



SANOMALEHTIEN LIITTO

VUOSIKERTOMUS 2016

Årsberättelse | Annual report

Kuka kuiskuttaa uutiset korvaasi?

Erityisesti netissä kannattaa toisenkin kerran vilkaista, kuka uutisen allekirjoittaa. Sanomalehtien tehtävänä on tarjota välineestä riippumatta luotettavaa tietoa, analysoida asioita, oikaista huhuja sekä koota tiedon palaset osaksi kokonaisuutta. Tartu siis rauhallisin mielin paperiin, selaimeen tai kännykkään ja lue sanomalehtiä.



Kuka kuiskuttaa uutiset korvaasi?

Netistä löytyy monenlaista
tarinankertojaa. Onneksi
sanomalehtien tehtävä
lahjomattomana tiedon välittäjänä
on ja pysyy välineestä riippumatta.
Vaikka uutisointi pyörii kellon ympäri,
lukijan on pystyttävä luottamaan
siihen mitä näkee. Tartu siis
rauhallisin mielin paperiin,
selaimen tai kännykkään
ja lue sanomalehtiä.



Sisällys

Yleistä	4
Edunvalvonta	5
Sanomalehtialan kilpailukyky ja mielikuvat	6
Uudet lukijasuhteet	10
Kaupunki- ja paikallislehdet	12
Suomen Lehdistö	13
Lausunnot ja lehdistötiedotteet	14
Laatukilpailut	15
Kansainvälinen yhteistyö	17
Koulutukset	17
Sanomalehtien Liiton jäsenet 31.12.2016	19
Henkilökunta	23
Toimielimet	23
Edustukset	25
Sammandrag	26
Summary	27



SANOMALEHTIEN LIITTO

Sanomalehtien Liitto on sanomalehtien ja kaupunkilehtien kustantajien toimialajärjestö. Se on media-alan yhteistä edunvalvontaa hoitavan Medialiiton (31.12.2016 asti Viestinnän Keskusliiton) suurin jäsenjärjestö. Sanomalehtien Liiton jäsenenä on 120 yritystä. Liiton jäsenyritykset ovat sanoma- ja kaupunkilehtien julkaisijoita, konserniyhtiöitä, jakeluyhtiöitä, kuva- ja uutistoimistoja, markkinointiyhtiöitä ja sanomalehtipainoja. Liittoon kuuluu 237 jäsenlehteä.

Sanomalehtien Liiton tehtävä on vahvistaa monikanavaisen sanomalehdistön yhteiskunnallista merkitystä, elinvoimaa, roolia lukijalle ja mainostajille johtavana viestintäkanavana sekä asemaa

ihmisten arjessa.

Sanomalehtien Liitto valvoo jäsentensä etuja yhdessä Medialiiton kanssa. Se edustaa sanomalehtiä muun muassa sananvapauden, journalistisen itsesääntelyn, jakelun, mediamainonnan ja mediakasvatuksen alueilla.

Liitto osallistuu myös alan kansainväliseen edunvalvontaan. Liitto tukee sanomalehtiyhtiöiden kehitystyötä ja henkilöstön osaamisen kehittämistä hankkimalla ja jakamalla tietoa sekä järjestämällä koulutustapahtumia ja laatukilpailuja. Se on myös sanomalehdistön sisäisen yhteistyön foorumi.

Vuosikertomuksessa on kuvituksena liiton jäsenilleen tuottamia ilmoituksia. Kannessa ja viereisellä sivulla on ilmoitukset *Kuka kuiskuttaa uutiset korvaasi* -sarjasta.

Yleistä

Kertomusvuosi oli Sanomalehtien Liiton 108. toimintavuosi.

Vuonna 2016 liiton toiminnan painopisteitä olivat sanomalehtien ja kaupunkilehtien edunvalvonta, sanomalehtialan kilpailukyvyyn ja mielikuvan vahvistaminen sekä uusien lukijasuhdeiden synnyttäminen.

Sanomalehtien Liiton omassa edunvalvonnassa korostuivat etenkin jakeluasiat. Liitto vaikutti vahvasti sanomalehtien tarpeiden huomioon ottamiseen postilain uudistuksessa.

