



Alma Median sijoittajaesitys

2026

Alma Media – kansainvälinen yritys, jolla on paikallinen sydän



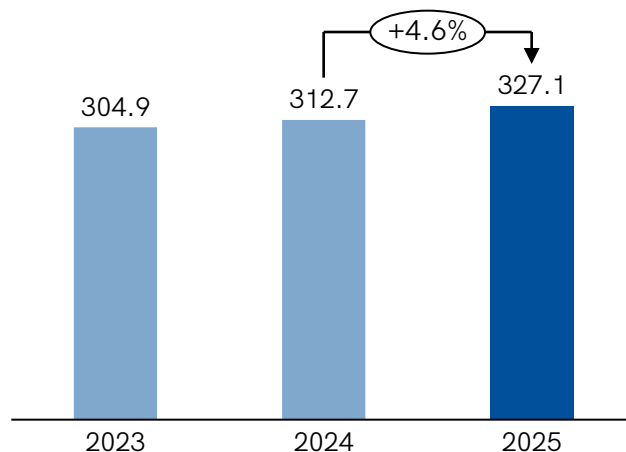
- Keskitymme digitaaliseen mediaan, markkinapaikkaliiketoimintaan ja palveluihin.
- Yhdistämme yliveraisen sisällön ja parhaan teknologian.
- Tarjoamme johtavat asumisen, autoilun ja toimitilojen markkinapaikat, sisältö- ja datapalveluita ammattilaisille.
- Talous- ja kuluttajamediamme tavoittavat 3,2 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 9 maassa.



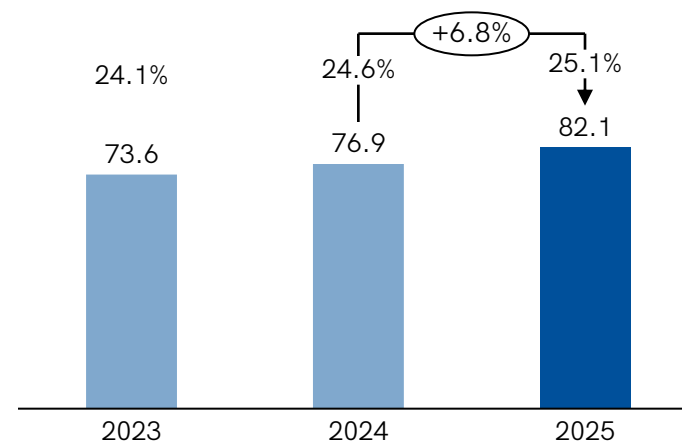
FY2025: Yhteenveto

Liikevaihto kasvoi 4,6 % ja oikaistu liikevoitto 6,8 %

LIKEVAIHTO (MEUR)



OIKAISTU LIIKEVOITTO (MEUR)
(% LIIKEVAIHDOSTA)

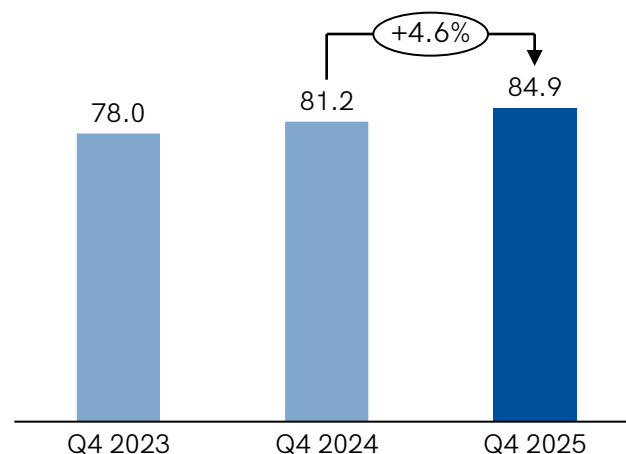


- Vahva suoritus markkinaympäristön epävarmuudesta huolimatta.
- Liikevaihto kasvoi 327 milj. euroon, lähestyen konsernin pitkän aikavälin taloudellisten tavoitteiden kasvuvauhtia. Orgaaninen kasvu paikallisissa valuutoissa, pl. hankitut ja lopetetut brändit oli 1,8 %
- Oikaistu liikevoitto nousi 82 milj. euroon, marginaalilla 25,1 %. Aktiivinen tuoteportfolion hallinta tukee oikaistun liikevoiton kasvua.
- Käyttökate saavutti 100 milj. euron virstanpylvään.
- Digitaalisen liiketoiminnan osuus nousi ennätyselliseen 85,9 prosenttiin kokonaisliikevaihdosta.
- Merkittävästi vahvistunut taseen kantokyky: velkaantumisaste (12 kk liukuva) 1,3 ja omavaraisuusaste 52,6 %.

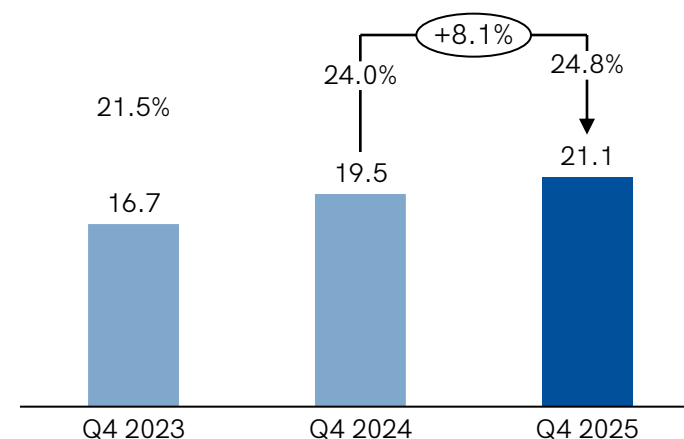
Q4 2025
tiivistetysti

Vakaata kasvua digitaalisissa palveluissa – liikevaihto kasvoi 4,6 % ja oikaistu liikevoitto 8,1 %

LIKEVAIHTO (MEUR)



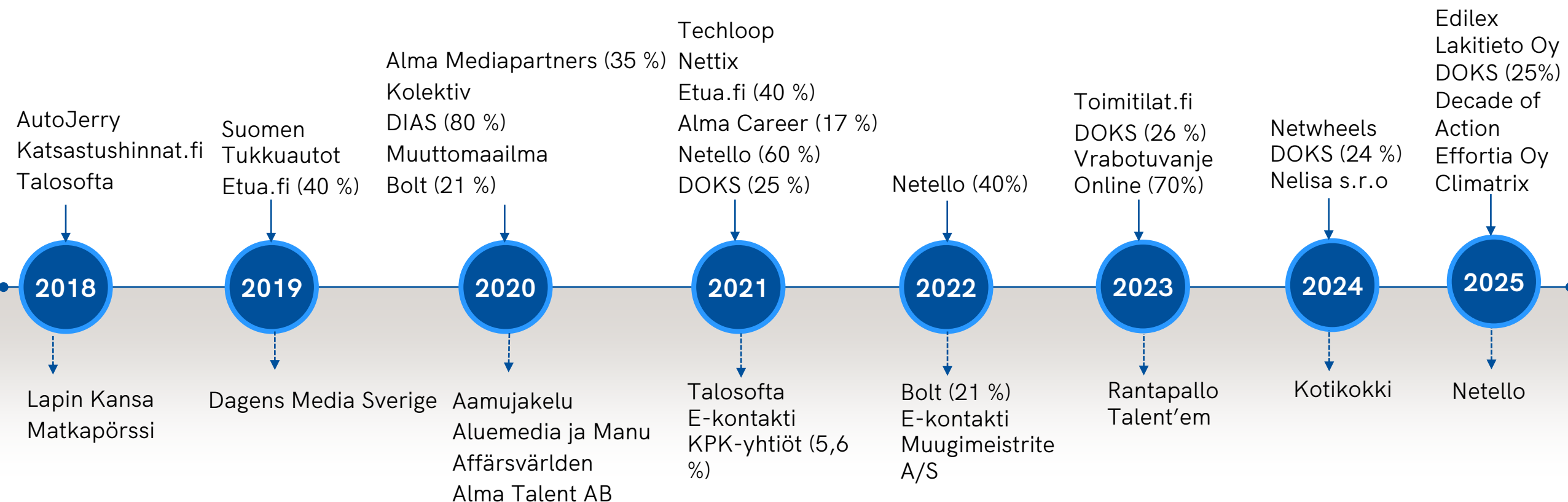
OIKAISTU LIIKEVOITTO (MEUR)
(% LIIKEVAIHDOSTA)



- Liikevaihto kasvoi 85,4 miljoonaan euroon. Orgaaninen kasvu paikallisissa valuutoissa, pl. hankitut ja lopetetut brändit oli 2,7 %.
- Oikaistu liikevoitto nousi 22,7 miljoonaan euroon, marginaalilla 28,6 %. Aktiivinen tuoteportfolion hallinta tukee oikaistun liikevoiton kasvua.
- Digitaalisen liiketoiminnan osuus nousi ennätyselliseen 87,8 prosenttiin kokonaisliikevaihdosta.
- Merkittävästi vahvistunut taseen kantokyky: velkaantumisasaste (12 kk liukuva) 1,5 ja omavaraisuusaste 49,1 %.

