



marimekko

Osavuosisikatsaus

1-9/2025

Marimekko Oyj, Osavuositarkastus 31.10.2025 klo 8.00

Marimekon liikevaihto ja liikevoitto kasvoivat kolmannella neljänneksellä

Kolmas vuosineljännes lyhyesti

- Marimekon liikevaihto kasvoi 8 prosenttia ja oli 50,8 miljoonaa euroa (47,2). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti.
- Liikevaihto Suomessa nousi 7 prosenttia erityisesti tukkumyynnin kasvaessa. Tukumyynnin kasvua tukivat osaltaan kotimaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka vertailuvuonna painottuivat voimakkaasti vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 8 prosenttia, kun sekä tukku- että vähittäismyynti nousivat.
- Liikevoitto parani ja oli 12,5 miljoonaa euroa (11,1). Vertailukelpoinen liikevoitto oli 12,7 miljoonaa euroa (11,1) eli 24,9 prosenttia liikevaihdosta (23,5).
- Liikevoittoa nosti liikevaihdon kasvu. Suhteellisen myyntikatteen lasku ja korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoittoa.

Tammi-syyskuu lyhyesti

- Yhtiön liikevaihto kasvoi 5 prosenttia ja oli 134,8 miljoonaa euroa (128,6). Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Euroopassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella sekä vähittäismyynnin nousu Skandinaviassa ja Suomessa. Liikevaihtoa puolestaan heikensi aiemmin arvioidun mukaisesti lisenssitulojen jääminen merkittävästi vahvasta vertailuvuodesta.
- Liikevaihto Suomessa kasvoi 3 prosenttia erityisesti vähittäismyynnin myönteisen kehityksen ansiosta. Kansainvälinen liikevaihto nousi 8 prosenttia sekä tukku- että vähittäismyynnin noustessa.
- Liikevoitto nousi 23,1 miljoonaan euroon (22,3) ja vertailukelpoinen liikevoitto 23,5 miljoonaan euroon (22,7) ollen 17,5 prosenttia liikevaihdosta (17,6).
- Liikevoittoa paransi liikevaihdon kasvu. Suhteellisen myyntikatteen heikkeneminen ja kasvaneet kiinteät kustannukset puolestaan laskivat liikevoittoa.

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 osavuositarkastuksen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	7-9/ 2025	7-9/ 2024	Muutos, %	1-9/ 2025	1-9/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2024
Liikevaihto	50,8	47,2	8	134,8	128,6	5	182,6
Kansainvälinen myynti	23,3	21,5	8	63,3	58,9	8	81,6
osuus liikevaihdosta, %	46	46		47	46		45
Käyttökate (EBITDA)	15,0	13,4	12	30,5	29,3	4	40,7
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	15,2	13,5	13	30,9	29,7	4	41,3
Liikevoitto	12,5	11,1	13	23,1	22,3	4	31,4
Liikevoittomarginaali, %	24,6	23,5		17,1	17,3		17,2
Vertailukelpoinen liikevoitto	12,7	11,1	14	23,5	22,7	4	31,9
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	24,9	23,5		17,5	17,6		17,5
Kauden tulos	9,9	8,4	17	17,4	17,1	2	24,4
Tulos/osake, euroa	0,24	0,21	17	0,43	0,42	2	0,60
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,25	0,21	18	0,44	0,43	2	0,61
Liiketoiminnan rahavirta	11,4	4,4	160	12,1	14,7	-18	29,1
Bruttoinvestoinnit	0,5	0,6	-5	2,2	1,8	23	2,3
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				33,0	32,5		31,4
Omavaraisuusaste, %				57,9	58,3		58,7
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				21,5	0,7		-12,9
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk)				0,34	0,01		-0,24
Henkilöstö kauden lopussa				480	459	5	480
joista Suomen ulkopuolella				89	75	19	84
Brändimyynti*	99,9	119,1	-16	286,9	309,5	-7	419,2
joista Suomen ulkopuolella	60,3	85,2	-29	186,4	218,8	-15	287,1
kansainvälisen myynnin osuus, %	60	72		65	71		68
Myymlöiden lukumäärä				169	166	2	168

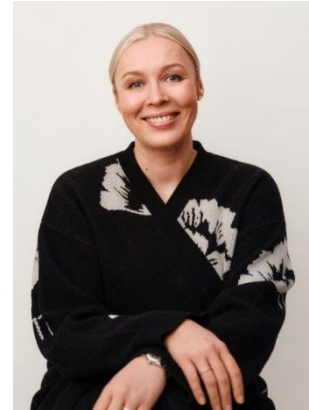
* Vaihtoehtoisena ei-IFRS-tunnuslukuna esitetään brändimyynti, joka kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin. Brändimyynti ei sisällä arvonalisäveroa, 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 osavuosisikatsauksen taulukko-osassa.

TIINA ALAHUHTA-KASKO

Toimitusjohtaja

”Marimekon liikevaihto kolmannella neljänneksellä kasvoi sekä Suomessa että kansainvälisesti ja liikevoittomme parani haastavana jatkuneesta markkinatilanteesta huolimatta.



