



marimekko

Tilinpäätöstiedote

2025

Marimekko Oyj, Tilinpäätöstiedote 12.2.2026 klo 8.00

Marimekon liikevaihto neljännellä neljänneksellä nousi vertailukauden ennätystasolta ja liikevoittomarginaali oli hyvä haastavana jatkuneesta markkinatilanteesta huolimatta

Neljäs vuosineljännes lyhyesti

- Marimekon liikevaihto kasvoi 1 prosentin ja oli 54,7 miljoonaa euroa (54,0). Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella. Vähittäismyynti kasvoi myös kaikilla muilla kansainvälisillä markkina-alueilla. Yhteensä kansainvälinen liikevaihto kasvoi 5 prosenttia.
- Liikevaihto Suomessa jäi 1 prosentin vertailukaudesta vähittäismyynnin laskiessa. Tukkumyyntiä nostivat kotimaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka vertailuvuonna painottuivat voimakkaasti vuoden ensimmäiselle puoliskolle.
- Liikevoitto oli 8,7 miljoonaa euroa (9,1) ja vertailukelpoinen liikevoitto 8,8 miljoonaa euroa (9,3) eli 16,1 prosenttia liikevaihdosta (17,1).
- Liikevoittoa heikensivät korkeammat kiinteät kustannukset. Suhteellisen myyntikatteen paraneminen ja liikevaihdon nousu puolestaan tukivat liikevoittoa.

Vuosi 2025 lyhyesti

- Yhtiön liikevaihto kasvoi 4 prosenttia ja oli 189,6 miljoonaa euroa (182,6). Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella ja Euroopassa sekä vähittäismyynnin nousu Skandinaviassa. Liikevaihtoa puolestaan heikensi aiemmin arvioidun mukaisesti lisenssituottojen jääminen merkittävästi vahvasta vertailuvuodesta.
- Liikevaihto Suomessa kasvoi 1 prosentin erityisesti lisenssituottojen myönteisen kehityksen ansiosta. Kansainvälinen liikevaihto nousi 7 prosenttia, kun sekä vähittäis- että tukkumyynti kasvoivat.
- Liikevoitto nousi 31,8 miljoonaan euroon (31,4) ja vertailukelpoinen liikevoitto 32,3 miljoonaan euroon (31,9) ollen 17,1 prosenttia liikevaihdosta (17,5).
- Liikevoittoa paransi liikevaihdon kasvu. Kasvaneet kiinteät kustannukset ja suhteellisen myyntikatteen heikkeneminen puolestaan vaikuttivat negatiivisesti liikevoittoon.

Hallituksen osingonjakoehdotus

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2025 maksetaan osinkoa 0,42 euroa osakkeelta. Osingonmaksun täsmäytyspäiväksi ehdotetaan 20.4.2026 ja osingon maksupäiväksi 27.4.2026.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2026

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2026 kasvavan edellisvuodesta (2025: 189,6 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2025: 17,1 prosenttia). Vuoden 2026 näkymiin merkittävää volatiliteettia aiheuttaa erityisesti kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys yhtiön päämarkkinoilla. Tähän kehitykseen vaikuttavat voimakkaasti esimerkiksi nopeat muutokset ja epävarmuudet geopolitiikassa ja globaalissa kauppapolitiikassa. Myös mahdolliset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa voivat aiheuttaa volatiliteettia vuoden näkymiin.

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

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	10-12/ 2025	10-12/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2025	1-12/ 2024	Muutos, %
Liikevaihto	54,7	54,0	1	189,6	182,6	4
Kansainvälinen myynti	23,9	22,7	5	87,2	81,6	7
osuus liikevaihdosta, %	44	42		46	45	
Käyttökate (EBITDA)	11,4	11,4	-1	41,9	40,7	3
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	11,4	11,6	-2	42,3	41,3	3
Liikevoitto	8,7	9,1	-4	31,8	31,4	1
Liikevoittomarginaali, %	15,9	16,8		16,8	17,2	
Vertailukelpoinen liikevoitto	8,8	9,3	-5	32,3	31,9	1
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	16,1	17,1		17,1	17,5	
Kauden tulos	6,9	7,3	-5	24,4	24,4	0
Tulos/osake, euroa	0,17	0,18	-5	0,60	0,60	0
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,17	0,18	-6	0,61	0,61	0
Liiketoiminnan rahavirta	22,4	14,4	56	34,5	29,1	19
Bruttoinvestoinnit	0,7	0,6	27	2,9	2,3	24
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				30,0	31,4	
Omavaraisuusaste, %				57,7	58,7	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				-9,3	-12,9	
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk)				-0,17	-0,24	
Henkilöstö kauden lopussa				493	480	3
joista Suomen ulkopuolella				92	84	10
Brändimyynti*	98,2	109,6	-10	385,1	419,2	-8
joista Suomen ulkopuolella	54,3	68,3	-20	240,7	287,1	-16
kansainvälisen myynnin osuus, %	55	62		62	68	
Myymlöiden lukumäärä				174	168	4

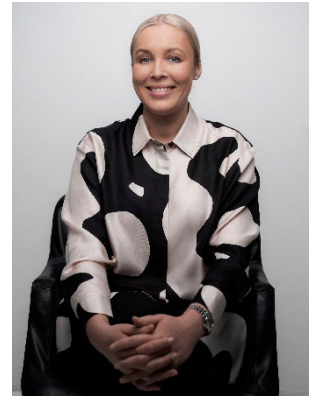
* Vaihtoehtoisena ei-IFRS-tunnuslukuna esitetään brändimyynti, joka kuvaa Marimekko-brändin tavoittavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin. Brändimyynti ei sisällä arvonnäköä, 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 vertailukelpoisin eriin liittyvä johdon harkinta on esitetty tilinpäätöstiedotteen taulukko-osassa.

TIINA ALAHUHTA-KASKO

Toimitusjohtaja

”Haastavana jatkuneesta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihtomme neljännellä neljänneksellä nousi vertailukauden ennätystasolta kansainvälisen myynnin kasvaessa. Myös vertailukelpoinen liikevoittomarginaalimme säilyi hyvänä.



Marimekon liikevaihto neljännellä neljänneksellä kasvoi yhden prosentin ja oli 54,7 miljoonaa euroa (54,0). Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella. Vähittäismyyntimme kasvoi myös kaikilla muilla kansainvälisillä markkina-alueilla huolimatta globaalisti epävarmasta markkinatilanteesta ja heikosta kuluttajaluottamuksesta. Toimintaympäristö jatkui Suomessa erittäin hintaherkkänä ja taktisena, mikä vaikutti negatiivisesti kotimaan vähittäismyyntiin ja se jäi vahvasta vertailukaudesta. Siitä huolimatta monikanavainen vähittäismyyntimme kasvoi globaalisti loka-joulukuussa yhteensä kaksi prosenttia. Tukkumyynti puolestaan säilyi vertailukauden tasolla. Suomessa tukkumyynti nousi kaksi prosenttia ja sitä kasvattivat kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka vertailuvuonna painottuivat voimakkaasti vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Yhteensä liikevaihto Suomessa neljännellä neljänneksellä laski yhden prosentin kansainvälisen liikevaihdon noustessa viisi prosenttia.

