

The image features the ALMA logo in the top left corner, consisting of the letters 'AL' stacked above 'MA' in a stylized, blocky white font. The background is a vibrant, abstract composition of overlapping, translucent shapes in shades of purple, blue, and orange, creating a dynamic, starburst-like effect. Three people are positioned in the center: a man on the left with a beard and bald head, a woman in the middle with long dark hair, and a man on the right with a beard and dark hair. They are all wearing white long-sleeved shirts. The man on the left and the man on the right have their arms crossed, while the woman in the middle is sitting and looking towards the camera. The overall aesthetic is modern and tech-oriented.

ALMA

ALMA MEDIA OYJ PUOLIVUOSIKATSAUS
TAMMI-KESÄKUU 2025

17.7.2025

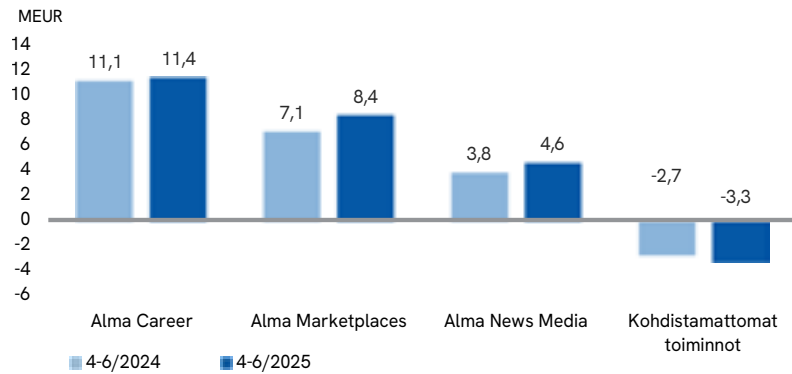
Alma Median puolivuositarkastus tammi-kesäkuu 2025:

Q2:n oikaistu liikevoitto kasvoi 8,9 %, kaikki segmentit paransivat kannattavuuttaan

Taloudellinen kehitys huhti-kesäkuussa 2025:

- Liikevaihto 83,7 (80,1) milj. euroa, kasvua 4,5 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 86,2 % (84,4 %).
- Oikaistu liikevoitto 21,1 (19,4) milj. euroa, 25,2 % (24,2 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 19,9 (19,2) milj. euroa, kasvua 3,7 %.
- Alma Career: Oikaistu liikevoitto kääntyi kasvuun tehostustoimien myötä.
- Alma Marketplaces: Liikevaihto kasvoi orgaanisesti ja yrityshankinnan tukemana 16,5 %, kannattavuus vahvistui edelleen.
- Alma News Media: Liikevaihto vertailukauden tasolla, oikaistu liikevoitto kasvoi 20,1 %.
- Osakekohtainen tulos 0,18 (0,18) euroa kasvoi 4,0 %.

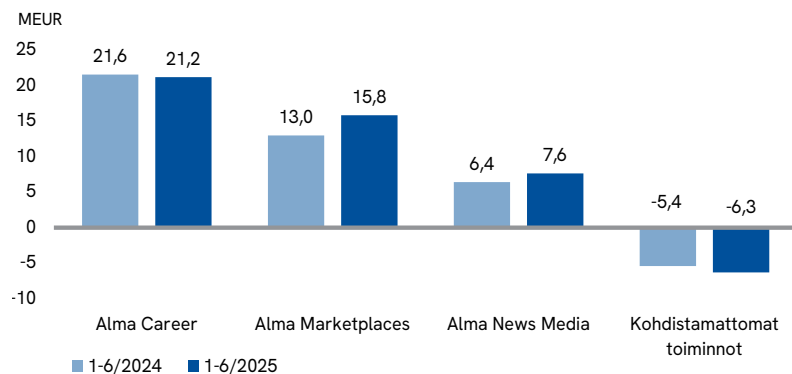
Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Taloudellinen kehitys tammi-kesäkuussa 2025:

- Liikevaihto 162,9 (156,2) milj. euroa, kasvua 4,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 85,1 % (83,7 %).
- Oikaistu liikevoitto 38,3 (35,5) milj. euroa, 23,5 % (22,7 %) liikevaihdosta.
- Liikevoitto 36,5 (34,2) milj. euroa, kasvua 6,7 %.
- Osakekohtainen tulos 0,32 (0,31) euroa, kasvoi 3,8 %.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Toimitusjohtajan katsaus:

Kannattavuus parani kaikissa segmenteissä

Alma Median liiketoiminta kehittyi toisella vuosineljänneksellä myönteisesti. Liikevaihto kasvoi sekä orgaanisesti, että yrityskauppojen tukemana 4,5 % 83,7 milj. euroon. Asuntojen ja kestokulutustavaroiden kysynnän piristymisen kotimaan markkinoilla tuki liikevaihdon kasvua. Konsernin mainosmyynti kääntyi 2,1 %:n kasvuun. Oikaistu liikevoitto nousi 8,9 % 21,1 milj. euroon, 25,2 %:iin (24,2 %) liikevaihdosta. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta kohosi 86,2 %:iin.

Rahoitusasemamme vahvistui hyvän kassavirran myötä edelleen: velkaantumisasteemme (gearing) oli kvartaalin lopussa 71,4 % (81,0) ja omavaraisuusasteemme 46,1 % (44,3).

Palvelu- ja teknologiapanostukset tulevan kasvun moottorina

Alma Career -segmentin liikevaihto laski 2,6 % 27,0 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto nousi 2,2 % 11,4 milj. euroon, ollen 42,2 % (40,2 %) liikevaihdosta. Paikallisin valuutoin liikevaihto laski 2,9 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 2,0 %. Laskutus paikallisin valuutoin oli vertailukauden tasolla (Q1/2025: 1,9 %). Segmentin kannattavuus parani kustannussäästöjen myötä. Palkkainflaatiosta huolimatta säästöjä saatiin henkilöstömäärän laskiessa.

Segmentin toimintamaissa työmarkkinakehitys vaihteli: Tšekissä työllisyystilanne säilyi vakaana, ja työvoiman kysyntä pysyi hyvällä tasolla kaikissa asiakassegmenteissä. Slovakiassa markkinakehitys hidastui, erityisesti suurten asiakkaiden lisääntyneen varovaisuuden seurauksena epävarmassa taloustilanteessa. Kroatiassa positiivinen työllisyyskehitys jatkui työttömyysasteen laskiessa edelleen, ja tietyillä kausiluonteisilla aloilla oli jo havaittavissa merkkejä työvoimapulasta. Baltian maissa työmarkkinoiden kokonaiskuva säilyi vakaana, mutta rekrytointien määrä kasvoi hieman viime vuoteen verrattuna. Suomessa tilanne pysyi haastavana, ja uusien avoimien työpaikkojen määrä väheni edelleen edellisvuoteen verrattuna.

Alma Marketplaces -segmentissä liikevaihto kasvoi Edilex Lakitieto -hankinnan vauhdittamana 16,5 % ja nousi 29,2 miljoonaan euroon, josta orgaanista kasvua oli 9,5 %. Yrityshankinnat nostivat kulutasoa 15,7 %. Oikaistu liikevoitto parani 18,2 % ja oli 8,4 milj. euroa, vastaten 28,8 % (28,4 %) liikevaihdosta.

Kotimaan asuntomarkkina osoitti piristymisen merkkejä, mikä näkyi muun muassa käytettyjen asuntojen kauppamäärien vilkastumisessa.

Real estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 17,9 % ja oli 11,0 miljoonaa euroa. Kesäkuussa Digitaalinen asuntokauppa DIASin kautta tehtiin 2 735 sähköistä asuntokauppaa, mikä on uusi kuukausiennätys. Dias-kauppojen määrä kasvoi kesäkuusta 2024 peräti 73 %.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 4,3 % 9,4 milj. euroon. Edilex-kaupan myötä Insights-liiketoiminta kasvoi 42,0 % 6,7 milj. euroon.

Kehitysprojekteja jatkettiin erityisesti autoilun ja asumisen digitaalisten palveluiden parissa, painottuen transaktionaaliseen liiketoimintaan sekä tekoälyavusteisen teknologian kehittämiseen.

Alma News Media -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla 27,5 milj. euroa. Oikaistut kulut laskivat 2,9 % ja oikaistu liikevoitto vahvistui 20,1 % 4,6 milj. euroon, 16,8 %:iin (14,0 %) liikevaihdosta. Segmentin mainosmyynti kääntyi hienoiseen 1,4 %:n kasvuun.

Vankka kiinnostus uutisiin säilyi ja Helsingin pörssin listautumismarkkina antoi jo elpymisen merkkejä. Digitaalisen liiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta kasvoi 63,9 %:iin. Digitilauksia on nyt noin 216 700 kappaletta. Toukokuussa lanseerattu Iltalehden laajempi tilaustuote, Iltalehti Plus Extra, on kiihdyttänyt digitilausmyynnin kasvua entisestään.

Kohti uusia palveluita tekoälyn tuella

Nopeasti muuttuva toimintaympäristö edellyttää ketteryyttä ja edelläkävijyyttä – siksi sijoitamme määrätietoisesti osaamiseen ja teknologiaan. Strategiamme kulmakivi on liiketoiminnan jatkuva kehitys, kasvu ja skaalaus uusimman teknologian avulla.

Tekoälyn käyttöönotto etenee vauhdilla kaikissa Alma Median liiketoiminnoissa. Meillä on käynnissä jo kymmeniä tekoälyn perustuvia hankkeita, joiden tavoitteena on tehostaa toimintaa, rikastaa palveluratkaisuja ja luoda markkinoille täysin uudenlaisia konsepteja. Esimerkkinä tällaisesta voidaan mainita toukokuussa julkaistu generatiiviseen tekoälyn perustuva Edilex AI -palvelu, joka tarjoaa vastaukset juridisiin kysymyksiin nopeasti, täsmällisesti ja luotettaviin lähteisiin perustuen.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Toimintaympäristö

Euroopan komissio odottaa viimeisimmässä (5/2025) ennusteessaan EU:n vuoden 2025 talouskasvuksi 1,1 prosenttia ja inflaatioksi 2,3 prosenttia. Työttömyyden komissio arvioi EU:ssa pysyvän viime vuoden tasolla (5,9 %).

Komissio ennustaa Suomen talouskasvun nopeutuvan viime vuodesta ja olevan tänä vuonna 1,0 %. Inflaatioksi odotetaan 1,7 % ja työttömyysasteeksi 8,6 %. Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat itäisessä Keski-Euroopassa Tšekki ja Slovakia sekä Kroatia Etelä-Euroopassa. Komissio arvioi, että Tšekin BKT:n kasvuvauhti olisi 1,9 %, Slovakian 1,5 % ja Kroatian 3,2 % tänä vuonna. Komissio ennakoii työttömyysasteiksi tälle vuodelle Tšekissä 2,6 %, Slovakiassa 5,3 % ja Kroatiassa 4,6 %.

