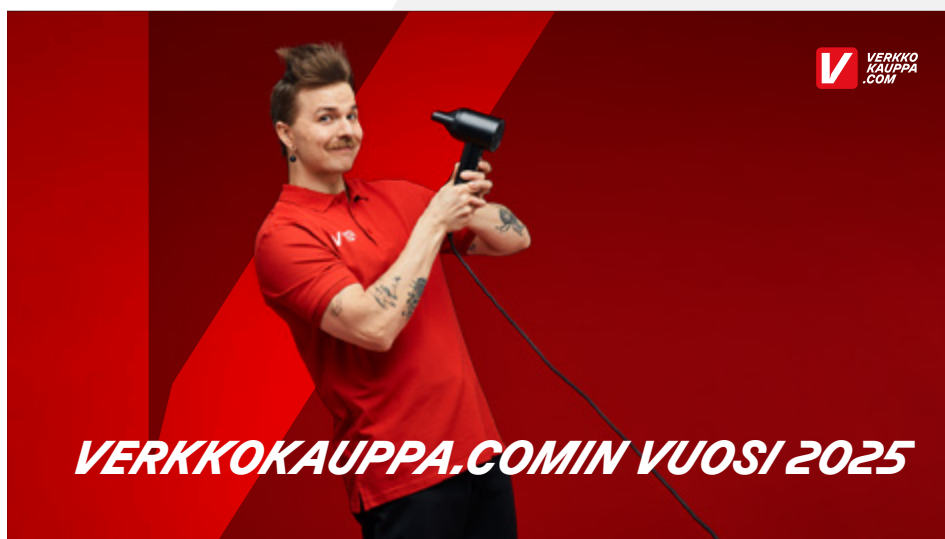




VERKKOKAUPPA.COMIN VUOSI 2025

VERKKOKAUPPA.COMIN VUOSIRAPORTINTI 2025

Verkkokauppa.com on julkaissut vuoden 2025 raportointikokonaisuutensa. Raportointikokonaisuuteen sisältyy tilinpäätös ja hallituksen toimintakertomus sisältäen kestävyysraportin, selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä, palkitsemisraportti, sekä yhtiöesite. Raportit ovat saatavilla suomeksi ja englanniksi, ja ne ovat luettavissa ja ladattavissa Verkkokauppa.comin [sijoittajasivuilta](#) erillisinä pdf-tiedostoina.



VERKKOKAUPPA.COMIN VUOSI 2025

TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS	4
VUODEN 2025 KOHOKOHDAT	7
MARKKINAYMPÄRISTÖ 2025	8
STRATEGIA	9
VASTUULLISUUS VERKKOKAUPPA.COMISSA	10
ARVONLUONTIA MONINAISILLE SIDOSRYHMILLE	12
VERKKOKAUPPA.COM SIJOITUSKOHTENA	13



TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

ROHKEUS KASVAA – LUOTTAMUS TULEVAISUUTEEN

Vuosi 2025 merkitsi Verkkokauppa.comille ratkaisevaa paluuta kasvuun – vuotta, jolloin johdonmukaisuus ja strateginen fokus tuottivat selkeitä, mitattavia tuloksia. Epävarmassa toimintaympäristössä emme ainoastaan sopeutuneet muutokseen, me muokkasimme sitä. Vahva kaupallinen suoriutuminen, verkkokaupan jatkuva kasvu ja onnistuneet sesonkikampanjat vauhdittivat kehitystämme. Liikevaihto kasvoi 12,5 prosenttia ja nousi 526,5 miljoonaan euroon, ja vertailukelpoinen liike-tulos ylsi 14,8 miljoonaan euroon, heijastaen operatiivisen tehokkuuden paranemista, vahvistunutta tasetta ja parantunutta kannattavuutta koko liiketoiminnassa. Suorituskykymme kiihtyi vuoden aikana ja huipentui poikkeuksellisen vahvaan viimeiseen vuosineljännekseen sekä ennätyselliseen Black Friday -kampanjaan.

Keskityimme koko vuoden ajan ydinliiketoimintamme vahvistamiseen. Parantuneet kaupalliset ehdot, tehokkaampi varastonkierto ja dynaaminen hinnoittelu tukivat myyntikateprosentin nousua 17,1 prosenttiin. Samalla virtaviivaistimme ja paransimme asiakaskokemusta: palvelutaso parani, tuotteiden saatavuus pysyi vahvana, toimitusnopeus kasvoi ja asiakastyytyväisyys pysyi jatkuvasti erinomaisella tasolla.



Toimitusjohtaja Panu Porkka



Operatiivinen tehokkuus ja strateginen fokus

Vuoden 2025 kehityssuunta vahvistaa, että strategiamme toimii. Verkko-kaupan liikevaihto kasvoi 18,9 % ja oli lähes 70 % kokonaisliikevaihdosta, mikä vahvisti johtavaa asemaamme Suomen markkinassa. Nopeat toimitukset olivat keskeinen tekijä tässä kasvussa: toimitusalueet laajenivat ja tunnin toimitusten määrä kasvoi 55 % edellisvuodesta. Ne eivät ole vain osa palvelua, vaan myös strateginen tekijä, joka vahvistaa asemaamme markkinoilla.

Vuoden aikana terävöitimme strategista painopistettämme myymällä kuluttajarahoitustoimintamme 32,6 miljoonalla eurolla.

