

Tulos 2025

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

Liikevaihto nousi vertailukauden ennätystasolta, liikevoittomarginaali oli hyvä haastavana jatkuneesta markkinatilanteesta huolimatta

- Liikevaihtomme neljännellä neljänneksellä kasvoi 1 % ja oli 54,7 miljoonaa euroa (54,0).
- Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella. Yhteensä kansainvälinen liikevaihto kasvoi 5 %. Liikevaihto Suomessa jäi 1 %:n vertailukaudesta vähittäismyynnin laskiessa.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 8,8 milj. euroa (9,3) eli 16,1 prosenttia liikevaihdosta (17,1). Liikevoittoa heikensivät korkeammat kiinteät kustannukset. Suhteellisen myyntikatteen paraneminen ja liikevaihdon nousu puolestaan tukivat liikevoittoa.
- Liiketoiminnan rahavirta parani ja taloudellinen asema säilyi vahvana.
- Hallitus ehdottaa osingoksi 0,42 euroa osakkeelta.



Marimekon avainluvut neljännellä vuosineljänneksellä

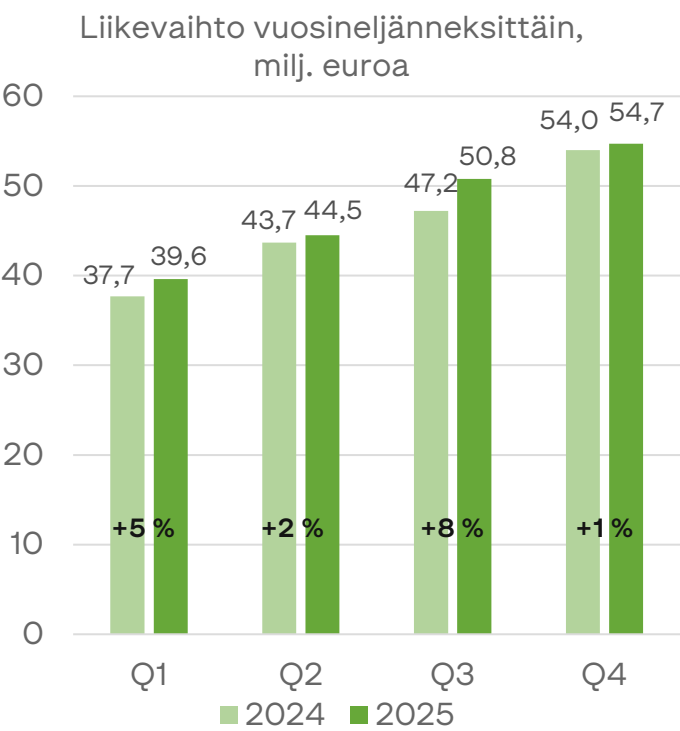
Milj. euroa	10-12/2025	10-12/2024	Muutos, %	1-12/2025	1-12/2024	Muutos, %
Liikevaihto	54,7	54,0	1	189,6	182,6	4
Kansainvälinen myynti	23,9	22,7	5	87,2	81,6	7
% liikevaihdosta	44	42		46	45	
Liikevoitto	8,7	9,1	-4	31,8	31,4	1
Vertailukelpoinen liikevoitto	8,8	9,3	-5	32,3	31,9	1
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	16,1	17,1		17,1	17,5	
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

marimekko

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto nousi +1 % ja oli 54,7 milj. euroa (54,0)

Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella.



Milj. euroa	Q4/ 2025	Q4/ 2024	Muutos %
Suomi	30,8	31,3	-1
Skandinavia	5,8	5,7	1
Eurooppa*	3,8	3,9	-4
Pohjois-Amerikka	3,3	3,0	9
Aasian-Tyynenmeren alue	11,0	10,0	10
Kansainvälinen myynti	23,9	22,7	5
YHTEENSÄ	54,7	54,0	1

- vähittäismyynti +2 %
- tukkumyynti +0 %
- lisenssituotot -6 %

Myynti Suomessa -1 %

- vähittäismyynti -4 % (vertailukelpoinen -5%)
- tukkumyynti +2 %
- lisenssituotot +153 %

Kansainvälinen myynti +5 %

- vähittäismyynti +20 %
- tukkumyynti -1 %
- lisenssituotot -36 %

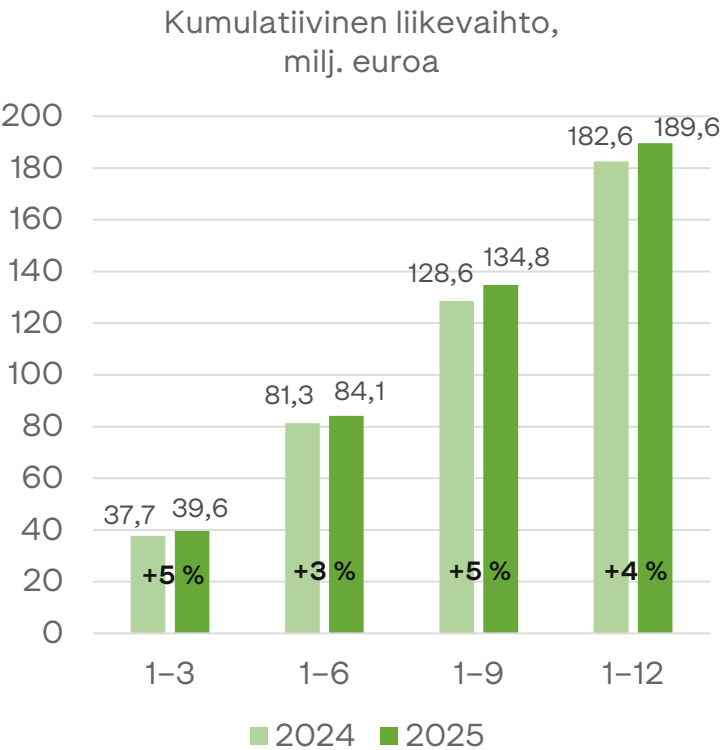
Liikevaihto Suomessa jäi vertailukaudesta, kun vähittäismyynti laski erittäin hintaherkässä ja taktisessa toimintaympäristössä. Tukumyynti nousi 2 %, kun kotimaan tukumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset kasvoivat.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkina-alueella, Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto nousi 10 %, kun vähittäismyynti alueella nousi 24 % ja tukumyynti 9 %. Vähittäismyynti kasvoi myös kaikilla muilla kansainvälisillä markkina-alueilla ja yhteensä kansainvälinen liikevaihto kasvoi 5 %.

