

Puolivuosikatsaus 1–6/2026

Tiina Alahuhta-Kasko
Toimitusjohtaja

Liikevaihto lähes edellisvuoden ennätystasolla APAC-alueen vahvan kasvun vetämänä, liikevoitto jäi vertailukaudesta. Koko vuoden ohjeistus ennallaan.

- Liikevaihtomme toisella neljänneksellä oli 43,9 milj. euroa (44,5).
- Liikevaihtoa heikensi kotimaan vähittäismyynnin lasku haastavassa markkinatilanteessa tiettyjen odotuksia heikommin menneiden myyntikampanjoiden seurauksena. Liikevaihtoa puolestaan tuki vähittäismyynnin erinomainen kehitys kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla.
- Kansainvälinen myynti kasvoi 7 %, vahvinta kasvu oli Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihto Suomessa laski 7 %.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 5,1 milj. euroa (6,5) eli 11,7 % liikevaihdosta (14,6). Liikevoittoa heikensi erityisesti kiinteiden kustannuksien kasvu.
- Liiketoiminnan rahavirta parani ja taloudellinen asema säilyi vahvana.



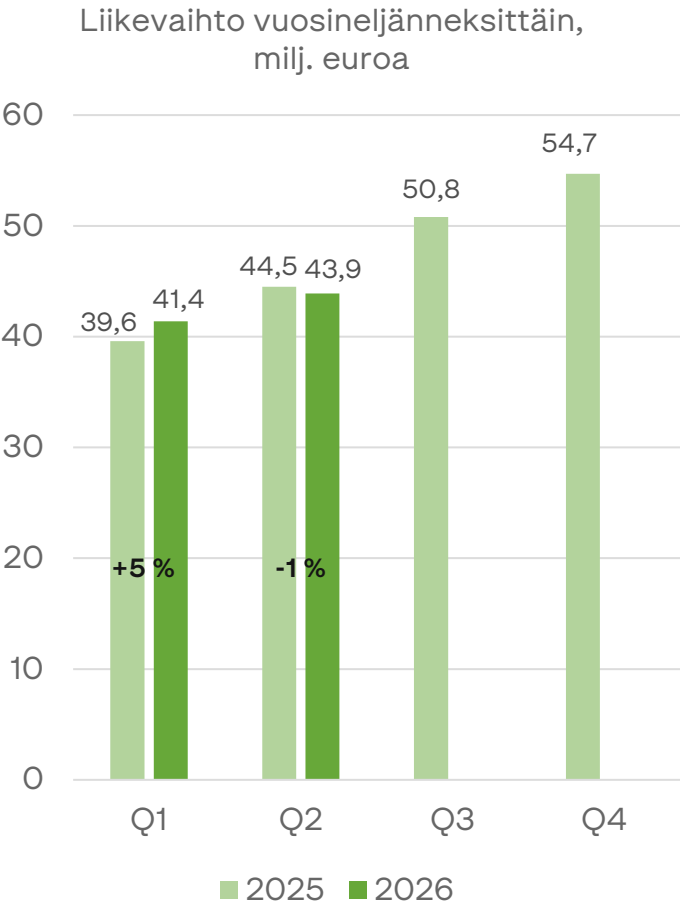
Marimekon avainluvut toisella vuosineljänneksellä

Milj. euroa	4-6/2026	4-6/2025	Muutos, %	1-6/2026	1-6/2025	Muutos, %	1-12/2025
Liikevaihto	43,9	44,5	-1	85,3	84,1	2	189,6
Kansainvälinen myynti	20,5	19,2	7	43,1	40,0	8	87,2
% liikevaihdosta	47	43		51	48		46
Liikevoitto	4,7	6,3	-26	9,9	10,6	-7	31,8
Vertailukelpoinen liikevoitto	5,1	6,5	-21	10,4	10,9	-5	32,3
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	11,7	14,6		12,2	13,0		17,1
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,10	0,11	-10	0,20	0,19	5	0,61
Liiketoiminnan rahavirta	7,9	3,9	101	7,7	0,7		34,5
Bruttoinvestoinnit	0,3	0,8	-67	0,9	1,6	-44	2,9
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				35,6	34,9		30,0
Omavaraisuusaste, %				54,7	54,1		57,7
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				12,3	33,9		-9,3
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)				0,19	0,48		-0,17
Henkilöstö kauden lopussa				516	511	1	493

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto lähes vertailukauden ennätystasolla, 43,9 milj. euroa (44,5)

Liikevaihtoa heikensi kotimaan vähittäismyynnin lasku. Liikevaihtoa puolestaan tuki vähittäismyynnin erinomainen kehitys kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla.



Milj. euroa	Q2/ 2026	Q2/ 2025	Muutos %
Suomi	23,4	25,2	-7
Skandinavia	4,5	4,4	1
Eurooppa	4,0	3,9	2
Pohjois-Amerikka	2,5	2,7	-6
Aasian-Tyynenmeren alue	9,5	8,2	16
Kansainvälinen myynti	20,5	19,2	7
YHTEENSÄ	43,9	44,5	-1

Marimekon myynti globaalisti -1 %

- vähittäismyynti -3 %
- tukkumyynti +0 %
- lisenssituotot +49 %

Myynti Suomessa -7 %

- vähittäismyynti -11 % (vertailukelpoinen -12 %)
- tukkumyynti +3 %
- lisenssituotot +28 %