Liitto esitti, että sanomalehdille elintärkeä viisipäiväinen jakelu turvataan yhdistämällä postinjakelu muiden palvelujen kanssa haja-asutusalueilla ja yhdistämällä eri jakeluja taajamissa. Liikenne- ja viestintäministeriön esityksen mukaan viisipäiväinen jakelu säilytetään sanomalehtien varhaisjakelualueen ulkopuolella. Tämä jakelu kilpailutetaan. Varhaisjakelualueella sallittaisiin perusjakelun harventaminen kolmeen kertaan viikossa.

Digilehtien tilausmaksujen arvonlisäveron alentaminen painettujen lehtien tasolle oli tulossa mahdolliseksi, kun EU-komissio antoi uudistuksesta direktiiviehdotuksen. Asiasta päätetään EU:ssa ja Suomessa vuonna 2017. Komission ehdotus mahdollistaisi myös painettujen lehtien alv:n alentamisen kansallisella päätöksellä nollaan saakka.

Parlamentaarinen Yle-työryhmä esitti julkisen yleisradiopalvelun tehtävään, rahoitukseen ja valvontaan vain pieniä muutoksia. Ne eivät tyydyttäneet sanomalehtikustantajia. Samaan aikaan Yle lisäsi panostuksia sanomalehtityyppiseen online-toimintaan, josta moniäänisen lehdistön tulisi saada tulevaisuudessa tulonsa.

EU-komissio ehdotti parannusta lehtikustantajien tekijänoikeusasemaan uuden lehtijulkaisujen suojan avulla. Se parantaisi lehtikustantajien juridista asemaa suhteessa esimerkiksi Googleen ja Facebookiin.

Valeutiset korostivat medialukutaidon tärkeyttä

Luotettavan, totuuteen pyrkivän ja virheensä korjaavan uutismedian merkitys korostui toimintavuoden aikana sekä Suomessa että maailmanlaajuisesti. Valeutiset ja -sivustot hämmensivät kansalaisia, pyrkivät horjuttamaan perinteisen median asemaa sekä vaikuttamaan vaalien ja kansanäänestysten tuloksiin.

Liitto panosti suomalaisten medialukutaidon kehittämiseen yhdessä jäsenlehtien, koulujen ja opettajien kanssa. Suomen 100-vuotisjuhlavuoden mediakasvatushankkeeksi valmisteltiin lasten ja nuorten verkkolehti Meidän juttu.

Digitulojen osuus kasvoi, tuloksissa parannuksia

Sanomalehtien kokonaistulot jatkoivat lievää las-

kua, mutta suurimmat monialaiset mediayhtiöt, kuten Sanoma ja Alma Media, kertoivat vuoden aikana selvästi parantuneista tuloksistaan.

Viestinnän Keskusliiton julkaisema ensimmäinen mediatalouskatsaus ennakoii, että kustannusala pääsisi monen vuoden tauon jälkeen hienoiseen kasvuun vuoden 2017 aikana.

Sanomalehtien digitaaliset tulot kasvoivat, mutta silti noin 90 prosenttia lehtien media- ja kuluttajamyyntituloista tuli edelleen painetusta lehdestä.

Sanomalehdet suurin mediaryhmä

Mediamainontaan käytettiin vuonna 2016 Kantar TNS:n selvityksen mukaan yhteensä 1168 miljoonaa euroa. Kasvua edelliseen vuoteen verrattuna kertyi 0,9 prosenttia.

Painettujen sanomalehtien ja sanomalehtien verkkomainonnan osuus oli yhteensä noin 35 prosenttia. Painettujen sanomalehtien osuus oli 29 prosenttia, mikä on kaksi prosenttiyksikköä pienempi kuin edellisellä vuonna. Painettujen sanomalehtien mainonta oli 339 miljoonaa euroa, ja tällä summalla painetut sanomalehdet olivat edelleen suurin mediaryhmä ilman verkkomaintaakin.

Sanomalehtien verkkomainontaan käytettiin 65 miljoonaa euroa. Sanomalehtien osuus verkkomainonnan 324 miljoonasta eurosta oli 20 prosenttia, missä oli kasvua edellisvuoteen verrattuna kaksi prosenttiyksikköä. Tämän päälle tulee vielä Kantar TNS:n tilaston talousmediaryhmään sisältyvä sanomalehtimainonta. Talousmedian verkkopalvelut keräsivät mainosrahaa vajaat 10 miljoonaa euroa.