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

Liikevaihto kasvoi +4 % 189,6 milj. euroon (182,6)

Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella ja Euroopassa sekä vähittäismyynnin nousu Skandinaviassa.



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

- vähittäismyynti +4 %
- tukkumyynti +5 %
- lisenssituotot -34 %

Myynti Suomessa +1 %

- vähittäismyynti +0 % (vertailukelpoinen +0 %)
- tukkumyynti +1 %
- lisenssituotot kasvoivat merkittävästi

Kansainvälinen myynti +7 %

- vähittäismyynti +17 %
- tukkumyynti +7 %
- lisenssituotot -60 %

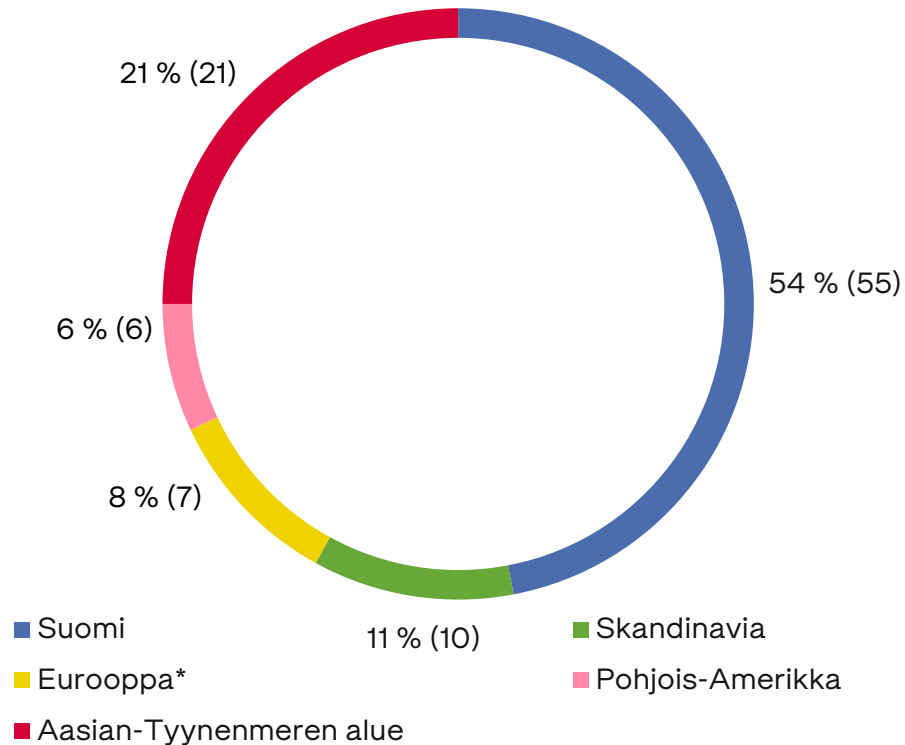
Vaikka toimintaympäristö jatkui haastavana ja tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset olivat ennakoidusti merkittävästi pienemmät kuin vertailuvuonna, liikevaihto Suomessa kasvoi. Vähittäismyynti säilyi edellisvuoden ennätystasolla, tukkumyynti kasvoi 1 prosentin ja lisenssituotot nousivat merkittävästi.

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi 2 % kun sekä tukku- että vähittäismyynti nousivat. Liikevaihdon hyvää kehitystä painoi lisenssituottojen merkittävä lasku alueella. Kansainvälinen liikevaihto nousi kaikilla markkina-alueilla. Yhteensä kasvua oli 7 %, kun vähittäismyynti nousi kaikilla ja tukkumyynti lähes kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla.

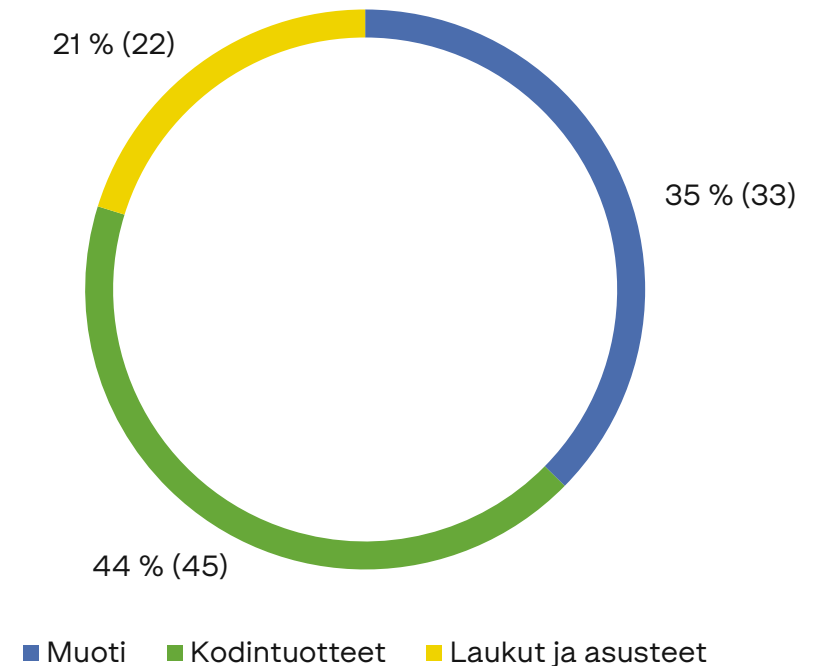
* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Liikevaihto nousi kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla, yhteensä kansainvälinen myynti nousi +7 %

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-12/2025 (1-12/2024)



Liikevaihto tuotelinjoiittain, 1-12/2025 (1-12/2024)