Vertailukelpoinen liikevoittomme vuoden viimeisellä neljänneksellä oli 8,8 miljoonaa euroa (9,3) eli 16,1 prosenttia liikevaihdosta (17,1). Liiketulokseemme katsauskaudella vaikuttivat negatiivisesti korkeammat kiinteät kustannukset, erityisesti panostukset markkinointiin. Liikevoittoa puolestaan tukivat vertailukautta parempi suhteellinen myyntikate sekä liikevaihdon nousu.

Koko vuoden 2025 liikevaihtomme kasvoi neljä prosenttia ja nousi 189,6 miljoonaan euroon (182,6). Liikevaihdon kasvu nosti vertailukelpoista liikevoittoamme, joka oli 32,3 miljoonaa euroa (31,9) eli 17,1 prosenttia liikevaihdosta (17,5).

Lokakuun lopussa ovensa avasi Marimekon historian ensimmäinen Pariisin lippulaivamyymälä. Huolellisesti valmisteltu avaus näkyi mediassa ympäri maailmaa ja toi ihmisiä paikalle sankoin joukoin. Strategiamme mukaisesti lähestymme markkina-alueitamme avainkaupunkien kautta. Pariisi on yksi globaalin muotimaailman tärkeimmistä kaupungeista, jonka vaikutus bränditunnettuuden ja positioinnin rakentamisessa ulottuu Euroopan lisäksi Aasiaan ja Pohjois-Amerikkaan. Näin Pariisin-lippulaivamyymälä tukee Marimekon brändi-ilmiön ja pitkän aikavälin kasvun skaalaamista laajemmin eri kanavissa ja kansainvälisillä markkinoilla.

Neljännellä neljänneksellä myös Hongkongissa jo vuonna 2012 avattu Marimekko-myymälä löysi uuden kodin samalla kadulla ja avasi ovensa lippulaivamyymäläksi uudistettuna rakentaen näin bränditunnettuutta ja positiointia laajemminkin Aasiassa. Uudet Marimekko-myymälät avattiin myös Tokiossa ja Bangkokissa. Lisäksi yksi pop-up-myymälänä aloittanut liike Taipeiissa ja toinen Kuala Lumpurissa vakinaistettiin pysyviksi myymälöiksi. Vuoden viimeisellä neljänneksellä asiakkaita ilahdutti myös kahdeksan uutta pop-up-myymälää pääosin Aasiassa. Yksi pop-up-myymälöistä liittyi JW Marriott -hotelliketjun kanssa tehtävään yhteistyöhön, jossa

Marimekon kuosit näkyvät valituissa huoneissa ja oheistapahtumissa yhdeksässä hotellissa Pekingissä, Shanghaissa, Hongkongissa ja Guangzhoussa. Taichungissa puolestaan Sundate Café kietoutui loka-marraskuussa Marimekon kuvioihin. Luovat brändikokemukset, jotka liittävät Marimekon kullakin markkinalla paikalliseen yhteisöön ja kulttuuriin, auttavat erottautumaan kilpailijoista sekä tutustuttavat uusia asiakkaita Marimekkoon.

Fyysisen myymäläverkoston lisäksi kehitimme monikanavaista vähittäiskauppakokemusta tuomalla joulukuussa kanta-asiakkaillemme uuden Marimekko-sovelluksen. Sovellus tarjoaa inspiroivan ostokokemuksen lisäksi kurkistuksen kulissien taakse: esimerkiksi design- ja kuviotarinoita sekä kangaspainostamme kertovaa sisältöä. Samalla lanseerasimme uudistetun kanta-asiakasohjelmamme, jonka digitaalinen koti on vahvasti Marimekko-sovelluksessa.

Neljännellä neljänneksellä Marimekon tuoreinta kukkakuosituotantoa esittelevä Field of Flowers -näyttelykiertue pysähtyi Shanghaissa ja Sydneyssä. Vuoden aikana saimme kertoa kuviotaiteestamme laajemmin niin nykyisille kuin uusille Marimekon ystäville yhteensä 11 Field of Flowers -näyttelyssä. Esiteltyjä kuoseja nähdään vahvasti esimerkiksi kevään ja kesän 2026 mallistoissa niin vaatetuksessa, laukuissa ja asusteissa kuin kodintuotteissa.

Myös nyt alkavan 75. toimintavuotemme keskiössä on Marimekon ainutlaatuinen ja moni-ilmeinen kuviotaide. Vuosikymmenten aikana lukuisten taidokkaiden suunnittelijoiden toimesta rakentunut yli 3 500 kuvion arkistomme on designtalomme aivan ydintä, jota jatkuvasti rikastamme tuomalla uusia, omaperäisiä tulokulmia värikkääseen ja rohkeaan muotokieleemme. Myös alkaneena vuonna klassikoiden rinnalla tullaan näkemään tuoreita, kiinnostavia painokuvioita ja niitä kantavia tuotteita aivan uusiltakin Marimekko-suunnittelijoilta.

Haluan lämpimästi kiittää koko ajan kasvavaa joukkoa Marimekon ystäviä heidän meille osoittamastaan luottamuksesta sekä kaikkia marimekkoalaisia ja partnereitamme eri puolilla maailmaa määrätietoisesta työstä vuonna 2025. Vahva taloudellinen asemamme ja liiketoimintamme kannattava kasvu heikommassakin markkinatilanteessa yhdistettynä maailmalla lisääntyvään kiinnostukseen Marimekkoa kohtaan kertovat brändimme ainutlaatuisista kasvumahdollisuuksista. Jatkamme johdonmukaisesti globaalin Marimekko-ilmion ja liiketoimintamme pitkäjänteistä skaalaamista.”

Toimintaympäristö

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

Maailmantalouden tila on säilynyt melko vakaana huolimatta epävarmasta geopolitiisesta ympäristöstä ja kasvaneista jännitteistä. Maailmantalouden ennakoidaan kasvavan 3,3 prosenttia vuonna 2026 erityisesti kehittyvien talouksien vetämänä. Suurista talousalueista heikoimpia lukemat ovat Euroopassa, mutta euroalueen arvioidaan silti kasvavan tänä vuonna 1,3 prosenttia. Suurimpia riskejä talouskehitykselle ovat epävakaa kauppapolitiittinen ympäristö ja transatlanttisen suhteen nopea muuttuminen.

Suomen talouskehitys on ollut vaisua, eikä yritysten suhdannetilanteessa ole viime kuukausina tapahtunut suuria muutoksia. Suhdannetilanne kaikilla toimialoilla on edelleen keskimääräistä heikompi, mutta yritysten tulevaisuuden suhdanneodotukset ovat yhä maltillisen myönteisiä ja yritysten talousluottamus on vahvistunut hieman. Myös vähittäiskaupan luottamusindikaattori kääntyi loppuvuonna 2025 kasvuun ja parani edelleen tammikuussa. Myynti kaupan alalla on kuitenkin kasvanut hitaasti ja kysyntä on monin paikoin vaimeaa. Myyntiodotukset lähikuukausille ovat silti myönteiset. Jo pitkään heikko kuluttajien luottamus puolestaan laski

loppuvuodesta 2025 edelleen. Kuluttajien arvio oman talouden nykytilasta oli hyvin huonolla tasolla ja odotukset sekä oman että Suomen talouden kehityksestä olivat edelleen vaisuja. Tammikuussa kuluttajat arvioivat ajankohdan kestotavaroiden hankinnalle epäotolliseksi, ja pelko työttömyydestä kasvoi. Kuluttajien arviot inflaation nykytilasta ja odotukset sen kehityksestä olivat laskussa mutta edelleen melko korkealla tasolla.

(Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, tammikuu 2026; Luottamusindikaattorit, tammikuu 2026. Tilastokeskus: Kuluttajien luottamus, tammikuu 2026.)

Suomen vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto kasvoi joulukuussa 2,0 prosenttia edellisvuodesta ja myynnin määrä nousi 0,7 prosenttia. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto vuonna 2025 kasvoi 1,5 prosenttia ja myynnin määrä väheni 0,3 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, joulukuu 2025).

Liikevaihto

Liikevaihto neljännellä neljänneksellä

Marimekon liikevaihto loka–joulukuussa 2025 kasvoi 1 prosentin vertailukauden ennätystasosta ja oli 54,7 milj. euroa (54,0). Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella. Vähittäismyynti kasvoi myös kaikilla muilla kansainvälisillä markkina-alueilla. Liikevaihtoa puolestaan heikensi vähittäismyynnin lasku Suomessa. Yhteensä liikevaihto Suomessa laski 1 prosentin, kun taas kansainvälinen liikevaihto kasvoi 5 prosenttia.

Marimekon monikanavainen vähittäismyynti neljännellä vuosineljänneksellä kasvoi 2 prosenttia. Vähittäismyynti nousi kansainvälisesti kaikkialla mutta laski Suomessa. Tukkumyynti oli vertailukauden tasolla.

Liikevaihto Suomessa loka–joulukuussa oli 30,8 milj. euroa (31,3). Liikevaihtoa heikensi vähittäismyynnin kehitys, kun toimintaympäristön jatkuessa erittäin hintaherkkänä ja taktisena vähittäismyynti kotimaassa laski 4 prosenttia. Vertailukelpoinen vähittäismyynti, johon ei katsaus- tai vertailukaudelta lueta mukaan uusia tai merkittävästi uudistettuja myymälöitä, heikkeni 5 prosenttia. Tukkumyynti Suomessa nousi 2 prosenttia. Kasvua toivat kotimaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka vertailuvuonna painottuivat voimakkaasti vuoden ensimmäiselle puoliskolle.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkina-alueella, Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto kasvoi 10 prosenttia ja oli 11,0 milj. euroa (10,0). Vähittäismyynti markkina-alueella nousi 24 prosenttia ja tukkumyynti 9 prosenttia. Lisenssituotot laskivat 53 prosenttia.

Liikevaihto vuonna 2025

Vuonna 2025 konsernin liikevaihto kasvoi 4 prosenttia ja oli 189,6 milj. euroa (182,6). Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella ja Euroopassa sekä vähittäismyynnin nousu Skandinaviassa. Liikevaihtoa puolestaan heikensi aiemmin arvioidun mukaisesti lisenssituottojen jääminen merkittävästi vahvasta vertailuvuodesta, erityisesti Aasian-Tyynenmeren alueella. Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi vuoden aikana kaikilla markkina-alueilla ja nousi yhteensä 4 prosenttia. Myös tukkumyynti nousi lähes kaikilla markkina-alueilla, ja yhteensä kasvua kertyi 5 prosenttia. Lisenssituotot laskivat 34 prosenttia. Liikevaihto Suomessa nousi 1 prosentin ja kansainvälinen liikevaihto kasvoi 7 prosenttia, kun kasvua tuli kaikilta kansainvälisiltä markkina-alueilta.

Suomessa liikevaihto vuonna 2025 ylsi 102,4 milj. euroon (101,0) huolimatta siitä, että toimintaympäristö jatkui haastavana ja tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset olivat ennakoidusti merkittävästi pienemmät kuin vertailuvuonna. Vähittäismyynti Suomessa oli edellisvuoden ennätystasolla, myös vertailukelpoiseksi muutettuna. Tukkumyynti kasvoi 1 prosentin, ja lisenssituotot nousivat merkittävästi.

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella vuonna 2025 kasvoi 2 prosenttia ja oli 40,0 milj. euroa (39,2), kun sekä tukku- että vähittäismyynti nousivat. Tukkumyynti kasvoi 6 prosenttia ja vähittäismyynti puolestaan 8 prosenttia. Liikevaihdon hyvää kehitystä painoi lisenssituottojen merkittävä lasku alueella. Marimekko kirjaa lisenssituottojen liikevaihdon sopimuskumppanin kotipaikan maantieteellisen sijainnin mukaan.

LIIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(Milj. euroa)	10–12/ 2025	10–12/ 2024	Muutos, %	1–12/ 2025	1–12/ 2024	Muutos, %
Suomi	30,8	31,3	-1	102,4	101,0	1
Kansainvälinen myynti	23,9	22,7	5	87,2	81,6	7
Skandinavia	5,8	5,7	1	20,5	18,5	11
Eurooppa**	3,8	3,9	-4	15,3	13,1	17
Pohjois-Amerikka	3,3	3,0	9	11,5	10,8	6
Aasian-Tyynenmeren alue	11,0	10,0	10	40,0	39,2	2
Yhteensä	54,7	54,0	1	189,6	182,6	4

** 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 tilinpäätöstiedotteen taulukko-osassa.

Taloudellinen tulos

Marimekon liikevoitto loka–joulukuussa 2025 oli 8,7 milj. euroa (9,1). Liikevoittoon sisältyi 0,1 milj. euroa (0,2) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 8,8 milj. euroa (9,3). Liikevoittoa heikensivät korkeammat kiinteät kustannukset. Suhteellisen myyntikatteen paraneminen ja liikevaihdon nousu puolestaan tukivat liikevoittoa.

Kiinteitä kuluja loka–joulukuussa kasvatti erityisesti markkinointikulujen nousu mutta myös korkeammat henkilöstökulut, joita nostivat yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla sekä vähittäismyyntiä tukeneet myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta neljännellä neljänneksellä paransivat hyvät tuotekatteen sekä vertailukautta alemmat logistiikkakulut. Myyntikatetta puolestaan heikensivät suuremmat alennuskustannukset.

Konsernin liikevoitto vuonna 2025 nousi 31,8 milj. euroon (31,4). Liikevoittoon sisältyi 0,5 milj. euroa (0,6) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 32,3 milj. euroa (31,9). Liikevoittoa paransi liikevaihdon kasvu. Kasvaneet kiinteät kustannukset ja

suhteellisen myyntikatteen heikkeneminen puolestaan vaikuttivat negatiivisesti liikevoiton kehitykseen.

Kiinteitä kuluja vuonna 2025 nostivat erityisesti korkeammat henkilöstökulut mutta myös panostukset digitaalisuuden kehittämiseen. Henkilöstökuluja nostivat yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla sekä vähittäismyyntiä tukeneet myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta heikensivät erityisesti suuremmat alennuskustannukset sekä ennakoidusti merkittävästi pienemmät lisenssituotot. Myös realisoitumattomat valuuttakurssierot vaikuttivat negatiivisesti myyntikatteeseen. Suhteellista myyntikatetta puolestaan tukivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteen.

Markkinointiin tilikaudella käytettiin 10,5 milj. euroa (10,6) eli 6 prosenttia konsernin liikevaihdesta (6).

Konsernin poistot tilikaudella olivat 10,0 milj. euroa (9,3) eli 5 prosenttia liikevaihdesta (5).

Liikevoittomarginaali vuonna 2025 oli 16,8 prosenttia (17,2) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 17,1 prosenttia (17,5). Vuoden viimeisellä neljänneksellä liikevoittomarginaali oli 15,9 prosenttia (16,8) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 16,1 prosenttia (17,1).

