

Marimekko Oyj, Puolivuosikatsaus 14.8.2025 klo 8.00

Marimekon liikevaihto toisella neljänneksellä kasvoi ja liikevoitto parani

Toinen vuosineljännes lyhyesti

- Marimekon liikevaihto kasvoi 2 prosenttia ja oli 44,5 miljoonaa euroa (43,7). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti vähittäismyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti. Liikevaihdon kehitystä puolestaan heikensi ennakoidusti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen huomattavasti vahvasta vertailukaudesta.
- Liikevaihto Suomessa nousi 3 prosenttia vähittäismyynnin kasvaessa. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 1 prosentin, vaikka lisenssituotot laskivat aiemmin arvioidun mukaisesti merkittävästi.
- Liikevoitto parani ja oli 6,3 miljoonaa euroa (6,1). Vertailukelpoinen liikevoitto oli 6,5 miljoonaa euroa (6,4) eli 14,6 prosenttia liikevaihdesta (14,6).
- Liikevoittoa nostivat liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoittoa.

Tammi-kesäkuu lyhyesti

- Yhtiön liikevaihto kasvoi 3 prosenttia ja oli 84,1 miljoonaa euroa (81,3). Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Euroopassa ja vähittäismyynnin nousu Suomessa. Liikevaihtoa puolestaan heikensi ennakoidusti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten sekä lisenssituottojen jääminen huomattavasti vahvasta vertailukaudesta.
- Liikevaihto Suomessa oli vertailukauden tasolla vähittäismyynnin kasvaessa. Kansainvälinen liikevaihto nousi 7 prosenttia sekä tukku- että vähittäismyynnin noustessa. Lisenssituotot laskivat aiemmin arvioidun mukaisesti merkittävästi.
- Liikevoitto oli 10,6 miljoonaa euroa (11,2) ja vertailukelpoinen liikevoitto oli 10,9 miljoonaa euroa (11,6) ollen 13,0 prosenttia liikevaihdesta (14,2).
- Liikevoittoa laskivat suhteellisen myyntikatteen heikentyminen ja kasvaneet kiinteät kustannukset. Liikevoittoa puolestaan tuki liikevaihdon kasvu.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2025

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2025 kasvavan edellisvuodesta (2024: 182,6 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2024: 17,5 prosenttia). Vuoden 2025 näkymiin volatiliiteettia aiheuttavat esimerkiksi nopeat muutokset ja epävarmuudet globaalissa kauppapolitiikassa, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys yhtiön päämarkkinoilla sekä mahdolliset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa.

Liikevaihdon ja tuloksen kehitykseen liittyviä merkittäviä epävarmuustekijöitä on kuvattu tarkemmin puolivuositarkastuksen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	4-6/ 2025	4-6/ 2024	Muutos, %	1-6/ 2025	1-6/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2024
Liikevaihto	44,5	43,7	2	84,1	81,3	3	182,6
Kansainvälinen myynti	19,2	19,1	1	40,0	37,4	7	81,6
osuus liikevaihdosta, %	43	44		48	46		45
Käyttökate (EBITDA)	8,8	8,5	4	15,5	15,8	-2	40,7
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	9,0	8,7	3	15,8	16,2	-3	41,3
Liikevoitto	6,3	6,1	4	10,6	11,2	-5	31,4
Liikevoittomarginaali, %	14,3	14,0		12,6	13,8		17,2
Vertailukelpoinen liikevoitto	6,5	6,4	2	10,9	11,6	-6	31,9
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	14,6	14,6		13,0	14,2		17,5
Kauden tulos	4,3	4,7	-10	7,5	8,6	-13	24,4
Tulos/osake, euroa	0,11	0,12	-10	0,19	0,21	-13	0,60
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,11	0,12	-11	0,19	0,22	-13	0,61
Liiketoiminnan rahavirta	3,9	11,0	-64	0,7	10,3	-93	29,1
Bruttoinvestoinnit	0,8	0,7	5	1,6	1,2	36	2,3
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				34,9	38,5		31,4
Omavaraisuusaste, %				54,1	53,2		58,7
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				33,9	6,8		-12,9
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk)				0,48	0,10		-0,24
Henkilöstö kauden lopussa				511	490	4	480
josta Suomen ulkopuolella				85	76	12	84
Brändimyynti*	84,3	90,7	-7	187,0	190,5	-2	419,2
josta Suomen ulkopuolella	50,6	59,9	-16	126,1	133,6	-6	287,1
kansainvälisen myynnin osuus, %	60	66		67	70		68
Myymlöiden lukumäärä				171	166	3	168

* Vaihtoehtoisena ei-IFRS-tunnuslukuna esitetään brändimyynti, joka kuvaa Marimekko-brändin tavoittavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin. Brändimyynti ei sisällä arvonnäkövetoa, eikä tunnuslukua tilintarkasteta. Osa lisenssikumppaneista toimittaa tarkan vähittäismyyntitiedon, jolloin brändimyynti raportoidaan sen mukaisesti. Muissa lisenssisopimuksissa on käytetty Marimekon omia eri markkinoiden vähittäismyyntikertoimia. Lisenssituottojen brändimyynti raportoidaan lisenssituotteiden myyntiajankohdan mukaisesti.

Taulukossa esitetyt muutosprosentit on laskettu tarkoista luvuista ennen lukujen pyöristämistä miljooniksi euroiksi. Vertailukelpoinen tulos/osake -tunnusluvussa on huomioitu vastaavat erät kuin vertailukelpoisessa liikevoitossa verovaikutus huomioiden. Vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytys IFRS-tilinpäätöslukuihin ja vertailukelpoisiin eriin liittyvä johdon harkinta on esitetty puolivuositarkastuksen taulukko-osassa.

TIINA ALAHUHTA-KASKO

Toimitusjohtaja

”Marimekon monikanavaisen vähittäiskaupan hyvä kehitys jatkui, ja liikevaihtomme sekä liikevoittomme nousivat toisella neljänneksellä haastavana jatkuneesta markkinatilanteesta huolimatta.



Marimekon liikevaihto toisella neljänneksellä kasvoi kaksi prosenttia ja oli 44,5 miljoonaa euroa (43,7). Erityisesti vähittäismyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti nosti liikevaihtoa. Vähittäismyynnin hyvä kehitys heikossa ja epävakaaassa taloussympäristössä kertoo paitsi pitkäjänteisestä brändityöstämme myös yhtiömme resilienssistä ja ketteryydestä. Marimekon tukkumyynnin kehitykseen vaikutti aiemmin arvioitun mukaisesti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen huomattavasti vahvasta vertailukaudesta. Liikevaihto Suomessa kasvoi kuitenkin kolme prosenttia hyvin kehittyneen vähittäismyynnin ansiosta. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi yhden prosentin, vaikka lisenssituotot laskivat ennakoidusti merkittävästi.

Vertailukelpoinen liikevoittomme huhti–kesäkuussa ylsi 6,5 miljoonaan euroon (6,4) ollen 14,6 prosenttia liikevaihdosta (14,6). Liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen nostivat liikevoittoa. Korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät tulosta.

Tammi–kesäkuussa liikevaihtomme kasvoi kolme prosenttia ja oli 84,1 miljoonaa euroa (81,3). Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 10,9 miljoonaa euroa (11,6) eli 13,0 prosenttia liikevaihdosta (14,2).

Marimekon kevät oli täynnä värikkäitä, yhteisöämme yllättäneitä ja ilahduttaneita tapahtumia. Huhtikuussa myyntiin eri puolilla maailmaa tuli rajoitetun ajan saatavilla oleva yhteistyömallisto globaalin jalkinevalmistaja Crocsin kanssa. Iloisen värikkäät sandaalit ja asusteet otettiin vastaan innokkaasti, ja monet mallit myytiin loppuun nopeasti. Tällaisilla laajasti ympäri maailmaa saatavilla olevilla yhteistyömallistoilla on tärkeä merkitys uusien asiakkaiden tutustuttamisessa Marimekkoon. Yhteistyö Blue Bottle Coffee -kahvilaketjun kanssa puolestaan toi Marimekon kuviot yhteensä kymmeneen kahvilaan ja oheistapahtumiin USA:ssa ja eri puolilla Aasiaa syventäen näin suhdettamme Marimekko-yhteisöön ja rakentaen tunnettuuttamme kohdistetummin avainkaupungeissamme. Kesäkuussa Kööpenhaminan 3 Days of Design -tapahtumassa nähtiin ensiesittelyssä syyskuussa myyntiin tuleva rajoitetun ajan saatavilla oleva huonekalumallisto yhteistyössä toisen suomalaisen ikonisen muotoilutalon, Artekin, kanssa.

Huhtikuussa Marimekko avasi yhdessä New Yorkissa asuvan taiteilija ja vaikuttaja Laila Goharin kanssa Milanon designviikolle näyttävän installaation, joka kutsui vieraat valtavaan siskonpetiin. Syyskuussa myyntiin tulevaa Maija Isolan kuvioista koostuvaa Laila Goharin kuratoimaa pienmallistoa esittelevä tapahtuma sai huomattavan näkyvyyden ja sitä pidettiin mediassa yhtenä viikon avaintapahtumista. Toukokuussa vietettiin perinteikästä Marimekko-päivää, joka huipentui Helsingissä ennätysyleisön keränneisiin muotinäytöksiin Esplanadin puistossa. Näytösten lisäksi kesän alkua juhlittiin myymälöissä ja tapahtumissa eri puolilla

maailmaa. Maaliskuussa Japanista aloittanut kiertävä Field of Flowers -näyttely puolestaan esitteli Marimekon uusinta kuviotuotantoa toisella neljänneksellä Kuala Lumpurissa ja Hongkongissa.

