



medialiitto

“Suomi ei ole enää taantumassa, ja talouden kasvun odotetaan jatkuvan myös kuluvana vuonna. Vuosi 2016 toi lupauksen paremmasta myös media-alalle. Media-alan odotetaan kasvavan lievästi vuonna 2017.”

Elias Erämaja, ekonomisti

I/2017

Mediatalouskatsaus

YLEISKUVA: SUOMEN TALOUS ELPYY

Suomi ei ole enää taantumassa. Käänte tapahtui vuoden 2015 aikana ja vuonna 2016 kansantalous kasvoi jo selvästi (mediaaniennuste 1,2 %). Positiivinen kehitys näkyy myös parantuneina työttömyyslukuina, joskin työvoiman alhaisen osallistumisasteen vuoksi työllisten määrän kehitys on ollut edelleen vaisua. Kasvun veturina ovat toimineet rakennusteollisuus, palvelut sekä yksityinen kulutus. Ennustelaitokset ovat odottaneet viennin elpymistä jo pitkään, mutta merkkejä käänteestä ei vielä ole näkynyt joitain yksittäisiä teollisuuden aloja lukuun ottamatta. Suomi siis menettää suhteellista osuuttaan muutoin kasvavilta vientimarkkinoilta.

Edellytykset viennin elpymiselle ovat kuitenkin olemassa, ja Suomen talouden kasvun odotetaan jatkuvan myös kuluvana vuonna. Rakennusteollisuuden vahva kasvu hidastuu, mutta viennin elpymisen odotetaan paikkaavan tästä aiheutuvaa kasvun hidastumista. Myös työllisyysnäköymien odotetaan edelleen parantuvan vuoden 2017 aikana. Kuluttajien luottamus on nyt korkeimmalla tasolla sitten syksyn 2010.

Kuva 1. BKT kasvaa ja kuluttajien luottamus on korkeimmalla tasolla sitten syksyn 2010.



Koko alan liikevaihto lievään kasvuun vuonna 2017?

VUOSI 2016 TOI KÄÄNTEEN MEDIA-ALALLE

Vuosi 2016 toi lupauksen paremmasta myös media-alalle. Liikevaihto ei vielä kääntynyt kasvuun, mutta liikevaihdon lasku hidastui vuoden toisella puoliskolla. Etenkin kustannustoiminnassa tapahtui elpymistä, mutta myös painoalan kotimaan myynnin lasku on pysähtymässä.

Iso kuva on kuitenkin selvä. Printtimedian kysyntä niin kulluttaja- kuin mainosmyynnin puolella supistuu edelleen, mutta digipuolen kysynnän kasvu jatkuu. Kansainväliset suuryritykset haastavat kotimaisia mediayrityksiä kilpailtaessa etenkin digitaalisella mainosmarkkinalla.

Kotimaisten toimijoiden osuus digimainoskakusta oli viime vuonna 54 prosenttia (IAB Finland). Markkinaosuuksien lisäksi kiristynyt kilpailu laskee myös mainosmyynnin yksikköhintoja. Mainosmarkkinoiden volyymin kasvu ei siten enää ole suoraan verrannollinen kotimaisten mediayritysten kasvuun. Samalla kuluttajamyynnin suhteellinen merkitys kasvaa.

Media-alan murros näkyy myös työmarkkinoilla. Alan työlistien määrä väheni vuonna 2016 noin 650 hengellä edeltävästä vuodesta. Työ- ja elinkeinoministeriön työnvälitystilaston mukaan uusia, yli 12 kuukautta kestäviä työpaikkoja täytettiin media-alalla vuonna 2016 noin 400 kappaletta.

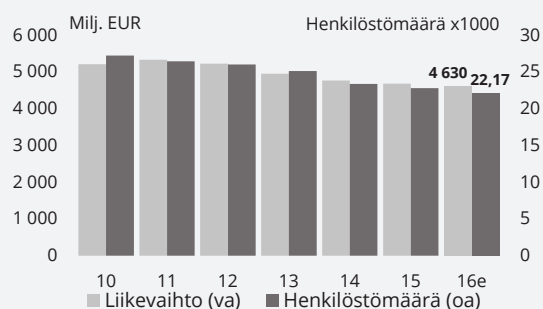
MEDIA-ALA LIEVÄÄN KASVUUN VUONNA 2017

Vuoden 2017 liikevaihdon kasvuksi ennakoidaan tämän hetken tietojen valossa puolisen prosenttia. Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä media-alan liikevaihdon ennakoidaan supistuvan 0,5 prosenttia edeltävästä vuodesta, mutta vuoden toisella neljänneksellä kasvua odotetaan kertyvän jo 0,8 prosenttia.

