



medialiitto

“Talous kasvaa nyt odotettua nopeammin. Media-ala kasvoi vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 1,4 prosenttia, mutta mainosmarkkinan kehitys on suhdannetilanteeseen nähden heikkoa.”

Elias Erämaja, ekonomisti

Mediatalouskatsaus II/2017

Media-ala kaipaa tuottavuusloikkaa

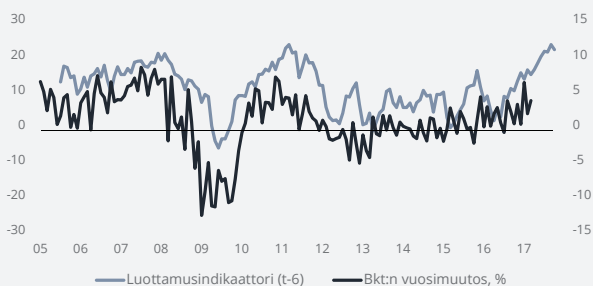
Suomen talous kasvaa nyt jopa kansantalouden potentiaalista kasvu-uraa nopeammin. Kehitys heijastuu myös media-alalle, jonka kurssi kääntyi vihdoin viime kesänä. Ala tarvitsee kasvua kipeästi, sillä toimialan yritysten keskimääräinen kannattavuus on heikentynyt viime vuosina selvästi. Vuonna 2009 media-alan yritysten keskimääräinen kannattavuus käväisi jopa palveluiden ja tehdasteollisuuden yläpuolella, mutta vuonna 2015 kannattavuus oli laskenut jo selvästi palvelualojen kannattavuuden alapuolelle.

Kannattavuuden lasku selittyy ennen kaikkea kasvaneilla yksikkökustannuksilla sekä hitaalla tuottavuuskehityksellä. Tuottavuuskehitys on ollut suuri haaste toimialalla viimeisen reilun kymmenen vuoden aikana. Työn tuottavuuden kasvu on käytännössä jämähtänyt vuoden 2003 tasolle. Toimialan jatkuvuuden kannalta on tärkeää, että työn

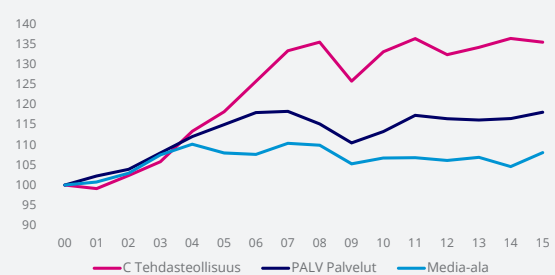
reaalisten yksikkökustannusten kasvu ei ylitä työn tuottavuuden kasvua pitkällä aikavälillä. Nyt yksikkökustannukset ovat karanneet eli tuottavuudella on paljon kirittävää. Kannattavuuden tulisi myös olla kilpailukykyisellä tasolla, jotta alan tulevaisuuteen uskottaisiin ja ala houkuttelisi uusia investointeja.

Kasvun lisäksi media-ala kaipaa tuottavuusloikkaa. Avainasemassa ovat investoinnit digitalisaatioon. Näyttää siltä, että media-alan tulevaisuus lepää laadukkaassa kohdennetussa sisältömyynnissä. Kisassa parhaiten pärjännvät esimerkiksi keinoälyä sekä pitkälle vietyä automatisointia hyödyntävät yritykset. Digipanoituksilla kasvatettaisiin alan tuottavuutta ja vapautettaisiin henkilöstöresursseja laadukkaan sisällön tuottamiseen.

Kuva 1. BKT kasvaa nyt odotettua nopeammin ja kuluttajien luottamus on korkea.



Kuva 2. Media-alan työn tuottavuus on laahannut tehdasteollisuuteen ja palveluihin verrattuna.





Liikevaihto kasvaa, mutta mainosmarkkinat laskevat

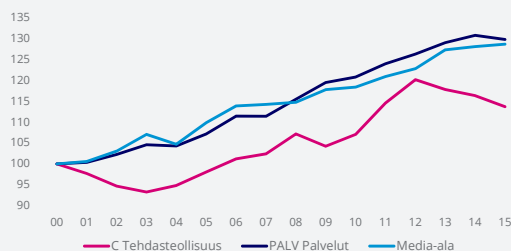
Media-alan liikevaihto kasvoi 1,4 prosenttia vuoden ensimmäisellä neljänneksellä, arvioi Medialiitto ennusteessaan. Media-ala kasvaa etenkin kustannustoimialan yritysten kasvun myötä. Myös radio- ja TV-toiminnassa ensimmäinen neljännes oli vahva. Koko toimialan kasvu on kuitenkin edelleen haurasta ja selittyy pitkälti Suomen yleisen talouskehityksen parantumisella sekä journalistisen liiketoiminnan ulkopuolisten osa-alueiden kasvulla.

