



Alma Median sijoittajaesitys

Q3 2025

Alma Media – kansainvälinen yritys, jolla on paikallinen sydän

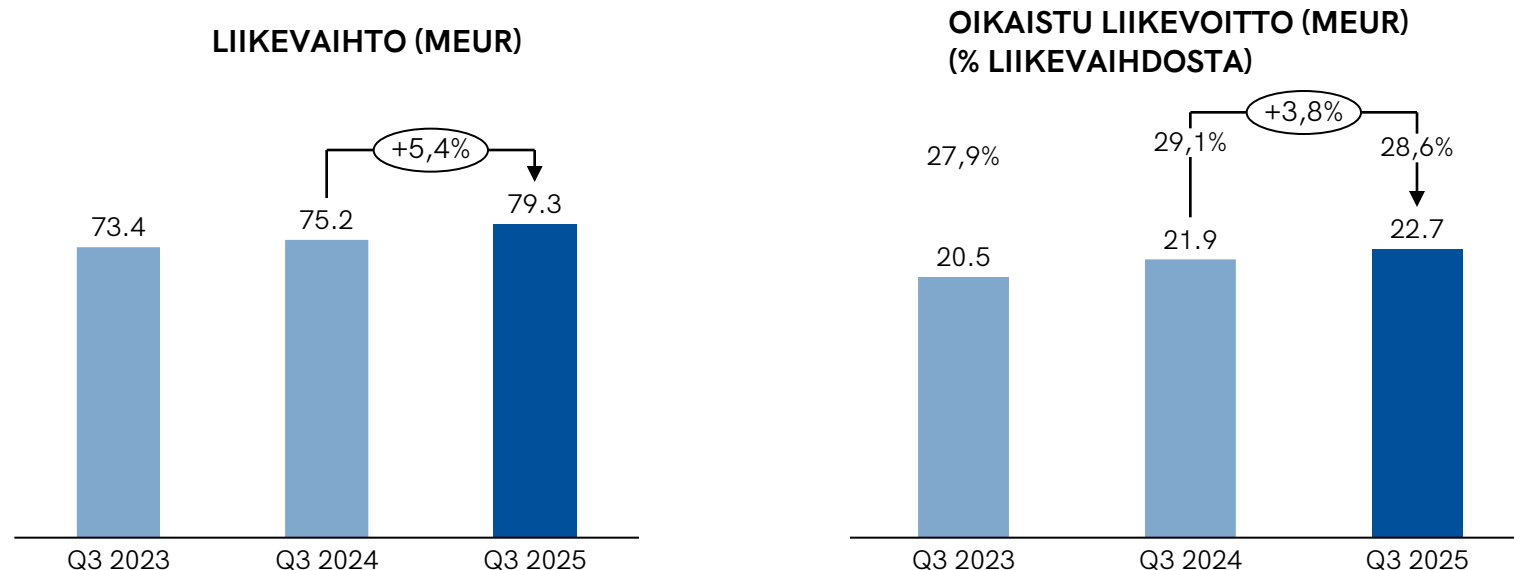


- Keskitymme digitaaliseen mediaan, markkinapaikkaliiketoimintaan ja palveluihin.
- Yhdistämme yliveraisen sisällön ja parhaan teknologian.
- Tarjoamme johtavat asumisen, autoilun ja toimitilojen markkinapaikat, sisältö- ja datapalveluita ammattilaisille.
- Talous- ja kuluttajamediamme tavoittavat 3,2 milj. suomalaista viikossa.
- Mediat ja palvelut muodostavat Suomen suurimman digitaalisen mainosverkoston.
- Palvelumme hyödyttävät käyttäjiä arjessa, työssä ja vapaa-ajalla.
- Alma Career -yksikkömme on johtava rekrytointipalveluiden tarjoaja 10 maassa.



Q3 2025
tiivistetysti

Vakaata kasvua digitaalisissa palveluissa – liikevaihto kasvoi 5,4 % ja oikaistu liikevoitto 3,8 %

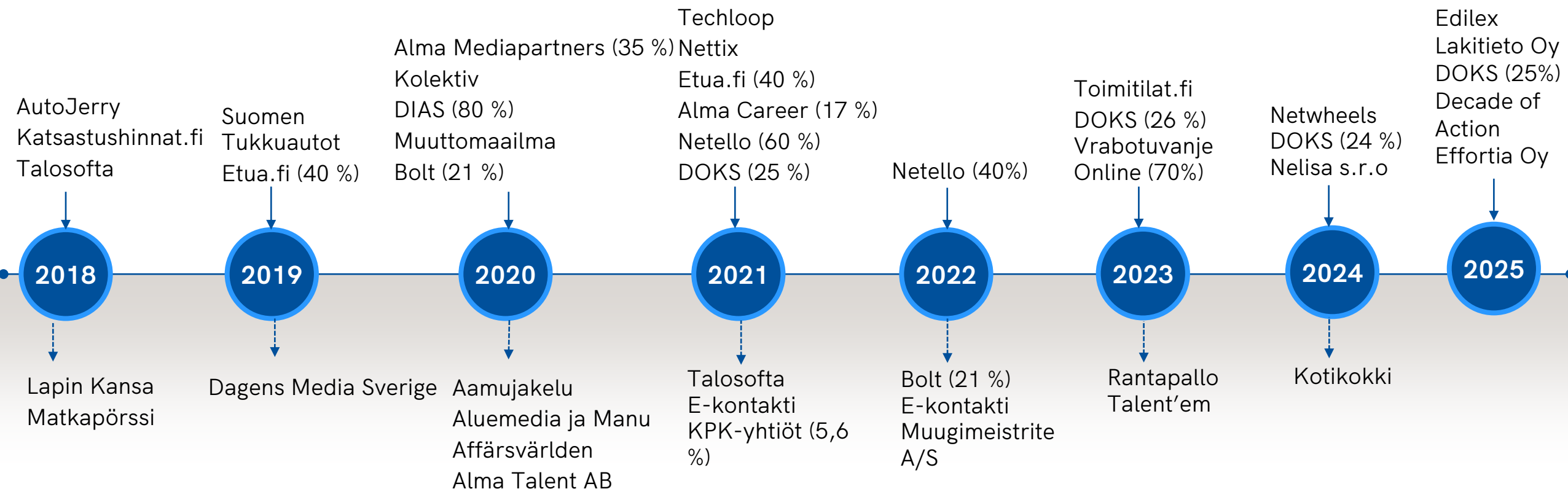


Vahva suoritus markkinaympäristön epävarmuudesta huolimatta

- Aktiivinen tuoteportfolion hallinta tukee oikaistun liikevoiton kasvua.
- Liikevaihto kasvoi 79,3 miljoonaan euroon, ylittäen konsernin pitkän aikavälin taloudellisten tavoitteiden kasvuvauhdin. Orgaaninen kasvu paikallisissa valuutoissa, pl. hankitut ja lopetetut brändit oli 2,7 %.
- Oikaistu liikevoitto nousi 22,7 miljoonaan euroon, marginaalilla 28,6 %.
- Digitaalisen liiketoiminnan osuus nousi ennätykselliseen 87,8 prosenttiin kokonaisliikevaihdosta.
- Vahva taseen kantokyky: velkaantumisaste (12 kk liukuva) 1,5 ja omavaraisuusaste 49,1 %