Kansainvälinen myynti +7 %

- vähittäismyynti +21 %
- tukkumyynti -1 %
- lisenssituotot +66 %

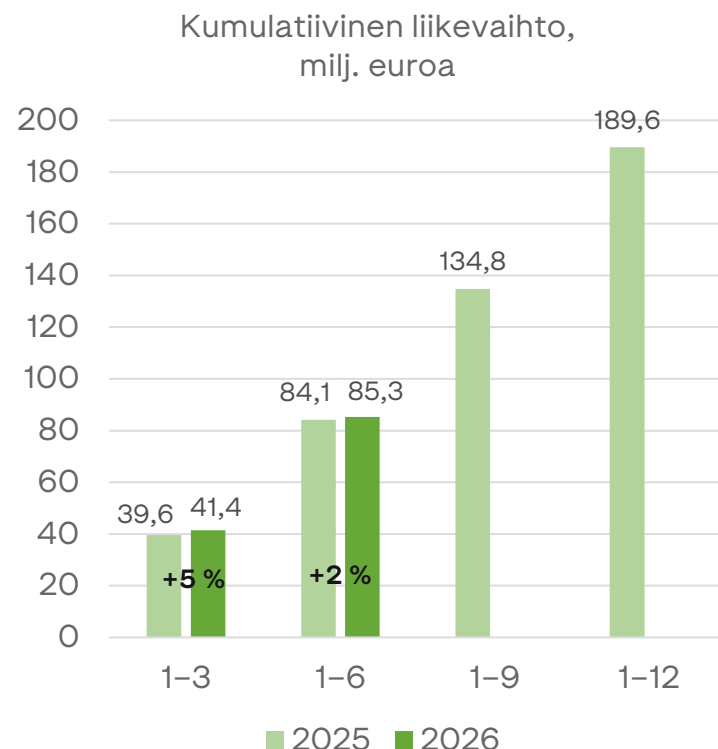
Liikevaihto Suomessa väheni 7 % vähittäismyynnin laskettua haastavassa markkinatilanteessa tiettyjen odotuksia heikommin menneiden myyntikampanjoiden seurauksena. Tukkomyynti Suomessa puolestaan nousi, osin kertaluonteisten kampanjatoimituksien tukemana.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkina-alueella, Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto nousi 16 %, kun sekä vähittäis- että tukkomyynti kasvoivat.

Yhteensä kansainvälinen myynti kasvoi 7 prosenttia, kun vähittäismyynti kasvoi kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla.

Liikevaihto kasvoi +2 % 85,3 milj. euroon (84,1)

Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäismyyntin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella ja muilla kansainvälisillä markkina-alueilla.



Milj. euroa	1-6/ 2026	1-6/ 2025	Muutos %
Suomi	42,2	44,0	-4
Skandinavia	9,5	8,6	10
Eurooppa	8,3	7,8	6
Pohjois-Amerikka	5,8	5,4	7
Aasian- Tyynenmeren alue	19,5	18,1	7
Kansainvälinen myynti	43,1	40,0	8
YHTEENSÄ	85,3	84,1	2

Marimekon myynti globaalisti +2 %

- vähittäismyynti -1 %
- tukkumyynti +3 %
- lisenssituotot +52 %

Myynti Suomessa -4 %

- vähittäismyynti -8 % (vertailukelpoinen -9 %)
- tukkumyynti +5 %
- lisenssituotot +21 %

Kansainvälinen myynti +8 %

- vähittäismyynti +20 %
- tukkumyynti +1 %
- lisenssituotot +76 %

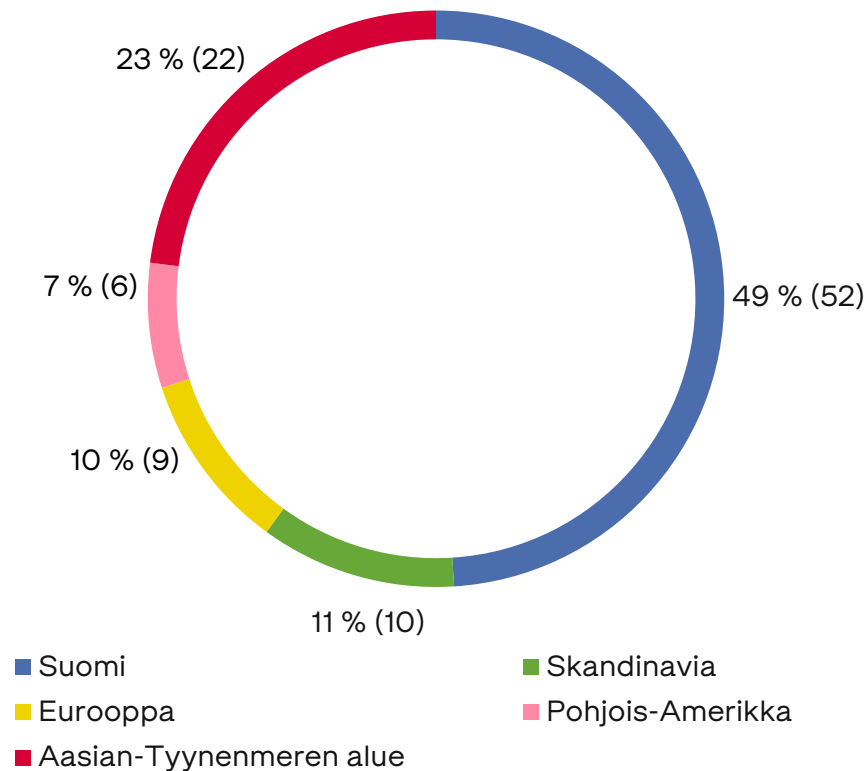
Liikevaihto Suomessa heikkeni 4 %, kun vähittäismyynti laski kotimaan hintaherkässä ja taktisessa liiketoimintaympäristössä. Tukkumyynti puolestaan nousi, osin kotimaan kertaluonteisten kampanjatoimituksien kasvun tukemana.

Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto kasvoi 7 %, kun erityisesti vähittäismyynti kehittyi hyvin.

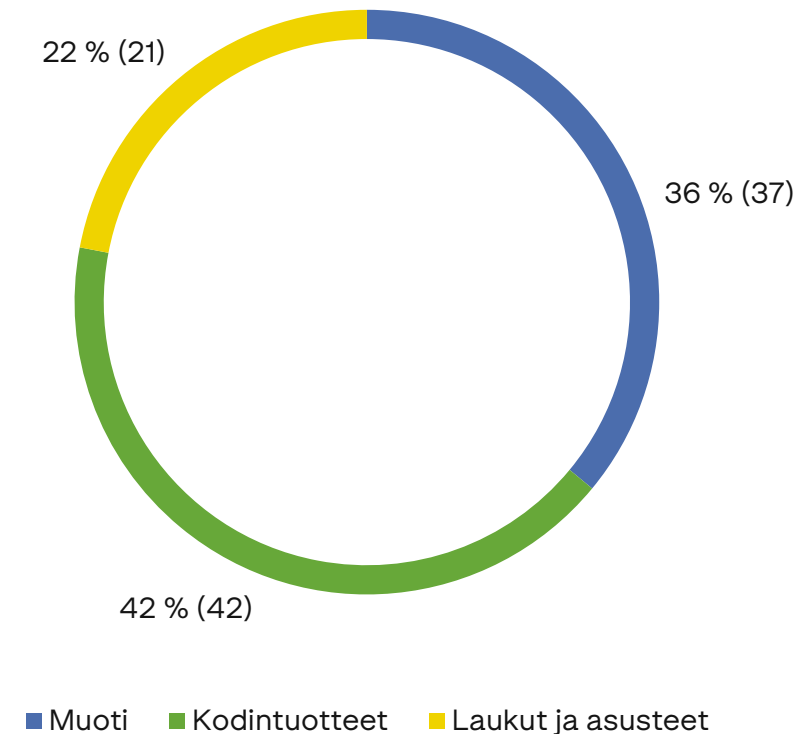
Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 8 %, kun Aasian-Tyynenmeren alueen lisäksi vähittäismyynti kehittyi hyvin myös muilla kansainvälisillä markkina-alueilla.

Liikevaihto kasvoi kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla, yhteensä kansainvälinen myynti kasvoi +8 %

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-6/2026 (1-6/2025)



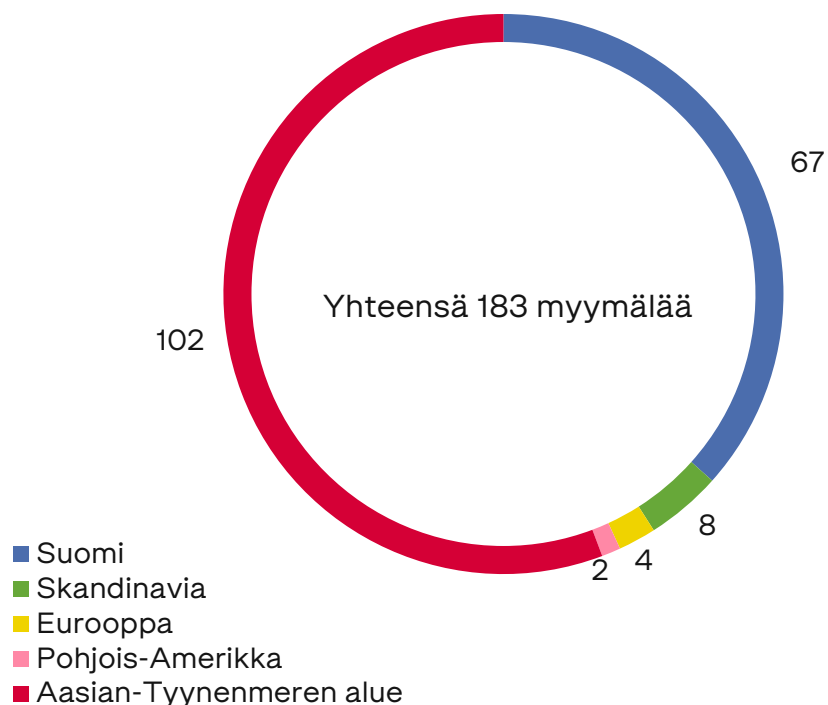
Liikevaihto tuotelinjoiittain, 1-6/2026 (1-6/2025)