Yrityskaupat kasvun ja muutoksen ajureina

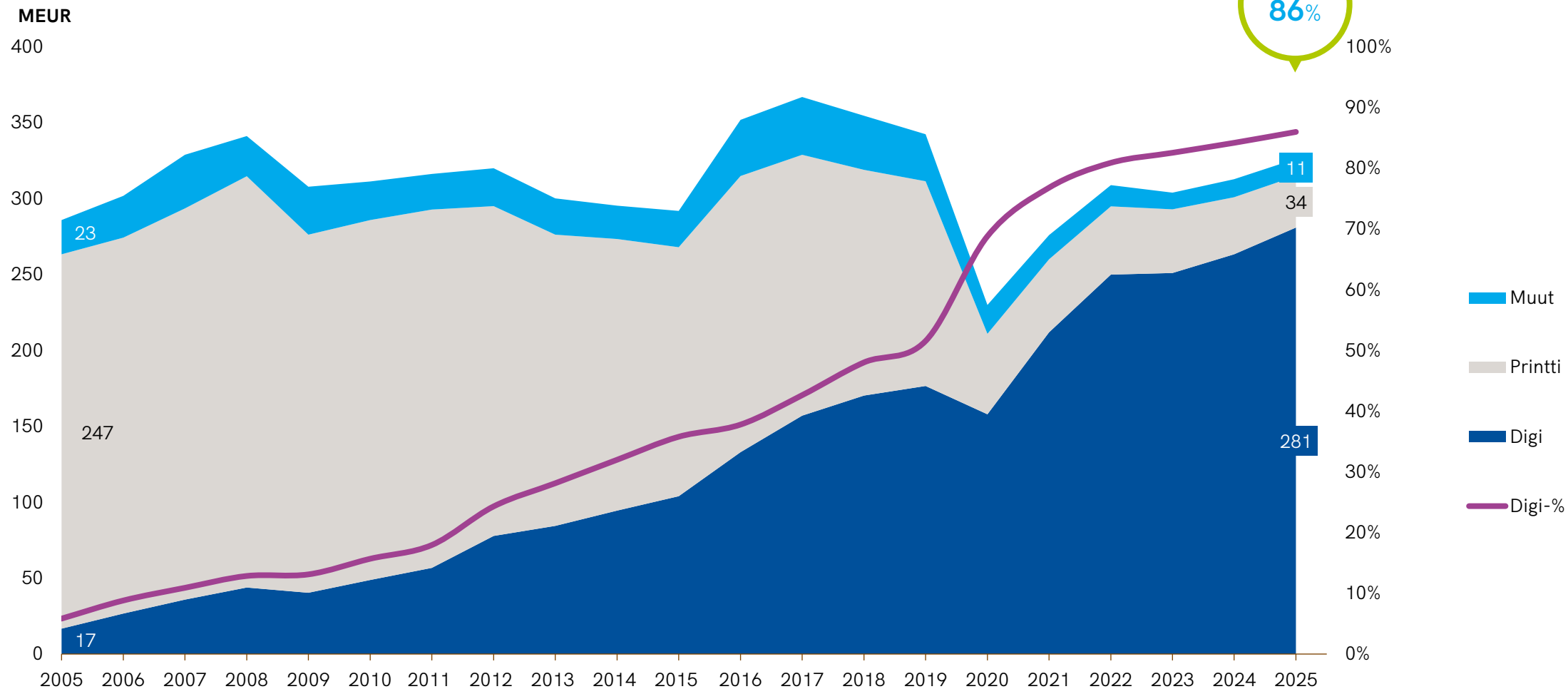
FOKUS DIGITAALISESSA LIIKETOIMINNASSA



LEHTI- JA PAINOLIIKETOIMINNAN DIVESTOINNIT

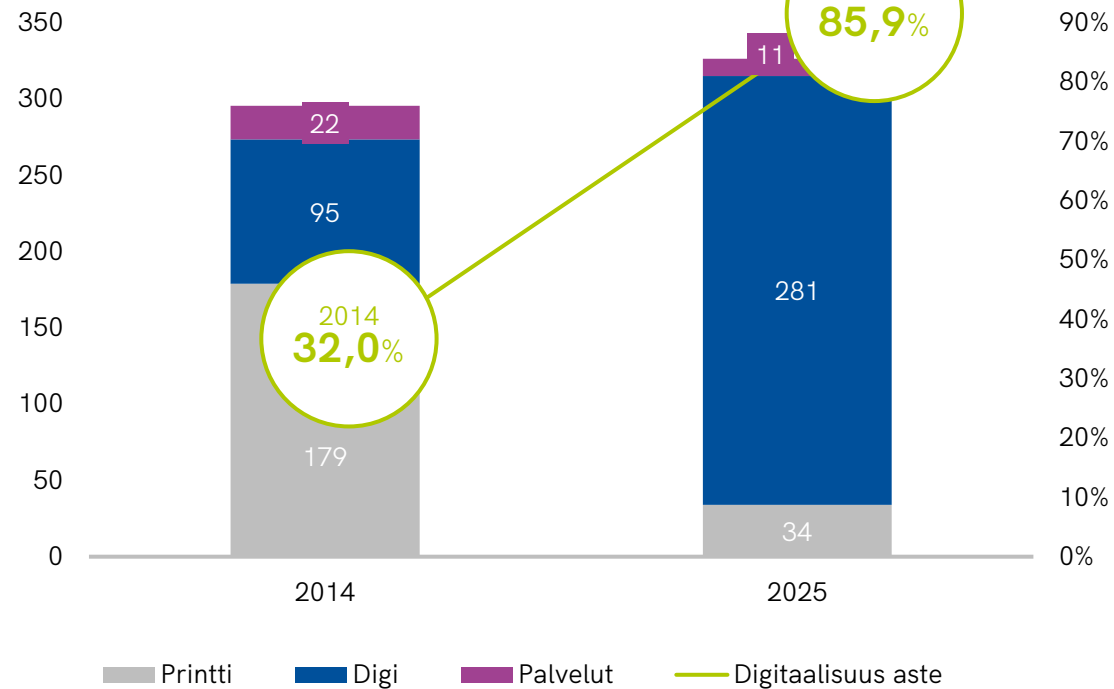
KANNATTAMATTOMASTA LIIKETOIMINNASTA LUOPUMINEN