Yrityskaupat kasvun ja muutoksen ajureina

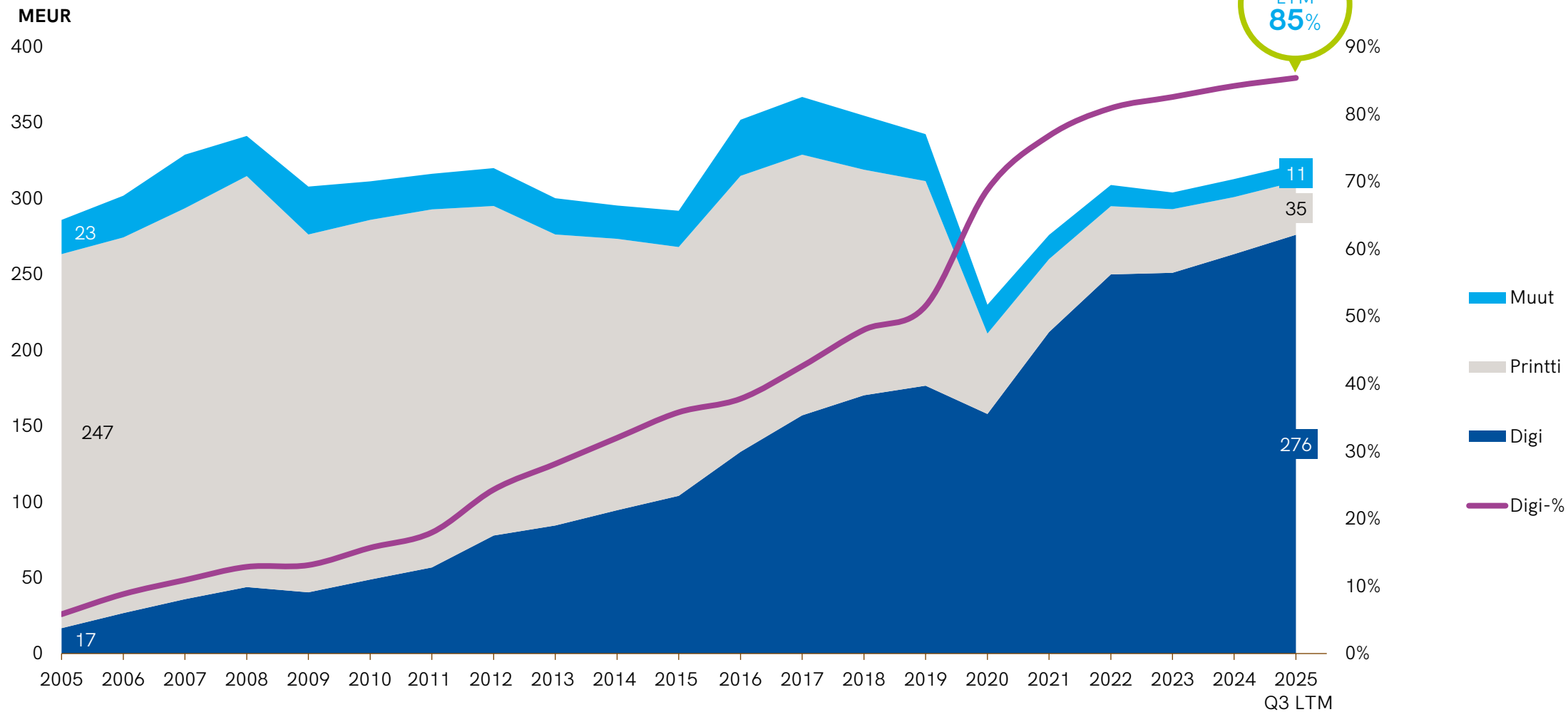
FOKUS DIGITAALISESSA LIIKETOIMINNASSA



LEHTI- JA PAINOLIIKETOIMINNAN DIVESTOINNIT

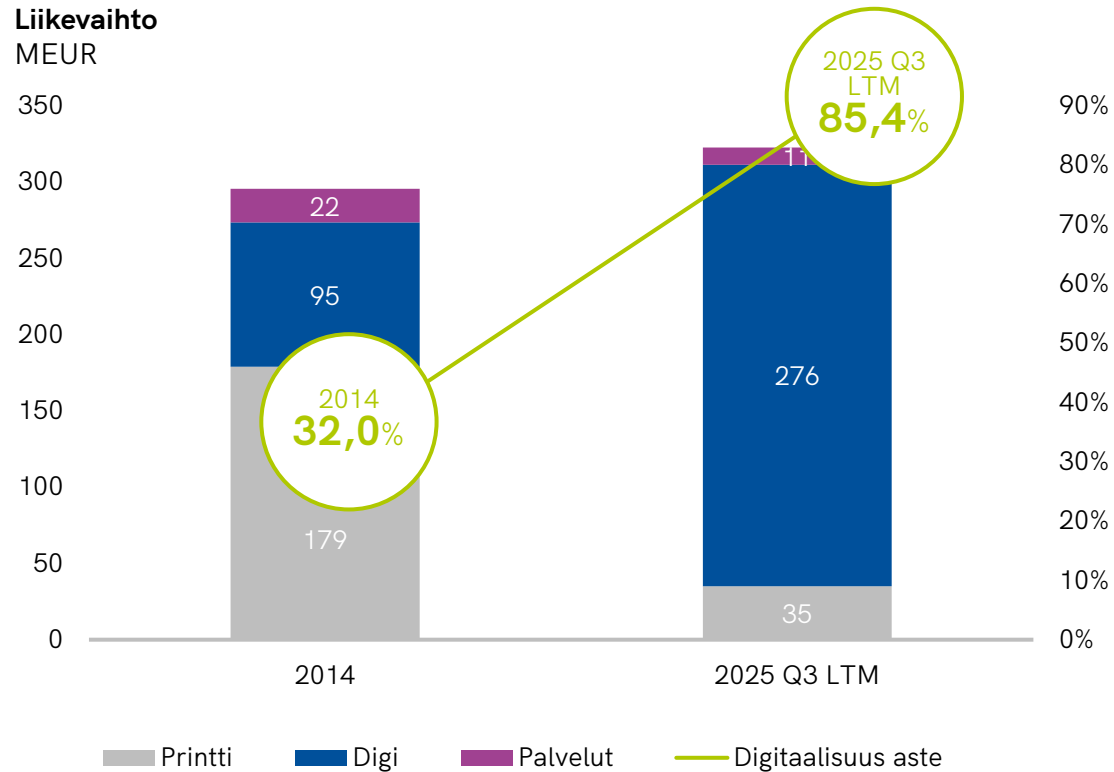
KANNATTAMATTOMASTA LIIKETOIMINNASTA LUOPUMINEN

Digitaalinen transformatio 2005–2025

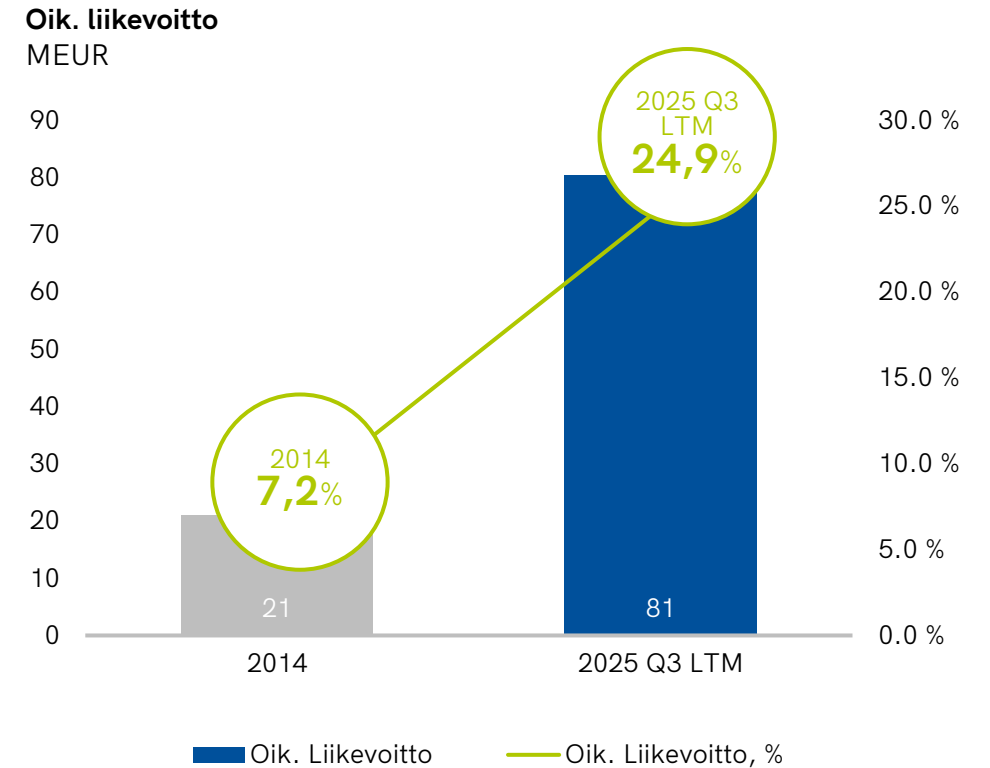


Digitaalinen transformaatio ja kannattavuuskehitys

Liikevaihto
MEUR

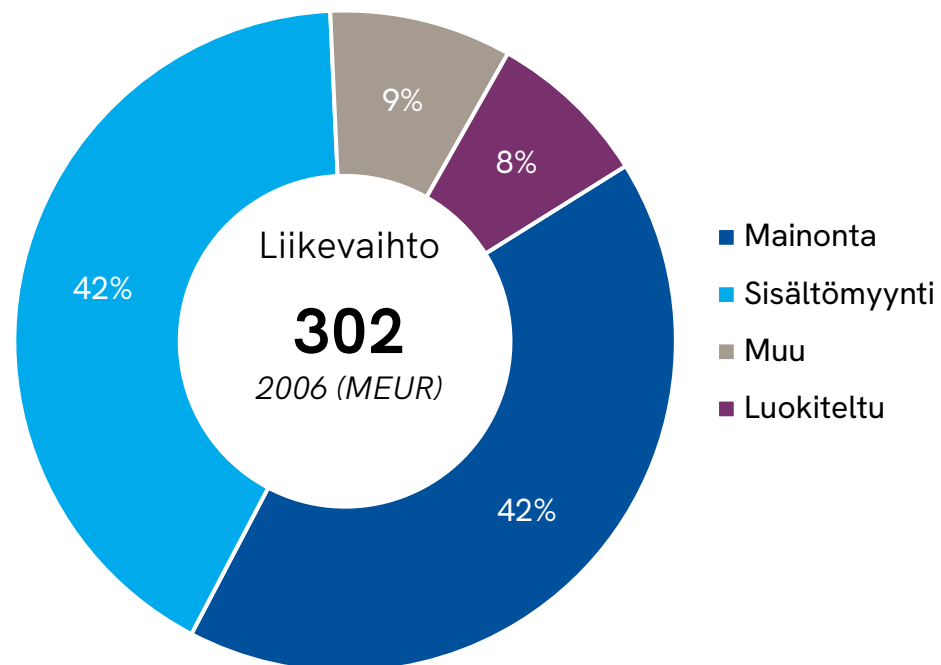


Oik. liikevoitto
MEUR



Laajentuminen mediasta markkinapaikkaliiketoimintaan

2006



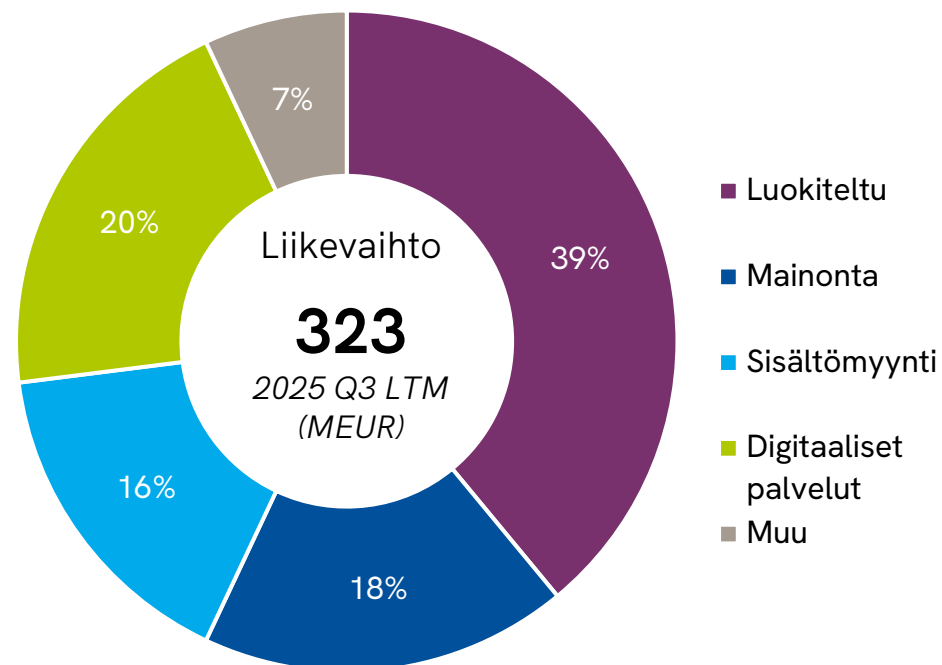
Oikaistu liikevoitto

49
2006 (MEUR)

16,3 %
2006



2025
Q3 LTM



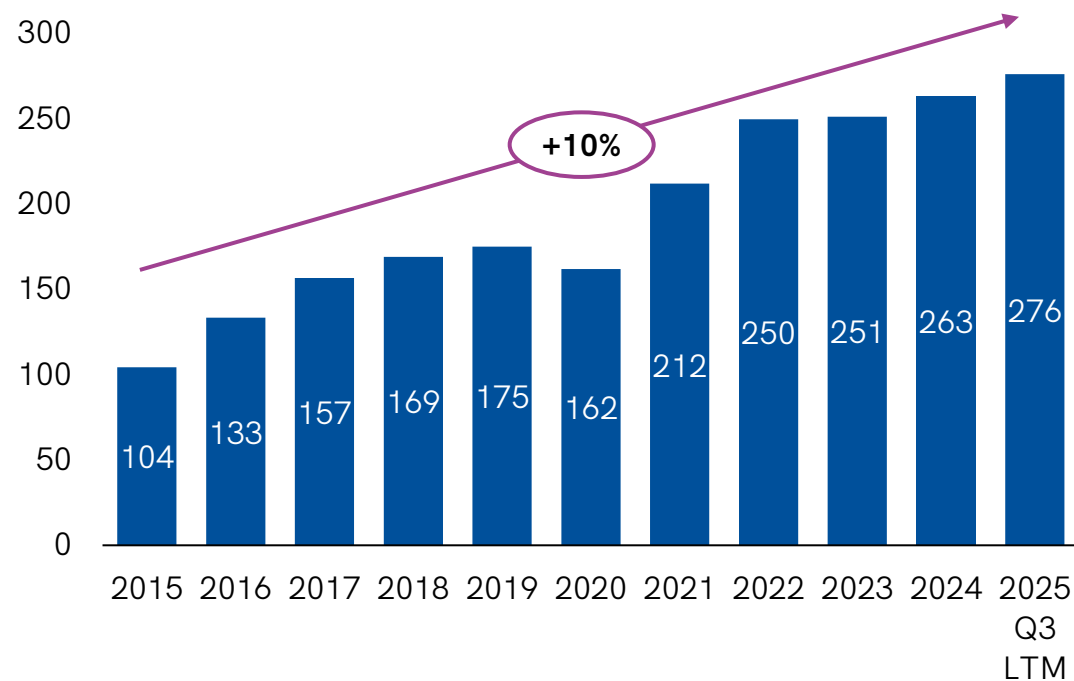
Oikaistu liikevoitto

81
2025 Q3 LTM (MEUR)