Monikanavaisen vähittäismyyntimme pitkään jatkunut kasvu on ollut hyvin ilahduttavaa ja osoitus johdonmukaisen kehitystyömme tärkeydestä. Marimekko-myymälät ja -verkkokauppa tarjoavat asiakkaillemme mahdollisimman inspiroivan ja elämyksellisen tavan kokea lifestyle-konseptimme. Kehitämme myymäläverkostoa ja asiakaskokemustamme jatkuvasti. Yhteensä monikanavainen vähittäismyyntimme kasvoi huhti-kesäkuussa kuusi prosenttia. Toisella neljänneksellä avattiin uudet Marimekko-myymälät Osakassa ja Kuala Lumpurissa sekä outlet-myymäla Espoossa. Lisäksi kahdeksan pop-up-myymälää palveli valituissa Aasian suurkaupungeissa ja Suomessa. Huhtikuussa Marimekko-verkkokauppa aloitti Uudessa-Seelannissa ja kesäkuussa lanseerasimme saksankielisen version verkkokaupastamme. Viime vuoden syyskuussa käyttöön ottamamme verkkokaupan uusi teknologinen alusta tarjoaa paitsi entistä yksilöllisemmän asiakaskokemuksen, myös runsaasti mahdollisuuksia esimerkiksi automatisointiin.

Katsauskauden jälkeen kerroimme, että avaamme syksyllä 2025 historiamme ensimmäisen Marimekko-lippulaivamyymälän Pariisissa ja sitä ennen lanseeraamme pop-up-myymälät kaupungin ikonisissa tavarataloissa Le Bon Marchéssa ja Galeries Lafayetteissa. Marimekon uusinta, jatkuvasti muuntautuvaa myymäläkonseptia edustava lippulaiva on näyteikkuna Marimekon kuviotaiteeseen ja optimistiseen lifestyle-filosofiaan ja toimii myös Marimekon yhteisön kohtaamispaikkana. Pariisi on yksi globaalin muotimaailman tärkeimmistä kaupungeista, jonka vaikutus bränditunnettuuden ja positioinnin rakentamisessa ulottuu Euroopan lisäksi Aasiaan ja Pohjois-Amerikkaan. Näin lippulaivamyymälä Pariisissa tukee Marimekon brändi-ilmiön ja pitkän aikavälin kasvun skaalaamista laajemmin eri kanavissa ja kansainvälisillä markkinoilla. Vahva taloudellinen asemamme ja liiketoimintamme pidempiaikainen hyvä kehitys luovat meille erinomaiset edellytykset tehdä kilpailukykyämme vahvistavia, strategisia kasvupanostuksia heikommasta yleisestä markkinatilanteesta huolimatta.”

Toimintaympäristö

Alla kuvatut suhdanne- ja luottamusnäkökulmat perustuvat Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n ja Tilastokeskuksen julkaisuihin.

Maailmantalouden epävarmuus jatkuu muun muassa kauppapoliittisten kiistojen seurauksena. Myös sota Ukrainassa ja epävakaa Lähi-Idän tilanne lisäävät epävarmuutta. Maailmantalouden ennakoitaan vuonna 2025 kasvavan 2,8 prosenttia mutta euroalueen vain 0,8 prosenttia.

Suomen talous on alkuvuonna kasvanut hitaasti, mutta yritysten suhdannetilanne on heikentynyt hieman alkuvuodesta ja odotukset tulevasta ovat varovaisia. Yritysten talousluottamus heikentyi useimmilla aloilla. Myös vähittäiskaupan luottamusindikaattori painui hieman mutta oli yhä pitkän aikavälin keskiarvoa parempi. Myynti kaupan alalla on uudelleen kääntynyt laskuun, mutta myynti-odotukset lähikuukausille ovat edelleen kohtalaisen myönteiset. Kuluttajien luottamus vahvistui hieman mutta on yhä selvästi alle pitkän aikavälin keskiarvon. Kuluttajien arvio oman talouden nykytilasta parani. Odotukset oman talouden kehityksestä heikkenivät alle pitkän aikavälin keskimääräisen tason. Odotukset Suomen talouden kehityksestä puolestaan paranivat hieman. Arviot inflaation nykytilasta ja odotukset sen kehityksestä olivat edelleen korkealla tasolla.

(Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, heinäkuu 2025; Luottamusindikaattorit, heinäkuu 2025. Tilastokeskus: Kuluttajien luottamus, heinäkuu 2025.)

Suomen vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto kasvoi kesäkuussa 0,9 prosenttia edellisvuodesta myynnin määrän laskiessa 1,1 prosenttia. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto kasvoi tammi–kesäkuussa 1,1 prosenttia ja myynnin määrä väheni 1,1 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, kesäkuu 2025).

Liikevaihto

Liikevaihto toisella neljänneksellä

Marimekon liikevaihto huhti–kesäkuussa 2025 kasvoi 2 prosenttia ja oli 44,5 milj. euroa (43,7). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti vähittäismyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti. Liikevaihdon kehitystä puolestaan heikensi ennakoidusti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen huomattavasti vahvasta vertailukaudesta. Liikevaihto Suomessa nousi 3 prosenttia. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 1 prosentin, vaikka lisenssituotot laskivat aiemmin arvioidun mukaisesti merkittävästi.

Marimekon monikanavainen vähittäismyynti nousi toisella vuosineljänneksellä yhteensä 6 prosenttia myynnin kasvaessa lähes kaikilla markkina-alueilla. Tukkumyynnin kehitykseen vaikutti erityisesti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen vertailukaudesta, ja yhteensä tukkumyynti globaalisti laski 2 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa oli huhti–kesäkuussa 25,2 milj. euroa (24,5). Vähittäismyynti kehittyi edelleen hyvin ja kasvoi 4 prosenttia haastavasta liiketoimintaympäristöstä huolimatta. Vertailukelpoinen vähittäismyynti, johon ei katsaus- tai vertailukaudelta lueta mukaan uusia tai merkittävästi uudistettuja myymälöitä, kasvoi 3 prosenttia. Tukkumyynti Suomessa laski vain 2 prosenttia, vaikka aiemmin arvioidun mukaisesti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät merkittävästi vertailukaudesta, johon niitä ajoittui poikkeuksellisen paljon.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto oli 8,2 milj. euroa (8,9). Tukkumyynti markkina-alueella oli vertailukauden tasolla, mutta liikevaihtoa laskivat erityisesti lisenssituotot, joita ei kertynyt katsauskaudella. Vähittäismyynti puolestaan heikkeni 12 prosenttia.

Liikevaihto tammi–kesäkuussa

Tammi–kesäkuussa 2025 konsernin liikevaihto kasvoi 3 prosenttia ja oli 84,1 milj. euroa (81,3). Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Euroopassa ja vähittäismyynnin nousu Suomessa. Liikevaihtoa puolestaan heikensi ennakoidusti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten sekä lisenssituottojen jääminen huomattavasti vahvasta vertailukaudesta. Ensimmäisellä vuosipuoliskolla Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi lähes kaikilla markkina-alueilla ja nousi yhteensä 8 prosenttia. Tukkumyynti nousi kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla, ja yhteensä kasvua kertyi 1 prosentti. Lisenssituotot laskivat 55 prosenttia. Liikevaihto Suomessa oli vertailukauden tasolla kansainvälisen liikevaihdon kasvaessa 7 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa ylsi 44,0 milj. euroon (44,0), kun vähittäismyynnin hyvä kehitys jatkui. Vähittäismyynti nousi alkuvuonna 6 prosenttia ja vertailukelpoinen vähittäismyynti kasvoi 5 prosenttia. Liikevaihtoa painoi kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen merkittävästi vahvasta vertailuvuodesta. Yhteensä tukkumyynti Suomessa laski 14 prosenttia.

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella laski tammi–kesäkuussa 5 prosenttia ollen 18,1 milj. euroa (19,1), kun katsauskaudella liikevaihtoon ei kertynyt lisenssituottoja. Tukkumyynni markkina-alueella nousi 3 prosenttia ja vähittäismyynti oli vertailukauden tasolla.

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(Milj. euroa)	4–6/ 2025	4–6/ 2024	Muutos, %	1–6/ 2025	1–6/ 2024	Muutos, %	1–12/ 2024
Suomi	25,2	24,5	3	44,0	44,0	0	101,0
Kansainvälinen myynti	19,2	19,1	1	40,0	37,4	7	81,6
Skandinavia	4,4	4,4	1	8,6	7,4	16	18,5
Eurooppa**	3,9	3,4	16	7,8	5,8	34	13,1
Pohjois-Amerikka	2,7	2,5	9	5,4	5,0	9	10,8
Aasian-Tyynenmeren alue	8,2	8,9	-8	18,1	19,1	-5	39,2
Yhteensä	44,5	43,7	2	84,1	81,3	3	182,6

** Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsauskaudella tai vertailukausilla.

Taulukon yksittäiset luvut ja loppusummat on pyöristetty miljooniksi euroiksi, mistä syystä yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja. Laajempi taulukko, jossa liikevaihto markkina-alueittain on jaoteltu vähittäismyyntiin, tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin, on puolivuosisikatsauksen taulukko-osassa.