Digitaalinen transformatio 2005–2025

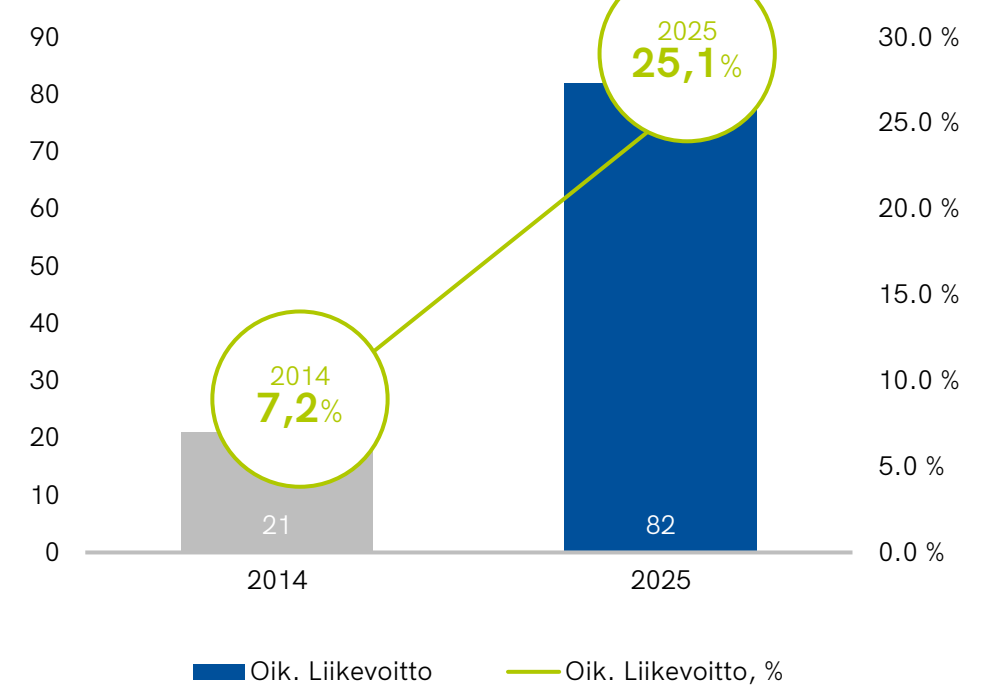


Digitaalinen transformaatio ja kannattavuuskehitys

Liikevaihto
MEUR

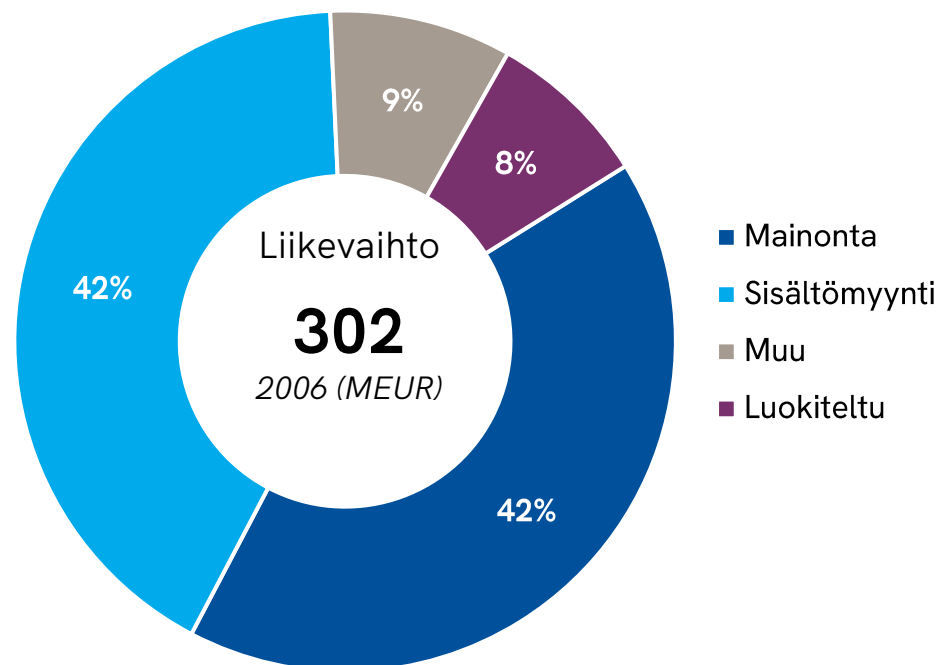


Oik. liikevoitto
MEUR



Laajentuminen mediasta markkinapaikkaliiketoimintaan

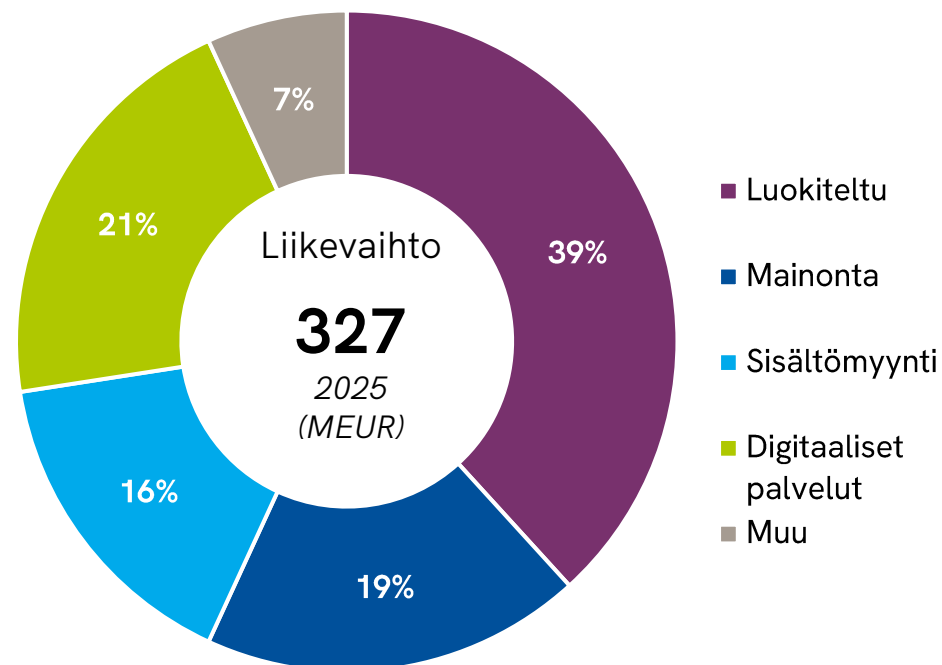
2006



Oikaistu liikevoitto

49 **16,3 %**
2006 (MEUR) 2006

2025

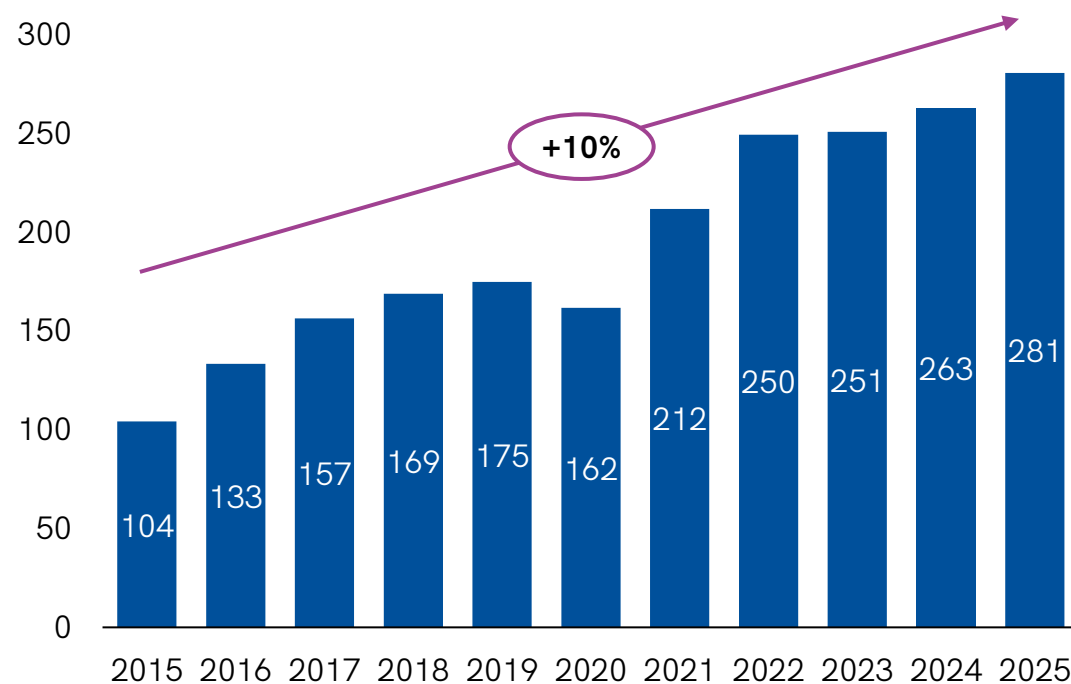


Oikaistu liikevoitto

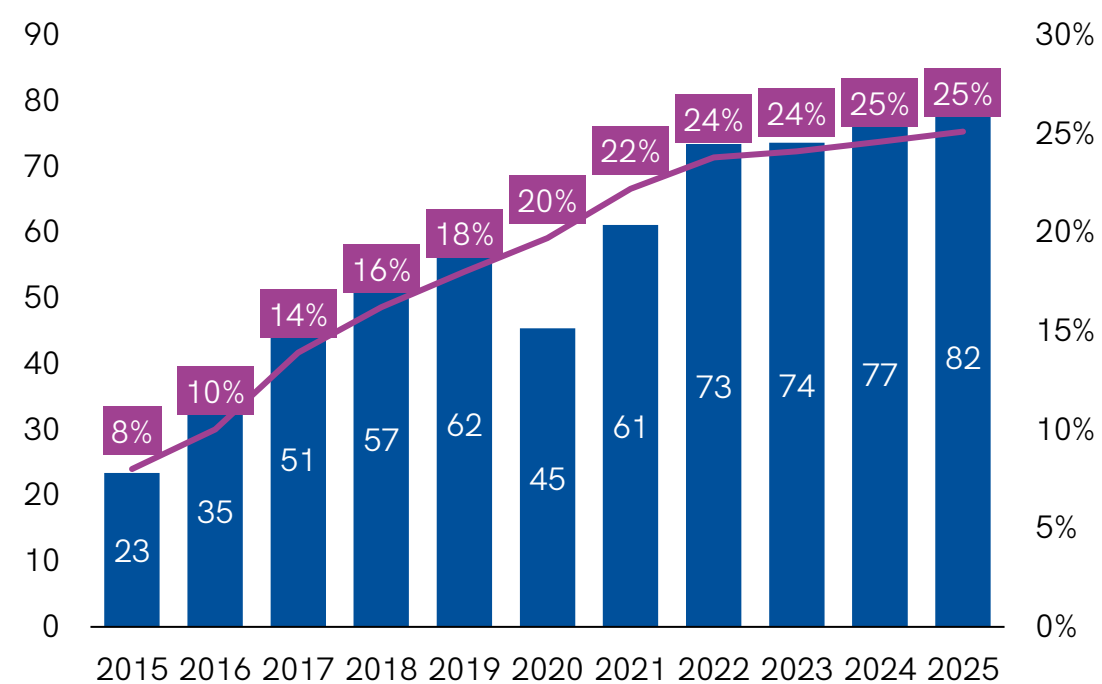
81 **25,1 %**
2025 (MEUR) 2025

Kasvava digiliikevaihto tukemassa vahvaa kannattavuutta

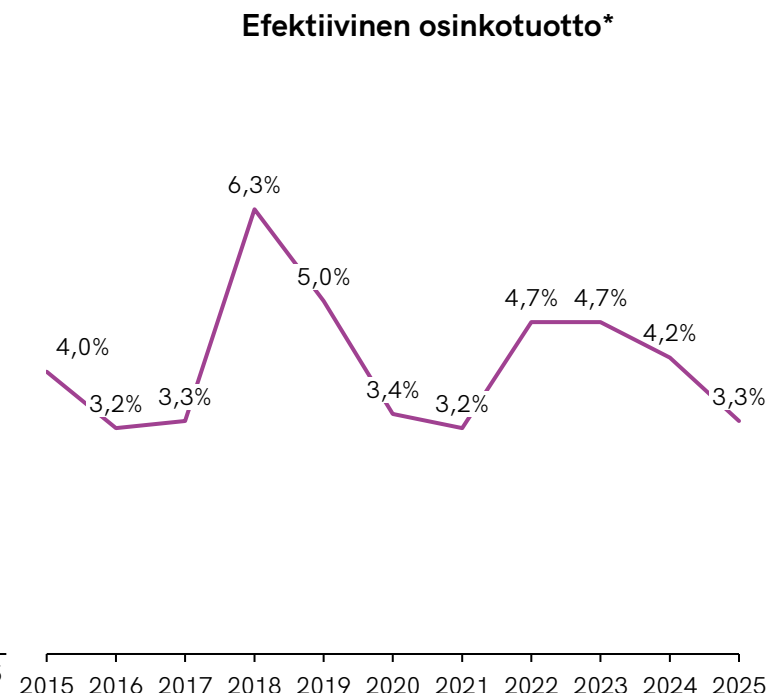
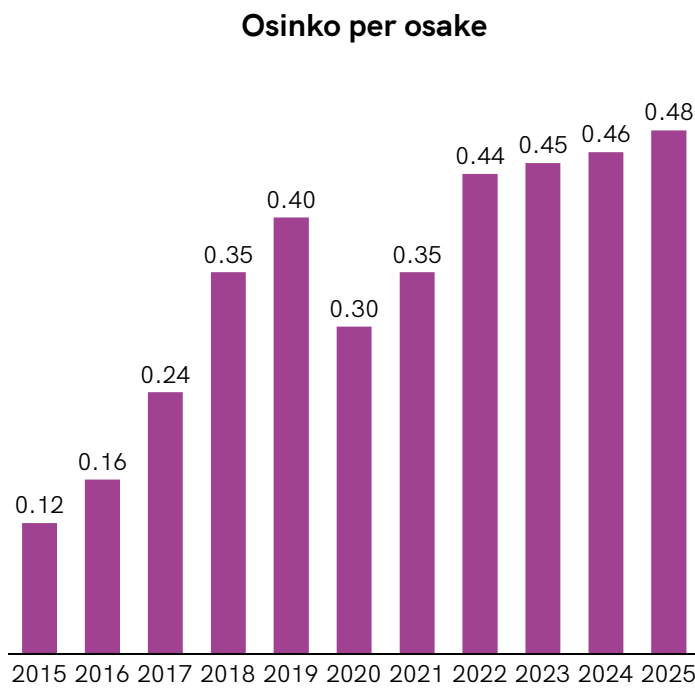
Digiliikevaihto (MEUR)



Oikaistu liikevoitto (MEUR) & marginaali (%)



Alman osakekurssi ja osingot



Osakekurssi

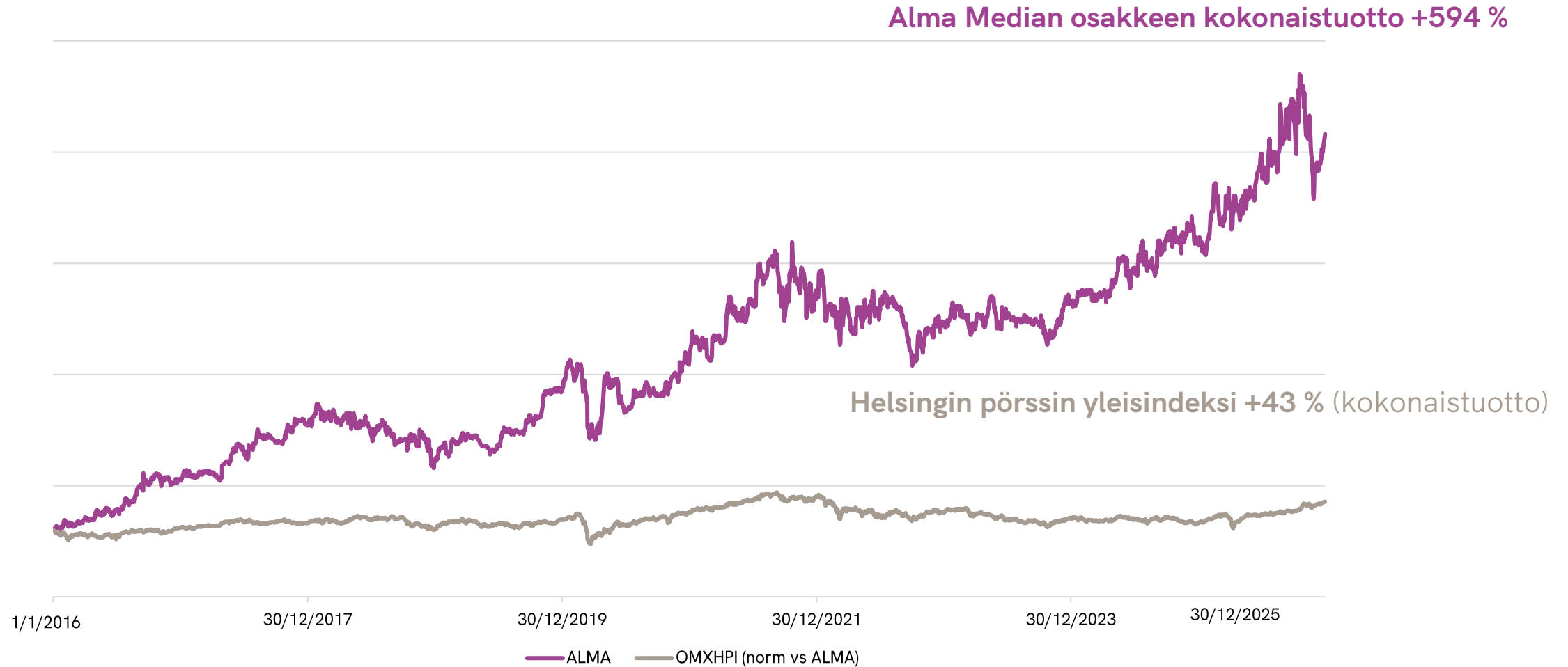
- 2014 päätöskurssi 2,75 EUR
- 2025 päätöskurssi 14,35 EUR

Osinko

- EUR 0,48 (0,46) osaketta kohti, 71% tilikauden tuloksesta (ehdotus)

Alma Median osakkeen kokonaistuotto 2016-2025

1.1.2016–31.12.2025



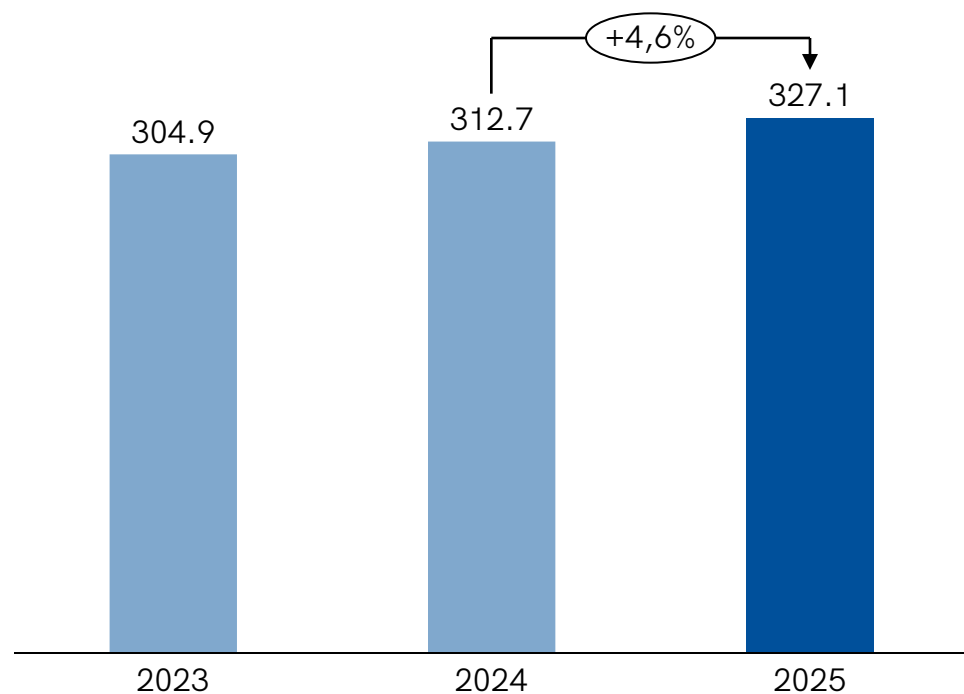
Osakkeen kokonaistuotto, % (osingot uudelleen sijoitettuna)



