



**TURUN
YLIOPISTO**

UUTISMEDIA-ALAN YRITYSTEN LIIKETALOUDELLINEN TILANNE 2010-2021

MIKKO GRÖNLUND

SISÄLLYSLUETTELO

1	Johdanto.....	2
1.1	Taustaa	2
1.2	Mediamainonnan kehitys.....	4
1.3	Yrityksen talouden tunnusluvut ja niiden tulkinta	7
2	Sanomalehteä kustantavien yritysten liiketaloudellinen tilanne	10
3	Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten liiketaloudellinen tilanne ...	22

1 JOHDANTO

1.1 TAUSTAA

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää suomalaisten uutismedia-alan yritysten – sanoma- ja kaupunkilehtikustantajien – liiketaloudellista tilannetta ja kehitystä vuosina 2010–2021. Tutkimus pohjautuu ensisijaisesti yritysten tilinpäätöksistä koostuvaan kvantitatiiviseen aineistoon. Aineistohaku toteutettiin tammikuussa 2023 ja kohderyhmänä olivat kaikki suomalaiset sanoma- ja kaupunkilehtikustantajat. Tutkimus tehtiin Turun yliopiston Brahea-keskuksessa ja sen toteuttamisesta vastasi tutkimuspäällikkö Mikko Grönlund. Tutkimuksen toimeksiantaja oli Uutismedian liitto.

Tässä raportissa uutismedia-alan yrityksiä tarkastellaan neljässä ryhmässä: sanomalehti-, päivälehti-, paikallislehti- sekä kaupunki- ja ilmaislehtikustantajat. Sanomalehtikustantajat -ryhmässä on huomioitu kaikki maksullista sanomalehteä kustantavat yritykset. Päivä- ja paikallislehtikustantajien alaryhmäkohtainen jako perustuu yritysten ”päätuotekohtaiseen” jaotteluun. Näissä tarkasteluissa ei ole mukana näihin ryhmiin vaikeasti sijoitettavia erikois- tai muita sanomalehtiä kustantavia yrityksiä. Kaupunki- ja ilmaislehtikustantajien ryhmä muodostuu kokonaisuudessaan maksuttomista julkaisuista.

Taulukossa 1 on esitetty raporttia varten vuosittain analysoitujen uutismediayritysten tilinpäätösten määrä. Analysoinnin yksikkönä käytetään yritystä, joka on saman omistajan hallussa tai valvonnassa olevaa yhdestä tai useammasta toimipaikasta koostuva kokonaisuus. Tilinpäätösaineiston lähteenä toimi Turun yliopiston Brahea-keskuksen käytössä ollut Bureau van Dijkin ylläpitämä Orbis-tietokanta, joka on globaali yli 400 miljoonan yrityksen taloudellisen tiedon tietokanta. Tilinpäätösanalyysin tunnuslukuihin perustuva tarkastelu kattaa ajanjakson, joka alkaa vuodesta 2010 ja päättyy vuoteen 2021. Vuosi 2021 oli selvityksen kirjoittamishetkellä tammi-helmikuussa 2023 viimeinen vuosi, jolta analysoitavien yritysten tilinpäätöksiä oli kattavasti saatavilla

Toimialan liiketaloudellista tilannetta ja kehitystä arvioitaessa on kuitenkin huomioitava, että tulkinta on aina sidonnainen kyseessä olevaan aineistoon, tapausten kokoluokkaan ja lukumäärään. Tässä raportissa käytetystä aineistosta puuttuu jonkin verran pieniä yrityksiä, kuten esimerkiksi muussa muodossa kuin osakeyhtiönä toimivia sanomalehtikustantajia. Lisäksi on hyvä huomioda suurten yritysten erilaiset yritysrakenteet sekä sanomalehtikustannusallalla trendinä oleva useiden eri nimikkeiden kokoaminen yhteen yrityksen. Nämä tekijät vaikeuttavat toimialan

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

kokonaiskuvan hahmottamista, kun yhä harvemman julkaisun taloudellista tilannetta voidaan arvioida omana kokonaisuutenaan. Vuonna 2021 kaikista analysoiduista yrityksistä kaksi kolmasosaa (67 %) oli Uutismedian liiton jäsenyrityksiä. Kaupunki- ja ilmaislehtikustantamisen ryhmässä Uutismedian liiton jäsenyritysten osuus oli vajaat puolet (44 %) ja sanomalehtikustantamisen ryhmässä noin neljä viidesosaa (79 %).

	Sanomalehti- kustantaminen	Kaupunki- ja ilmaislehti- kustantaminen	Yhteensä
2010	74	36	110
2011	76	39	115
2012	81	35	116
2013	83	39	122
2014	85	42	127
2015	90	46	136
2016	92	48	140
2017	92	48	140
2018	92	47	139
2019	91	45	136
2020	90	45	135
2021	82	42	124

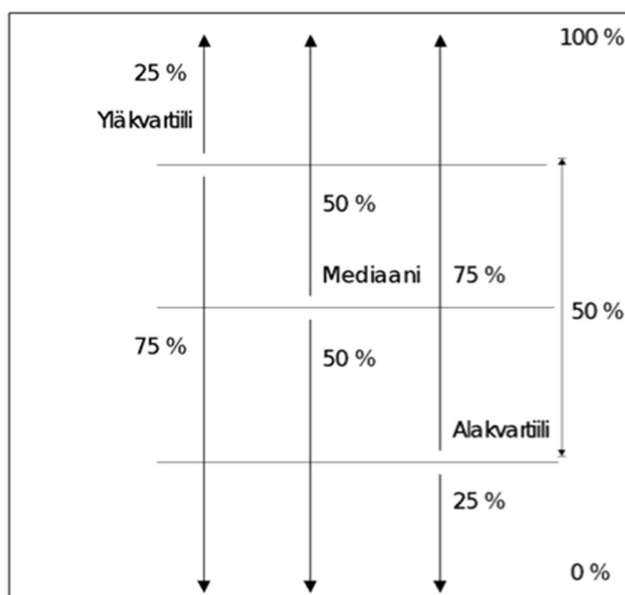
Taulukko 1. Analysoitujen uutismedia-alan yritysten tilinpäätösten¹ määrä 2010-2021

Raportissa esitetyt tunnusluvut on laskettu Yritystutkimus ry:n (ent. Yritystutkimusneuvottelukunta ry) julkaiseman Yritystutkimuksen tilinpäätösanalyysin laskentakaavojen mukaisesti. Tässä raportissa tilinpäätösanalyysin valikoitujen tunnuslukujen kehittymistä kuvataan ensisijaisesti mediaanilla (havaintoaineiston keskimäinen luku). Sen tulkinta on aina sidonnainen kyseessä olevaan aineistoon, tapausten kokoluokkaan ja lukumäärään. Aineiston jakautumisen havainnollistamiseksi sen analysoinnissa käytetään myös ala- ja yläkvartiileja.

¹ Yrityksen toimiessa usealla eri alatoimialalla on sen tilinpäätösanalyysin tunnusluvut huomioitu vain sen päätoimialaksi katsottavan alatoimialan luvuissa. Lukuihin vaikuttavat myös viime vuosien aikana tapahtuneet yritysjärjestelyt.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 1. Tilastollisten tunnuslukujen kuvaajat

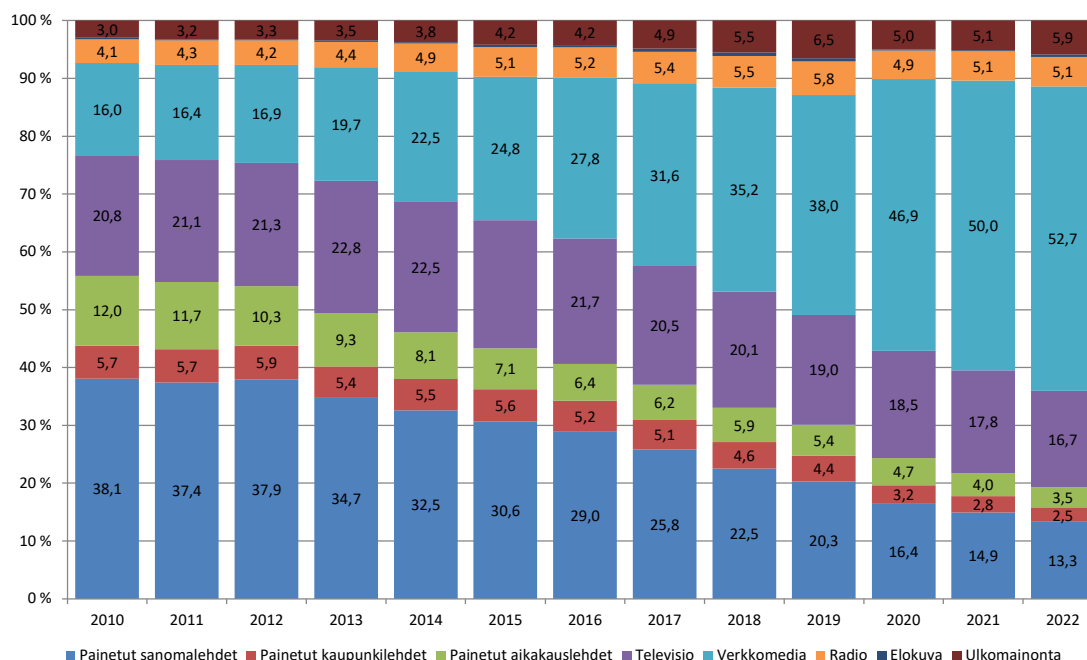


1.2 MEDIAMAINONNAN KEHITYS

2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopun taloudelliseen taantumaan asti tilattavien ilmoitustuottojen osuus tilattavien sanomalehtien nettomyynnistä oli noin 60 prosenttia. Tämän jälkeen kuluttajilta kerättävien tuottojen suhteellinen osuus ja merkitys on kasvanut. Vuonna 2021 tilattavien sanomalehtien nettomyynnistä kuluttajamyyntin osuus oli 62 prosenttia ja mediamyyntin 38 prosenttia. Kantar Oy:n (ent. TNS Gallup Oy) tietojen mukaan Sanoma- ja kaupunkilehdet osuus mediamainonnasta vuonna 2010 oli vielä reilut 40 prosenttia. Sen jälkeen sanoma- ja kaupunkilehtien osuus on jo laskenut huomattavasti ja vuonna 2022 niiden osuus oli noin neljännes (24 %). Huomioitaessa pelkästään sanoma- ja kaupunkilehtien painetut versiot, laskee niiden osuus noin 15 prosenttiin. 2010-luku on ollut vahvaa verkkomedian kasvun aikaa ja sen osuus mediamainonnasta on noussut 16 prosentista vuoteen 2022 mennessä jo yli puoleen (53 %).

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 2. Mediamainonnan jakautuminen eri medioihin 2010–2022 (Lähteet: Mainonnan Neuvottelukunta, Kantar TNS ent. TNS Gallup Oy)



* Taulukossa on käytetty ns. perinteistä mediaryhmäjakoa.

