



ALMA MEDIA OYJ
Q3 OSAVUOSIKATSAUS 2026

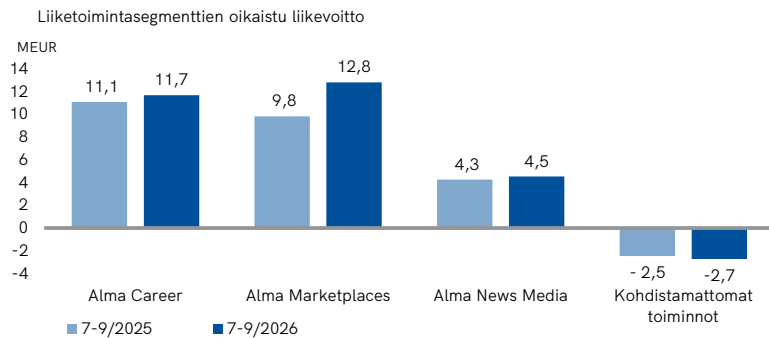
29.10.2026

Alma Median osavuositarkastus tammi-syyskuu 2026:

Liikevaihto kasvoi 6,3 % ja oikaistu liikevoitto vahvistui 15,8 % kolmannella vuosineljänneksellä

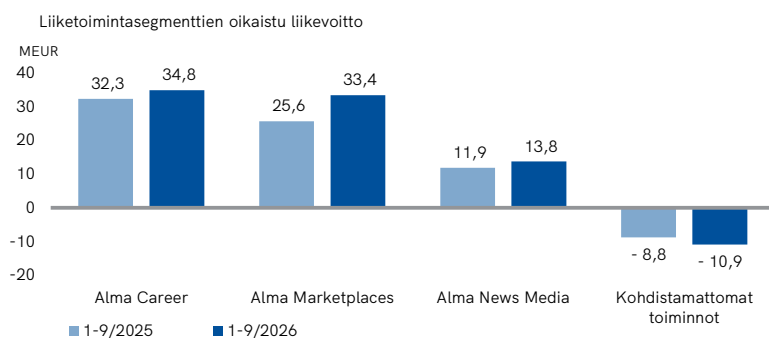
Taloudellinen kehitys heinä-syyskuussa 2026:

- Liikevaihto 84,2 (79,3) milj. euroa, kasvua 6,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 88,4 % (87,8 %).
- Oikaistu liikevoitto 26,3 (22,7) milj. euroa, kasvua 15,8 %, 31,2 % (28,6 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 26,3 (22,6) milj. euroa, kasvua 16,1 %.
- Oikaistu käyttökate 29,8 (27,4) milj. euroa, kasvua 8,8 %.
- Osakekohtainen tulos 0,25 (0,20) euroa, kasvua 23,3 %.
- Alma Career: Liikevaihto kasvoi 5,7 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 5,5 % Tšekkin markkinan vahvan kehityksen vetämänä.
- Alma Marketplaces: Liikevaihto kasvoi 12,9 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 30,4 %, kasvun jatkuessa kaikissa liiketoiminnoissa.
- Alma News Media: Liikevaihto oli vertailukauden tasolla, oikaistu liikevoitto kasvoi 6,3 % ja liikevoittomarginaali parani



Taloudellinen kehitys tammi-syyskuussa 2026:

- Liikevaihto 255,2 (242,2) milj. euroa, kasvua 5,4 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 87,1 % (86,0 %).
- Oikaistu liikevoitto 71,1 (61,0) milj. euroa, kasvua 16,5 %, 27,9 % (25,2 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 70,8 (59,1) milj. euroa, kasvua 19,8 %.
- Oikaistu käyttökate 82,1 (74,7) milj. euroa, kasvua 9,9 %.
- Osakekohtainen tulos 0,66 (0,52) euroa, kasvua 27,3 %.



Toimitusjohtajan katsaus:

Vahva kannattavuus ja laaja-alainen kasvu tukevat tulevaa arvonaluontia

Alma Median kasvu jatkui kolmannella vuosineljänneksellä ja kannattavuus parani selvästi. Liikevaihto kasvoi 6,3 % 84,2 miljoonaan euroon, ja digitaalisen liiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 88,4 %. Oikaistu liikevoitto kasvoi 15,8 % 26,3 miljoonaan euroon, mikä vastasi 31,2 prosentin oikaistua liikevoittomarginaalia. Kaikkien liiketoimintasegmenttien tulos parani. Vahvaa kehitystä tukivat kurinalainen kustannusten hallinta, liiketoiminnan suotuisa rakenne sekä korkeamman lisäarvon digitaalisten palvelujen jatkunut kasvu. Kehitys osoittaa, että strategian toteutus etenee pitkän aikavälin taloudellisten tavoitteidemme mukaisesti.

Taloudellinen asemamme säilyi vahvana. Tulos muuttui edelleen tehokkaaksi rahavirraksi, ja vahva kannattavuus näkyi hyvänä rahavirtana. Nettovelka laski 27,4 % 105,1 milj. euroon, nettovelkaantumistaso laski 40,0 %:iin ja omavaraisuusaste vahvistui 54,9 %:iin. Vahva tase ja rahavirta luovat hyvän perustan tulevalle kasvulle, liiketoiminnan kehittämiselle ja strategisille investoinneille.

Maantieteellinen hajautuminen ja monipuolinen digitaalisten liiketoimintojen kokonaisuus tukivat edelleen konsernin kehitystä tässä toimintaympäristössä. Suomen talousnäkymissä oli edelleen merkkejä elpymisestä, mutta kuluttajien varovaisuus erityisesti kestokulutushyödykkeiden hankinnoissa painoi kotimaista kysyntää. Samaan aikaan kansainväliset liiketoimintamme, muun muassa Tšekissä ja Ruotsissa, olivat edelleen tärkeä kasvun lähde.

Kaikki segmentit paransivat tulostaan

Alma Careerin liikevaihto kasvoi 5,7 % ja oli 27,7 milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 4,2 %. Oikaistu liikevoitto vahvistui 11,7 milj. euroon (11,1), ja oikaistu liikevoittomarginaali pysyi vakaana 42,2 %:ssa huolimatta jatkuvista investoinneista pilvisiirtymään ja yhteisen rekrytointialustan kehittämiseen. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 4,1 %.

Kasvua vauhdittivat Tšekin vahva kehitys ja Tšekissä kasvaneet ilmoitusmäärät. Laskutus väheni hieman Slovakiassa ja Kroatiassa. Baltiassa laskutus kasvoi hieman, mutta Suomessa työnantajien varovaisuus rekrytoinneissa ja korkea työttömyys painoivat edelleen markkinaa.

Alma Marketplacesin vahva kehitys jatkui laaja-alaisesti eri liiketoiminnoissa. Liikevaihto kasvoi 12,9 % 32,3 milj. euroon ja oikaistu liikevoitto 30,4 % 12,8 milj. euroon. Oikaistu liikevoittomarginaali nousi 39,7 %:iin. Oikaistu käyttökate kasvoi 16,6 %.

Toteutuneet yritysostosynergiat, uudelleenjärjestelytoimet ja kasvava painotus korkeamman lisäarvon digitaalisiin palveluihin vahvistivat kannattavuutta ja tukevat pitkän aikavälin kasvutavoitteita.

Real Estate -liiketoiminnan liikevaihto kasvoi 15,9 %, josta orgaanisen kasvun osuus oli 14,4 %. Kasvua tukivat palvelutarjonnan laajentuminen, palveluiden kasvava kysyntä sekä digitaalisten asuntokauppojen määrän kasvu. Luokiteltu liikevaihto kasvoi 11,0 %. Lisääntyneet sääntelyvaatimukset kasvattivat Real Estate Insights -palveluiden kysyntää.

Mobility-liiketoiminnan liikevaihto kasvoi 4,3 % ilmoitusmyynnin ja mainonnan kasvun tukemana. Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 11,1 % lisenssipohjaisen liikevaihdon vetämänä, kun taas kertaluonteinen myynti ja painettujen tuotteiden myynti säilyivät edellisvuoden tasolla. Comparison Services -liiketoiminnan liikevaihto kasvoi 39,0 %, mikä johtui Effortian sähköntoimituspalveluiden hankinta.

Alma News Median liikevaihto pysyi vakaana 24,5 milj. eurossa. Myydyt liiketoiminnot pois lukien liikevaihto kasvoi 0,7 %. Digitaalisen liiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 65,2 % (62,8 %). Mainonnan liikevaihto kasvoi 1,3 % 10,2 milj. euroon (10,0) B2B- ja digitaalisen mainonnan kasvun tukemana, kun taas B2C-mainonta säilyi vaisuna. Sisältöliikevaihto kasvoi 2,5 %, kun digitaalisen sisältöliikevaihdon 10 %:n kasvu kompensoi painetun sisällön laskua.

Oikaistu liikevoitto kasvoi yhdennessatoista peräkkäisen vuosineljänneksen, 6,3 % 4,5 milj. euroon. Oikaistu liikevoittomarginaali oli 18,5 % (17,3 %).

Tekoäly ja datakyykytykset vahvistavat kilpailukykyä

Tekoäly on yhä vahvemmin osa päivittäistä työtä, tuotekehitystä ja asiakkaille tarjottavia palveluja, ja kehitys näkyy laajasti liiketoiminnoissamme. Rekrytointipalveluissa tekoälyä hyödynnetään työnhakijoiden ja työpaikkojen parempaan kohtaan, työnhaun personointiin sekä asiakaspalvelun ja myynnin tukena. Mediassa tekoäly tukee tiedonhakua, analysointia, litterointia ja sisältötuotantoa, mutta journalistinen vastuu säilyy toimituksilla. Tekoälyä hyödynnetään myös entistä osuvampien sisältösuositusten ja asiakaspolkujen kehittämisessä. Markkinapaikoissa ja ammattilaisille suunnatuissa tietopalveluissa käyttökohteita ovat muun muassa asumisen palvelujen käyttäjäsitoutumista lisäävät ominaisuudet, kiinteistöjen arvonnäyttäminen ja laaja juridisen tiedon palvelukokonaisuus.