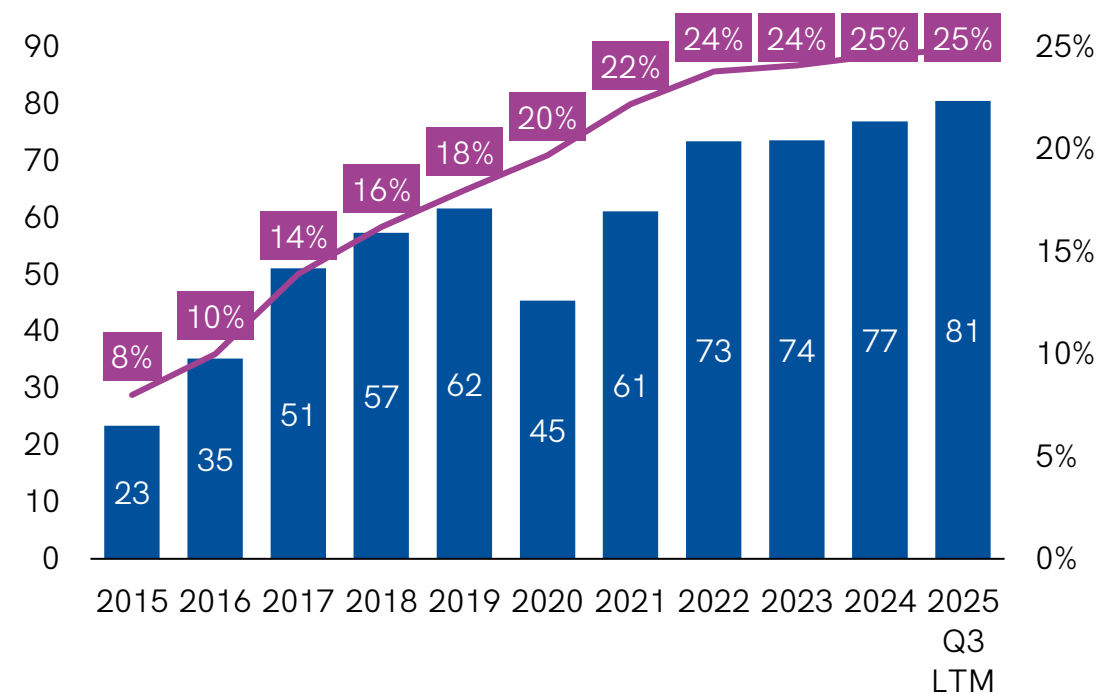
24,9 %
2025 Q3 LTM

Kasvava digiliikevaihto tukemassa vahvaa kannattavuutta

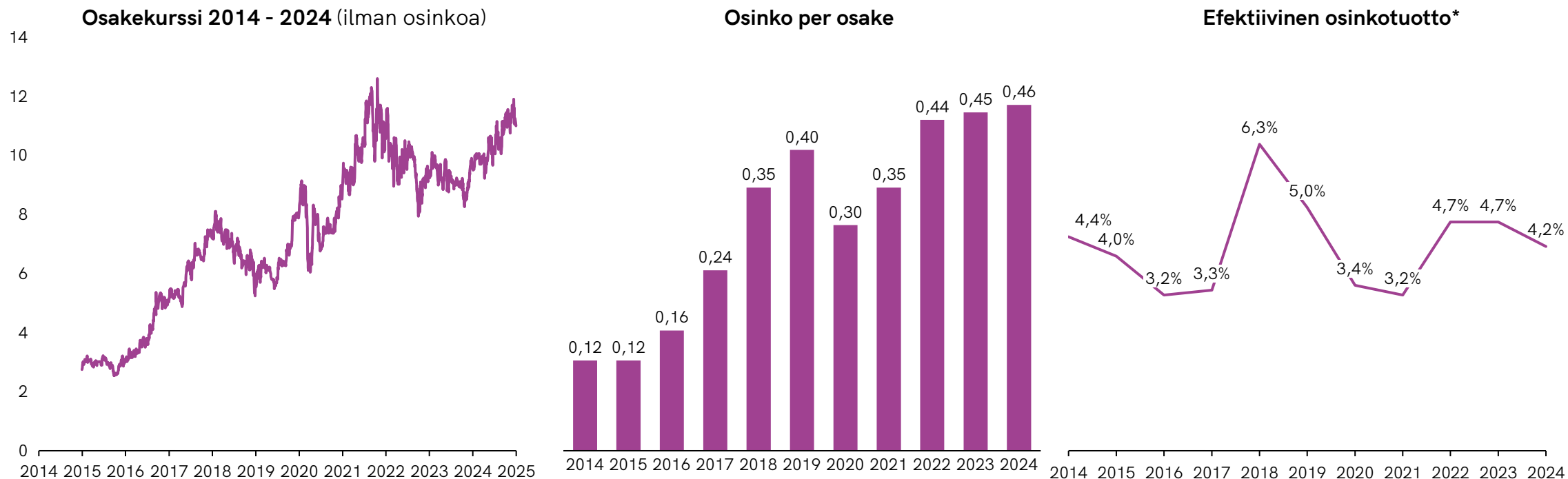
Digiliikevaihto (MEUR)



Oikaistu liikevoitto (MEUR) & marginaali (%)



Alman osakekurssi ja osingot



Osakekurssi

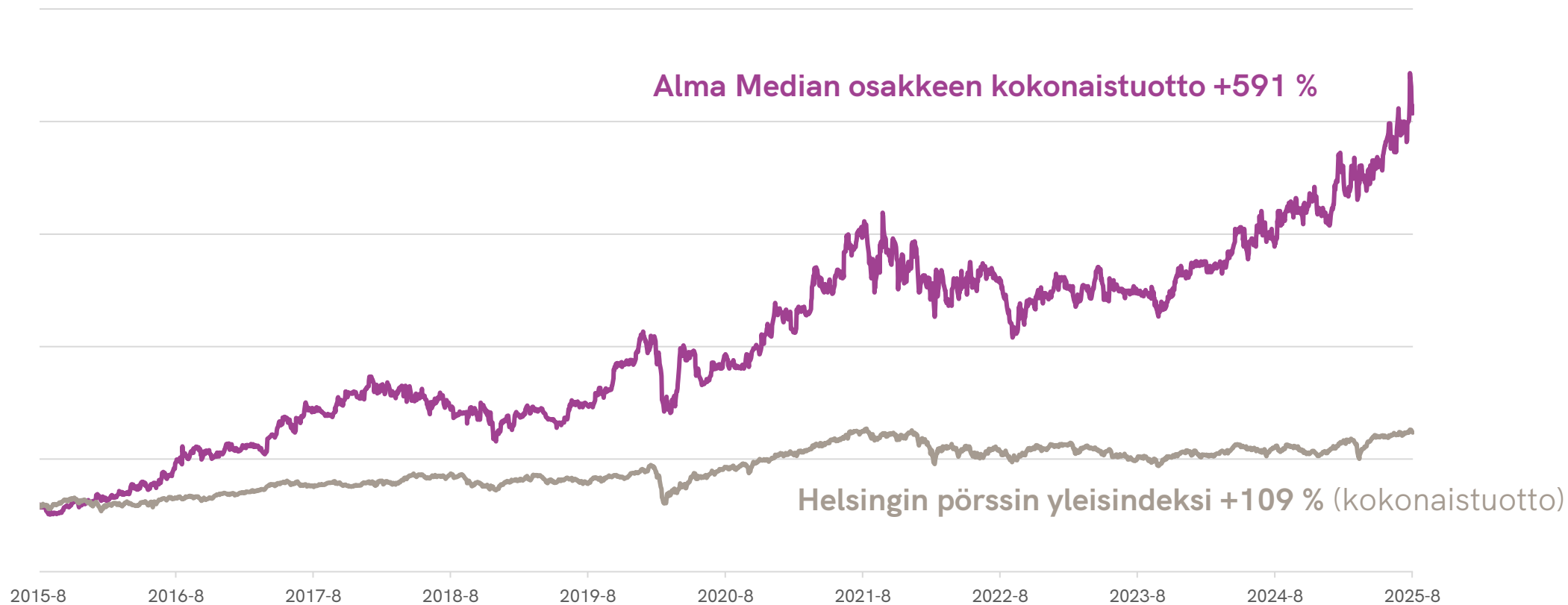
- 2014 päätöskurssi 2,75 EUR
- 2024 päätöskurssi 11,00 EUR

Osinko

- EUR 0,46 (0,45) osaketta kohti, 72,2 % tilikauden tuloksesta

Alma Median osakkeen kokonaistuotto 2015-2025

31.8.2015-31.8.2025



— ALMA — OMXHGI

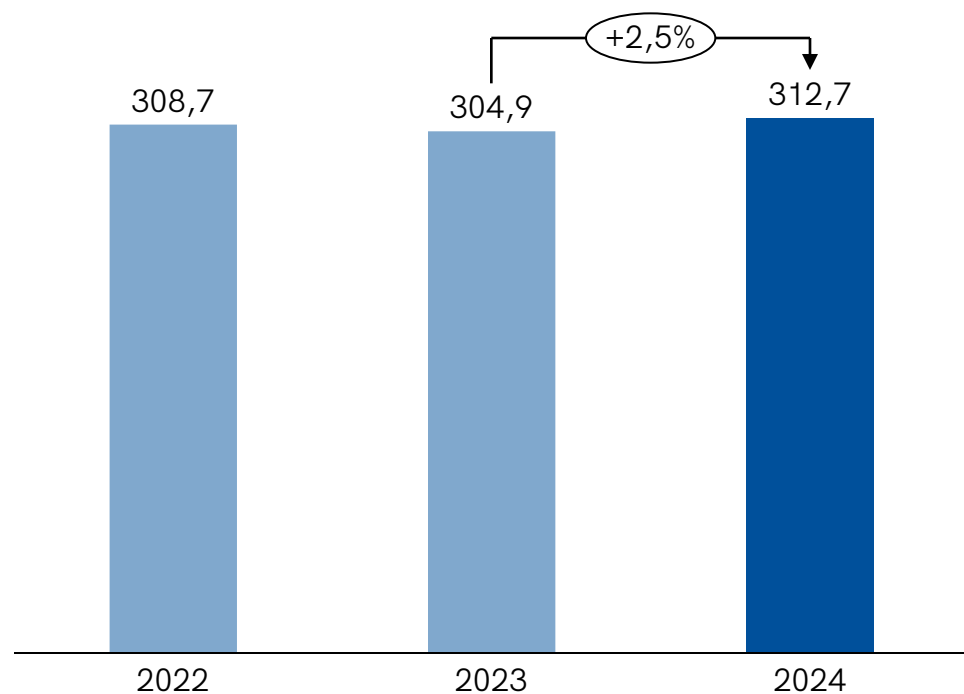
Osakkeen kokonaistuotto, % (osingot uudelleen sijoitettuna)