Suomalaisen mediamainonnan rakenteen muutokset seuraavat globaalin mediamainonnan rakenteiden muutoksia. Globaalissa tarkastelussa verkkomediainonta kasvaa selvästi eniten ja useimmilla länsimaisilla uutismediamarkkinoilla painetun viestinnän osuus mainonnasta on laskenut, ja laskun odotetaan edelleen jatkuvan. Esimerkiksi IMARCI:n raportin² mukaan mainostajat ovat ymmärtäneet mobiililaitteiden potentiaalin yleisön tavoittamisessa missä tahansa ja milloin vain. Sen seurauksena kustannustehokas ja kohdistettava mobiilimainonta onkin viime vuosina kasvanut huomattavasti. Ennusteiden mukaan digitaalinen siirtymä ohjaa mainosbudjetit nopeasti perinteisistä media-alustoista verkko- ja digitaaliseen mainontaan. Dentsun³ viimeisimmän arvion mukaan verkkomainonnan osuus vuonna 2022 oli hieman yli 55 prosenttia ja ennakoi sen nousevan vuoteen 2025 mennessä 60 prosenttiin. Zenithin⁴ ennusteen mukaan verkkomedia, mukaan lukien hakumainonta ja sosiaalinen media, on edelleen johtavassa

² IMARC Global Advertising Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2021-2026

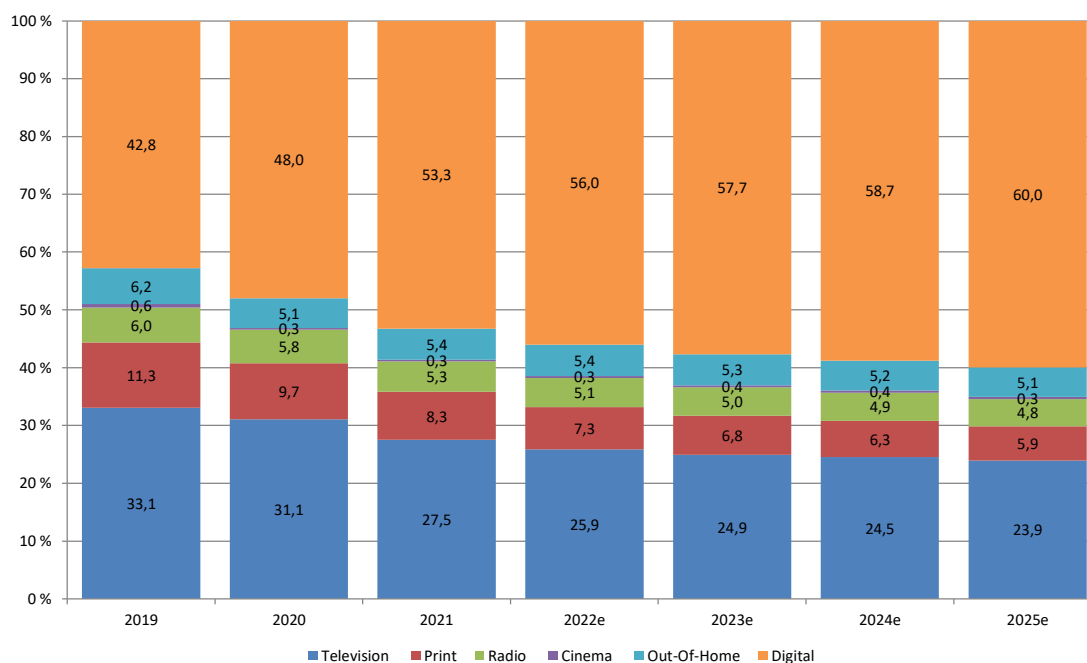
³ dentsu 2023 Global Ad Spend Forecasts, joulukuu 2022

⁴ Zenith Advertising Expenditure Forecasts, joulukuu 2022

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

asemassa nopeimmin kasvavana mainoskanavana. Zenithin arvion mukaan verkkomedian osuus vuonna 2022 oli 55 prosenttia, josta sen odotetaan kasvavan 57 prosenttiin vuonna 2025, vuotuinen kasvuvauhdin ollessa 7,0 prosenttia. Intelligence Insiderin⁵ tietojen mukaan Yhdysvalloissa verkkomainonnassa tapahtui viime vuonna merkittävä käänne, kun vuosi 2022 oli ensimmäinen vuosi sitten vuoden 2014, jolloin Alphabetin (Google) ja Metan (Facebook) mainonnan markkinaosuus putosi alle 50 prosentin (48,4 %). Intelligence Insiderin arvion mukaan vuoden 2023 loppuun mennessä osuuden odotetaan laskevan noin 45 prosenttiin. Sitä vastoin TikTok, Amazon ja Instacart vahvistivat asemiaan.

Kuvio 3. Globaali mainonnan osuuksien kehitys vuosina 2019–2025 (Lähde Source: dentsu Global Ad Spend Forecasts, joulukuu 2022)



* Vuosien 2022–2025 ovat ennusteita

COVID-19 -pandemia on pakottanut yritykset myös nopeuttamaan digisiirtymäänsä, sillä sähköinen kaupankäynti on osoittautunut tärkeäksi työkaluksi ylläpitää suhteita olemassa oleviin asiakkaisiin, vähentää myymälämyynnin menetystä sekä löytää uusia asiakkaita. Euromonitor International arvioi, että vuonna 2020 verkkokaupan myynti kasvoi neljänneksen (25 %). Lisäksi

⁵<https://www.wsj.com/articles/google-and-metas-advertising-dominance-fades-as-tiktok-netflix-emerge-11672711107>

on viitteitä siitä, että monet kuluttajat ovat tehneet pysyviä muutoksia ostotottumuksiinsa. Euromonitor Internationalin arvion mukaan sähköisen kaupankäynnin odotetaan vastaavan yli puolesta maailman vähittäismarkkinoiden absoluuttisen arvon kasvusta vuosina 2020–2025.

1.3 YRITYKSEN TALOUDEN TUNNUSLUVUT JA NIIDEN TULKINTA

Yrityksen toimintaedellytyksiä sekä liiketaloudellista tilannetta ja kehitystä arvioitaessa pyritään tarkastelu kohdistamaan erityisesti toiminnan kolmeen perustekijään, joita ovat kannattavuus, vakavaraisuus ja maksuvalmius. Tämän lisäksi tarkastellaan usein myös esimerkiksi toiminnan laajuutta, tuottavuutta sekä konkurssiriskiä.

Yrityksen keskeisenä toimintaedellytyksenä pidetään yleensä kannattavuutta. Mikäli yrityksen kannattavuus on heikko, sen toiminnan jatkumisen edellytykset ovat huonot ja yritys joutuu ennemmin tai myöhemmin lopettamaan toimintansa. Heikosti kannattava yritys tuottaa tappiota ja syö omaa pääomaansa, joka väijäämättä loppuu jossain vaiheessa. Käyttökateprosentti kertoo yrityksen operatiivisen eli varsinaisen toiminnan tuloksen ennen poistoja ja rahoituseriä. Tunnusluvun vertailukelpoisuutta toimialan sisällä heikentää se, että yritykset joko omistavat tuotantovälineensä itse tai ovat vuokranneet ne kokonaan tai osittain. Edellisessä tapauksessa yritykselle aiheutuvat kulut näkyvät tuloslaskelmassa poistoina ja rahoituskuluina käyttökateen jälkeen, kun taas jälkimmäisessä tapauksessa ao. kulut sijoittuvat vuokriin ennen käyttökateen. Yksittäisen yrityksen käyttökatevaade riippuu sen vieraan pääoman määrästä suhteessa liikevaihtoon sekä vallitsevasta korkotasosta. Yrityksen toimintaa voidaan pitää kannattavana vain, jos yrityksen nettotulos on positiivinen. Nettotuloksen riittävyys ja vaadittava vähimmäistaso määräytyvät muun muassa pääomanrakenteen vahvistamispyrkimysten ja voitonjakotavoitteiden mukaan.

Vaikka toiminta ei olisikaan tappiollista, voi yrityksen kannattavuus olla kuitenkin niin heikko, ettei se kykene kattamaan rahoituksellisia velvoitteitaan, kuten lainojen korkoja ja lyhennyksiä. Vakavaraisuudella tarkoitetaan yrityksen kykyä selviytyä sitoumuksistaan pitkällä aikavälillä. Mitä suurempi osa yrityksen koko pääomasta on omaa pääomaa, sitä vakavaraisempi yritys on. Vahva pääomarakenne parantaa yrityksen kykyä selviytyä heikentyneistä suhdanteista ja tilapäisistä tappioista. Tässä selvityksessä vakavaraisuuden tunnuslukuna käytetään omavaraisuusastetta. Omavaraisuusaste osoittaa, kuinka suuri osa rahoitustarpeesta on hoidettu omistajan sijoituksilla ja yritykseen jätetyillä voitoilla. Mitä korkeampi yrityksen omavaraisuusaste on, sitä vakaammalle pohjalle yrityksen liiketoiminta rakentuu. Omavaraisuusasteen viitteelliset ohjearvot ovat: hyvä yli 40 %, tyydyttävä 20–40 % ja heikko alle 20 %.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Maksuvalmius tarkoittaa yrityksen rahan riittämistä sen maksuvelvoitteiden maksamiseen joka hetki eli yritys pystyy suoriutumaan maksuvelvoitteistaan näiden tullessa maksuun. Jos esimerkiksi palkkoja tai ostoja ei kyetä maksamaan, yritys voi ajautua heikon maksuvalmiutensa vuoksi maksukyvyttömäksi. Maksuvalmiutta voidaan mitata sekä staattisilla taseesta laskettavilla että dynaamisilla rahavirtoihin perustuvilla mittareilla. Tässä selvityksessä yritysten maksuvalmiutta mitataan staattisen maksuvalmiuden mittarilla quick ratiolla. Quick ratio mittaa yrityksen kykyä selviytyä lyhytaikaisista veloistaan nopeasti rahaksi muutettavilla omaisuuserillään, ja se mittaa yrityksen kassavalmiutta ja rahoituspuskurien tilaa. Quick ratio -tunnusluvun viitteelliset ohjearvot ovat: erinomainen yli 2,5, hyvä 2–2,5, tyydyttävä 1,5–2, välttävä 1–1,5, heikko alle 1.

Jalostusarvo saadaan, kun yrityksen käyttökatteeseen lisätään henkilöstökulut. Jalostusarvo kuvaa yrityksen toimintaansa varten hankkimien tavaroiden ja palveluiden avulla lopputuotteeseen synnyttämää lisäarvoa. Se kertoo, kuinka paljon yritys on omalla toiminnallaan, työntekijöidensä työpanoksella ja käytettävissään olevilla koneilla pystynyt lisäämään ostettujen aineiden ja ulkopuolisten palveluiden arvoa. Yrityksen pystyessä nostamaan jalostusarvoa merkitsee se yleensä kannattavuuden paranemista ja tehokkuuden lisääntymistä. Yleissääntönä voidaan pitää sitä, että mitä enemmän tuotteeseen liittyy palvelua, sitä suurempi on jalostusarvo. Jalostusarvo per palkat -tunnusluku taas kertoo yrityksen resurssien käytön tehokkuudesta, työvaltaisuudesta sekä taloudellisuudesta. Jalostusarvo saadaan, kun yrityksen käyttökatteeseen lisätään henkilöstökulut. Jalostusarvo kuvaa yrityksen toimintaansa varten hankkimien tavaroiden ja palveluiden avulla lopputuotteeseen synnyttämää lisäarvoa. Se kertoo, kuinka paljon yritys on omalla toiminnallaan, työntekijöidensä työpanoksella ja käytettävissään olevilla koneilla pystynyt lisäämään ostettujen aineiden ja ulkopuolisten palveluiden arvoa. Yrityksen pystyessä nostamaan jalostusarvoa merkitsee se yleensä kannattavuuden paranemista ja tehokkuuden lisääntymistä. Yleissääntönä voidaan pitää sitä, että mitä enemmän tuotteeseen liittyy palvelua, sitä suurempi on jalostusarvo. Jalostusarvo per palkat -tunnusluku taas kertoo yrityksen resurssien käytön tehokkuudesta, työvaltaisuudesta sekä taloudellisuudesta. Tunnuslukua tarkasteltaessa on syytä muistaa se, että vaikka tavoitteena on jalostusarvon lisääminen, voi pienelläkin jalostusarvolla menestyä hyvin. Tunnusluvun saadessa arvon yksi on kaikki yrityksessä tuotettu jalostusarvon lisäys kulunut henkilöstökustannusten kattamiseen. Jalostusarvon riittävää tasoa arvioitaessa on otettava huomioon, että jalostusarvolla joudutaan maksamaan henkilöstön työpanoksen lisäksi vuokrat, korvaus vieraan ja oman pääoman käytöstä, lainojen lyhennykset sekä yrityksen kehittäminen.

