



Alma Media 2026

Sijoittajasuhde-esitys, syksy 2026



ILTALEHTI

jobsCZ



.netwheels

JoBLy

Kauppalehti

NETTIAUTO

prace.cz

MojPosao

ALMA INSIGHTS



MojPosao.ba



PRÁCE
ZA ROHEM

seduo

jobote

Uusi Suomi

ETUOVI.COM



ARVOPAPERI

**tekniikka
& talous**

Atmoskop.cz

AUTOTALLI.COM



DO KS

tivi



etua.fi

NETTIMOTO

Talouselämä

Suoramarkkinointi
MEGA

AMPPARIT

NETTIVENE

SUOMEN LAKI

OviPRO

VUOKRAOVI.COM

NETTIKONE

AUTOJERRY

NETTIVARAOSA

NETTIKARAVAANI

telkku.com

NETTIMÖKKI

NETTIX PRO

KONEPÖRSSI

Muuttomaailma.fi

objektvision.se

TUKKUAUTOT

URAKKA
maailma.fi



KIVI

KATSASTUSHINNAT.FI

Vahva kannattavuus, kaikki segmentit paransivat tulosta

Liikevaihto

87,9 MEUR

+5,0 %

Oik. liikevoitto

24,4 MEUR

+15,6 %

Oik. liikevoitto-%

27,7 %

+2,5 %-yks.

Digitaalinen osuus

87,1 %

+0,9 %-yks.

Osakekohtainen tulos

0,22 EUR

0,18 Q2 2025

Gearing-%

51,8 %

71,4% Q2 2025

Liiketoiminnan rahavirta

15,6 MEUR

Nettovelat

125,1 MEUR

Omavaraisuusaste

52,4 %

Kolme segmenttiä kannattavan kasvun ajureina

Alma Career

Rekrytointipalvelut 9 Euroopan maassa

Liikevaihto +5,5 %

28,5 MEUR

Oik. liikevoitto

12,0 MEUR

Oik. liikevoitto-%: 42,0 %

Alma Marketplaces

Kiinteistö- ja liikkumisen markkinapaikat
sekä vertailu- ja tietopalvelut

Liikevaihto +9,2 %

31,9 MEUR

Oik. liikevoitto

11,0 MEUR

Oik. liikevoitto-%: 34,6 %

Alma News Media

Digitaalinen uutismedia Suomessa

Liikevaihto +1,2 %

27,8 MEUR

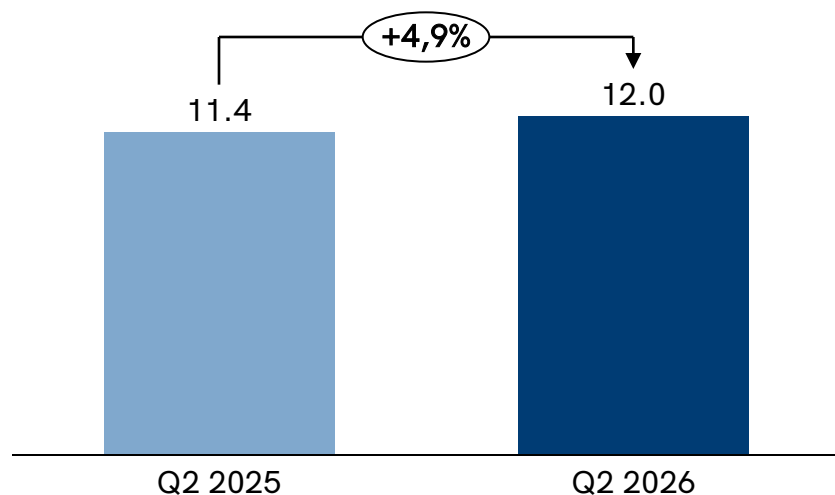
Oik. liikevoitto

5,6 MEUR

Oik. liikevoitto-%: 20,0 %

Q2: Liikevaihto kasvoi 5,5 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 4,9 % Tšekin markkinan vahvan kehityksen vetämänä

Oik. liikevoitto (MEUR)



Q2 2026:

- Liikevaihto kasvoi 5,5 % ja oli 28,5 milj. euroa (paikallisissa valuutoissa kasvu 4,1 %).
- Oikaistu liikevoitto kasvoi 4,9 % ja oli 12,0 milj. euroa. Oikaistu liikevoittomarginaali pysyi vakaana 42,0 prosentissa.
- Laskutus vertailukelpoisin valuutoin kasvoi 3,5 %, erityisesti Tšekin myönteisen kehityksen tukemana.
- Oikaistut kulut kasvoivat 5,7 % ja olivat 16,6 milj. euroa. Henkilöstökulut jatkoivat laskuaan, mutta IT- ja kehityskustannusten kasvu osittain kompensoi vaikutusta.

Liikevaihdon kasvu

+5,5 %

Henkilöstö keskimäärin

518

Digitaalinen osuus

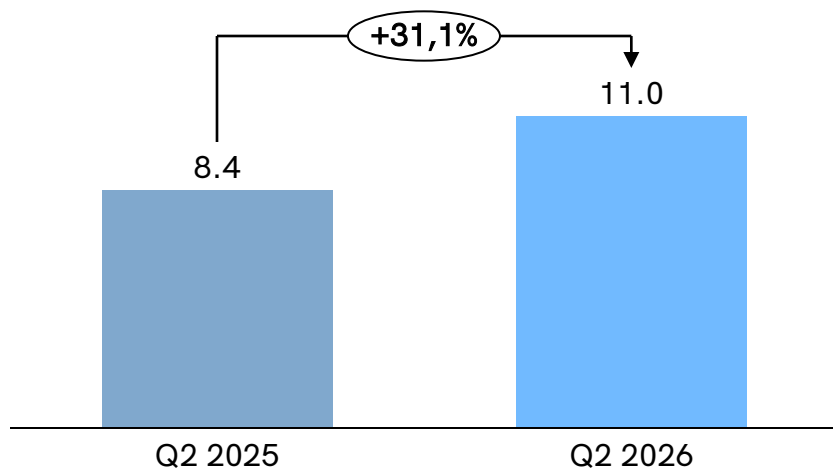
97,2 %

Oik. liikevoittoprosentti

42,0 %

Q2: Liikevaihto kasvoi 9,2 % ja oikaistu liikevoitto kasvoi 31,1 %, kasvun jatkuessa kaikissa liiketoiminnoissa

Oik. liikevoitto (MEUR)



Q2 2026:

- Kaikki liiketoiminnot tukivat kasvua.
- Segmentin liikevaihto kasvoi 9,2 % ja oli 31,9 milj. euroa. Orgaaninen kasvu oli 6,7 %, ja digitaalisten palveluiden liikevaihto kasvoi 15,2 %.
- Real Estaten liikevaihto kasvoi 14,8 %, digitaaliset asuntokauppapalvelut kasvattivat edelleen suosiotaan.
- Mobilityn liikevaihto kasvoi 5,0 %, Insights-liiketoiminnan 1,1 %, ja Comparison Servicesin 25,3 % Effortian yritysoston tukemana.