Alman päätoimintamaat ovat riippuvaisia ulkomaankaupasta. Riskit globaalissa kauppapolitiikassa ja geopolitiikassa ovat koholla ja epävarmuus odotuksissa on lisääntynyt, mikä voi heijastua talouskehitykseen. Suomessa näkymät ovat varovaisia ja suhdanteiden odotetaan kääntyvän hitaasti.

Euroopan keskuspankki on jatkanut tänä vuonna koronlaskuja. Odotuksena on, että rahoituksen laskenut hinta tukisi kotitalouksien kestokulutushyödykkeiden hankintaa ja yritysten investointihalukkuutta. Kotimaisen asuntorakentamisen ennakoidaan edelleen elpyvän hitaasti.

Näkymät vuodelle 2025

Alma Media arvioi vuoden 2025 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton olevan vuoden 2024 tasolla. Vuoden 2024 liikevaihto oli 312,7 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 76,9 milj. euroa.

Taustaa näkymille

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

Kotimaan hitaan kasvun kauden ennakoidaan jatkuvan ja mainontaan sisältyä edelleen epävarmuutta. Yrityshankinnat tukevat konsernin liikevaihdon ja liikevoiton kehitystä. Konsernin liiketoiminnan hajautuminen sekä maantieteellisesti usealle markkinalle että eri liiketoiminta-alueille, sekä kustannusten määrätietoinen hallinta vakauttavat yhtiön näkymiä haastavissakin markkinaolosuhteissa.

Markkinatilanne Suomen päämarkkina-alueilla

Autoilun markkinakehitys

Autoalan tiedotuskeskuksen tilastojen mukaan uusien henkilöautojen kauppa oli edelleen vaimeaa: Tammi-kesäkuun aikana uusia henkilöautoja ensirekisteröitiin 4,9 prosenttia vähemmän kuin edellisvuoden vastaavana ajankohtana. Autoliikkeistä käytettynä myytyjen henkilöautojen lukumäärä pysyi vertailukauden tasolla.

Asumisen markkinakehitys

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton ylläpitämään KVKL Hintaseurantapalveluun raportoituihin tammi-kesäkuussa yhteensä

27 198 kappaletta käytettyjen asuntojen kauppaa. Kasvua edelliseen vuoteen oli 18,8 %, mutta määrät olivat edelleen 6,7 % alle 5 vuoden keskiarvon. Uudisasuntojen myyntimäärät olivat 892 kappaletta, eli -8,1 % alle viime vuoden määrien ja -72,6 % alle 5 vuoden keskiarvon.

Medialiiketoiminnan markkinakehitys

Kantar TNS:n mukaan tammi-kesäkuun 2025 mediamainonnan määrä laski 2,2 % vertailukauteen verrattuna. Toimialoista mediamainontansa lisäsivät eniten öljy- ja energiayhtiöiden, finanssialan ja telepalveluiden mainostajat ja vähensivät eniten rakennusalan, kosmetiikan ja pukeutumisen mainostajat.

Strategia

Alma Media jatkaa muutostaan perinteisestä media- ja palveluyhtiöstä kohti kehittyneitä alustaratkaisuja tarjoavaksi yritykseksi markkinapaikkojen, median ja informaatiopalvelujen alueilla. Keskitymme liiketoimintoihin, joissa meillä on kykyä luoda loppuasiakkaalle lisäarvoa ja joissa kilpailuetumme mahdollistaa meille kannattavan kasvun. Keskeisiä liiketoiminta-alueitamme ovat rekrytointi, liikkuminen, asuminen, toimitilat, uutismedia ja informaatiopalvelut.

Yhdistämme omat ja asiakkaiden alustat kokonaisvaltaisiksi palveluiksi, jotka parantavat asiakaskokemusta ja tehostavat yrityksiä asiakkaiden digitaalisia prosesseja, erityisesti markkinapaikkojen myynti- ja ostopolkuja. Haemme kasvua vahvistamalla tarjontaa liiketoimintaketjujen eri vaiheissa, tukemalla tätä yritysostoilla ja kansainvälistymällä uusille markkinoille. Teknologiaa ja osaamista kehitetään jatkuvasti kasvun ja muutoksen vauhdittamiseksi. Strategian ytimessä ovat tekoäly ja yleisöt: tekoälyä hyödynnetään tuotteiden kehityksessä ja prosessien tehostamisessa. Tavoitteena on nopeampi markkinoillepääsy ja ketterämpi toiminta. Samalla panostetaan yleisön kasvattamiseen ja personoituihin palveluihin.

Haemme jatkuvasti synergiaa yhteistyöstä liiketoimintojemme välillä vauhdittaaksemme kasvua ja parantaaksemme tehokkuutta. Ohjaamme kävijäliikennettä palveluidemme välillä yleisöjen kasvattamiseksi, keräämme, jalostamme ja kaupallistamme dataa ja hyödynnämme yhteistä teknologiaa, alustoja, osaamista ja toimintoja. Panostamme myös yhteiseen mediamyyntiin Suomessa.

Strategian toteuttaminen katsantokaudella

Alma Media edistyi vahvasti tekoälyn hyödyntämisessä palveluissaan. Merkittäviä lanseerauksia olivat mm. semanttinen haku Etuovessa, Iltalehden tekoälychat ja -podcast sekä Vaalikaveri (vaaliavustaja). Yrityspuolella Edilex AI parantaa oikeudellisen tiedon hakua, kun taas Teamio ja Seduo tuottavat tekoälyn avulla urasisältöä. Atmoskop tiivistää työntekijäpalautteen automaattisesti, ja Autohuuto lisää plussat ja miinukset autolistauksiin tekoälyperusteisesti.

Alma Career -segmentin sisäistä yhteistyötä vahvistava ja tuottavuutta parantava Career United -hanke jatkui alkuvuonna suunnitellun mukaisesti. Yhteisen järjestelmäarkkitehtuurin sekä taustajärjestelmien uudistusprojektit etenivät, ja vanhojen järjestelmien täysimittainen korvaaminen käynnistettiin. Järjestelmien uudistus jatkuu vaihteittain vuoden 2026 loppuun asti.

ja tämän myötä päällekkäiset kustannukset alkavat suunnitellusti vähentyä. Maarajat ylittävä tuoteorganisaatio on tuonut tehokkuutta tuotekehitykseen, mahdollistanut alustajärjestelmien yhtenäistämisen ja tehostanut tuoteportfolion hallintaa. CV-tietokantojen yhdistämistä jatkettiin laajentamalla Tšekin ja Slovakian muodostamaa kokonaisuutta Baltian maiden tietokannoilla. Tämä mahdollistaa rekrytoiville yrityksille hakujen tekemisen yhdestä viiden maan yhteisestä CV-kannasta. Kroatian ja Pohjois-Makedonian tietokannat tullaan liittämään mukaan vuoden loppuun mennessä. Slovakiassa käyttöön otetun tekoälypohjaisen työnhakuteknologian kehitystä jatkettiin, ja teknologia otetaan asteittain käyttöön Tšekin, Kroatian ja Baltian maiden työnhakupalveluissa loppuvuoden aikana. Käyttökokemusten perusteella uusi ratkaisu on merkittävästi parantanut työnantajien ja työnhakijoiden kohtaamista.

Tšekkiläisen start-up-yrityksen Nelisa s.r.o.:n integraatio saatiin päätökseen ja yrityksen päätuote, ohjelmallinen rekrytointimainonnan ostaminen, on otettu osaksi Tšekin tuoteportfoliota sekä laajennettu onnistuneesti myös Slovakian markkinalle huhtikuussa.

Eri toimintamaissa uudistetaan tuote- ja näkyvyyspaketteja, joiden avulla vastataan paremmin eri asiakassegmenttien rekrytointitarpeisiin. Katsauskauden aikana asiakkaat ovat hyödyntäneet yhä enemmän digitaalisia rekrytointin tukipalveluja sekä työnantajamielikuvaan liittyviä palveluita.

Alma Marketplaces -segmentissä alkuvuoden painopiste oli tarjooman laajentamisessa. Tuotekehityksessä panostettiin erityisesti tekoälyhankkeisiin sekä asiakasratkaisuihin että sisäisten prosessien kehittämisessä.

Asuntokaupan digitaalisten palveluiden kehitystä jatkettiin: DIAS-alustalla otettiin käyttöön digitaalisten osakekirjojen suostumuspalvelu, Vuokraovi siirtyi Etuoven kanssa yhteiselle teknologia-alustalle ja OviPro jatkoi asiakaskäyttöönottoja. OviPron uusi teknologia-alusta mahdollistaa kiinteistövälittäjien tehokkaan työskentelyn ja asiakaspalvelun sekä sujuvan tiedonsiirron. Kokonaisuudessaan edellä mainitut uudistukset parantavat palveluiden suorituskykyä, asiakaskokemusta ja tietoturvaä sekä tukevat Alma Median strategiaa rakentaa asuntokaupan kattavin digitaalinen ekosysteemi.

Edilex Lakitieto -yrityskaupan integrointi osaksi Legal Insights -liiketoimintayksikköä eteni suunnitellusti. Toukokuussa julkaistiin generatiiviseen tekoälyyn perustuva Edilex AI -palvelu, joka tarjoaa vastaukset juridisiin kysymyksiin nopeasti, täsmällisesti ja perustuen luotettaviin lähteisiin. Lisäksi Insights-liiketoimintayksikköön siirtyi liiketoimintakaupan myötä Decade of Action Oy:n kehittämä ESG-raportointipalvelu. Raportointipalvelun päälle toteutetaan palvelukokonaisuus, joka tukee yrityksiä vastuullisuuden kehittämisessä sekä toimittajien ESG-riskien arvioinnissa ja raportoinnissa.

Mobility-liiketoimintayksikössä keskityttiin ajoneuvokaupan järjestelmäkehitykseen WebSales Cloud -hankkeessa, ilmoitusjärjestelmien modernisointiin sekä datapalveluiden laajentamiseen. Vertailupalveluissa jatkettiin tekoälypohjaisten ominaisuuksien tuomista palveluiden osaksi ja toteutettiin 10 %:n vähemmistösiirto Hilla Villas -palveluun, joka tarjoaa korkeatasoisia huiloita ja elämysmatkailupalveluita Pohjois-Suomessa lomaileville.