Kolmen muuttujan Z-luku on konkurssialttiuden ennustamiseen kehitetty tunnusluku ja se perustuu professori Erkki K. Laitisen tutkimustuloksiin. Sen laskusääntö on $Z = 1.77 * \text{rahoitustulos-\%} + 14.14 * \text{quick ratio} + 0.54 * \text{omavaraisuusaste}$. Kolmen muuttujan Z-luvun

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

ohjeelliset arvot ovat seuraavat: erinomainen yli 40, hyvä 28–40, tyydyttävä 18–28, heikko 5–18 ja surkea alle 5. Kolmen muuttujan Z-luvun kriittinen arvo on 18. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli yrityksen Z-luku on suurempi kuin 18 luokitellaan yritys terveeksi yritykseksi. Tunnusluvun ollessa pienempi kuin 18 tarkoittaa se sitä, että yritys on vaarassa ajautua konkurssiin.

2 SANOMALEHTEÄ KUSTANTAVIEN YRITYSTEN LIIKETALOUDELLINEN TILANNE

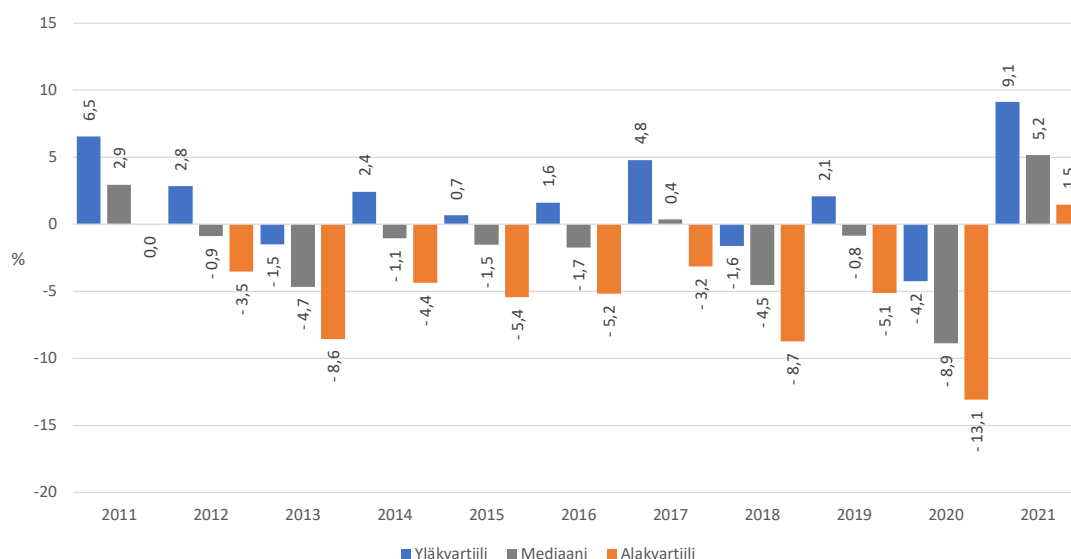
Suurin osa suomalaisista sanomalehteä kustantavista yrityksistä on sekä liikevaihdoltaan että henkilöstömäärältään varsin pieniä. Vuosien 2010 ja 2020 välisenä aikana niiden liikevaihdon mediaani laski hieman yli miljoonasta eurosta noin 0,8 miljoonaan euroon. Vuonna 2021 liikevaihdon mediaani nousi vajaaseen 0,9 miljoonaan euroon. Toimialan liikevaihdon yläkvartiili on noin 7,1 miljoonaa euroa ja alakvartiili vajaat 0,5 miljoonaa euroa. Henkilöstömäärän mediaani vuonna 2021 oli 8 henkilöä. Toimialan henkilöstömäärältään suurin neljännes työllistää vähintään 45 henkilöä ja pienin neljännes korkeintaan neljä henkilöä.

Sanomalehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	3 631	3 533	3 739	5 397	5 331	5 741	6 284	6 412	5 585	5 884	6 369	7 116
Mediaani	1 045	1 074	1 114	1 085	1 108	1 090	1 023	1 023	938	870	842	905
Alakvartiili	620	702	719	677	629	659	507	517	510	470	431	453
Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	41 400	41 881	40 528	38 672	44 723	45 273	46 406	46 538	46 886	50 017	42 701	44 046
Mediaani	25 736	30 766	27 861	26 746	26 582	27 174	34 025	32 970	29 777	29 524	26 760	27 479
Alakvartiili	12 922	17 438	14 334	13 661	15 888	17 361	17 272	16 754	15 831	15 570	15 401	16 118
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	1 206	1 276	1 282	1 203	1 301	1 235	1 151	1 151	1 099	1 115	1 050	1 144
Mediaani	944	970	981	913	904	876	796	830	780	708	600	709
Alakvartiili	385	457	447	406	460	477	390	386	405	325	282	379

Taulukko 2. Sanomalehteä kustantavien yritysten liikevaihto 2010–2021, 1000 €

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 4. Sanomalehteä kustantavien yritysten liikevaihdon muutosprosentti 2011–2021



Päivälehdet	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	7,1	-2,6	-3,5	9,2	6,8	4,3	0,3	-1,6	1,0	-6,7	10,8
Mediaani	3,8	-4,0	-5,5	-1,6	0,1	-1,3	-2,6	-4,3	-1,9	-11,5	4,9
Alakvartiili	0,8	-5,9	-8,5	-4,6	-5,9	-2,9	-3,8	-7,1	-2,9	-13,0	1,4
Paikallislehdet	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	6,7	3,6	-0,1	2,6	0,5	0,9	5,5	-1,6	2,4	-3,9	9,6
Mediaani	2,6	0,9	-4,2	-0,1	-0,9	-2,0	2,3	-4,6	-0,2	-8,8	6,0
Alakvartiili	-0,2	-2,7	-7,8	-3,9	-3,6	-5,1	-1,6	-8,2	-5,3	-13,4	2,9

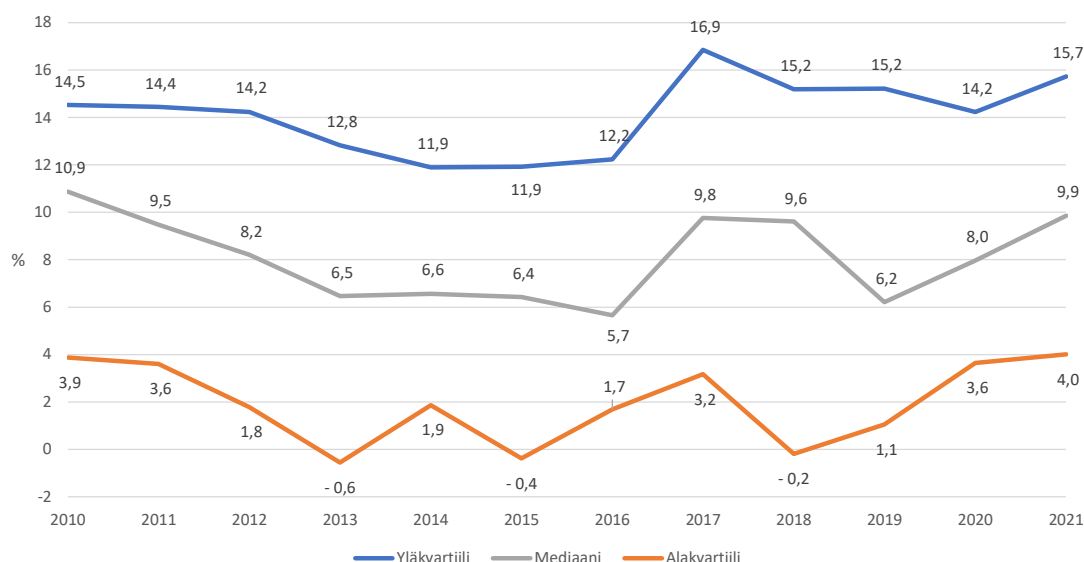
Taulukko 3. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien yritysten liikevaihdon muutosprosentti 2010–2021

Käyttökate kertoo, kuinka paljon yrityksen liikevaihdosta jää katetta, kun siitä vähennetään yrityksen toimintakulut ja sen taso vaihtelee suuresti toimialojen välillä. Näin ollen käyttökateprosentille ei ole yleispäteviä viitearvoja. Sanomalehteä kustantavien yritysten varsinaisen toiminnan kannattavuutta mittaavan käyttökateprosentin kehitys on tarkasteluajanjakson aikana ollut vaihteleva. 2010-luvun alkupuoliskon ajan jatkuneen varsinaisen toiminnan kannattavuuden huononemisen jälkeen tilanne on vaihdellut lähes vuosittain. Vuonna 2021 sanomalehteä kustantavien yritysten käyttökateprosentin mediaani oli noin 10 prosenttia eli suunnilleen samalla tasolla kuin vuonna 2005. Varsinaisen toiminnan kannattavuudessa on kuitenkin toimialan sisällä huomattavia eroja, sillä käyttökateprosentin yläkvartiili on koko tarkasteluajanjakson pysynyt vähintään 12 prosentissa. Vuonna 2021 toimialan kannattavimman neljänneksen yritysten käyttökateprosentti oli vähintään lähes 16 prosenttia. Operatiiviselta kannattavuudeltaan huonoimman neljänneksen käyttökateprosentti on kolmena vuotena painunut jopa alle 0 prosentin. Vuonna 2021 käyttökateprosentin alakvartiili oli 4 prosenttia, joka on tarkasteluajanjakson korkein arvo. Yleisellä tasolla voidaan myös havaita, että päivälehteä

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

kustantavien yritysten varsinaisen toiminnan kannattavuus on parempi kuin paikallislehteä kustantavien yritysten.

Kuvio 5. Sanomalehteä kustantavien yritysten käyttökateprosentti 2010–2021



Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	17,8	17,8	14,5	14,6	15,1	13,5	14,1	17,1	14,6	16,9	15,0	17,7
Mediaani	12,8	13,0	11,7	7,7	8,4	7,9	10,1	13,4	12,0	9,9	10,2	11,2
Alakvartiili	7,5	5,8	4,3	1,5	1,8	0,6	6,0	7,7	6,0	7,1	7,6	7,8
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	14,1	13,5	14,7	12,9	11,9	12,4	11,6	17,0	16,5	15,7	14,3	15,7
Mediaani	10,7	9,3	10,3	6,0	6,9	8,5	4,9	11,0	9,6	6,1	7,9	9,9
Alakvartiili	3,5	4,2	4,7	-0,8	2,7	0,1	0,7	4,5	0,0	0,7	3,4	3,9

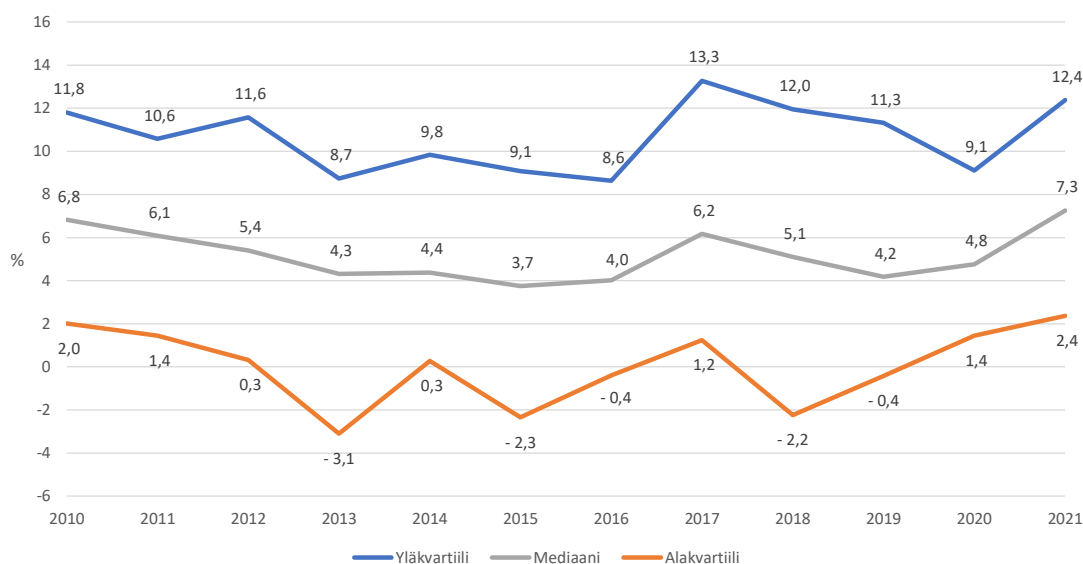
Taulukko 4. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien yritysten käyttökateprosentti 2010–2021