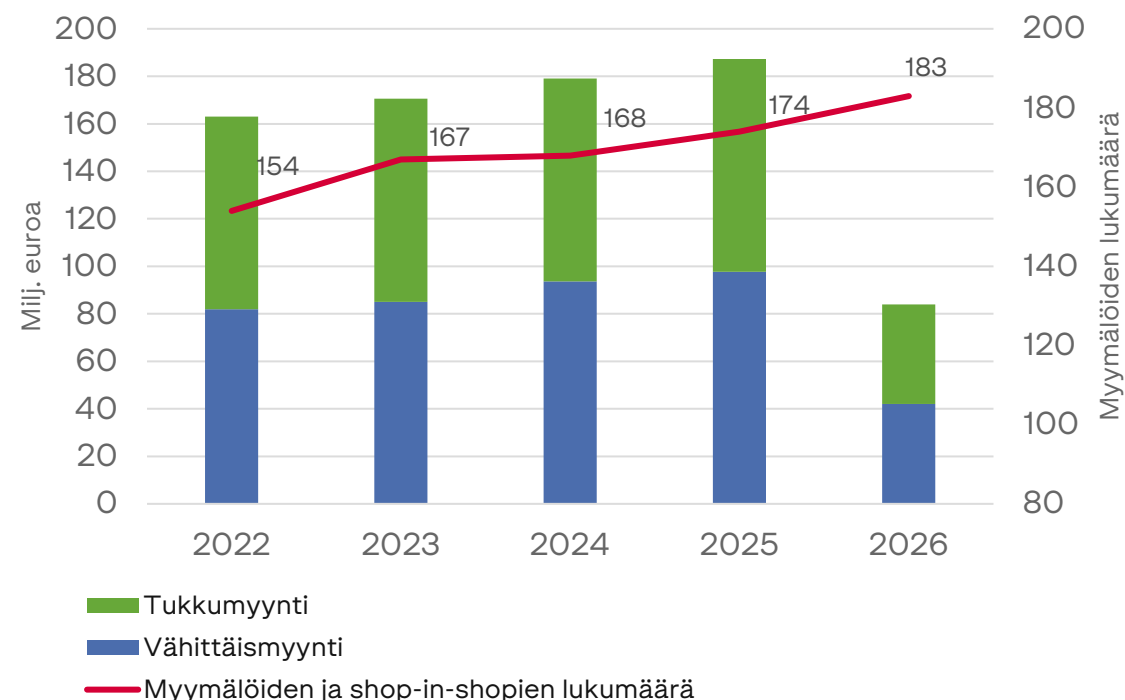
Monikanavainen myymäläverkosto kasvoi Aasiassa

Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 39 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-6/2026:



Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti

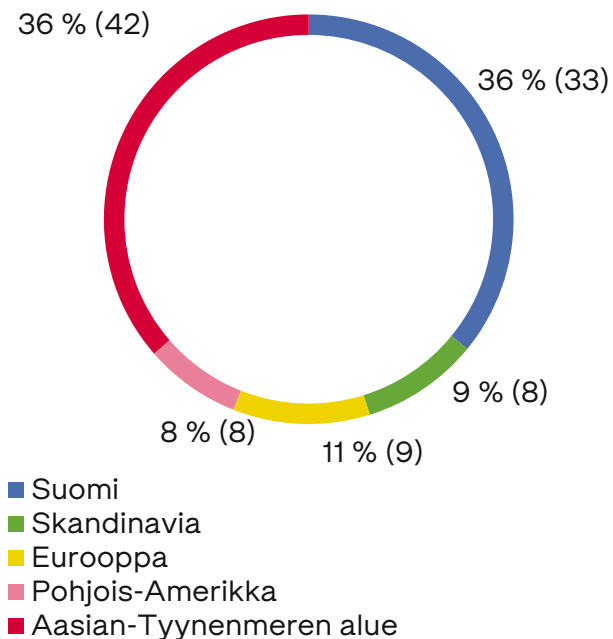


Myymlöiden määrä sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymlät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shops.

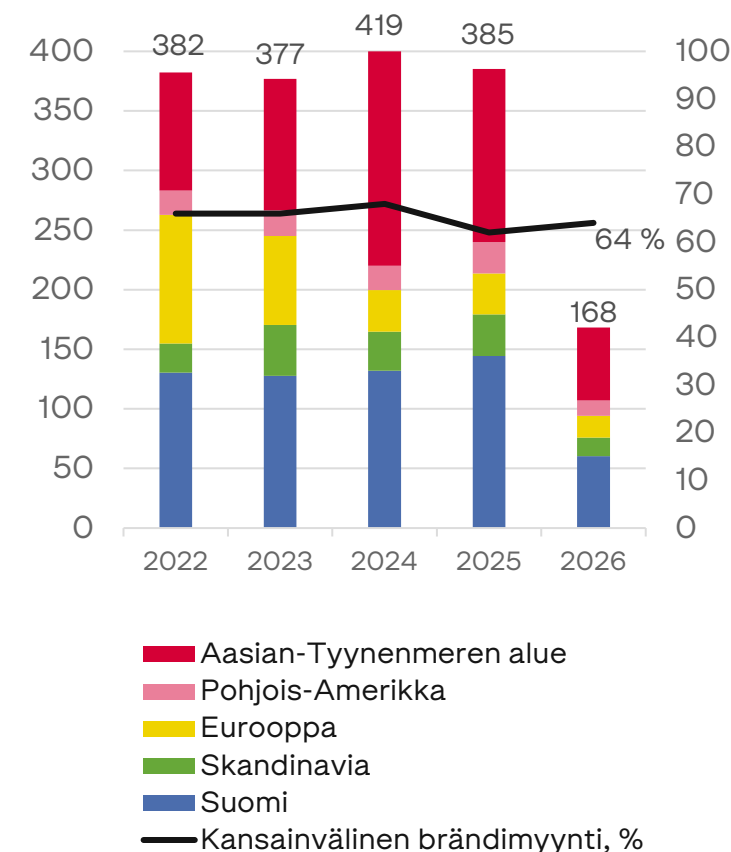
Omia vähittäismyymälöitä oli kesäkuun 2026 lopussa 52 (52).