Liikevaihdon kasvu

+9,2 %

Henkilöstö keskimäärin

384

Digitaalinen osuus

96,9 %

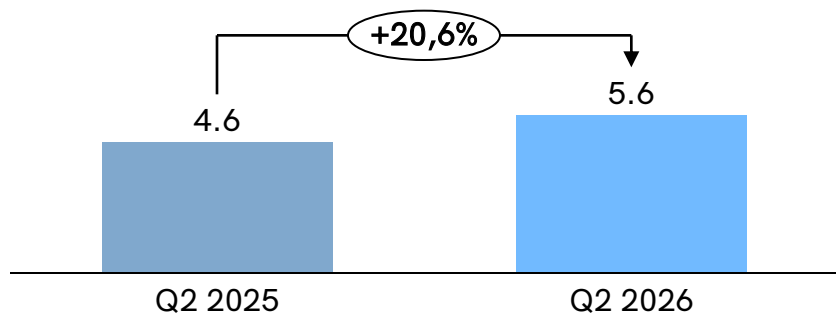
Oik. liikevoittoprosentti

34,6 %

Q2: Liikevaihto kasvoi 1,2 % ja oikaistu liikevoitto 20,6 %.

Oik. liikevoittomarginaali nousi ennätystasolle

Oik. liikevoitto (MEUR)



Q2 2026:

- Liikevaihto kasvoi 1,2 % (2,6 % ilman divestointeja), digiliiketoiminnan osuus nousi 65,3 %:iin.
- Sisältöliikevaihto kasvoi 3,0 % digitaalisen kasvun (+9,3 %) ansiosta.
- Mainosliikevaihto kasvoi 3,8 %, digitaalinen mainonta vahvistui ja printtimainonta pysyi vakaana.
- Oikaistu liikevoitto kasvoi 20,6 % 5,6 milj. euroon; tuoteportfolion aktiivinen kehittäminen tuki kannattavuutta.
- Oikaistut kulut -2,8 %, vertailukelpoisesti kulut pysyivät ennallaan.
- Digitilausten yhteismäärä 239 000:een.

Liikevaihdon kasvu

+1,2 %

Henkilöstö keskimäärin

414

Digitaalinen osuus

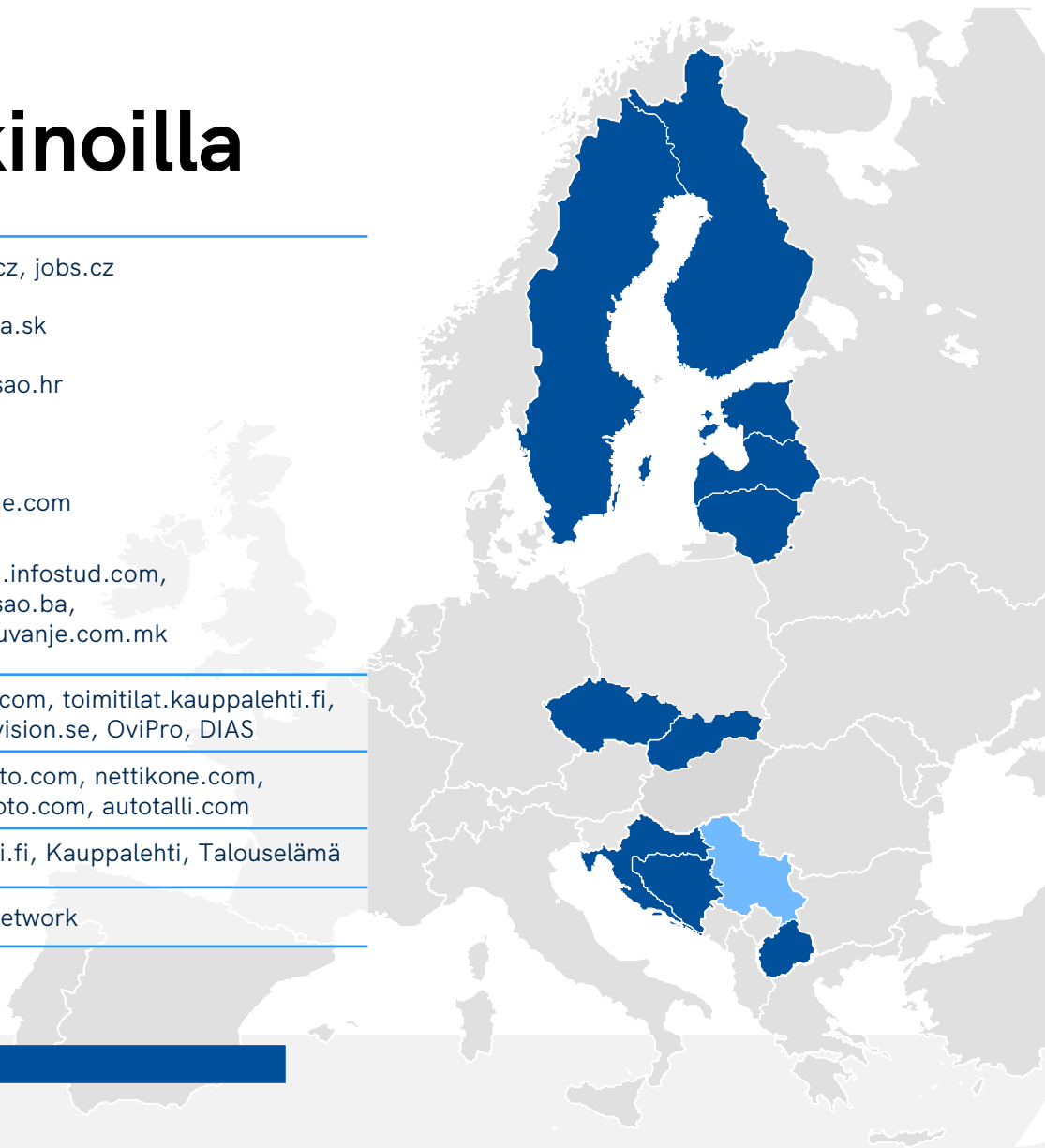
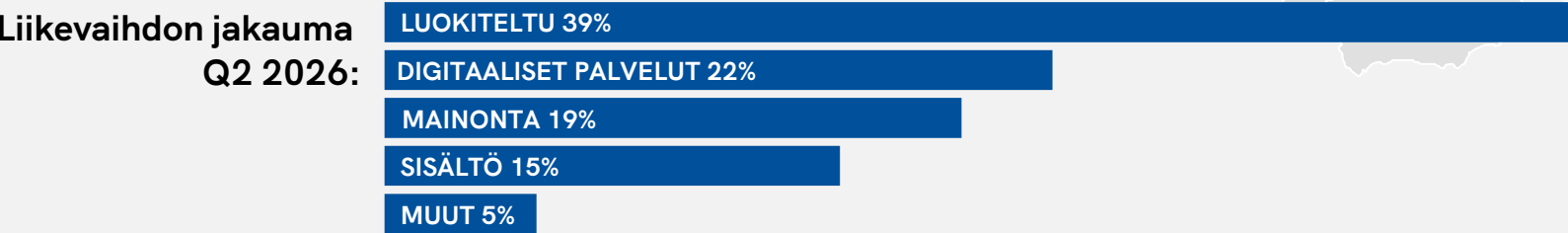
65,3 %