Yrityksen toimintaa voidaan pitää kannattavana vain, jos yrityksen nettotulos on positiivinen ja riittävyys sekä vaadittava vähimmäistaso määräytyvät muun muassa pääomanrakenteen vahvistamispyrkimysten ja voitonjakotavoitteiden mukaan. Tarkasteluajanjaksolla sanomalehteä kustantavien yritysten nettotulosprosentin mediaani on vaihdellut neljän ja seitsemän prosentin välillä. Ensimmäisenä koronavuonna 2020 sanomalehteä kustantavien yritysten nettotulosprosentin mediaani nousi, ilmoitusmyynnin laskusta huolimatta, hieman ollen alle viisi prosenttia, josta se vuonna 2021 nousi yli seitsemään prosenttiin. Toimialan parhaan neljänneksen kannattavuus on pysynyt koko tarkasteluajanjakson erittäin hyvänä ja vuonna 2021 nettotulosprosentin yläkvartiili oli yli 12 prosenttia. Vuonna 2010 noin joka kuudes (16 %) analysoiduista sanomalehteä kustantavista yrityksistä oli tappiollinen. Tappiollisten yritysten osuus kasvoi 2010-luvun alkupuoliskolla, ja vuonna 2015 joka kolmas (33 %) yritys oli tappiollinen.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

2010-luvun jälkimmäisellä puoliskolla tappiollisten yritysten osuus kääntyi laskuun ja vuonna 2021 hieman vajaa viidennes (18 %) sanomalehteä kustantavista yrityksistä oli tappiollinen. 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopun laman jälkeisen toimintaympäristön synnyttämät haasteet näkyivät viime vuosikymmenen alkupuoliskolla päivälehteä kustantavien yritysten kannattavuuden kehityksessä, jolloin niiden nettotulosprosentin mediaani laski selvästi ja alakvartiili painui neljänä perättäisenä vuonna negatiiviseksi. Viime vuosina päivälehteä kustantavien yritysten kannattavuus on sen sijaan parantunut ja vuonna 2021 niiden nettotulosprosentin mediaani oli hieman yli kahdeksan prosenttia. Paikallislehteä kustantavien yritysten kannattavuus on pääsääntöisesti ollut jonkin verran päivälehteä kustantavien yritysten kannattavuutta alhaisempi. Vuonna 2021 paikallislehteä kustantavien yritysten nettotulosprosentin mediaani oli vajaat seitsemän prosenttia.

Kuvio 6. Sanomalehteä kustantavien yritysten nettotulosprosentti 2010–2021



Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	16,4	17,0	12,4	9,4	10,2	8,8	9,7	12,8	12,6	10,5	12,3	12,6
Mediaani	10,9	10,4	6,7	5,0	5,6	3,9	5,0	5,0	7,6	8,0	6,5	8,2
Alakvartiili	2,5	2,7	-1,4	-2,8	-2,9	-2,4	3,5	2,3	2,3	2,1	2,6	4,8
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	11,7	9,9	11,6	8,7	9,1	10,2	10,3	14,1	13,2	12,1	10,2	13,2
Mediaani	6,9	6,0	6,4	3,9	4,5	5,0	4,0	8,6	5,4	4,8	4,7	6,7
Alakvartiili	2,7	2,1	2,8	-1,8	0,6	-0,7	-0,4	2,1	-0,1	-0,9	0,4	2,8

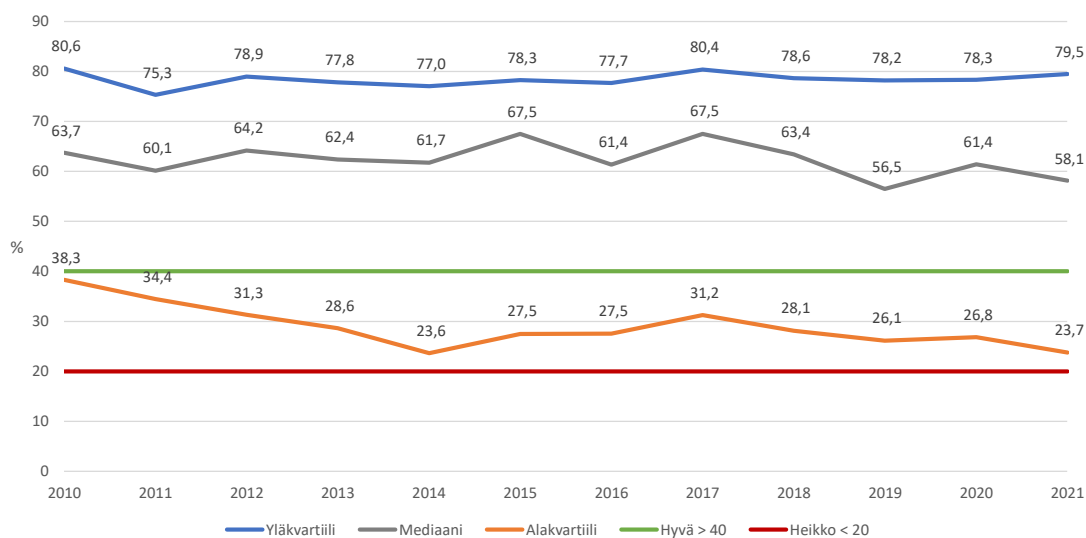
Taulukko 5. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien yritysten nettotulosprosentti 2010–2021

2010-luvun alusta lähtien sanomalehteä kustantavien yritysten keskimääräinen omavaraisuusaste (mediaani) on pystytellyt hyvällä noin 60 prosentin tasolla. Vuonna 2021 sanomalehteä kustantavien yritysten omavaraisuusasteen mediaani oli noin 58 prosenttia. Vahva

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

pääomarakenne parantaa suurimman osan sanomalehtikustantajien kykyä selviytyä heikentyvistä suhdanteista ja tilapäisistä tappioista. Toimialan kokonaistilannetta arvioitaessa on myös huomioitava, että omavaraisuusasteen alakvartiilikin on koko tarkasteluajanjakson pysynyt kuitenkin tyydyttävällä tasolla. Vuonna 2010 noin joka seitsemännän (14 %) sanomalehteä kustantavan yrityksen vakavaraisuus oli huono. Vuonna 2015 heikon vakavaraisuuden omaavien yritysten osuus oli noin kuudennes (16 %), josta se vuoteen 2021 mennessä oli noussut hieman yli viidennekseen (22 %). Tarkasteltaessa päivälehteä- ja paikallislehteä kustantavien yritysten vakavaraisuutta erikseen voidaan havaita, että niissä on huomattava ero. Päivälehteä kustantavien yritysten omavaraisuusasteen mediaanin on ollut koko tarkasteluajanjakson ajan tyydyttävä ja viimeiset pari vuotta se on ollut laskussa. Vuonna 2021 päivälehteä kustantavien yritysten omavaraisuusasteen mediaani painui hieman alle 30 prosentin. Paikallislehteä kustantavien yritysten, jotka ovat kooltaan keskimäärin selvästi päivälehteä kustantavia yrityksiä pienempiä, omavaraisuusasteen mediaani on sen sijaan pysynyt erinomaisella tasolla ja vuonna 2021 se oli noin 76 prosenttia.

Kuvio 7. Sanomalehteä kustantavien yritysten omavaraisuusaste 2010–2021, %



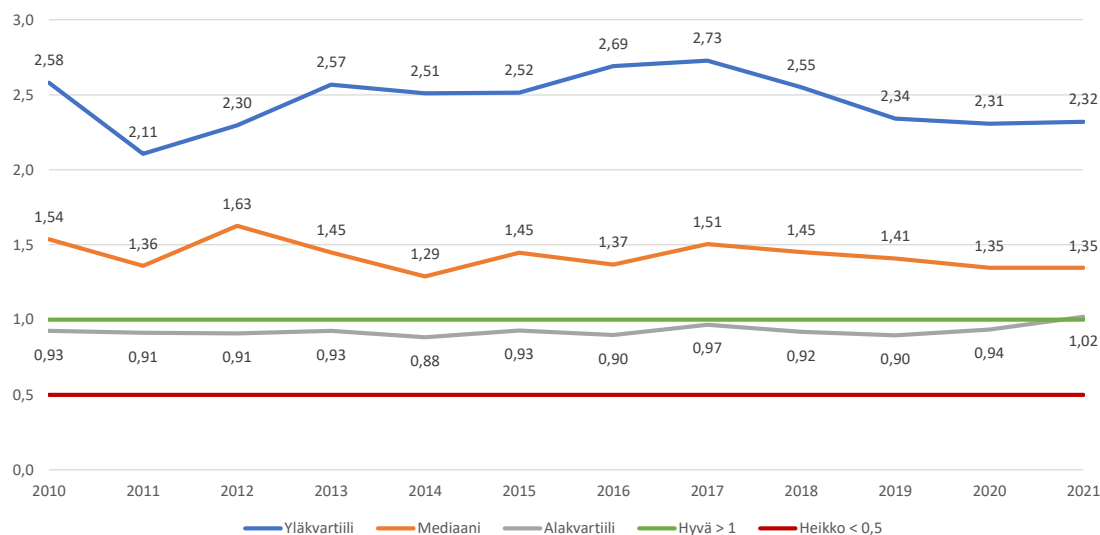
Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	58,6	49,9	51,7	49,8	41,8	51,3	52,8	48,0	53,9	51,1	59,6	48,6
Mediaani	37,0	22,5	30,1	25,0	23,8	25,0	35,1	35,2	34,7	36,5	30,6	29,5
Alakvartiili	17,0	17,3	18,4	14,2	9,8	15,4	22,5	18,1	22,9	24,0	25,5	23,3
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	82,3	80,7	81,6	80,2	78,6	79,9	80,9	83,7	83,2	84,0	81,7	83,2
Mediaani	72,7	65,0	70,3	67,5	69,1	71,0	70,8	74,7	74,1	73,5	71,5	75,9
Alakvartiili	52,5	45,9	52,9	40,0	32,9	42,5	29,9	39,7	37,5	32,3	34,1	46,1

Taulukko 6. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien yritysten omavaraisuusaste 2010–2021, %

Toimialan yritysten maksuvalmius eli kyky hoitaa kaikki maksunsa ajallaan ja edullisimmalla mahdollisella tavalla on 2010-luvulla pysynyt vähintään hyvällä tasolla. Sanomalehteä kustantavien yritysten quick ration mediaani on, viime vuosina tapahtuneesta laskusta huolimatta, edelleen hyvällä tasolla (1,35). Heikko maksuvalmius muodostuu uhkatekijäksi vain muutamalle sanomalehteä kustantavalle yritykselle. Vuonna 2021 tällaisten yritysten osuus oli vain kuusi prosenttia. Vuonna 2010 vastaava osuus oli seitsemän prosenttia ja vuonna 2015 kymmenen prosenttia. Sekä päivälehteä- että paikallislehteä kustantavien yritysten maksuvalmius on quick ratiolla pysynyt hyvällä tasolla. Päivälehteä kustantavien yritysten quick ration mediaanin on ollut koko hieman yli yksi ja vuonna 2021 se oli 1,12. Paikallislehteä kustantavien yritysten quick ratiolla mediaani on koko tarkasteluajanjakson pysynyt erinomaisella tasolla (yli 1,5) ja vuonna 2021 se oli 1,65.