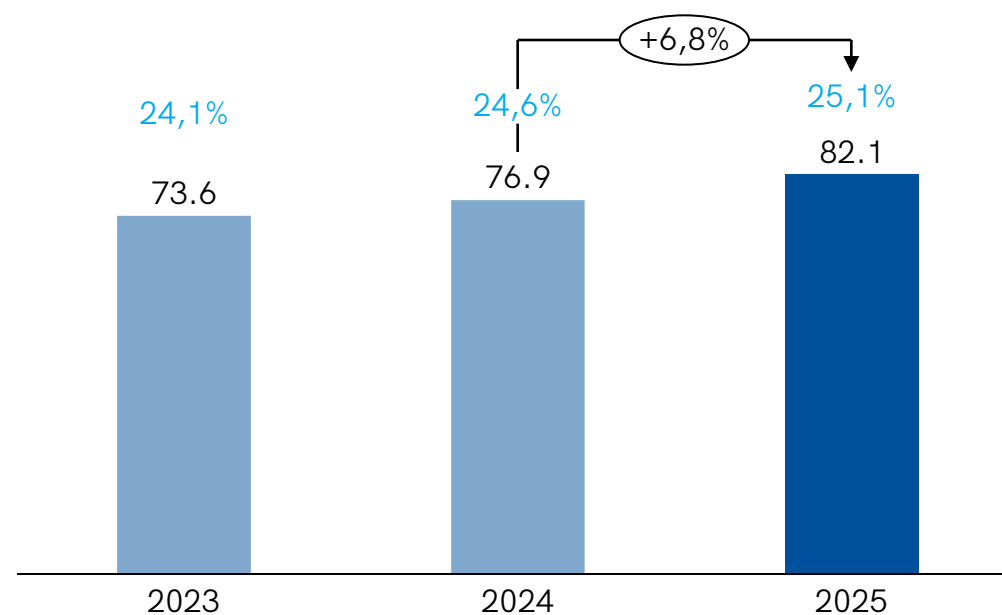
Talousluvut

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto

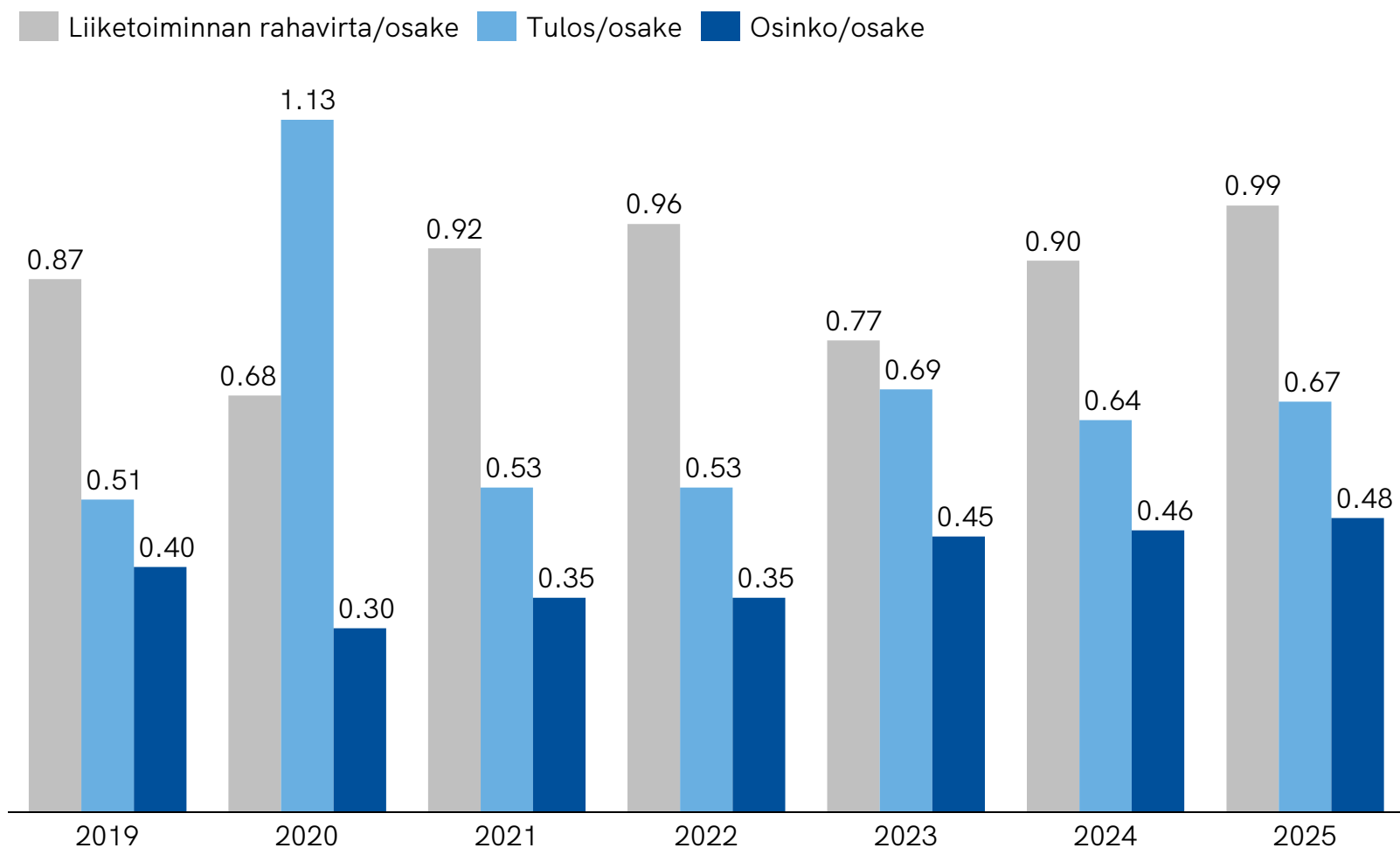
Liikevaihto (MEUR)



Oikaistu liikevoitto (MEUR) (% liikevaihdosta)



Vahvaa kassavirtaa ja kasvavaa osinkoa



Osinkotuotto

3,3 %

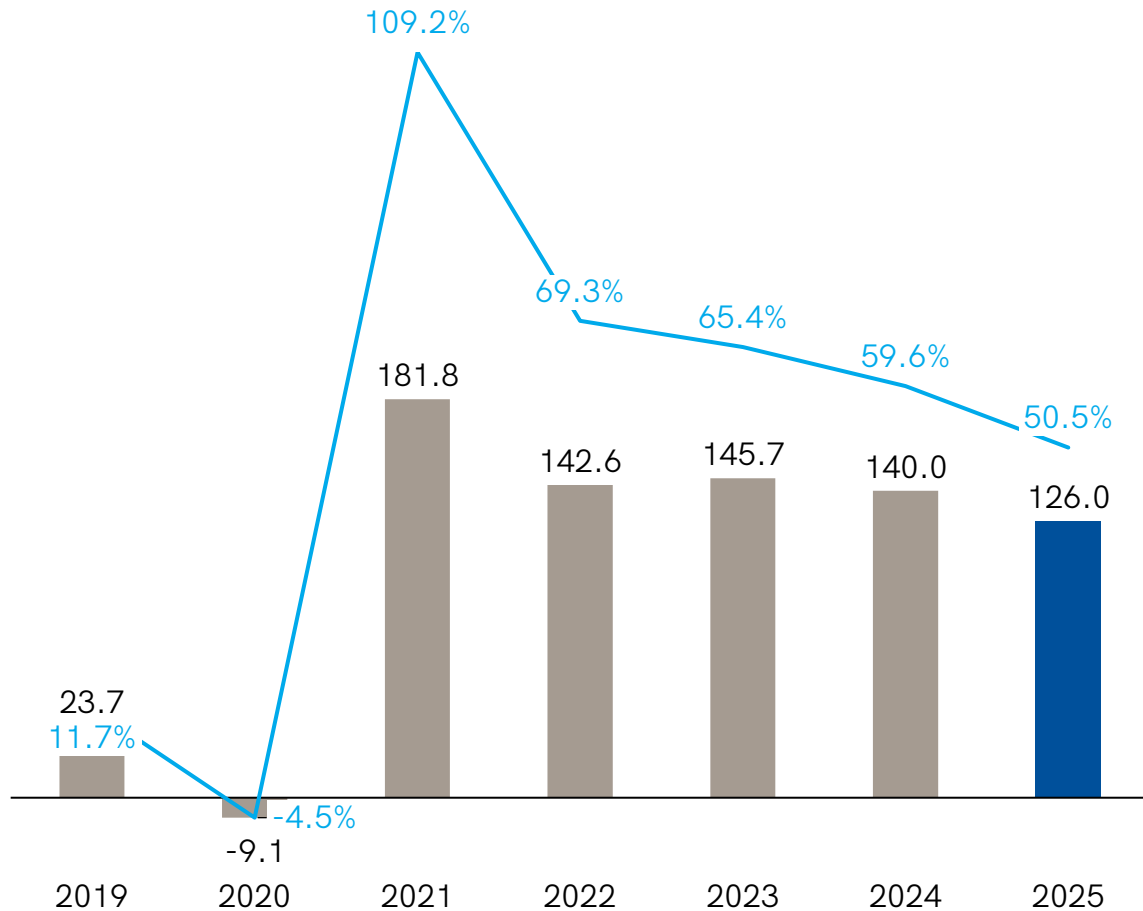
(31.12.2025)

