

# Osavuosisikatsaus 1–9/2024

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

# Marimekon liikevaihto lähes vertailukauden ennätystasolla kampanjatoimitusten ajoituksesta huolimatta, liikevoittomarginaali edelleen erinomainen

- Liikevaihtomme kolmannella neljänneksellä oli 47,2 miljoonaa euroa (47,9).
- Liikevaihtoa laski erityisesti Suomen tukkumyynnin väheneminen, kun kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät ennakoidusti vahvasta vertailukaudesta. Vähittäismyynti puolestaan kehittyi hyvin kaikilla markkina-alueilla, erityisesti Suomessa.
- Yhteensä liikevaihto Suomessa laski 9 prosenttia, kansainvälinen liikevaihto puolestaan kasvoi 9 prosenttia.
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 11,1 miljoonaa euroa (13,1) eli 23,5 prosenttia liikevaihdosta (27,4).
- Liikevoittoa kolmannella neljänneksellä laskivat erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset.



## Marimekon avainluvut kolmannella vuosineljänneksellä

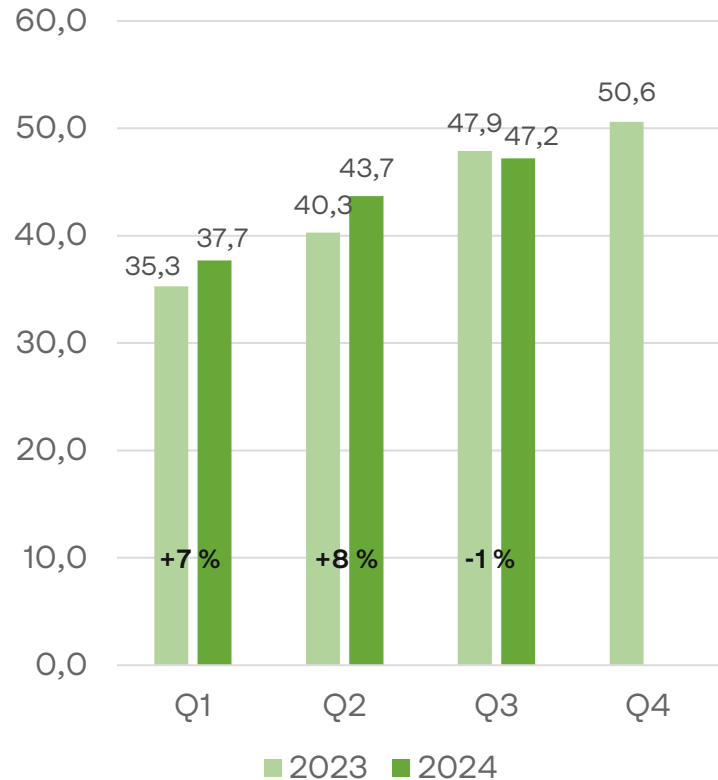
Milj. euroa	7-9/2024	7-9/2023	Muutos, %	1-9/2024	1-9/2023	Muutos, %	1-12/2023
Liikevaihto	<b>47,2</b>	47,9	-1	<b>128,6</b>	123,5	4	174,1
Kansainvälinen myynti	<b>21,5</b>	19,7	9	<b>58,9</b>	55,1	7	75,2
% liikevaihdosta	<b>46</b>	41		<b>46</b>	45		43
Liikevoitto	<b>11,1</b>	12,9	-14	<b>22,3</b>	23,3	-4	31,4
Vertailukelpoinen liikevoitto	<b>11,1</b>	13,1	-15	<b>22,7</b>	23,7	-4	32,0
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	<b>23,5</b>	27,4		<b>17,6</b>	19,2		18,4
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	<b>0,21</b>	0,26	-20	<b>0,43</b>	0,44	-3	0,59
Liiketoiminnan rahavirta	<b>4,4</b>	5,4	-20	<b>14,7</b>	8,4	75	29,4
Bruttoinvestoinnit	<b>0,6</b>	0,5	17	<b>1,8</b>	1,2	49	2,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				<b>32,5</b>	32,0		33,0
Omavaraisuusaste, %				<b>58,3</b>	53,2		54,1
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				<b>0,7</b>	22,7		-6,3
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)				<b>0,01</b>	0,34		-0,10
Henkilöstö kauden lopussa				<b>459</b>	451	2	468

# Liikevaihto ja liikevoitto

# Liikevaihto laski -1 % ja oli 47,2 milj. euroa (47,9)

Kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät ennakoidusti vertailukaudesta vähentäen Suomen tukkumyyntiä, millä oli heikentävä vaikutus liikevaihtoon. Liikevaihtoa puolestaan paransi vähittäismyynnin hyvä kehitys erityisesti Suomessa.