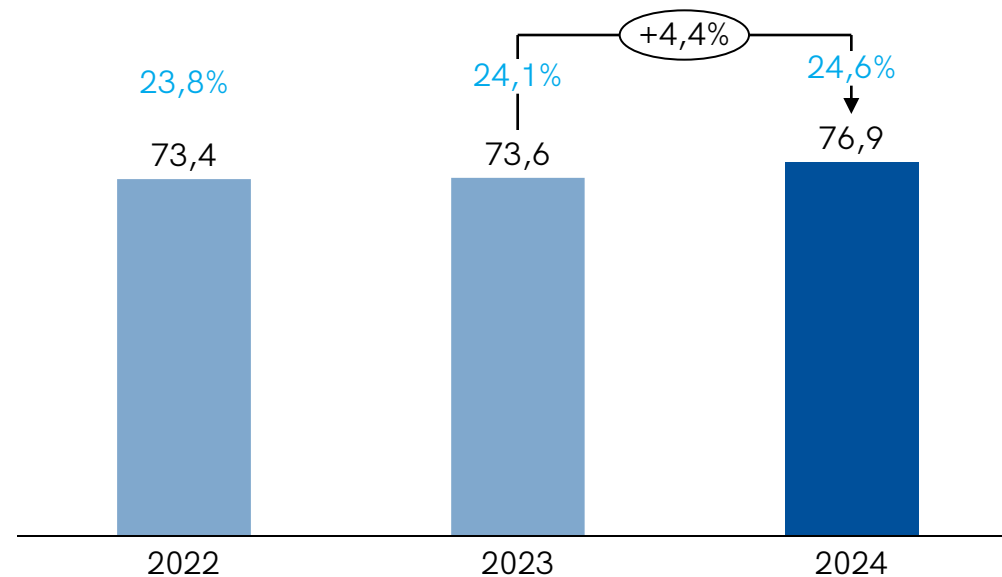
Talousluvut

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto

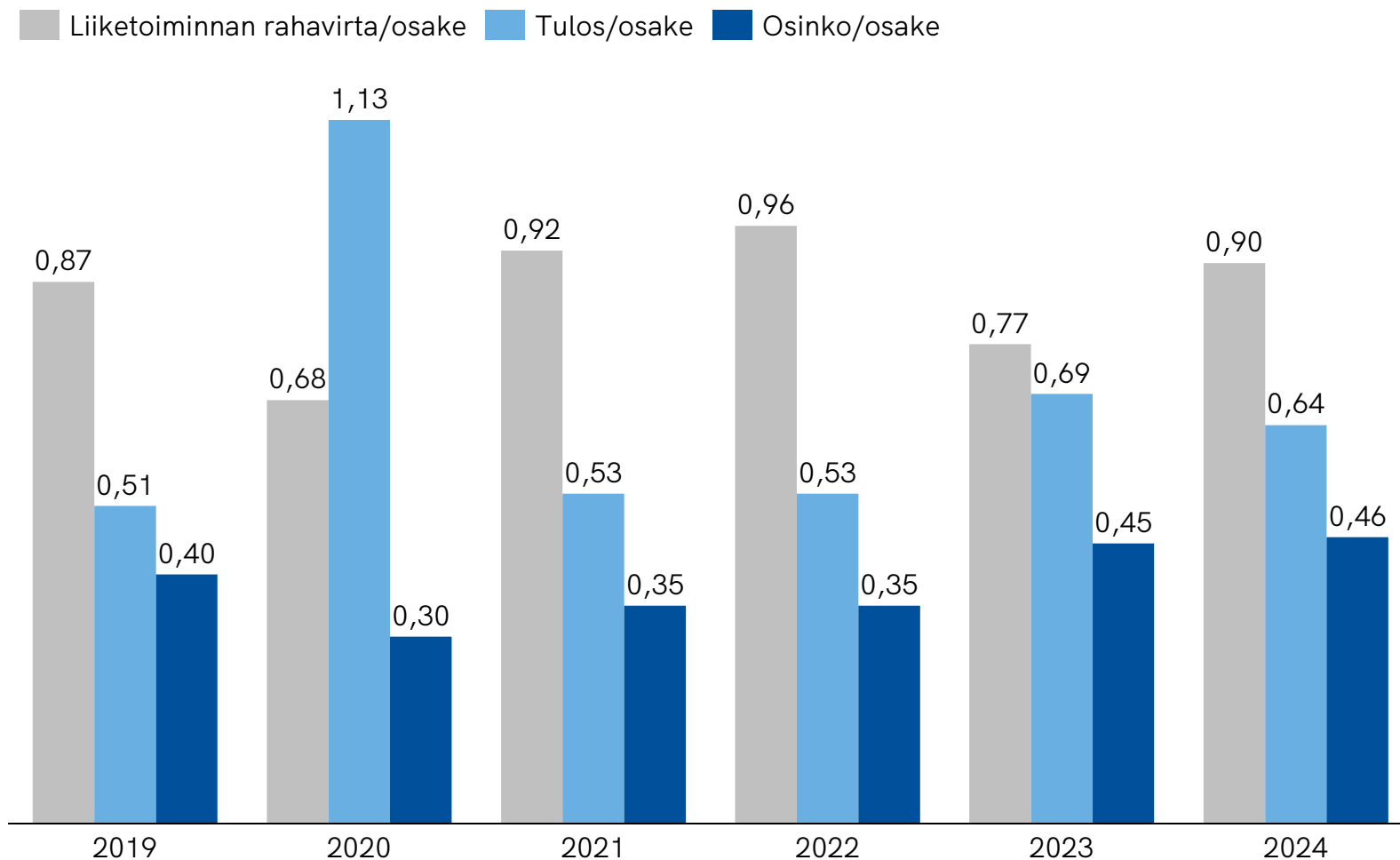
Liikevaihto (MEUR)



Oikaistu liikevoitto (MEUR) (% liikevaihdosta)



Vahvaa kassavirtaa ja kasvavaa osinkoa



Osinkotuotto

4,2 %

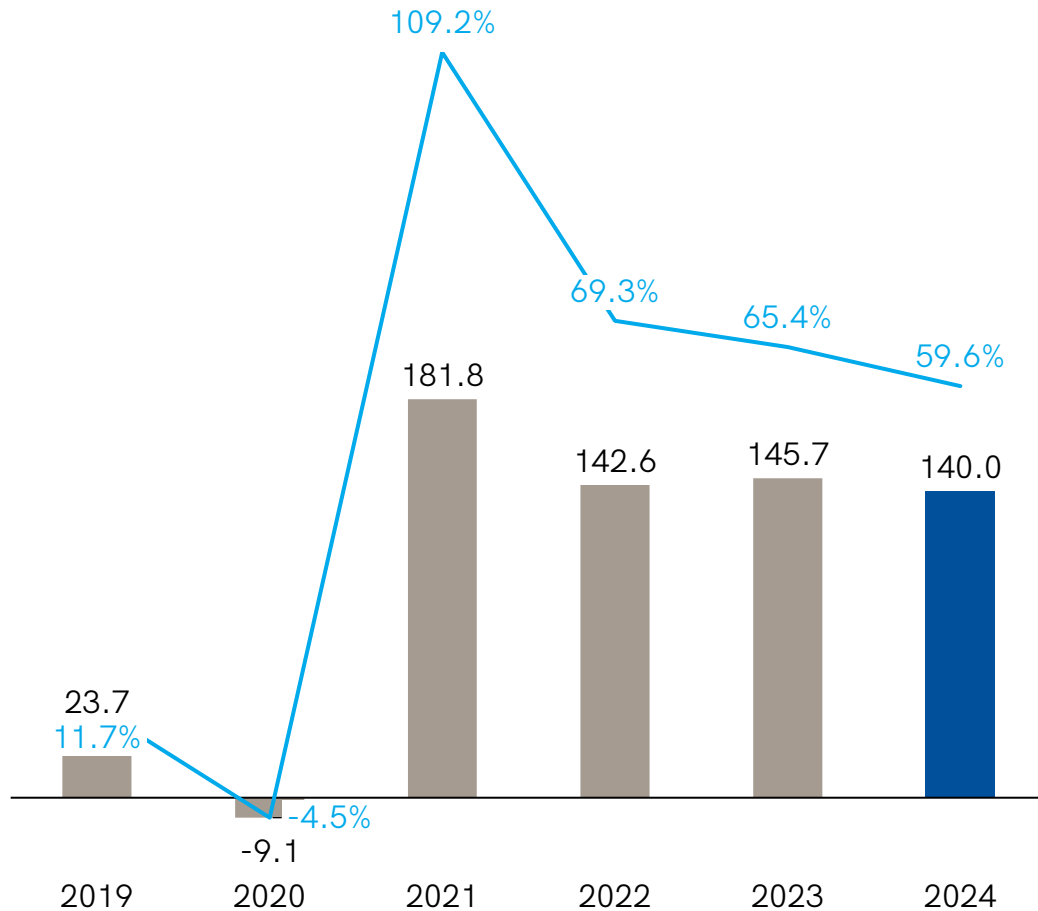
(31.12.2024)

Osinko vuodelta
2024

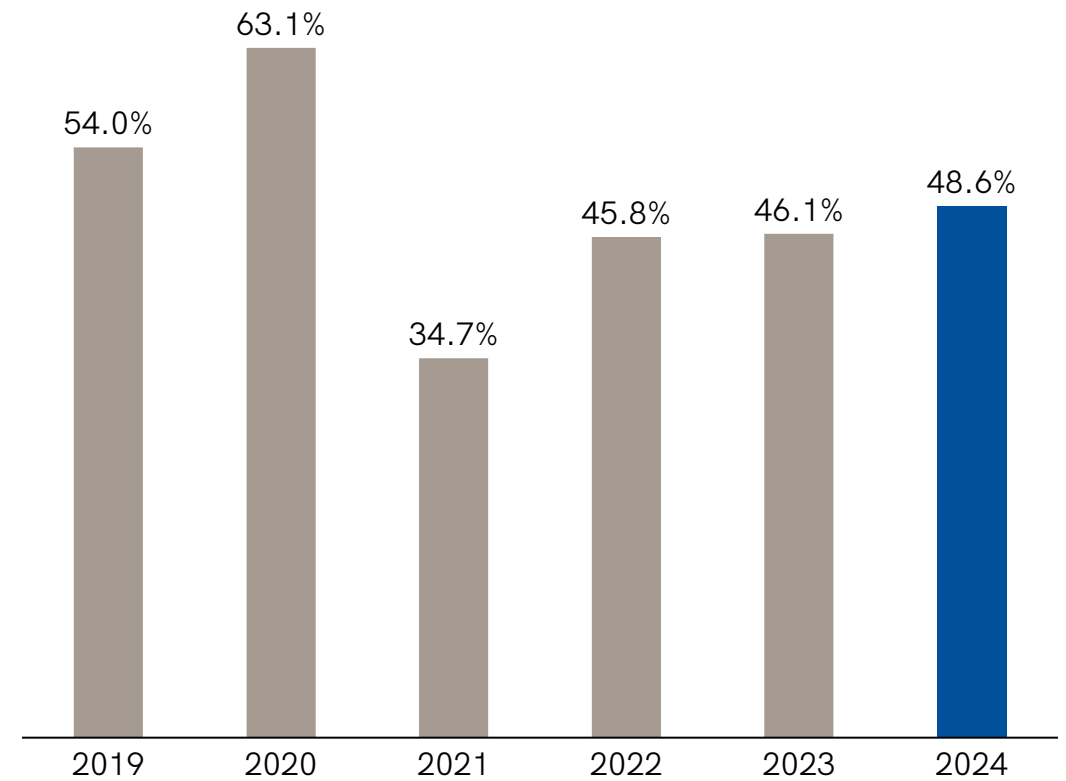
0,46 eur/osake

Vakaa rahoitusasema

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
2019-2024



Omavaraisuusaste, 2019-2024





Toimintaympäristö

Toimintaympäristön muutosajurit



Hidas talouskasvu

- Positiivisia elpymisen merkkejä on näkyvissä, mutta pitkän aikavälin rakenteelliset haasteet ja heikko kuluttajaluottamus hillitsevät Suomen talouden kasvua.