Oik. liikevoittoprosentti

20,0 %

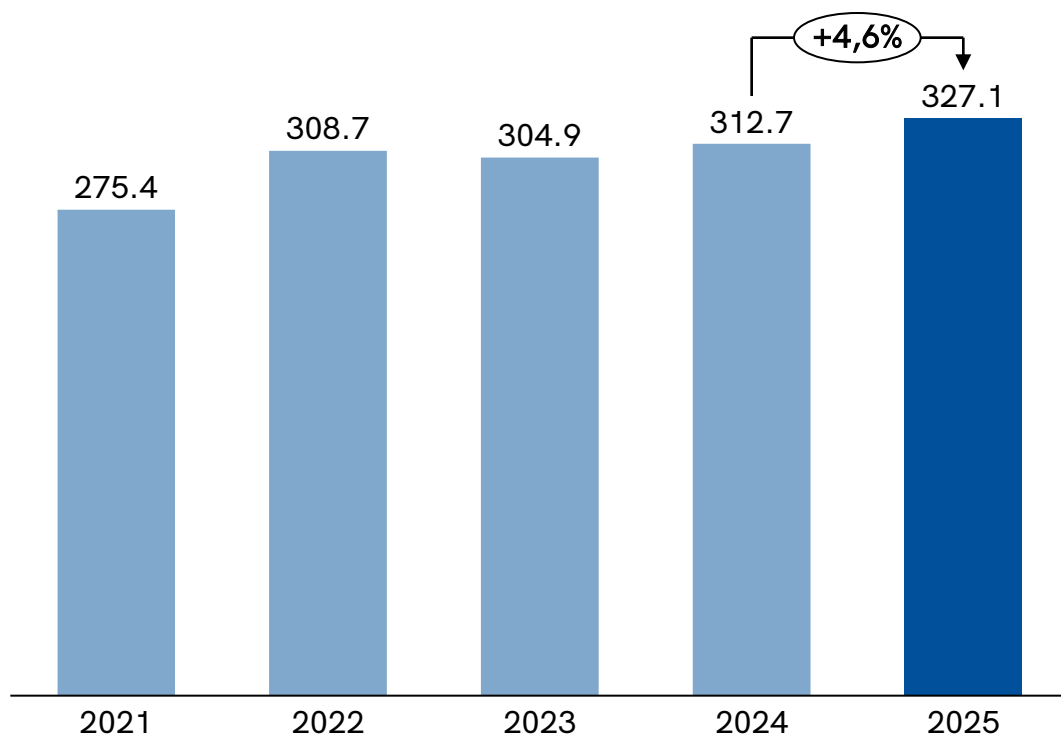
Johtava asema valituilla markkinoilla

Rekrytointi	#1	Tšekki	prace.cz, jobs.cz
	#1	Slovakia	profesia.sk
	#1	Kroatia	mojposao.hr
	#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