Kustannusrakenteemme pysyi hyvin hallinnassa. Kiinteät kustannukset kasvoivat vain hieman ja laskivat prosentuaalisesti liikevaihdosta, mikä osoittaa toimintamallimme kasvavaa skaalautuvuutta ja tehokkuutta. Kustannusten kasvu johtui pääosin volyymin kasvusta ja kohdennetuista markkinointipanostuksista.

Nopeus vahvistaa asemaamme

Nopeus on keskeinen osa arvolupaustamme, ja vuonna 2025 nostimme rimaa jälleen. Nopeiden toimitusten määrät jatkoivat kasvuaan, ja yhden tunnin toimitukset lähes kaksinkertaistuivat viimeisen neljänneksen aikana. Saavutimme yhä enemmän kuluttajia yhä useammilla paikkakunnilla entistä luotettavammin. Yhden tunnin toimitusten NPS-arvo 77 osoittaa, että palvelumme on edelleen omaa luokkaansa Suomen markkinoilla. Nopeus ei ole vain erottautumistekijä, se on rakenteellinen kilpailuetu.

Myös kansainvälinen laajentumisemme kiihtyi merkittävästi. Kansainvälisen liiketoiminnan liikevaihto kasvoi 51 % koko vuonna ja lähes 89 % viimeisellä vuosineljänneksellä. Markkinapaikkakumppanuudet, parantuneet toimitusvalmiudet, laajempi valikoima ja kasvu omien kanaviemme kautta vaikuttivat kaikki tulokseen. Nämä tulokset vahvistavat, että valikoimaan, hintaan, saatavuuteen ja palveluun perustuva mallimme skaalautuu tehokkaasti Suomen ulkopuolelle.

Ydinkategoriamme kehittyivät vahvasti. IT-tuotteet hyötyivät korvaus-
sykleistä ja onnistuneista kaupallisista toimista, kun taas televisioiden myynti kasvoi Suomessa koko maan laajuisen siirtymisen teräväpiirtölähetykseen ansiosta. IT-, viihde- ja muissa ydinkategorioissa kilpailukykyämme näkyi selkeänä markkinaosuuden kasvuna.

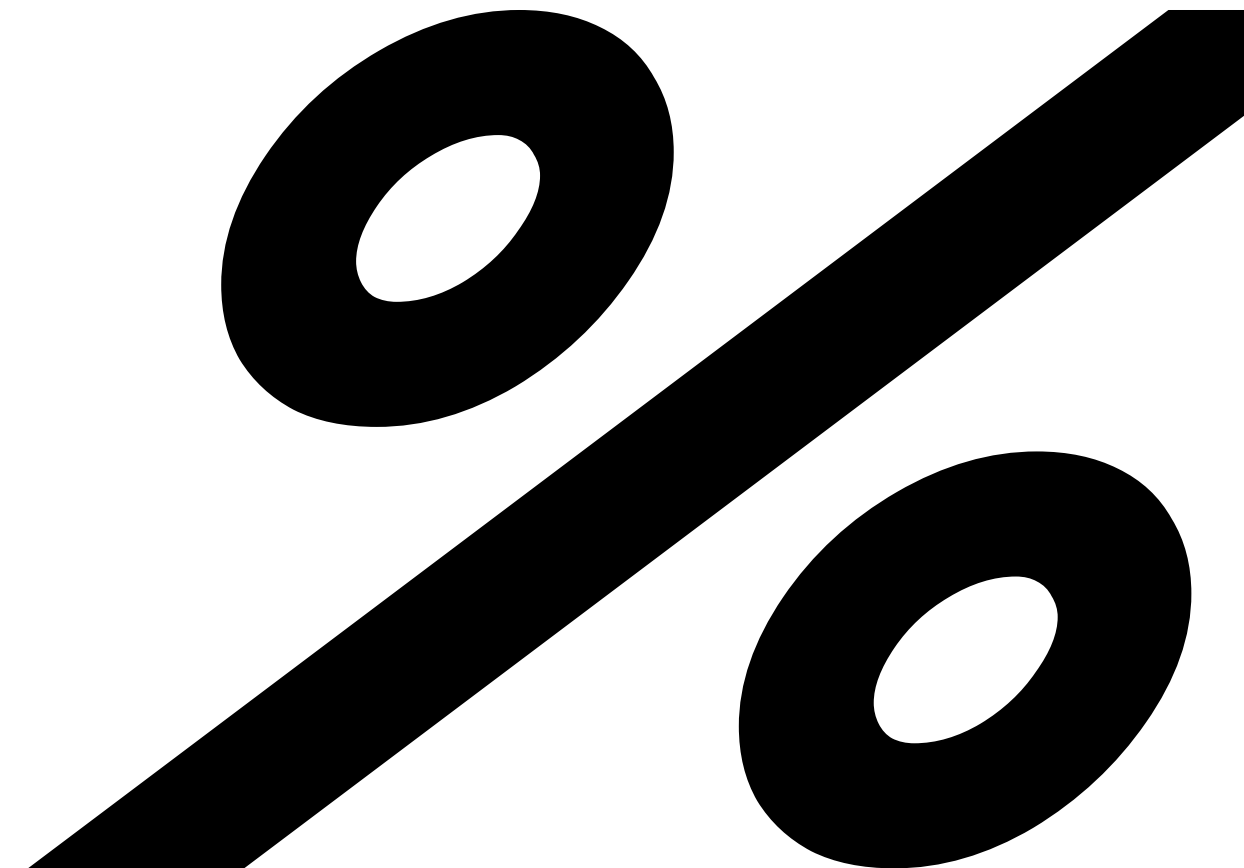
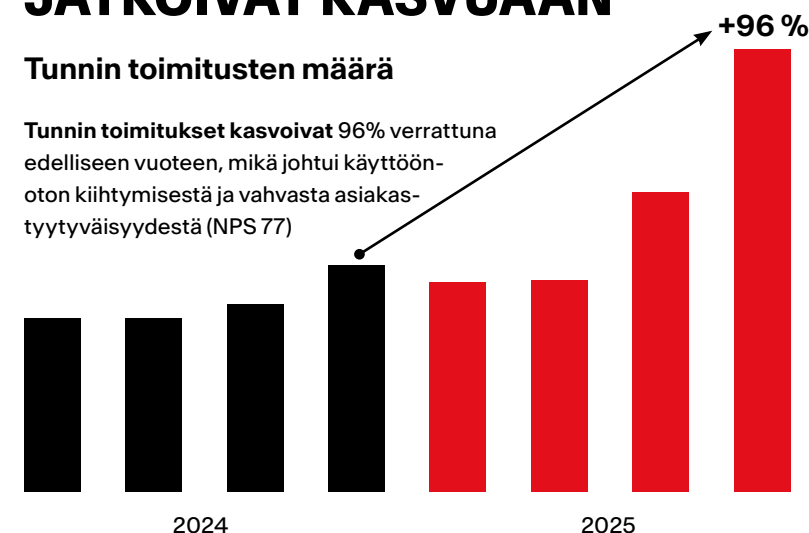
Jatkuvaa kehitystä vahvalta pohjalta