Verkkomainonnasta hakusanamainontaa (Google) oli 31 prosenttia ja somemainontaa (Facebook) 12 prosenttia. Yhteissummaltaan nämä olivat 149 miljoonaa euroa.

Painettujen kaupunki- ja noutopistelehtien mediamyynti oli 61 miljoonaa euroa. Sen osuus oli viisi prosenttia koko mediamainonnasta.

Yhdeksän kymmenestä luki sanomalehtiä muodossa tai toisessa

Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan 88 prosenttia suomalaisista luki sanomalehtiä painettuna tai digitaalisena vuonna 2016. Lukemisen yleisyyden mittareina käytettiin painettujen lehtien numerokohtaista tavoitavuutta ja digitaalisten palveluiden viikkotavoitavuutta. Tutkimuksessa oli mukana 38 lehteä.

Sanomalehtien lukeminen oli yleisintä 35–64-vuotiaiden keskuudessa. Johtajista ja ylemmistä toimihenkilöistä sanomalehtiä luki 93 prosenttia, opiskelijoista ja koululaisista 84 prosenttia.

Syksyllä 2016 suomalaisista 75 prosenttia luki sanomalehteä viikoittain painettuna, 48 prosenttia tietokoneella, 45 prosenttia matkapuhelimella ja 28 prosenttia tabletilla.