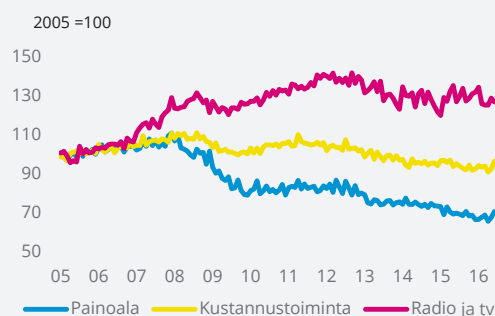
Taulukko 1. Liikevaihdon vuosimuutosten ennusteet toimialoitain

	Q4 2016e	Q1 2017e	Q2 2017e	Q1-4 2017e
18 Painoala	-3,3 %	-0,2 %	-1,3 %	-0,2 %
58 Kustannustoiminta	-1,4 %	-0,2 %	+2,2 %	+1,0 %
60 Radio ja TV	-2,6 %	-3,2 %	-2,1 %	-1,0 %
Media-ala yhteensä	-2,0 %	-0,5 %	+0,8 %	+0,5 %

Kuva 2. Liikevaihdon ja henkilöstömäärän kehitys media-alalla



Kuva 3. Media-alan liikevaihdon kuukausikuvaajat toimialoitain





Viimeinkin edellytykset kasvulle

LIKEVAIHDON LASKU HIDASTUI VUONNA 2016

Kustannustoiminnan liikevaihdon arvo laski viime vuonna 0,4 prosenttia edellisvuoteen nähden, arvioidaan Medialiiton ennusteessa. Myynnin volyymi laski vastaavana ajankohtana 2,0 prosenttia. Alan henkilöstömäärän ennakoidaan laskeneen noin 400 henkilötyövuodella edellisvuoteen nähden, palkkasumman laskiessa 5,1 prosenttia vastaavana aikana. Työ- ja elinkeinoministeriön työnvälitystilaston mukaan uusia, yli 12 kuukautta kestäviä työpaikkoja täytettiin toimialalla vuoden aikana noin 350 kappaletta.

YRITYSTEN LUOTTAMUS EDELLEEN ALAVIREINEN

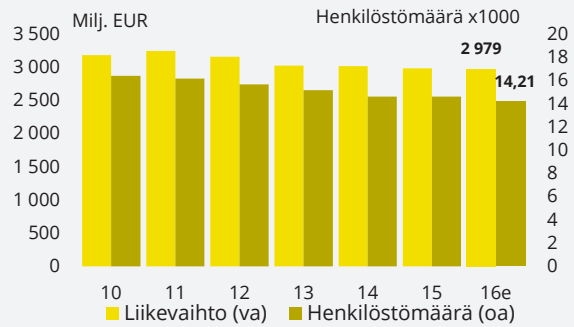
Kustannustoiminnan luottamus on edelleen negatiivinen, vaikka liikevaihdon muutoksella mitattuna ala on kääntymässä lievään kasvuun. Tammikuun suhdannebarometrin negatiivisten saldolukujen perusteella ala odottaa myynnin laskun kuitenkin jatkuvan lähikuukausien aikana.

LIKEVAIHTO KASVAA VIHDOIN VUONNA 2017

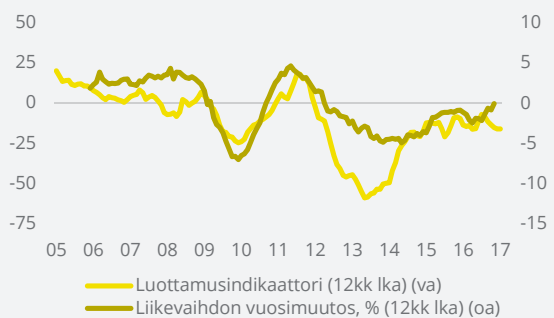
Kustannustoiminnan liikevaihdon odotetaan kasvavan noin prosentin vuonna 2017, mutta myynnin volyymin edelleen hieman supistuvan edeltävästä vuodesta. Viimeksi ala kasvoi liikevaihdolla mitattuna vuonna 2011. Medialiiton ennusteessa vuoden ensimmäisellä neljänneksellä liikevaihdon odotetaan supistuvan 0,2 prosenttia, mutta kasvavan toisella neljänneksellä 2,1 prosenttia.

Uusi kasvu syntyy ennen kaikkea digitaalisesta kuluttaja- ja mainosmyynnistä, mutta kehitystä tukee myös printtimyynnin laskun hidastuminen. Kustannustoiminnan kasvulle on nyt edellytykset olemassa. Suomen talous kasvaa, työllisyyskehitys on myönteistä ja kuluttajien luottamus on korkea. Kasvun kulmakerroin riippuu pitkälti siitä, kuinka hyvin kotimaiset kustannusalan yritykset pystyvät kilpailemaan markkinaosuuksista muutoin kasvavilla digitaalisilla mainosmarkkinoilla ja toisaalta kerryttämään uutta tulovirtaa kuluttajamyynnin puolelta.

