datan huolelliseen käsittelyyn sekä eettisesti kestävä 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 % noin 21 800 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 (ks. alla).

Sosiaalinen vastuu: Henkilöstön osaamisen kehittyminen on yhtiön strateginen menestystekijä. Sillä on koko henkilöstön kat-

tava 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 ketteryys ja resilienssi. Lisäksi tekoälyn aikakaudella korostuvat tekoäly- ja datalukutaito sekä työn uudelleen suunnittelu.

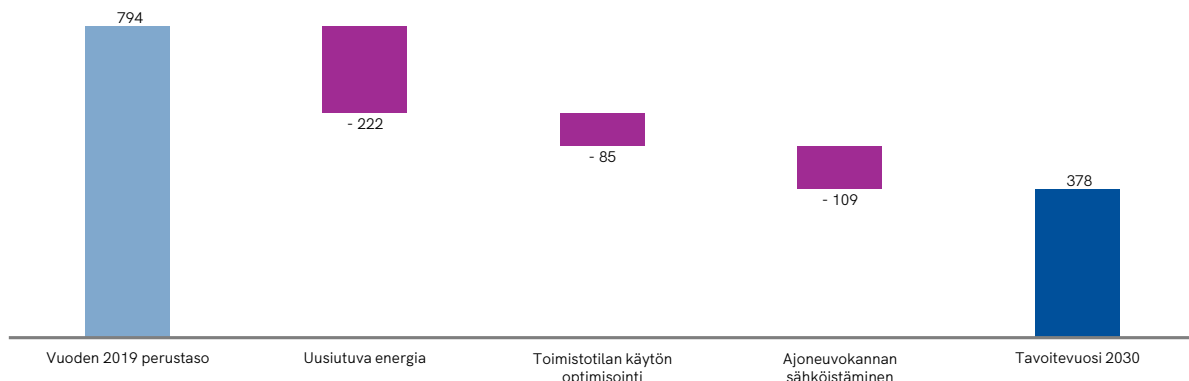
Konsernin tekoälyohjelma edistää tekoälyn käyttöönottoa koko konsernissa poikkifunktionaalisten työvirtojen, yhteisten tavoitteiden ja yhteistyön avulla. Q2:lla ohjelmassa edettiin tekoälykyykyksien laajamittaisessa käyttöönotossa yhteisten teknologiaratkaisujen, investointien ja asiantuntijapalveluiden tukemana.

Alma Media jatkoi myös valmistautumista EU:n palkka-avoimuus-direktiiviin toteuttamalla tehtävien vaativuuden ja samanarvoisen työn arviointia tukevia toimenpiteitä.

Henkilöstön sitoutuneisuutta mittaava Peakon Engagement Index oli 7,6, mikä vastasi teknologia-alan vertailutasoa. Q2:lla toteutettuun Alma Voice -henkilöstökyselyyn osallistui 84 % Alma Median henkilöstöstä kymmenessä eri 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). Q2:lla yhtiö päivitti tekoälyn hallintamallinsa ja konsernitason ohjeistuksensa varmistaakseen tekoälyn vastuullisen, läpinäkyvän ja sääntelyn mukaisen hyödyntämisen koko organisaatiossa.

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



	Aihe	KPI	Tulokset 2025	Tavoite 2026
Ympäristö	Hiilijalanjälki Oma toiminta (Scope 1 & 2)	Sähkön, lämmityksen ja jäähdytyksen 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. /teknologiassektori
	Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia, datan ja asiakastiedon käsittely huolellista	0 kpl	0 kpl vakavia tietoturvaloukkauksia, joista viranomainen langettai sakon
	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 %

Osake ja osakemarkkinat

Huhti-kesäkuussa 2026 NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 858 510 Alma Median osaketta, mikä vastasi 2,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätoskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2026 oli 13,10 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 12,30 euroa ja ylin 14,35 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 1 079 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 42 969 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

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

Alma Media 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 osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Katsantokaudella yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Otavan omistusosuuden kasvu

Toisen vuosineljänneksen aikana Otava Oy sai Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksynnän 24.2.2026 julkistetulle 700 000 Alma Median osakkeen hankinnalle ja toteutti kaupan. Kaupan toteututtua Otavan omistus Alma Mediassa nousi 33 008 246 osakkeeseen, mikä vastaa noin 40,07 % yhtiön kaikista osakkeista ja äänistä. Kaupan seurauksena Otava sai Alma Mediassa tosiasiallisen määräysvallan (de facto control). Alma Media jatkaa kuitenkin toimintaansa itsenäisenä pörssilistattuna yhtiönä.