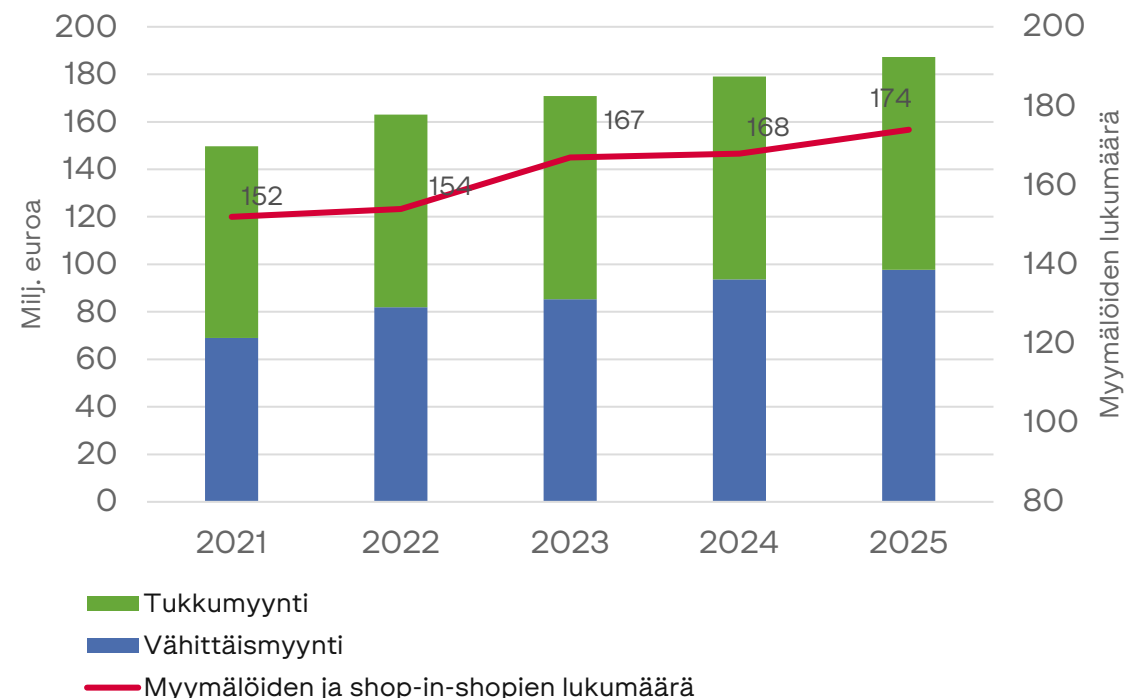
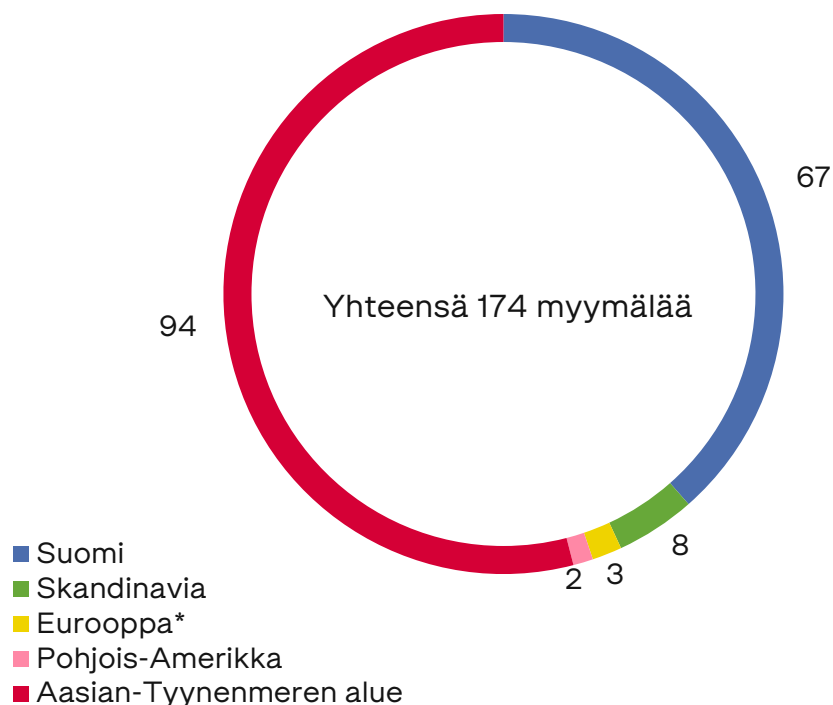
* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia.
Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Monikanavainen myymäläverkosto laajeni

Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 39 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-12/2025:

Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti



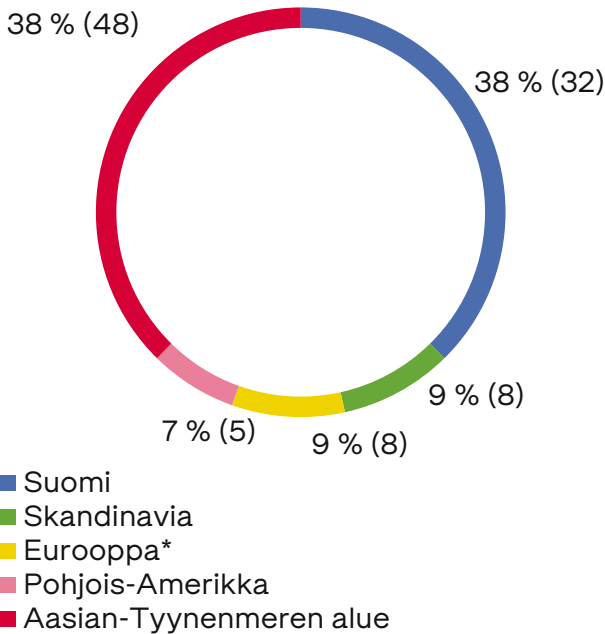
* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Myyymälöiden määrä sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit.

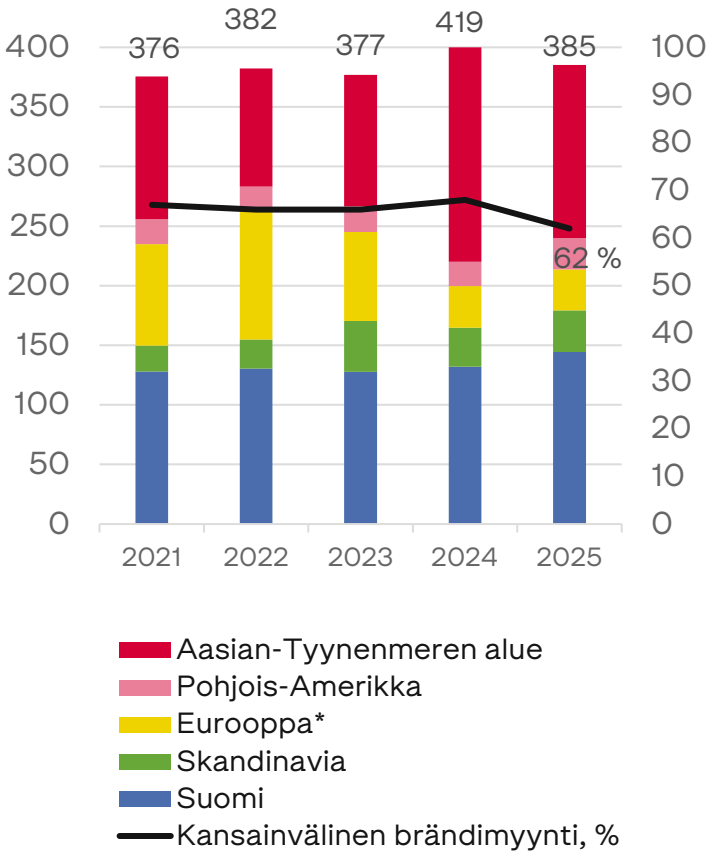
Omia vähittäismyymälöitä oli joulukuun 2025 lopussa 52 (48).