Marimekon liikevaihto kolmannella neljänneksellä kasvoi kahdeksan prosenttia ja oli 50,8 miljoonaa euroa (47,2). Erityisesti tukkumyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti nosti liikevaihtoa, ja yhteensä tukkumyynti nousi 15 prosenttia. Kasvua Suomessa tukivat osaltaan kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka vertailuvuonna painottuivat voimakkaasti vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Monikanavainen vähittäismyyntimme heinä-syyskuussa oli vertailukauden hyvällä tasolla: myynti Skandinaviassa ja Euroopassa nousi vähittäismyynnin Suomessa jäädessä vahvasta vertailukaudesta. Myös Suomessa vähittäismyynti kasvoi kumulatiivisesti tammi-syyskuussa. Yhteensä liikevaihto Suomessa kolmannella neljänneksellä kasvoi seitsemän prosenttia ja kansainvälinen liikevaihto nousi kahdeksan prosenttia.

Liikevaihdon kasvu nosti liikevoittoa ja heinä-syyskuussa vertailukelpoinen liikevoittomme parani 14 prosenttia 12,7 miljoonaan euroon (11,1) ollen 24,9 prosenttia liikevaihdesta (23,5).

Tammi-syyskuussa liikevaihdomme kasvoi viisi prosenttia ja ylsi 134,8 miljoonaan euroon (128,6). Liikevaihdon kasvu paransi vertailukelpoista liikevoittoamme, joka nousi 23,5 miljoonaan euroon (22,7) ollen 17,5 prosenttia liikevaihdesta (17,6).

Kolmannella neljänneksellä jatkoimme johdonmukaista työtämme kansainvälisen brändimme rakentamisessa sekä asiakasyhteisömme kasvattamisessa ja vaalimisessa. Milanon designviikolla näyttävästi lanseeratun, Maija Isolan kuvioista koostuvan ja Laila Goharin kuratoiman pienmalliston saapumista kauppoihin juhlistettiin myymälätapahtumilla Tukholmassa ja New Yorkissa sekä pop-up-myymälällä Pariisissa. Helsingissä asiakkaillemme järjestettiin Helsinki Design Weekin aikana tapahtumia Artekin kanssa tehdyn yhteistyömalliston ja Habitare-messuilla ilahduttaneen Marimekon Field of Flowers -näyttelyn kunniaksi.

Alkuvuonna Japanista käynnistynyt kiertävä Field of Flowers -näyttely esittelee Marimekon tuoreinta kukkakuosituotantoa – tulevaisuuden klassikoita – ja tutustuttaa yhä uusia yleisöjä Marimekon kuviotaiteeseen. Kolmannella neljänneksellä näyttely vieraili Helsingin lisäksi Taipeiissa, Tokiossa, Ho Chi Minhissä ja Osakassa. Field of Flowers -näyttelyn kukkakuvioita nähtiin myös elokuussa Kööpenhaminan muotiviikolla pidetyssä Marimekon kesän 2026 mallistoa esittelevässä muotinäytöksessä, joka keräsi sankan yleisön kansainvälistä mediaa, alan vaikuttajia sekä Marimekon ystäviä. Syyskuussa puolestaan Bangkokissa järjestettiin Marimekon muotinäytös juhlistamaan brändimme kymmenvuotista taivalta Thaimaassa.

Marimekon jakelukanavastrategian ytimessä on monikanavainen vähittäismyynti. Marimekko-myymälät ja -verkkokaupat ovat joko yhtiömme itse tai – etenkin Aasiassa – loose franchise - partnereidemme operoimia. Meille on keskeistä olla kohdeyleisöämme palvelevilla liikepaikoilla, ja siksi kehitämme myymäläverkostoa jatkuvasti. Kolmannella neljänneksellä avattiin uusi Marimekko-myymälä Taipeiissa sekä kuusi pop-up-myymälää eri puolilla Aasiaa. Katsauskauden

jälkeen uuden lippulaivamyymälän avajaisia juhlittiin Hongkongissa, kun vilkkaalla Causeway Bayn alueella Leighton Roadilla vuonna 2012 avattu Marimekko-myymälä löysi uudistuneen kodin saman kadun varrelta. Aasia on tärkeässä roolissa kansainvälisessä kasvustrategiassamme, ja jatkamme yhdessä partneriemme kanssa panostuksia Aasian markkinoilla, vaikka juuri nyt maailmantalouden epävarmuus heijastuu kuluttajien käyttäytymiseen erityisesti Kiinassa. Näemme Aasiassa merkittäviä kasvumahdollisuuksia Marimekolle pitkällä aikavälillä.

Lanseerasimme Marimekon ranskankielisen verkkokaupan elokuussa hyvissä ajoin ennen lokakuun lopussa avaamaamme historian ensimmäistä Pariisin Marimekko-lippulaivamyymälää. Suositulla Le Marais'n alueella toimivan myymälän tavoitteena on vahvistaa globaalia bränditunnettuuttamme ja tukea pitkän aikavälin kasvua laajemmin eri kanavissa ja kansainvälisillä markkinoilla.