Liikevaihto vuosineljänneksittäin,  
milj. euroa



Milj. euroa	Q3/ 2024	Q3/ 2023	Muutos %
<b>Suomi</b>	<b>25,7</b>	28,2	-9
Skandinavia	5,3	4,3	23
EMEA	3,3	3,6	-8
Pohjois-Amerikka	2,8	2,5	11
Aasian- Tyynenmeren alue	10,1	9,2	9
<b>Kansainvälinen myynti</b>	<b>21,5</b>	19,7	9
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>47,2</b>	47,9	-1

- vähittäismyynti +12 %
- tukkumyynti -11 %
- lisenssituotot -20 %

#### Myynti Suomessa -9 %

- vähittäismyynti +8 % (vertailukelpoinen +6 %)
- tukkumyynti -33 %
- lisenssituotot +22 %

#### Kansainvälinen myynti +9 %

- vähittäismyynti +27 %
- tukkumyynti +5 %
- lisenssituotot -24 %

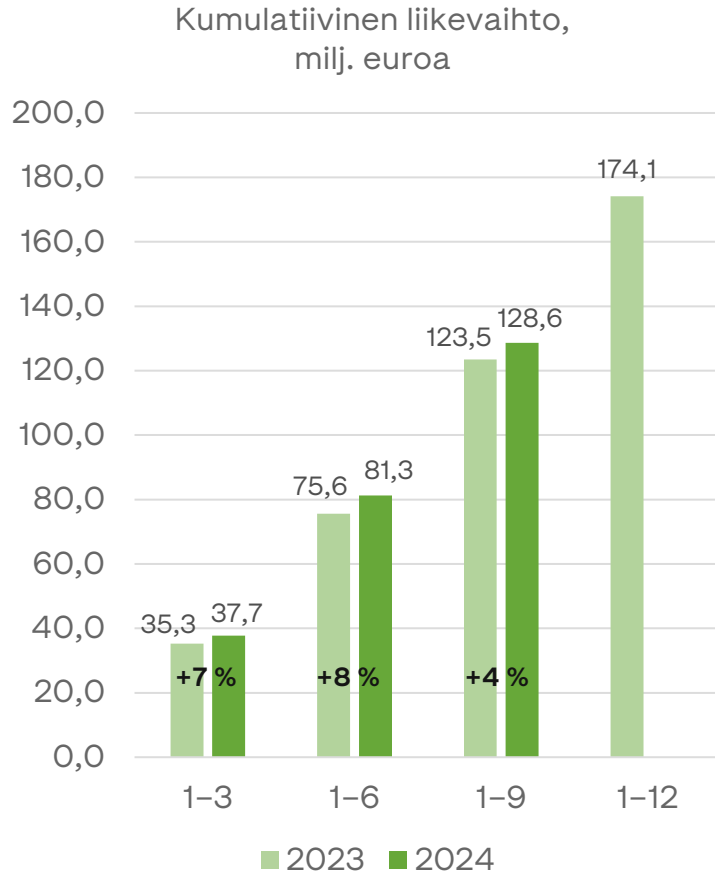
Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi kaikilla markkina-alueilla ja nousi yhteensä 12 %. Tukumyyniä painoi Suomen kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen vertailukaudesta.

Vaikka yleinen markkinatilanne Suomessa jatkui haastavana ja liiketoimintaympäristö hyvin taktisena, Marimekon vähittäismyynti Suomessa kasvoi.

Liikevaihto yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella nousi kun sekä tukku- että vähittäismyynti kehittivät hyvin. Tukumyynti kasvoi 11 % ja vähittäismyynti 22 %.

# Liikevaihto nousi +4 % 128,6 milj. euroon (123,5)

Liikevaihtoa nostivat erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella.



Milj. euroa	1-9/ 2024	1-9/ 2023	Muutos %
<b>Suomi</b>	<b>69,7</b>	68,4	2
Skandinavia	12,8	10,8	18
EMEA	9,1	11,1	-18
Pohjois-Amerikka	7,8	6,7	16
Aasian-Tyynenmeren alue	29,2	26,4	11
<b>Kansainvälinen myynti</b>	<b>58,9</b>	55,1	7
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>128,6</b>	123,5	4

- vähittäismyynti +9 %
- tukkumyynti +0 %
- lisenssituotot +2 %

#### Myynti Suomessa +2%

- vähittäismyynti +5 % (vertailukelpoinen +3 %)
- tukkumyynti -5%
- lisenssituotot +19 %

#### Kansainvälinen myynti +7 %

- vähittäismyynti +21 %
- tukkumyynti +3 %
- lisenssituotot +2 %

Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi kaikilla markkinoilla ja nousi yhteensä 9 %. Tukkumyynti kehittyi hyvin Aasian-Tyynenmeren alueella, Skandinaviassa ja Pohjois-Amerikassa.