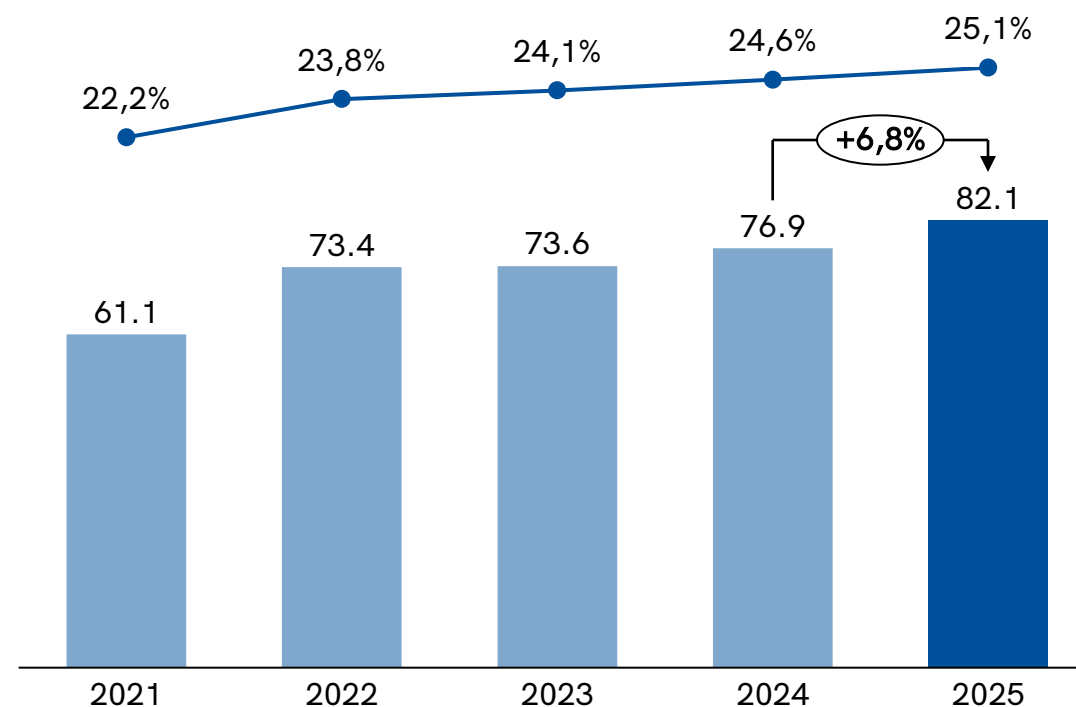


Liiketoiminnan kannattava kasvu

Liikevaihto (MEUR)