Marimekon brändimyynti oli 385,1 milj. euroa (419,2)

Vuonna 2025 brändimyyntistä 62 % tuli ulkomailta (68)



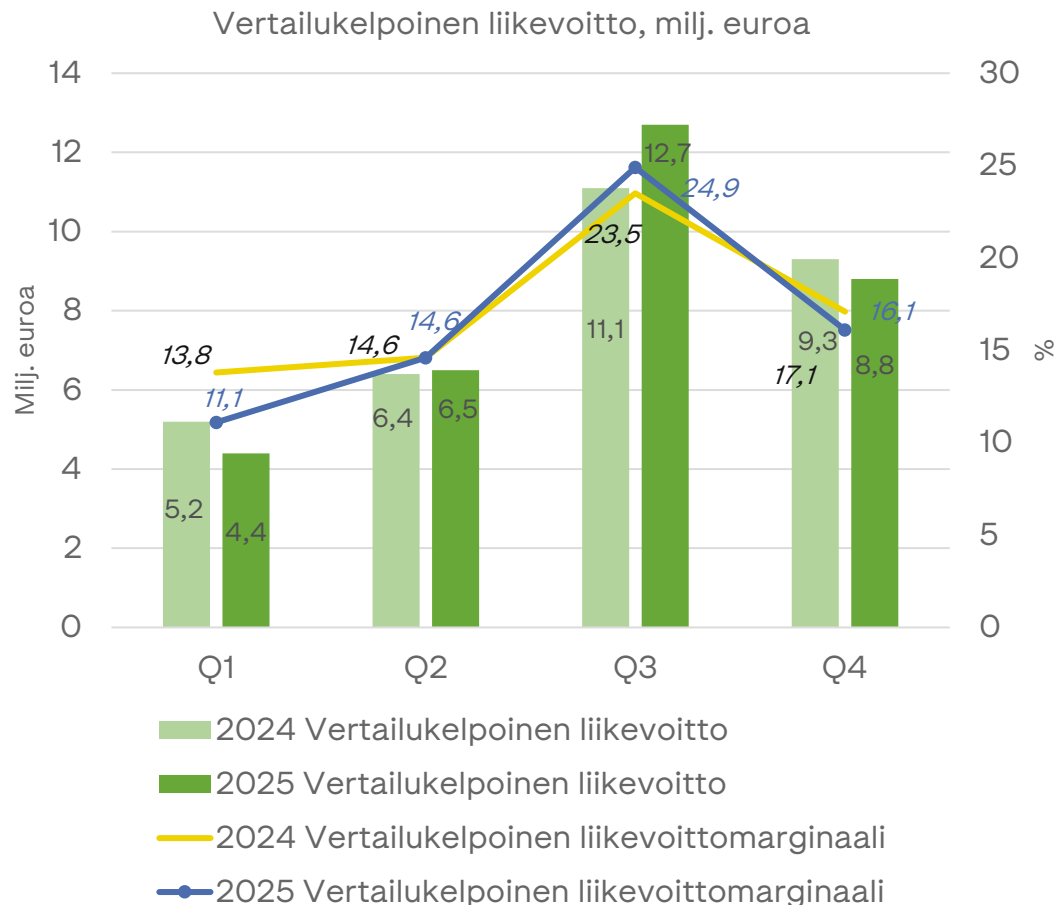
Milj. euroa	1-12/ 2025	1-12/ 2024	Muutos %
Suomi	144,5	132,1	9
Skandinavia	34,9	32,7	7
Eurooppa*	34,2	34,8	-2
Pohjois-Amerikka	26,4	20,4	29
Aasian-Tyynenmeren alue	145,2	199,1	-27
Kansainvälinen brändimyynti	240,7	287,1	-16
YHTEENSÄ	385,1	419,2	-8



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

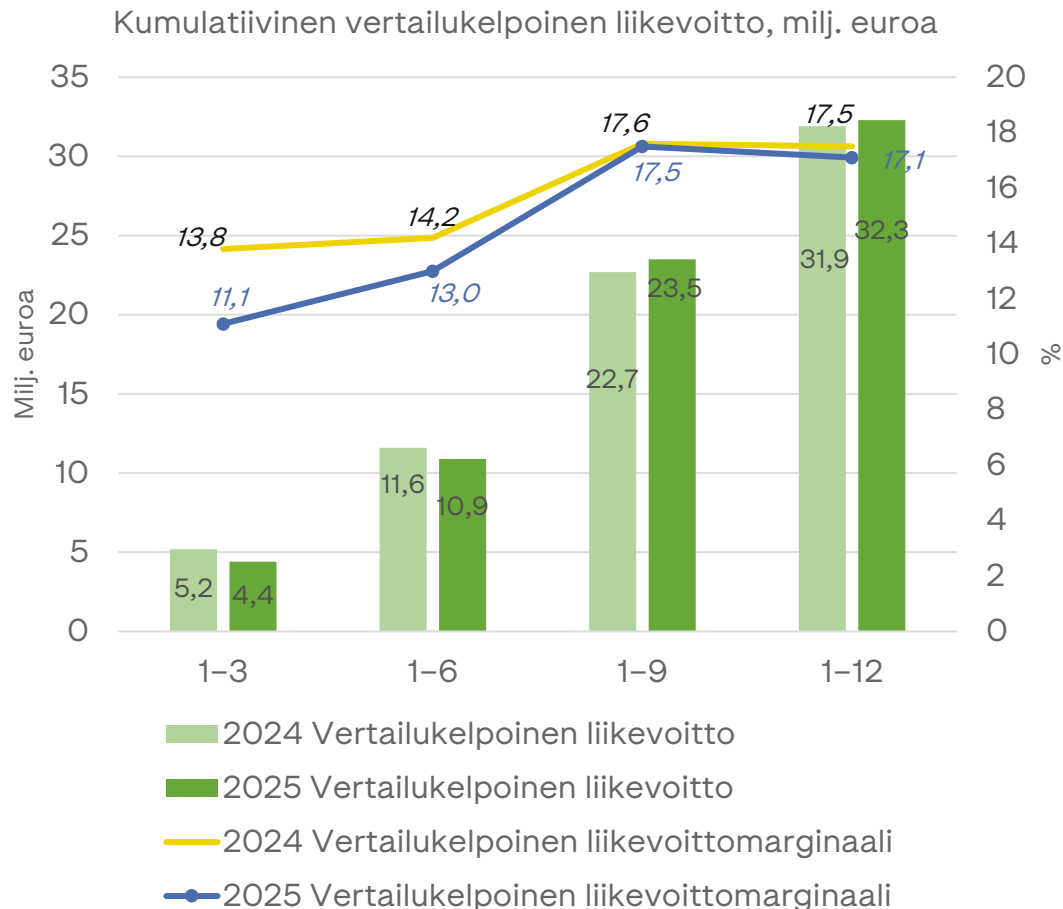
Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden mynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo,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

Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali hyvällä tasolla, 16,1 % liikevaihdosta



- Liikevoitto oli 8,7 miljoonaa euroa (9,1).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 8,8 miljoonaa euroa (9,3) eli 16,1 % liikevaihdosta (17,1).
- Liikevoittoa heikensivät korkeammat kiinteät kustannukset. Suhteellisen myyntikatteen paraneminen ja liikevaihdon nousu puolestaan tukivat liikevoittoa.
- Kiinteitä kuluja kasvatti erityisesti markkinointikulujen nousu mutta myös korkeammat henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta paransivat hyvät tuotekatteet sekä vertailukautta alemmat logistiikkakulut. Myyntikatetta puolestaan heikensivät suuremmat alennuskustannukset.

Kumulatiivinen vertailukelpoinen liikevoitto nousi +1 %, vertailukelpoinen liikevoittomarginaali hyvällä tasolla



- Liikevoitto parani 31,8 miljoonaan euroon (31,4).
- Vertailukelpoinen liikevoitto nousi 32,3 miljoonaan euroon (31,9) eli 17,1 % liikevaihdosta (17,5).
- Liikevoittoa paransi liikevaihdon kasvu. Kasvaneet kiinteät kustannukset ja suhteellisen myyntikatteen heikkeneminen puolestaan vaikuttivat negatiivisesti liikevoiton kehitykseen.
- Kiinteitä kuluja nostivat erityisesti korkeammat henkilöstökulut mutta myös panostukset digitaalisuuden kehittämiseen. Suhteellista myyntikatetta heikensivät erityisesti suuremmat alennuskustannukset sekä ennakoidusti merkittävästi pienemmät lisenssituotot. Myös realisoitumattomat valuuttakurssierot vaikuttivat negatiivisesti myyntikatteeseen. Suhteellista myyntikatetta puolestaan tukivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteet.

Kauden tapahtumia Q4

Pariisin-lippulaivamyymälän avaaminen tukee Marimekon brändi-ilmion ja pitkän aikavälin kasvun skaalaamista laajemmin eri kanavissa ja kansainvälisillä markkinoilla

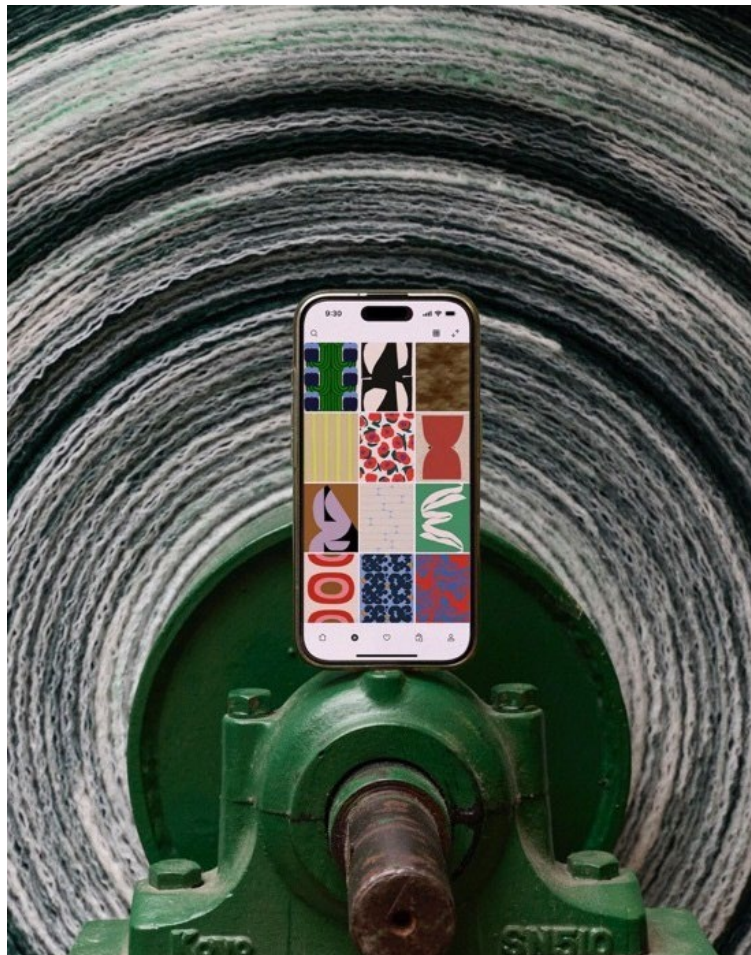
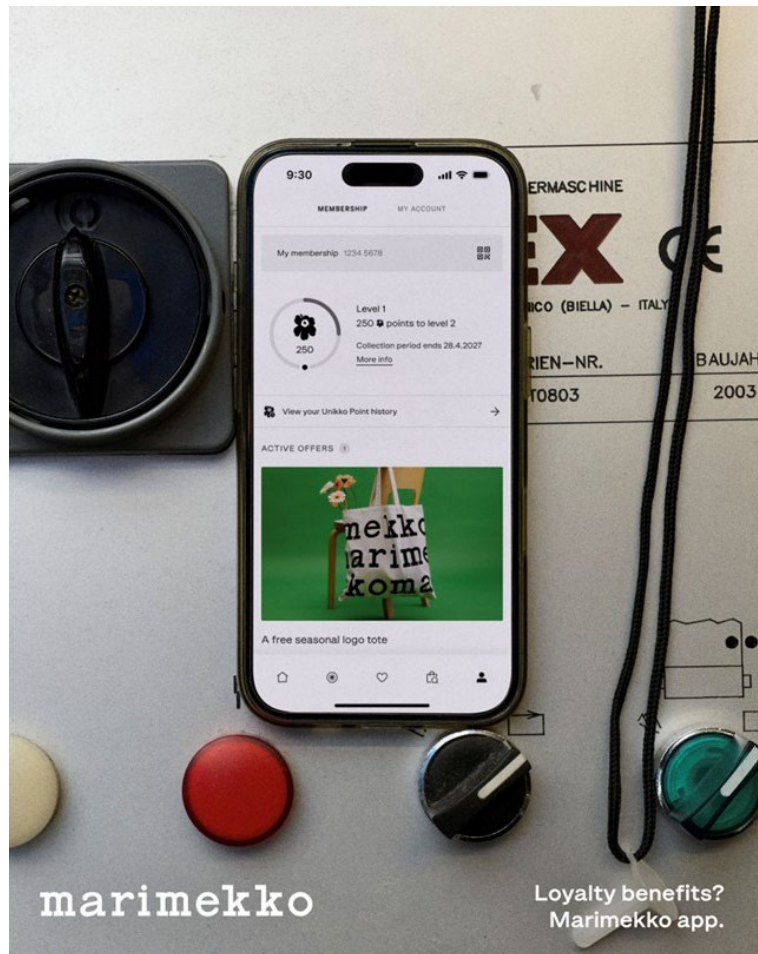