Marimekon brändimyynti oli 168,1 milj. euroa (187,0)

Tammi-kesäkuussa brändimyyntistä 64 % tuli ulkomailta (67)

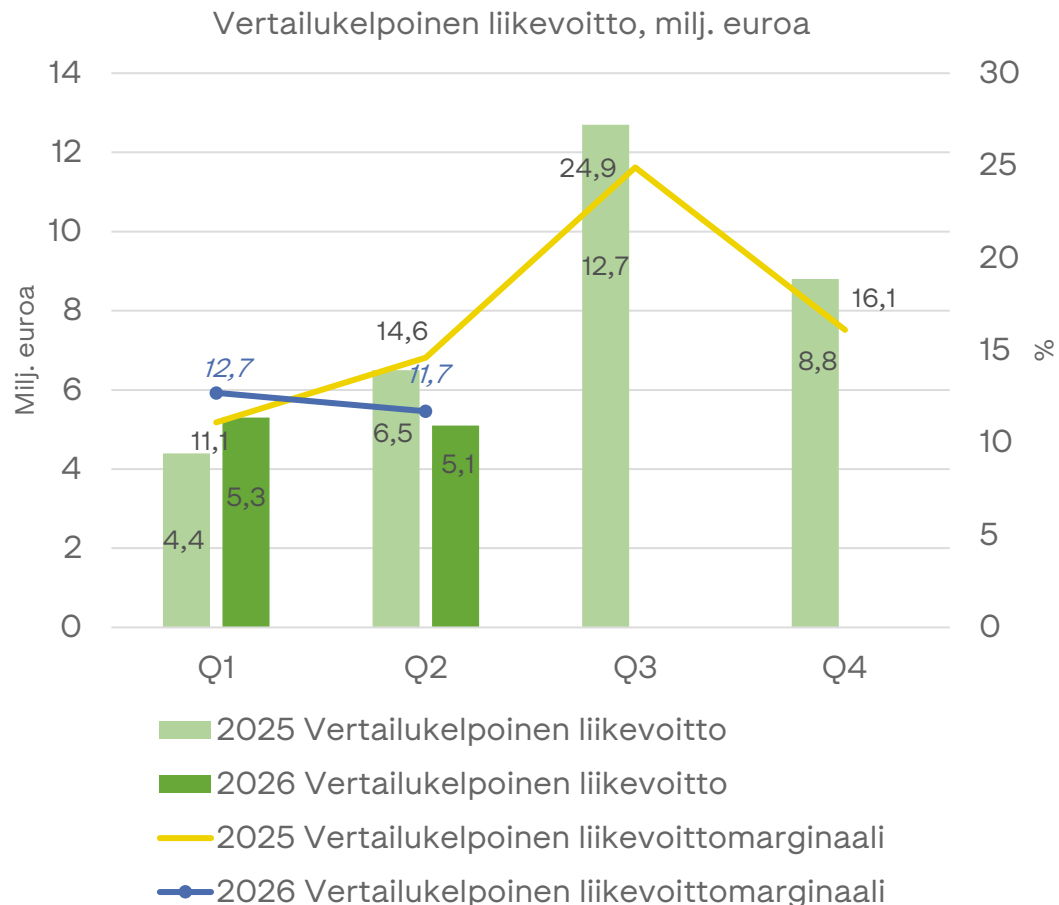


Milj. euroa	1-6/ 2026	1-6/ 2025	Muutos %
Suomi	60,4	60,9	-1
Skandinavia	15,6	14,8	5
Eurooppa	18,2	17,3	5
Pohjois-Amerikka	12,8	14,8	-14
Aasian-Tyynenmeren alue	61,2	79,2	-23
Kansainvälinen brändimyynti	107,7	126,1	-15
YHTEENSÄ	168,1	187,0	-10



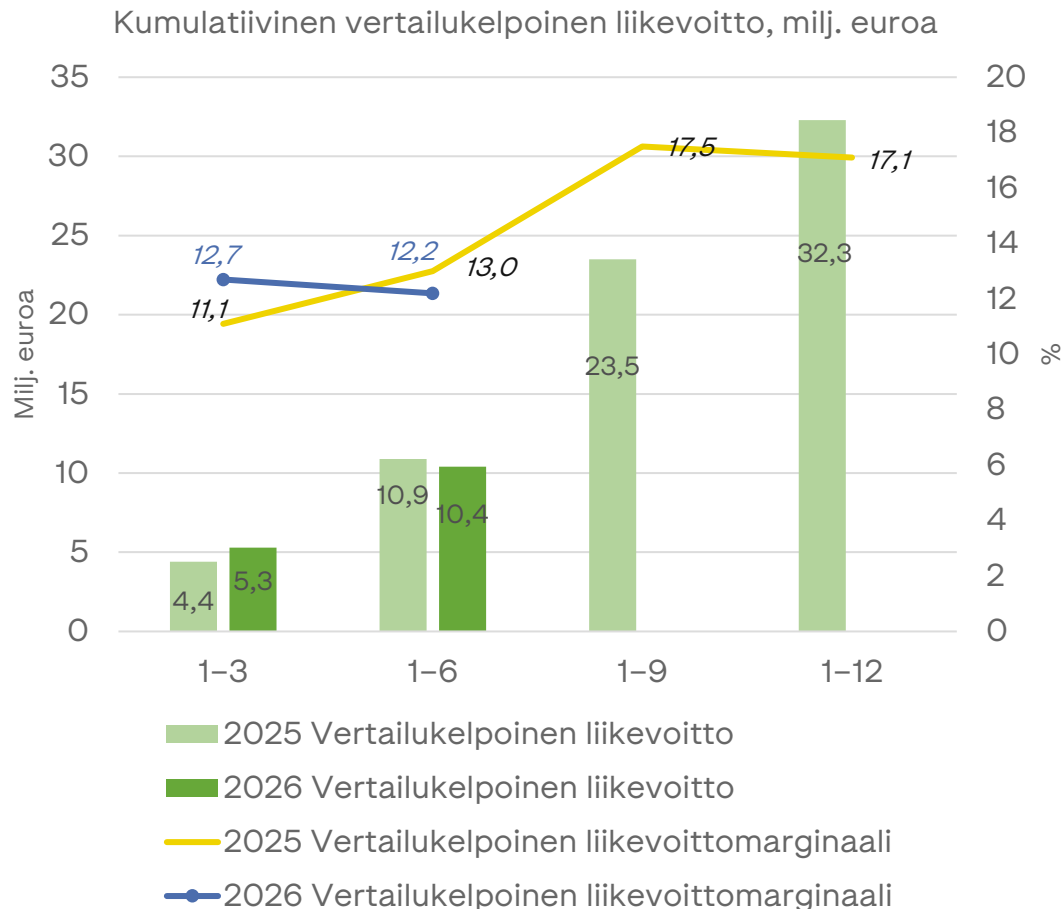
Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden mynnistä kuluttajainnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin. Tukumyyntin ja lisenssituottojen pohjalta tehdyissä arvioissa ei pääsääntöisesti ole huomioitu mahdollisia vähittäismyyntien alennuksia. Brändimyynti ei sisällä arvonnäköä, eikä tunnuslukua tilintarkastusta. 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 liikevoitto jäi vertailukaudesta