Taloudellinen tulos

Marimekon liikevoitto huhti–kesäkuussa 2025 parani 4 prosenttia ja oli 6,3 milj. euroa (6,1). Liikevoittoon sisältyi 0,1 milj. euroa (0,2) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 6,5 milj. euroa (6,4). Liikevoittoa nostivat liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Vertailukautta korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoittoa.

Suhteellista myyntikatetta toisella neljänneksellä vahvistivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteet. Vertailukautta suuremmat alennuskustannukset sekä realisoitumattomat valuuttakurssierot puolestaan vaikuttivat negatiivisesti suhteelliseen myyntikatteeseen. Kiinteitä kuluja huhti–kesäkuussa kasvattivat erityisesti panostukset digitaalisuuden kehittämiseen mutta myös korkeammat henkilöstökulut. Henkilöstökuluja nostivat vähittäismyyntin kasvua tukeneet myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut sekä yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla.

Konsernin kumulatiivinen liikevoitto laski 5 prosenttia ja oli 10,6 milj. euroa (11,2). Liikevoittoon tammi–kesäkuussa sisältyi 0,3 milj. euroa (0,4) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 10,9 milj. euroa (11,6). Liikevoittoa laskivat suhteellisen myyntikatteen heikentyminen ja kasvaneet kiinteät kustannukset. Liikevoittoa puolestaan tuki liikevaihdon kasvu.

Suhteellista myyntikatetta ensimmäisellä vuosipuoliskolla heikensivät erityisesti vertailukautta suuremmat alennuskustannukset ja ennakoidusti merkittävästi pienemmät lisenssituotot sekä

realisoitumattomat valuuttakurssierot. Suhteellista myyntikatetta puolestaan tukivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteen. Kiinteitä kuluja tammi–kesäkuussa nostivat erityisesti korkeammat henkilöstökulut mutta myös panostukset digitaalisuuteen. Henkilöstökuluja nostivat vähittäismyynnin kasvua tukeneet myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut sekä yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla.

Markkinointiin katsauskaudella käytettiin 4,7 milj. euroa (5,1) eli 6 prosenttia konsernin liikevaihdesta (6).

Konsernin poistot katsauskaudella olivat 4,9 milj. euroa (4,7) eli 6 prosenttia liikevaihdesta (6).

Liikevoittomarginaali oli tammi–kesäkuussa 12,6 prosenttia (13,8) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 13,0 prosenttia (14,2). Vuoden toisella neljänneksellä liikevoittomarginaali oli 14,3 prosenttia (14,0) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 14,6 prosenttia (14,6).

Nettorahoituserät katsauskaudella olivat -1,1 milj. euroa (-0,2) eli 1 prosenttia liikevaihdesta (0). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -0,8 milj. euroa (0,2), joista realisoitumattomia oli -0,8 milj. euroa (0,2). Vuokrasopimusveloista aiheutuva vaikutus korkokuluihin oli -0,5 milj. euroa (-0,5).

Konsernin tulos ennen veroja oli tammi–kesäkuussa 9,5 milj. euroa (11,0). Katsauskauden tulos oli 7,5 milj. euroa (8,6) ja tulos osaketta kohden 0,19 euroa (0,21).

Tase

Konsernin tase 30.6.2025 oli 107,6 milj. euroa (113,7). Oma pääoma oli 57,2 milj. euroa (59,5) eli 1,41 euroa osaketta kohden (1,47).

Pitkäaikaiset varat olivat katsauskauden lopussa 34,5 milj. euroa (36,2). Vuokrasopimusvelat olivat 27,8 milj. euroa (30,7). Marimekolla ei ollut katsauskauden tai vertailukauden lopussa käytössä korollista luottolimiittä. Nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä konsernilla oli 22,4 milj. euroa (32,6).

Nettokäyttöpääoma oli kesäkuun lopussa 42,1 milj. euroa (27,3) ja vaihto-omaisuus oli 41,7 milj. euroa (31,9). Vaihto-omaisuus kasvoi pääosin ensimmäisellä neljänneksellä. Varautuminen muun muassa jatkuvan malliston kysyntään tukee yhtiötä mahdollisissa toimitus- ja logistiikkaketjujen häiriötilanteissa.

Rahavirta ja rahoitus

Huhti–kesäkuussa 2025 liiketoiminnan rahavirta oli 3,9 milj. euroa (11,0) eli 0,10 euroa osaketta kohden (0,27). Liiketoiminnan rahavirtaa edellisvuoden vastaavasta ajankohdasta heikensi erityisesti lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys sekä lyhytaikaisten korottomien velkojen vähennys. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli huhti–kesäkuussa 3,2 milj. euroa (10,3).

Tammi–kesäkuussa 2025 liiketoiminnan rahavirta oli 0,7 milj. euroa (10,3) eli 0,02 euroa osaketta kohden (0,25). Liiketoiminnan rahavirtaa heikensi erityisesti vaihto-omaisuuden kasvu vertailukaudesta sekä lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli tammi–kesäkuussa -0,9 milj. euroa (9,1).

Konsernin rahavarat olivat kesäkuun lopussa 8,3 milj. euroa (26,7). Rahavarojen laskuun vaikutti erityisesti lisäosingon maksu. Yhteensä katsauskaudella maksettiin osinkoja 26,4 milj. euroa (15,0). Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE) säilyi erinomaisella tasolla, 34,9 prosenttia (38,5). Marimekolla ei ollut katsauskauden tai vertailukauden lopussa käytössä korollista luottolimiittiä. Nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä konsernilla oli 22,4 milj. euroa (32,6), mukaan lukien 6,0 milj. euron arvosta lyhytaikaisia valmiusluottolimiittejä, joihin sisältyy kovenanttiehtoja.

Konsernin omavaraisuusaste oli katsauskauden lopussa 54,1 prosenttia (53,2). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 33,9 prosenttia (6,8). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli 0,48 (0,10) eli selvästi pitkän aikavälin tavoitetasoa parempi tavoitetason ollessa korkeintaan 2.

Investoinnit

Tammi–kesäkuussa 2025 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 1,6 milj. euroa (1,2) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (1). Investoinnit kohdistuivat myymäläverkoston uudistamiseen ja digitaalisuuden kehittämiseen. Bruttoinvestointeihin ei sisällytetä taseeseen kirjattuja uusia vuokrasopimuksia (IFRS 16) katsauskaudella tai vertailukaudella.

Myymäläverkosto

Yhtiön jakelustrategian ytimessä on yhtiön itsensä tai sen partnereiden operoima monikanavainen Marimekko-vähittäismyynti. Valikoidut ja yhä useammin verkossa toimivat jälleenmyyjät puolestaan laajentavat Marimekon tuotteiden saatavuutta ja tavoittavat uusia asiakkaita. Myös digitalisoituneessa liiketoiminnassa fyysisillä myymälöillä on tärkeä rooli paitsi jakelukanavana myös brändikulttuurin sydäminä, jotka lisäksi tukevat verkkokauppaa ja myyntiä muissa kanavissa.

Marimekolle on keskeistä olla hyvillä, kohdeyleisöään palvelevilla liikepaikoilla. Myymäläverkoston toimintaa ja tehokkuutta arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. Vuoden 2025 toisella neljänneksellä avattiin uudet Marimekko-myymälät Osakassa ja Kuala Lumpurissa sekä outlet-myymälä Espoossa. Soulissa ja Shanghaissa suljettiin yhdet Marimekko-myymälät. Marimekon ystäviä palveli myös seitsemän pop-up-myymälää eri puolilla Aasiaa ja yksi Suomessa. Yhteensä Marimekko-myymälöitä ja -shop-in-shopeja oli kesäkuun lopussa 171 ympäri maailmaa.

Verkkokauppa on tärkeä osa Marimekon monikanavaista vähittäismyyntiä. Verkkomyynti jatkoi kasvuaan toisella neljänneksellä. Marimekko jatkoi verkkokauppansa kehittämistä: Huhtikuussa yhtiö avasi oman verkkokaupan Uudessa-Seelannissa ja kesäkuussa se lanseerasi saksankielisen verkkokaupan palvellakseen asiakkaitaan Keski-Euroopassa aiempaa paremmin. Yhtiön omat sekä partnereiden operoimat Marimekko-verkkokaupat palvelevat asiakkaita nyt jo yhteensä 39 maassa. Lisäksi Marimekolla on jakelua muiden verkkomyyntikanavien kautta.

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Suomi	68	66	65
Skandinavia	9	8	8
Eurooppa**	1	1	1
Pohjois-Amerikka	2	3	3
Aasian-Tyynenmeren alue	91	88	91
Yhteensä	171	166	168

** Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsauskaudella tai vertailukausilla.

Laajempi taulukko, joka sisältää jaottelun yhtiön omiin vähittäismyymälöihin ja jälleenmyyjäomisteisiin myymälöihin ja shop-in-shopeihin, on puolivuositiedon taulukko-osassa.

Henkilöstö

Tammi-kesäkuussa 2025 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 478 (457) ja kauden lopussa 511 (490). Markkina-alueittain Marimekon henkilöstö kesäkuun lopussa jakautui seuraavasti: Suomi 426 (414), Skandinavia 40 (32), Pohjois-Amerikka 15 (16) ja Aasian-Tyynenmeren alue 30 (28). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli kauden päättyessä 262 (241).

Varsinaisen yhtiökokouksen päätökset

Marimekko Oyj:n varsinaisen yhtiökokouksen 2025 päätöksistä on kerrottu pörssitiedotteessa 15.4.2025 sekä osavuositiedotuksessa 14.5.2025.