Toimialan kasvua rasittavat vaikeudet mediamainosmarkkinoilla, jossa ensimmäisen neljänneksen kumulatiivinen lasku oli 2,6 prosenttia. Verkkomainonta kasvaa, mutta se ei riitä kompensoimaan printtimainonnan menetyksiä. Iso osa digitaalisista mainostuloista virtaa Facebookille ja Googlelle.

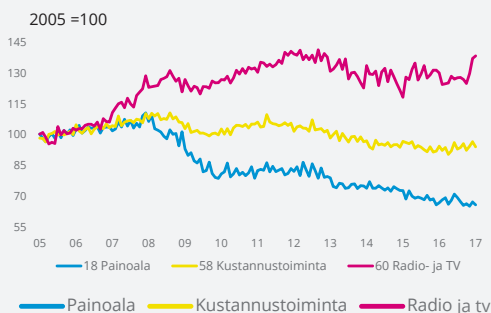
Taulukko 1. Liikevaihdon vuosimuutosten ennusteet toimialoittain

	Q1 2017e	Q2 2017e	Q3 2017e	Q1-4 2017e
18 Painoala	↘	↘	↗	-0,1 %
58 Kustannustoiminta	↗	↗	↗	+2,0 %
60 Radio ja TV	↗	↘	↘	1,0 %
Media-ala yhteensä	↗	↗	↗	+1,4 %

Kuva 3. Media-alan yksikkökustannukset ovat kasvaneet palvelujen kanssa käsi kädessä.



Kuva 4. Media-alan liikevaihdon kuukausikuvaajat toimialoittain.



Liikevaihto kasvanut, kannattavuudessa kirittäväää

LIKEVAIHTO KASVOI ODOTETTUA NOPEAMMIN

Kustannustoiminnan liikevaihdon arvo kasvoi vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 0,9 prosenttia edellisvuoteen nähden, ennakoiti Medialiitto ennusteessaan. Myynnin volyymi laski vastaavana ajankohtana 1,8 prosenttia. Kansantalouden kiihtyneen kasvun myötä myös kustannustoiminnan näkymät ovat edelleen parantuneet.

Kustannustoiminta siirtyi Medialiiton ennusteen mukaisesti kasvu-uralle vuoden 2016 toisella puoliskolla. Tilastokeskuksen tarkentuneiden tietojen perusteella näyttää siltä, että kustannustoiminta ponnisti pienoiseen kasvuun (+0,3 %) myös koko viime vuoden liikevaihdolla mitattuna. Käännös on merkittävä, sillä viimeksi ala kasvoi liikevaihdolla mitattuna vuonna 2011. Suhdannekäännös on siis tapahtunut.

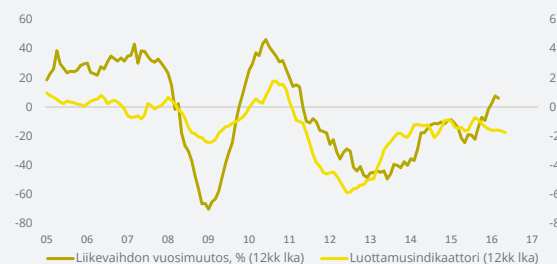
YRITYSTEN LUOTTAMUS EDELLEEN ALAKULOINEN

Kustannustoiminnan luottamuksen saldoluku on jämähtänyt nollian alapuolelle, vaikka liikevaihdolla mitattuna toimiala on jo kasvu-uralla. Kysyttäessä liiketoiminnan kehitystä viimeisen kolmen kuukauden aikana, vastaajayritykset kuitenkin kokivat jo olevansa lähellä pitkän aikavälin keskiarvoa.

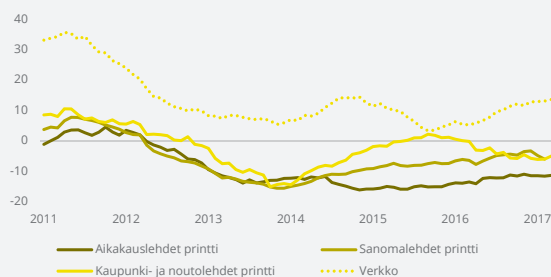
TOIMIALAN KANNATTAVUUS HEIKENTYNYT VIIMEVUOSINA

Kustannustoimialan yritysten keskimääräinen kannattavuus on heikentynyt vuodesta 2009 saakka ja palautunut vuosituhanneen alun tasolle vuonna 2015, selviää kansantalouden tilinpidon luvuista. Yksikkökustannukset ovat kuitenkin vielä hieman vuosituhanneen alkua alhaisemmalta tasolla (-2,4 %). Tämä selittyy pitkälti sillä, että työn tuottavuus on 7 prosenttia vuosituhanneen alkua korkeammalla tasolla.