Vuoden viimeiset kuukaudet osoittivat strategiamme täyden potentiaalin. Vuoden viimeisen neljänneksen liikevaihto kasvoi 20,1 %, mikä oli kolmas peräkkäinen vuosineljännes kaksinumeroisella kasvulla. Myyntikateprosentti pysyi vakaana intensiivisestä kampanjaympäristöstä huolimatta, ja kiinteiden kustannusten osuus liikevaihdosta laski. Näiden tekijöiden yhdistelmä tuotti yhden vahvimista viimeisen neljänneksen vertailukelpoisista liiketuloksista yhtiön historiassa. Varastotasot pysyivät terveinä ja vahvan kannattavuuden sekä vahvistuneen taseen ansiosta siirrymme strategiamme seuraavaan vaiheeseen vankalla pohjalla, joka perustuu skaalautuvuuteen, tehokkuuteen ja innovaatioihin.

NOPEAT TOIMITUKSET JATKOIVAT KASVUAAN

Tunnin toimitusten määrä

Tunnin toimitukset kasvoivat 96% verrattuna edelliseen vuoteen, mikä johtui käyttöönoton kiihtymisestä ja vahvasta asiakas-
tyytyväisyydestä (NPS 77)



TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT KAUPAN ALAN TULEVAI- SUUDEN RAKENTAMINEN

Vaikka toimintaympäristö on edelleen epävarma, kuluttajien luottamus on heikkoa ja tuoteryhmäkohtaisia vaihteluita esiintyy, näemme merkkejä asteittaisesta elpymisestä. Ostovoiman vahvistuessa ja markkinaolosuhteiden normalisoituessa odotamme vähittäiskaupan pitkän aikavälin kasvun jälleen kiihtyvän. Nopeat toimitukset ovat nopeasti tulossa alan standardiksi, ja erinomaisen toimitusverkostomme, tehokkaan toimintamme ja vahvan brändimme ansiosta olemme hyvässä asemassa johtamassa tätä muutosta.

Vuonna 2026 vauhditamme kasvuamme seuraavasti:

- kehittämällä nopeiden toimitusverkostomme laajuutta entisestään
- investoimalla kansainväliseen laajentumiseen
- parantamalla personointia ja tuotteiden löydettävyyttä
- vahvistamalla kumppaniverkostoamme
- hyödyntämällä analytiikkaa ja tekoälyä entistä relevantimpien asiakaskokemusten tarjoamiseksi

Verkkokauppa.comin työntekijät – menestyksemme mahdollistajat

Lopuksi haluan ilmaista vilpittömän kiitollisuuteni jokaiselle työntekijällemme. Heidän omistautumisensa, sitkeytensä ja ammattitaitonsa tekivät tämän vuoden menestyksen mahdolliseksi. He osoittivat, että jopa haastavissa markkinaolosuhteissa voimme saavuttaa merkittäviä tuloksia, kun pysymme keskittyneinä ja rohkeina.

Kiitos asiakkaillemme luottamuksesta. Kiitos osakkeenomistajillemme ja kumppaneillemme jatkuvasta tuesta. Yhdessä rakennamme vahvempaa Verkkokauppa.comia – vauhditamme verkkokaupan tulevaisuutta ja luomme kestävä, pitkäaikaista kasvua.