Osake ja osakkeenomistajat

Osakepääoma ja osakkeiden määrä

Katsauskauden päättyessä yhtiön kaupparekisteriin merkitty täysin maksettu osakepääoma oli 8 040 000 euroa ja osakkeiden lukumäärä 40 649 170 kappaletta.

Osakeomistus

Kesäkuun 2025 lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 37 909 osakkeenomistajaa (38 218). Osakkeista 14,80 prosenttia (14,82) oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa.

Marimekko Oyj:llä oli 30.6.2025 hallussaan 77 790 omaa osaketta, mikä vastaa noin 0,19 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. Yhtiön hallussa olevilla omilla osakkeilla ei voi äänestää eikä niille makseta osinkoa.

Kuukausittain päivittyvät tiedot suurimmista osakkeenomistajista löytyvät yhtiön verkkosivuilta company.marimekko.com kohdasta Sijoittajat/Osaketieto/Osakkeenomistajat.

Osakkeiden vaihto ja yhtiön markkina-arvo

Tammi-kesäkuussa 2025 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 2 722 273 kappaletta (3 812 064) eli 6,70 prosenttia (9,38) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli tammi-kesäkuussa 34,5 milj. euroa (50,1). Osakkeen alin kurssi oli 10,78 euroa (10,82), ylin 14,28 euroa (16,02) ja keskimurssi 12,68 euroa (13,14). Kesäkuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 12,38 euroa (14,26).

Yhtiön markkina-arvo 30.6.2025 ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita oli 502,3 milj. euroa (578,5).

Valtuutukset

Varsinainen yhtiökokous 16.4.2024 valtuutti hallituksen päättämään enintään 150 000 oman osakkeen hankinnasta yhdessä tai useammassa erässä. Määrä vastaa noin 0,4 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. Osakkeet hankittaisiin vapaaseen omaan pääomaan kuuluvilla varoilla, jolloin hankinnat vähentäisivät yhtiön jakokelpoista omaa pääomaa. Yhtiön omat osakkeet hankittaisiin muutoin kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa Nasdaq Helsinki Oy:n julkisessa kaupankäynnissä hankintahetken markkinahintaan Nasdaq Helsinki Oy:n sääntöjen ja määräysten mukaisesti. Osakkeet hankittaisiin käytettäväksi osana yhtiön kannustinjärjestelmää tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Hallitus voi päättää kaikista muista omien osakkeiden hankkimisen ehdoista. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella ja se päättyi 15.4.2025.

Yhtiökokous 16.4.2024 valtuutti hallituksen myös päättämään uusien osakkeiden antamisesta ja yhtiön hallussa olevien omien osakkeiden luovuttamisesta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi päättää antaa tai luovuttaa yhteensä enintään 200 000 uutta tai yhtiön hallussa olevaa osaketta. Määrä vastaa noin 0,5 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella ja se päättyi 15.4.2025.

Varsinainen yhtiökokous 15.4.2025 valtuutti hallituksen päättämään enintään 150 000 oman osakkeen hankinnasta yhdessä tai useammassa erässä. Määrä vastaa noin 0,4 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. Osakkeet hankittaisiin yhtiön vapaaseen omaan pääomaan kuuluvilla varoilla, jolloin hankinnat vähentäisivät yhtiön jakokelpoista omaa pääomaa. Yhtiön omat osakkeet hankittaisiin muutoin kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa Nasdaq Helsinki Oy:n julkisessa kaupankäynnissä hankintahetken markkinahintaan Nasdaq Helsinki Oy:n sääntöjen ja määräysten mukaisesti. Osakkeet hankittaisiin käytettäväksi osana yhtiön kannustinjärjestelmää tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Hallitus voi päättää kaikista muista omien osakkeiden hankkimisen ehdoista. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella. Valtuutus on voimassa 15.10.2026 asti.

Lisäksi yhtiökokous 15.4.2025 valtuutti hallituksen päättämään uusien osakkeiden antamisesta ja yhtiön hallussa olevien omien osakkeiden luovuttamisesta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi päättää antaa tai luovuttaa yhteensä enintään 200 000 uutta tai yhtiön hallussa olevaa osaketta, mikä vastaa noin 0,5 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. Hallitus voi päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen, jos siihen on yhtiön kannalta painava taloudellinen syy, kuten osakkeiden käyttäminen osana yhtiön kannustinjärjestelmää, henkilöstöannin toteuttaminen, yhtiön pääomarakenteen kehittäminen, osakkeiden käyttäminen vastikkeena mahdollisissa yrityskaupoissa tai muiden liiketoimintajärjestelyjen toteuttaminen. Osakeanti voi olla maksullinen tai maksuton. Suunnattu osakeanti voi olla maksuton vain, jos siihen on yhtiön kannalta ja sen kaikkien osakkeenomistajien etu huomioon ottaen erityisen painava taloudellinen syy. Uusien osakkeiden merkintähinta ja yhtiön omista osakkeista maksettava määrä merkittäisiin sijoitetun vapaan

oman pääoman rahastoon. Hallitus voi päättää kaikista muista osakeannin ehdoista. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella. Valtuutus on voimassa 15.10.2026.

Hallituksella ei ollut katsauskaudella voimassa olevia valtuutuksia optio- tai vaihtovelkakirjalainoihin.

Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät

Marimekon liiketoiminta altistaa yhtiön erilaisille riskitekijöille. Alla on esitelty sellaiset riskit ja epävarmuustekijät, jotka voivat olennaisesti heikentää Marimekon liiketoiminnan edellytyksiä, myyntiä, taloudellista tulosta ja asemaa. Marimekon riskienhallintakäytännöt on kuvattu selvityksessä hallinto- ja ohjausjärjestelmästä.

Taloudellinen ja poliittinen toimintaympäristö

Taloudelliseen ja poliittiseen toimintaympäristöön liittyvät riskit voivat vaikuttaa liiketoimintaan kaikilla Marimekon päämarkkinoilla ja korostuvat erityisesti Suomessa ja yhtiön muissa merkittävässä toimintamaissa kuten Ruotsissa ja Japanissa.

Kasvaneet maailmanlaajuiset jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa, mukaan lukien kiristyneet suhteet suurten talousalueiden välillä, Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa sekä Lähi-idän tilanne, luovat merkittävää epävarmuutta maailmantalouden kehitykseen. Tämä lisää taantumariskiä ja voi heijastua kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja käyttäytymiseen Marimekon markkina-alueilla. Kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman heikentymisellä voi olla merkittävä epäedullinen vaikutus Marimekon myyntiin ja kannattavuuteen.

Geo- ja kauppapoliittiset jännitteet voivat johtaa esimerkiksi kauppakiistoihin, tullimaksujen kasvamiseen, vienti- ja tuontirajoituksiin, sotilaallisiin toimiin sekä talouspakotteisiin, jotka voivat vaikuttaa yhtiön arvoketjun toimintavarmuuteen ja tehokkuuteen sekä Marimekon kilpailukykyyn ja liiketoimintaedellytyksiin eri markkinoilla. Myös pandemiat sekä epidemiat voivat vaikuttaa negatiivisesti Marimekon myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan sekä yhtiön toimitusketjun toimintavarmuuteen ja tehokkuuteen.

Markkinoiden epävarmuus ja äkilliset liikkeet, inflaation kehitys, muutokset tuotannontekijöiden hintakehityksessä, valuuttakursseissa (erityisesti Yhdysvaltain dollari) ja verotuksessa sekä korkojen nousu voivat vaikuttaa Marimekon taloudelliseen asemaan.

Marimekko on alttiina myös työmarkkinakiistoille, ja lakot sekä muut työmarkkinahäiriöt voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan.

Marimekko seuraa jatkuvasti taloudellisen ja poliittisen toimintaympäristön kehittymistä, huomioi liiketoimintansa johtamisessa erilaisia skenaarioita ja sopeuttaa toimintaansa tarpeen mukaan. Yhtiön vahva tase ja vakaa taloudellinen asema tuovat joustavuutta poikkeustilanteissakin. Riskejä lievennetään myös pyrkimällä monipuoliseen maantieteelliseen läsnäoloon koko arvoketjussa.

Kasvavat tullimaksut USA:ssa koskettavat suoraan vain pientä osaa Marimekon liiketoiminnasta, sillä koko Pohjois-Amerikan osuus konsernin liikevaihdosta vuonna 2024 oli 6 prosenttia. Tällä hetkellä tiedossa olevien tullimaksujen nousun arvioidaan nostavan Marimekon USA:ssa myytävien tuotteiden hankintakustannuksia, mutta yhtiö on aloittanut monipuoliset toimenpiteet lieventääkseen tullimaksujen negatiivisia vaikutuksia.

Vähittäismyyntiympäristö, asiakkaat ja kumppanit

Yhtiön kasvu pidemmällä aikavälillä perustuu etenkin monikanavaiseseen vähittäiskauppaan: verkkomyyntin kasvattamiseen, partnerivetoiseen Aasian-vähittäiskauppaan sekä olemassa olevien myymälöiden neliömyyntin parantamiseen yhtiön päämarkkina-alueilla. Lisäksi yhtiö laajentaa jakeluaan brändilleen sopivien fyysisten ja digitaalisten tukkumyyntikanavien kautta. Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina-alue, ja erityisesti Aasiassa on tärkeä rooli yhtiön kansainvälisessä kasvussa.