Uskomme, että tulevaisuuden voittajabrändit määritetään haastavammissa markkinatilanteissa. Jatkamme määrätietoisesti työtämme ja panostuksiamme globaalin Marimekko-ilmion laajentamiseksi sekä kannattavan kasvumme skaalaamiseksi. Hyvä taloudellinen asemamme ja liiketoimintamme myönteinen kehitys luovat meille erinomaiset edellytykset tähän.”

Toimintaympäristö

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

Maailmantalouden epävarmuus jatkuu edelleen muun muassa kauppapoliittisten jännitteiden seurauksena. Esimerkiksi sota Ukrainassa ja epävakaa Lähi-Idän tilanne lisäävät epävarmuutta. Maailmantalouden ennakoitaan nyt kasvavan 3,2 prosenttia vuonna 2025 ja euroalueen 1,2 prosenttia.

Suomen talous on tänä vuonna kehittynyt hitaasti, mutta yritysten suhdannetilanne on kesän jälkeen kääntynyt hieman parempaan. Vaikka suhdannetilanne monilla toimialoilla on edelleen keskimääräistä heikompi, yritysten tulevaisuuden suhdanneodotukset ovat varovaisen myönteisiä. Yritysten talousluottamus kääntyi kuitenkin laskuun useimmilla aloilla. Myös vähittäiskaupan luottamusindikaattori painui hieman mutta oli yhä pitkän aikavälin keskiarvoa parempi. Myynti kaupan alalla on säilynyt lähes ennallaan ja myyntiodotukset lähikuukausille ovat edelleen kohtalaisen myönteiset. Kuluttajien luottamus pysyi matalalla tasolla ja on selvästi alle pitkän aikavälin keskiarvon. Kuluttajien arvio oman talouden nykytilasta heikkeni. Odotukset oman talouden kehityksestä ja odotukset Suomen talouden kehityksestä olivat ennallaan mutta vaisuja. Arviot inflaation nykytilasta ja odotukset sen kehityksestä olivat laskussa mutta edelleen korkealla tasolla.

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

Suomen vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto kasvoi elokuussa 0,9 prosenttia edellisvuodesta myynnin määrän laskiessa 1,2 prosenttia. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto kasvoi tammi–elokuussa 1,1 prosenttia ja myynnin määrä väheni 1,1 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, elokuu 2025).

Liikevaihto

Liikevaihto kolmannella neljänneksellä

Marimekon liikevaihto heinä-syyskuussa 2025 kasvoi 8 prosenttia ja oli 50,8 milj. euroa (47,2). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti. Liikevaihto Suomessa nousi 7 prosenttia ja kansainvälinen liikevaihto kasvoi 8 prosenttia.

Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kolmannella vuosineljänneksellä oli vertailukauden hyvällä tasolla. Vähittäismyynti nousi Skandinaviassa ja Euroopassa mutta laski Suomessa. Tukkumyynti kasvoi lähes kaikilla markkina-alueilla ja nousi globaalisti 15 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa kasvoi heinä-syyskuussa 27,5 milj. euroon (25,7). Liikevaihtoa Suomessa nosti erityisesti tukkumyynti. Tukkumyynnin kasvua tukivat osaltaan kotimaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka vertailuvuonna painottuivat voimakkaasti vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Vähittäismyynti Suomessa jäi 4 prosenttia vahvasta vertailukaudesta. Vertailukelpoinen vähittäismyynti, johon ei katsaus- tai vertailukaudelta lueta mukaan uusia tai merkittävästi uudistettuja myymälöitä, heikkeni 3 prosenttia.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto nousi 8 prosenttia ja oli 10,8 milj. euroa (10,1). Tukkumyynti markkina-alueella kasvoi 10 prosenttia vähittäismyynnin säilyessä vertailukauden tasolla. Katsauskaudella ei kertynyt lisenssituottoja.

Liikevaihto tammi-syyskuussa

Tammi-syyskuussa 2025 konsernin liikevaihto kasvoi 5 prosenttia ja oli 134,8 milj. euroa (128,6). Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Euroopassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella sekä vähittäismyynnin nousu Skandinaviassa ja Suomessa. Liikevaihtoa puolestaan heikensi aiemmin arvioidun mukaisesti lisenssituottojen jääminen merkittävästi vahvasta vertailuvuodesta, erityisesti Aasian-Tyynenmeren alueella. Marimekon monikanavainen vähittäismyynti nousi ensimmäisen yhdeksän kuukauden aikana lähes kaikilla markkina-alueilla ja kasvoi yhteensä 5 prosenttia. Myös tukkumyynti nousi lähes kaikilla markkina-alueilla, ja kasvua kertyi yhteensä 6 prosenttia. Lisenssituotot laskivat 46 prosenttia. Liikevaihto Suomessa nousi 3 prosenttia ja kansainvälinen liikevaihto kasvoi 8 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa ylsi tammi-syyskuussa 71,5 milj. euroon (69,7) erityisesti vähittäismyynnin myönteisen kehityksen ansiosta. Vähittäismyynti Suomessa nousi 2 prosenttia ja vertailukelpoinen vähittäismyynti kasvoi 2 prosenttia. Tukkumyynti kasvoi 1 prosentin, vaikka kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät ennakkoidusti merkittävästi vertailuvuodesta.