Osinkoehdotus
vuodelta 2025

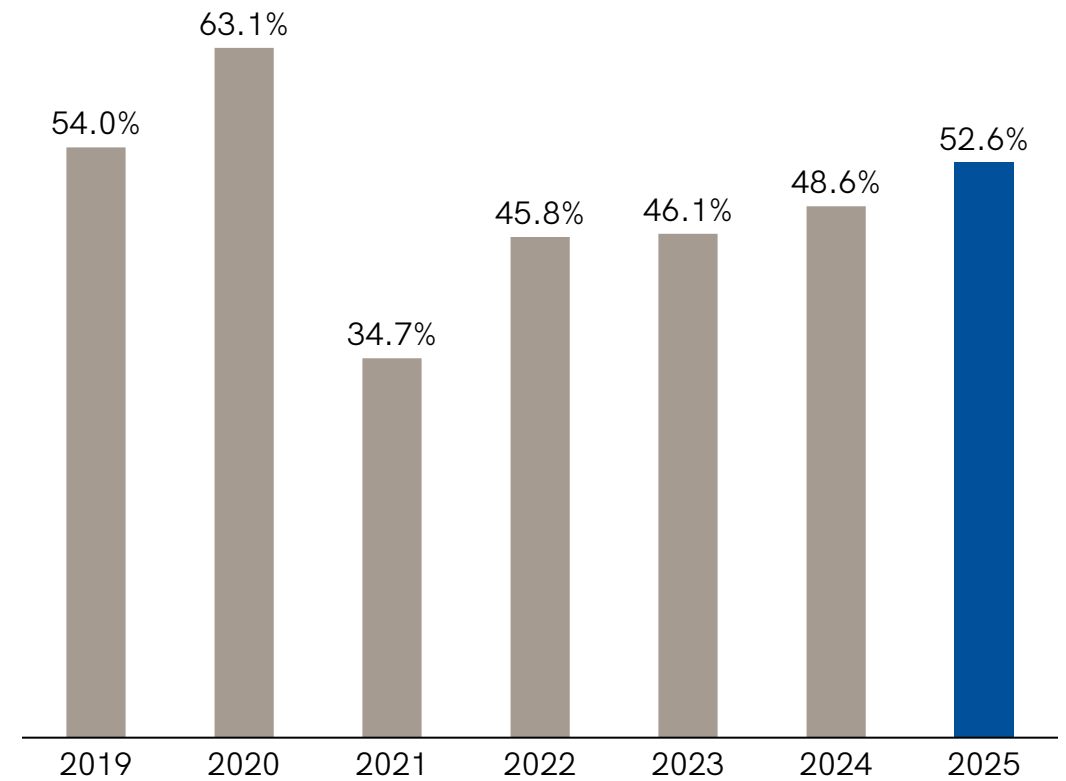
0,48 eur/osake

Vakaa rahoitusasema

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
2019-2025



Omavaraisuusaste, 2019-2025





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

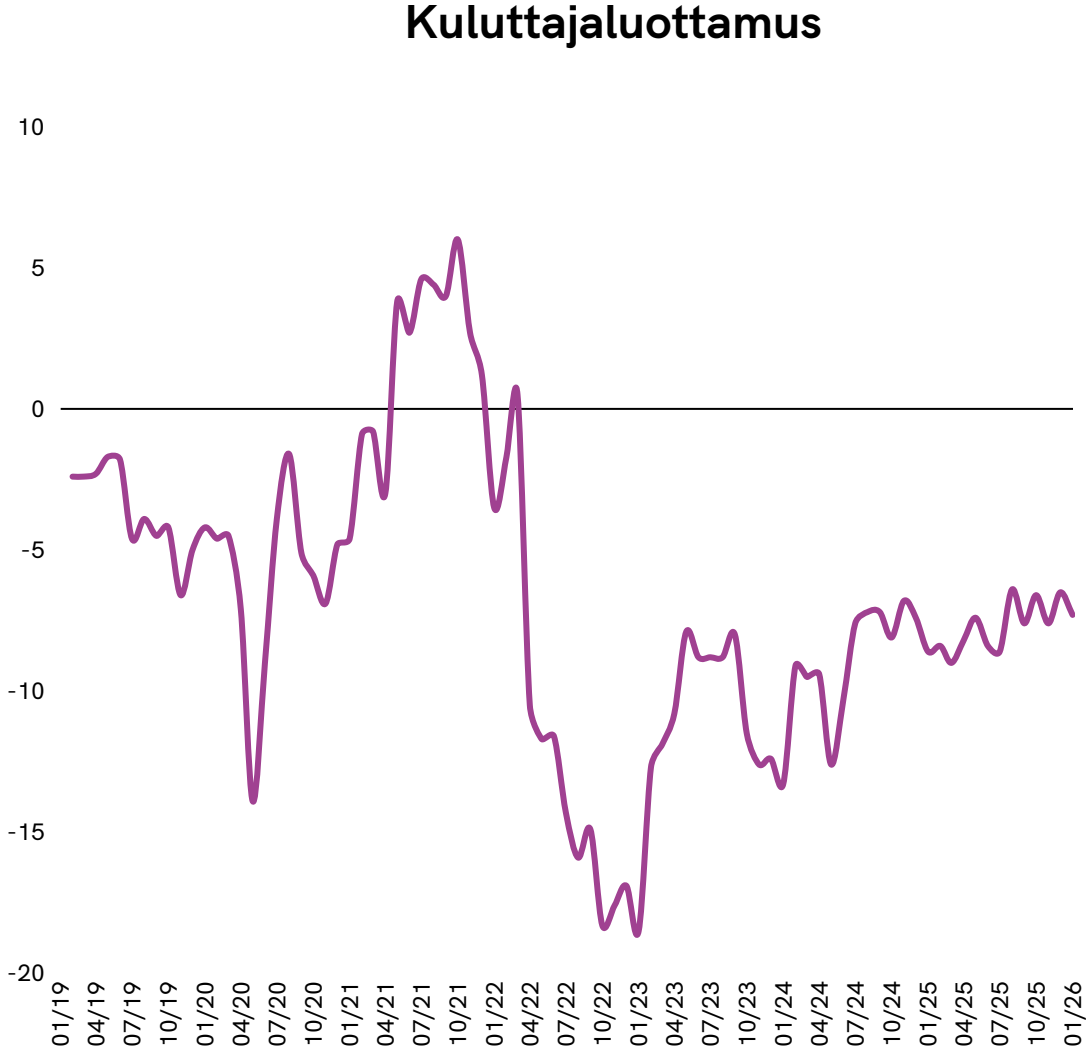
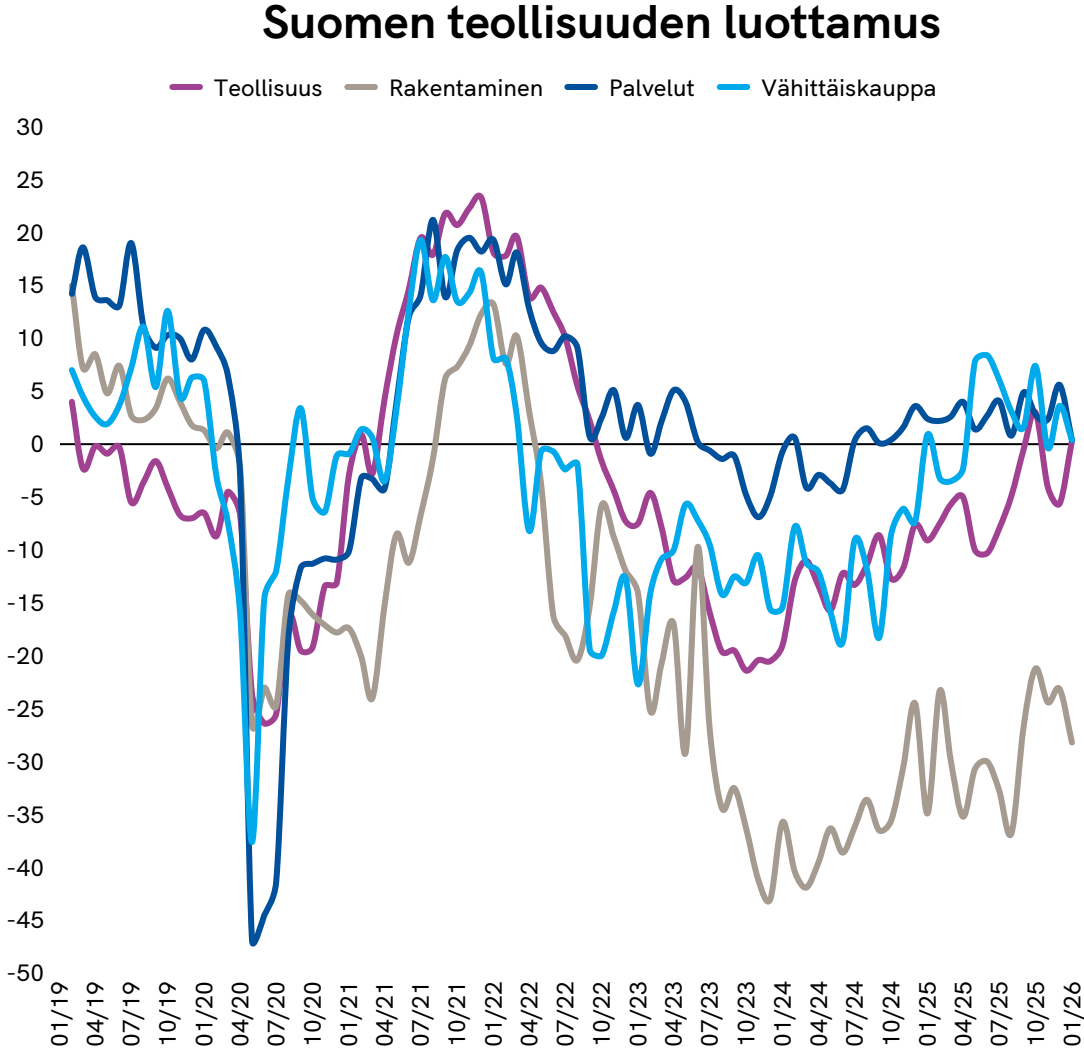
- Poliittisen ja taloudellisen kehityksen epävarmuus pysyy korkeana, mikä vaikeuttaa ennusteiden tekemistä.

Euroopan komission tuorein talousennuste toimintamaihimme

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

Lähde: Talousennuste, Euroopan Komissio, 17.11.2025

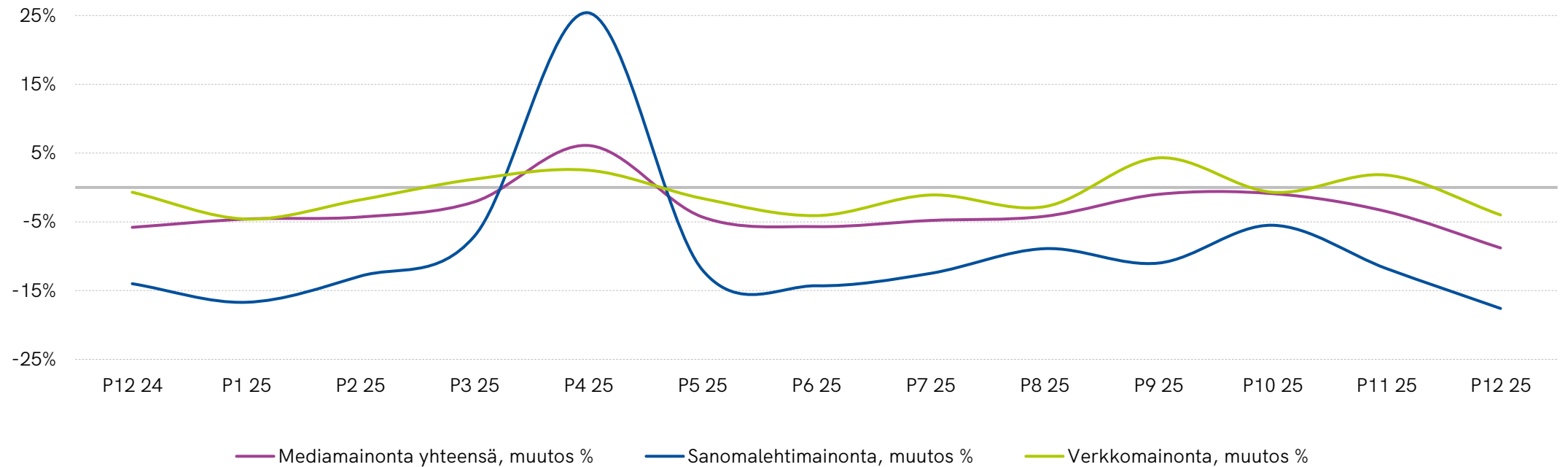
Suomen yritys- ja kuluttajaluottamus



Suomen mainosmarkkinan kehitys

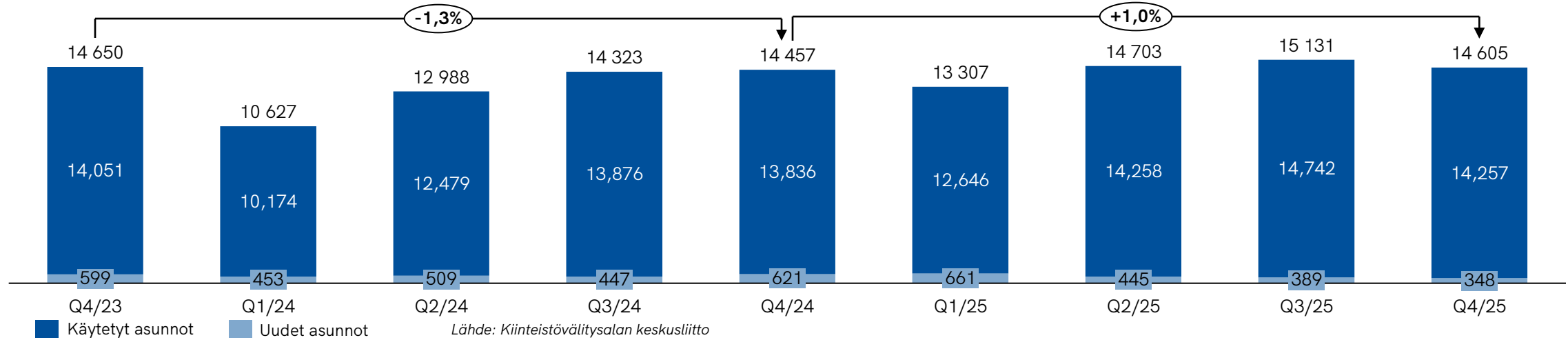
MEDIAMAINONNAN KUUKAUSITTAINEN MUUTOS 12/2024-12/2025