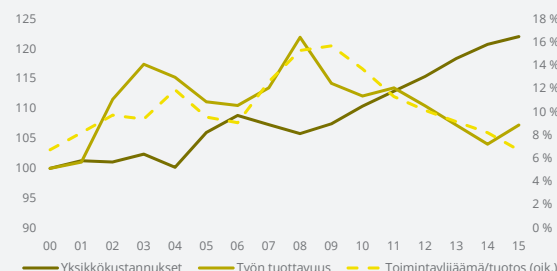
Kuva 5. Kustannustoiminta on siirtynyt kasvu-uralle. Luottamusindikaattori silti negatiivinen.



Kuva 6. Mediamainonta on kehittynyt suhdannetilanteeseen nähden heikosti.



Kuva 7. Kustannustoimialan kannattavuus on heikentynyt viime vuosina.



Liikevaihdon lasku hidastui ja volyymi kasvoi

LIKEVAIHTO LASKI, MUTTA VOLYYMI KASVOI VUODEN ENSIMMÄISELLÄ NELJÄNNEKSELLÄ

Painoalan liikevaihdon arvo laski vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 0,1 prosenttia edellisvuoteen nähden, arvioi Medialiitto ennusteessaan. Tuottajahintojen muutoksella deflatoiduilla luvuilla toimialan volyymi kuitenkin kasvoi vastaavana aikana 2,4 prosenttia. Laskun hidastuminen selittyi kotimaan myynnin elpymisellä, vientiliikevaihdon arvon vahvan supistumisen jatkuessa. Kehitys tarkoittaa samalla sitä, että viennin merkitys toimialalle laskee jatkuvasti. Suotuisan valuuttakurssikehityksen ja parantuneen kilpailukyyn myötä Suomen vienti kokonaisuutena on kääntynyt vihdoin kasvuun. Tämä voi heijastua positiivisesti myös painoalan viennin näkymiin.

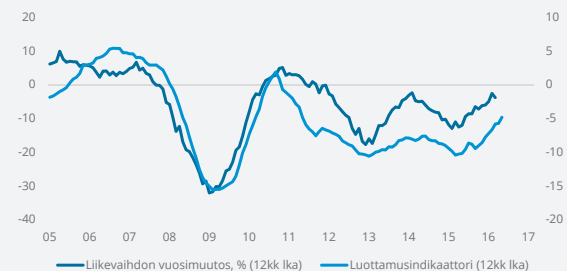
LUOTTAMUS KÄÄNTYNYT POSITIIVISEKSI

Painoalan kausitasoitettu luottamusindikaattori sai huhtikuussa positiivisen saldoluvun. Kyseinen indikaattori oli nollan yläpuolella viimeksi elokuussa 2011 eli yli viisi vuotta sitten. Lähikuukausien tuotanto-odotukset ovat myös kasvaneet. Sen sijaan alan työllisyyden odotetaan edelleen laskevan.

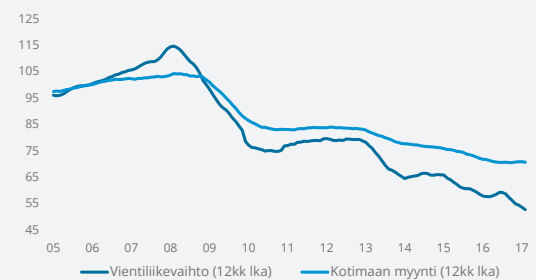
TOIMIALAN KANNATTAVUUS TEHDASTEOLLISUUTTA HEIKOMMALLA TASOLLA

Painoalan yritysten keskimääräinen kannattavuus on heikentynyt selvästi vuosituhannen alun lukemista ja on tehasteollisuutta heikommalla tasolla. Tämä selittyy pitkälti sillä, että työn tuottavuus on painoalalla lähes 10 prosenttia alhaisemmalla tasolla kuin vuosituhannen alussa, kun taas tehasteollisuudessa työn tuottavuus on kasvanut vastaavana aikana yli 5 prosenttia. Painoalan yksikkökustannukset ovat niin ikään kasvaneet tehasteollisuutta nopeammin.