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella laski tammi-syyskuussa 1 prosentin ollen 29,0 milj. euroa (29,2), kun katsauskaudella liikevaihtoon ei vahvasta vertailuvuodesta poiketen kertynyt ollenkaan lisenssituottoja. Marimekko kirjaa lisenssituottojen liikevaihdon sopimuskumppanin kotipaikan maantieteellisen sijainnin mukaan. Tukkumyynti markkina-alueella kehittyi hyvin ja nousi 5 prosenttia. Vähittäismyynti oli vertailukauden tasolla.

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(Milj. euroa)	7-9/ 2025	7-9/ 2024	Muutos, %	1-9/ 2025	1-9/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2024
Suomi	27,5	25,7	7	71,5	69,7	3	101,0
Kansainvälinen myynti	23,3	21,5	8	63,3	58,9	8	81,6
Skandinavia	6,0	5,3	13	14,7	12,8	15	18,5
Eurooppa**	3,7	3,3	11	11,5	9,1	26	13,1
Pohjois-Amerikka	2,7	2,8	-3	8,2	7,8	5	10,8
Aasian-Tyynenmeren alue	10,8	10,1	8	29,0	29,2	-1	39,2
Yhteensä	50,8	47,2	8	134,8	128,6	5	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 osavuosisikatsauksen taulukko-osassa.

Taloudellinen tulos

Marimekon liikevoitto heinä-syyskuussa 2025 parani 13 prosenttia ja oli 12,5 milj. euroa (11,1). Liikevoittoon sisältyi 0,1 milj. euroa (0,0) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 12,7 milj. euroa (11,1). Liikevoittoa paransi liikevaihdon kasvu. Suhteellisen myyntikatteen lasku ja korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoiton kehitystä.

Suhteellista myyntikatetta kolmannella neljänneksellä laskivat vertailukautta suuremmat alennuskustannukset. Hyvällä tasolla olevat tuotekatteet puolestaan tukivat suhteellista myyntikatetta. Kiinteitä kuluja heinä-syyskuussa kasvattivat korkeammat henkilöstökulut, joita nostivat yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla sekä vähittäismyynnin kasvua tukeneet myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut.

Konsernin kumulatiivinen liikevoitto parani 4 prosenttia ja oli 23,1 milj. euroa (22,3). Liikevoittoon tammi-syyskuussa sisältyi 0,4 milj. euroa (0,4) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 23,5 milj. euroa (22,7). Liikevoittoa nosti liikevaihdon kasvu. Suhteellisen myyntikatteen heikkeneminen ja kasvaneet kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoiton kehitystä.

Suhteellista myyntikatetta tammi-syyskuussa heikensivät erityisesti vertailukautta suuremmat alennuskustannukset sekä ennakoidusti merkittävästi pienemmät lisenssituotot. Myös realisoitumattomat valuuttakurssierot vaikuttivat negatiivisesti myyntikatteeseen. Suhteellista myyntikatetta puolestaan tukivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteet. Kiinteitä kuluja tammi-syyskuussa nostivat erityisesti korkeammat henkilöstökulut mutta myös panostukset digitaalisuuteen. Henkilöstökuluja nostivat yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla sekä vähittäismyynnin kasvua tukeneet myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut.

Markkinointiin katsauskaudella käytettiin 6,8 milj. euroa (7,7) eli 5 prosenttia konsernin liikevaihdesta (6).

Konsernin poistot katsauskaudella olivat 7,4 milj. euroa (7,0) eli 5 prosenttia liikevaihdesta (5).

Liikevoittomarginaali oli tammi-syyskuussa 17,1 prosenttia (17,3) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 17,5 prosenttia (17,6). Vuoden kolmannella neljänneksellä liikevoittomarginaali oli 24,6 prosenttia (23,5) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 24,9 prosenttia (23,5).

Nettorahoituserät katsauskaudella olivat -1,3 milj. euroa (-0,7) eli 1 prosenttia liikevaihdesta (1). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -0,8 milj. euroa (-0,1), joista realisoitumattomia oli -0,7 milj. euroa (-0,1). Vuokrasopimusveloista aiheutuva vaikutus korkokuluihin oli -0,8 milj. euroa (-0,8).

Konsernin tulos ennen veroja oli tammi-syyskuussa 21,8 milj. euroa (21,6). Katsauskauden tulos oli 17,4 milj. euroa (17,1) ja tulos osaketta kohden 0,43 euroa (0,42).

Tase

Konsernin tase 30.9.2025 oli 117,6 milj. euroa (118,7). Oma pääoma oli 67,2 milj. euroa (68,2) eli 1,66 euroa osaketta kohden (1,68).

Pitkäaikaiset varat olivat katsauskauden lopussa 38,5 milj. euroa (34,5). Vuokrasopimusvelat olivat 31,5 milj. euroa (28,8). Marimekolla ei ollut katsauskauden tai vertailukauden lopussa muita rahoitusvelkoja eikä konsernin käytössä ollut korollista luottolimiittia. Nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä konsernilla oli 22,4 milj. euroa (32,5).