Lähde: Kantar TNS

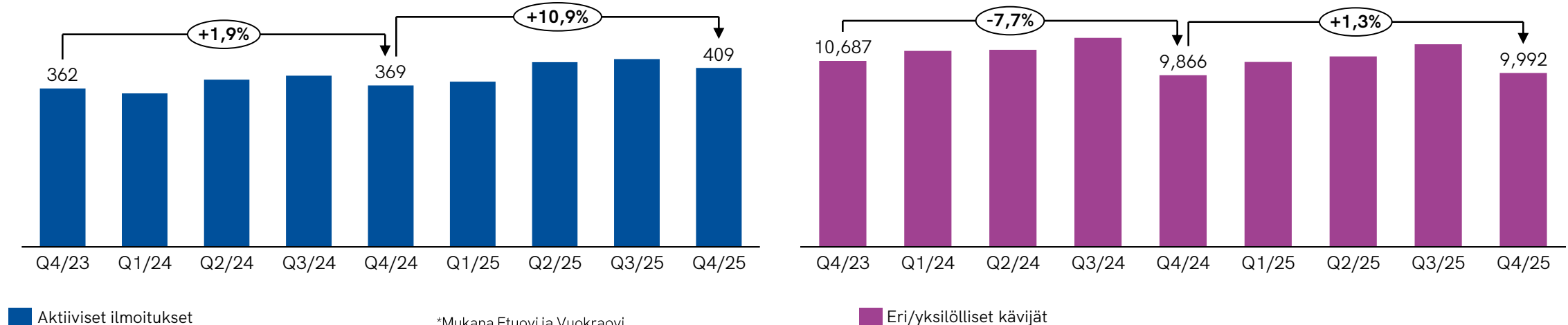


Suomen asuntomarkkinan kehitys

ASUMISEN MARKKINA (MYDYT ASUNNOT)

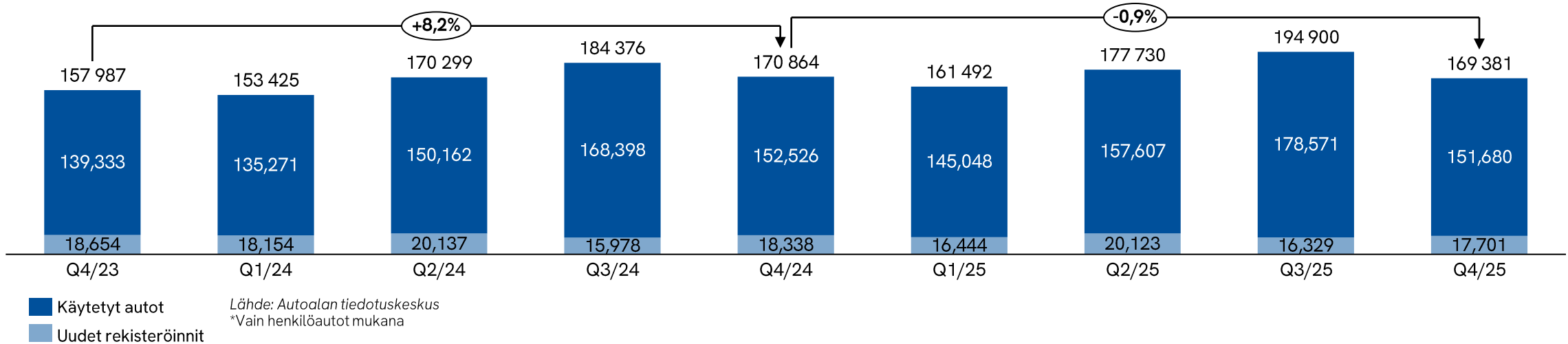


ASUMISEN MARKKINAPAIKAT: ILMOITUKSET JA KÄVIJÄT*

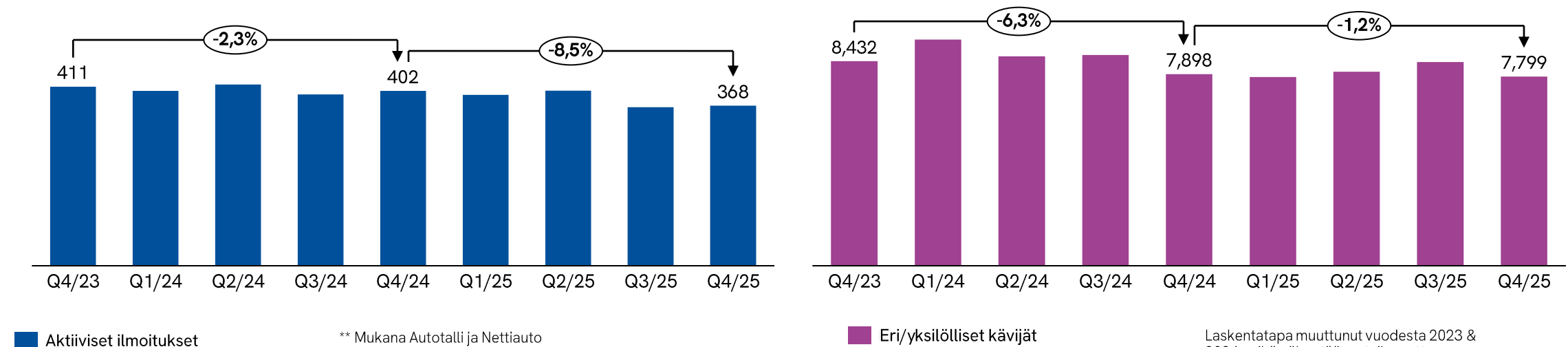


Suomen autokauppamarkkinan kehitys

LIKKUMISEN MARKKINA (MYYDYT AUTOT)



LIKKUMISEN MARKKINAPAIKAT & KÄVIJÄMÄÄRÄT



Laskentatapa muuttunut vuodesta 2023 & 2024, mikä vähentää vertailuvuutta.

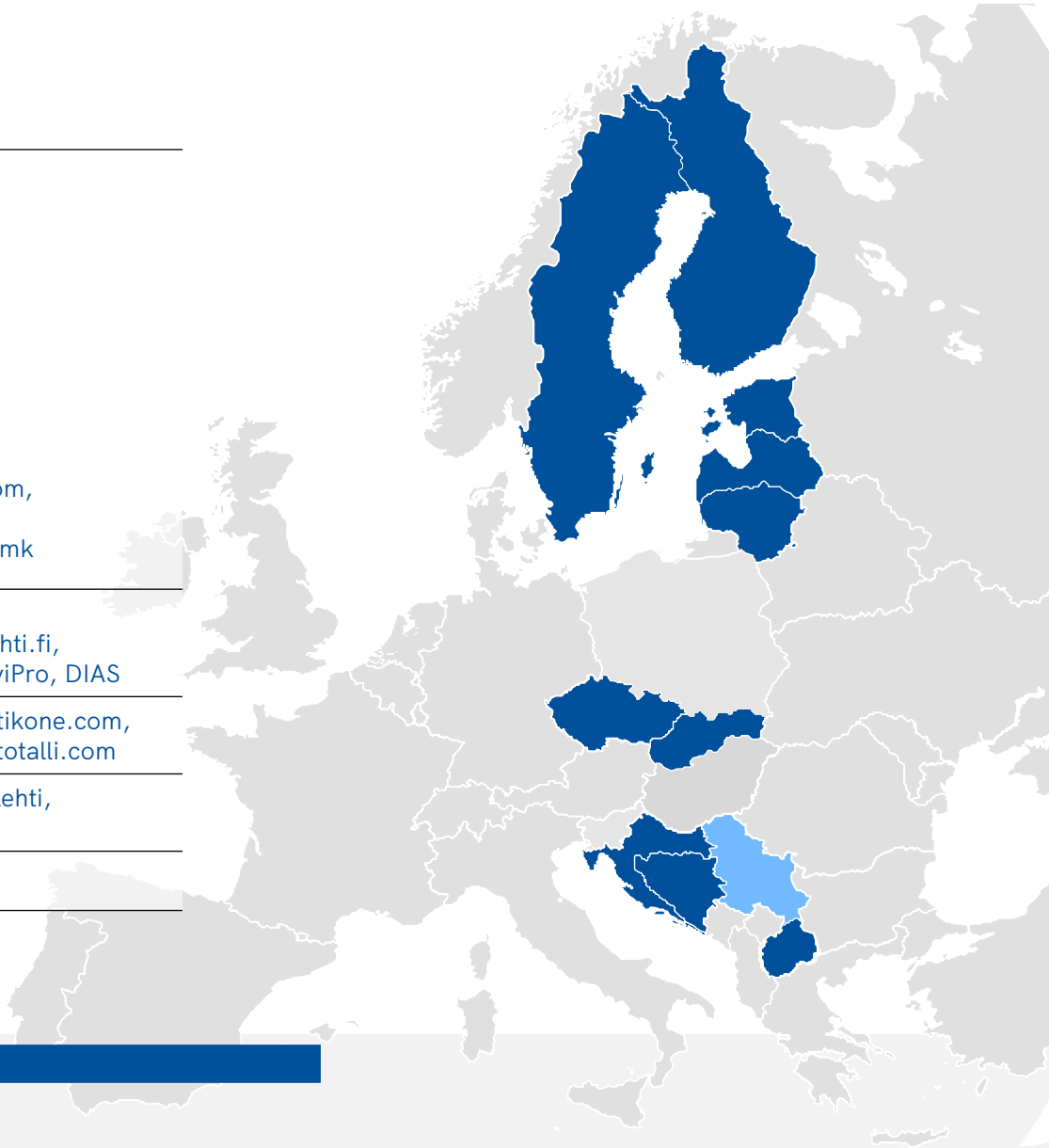
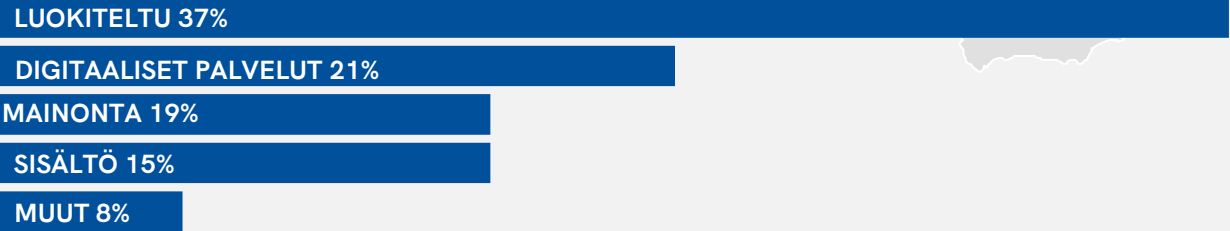


Strategia: Kohti kehittyneitä kaupankäyntialustoja

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
Q4 2025:



STRATEGISET KULMAKIVET & SYNERGIAT

1. TRANSFORMAATIO

- Tehostamme asiakkaidemme prosesseja yhdistämällä palveluita alustoiksi.
- Edistämme asiakaslähtöistä, tuotevetoista kehitystä tekoälyn avulla.
- Parannamme ketteryyttä, jotta uusien tuotteiden markkinoille pääsy nopeutuu.