VUODEN 2025 KOHOKOHDAT

OPERATIIVISET KOHOKOHDAT

KANSAINVÄLINEN
MYYNТИ KASVOI

51%

TUOTEPALAUTUS-
PROSENTTIMME VAIN

0,7%

VERKKOKAUPAN MYYNTI

70%

KOKONAISLIIKEVAIHDOSTA

YLITIMME

500 000

NOPEAN TOIMITUKSEN RAJAPYYKIN

SUOMEN TOIMINTOJEN

PÄÄSTÖT NOLLAAN

TALOUDELLISET SAAVUTUKSET

LIKEVAIHTO

526

milj. euroa (468)

MYYNТИKATE

17,1%

VERTAILUKELPOINEN EBIT

14,8

milj. euroa (1,8)

OSAKEKOHTAINEN TULOS

0,27

euroa (-0,02)

MARKKINAYMPÄRISTÖ 2025

Vuonna 2025 markkinaympäristö oli edelleen epävarma. Vaikka inflaatio hidastui ja korko-odotukset paranivat hieman, nämä muutokset eivät riittäneet palauttamaan kuluttajien luottamusta. Harkinnanvarainen kulutus säilyi vaimeana, sillä jatkuva epävarmuus työmarkkinoilla ja korkea työttömyys painoivat kysyntää. Kuluttajat suhtautuivat varovaisesti erityisesti kestotavaroiden hankintaan, mikä heijasti laajempaa siirtymää harkitsevampaan ja arvoihin perustuvaan kulutukseen.

Hintaherkkyys ohjasi kuluttajien käyttäytymistä. Kuluttajaelektronikan kampanjavetoisuus korosti koko vuoden ajan kovaa hintakilpailua, mikä lisäsi keskittymistä tarjouksiin, vertailtavuuteen ja koettuun hyötyyn. Heikosta suhdanteesta huolimatta kuluttajaelektronikan markkina kasvoi kuitenkin noin 4 prosenttia vuonna 2025. Kasvun taustalla olivat ostovoiman hienoinen paraneminen, tuoteryhmäkohtaiset kysyntäajurit sekä markkinatilanteen vähittäinen normalisoituminen. Vahvistuminen

näkyi erityisesti vuoden loppupuolella: markkina kasvoi noin 6 prosenttia vuoden viimeisellä neljänneksellä, mikä viittaa kysynnän asteittaiseen kohentumiseen.*

Kuluttajakäyttäytyminen jatkoi muuttumistaan pitkään jatkuneen epävarmuuden seurauksena. Asiakkaat olivat erittäin valikoivia ja painottivat ostopäätöksissään ennen kaikkea hintaa, helppoutta ja luotettavuutta. Verkkokaupan ja monikanavaisten ratkaisujen merkitys kasvoi edelleen, erityisesti kuluttajaelektronikassa, jossa vertailun helppous, toimitusnopeus ja saatavuus vaikuttavat ratkaisevasti valintaan. Samalla kestävyys ja vastuullisuus nousivat yhä useammin hinnan rinnalle tärkeiksi ostopäätösten perusteiksi.

Suomen verkkokauppa- ja vähittäismarkkinoilla kilpailu oli edelleen kovaa. Sekä globaalit toimijat että kotimaiset yritykset toimivat hitaan kasvun ympäristössä, ja markkinoiden konsolidoituminen jatkui. Talou-

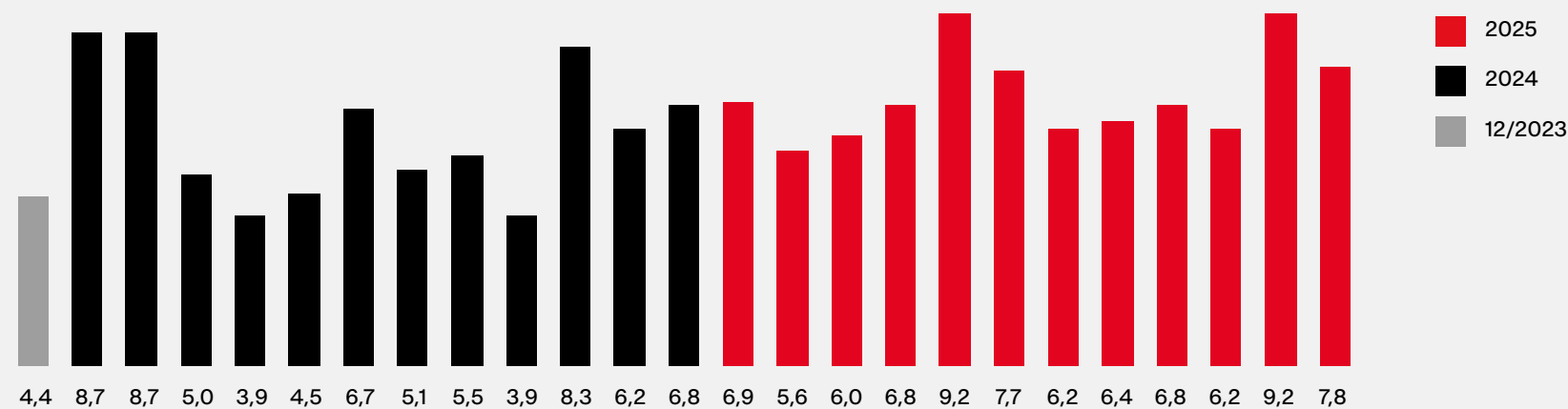
dellinen paine haastoi erityisesti pienemmät ja vähemmän monipuoliset toimijat, kun taas skaalautumisedut, operatiivinen tehokkuus ja laaja, ajankohtainen tuotevalikoima antoivat kilpailuetua suuremmille toimijoille. Erottautuminen oli entistä vaikeampaa, mikä korosti asiakaskokemuksen, palvelun laadun ja kyvyn reagoida nopeasti muuttuviin kysyntätarpeisiin merkitystä.