Nettokäyttöpääoma oli syyskuun lopussa 43,2 milj. euroa (34,2) ja vaihto-omaisuus oli 40,6 milj. euroa (36,4).

Rahavirta ja rahoitus

Heinä-syyskuussa 2025 liiketoiminnan rahavirta oli 11,4 milj. euroa (4,4) eli 0,28 euroa osaketta kohden (0,11). Liiketoiminnan rahavirtaa edellisvuoden vastaavasta ajankohdasta paransi erityisesti vaihto-omaisuuden vähentyminen. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli heinä-syyskuussa 10,9 milj. euroa (3,8).

Tammi-syyskuussa 2025 liiketoiminnan rahavirta oli 12,1 milj. euroa (14,7) eli 0,30 euroa osaketta kohden (0,36). Liiketoiminnan rahavirtaa heikensivät lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys ja korottomien velkojen vähennys samalla, kun sitä tuki vertailukautta pienempi vaihto-omaisuuden lisäys. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli tammi-syyskuussa 9,9 milj. euroa (12,9).

Konsernin rahavarat olivat syyskuun lopussa 17,1 milj. euroa (28,4). Rahavarojen laskuun vaikutti erityisesti lisäosingon maksu huhtikuussa. Yhteensä katsauskaudella maksettiin osinkoja 26,4 milj. euroa (15,0). Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE) säilyi erinomaisella tasolla, 33,0 prosenttia (32,5). Marimekolla ei ollut katsauskauden tai vertailukauden lopussa käytössä korollista luottolimiittia. Nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä konsernilla oli 22,4 milj. euroa (32,5), mukaan lukien 6,0 milj. euron arvosta lyhytaikaisia valmiusluottolimiittejä, joihin sisältyy kovenanttiehtoja.

Konsernin omavaraisuusaste oli katsauskauden lopussa 57,9 prosenttia (58,3). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 21,5 prosenttia (0,7). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli 0,34 (0,01) eli selvästi pitkän aikavälin tavoitetasoa parempi tavoitetason ollessa korkeintaan 2.

Investoinnit

Tammi–syyskuussa 2025 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 2,2 milj. euroa (1,8) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (1). Investoinnit kohdistuivat digitaalisuuden kehittämiseen ja myymäläverkoston uudistamiseen. 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 kolmannella neljänneksellä avattiin uusi Marimekko-myymälä Taipeiissa. Tokiossa, Yeojussa ja Kööpenhaminassa suljettiin yhdet Marimekko-myymälät. Marimekon ystäviä palveli kuusi pop-up-myymälää eri puolilla Aasiaa ja yksi Pariisissa. Yhteensä Marimekko-myymälöitä ja -shop-in-shopeja oli syyskuun lopussa 169 (166) ympäri maailmaa. Katsauskauden jälkeen Pariisissa avattiin Marimekko-lippulaivamyymälä ja Hongkongin Leighton Roadin Marimekko-myymälä avattiin samalla kadulla lippulaivamyymäläksi uudistettuna.

Verkkokauppa on tärkeä osa Marimekon monikanavaista vähittäismyyntiä. Verkkomyynti jatkoi kasvuaan kolmannella neljänneksellä. Marimekko kehitti verkkokauppaansa edelleen ja lanseerasi elokuussa ranskankielisen verkkokaupan, joka yhdessä Pariisin lippulaivamyymälän ja eri tavarataloissa olevien pop-up-myymälöiden kanssa rakentaa Marimekon ekosysteemiä muotimaailman avainkaupungissa. Yhtiön omat sekä partnereiden operoimat Marimekko-verkkokaupat palvelevat asiakkaita yhteensä 39 maassa. Lisäksi Marimekolla on jakelua muiden verkkomyyntikanavien kautta.

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.9.2025	30.9.2024	31.12.2024
Suomi	68	65	65
Skandinavia	8	8	8
Eurooppa**	1	1	1
Pohjois-Amerikka	2	3	3
Aasian-Tyynenmeren alue	90	89	91
Yhteensä	169	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 osavuositarkastuksen taulukko-osassa.

Henkilöstö

Tammi-syyskuussa 2025 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 486 (462) ja kauden lopussa 480 (459). Markkina-alueittain Marimekon henkilöstö syyskuun lopussa jakautui seuraavasti: Suomi 391 (384), Skandinavia 41 (31), Eurooppa 2 (0), Pohjois-Amerikka 14 (13) ja Aasian-Tyynenmeren alue 32 (31). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli kauden päättyessä 225 (210).

Muutokset yhtiön johdossa

Marimekko 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.

Tarkemmat tiedot Marimekon johtoryhmän jäsenistä löytyvät yhtiön verkkosivuilta company.marimekko.com kohdasta Sijoittajat/Hallinto/Johtoryhmä.

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

Syyskuun 2025 lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 38 700 osakkeenomistajaa (38 129). Osakkeista 14,45 prosenttia (14,95) oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa.

Marimekko Oyj:llä oli 30.9.2025 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–syyskuussa 2025 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 4 100 286 kappaletta (4 813 357) eli 10,09 prosenttia (11,84) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli tammi–syyskuussa 52,2 milj. euroa (63,0). Osakkeen alin kurssi oli 10,78 euroa (10,82), ylin 14,28 euroa (16,02) ja keskimurssi 12,72 euroa (13,10). Syyskuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 12,52 euroa (13,06).