Hallituksen järjestäytyminen

Otavan osakekaupan toteutumisen jälkeen Alma Median hallituksen kokoonpano järjestäytyi uudelleen toisella vuosineljänneksellä. Hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Alexander Lindholm, ja aiemmin puheenjohtajana toiminut Catharina Stachelberg-Hammarén valittiin hallituksen varapuheenjohtajaksi.

Muutokset konsernin johtoryhmässä

Alma Median konsernin johtoryhmän jäsen Mikko Korttila (63), joka vastaa lakiasioista, yritysjärjestelyistä ja yrityskehityksestä, jää eläkkeelle alkuvuonna 2027. Hänen seuraajakseen on nimitetty Tiina Kerttula (45), joka aloittaa tehtävässään 1.1.2027. Kerttula on työskennellyt Alma Mediassa vuodesta 2011 lähtien, viimeksi Senior Legal Counsel -tehtävässä.

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 tietosuojaan, 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 liiketoimintalue 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 heikommin tuottavien AI-investointien kautta.

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

Puolivuosisikatsauslyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2026 4—6	2025 4—6	Muutos %	2026 1—6	2025 1—6	Muutos %	2025 1—12
LIIKEVAIHTO	87,9	83,7	5,0	171,0	162,9	4,9	327,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,0	344,5	0,1	0,2	-30,9	0,4
Materiaalit ja palvelut	8,9	8,2	8,2	17,4	17,1	1,8	33,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	33,6	33,7	-0,5	66,1	66,2	-0,1	127,1
Poistot ja arvonalentumiset	3,5	4,6	-24,3	7,5	9,0	-16,3	18,9
Liiketoiminnan muut kulut	17,9	17,3	3,2	35,6	34,4	3,5	69,8
LIKEVOITTO	24,2	19,9	21,6	44,5	36,5	22,0	77,8
Rahoitustuotot	0,5	0,2	169,1	1,0	0,2	315,9	0,4
Rahoituskulut	1,4	2,1	-31,6	2,8	4,4	-37,7	8,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,0	0,5		0,3	0,6	-51,3	0,9
TULOS ENNEN VEROJA	23,3	18,5	25,8	43,0	32,9	30,8	70,7
Tuloverot	4,7	3,2	45,5	8,6	6,4	33,3	15,0
TILIKAUDEN VOITTO	18,6	15,3	21,7	34,4	26,4	30,2	55,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät				0,0			0,0
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	1,2	-0,1		-0,7	0,9		2,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	1,2	-0,1	0,0	-0,7	0,9	0,0	2,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	19,7	15,2		33,7	27,3		58,0
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	18,4	15,2		34,1	26,3		55,4
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,1		0,3	0,1		0,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	19,6	15,1		33,5	27,1		57,7
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,1		0,3	0,1		0,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,22	0,18		0,41	0,32		0,67
- Tulos/osake laimennettu	0,22	0,18		0,40	0,31		0,66

Tase

(milj. euroa)	30.6.2026	30.6.2025	31.12.2025
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	322,4	317,9	322,5
Aineettomat hyödykkeet	82,8	89,2	85,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2,7	3,4	2,9
Käyttöoikeusomaisuuserät	27,7	32,6	30,5
Osuudet osakkuusyrityksissä	3,4	6,2	3,4
Muut rahoitusvarat	3,9	3,9	3,7
Laskennalliset verosaamiset	1,7	1,8	1,7
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	444,6	455,0	450,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,8	0,9	0,8
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,6	1,2	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	42,5	38,8	36,8
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,8	0,9	0,9
Rahavarat	25,7	35,6	32,5
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	70,3	77,4	71,1
VARAT YHTEENSÄ	514,9	532,4	521,6
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	0,3	-0,5	1,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,0	19,0	19,0
Kertyneet voittovarot	168,3	149,4	175,3
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	240,6	221,0	248,3
Määräysvallattomien omistajien osuus	0,9	1,0	1,1
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	241,5	222,0	249,5
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	110,0	135,0	125,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	22,8	27,9	25,5
Laskennalliset verovelat	17,2	17,2	17,3
Eläkevelvoitteet	0,2	0,2	0,2
Varaukset	0,2	0,1	0,2
Muut rahoitusvelat	5,1	3,2	4,8
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,1	0,1
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	155,6	183,7	173,0
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	10,0	24,0	0,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	8,0	7,2	8,0
Saadut ennakot	54,3	51,2	46,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,0	4,2	5,7
Ostovelat ja muut velat	42,6	40,0	38,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	117,9	126,7	99,1
VELAT YHTEENSÄ	273,5	310,4	272,1
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	514,9	532,4	521,6