Monikanavaisuuden merkitys vähittäiskaupassa on viime vuosina korostunut. Kansainvälinen verkkokauppa on lisännyt kuluttajille tarjolla olevia vaihtoehtoja ja suurien verkkokauppatoimijoiden merkitystä. Vähittäiskaupan digitalisoituminen ja heikko makrotaloudellinen tilanne on syventänyt joidenkin muoti- ja designtoimialan tukkuasiakkaiden taloudellisia vaikeuksia, joita maailmantalouden epävarmuus voi edelleen syventää. Vähittäismyyntiympäristön rakenteelliset muutokset voivat vaikuttaa Marimekon jakelukanavaratkaisuihin, -painotuksiin, myyntiin ja kannattavuuteen sekä luoda uusia ansaintamalleja. Myyntin rakenteeseen liittyvät riskit voivat vaikuttaa yhtiön taloudelliseen asemaan. Kilpailukykyyn ylläpitäminen nopeasti muuttuvassa ja digitalisaation mullistamassa toimintaympäristössä edellyttää yhtiöltä ketteryyttä, tehokkuutta, joustavuutta ja jatkuvaa toimintojen uudelleenarviointia.

Merkittäviin kumppanivalintoihin sekä partneri-, lisenssi- ja muihin yhteistyösopimuksiin liittyy huomattavia riskejä. Myös myymälöiden vuokrasopimuksiin Suomessa ja ulkomailla sisältyy riskejä. Yhtiön kansainvälistyessä ja brändin kiinnostavuuden kasvaessa harmaavientiin liittyvät riskit voivat lisääntyä, ja sillä voi olla vaikutusta muun muassa yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Lisäksi yhtiön kustannusrakenteen muutoksiin sekä asiakkaiden ja kumppaneiden maksuvalmiuteen liittyvillä riskeillä voi olla vaikutusta yhtiön taloudelliseen asemaan.

Muita merkittäviä riskejä ovat yhtiön designin, tuotevalikoiman sekä tuotteiden jakelun ja hinnoittelun muutoksiin liittyvät riskit. Kasvanut kustannusinflaatio ja tullimaksut aiheuttavat painetta hintojen nostoon, kun taas maailmantalouden ja toimintaympäristön epävarmuudet voivat vaikuttaa negatiivisesti kuluttajien ostovoimaan ja -käyttäytymiseen. Nopea reagointi ja kilpailukykyinen hinnoittelu ovat erityisen tärkeitä taktisessa toimintaympäristössä. Yhtiön kyvyllä suunnitella, kehittää ja kaupallistaa uusia kuluttajien odotuksia vastaavia tuotteita ja samanaikaisesti varmistaa tuotannon, hankinnan ja logistiikan tehokkuus, reagointinopeus sekä aktiivinen vastuullisuus työ on vaikutusta yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen.

Toimitusketju

Marimekon toimitusketjuun liittyvät riskit koskevat erityisesti tuotantoa, hankinta- ja logistiikkaprosesseja ja niiden toimintavarmuutta, joustavuutta ja tehokkuutta, vastuullisuutta sekä muutoksia raaka-aineiden ja muiden tuotannontekijöiden hinnoissa. Esimerkiksi kasvavat tullimaksut, muut kauppa- ja geopolittiset jännitteet, kyberhäiriötilanteet sekä mahdolliset epidemiat ja pandemiat sekä muut maailmantalouden epävarmuustekijät voivat aiheuttaa tuotanto- ja logistiikkaketjuihin merkittäviäkin häiriöitä, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan. Toimittajakumppaneiden tehtaille, Marimekon omaan kangaspainoon tai logistiikkaketjun toiminnalle voi lisäksi aiheutua vahinkoja esimerkiksi tulipalojen, luonnonmullistusten ja konerikkojen seurauksena. Kaiken kaikkiaan oman kangaspainon toimintavarmuuden varmistaminen kaikissa olosuhteissa on ensiarvoisen tärkeää. Painon toiminnan kannalta kriittistä on muun muassa biokaasun saatavuus. Yhtiöllä on omaisuus- ja liiketoiminnan keskeytysvakuutusohjelma, joka kattaa vakuutettavia vahinkoriskejä vakuutusehtojen mukaisesti.

Logistiikan, raaka-aineiden, energian ja muiden tuotannontekijöiden hintojen vaihtelu ja mahdolliset korkeammat kustannukset sekä kasvavat tullimaksut voivat vaikuttaa Marimekon myyntiin ja kannattavuuteen. Alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta tarkoittaa, että muutokset kustannuksissa vaikuttavat yhtiöön viiveellä. Eri tekijöiden seurauksena osin entisestään aikaistunut varhainen sitoutuminen heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida nopeisiin muutoksiin kysyntä- ja hankintaympäristöissä sekä kuluttajakäyttäytymisessä nostaen myös varastojen hallintaan ja kassavirtaan liittyviä riskejä. Välttääkseen entistä varhaisempaa sitoutumista ja sen mahdollisesti aiheuttamia epäoptimaalisia tuotantomääriä sekä lieventääkseen kasvavien tullimaksujen vaikutuksia, Marimekko saattaa osin joutua käyttämään nopeampia mutta päästöintensiivisempiä lentokuljetuksia laivarahdin sijaan.

Toimitusketjun häiriöiden ja tuotetilauksiin entistä varhaisemman sitoutumisen lisäksi varastojen ja tavaravirtojen hallintaan liittyvät riskit kasvavat tuotteiden jakelun laajentuessa, ja toiminnan monipuolistuessa, mikä voi heikentää yhtiön myyntiä, kassavirtaa sekä suhteellista kannattavuutta. Tukkumyynnin merkittävät kertaluonteiset kampanjat voivat kasvattaa hankintaan, kuljetuksiin ja varastojen hallintaan liittyviä riskejä, erityisesti poikkeuksellisissa olosuhteissa. Tavaratoimitusten viiveet tai häiriöt ja tuotteiden laatuvariaatiot voivat haitata liiketoimintaa, myös tukkumyynnin merkittävien kertaluonteisten kampanjoiden osalta.

Marimekko työskentelee aktiivisesti monin eri tavoin tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, nousseiden kustannuksien ja muiden negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi, viivästysten välttämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa, mikä on entistäkin tärkeämpää kauppakiistojen ja kasvavien tullimaksujen myötä.

Vastuullisuus

Vastuullisuuden kehittämisen merkitys kilpailukyvyille kasvaa Marimekon toimialalla, mikä voi vaikuttaa yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Kehitystyö edellyttää laaja-alaisesti panostuksia. Riskejä ja mahdollisuuksia Marimekon vastuullisuustyön ja -tavoitteiden kannalta ovat muun muassa muutokset kuluttajakäyttäytymisessä ja yhtiön tuoteportfoliopainotuksissa, kasvavat odotukset sekä uudet työkalut arvoketjun läpinäkyvyydelle, jatkuvasti kehittyvät parhaat toimintatavat toimialalla sekä lisääntyvä sääntely, joka voi vaikuttaa esimerkiksi yhtiön tuotteisiin, viestintään ja laajemmin arvoketjuun. Yhtiön kyky ennakoida muutoksia, reagoida niihin ja aktiivisesti edistää vastuullisuustavoitteitaan läpi arvoketjun on avainasemassa yhtiön kilpailukyvyn kannalta.

Marimekko käyttää tuotteidensa valmistukseen pääasiassa toimittajakumppaneita. Globaalien muoti- ja design-liiketoiminnan toimitusketjut ovat moniportaisia, mikä tekee yhtiölle haastavaksi koko toimitusketjun vastuullisuudesta varmistumisen aktiivisesta vastuullisuustyöstä huolimatta. Valmistukseen liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä erityisesti hankintaketjua koskevilla sosiaalisilla näkökohdilla (esimerkiksi ihmisoikeudet, työolot ja palkkaus) ja ympäristönäkökohdilla (esimerkiksi tuotantomenetelmät sekä käytetyt raaka-aineet ja kemikaalit) sekä niistä avoimesti ja jatkuvasti lisääntyvän sääntelyn mukaisesti viestimisellä on keskeinen merkitys. Nämä vastuullisuuskysymykset koskevat sekä Marimekon hankintaa ja omaa tuotantoa että lisensoituja tuotteita. Muun muassa materiaalivalintojensa avulla yhtiö voi vähentää ympäristövaikutuksia ja parantaa läpinäkyvyyttä toimitusketjussa. Siksi Marimekko on sitoutunut kasvattamaan esimerkiksi vähemmän päästöintensiivisten ja vähemmän vesivaroja kuluttavien materiaalien, kuten sertifioitujen luomu- ja kierrätyspuuvillan, osuutta tuotteissaan ja pakkauksissaan. Moniportaisten toimitusketjujen seurauksena myös sertifioitujen materiaalien käyttöön voi liittyä epävarmuuksia.

Marimekon pitkäjänteinen vastuullisuustyö sekä eettisten toimintatapojen ja lainsäädännön noudattaminen ovat tärkeitä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien luottamuksen säilymisen kannalta; mahdollisiin epäonnistumisiin tai virheisiin tällä saralla liittyy maine-, korvaus- ja liiketoiminnallisia riskejä.