Yhtiön markkina-arvo 30.9.2025 ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita oli 508,0 milj. euroa (529,9).

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 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 on lisännyt 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.

Kasvaneet 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 kasvattavan 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 monikanavaisen 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. Myynnin 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 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 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 entistään tärkeämpää kauppakiistojen ja kasvaneiden tullimaksujen myötä.

Vastuullisuus

Vastuullisuuden kehittämisen merkitys kilpailukyvyllä 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 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 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 päästöintensiivisten ja vettä valmistuksessaan tarvitsevien materiaalien osuutta 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-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.

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 myynnin menetystä. 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 olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla tai kasvavan hieman. Merkittävä osa Marimekon lisenssituotoista vuonna 2024 kirjattiin Aasian-Tyynenmeren alueen liikevaihtoon, joten yhtiön lisenssituottojen arvioidun laskun vuonna 2025 ennakoidaan vaikuttavan heikentävästi markkina-alueen liikevaihtoon. Tukkumyynnin Aasian-Tyynenmeren alueella, sisältäen myynnin loose franchise -partnerille, arvioidaan kasvavan myös vuonna 2025 huolimatta siitä, että yksityinen kulutus Kiinassa on vuoden aikana muuttunut varovaisemmaksi yleisen talouden epävarmuuksien johdosta. Marimekon pitkän aikavälin kasvunäkymät Aasian-Tyynenmeren alueella ovat muuttumattomat. 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.

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).

Kasvaneet 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 kasvattavan 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 volatiliteettia 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 osavuositarkastuksen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.

Vuosikalenteri 2026

Marimekko Oyj:n tilinpäätöstiedote vuodelta 2025 julkistetaan torstaina 12.2.2026 klo 8.00. Vuoden 2025 tilinpäätös ja hallituksen toimintakertomus julkistetaan viimeistään viikolla 13. Vuonna 2026 osavuosi- ja puolivuositarkastukset 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 30. lokakuuta 2025

Marimekko Oyj

Hallitus

Osavuositarkastuksen 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)	7-9/2025	7-9/2024	1-9/2025	1-9/2024	1-12/2024
LIKEVAIHTO	50,8	47,2	134,8	128,6	182,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-1,2	3,5	5,0	6,4	5,8
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-18,4	-21,0	-57,1	-55,3	-77,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-8,7	-7,9	-27,2	-25,7	-35,9
Poistot ja arvonalentumiset	-2,5	-2,3	-7,4	-7,0	-9,3
Liiketoiminnan muut kulut	-7,5	-8,3	-25,1	-24,8	-34,0
LIKEVOITTO	12,5	11,1	23,1	22,3	31,4
Rahoitustuotot	0,1	-0,1	0,4	0,6	1,2
Rahoituskulut	-0,3	-0,5	-1,6	-1,3	-1,6
	-0,2	-0,5	-1,3	-0,7	-0,4
TULOS ENNEN VEROJA	12,3	10,6	21,8	21,6	31,0
Tuloverot	-2,5	-2,1	-4,4	-4,5	-6,6
KATSAUSKAUDEN TULOS	9,9	8,4	17,4	17,1	24,4
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	9,9	8,4	17,4	17,1	24,4
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,24	0,21	0,43	0,42	0,60

LAAJA TULOSLASKELMA

(Milj. euroa)	7-9/2025	7-9/2024	1-9/2025	1-9/2024	1-12/2024
KATSAUSKAUDEN TULOS	9,9	8,4	17,4	17,1	24,4
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi					
Muuntoeron muutos	0,0	0,2	0,4	0,1	-0,1
KATSAUSKAUDEN LAAJA TULOS	9,9	8,6	17,8	17,1	24,3
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	9,9	8,6	17,8	17,1	24,3

KONSERNITASE			
(Milj. euroa)	30.9.2025	30.9.2024	31.12.2024
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Aineettomat hyödykkeet	2,8	1,3	1,6
Aineelliset hyödykkeet	34,3	31,5	33,3
Muut rahoitusvarat	0,6	0,6	0,5
Laskennalliset verosaamiset	0,8	1,1	1,0
	38,5	34,5	36,4
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	40,6	36,4	35,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	20,6	18,6	17,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,9	0,8	0,4
Rahavarat	17,1	28,4	40,4
	79,1	84,2	93,9
VARAT YHTEENSÄ	117,6	118,7	130,3

KONSERNITASE			
(Milj. euroa)	30.9.2025	30.9.2024	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	0,2	0,0	-0,1
Kertyneet voittovarats	58,3	59,5	66,9
Oma pääoma yhteensä	67,2	68,2	75,5
PITKÄAIKAISET VELAT			
Vuokrasopimusvelat	23,2	21,4	22,3
	23,2	21,4	22,3
LYHYTAIKAISET VELAT			
Ostovelat ja muut velat	18,9	21,6	24,2
Vuokrasopimusvelat	8,3	7,4	8,3
	27,2	29,0	32,5
Velat yhteensä	50,4	50,4	54,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	117,6	118,7	130,3