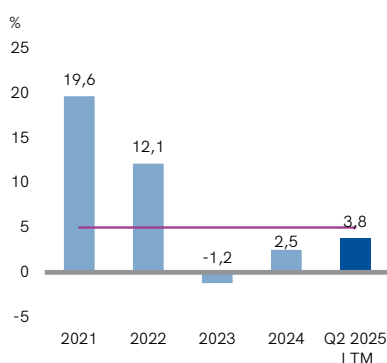
Alma News Mediassa jatkettiin digitaalisten medioiden aktiivista tuotekehitystä ja edistettiin tekoälyn hyödyntämistä eri työtehtävissä. AI-avusteisia työkaluja otettiin laajasti käyttöön toimituksellisissa prosesseissa, ja tekoälyä hyödynnetään muun muassa uudessa, dynamisessa Sophi-maksumuurissa, jota testataan parhaillaan Kauppalehdessä. Sisältöliiketoiminnan kehitys eteni suunnitellusti. Tavoitteena on rakentaa kestävä, jatkuvaan sisältöliiketoimintaan perustuva digitaalinen liiketoiminta. Uutena sisältölisäpalveluna lanseerattiin Ilta-lehden IL Plus Extra, joka tarjoaa tilaajille MikroBitin sisältöjä ja muita lisäpalveluja.

Digitaalisuus eteni vahvasti: News Median -segmentin digitaalisuus nousi Q2:lla lähes 64 prosenttiin. Rahapelimainonnan arvioidaan vapautuvan Suomessa vuonna 2027, mutta asian eduskuntakäsittely siirtyi syksyyn 2025. Segmentti tekee proaktiivisesti suunnittelua ja tuotekehitystä varautuessaan tähän mahdolliseen markkinamuutokseen.

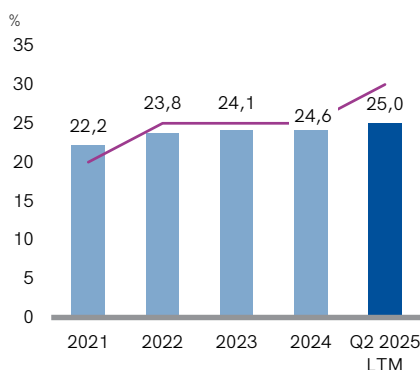
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

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

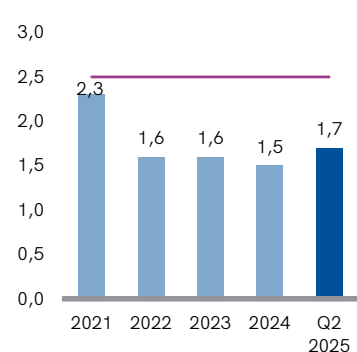
Liikevaihdon kasvu*



Oikaistu liikevoittomarginaali*



Nettovelan ja käyttökateen suhde*



Konsernin tunnuslukuja

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Liikevaihto	83,7	80,1	4,5	162,9	156,2	4,3	312,7
Luokiteltu	32,2	31,5	2,5	63,3	61,7	2,7	122,2
Mainonta	16,2	15,9	2,1	30,1	30,6	-1,6	60,0
Digitaaliset palvelut *	16,7	14,2	18,1	32,5	27,1	19,9	56,5
Sisältö	12,7	12,6	1,3	25,4	25,2	1,0	50,6
Muut *	5,8	6,0	-3,8	11,6	11,8	-1,3	23,3
Digiliiketoiminnan liikevaihto	72,2	67,6	6,8	138,6	130,7	6,1	263,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	86,2	84,4		85,1	83,7		84,2
Oikaistut kokonaiskulut	62,7	60,8	3,1	124,7	121,0	3,1	236,2
Oikaistu käyttökate	25,6	23,6	8,5	47,2	43,9	7,7	94,0
Käyttökate	24,5	23,4	4,4	45,5	42,5	6,9	91,0
Oikaistu liikevoitto	21,1	19,4	8,9	38,3	35,5	7,9	76,9
% liikevaihdesta	25,2	24,2		23,5	22,7		24,6
Liikevoitto/-tappio	19,9	19,2	3,7	36,5	34,2	6,7	73,4
% liikevaihdesta	23,8	24,0		22,4	21,9		23,5
Tilikauden tulos ennen veroja	18,5	18,1	2,1	32,9	31,7	3,6	67,0
Tilikauden tulos	15,3	14,6	4,6	26,4	25,4	3,9	52,6

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

milj. euroa	2025 30.6.	2024 30.6.	Muutos %	2025 30.6.	2024 30.6.	Muutos %	2024 31.12.
Varat				532,4	519,6	2,5	526,1
Nettovelat				158,5	168,5	-5,9	140,0
Korolliset velat				194,1	196,5	-1,2	182,4
Korottomat velat				116,3	115,0	1,1	108,8
Investoinnit yhteensä	1,6	2,7	-39,6	15,9	18,4	-13,9	22,6
Omavaraisuusaste%				46,1	44,3	4,2	48,6
Gearing%				71,4	81,0	-11,9	59,6

Henkilöstö

	2025 30.6.	2024 30.6.	Muutos %	2025 30.6.	2024 30.6.	Muutos %	2024 31.12.
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 682	1 673	0,6	1 665	1 671	-0,4	1 660
Telemarkkinoijat keskimäärin	135	153	-11,8	135	157	-14,0	148

Tunnuslukuja

	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	28,9	29,4	-1,7	24,5	25,0	-2,1	23,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	17,2	17,3	-0,3	14,8	15,0	-1,3	14,7
Tulos/osake, EUR laimentamaton **	0,18	0,18	4,0	0,32	0,31	3,8	0,64
Tulos/osake, EUR laimennettu **	0,18	0,17	3,7	0,31	0,30	3,4	0,62
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,19	0,13	42,0	0,46	0,43	7,6	0,90
Oma pääoma/osake				2,68	2,50	7,4	2,82
Osinko/osake							0,46
Efektiiivinen osinkotuotto%							4,2
Hinta/voittosuhte P/E							17,3
Markkina-arvo				1099,8	848,5	29,6	906,2
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD) (1000 osaketta) **	82 313	82 276		82 313	82 276		82 145
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD) (1000 osaketta) **	84 362	84 030		84 362	84 030		84 059
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta) ***	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

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

** Yhtiö on vuoden 2025 aikana luovuttanut omia osakkeita 218 968 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 69 886 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Huhti-kesäkuu 2025

Alma Median liikevaihto kasvoi 4,5 % ja oli 83,7 (80,1) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa raportointikaudella 2,3 % ja 1,8 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus toisen vuosineljänneksen liikevaihdon muutokseen 0,2 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja lopetettuja brändejä ja paikallisin valuutoin oli 2,7 %. Konsernin luokiteltu myynti kasvoi 2,1 % paikallisin valuutoin ja oli 32,2 milj. euroa. Koko konsernin mainosmyynti oli 16,2 (15,9) milj. euroa, joka kasvoi 2,1 % vertailukauteen nähden. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 18,1 % ja oli 16,7 (14,2) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 86,2 (84,4) prosenttiin liikevaihdesta.

Tammi-kesäkuu 2025

Alma Median liikevaihto kasvoi 4,3 % ja oli 162,9 (156,2) milj. euroa. Liiketoimintojen hankinnat kasvattivat konsernin liikevaihtoa raportointikaudella 2,5 % ja 4,0 milj. euroa. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus katsauskauden liikevaihdon muutokseen oli 0,3 milj. euroa. Orgaanisen liikevaihdon kasvu ilman hankittuja ja lopetettuja brändejä ja paikallisin valuutoin oli 2,2 %. Konsernin luokiteltu myynti kasvoi 2,3 % paikallisin valuutoin ja oli 63,3 milj. euroa. Koko konsernin mainosmyynti oli 30,1 (30,6) milj. euroa, joka laski 1,6 % vertailukauteen nähden. Digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 6,1 % ja oli 138,6 (130,7) milj. euroa. Konsernin digitaalisen liikevaihdon osuus nousi 85,1 (83,7) prosenttiin liikevaihdesta.

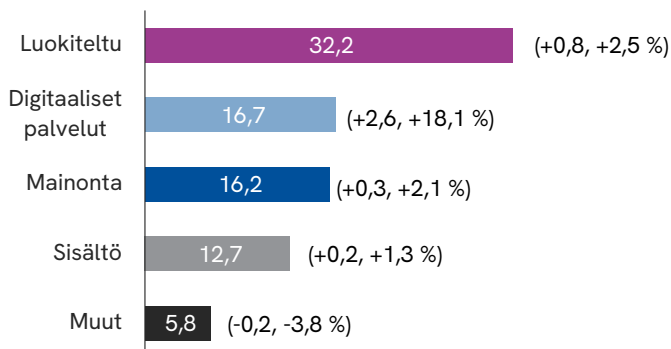
Liikevaihto

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Alma Career	27,0	27,7	-2,6	53,7	54,7	-1,7	107,2
Alma Marketplaces	29,2	25,1	16,5	56,1	48,0	17,0	98,3
Alma News Media	27,5	27,4	0,4	53,3	53,9	-1,2	107,1
Segmentit yhteensä	83,7	80,2	4,4	163,1	156,5	4,2	312,6
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	0,0	-0,1	-144,1	-0,2	-0,3	-28,2	0,0
Yhteensä	83,7	80,1	4,5	162,9	156,2	4,3	312,7

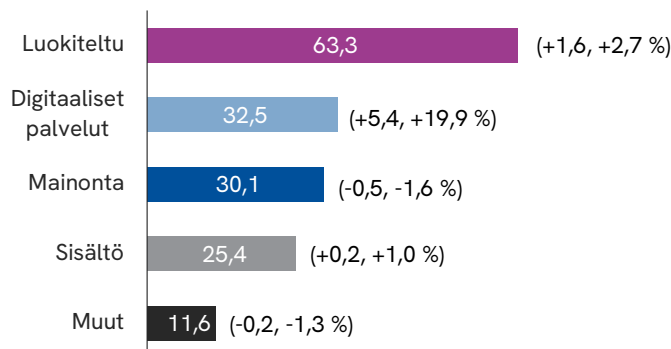
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

(milj. euroa)	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Suomi	56,9	50,9	11,7	109,9	99,1	10,9	200,3
Tsekki	15,1	15,3	-1,2	31,3	30,4	3,0	61,4
Muut maat	14,4	13,9	3,3	28,7	26,9	6,7	51,9
Segmentit yhteensä	86,4	80,1	7,8	169,9	156,4	8,6	313,6
Kohdistamattomat ja eliminoinnit	-2,7	0,0	6060,7	-7,0	-0,2	4229,0	-0,9
Konserni yhteensä	83,7	80,1	4,5	162,9	156,2	4,3	312,7

Liikevaihdon jakauma 4-6/2025



Liikevaihdon jakauma 1-6/2025



* Liikevaihdon jakauma sisältää konsernin sisäisiä eriä.

Tulos

Huhti-kesäkuu 2025

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

Toisella vuosineljänneksellä oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 1,8 milj., kokonaiskulujen kasvu oli 2,8 milj. euroa. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen brändien vaikutus huomioiden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 0,5 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,6 (4,2) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,6 (1,6) milj. euroa. Ilman liiketoimintojen myyntien, lopetuksien ja hankintojen vaikutusta henkilöstökulut kasvoivat 2,6 %.

