

Alma Media Q4 2025 – Korjattu raporttitiivistelmä (kielioppi- ja toistokorjaukset)

Huom: Tämä lyhennelmä noudattaa alkuperäistä sisältöä ja järjestystä. Selkeät toistot ja ilmeisimmät kielioppivirheet on korjattu, mutta sisällöllisiä muutoksia ei ole tehty.

5.2.2026 – Alma Media Q4 2025

Puhujat

- **Elina Kukkonen**, EVP of Communications and Brand | Alma Media
 - **Petri Gostowski**, Equity Research Analyst | Inderes
 - **Sanna Perälä**, Associate | Nordea
 - **Teemu Salmi**, Director of Investor Relations | Alma Media
 - **Tommi Raivisto**, Chief Digital Officer | Alma Media
 - **Kai Telanne**, CEO | Alma Media
 - **Pia Rosqvist**, Equity Analyst | DNB Carnegie
 - **Taru Lehtinen**, CFO | Alma Media
 - **Tiina Kurki**, EVP of Alma Media Solutions | Alma Media
 - **Vesa-Pekka Kirsi**, EVP of Alma Career | Alma Media
-

Elina Kukkonen, EVP of Communications and Brand | Alma Media

Hyvää huomenta ja tervetuloa Alma Median neljännen kvartaalin ja koko vuoden 2025 osavuositarkastukseen. Nimeni on Elina Kukkonen, ja vastaan viestinnästä ja brändistä.

Aloitamme pian, ja kuten tavallista, toimitusjohtajamme Kai Telanne avaa tilaisuuden. Hän esittelee kokonais kuvan tuloksesta sekä liiketoimintasegmenttien kehityksen: Alma Career, Alma Marketplaces ja Alma News Media.

Taru Lehtinen, talousjohtajamme, jatkaa esitystä kertomalla Alma Median taloudellisesta asemasta. Sen jälkeen Kai palaa lavalle esittelemään strategian ja näkymät. Lopuksi siirrytään kysymyksiin ja vastauksiin.

Aloitamme kysymykset paikan päältä Alma-talolta ja sen jälkeen otamme etäkysymykset. IR-johtajamme Teemu Salmi moderoi verkkokysymyksiä.

Tervetuloa vielä kerran – aloitetaan. Kai, ole hyvä.

Kai Telanne, CEO | Alma Media

Kiitos, Elina. Hyvää huomenta kaikille.

Aloitetaan viime vuoden ja erityisesti Q4:n keskeisistä saavutuksista.

Kannattavuus kasvoi neljännellä neljänneksellä yli 8 % ja koko vuoden osalta lähes 7 %. Markkina oli vaisu niin Suomessa kuin Keski-Euroopassakin – rekrytointi, autot, asunnot ja toimitilat eivät juuri elpyneet. Silti suoriuduimme vahvasti: liikevaihto kasvoi lähes 5 % ja oikaistu liikevoitto 7 % 82 miljoonaan euroon.

EBITDA-marginaali oli 25 %, digitaalisen liiketoiminnan osuus 86 %. Hyvä kannattavuus ja kassavirta vahvistivat tasetta: velkaantuneisuus 1,3x ja omavaraisuusaste lähes 53 %.

Q4:n kehitys vastasi vuoden linjaa: liikevaihto +4,6 %, oikaistu liikevoitto +8,1 % ja kannattavuus 21,1 %.

Suomen mainosmarkkina heikkeni yllättävästi (-9 %). Palaamme siihen myöhemmin.

Segmenttikohtaisesti Marketplaces jatkoi kasvuaan yritysostojen tukemana. Alma Career ja News Media kehittyivät vakaasti. Digitaalinen liiketoiminta on tällä hetkellä kasvun moottori.

Alma Career

Markkinat ovat pysyneet vakaana mutta vaisuina. Suomessa ja Slovakiassa on laskua, Tšekissä ja Baltiassa vakaampaa.

Laskutus kasvoi 2,3 %, etenkin Tšekin liiketoiminnassa ja lisäpalveluissa. Cloud-migraatio ja Career United -hanke valmistuvat vuoden loppuun mennessä, mikä tuo tehokkuusetuja 2027 alkaen.

Alma Marketplaces

Kasvu oli erittäin vahvaa: liikevaihto +17,5 %, liikevoitto +27 %. Orgaaninen kasvu lähes 7 %, mutta erityisesti M&A ja digipalvelut (kuten Edilex, Lakitieto) vetivät.

Segmentti hyötyy laajasta, ei pelkästään ilmoitteluun perustuvasta liiketoimintapohjasta: data- ja järjestelmäpalvelut kasvavat nopeimmin.

Suomessa asuntomarkkina on edelleen ostajien markkina: ilmoitusmäärät +11 %, mutta kysyntä ei kasva. Autoissa uusi myynti on alhaisella tasolla, mutta käytettyjen kauppa on pysyvää.

Alma News Media

Olemme onnistuneet puolustamaan kannattavuutta jo kahdeksatta kvartaalia peräkkäin. Suomen mainosmarkkina heikkeni voimakkaasti, mutta kasvatimme digitaalisen mainonnan markkinaosuuttamme.