Ympäristö ja ilmastonmuutos

Ilmastonmuutos lisää sään ääri-ilmiöiden ja luonnonkatastrofien, kuten tulvien, metsä- ja maastopalojen sekä myrskyjen, todennäköisyyttä. Sään ääri-ilmiöt ja luonnonkatastrofit ovat riski Marimekon arvoketjun toimintavarmuudelle ja tehokkuudelle. Ilmastonmuutoksesta johtuvat helteet, kuivuus, haasteet veden saatavuudessa, maaperän köyhtyminen ja muut muutokset voivat puolestaan vaikuttaa Marimekon tuotteissa käytettyjen raaka-aineiden, kuten puuvillan, saatavuuteen ja hintaan. Sään ääri-ilmiöt ja luonnonkatastrofit voivat vaikuttaa myös tuotteiden saatavuuteen, jos niistä koituu vahinkoja yhtiön toimittajakumppaneiden tehtaille, omaan kangaspainoon tai haittaa logistiikkaketjujen toiminnalle. Lisäksi Marimekolla on myymälöitä ja toimistoja alueilla, joilla sään ääri-ilmiöitä tai luonnonkatastrofeja voi esiintyä, ja mikäli ne aiheuttavat vahinkoja myymälöille, toimistoille tai hetkellisiä muutoksia kuluttajakäyttäytymisessä, saattaa siitä seurata myynninmenetystä sekä kustannuksia.

Ilmastonmuutokseen liittyviä riskejä hallitaan muun muassa monipuolistamalla materiaalivalikoimaa, lisäämällä vähemmän päästöintensiivisiä ja vettä valmistuksessaan tarvitsevia materiaaleja mallistoissa ja kartoittamalla uusia materiaali- ja tuotantomenetelmänovaatioita. Marimekon vakuutusohjelma kattaa vakuutettavia vahinkoriskejä vakuutusehtojen mukaisesti.

Sääntelyn noudattaminen ja vaatimustenmukaisuus

Soveltuvan lainsäädännön, määräysten ja eettisten toimintatapojen noudattaminen sekä tuoteturvallisuus ja laatu ovat ensiarvoisen tärkeitä Marimekolle. Mahdolliset väitteet, epäonnistumiset tai virheet voivat johtaa esimerkiksi yhtiön maine- ja liiketoiminnallisiin vahinkoihin, sakkoihin, korvausvaatimuksiin tai rikossyytteisiin. Kansainvälistyminen kasvattaa yhtiön toimintaan kohdistuvaa sääntelyä ja lisää mahdollisten väitteiden, epäonnistumisten ja virheiden riskiä. Riskejä ehkäistään panostamalla vastuullisuus- ja compliance-työhön sekä tuoteturvallisuudesta huolehtimalla ja jatkuvalla laadunvalvonnalla.

Aineettomat oikeudet

Aineettomilla oikeuksilla on keskeinen rooli yhtiön menestyksessä, ja yhtiön kyvyllä hallinnoida ja suojella näitä oikeuksia voi olla vaikutusta yhtiön liiketoimintaan, arvoon ja maineeseen. Aineettomien oikeuksien hallintaan liittyvät myös keskeisesti freelance-kuviosuunnittelijoiden kanssa solmitut yhteistyösopimukset ja sopimusten perusteella maksettavat palkkiot. Yhtiön kasvaessa ja kansainvälistyessä yleisesti aineettomiin oikeuksiin liittyvät riskit voivat lisääntyä, erityisesti yhtiön tunnetuimpien kuvioiden osalta.

Tietoturvariskit

Tietojärjestelmien toimintavarmuuteen, luotettavuuteen ja yhteensopivuuteen liittyy riskejä. Digitalisaation, kansainvälistymisen, Venäjän hyökkäyssodan ja erilaisten geopolitiittisten jännitteiden myötä myös kyberrikollisuus ja -hyökkäykset, erilaiset muut tietoturvariskit ja henkilötietojen suojaamiseen liittyvät riskit ovat kasvaneet merkittävästi. Palvelunestohyökkäykset, häiriöt tietoliikenteessä tai esimerkiksi yhtiön omassa verkkokaupassa sekä järjestelmämuutokset ja -vaihdokset voivat haitata liiketoimintaa tai aiheuttaa myynninmenetystä. Tietoturvaloukkaukset voivat aiheuttaa vahingonkorvausvaatimuksia, sakkoja ja maineriskejä. Marimekko hallinnoi riskejä

kyberturvallisuuden järjestelmällisellä ylläpidolla ja kehittämisellä. Yhtiöllä on lisäksi kyberturvallisuusvakuutusohjelma.

Henkilöstö ja osaaminen

Koska Marimekko on pieni yhtiö, riskit kansainväliseen kasvuun tarvittavan osaamisen varmistamisesta sekä avainhenkilöriskit voivat olla merkittäviä. Osaamisen kehittämiseksi Marimekko panostaa muun muassa henkilöstön kouluttamiseen esimerkiksi johtamisesta, seuraajasuunnitteluun ja suorituskyvyn johtamiseen. Nämä tukevat tuloksellista, monimuotoista ja inklusiivista kulttuuria.

Mahdolliset epidemiat tai pandemiat voivat lisätä riskejä henkilöstön terveydestä ja turvallisuudesta huolehtimisessa sekä työvoiman riittävyyden varmistamisessa sairastapauksissa.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2025

Maailmantalouden kehitykseen liittyy edelleen suuria epävarmuustekijöitä kuten jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa. Jännitteiden ja muiden epävarmuuksien sekä nousseiden tullimaksujen epäsuorat vaikutukset yleiseen taloudelliseen tilanteeseen voivat heijastua kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja -käyttäytymiseen ja saattavat näin vaikuttaa heikentävästi Marimekon liiketoimintaan vuonna 2025. Myös mahdolliset häiriöt tuotanto- ja logistiikkaketjuissa voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan.

Marimekolle tärkeä kotimarkkina Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdesta. Myyntiin Suomessa vuonna 2025 vaikuttaa heikko yleisen talouden tila ja alhaisella tasolla oleva kuluttajien luottamus sekä ostovoiman ja -käyttäytymisen kehittyminen. Myös toimintaympäristön taktisuus vaikuttaa edelleen liiketoimintaan. Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoittuminen neljännesten välillä sekä kampanjatoimitusten koko vaihtelevat tyypillisesti vuosittain. Vuonna 2025 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan olevan merkittävästi vertailuvuotta pienemmät ja painottuvan selvästi vuoden toiselle puoliskolle. Heikosta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihdon Suomessa odotetaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla tai nousevan hieman.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2025. Strategiakaudella 2023–2027 Marimekko keskittyy Aasiaan kansainvälisen kasvun tärkeimpänä maantieteellisenä alueena. Vuonna 2025 liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla, odotetaan kasvavan. Kaikki Marimekko-myymälät ja suurin osa Marimekko-verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia. Vuonna 2025 tavoitteena on avata arviolta 10–15 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Lisenssituottojen vuodelta 2025 arvioidaan jäävän merkittävästi edellisvuoden ennätystasosta.

Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle. Vuoden 2025 ensimmäisen neljänneksen liikevaihdon ja -voiton kehitykseen vaikuttivat negatiivisesti vertailukaudesta poikkeavat ajoitukselliset tekijät. Vertailuvuonna ensimmäiselle neljännekselle ajoittui poikkeuksellisesti suuri määrä kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisia kampanjatoimituksia. Lisäksi vuodesta 2025 poiketen merkittävä osa vuoden 2024 lisenssituotoista kirjattiin jo ensimmäiselle neljännekselle.

Marimekko kehittää liiketoimintaansa pitkällä aikavälillä ja yhtiön tavoitteena on tulevina vuosina jatkaa kannattavan kasvunsa skaalaamista. Vuonna 2025 kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta. Yleinen kustannusinflaatio vaikuttaa myös Marimekkoon vuonna 2025. Henkilöstökuluihin vaikuttavat muun muassa yleiskorotukset eri markkinoilla. Markkinointikustannuksien odotetaan nousevan (2024: 10,6 miljoonaa).

Kasvavat tullimaksut USA:ssa koskettavat suoraan vain pientä osaa Marimekon liiketoiminnasta, sillä koko Pohjois-Amerikan osuus konsernin liikevaihdosta vuonna 2024 oli 6 prosenttia. Tällä hetkellä tiedossa olevien tullimaksujen nousun arvioidaan nostavan Marimekon USA:ssa myytävien tuotteiden hankintakustannuksia, mutta yhtiö on aloittanut monipuoliset toimenpiteet lieventääkseen tullimaksujen negatiivisia vaikutuksia.

Alalle tyypillinen ja eri tekijöiden seurauksena osin entisestään aikaistunut varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida nopeisiin muutoksiin kysyntä- ja hankintaympäristöissä nostaen myyntiin, suhteelliseen kannattavuuteen, varastojen hallintaan ja kassavirtaan liittyviä riskejä. Tämä vaikeuttaa reagointia myös kasvaviin tullimaksuihin USA:ssa. Myös globaaleihin tuotanto- ja logistiikkaketjuihin liittyy epävarmuustekijöitä, jotka voivat aiheuttaa esimerkiksi viivästyksiä ja vaikuttaa näin yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Marimekko työskentelee aktiivisesti monin eri tavoin tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, nousseiden kustannuksien ja muiden negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi, viivästysten välttämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

Yhtiö seuraa tarkasti globaalin kauppapolitiikan ja maiden välisten tullimaksujen kehittymistä, yleistä taloudellista tilannetta, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehittymistä sekä mahdollisten poikkeustilanteiden ja häiriöiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2025

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2025 kasvavan edellisvuodesta (2024: 182,6 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2024: 17,5 prosenttia). Vuoden 2025 näkymiin volatilitteettia aiheuttavat esimerkiksi nopeat muutokset ja epävarmuudet globaalissa kauppapolitiikassa, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys yhtiön päämarkkinoilla sekä mahdolliset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa.