Kehitys perustuu Alman investointeihin korkealaatuiseen dataan, luotettuihin brändeihin, vahvoihin asiakassuhteisiin ja yhteisiin teknologia-alustoihin. Tekoälyteknologioiden yleistytessä kilpailuetu perustuu yhä enemmän kykyyn yhdistää teknologia omaan dataan, toimialaosaamiseen ja vahvaan asiakasymmärrykseen.

Tekoälyn laajempi hyödyntäminen edellyttää toimintamallien ja työn uudistamista, ja sen vastuullista käyttöä tukee uusi tekoälyn hallintamallimme (AI Governance Framework).

Seuraava askel on siirtyä yksittäisten tehtävien tehostamisesta kokonaisten työntekijöiden ja toimintamallien uudistamiseen tekoälyn, automaation ja ihmisten osaamisen avulla. Jatkuva oppiminen mahdollistaa tämän muutoksen. Yhdistämällä henkilöstömme osaamisen dataan, teknologiaan ja tekoälyn tavoittelemme parempaa tuottavuutta ja asiakaskokemusta, nopeampaa innovointia sekä vahvempaa pitkän aikavälin kilpailukykyä.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Toimintaympäristö

Koska konsernin kaikki toimintamaat ovat riippuvaisia ulkomaankaupasta, globaaliin kauppaan ja geopoliittiseen 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 kasvavan 0,8 %:iin tänä vuonna. Inflaation ennustetaan olevan 2,4 % ja työttömyysasteen nousevan 10,1 %:iin.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkina-alueita ovat Tšekki, Slovakia, Kroatia ja Ruotsi. Komission ennusteen mukaan BKT:n odotetaan kasvavan vuonna 2026 Tšekissä 1,8 %, Slovakiassa 0,8 %, Kroatiassa 2,7 % ja Ruotsissa 1,8 %. Työttömyysasteen arvioidaan olevan Tšekissä 3,1 %, Slovakiassa 5,7 %, Kroatiassa 4,8 % ja Ruotsissa 8,5 %.

Ennakkotietojen mukaan Suomen talous kasvoi alkuvuonna viennin ja investointien tukemana, ja myös yksityinen kulutus alkoi elpyä. Kohonnut työttömyys, noussut korkotasoa ja kuluttajien varovaisuus painavat kuitenkin edelleen kysyntää erityisesti kestokulutushyödykkeissä.

Näkymät vuodelle 2026 (päivitetty 29.10.2026)

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

Taustaa näkymille

Vuoden 2026 ensimmäisten yhdeksän kuukauden myönteisen liiketoimintakehityksen arvioidaan jatkuvan ja tukevan koko vuoden liikevaihdon kasvua. Näkymässä ei oleteta markkinatilanteen olennaista paranemista, ja markkinoiden epävarmuus jatkuu. Oikaistua liikevoittoa koskeva näkymä säilyi ennallaan.

Näkymä perustuu arvioon, jonka mukaan Alma Median päämarkkina-alueiden taloudellisen toimintaympäristön odotetaan pysyvän pääosin ennallaan, vaikka markkinoilla on havaittu myönteisiä merkkejä. Globaalin talouden vaihtelut voivat vaikuttaa markkinoiden kehitykseen.

Suomen toimintaympäristö pysyi vaihtelevana, vaikka taloudelliset indikaattorit osoittivat edelleen asteittaisen elpymisen merkkejä. Kuluttajaluottamus on pysynyt vaimeana, mutta sen odotetaan vahvistuvan vähitellen, mikä tukee kysynnän laajempaa elpymistä. Konsernin liiketoimintojen hajautus useille maantieteellisille markkinoille ja eri liiketoiminta-alueille sekä järjestelmällinen kustannusten hallinta vakauttavat yhtiön toimintaa myös haastavissa markkinaolosuhteissa.

Markkinatilanne Suomen päämarkkina-alueilla

Autoilun markkinakehitys

Suomessa ensirekisteröinnit nousivat heinä-syyskuussa lähes 18 % noin 19 700 uuteen henkilöautoon. Täyssähköautojen ensirekisteröinnit nousivat 67 %, ja niiden osuus oli 55 % ensi-rekisteröinneistä. Kehitystä tukevat kasvava tarjonta, edullisemmat käyttökustannukset, fossiilisten polttoaineiden hinnat ja latausverkoston jatkunut kehitys. Käytettynä myytiin 173 320 henkilöautoa, eli 2,3 % vähemmän kuin vuotta aiemmin. Luku sisältää autoliikkeiden, kuluttajien välisen sekä yritysten välisen kaupan.

Asumisen markkinakehitys

Kiinteistövälitysalan Keskusliiton mukaan asuntokauppa pysyi vaisuna heinä-syyskuussa 2026. Vuosineljänneksen aikana myytiin yhteensä 13 269 asuntoa, mikä oli 13,9 % vähemmän kuin vuotta aiemmin ja 18,4 % alle viiden vuoden keskiarvon. Kauppamäärät olivat kuitenkin korkeammat kuin vuoden 2026 kahdella ensimmäisellä neljänneksellä.

Markkinatilanne heikkeni vuosineljänneksen loppua kohden, ja syyskuussa asuntokauppojen määrä laski 17,5 % edellisvuodesta. Uusien asuntojen kauppa pysyi erityisen vaisuna: syyskuussa myytiin vain 78 uutta asuntoa, mikä oli 42,7 % vähemmän kuin vuotta aiemmin. Asuntojen tarjonta säilyi runsaana, ja vanhojen osakeasuntojen hinnat jatkoivat laskuaan erityisesti pääkaupunkiseudulla. Myös vuokra-asuntojen tarjonta pysyi poikkeuksellisen korkealla tasolla.

Medialiiketoiminnan markkinakehitys

Fifty5Bluen mukaan mediamainonta pysyi tammi-syyskuussa 2026 vaisuna ja laski 3,1 % vertailukaudesta. Verkko-, ulko- ja radiomainonta kasvoivat, kun taas muissa mediaryhmissä mainonta väheni. Syyskuussa mediamainonta laski 1,5 %.

Tammi-syyskuussa mainonta kasvoi rahoituspalveluissa (+12,5 %) sekä matkailun ja liikenteen toimialalla (+1,0 %). Eniten mainonta väheni televiestinnässä (-15,3 %), pukeutumisessa (-11,6 %), lääketieteellisyydessä (-8,5 %) sekä öljy- ja energia-alalla (-6,9 %).

Alma Median tavoitavuus Suomessa

Alma Media tavoittaa laajan yleisön digitaalisten palvelujensa kautta päämarkkinallaan Suomessa. Kolmannella vuosineljänneksellä konsernin palvelut tavoittivat keskimäärin 3,1 miljoonaa kävijää viikossa, mikä oli 2,9 % enemmän kuin vuotta aiemmin. Käyntitiheys eli se, kuinka usein käyttäjät palaavat palveluihin, oli keskimäärin 16,3 käyntikertaa käyttäjää kohden viikossa. Tämä kuvastaa palveluiden kykyä sitouttaa käyttäjiä ja tuottaa jatkuvaa arvoa sekä mainostajille että loppukäyttäjille.¹

¹ Finnish Internet Audience Measurement (FIAM).

Strategia

Strategiamme keskittyy sellaisten liiketoimintojen kehittämiseen, joissa voimme luoda asiakkaillemme merkittävää lisäarvoa ja rakentaa kannattavaa kasvua. Keskeisiä liiketoiminta-alueitamme ovat rekrytointin, liikkumisen, asumisen ja toimitilojen markkinapaikat ja niihin liittyvät palvelut, uutismedia sekä yrityksille suunnatut tietopalvelut.

Strategiamme mukaisesti kehitämme markkinapaikoistamme edistyneitä, tekoälyä hyödyntäviä alustoja, jotka mahdollistavat asiakkaillemme sujuvat digitaaliset prosessit. Medialiiketoimintamme jatkaa hallittua siirtymää painetusta mediasta täysin digitaaliseen mediaan, mikä mahdollistaa skaalautuvan ja kannattavan kasvun. Tietopalveluissa kehitämme tekoälyyn ja dataan perustuvia ratkaisuja asiakkaidemme prosessien tehostamiseksi.

Haemme kasvua vahvistamalla tarjontaamme liiketoiminta-alueidemme arvoketjujen eri vaiheissa sekä laajentamalla uusille kansainvälisille markkinoille. Orgaanista kasvua tuemme yritysostoin. Kehitämme jatkuvasti teknologiaamme ja kyvykkyyksiämme vauhdittaaksemme uudistumista ja kasvua.

Keskeisenä tavoitteenamme on kasvattaa palveluidemme yleisöjä ja vahvistaa niiden sitoutumista sekä kehittää asiakkaillemme entistä yksilöllisempiä palveluja. Tuotekehitys on olennainen osa jatkuvaa toimintaamme. Kehitämme digitaalisia tuotteitamme ja palveluitamme jatkuvasti asiakasarvon kasvattamiseksi ja monipuolisen portfoliomme pitkän aikavälin kasvun tukemiseksi.

Jatkamme investointeja dataosaamiseen ja teknologiaan, jotka vahvistavat kilpailuasemaamme tekoälyn aikakaudella. Keräämme, jalostamme ja kaupallistamme yleisö-, käyttäytymis- ja markkinadataamme. Laajennamme tekoälyn hyödyntämistä asiakaskokemuksen sekä tuotteidemme ja palveluidemme kehittämisessä ja rakennamme tekoälyn kehityspolkuja osaksi liiketoimintamalliamme. Tavoitteena on tehostaa ydinprosesseja, uudistaa työnkulkua ja kehittää uusia toimintatapoja.