- Liikevoitto oli 4,7 milj. euroa (6,3).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 5,1 milj. euroa (6,5) eli 11,7 % liikevaihdosta (14,6).
- Liikevoittoa heikensi erityisesti kiinteiden kustannuksien kasvu. Myös liikevaihdon lasku vaikutti liikevoittoon negatiivisesti. Suhteellisen myyntikatteen parantuminen puolestaan vaikutti myönteisesti liikevoiton kehitykseen.
- Kiinteitä kustannuksia nostivat korkeammat henkilöstökulut, joita kasvattivat erityisesti yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla, sekä vertailukautta selvästi korkeammat markkinointikulut. Suhteellista myyntikatetta paransivat realisoitumattomat valuuttakurssierot ja alemmat logistiikkakulut.

Kumulatiivinen vertailukelpoinen liikevoitto hyvällä tasolla



- Liikevoitto oli 9,9 milj. euroa (10,6).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 10,4 milj. euroa (10,9) eli 12,2 % liikevaihdosta (13,0).
- Liikevoittoa heikensivät korkeammat kiinteät kustannukset. Suhteellisen myyntikatteen parantuminen ja liikevaihdon kasvu puolestaan vaikuttivat myönteisesti liikevoiton kehitykseen.
- Kiinteitä kustannuksia nostivat markkinointikulujen merkittävä kasvu sekä korkeammat henkilöstökulut, joita nostivat erityisesti yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla. Suhteellista myyntikatetta paransivat realisoitumattomat valuuttakurssierot, alemmat logistiikkakulut sekä lisenssituottojen kasvu. Suuremmat alennuskustannukset puolestaan heikensivät suhteellista myyntikatetta.

Kauden tapahtumia Q2

Aasian-Tyynenmeren alueella jo yli 100 Marimekko-myyrmälää

Toisella neljänneksellä avattiin kuusi uutta myymälää Aasiassa, lisäksi asiakkaita ilahdutti 2 pop-up-myyrmälää



Marimekon lanseeraus Filippiineillä ja katsauskauden jälkeen Indonesiassa vahvistaa läsnäoloamme Kaakkois-Aasian dynaamisilla markkinoilla



Milanon designviikolla esitelty Osteria Fiori di Marimekko -lifestyle-elämys ja kuviotaiteemme keräsivät huomiota kävijöiden keskuudessa sekä kansainvälisessä mediassa



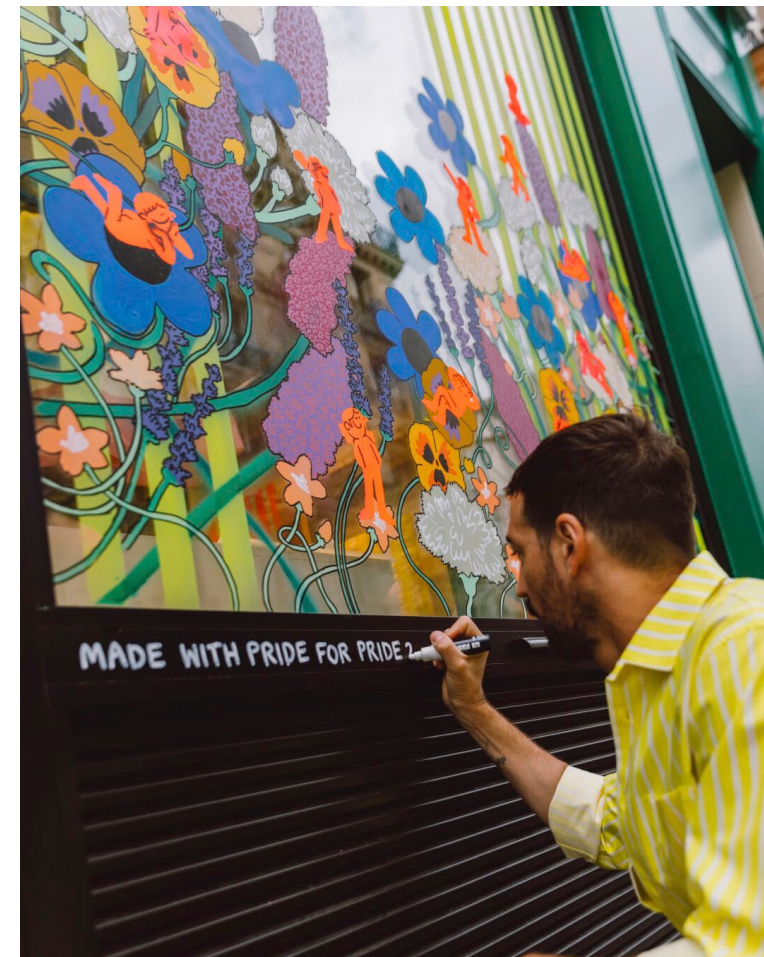
Marimekko-päivä keräsi yhteisöämme kesän aloitukseen Helsingissä ja Tokiossa