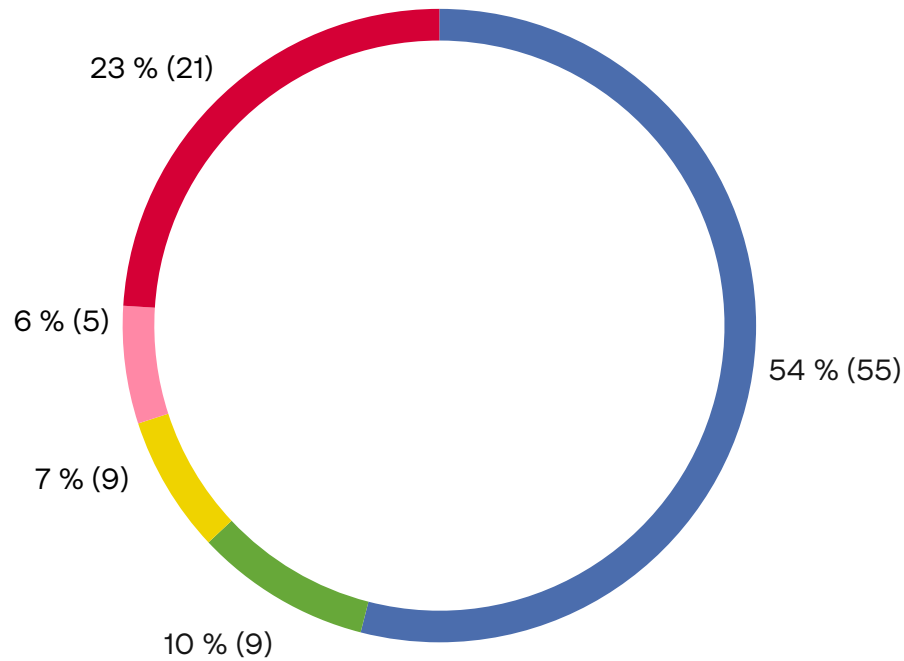
Liikevaihto Suomessa kasvoi vähittäismyynnin hyvän kehityksen seurauksena. Kotimaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät vertailuvuodesta, mikä heikensi tukkumyyntiä. Tukkumyyntiä heikensi myös osin joidenkin vuoden 2024 ensimmäisen vuosineljänneksen tukkutoimituksien aikaistuminen jo vuoden 2023 viimeiselle neljännekselle.

Erityisesti tukkumyynnin nousu mutta myös vähittäismyynnin ja lisenssituottojen hyvä kehitys kasvattivat liikevaihtoa Aasian-Tyynenmeren alueella.

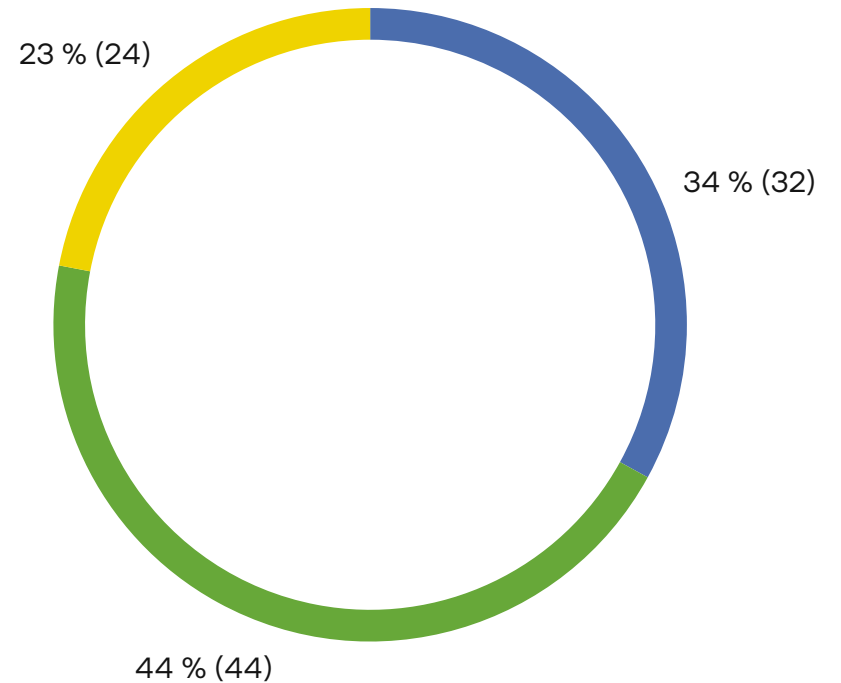
# Liikevaihto strategisesti tärkeällä Aasian-Tyynenmeren alueella +11 %

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-9/2024 (1-9/2023)

Liikevaihto tuotelinjoiittain, 1-9/2024 (1-9/2023)



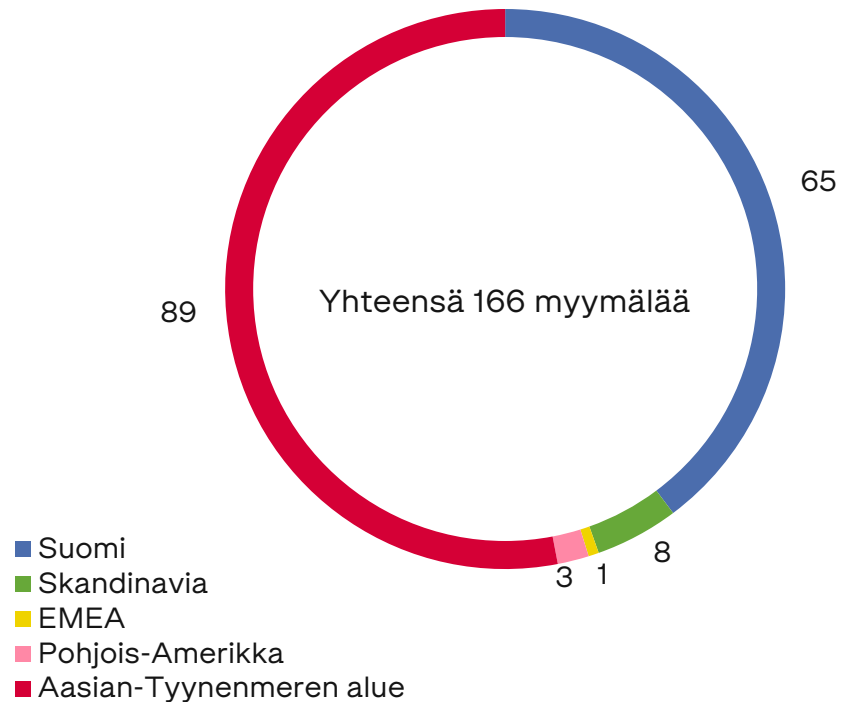
- Suomi
- EMEA
- Aasian-Tyynenmeren alue
- Skandinavia
- Pohjois-Amerikka