Liikevaihdon ja tuloksen kehitykseen liittyviä merkittäviä epävarmuustekijöitä on kuvattu tarkemmin puolivuositarkastuksen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.

Vuosikalenteri 2025

Marimekon osavuositarkastus tammi–syyskuulta julkistetaan perjantaina 31.10.2025 klo 8.00.

Helsingissä 13. elokuuta 2025

Marimekko Oyj
Hallitus

Puolivuosikatsauksen taulukot

Konsernituloslaskelma ja laaja tuloslaskelma
Konsernitase
Konsernin rahavirtalaskelma
Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista
Laadintaperiaatteet
Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet
Liikevaihto markkina-alueittain
Liikevaihto tuotelinjoittain

Muut tiedot

Konsernin tunnuslukuja
Vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytys IFRS-tilinpäätöslukuihin
Liikevaihdon ja tuloksen kehitys vuosineljänneksittäin
Myymälät ja shop-in-shopit
Tunnuslukujen laskentakaavat

KONSERNITULOSLASKELMA

(Milj. euroa)	4-6/2025	4-6/2024	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
LIKEVAIHTO	44,5	43,7	84,1	81,3	182,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	1,9	1,0	6,2	2,9	5,8
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-18,5	-18,3	-38,7	-34,3	-77,9
Työsuhde-etuksista aiheutuvat kulut	-9,4	-9,2	-18,5	-17,8	-35,9
Poistot ja arvonalentumiset	-2,5	-2,3	-4,9	-4,7	-9,3
Liiketoiminnan muut kulut	-9,7	-8,7	-17,6	-16,4	-34,0
LIIKEVOITTO	6,3	6,1	10,6	11,2	31,4
Rahoitustuotot	-0,1	0,2	0,3	0,6	1,2
Rahoituskulut	-0,8	-0,2	-1,4	-0,8	-1,6
	-0,9	0,1	-1,1	-0,2	-0,4
TULOS ENNEN VEROJA	5,4	6,2	9,5	11,0	31,0
Tuloverot	-1,1	-1,4	-2,0	-2,4	-6,6
KATSAUSKAUDEN TULOS	4,3	4,7	7,5	8,6	24,4
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	4,3	4,7	7,5	8,6	24,4
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,11	0,12	0,19	0,21	0,60

LAAJA TULOSLASKELMA

(Milj. euroa)	4-6/2025	4-6/2024	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
KATSAUSKAUDEN TULOS	4,3	4,7	7,5	8,6	24,4
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi					
Muuntoeron muutos	0,3	-0,1	0,4	-0,1	-0,1
KATSAUSKAUDEN LAAJA TULOS	4,5	4,7	7,9	8,6	24,3
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	4,5	4,7	7,9	8,6	24,3

KONSERNITASE

(Milj. euroa) 30.6.2025 30.6.2024 31.12.2024

VARAT

PITKÄAIKAISET VARAT

Aineettomat hyödykkeet	2,5	1,1	1,6
Aineelliset hyödykkeet	30,5	33,4	33,3
Muut rahoitusvarat	0,6	0,6	0,5
Laskennalliset verosaamiset	0,9	1,1	1,0
	34,5	36,2	36,4

LYHYTAIKAISET VARAT

Vaihto-omaisuus	41,7	31,9	35,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	21,3	17,8	17,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,7	1,0	0,4
Rahavarat	8,3	26,7	40,4
	73,1	77,4	93,9

VARAT YHTEENSÄ	107,6	113,7	130,3
----------------	-------	-------	-------

KONSERNITASE

(Milj. euroa) 30.6.2025 30.6.2024 31.12.2024

OMA PÄÄOMA JA VELAT

EMOYHTIÖN OMISTAJILLE KUULUVA OMA PÄÄOMA

Osakepääoma	8,0	8,0	8,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	1,2	1,2	1,2
Omat osakkeet	-0,5	-0,5	-0,5
Muuntoerot	0,3	-0,1	-0,1
Kertyneet voittovarot	48,2	50,9	66,9
Oma pääoma yhteensä	57,2	59,5	75,5

PITKÄAIKAISET VELAT

Vuokrasopimusvelat	19,6	23,3	22,3
	19,6	23,3	22,3

LYHYTAIKAISET VELAT

Ostovelat ja muut velat	22,6	23,4	24,2
Vuokrasopimusvelat	8,2	7,4	8,3
	30,8	30,8	32,5

Velat yhteensä	50,3	54,1	54,8
----------------	------	------	------

OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	107,6	113,7	130,3
------------------------------	-------	-------	-------

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(Milj. euroa)	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Katsauskauden tulos	7,5	8,6	24,4
Oikaisut			
Poistot ja arvonalentumiset	4,9	4,7	9,3
Rahoitustuotot ja -kulut	1,1	0,2	0,4
Verot	2,0	2,4	6,6
Osakeperusteiset maksut	0,2	0,3	0,5
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	15,6	16,1	41,2
Käyttöpääoman muutos			
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-3,5	1,8	2,0
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-6,5	-2,6	-6,1
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-1,4	-1,2	-0,3
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	4,2	14,1	36,8
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista			
	-0,7	-0,7	-1,4
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista			
	0,3	0,3	0,6
Maksetut verot			
	-3,2	-3,4	-6,9
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	0,7	10,3	29,1

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(Milj. euroa)	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1,6	-1,2	-2,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-1,6	-1,2	-2,3
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lyhytaikaisten lainojen takaisin maksut	-	-0,6	-0,6
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-4,2	-3,9	-8,0
Maksetut osingot	-26,4	-15,0	-15,0
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-30,6	-19,6	-23,6
Rahavarojen muutos	-31,6	-10,5	3,2
Rahavarat katsauskauden alussa	40,4	37,0	37,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,5	0,1	0,2
Rahavarat katsauskauden lopussa	8,3	26,7	40,4

Marimekolla on lisäksi nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 22,4 milj. euroa (32,6).

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

(Milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma					
	Osake- pääoma	Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	Omat osakkeet	Muunto- erot	Kertyneet voittovarot	Oma pääoma yhteensä
Oma pääoma 1.1.2024	8,0	1,2	-0,5	0,0	57,0	65,7
Laaja tulos						
Katsauskauden tulos					8,6	8,6
Muuntoerot				-0,1		-0,1
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				-0,1	8,6	8,6
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15,0	-15,0
Osakeperusteiset maksut					0,3	0,3
Oma pääoma 30.6.2024	8,0	1,2	-0,5	-0,1	50,9	59,5
Oma pääoma 1.1.2025	8,0	1,2	-0,5	-0,1	66,9	75,5
Laaja tulos						
Katsauskauden tulos					7,5	7,5
Muuntoerot				0,4		0,4
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				0,4	7,5	7,9
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-26,4	-26,4
Osakeperusteiset maksut					0,2	0,2
Oma pääoma 30.6.2025	8,0	1,2	-0,5	0,3	48,2	57,2

LAADINTAPERIAATTEET

Tämä puolivuosikatsaus on laadittu IAS 34 Osavuosikatsaukset -standardin mukaisesti. Marimekko on noudattanut tämän katsauksen laatimisessa samoja laatimisperiaatteita kuin vuoden 2024 tilinpäätöksessään.

Puolivuosikatsaus 2025 on tilintarkastamaton. Koko vuotta 2024 koskevat luvut perustuvat vuoden 2024 tilintarkastettuun tilinpäätökseen. Miljooniksi euroiksi pyöristettyjen lukujen yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

Marimekko käyttää vaihtoehtoisia tunnuslukuja (APM) ja noudattaa niihin liittyen ESMA:n antamaa ohjeistusta. Tällaisia tunnuslukuja ovat esimerkiksi vertailukelpoinen liikevoitto, vertailukelpoinen liikevoittomarginaali-%, vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA) sekä vertailukelpoinen osakekohtainen tulos (EPS). Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät on esitetty erikseen vaihtoehtoisen tunnuslukujen täsmäytyslaskelman yhteydessä. Konsernin johto käyttää harkintaa tehdessään päätöksiä vertailukelpoisten erien luokittelussa. Vertailukelpoisuuteen vaikuttaviin eriin luetaan mukaan esimerkiksi uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat kustannukset, työsuhteen päättymiseen liittyvät kulut sekä poikkeukselliset ja odottamattomat tapahtumat. Vaihtoehtoisena tunnuslukuna esitetään myös brändimyynti, joka kuvaa Marimekko-brändin tavoittavuutta eri jakelukanavien kautta.