Haemme aktiivisesti synergioita liiketoimintojemme välillä kasvun ja tehokkuuden parantamiseksi. Ohjaamme kävijäliikennettä palveluidemme välillä, kasvatamme yleisöjä sekä hyödynnämme yhteistä teknologiaa, alustoja, osaamista ja toimintamalleja. Suomessa investoimme yhteiseen mediamyyntiin.

Strategian toteuttaminen katsauskaudella

Konsernin yhteiset strategiset ohjelmat strategiakaudella ovat Yleisöt (Audiences) ja tekoäly (Artificial Intelligence). Tekoälytyökalujen laajamittainen käyttöönotto jatkui samalla, kun henkilöstön osaamista vahvistettiin. Tekoälyä hyödynnettiin sekä sisäisen tuottavuuden parantamisessa että asiakasratkaisujen kehittämisessä. Yhtiö eteni kohti tekoälyn järjestelmällistä hyödyntämistä keskeisissä liiketoimintaprosesseissa yksittäisten kokeilujen kehityksessä toistettaviksi, työnkulkuihin integroiduiksi ja yhä enemmän tiimikohtaisiksi ratkaisuiksi.

Näiden mahdollisuuksien laajempi hyödyntäminen edellyttää muutoksia toimintamalleihin, organisaatorakenteisiin ja työnkuviin.

Pidämme tekoälyä pysyvänä muutoksena, minkä vuoksi olemme ottaneet käyttöön uuden tekoälyn hallintamallin (AI Governance Framework). Sen avulla varmistamme tekoälyn vastuullisen ja vaatimustenmukaisen käytön, kun käyttö laajentuu ja teknologia kehittyy.

Audiences-ohjelman painopisteinä olivat Alman palveluiden yleisöjen kasvattaminen ja sitouttaminen, asiakasymmärryksen syventäminen, entistä yksilöllisempien palvelujen mahdollistaminen sekä yleisöjen kannustaminen tutustumaan Alman laajempaan palvelutarjontaan ja käyttämään sitä.

Kolmannella vuosineljänneksellä **Alma Career** jatkoi hinnoittelu- ja tuotemalliensa kehittämistä. Myyntiprosesseissa otettiin käyttöön tekoälyavusteisia työkaluja myynnin kehittämisen ja suunnittelun tueksi, ja keskitetyn CRM-järjestelmän käyttöönotto eteni suunnitellusti. Ohjelmallisen rekrytointimainonnan työkalut integroitiin osaksi tuotevalikoimaa. Rekrytointin lisäarvopalvelujen, kuten työnantajamielikuvaan liittyvien palvelujen ja HR-työkalujen, kehittämistä jatkettiin asiakaspysyvyyden vahvistamiseksi ja rekrytointimainonnan kysynnän vaihtelujen tasaamiseksi.

Alma Careerin yhteisen alustan ja järjestelmäarkkitehtuurin kehitys eteni suunnitellusti. Jobs.cz-työpaikkaportaalin integrointi yhteiselle alustalle etenee aikataulussa ja valmistuu viimeisellä vuosineljänneksellä, minkä jälkeen molemmat Tšekin portaalit toimivat kokonaisuudessaan uudella alustalla. Tšekin integraatioiden jälkeen vuorossa ovat Baltian maiden käyttöönotot. Myös yhteisen alustan tekoälyavusteisten työnhakutyökalujen kehittäminen jatkui.

Pilvisiirtymä Tšekissä valmistui aikataulussa, ja paikalliset datakeskukset suljettiin kolmannen vuosineljänneksen aikana.

Alma Marketplacesissa asiakasarvon kasvattamista jatkettiin tekoälyä hyödyntävien tuotteiden ja työnkulkujen sekä uuden tuotekehitysmallin avulla, mikä vahvisti liiketoiminnan pitkän aikavälin kasvun edellytyksiä. Tekoälyn käyttöä sisäisissä työprosesseissa laajennettiin kaikissa liiketoiminnoissa.

Real Estate -yksikössä jatkettiin kiinteistöalan ekosysteemin kattavien ratkaisujen kehittämistä sekä tekoälypohjaisten ominaisuuksien ja työnkulkujen kehitystä asiakasarvon kasvattamiseksi. OviPron käyttöönotot ja asiakkaiden perehdyttäminen etenivät, ja DIAS vahvisti asemaansa digitaalisen asuntokaupan prosesseissa.

Pohjoismaisissa toimitiloissa yhteisen pohjoismaisen alustan kehittäminen jatkui, ja kaupallinen kehitys erityisesti Ruotsissa tuki kasvua.

Mobility-liiketoiminnassa painopiste oli alustahankkeissa sekä järjestelmien ja dataliiketoiminnan kehittämisessä. Alusta- ja järjestelmä uudistukset jatkuivat koko liiketoimintayksikössä, ja tekoälyä hyödynnettiin yhä enemmän tuotekehityksessä.

Strategiansa mukaisesti Insights-liiketoiminnan jatkuva liikevaihto kasvoi vahvasti Edilex AI:n ja lisenssituottojen vauhdittamana. Analysointitoiminnan uudistuminen tekoälypohjaiseksi yritystietopalveluksi jatkui. DOKS jatkoi laajentumistaan Ruotsiin, ja vanhojen taustajärjestelmien modernisointi lähestyy valmistumistaan.

Comparison Services-liiketoiminnan kehitys keskittyi maksuratkaisuihin sekä Effortia-integraation viimeistelyyn.

Alma News Mediassa strategian toteuttamista jatkettiin kehittämällä digitaalisia tuotteita, sisältöjä, portfolioa, prosesseja ja toimintamalleja. Kauppalehden Talousaamu-aamuhjelma vietti ensimmäistä vuosipäiväänsä. Se on vakiinnuttanut asemansa Kauppalehden päivittäisen uutisagendan rakentajana ja talouskeskustelun avaajana Suomessa, ja konseptia kehitetään jatkuvasti.

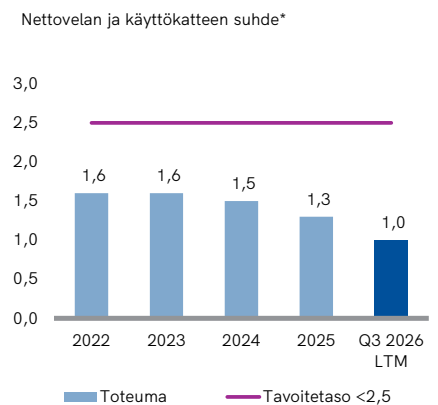
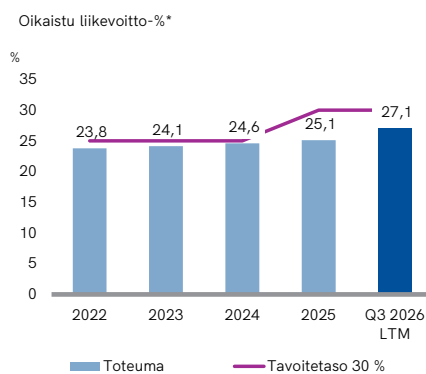
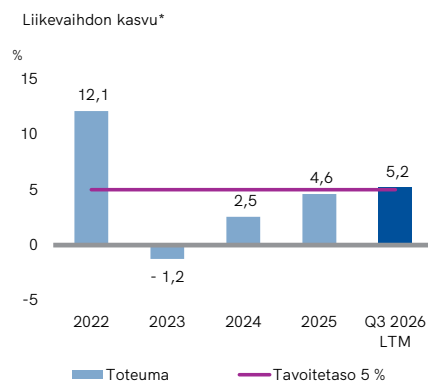
Tekoälyn hyödyntämistä sisällöntuotannon, myynnin ja tuotekehityksen tukena jatkettiin. Kauppalehden Tulosuutiskone, joka automatisoi yhtiöiden tulosuutisointia, oli aktiivisessa käytössä toisen vuosineljänneksen tuloskaudella, ja kaikki tulosuutiset julkaistiin automaatiota hyödyntäen. Iltalehden toimituksessa otettiin käyttöön Uutisnuusku-työkalu uutisvirran seurannan ja analysoinnin tehostamiseksi.

Keväällä lanseerattujen uusien Yritys Mini- ja Kauppalehti Premium -tilauspakettien tuotteistusta kehitetään jatkuvasti erilaisten asiakastarpeiden palvelemiseksi.

Katsauskauden jälkeen segmentti ilmoitti lopettavansa Konepörssi-lehden sekä siihen liittyvän tuoteyksikön ja liiketoiminnan vuoden 2026 lopussa. Konepörssi on tunnettu brändi maarakennuskoneiden ja tavaraliikenteen toimialoilla, ja brändiä hyödynnetään jatkossa osittain samaa kohderyhmää palvelevassa Alman Nettikone-palvelussa.

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 markkinapaikoilla rekrytoinnin, liikkumisen, asumisen, toimitilojen, tietopalveluiden ja median alueilla.