2. KASVU

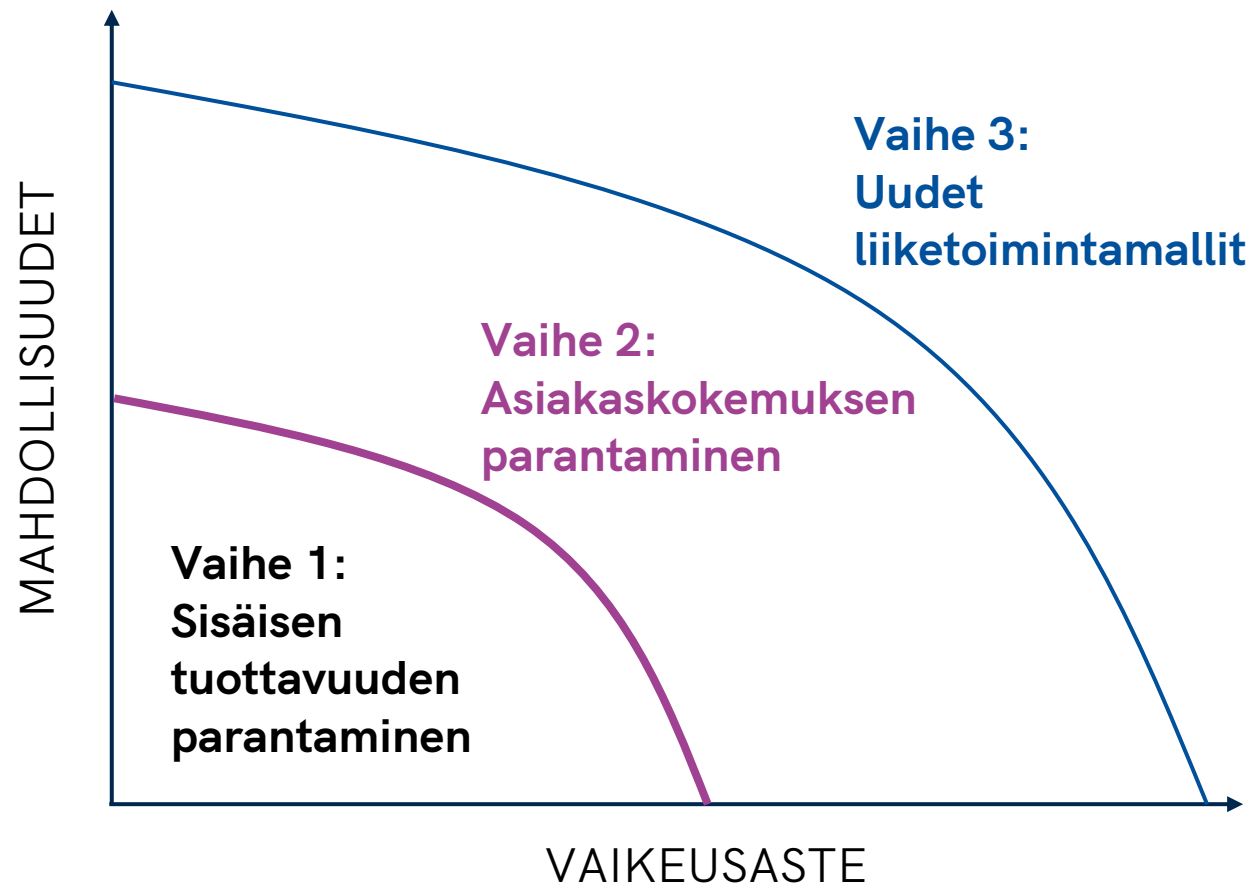
- Kasvatamme asiakasarvoa ja monipuolistamme tulovirtoja.
- Kehitämme parhaat inhimilliset ja teknologiset kyvykkyydet.
- Kiihdytämme kasvua yritysostoin.

3. SKAALAUTUVUUS

- Skaalaamme olemassa olevia resurssejamme uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi.
- Laajennumme uusille maantieteellisille alueille.
- Parannamme yhteistyötä konsernin sisällä.



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

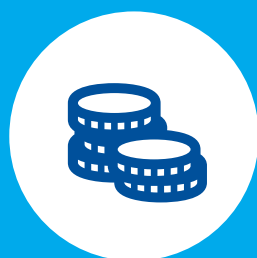


Tekoäly osana asiakkaiden sitouttamista

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

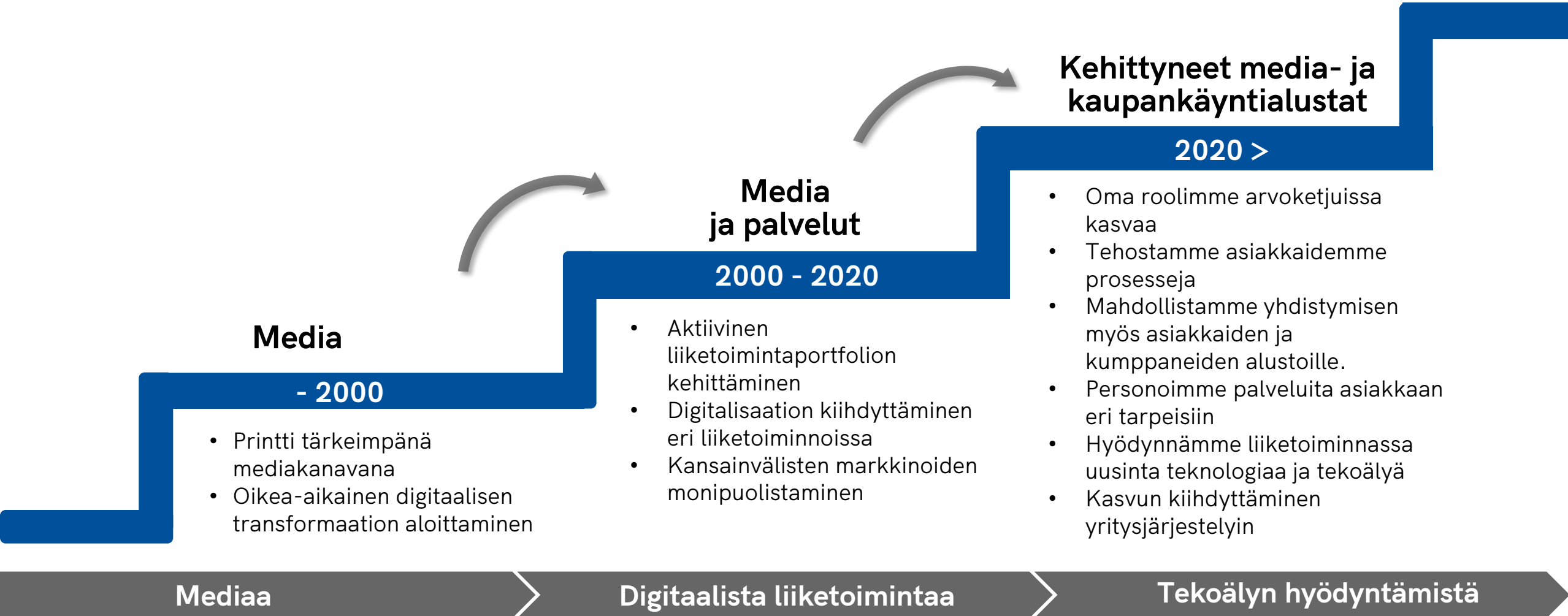
Tehokkuutta toimintoihin

Tekoälyavusteiset sisäiset prosessit

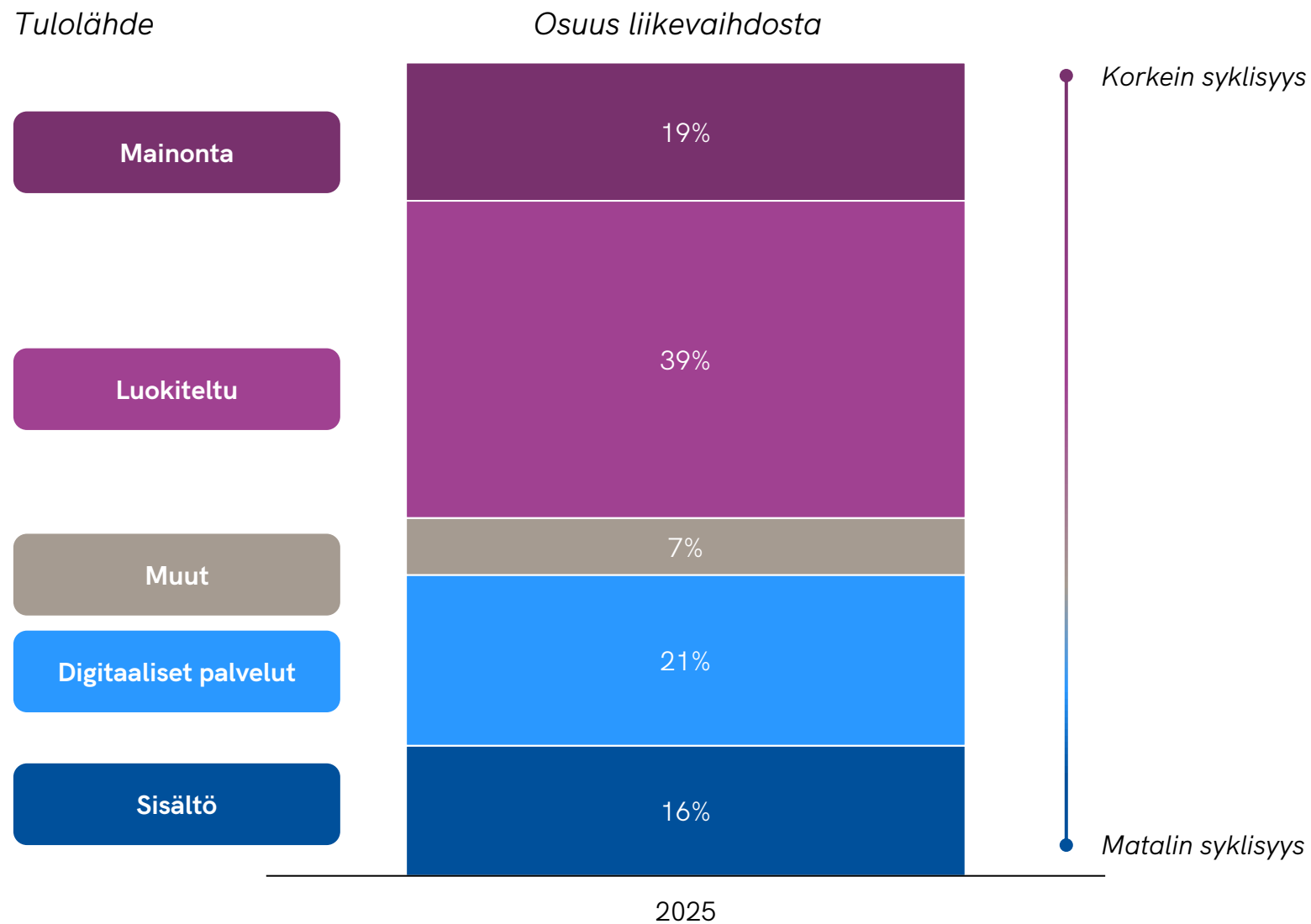
-
- Asiantuntijatyön tuki
-
- Osaamisen kehittäminen

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 26,4

Oikaistu liikevoitto
MEUR 10,7

Oikaistu liikevoitto-%
40,4 %

Henkilöstö
571

Digitaalista
99%

ALMA MARKETPLACES

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

Liikevaihto
MEUR 30,4

Oikaistu liikevoitto
MEUR 8,7

Oikaistu liikevoitto-%
28,8 %

Henkilöstö
378

Digitaalista
93,7 %

ALMA NEWS MEDIA

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

Liikevaihto
MEUR 28,3

Oikaistu liikevoitto
MEUR 5,3

Oikaistu liikevoitto-%
18,9 %

Henkilöstö
401

Digitaalista
63,0 %

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

7,7

(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

90 %

Merkittävistä toimittajistamme on
suorittanut Supplier Code of Conduct
-valmennuksen