Nettorahoituserät tilikaudella olivat -1,4 milj. euroa (-0,4) eli 1 prosenttia liikevaihdesta (0). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -0,7 milj. euroa (0,3), joista realisoitumattomia oli -0,6 milj. euroa (0,4). Vuokrasopimusveloista aiheutuva vaikutus korkokuluihin oli -1,0 milj. euroa (-1,0).

Konsernin tulos ennen veroja vuonna 2025 oli 30,4 milj. euroa (31,0). Tilikauden tulos oli 24,4 milj. euroa (24,4) ja tulos osaketta kohden vuonna 2025 oli 0,60 euroa (0,60).

Tase

Konsernin tase 31.12.2025 oli 130,4 milj. euroa (130,3). Oma pääoma oli 74,3 milj. euroa (75,5) eli 1,83 euroa osaketta kohden (1,86).

Pitkäaikaiset varat olivat tilikauden lopussa 36,8 milj. euroa (36,4). Vuokrasopimusvelat olivat 29,7 milj. euroa (30,6). Marimekolla ei ollut tilikauden tai vertailuvuoden lopussa muita rahoitusvelkoja eikä konsernin käytössä ollut korollista luottolimiittia. Nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä konsernilla oli 22,4 milj. euroa (32,6).

Nettokäyttöpääoma oli joulukuun lopussa 30,6 milj. euroa (29,4) ja vaihto-omaisuus oli 35,6 milj. euroa (35,4).

Rahavirta ja rahoitus

Loka-joulukuussa 2025 liiketoiminnan rahavirta oli 22,4 milj. euroa (14,4) eli 0,55 euroa osaketta kohden (0,36). Liiketoiminnan rahavirtaa edellisvuoden vastaavasta ajankohdasta paransivat erityisesti lyhytaikaisen korottomien velkojen lisäys sekä vaihto-omaisuuden vähentyminen. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli loka-joulukuussa 21,7 milj. euroa (13,9).

Koko vuonna 2025 liiketoiminnan rahavirta oli 34,5 milj. euroa (29,1) eli 0,85 euroa osaketta kohden (0,72). Liiketoiminnan rahavirtaa vahvistivat vertailuvuotta pienempi vaihto-omaisuuden

lisäys sekä lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja vuonna 2025 oli 31,6 milj. euroa (26,8).

Konsernin rahavarat olivat joulukuun lopussa 36,6 milj. euroa (40,4). Rahavarojen laskuun vaikutti erityisesti lisäosingon maksu huhtikuussa 2025. Yhteensä katsauskaudella maksettiin osinkoja 26,4 milj. euroa (15,0). Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE) säilyi erinomaisella tasolla, 30,0 prosenttia (31,4). 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 tilikauden lopussa 57,7 prosenttia (58,7). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli -9,3 prosenttia (-12,9). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli -0,17 (-0,24) eli selvästi pitkän aikavälin tavoitetasoa parempi tavoitetason ollessa korkeintaan 2.

Investoinnit

Vuonna 2025 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 2,9 milj. euroa (2,3) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (1). Investoinnit kohdistuivat digitaalisuuden kehittämiseen ja myymäläverkoston uudistamiseen. Bruttoinvestointeihin ei sisällytetä taseeseen kirjattuja uusia vuokrasopimuksia (IFRS 16) katsauskaudella tai vertailukaudella.

Tutkimus- ja kehittämistoiminta

Marimekon tuotesuunnittelu- ja kehittämiskustannukset liittyvät mallistosuunnitteluun sekä uusia materiaaleja ja valmistustapoja koskeviin yhteistöihin. Suunnittelukustannukset kirjataan kuluihin.

Myymäläverkosto

Yhtiön jakelustrategian ytimessä on yhtiön itsensä tai sen partnereiden operoima monikanavainen Marimekko-vähittäismyynti. Valikoidut fyysiset ja 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 neljännellä neljänneksellä avattiin uudet Marimekko-myymälät Tokiossa ja Bangkokissa sekä lippulaivamyymälä Pariisissa. Lisäksi Taipeiissa ja Kuala Lumpurissa aiemmin vuonna 2025 avatut pop-up-myymälät muutettiin varsinaisiksi Marimekko-myymälöiksi. Marimekon ystäviä palveli myös kahdeksan pop-up-myymälää pääosin Aasiassa sekä pop-up-kahvila. Yhteensä vuoden aikana avattiin 13 Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia sekä 24 pop-up-myymälää. Seitsemän myymälää sulki ovensa. Myymäläverkostoa kehitettiin myös muilla tavoin: esimerkiksi lokakuussa Hongkongin Leighton Roadin Marimekko-myymälä muutti ja avattiin samalla kadulla lippulaivamyymäläksi uudistettuna. Marimekko-myymälöitä ja -shop-in-shopeja oli näin joulukuun lopussa 174 (168) ympäri maailmaa.

Verkkokauppa on tärkeä osa Marimekon monikanavaista vähittäismyyntiä. Verkkomyynti jatkoi kasvuaan neljännellä neljänneksellä. Yhtiön omat sekä partnereiden operoimat Marimekko-

verkkokaupat palvelevat asiakkaita yhteensä 39 maassa. Lisäksi Marimekolla on jakelua muiden verkkomyyntikanavien kautta. Joulukuussa yhtiö lanseerasi kanta-asiakkailleen uuden digitaalisen kanavan, Marimekko-sovelluksen. Samalla lanseerattiin uudistettu kanta-asiakasohjelma, jonka digitaalinen koti on vahvasti Marimekko-sovelluksessa.

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	31.12.2025	31.12.2024
Suomi	67	65
Skandinavia	8	8
Eurooppa**	3	1
Pohjois-Amerikka	2	3
Aasian-Tyynenmeren alue	94	91
Yhteensä	174	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 tilinpäätöstiedotteen taulukko-osassa.

Vastuullisuus

Marimekon toiminta ja designfilosofia ovat aina pohjanneet vastuulliseen ajatteluun: Marimekko haluaa tarjota asiakkailleen ajattomia, käytännöllisiä ja laadukkaita tuotteita, jotka tuovat iloa pitkään ja joita ei haluta heittää pois. Määrätietoinen vastuullisuustyö tukee yrityksen pitkän aikavälin menestystä, ja vastuullisuustyö on määritelty yhdeksi viidestä menestystekijästä yhtiön liiketoimintastrategiassa vuosille 2023–2027. Marimekon vastuullisuusstrategiakauden 2021–2025 kolme pääperiaatetta koskivat tuotteita, ympäristöä ja ihmisiä, ja käsittivät oman toiminnan lisäksi arvoketjun.