Huhti-kesäkuun tulos oli 15,3 (14,6) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,18 (0,18) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 2,1 (2,3) milj. euroa. Korkeajohdannaisopimuksen negatiivinen käyvän arvон muutos toisen kvartaalin aikana oli 0,2 milj. euroa (positiivinen 0,5 milj. euroa).

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Alma Career	11,4	11,1	2,2	21,2	21,6	-1,7	43,5
Alma Marketplaces	8,4	7,1	18,2	15,8	13,0	21,9	28,5
Alma News Media	4,6	3,8	20,1	7,6	6,4	19,0	15,5
Segmentit yhteensä	24,4	22,1	10,5	44,6	40,9	9,0	87,5
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-3,3	-2,7	23,6	-6,3	-5,4	16,5	-10,6
Yhteensä	21,1	19,4	8,9	38,3	35,5	7,9	76,9

Oikaistut erät

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

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Alma Career	11,3	11,0	2,9	21,1	21,4	-1,4	43,1
Alma Marketplaces	7,3	7,1	2,8	14,4	12,4	14,9	27,8
Alma News Media	4,6	3,8	20,1	7,4	6,2	18,8	13,7
Segmentit yhteensä	23,3	21,9	5,9	42,8	40,1	6,9	84,6
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-3,4	-2,7	21,7	-6,4	-5,9	7,1	-11,2
Yhteensä	19,9	19,2	3,7	36,5	34,2	6,7	73,4

Tammi-kesäkuu 2025

Oikaistu liikevoitto oli 38,3 (35,5) milj. euroa, 23,5 % (22,7 %) liikevaihdosta. Valuuttojen kurssimuutoksen vaikutus oikaistun liikevoiton muutokseen oli 0,1 milj. euroa. Alma Marketplacesin hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistun liikevoiton kehitykseen oli 0,1 milj. euroa. Liikevoitto oli 36,5 (34,2) milj. euroa, joka on 22,4 % (21,9 %) liikevaihdosta. Oikaistut erät on eritelty alla olevassa taulukossa.

Ensimmäisellä vuosipuoliskolla oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 3,7 milj., kokonaiskulujen kasvu oli 4,3 milj. euroa. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen brändien vaikutus huomioiden oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 1,3 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 9,0 (8,3) milj. euroa, johon sisältyi yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 3,3 (3,2) milj. euroa. Ilman liiketoimintojen myyntien, lopetuksien ja hankintojen vaikutusta henkilöstökulut kasvoivat 2,4 %.

Tammi-kesäkuun tulos oli 26,4 (25,4) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,32 (0,31) euroa per osake. Rahoituskulut olivat 4,4 (4,6) milj. euroa. Korkeajohdannaisopimuksen negatiivinen käyvän arvон muutos ensimmäisen vuosipuoliskon aikana oli 0,1 milj. euroa (positiivinen 1,2 milj. euroa).

Tase ja rahavirtalaskelma

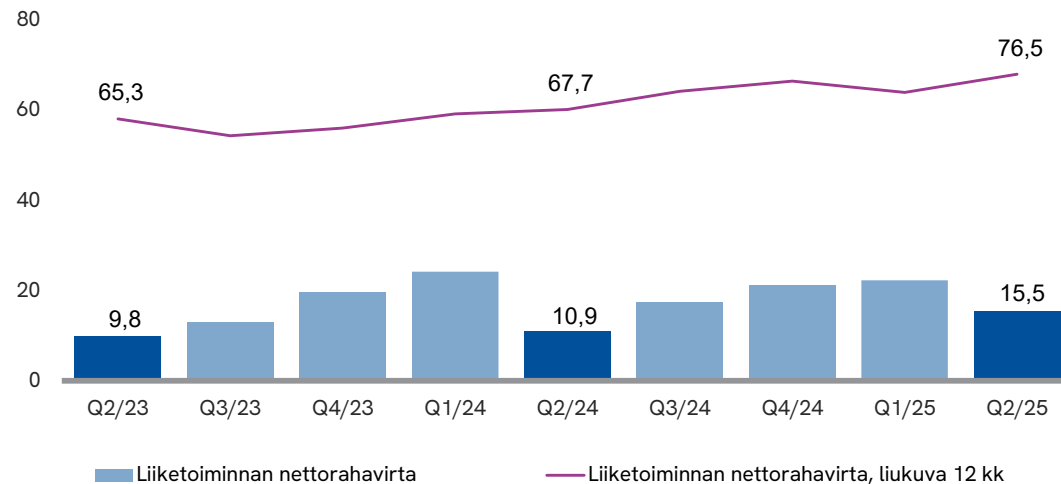
Taseen loppusumma oli kesäkuun 2025 lopussa 532,4 (joulukuun 2024 lopussa 526,1) milj. euroa. Konsernin nettokäyttöpääoma oli -51,5 (-7,9) milj. euroa, sisältäen 51,2 (49,7) milj. euroa ennakkomaksuvelkoja. Omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 46,1 % (44,3 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 2,68 (2,50) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta huhti-kesäkuussa oli 15,5 (10,9) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli huhti-kesäkuussa 13,8 (8,3) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy Decade of Action -liiketoiminnan hankinta, sijoitus Hilla Villas -liiketoimintaan sekä investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä 1,6 milj. euroa. Rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen nostot olivat 24,0 milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi-kesäkuussa oli 37,8 (35,1) milj. euroa. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli tammi-kesäkuussa 21,9 (16,9) milj. euroa. Investointien rahavirtaan sisältyy Edilex Lakitieto Oy:n yrityskauppa, Suomen Tunnistetieto Oy:n vaiheittainen hankinta, Decade of Action -liiketoiminnan hankinta, sijoitus Hilla Villas -liiketoimintaan sekä investointeja aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin yhteensä 15,9 milj. euroa. Rahoituksen rahavirtaan sisältyvät korollisten lainojen lyhennykset olivat 13,9 milj. euroa. Uusia lyhytaikaisia lainoja nostettiin 24 milj. euroa ja pitkäaikaisia lainoja lyhennettiin 10 milj. euroa ensimmäisen vuosipuoliskon aikana.

Liiketoiminnan nettorahavirta, sisältäen jatkuvat ja lopetetut toiminnot

MEUR

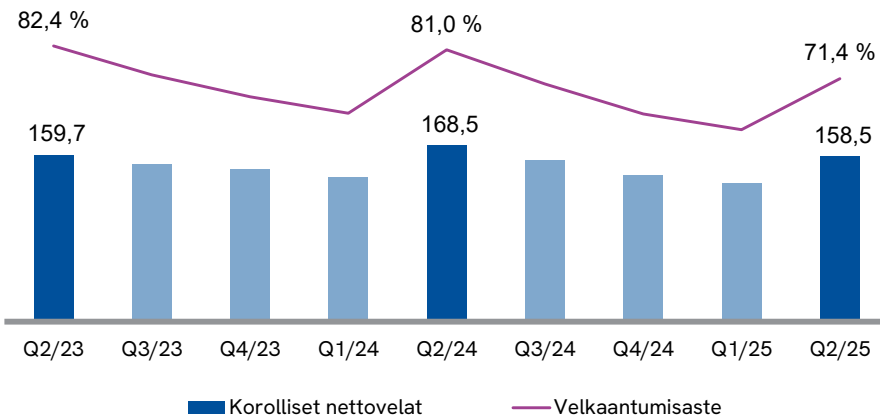


Korolliset nettovelat

	2025	2024	2024
(milj. euroa)	1-6	1-6	1-12
Korolliset pitkäaikaiset velat	162,9	189,8	175,3
IFRS16-leasingvelat	27,9	29,8	30,3
Rahoituslaitoslainat	135,0	160,0	145,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	31,2	6,7	7,1
IFRS16-leasingvelat	7,2	6,7	7,1
Yritystodistukset	24,0		
Rahavarat	35,6	28,0	42,5
Korolliset nettovelat	158,5	168,5	140,0

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste, sisältäen lopetetut toiminnot

MEUR



Alma Media sopi joulukuussa 2023 uuden 160 milj. euron Term Loan -rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin vuonna 2021 sovittu 200 milj. euron rahoitusjärjestely, josta lainaa oli takaisinmaksuhetkellä jäljellä 140 milj. euroa. Uudella rahoitusjärjestelyllä on 33 kuukauden maturiteetti sisältäen 12 ja 24 kuukauden jatko-optiot. Lokakuussa 2024 lainaa lyhennettiin 15 milj. euroa ja maaliskuussa 2025 10 milj. euroa. Pitkäaikaista lainaa oli jäljellä kesäkuun 2025 lopussa 135 milj. euroa. Alma Media sopi 12 kuukauden jatko-option käytöstä joulukuussa 2024. Katsauskauden jälkeen rahoitusjärjestelyn maturiteetti on 30 kuukautta sekä lisäksi 12 kuukauden jatko-optio.

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 30.6.2025. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.6.2025.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistuksia oli nostettuna 30.6.2025 24 milj. euroa. Alma Medialla oli kesäkuun 2025 lopussa korollisia velkoja yhteensä 194,1 (196,5) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 158,5 (168,5) milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannais-sopimuksen, joka on nimellisarvoltaan 50 milj. euroa. Sopimus on luonteeltaan allekirjoitushetkestä kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Yhtiö allekirjoitti elokuussa 2024 korkojohdannais-sopimuksen, joka on nimellisarvoltaan 30 milj. euroa. Sopimus on luonteeltaan allekirjoitushetkestä alkava kolmen vuoden kiinteä korkosopimus.

Koronvaihtosopimuksista toisella kvartaalilla on syntynyt 0,2 milj. euron negatiivinen käyvän arvon muutos, joka on kirjattu rahoituseriin (positiivinen 0,5 milj. euroa). Korkojohdannaisien käypä arvo katsauskauden lopussa oli 1,9 milj. euroa.

Term Loan -lainan korko on sidottu vaihtuvaan markkinakorkoon. Mikäli lainan viitekorko nousisi prosenttiyksiköllä vuoden 2025 aikana, vaikutus rahoituskuluihin olisi vuositasolla 1,4 milj. euroa. Term Loan -lainaa varten otetut korkojohdannaiset laimentaisi viitekoron prosenttiyksikön nousun kassaperusteista kustannusvaikutusta 0,8 milj. euroa. Korollisten velkojen keskimääräinen maksuperusteinen korkokustannus oli 2,8 % (3,9 %) toisella kvartaalilla.

Alma Medialla oli 30.6.2025 yritysjarjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia tai suoraan omaan pääomaan kirjattavia ehdollisiin lisäkauppahintoihin ja määräysvallattomien omistussuoksien lunastamiseen liittyviä eriä 3,2 milj. euroa.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2025

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

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

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

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2025 toisella kvartaalilla yhteensä 1,6 (2,7) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Decade of Action -liiketoiminnan hankinnasta, sijoituksesta Hilla Villas -liiketoimintaan, ylläpito- ja tuotekehityshankkeista, sekä muista käyttöomaisuuserien lisäyksistä.

