

Analys/Carl-Gustav Lindén

Så starka är koncernerna – Finland

De finska koncernerna står inför samma utmaningar som de svenska. Men tacklar dem på olika sätt. Carl-Gustav Lindén går igenom läget för de fem största koncernerna med utgångspunkt i deras årsredovisningar för 2013.



**CARL-GUSTAV
LINDÉN**

MEDIEFORSKARE

Carl-Gustav Lindén, PhD, forskar i journalistik och medier vid Helsingfors universitet. Han arbetade tidigare som ekonomireporter för tidningar och tv.

» De finländska dagstidningarna gled igenom finanskrisen galant och branschens lönsamhet var i topp inom landets näringsliv ännu för ett par år sedan. Nu pekar alla kurvor nedåt. Den totala reklamkakan minskade år 2013 med drygt 8 procent men dagstidningarna tappade nästan 16 procent av sin annonsering. Raset har planat ut något, men nedgången fortsätter. Under andra kvartalet 2014 hade dagstidningarna förlorat 6 procent av annonsintäkterna jämfört med ett år tidigare.

Utsikterna för Finlands ekonomi är dystra och lägger sordin på branschens förväntningar. Det är en svår ekvation. Dagligvaruhandeln, som är största annonsör i dagspressen, drar ned på sin marknadsföring när konsumtionen minskar. Tidningsutgivarna blir allt mer beroende av att höja prenumerationssavgifterna, men hushållen håller plånböckerna i ett hårt grepp. Samtidigt är de digitala intäkterna i stort sett obefintliga i samtliga tidningshus. Utförsbacken har varit lång. År 2000 hade dagstidningarna i Finland nästan hälften av medieannonseringen (47 procent), men år 2013 var andelen nere i 34,7 procent. I början av det nya millenniet kom ännu 60 procent av tidningarnas intäkter från reklam, nu är andelen under hälften. Under samma period hade dagstidningarnas upplaga sjunkit från 3,2 miljoner exemplar till 2,3 miljoner, alltså med nästan 30 procent. Det ska jämföras med att den sammanlagda upplagan var uppe i 4,1 miljoner toppåret 1990.

I Finland ges 200 dagstidningar ut och med upplagan mätt hör finländarna till världens tredje mest tidningsläsande folk. Bäst har lokaltidningarna som utkommer en till tre gånger i veckan klarat sig i upplageraset. Från mitten av 1980-talet har de fyra största utgivarna ökat sin andel av den sammanlagda upplagan från 31 till 55 procent så branschen är rätt koncentrerad.

"DE FINLÄNDSKA DAGS-
TIDNINGARNA HAR BLIVIT
TAGNA PÅ SÄNGEN AV DEN
SNABBA NEDGÅNGEN
I ANNONSER, OCH DEN SVAGA
EKONOMISKA KONJUNKTUREN
BETYDER ATT TRENDE
KNAPPAST VÄNDER SNART
– OM ENS NÅGONSIN"

**Medie
världen**
Premium

Presstödet ersatt av utvecklingsstöd

Staten har dragit bort stödet till tidningarna. År 2007 gavs ett presstöd på 6 miljoner euro, men stödet övertogs året därpå av de politiska partierna för eget bruk.

Där skiljer sig Finland från de andra nordiska länderna där tiotals miljoner fortfarande ges som presstöd, i Norge (39 miljoner euro år 2013), Danmark (47 miljoner) och Sverige (62 miljoner). I stället har Finlands regering infört ett utvecklingsstöd på 20 miljoner euro som tidningarna kan konkurrera om. Mitt i dagstidningskrisen beslöt regeringen dessutom att dagstidningarna ska beskattas.

Från en mervärdesskatt på 0 procent steg skatten till 9 procent 2012 och till 10 procent året därpå. Samtidigt är skatten på digital utgivning liksom lösnummer 24 procent, liksom i hela EU. Tidningsutgivarna försatte ett tillfälle att förhandla fram en mer balanserad lösning, men det är tveksamt om Finlands regering hade kunnat avvika från EU:s linje.

Som om det inte vore nog beslöt posten Itella att höja priset för utdelning med så mycket som 10 procent från början av 2013.