Muuttuva kuluttajakäyttäytyminen

- Odotukset helppojen, aikaa säästävien ja turvallisten digitaalisten kokemusten sekä verkkokaupan suhteen kasvavat.
- Tekoäly muuttaa tapaa, jolla kuluttajat etsivät, selaavat ja ostavat.
- Digitaalisten palveluiden käyttö lisääntyy ja datamäärät kasvavat.



Tiukempi sääntely

- Sääntely-ympäristö on monimutkainen ja digitaalista lainsäädäntöä laajennetaan.
- Tietosuojan ja kuluttajansuojan merkitys korostuu entisestään.



Geopoliittiset jännitteet

- Poliittisen ja taloudellisen kehityksen epävarmuus pysyy korkeana, mikä vaikeuttaa ennusteiden tekemistä.

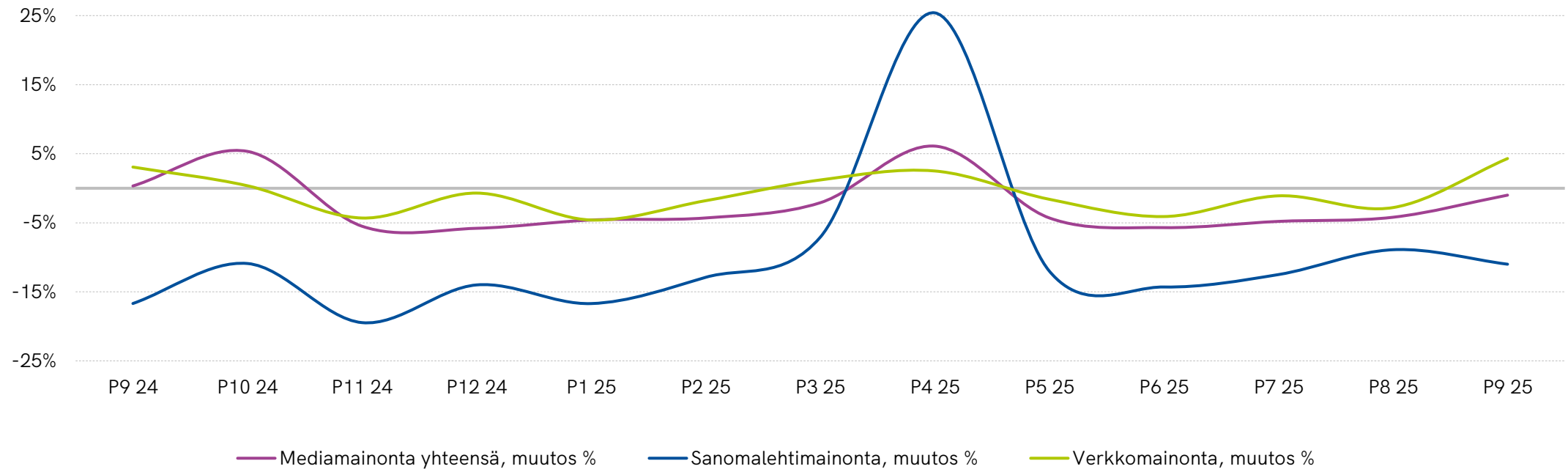
Euroopan Komission tuorein talousennuste toimintamaihimme

	BKT:n muutos (%)		Inflaatio (%)		Työttömyysaste (%)		
	2025	2026	2025	2026	2025	2026	
	1,0	1,3	1,7	1,5	8,6	8,3	<i>Suomi</i>
	1,9	2,1	2,2	2,0	2,6	2,6	<i>Tšekki</i>
	1,5	1,4	4,0	2,9	5,3	5,3	<i>Slovakia</i>
	3,2	2,9	3,4	2,0	4,6	4,5	<i>Kroatia</i>
	1,1	1,9	2,2	1,6	8,7	8,4	<i>Ruotsi</i>
	1,1	2,3	3,8	2,3	7,6	7,3	<i>Viro</i>
	0,5	2,0	3,0	1,7	6,8	6,6	<i>Latvia</i>
	2,8	3,1	2,6	1,2	6,8	6,6	<i>Liettua</i>
	2,0	2,3	3,0	3,3	11,2	10,9	<i>Bosnia & Herz</i>
	3,0	3,1	2,7	2,3	12,5	12,1	<i>P-Makedonia</i>

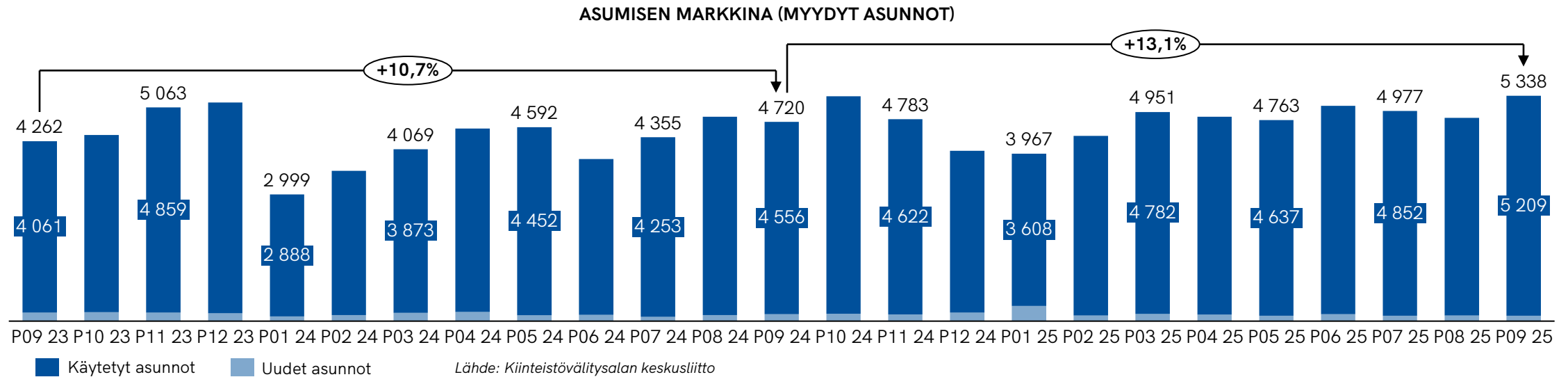
Suomen mainosmarkkinan kehitys

MEDIAMAINONNAN KUUKAUSITTAINEN MUUTOS 09/2024-09/2025

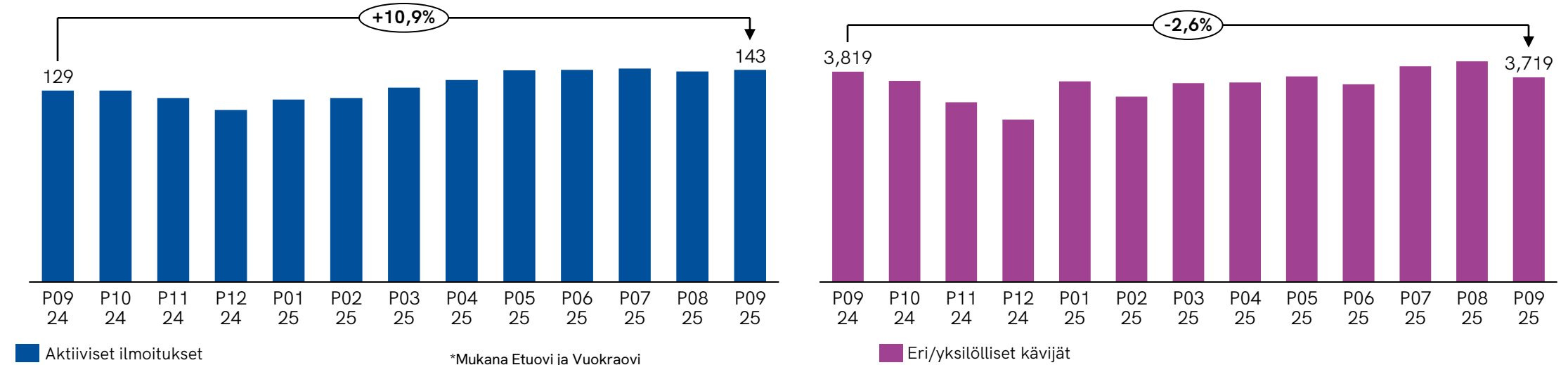
Lähde: Kantar TNS



Suomen asuntomarkkinan kehitys

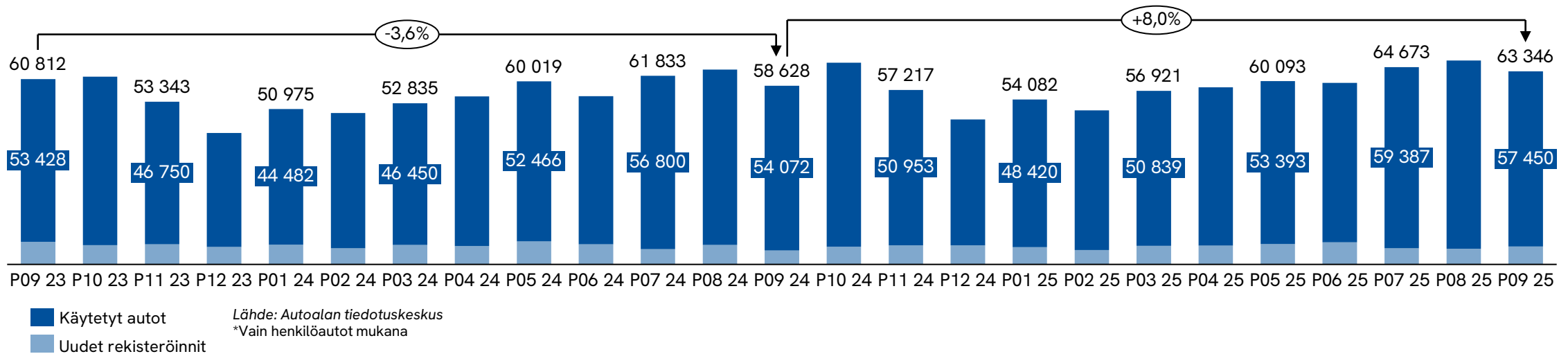


ASUMISEN MARKKINAPAIKAT: ILMOITUKSET JA KÄVIJÄT*

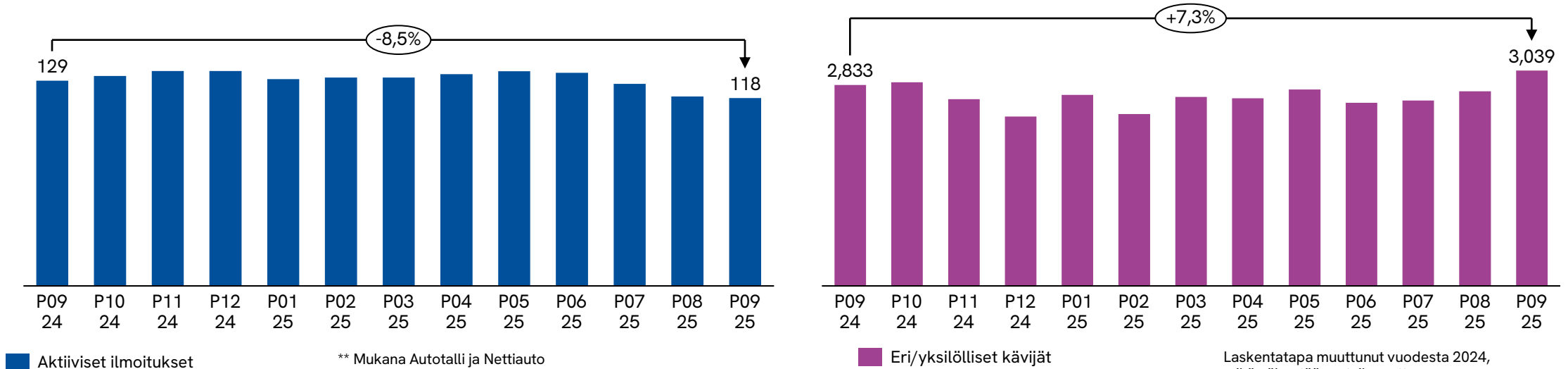


Suomen autokauppamarkkinan kehitys

LIKKUMISEN MARKKINA (MYYDYT AUTOT)