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pää- oma							
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2026	45,3	7,7	1,0	19,0	175,3	248,3	1,1	249,5
Tilikauden tulos					34,1	34,1	0,3	34,4
Muut laajan tuloksen erät						0,0		0,0
Muuntoerot			-0,7			-0,7		-0,7
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-39,5	-39,5		-39,5
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,5	-0,5
Omien osakkeiden hankinta					-0,9	-0,9		-0,9
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksu					-3,3	-3,3		-3,3
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					3,5	3,5		3,5
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintaan liittyvän ehdollisen kauppahintavelan käyvän arvon muutos					-0,9	-0,9		-0,9
Oma pääoma 30.6.2026	45,3	7,7	0,3	19,0	168,3	240,6	0,9	241,5
Oma pääoma 1.1.2025	45,3	7,7	-1,3	19,0	161,8	232,5	2,3	234,9
Tilikauden tulos					26,3	26,3	0,1	26,4
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			0,9			0,9		0,9
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-37,9	-37,9		-37,9
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,3	-0,3
Omien osakkeiden hankinta					-0,6	-0,6		-0,6
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksu					-2,7	-2,7		-2,7
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					2,1	2,1		2,1
Muut muutokset					0,2	0,2		0,2
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintaan liittyvän ehdollisen kauppahintavelan käyvän arvon muutos					0,1	0,1	-1,2	-1,1
Oma pääoma 30.6.2025	45,3	7,7	-0,5	19,0	149,4	221,0	1,0	221,9

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)	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	18,6	15,3	34,4	26,4	55,7
Oikaisuerät	11,1	10,8	17,9	18,6	42,6
Käyttöpääoman muutos	-7,4	-3,7	5,7	4,6	2,5
Saadut osingot	0,4	0,3	0,4	0,3	0,6
Saadut korot	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,1	-1,3	-2,4	-2,8	-5,5
Maksetut verot	-6,0	-5,8	-11,6	-9,3	-14,8
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	15,6	15,5	44,5	37,8	81,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,2	-0,5	-0,3	-0,7	-1,0
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,7	-0,8	-1,2	-1,3	-2,7
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	-0,2	0,0	-0,2	-0,2
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	0,0	-0,3	0,0	-13,7	-19,3
Investointien rahavirta yhteensä	-0,9	-1,6	-1,6	-15,9	-23,2
Rahavirta ennen rahoitusta	14,7	13,8	42,9	21,9	58,1
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	-0,5	-0,4	-0,9	-0,6	-2,5
Lainojen nostot	10,0	24,0	10,0	24,0	24,0
Lainojen takaisinmaksut	-15,0	0,0	-15,0	-10,0	-44,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,9	-1,9	-3,9	-3,9	-7,2
Maksetut osingot	-40,0	-38,2	-40,0	-38,2	-38,2
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-47,5	-16,5	-49,8	-28,7	-67,9
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-32,8	-2,7	-6,9	-6,8	-9,8
Rahavarat kauden alussa	58,5	38,3	32,5	42,5	42,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,2
Rahavarat kauden lopussa	25,7	35,6	25,7	35,6	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 30.6.2026 kirjattu velkaa 5,1 milj. euroa (4,8 milj. euroa 31.12.2025). Ehdolliset kauppahinnat on luokiteltu käypien arvojen hierarkian tasolle 3.

(milj. euroa)	30.6.2026	31.12.2025
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	4,8	5,9
Uudet velat		0,7
Maksetut velat		-3,8
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,3	2,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	5,1	4,8
(milj. euroa)	30.6.2026	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 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Henkilöstö Suomi	1014	1047	997	1022	1020
Henkilöstö muut maat	571	635	575	643	629
Henkilöstö yhteensä	1586	1682	1572	1665	1649

Osakkuusyhtiöt

milj. euroa	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Alma Career	0,0	0,5	0,3	0,6	0,9
Yhteensä	0,0	0,5	0,3	0,6	0,9

Vastuut

(milj. euroa)	30.6.2026	30.6.2025	31.12.2025
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Yhden vuoden kuluessa	0,6	0,7	0,6
1-5 vuoden kuluessa	0,7	0,5	0,7
Yhteensä	1,3	1,2	1,3