Yleisen markkinakysynnän odotetaan elpyvän vain vähitellen vuonna 2026 matalan kuluttajaluottamuksen vuoksi. Yksityisen kulutuksen ennustetaan kasvavan maltillisesti vuoden aikana reaaliansioiden noustessa ja työmarkkinoiden vähitellen vahvistuessa. Ostovoimaa tukee maltillinen inflaatio, ja kotitalouksien korkea säästämisen taso vahvistaa kuluttajien taloudellista liikkumavaraa. Kilpailun ennakoidaan jatkuvan kireänä.

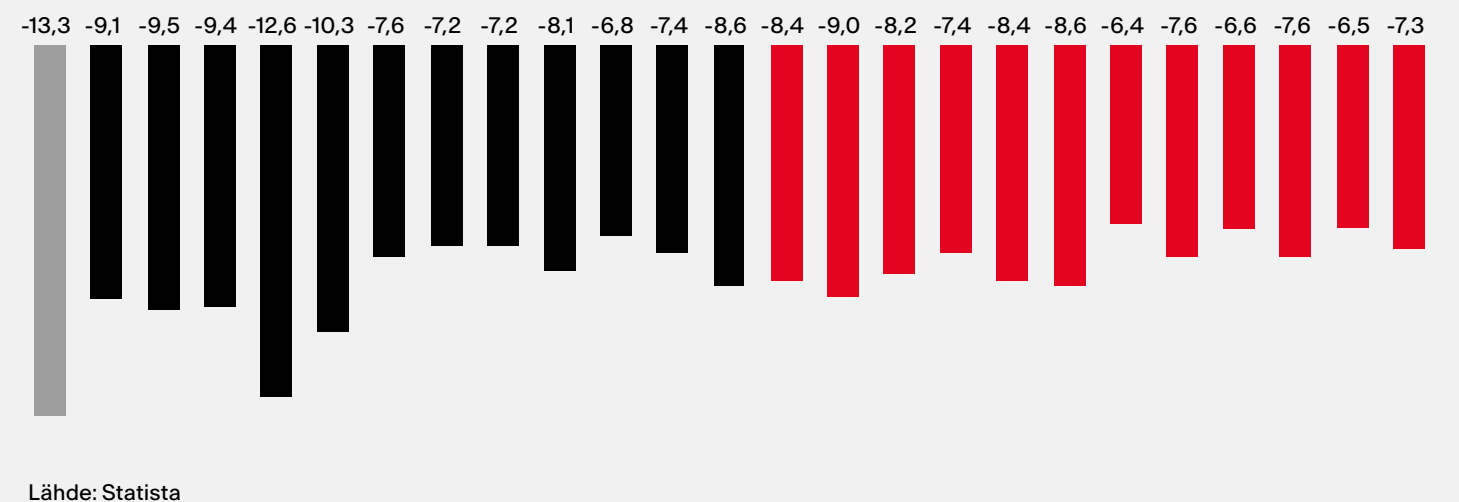
*Elektroniikka- ja kodinkonekaupan yhdistys ETKO ry

KULUTTAJAT VAROVAISIA, MUTTA MARKKINA-NÄKYMÄT PARANIVAT VUODEN LOPPUA KOHDEN

Kuluttajien luotto omaan talouteen 12 kuukauden kuluttua



Kuluttajaluottamus Suomessa



Lähde: Statista

STRATEGIA

Verkkokauppa.comin visiona on luoda uusi normaali tuotteiden ostamiselle ja omistamiselle sekä toimia markkinan edelläkävijänä. Yhtiö vahvistaa markkina-asemaansa kiihdyttämällä siirtymää verkko-ostamiseen, jota tukevat alan johtava toimitusnopeus ja asiakaslähtöinen toimintamalli. Strategia rakentuu neljän kulmakiven varaan: nopeimmat toimitukset, operatiivinen erinomaisuus, kuratoitu valikoima ja uudet liiketoimintamallit. Nämä kulmakivet yhdessä mahdollistavat markkinaa nopeamman kasvun, laajentumisen uusiin kategorioihin ja markkinoihin sekä jatkuvan kehityksen valikoimassa ja palveluissa.

Nopeimmat toimitukset – toimituskyvykkyys vauhdittaa siirtymää verkkoon

Verkkokauppa.com investoi jatkuvasti saumattomiin ja helppokäyttöisiin verkkokauppaelämyksiin edistääkseen siirtymää perinteisestä kaupasta verkko-ostamiseen. Verkkokauppa.com on Suomen ainoa toimija, joka toimittaa tuotteita noin kahdelle miljoonalle kuluttajalle jopa yhden tunnin sisällä. Vuonna 2025 yhtiö jatkoi jakeluverkkonsa laajentamista, panosti entistä sujuvampaan verkkokauppakokemukseen ja kehitti sisäistä logistiikkaansa mahdollistamaan aiempaa nopeammat ja tehokkaammat toimitukset.