Vuonna 2025 tehtiin töitä muun muassa vähemmän päästöintensiiivisten materiaalien osuuden kasvattamiseksi edelleen mallistoissa sekä kiertotalouden periaatteiden mukaisten tuotteiden tuomiseksi markkinoille. Edellisvuoden tapaan Marimekko saavutti vuonna 2025 tavoitteensa vähentää ostettujen tekstiilimateriaalien kasvihuonekaasupäästöjä vähintään 20 prosenttia hankittua tekstiilikiloa kohden ja puolittaa tekstiilimateriaalien vesivarojen niukkuutta kuvaavan arvon hankittua tekstiilikiloa kohden vuoden 2019 tasosta. Ostettujen tekstiilimateriaalien kasvihuonekaasupäästöt hankittua kiloa kohden laskivat 29 prosenttia (21) ja vesivarojen niukkuusarvo hankittua kiloa kohden putosi 84 prosenttia (76) verrattuna vuoteen 2019. Tekstiilimateriaalien päästöintensiteettiä sekä vesivarojen niukkuutta kuvaavaa arvoa vähensivät erityisesti nahan osuuden pieneneminen vertailuvuodesta, nahan aiempaa pienempi päästökerroin ja vesivarojen niukkuutta kuvaava arvo sekä luomupuuvillan osuuden kasvu hankitusta puuvillasta. Määrätietoisen materiaalistrategian toteuttamisen lisäksi tavoitteen saavuttamista tuki vuonna 2023 tehty metodologinen päivitys, jonka ansiosta tuotekategoriakohtaiset värjäys- ja painamiskäytännöt on huomioitu laskennassa vuodesta 2022 alkaen aiempaa paremmin. Vastuullisuusstrategiakaudelle 2021–2025 asetettu tavoite vähentää oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjä (scope 1–2) 40 prosenttia vuoden 2025 loppuun mennessä saavutettiin ensimmäisen kerran jo vuonna 2022, ja vuonna 2025 nämä päästöt laskivat 61 prosenttia (67) vuoden 2019 tasosta. Marimekko asetti strategiakaudelle 2021–2025 myös tavoitteen puolittaa logistiikan kasvihuonekaasupäästöt kuljetettua kiloa kohden vuoden 2018 tasosta. Ennakoarvion mukaan nämä päästöt laskivat 2 prosenttia (20)

vuonna 2025. Suurimpia syitä tavoiteltua pienempään logistiikan päästöintensiteetin laskuun olivat lentorahdin osuuden kasvu yhtiön kuljetuksissa toimitusketjuihin liittyvien häiriöiden vaikutusten minimoimiseksi sekä kuljetettujen kilojen lisääntyminen yhtiön kasvaessa. Logistiikan kasvihuonekaasupäästöjen arvioon vaikuttaa osin myös logistiikkakumppanin vaihdosta johtuva tarkemman päästödatan puuttuminen, ja logistiikan päästöluku vuodelta 2025 voi näin myöhemmin tarkentua.

Vuoden 2025 alussa Marimekko julkaisi tieteeseen perustuvat lyhyen aikavälin päästövähennystavoitteet, joiden mukaan yhtiö pyrkii vähentämään scope 1–2 -päästöjä 42,0 prosenttia sekä scope 3 -päästöjä arvonlisäykseen (milj. euroa) suhteutettuna 51,6 prosenttia vuoden 2030 loppuun mennessä. Nämä YK:n Pariisin ilmastopöytäkirjan mukaiset tavoitteet ovat johdonmukainen askel yhtiön pitkäaikaisessa työssä ympäristövaikutuksiensa vähentämiseksi. Scope 1–2 -päästöt vuonna 2025 kasvoivat 26 prosenttia vertailuvuoden 2022 tasosta. Suurin syy päästöjen nousuun oli Herttoniemen toimiston ja sen yhteydessä toimivan ravintolan jäähdytyslaitteiston huollon yhteydessä vaihdettujen kylmäaineiden päästöintensiteetti. Arvonlisäykseen suhteutettuna scope 3 -päästöt puolestaan laskivat 21 prosenttia. Suurimpia tekijöitä myönteiseen kehitykseen olivat materiaali-strategian mukaisten, vähemmän päästöintensivisten tekstiilimateriaalien ostot sekä liikematkustamisen alhaisemmat päästöt. Myöhemmin mahdollisesti tarkentuva logistiikan päästöluku voi vaikuttaa myös Marimekon arvonlisäykseen suhteutettuun scope 3 -päästölukuun vuodelta 2025.

Marimekko julkaisee EU:n kestävyysraportointistandardin mukaisen kestävyysraportin vuodelta 2025 osana hallituksen toimintakertomusta. Marimekon tilinpäätös ja toimintakertomus julkaistaan yhtiön verkkosivuilla company.marimekko.com viimeistään viikolla 12.

Henkilöstö

Vuonna 2025 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 486 (466) ja vuoden lopussa 493 (480). Markkina-alueittain Marimekon henkilöstö joulukuun lopussa jakautui seuraavasti: Suomi 401 (396), Skandinaavia 39 (35), Eurooppa 6 (0), Pohjois-Amerikka 17 (17) ja Aasian-Tyynenmeren alue 30 (32). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli vuoden päättyessä 240 (233).

Muutokset yhtiön johdossa

Vuonna 2025 yhtiön johdossa tapahtui seuraavat muutokset. Marimekko tiedotti 11.3.2025, että liiketoiminnan kehityksestä vastaava johtaja (CBDO) Riika Wikberg lopettaa tehtävässään ja johtoryhmän jäsenenä. Lisäksi yhtiö kertoi 12.3.2025, että Paula Ukonaho on nimitetty Marimekon liiketoiminnan kehityksestä vastaavaksi johtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi 11.6.2025 alkaen. Ukonaho oli tuolloin vanhempainvapaalla ja palasi tehtäviinsä 29.9.2025.

Marimekko-konsernin johtoryhmän muodostivat vuoden 2025 lopussa Tiina Alahuhta-Kasko puheenjohtajana sekä jäseninä Elina Anckar (talousjohtaja), Rebekka Bay (luova johtaja), Tina Broman (hankinta- ja tuotejohtaja), Natacha Defrance (myyntijohtaja, Region East), Mikko-Heikki Inkeroinen (teknologiajohtaja), Noora Laurila (myyntijohtaja, Region West), Sanna-Kaisa Niikko (markkinointijohtaja), Tanya Strohmayer (henkilöstöjohtaja), Paula Ukonaho (liiketoiminnan kehityksestä vastaava johtaja) ja Essi Weseri (lakiasiaintoiminnan johtaja).

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä vuodelta 2025 julkaistaan toimintakertomuksesta erillisenä viikolla 12. Selvitys on luettavissa yhtiön verkkosivuilla.

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

Joulukuun 2025 lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 38 951 osakkeenomistajaa (37 588). Osakkeista 15,23 prosenttia (14,77) oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa.

Marimekko Oyj:llä oli 31.12.2025 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-joulukuussa 2025 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 5 700 129 kappaletta (6 022 481) eli 14,02 prosenttia (14,82) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli tammi-joulukuussa 72,6 milj. euroa (77,7). Osakkeen alin kurssi oli 10,78 euroa (10,82), ylin 14,28 euroa (16,02) ja keskimurssi 12,74 euroa (12,91). Joulukuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 12,94 euroa (12,12).

Yhtiön markkina-arvo 31.12.2025 ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita oli 525,0 milj. euroa (491,7).

Valtuutukset

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 tilikaudella voimassa olevia valtuutuksia optio- tai vaihtovelkakirjalainoihin.

Tilikauden jälkeiset tapahtumat

Uusi osakepohjainen pitkän aikavälin kannustinjärjestelmä johdolle

Tilikauden jälkeen Marimekon hallitus päätti jatkaa yhtiön johdon pitkän aikavälin osakepohjaista kannustamista. Suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä 2026–2030 on neljä ansaintajaksoa, jotka kattavat tilikaudet 2026–2027, 2026–2028, 2027–2029 ja 2028–2030. Hallitus päättää vuosittain ansaintajakson alkamisesta ja yksityiskohdista.