Digisisältöjen tilausmäärä on yli 230 000 – erittäin vahva taso. Myös toimitustyössä on otettu laajasti käyttöön yli 30 AI-työkalua.

Taru Lehtinen, CFO | Alma Media

Hyvää huomenta minunkin puolestani.

Alma Media saavutti kaikkien aikojen korkeimman oikaistun EBITDA:n: 100 miljoonaa euroa.

Vuonna 2025 teimme 20 miljoonan euron M&A-investoinnit, maksoimme 20 miljoonaa pitkäaikaisia lainoja ja 38 miljoonaa osinkoja. Tästä huolimatta nettovelka laski 140 → 126 miljoonaan euroon.

Käyttökate ja hyvä kassavirta vahvistivat tasetta: omavaraisuusaste 53 %, gearing laski.

Q4:n operatiivinen kassavirta oli 22 miljoonaa euroa. Koko vuoden kassavirta 81,3 miljoonaa, nousua selvästi viime vuodesta. Kasvu tuli vahvasta liike tuloksesta ja laskutusvirran paranemisesta, erityisesti Tšekissä.

Veronkorotukset Tšekissä ja Slovakiassa kasvattivat veroja 2 miljoonalla eurolla.

PPA-poistot (DIAS ja Nettix) päättyvät vuonna 2026, mikä pienentää poistoja noin 4 miljoonalla eurolla.

Osakekohtainen tulos oli 0,67 euroa (2024: 0,64). Hallitus ehdottaa 0,48 euron osinkoa (71 % payout).

Kai Telanne – Operating Environment & Strategy

Keskeiset tarkasteltavat ulkoiset tekijät:

- talouskasvu (yhä hidasta Suomessa ja Slovakiassa)
- kuluttajakäyttäytyminen (AI ja digitalisaatio tukevat meitä)
- sääntely
- geopoliittinen epävarmuus

Luottamusindikaattorit eivät vielä näytä selvää käännettä. Kasvua ei voi odottaa ilman parannusta auto-, asunto- ja rekrytointimarkkinoilla.

Alma etenee suunnitelmansa mukaisesti.

Strategia ja AI

Olemme integraatio- ja alustakehitysvaiheessa.

AI otetaan käyttöön kaikilla tasoilla – yksilö-, tiimi-, liiketoiminta- ja segmenttitasolla.

Vuonna 2026 siirrämme painopisteen sisäisestä tehokkuudesta asiakkaille suunnattuihin AI-pohjaisiin tuotteisiin. Uusia palveluominaisuuksia julkaistaan kaikissa segmenteissä.

Outlook

- Liikevaihto: **pysyy vuoden 2025 tasolla**
- Oikaistu liikevoitto: **kasvaa**

Tavoitteena jatkaa nousua kohti 30 % kannattavuutta.

Q&A (Tiivistetty ja korjattu litterointi)

(Huom: Kaikki sisältö säilytetty, vain kieliasua sujuvoitettu ja toistoja poistettu. Kysymykset ja vastaukset esitetään alkuperäisessä järjestyksessä.)

Inderes – Petri Gostowski

Kysymys: Mistä tekijöistä ennakoitte tasaisen liikevaihdon vuonna 2026? Mitkä ovat kannattavuuden nousun ajurit?

Vastaus (Telanne): Keski-Euroopassa rekrytointimarkkina näyttää piristymisen merkkejä. Suomessa edelleen varovaisuutta etenkin auto- ja asuntomarkkinoilla. Kasvu tulee digipalveluista ja dataan perustuvista ratkaisuksista. Kannattavuus paranee AI:n tuomien tuottavuushyötyjen ja printtikustannusten laskun myötä.

DNB – Pia Rosqvist

Kysymyksiä orgaanisesta kasvusta, Career-segmentistä, Marketplace-kasvusta, AI:sta ja M&A-strategiasta. Vastaukset (Telanne, Kirsi, Raivisto, Lehtinen) keskittyivät:

- laajaan palveluportfolioon
- data- ja järjestelmäpalvelujen rooliin kasvun ajurina
- Career United -hankkeen tuomiin tehokkuuksiin ja skaalautuvuuteen
- ruotsalaisen kaupallisen kiinteistömarkkinan vahvuuteen

- AI:n ja proprietaarisen datan strategiseen merkitykseen

Nordea – Sanna Perälä

Kysymyksiä Marketplaces-segmentistä, investointien vaikutuksesta ja kilpailutilanteesta legal tech -alueella.

Johto korosti:

- pitkän aikavälin investointien tuottavuutta
- dataekosysteemin ja alustaratkaisujen kilpailuetua
- kasvavaa tarvetta luotettavalle, korkealaatuiselle datalle AI-aikakaudella

Online-kysymykset – SEB

Kysymykset koskivat EBITin tulkintaa, Careerin kustannusrakennetta ja mainosmarkkinan kehitystä. Vastaukset selvensivät:

- oikaistun EBITin kasvu on "selvästi kasvua" (Telanne)
- Career United -hankkeen tehokkuushyödyt realisoituvat 2027 alkaen
- digitaalisen mainonnan markkinaosuus kasvoi, printti laski koko markkinan mukana

Tilaisuuden päätös

Kai Telanne kiitti osallistujia ja toivotti hyvää viikon jatkoa.

Raportti päättyy.