Kuratoitu valikoima – fokus ydinalueisiin ja hallittu laajentuminen

Yhtiö keskittyy vahvasti ydinkategorioihinsa, elektroniikkaan ja kodinkoneisiin, varmistaen niiden sopivuuden nopeisiin toimituksiin, kilpailukykyiset hinnat ja tasaisen saatavuuden. Vuonna 2025 Verkkokauppa.com vahvisti ydinvalikoimaansa kehittämällä tuotevalikoimiaan sekä varmistamalla kilpailukykyisen hinnoittelun ja erinomaisen saatavuuden. Lisäksi yhtiö panosti omien tuotemerkkien kehittämiseen, mikä vahvis-

taa erottautumista ja tukee kannattavuuden kasvua. Tämä kokonaisuus varmistaa kaupallisesti tehokkaan, korkealaatuisen ja asiakaslähtöisen valikoiman, joka tukee yhtiön markkina-asemaa.

Uudet liiketoimintamallit – uusia mahdollisuuksia kasvuun ja kannattavuuteen

Pitkän aikavälin kasvun varmistamiseksi Verkkokauppa.com hakee aktiivisesti uusia liiketoiminta- ja markkinamahdollisuuksia. Vuonna 2025 yhtiö vahvisti asemaansa Ruotsissa aloittamalla strategisen yhteistyön Amazon.se:n kanssa ja rakentamalla uusia tukkukauppa-kumppanuuksia. Retail media liiketoiminta jatkoi kasvuaan strategisena tulonlähteenä, mitä vauhdittivat laajentunut asiakaspohja ja uusien digitaalisten mainospintojen käyttöönotto kaikissa myymälöissä. Lisäksi vaihto- ja kierrätystuotteiden valikoiman laajentaminen edisti yhtiön kiertotaloutta ja vastuullisuusaloitteita.

Operatiivinen erinomaisuus – parempaa kannattavuutta alusta ja tekoälykehittämisen kautta

Verkkokauppa.com kehittää jatkuvasti toimintaansa, teknologia-alustansa ja datakyvykkyysiansa tehokkuuden ja kannattavuuden parantamiseksi. Vuonna 2025 yhtiö toteutti laaja-alaisen kartoituksen tekoälyn hyödyntämismahdollisuuksista ja tunnisti satoja potentiaalisia käyttötapauksia, jotka tukevat operatiivista erinomaisuutta ja asiakaskokemuksen kehitystä. Yhtiön joustava alusta ja vahva sisäinen ohjelmistokehitysosaaminen mahdollistavat edistyneiden teknologioiden hyödyntämisen valikoitujen kumppaneiden kanssa. Nämä kyvykkyudet muodostavat perustan suorituskyvyn parantamiselle ja uusien ratkaisujen kehittämiseksi koko strategiajaksolla.

TALOUDELLISET TAVOITTEET

Verkkokauppa.comin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet strategiakaudelle 2024–2028 ovat seuraavat:

1. Vuotuinen liikevaihdon kasvu (CAGR) yli 5 %, kasvaen samalla markkinoita nopeammin
2. Liiketulosmarginaali yli 5 % vuoden 2028 loppuun mennessä
3. Kiinteiden kustannusten osuus liikevaihdesta alle 10 % vuoden 2028 loppuun mennessä
4. Jakaa 60–80 % vuotuisesta nettotuloksesta kasvavina kvartaaliosinkoina osakkeenomistajille

VASTUULLISUUS VERKKOKAUPPA.COMISSA

Vastuullinen toimintatapa on keskeinen osa Verkkokauppa.comin strategiaa ja visiota luoda ostamisen ja omistamisen uusi normaali. Verkkokauppa.com on intohimoisesti asiakkaan puolella kiertotaloutta rakentamassa samalla varmistaen toimintansa ja hankintaketjujen vastuullisuuden.

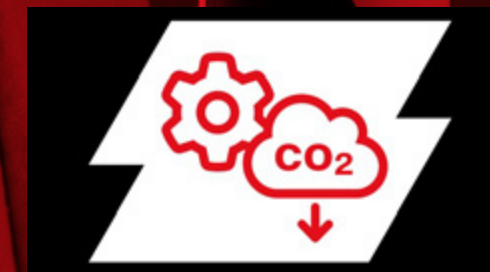
LISÄTIETOA

- Vastuullisuusohjelma ja keskeiset kohokohdat esitellään kootusti tässä Yhtiöesitteessä
- Kattavat tiedot Verkkokauppa.comin toimintatavoista, vastuullisuustavoitteista ja niissä edistymisestä annetaan Kestävyysraportissa 2025, joka on julkaistu osana Hallituksen toimintakertomusta ja tilinpäätöstä
- Vastuullisuustietoa on saatavissa verkkosivuillamme, räätälöitynä sekä [sijoittajille](#) että [asiakkaillemme](#)

VASTUULLISUUSOHJELMA



INTOHIMOISESTI ASIAKKAAN
PUOLELLA KIERTOTALOUTTA
RAKENTAMASSA



VARMISTAMME TOIMINNAN
JA HANKINTAKETJUN
VASTUULLISUUDEN



EDISTÄMME HENKILÖSTÖN
HYVINVOINTIA JA KASVUA



YLLÄPIDÄMME ESIMERKILLISIÄ
LIIKETOIMINTAKÄYTÄNTÖJÄ

Verkkokauppa.comin Vastuullisuusohjelma koostuu neljästä teemasta. Ohjelmassa asetetut tavoitteet ohjaavat yhtiön vastuullisuustyötä.