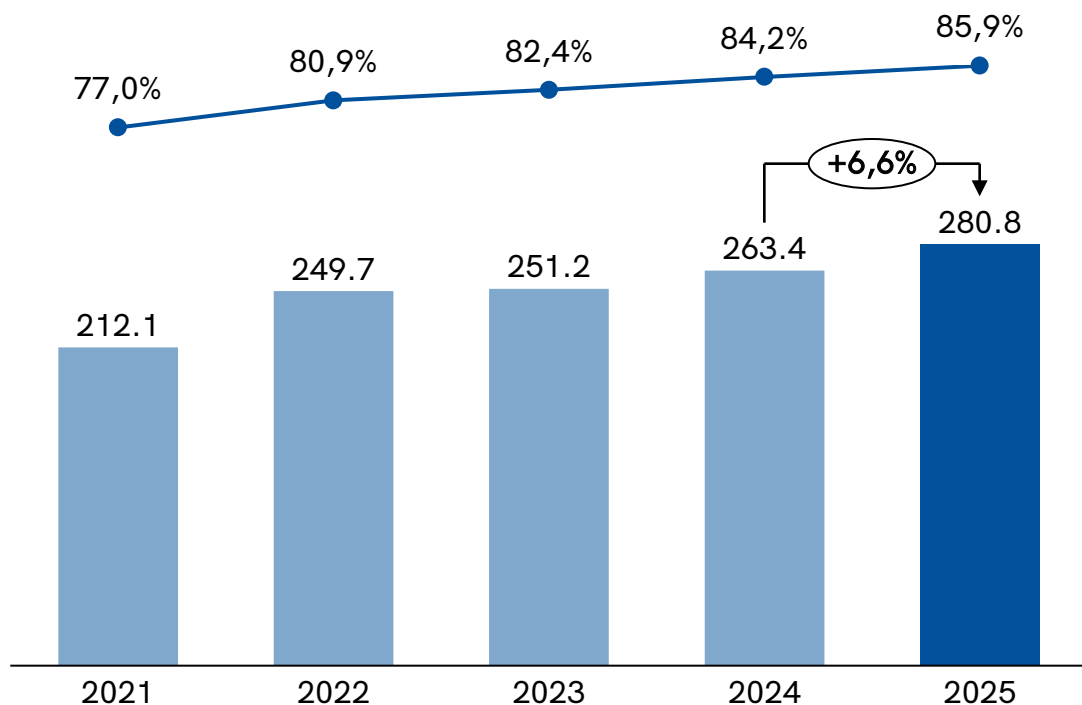


Oikaistu liikevoitto (MEUR) & Oikaistu liikevoitto-%

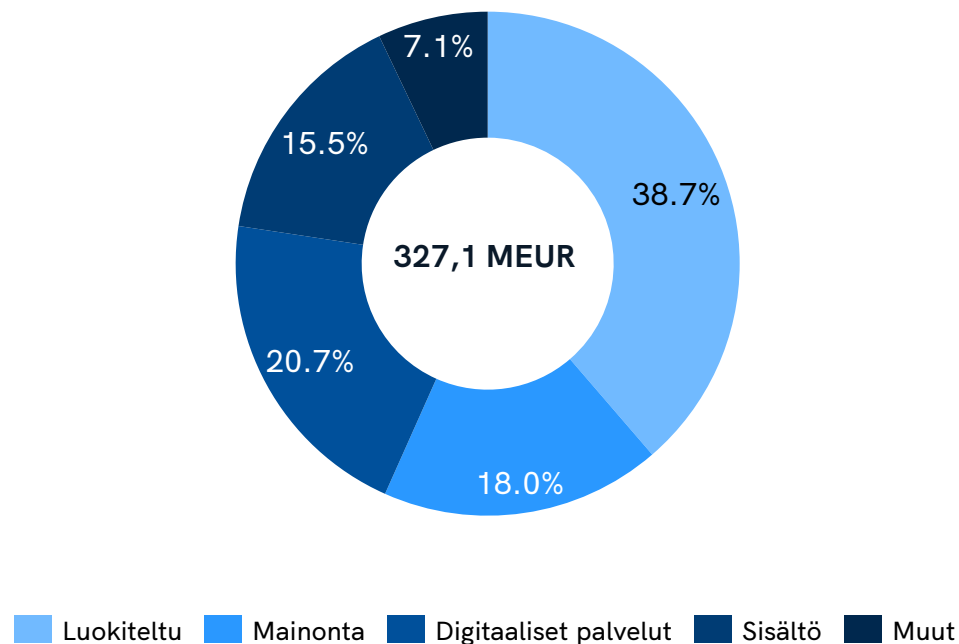


Digitaalisten liiketoimintojen osuus 86 %

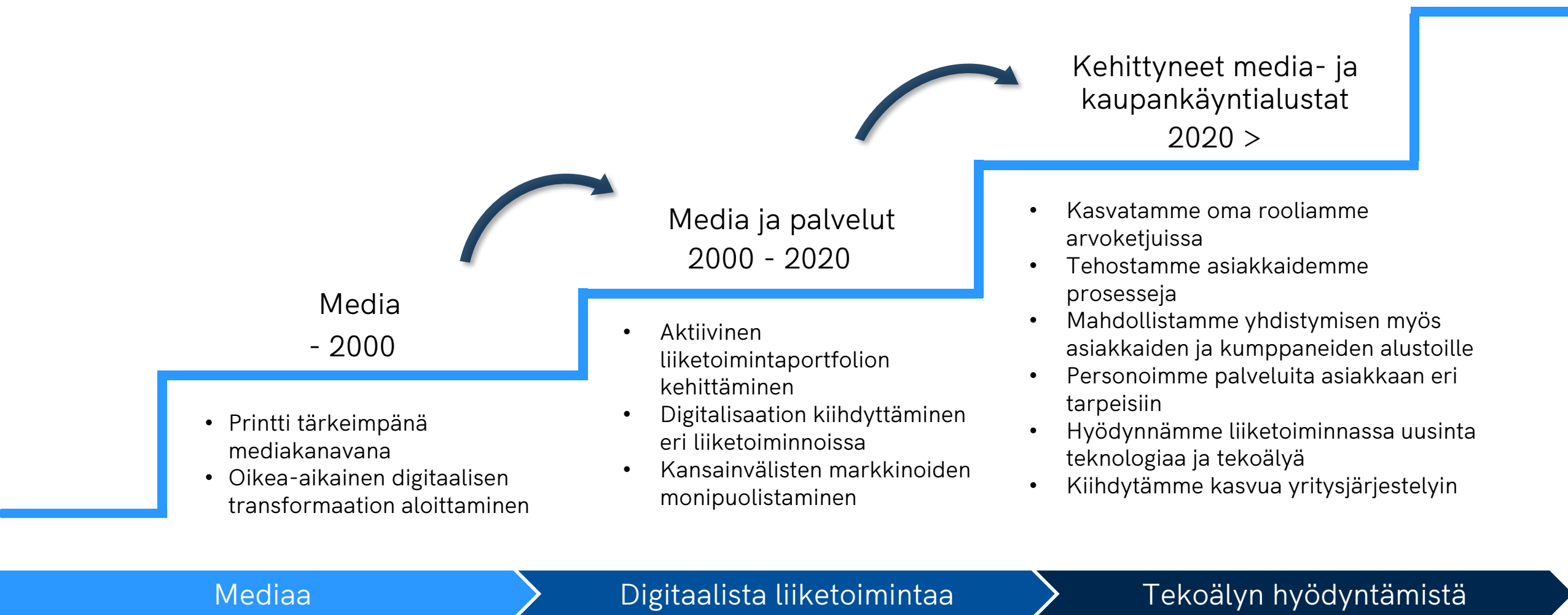
Digiliikevaihto (MEUR) & Digiliikevaihto, % liikevaihdosta



Liikevaihdon jakauma 2025 (%)



Alma Median muutosmatka



Markkinapaikat, media, data ja skaalautuvat alustat

Transformaatio

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

Kasvu

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

Skaalautuvuus

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

Digitaaliset markkinapaikat, datapalvelut, ja tekoäly rekrytinnissa, asumisessa, liikkumisessa ja mediassa

Kolme segmenttiä, kolme skaalautuvaa kasvumallia

Alma Career

Yksi rekrytointialusta Keski- ja Itä-Eurooppaan

- Johtavat paikalliset markkina-asetat, luotetut brändit ja oma data muodostavat kestävän kilpailuedun AI:n muuttaessa työnhakua ja rekrytointia.
- Yhteinen pilvi-, CRM- ja Career-alusta mahdollistaa tuotteiden ja teknologian skaalaamisen markkinoiden välillä.
- Maantieteellinen hajautus ja laajeneva HR-palvelutarjooma vahvistavat kasvupotentiaalia ja pienentävät rekrytointimarkkinan suhdanneriskiä.

Alma Marketplaces

Syvemmälle transaktioiden arvoketjuun

- Johtavat markkinapaikat, asiakassuhteet, oma data ja transaktiovirrat muodostavat itseään vahvistavan kasvumallin.
- Tarjooma laajenee ilmoittelusta digitaalisiin palveluihin, ammattikäyttäjien työkaluihin, järjestelmäratkaisuihin ja transaktioihin.
- AI parantaa löydettävyyttä, hinnoittelua, päätöksentekoa ja asiakaskokemusta koko transaktiopolulla.

Alma News Media

Luotetun sisällön ja suorien yleisösuhteiden skaalaaminen

- Luotettu journalismi, digitaaliset tilaukset ja kirjautuneet yleisöt vahvistavat suoria ja toistuvia asiakassuhteita.
- 3 miljoonan Alma-tilin käyttäjän ja ensimmäisen osapuolen data tukevat personointia, tuotekehitystä ja mainonnan vaikuttavuutta.
- AI tehostaa sisältöprosesseja, parantaa asiakaskokemusta ja tukee digitaalista ansaintaa.

Yhteinen data, teknologia, yleisöt ja kaupalliset kyvykkyydet mahdollistavat kasvun skaalaamisen yli liiketoiminta- ja maarajojen.

Alman arvonluonnin moottori

Markkinajohtajuudesta, datasta ja AI:sta syntyy itseään vahvistava arvonluonnin malli

1

KASVATAMME YDIN- KATEGORIOIDEN MARKKINA- PAIKKOJA

Syvennämme kaupallistamista paketoinnin, hinnoittelun, ammattikäyttäjien työkalujen ja transaktioratkaisujen avulla asumisessa ja liikkumisessa.

2

SKAALAAMME CAREERIA KESKI- JA ITÄ- EUROOPASSA

Rakennamme yhden kansainvälisen alustan, jossa yhdistyvät AI-avusteinen yhteensovittaminen, yhteiset tuotteet ja vahva paikallinen markkinaosaaminen.

3

RAKENNAMME KORKEAMMAN ARVON MEDIA- LIIKETOIMINTAA

Luotettu sisältö, tilaukset, kirjautuneet yleisöt ja AI-avusteinen personointi vahvistavat suoria asiakassuhteita ja digitaalista ansaintaa.