Konsernin tunnuslukuja

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	84,2	79,3	6,3	255,2	242,2	5,4	327,1
Luokiteltu	34,2	32,0	6,9	102,1	95,3	7,1	126,5
Digitaaliset palvelut*	20,2	17,5	15,4	57,5	50,1	14,8	68,0
Mainonta*	12,9	12,6	1,9	43,0	42,5	1,2	58,6
Sisältö	12,7	12,4	2,5	38,6	37,8	2,1	50,8
Muut	4,3	4,8	-10,5	14,0	16,4	-15,0	23,2
Digiliiketoiminnan liikevaihto	74,5	69,6	6,9	222,3	208,3	6,7	280,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	88,4 %	87,8 %		87,1 %	86,0 %		85,9 %
Oikaistut kokonaiskulut	58,0	56,6	2,4	184,3	181,3	1,7	245,3
Oikaistu käyttökate	29,8	27,4	8,8	82,1	74,7	9,9	100,4
Käyttökate	29,7	27,3	9,0	81,8	72,8	12,4	96,7
Oikaistu liikevoitto	26,3	22,7	15,8	71,1	61,0	16,5	82,1
% liikevaihdosta	31,2 %	28,6 %		27,9 %	25,2 %		25,1 %
Liikevoitto/-tappio	26,3	22,6	16,1	70,8	59,1	19,8	77,8
% liikevaihdosta	31,2 %	28,5 %		27,7 %	24,4 %		23,8 %
Tilikauden tulos ennen veroja	25,8	20,8	23,9	68,8	53,7	28,1	70,7
Tilikauden tulos	20,7	16,7	23,5	55,1	43,1	27,6	55,7

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

milj. euroa	2026 30.9.	2025 30.9.	Muutos %	2026 30.9.	2025 30.9.	Muutos %	2025 31.12.
Varat				529,8	538,3	-1,6	521,6
Nettovelat				105,1	144,8	-27,4	126,0
Korolliset velat				149,3	180,8	-17,5	158,5
Korottomat velat				117,6	117,5	0,1	113,6
Investoinnit yhteensä	0,4	6,4	-93,4	2,0	22,3	-91,1	22,9
Omavaraisuusaste%				54,9	49,1	11,8	52,6
Gearing%				40,0	60,3	-33,7	50,5

Henkilöstö

	2026 30.9.	2025 30.9.	Muutos %	2026 30.9.	2025 30.9.	Muutos %	2025 31.12.
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 604	1 665	-3,7	1 583	1 665	-5,0	1 649
Telemarkkinoijat keskimäärin	112	139	-19,6	121	136	-11,2	136

Tunnuslukuja

	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	37,0	32,3	14,8	29,6	24,9	18,9	23,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	23,7	18,5	27,9	19,7	15,6	26,4	15,0
Tulos/osake, EUR laimentamaton**	0,25	0,20	23,3	0,66	0,52	27,3	0,67
Tulos/osake, EUR laimennettu**	0,24	0,20	22,9	0,64	0,51	26,9	0,66
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,26	0,26	1,4	0,81	0,72	11,8	0,99
Oma pääoma/osake	3,18	2,90	9,6	3,18	2,90	9,6	3,01
Osinko/osake							0,48
Efektiivinen osinkotuotto%							3,3
Hinta/voittosuhte P/E							21,3
Markkina-arvo				1095,7	1182,2	-7,3	1 182,2
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)**	82 269	82 258		82 269	82 258		82 174
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)**	84 747	84 440		84 747	84 440		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 114 433 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Heinä-syyskuu 2026

Alma Median liikevaihto kasvoi 6,3 % ja oli 84,2 (79,3) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa katsauskaudella 1,0 % eli 0,8 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutosten vaikutus kolmannen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen oli 0,2 % eli 0,1 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja myytyjä liiketoimintoja ja paikallisin valuutoin kasvoi 5,5 %. Konsernin luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 7,1 % paikallisin valuutoin ja oli 34,3 milj. euroa. Koko konsernin mainosliikevaihto oli 12,9 (12,6) milj. euroa ja kasvoi 1,9 % vertailukauteen nähden. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 15,4 % ja oli 20,2 (17,5) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 88,4 % (87,8 %) prosenttiin liikevaihdesta.

Tammi-syyskuu 2026

Alma Median liikevaihto kasvoi 5,4 % ja oli 255,2 (242,2) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa katsauskaudella 1,2 % eli 2,9 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus ensimmäisen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen oli 0,5 % ja 1,1 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja myytyjä liiketoimintoja ja paikallisin valuutoin kasvoi 4,2 %. Konsernin luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 7,1 % paikallisin valuutoin ja oli 102,5 milj. euroa. Koko konsernin mainosliikevaihto oli 43,0 (42,5) milj. euroa ja kasvoi 1,2 %. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 14,8 % ja oli 57,5 (50,1) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 87,1 % (86,0 %) prosenttiin liikevaihdesta.

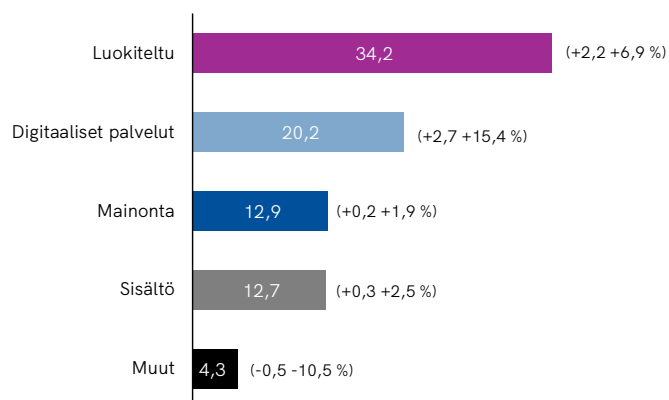
Liikevaihto

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	27,7	26,2	5,7	84,1	79,9	5,3	106,3
Alma Marketplaces	32,3	28,6	12,9	94,2	84,7	11,3	115,1
Alma News Media	24,5	24,6	-0,6	77,7	77,9	-0,4	106,3
Segmentit yhteensä	84,5	79,4	6,4	256,0	242,5	5,6	327,7
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,2	-0,2	50,8	-0,8	-0,4	125,5	-0,6
Yhteensä	84,2	79,3	6,3	255,2	242,2	5,4	327,1

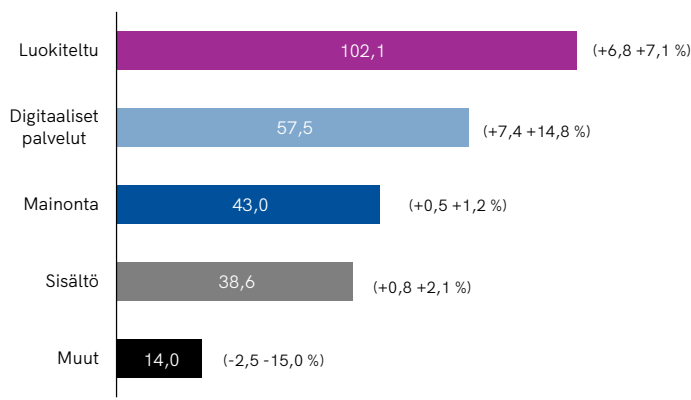
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

(milj. euroa)	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Suomi	54,3	51,2	6,0	164,8	157,1	4,9	213,5
Tšekki	16,9	15,5	8,5	50,1	45,7	9,8	61,8
Muut maat	13,1	12,5	4,4	40,2	39,4	2,1	51,8
Konserni yhteensä	84,2	79,3	6,3	255,2	242,2	5,4	327,1

Liikevaihdon jakauma 7-9/2026



Liikevaihdon jakauma 1-9/2026



* Liikevaihdon jakauma sisältää konsernin sisäisiä eriä.

Tulos

Heinä-syyskuu 2026

Oikaistu liikevoitto oli 26,3 (22,7) milj. euroa, 31,2 % (28,6 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,1 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,2 milj. euroa. Liikevoitto oli 26,3 (22,6) milj. euroa, joka on 31,2 % (28,5 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 1,4 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 (4,7) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,5 (1,7) milj. euroa.

Tulos oli 20,7 (16,7) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,25 (0,20) euroa. Rahoituskulut olivat 1,3 (2,2) milj. euroa. Korkojohdannaisopimuksen positiivinen käyvän arvon muutos oli 1,0 milj. euroa (positiivinen 0,3 milj. euroa).

Tulos

Tammi-syyskuu 2026

Oikaistu liikevoitto oli 71,1 (61,0) milj. euroa, 27,9 % (25,2 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,6 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,3 milj. euroa. Liikevoitto oli 70,8 (59,1) milj. euroa, joka on 27,7 % (24,4 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 3,0 milj. euroa, kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus oikaistuihin kokonaiskuluihin oli 1,3 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 11,0 (13,7) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 2,0 (4,9) milj. euroa.

Tulos oli 55,1 (43,1) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,66 (0,52) euroa. Rahoituskulut olivat 4,1 (6,6) milj. euroa. Korkojohdannaisopimuksen positiivinen käyvän arvon muutos oli 1,3 milj. euroa (positiivinen 0,1 milj. euroa).

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	11,7	11,1	5,5	34,8	32,3	8,0	42,9
Alma Marketplaces	12,8	9,8	30,4	33,4	25,6	30,2	34,4
Alma News Media	4,5	4,3	6,3	13,8	11,9	15,8	17,2
Segmentit yhteensä	29,0	25,2	15,3	82,0	69,8	17,5	94,5
Kohdistamattomat toiminnot	-2,7	-2,5	10,8	-10,9	-8,8	24,2	-12,4
Yhteensä	26,3	22,7	15,8	71,1	61,0	16,5	82,1

Oikaistut erät

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,6
Yritysjärjestelyiden transaktiokulut ja muut tulosvai- kutteisat erät	0,0	-0,2	-0,1	-0,6	-1,0
Uudelleenjärjestelykulut	0,0	0,1	-0,2	-1,3	-1,8
Myyntivoitot ja -tappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,9
Liikevoiton oikaistut erät	0,0	-0,1	-0,3	-1,9	-4,3

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Alma Career	11,6	11,0	5,4	34,6	32,1	7,7	42,4
Alma Marketplaces	12,9	9,7	33,3	33,4	24,0	39,4	32,1
Alma News Media	4,5	4,4	2,3	13,8	11,8	16,6	16,3
Segmentit yhteensä	29,0	25,1	15,6	81,8	67,9	20,5	90,8
Kohdistamattomat toiminnot	-2,7	-2,5	10,5	-11,0	-8,8	25,1	-13,0
Yhteensä	26,3	22,6	16,1	70,8	59,1	19,8	77,8