AINEETTOMAT JA AINEELLISET HYÖDYKKEET

(Milj. euroa)	Aineettomat hyödykkeet	Käyttöoikeus- omaisuuserät	Aineelliset hyödykkeet	Muut	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2024	10,0	79,5	26,5		106,0
Muuntoerot	0,0	0,3	0,1		0,4
Lisäykset	0,7	2,3	0,5		2,9
Hankintameno 30.6.2024	10,6	82,1	27,2		109,3
Kertyneet poistot 1.1.2024	9,5	49,2	21,6		70,9
Muuntoerot	0,0	0,2	0,1		0,4
Katsauskauden poistot	0,1	4,1	0,5		4,6
Kertyneet poistot 30.6.2024	9,5	53,6	22,2		75,9
Kirjanpitoarvo 30.6.2024	1,1	28,5	4,9		33,4
Hankintameno 1.1.2025	11,3	85,8	27,7		113,6
Muuntoerot	0,0	-1,7	-0,6		-2,3
Lisäykset	1,0	1,8	0,6		2,4
Vähennykset	-	-1,7	-0,3		-2,0
Hankintameno 30.6.2025	12,3	84,3	27,4		111,6
Kertyneet poistot 1.1.2025	9,6	57,5	22,8		80,3
Muuntoerot	0,0	-1,3	-0,6		-1,9
Vähennysten kertyneet poistot	-	-1,7	-0,3		-2,0
Katsauskauden poistot	0,1	4,2	0,5		4,7
Kertyneet poistot 30.6.2025	9,8	58,8	22,3		81,1
Kirjanpitoarvo 30.6.2025	2,5	25,5	5,0		30,5

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(Milj. euroa)	4-6/ 2025	4-6/ 2024	Muutos, %	1-6/ 2025	1-6/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2024
Suomi	25,2	24,5	3	44,0	44,0	0	101,0
Vähittäismyynti	18,4	17,8	4	31,1	29,4	6	70,6
Tukkumyynti	6,5	6,7	-2	12,5	14,5	-14	30,1
Lisenssituotot	0,2	0,1		0,4	0,1		0,3
Skandinavia	4,4	4,4	1	8,6	7,4	16	18,5
Vähittäismyynti	1,8	1,3	41	3,2	2,4	33	5,6
Tukkumyynti	2,6	3,0	-14	5,4	5,0	9	12,7
Lisenssituotot	0,0	0,1	-100	0,1	0,1	0	0,2
Eurooppa**	3,9	3,4	16	7,8	5,8	34	13,1
Vähittäismyynti	1,0	0,8	29	1,9	1,6	24	3,6
Tukkumyynti	2,8	2,5	13	5,7	4,0	44	8,8
Lisenssituotot	0,1	0,1	-9	0,2	0,3	-38	0,6
Pohjois-Amerikka	2,7	2,5	9	5,4	5,0	9	10,8
Vähittäismyynti	1,5	1,3	19	2,7	2,3	17	5,6
Tukkumyynti	1,0	1,1	-12	2,4	2,4	2	4,7
Lisenssituotot	0,2	0,1		0,3	0,3	-5	0,5
Aasian-Tyynenmeren alue	8,2	8,9	-8	18,1	19,1	-5	39,2
Vähittäismyynti	1,8	2,0	-12	3,5	3,5	0	8,1
Tukkumyynti	6,4	6,4	0	14,6	14,3	3	29,2
Lisenssituotot	0,0	0,5	-99	0,0	1,3	-100	2,0
Kansainvälinen myynti yhteensä	19,2	19,1	1	40,0	37,4	7	81,6
Vähittäismyynti	6,2	5,4	14	11,3	9,8	16	22,9
Tukkumyynti	12,8	13,0	-2	28,2	25,6	10	55,4
Lisenssituotot	0,3	0,7	-60	0,5	2,0	-73	3,2
Yhteensä	44,5	43,7	2	84,1	81,3	3	182,6
Vähittäismyynti	24,6	23,2	6	42,4	39,1	8	93,6
Tukkumyynti	19,4	19,7	-2	40,7	40,1	1	85,5
Lisenssituotot	0,5	0,7	-31	0,9	2,1	-55	3,5

** Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsauskaudella tai vertailukausilla.

Marimekko raportoi oman verkkokaupan liikevaihdon osana vähittäismyyntiä ja myynnin muiden verkkomyyntikanavien kautta osana tukkumyyntiä. Tukkumyynnin liikevaihto kirjataan tukkuasiakkaan maantieteellisen sijainnin mukaan.

LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(Milj. euroa)	4-6/2025	4-6/2024	Muutos, %	1-6/2025	1-6/2024	Muutos, %	1-12/2024
Muoti	16,1	14,3	13	30,9	26,9	15	60,2
Kodintuotteet	18,7	20,0	-7	35,4	36,7	-4	82,3
Laukut ja asusteet	9,7	9,4	3	17,8	17,7	0	40,1
Yhteensä	44,5	43,7	2	84,1	81,3	3	182,6

Muut tiedot

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

	1-6/2025	1-6/2024	Muutos, %	1-12/2024
Tulos/osake (EPS), euroa	0,19	0,21	-13	0,60
Oma pääoma/osake, euroa	1,41	1,47	-4	1,86
Oman pääoman tuotto (ROE), %	39,9	46,1		34,5
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %	34,9	38,5		31,4
Omavaraisuusaste, %	54,1	53,2		58,7
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	33,9	6,8		-12,9
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	1,6	1,2	36	2,3
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	2,0	1,5		1,3
Vastuusitoumukset, milj. euroa	1,2	0,9	32	1,1
Henkilöstö keskimäärin	478	457	5	466
Henkilöstö kauden lopussa	511	490	4	480
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	40 571 380	40 571 380		40 571 380
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä keskimäärin	40 571 380	40 571 380		40 571 380

VAIHTOEHTOISTEN TUNNUSLUKUJEN TÄSMÄYTYS IFRS-TILINPÄÄTÖSLUKUIHIN

(Milj. euroa)	4-6/2025	4-6/2024	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät					
Työsuhde-etuudet	-0,1	-0,2	-0,3	-0,4	-0,6
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liikevoitossa	-0,1	-0,2	-0,3	-0,4	-0,6
Käyttökate (EBITDA)	8,8	8,5	15,5	15,8	40,7
Työsuhde-etuudet	0,1	0,2	0,3	0,4	0,6
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	9,0	8,7	15,8	16,2	41,3
Liikevoitto	6,3	6,1	10,6	11,2	31,4
Työsuhde-etuudet	0,1	0,2	0,3	0,4	0,6
Vertailukelpoinen liikevoitto	6,5	6,4	10,9	11,6	31,9
Liikevaihto	44,5	43,7	84,1	81,3	182,6
Liikevoittomarginaali, %	14,3	14,0	12,6	13,8	17,2
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	14,6	14,6	13,0	14,2	17,5

Vertailukelpoisuuteen vaikuttavina erinä on eritelty yhtiön perusliiketoiminnasta erilliset erät. Konsernin johto käyttää harkintaa tehdessään päätöksiä vertailukelpoisten erien luokittelussa.

LIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(Milj. euroa)	4-6/2025	1-3/2025	10-12/2024	7-9/2024
Liikevaihto	44,5	39,6	54,0	47,2
Liikevoitto	6,3	4,3	9,1	11,1
Tulos/osake, euroa	0,11	0,08	0,18	0,21

(Milj. euroa)	4-6/2024	1-3/2024	10-12/2023	7-9/2023
Liikevaihto	43,7	37,7	50,6	47,9
Liikevoitto	6,1	5,1	8,1	12,9
Tulos/osake, euroa	0,12	0,10	0,15	0,25

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Suomi	68	66	65
Omat myymälät	27	25	26
Omat outlet-myymälät	14	14	12
Jälleenmyyjämyymälät	12	12	12
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	15	15	15
Skandinavia	9	8	8
Omat myymälät	6	5	5
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	3	3
Eurooppa**	1	1	1
Omat myymälät	-	-	-
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	1	1	1
Pohjois-Amerikka	2	3	3
Omat myymälät	1	1	1
Omat outlet-myymälät	1	1	1
Jälleenmyyjämyymälät	-	1	1
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	-	-	-
Aasian-Tyynenmeren alue	91	88	91
Omat myymälät	3	3	3
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	79	76	79
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	9	9	9
Yhteensä	171	166	168
Omat myymälät	37	34	35
Omat outlet-myymälät	15	15	13
Jälleenmyyjämyymälät	91	89	92
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	28	28	28

** Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsauskaudella tai vertailukausilla.

Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuriset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli kesäkuun 2025 lopussa 52 (49).

TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA), euroa:

Liiketulos - poistot - arvonalentumiset - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät

Vertailukelpoinen liiketulos, euroa:

Liiketulos - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa

Vertailukelpoinen liikeolosmarginaali, %:

$(\text{Liiketulos} - \text{vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa}) \times 100 / \text{Liikevaihto}$

Tulos/osake (EPS), euroa:

$(\text{Voitto ennen veroja} - \text{tuloverot}) / \text{Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä (keskimäärin katsauskauden aikana)}$

Vertailukelpoinen tulos/osake (EPS), euroa:

$(\text{Vertailukelpoinen voitto ennen veroja} - \text{tuloverot vertailukelpoisesta voitosta}) / \text{Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä (keskimäärin katsauskauden aikana)}$

Oma pääoma/osake, euroa:

Oma pääoma / Osakkeiden lukumäärä 30.6.

Oman pääoman tuotto (ROE), %:

$(\text{Voitto ennen veroja} - \text{tuloverot}) \text{ rullaava } 12 \text{ kk} \times 100 / \text{Oma pääoma (keskimäärin)}$

Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %:

$(\text{Voitto ennen veroja} + \text{korko- ja muut rahoituskulut}) \text{ rullaava } 12 \text{ kk} \times 100 / \text{Taseen loppusumma - korottomat velat (keskimäärin)}$

Omavaraisuusaste, %:

$\text{Oma pääoma} \times 100 / (\text{Taseen loppusumma} - \text{saadut ennakot})$

Nettovelkaantumisaste (gearing), %:

$\text{Korolliset nettovelat} \times 100 / \text{Oma pääoma}$

Nettokäyttöpääoma, euroa:

Vaihto-omaisuus + myyntisaamiset ja muut saamiset + katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset - verovelat - lyhytaikaiset varaukset - ostovelat ja muut velat

Nettovelka/käyttökate (EBITDA):

$\text{Korolliset nettovelat} / \text{vertailukelpoinen rullaava } 12 \text{ kk käyttökate}$