MUUTAMME OSTAMISEN JA OMISTAMISEN TAPAA JA TUOMME KIERTOTALOUDEN VERKKOON



INTOHIMOISESTI ASIAKKAAN PUOLELLA KIERTOTALOUTTA RAKENTAMASSA

Olemme kestävän kuluttamisen puolestapuhuja: myymme tarpeeseen, toimimme läpinäkyvästi ja tarjoamme kiertotaloustuotteita ja -palveluita, jotka pidentävät tuotteiden elinkaarta. Kaikki palvelumme ovat saatavissa myös verkossa, koska haluamme madaltaa kynnystä kiertotalouteen siirtymiseen.

EDISTYMINEN 2025

- Laajensimme käytettyjen ja kunnostettujen tuotteiden valikoimaa luoden pohjaa tulevalle kasvulle. Vuonna 2025 kiertotaloustuotteiden ja -palveluiden myynti kasvoi 1 %
- Laajensimme Vaihtokauppapalvelua kattamaan kamerat ja kuvauslaitteet
- Nopeutimme varaston kiertonopeutta outlet-myyntissä
- Käynnistimme jälkimarkkinoinnin prosessien kehittämisen
- Pidimme palautusprosentin alhaisena, 0,7 %:ssa



VARMISTAMME TOIMINNAN JA HANKINTAKETJUN VASTUULLISUUDEN

Tavoitteellista ilmastotyötä

Olemme sitoutuneet vähentämään päästöjä tieteen perustuvien ilmastotavoitteiden mukaisesti (SBTi). Suosimme uusiutuvia energialähteitä ja parannamme energiatehokkuutta jatkuvasti. Toimien avulla olemme vähentäneet oman toimintamme päästöt nollaan. Seuraava vaihe ilmastotyössämme on arvoketjumme välillisten päästöjen vähentäminen.

Hankintaketjun vastuullisuuden varmistaminen

Harjoitamme huolellisuusperiaatetta toimittajia valitessamme ja asetamme vaatimuksia, joilla varmistetaan riittävät työolot hankintaketjussa. Jäsenyys kestävää kauppaa edistävässä Amfori BSCI -ohjelmassa on yksi keinoista työolojen parantamiseksi.

EDISTYMINEN 2025

- Saavutimme ilmastotavoitteemme: vähensimme oman toiminnan päästöt Suomessa nollaan
- Sitouduimme tieteseen perustuviin ilmastotavoitteisiin
- Jatkoehitimme hankinnan prosesseja vaatimustenmukaisuuden seurannassa mukaan lukien prosessikuvaukset, dokumentointi, toimittajatietokanta, sopimustenhallinta, suorituskyvyn arviointi ja tiedonhallinta



EDISTÄMME HENKILÖSTÖN HYVINVOINTIA JA KASVUA

Henkilöstön hyvinvointiin ja kasvuun panostetaan muun muassa resursoimalla yritys- ja oppimiskulttuuriin, valmentavaan johtamiseen ja monimuotoisuuteen. Keskitymme pitkäjänteiseen työhön, joka tukee fyysistä ja henkistä hyvinvointia sekä työturvallisuutta.

EDISTYMINEN 2025

- Jatkoimme henkilöstön osaamisen kehittämistä edelleen teemoina muun muassa laadukas johtaminen ja työelämätaidot
- Tuimme hyvinvointia lanseeraamalla mielenterveysohjelman ja kampanjoimalla työturvallisuuden puolesta
- Lisäsimme edelleen tietoisuutta yhdenvertaisuuden ja syrjimättömyyden teemoista



YLLÄPIDÄMME ESIMERKILLISIÄ LIIKETOIMINTAKÄYTÄNTÖJÄ

Esimerkillisten liiketoimintakäytäntöjen ylläpitäminen on läpileikkaava teema, joka muodostaa perustan kaikelle tekemisellemme.

EDISTYMINEN 2025

- Kehitimme prosesseja ja sopimustenhallintaa
- Vahvistimme vaatimustenmukaisuuden kulttuuria

ARVONLUONTIA

MONINAISILLE SIDOSRYHMILLE

RESURSSIT JA MAHDOLLISTAJAT:



Verkkokauppa.comin ammattilaiset

- Henkilöstöä vuoden lopussa 594 työntekijää, joista 578 Suomessa ja 14 Shenzhenissä Kiinassa ja 2 Hong Kongissa.



Monikanavainen kauppapaikka

- Suomen suosituin verkkokauppa
- Neljä jättimää
- Huolto- ja lisäarvopalvelut



Liiketoiminnan mahdollistajat

- Hankintaketju ja tavarantoimittajasuhteet (noin 750 toimittajaa)
- Paikalliset varastot
- Nopeat ja monipuoliset toimitustavat
- Oma, jatkuvasti kehittyvä toiminnanohjausjärjestelmä ja verkkokauppa-alusta



Aineeton pääoma

- Brändi ja tunnettuus
- Monikanavaisen asiointikokemuksen konsepti
- Tuoteosaaminen ja valikoiman hallinta
- Asiakas- ja asiointidata
- Tuotetieto ja -arvostelut



Taloudelliset resurssit

- Taseen loppusumma 133,8 milj. euroa
- Rahavarat 47,3 milj. euroa

Omistajat

- 19 501 osakkeenomistajaa (31.12.2025)