Tase ja rahavirtalaskelma

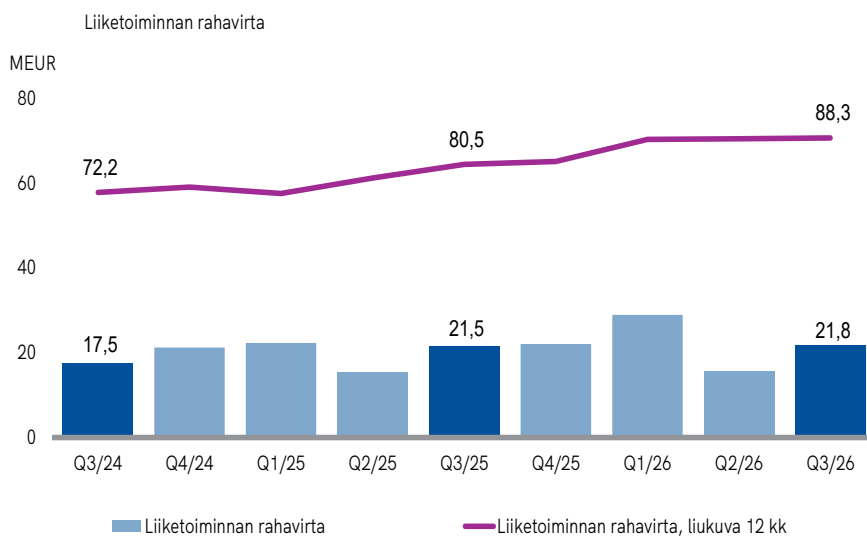
Taseen loppusumma oli syyskuun 2026 lopussa 529,8 (joulukuun 2025 lopussa 521,6) milj. euroa. Konsernin nettokäyttöpääoma oli -49,1 (-48,4) milj. euroa, sisältäen 50,8 (49,4) milj. euroa saatuja ennakoita. Omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 54,9 % (49,1 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 3,18 (2,90) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta kolmannella vuosineljänneksellä oli 21,8 (21,5) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli 21,4 (15,1) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä -0,4 milj. euroa.

Rahoituksen rahavirtaan sisältyi heinä-syyskuussa 1,9 miljoonaa euroa vuokrasopimusvelkojen maksuja. Kolmannella vuosineljänneksellä ei nostettu uusia lainoja eikä pitkä- tai lyhytaikaisia lainoja lyhennetty.

Tammi-syyskuun liiketoiminnan rahavirta oli 66,3 (59,3) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli 64,3 (37,0) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä -2,0 milj. euroa.

Tammi-syyskuun rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen lyhennykset olivat 20,7 milj. euroa. Tämä sisälsi pitkäaikaisia rahoituslainojen takaisinmaksuja 15,0 milj. euroa ja vuokrasopimusvelkojen maksuja 5,7 milj. euroa. Lisäksi uusia lyhytaikaisia lainoja nostettiin 10,0 milj. euroa.

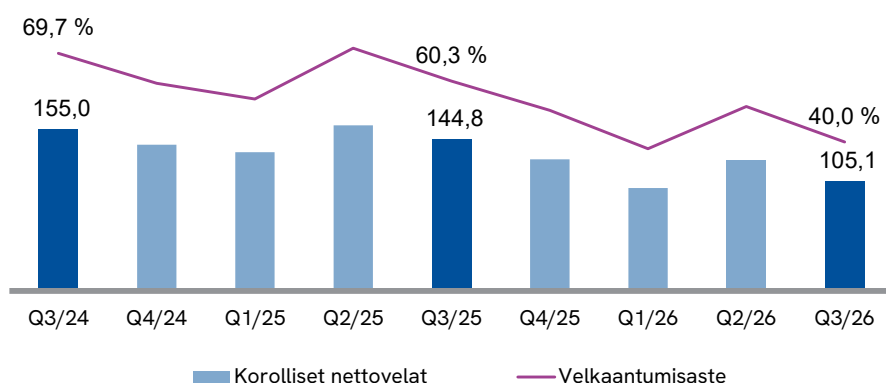


Korolliset nettovelat

	2026	2025	2026	2025	2025
(milj. euroa)	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	131,4	161,6	131,4	161,6	150,5
IFRS16-leasingvelat	21,4	26,6	21,4	26,6	25,5
Rahoituslaitoslainat	110,0	135,0	110,0	135,0	125,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	17,9	19,3	17,9	19,3	8,0
IFRS16-leasingvelat	7,9	7,3	7,9	7,3	8,0
Yritystodistukset	10,0	12,0	10,0	12,0	0,0
Rahavarat	44,2	36,0	44,2	36,0	32,5
Korolliset nettovelat	105,1	144,8	105,1	144,8	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 syyskuun 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 27 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 30.9.2026. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.9.2026.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Syyskuun 2026 lopussa yhtiöllä oli liikkeeseen laskettuja yritystodistuksia 10,0 milj. euroa. Alma Medialla oli syyskuun 2026 lopussa korollisia velkoja yhteensä 149,3 (180,8) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 105,1 (144,8) 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.

Kolmannen vuosineljänneksen aikana koronvaihtosopimusten käyvän arvon muutos oli +1,0 milj. euroa (+0,3 milj. euroa), ja se kirjattiin rahoituseriin. Katsauskauden lopussa korkojohdannaisten käypä arvo oli 2,7 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 Q3:lla 3,0 % (2,6 %).

Alma Medialla oli 30.9.2026 yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia tai suoraan omaan pääomaan kirjattavia ehdollisiin lisäkauppahintoihin tai määräysvallattomien omistussuosuuksien lunastamiseen liittyviä eriä 5,0 milj. euroa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2026 kolmannella kvartaalilla yhteensä 0,4 (6,4) milj. euroa. Investoinnit kohdistuivat teknologian uudistamiseen, tuotekehitykseen sekä muihin käyttöomaisuuserien lisäyksiin.

Investoinnit segmenteittäin

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

Investoinnit ja yritysostot

(milj. euroa)	2026 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
Käyttöomaisuus	0,4	1,1	2,0	3,3	3,9
Yritysostot	0,0	5,3	0,0	19,0	19,0
Yhteensä	0,4	6,4	2,0	22,3	22,9

Poistot

(milj. euroa)	2026 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	3,0	3,0	9,0	8,7	12,3
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	0,5	1,7	2,0	4,9	6,6
Yhteensä	3,5	4,7	11,0	13,7	18,9

Yrityshankinnoista syntyneiden aineettomien hyödykkeiden poistojen odotetaan pienenevän vuonna 2026, kun osa eristä tulee poistettua kokonaan ja poistot päättyvät, mikä tarkoittaa arviolta 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 Keski- ja Itä-Euroopassa ja Baltiassa.

Avainluvut

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	27,7	26,2	5,7	84,1	79,9	5,3	106,3
Luokiteltu	23,3	21,9	6,3	70,0	65,7	6,4	86,9
Digitaaliset palvelut	2,9	2,9	1,8	8,8	8,4	4,5	11,4
Mainonta	0,2	0,3	-35,0	2,0	2,3	-14,0	3,1
Muut	1,3	1,1	16,2	3,4	3,5	-2,9	5,0
Oikaistut kokonaiskulut	16,0	15,2	5,7	49,4	47,8	3,3	63,7
Oikaistu käyttökate	12,2	11,8	3,9	36,5	34,3	6,4	45,5
Käyttökate	12,2	11,7	3,8	36,3	34,2	6,2	45,0
Oikaistu liikevoitto	11,7	11,1	5,5	34,8	32,3	8,0	42,9
% liikevaihdosta	42,2 %	42,3 %		41,4 %	40,4 %		40,4 %
Liikevoitto/-tappio	11,6	11,0	5,4	34,6	32,1	7,7	42,4
% liikevaihdosta	41,9 %	42,1 %		41,2 %	40,2 %		39,9 %
Henkilöstö keskimäärin *	528	565	-6,6	530	571	-7,2	592
Digiliiketoiminnan liikevaihto	27,0	26,2	3,2	81,4	77,9	4,6	104,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	97,6 %	100,0 %		96,8 %	97,4 %		97,8 %

* 11 FTE:tä on siirtynyt konsernitoimintoihin.

Liikevaihto

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Career North	2,7	2,4	14,1	8,5	7,9	8,0	10,1
Career Central	21,9	20,5	6,9	65,7	61,1	7,5	81,9
Career South	3,2	3,3	-3,0	10,3	11,0	-6,0	14,4
Muut ja eliminoinnit	-0,2	0,0		-0,3	0,0		-0,1

Kuukausikeskiarvot (tuhatta)	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Yksittäiset kävijät	5 540	5 571	-0,6	5 813	6 033	-3,7	5 860
Työpaikkavahtien käyttäjät	2 261	2 144	5,5	2 219	2 094	5,9	2 110
Yksittäiset kävijät / työpaikkavahtit**	40,8 %	38,5 %	6,0	38,2 %	34,7 %	10,0	36,0 %
Maksulliset ilmoitukset, kpl	92	93	-1,5	95	99	-3,7	93
Laskutus	8 975	8 622	4,1	9 545	9 237	3,3	9 153

* Luvut vertailukelpoisin valuutoin.

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

Heinä-syyskuu 2026

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 5,7 % ja oli 27,7 (26,2) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 4,2 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 4,1 % (Q2/2026: 3,5 %). Laskutuksen kasvua vauhditti erityisesti Tšekin vahva kehitys kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa ja Kroatiassa laskutus laski lievästi.

Luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 6,3 % ja oli 23,3 (21,9) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta kasvoi 4,8 %. Mainosmyynti laski 35,0 % ja oli 0,2 (0,3) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 1,8 % ja oli 2,9 (2,9) milj. euroa. Muu liikevaihto kasvoi 16,2 % ja oli 1,3 (1,1) milj. euroa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski kolmannella vuosineljänneksellä 0,6 %, mutta työpaikkavahtien määrä kasvoi 5,5 %. Maksullisten työpaikkailmoitusten keskimääräinen kuukausimäärä laski 1,5 % Tšekin markkinan kasvusta 5,3 % huolimatta.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 5,7 % ja olivat 16,0 (15,2) milj. euroa. Kulujen kasvu johtui IT-kustannusten kasvusta, johon vaikuttivat pilvipalveluiden päällekkäiset kapasiteetikustannukset ja yhteiset kehitystoimet. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 4,4 %.