Ansaintajaksojen 2026–2027 ja 2026–2028 ansaintakriteerit on sidottu osakkeen absoluuttiseen kokonaistuottoon (TSR) ja vertailukelpoiseen liikevoittomarginaaliin. Ansaintajaksojen alkaessa niiden kohderyhmään kuuluu Marimekon johtoryhmä, yhteensä 11 henkilöä, mukaan lukien toimitusjohtaja. Uudesta järjestelmästä on kerrottu tarkemmin pörssitiedotteessa 12.2.2026.

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.

Globaalit jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa luovat merkittävää epävarmuutta maailmantalouden kehitykseen. Tämä on lisännyt taantumariskiä ja heijastuu 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 jakelussa ja koko arvoketjussa.

Kasvaneet tullimaksut USA:ssa koskettavat suoraan vain pientä osaa Marimekon liiketoiminnasta, sillä koko Pohjois-Amerikan osuus konsernin liikevaihdosta vuonna 2025 oli 6 prosenttia ja yhtiö toteuttaa monipuolisia toimenpiteitä tullimaksujen negatiivisten vaikutuksien minimoimiseksi.

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 design-toimialan 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 epävarmassa, 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, joita maailmantalouden epävarmuudet voivat nostaa. 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 vastuullisuustyö 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 geopolitiittiset 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 häiriöitä tai 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 nostoen 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 päästöintensivisempiä 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 kilpailukykyyn ja toimivuuden varmistamiseksi, nousseiden kustannuksien ja muiden negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi, viivästysten välttämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa, mikä on entistäkin tärkeämpää kauppakiistojen ja kasvaneiden tullimaksujen myötä.

Vastuullisuus

Vastuullisuuden kehittämisen merkitys liiketoiminnalle 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, sidosryhmien odotukset sekä uudet työkalut arvoketjun läpinäkyvyydelle, jatkuvasti kehittyvät parhaat toimintatavat toimialalla sekä muuttuva 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. Globaalin 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 muuttuvan 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 sertifioidun 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 päästöintensiivisten ja vettä valmistuksessaan tarvitsevien materiaalien osuutta mallistoissa ja kartoittamalla uusia materiaali- ja tuotantomenetelmännovaatioita. 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-suunnittelijoiden kanssa solmitut yhteistyösopimukset ja sopimusten perusteella maksettavat palkkiot. Yhtiön kasvaessa ja kansainvälistyessä yleisesti aineettomiin oikeuksiin liittyvät riskit voivat lisääntyä, erityisesti yhtiön tunnetuimpien kuvioiden osalta.

Tietojärjestelmä- ja tietoturvariskit

Tietojärjestelmien toimintavarmuuteen, luotettavuuteen ja yhteensopivuuteen liittyy riskejä. Digitalisaation, teknologian nopean kehityksen, kansainvälistymisen ja geopolittisten jännitteiden myötä myös kyberrikollisuus ja -hyökkäykset, erilaiset muut tietoturvariskit ja henkilötietojen suojaamiseen liittyvät riskit sekä tietojärjestelmien toimintavarmuuteen liittyvät riskit ovat kasvaneet merkittävästi. Palvelunestohyökkäykset, häiriöt tietoliikenteessä tai esimerkiksi yhtiön omassa verkkokaupassa sekä järjestelmämuutokset ja -vaihdot voivat haitata liiketoimintaa tai aiheuttaa myynnin menetystä. Tietoturvaloukkaukset voivat aiheuttaa vahingonkorvausvaatimuksia, sakkoja ja maineriskejä. Yhtiön kilpailukyvyyn varmistamiseksi on tärkeää ottaa aktiivisesti käyttöön uusia teknologioita kuten tekoälyä. Marimekko hallinnoi tietojärjestelmiin ja tietoturvaan liittyviä riskejä muun muassa digitaalisuuteen liittyvillä panostuksilla sekä kyberturvallisuuden järjestelmällisellä ylläpidolla, kehittämisellä ja henkilöstön kouluttamisella. 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, 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 2026

Maailmantalouden kehitykseen liittyy suuria epävarmuustekijöitä kuten jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa. Kaupapolitiikan nopeat muutokset sekä muut epävarmuudet vaikuttavat kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja -käyttäytymiseen ja saattavat näin vaikuttaa heikentävästi Marimekon liiketoimintaan vuonna 2026. Myös mahdolliset häiriöt tuotanto- ja logistiikkaketjuissa sekä epävarmuuksien niihin aiheuttamat muutokset voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan.

Marimekolle tärkeä kotimarkkina Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta. Myyntiin Suomessa vuonna 2026 vaikuttaa heikkona jatkunut yleisen talouden tila ja alhaisella tasolla oleva kuluttajien luottamus sekä ostovoiman ja -käyttäytymisen kehittyminen. Toimintaympäristö on säilynyt taktisena ja hintaherkkänä, mikä vaikuttaa edelleen liiketoimintaan. Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoittuminen neljännesten välillä sekä kampanjatoimitusten koko vaihtelevat tyypillisesti vuosittain. Vuonna 2026 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan kasvavan vertailuvuodesta ja vertailuvuoden tavoin painottuvan selvästi vuoden toiselle puoliskolle. Heikosta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihdon Suomessa arvioidaan kasvavan vuonna

2026. Myynnin kehityksen kotimaassa arvioidaan olevan vaisumpaa vuoden ensimmäisellä neljänneksellä.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2026. Myös liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkina-alueella, odotetaan kasvavan. Ajoituksellisista tekijöistä johtuen myynnin kehityksen Aasian-Tyynenmeren alueella arvioidaan olevan vaisumpaa vuoden ensimmäisellä neljänneksellä. Kaikki Marimekko-myymälät ja suurin osa Marimekko-verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia. Vuonna 2026 tavoitteena on avata arviolta 10–15 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Lisenssituottojen vuonna 2026 arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.

Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulostietä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle.

Marimekko kehittää liiketoimintaansa pitkällä aikavälillä ja yhtiön tavoitteena on tulevina vuosina jatkaa kannattavan kasvunsa skaalaamista. Vuonna 2026 kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta. Yleinen kustannusinflaatio vaikuttaa myös Marimekkoon vuonna 2026. Henkilöstökuluihin vaikuttavat muun muassa yleiskorotukset eri markkinoilla. Markkinointikustannuksien odotetaan nousevan (2025: 10,5 miljoonaa).

Kasvaneet tullimaksut USA:ssa koskettavat suoraan vain pientä osaa Marimekon liiketoiminnasta, sillä koko Pohjois-Amerikan osuus konsernin liikevaihdosta vuonna 2025 oli 6 prosenttia ja yhtiö toteuttaa monipuolisia toimenpiteitä tullimaksujen negatiivisten vaikutuksien minimoimiseksi.