- Muoti
- Kodintuotteet
- Laukut ja asusteet

# Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 38 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-9/2024:



Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti

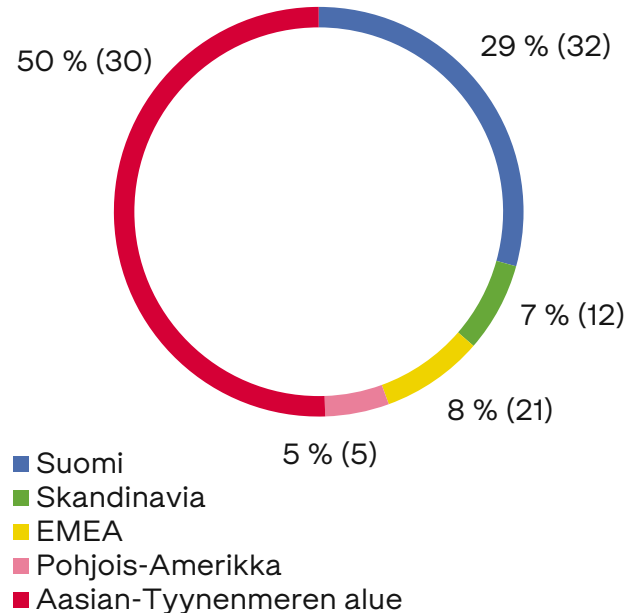


Myyntipaikkojen määrä sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myyntipaikat sekä yli 30 m<sup>2</sup>:n suuruiset shop-in-shops. Omia vähittäismyymälöitä oli syyskuun 2024 lopussa 48 (48).

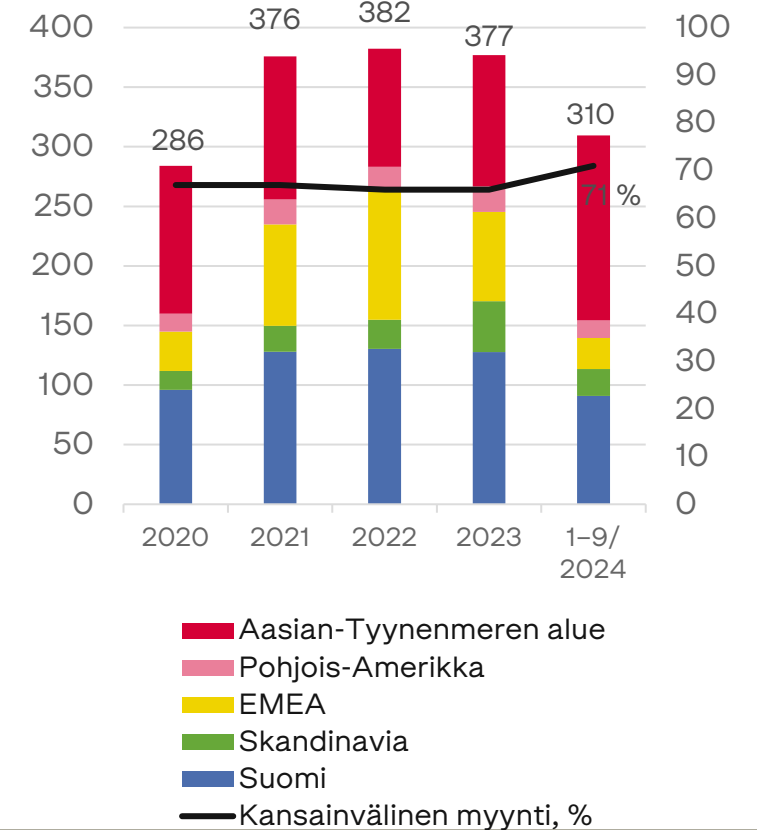


# Marimekon kumulatiivinen brändimyynti 309,5 milj. euroa (280,8)

Tammi-syyskuussa 71 % brändimyyntistä tuli ulkomailta (68)