Oikaistu liikevoitto oli 11,7 (11,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 42,2 % (42,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 11,6 (11,0) milj. euroa. Katsauskauden ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Tammi-syyskuu 2026

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 5,3 % tammi-syyskuussa ja oli 84,1 (79,9) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto kasvoi 3,6 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 3,3 % (Tammi-syyskuu 2025: 1,3 %). Laskutuksen kasvua vauhditti erityisesti Tšekin vahva kehitys kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa laskutus laski lievästi ja Kroatiassa laskutus oli vertailukauden tasolla.

Luokitellun ilmoittelun liikevaihto kasvoi 6,4 % ja oli 70,0 (65,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta kasvoi 4,8 %. Mainosliikevaihto laski 14,0 % ja oli 2,0 (2,3) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 4,5 % ja oli 8,8 (8,4) milj. euroa. Muu liikevaihto laski 2,9 % ja oli 3,4 (3,5) milj. euroa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski 3,7 %, työpaikkavahtien määrän kasvaessa 5,9 %. Maksullisten työpaikkailmoitusten keskimääräinen kuukausimäärä laski 3,7 %. Tšekin markkinalla ilmoitusmäärä kasvoi 2,9 %.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 3,3 % ja olivat 49,4 (47,8) milj. euroa. Henkilöstökulut laskivat vähentyneen henkilöstömäärän myötä, mutta IT-kulut kasvoivat tuotekehityshankkeiden sekä pilvipalveluihin liittyvien kustannusten kasvun myötä. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut nousivat 1,8 %.

Oikaistu liikevoitto oli tammi-syyskuussa 34,8 (32,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 41,4 % (40,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 34,6 (32,1) 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

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	32,3	28,6	12,9	94,2	84,7	11,3	115,1
Luokiteltu	10,9	10,0	9,6	32,2	29,3	10,0	39,1
Digitaaliset palvelut*	17,2	14,6	18,0	48,8	41,8	16,7	56,8
Mainonta*	2,6	2,4	8,8	7,8	7,3	6,6	9,8
Muut	1,5	1,6	-6,3	5,5	6,3	-12,9	9,4
Oikaistut kokonaiskulut	19,5	18,7	4,0	60,9	59,0	3,2	81,1
Oikaistu käyttökate	14,3	12,3	16,6	38,4	32,7	17,7	44,0
Käyttökate	14,4	12,1	18,8	38,5	31,0	24,2	42,1
Oikaistu liikevoitto	12,8	9,8	30,4	33,4	25,6	30,2	34,4
% liikevaihdosta	39,7 %	34,4 %		35,4 %	30,3 %		29,9 %
Liikevoitto/-tappio	12,9	9,7	33,3	33,4	24,0	39,4	32,1
% liikevaihdosta	39,9 %	33,8 %		35,4 %	28,3 %		27,9 %
Henkilöstö keskimäärin	391	390	0,4	384	393	-2,2	389
Digiliiketoiminnan liikevaihto	31,6	28,0	12,9	91,6	81,9	11,8	110,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	97,9 %	98,0 %		97,2 %	96,7 %		95,9 %

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

Liikevaihto

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Real estate	12,7	11,0	15,9	37,1	32,1	15,6	43,4
Mobility	10,0	9,6	4,3	29,1	27,7	4,9	37,0
Comparison services	3,1	2,3	39,0	8,3	6,3	30,5	8,8
Insights	6,4	5,8	11,1	19,8	18,5	7,0	25,9
Muut ja eliminoinnit	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0

Real estate

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Kävijätavoittavuus*	999	1 001	-0,2	1 015	960	5,7	958
Keskimääräiset listaukset**	240	241	-0,7	239	230	3,7	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 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Kävijätavoittavuus	950	911	4,3	951	889	7,1	893
Keskimääräiset listaukset	211	218	-3,3	209	225	-7,2	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

Heinä-syyskuu 2026

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi 12,9 % ja oli 32,3 (28,6) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 10,2 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 97,9 % (98,0 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 15,9 %. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,2 milj. euroa ja orgaaninen liikevaihdon kasvu oli 14,4 %. Kasvua tuki laajentuva palveluportfolio. Luokiteltu liikevaihto kasvoi 11,0 %, 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 laskivat 0,2 % ja keskimääräiset listaukset 0,7 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 4,3 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 8,4 %, mainonta 11,0 % ja digitaalisten palveluiden liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Mobilityn markkinapaikkojen keskimääräiset kuukausikävijämäärät nousivat 4,3 % ja ilmoitusmäärät laskivat 3,3 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 11,1 %. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kertakauppojen ja printtituotteiden menekki oli vertailukauden tasolla.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 39,0 % Effortia-sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 4,0 % ja olivat 19,5 (18,7) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 0,6 milj. euroa. Oikaistut kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla, kun yritystojen ja -myyntien vaikutus jätetään huomioimatta.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 12,8 (9,8) milj. euroa, 39,7 % (34,4 %) liikevaihdesta, kun oikaistu käyttökate (EBITDA) kasvoi 16,6 %. Oikaistu liikevoitto sisältää yritysostoihin liittyviä hankintamenojen kohdistamisesta syntyneitä poistoja 0,4 (1,5) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan uudelleenjärjestelyihin ja yritysjärjestelyiden transaktiokuluihin.

Segmentin liikevoitto oli 12,9 (9,7) milj. euroa.

Tammi-syyskuu 2026

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi 11,3 % ja oli 94,2 (84,7) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 7,8 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 97,2 % (96,7 %).

Real Estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 15,6 %. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,6 milj. euroa ja orgaaninen liikevaihdon kasvu oli 13,7 %. Kasvua tuki laajentuva palveluportfolio. Luokiteltu liikevaihto kasvoi 13,2 % 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 5,7 % ja keskimääräiset listaukset 3,7 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 4,9 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 5,8 % ja digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi tuotekehityksen ja tuotteistuksen vauhdittamana 4,3 %. Mobilityn markkinapaikkojen keskimääräiset kuukausikävijämäärät kasvoivat 7,1 % ja ilmoitusmäärät laskivat 7,2 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 7,0 % Edilex Lakitieto Oy:n hankinnan myötä. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta kasvoi 4,0 %. Yritysostoista saadut synergiat, uudelleenjärjestelytoimenpiteet sekä kasvava painotus korkeamman lisäarvon digitaalisiin palveluihin ovat parantaneet kannattavuutta.

Comparison Servicesin liikevaihto kasvoi 30,5 % Effortia-sähkövertailupalveluiden hankinnan myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 3,2 % ja olivat 60,9 (59,0) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 2,6 milj. euroa. Oikaistut kokonaiskulut laskivat, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta 1,3 %.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 33,4 (25,6) milj. euroa, 35,4 % (30,3 %) liikevaihdesta, kun oikaistu käyttökate (EBITDA) kasvoi 17,7 %. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä ja vertailukauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä sekä yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,8 (4,3) milj. euroa.

Segmentin liikevoitto oli 33,4 (24,0) 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 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
Liikevaihto	24,5	24,6	-0,6	77,7	77,9	-0,4	106,3
Mainonta	10,2	10,0	1,3	33,8	33,3	1,4	46,3
-josta digitaalista	86,9 %	86,3 %		85,4 %	84,8 %		84,5 %
Sisältö	12,7	12,4	2,5	38,6	37,8	2,1	50,8
-josta digitaalista	56,2 %	52,4 %		54,6 %	50,8 %		51,1 %
Muut	1,6	2,2	-26,8	5,3	6,8	-22,5	9,2
Oikaistut kokonaiskulut	20,0	20,4	-2,2	63,9	66,1	-3,3	89,1
Oikaistu käyttökate	4,8	4,6	3,3	14,6	13,0	11,9	18,8
Käyttökate	4,8	4,8	-0,3	14,6	13,0	12,5	17,8
Oikaistu liikevoitto	4,5	4,3	6,3	13,8	11,9	15,8	17,2
% liikevaihdosta	18,5 %	17,3 %		17,7 %	15,2 %		16,2 %
Liikevoitto/-tappio	4,5	4,4	2,3	13,8	11,8	16,6	16,3
% liikevaihdosta	18,5 %	17,9 %		17,7 %	15,1 %		15,3 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	424	440	-3,6	410	425	-3,7	419
Telemarkkinoijat keskimäärin	112	139	-19,6	121	136	-11,2	136
Digiliiketoiminnan liikevaihto	16,0	15,5	3,2	49,9	48,6	2,6	66,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	65,2 %	62,8 %		64,3 %	62,4 %		62,6 %

Heinä-syyskuu 2026

Alma News Media -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 24,5 (24,6) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto kasvoi 0,7 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 65,2 % (62,8 %).

Sisältöliikevaihto vahvistui 2,5 % 12,7 (12,4) milj. euroon. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 10,0 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 4,9 % ja painettu tilausmyynti laski 6,8 %. Digitilausten yhteismäärä nousi noin 240 000:een (223 000).

Mainonnan liikevaihto kasvoi 1,3 % ja oli 10,2 (10,0) milj. euroa. Digitaalisen mainonnan liikevaihto kasvoi 2,0 % ja printtimainonnan liikevaihto laski 7,7 %. Yritysassiakkaille suunnattu mainonta kasvoi, kun taas kuluttajamainonta pysyi vaisuna.

Muu liikevaihto laski 26,8 % ja oli 1,6 (2,2) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto laski 14,3 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,2 % ja olivat 20,0 (20,4) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden oikaistut kokonaiskulut pysyivät vertailukauden tasolla.

Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 4,5 (4,3) milj. euroon ja liikevoitto 4,5 (4,4) milj. euroon.

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

Tammi-syyskuu 2026

Tammi-syyskuussa Alma News Media -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 77,7 (77,9) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto kasvoi 1,2 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 64,3 % (62,4 %).