Svårt att jämföra digitala intäkter

Medievärlden Premium har tagit fram resultatsiffrorna för de fem största tidningshusen och samtliga krymper både vad gäller resultat och omsättning. Det ska nämnas att siffrorna inte är jämförbara. Av Åbobaserade TS-Yhtymäs totala intäkter kommer mer än hälften från tryckerisidan och bara en tredjedel från tidningsverksamheten.

Sanoma News och Alma Media, däremot, ger ut resultatsiffror per division och offentliggör också digitala intäkter. Siffrorna har rensats från verksamhet som inte hör till tidningsrörelsen, men till exempel mätarna på finansiell styrka, eget kapital och soliditet, gäller hela koncernerna.

De digitala intäkterna är ett analysproblem i sig. Redovisningsprinciperna är otydliga. Bara Sanoma News och Alma Media väljer att lägga fram siffror, men där ingår även verksamhet som inte har något med tidningsrörelsen att göra. I Sanoma News tidningsomsättning för 2013 finns inbäddad digitala intäkter för 68,3 miljoner euro. Tittar man enbart på digitala prenumerationer och annonser ligger intäkterna överlag på högst 5 procent av omsättningen.

SANOMA – giganten konsoliderar

➤ Först, mätt i upplaga och omsättning, kommer Sanoma News som hör till den börsnoterade Sanoma-koncernen. De två största tidningarna är morgondraken Helsingin Sanomat (som hade en upplaga på 313 062 i fjol) och kvällstidningen Ilta-Sanomat (118 358). Sanoma News slogs i början av året samman med två andra koncernbolag och ombildades till Sanoma Media Finland. I samma veva såldes lokaltidningarna i sydöstra Finland till ett annat tidningshus, Länsi-Savo.



Fakta / Sanoma

Finlands mediegent Sanoma bildades 1999 genom en sammanslagning av WSOY, Sanoma och Helsinki Media Company. Företaget har sitt säte i Helsingfors och är verksamt inom tv, radio, papperstidningar, magasin, bokutgivning, läromedel, distribution, detaljhandel och biografverksamhet. Sanoma News ger ut bland annat Helsingin Sanomat, Nordens största dagstidning och kvällstidningen Ilta-Sanomat. I början av 2014 slogs News ihop med två andra av koncernens bolag och bildade Sanoma Media Finland. Sanoma News 2013: Omsättning: 393,5 miljoner (euro)
Anställda: 2 015
Sanoma Media Finland 2013: Omsättning: 682,4 miljoner (euro)
Anställda: 2 859

Medie
världen
Premium

Moderbolaget har avyttrat verksamheter för att frigöra kapital, sagt upp tusentals personer och omorganiserar för att bli effektivare. Omställningen är svår eftersom bolaget under de bästa åren tog in hälften av hela dagstidningsbranschens intäkter. De digitala intäkterna kompenserar heller inte på långt när för bortfallet i print, förutom i kvällstidningen Ilta-Sanomat. Problemen syns i fjolårsresultatet som är en dryg tiondel av nivån då finanskrisen slog till. Sanoma räknar med att vända kurvan senast 2016 då bolaget siktar på att kunna visa tillväxtsiffror. Om mediamarknaden återhämtar sig syns det direkt på sista raden i resultaträkningen.

ALMA – satsar hårdast digitalt

» Näst störst i upplaga och omsättning är likaså listade Alma Media med ett trettiotal tidningar varav de största är regionaltidningen Aamulehti (med en upplaga på 113 066 ifjol) i Tammerfors och kvällstidningen Iltalehti (77 345). Alma Media är det medieföretag som satsat mest på digital utveckling och det syns i intäkterna.

Under början av året stod den digitala verksamheten för en tredjedel av omsättningen och målet är 50 procent i slutet av decenniet. Återigen handlar det om andra tjänster än tidningsutgivning digitalt. I Alma Medias siffror är affärstidningen Kauppalehti inte medräknad, vilket hade höjt de digitala intäkterna med ungefär 50 procent.

Alma Medias ledning tycks ändå tro att print ännu har en framtid eftersom bolaget i fjol tog en ny tryckpress i bruk i Tammerfors, en av världens modernaste. Investeringen kostade 73,5 miljoner euro 2012–2013. Såväl Sanoma som Alma Media överraskade med betydligt sämre resultat för 2013 än väntat.