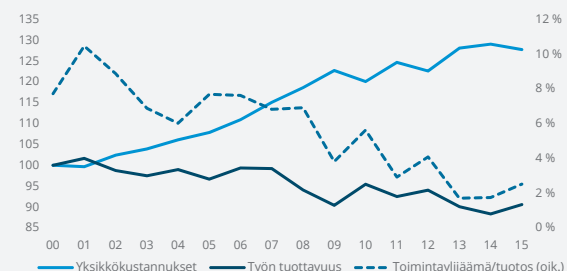
Kuva 8. Painoalan kokonaisliikevaihto laskee edelleen, mutta tuotanto on jo piristynyt.



Kuva 9. Kotimaan myynnin lasku on pysähtynyt. Vienti laskee edelleen.



Kuva 10. Yksikkö kustannukset ovat painoalalla kasvaneet ja kannattavuus heikentynyt.



Radio kasvatti edelleen media- mainonnan markkinaosuuksia

VAHVA ENSIMMÄINEN NELJÄNNEKSI

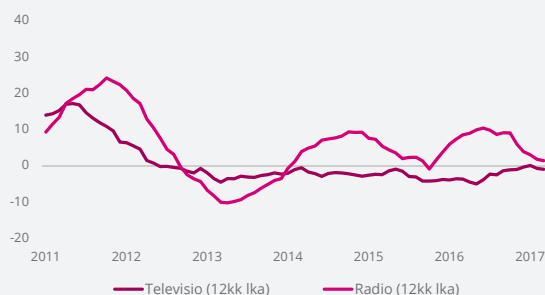
Radio- ja TV-toiminnan liikevaihto kasvoi vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 7,0 prosenttia edellisvuoteen nähden, ennakoivat Medialiitto ennusteissaan. Kasvu selittynee pääosin tilastovaihtelulla, mutta radiomedian puolella mainosmyynnin kehitys on edelleen ollut vahvaa. Mainosmyynti on alkuvuoden aikana kasvanut radiomedian puolella 4,4 prosenttia edellisvuoden vastaavaan ajankohtaan nähden televisiomainonnan laskiessa 6,3 prosenttia.

Revisiovaihtelut Tilastokeskuksen liikevaihtodatassa ovat radio- ja TV-toiminnan osalta suuria, joten toimialan ennusteeseen sisältyy paljon epävarmuutta. Liikevaihtokuvaajassa on myös suurta heiluntaa kuukausi- ja kvartaalitasolla.

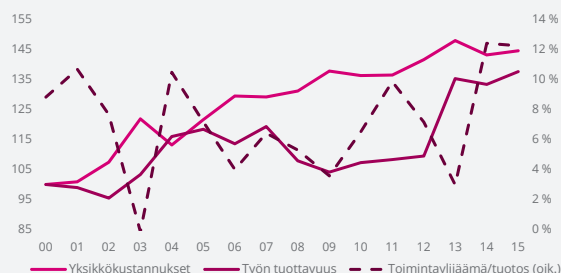
TYÖN TUOTTAVUUS KASVANUT MEDIATOIMIALOISTA ENITEN

Audiovisuaalisen toiminnan, johon myös radio- ja tv-toiminta kuuluvat, työn tuottavuus on kasvanut vuosituhannen alusta yli 37 prosenttia, selviää kansantalouden tilinpidon luvuista. Tuottavuuskehitys on ollut mediatoimialoista parasta. Toimialan yksikkökustannukset ovat kasvaneet niin ikään mediatoimialoista eniten ja siksi toimialan yritysten kannattavuus on ollut keskimäärin palvelualoja heikompiä.

Kuva 11. Radion mainosmyynti kasvaa edelleen.



Kuva 12. Audiovisuaalisen toiminnan työn tuottavuus on kasvanut mediatoimialoista eniten.



Lähteet

Kuvat

1. Tilastokeskus: tuotannon suhdannekuvaaja, kuluttaja-barometri
2. Tilastokeskus: kansantalouden tilinpito
3. Tilastokeskus: kansantalouden tilinpito
4. Tilastokeskus: palvelujen liikevaihtokuvaaja, teollisuuden liikevaihtokuvaaja
5. Tilastokeskus: palvelujen liikevaihtokuvaaja, EK:n suhdannebarometri
6. Kantar TNS: mediamainonnan muutokset
7. Tilastokeskus: kansantalouden tilinpito
8. Tilastokeskus: teollisuuden liikevaihtokuvaaja, EK:n suhdannebarometri
9. Tilastokeskus: teollisuuden liikevaihtokuvaaja
10. Tilastokeskus: kansantalouden tilinpito
11. Kantar TNS: mediamainonnan muutokset
12. Tilastokeskus: kansantalouden tilinpito

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 II/2017 perustuu 26.5.2017 käytettävissä oleviin tietoihin.