Investoinnit segmentteittäin

	2025	2024	2025	2024	2024
(milj. euroa)	4-6	4-6	1-6	1-6	1-12
Alma Career	0,1	0,2	0,2	0,3	2,6
Alma Marketplaces	1,1	2,2	15,0	17,3	18,6
Alma News Media	0,2	0,0	0,4	0,1	0,4
Segmentit yhteensä	1,4	2,4	15,6	17,7	21,6
Kohdistamattomat	0,2	0,3	0,3	0,7	0,9
Yhteensä	1,6	2,7	15,9	18,4	22,6

Investoinnit ja yritysostot

	2025	2024	2025	2024	2024
(milj. euroa)	4-6	4-6	1-6	1-6	1-12
Käyttöomaisuus	1,4	1,1	2,2	2,4	4,5
Yritysostot	0,3	1,6	13,7	16,1	18,1
Yhteensä	1,6	2,7	15,9	18,4	22,6

Poistot

	2025	2024	2025	2024	2024
(milj. euroa)	4-6	4-6	1-6	1-6	1-12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,9	2,6	5,7	5,1	11,3
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,6	1,6	3,3	3,2	6,3
Yhteensä	4,6	4,2	9,0	8,3	17,6

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoivat 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 raportoivat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Career

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

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

Avainluvut

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Liikevaihto	27,0	27,7	-2,6	53,7	54,7	-1,7	107,2
Luokiteltu	22,1	22,5	-1,5	43,8	44,4	-1,3	87,2
Mainonta	0,9	0,9	1,5	2,0	2,2	-9,9	3,4
Digitaaliset palvelut	2,8	2,7	2,7	5,5	5,2	6,2	10,7
Muut	1,2	1,6	-29,8	2,4	2,9	-15,8	5,8
Oikaistut kokonaiskulut	15,7	16,7	-6,0	32,6	33,3	-2,0	64,0
Oikaistu käyttökate	12,1	11,8	2,6	22,5	22,9	-1,4	46,1
Käyttökate	12,0	11,6	3,2	22,5	22,7	-1,1	45,7
Oikaistu liikevoitto	11,4	11,1	2,2	21,2	21,6	-1,7	43,5
% liikevaihdosta	42,2 %	40,2 %		39,4 %	39,4 %		40,6 %
Liikevoitto/-tappio	11,3	11,0	2,9	21,1	21,4	-1,4	43,1
% liikevaihdosta	41,9 %	39,7 %		39,4 %	39,2 %		40,6 %
Henkilöstö keskimäärin	624	695	-10,1	633	693	-8,6	678
Digiliiketoiminnan liikevaihto	26,6	27,2	-2,4	51,7	53,8	-3,9	105,9
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	98,5 %	98,3 %		96,2 %	98,3 %		98,8 %

Liikevaihto

milj.euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Career North	2,6	2,9	-11,2	5,5	6,2	-11,7	11,4
Career Central	20,5	20,8	-1,3	40,6	40,7	-0,4	80,9
Careet South	3,9	4,1	-5,8	7,7	8,0	-3,1	15,4
Muut ja eliminoinnit	0,0	-0,1	-91,7	0,0	-0,2	-86,7	-0,5

Operatiiviset avainluvut *

Kuukausikeskiarvot

Vuosi	2025 4-6	2024 4-6	2025 1-6	2024 1-6	2024 1-12
Yksittäiset kävijät	5 798 000	5 822 667	6 264 500	6 298 833	6 062 750
Työpaikkavahtien käyttäjät	2 090 000	1 950 667	2 068 167	1 938 500	1 979 333
Yksittäiset kävijät /työpaikkavahtit	36,0 %	33,5 %	33,0 %	30,8 %	32,6 %
Mainostajia	18 248	19 272	18 175	18 950	17 776
Maksulliset ilmoitukset, kpl	101 001	103 844	101 281	104 218	99 858
Laskutus, EUR	8 312 000	8 271 667	9 523 167	9 396 833	8 922 003
Laskutus/mainostaja, EUR	455	429	524	496	502
Laskutus/maksulliset ilmoitukset, EUR	85	80	94	90	89

* Luvut vertailukelpoisin valuutoin. Luvut eivät sisällä Puolan lukuja.

Huhti-kesäkuu 2025

Vuoden 2025 toisella vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto laski 2,6 % ja oli 27,0 (27,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto laski 2,9 %. Laskutus paikallisin valuutoin oli vertailukauden tasolla (Q1/2025: 1,9 %).

Luokiteltu ilmoittelu laski 1,5 % ja oli 22,1 (22,5) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta laski 1,7 %. Mainosmyynti kasvoi 1,5 % ja oli 0,9 (0,9) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden myynti kasvoi 2,7 % ja oli 2,8 (2,7) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden myyntiä kasvattivat rekrytoinnin lisäarvopalveluiden sekä työnantajamielikuvaan liittyvien palveluiden myynti erityisesti Tšekin markkinalla. Muu liikevaihto laski 29,8 % ja oli 1,2 (1,6) milj. euroa. Laskuun vaikutti matalakatteisen henkilöstövuokrausliiketoiminnan lasku Latviassa.

Alma Careerin palveluiden keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä oli toisella kvartaalilla vertailukauden tasolla. Sekä mainostajien (-5,3 %) että ilmoitusten (-2,7 %) keskimääräiset kuukausimäärät laskivat hieman. Mainostajakohtainen laskutus (6,1 %) sekä ilmoitusten keskihinta (3,3 %) kasvoivat vertailukauden tasolta.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut laskivat 6,0 % ja olivat 15,7 (16,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut laskivat 6,2 %. Kulujen laskuun vaikuttivat palkkainflaatiosta huolimatta laskeneet henkilöstökulut sekä vertailukautta alhaisemmat palveluostot.

Ensimmäisellä vuosineljänneksellä aloitettu Slovenian liiketoiminnan alasajo saatiin päätökseen toisen vuosineljänneksen aikana. Slovenian liiketoimintaan sitoutui toisella kvartaalilla 0,1 milj. euroa kuluja.

Oikaistu liikevoitto oli toisella vuosineljänneksellä 11,4 (11,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 42,2 % (40,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 11,3 (11,0) milj. euroa. Katsauskauden sekä vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,1 milj. euroa.

Tammi-kesäkuu 2025

Vuoden 2025 ensimmäisellä vuosipuoliskolla Alma Career -segmentin liikevaihto laski 1,7 % ja oli 53,7 (54,7) milj. euroa. Paikallisin valuutoin liikevaihto laski 2,0 %. Laskutus paikallisin valuutoin kasvoi 0,7 %.

Luokiteltu ilmoittelu laski 1,3 % ja oli 43,8 (44,4) milj. euroa. Paikallisin valuutoin luokiteltu mainonta laski 1,6 %. Mainosmyynti laski 9,9 % ja oli 2,0 (2,2) milj. euroa. Digitaalisten palveluiden myynti kasvoi 6,2 % ja oli 5,5 (5,2) milj. euroa. Muu liikevaihto laski 15,8 % ja oli 2,4 (2,9) milj. euroa.

Ensimmäisellä vuosipuoliskolla oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,0 % ja olivat 32,6 (33,3) milj. euroa. Paikallisin valuutoin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,2 %. Kulujen laskuun vaikuttivat henkilöstö- sekä markkinointikulujen lasku.

Oikaistu liikevoitto oli ensimmäisellä vuosipuoliskolla 21,2 (21,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 39,4 % (39,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 21,1 (21,4) milj. euroa. Katsauskauden sekä vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,1 milj. euroa.

Alma Marketplaces

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

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

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

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

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

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

Marketplaces -segmentissä raportoidaan Netwheels-yrityshankinta 1.2.2024 alkaen sekä Edilex Lakitieto Oy 1.2.2025 alkaen.

Avainluvut

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Liikevaihto	29,2	25,1	16,5	56,1	48,0	17,0	98,3
Luokiteltu	10,0	8,8	13,5	19,3	17,1	13,0	34,7
Mainonta	2,8	2,8	2,5	5,1	5,0	0,5	10,0
Digitaaliset palvelut	13,9	11,6	20,7	27,0	22,0	23,1	45,9
Muut	2,4	1,9	25,5	4,7	3,9	21,2	7,8
Oikaistut kokonaiskulut	20,8	18,0	15,7	40,3	35,0	15,1	69,8
Oikaistu käyttökate	10,8	9,2	16,6	20,4	17,1	19,4	36,9
Käyttökate	9,7	9,2	4,8	18,9	16,6	14,1	36,2
Oikaistu liikevoitto	8,4	7,1	18,2	15,8	13,0	21,9	28,5
% liikevaihdosta	28,8 %	28,4 %		28,2 %	27,0 %		29,0 %
Liikevoitto/-tappio	7,3	7,1	2,8	14,3	12,4	14,9	27,8
% liikevaihdosta	25,0 %	28,3 %		25,5 %	26,0 %		28,3 %
Henkilöstö keskimäärin	410	346	18,5	394	348	13,2	345
Digiliiketoiminnan liikevaihto	28,0	24,2	16,0	53,9	46,0	17,1	94,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	95,9 %	96,3 %		96,0 %	95,9 %		95,7 %

Liikevaihto

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Real estate	11,0	9,3	17,9	21,2	17,8	19,0	36,7
Mobility	9,4	9,0	4,3	18,2	16,7	8,9	34,4
Comparison services	2,1	2,0	4,6	4,1	3,9	4,3	8,0
Insights	6,7	4,7	42,0	12,7	9,6	32,1	19,3
Muut ja eliminoinnit	0,0	0,0	-132,4	0,0	0,0	-127,6	-0,1

Real estate

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Yksittäiset kävijät	3 851	4 021	-4,2 %	3 816	4 025	-5,2 %	3 951
Keskimääräiset listaukset	236	207	13,6 %	225	200	12,3 %	205

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

Mobility

KPI (kuukausikeskiarvot tuhansina)	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Yksittäiset kävijät	4 535	4 952	-8,4 %	4 318	4 900	-11,9 %	4 658
Keskimääräiset listaukset	234	240	-2,5 %	229	231	-0,8 %	231

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

Huhti-kesäkuu 2025

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi toisella vuosineljänneksellä 16,5 % ja oli 29,2 (25,1) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 9,5 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 95,9 % (96,3 %).