Kuvio 8. Sanomalehteä kustantavien yritysten quick ratio 2010–2021



Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	1,47	1,24	1,26	1,26	1,23	1,32	1,34	1,43	1,38	1,30	1,36	1,27
Mediaani	1,04	1,08	1,11	1,10	1,10	1,07	1,05	1,13	1,06	1,12	1,19	1,12
Alakvartiili	0,86	0,85	0,83	0,77	0,72	0,97	0,83	0,93	0,82	0,92	0,97	0,97
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	3,12	2,86	3,25	2,90	2,98	2,67	2,88	3,27	2,90	2,93	3,16	3,22
Mediaani	1,74	1,61	1,97	1,87	1,88	2,03	1,98	1,94	1,74	1,75	1,86	1,65
Alakvartiili	0,92	1,01	1,07	1,04	0,97	1,02	0,94	1,04	1,04	0,91	0,89	1,06

Taulukko 7. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien quick ratio 2010–2021

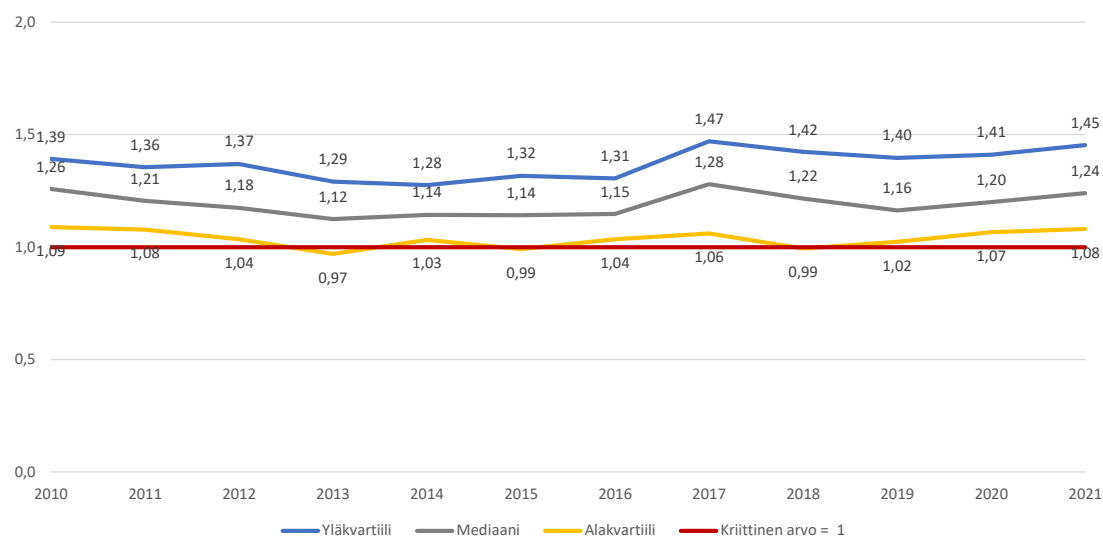
Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	1,47	1,24	1,26	1,26	1,24	1,32	1,35	1,47	1,38	1,30	1,36	1,27
Mediaani	1,04	1,08	1,11	1,10	1,10	1,12	1,10	1,16	1,09	1,17	1,19	1,12
Alakvartiili	0,87	0,88	0,83	0,78	0,79	0,97	0,92	0,94	0,83	0,95	1,02	0,97
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	2,99	2,86	3,25	2,90	3,01	2,75	2,91	3,28	2,92	2,98	3,16	3,22
Mediaani	1,67	1,62	1,99	1,87	1,88	2,03	1,98	1,94	1,77	1,87	1,87	1,68
Alakvartiili	0,98	1,06	1,18	1,04	0,99	0,97	0,94	1,01	1,04	0,99	0,90	1,09

Taulukko 8. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien current ratio 2010–2021

Tunnuslukuna jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluku kertoo henkilöstön tuottavuudesta, eli siitä kuinka paljon lisäarvoa on pystytty luomaan suhteessa tarvittaviin henkilöstökuluihin. Sanomalehteä kustantavien yritysten tuottavuuden kehitys on ollut jalostusarvo per palkat -tunnusluvulla tarkasteltuna vaatimatonta, sillä sen mediaani on vaihdellut 1,12:n ja 1,24:n välillä. Tarkasteluajanjakson tuottavuuden kehityksen trendikäyrä onkin lähes vaakasuora. Tuottavuuden taso alakvartiiliin kuuluvissa yrityksissä on huolestuttavaa, sillä tunnusluvun saadessa arvon yksi on kaikki yrityksessä tuotettu jalostusarvon lisäys kulunut henkilöstökustannusten kattamiseen. Jalostusarvon riittävää tasoa arvioitaessa on otettava huomioon, että jalostusarvolla joudutaan maksamaan henkilöstön työpanoksen lisäksi vuokrat, korvaus vieraan ja oman pääoman käytöstä, lainojen lyhennykset sekä yrityksen kehittäminen. Viimeiset pari vuotta henkilötuottavuuden alakvartiili on kuitenkin hieman noussut ja vuonna 2021 se oli 1,08. Viime vuosina tapahtuneiden tehostamistoimenpiteidenseurauksena tuottavuus on parantunut, ja se näkyy myös kriittisen arvon alle jäävien yritysten osuudessa. Vuonna 2015 joka neljännestä (25 %) sanomalehteä kustantavan yrityksen jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluku oli alle 1. Näin alhaisen tuottavuuden yritysten mahdollisuudet oman toimintansa kehittämiseen ovat erittäin rajalliset tai jopa olemattomat. Vuonna 2021 noin joka yhdeksännen yrityksen (11 %) jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluku oli alle 1.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 9. Sanomalehteä kustantavien yritysten jalostusarvo per henkilöstökulut 2010–2021



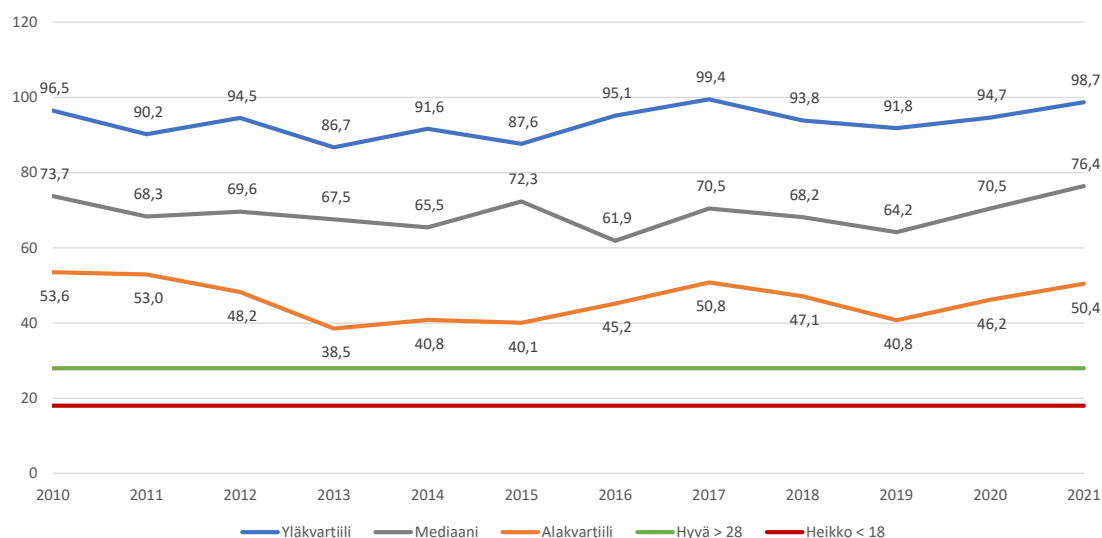
Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	1,65	1,65	1,45	1,39	1,53	1,43	1,48	1,54	1,56	1,55	1,55	1,66
Mediaani	1,42	1,39	1,22	1,26	1,23	1,23	1,31	1,36	1,41	1,33	1,35	1,39
Alakvartiili	1,25	1,16	1,00	1,00	1,03	1,02	1,18	1,20	1,21	1,18	1,19	1,20
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	1,36	1,32	1,35	1,27	1,25	1,30	1,26	1,42	1,42	1,39	1,34	1,36
Mediaani	1,23	1,20	1,20	1,12	1,14	1,17	1,11	1,28	1,20	1,16	1,18	1,23
Alakvartiili	1,07	1,10	1,10	0,97	1,04	1,01	1,01	1,10	1,00	1,02	1,06	1,08

Taulukko 9. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien jalostusarvo per henkilöstökulut 2010–2021

Z-Laitinen on kolmen muuttujan yhdistelmäluke, jossa mitataan yrityksen kasvun, kannattavuuden ja vakavaraisuuden riippuvuussuhteita ja sen avulla voidaan arvioida riskiä ajautua konkurssiin. Sanomalehtikustantamisan keskimääräinen konkurssiuhka on toimialatasolla tarkasteltuna ollut koko tarkasteluajanjakson ollut vähäinen. Z-Laitisen mediaani on alimmillaankin ollut lähes 62 ja tunnusluvun alakvartiilikin on pysynyt yli 40:ssä. Yritysten konkurssiriskissä on kuitenkin eroja ja vuonna 2021 vajaan kymmenesosan (8 %) sanomalehtikustantajista konkurssiriski oli suuri. Vuonna 2010 vastaava osuus oli kolme prosenttia ja vuonna 2019 yhdeksän prosenttia.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 10. Sanomalehteä kustantavien yritysten kolmen muuttujan Z-Laitinen 2010–2021



Päivälehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	73,0	66,7	64,3	63,2	60,7	60,5	69,4	64,6	70,6	66,2	72,2	71,7
Mediaani	56,9	55,6	52,6	45,4	45,2	44,9	53,6	59,1	57,3	58,2	57,5	56,6
Alakvartiili	39,6	35,3	27,6	21,9	24,9	26,0	38,4	45,0	40,8	45,5	45,2	42,3
Paikallislehdet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	101,1	100,4	99,0	93,7	101,1	99,2	99,0	107,7	101,6	100,5	101,9	107,1
Mediaani	81,5	73,5	87,2	78,0	78,9	76,6	62,3	83,7	76,5	76,2	79,0	93,2
Alakvartiili	63,6	58,7	59,3	50,2	49,2	58,3	46,4	55,5	49,5	49,1	61,6	68,4

Taulukko 10. Päivä- ja paikallislehteä kustantavien kolmen muuttujan Z-Laitinen 2010–2021

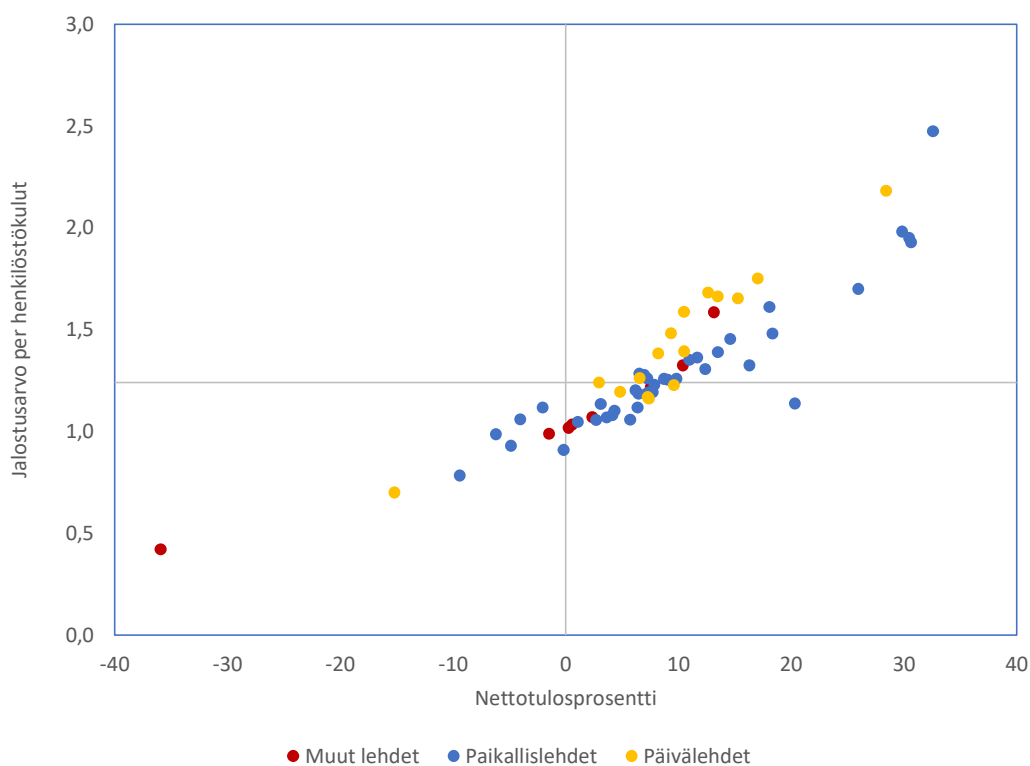
Sanomalehteä kustantavien yritysten kannattavuuden ja tuottavuuden hahmottamiseen voidaan käyttää kuvion 11 mukaista ns. nelikenttämallia⁶. Vaaka-akseli jakaa yritykset henkilötuottavuuden (jalostusarvo per henkilöstökustannukset) mediaanin perusteella kahteen ryhmään ja pystyakseli vastaavasti yritysten nettotulosprosentin mukaan kahteen eri ryhmään. Nelikentän alin vasen neljännes eli ”räme” koostuu yrityksistä, joiden sekä kannattavuus että tuottavuus ovat heikkoja. Toimialalta poistuvat yritykset löytyvät todennäköisemmin juuri ”rämeeseen” sijoittuvista yrityksistä. Vuonna 2021 noin joka seitsemäs (14 %) sanomalehtiä kustantavista yrityksistä sijoittui tähän neljännekseen. ”Business-luokkaan” eli oikeaan yläneljännekseen kuuluvien yritysten tuottavuus on keskimääräistä parempi ja niiden kustannusrakenne mahdollistaa tehokkaan ja kannattavan liiketoiminnan. Vuonna 2021 ”business-luokkaan” kuului puolet (51 %) sanomalehtiä kustantavista yrityksistä. Nelikenttäanalyysin kolmas merkittävä ryhmä on ”päiväkerho”. ”Päiväkerhoon” sijoittuvat yritykset ovat keskimääräistä alhaisemmasta henkilötuottavuudesta huolimatta kannattavia.