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	30.6.2026	30.6.2025	31.12.2025
Korkojohdannaiset			
Kohde-etuuden arvo	60,0	80,0	80,0
Käypä arvo katsauskauden alussa*	1,8	2,7	2,7
Realisoituneet voitot ja tappiot	-0,3	-0,7	-1,0
Realisoitumattomat käyvänarvon muutokset tuloslaskelmassa	0,4	-0,1	0,2
Käypä arvo katsauskauden lopussa *	1,9	1,9	1,8
Valuuttajohdannaiset			
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 johdannaisspositiot 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)	2026 4—6	2025 4—6	2026 1—6	2025 1—6	2025 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteisö, jolla on merkittävä vaikutusvalta	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	0,0	0,1	0,2	0,2	0,3
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,2	0,3	0,3	0,5	0,9
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2
Yhteisö, jolla on merkittävä vaikutusvalta	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteisö, jolla on merkittävä vaikutusvalta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteisö, jolla on merkittävä vaikutusvalta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Konserni vuosineljänneksittäin

milj. euroa	2026 4—6	2026 1—3	2025 10—12	2025 7—9	2025 4—6
LIKEVAIHTO	87,9	83,1	84,9	79,3	83,7
Alma Career	28,5	27,9	26,4	26,2	27,0
Alma Marketplaces	31,9	30,1	30,4	28,6	29,2
Alma News Media	27,8	25,4	28,3	24,6	27,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,3	-0,3	-0,3	-0,2	0,0
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	63,6	62,7	64,0	56,6	62,6
Alma Career	16,6	16,8	15,9	15,2	15,7
Alma Marketplaces	20,9	20,5	22,0	18,7	20,8
Alma News Media	22,2	21,7	23,0	20,4	22,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,9	3,7	3,0	2,3	3,3
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	27,9	24,5	25,7	27,4	25,7
Alma Career	12,5	11,8	11,2	11,8	12,1
Alma Marketplaces	12,5	11,6	11,4	12,3	10,8
Alma News Media	5,8	4,0	5,7	4,6	5,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,0	-2,9	-2,5	-1,3	-2,2
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	24,4	20,4	21,1	22,7	21,1
Alma Career	12,0	11,2	10,7	11,1	11,4
Alma Marketplaces	11,0	9,5	8,7	9,8	8,4
Alma News Media	5,6	3,7	5,3	4,3	4,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-4,0	-3,7	-2,5	-3,3
% LIIKEVAIHDESTA	27,7	24,6	24,8	28,6	25,2
Alma Career	42,0	40,1	40,4	42,3	42,2
Alma Marketplaces	34,6	31,7	28,8	34,4	28,8
Alma News Media	20,0	14,4	18,9	17,3	16,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,2	-0,1	-2,4	-0,1	-1,2
Alma Career	-0,1	-0,1	-0,3	-0,1	-0,1
Alma Marketplaces	0,0	0,0	-0,6	-0,2	-1,1
Alma News Media	0,0	0,0	-0,9	0,2	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,0	-0,5	0,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	24,2	20,3	18,7	22,6	19,9
Alma Career	11,9	11,1	10,3	11,0	11,3
Alma Marketplaces	11,0	9,5	8,1	9,7	7,3
Alma News Media	5,6	3,7	4,5	4,4	4,6
Kohdistamattomat toiminnot	-4,3	-4,0	-4,2	-2,5	-3,3
Rahoitustuotot	0,5	0,7	0,1	0,2	0,2
Rahoituskulut	1,4	1,5	1,7	2,3	2,1
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,0	0,3	-0,1	0,4	0,5
TULOS ENNEN VEROJA	23,3	19,7	17,0	20,8	18,5
Tuloverot	-4,7	-3,9	-4,4	-4,1	-3,2
TILIKAUDEN TULOS	18,6	15,8	12,6	16,7	15,3

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

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

Puolivuosikatsauksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2025. Vuonna 2026 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laatimisperiaatteisiin. Puolivuosikatsaus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen puolivuosikatsausta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2025 kanssa.

Puolivuosikatsauksen 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 $\text{digiliiketoiminta/liikevaihto} \cdot 100$. Puolivuosikatsauksen 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
- Oikaistut kokonaiskulut
- 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 tulosvaikuttiset 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 printtilauksista, 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-syyskuulta 2026 torstaina 29.10.2026 noin klo 8.00