Sisältöliikevaihto vahvistui 2,1 % 38,6 (37,8) milj. euroon. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 9,8 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 4,5 % ja painettu tilausmyynti laski 7,1 %. Digitilausten yhteismäärä nousi noin 240 000:een (223 000).

Mainonnan liikevaihto kasvoi 1,4 % ja oli 33,8 (33,3) milj. euroa. Digitaalinen mainosmyynti kasvoi 2,1 % ja printtimainonnan liikevaihto laski 3,5 %.

Muu liikevaihto laski 22,5 % ja oli 5,3 (6,8) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden liikevaihto laski 6,2 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,3 % ja olivat 63,9 (66,1) milj. euroa. Myydyt liiketoiminnot huomioiden oikaistut kokonaiskulut laskivat 1,1 % printtisisäonnisten kulujen laskun johdosta.

Segmentin oikaistu liikevoitto vahvistui 13,8 (11,9) milj. euroon ja liikevoitto 13,8 (11,8) milj. euroon.

Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,1 (0,4)

Segmenttikohtaiset varat ja velat

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

Varat

(milj. euroa)	30.9.2026	30.9.2025	31.12.2025
Alma Career	89,8	93,5	89,2
Alma Marketplaces	287,5	289,5	283,3
Alma News Media	71,8	74,3	72,0
Segmentit yhteensä	449,0	457,3	444,6
Kohdistamattomat varat ja eliminoinnit	80,8	81,1	77,0
Yhteensä	529,8	538,3	521,6

Velat

(milj. euroa)	30.9.2026	30.9.2025	31.12.2025
Alma Career	48,6	47,5	45,3
Alma Marketplaces	10,1	30,8	28,9
Alma News Media	20,4	16,3	16,8
Segmentit yhteensä	79,1	94,7	91,0
Kohdistamattomat velat ja eliminoinnit	187,8	203,6	181,1
Yhteensä	266,9	298,3	272,1

Vastuullisuustoimet katsauskaudella

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 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, työsuhteiden vähäpäästöisyydessä sekä paino- ja logistiikkahankintojen aiheuttamien kasvihuonepäästöjen vähentämisessä. Vain noin 2 % päästöistä syntyy yhtiön omassa toiminnassa.

Katsauskaudella yhtiö jatkoi oman energian kulutuksen alen- tamista toimitilojen tehokkuutta parantamalla. 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. Yhtiö on määritellyt strategian toteuttamista tukeviksi strategisiksi osaamisalueiksi yhteistyön ja tiimityön, asiakaslähtöisen arvonnäytteen sekä ketteryyden ja muutosjoustavuuden. Tekoälyn aikakaudella korostuvat yhä enemmän myös tekoäly- ja datalukutaito sekä työn uudistaminen.

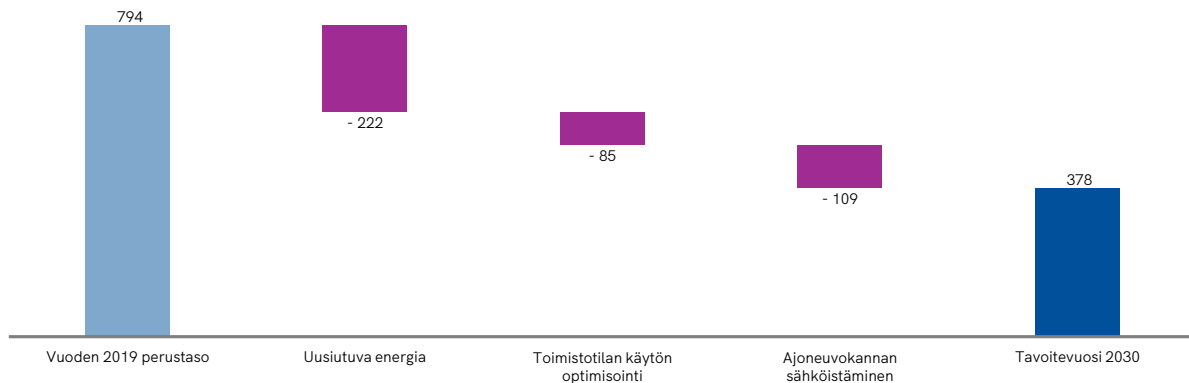
Konsernin tekoälyohjelma edistää tekoälyn käyttöönottoa liiketoimintojen ja toimintojen välisillä kehityshankkeilla, yhteisillä tavoitteilla ja yhteistyöllä. Q3:lla ohjelmassa edettiin tekoälykyvykkyyksien laajentamisessa yhteisen teknologian, investointien ja asiantuntijapalveluiden tukemana.

Alma Media jatkoi myös valmistautumista EU:n palkka-avoimuusdirektiiviin ottamalla käyttöön HAY-työn vaativuuden arviointimenetelmään perustuvan Alma Grades -luokituksen. Sen avulla tuetaan tehtävien vaativuuden ja samanarvoisen työn yhdenmukaista arviointia.

Viimeisimmässä, Q2:lla toteutetussa Alma Voice -henkilöstökyselyssä Peakon Engagement Index oli 7,6 eli teknologia-alan vertailutason mukainen. Kyselyn vastausaste oli 84 %. Seuraava kysely toteutetaan Q4:lla.

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). Vuonna 2026 Alma Media päivittää edelleen tekoälyn hallintamalliaan ja konsernin yhteisiä ohjeistuksia edistääkseen tekoälyn vastuullista, läpinäkyvää ja vaatimustenmukaista käyttöä kehittyvän sääntelyn mukaisesti.

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. /teknologiasektori
	Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia, datan ja asiakastiedon käsittely huolellista	0 kpl	0 kpl vakavia henkilötietojen tietosuojaloukkauksia, joista viranomaisen langettaisi 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

Heinä-syyskuussa 2026 NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 512 592 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,6 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.9.2026 oli 13,30 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 13,15 euroa ja ylin 14,60 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 1 095 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 114 433 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

Katsauskaudella 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 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 liiketoiminta-alue ja yksikkö vastaa omiin toimintoihinsa liittyvien riskien hallinnasta, mukaan lukien datan ja tekoälyn vastuullinen ja turvallinen käyttö.

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

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

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

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Lokakuussa 2026 Alma Media ilmoitti yhdistävänsä konserni-viestinnän ja henkilöstöhallinnon organisaation tehostamiseksi ja strategian toteutuksen tukemiseksi. Jatkossa uutta HR- ja viestintätoimintoa johtaa Elina Kukkonen. Muutoksen seurauksena Merja Ristilän nykyinen tehtävä päättyy, ja hän jää pois konsernin johtoryhmästä 31.10.2026. Uusi konsernin johtoryhmä aloittaa tehtävässään 1.11.2026.

Alma Media osti KTI Kiinteistötieto Oy:n 28.10.2026 vahvistaen asemaansa asunto- ja kiinteistöalan data- ja tietopalveluissa. KTI Kiinteistötiedon liikevaihto vuonna 2025 oli noin 3 milj. euroa. Yrityskauppa laajentaa Alma Median tarjontaa kaupallisten kiinteistöjen markkinatietoon ja analytiikkapalveluihin. Omistusoikeus siirtyy Alma Medialle 1.11.2026. KTI Kiinteistötieto raportoidaan jatkossa osana Alma Marketplaces-segmenttiä.

Osavuositarkastuslyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2026 7—9	2025 7—9	Muutos %	2026 1—9	2025 1—9	Muutos %	2025 1—12
LIIKEVAIHTO	84,2	79,3	6,3	255,2	242,2	5,4	327,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,1	-13,8	0,2	0,3	-27,4	0,4
Materiaalit ja palvelut	8,1	7,8	3,9	25,6	24,9	2,5	33,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	29,3	28,6	2,7	95,4	94,7	0,7	127,1
Poistot ja arvonalentumiset	3,5	4,7	-25,4	11,0	13,7	-19,4	18,9
Liiketoiminnan muut kulut	17,0	15,6	9,0	52,6	50,0	5,2	69,8
LIIKEVOITTO	26,3	22,6	16,1	70,8	59,1	19,8	77,8
Rahoitustuotot	1,0	0,2	361,4	2,0	0,3	667,0	0,4
Rahoituskulut	1,3	2,3	-43,0	4,1	6,6	-38,6	8,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,2	0,4		0,1	1,0	-90,4	0,9
TULOS ENNEN VEROJA	25,8	20,8	23,9	68,8	53,7	28,1	70,7
Tuloverot	5,2	4,1	25,6	13,7	10,5	30,3	15,0
TILIKAUDEN VOITTO	20,7	16,7	23,5	55,1	43,1	27,6	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	-0,4	1,0		-1,1	1,9		2,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,4	1,0		-1,1	1,9		2,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	20,2	17,8	14,0	53,9	45,0	19,8	58,0
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	20,5	16,6		54,6	42,9		55,4
- Määräysvallattomille omistajille	0,2	0,1		0,4	0,3		0,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	20,0	17,6		53,5	44,8		57,7
- Määräysvallattomille omistajille	0,2	0,1		0,4	0,3		0,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,25	0,20		0,66	0,52		0,67
- Tulos/osake laimennettu	0,24	0,20		0,64	0,51		0,66