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(Milj. euroa)

1-9/2025

1-9/2024

1-12/2024

LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA

Katsauskauden tulos	17,4	17,1	24,4
Oikaisut			
Poistot ja arvonalentumiset	7,4	7,0	9,3
Rahoitustuotot ja -kulut	1,3	0,7	0,4
Verot	4,4	4,5	6,6
Osakeperusteiset maksut	0,3	0,4	0,5
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	30,8	29,7	41,2
Käyttöpääoman muutos	-13,4	-9,1	-4,4
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-2,9	1,1	2,0
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-5,4	-7,2	-6,1
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-5,1	-3,0	-0,3
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	17,4	20,6	36,8
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista	-1,0	-1,1	-1,4
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista	0,4	0,5	0,6
Maksetut verot	-4,8	-5,3	-6,9
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	12,1	14,7	29,1

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA			
(Milj. euroa)	1-9/2025	1-9/2024	1-12/2024
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2,2	-1,8	-2,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-2,2	-1,8	-2,3
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	0,0	-0,6	-0,6
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-6,5	-6,0	-8,0
Maksetut osingot	-26,4	-15,0	-15,0
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-32,8	-21,6	-23,6
Rahavarojen muutos	-22,9	-8,7	3,2
Rahavarat katsauskauden alussa	40,4	37,0	37,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,4	0,0	0,2
Rahavarat katsauskauden lopussa	17,1	28,4	40,4

Marimekolla on lisäksi nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 22,4 milj. euroa (32,5).

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					17,1	17,1
Muuntoerot				0,1		0,1
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				0,1	17,1	17,1
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15,0	-15,0
Osakeperusteiset maksut					0,4	0,4
Oma pääoma 30.9.2024	8,0	1,2	-0,5	0,0	59,5	68,2
Oma pääoma 1.1.2025	8,0	1,2	-0,5	-0,1	66,9	75,5
Laaja tulos						
Katsauskauden tulos					17,4	17,4
Muuntoerot				0,4		0,4
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				0,4	17,4	17,8
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-26,4	-26,4
Osakeperusteiset maksut					0,3	0,3
Oma pääoma 30.9.2025	8,0	1,2	-0,5	0,2	58,3	67,2

LAADINTAPERIAATTEET

Tämä osavuositarkastus on laadittu IAS 34 Osavuositarkastukset -standardin mukaisesti. Marimekko on noudattanut tämän tarkastuksen laatimisessa samoja laatimisperiaatteita kuin vuoden 2024 tilinpäätöksessään.

Vuoden 2025 neljännesvuositulokset 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 vaihtoehtoisten 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 tavoitavuutta 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	-0,2	-0,1	-0,3
Lisäykset	0,9	2,6	0,8	3,4
Hankintameno 30.9.2024	10,9	81,9	27,2	109,1
Kertyneet poistot 1.1.2024	9,5	49,2	21,6	70,9
Muuntoerot	0,0	-0,1	-0,1	-0,2
Katsauskauden poistot	0,1	6,2	0,7	6,9
Kertyneet poistot 30.9.2024	9,6	55,3	22,3	77,6
Kirjanpitoarvo 30.9.2024	1,3	26,5	5,0	31,5
Hankintameno 1.1.2025	11,3	85,8	27,7	113,6
Muuntoerot	0,0	-1,6	-0,6	-2,2
Lisäykset	1,4	7,7	0,9	8,6
Vähennykset	-2,5	-1,8	-3,6	-5,5
Hankintameno 30.9.2025	10,2	90,2	24,4	114,5
Kertyneet poistot 1.1.2025	9,6	57,5	22,8	80,3
Muuntoerot	0,0	-1,2	-0,6	-1,8
Vähennysten kertyneet poistot	-2,5	-1,8	-3,6	-5,4
Katsauskauden poistot	0,2	6,4	0,7	7,2
Kertyneet poistot 30.9.2025	7,4	60,9	19,3	80,2
Kirjanpitoarvo 30.9.2025	2,8	29,2	5,0	34,3