⁶ Paasio, A. Picard, R.G. & Toivonen, T.E. (1994) Measuring and Engineering Personnel Productivity in Graphic Arts Industry, Journal of Media Economics - Vol. 7 - Issue 2 - 1994 - pp. 39-53

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Vuonna 2021 joka kolmas (36 %) sanomalehteä kustantava yritys sijoittui ”päiväkerhoon”. Neljanteen ryhmään eli ”pääoman hautausmaahan” ei vuonna 2021 kuulunut yhtään yritystä. ”Pääoman hautausmaahan” sijoittuvat yritykset ovat keskimääräistä paremmasta tuottavuudestaan huolimatta tappiollisia. ”Business-luokkaan” kuuluvien yritysten osuus on vuosina 2010, 2015 ja 2021 ollut noin puolet. Sen sijaan ”rämeeseen” sijoittuvien yritysten määrä on vaihdellut huomattavastikin. Vuonna 2015 lähes joka kolmas (31 %) sanomalehteä kustantavista yrityksistä sijoittui ”rämeeseen”, kun vastaava luku on sekä vuonna 2010 että 2021 ollut noin joka seitsemäs.

Kuvio 11. Sanomalehteä kustantavat yritykset tuottavuus-kannattavuusakselilla 2021



	2010	2015	2020	2021
Räme	15 %	31 %	11 %	14 %
Pääoman hautausmaa	0 %	1 %	0 %	0 %
Päiväkerho	36 %	20 %	39 %	35 %
Business-luokka	49 %	48 %	50 %	51 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko 11. Sanomalehteä kustantavat yritykset tuottavuus-kannattavuusakselilla 2010, 2015, 2020 ja 2021

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Raporttia varten analysoitiin yksittäisiä sanomalehteä kustantavia yrityksiä neljänä vuotena (2010, 2015, 2020 ja 2021) neljän tilinpäätösanalyysin tunnusluvun (nettotulosprosentti, quick ratio, omavaraisuusaste ja jalostusarvo per henkilöstökulut) perusteella. Yritykset luokiteltiin kaikkien neljän tunnusluvun mukaan kolmeen ryhmään: heikko, tyydyttävä ja hyvä. Tämän analyysin avulla voidaan arvioida sekä uutismedia-alan moniongelmaisten että vahvojen yritysten määrää ja tilanteen kehitystä tarkasteluajanjakson aikana. Luokittelusta käytettiin seuraavia raja-arvoja:

	Heikko	Tyydyttävä	Hyvä
Nettotulosprosentti	< 0 %	0–5 %	> 5 %
Quick ratio	< 0,5	0,5–1	> 1
Omavaraisuusaste	< 20 %	20–50 %	> 50 %
Jalostusarvo per henkilöstökulut	< 1	1–1,2	> 1,2

Riskitekijöillä tarkoitetaan tässä tarkastelussa riskianalyysin tunnuslukuja, jotka ovat saaneet arvosanan ”huono”. Noin kahdella kolmasosalla analysoiduista sanomalehteä kustantavista yrityksistä, pois lukien vuosi 2015, ei tässä tarkastelussa ollut yhtään riskitekijää. Moniongelmaisten yritysten, joiden tarkastelluista tunnusluvuista vähintään kolme neljästä sijoittuu riskiluokkaan, määrä on kaikkina tarkasteluvuosina pysynyt alle kymmenessä prosentissa. Vuonna 2021 moniongelmaisten yritysten osuus oli kuusi prosenttia.

	2010	2015	2020	2021
Ei yhtään riskitekijää	68 %	56 %	65 %	68 %
1 riskitekijä	18 %	17 %	24 %	17 %
2 riskitekijää	11 %	18 %	6 %	9 %
3 riskitekijää	3 %	9 %	4 %	5 %
4 riskitekijää	0 %	0 %	1 %	1 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko 12. Sanomalehteä kustantavien yritysten riskitekijät 2010, 2015, 2020 ja 2021

Voimatekijöillä tarkoitetaan tässä tarkastelussa riskianalyysin tunnuslukuja, jotka ovat saaneet arvosanan ”hyvä”. Vuonna 2021 noin puolella (52 %) yrityksistä oli vähintään kolme voimatekijää. Tämä on hieman vähemmän kuin vuonna 2010 (57 %), mutta selvästi enemmän kuin vuosina 2015 ja 2020, jolloin tällaisten yritysten osuus jäi vajaaseen 40 prosenttiin. Vuoden 2010 jälkeen yritysten, joiden tarkastelluista tunnusluvuista korkeintaan yksi on ollut voimatekijä, osuus ollut noin neljännes. Vuonna 2021 yrityksiä, joilla ei tässä tarkastelussa ollut yhtään voimatekijää, oli 11 prosenttia.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

	2010	2015	2020	2021
Ei yhtään voimatekijää	3 %	11 %	13 %	11 %
1 voimatekijä	13 %	16 %	16 %	15 %
2 voimatekijää	28 %	34 %	33 %	22 %
3 voimatekijää	29 %	16 %	21 %	27 %
4 voimatekijää	28 %	23 %	17 %	25 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko 13. Sanomalehteä kustantavien yritysten voimatekijät 2010, 2015, 2020 ja 2021

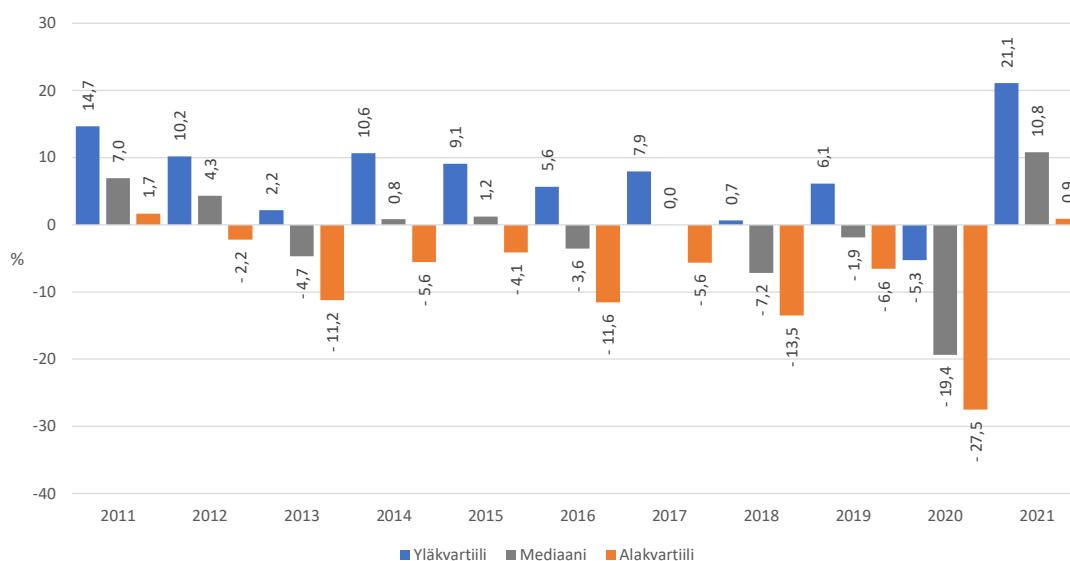
3 KAUPUNKI- JA ILMAISLEHTIÄ KUSTANTAVIEN YRITYSTEN LIIKETALOUDELLINEN TILANNE

Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavat yritykset ovat sekä liikevaihdoltaan että henkilöstömäärältään pieniä. Vuonna 2021 liikevaihdon mediaani oli hieman alle 0,4 miljoonaa euroa. Toimialan liikevaihdon yläkvartiili vajaat 0,8 miljoonaa euroa ja alakvartiili noin 0,2 miljoonaa euroa. Henkilöstömäärän mediaani vuonna 2021 oli 3 henkilöä. Toimialan henkilöstömäärältään suurin neljännes työllistää vähintään kuusi henkilöä ja pienin neljännes korkeintaan kaksi henkilöä.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	1 307	1 147	1 444	1 066	886	861	663	691	661	691	579	765
Mediaani	440	468	563	520	500	439	395	394	361	348	320	375
Alakvartiili	197	186	254	261	230	220	235	217	124	157	162	184

Taulukko 14. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten liikevaihto 2010–2021, 1000 €

Kuvio 12. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten liikevaihdon muutosprosentti 2010–2021

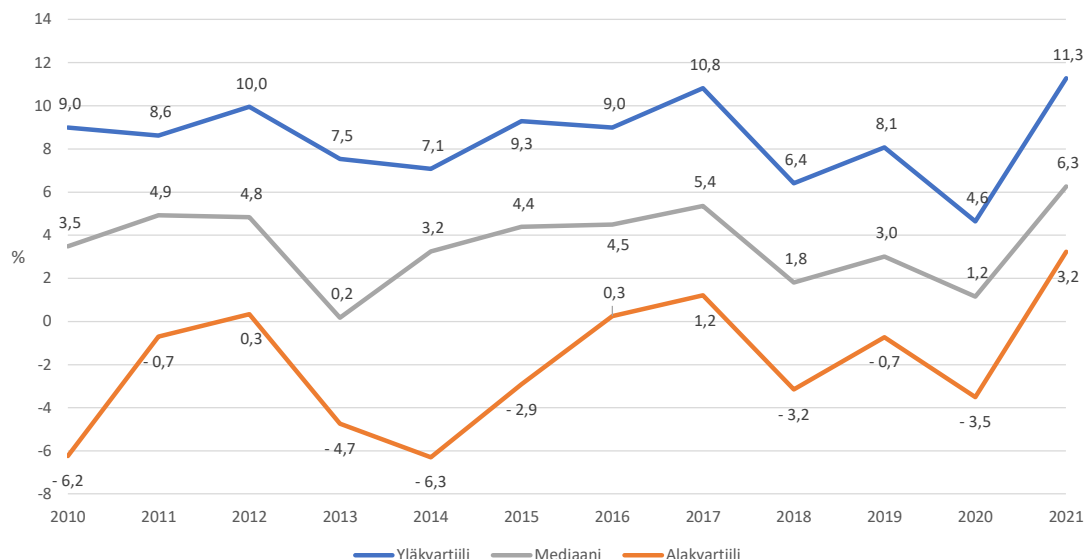


Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten varsinaisen toiminnan kannattavuutta mittaavan käyttökateprosentin mediaanin on tarkasteluajanjakson aikana ollut vuoroin nouseva ja vuoroin laskeva. Tarkasteluajanjakson käyttökateprosentin mediaanin trendikäyrä on vaakasuora noin 3,5 prosentin alhaisella tasolla. Vuonna 2021 kaupunki- ja ilmaislehteä kustantavien yritysten käyttökateprosentin mediaani nousi vaikean koronavuoden jälkeen hieman yli kuuteen prosenttiin. Toimialan yritysten varsinaisen toiminnan kannattavuudessa on huomattavia eroja,

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

sillä käyttökateprosentin alakvartiili on koko tarkasteluajanjakson pysynyt alhaisena ja kahdeksana vuotena se on ollut jopa negatiivinen. Vuonna 2021 käyttökateprosentin alakvartiili oli hieman yli kolme prosenttia, joka on tarkasteluajanjakson korkein arvo.