Tase

(milj. euroa)	30.9.2026	30.9.2025	31.12.2025
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	322,2	321,8	322,5
Aineettomat hyödykkeet	81,3	89,9	85,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2,6	3,2	2,9
Käyttöoikeusomaisuuserät	26,2	31,3	30,5
Osuudet osakkuusyrityksissä	3,4	6,5	3,4
Muut rahoitusvarat	4,3	3,8	3,7
Laskennalliset verosaamiset	1,7	1,8	1,7
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	441,8	458,5	450,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,8	0,9	0,8
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,9	1,8	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	41,1	40,4	36,8
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	1,1	0,8	0,9
Rahavarat	44,2	36,0	32,5
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	88,0	79,9	71,1
VARAT YHTEENSÄ	529,8	538,3	521,6
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,2	0,6	1,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,0	19,0	19,0
Kertyneet voittovarot	189,9	166,3	175,3
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	261,8	239,0	248,3
Määräysvallattomien omistajien osuus	1,1	1,1	1,1
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	262,9	240,1	249,5
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	110,0	135,0	125,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	21,4	26,6	25,5
Laskennalliset verovelat	17,0	17,7	17,3
Eläkevelvoitteet	0,2	0,2	0,2
Varaukset	0,2	0,1	0,2
Muut rahoitusvelat	5,1	3,7	4,8
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,1	0,1
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	154,0	183,4	173,0
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	10,0	12,0	0,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	7,9	7,3	8,0
Saadut ennakot	50,8	49,4	46,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	4,0	5,9	5,7
Ostovelat ja muut velat	40,2	40,3	38,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	112,9	114,9	99,1
VELAT YHTEENSÄ	266,9	298,3	272,1
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	529,8	538,3	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					54,6	54,6	0,4	55,1
Muut laajan tuloksen erät						0,0		0,0
Muuntoerot			-1,1			-1,1		-1,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-39,5	-39,5		-39,5
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,5	-0,5
Omien osakkeiden hankinta					-1,9	-1,9		-1,9
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut					-3,3	-3,3		-3,3
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					5,5	5,5		5,5
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintaan liittyvän ehdollisen kauppahintavelan käyvän arvon muutos					-0,9	-0,9		-0,9
Oma pääoma 30.9.2026	45,3	7,7	-0,2	19,0	189,9	261,8	1,1	262,9
Oma pääoma 1.1.2025	45,3	7,7	-1,3	19,0	161,8	232,5	2,3	234,9
Tilikauden tulos					42,9	42,9	0,3	43,1
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			1,9			1,9		1,9
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-37,9	-37,9		-37,9
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,3	-0,3
Omien osakkeiden hankinta					-1,3	-1,3		-1,3
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut					-2,7	-2,7		-2,7
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					3,4	3,4		3,4
Muut muutokset					0,0	0,0		0,0
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintaan liittyvän ehdollisen kauppahintavelan käyvän arvon muutos					0,1	0,1	-1,2	-1,1
Oma pääoma 30.9.2025	45,3	7,7	0,6	19,0	166,3	239,0	1,1	240,1

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 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	20,7	16,7	55,1	43,1	55,7
Oikaisuerät	11,4	11,8	29,2	30,4	42,6
Käyttöpääoman muutos	-4,5	-2,1	1,2	2,4	2,5
Saadut osingot	0,0	0,0	0,4	0,3	0,6
Saadut korot	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,2	-1,3	-3,6	-4,1	-5,5
Maksetut verot	-4,5	-3,7	-16,1	-12,9	-14,8
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	21,8	21,5	66,3	59,3	81,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,2	-0,5	-0,9	-1,0
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,3	-0,9	-1,5	-2,2	-2,7
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,2
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	0,0	-5,3	0,0	-19,0	-19,3
Investointien rahavirta yhteensä	-0,4	-6,4	-2,0	-22,3	-23,2
Rahavirta ennen rahoitusta	21,4	15,1	64,3	37,0	58,1
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	-1,0	-0,7	-1,9	-1,3	-2,5
Lainojen nostot	0,0	0,0	10,0	24,0	24,0
Lainojen takaisinmaksut	0,0	-12,0	-15,0	-22,0	-44,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,9	-1,9	-5,7	-5,8	-7,2
Maksetut osingot	0,0	0,0	-40,0	-38,2	-38,2
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-2,9	-14,7	-52,6	-43,4	-67,9
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	18,6	0,5	11,6	-6,4	-9,8
Rahavarat kauden alussa	25,7	35,6	32,5	42,5	42,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,2
Rahavarat kauden lopussa	44,2	36,0	44,2	36,0	32,5

Ehdolliset kauppahinnat ja määräysvallattomien omistussuoksien lunastamiseen liittyvät erät

Ehdolliset kauppahintavelat ja määräysvallattomien omistussuoksien 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 omistussuoksien lunastamiseen liittyvien velkojen toteuma voi vaihdella ja parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan on 30.9.2026 kirjattu velkaa 5,1 milj. euroa (4,8 milj. euroa 31.12.2025). Ehdolliset kauppahinnat on luokiteltu käypien arvojen hierarkian tasolle 3.

(milj. euroa)	30.9.2026	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)	30.9.2026	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 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
Henkilöstö Suomi	1033	1043	1009	1029	1020
Henkilöstö muut maat	570	622	573	636	629
Henkilöstö yhteensä	1604	1665	1583	1665	1649

Osakkuusyhtiöt

milj. euroa	2026 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
Alma Career	-0,2	0,4	0,1	1,0	0,9
Yhteensä	-0,2	0,4	0,1	1,0	0,9

Vastuut

(milj. euroa)	30.9.2026	30.9.2025	31.12.2025
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Yhden vuoden kuluessa	0,6	0,6	0,6
1-5 vuoden kuluessa	0,6	0,6	0,7
Yhteensä	1,2	1,2	1,3

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	30.9.2026	30.9.2025	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	-0,5	-1,0	-1,0
Realisoitumattomat käyvän arvon muutokset tuloslaskelmassa	1,4	0,1	0,2
Käypä arvo katsauskauden lopussa *	2,7	1,9	1,8
Valuuttajohdannaiset**			
Kohde-etuuden arvo		0,0	0,0
Käypä arvo katsauskauden alussa*		0,0	0,0
Realisoituneet voitot ja tappiot		0,1	0,1
Realisoitumattomat käyvän arvon muutokset tuloslaskelmassa		0,0	0,0
Käypä arvo katsauskauden lopussa *		0,0	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 7—9	2025 7—9	2026 1—9	2025 1—9	2025 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,3	0,3	0,4
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteisö, jolla on merkittävä vaikutusvalta	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	0,0	0,1	0,2	0,2	0,3
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,2	0,4	0,7	0,9
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,0	0,2	0,2
Yhteisö, jolla on merkittävä vaikutusvalta	0,0	0,1	0,2	0,3	0,4
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	0,0	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 7—9	2026 4—6	2026 1—3	2025 10—12	2025 7—9
LIKEVAIHTO	84,2	87,9	83,1	84,9	79,3
Alma Career	27,7	28,5	27,9	26,4	26,2
Alma Marketplaces	32,3	31,9	30,1	30,4	28,6
Alma News Media	24,5	27,8	25,4	28,3	24,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	-0,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	58,0	63,6	62,7	64,0	56,6
Alma Career	16,0	16,6	16,8	15,9	15,2
Alma Marketplaces	19,5	20,9	20,5	22,0	18,7
Alma News Media	20,0	22,2	21,7	23,0	20,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	2,5	3,9	3,7	3,0	2,3
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	29,8	27,9	24,5	25,7	27,4
Alma Career	12,2	12,5	11,8	11,2	11,8
Alma Marketplaces	14,3	12,5	11,6	11,4	12,3
Alma News Media	4,8	5,8	4,0	5,7	4,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-3,0	-2,9	-2,5	-1,3
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	26,3	24,4	20,4	21,1	22,7
Alma Career	11,7	12,0	11,2	10,7	11,1
Alma Marketplaces	12,8	11,0	9,5	8,7	9,8
Alma News Media	4,5	5,6	3,7	5,3	4,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,7	-4,2	-4,0	-3,7	-2,5
% LIIKEVAIHDOSTA	31,2	27,7	24,6	24,8	28,6
Alma Career	42,2	42,0	40,1	40,4	42,3
Alma Marketplaces	39,7	34,6	31,7	28,8	34,4
Alma News Media	18,5	20,0	14,4	18,9	17,3
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,0	-0,2	-0,1	-2,4	-0,1
Alma Career	-0,1	-0,1	-0,1	-0,3	-0,1
Alma Marketplaces	0,1	0,0	0,0	-0,6	-0,2
Alma News Media	0,0	0,0	0,0	-0,9	0,2
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,1	0,0	-0,5	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	26,3	24,2	20,3	18,7	22,6
Alma Career	11,6	11,9	11,1	10,3	11,0
Alma Marketplaces	12,9	11,0	9,5	8,1	9,7
Alma News Media	4,5	5,6	3,7	4,5	4,4
Kohdistamattomat toiminnot	-2,7	-4,3	-4,0	-4,2	-2,5
Rahoitustuotot	1,0	0,5	0,7	0,1	0,2
Rahoituskulut	1,3	1,4	1,5	1,7	2,3
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	-0,2	0,0	0,3	-0,1	0,4
TULOS ENNEN VEROJA	25,8	23,3	19,7	17,0	20,8
Tuloverot	-5,2	-4,7	-3,9	-4,4	-4,1
TILIKAUDEN TULOS	20,7	18,6	15,8	12,6	16,7

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 2026 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 $((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)$. Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu $\text{digiliiketoiminta/liikevaihto} \cdot 100$. 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
- Oikaistut kokonaiskulut
- Korollinen nettovelka (MEUR, Korolliset velat - rahavarat)

Liikevoittoa oikaiseva erä on tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuina 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. Oikaisu-erät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

Mediaaliiketoiminnasta 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 2027

- Tilinpäätöstiedote tilikaudelta 2026 julkaistaan torstaina 4.2.2027 noin klo 8.00.
- Osavuositarkastus tammi-maaliskuulta 2027 julkaistaan torstaina 29.4.2027 noin klo 8.00.
- Puolivuosikatsaus tammi-kesäkuulta 2027 julkaistaan torstaina 12.8.2027 noin klo 8.00.
- Osavuositarkastus tammi-syyskuulta 2027 julkaistaan torstaina 28.10.2027 noin klo 8.00.
- Tilikauden 2026 tilinpäätös, hallituksen toimintakertomus, tilintarkastuskertomus ja selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä julkaistaan viimeistään torstaina 18.3.2027.
- Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi torstaina 8.4.2027. Yhtiökokoukseen liittyvät materiaalit ovat saatavilla Alma Median verkkosivuilla.