4

Muutamme datan ja AI:n asiakasarvoksi

Hyödynnämme ensimmäisen osapuolen dataa ja AI:ta nopeuttaaksemme innovointia ja markkinoille pääsyä, parantaaksemme asiakaskokemusta sekä tehostaaksemme toimintaa skaalautuvasti.

5

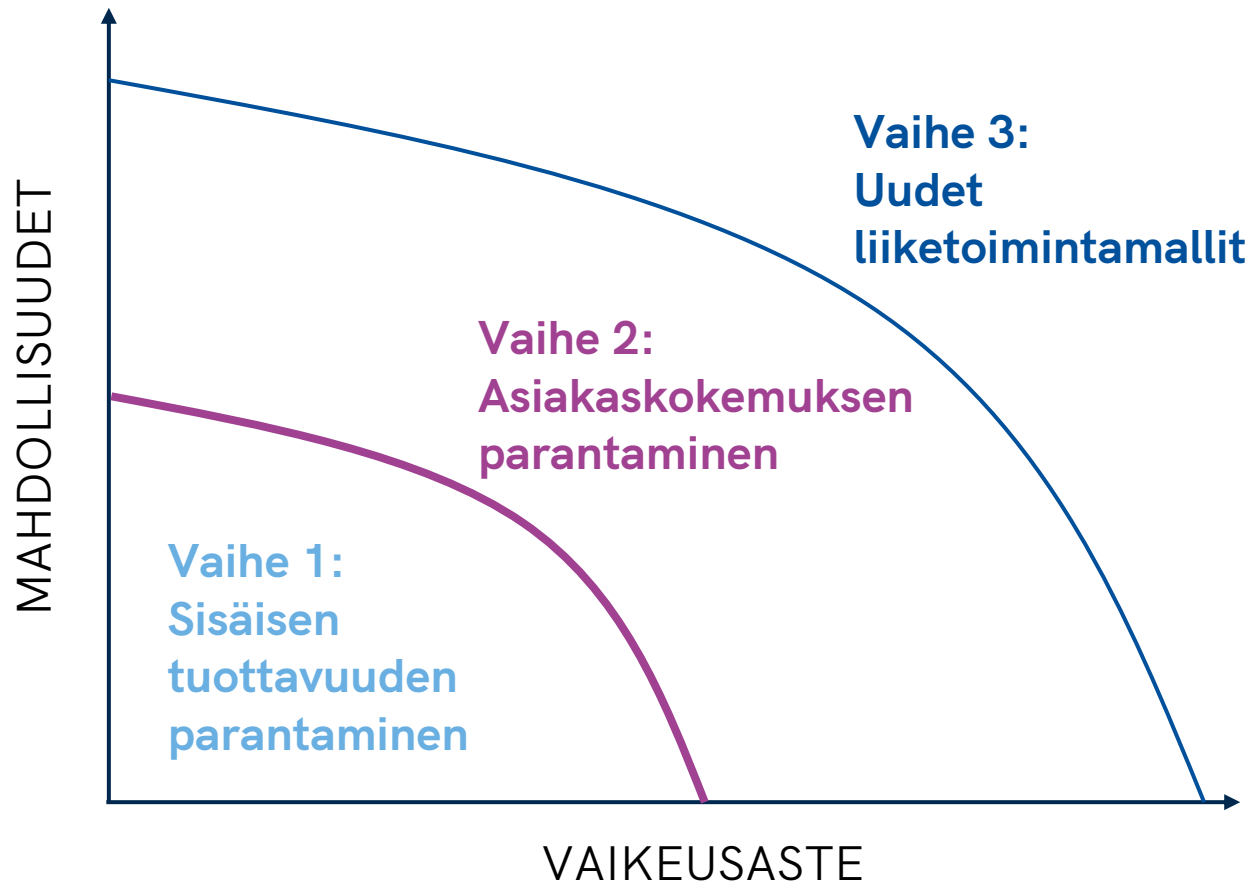
KASVATAMME ARVOA KURINALAISELLA PÄÄOMAN ALLOKOINNILLA

Yhdistämme orgaaniset investoinnit, kohdennetut yritysostot, vahvan kassavirran ja houkuttelevan omistajatuoton.

TALOUDELLINEN LOPPUTULOS:

Yli 5 %:n liikevaihdon kasvu | yli 30 %:n oikaistu liikevoittomarginaali | vahva kassavirta ja omistaja-arvon kasvu

Tekoäly ja data kilpailukyvyn ajureina



Uniikki data, luotetut brändit ja toimialaosaaminen korostuvat tekoälyn aikakaudella

- Alman markkina-, yleisö- ja transaktiodata luovat kilpailuetuja, joita yleiskäyttöiset tekoälymallit eivät helposti pysty jäljittelemään.

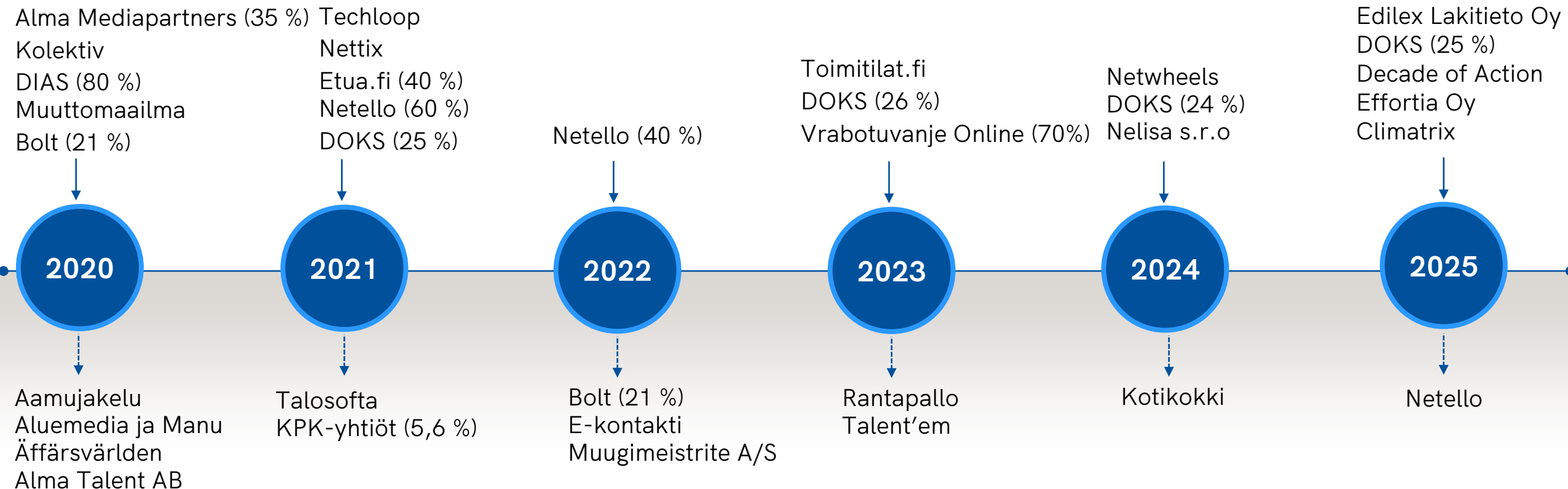
Alustoihin integroidut palvelut syventävät asiakassuhteita ja kasvattavat transaktioiden arvoa