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 nostoen liiketoimintatariskejä. Myös globaaleihin tuotanto- ja logistiikkaketjuihin liittyy epävarmuustekijöitä, jotka voivat esimerkiksi nostaa kustannuksia tai aiheuttaa viivästyksiä ja vaikuttaa näin yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Marimekko työskentelee aktiivisesti monin eri tavoin tuotanto- ja logistiikkaketjujen kilpailukykyä ja toimivuuden varmistamiseksi, nousseiden kustannuksien ja muiden negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi, viivästysten välttämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

Yhtiö seuraa erityisen tarkasti kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman muutoksia mutta myös globaalin kauppapolitiikan kehittymistä, esimerkiksi maiden välisiä tullimaksuja, yleistä taloudellista tilannetta sekä mahdollisten poikkeustilanteiden ja häiriöiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2026

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2026 kasvavan edellisvuodesta (2025: 189,6 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoitaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2025: 17,1 prosenttia). Vuoden 2026 näkyviin merkittävää volatiliiteettia aiheuttaa erityisesti kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys yhtiön päämarkkinoilla. Tähän kehitykseen vaikuttavat voimakkaasti esimerkiksi nopeat muutokset ja epävarmuudet geopolitiikassa ja globaalissa kauppapolitiikassa. Myös mahdolliset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa voivat aiheuttaa volatiliiteettia vuoden näkyviin.

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

Hallituksen osingonjakoehdotus

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2025 olivat 67 287 863,08 euroa; tilikauden voitto oli 23 054 505,65 euroa. Marimekon hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2025 maksetaan osinkoa 0,42 euroa osakkeelta.

Hallitus ehdottaa osingonmaksun täsmäytyspäiväksi 20.4.2026 ja osingon maksupäiväksi 27.4.2026. Vuodelta 2024 maksettiin varsinaista osinkoa 0,40 euroa osakkeelta ja lisäosinkoa 0,25 euroa osakkeelta.

Vuosikalenteri 2026

Marimekko Oyj:n vuoden 2025 tilinpäätös ja hallituksen toimintakertomus julkistetaan jo viikolla 12 aiemmin ilmoitetun viikon 13 sijaan. Vuonna 2026 osavuosi- ja puolivuosisikatsaukset julkistetaan seuraavasti: tammi–maaliskuulta keskiviikkona 13.5.2026 klo 8.00, tammi–kesäkuulta torstaina 13.8.2026 klo 8.00 ja tammi–syyskuulta keskiviikkona 4.11.2026 klo 8.00.

Varsinainen yhtiökokous 2026 on suunniteltu pidettäväksi torstaina 16.4.2026 klo 14.00.

Helsingissä 11. helmikuuta 2026

Marimekko Oyj

Hallitus

Tilinpäätöstiedotteen 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)	10-12/2025	10-12/2024	1-12/2025	1-12/2024
LIKEVAIHTO	54,7	54,0	189,6	182,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-4,5	-0,6	0,5	5,8
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-18,2	-22,6	-75,3	-77,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-10,4	-10,2	-37,5	-35,9
Poistot ja arvonalentumiset	-2,6	-2,4	-10,0	-9,3
Liiketoiminnan muut kulut	-10,3	-9,2	-35,4	-34,0
LIKEVOITTO	8,7	9,1	31,8	31,4
Rahoitustuotot	0,2	0,6	0,5	1,2
Rahoituskulut	-0,3	-0,3	-1,9	-1,6
	-0,1	0,3	-1,4	-0,4
TULOS ENNEN VEROJA	8,6	9,4	30,4	31,0
Tuloverot	-1,7	-2,1	-6,1	-6,6
KATSAUSKAUDEN TULOS	6,9	7,3	24,4	24,4
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	6,9	7,3	24,4	24,4
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,17	0,18	0,60	0,60

LAAJA TULOSLASKELMA

(Milj. euroa)	10-12/2025	10-12/2024	1-12/2025	1-12/2024
KATSAUSKAUDEN TULOS	6,9	7,3	24,4	24,4
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi				
Muuntoeron muutos	-0,1	-0,2	0,2	-0,1
KATSAUSKAUDEN LAAJA TULOS	6,8	7,2	24,6	24,3
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	6,8	7,2	24,6	24,3

KONSERNITASE

(Milj. euroa) 31.12.2025 31.12.2024

VARAT

PITKÄAIKAISET VARAT

Aineettomat hyödykkeet	3,1	1,6
Aineelliset hyödykkeet	32,4	33,3
Muut rahoitusvarat	0,6	0,5
Laskennalliset verosaamiset	0,7	1,0
	36,8	36,4

LYHYTAIKAISET VARAT

Vaihto-omaisuus	35,6	35,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	20,7	17,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,7	0,4
Rahavarat	36,6	40,4
	93,6	93,9

VARAT YHTEENSÄ	130,4	130,3
----------------	-------	-------

KONSERNITASE

(Milj. euroa) 31.12.2025 31.12.2024

OMA PÄÄOMA JA VELAT

EMOYHTIÖN OMISTAJILLE KUULUVA OMA PÄÄOMA

Osakepääoma	8,0	8,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	1,2	1,2
Omat osakkeet	-0,5	-0,5
Muuntoerot	0,1	-0,1
Kertyneet voittovarats	65,4	66,9
Oma pääoma yhteensä	74,3	75,5

PITKÄAIKAISET VELAT

Vuokrasopimusvelat	21,5	22,3
	21,5	22,3

LYHYTAIKAISET VELAT

Ostovelat ja muut velat	26,4	24,2
Vuokrasopimusvelat	8,2	8,3
	34,6	32,5

Velat yhteensä	56,1	54,8
----------------	------	------

OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	130,4	130,3
------------------------------	-------	-------

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA		
(Milj. euroa)	1-12/2025	1-12/2024
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA		
Katsauskauden tulos	24,4	24,4
Oikaisut		
Poistot ja arvonalentumiset	10,0	9,3
Rahoitustuotot ja -kulut	1,4	0,4
Verot	6,1	6,6
Osakeperusteiset maksut	0,5	0,5
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	42,3	41,2
Käyttöpääoman muutos	-0,9	-4,4
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-3,1	2,0
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-0,3	-6,1
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	2,5	-0,3
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	41,4	36,8
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista	-1,3	-1,4
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista	0,5	0,6
Maksetut verot	-6,1	-6,9
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	34,5	29,1

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA		
(Milj. euroa)	1-12/2025	1-12/2024
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2,9	-2,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-2,9	-2,3
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA		
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-	-0,6
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-8,7	-8,0
Maksetut osingot	-26,4	-15,0
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-35,0	-23,6
Rahavarojen muutos	-3,4	3,2
Rahavarat katsauskauden alussa	40,4	37,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,3	0,2
Rahavarat katsauskauden lopussa	36,6	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					24,4	24,4
Muuntoerot				-0,1		-0,1
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				-0,1	24,4	24,3
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15,0	-15,0
Osakeperusteiset maksut					0,5	0,5
Oma pääoma 31.12.2024	8,0	1,2	-0,5	-0,1	66,9	75,5
Oma pääoma 1.1.2025	8,0	1,2	-0,5	-0,1	66,9	75,5
Laaja tulos						
Katsauskauden tulos					24,4	24,4
Muuntoerot				0,2		0,2
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				0,2	24,4	24,6
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-26,4	-26,4
Osakeperusteiset maksut					0,5	0,5
Oma pääoma 31.12.2025	8,0	1,2	-0,5	0,1	65,4	74,3