Marimekko-myymälä avautui uudelleen lippulaivamyymälänä Hongkongissa rakentaen bränditunnettuutta ja positiointia myös laajemmin Aasiassa

Uudet Marimekko-myymälät Tokiossa ja Bangkokissa, kahdeksan pop-up-myymälää pääosin Aasiassa sekä pop-up-kahvila täydentävät monikanavaista myymäläverkostoaamme



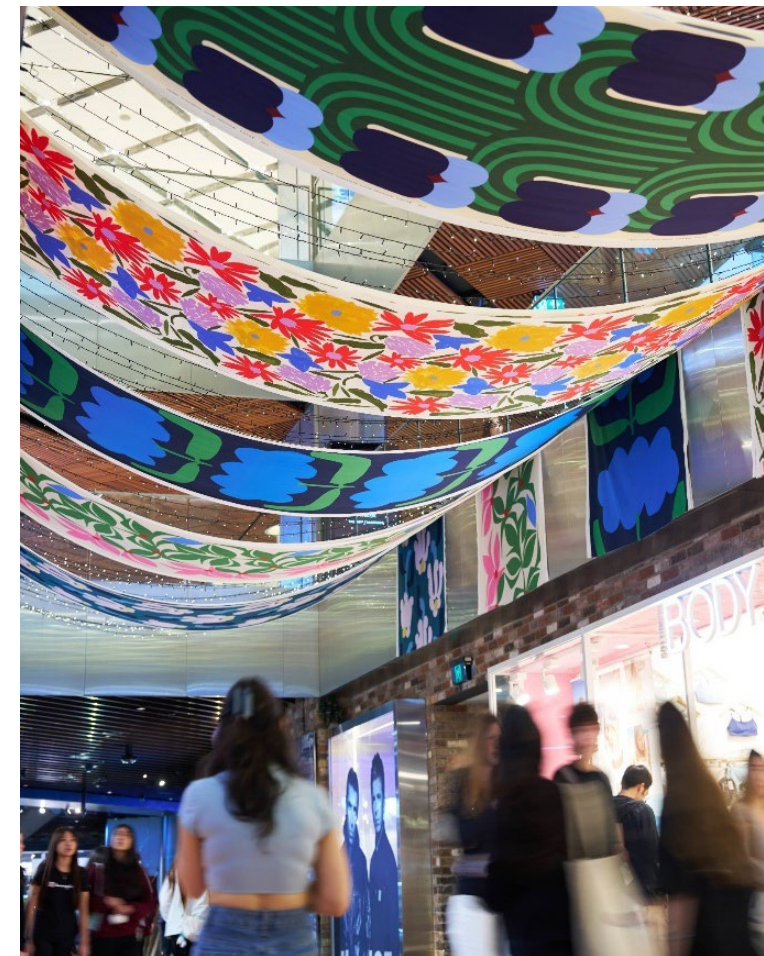
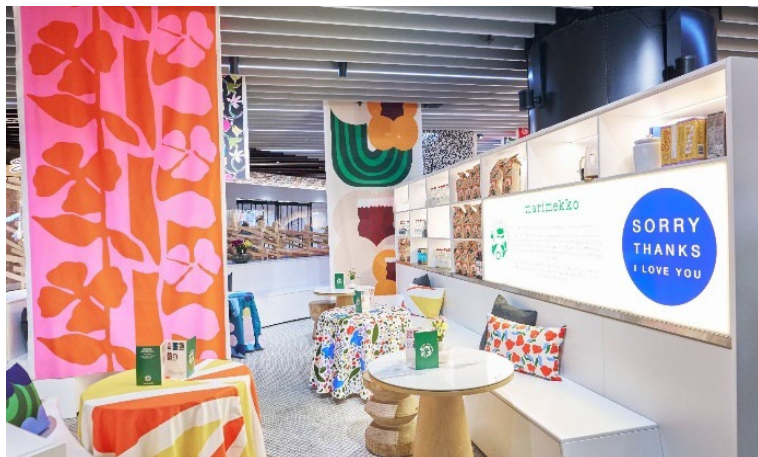
Jatkoimme panostuksia digitaaliseen liiketoimintaan: uusi Marimekko-sovellus tarjoaa inspiroivan ostokokemuksen sekä digitaalisen kodin uudistuneelle kanta-asiakasohjelmalle



Paikalliset yhteistyöt JW Marriot -hotelliketjun ja Sundate Cafén kanssa auttavat erottautumaan kilpailijoista ja tutustuttavat uusia asiakkaita Aasiassa Marimekkoon