- Alman palvelut tukevat koko asiakaspolkua löydettävyydestä transaktioihin, vahvistaen relevanssia, sitoutumista ja asiakasuskollisuutta.

Tekoäly vauhdittaa asiakasarvon kasvua ja kannattavaa kasvua

- Tekoäly parantaa osuvuutta, personointia, tuotekehitystä ja sisäistä tehokkuutta, tukien sekä liikevaihdon kasvua että pitkän aikavälin kannattavuuden paranemista.

Yrityskaupat kasvun ja muutoksen ajureina



Vahva taloudellinen asema tukee kasvutavoitteita

Pitkän aikavälin tavoitteet	Tavoite	Toteuma Q2 2026 LTM
Liikevaihdon kasvu	> 5 %	5,0 %
Oik. liikevoittoprosentti	> 30 %	26,4 %
Nettovelka / oik. käyttökate	< 2,5x	1,2x

Taseen loppusumma, 30.6.2026

514,9 MEUR

vs 532,4 MEUR 30.6.2025

Nettovelat, 2026 4-6

125,1 MEUR

vs 158,5 MEUR 2025 4-6

Omavaraisuusaste, 30.6.2026

52,4 %

vs 46,2 % 30.6.2025

Velkaantumisaste, 30.6.2026

51,8 %

vs 71,4 % 30.6.2025

Liiketoiminnan rahavirta, 2026 4-6

15,6 MEUR

vs 15,5 MEUR 2025 4-6

Oman pääoman tuotto (vuosituotto), 2026 4-6

33,0 %

vs 28,8 %, 2025 4-6

Vahvaa tuottoa osakkeenomistajille

Alma Median osakkeen kokonaistuotto

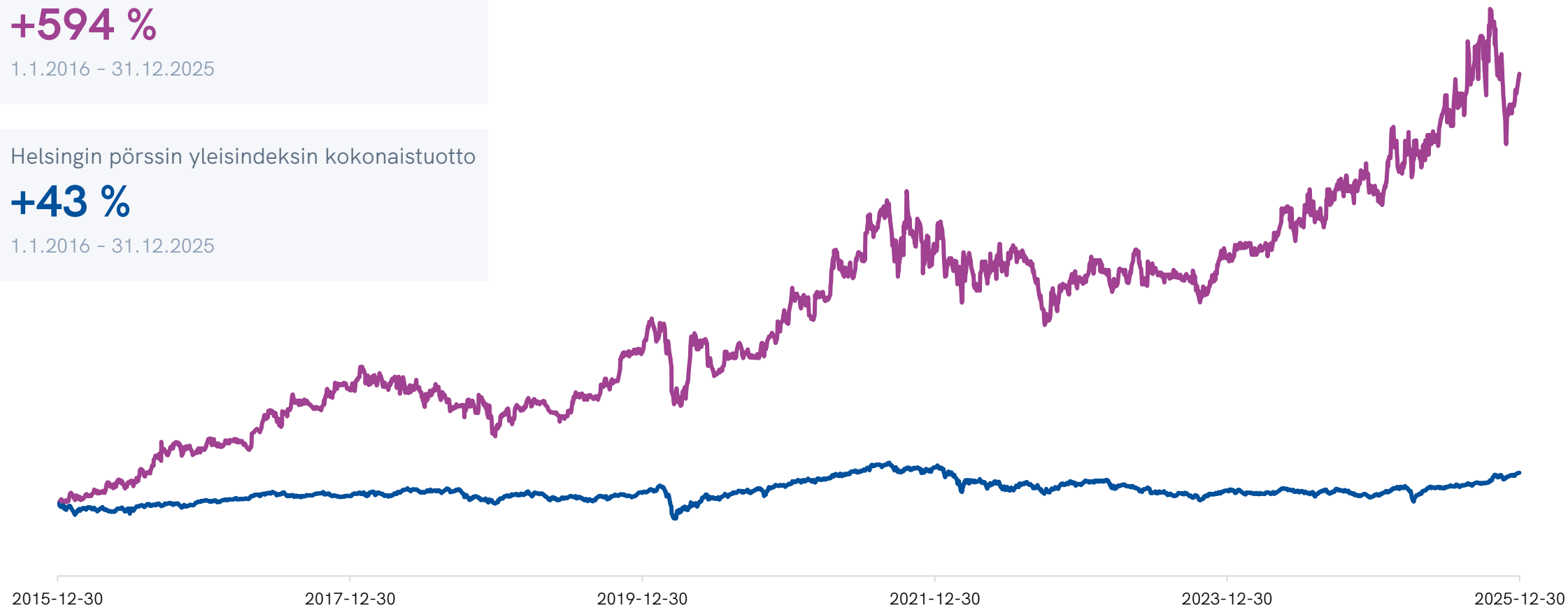
+594 %

1.1.2016 - 31.12.2025

Helsingin pörssin yleisindeksin kokonaistuotto

+43 %

1.1.2016 - 31.12.2025



Osakkeen kokonaistuotto, % (osingot uudelleen sijoitettuna)