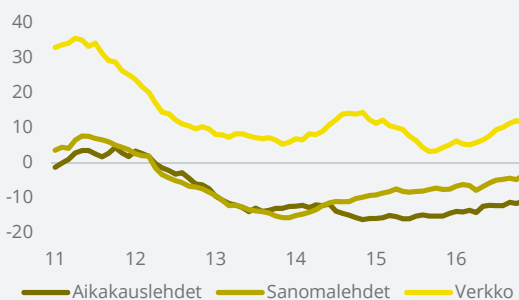
Kuva 4. Liikevaihdon ja henkilöstömäärän kehitys kustannustoiminnassa



Kuva 5. Luottamusindikaattorin ja liikevaihdon vuosimuutoksen trendit kustannustoiminnassa



Kuva 6. Mainosmyynnin vuosimuutosten trendit (12 kk lka)



Kotimaan myynti piristymässä

LIKEVAIHDON LASKU JATKUI VUONNA 2016

Painoalan liikevaihto laski viime vuonna 3,5 prosenttia edellisvuoteen nähden, arvioidaan Medialiiton ennusteessa. Vuoden viimeisellä neljänneksellä liikevaihto laski 3,3 prosenttia edeltävästä vuodesta. Hintojen laskun myötä painoalan volyyymi supistui liikevaihtoa vähemmän (-0,1 %). Laskun hidastuminen selittyy kotimaan myynnin elpymisellä, vientiliikevaihdon arvon vahvan supistumisen jatkuessa. Alan henkilöstömäärän ennakoidaan laskeneen noin 200 henkilötyövuodella edellisvuoteen nähden, palkkasumman laskiessa 7,2 prosenttia vastaavana aikana. Uusia, yli 12 kuukautta kestäviä työpaikkoja täytettiin toimialalla vuonna 2016 noin 40 kappaletta (työ- ja elinkeinoministeriön työnvälitystilasto).

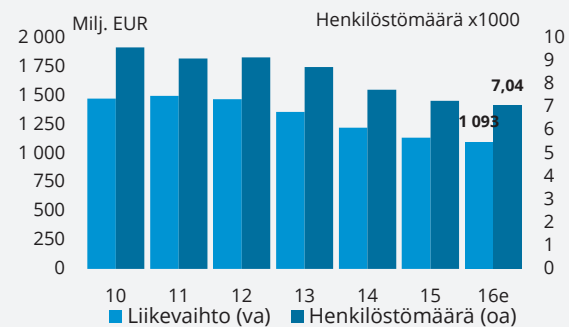
YRITYSTEN LUOTTAMUS KOHENEET, MUTTA EDELLEEN NEGATIIVINEN

Painoalan luottamuksen trendi on kääntynyt, eli yritysten luottamus on viimeisen puolen vuoden aikana kohentunut. Elinkeinoelämän keskusliiton suhdannebarometrin saldoluvut ovat kuitenkin edelleen negatiiviset, eli ala odottaa myynnin laskun jatkuvan lähikuukausina.

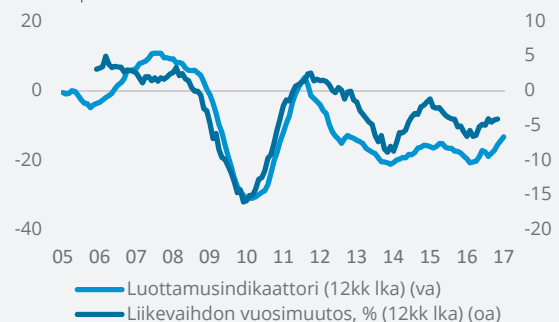
MYNNIN VOLYYMI KASVAA VUONNA 2017?

Liikevaihdon laskun ennakoidaan edelleen hidastuvan tai jopa pysähtyvän kuluvana vuonna kotimarkkinakysynnän elpymisen myötä. Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä liikevaihdon odotetaan supistuvan 0,2 prosenttia ja vuoden toisella neljänneksellä 1,3 prosenttia. Koko vuoden 2017 liikevaihdon ennakoidaan laskevan 0,1 prosenttia. Hintojen laskun jatkuessa tämä tarkoittaisi, että myynnin volyyymi kääntyisi painoalalla kasvuun.