Real estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 17,9 % ja sen luokiteltu liikevaihto kasvoi 15,2 %. Asuntomarkkinoiden asteittainen elpyminen, transaktionaalisen liikevaihdon kasvu ja lisääntyneet sääntelyvaatimukset tukivat kasvua. Real estate -liiketoimintayksikön markkinapaikkojen kävijämäärät laskivat 4,2 %, mutta keskimääräiset listaukset kasvoivat 13,6 %. Digitaalisten DIAS-asuntokauppojen markkinaosuus kasvoi ja volyymit kehittyivät markkinoiden kasvaessa ja palvelun kattavuuden laajentuessa. Pohjoismaisten toimitilojen 26,4 %:n liikevaihdon kasvu perustui Ruotsin markkinan vahvaan kysyntään, tuotteistus- ja hinnoittelu-uudistuksiin.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 4,3 % ja oli 9,4 (9,0) milj. euroa. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 11,1 % ja digitaaliset palvelut kasvoivat 5,9 %. Alma Median liikkumisen markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski 8,4 % ja ilmoitusmäärät laskivat 2,5 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 42,0 % Edilex Lakitiedon hankinnan myötä. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta kasvoi 4,9 %. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua.

Comparison servicesin liikevaihto kasvoi 4,6 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 15,7 % ja olivat 20,8 (18,0) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 1,9 milj. euroa. Oikaistujen kokonaiskulujen kasvu, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta, oli 5,4 %. Kuluja kasvattivat panostukset tuotekehitykseen ja Real estate -liiketoiminnan markkinointiin.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 8,4 (7,1) milj. euroa, 28,8 % (28,4 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 7,3 (7,1) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan uudelleenjärjestelystä ja yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Vertailukauden oikaistut erät johtuivat yritysjärjestelyiden transaktiokuluista. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 1,4 (1,4) milj. euroa.

Tammi-kesäkuu 2025

Alma Marketplaces -segmentin liikevaihto kasvoi ensimmäisellä vuosipuoliskolla 17,0 % ja oli 56,1 (48,0) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu ilman hankittuja liiketoimintoja oli 9,2 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 96,0 % (95,9 %).

Real estate -liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 19,0 % ja sen luokiteltu liikevaihto kasvoi 13,6 %. Real estate -liiketoimintayksikön markkinapaikkojen kävijämäärät laskivat 5,2 %, mutta keskimääräiset listaukset lisääntyivät 12,3 %. Pohjoismaisten toimitilojen 22,8 %:n liikevaihdon kasvu perustui Ruotsin markkinan vahvaan kysyntään, tuotteistus- ja hinnoittelu-uudistuksiin.

Mobility-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 8,9 % ja oli 18,2 (16,7) milj. euroa. Ilman yrityskauppojen vaikutusta liikevaihdon kasvu oli 3,8 %. Mobilityn luokiteltu liikevaihto kasvoi 11,7 % ja digitaaliset palvelut kasvoivat 16,8 % Netwheels-yrityshankinnan myötä. Alma Median liikkumisen markkinapaikkojen keskimääräinen kuukausikävijöiden määrä laski 11,9 % ja ilmoitusmäärät laskivat 0,8 %.

Insights-palveluiden liikevaihto kasvoi 32,1 % Edilex Lakitiedon hankinnan myötä. Liikevaihto ilman hankintojen vaikutusta kasvoi 2,1 %. Lisenssipohjainen liikevaihto jatkoi kasvuaan, kompensoiden kertakauppojen laskua.

Comparison servicesin liikevaihto kasvoi 4,3 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 15,1 % ja olivat 40,3 (35,0) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus oikaistujen kokonaiskulujen kasvuun oli 3,6 milj. euroa. Oikaistujen kokonaiskulujen kasvu, ilman hankittujen ja myytyjen vaikutusta, oli 4,8 %. Kuluja kasvattivat panostukset tuotekehitykseen ja Real estate -liiketoiminnan markkinointiin.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 15,8 (13,0) milj. euroa, 28,2 % (27,0 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 14,3 (12,4) milj. euroa. Katsauskauden ja vertailukauden oikaistut erät johtuivat yritysjärjestelyiden transaktiokuluista ja liiketoiminnan uudelleenjärjestelystä. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 2,9 (2,9) milj. euroa.

Alma News Media

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

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

Alma News Media toimii Suomessa.

Alma News Media -segmentissä raportoidaan 1.10.2024 myyty Kotikokki Net Oy sekä joulukuussa 2024 lopetetut brändit Medi uutiset, Optio ja Fakta.

Avainluvut

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
Liikevaihto *	27,5	27,4	0,4	53,3	53,9	-1,2	107,7
Mainonta	12,6	12,4	1,4	23,3	23,6	-1,3	47,2
-josta digitaalista	85,5 %	81,2 %		84,1 %	79,7 %		80,6 %
Sisältö	12,7	12,6	1,3	25,4	25,2	1,0	50,6
-josta digitaalista	50,4 %	45,9 %		50,0 %	45,3 %		46,8 %
Muut *	2,2	2,4	-9,9	4,6	5,2	-10,8	9,9
Oikaistut kokonaiskulut *	22,9	23,5	-2,9	45,7	47,5	-3,9	92,2
Oikaistu käyttökate	5,0	4,3	17,6	8,4	7,2	16,0	17,1
Käyttökate	5,0	4,3	17,6	8,2	7,0	15,8	15,8
Oikaistu liikevoitto	4,6	3,8	20,1	7,6	6,4	19,0	15,5
% liikevaihdosta	16,8 %	14,0 %		14,3 %	11,9 %		14,5 %
Liikevoitto/-tappio	4,6	3,8	20,1	7,4	6,2	18,8	13,7
% liikevaihdosta	16,8 %	14,0 %		13,8 %	11,5 %		12,8 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	424	440	-3,5	418	467	-10,4	458
Telemarkkinoijat keskimäärin	135	154	-12,6	135	157	-14,0	148
Digiliiketoiminnan liikevaihto	17,5	16,3	7,8	33,2	31,1	6,7	63,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	63,9 %	59,5 %		62,2 %	57,7 %		59,4 %

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

Huhti-kesäkuu 2025

Vuoden toisella kvartaalilla Alma News Media -segmentin liikevaihto oli vertailukauden tasolla 27,5 (27,4) milj. euroa. Lopetetut brändit huomioiden liikevaihto kasvoi 2,2 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 63,9 % (59,5 %).

Sisältöliikevaihto kasvoi 1,3 % ja oli 12,7 (12,6) milj. euroa. Lopetetut brändit huomioiden sisältöliikevaihto kasvoi 2,4 %. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 11,2 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 5,4 % ja painettu tilausmyynti laski 10,9 %.

Mainonnan myynti kasvoi 1,4 %. Lopetettujen brändien vaikutus huomioiden liikevaihto kasvoi 4,6 %. Digitaalinen mainosmyynti kasvoi 6,8 % ja printin mainosmyynti laski 20,0 %.

Muu liikevaihto laski 9,9 %, 0,2 milj. euroa telemarkkinointi-palveluiden liikevaihdon laskun myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,9 % ja olivat 22,9 (23,5) milj. euroa. Kululaskua selittävät lopetetut brändit ja matalammat paino- ja jakelukulut. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,6 (3,8) milj. euroa ja liikevoitto 4,6 (3,8) milj. euroa.

Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,1 (0,1) milj. euroa.

Tammi-kesäkuu 2025

Vuoden ensimmäisellä vuosipuoliskolla Alma News Media -segmentin liikevaihto laski 1,2 % ja oli 53,3 (53,9) milj. euroa. Lopetetut brändit huomioiden liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 62,2 % (57,7 %).

Sisältöliikevaihto kasvoi 1,0 % ja oli 25,4 (25,2) milj. euroa. Lopetetut brändit huomioiden sisältöliikevaihto kasvoi 1,8 %. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 11,6 % ja kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskua. Irtonumeromyynti laski 5,4 % ja painettu tilausmyynti laski 12,3 %.

Mainonnan myynti laski 1,3 %. Lopetettujen brändien vaikutus huomioiden liikevaihto kasvoi 1,9 %. Digitaalinen mainosmyynti kasvoi 4,2 % ja printin mainosmyynti laski 24,1 %.

Muu liikevaihto laski 10,8 %, 0,6 milj. euroa telemarkkinointi-palveluiden liikevaihdon laskun myötä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,9 % ja olivat 45,7 (47,5) milj. euroa. Kululaskua selittävät lopetetut brändit ja matalammat paino- ja jakelukulut. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,6 (6,4) milj. euroa ja liikevoitto 7,4 (6,2) milj. euroa.

Katsauskauden ja vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin. Oikaistuun liikevoittoon sisältyy yrityshankinnoista syntyneitä poistoja 0,3 (0,3) milj. euroa.

Segmenttikohtaiset varat ja velat

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

Varat

(milj. euroa)	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Alma Career	91,7	89,8	91,0
Alma Marketplaces	285,2	272,3	274,8
Alma News Media	72,9	77,8	71,0
Segmentit yhteensä	449,7	439,9	436,8
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	82,6	79,6	89,3
Yhteensä	532,4	519,6	526,1

Velat

(milj. euroa)	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Alma Career	47,1	47,6	44,5
Alma Marketplaces	31,0	27,7	24,9
Alma News Media	18,2	17,7	17,8
Segmentit yhteensä	96,3	93,0	87,3
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	214,1	218,5	203,9
Yhteensä	310,4	311,6	291,2

Vastuullisuustoimet katsantokaudella

Alma Median tehtävänä on edistää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävä kasvua tarjoamalla laadukasta, moniarvoista sisältöä sekä turvallisia digipalveluita. Vuoden 2025 kestävyystavoitteet ovat linjassa yhtiön olennaisuusanalyysin kanssa, jonka mukaan yhtiön keskeisiä teemoja ovat energia, työvoiman osaamisen kehittäminen, sananvapaus, yksityisyyden suoja, vastuullinen markkinointi sekä yrityskulttuuri.

Ympäristö: Alma Media on sitoutunut Science Based Targets -aloitteen (SBTi 1,5 °C) mukaisiin päästövähennyksiin.

Päähuomio on toimitilojen energiatehokkuudessa, työsuhteautojen vähäpäästöisyydessä sekä paino- ja logistiikkahankintojen aiheuttamien päästöjen vähentämisessä. Vain 2 % päästöistä syntyy Alma Median omassa toiminnassa. Yhtiö on laatinut suunnitelman kasvihuonepäästöjen vähentämisen tavoitteisiin pääsemiseksi vuoteen 2030 mennessä (ks. alla).