KESKISUOMALAINEN – förvärvar och samordnar

» Tredje störst är börslistade Keski-suomalainen i Jyväskylä, som ger ut 56 lokaltidningar och gratistidningar. Mätt i antalet tidningstitlar är företaget störst. Koncernen visade sin framtidstro genom att köpa en stor konkurrent 2013, Suomen Lehtiyhtymä, för drygt 26 miljoner euro. Affären drog ned lönsamheten rejält, men avsikten är att finna samordningsfördelar och ledningen är öppen även för nya förvärv. Utan affären skulle koncernens omsättning ha sjunkit med nära 8 procent. Keski-suomalainens digitala intäkter är anspråkslösa och låg 2013 på 4–5 miljoner euro, men någon exakt siffra anges inte.



Fakta / Alma

Har huvudkontor i Helsingfors och ger ut ett 30-tal tidningar, bland annat regionaltidningen Aamulehti i Tammerfors, kvällstidningen Iltalehti och affärstidningen Kauppalehti. Ger också ut flera titlar i norra Finland, exempelvis Pohjolan Sanomat i Kemi, Kainuun Sanomat i Kajana och Finlands nordligaste tidning Lapin Kansa i Rovaniemi. Äger också flera digitala verksamheter som Monster.fi, Etuovi.com och City24.

Anställda: 777

Omsättning: 185,6 miljoner (euro)

Fakta / Keski-suomalainen

Dominerar tidningsmarknaden i centrala Finland (Keski-Suomi betyder centrala Finland). Ger ut 56 lokaltidningar och gratistidningar. Huvudtidningen ges ut i Jyväskylä, den grundades 1871 och är Finlands äldsta finsk-språkiga dagstidning.

Omsättning: 149,7 miljoner (euro)

Anställda: 1 293

TS-KONCERNEN – starka finanser

» Fjärde störst är familjeägda TS-koncernen där tidningsutgivningen inte redovisas skilt. Av omsättningen kommer knappt hälften, eller 73,5 miljoner, från "kommunikation". På grund av redovisningsprinciperna är det i stort sett omöjligt att analysera tidningarnas ekonomi. Intressant att notera är att TS-yhtymä finansiellt sett står starkt, även om ägarna sanerat bolaget med hård hand och sagt upp anställda. Vid årsskiftet hade företaget 138 miljoner euro i utdelningsbart kapital, vinster som ackumulerades under tryckeriverksamhetens guldår.

**Fakta / TS-koncernen**

Dominerar tidningsmarknaden i sydvästra Finland och har sitt huvudkontor i Åbo. Utöver dagstidningar, tryck och distribution är koncernen verksam inom marknadskommunikation tv och radio. Tidningen Turun Sanomat startade 1905 och är Finlands tredje största 7-dagars tidning och den största tidningen i sydvästra Finland.

Omsättning: 170 miljoner (euro)

Anställda: 435

ILKKA – tyngs av stora lån

» Femte största tidningskoncern är Ilkka i Seinäjoki. Företaget tyngs av stora lån som togs 2008–2010 för att bli största ägare i Alma Media och har tvingats göra stora nedskrivningar av värdet på aktieinnehavet. Som ett resultat har soliditeten rasat från 70 procent till drygt 40 procent på bara några år. Alma Medias resultat och aktiekurs har alltså stor inverkan på Ilkkas egna siffror, men utan aktieinnehavet skulle företaget visa upp en riktigt bra resultatnivå.

Överlag är korsägandet inom tidningsbranschen utbrett i Finland, vilket innebär att tidningarna undviker att konkurrera på varandras utgivningsområden.

**Fakta / Ilkka**

Koncernen är störst i västra Finland och har sitt säte i Seinäjoki. Huvudtidningen Ilkka startade 1906. Koncernen ger bland annat också ut tidningen Pohjalainen.

Omsättning: 44,9 miljoner (euro)

Anställda: 321

KSF MEDIA – tufft läge för de svenskspråkiga tidningarna

Det ekonomiska läget i dagstidningsbranschen är alltså inte nattsvart. Det finns ändå ett markant undantag, de svenskspråkiga tidningarna som det finns tio stycken av. I särställning är KSF Media som ger ut fem dagstidningar på svenska samt en på finska. KSF Media ägs av stiftelsen Konstsamfundet som hittills generöst nog täckt förlusterna upp till tre–fyra miljoner euro per år. Men nu har förlustkurvan vänt brant nedåt och koncernen planerar att säga upp var femte anställd eller nära 50 personer.