LAADINTAPERIAATTEET

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

Vuoden 2025 neljännesvuositulokset ja tilinpäätöstiedote ovat tilintarkastamattomia. 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	Aineelliset hyödykkeet		
		Käyttöoikeus- omaisuuserät	Muut	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2024	10,0	79,5	26,5	106,0
Muuntoerot	0,0	0,1	0,2	0,4
Lisäykset	1,3	6,9	1,0	7,9
Vähennykset	-	-0,7	-	-0,7
Hankintameno 31.12.2024	11,3	85,8	27,7	113,6
Kertyneet poistot 1.1.2024	9,5	49,2	21,6	70,9
Muuntoerot	0,0	0,2	0,2	0,4
Vähennysten kertyneet poistot	-	-0,2	-	-0,2
Katsauskauden poistot	0,1	8,3	0,9	9,2
Kertyneet poistot 31.12.2024	9,6	57,5	22,8	80,3
Kirjanpitoarvo 31.12.2024	1,6	28,3	4,9	33,3
Hankintameno 1.1.2025	11,3	85,8	27,7	113,6
Muuntoerot	0,1	-1,4	-0,6	-2,0
Lisäykset	1,8	8,1	1,1	9,2
Vähennykset	-5,6	-1,8	-4,1	-5,9
Hankintameno 31.12.2025	7,6	90,7	24,2	114,9
Kertyneet poistot 1.1.2025	9,6	57,5	22,8	80,3
Muuntoerot	0,1	-1,1	-0,6	-1,7
Vähennysten kertyneet poistot	-5,6	-1,8	-4,1	-5,8
Katsauskauden poistot	0,3	8,7	1,0	9,7
Kertyneet poistot 31.12.2025	4,5	63,3	19,2	82,5
Kirjanpitoarvo 31.12.2025	3,1	27,4	5,0	32,4

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(Milj. euroa)	10-12/ 2025	10-12/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2025	1-12/ 2024	Muutos, %
Suomi	30,8	31,3	-1	102,4	101,0	1
Vähittäismyynti	22,4	23,3	-4	70,9	70,6	0
Tukkumyynti	8,0	7,8	2	30,5	30,1	1
Lisenssituotot	0,4	0,2	153	1,0	0,3	
Skandinavia	5,8	5,7	1	20,5	18,5	11
Vähittäismyynti	2,2	1,7	24	7,3	5,6	32
Tukkumyynti	3,6	3,9	-8	13,1	12,7	3
Lisenssituotot	0,0	0,1		0,1	0,2	-67
Eurooppa**	3,8	3,9	-4	15,3	13,1	17
Vähittäismyynti	1,5	1,4	6	4,3	3,6	17
Tukkumyynti	2,2	2,4	-11	10,5	8,8	19
Lisenssituotot	0,1	0,1	18	0,5	0,6	-22
Pohjois-Amerikka	3,3	3,0	9	11,5	10,8	6
Vähittäismyynti	2,2	1,8	22	6,4	5,6	14
Tukkumyynti	0,9	1,1	-15	4,6	4,7	-3
Lisenssituotot	0,1	0,1	34	0,5	0,5	-2
Aasian-Tyynenmeren alue	11,0	10,0	10	40,0	39,2	2
Vähittäismyynti	3,4	2,8	24	8,8	8,1	8
Tukkumyynti	7,3	6,7	9	31,0	29,2	6
Lisenssituotot	0,3	0,6	-53	0,3	2,0	-86
Kansainvälinen myynti yhteensä	23,9	22,7	5	87,2	81,6	7
Vähittäismyynti	9,3	7,7	20	26,8	22,9	17
Tukkumyynti	14,1	14,2	-1	59,1	55,4	7
Lisenssituotot	0,5	0,9	-36	1,3	3,2	-60
Yhteensä	54,7	54,0	1	189,6	182,6	4
Vähittäismyynti	31,7	31,0	2	97,7	93,6	4
Tukkumyynti	22,1	22,0	0	89,6	85,5	5
Lisenssituotot	1,0	1,0	-6	2,3	3,5	-34

** 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 ja lisenssituottojen liikevaihto sopimuskumppanin kotipaikan maantieteellisen sijainnin mukaan.

LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(Milj. euroa)	10-12/2025	10-12/2024	Muutos, %	1-12/2025	1-12/2024	Muutos, %
Muoti	16,6	16,9	-2	67,2	60,2	12
Kodintuotteet	26,8	26,3	2	83,3	82,3	1
Laukut ja asusteet	11,3	10,9	4	39,1	40,1	-3
Yhteensä	54,7	54,0	1	189,6	182,6	4

Muut tiedot

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

	1-12/2025	1-12/2024	Muutos, %
Tulos/osake (EPS), euroa	0,60	0,60	0
Oma pääoma/osake, euroa	1,83	1,86	-2
Oman pääoman tuotto (ROE), %	32,5	34,5	
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %	30,0	31,4	
Omavaraisuusaste, %	57,7	58,7	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	-9,3	-12,9	
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	2,9	2,3	24
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	1,5	1,3	
Vastuusitoumukset, milj. euroa	1,1	1,1	-4
Henkilöstö keskimäärin	486	466	4
Henkilöstö kauden lopussa	493	480	3
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	40 571 380	40 571 380	
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä keskimäärin	40 571 380	40 571 380	

VAIHTOEHTOISTEN TUNNUSLUKUJEN TÄSMÄYTYS IFRS-TILINPÄÄTÖSLUKUIHIN

(Milj. euroa)	10-12/2025	10-12/2024	1-12/2025	1-12/2024
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät				
Työsuhde-etuudet	-0,1	-0,2	-0,5	-0,6
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liikevoitossa	-0,1	-0,2	-0,5	-0,6
Käyttökate (EBITDA)	11,4	11,4	41,9	40,7
Työsuhde-etuudet	0,1	0,2	0,5	0,6
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	11,4	11,6	42,3	41,3
Liikevoitto	8,7	9,1	31,8	31,4
Työsuhde-etuudet	0,1	0,2	0,5	0,6
Vertailukelpoinen liikevoitto	8,8	9,3	32,3	31,9
Liikevaihto	54,7	54,0	189,6	182,6
Liikevoittomarginaali, %	15,9	16,8	16,8	17,2
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	16,1	17,1	17,1	17,5

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

LIIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(Milj. euroa)	10-12/2025	7-9/2025	4-6/2025	1-3/2025
Liikevaihto	54,7	50,8	44,5	39,6
Liikevoitto	8,7	12,5	6,3	4,3
Tulos/osake, euroa	0,17	0,24	0,11	0,08

(Milj. euroa)	10-12/2024	7-9/2024	4-6/2024	1-3/2024
Liikevaihto	54,0	47,2	43,7	37,7
Liikevoitto	9,1	11,1	6,1	5,1
Tulos/osake, euroa	0,18	0,21	0,12	0,10

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	31.12.2025	31.12.2024
Suomi	67	65
Omat myymälät	27	26
Omat outlet-myymälät	14	12
Jälleenmyyjämyymälät	12	12
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	14	15
Skandinavia	8	8
Omat myymälät	5	5
Omat outlet-myymälät	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	3
Eurooppa**	3	1
Omat myymälät	1	-
Omat outlet-myymälät	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	2	1
Pohjois-Amerikka	2	3
Omat myymälät	1	1
Omat outlet-myymälät	1	1
Jälleenmyyjämyymälät	-	1
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	-	-
Aasian-Tyynenmeren alue	94	91
Omat myymälät	3	3
Omat outlet-myymälät	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	82	79
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	9	9
Yhteensä	174	168
Omat myymälät	37	35
Omat outlet-myymälät	15	13
Jälleenmyyjämyymälät	94	92
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	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 suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli joulukuun 2025 lopussa 52 (48).

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 31.12.

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):

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