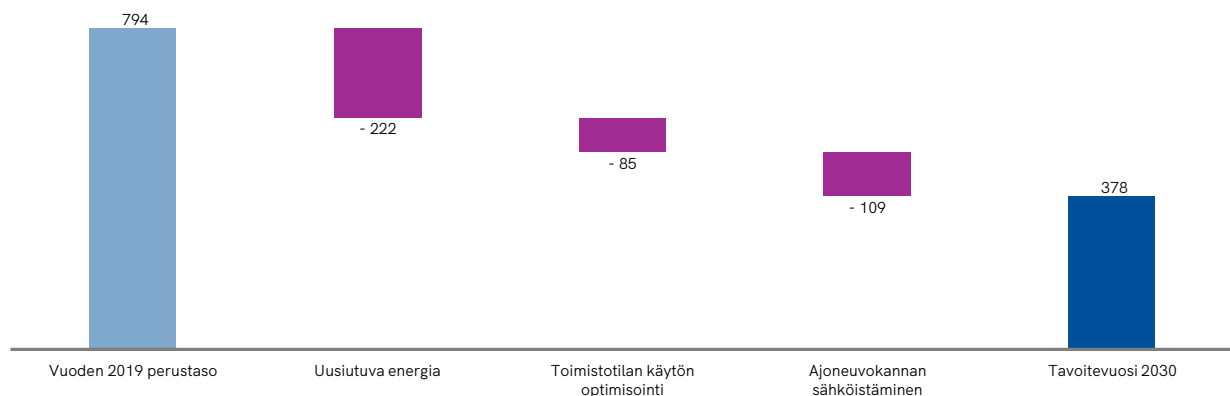
Työsuhteautojen sähköistymisaste nousi katsantokaudella Suomessa 74 %:iin (65 %) ja muissa toimintamaissa 64 %:iin (51%).

Sosiaalinen vastuu: Henkilöstön osaamisen kehittäminen on Alma Median strateginen menestystekijä. Katsantokaudella käynnistettiin Management Performance -prosessi, jonka avulla johdetaan, seurataan ja tuetaan jokaisen työntekijän kehittymistä ja tavoitteiden saavuttamista. Suunnitelma valmistui ja toimeenpano käynnistyi koko henkilöstön kattavan kehitys- ja koulutusohjelman osalta, jonka tavoitteena on tekoälyn laajamittainen hyödyntäminen yhtiössä ja asiakasarvon kasvu. Fokuksessa on myös palkitsemispolitiikan avoimuuden, läpinäkyvyyden ja kommunikoinnin kehittäminen.

Henkilöstön sitoutumista mittaava Peakon Engagement -indeksi oli tavoitetasolla, 7,7. Sitoutuneisuutta mitataan Alma Voice-kyselyllä, johon vastasi huhtikuussa 83% yhtiön henkilöstöstä.

Hyvä hallintotapa: Eettisesti kestävä toimintakulttuuri varmistetaan koko henkilöstön suorittamalla Code of Conduct -valmennuksella ja alihankkijoiden Supplier Code of Conduct -koulutuksella (95,5 %:n kattavuus). Katsantokaudella luotiin myös ensimmäiset yhtiön johtamisen lupaukset, jotka ohjaavat arjen johtamistyötä ja henkilöstöprosesseja. Ne ovat selkeys, sitoutuminen ja tulokset.

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



	Aihe	KPI	Vuositavoite 2024	Tulokset 2024	Tavoite 2025
Ympäristö	Hiilijalanjälki Oma toiminta (Scope 1 & 2)	Sähkön, lämmityksen ja jäädytyksen hiilidioksidipäästöt, yritysautojen päästöt	-4,7 % / vuosi	-6,7 % / vuosi	272,8 tCO2-eq
	Hiilijalanjälki Alihankintaketju (Scope 3)	Alihankintaketjun aiheuttamat hiilidioksidipäästöt	-1,27 % / vuosi	-3,0 % / vuosi	-42 tCO2-eq
Sosiaalinen vastuu	Oma työvoima	Työntekijäkokemus	Peakon Engagement -indeksi 7,8	Peakon Engagement -indeksi 7,7	Indeksi yli k.a /teknologia-sektori
	Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia, datan ja asiakastiedon käsittely huolellista	Palveluissa ei esiinny vakavia tietosuojaloukkauksia, joista viranomainen langettai sakon	0 kpl	0 kpl
	Vastuullinen media: journalismi ja markkinointi	Julkisen sanan neuvoston asettamat langettavat päätökset Kansainvälisen kauppakamarin hyvän markkinointitavan noudattaminen	< 5 kpl JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille	4	< 5
Hyvä hallintotapa	Eettinen liiketoiminta	Eettisen ohjeistuksen (Code of Conduct) noudattaminen	Omasta henkilöstöstä 100 % suorittaa Code of Conduct -valmennuksen	100 %	100 %
	Alihankintaketju	Eettisen ohjeistuksen, Supplier Code of Conduct (SCoC) -valmennuksen suorittaminen	90 % merkittävistä toimittajasta suorittanut SCoC-valmennuksen	98,1 %	90 %

Hallinto

Osake ja osakemarkkinat

Huhti-kesäkuussa 2025 NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 169 782 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,2 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2025 oli 13,35 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 11,65 euroa ja ylin 13,55 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 1099,82 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 69 886 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

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

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa 2025 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2025). Lisäksi hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keski johdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2025). Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 20.3.2025 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemisraportin vuodelta 2024. Yhtiön palkitsemispolitiikka eli toimielinten palkitsemisen periaatteet sekä toimisopimusten keskeiset ehdot on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2025 toisen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit liittyvät taloudelliseen toimintaympäristöön, kilpailuympäristön ja asiakaskäyttäytymisen nopeaan muutokseen, teknologian nopeaan kehitykseen sekä merkittäviin muutoksiin sääntelyssä. Liiketoimintariskit liittyvät markkinapaikkojen liiketoimintamallien nopeaan muutokseen, kuluttajien mediakäytön muuttumiseen sekä tietosuoja koskeviin loukkauksiin. Strategisten riskien tehokkaalla tunnistamisella ja riittävällä varautumisella estetään negatiiviset vaikutuksen liiketoimintaan. Osaamisen jatkuva kehittäminen ja rullaava strategiatyö varmistavat yhtiön kyvyn sopeuttaa liiketoimintasuunnitelmia tarvittaessa.

Alma Median operatiivisten riskien ja liiketoiminnan jatkuvuuden johtaminen keskittyy riskien hallintaan ja mitigointitoimenpiteisiin, joiden avulla pyritään vähentämään negatiivisia häiriötiloja eri alueilla. Alma Median tunnistamat operatiiviset riskit liittyvät tietoturvaan, teknologiainfrastruktuurin ja toimitusketjujen haavoittuvuuteen, immateriaalioikeuksien (IPR) hyödyntämiseen, henkilöstöön ja osaamiseen sekä fyysiseen turvallisuuteen. Tietoturvariskejä hallitaan mm. parantamalla ennakoivaa automaatiota palvelinhyökkäysten havaitsemiseksi ajoissa ja kouluttamalla säännöllisesti henkilöstöä tietoturvaan ja tietosuojaan liittyen. Henkilötietojen tietoturvaloukkauksiin reagoimista tehostetaan jatkuvasti päivittyvällä ohjeistuksella sekä koulutuksin ja ohjeistusta annetaan myös yhtiön alihankkijoille.

Puolivuosisikatsauslyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2025 4-6	2024 4-6	Muutos %	2025 1-6	2024 1-6	Muutos %	2024 1-12
LIIKEVAIHTO	83,7	80,1	4,5	162,9	156,2	4,3	312,7
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,1	-82,9	0,2	0,2	-5,1	0,4
Materiaalit ja palvelut	8,2	9,0	-9,4	17,1	17,5	-2,4	34,8
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	33,7	31,4	7,3	66,2	63,1	4,9	122,3
Poistot ja arvonalentumiset	4,6	4,2	7,9	9,0	8,3	7,6	17,6
Liiketoiminnan muut kulut	17,3	16,3	6,5	34,4	33,3	3,2	65,0
LIIKEVOITTO	19,9	19,2	3,7	36,5	34,2	6,7	73,4
Rahoitustuotot	0,2	0,6	-69,4	0,2	1,5	-84,6	1,4
Rahoituskulut	2,1	2,3	-10,1	4,4	4,6	-4,2	9,1
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,5	0,6	-21,3	0,6	0,6	-7,9	1,3
TULOS ENNEN VEROJA	18,5	18,1	2,1	32,9	31,7	3,6	67,0
Tuloverot	3,2	3,5	-8,3	6,4	6,3	2,4	14,4
TILIKAUDEN VOITTO	15,3	14,6	4,6	26,4	25,4	3,9	52,6
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							0,3
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	-0,1	-0,2		0,9	-1,0		-1,8
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,1	-0,2		0,9	-1,0		-1,5
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	15,2	14,4		27,3	24,5		51,2
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	15,2	14,6		26,3	25,3		52,3
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,0		0,1	0,1		0,3
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	15,1	14,3		27,1	24,4		50,9
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	0,0		0,1	0,1		0,3
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,18	0,18		0,32	0,31		0,64
- Tulos/osake laimennettu	0,18	0,17		0,31	0,30		0,62

Tase

(milj. euroa)	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	317,9	307,5	309,0
Aineettomat hyödykkeet	89,2	91,5	87,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	3,4	3,4	3,4
Käyttöoikeusomaisuuserät	32,6	34,9	35,1
Osuudet osakkuusyrityksissä	6,2	5,0	5,7
Muut rahoitusvarat	3,9	5,6	3,6
Laskennalliset verosaamiset	1,8	0,2	0,4
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	455,0	448,1	444,9
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,9	0,6	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,2	3,0	0,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	38,8	38,2	36,2
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,9	1,7	1,6
Rahavarat	35,6	28,0	42,5
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	77,4	71,4	81,1
VARAT YHTEENSÄ	532,4	519,6	526,1
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,5	-0,5	-1,3
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,0	19,0	19,0
Kertyneet voittovarot	149,4	134,2	161,8
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	221,0	205,8	232,5
Määräysvallattomien omistajien osuus	1,0	2,2	2,3
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	222,0	208,0	234,9
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	135,0	160,0	145,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	27,9	29,8	30,3
Laskennalliset verovelat	17,2	16,5	17,5
Eläkevelvoitteet	0,2	0,5	0,2
Muut rahoitusvelat	3,2	5,5	2,7
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	183,7	212,5	195,9
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	24,0	0,5	3,2
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	7,2	6,7	7,1
Saadut ennakot	51,2	49,7	42,6
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	4,2	5,1	3,0
Ostovelat ja muut velat	40,0	37,0	39,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	126,7	99,0	95,3
VELAT YHTEENSÄ	310,4	311,6	291,2
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	532,4	519,6	526,1

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pää- oma							
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2025	45,3	7,7	-1,3	19,0	161,8	232,6	2,3	234,9
Tilikauden tulos					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							-0,3	-0,3
Omien osakkeiden hankinta					-0,6	-0,6		-0,6
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut					-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 hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					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	222,0
Oma pääoma 1.1.2024	45,3	7,7	0,5	19,1	147,7	220,4	2,5	222,8
Tilikauden tulos					25,3	25,3	0,1	25,4
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-1,0			-1,0		-1,0
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-37,0	-37,0		-37,0
Tytäryritysten osingonjako							-0,2	-0,2
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut					-2,6	-2,6		-2,6
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus					1,7	1,7		1,7
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,3	-0,3	-0,2	-0,5
Pääoman palautukset				-0,1		-0,1		-0,1
Oma pääoma 30.6.2024	45,3	7,7	-0,5	19,0	134,2	206,0	2,2	208,0