LIKKUMISEN MARKKINAPAIKAT & KÄVIJÄMÄÄRÄT





Strategia: Kohti kehittyneitä kaupankäyntialustoja

Johtava asema valituilla markkinoilla

Rekrytointi	#1	Tšekki	prace.cz , jobs.cz
	#1	Slovakia	profesia.sk
	#1	Kroatia	mojposao.net
	#2	Suomi	jobly.fi
	#1-3	Viro, Latvia, Liettua	cvonline.com
	#1	Serbia, Bosnia ja Hertsegovina, Makedonia	poslovi.infostud.com , mojposao.ba , vrabotuvanje.com.mk
Asuminen ja toimitilat	#1	Suomi, Ruotsi	etuovi.com , toimitilat.kauppalehti.fi , objektvision.se , OviPro, DIAS
Autoilu ja liikkuminen	#1	Suomi	nettiauto.com , nettikone.com , nettimoto.com , autotalli.com
Uutismedia	#1	Suomi	iltalehti.fi , kauppalehti , talouselämä
Digitaalinen mainonta	#1	Suomi	Alma network

Liikevaihdon jakauma Q3 2025:

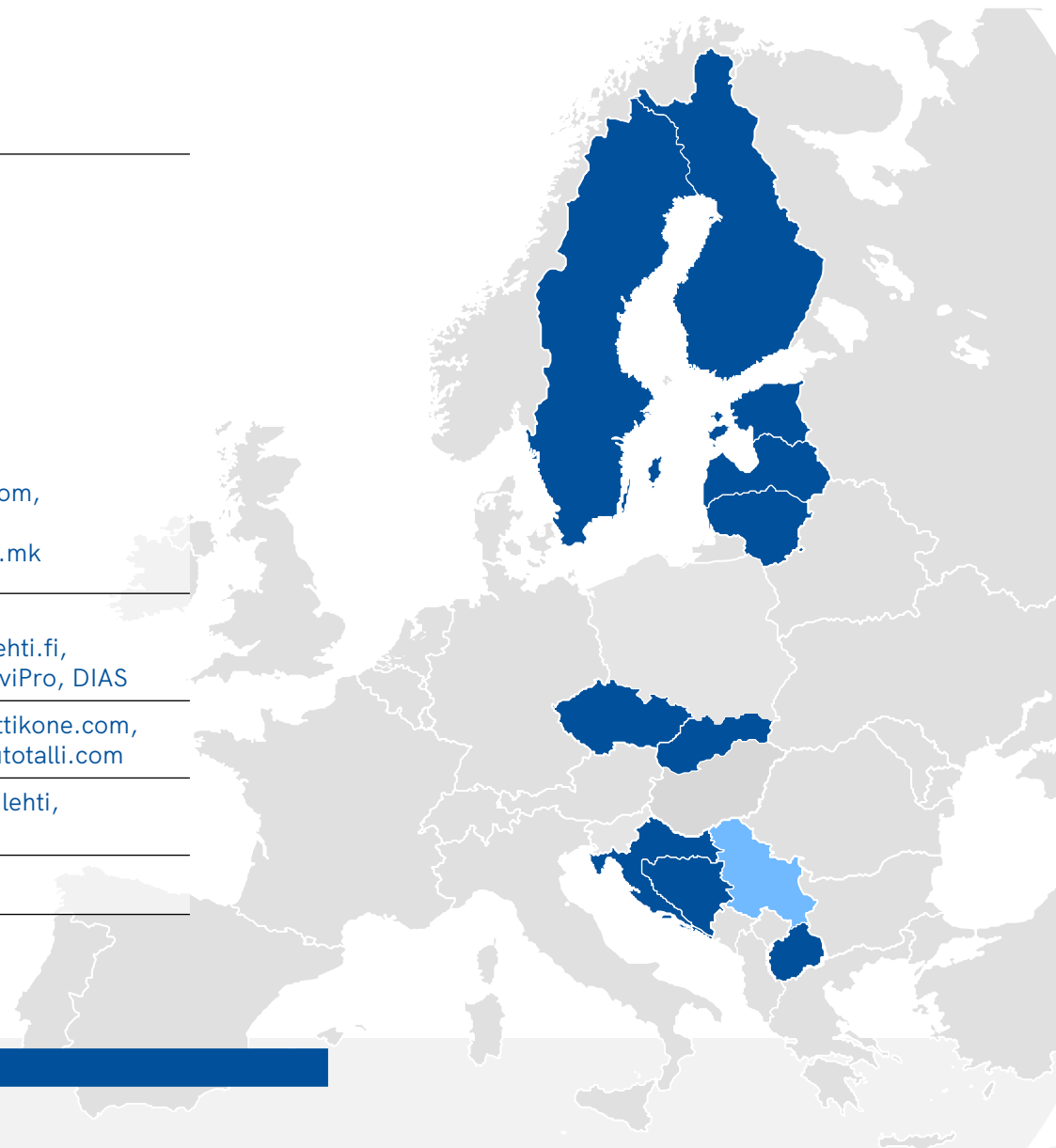
LUOKITELTU 40%

DIGITAALISET PALVELUT 22%

MAINONTA 16%

SISÄLTÖ 16%

MUUT 6%



STRATEGISET KULMAKIVET & SYNERGIAT

1. TRANSFORMAATIO

- Tehostamme asiakkaidemme prosesseja yhdistämällä palveluita alustoiksi.
- Valjastamme tekoälyn tuote- ja palvelukehityksen tueksi.
- Parannamme ketteryyttä, jotta uusien tuotteiden markkinoille pääsy nopeutuu.

2. KASVU

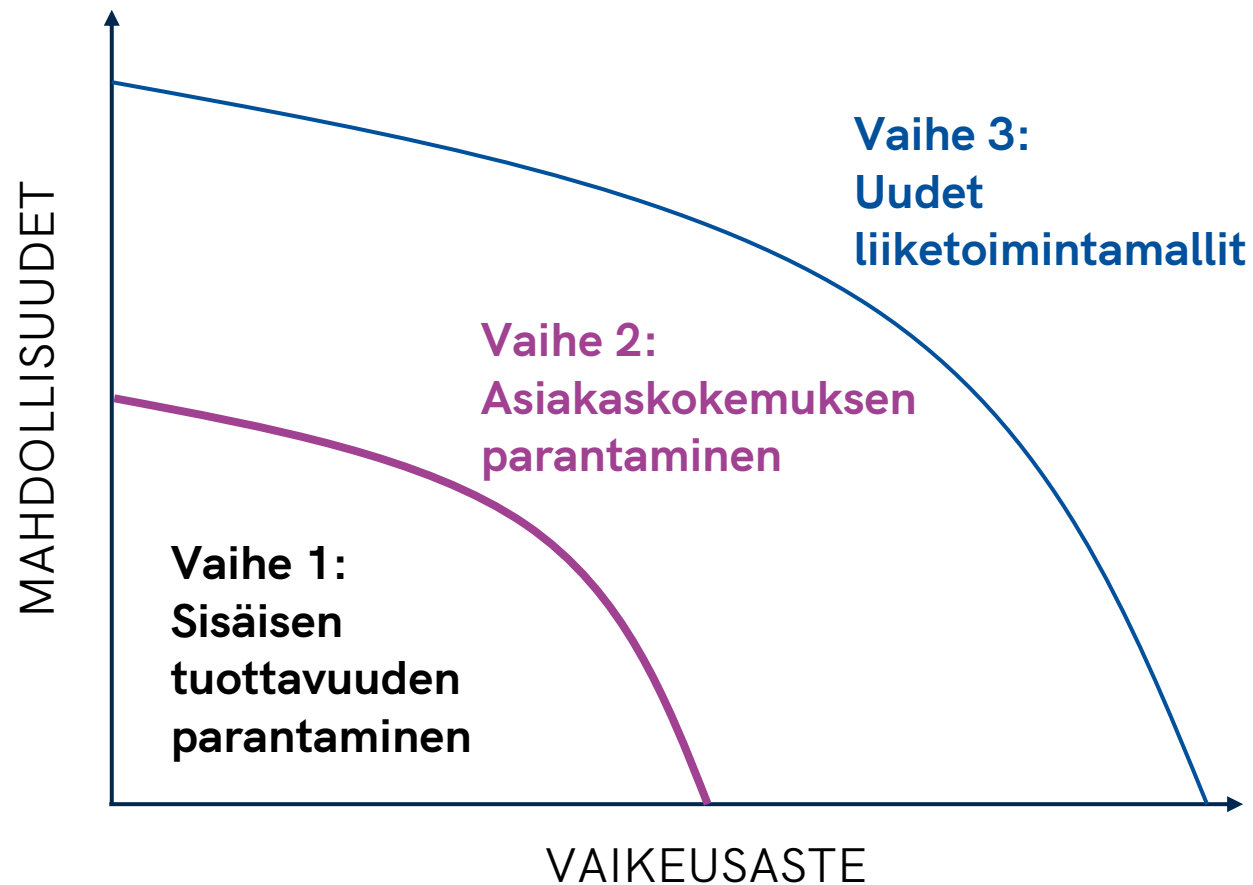
- Monipuolistamme ja kehitämme uusia tuotteita ja tulovirtoja.
- Kehitämme parhaat inhimilliset ja teknologiset kyvykkyydet.
- Kiihdytämme kasvua yritysostoin.

3. SKAALAUTUVUUS

- Hyödynnämme parhaat voimavaramme uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi.
- Laajennumme uusille maantieteellisille alueille.
- Vahvistamme konsernisynergiaa tehokkaalla yhteistyöllä.