Vuoden lopuksi Field of Flowers -näyttely ja -pop-up-myymälät esittelivät uusia näkökulmia kuviotaiteeseemme Shanghaissa ja Sydneyssä



Vastuullisuustyömme eteni johdonmukaisesti: saavutimme 3/4 tavoitteista kaudelle 2021–2025 kasvihuonekaasupäästöjen ja vedenkulutuksen vähentämisessä

Vastuullisuusstrategiakaudella 2026–2030 ilmastotyötämme ohjaavat SBT-päästövähennystavoitteemme



Toteuma 2025:

-61 %

(Tavoite -40 %)

**Scope 1–2
-päästöjen
vähentäminen
vuoden 2025
loppuun mennessä**



Toteuma 2025*:

-2 %

(Tavoite -50 %)

**Logistiikan
kasvihuonekaasu-
päästöjen
intensiteetin
vähentäminen
vuoden 2025
loppuun mennessä**

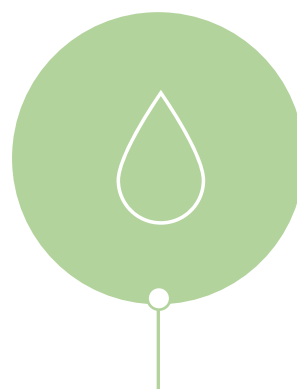


Toteuma 2025:

-29 %

(Tavoite: -20 %)

**Tekstiilimateriaalien
kasvihuonekaasu-
päästöjen
intensiteetin
vähentäminen
vuoden 2025
loppuun mennessä**



Toteuma 2025:

-84 %

(Tavoite: -50 %)

**Tekstiilimateriaalien
vesivarojen
niukkuutta
kuvaavan arvon
vähentäminen
vuoden 2025
loppuun mennessä**



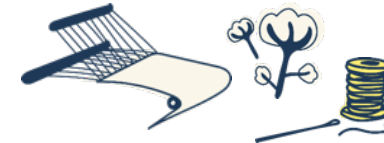
SBT-tavoite: **Scope 1–2
-päästöt** vuoden 2030
loppuun mennessä**

-42,0%



SBT-tavoite: **Scope 3
-päästöt** vuoden 2030
loppuun mennessä**

-51,6 %



* Ennakkotietoihin perustuva arvio, joka mahdollisesti tarkentuu myöhemmin
**SBTi on validoinut Marimekon tieteeseen perustuvat tavoitteet, ja ne ovat linjassa Pariisin ilmastositomuksen kanssa. Tavoiterajat sisältävät bioenergiaraaka-aineiden maaperään liittyvät päästöt ja poistumat.

marimekko

Näkymät 2026

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2026: Yleisesti

- Maailmantalouden kehitykseen liittyy suuria epävarmuustekijöitä kuten jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa. Kauppapolitiikan 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.
- Marimekko 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.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2026: 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 vuonna 2026 arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2026: Liikevaihdon kehittyminen

Suomi

Heikosta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihdon Suomessa, Marimekolle tärkeällä kotimarkkinalla, arvioidaan kasvavan vuonna 2026.

- 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.
- Vuonna 2026 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan kasvavan vertailuvuodesta ja vertailuvuoden tavoin painottuvan selvästi vuoden toiselle puoliskolle.
- Myynnin kehityksen kotimaassa arvioidaan olevan vaisumpaa vuoden ensimmäisellä neljänneksellä.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2026.

Aasian-Tyynenmeren alue

- Vuonna 2026 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.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2026: Kasvupanostukset ja kustannukset

- 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 hankintaympäristössä nostaen liiketoimintariskejä.
- 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 kilpailukyvyn ja toimivuuden varmistamiseksi, nousseiden kustannuksien ja muiden negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi, viivästysten välttämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

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 volatilitteettia 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 volatilitteettia vuoden näkymiin.

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

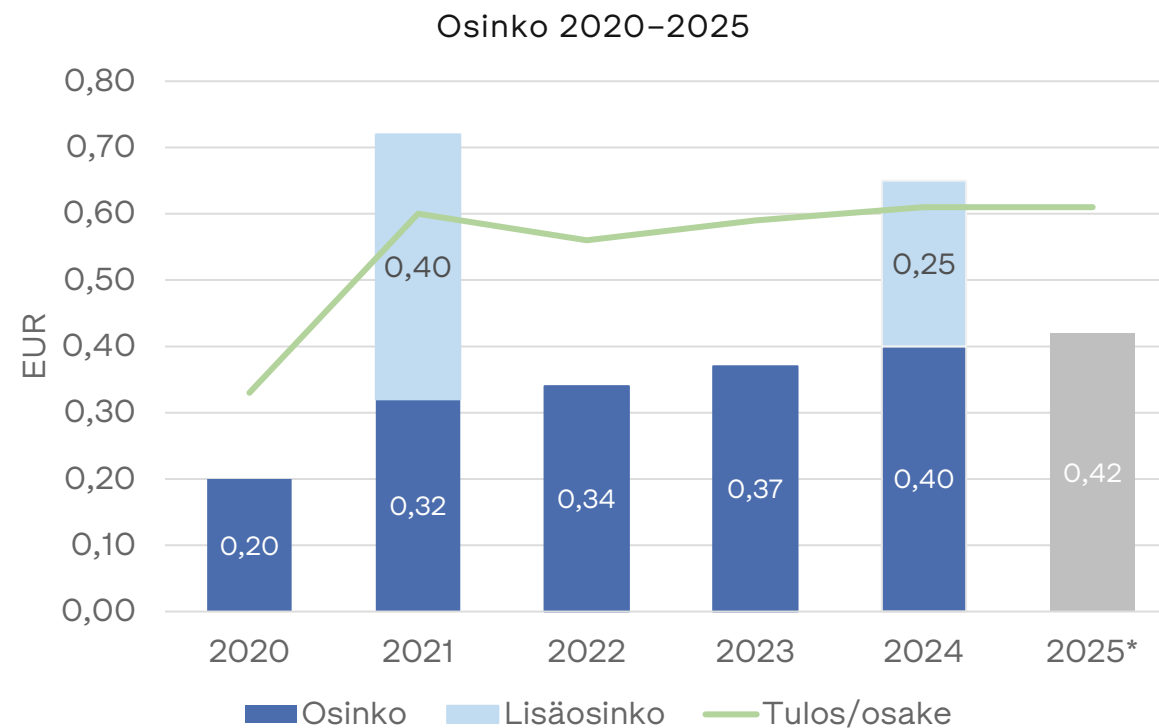


Ehdotus osingoksi vuodelta 2025

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2025 olivat 67 287 863,08 euroa ja tilikauden voitto oli 23 054 505,65.