Asiakastapahtumat ja aktivoinnit esimerkiksi Bangkokissa, Taipeiissa, Helsingissä, Pariisissa ja New Yorkissa toivat näkyvyyttä avainmarkkinoilla



Pride-taiteilijayhteistyöt värittivät kolmea avainkaupunkiamme – Helsinkiä, New Yorkia ja Pariisia



Näkymät 2026

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2026: Yleisesti

- Maailmantalouden kehitykseen liittyy suuria epävarmuustekijöitä kuten jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa. Iranin sota, kauppapolitiikan nopeat muutokset sekä muut epävarmuudet vaikuttavat kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja -käyttäytymiseen ja saattavat näin vaikuttaa heikentävästi Marimekon liiketoimintaan vuonna 2026.
- Myös erilaiset 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 globaalien jännitteiden ja kauppapolitiikan kehittymistä, yleistä taloudellista tilannetta sekä erilaisten 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 kasvavan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2026: Liikevaihdon kehittyminen

Suomi

Epävarmasta markkinatilanteesta johtuen liikevaihdon Suomessa arvioidaan vuonna 2026 olevan suunnilleen vertailuvuoden tasolla tai laskevan hieman.

- Myyntiin Suomessa vuonna 2026 vaikuttaa epävarma yleisen talouden tila sekä kuluttajien luottamuksen, ostovoiman ja ostokäyttäytymisen kehittyminen.
- Vaikka yleisen talouden kohenemisesta on varovaisia merkkejä, toimintaympäristö Suomessa on säilynyt taktisena ja hintaherkkänä ja kuluttajien luottamus on edelleen heikkoa, mikä vaikuttaa liiketoimintaan.
- Vuonna 2026 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan kasvavan vertailuvuodesta ja painottuvan vuoden toiselle puoliskolle.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2026.

Aasian-Tyynenmeren alue

- Vuonna 2026 liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkina-alueella, odotetaan kasvavan.
- 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 tulevana 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).
- 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. Käynnissä oleva Iranin sota voi, erityisesti pitkittyessään, nostaa tuotanto- ja logistiikkakustannuksia.
- 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 volatiliteettia aiheuttaa erityisesti kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys yhtiön päämarkkinoilla. Tähän kehitykseen vaikuttavat voimakkaasti esimerkiksi nopeat muutokset ja epävarmuudet geopolitiikassa ja globaalissa kauppapolitiikassa. Myös erilaiset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa voivat aiheuttaa volatiliteettia vuoden näkymiin.

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



Uudet keski-pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet: Tavoitteena vahva kannattavuus kasvua skaalaamalla



Tavoite	Keskipitkä aikaväli (3–5 vuotta)	Pitkä aikaväli
Liikevaihdon vuosittainen kasvu	10 %	15 %
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali	20 %	20 %
Vuoden lopun nettovelka/käyttökate-suhdeluku	korkeintaan 2	korkeintaan 2
Tavoitteena jakaa osinkoa vuosittain, osinko osakekohtaisesta tuloksesta	vähintään 50 %	vähintään 50 %



Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	4-6/2026	4-6/2025	1-6/2026	1-6/2025	1-12/2025
Liikevaihto	43,9	44,5	85,3	84,1	189,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	2,6	1,9	3,3	6,2	0,5
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-19,1	-18,5	-36,0	-38,7	-75,3
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-10,4	-9,4	-19,9	-18,5	-37,5
Poistot ja arvonalentumiset	-2,7	-2,5	-5,4	-4,9	-10,0
Liiketoiminnan muut kulut	-9,6	-9,7	-17,6	-17,6	-35,4
Liikevoitto	4,7	6,3	9,9	10,6	31,8
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,2	-0,9	-0,2	-1,1	-1,4
Tulos ennen veroja	4,5	5,4	9,7	9,5	30,4
Tuloverot	-0,9	-1,1	-2,0	-2,0	-6,1
Katsauskauden tulos	3,6	4,3	7,7	7,5	24,4

Tase

Milj. euroa	30.6.2026	30.6.2025	31.12.2025
Pitkäaikaiset varat	36,2	34,5	36,8
Vaihto-omaisuus	38,8	41,7	35,6
Myyntisaamiset ja muut saamiset	20,5	21,3	20,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	2,1	1,7	0,7
Rahavarat	21,1	8,3	36,6
Varat, yhteensä	118,8	107,6	130,4
Oma pääoma	64,1	57,2	74,3
Pitkäaikaiset velat	20,6	19,6	21,5
Lyhytaikaiset velat	34,1	30,8	34,6
Oma pääoma ja velat, yhteensä	118,8	107,6	130,4