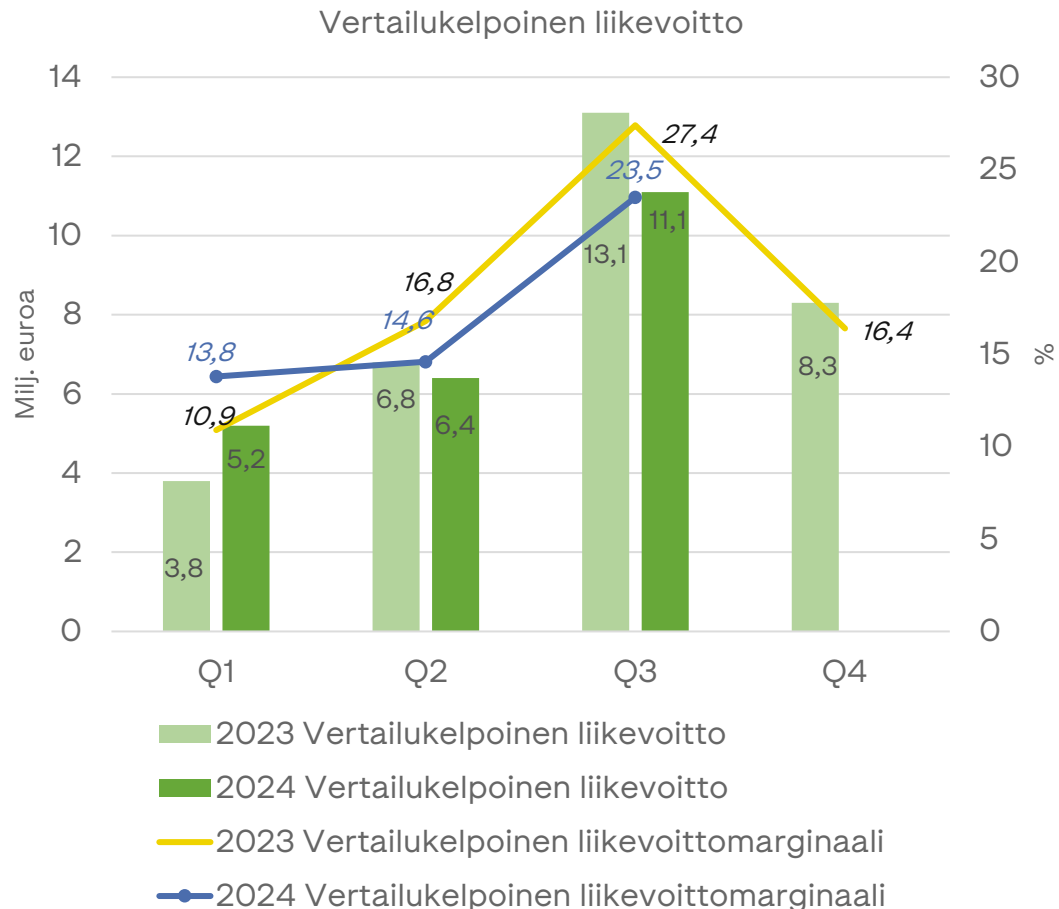


Milj. euroa	1-9/ 2024	1-9/ 2023	Muutos %
<b>Suomi</b>	<b>90,8</b>	89,3	2
Skandinavia	22,8	32,9	-31
EMEA	25,9	60,2	-57
Pohjois-Amerikka	14,8	15,0	-2
Aasian-Tyynenmeren alue	155,3	83,4	86
<b>Kansainvälinen myynti</b>	<b>218,8</b>	191,5	14
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>309,5</b>	280,8	10



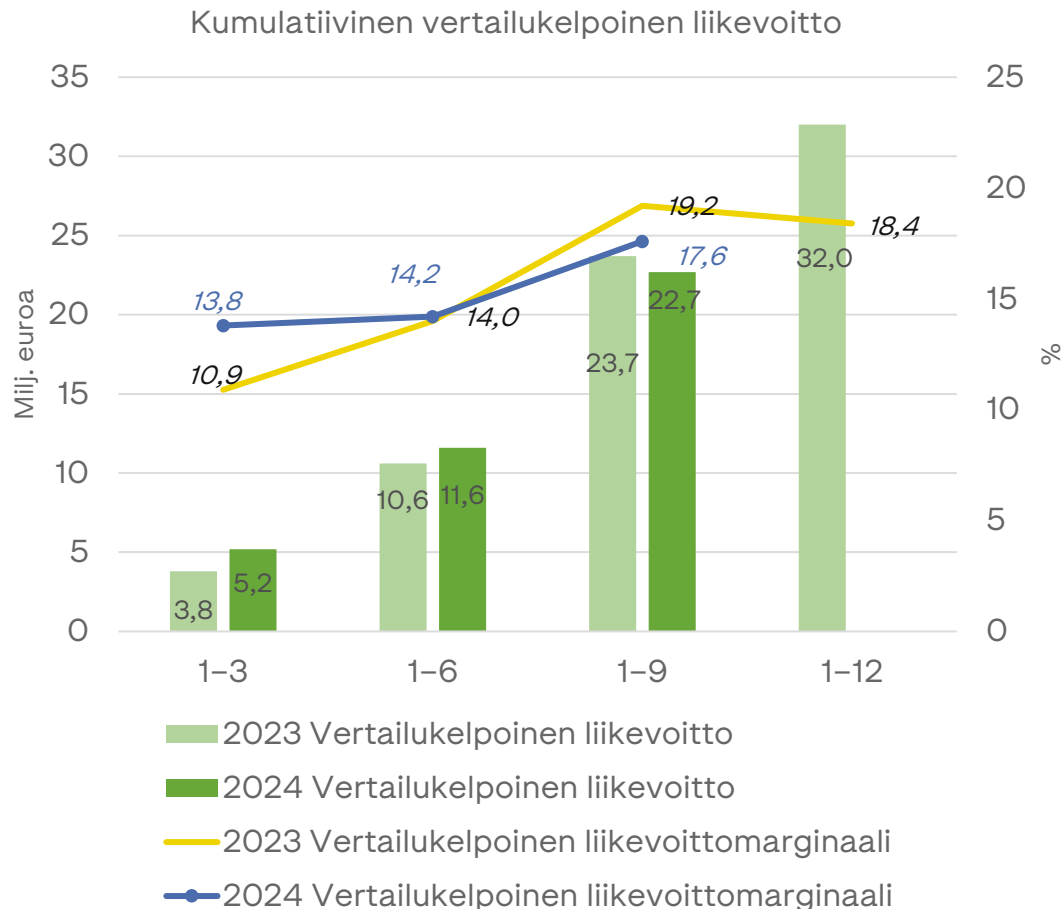
Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajainnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin. Brändimyynti ei sisällä arvonlisäveroa, 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.

## Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali kolmannella neljänneksellä erinomainen



- Liikevoitto oli 11,1 miljoonaa euroa (12,9).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 11,1 miljoonaa euroa (13,1) eli 23,5 % liikevaihdosta (27,4).
- Erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset laskivat liikevoittoa. Myös liikevaihdon ja suhteellisen myyntikatteen heikentyminen vaikuttivat negatiivisesti liiketulokseen.
- Kiinteitä kuluja kolmannella vuosineljänneksellä lisäsivät kasvaneet markkinointi- ja henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta heikensi logistiikkakulujen kasvu. Alennuskustannukset olivat vertailukauden tasolla.

## Kumulatiivinen vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 17,6 %



- Liikevoitto oli 22,3 miljoonaa euroa (23,3).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 22,7 miljoonaa euroa (23,7) eli 17,6 prosenttia liikevaihdosta (19,2).
- Liikevoittoa heikensivät erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset. Liikevaihdon kasvu puolestaan paransi liiketulosta.
- Kiinteitä kuluja tammi-syyskuussa lisäsivät kasvaneet markkinointi- ja henkilöstökulut. Suhteellinen myyntikate ylsi lähes vertailukauden tasolle. Siihen vaikuttivat negatiivisesti korkeammat logistiikka- ja alennuskustannukset ja sitä puolestaan paransi hyvällä tasolla oleva tuotekate.

# Kauden tapahtumia Q3

Ensimmäinen farkkumallistomme Marimekko Maridenim laajentaa lifestyle-valikoimamme ja tarjoaa uuden pohjan Marimekon kuvioille



# Marimekko Maridenim lanseerattiin näyttävästi eri puolilla maailmaa



Milanon designviikolla suurta suosiota saavuttanut Bar Unikko -kahvila tuotiin Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlavuoden kunniaksi Helsinki Design Weekille

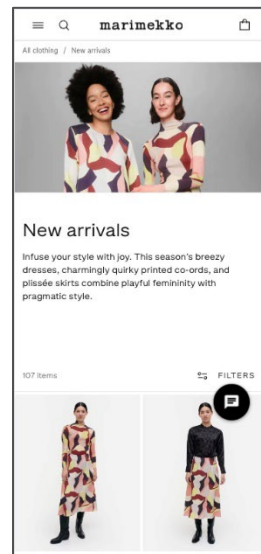
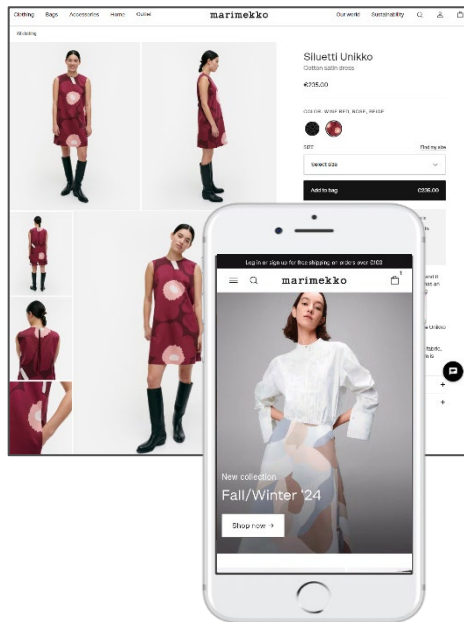
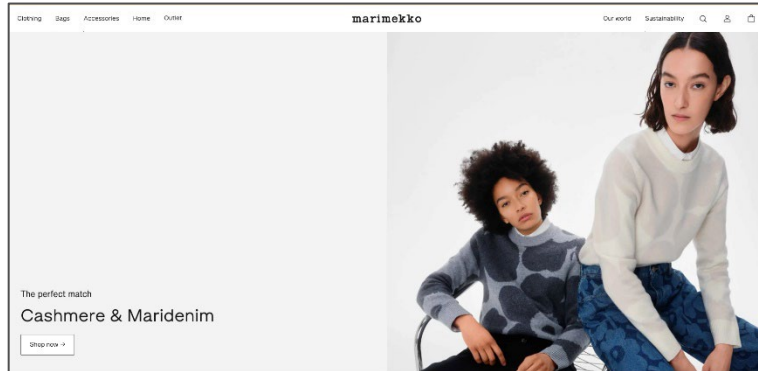


Unikko-kuvion juhluvuoden kunniaksi järjestetty muotinäytös keräsi yhteen Marimekon ystäviä Taipeiissa ja kevät/kesä 2025 -mallistomme lanseerattiin Kööpenhaminan muotiviikoilla