Alman osakekurssi ja osingot

2025 päätöskurssi

14,35 EUR

Osinko 2025

0,48 osaketta kohti

0,46 vuonna 2024

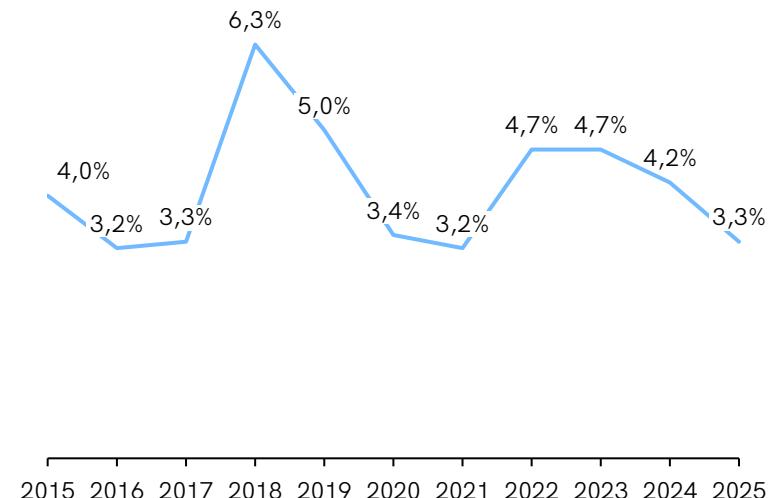
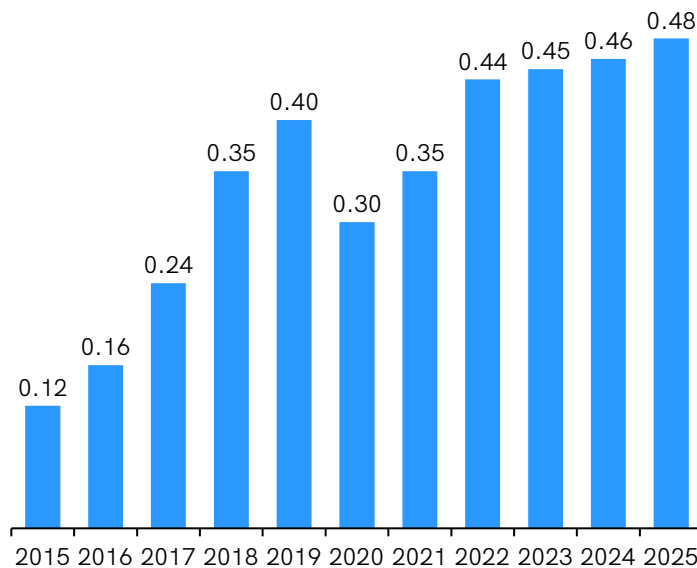
Efektiivinen osinkotuotto 2025

3,3 %

4,2 % vuonna 2024



2014 päätöskurssi 2,75 EUR



Vastuullinen kasvu ja kestävä liiketoiminta

Ympäristö

237 tCO₂-eq

Oman toiminnan (Scope 1+2) -päästöt

- Scope 1&2: Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöt eivät kasva edellisestä vuodesta
- Scope 3: Alihankintaketjun kasvihuonekaasupäästöt suhteessa liikevaihtoon eivät kasva edellisestä vuodesta

Sosiaalinen

7,7

Peakon-sitoutumisindeksi

- Ylittää teknologiasektorin vertailuarvon (7,6)
- < 5 JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman Medioille
- Ei huomautuksia kv. Kauppakamarin mainonnan eettisen neuvoston ohjeiden vastaisesta mainonnasta

Hallinto

100 %

Henkilöstöstä suorittanut Code of Conduct -koulutuksen

- 0 vakavaa tietosuojaloukkausta
- Omasta henkilöstöstä 100 % suorittanut eettisen koulutuksen
- Merkittävien toimittajien Supplier CoC-koulutuksen >90 %:n kattavuus

N Ä K Y M Ä T 2 0 2 6

Alma Media arvioi vuoden 2026 liikevaihdon olevan vuoden 2025 tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan

Vuoden 2025 liikevaihto: 327,1 milj. euroa | Oik. liikevoitto: 82,1 milj. euroa

Näkymät perustuvat arvioon, jonka mukaan taloudellisten olosuhteiden yhtiön päämarkkina-alueilla odotetaan pysyvän pääosin ennallaan, vaikka markkinoilla on havaittavissa joitakin myönteisiä signaaleja. Markkinoiden epävarmuuden arvioidaan jatkuvan, ja maailmantalouden vaihtelut voivat vaikuttaa markkinoiden kehitykseen.

Toimintaympäristö Suomessa pysyi Q2:lla kaksijakoisena, vaikka talouden indikaattorit osoittivat edelleen merkkejä vähittäisestä elpymisestä. Kuluttajien luottamus pysyi vaimeana, mutta sen odotetaan vahvistuvan asteittain, mikä tukee kysynnän laajempaa elpymistä.

Konsernin liiketoiminnan hajautuminen useille maantieteellisille markkinoille ja eri liiketoiminta-alueille sekä järjestelmällinen kustannusten hallinta vakauttavat yhtiön toimintaa myös haastavissa markkinaolosuhteissa.

S I J O I T U S

Alma sijoituskohteena

1. MENESTYKSEKÄS DIGITAALINEN MUUTOS

- Painotalosta digitaaliseksi palvelu- ja mediayhtiöksi.
- Digitaalisen liiketoiminnan osuus kasvanut yli 85 prosenttiin.
- Kasvu perustuu skaalautuviin, kustannustehokkaisiin toimintamalleihin ja jatkuvaan innovointiin.

2. JOHTAVAT BRÄNDIT JA MARKKINA-ASEMAT

- Vahvat markkinapaikka- ja mediabrändit Suomessa, Ruotsissa ja itäisessä Keski-Euroopassa. Palvelut kategoriansa kärkinimiä ja tavoittavat laajoja yleisöjä.
- Kansainvälisen liiketoiminnan osuus kannattavuudesta merkittävä.
- 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 terve maksuvalmius sekä vahva osingonmaksukyky, tavoitteenaan jakaa yli 50 % vuosittaisesta voitosta.