Tekoäly tehostaa Alman strategiaa



3. UUDET LIIKETOIMINTAMALLIT

- Nykyisten liiketoimintamallien ja arvoketjujen muuttaminen
- Täysin uusien liiketoimintamallien luominen

2. ASIAKASKOKEMUKSEN PARANTAMINEN

- Tuotteiden parantaminen tekoälyn avulla
- Asiakasrajapintaprosessien parantaminen esim. personalisoinnin ja itsepalvelun avulla

1. TUOTTAVUUDEN PARANTAMINEN

- Tekoälytyökalujen käyttö esim. ohjelmistojen tai sisältöjen luomisessa.
- Automatisoidut sisäiset prosessit esim. raportointi, ennustaminen ja suunnittelu

Tekoälyhankkeet ja tuotekehitys menestyvän liiketoiminnan keskiössä

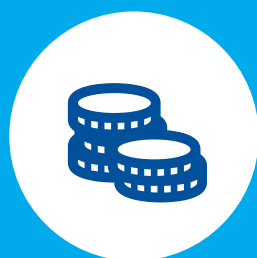


Tekoäly osana asiakkaiden sitouttamista

Palvelun ja asiakaskokemuksen parantaminen

Tekoälybotit asiakaspalvelun ja asiakkaan apuna

-
- Palveluiden ja viestinnän kohdentaminen



Tekoäly osana digitaalisia tuotteita ja palveluita

Kilpailuetua ja liiketoimintaa älykkäämistä tuotteista

Data ja tekoäly tuotteen keskiössä

-
- Dynaaminen hinnoittelu
-
- Älykkäät kohdennusratkaisut



Tekoäly osana tehokkaista sisäisiä prosesseja

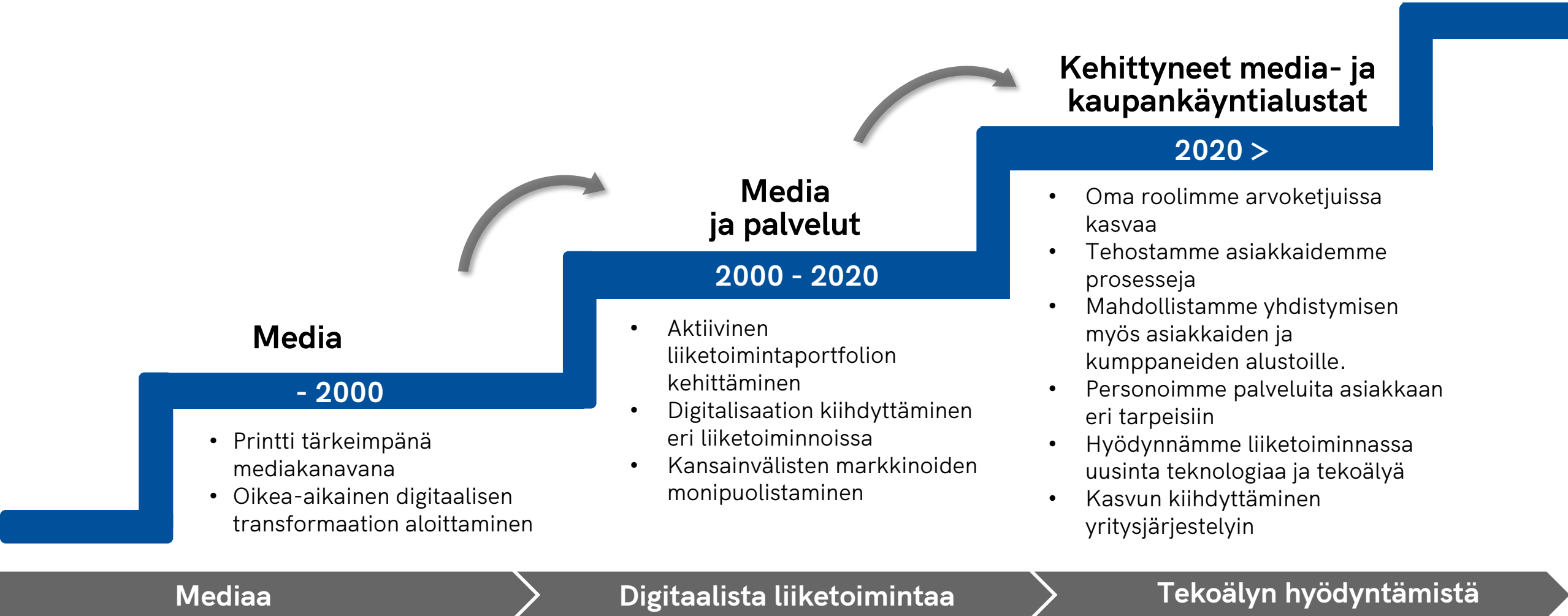
Tehokkuutta toimintoihin

Tekoälyavusteiset sisäiset prosessit

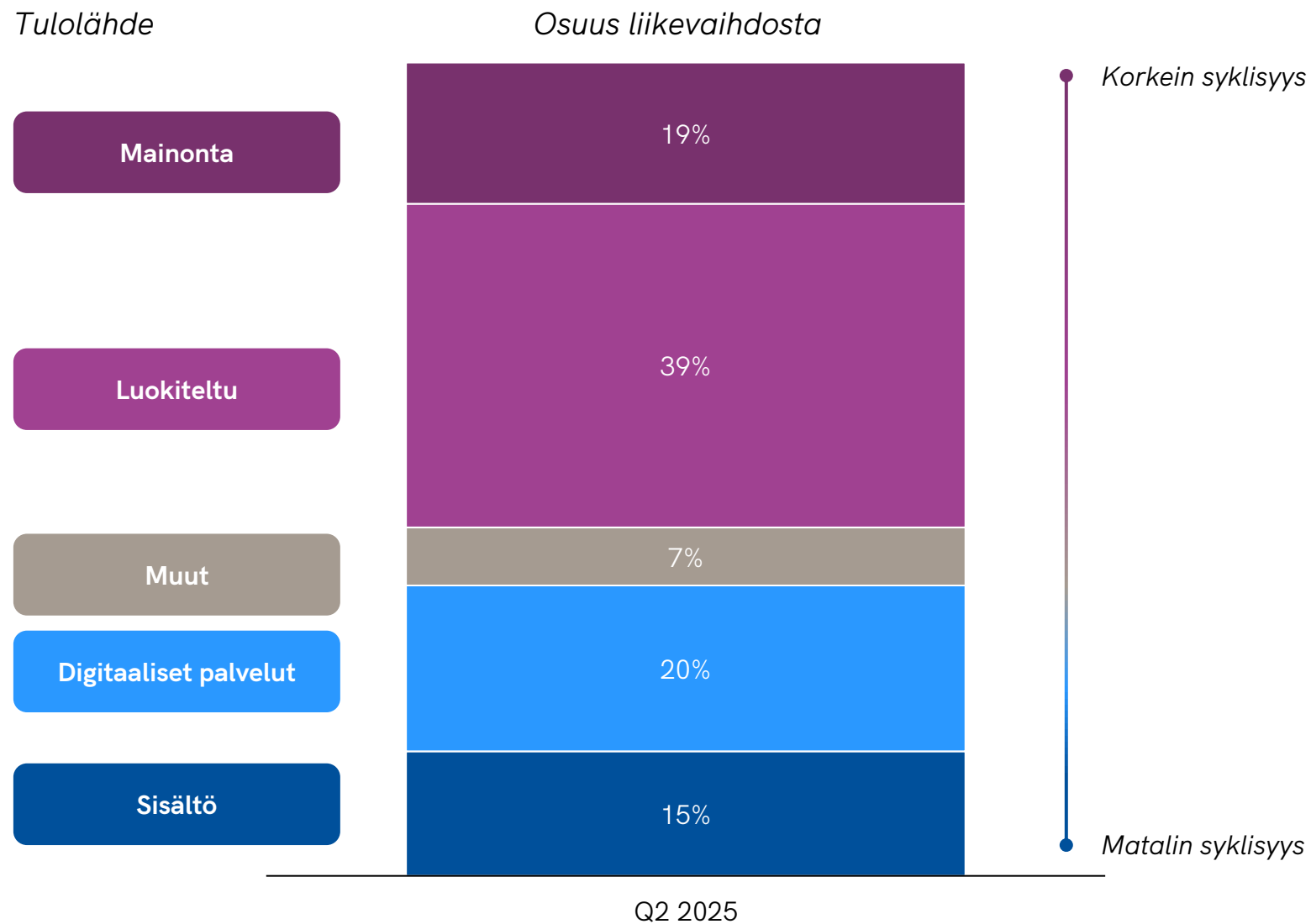
-
- Asiantuntijatyön tuki
-
- Osaamisen kehittäminen

Alma Median muutosmatka

Hyödynnämme teknologian kehittymistä ja kuluttajakäyttötymisen muutoksia



Monipuoliset tulolähteet, joiden syklisyys vaihtelee



Tasapainoinen portfolio

ALMA CAREER

Rekrytointimainontaa, työvoiman välityspalveluita ja ura- ja työnantajabrändin kehittämistä.

Liikevaihto
MEUR 26,2

Oikaistu liikevoitto
MEUR 11,1

Oikaistu liikevoitto-%
42,3 %

Henkilöstö
584

Digitaalista
100%

ALMA MARKETPLACES

Johtavat asumisen, liikekiinteistöiden ja liikkumisen markkinapaikat. Vertailu- ja b-to-b-palvelut.

Liikevaihto
MEUR 28,6

Oikaistu liikevoitto
MEUR 9,8

Oikaistu liikevoitto-%
34,4 %

Henkilöstö
390

Digitaalista
98,0 %

ALMA NEWS MEDIA

Johtava digitaalinen uutismedia Suomen markkinoilla. Maksullisten digisisältöjen pioneeri ja Alman digimainontaverkosto.

Liikevaihto
MEUR 24,6

Oikaistu liikevoitto
MEUR 4,3

Oikaistu liikevoitto-%
17,3 %

Henkilöstö
440

Digitaalista
62,8 %

Listauksista kehittyneisiin kaupankäyntialustoihin

OSTAJAT



MYYJÄT



TEKOÄLY APUNA JOKA VAIHEESSA

MAINONTAMARKKINA

Digi-ilmoitukset ja display-mainonta

TRANSAKTIONAALINEN EKOSYSTEEMI

- Transaktiopalkkiot
- Yritysasiakkaiden työkalut
- Lisäpalvelukomissiot
- Elinkaarilisäpalvelut

TAVOITTEET:

- Parantaa asiakkaiden sitoutumista
- Kasvattaa liikevaihtoa nykyisillä markkina-alueilla
- Saada uusia tulonlähteitä uusilta markkina-alueilta
- Monipuolistaa liiketoimintamalleja
- Nostaa kaupan transaktiotulon osuutta

Kestävyystavoitteet 2025 osana henkilöstön palkitsemista

ESG – ympäristö, sosiaalinen vastuu ja hyvä hallintotapa

E

Hiilijalanjälki

Oma toiminta (Scope 1 & 2)

-52 %*

-4,73 %**

Alihankintaketju (Scope 3)

-14 %*

-1,27 %**

*(2019-2030)

** / vuosi

S

Henkilöstön sitoutuneisuus,
Peakon Engagement -indeksi

7,8

(teknologia-alan keskiarvo 7,6)

<5 kpl

JSN:n asettamia langettavia päätöksiä
Alman medioille

0 kpl

huomautuksia Kansainvälisen
kauppakamarin mainonnan eettisen
neuvoston ohjeiden vastaisesta
mainonnasta

G

100 %

Henkilöstöstämme on suorittanut
Alman eettisen ohjeistuksen,
Code of Conduct -valmennuksen