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(Milj. euroa)	7-9/ 2025	7-9/ 2024	Muutos, %	1-9/ 2025	1-9/ 2024	Muutos, %	1-12/ 2024
Suomi	27,5	25,7	7	71,5	69,7	3	101,0
Vähittäismyynti	17,4	18,0	-4	48,5	47,4	2	70,6
Tukkumyynti	9,9	7,7	29	22,4	22,2	1	30,1
Lisenssituotot	0,2	0,0		0,6	0,1		0,3
Skandinavia	6,0	5,3	13	14,7	12,8	15	18,5
Vähittäismyynti	2,0	1,4	39	5,2	3,8	35	5,6
Tukkumyynti	4,0	3,8	5	9,4	8,8	7	12,7
Lisenssituotot	0,0	0,1	-100	0,1	0,1	-50	0,2
Eurooppa**	3,7	3,3	11	11,5	9,1	26	13,1
Vähittäismyynti	0,9	0,7	25	2,8	2,3	24	3,6
Tukkumyynti	2,7	2,4	9	8,4	6,4	31	8,8
Lisenssituotot	0,1	0,1	-21	0,3	0,5	-32	0,6
Pohjois-Amerikka	2,7	2,8	-3	8,2	7,8	5	10,8
Vähittäismyynti	1,4	1,4	-1	4,2	3,8	10	5,6
Tukkumyynti	1,2	1,2	-3	3,6	3,6	0	4,7
Lisenssituotot	0,1	0,1	-22	0,4	0,4	-10	0,5
Aasian-Tyynenmeren alue	10,8	10,1	8	29,0	29,2	-1	39,2
Vähittäismyynti	1,8	1,8	0	5,3	5,4	0	8,1
Tukkumyynti	9,0	8,2	10	23,7	22,5	5	29,2
Lisenssituotot	0,0	0,0	-100	0,0	1,4	-100	2,0
Kansainvälinen myynti yhteensä	23,3	21,5	8	63,3	58,9	8	81,6
Vähittäismyynti	6,2	5,4	13	17,5	15,2	15	22,9
Tukkumyynti	16,9	15,7	8	45,1	41,3	9	55,4
Lisenssituotot	0,2	0,4	-41	0,8	2,4	-68	3,2
Yhteensä	50,8	47,2	8	134,8	128,6	5	182,6
Vähittäismyynti	23,5	23,4	0	66,0	62,6	5	93,6
Tukkumyynti	26,8	23,4	15	67,5	63,5	6	85,5
Lisenssituotot	0,4	0,4	3	1,4	2,5	-46	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 ja lisenssituottojen liikevaihto sopimuskumppanin kotipaikan maantieteellisen sijainnin mukaan.

LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(Milj. euroa)	7-9/2025	7-9/2024	Muutos, %	1-9/2025	1-9/2024	Muutos, %	1-12/2024
Muoti	19,7	16,5	20	50,6	43,4	17	60,2
Kodintuotteet	21,1	19,3	9	56,5	56,0	1	82,3
Laukut ja asusteet	10,0	11,4	-13	27,8	29,2	-5	40,1
Yhteensä	50,8	47,2	8	134,8	128,6	5	182,6

Muut tiedot

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

	1-9/2025	1-9/2024	Muutos, %	1-12/2024
Tulos/osake (EPS), euroa	0,43	0,42	2	0,60
Oma pääoma/osake, euroa	1,66	1,68	-1	1,86
Oman pääoman tuotto (ROE), %	36,5	36,2		34,5
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %	33,0	32,5		31,4
Omavaraisuusaste, %	57,9	58,3		58,7
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	21,5	0,7		-12,9
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	2,2	1,8	23	2,3
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	1,6	1,4		1,3
Vastuusitoumukset, milj. euroa	1,2	1,1	12	1,1
Henkilöstö keskimäärin	486	462	5	466
Henkilöstö kauden lopussa	480	459	5	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)	7-9/2025	7-9/2024	1-9/2025	1-9/2024	1-12/2024
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät					
Työsuhde-etuudet	-0,1	0,0	-0,4	-0,4	-0,6
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liikevoitossa	-0,1	0,0	-0,4	-0,4	-0,6
Käyttökate (EBITDA)	15,0	13,4	30,5	29,3	40,7
Työsuhde-etuudet	0,1	0,0	0,4	0,4	0,6
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	15,2	13,5	30,9	29,7	41,3
Liikevoitto	12,5	11,1	23,1	22,3	31,4
Työsuhde-etuudet	0,1	0,0	0,4	0,4	0,6
Vertailukelpoinen liikevoitto	12,7	11,1	23,5	22,7	31,9
Liikevaihto	50,8	47,2	134,8	128,6	182,6
Liikevoittomarginaali, %	24,6	23,5	17,1	17,3	17,2
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	24,9	23,5	17,5	17,6	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)	7-9/2025	4-6/2025	1-3/2025	10-12/2024
Liikevaihto	50,8	44,5	39,6	54,0
Liikevoitto	12,5	6,3	4,3	9,1
Tulos/osake, euroa	0,24	0,11	0,08	0,18

(Milj. euroa)	7-9/2024	4-6/2024	1-3/2024	10-12/2023
Liikevaihto	47,2	43,7	37,7	50,6
Liikevoitto	11,1	6,1	5,1	8,1
Tulos/osake, euroa	0,21	0,12	0,10	0,15

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.9.2025	30.9.2024	31.12.2024
Suomi	68	65	65
Omat myymälät	27	25	26
Omat outlet-myymälät	14	13	12
Jälleenmyyjämyymälät	12	12	12
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	15	15	15
Skandinavia	8	8	8
Omat myymälät	5	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	90	89	91
Omat myymälät	3	3	3
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	78	77	79
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	9	9	9
Yhteensä	169	166	168
Omat myymälät	36	34	35
Omat outlet-myymälät	15	14	13
Jälleenmyyjämyymälät	90	90	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 suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli syyskuun 2025 lopussa 51 (48).

TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA), euroa:

Liiketulos - poistot - arvonalentumiset - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät

Vertailukelpoinen liiketulos, euroa:

Liiketulos - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa

Vertailukelpoinen liikevoitto, %:

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

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 30.9.

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):

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