Visio

OSTAMISEN JA OMISTAMISEN UUSI NORMAALI

Strategiset kulmakivet

Vahva brändi

Nopeimmat toimitukset

Kuratoitu valikoima

Uudet liike-toimintamallit

Operatiivinen erinomaisuus

Liikevaihto 2025
526 milj. euroa

LISÄARVO JA VAIKUTUKSET:



Henkilöstö

- Urapolut ja osaamisen kehittäminen
- Yhteisöllisyys ja osallistaminen
- Palkat ja palkkiot 27,7 milj. euroa



Asiakkaat

- Yli 60 000 tuotteen valikoima
- Helppo ja nopea asiointi kaikilla päätelaitteilla
- Personoitu asiakaskokemus niin kuluttaja-, yritys- kuin tukkuasiakkaille
- Räätyä löydyt palvelut kaikenkokoisille yritysasiakkaille
- Asiakastytytyvyys



Tavarantoimittajat

- Moderni jakelukanava kuluttaja- ja yritysasiakkaiden tavoittamiseksi
- Ostot 436 milj. euroa



Omistajat

- Tilikauden tulos 12,4 milj. euroa
- Osakekohtainen tulos oli 0,27 euroa



Yhteiskunta

- Verot ja veronluonteiset maksut 32,6 milj. euroa



Ympäristö

- Kiertotaloustuotteet ja palvelut tuotteiden elinkaarien pidentämiseksi
- Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöt 0 tCO₂e

ARVOMME

ROHKEUS

+

LÄPINÄKYVYYS

+

KETTERYYS

+

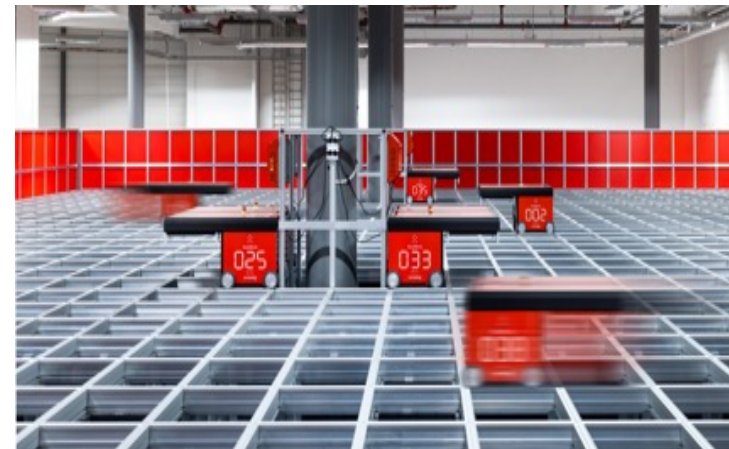
YHTEISÖLLISYYS

VERKKOKAUPPA.COM SIJOITUSKOHTEENA



VAHVA ASEMA MARKKINA- JOHTAJANA

- Kasvava markkinaosuus vahvistaa asemaa Suomen johtavana verkkokauppa-toimijana
- Vahva brändi ja johtava asema verkko-kaupassa
- Kuluttajien ensisijaisesti valitsema brändi



TODISTETUSTI TULOKSIA TUOTTAVA STRATEGIA

- Strategia perustuu globaaleihin megatrendeihin
- Verkkolähtöinen, monikanavainen toimintamalli yhdistää nopeuden, helppouden ja teknologiajohtajuuden
- Vahva näyttö kansainvälisestä kasvusta



SELKEÄ POLKU KANNATTAVAAN KASVUUN

- Kannattavuus parantunut selvästi haastavassa markkinassa
- Myyntikatemarginaali vahvistuu omien brändien ja uusien liiketoimintamallien ansiosta



VAHVA TALOUDEL- LINEN ASEMA

- Terve varastotaso ja hyvä kassatilanne
- Kevyt ja skaalautuva liiketoimintamalli
- Selkeä osinkopolitiikka: tavoite maksaa 60–80 prosenttia vuotuisesta nettotuloksesta kasvavina kvartaaliosinkoina

LISÄÄ TIETOA LÖYDÄT

[Investors.verkkokauppa.com](https://investors.verkkokauppa.com)



SIJOITTAJASUHTEIDEN YHTEYSTIEDOT

Elisa Forsman

Head of Investor Relations & Corporate Communications
+358 44 206 6094 / elisa.forsman@verkkokauppa.com

VERKKOKAUPPA.COM

on verkkokaupan edelläkävijä ja intohimoisesti asiakkaan puolella. Verkkokauppa.com vauhdittaa kaupan siirtymistä verkkoon Suomen nopeimmilla toimituksilla ja äärimmäisen sujuvalla asiointilla. Yritys haastaa markkinan tarjoamalla tunnin toimitukset noin 2 miljoonalle asiakkaalle, voittavan valikoiman ja todennäköisesti aina halvimmat hinnat, sekä pyrkii joka päivä löytämään tehokkaampia tapoja ylittää asiakkaiden odotukset ja luoda uusi normi ostamiselle ja omistamiselle.

Verkkokauppa.com on perustettu vuonna 1992 ja on ollut verkossa ensimmäisestä päivästä lähtien. Yhtiön liikevaihto vuonna 2025 oli 526,5 miljoonaa euroa ja se työllistää noin 600 henkilöä. Verkkokauppa.comin osakkeet on listattu Nasdaq Helsingissä.



[linkedin.com/company/verkkokauppa.com](https://www.linkedin.com/company/verkkokauppa.com)



facebook.com/verkkokauppacom/