95 %

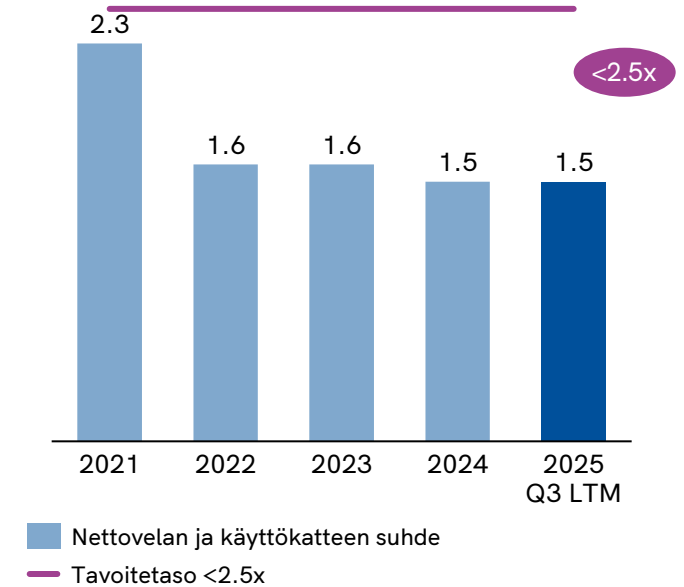
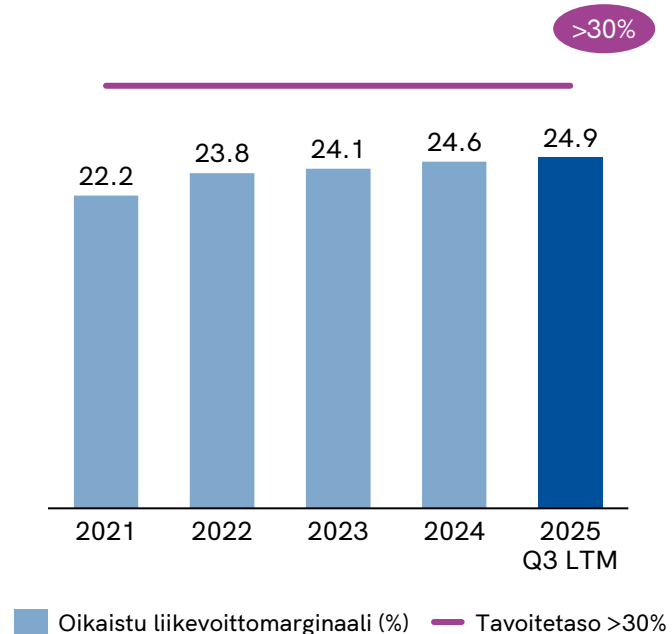
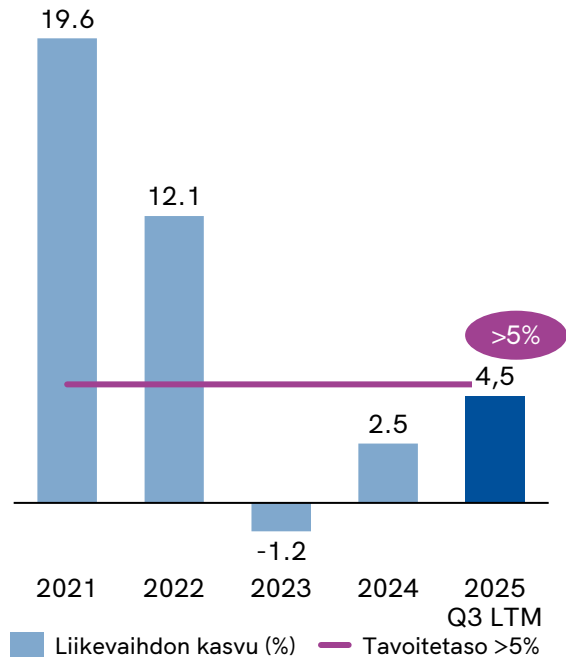
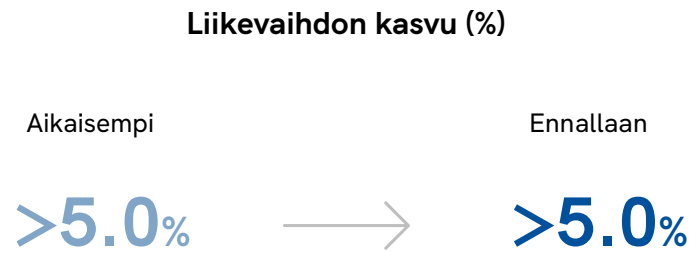
Merkittävistä toimittajistamme on
suorittanut Supplier Code of Conduct
-valmennuksen

0 kpl

Vakavia tietosuojaloukkauksia

Alman päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet*

* <https://www.almamedia.fi/en/newsroom/>



Note: Osingon jaon tasoa ei enää sisällytetä pitkän aikavälin taloudellisiin tavoitteisiin, vaikka se on erikseen mainittu Alma Median osingonjakopolitiikassa. Alma Media tavoite on edelleen osinkoprosentti > 50 % * EPS.

Näkymät vuodelle 2025

- Epävarmuus Alma Median toimintaympäristössä jatkuu.
- Alma Media arvioi jatkuvien toimintojen vuoden 2025 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton pysyvän ennallaan vuodesta 2024 tai kasvavan.
- Vuoden 2024 jatkuvien toimintojen liikevaihto oli 312,7 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 76,9 milj. euroa.





Alma sijoituskohteena

1. Menestyksenkäs digitaalinen muutos

- Alma on onnistuneesti kehittynyt painotalosta digitaalseksi palvelu- ja mediayhtiöksi. Digitaalisen liiketoiminnan osuus on kasvanut alle 14 prosentista yli 85 prosenttiin kymmenessä vuodessa. Kasvu perustuu skaalautuviin, kustannustehokkaisiin toimintamalleihin ja jatkuvaan innovointiin.

2. Johtavat brändit ja markkina-asetat

- Alma hallinnoi vahvoja markkinapaikkoja ja mediabrändejä Suomessa, Ruotsissa ja Keski-Itä-Euroopassa. Sen palvelut – kuten Etuovi.com, Nettiauto, Kauppalehti ja Iltalehti – sekä rekrytointipalvelut prace.cz ja jobs.cz Tšekin tasavallassa, Profesia.sk Slovakiassa ja Mojposao.net Kroatiaassa ovat kategoriansa kärkinimiä ja tavoittavat laajoja yleisöjä.
- Kansainvälisen liiketoiminnan osuus liikevaihdosta on vajaa 40 % ja kannattavuudesta vajaa 60 %. Liiketoimintamme ei ole pelkästään riippuvainen hitaan kasvun kotimaan markkinasta.
- Konsernin mediat tavoittavat viikoittain yhteensä lähes 80 prosenttia kaikista suomalaisista.

3. Vakaata ja kannattavaa kasvua

- Yhtiön ketterä, pääomakevyt liiketoimintamalli mahdollistaa jatkuvan kannattavuuden ja korkeat tuotot.
- Vuonna 2024 oman pääoman tuotto oli 23 %, ja Alma ylläpitää tervettä maksuvalmiutta sekä vahvaa osingonmaksukykyä, tavoitteenaan jakaa yli 50 % vuosittaisesta voitosta.

Alma lukuina

(FY 2024)

Liikevaihto

313

milj.euroa

Oikaistu liikevoitto

77

milj.euroa

Oikaistu liikevoitto-%

25 %

ROE

23 %

ROI

15 %

TSR

~ 500 %

(2015-2024)

Omavaraisuusaste

49 %

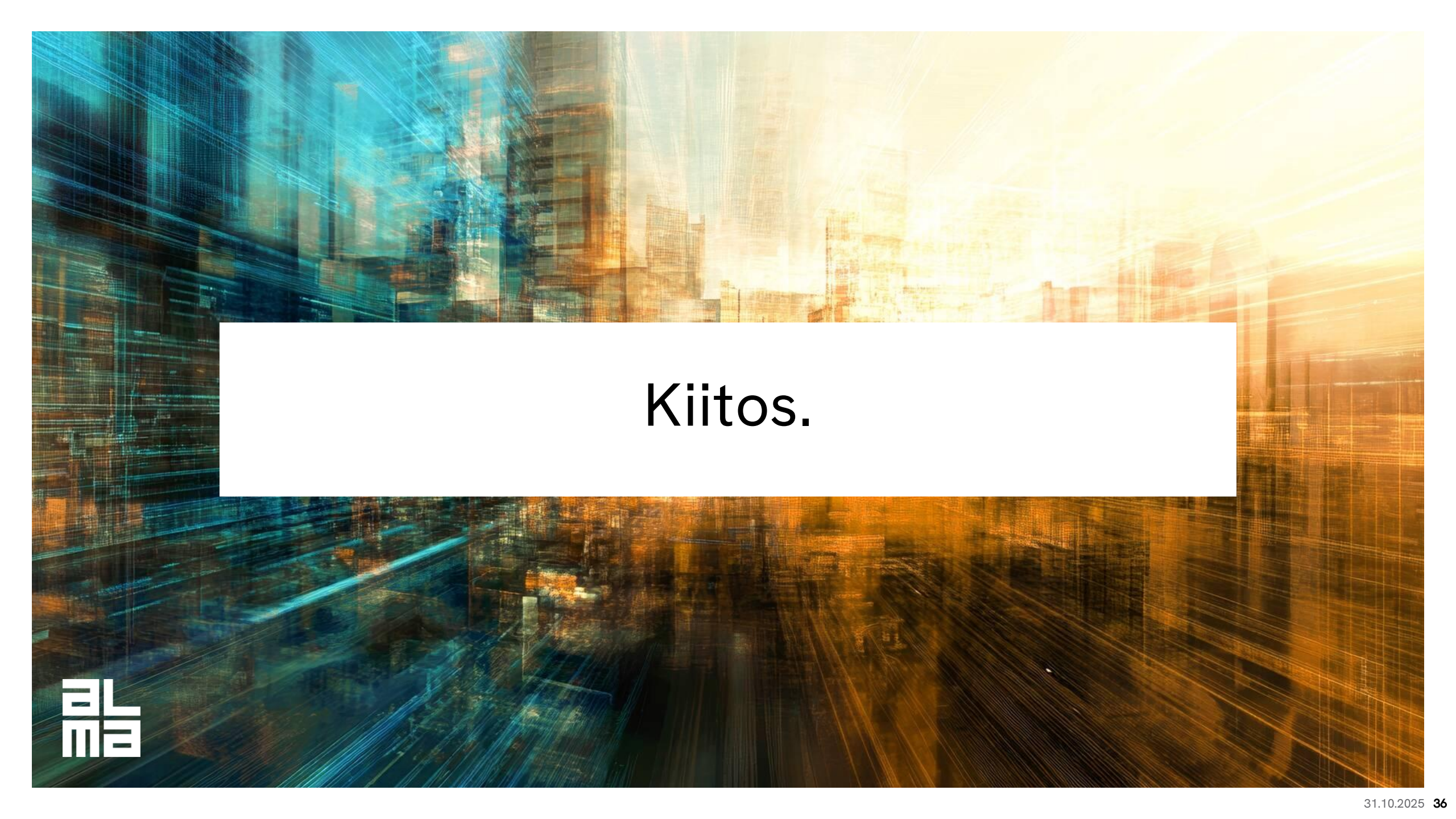
Digitaalisen liiketoiminnan osuus
liikevaihdosta

84%

Osinko tilikaudelta 2024

0,46

euroa



Kiitos.