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.



* Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle

Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	10-12/2025	10-12/2024	1-12/2025	1-12/2024
Liikevaihto	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
Liikevoitto	8,7	9,1	31,8	31,4
Rahoitustuotot ja -kulut	-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

Tase

Milj. euroa	31.12.2025	31.12.2024
Pitkäaikaiset varat	36,8	36,4
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
Varat, yhteensä	130,4	130,3
Oma pääoma	74,3	75,5
Pitkäaikaiset velat	21,5	22,3
Lyhytaikaiset velat	34,6	32,5
Oma pääoma ja velat, yhteensä	130,4	130,3

Rahavirtalaskelma

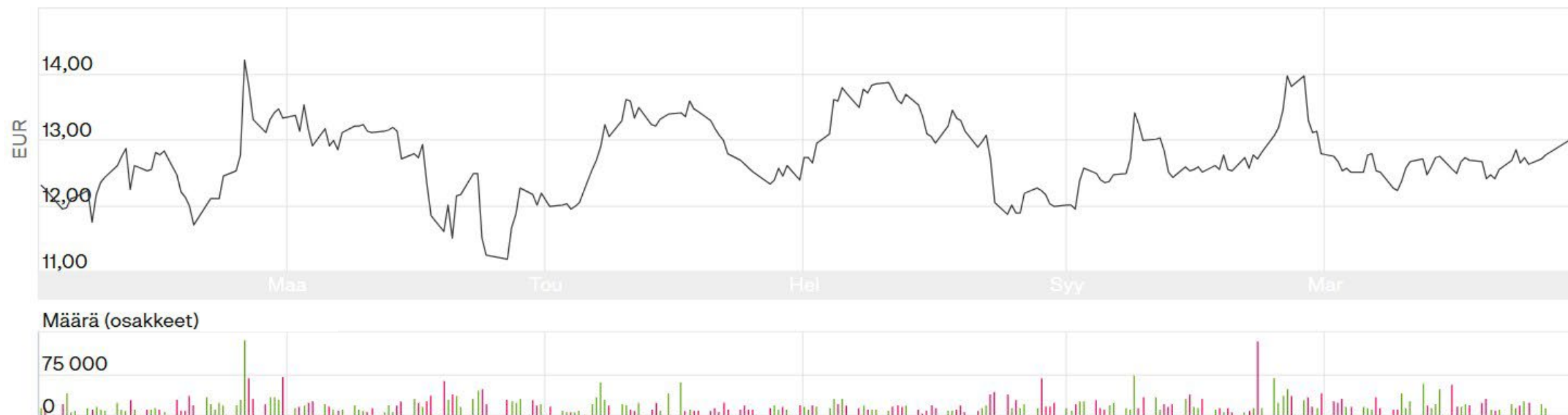
Milj. euroa	1–12/2025	1–12/2024
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta	42,3	41,2
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-3,1	2,0
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-0,3	-6,1
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	2,5	-0,3
Rahoituserät ja verot	-6,9	-7,7
Liiketoiminnan rahavirta	34,5	29,1
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2,9	-2,3
Investointien rahavirta	-2,9	-2,3
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-8,7	-8,0
Maksetut osingot	-26,4	-15,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-	-0,6
Rahoituksen rahavirta	-35,0	-23,6
Rahavarojen muutos	-3,4	3,2
Rahavarat kauden lopussa	36,6	40,4

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

Osakekurssin kehitys vuonna 2025

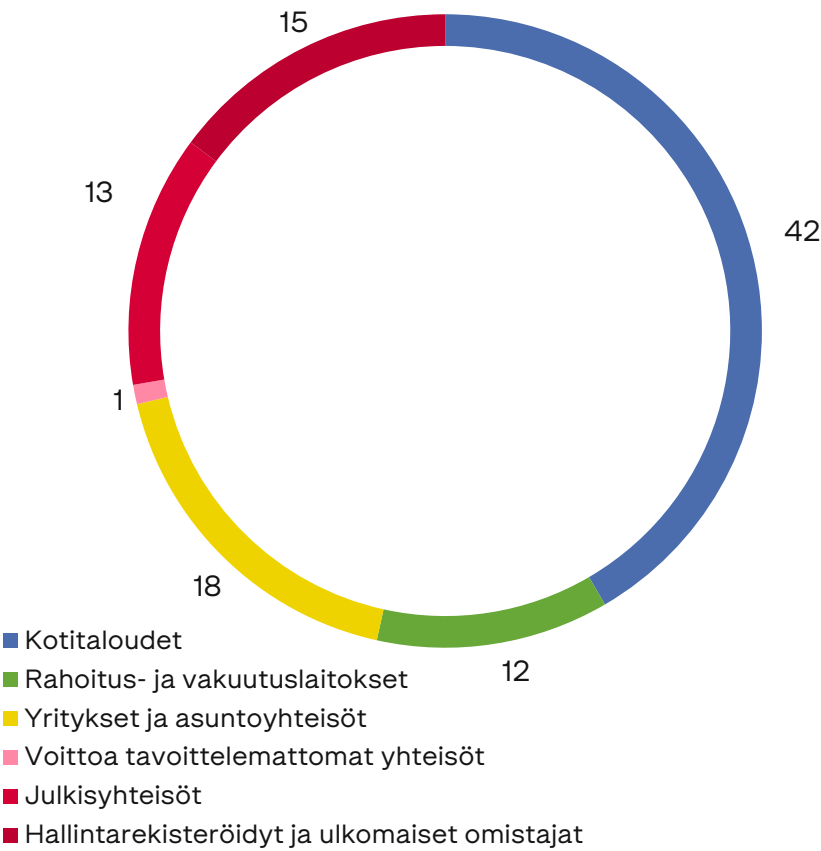
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 31.12.2025: 525,0 milj. euroa



Yhteensä 38 951 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 14,98 %)

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä, %
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	12,52
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	4,87
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varma	4,75
Ehrnrooth Sophia	4,06
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	2,65
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,03
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1,94
Oy Talcom Ab	1,24
Oy Etra Invest Ab	1,23
Alahuhta Matti	1,11

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