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma, yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

Rahavirtalaskelma

(milj. euroa)	2025 4-6	2024 4-6	2025 1-6	2024 1-6	2024 1-12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	15,3	14,6	26,4	25,4	52,6
Oikaisuerät	10,8	6,9	18,6	14,9	38,8
Käyttöpääoman muutos	-3,7	-7,4	4,6	1,5	-1,0
Saadut osingot	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-1,3	-1,9	-2,8	-3,7	-7,2
Maksetut verot	-5,8	-1,5	-9,3	-3,3	-9,8
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	15,5	10,9	37,8	35,1	73,8
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,2	-0,7	-0,5	-1,2
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,8	-0,8	-1,3	-1,8	-3,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,2	0,0	-0,2	0,0	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,3	-1,6	-13,7	-16,1	-18,4
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla					0,1
Investointien rahavirta yhteensä	-1,6	-2,6	-15,9	-18,2	-22,6
Rahavirta ennen rahoitusta	13,8	8,3	21,9	16,9	51,2
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	-0,4	-0,5	-0,6	-0,5	-2,0
Lainojen nostot	24,0	8,0	24,0	8,0	8,0
Lainojen takaisinmaksut	0,0	-8,0	-10,0	-8,0	-23,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,9	-1,8	-3,9	-3,6	-7,0
Maksetut osingot	-38,2	-37,3	-38,2	-37,3	-37,4
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-16,5	-39,6	-28,7	-41,4	-61,4
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-2,7	-31,3	-6,8	-24,5	-10,2
Rahavarat kauden alussa	38,3	59,3	42,5	52,4	52,4
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	-0,1	-0,1	0,2	0,3
Rahavarat kauden lopussa	35,6	28,0	35,6	28,0	42,5

Hankitut liiketoiminnot 2025

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2025 aikana:

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

Tammikuussa 2025 Alma Media osti Edilex Lakitieto Oy:n koko osakekannan Edita Group Oyj:lta. Liiketoiminta raportoidaan osana Alma Marketplaces -segmenttiä 1.2.2025 alusta alkaen. Mikäli yhtiö olisi yhdistelty 1.1.2025 alkaen, olisi liikevaihtovaikutus ollut noin 0,6 milj. euroa ja liikevoittoon ei olisi ollut vaikutusta. Konsernissa oloaikana hankinnan liikevaihtovaikutus on ollut 2,3 milj. euroa ja liikevoittovaikutus -0,1 milj. euroa. Ostetun liiketoiminnan Pro forma -liikevaihto oli vuonna 2024 noin 8 milj. euroa. Kaupan myötä Edilex Lakitieto Oy:n 51 työntekijää siirtyivät Alma Median palvelukseen. Hankinnasta on syntynyt transaktiokuluja yhteensä 0,7 milj. euroa.

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

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

Alustavat tiedot hankitusta liiketoiminnosta:

milj. euroa	Käypä arvo
Käteismaksu	10,5
Hankitut rahavarat (sisältyvät investointien rahavirtaan)	0,4
Vastike yhteensä	10,4

milj. euroa	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot Yhteensä
Aineettomat hyödykkeet	5,0
Aineelliset hyödykkeet	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	1,2
Rahavarat	0,4
Hankitut varat yhteensä	6,6
Laskennalliset verovelat	0,5
Ostovelat ja muut velat	3,7
Hankitut velat yhteensä	4,2
Hankitut nettovarot	2,5
Konsernin osuus nettovaroista	2,5
Liikearvo hankintahetkellä 31.1.2025	8,0
Liikearvo raportointihetkellä 30.6.2025	8,0
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,3

Ehdolliset kauppahinnat ja määräysvallattomien omistusosuuksien lunastamiseen liittyvät erät

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

2023–2025 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 30.6.2025 kirjattu velkaa 3,2 milj. euroa (5,9 milj. euroa 31.12.2024). Ehdolliset kauppahinnat on luokiteltu käypien arvojen hierarkian tasolle 3.

(milj. euroa)	30.6.2025	31.12.2024
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	5,9	7,0
Maksetut velat	-3,8	-1,6
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	1,2	0,5
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	3,2	5,9

	2025 4-6	2024 4-6	2025 1-6	2024 1-6	2024 1-12
Henkilöstö Suomi	1047	991	1022	992	986
Henkilöstö muut maat	635	682	643	679	674
Henkilöstö yhteensä	1682	1673	1665	1671	1660

Osakkuusyrhtiöt

milj. euroa	2025 4-6	2024 4-6	2025 1-6	2024 1-6	2024 1-12
Alma Career	0,5	0,6	0,6	0,6	1,3
Yhteensä	0,5	0,6	0,6	0,6	1,3

Vastuut

(milj. euroa)	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,7	0,7	0,7
1-5 vuoden kuluessa	0,5	0,6	0,8
Yhteensä	1,2	1,3	1,4

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Korkojohdannaiset			
Kohde-etuuden arvo	80,0	50,0	80,0
Käypä arvo katsauskauden alussa*	2,7	4,4	4,4
Realisoituneet voitot ja tappiot	-0,7	-1,0	-2,0
Realisoitumattomat käyvän arvon muutokset tuloslaskelmassa	-0,1	1,2	0,3
Käypä arvo katsauskauden lopussa*	1,9	4,6	2,7
Valuuttajohdannaiset			
Kohde-etuuden arvo	3,9	11,7	7,9
Käypä arvo katsauskauden alussa*	-0,0	-0,3	-0,3
Realisoituneet voitot ja tappiot		-0,2	-0,4
Realisoitumattomat käyvän arvon muutokset tuloslaskelmassa	0,1	0,3	0,7
Käypä arvo katsauskauden lopussa*	0,1	-0,2	-0,0

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

Lähipiiritapahtumat

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan emoyhtiön merkittävimmät omistajat, osakkuusyhtiöt sekä niiden omistamat yhtiöt. Lähipiiriin luetaan myös yhtiön johto ja heidän lähipiirinsä (hallituksen jäsenet, toimitusjohtajat sekä konsernin johtoryhmä). Lähipiirin kanssa käydyistä liiketoimista sekä saatava- ja velkatilanteesta on esitetty seuraavassa tiivistelmä:

(milj. euroa)	2025 4-6	2024 4-6	2025 1-6	2024 1-6	2024 1-12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,3	1,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,1	0,1	0,1	0,3
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,1	0,1	0,2	0,2	0,7
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,3	0,2	0,5	0,6	1,4
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Merkittävät omistajat	0,1	0,1	0,2	0,3	0,8
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,1	0,0	0,2	0,1	0,3
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1

Konserni vuosineljänneksittäin

milj. euroa	2025 4-6	2025 1-3	2024 10-12	2024 7-9	2024 4-6	2024 1-3	2023 10-12	2023 7-9
LIKEVAIHTO	83,7	79,2	81,2	75,2	80,1	76,2	78,0	73,4
Alma Career	27,0	26,7	26,3	26,3	27,7	26,9	27,0	27,4
Alma Marketplace	29,2	26,9	25,9	24,5	25,1	22,9	21,9	21,0
Alma News Media	27,5	25,8	29,1	24,5	27,2	26,4	29,1	25,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,3	0,0	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,0
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	62,6	62,0	62,2	53,4	60,8	60,1	61,5	53,0
Alma Career	15,7	17,0	15,8	15,0	16,7	16,6	17,3	15,4
Alma Marketplace	20,8	19,5	19,0	15,8	18,0	17,1	16,4	13,5
Alma News Media	22,9	22,8	24,0	20,5	23,4	23,8	24,5	21,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,3	2,7	3,5	2,2	2,8	2,6	3,4	2,5
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	25,7	21,6	23,9	26,3	23,6	20,2	21,0	24,9
Alma Career	12,1	10,5	11,3	12,0	11,8	11,1	10,7	12,7
Alma Marketplace	10,8	9,6	9,1	10,8	9,2	7,8	7,4	9,2
Alma News Media	5,0	3,4	5,5	4,4	4,3	3,0	5,1	4,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-1,9	-1,9	-0,9	-1,7	-1,7	-2,1	-1,1
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	21,1	17,2	19,5	21,9	19,4	16,1	16,7	20,5
Alma Career	11,4	9,8	10,6	11,3	11,1	10,4	10,0	12,0
Alma Marketplace	8,4	7,4	6,9	8,6	7,1	5,8	5,6	7,5
Alma News Media	4,6	3,0	5,1	4,0	3,8	2,6	4,5	3,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,3	-3,0	-3,1	-2,1	-2,7	-2,7	-3,3	-2,4
% LIIKEVAIHDESTA	25,2	21,7	24,0	29,1	24,2	21,2	21,5	27,9
Alma Career	42,2	36,6	40,4	43,2	40,2	38,7	37,0	43,8
Alma Marketplace	28,8	27,5	26,6	35,3	28,4	25,5	25,5	35,7
Alma News Media	16,8	11,6	17,5	16,4	14,1	9,7	15,5	13,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-1,2	-0,6	-1,8	-0,3	-0,2	-1,2	-0,9	0,3
Alma Career	-0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,1	0,0	-0,3	0,3
Alma Marketplace	-1,1	-0,4	-0,2	0,0	0,0	-0,5	-0,2	-0,0
Alma News Media	0,0	-0,2	-1,5	-0,1	0,0	-0,2	-0,4	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,5	0,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	19,9	16,6	17,7	21,5	19,2	15,0	15,8	20,8
Alma Career	11,3	9,8	10,6	11,1	11,0	10,4	9,7	12,3
Alma Marketplace	7,3	7,0	6,7	8,6	7,1	5,4	5,4	7,5
Alma News Media	4,6	2,8	3,6	3,9	3,8	2,4	4,0	3,4
Kohdistamattomat toiminnot	-3,3	-3,0	-3,2	-2,1	-2,7	-3,1	-3,3	-2,4
Rahoitustuotot	0,2	-0,4	1,1	0,9	0,6	0,9	0,1	0,5
Rahoituskulut	4,4	1,9	8,8	6,8	2,3	2,3	4,9	2,0
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,5	0,1	0,7	0,0	0,6	0,0	0,4	0,5
TULOS ENNEN VEROJA	18,5	14,4	16,5	18,8	18,1	13,6	11,4	19,7
Tuloverot	-3,2	-3,2	-4,4	-3,7	-3,5	-2,8	-0,8	-4,3
TILIKAUDEN TULOS	15,3	11,2	12,1	15,1	14,6	10,8	10,6	15,4

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-tilinpäätösstandardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2024. Vuonna 2025 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laatimisperiaatteisiin. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2024 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
- 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 tulosaikutteiset erät sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät 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 2025

- Osavuositarkastus tammi-syyskuulta 2025 perjantaina 31.10.2025 noin klo 8.00