KSF Media är med i jämförelsen för att belysa att tidningsbranschen i Finland täcker hela skalan från relativt välmående företag till krisbolag.

**Fakta / KSF Media**

KSF Media är det ledande svenskspråkiga medie företaget i Finland och är utgivare av landets största svenskspråkiga dagstidning Hufvudstadsbladet samt lokaltidningarna Västra Nyland, Hangötidningen, Borgåbladet, Östra Nyland och Loviisan Sanomat. Den totala upplagan uppgår till ca 75 000 ex.

Omsättning: 26,7 miljoner (euro)

Anställda: 242

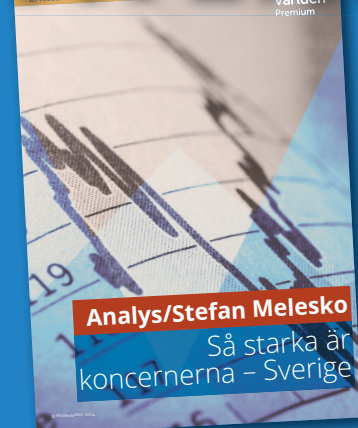
	SANOMA*		ALMA MEDIA		TS-YHTYMÄ		ILKKA		KSF MEDIA		KESKISUOMA-LAINEN	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Omsättning)	393,5	422,8	185,6	206,6	170	183	44,9	46,1	26,7	27,9	149,7	106,2
Rörelseresultat	29,1	32,2	11,5	22,1	15	16	- 16,6	-11	-3,7	-3,1	13,9	17,1
Intäkter annons	175,5	204,6	83,9	98	x	47	19,4	19,4	9,3	10,4	73,9	52,2
Intäkter upplaga	177,9	185,6	98,5	105,3	x	32	18,6	20,9	17,2	17	48,4	39,5
Varav digitalt	x	x	12,1	11,3	x	x	x	x	0,4	0,3	x	x
Antal anställda	2015	2055	777	789	435	534	321	336	242	245	1293	829
Balansomsl.	3514	4020	272,8	245,1	281	279	133,8	160,8	8,9	10,6	175	115,3
Eget kapital	1238,4	1577	90,4	84	186,7	179,9	58,1	80,6	1,3	2,9	58,9	58,3
Soliditet (%)	37,2	41,3	34,9	36,5	73	72,8	44,2	50,7	14,8	27,4	35,5	53,6

Uppställningen över de största tidningshusen visar att tidningsrörelsen i de stora koncernerna Sanoma och Alma Media dras med lägre lönsamhet, medan landsortstidningarna inom TS-Yhtymä och Keski-suomalainen fortsättningsvis klarar sig bättre. Ilkka gör visserligen förlust, men den är relaterade till det stora strategiska aktieinnehavet i Alma Media och sjunkande börskurser. TS-Yhtymä och Keski-suomalainen har högsta andelen annonsintäkter vilket innebär en starkare ekonomi. Tredje generationens ägarläkt i TS-Yhtymä föredrar att bada i pengar, medan Keski-suomalainen satt sitt krut på att expandera och skapa nytt, vilket speglas i soliditeten. Krisdrabbade KSF Media ligger i en grupp för sig. * , Sanomas balansomslutning, egna kapital samt soliditet gäller hela koncernen.

Slutslutsatser:

- » De finländska dagstidningarna har blivit tagna på sängen av den snabba nedgången i annonser, och den svaga ekonomiska konjunkturen betyder att trenden knappast vänder snart – om ens någonsin.
- » Tidningsläsandet på papper minskar och de unga kommer aldrig in i pappersläsandet. Branschen står inför ett generationsskifte bland läsarna, som innebär svåra utmaningar.
- » Dagstidningarnas digitala intäkter i form av prenumerationer och annonser låter fortfarande vänta på sig förutom i kvällspressen.
- » Staten har gjort det svårt för dagstidningarna i Finland, jämfört med övriga Norden, genom att lägga på moms på tryckta tidningar och slopa presstödet. Det här drabbar främst de finansiellt sett svagaste tidningarna.
- » Sanoma-koncernen fortsätter att vara den överlägset största dagstidningsutgivare, men krymper genom att dra ned på den dyra utdelningen på landsorten och göra sig av med sina landsortstidningar.

LÄS ÄVEN:



KOMMER
INOM KORT:
**NORDISK
SAMMAN-
STÄLLNING**
Medie
världen
Premium