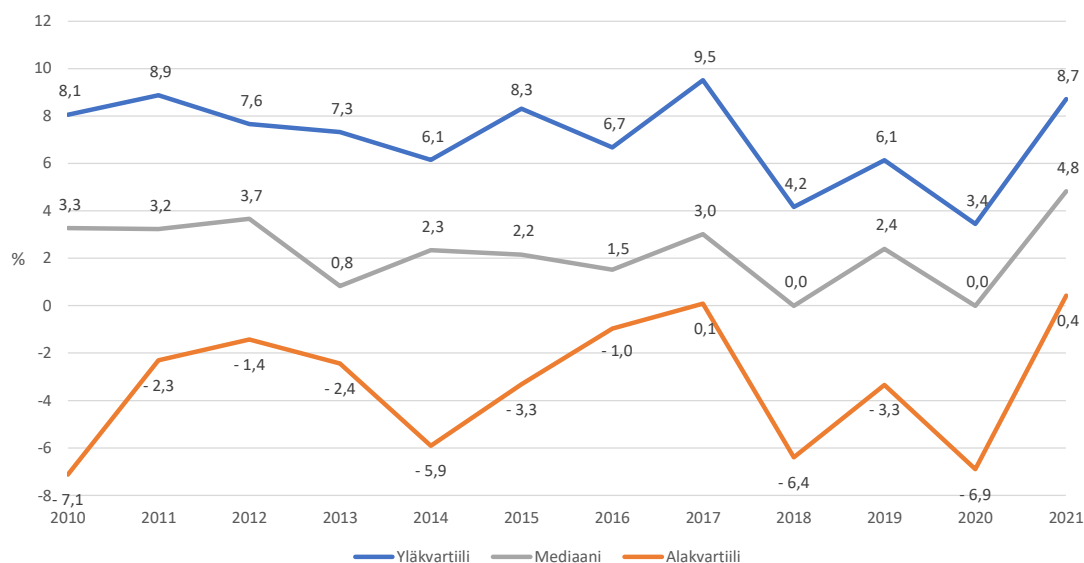
Kuvio 13. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten käyttökateprosentti 2010–2021



Tarkasteluajanjaksolla kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten nettotulosprosentin mediaanin trendikäyrä on laskeva. Ensimmäisenä koronavuonna 2020 nettotulosprosentin mediaani painui nollaan eli puolet yrityksistä oli tappiollisia. Vuonna 2021 nettotulosprosentin mediaan nousi hieman alle viiteen prosenttiin. Toimialan parhaan viidenneksen yritysten kannattavuus on, paria vuotta lukuun ottamatta, pysynyt kohtuullisella tasolla. Vuonna 2021 nettotulosprosentin yläkvartiili oli vajaat yhdeksän prosenttia. Muutokset toimintaympäristössä, kuten esimerkiksi mainostuottojen vähentyminen, ovat olleet haasteellisia kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yrityksille. Jo vuonna 2010 lähes puolet (46 %) analysoiduista yrityksistä oli tappiollisia. Tappiollisten yritysten osuus laski 2010-luvun alkupuoliskolla, ja vuonna 2015 noin joka kolmas (30 %) yritys oli tappiollinen. Koronavuonna 2020 tappiollisten yritysten osuus oli jälleen lähes puolet (48 %). Vuonna 2021 tilanne kääntyi jälleen parempaan suuntaan ja tappiollisten yritysten osuus laski vajaaseen neljännekseen (23 %).

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

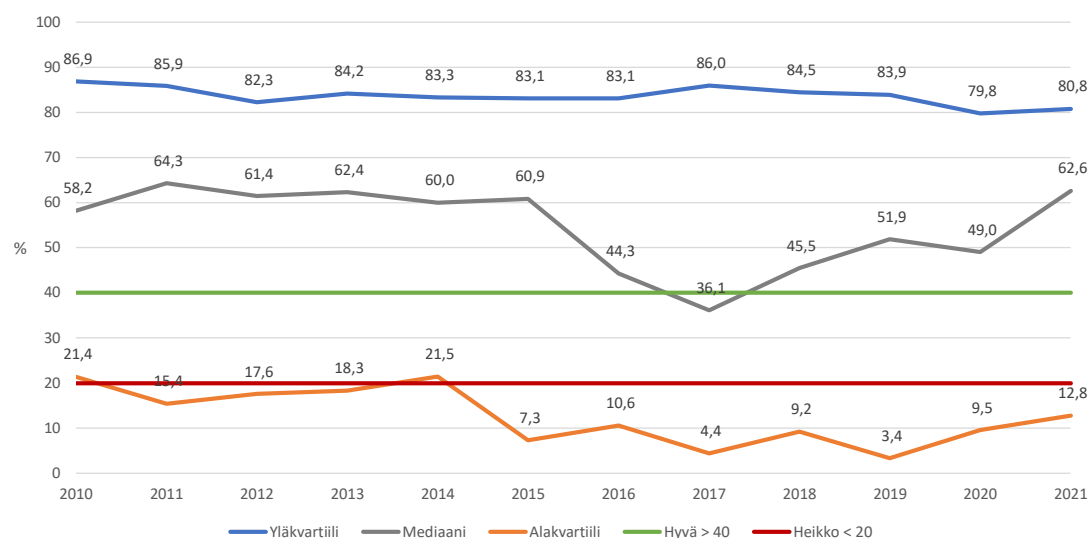
Kuvio 14. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten nettotulosprosentti 2010–2021



Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten keskimääräinen omavaraisuusaste (mediaani) painui 2010-luvun puolivälin jälkeen tyydyttävälle tasolle, mutta on sen jälkeen noussut hyvälle tasolle. Vuonna 2021 omavaraisuusasteen mediaani oli vajaat 63 prosenttia, mikä parantaa yritysten kykyä selviytyä heikentyvistä suhdanteista ja tilapäisistä tappioista. Kokonaistilannetta arvioitaessa on kuitenkin huomioitava, että yritysten vakavaraisuudessa on huomattavia eroja. Omavaraisuusasteen mediaani yläkvartiili on pysynyt erinomaisella noin 80 prosentin tasolla, kun alakvartiili on sen sijaan ollut lähes poikkeuksetta alle 20 prosenttia. Tämä tarkoittaa sitä, että vähintään joka neljännen kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavan yrityksen on ollut huono. Näin oli myös vuonna 2021, kun omavaraisuusasteen mediaani oli vain vajaat 13 prosenttia.

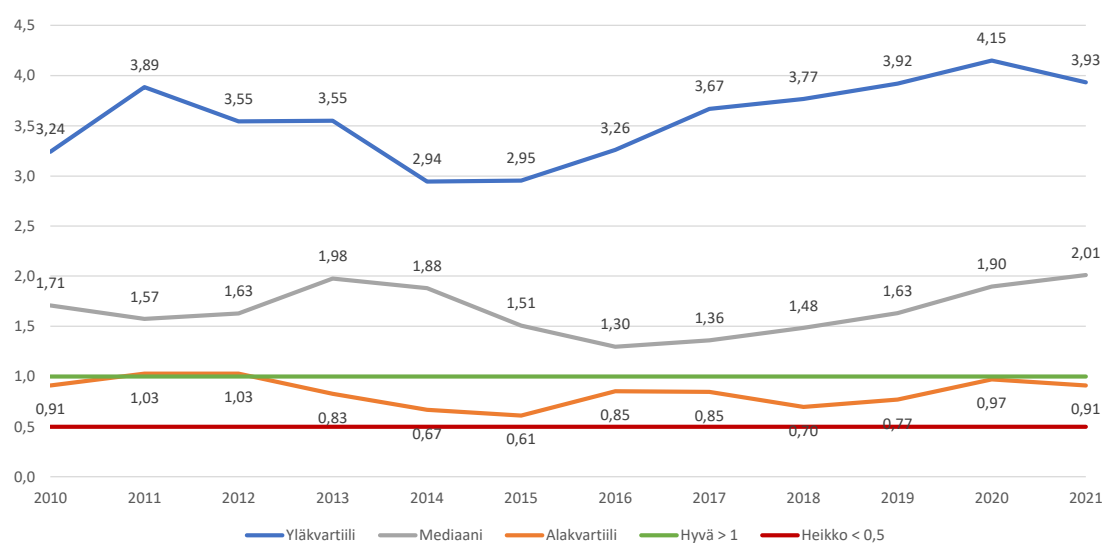
Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 15. Kaupunki- ja ilmaislehteä kustantavien yritysten omavaraisuusaste 2010–2021, %



Kaupunki- ja ilmaislehtikustantajien maksuvalmius on 2010-luvun alusta lähtien pysynyt vähintään hyvällä tasolla. Yritysten quick ration mediaani on viimeisten viiden vuoden aikana noussut selvästi ja vuonna 2021 se oli 2,0. Quick ration alakvartiilikin on tarkasteluajanjaksona pysynyt tyydyttävällä tasolla ja huono maksuvalmius on uhkatekijäksi vain muutamalle kaupunki- ja ilmaislehtikustantajalle. Vuonna 2021 tällaisten yritysten osuus oli vain seitsemän prosenttia. Vuonna 2010 vastaava osuus oli noin kahdeksan prosenttia ja vuonna 2015 vajaat 18 prosenttia.

Kuvio 16. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten quick ratio 2010–2021



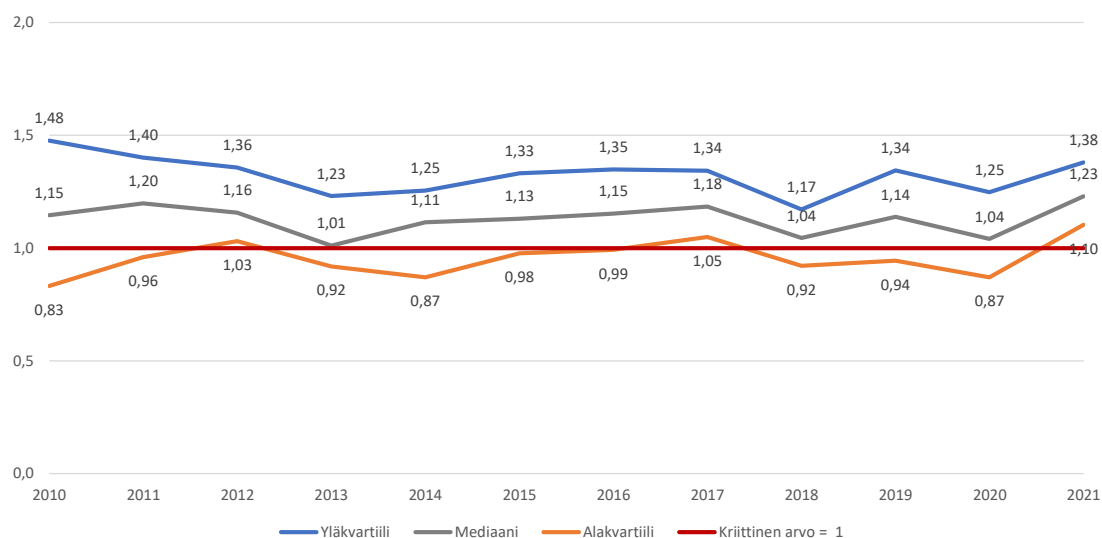
Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yläkvartiili	3,24	3,89	3,63	3,44	2,92	3,02	3,26	3,67	3,43	3,92	4,15	3,93
Mediaani	1,71	1,57	1,63	2,07	1,90	1,73	1,37	1,57	1,52	2,00	2,19	2,19
Alakvartiili	0,91	1,03	1,05	0,92	0,68	0,73	0,91	0,93	0,89	0,95	0,99	0,99

Taulukko 15. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten current ratio 2010–2021

Kaupunki- ja ilmaislehtikustantajien tuottavuuden kehitys on ollut jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluvulla tarkasteltuna suhteellisen vähäistä ja trendikäyrä on vaakasuora. Vuonna 2021 jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluvun mediaani nousi ensimmäisen koronavuoden jälkeen selvästi ollen 1,23. Tuottavuuden taso on alakvartiiliin kuuluvissa yrityksissä on huono, sillä tunnusluvun saadessa arvon yksi on kaikki yrityksessä tuotettu jalostusarvon lisäys kulunut henkilöstökustannusten kattamiseen. Vuonna 2021 tunnusluvun alakvartiili oli 1,10. Vuosina 2010 ja 2020 kahden viidesosan kaupunki- ja ilmaislehteä kustantavan yrityksen jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluku oli alle kriittisen arvon 1. Vuonna 2021 noin joka yhdeksän yrityksen (11 %) jalostusarvo per henkilöstökulut -tunnusluku oli alle 1.