Rahavirtalaskelma

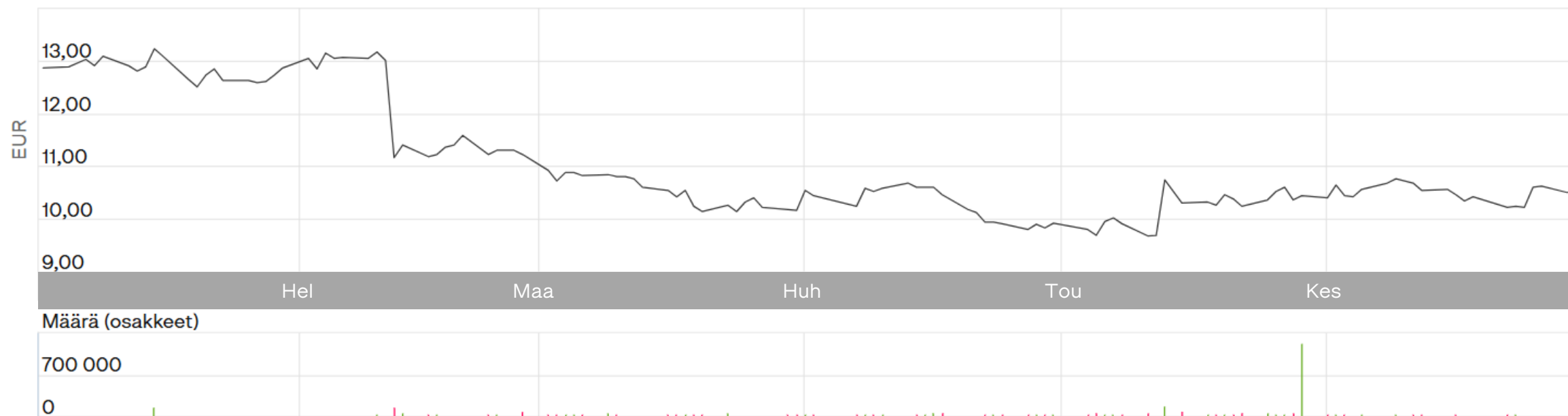
Milj. euroa	1-6/2026	1-6/2025	1-12/2025
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta	15,6	15,6	42,3
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	0,2	-3,5	-3,1
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-3,2	-6,5	-0,3
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-1,1	-1,4	2,5
Rahoituserät ja verot	-3,8	-3,5	-6,9
Liiketoiminnan rahavirta	7,7	0,7	34,5
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-0,9	-1,6	-2,9
Investointien rahavirta	-0,9	-1,6	-2,9
Omien osakkeiden hankinta	-1,0	-	-
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-4,7	-4,2	-8,7
Maksetut osingot	-17,0	-26,4	-26,4
Rahoituksen rahavirta	-22,7	-30,6	-35,0
Rahavarojen muutos	-15,9	-31,6	-3,4
Rahavarat kauden lopussa	21,1	8,3	36,6

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

Osakekurssin kehitys

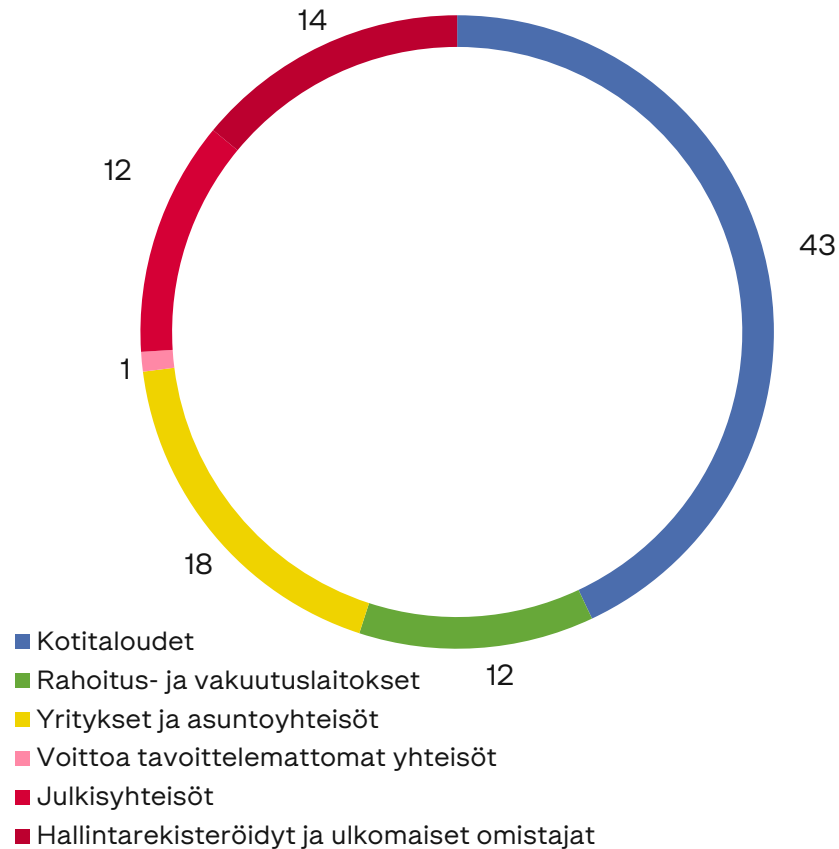
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 30.6.2026: 426,7 milj. euroa



Yhteensä 41 155 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 13,60 %)

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
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1,94
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	1,60
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

13.8.2026



marimekko

MARIMEKKO – THE ART OF PRINTMAKING SINCE 1951