# Marimekon monikanavainen asiakaskokemus kehittyi: uusi verkkokauppa-alusta, uusi myymälä Shanghaissa sekä 6 pop-up-myymälää ja -kahvila eri puolilla maailmaa



# Näkymät 2024



# Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Yleisesti

- Maailmantalouden kehitykseen liittyvät epävarmuustekijät kuten geopoliittiset jännitteet ja niiden vaikutus yleiseen taloudelliseen tilanteeseen sekä yleinen kustannusinflaatio vaikuttavat kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja -käyttäytymiseen ja voivat näin vaikuttaa Marimekon liiketoimintaan vuonna 2024 erityisesti tärkeällä kotimarkkinalla Suomessa.
- Erilaiset poikkeustilanteet voivat aiheuttaa tuotanto- ja logistiikkaketjuihin merkittäviäkin häiriöitä, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan.
- Marimekko seuraa tarkasti yleistä taloudellista tilannetta, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehittymistä sekä erilaisten poikkeustilanteiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

# Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Kausiluonteisuus

- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle.
- Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoittuminen neljännesten välillä sekä kampanjatoimitusten koko vaihtelevat tyypillisesti vuosittain.
- Lisenssituottojen vuodelta 2024 arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden ennätystasolla.

# Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Liikevaihdon kehittyminen

## Suomi

**Heikosta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihdon Suomessa, Marimekolle tärkeällä kotimarkkinalla, odotetaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.**

- Myyntiin Suomessa vuonna 2024 vaikuttaa heikko yleisen talouden tila ja alhaisella tasolla oleva kuluttajien luottamus sekä ostovoiman ja -käyttäytymisen kehittyminen.
- Myös toimintaympäristön taktisuus vaikuttaa liiketoimintaan.
- Vuonna 2024 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoitaan olevan merkittävästi vertailuvuotta pienemmät ja painottuvan selvästi vuoden ensimmäiselle puoliskolle.

**Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2024.**

## Aasian-Tyynenmeren alue

- Vuonna 2024 liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla, odotetaan kasvavan.
- Japani on Marimekolle selvästi merkittävin maa tällä alueella, ja siellä on jo varsin kattava Marimekko-myymälöiden verkosto. Kaikki Marimekko-myymälät ja suurin osa Marimekko-verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia.
- Vuonna 2024 tavoitteena on avata arviolta 10–15 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

# Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Kasvupanostukset ja kustannukset

- Marimekko kehittää liiketoimintaansa pitkällä aikavälillä ja yhtiön tavoitteena on tulevina vuosina skaalata kannattavaa kasvuaan.
- Vuonna 2024 kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta.
- Yleinen kustannusinflaatio vaikuttaa myös Marimekkoon vuonna 2024. Henkilöstökuluihin vaikuttavat muun muassa yleiskorotukset eri markkinoilla.
- Marimekko viettää Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlaa vuonna 2024, mikä tarjoaa yhtiölle ainutlaatuisen mahdollisuuden kasvattaa kansainvälistä tunnettuutta muun muassa erilaisin tapahtumin ympäri maailmaa.
- Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2023: 9,5 miljoonaa).
- Poikkeustilanteiden seurauksena osin entisestään aikaistunut alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida kysynnän sekä kuluttajakäyttäytymisen nopeisiin muutoksiin nostoen myös myyntiin, varastojen hallintaan ja suhteelliseen kannattavuuteen liittyviä riskejä.
- Myös kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset lisäävät varastoriskejä.
- Lisäksi tuotanto- ja logistiikkaketjuihin liittyvien viivästysten riski on tavanomaista korkeampi, ja toteutuessaan tällaiset viivästyksset voivat vaikuttaa yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen.
- Marimekko työskentelee aktiivisesti tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, viivästysten välttämiseksi, yleisesti nousseiden kustannuksien negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

# Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2024

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2024 kasvavan edellisvuodesta (2023: 174,1 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2023: 18,4 prosenttia). Vuoden 2024 näkymiin volatilitteettia aiheuttavat kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys erityisesti Suomessa, globaalit toimitusketjujen häiriöt sekä yleinen inflaatiokehitys.

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



# Liitteet



# Tuloslaskelma

Milj. euroa	7-9/2024	7-9/2023	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
<b>Liikevaihto</b>	<b>47,2</b>	<b>47,9</b>	<b>128,6</b>	<b>123,5</b>	<b>174,1</b>
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	3,5	-2,9	6,4	-0,0	-4,5
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-21,0	-15,1	-55,3	-46,6	-63,2
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-7,9	-7,7	-25,7	-24,2	-33,5
Poistot ja arvonalentumiset	-2,3	-2,3	-7,0	-6,8	-9,2
Liiketoiminnan muut kulut	-8,3	-7,0	-24,8	-22,6	-32,4
<b>Liikevoitto</b>	<b>11,1</b>	<b>12,9</b>	<b>22,3</b>	<b>23,3</b>	<b>31,4</b>
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,5	-0,0	-0,7	-1,4	-1,7
<b>Tulos ennen veroja</b>	<b>10,6</b>	<b>12,9</b>	<b>21,6</b>	<b>21,9</b>	<b>29,7</b>
Tuloverot	-2,1	-2,5	-4,5	-4,4	-6,1
<b>Katsauskauden tulos</b>	<b>8,4</b>	<b>10,3</b>	<b>17,1</b>	<b>17,5</b>	<b>23,6</b>