Kuvio 17. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten jalostusarvo per henkilöstökulut 2010–2021

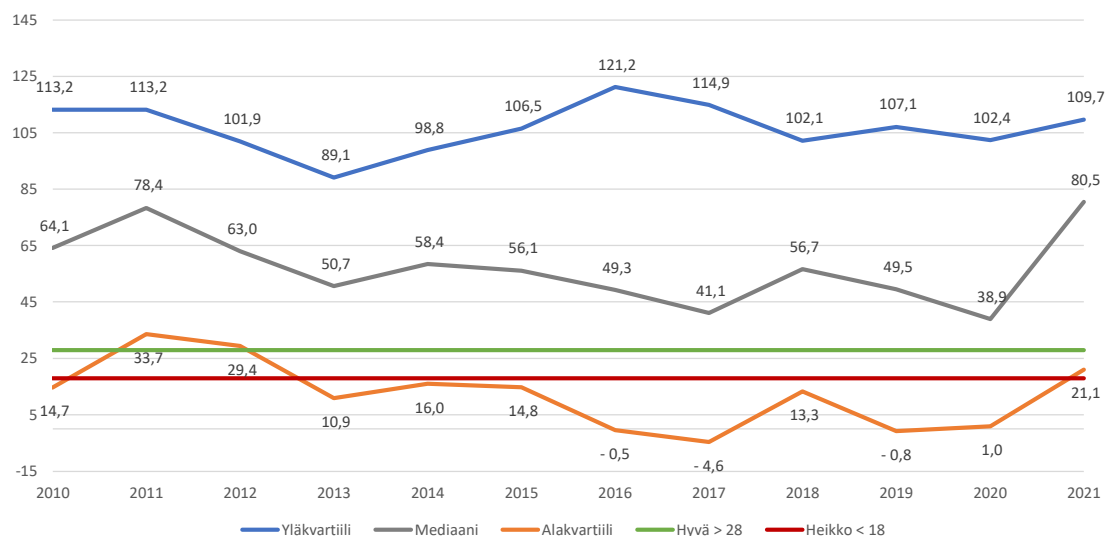


Kolmen muuttujan yhdistelmäluvun (Z-Laitinen) avulla mitataan yrityksen kasvun, kannattavuuden ja vakavaraisuuden riippuvuussuhteita sekä arvioidaan yrityksen konkurssiin ajautumisen riskiä. Z-Laitinen -tunnusluvun mediaani on alimmillaankin ollut noin 40:n tasolla ja toimialatasolla kaupunki- ja ilmaislehtikustantajien konkurssiriski on ollut koko tarkasteluajanjakson vähäinen. Yritysten konkurssiriskissä on kuitenkin jo pitkään ollut huomattavia eroja ja lähes vuosikymmenen ajan noin neljänneksellä yrityksistä konkurssiin

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

ajautumisen riski oli suuri. Vuonna 2021 suuren konkurssiriskin yritysten osuus laski noin 15 prosenttiin. Vuonna 2010 vastaava osuus oli noin 27 prosenttia ja vuonna 2019 hieman alle 26 prosenttia.

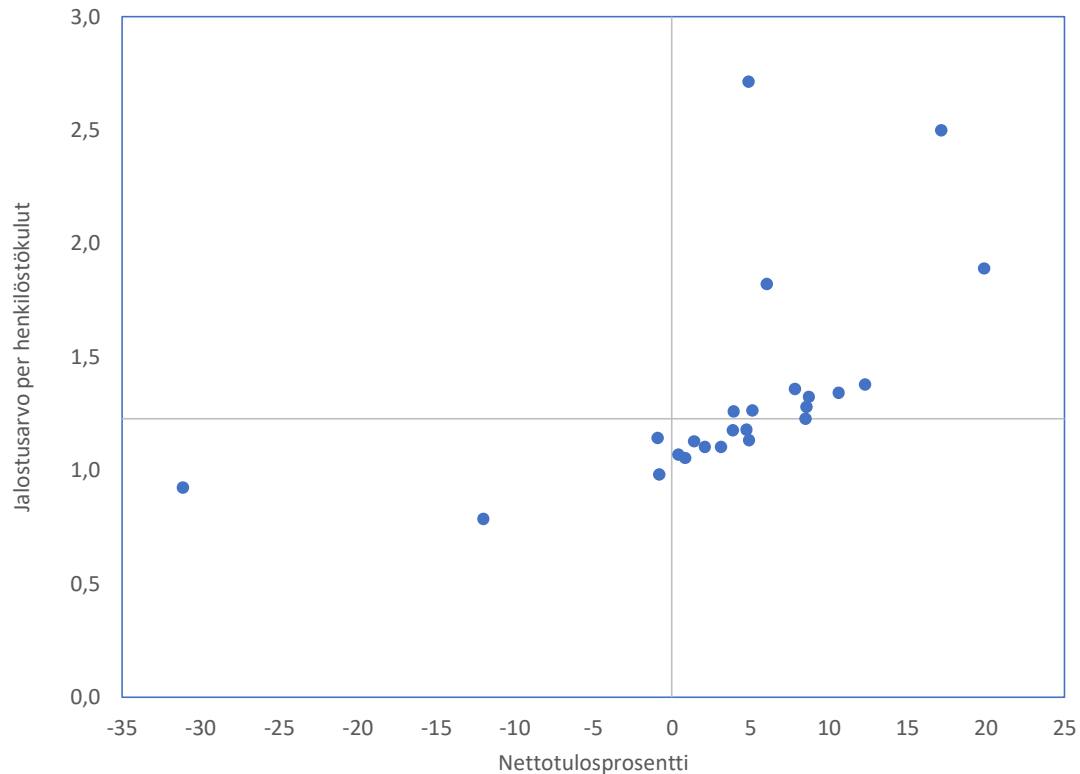
Kuvio 18. Kaupunki- ja ilmaislehteä kustantavien yritysten kolmen muuttujan Z-Laitinen 2010–2021



Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten kannattavuuden ja tuottavuuden hahmottamiseen voidaan käyttää kuvion 19 mukaista ns. nelikenttämallia, jossa vaaka-akseli jakaa yritykset henkilötuottavuuden (jalostusarvo per henkilöstökustannukset) mediaanin perusteella kahteen ryhmään ja pystyakseli nettotulosprosentin mukaan kahteen ryhmään. Nelikentän alin vasen neljännes eli ”räme” koostuu yrityksistä, joiden sekä kannattavuus että tuottavuus ovat heikkoja. ”Rämeeseen” sijoittuvien yritysten näkymät toiminnan jatkumisesta myös tulevaisuudessa ovat kaikkein epävarmimmat. Vuonna 2021 noin joka seitsemäs (15 %) kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavista yrityksistä sijoittui tähän neljännekseen. ”Business-luokkaan” eli oikeaan yläneljännekseen kuuluvien yritysten tuottavuus on keskimääräistä parempi ja niiden kustannusrakenne mahdollistaa tehokkaan ja kannattavan liiketoiminnan. Vuonna 2021 yrityksistä puolet (50 %) kuului ”business-luokkaan”. Päiväkerhoon” sijoittuvat yritykset ovat keskimääräistä alhaisemmasta henkilötuottavuudesta huolimatta kannattavia ja vuonna 2021 joka kolmas (35 %) yritys sijoittui ”päiväkerhoon”. Neljanteen ryhmään eli ”pääoman hautausmaahan” ei vuonna 2021 sijoittunut yhtään yritystä. ”Business-luokkaan” kuuluvien yritysten osuus on vuosina 2010, 2015 ja 2021 ollut noin puolet. Sen sijaan ”rämeeseen” sijoittuvien yritysten määrä on vaihdellut huomattavastikin.

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

Kuvio 19. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavat yritykset tuottavuus-kannattavuusakselilla 2021



	2010	2015	2020	2021
Räme	44 %	26 %	43 %	15 %
Pääoman hautausmaa	3 %	0 %	0 %	0 %
Päiväkerho	6 %	24 %	7 %	36 %
Business-luokka	47 %	50 %	50 %	50 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko 16. Kaupunki- ja ilmaislehteä kustavat yritykset tuottavuus-kannattavuusakselilla 2010, 2015, 2020 ja 2021

Riskitekijöillä tarkoitetaan tässä tarkastelussa riskianalyysin tunnuslukuja, jotka ovat saaneet arvosanan ”huono”. Noin puolella analysoiduista kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavista yrityksistä, pois lukien vuosi 2020, ei tässä tarkastelussa ollut yhtään riskitekijää. Moniongelmaisten yritysten, joiden tarkastelluista tunnusluvuista vähintään kolme neljästä sijoittuu riskiluokkaan, määrä on tarkasteluajanjaksona ollut laskussa. Vuonna 2020 moniongelmaisten yritysten osuus oli noin neljännes (21 %). Vuonna 2021 moniongelmaisten

Uutismedia-alan yritysten liiketaloudellinen tilanne 2010–2021

yrityksiä oli vain muutama. Positiiviseen kehitykseen on vaikuttanut sekä yritysten liiketoiminnan tervehtyminen että osan moniongelmaisten yritysten toiminnan loppuminen.

	2010	2015	2020	2021
Ei yhtään riskitekijää	50 %	50 %	33 %	58 %
1 riskitekijä	13 %	22 %	26 %	23 %
2 riskitekijää	16 %	15 %	29 %	18 %
3 riskitekijää	16 %	11 %	10 %	3 %
4 riskitekijää	5 %	2 %	2 %	0 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko 17. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustantavien yritysten riskitekijät 2010, 2015, 2020 ja 2021

Voimatekijöillä tarkoitetaan tässä tarkastelussa riskianalyysin tunnuslukuja, jotka ovat saaneet arvosanan ”hyvä”. Vuonna 2021 reilulla kolmanneksella (38 %) yrityksistä oli vähintään kolme voimatekijää. Tämä on hieman vähemmän kuin vuonna 2010 (45 %), mutta selvästi enemmän kuin vuonna 2020, jolloin tällaisten yritysten osuus jäi neljännekseen (24 %). Vuonna 2020 yrityksiä, joiden tarkastelluista tunnusluvuista yksikään ei ollut voimatekijä, osuus oli lähes kolmannes (31 %). Toisena koronavuotena eli vuonna 2021 yritysten tilanne kuitenkin kehittyi parempaan suuntaan ja ilman voimatekijöitä olevien yritysten osuus laski 15 prosenttiin.

	2010	2015	2020	2021
Ei yhtään voimatekijää	18 %	26 %	31 %	15 %
1 voimatekijä	16 %	4 %	14 %	23 %
2 voimatekijää	21 %	30 %	31 %	25 %
3 voimatekijää	21 %	22 %	19 %	13 %
4 voimatekijää	24 %	17 %	5 %	25 %
Yhteensä	100 %	100 %	100 %	100 %

Taulukko 18. Kaupunki- ja ilmaislehtiä kustavien yritysten voimatekijät 2010, 2015, 2020 ja 2021