0 kpl

Vakavia tietosuojaloukkauksia

Kestävyystavoitteet ja toteumat vuodelta 2025

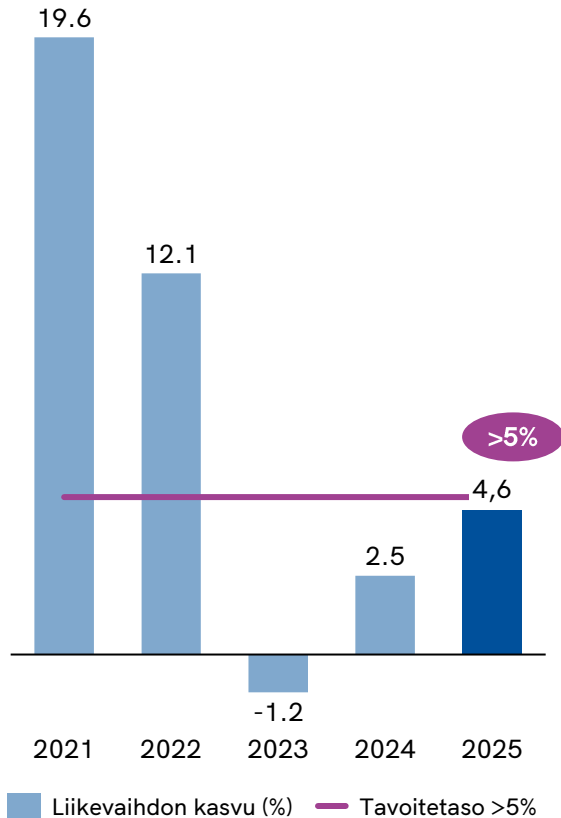
	Aihe	KPI	Tulokset 2025	Tavoite 2025
Ympäristö	Hiilijalanjälki Oma toiminta (Scope 1 & 2)	Sähkön, lämmityksen ja jäähdytyksen hiilidioksidipäästöt, yritysautojen päästöt	236,6 tCO2-eq	alle 272,8 tCO2-eq
	Hiilijalanjälki Alihankintaketju (Scope 3)	Alihankintaketjun aiheuttamat hiilidioksidipäästöt	Lisäys 304 tCO2-eq	Vähennys 42 tCO2-eq
Sosiaalinen vastuu	Oma työvoima	Työntekijäkokemus	Peakon Engagement -indeksi 7,7	Indeksi yli k.a /teknologiasektori
	Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia, da- tan ja asiakastiedon käsittely huolellista	0 kpl	0 kpl vakavia tietoturvaloukkauksia, joista viranomainen langettaisi sakon
	Vastuullinen media: journalismi ja markkinointi	Julkisen sanan neuvoston asettamat langettavat päätökset Kansainvälisen kauppakamarin hyvän markkinointitavan noudattaminen	1 0	< 5 JSN:n asettamia langettavia pää- töksiä Alman medioille 0 kpl eettisiä periaatteita rikkovaa mainosta
Hyvä hallintotapa	Eettinen liiketoiminta	Eettisen ohjeistuksen (Code of Conduct) noudattaminen	100 %	100 %
	Alihankintaketju	Eettisen ohjeistuksen (Supplier Code of Conduct, SCoC) -valmennuksen suorittaminen	91,3 %	90 %

Alman pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet*

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

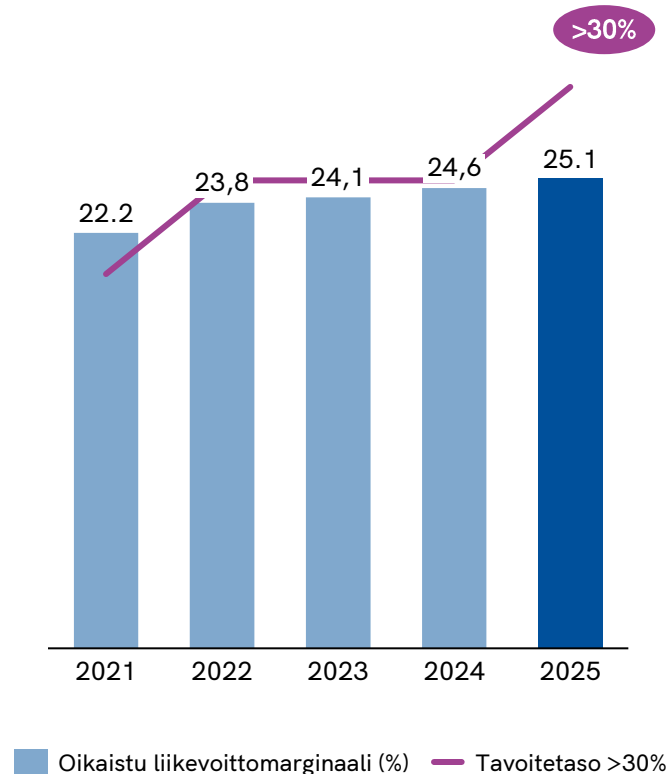
Liikevaihdon kasvu (%)

>5.0%



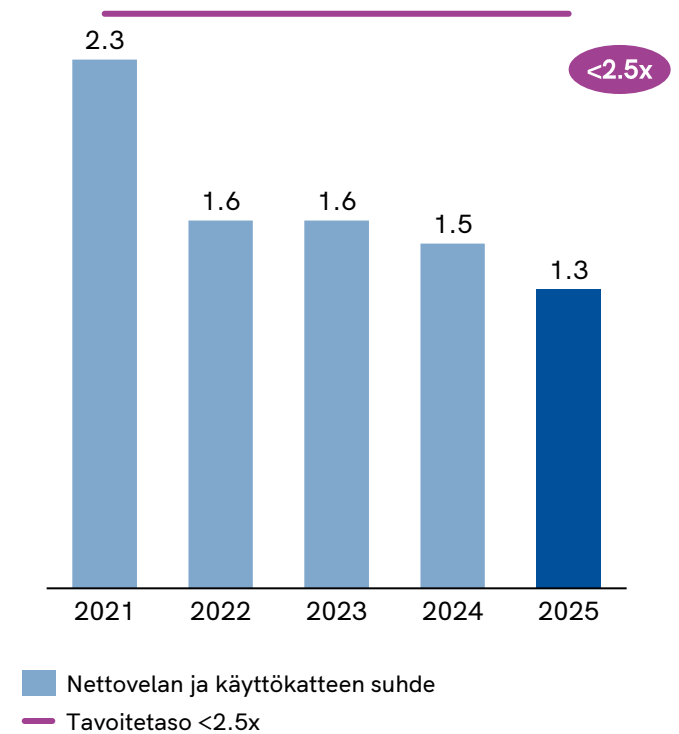
Oikaistu liikevoittomarginaali (%)

>30%



Nettovelan ja käyttökateen suhde

<2.5x



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 2026

- Epävarmuus Alma Median toimintaympäristössä jatkuu.
- Alma Media arvioi jatkuvien toimintojen vuoden 2026 liikevaihdon pysyvän ennallaan vuodesta 2025 ja oikaistun liikevoiton kasvavan.
- Vuoden 2025 jatkuvien toimintojen liikevaihto oli 327,1 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 82,1 milj. euroa.





Alma sijoituskohteena

1. Menestyksenkäs digitaalinen muutos

- Alma on onnistuneesti kehittynyt painotalosta digitaaliseksi palvelu- ja mediayhtiöksi. Digitaalisen liiketoiminnan osuus on kasvanut alle 14 prosentista 86 prosenttiin reilussa kymmenessä vuodessa. Kasvu perustuu skaalautuviin, kustannustehokkaisiin toimintamalleihin ja jatkuvaan innovointiin.

2. Johtavat brändit ja markkina-asemat

- 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 noin kolmasosan ja kannattavuudesta noin puolet. 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 2025 oman pääoman tuotto oli 23 %, ja Alma ylläpitää tervettä maksuvalmiutta sekä vahvaa osingonmaksukykyä, tavoitteenaan jakaa yli 50 % vuosittaisesta voitosta.

Alma lukuina

(FY 2025)

Liikevaihto

327

milj.euroa

Oikaistu liikevoitto

82

milj.euroa

Oikaistu liikevoitto-%

25 %

ROE

23 %

ROI

15 %

TSR

~ 594 %

(2016-2025)

Omavaraisuusaste

53 %

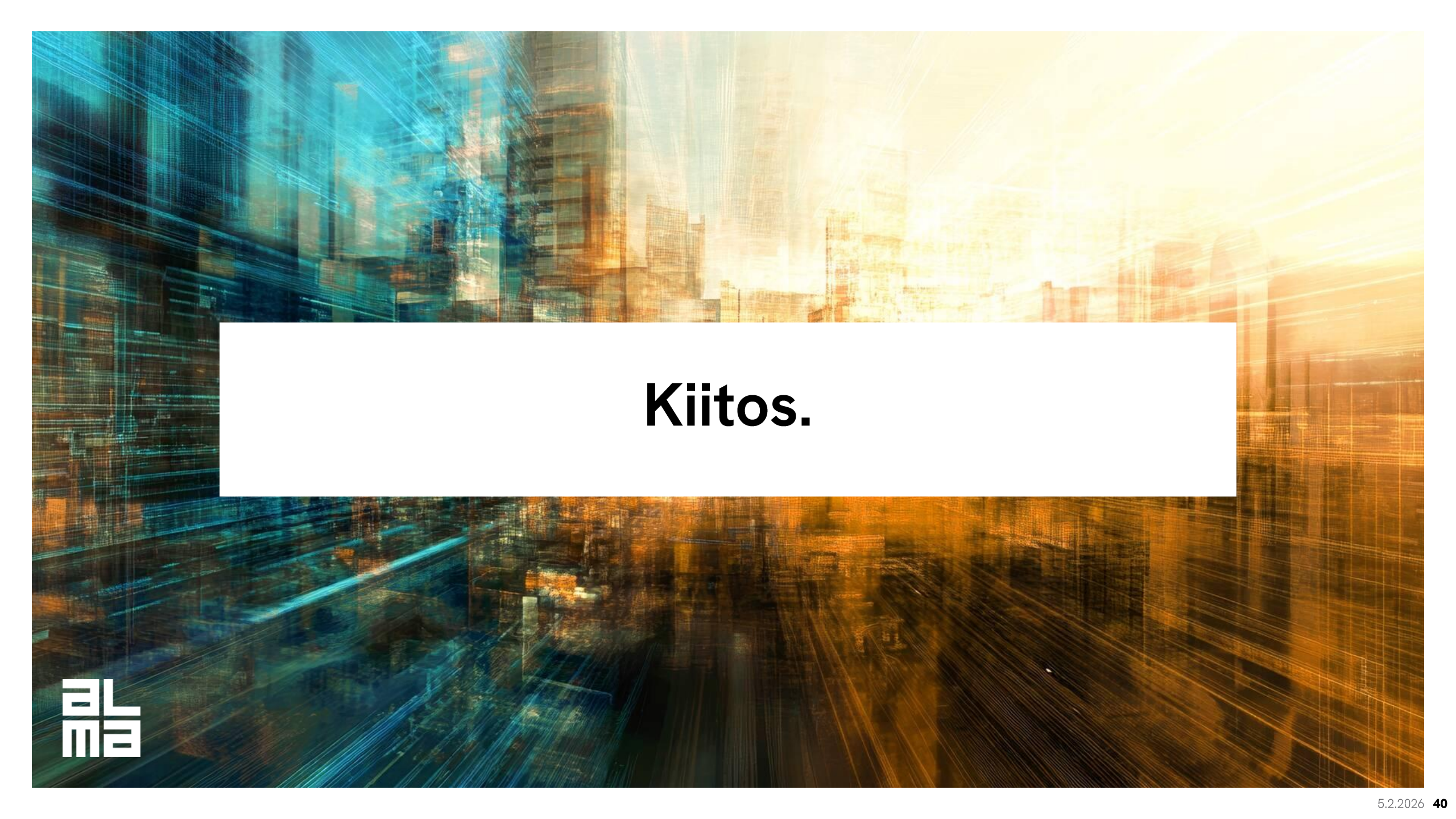
Digitaalisen liiketoiminnan osuus
liikevaihdosta

86%

Osinkoehdotus tilikaudelta 2025

0,48

euroa



Kiitos.