## Tase

Milj. euroa	30.9.2024	30.9.2023	31.12.2023
Pitkäaikaiset varat	34,5	36,1	37,3
Vaihto-omaisuus	36,4	34,0	29,3
Myyntisaamiset ja muut saamiset	18,6	24,2	19,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,8	0,1	-
Rahavarat	28,4	19,1	37,0
<b>Varat, yhteensä</b>	<b>118,7</b>	<b>113,5</b>	<b>123,3</b>
Oma pääoma	68,2	59,5	65,7
Pitkäaikaiset velat	21,4	25,0	25,0
Lyhytaikaiset velat	29,0	29,0	32,5
<b>Oma pääoma ja velat, yhteensä</b>	<b>118,7</b>	<b>113,5</b>	<b>123,3</b>

# Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
<b>Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta</b>	<b>29,7</b>	<b>30,5</b>	<b>41,0</b>
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	1,1	-12,3	-7,7
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-7,2	-0,3	4,4
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-3,0	-3,3	-0,1
Rahoituserät ja verot	-5,9	-6,3	-8,2
<b>Liiketoiminnan rahavirta</b>	<b>14,7</b>	<b>8,4</b>	<b>29,4</b>
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1,8	-1,2	-2,0
<b>Investointien rahavirta</b>	<b>-1,8</b>	<b>-1,2</b>	<b>-2,0</b>
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-6,0	-5,5	-7,4
Maksetut osingot	-15,0	-13,8	-13,8
Muut rahoituksen rahavirran erät	-0,6	-1,0	-1,4
<b>Rahoituksen rahavirta</b>	<b>-21,6</b>	<b>-20,3</b>	<b>-22,6</b>
<b>Rahavarojen muutos</b>	<b>-8,7</b>	<b>-13,1</b>	<b>4,8</b>
<b>Rahavarat kauden lopussa</b>	<b>28,4</b>	<b>19,1</b>	<b>37,0</b>

Marimekolla on nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 32,5 miljoonaa euroa (31,6).

# Osakekurssin kehitys

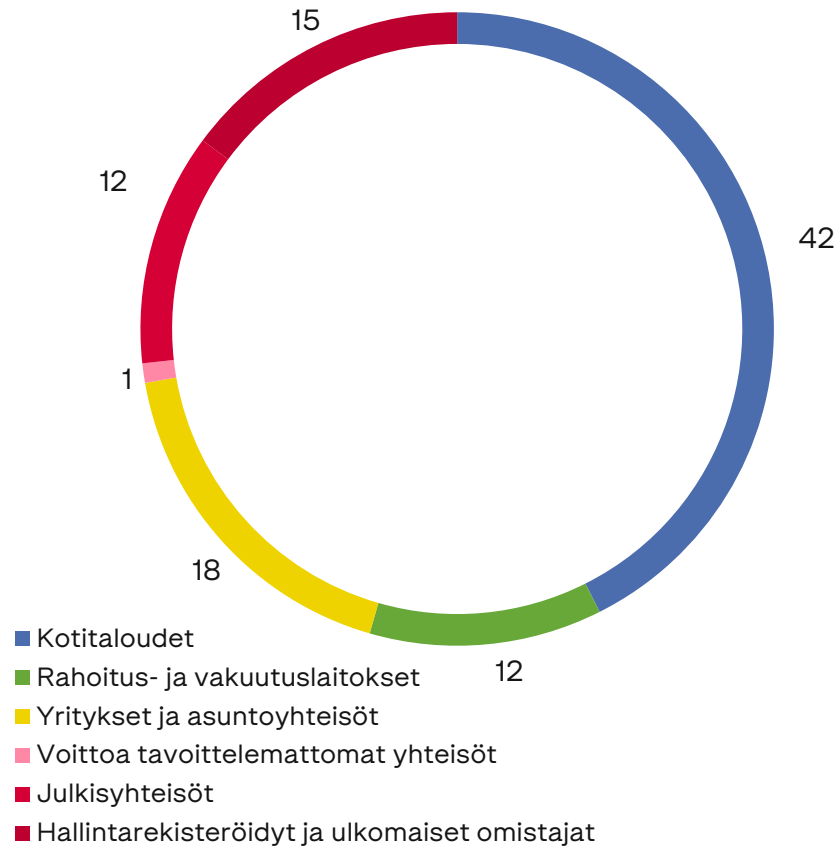
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 30.9.2024: 529,9 milj. euroa



# Yhteensä 38 129 osakkeenomistajaa

## Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



## Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 14,70 %)

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä, %
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	12,52
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	4,87
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	4,75
Ehrnrooth Anna Sophia	4,06
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	2,46
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,31
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1,47
Oy Talcom Ab	1,24
Oy Etra Invest Ab	1,23
Alahuhta Matti	1,10

## Lisätietoja

Toimitusjohtaja **Tiina Alahuhta-Kasko**

p. 09 758 71

tiina.alahuhta-kasko@marimekko.com

Talousjohtaja **Elina Anckar**

p. 09 758 7261

elina.anckar@marimekko.com

Viestintä- ja sijoittajasuhdejohtaja **Anna Tuominen**

p. 040 584 6944

anna.tuominen@marimekko.com



marimekko

MARIMEKKO –  
THE ART OF  
PRINTMAKING  
SINCE 1951