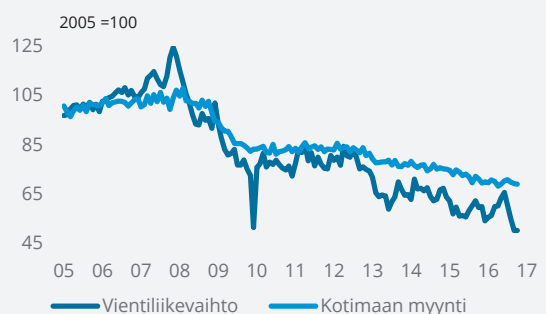
Kuva 7. Liikevaihdon ja henkilöstömäärän kehitys painoalalla



Kuva 8. Luottamusindikaattorin ja liikevaihdon vuosimuutoksen trendit painoalalla



Kuva 9. Vientiliikevaihdon ja kotimaan myynnin indeksikuvaajat



Kasvua mainosmyynnissä

LIKEVAIHTO LASKI VUONNA 2016

Radio- ja tv-toiminnan liikevaihto laski 1,6 prosenttia edellisvuoteen nähden, arvioidaan Medialiiton ennusteessa. Vuoden viimeisellä neljänneksellä liikevaihto laski 2,6 prosenttia.

Revisiovaihtelut Tilastokeskuksen radio- ja tv-toimintaa koskevassa liikevaihtodatassa ovat suuria, joten toimialan ennusteeseen sisältyy paljon epävarmuutta.

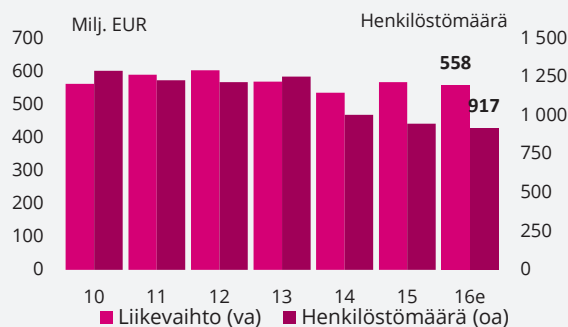
LIKEVAIHDON LASKU HIDASTUU KULUVANA VUONNA

Radio- ja tv-toiminnan liikevaihdon odotetaan edelleen supistuvan vuoden 2017 aikana (-1,0 %). Medialiiton ennusteessa vuoden ensimmäisellä neljänneksellä liikevaihdon odotetaan supistuvan 3,2 prosenttia ja vuoden toisella neljänneksellä 2,1 prosenttia.

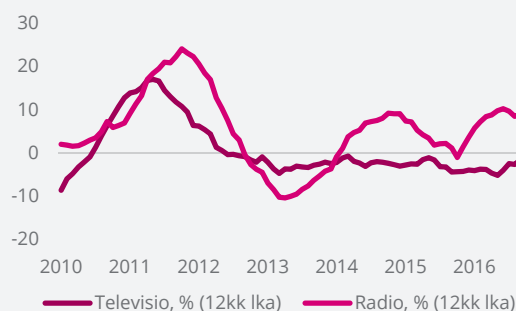
MAINOSMYYNNISSÄ PIRISTYMISTÄ

Kantar TNS:n seurannan mukaan radiotoiminnan mainosmyynnin kumulatiivinen kasvu oli viime vuonna 2,9 prosenttia, televisiomainonnan supistuessa vastaavana aikana 1,1 prosenttia. Televisiomainonnan lasku on kuitenkin hidastunut ja muutoksen trendi on kääntymässä positiiviseksi.

Kuva 10. Liikevaihdon ja henkilöstömäärän kehitys radio- ja televisiotoimialalla



Kuva 11. Mainosmyynnin vuosimuutosten trendit (12 kk lka)



Lähteet

Kuvat

1. Tilastokeskus: tuotannon suhdannekuvaaja, kuluttaja-barometri
2. Tilastokeskus: yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Medialiiton ennuste ¹
3. Tilastokeskus: palvelujen liikevaihtokuvaaja, teollisuuden liikevaihtokuvaaja
4. Tilastokeskus: yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Medialiiton ennuste ¹
5. Tilastokeskus: palvelujen liikevaihtokuvaaja, EK:n suhdannebarometri
6. Kantar TNS: mediamainonnan muutokset
7. Tilastokeskus: yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Medialiiton ennuste ¹
8. Tilastokeskus: palvelujen liikevaihtokuvaaja, EK:n suhdannebarometri
9. Tilastokeskus: teollisuuden liikevaihtokuvaaja
10. Tilastokeskus: yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Medialiiton ennuste ¹
11. Kantar TNS: mediamainonnan muutokset

Taulukko

1. Tilastokeskus: palvelujen liikevaihtokuvaaja, teollisuuden liikevaihtokuvaaja, Medialiiton ennuste ¹

¹ Ennusteluvut perustuvat ekonometriseen ARIMAX-malliin, jossa liikevaihtokuvaajan selittävinä muuttujina käytetään talouden ja työllisyyden yleisiä näkymiä sekä alan odotuksia kuvaavia saldolukuja.

Mediatalouskatsaus 1/2017 perustuu 15.2.2017 käytettävissä oleviin tietoihin.