Edunvalvonta

- Liitto vastasi sanomalehdistön edunvalvonnasta erityisesti jakelun alueella. Muita sanomalehdistölle tärkeitä tavoitteita edistettiin tiiviissä yhteistyössä koko media-alan edunvalvonnasta vastaavan Viestinnän Keskusliiton (vuodesta 2017 alkaen Medialiitto) kanssa. EU-edunvalvonnassa hyödynnettiin sanomalehtiliittojen uutta Brysselin-järjestöä News Media Europea.
- Liitto vaikutti vahvasti sanomalehtien tarpeiden huomioimiseen postilain uudistuksessa. Postilaki ei tiukan juridisesti koske lehtiä, mutta yleispalvelukirjeille määrätty jakelutiheys ja palvelutaso ratkaisevat käytännössä valtionyhtiö Postin tarjoaman vähimmäispalvelutason.
- Postilain uudistuksen ensimmäinen vaihe poisti toimiluvat postitoiminnan harjoittajilta. Kesäkuusta 2016 lähtien kirje-postin jakamiseen riitti ilmoitus Viestintävirastolle.
- Postilain toisessa vaiheessa määritellään yleispalvelun taso. Posti tavoitteli siirtymistä koko maassa kolmipäiväiseen yleispalvelujakeluun. Liitto linjasi, että viisipäiväinen jakelu voidaan turvata kehittämällä jakelua yhdessä muiden palveluiden kanssa haja-asutusalueilla ja yhdistämällä eri jakelua taajamissa.
- Kesällä vilkastuneessa julkisessa keskustelussa moitittiin Postia päiväjakelun myöhästyttämisestä iltaan. Tästä kärsivät etenkin sanomalehtien tilaajat ja mainostajat. Vuoden loppua kohden Postin jakelun laatuongelmat pahenivat niin, että kellonajan sijaan kyse oli siitä, minä päivänä posti tulee ja löytääkö se perille lainkaan.
- Liikenne- ja viestintäministeriö esitti lakiluonnoksessaan, että viisipäiväinen jakelu säilytettäisiin määräämällä se pakolliseksi sanomalehtien varhaisjakelualueen ulkopuolella. Esityksen mukaan Postin tulisi kilpailuttaa jakelu yksityisillä toimijoilla. Varhaisjakelualueella sallittaisiin perusjakelun harventaminen kolmeen kertaan viikossa, mutta lakiesityksen sisältämä huomattava heikennys yleispalvelukirjeen kulkunopeuteen voi johtaa 1-2 kertaa viikossa jakeluun. Eduskunta päättää lain sisällystä keväällä 2017.
- Liiton tavoite mahdollisimman alhaisista arvonlisäverokannoista edistyi, kun EU-komissio julkisti huhtikuussa suunnitelmansa sähköisten julkaisujen arvonlisäverotuksen uudistamisesta. Komissio antoi joulukuussa direktiiviehdotuksen, joka sallii jäsenmaiden alentaa kirjojen, sanomalehtien ja aikakauslehtien digitaalisten versioiden alv:n painettujen julkaisujen tasolle. Suomessa digijulkaisujen veron alentamisesta päätetään kansallisesti vuoden 2017 aikana.
- Komission alv-ehdotus sisältää myös mahdollisuuden painettujen julkaisujen verokannan alentamiseen jopa nolnaan saakka. Voimaan tullakseen koko alv-uudistus vaatii kaikkien EU:n jäsenmaiden hyväksynnän.
- Liitto puolusti jäsenlehtien oikeutta tilittää arvonlisävero koko tilauksen hinnasta 10 prosentin mukaan taksissa, joissa tilaaja saa digioikeudet painetun lehden tilauksen mukana ilman valinnan mahdollisuutta. Keskusverolautakunta pitäytyi tulkinnassa, jonka mukaan osa tilaushinnasta on verotettava 24 prosentin digi-alv:n mukaan. Liitto tuki jäsenlehden saamasta päätöksestä tehtyä valitusta Korkeimpaan hallinto-oikeuteen.
- Parlamentaarinen työryhmä pohti hallitusohjelman kirjauksen mukaisesti Yleisradion tehtävää ja rahoitusta kansanedustaja Arto Satosen johdolla. Kesäkuussa julkistettujen linjaukset olivat sanomalehdistölle pettymys. Julkisen palvelun tehtävä, rahoitus ja valvonta eivät muutu merkittävästi. Ylen tehtäväksi tulee median monimuotoisuuden edistäminen, yhteistyön lisääminen ja ulkoisten ostopalveluiden osuuden kasvattaminen. Yle-veron indeksikorotus jäädytettiin vuosiksi 2017-2019.
- EU-komissio ehdotti parannusta lehtikustantajien tekijänoikeusasemaan liiton ajamalla tavalla. Uusi lehtijulkaisujen suoja antaisi kustantajille itsenäisen oikeuden sopia lehtien sisältöjen käyttämisestä digitaalisissa palveluissa. Se parantaisi lehtikustantajien juridista asemaa suhteessa esimerkiksi Googleen ja Facebookiin.
- News Media Europe aloitti toimintansa kahdentoista Euroopan maan sanomalehtiliiton yhteisenä edunvalvontajärjestönä Brysselissä tammikuussa 2016. Sanomalehtien Liitto oli perustamassa uutta järjestöä sen jälkeen kun aiempi EU-järjestö ENPA jakautui kahtia syksyllä 2015.
- Mediakasvatus, medialukutaito, lehtien luotettavuus ja vastuullisuus korostuivat liiton toiminnassa ja viestinnässä monin tavoin, kun keskustelu valeduutisista ja -sivustoista kiihtyi. Liitto tuotti vastuullista sanankäyttöä korostavan ilmoituksen sananvapauden päiväksi 3.5. ja allekirjoitti sen yhdessä muiden media-alan kustantaja- ja tekijäjärjestöjen kanssa.
- Liitto neuvotteli yhdessä jäsenyritystensä kanssa mallin, jolla kustantajat voivat hankkia Kopiostosta tekijänoikeudet vanhojen sanomalehtien digitaaliseen julkaisemiseen ja hyödyntämiseen liiketoiminnassa.

Sanomalehtialan kilpailukyky ja mielikuvat

Sanomalehtien liitto tuotti vuoden 2016 aikana lukuisia alan kilpailukykyä ja mielikuvia mittavia tutkimuksia jäsenyritystensä käyttöön.

Painettujen sanomalehtien asema luotetuimpana mediana vahvistui

Painettujen sanomalehtien asema luotetuimpana mediana vahvistui entisestään ja myös suhteessa kovimpaan kilpailijaan, Ylen televisiokanaviin. IROResearchin maaliskuussa toteuttamassa tutkimuksessa 79 prosenttia suomalaisista ilmoitti luottavansa painettuihin sanomalehtiin, 75 prosenttia Ylen televisiokanaviin ja 66 prosenttia Ylen radiokanaviin. Seuraaviksi sijoittuivat sanomalehtien maksulliset digitaaliset palvelut, Ylen digitaaliset palvelut ja sanomalehtien maksuttomat digitaaliset palvelut. Facebookin luotettavuus nousi edellisvuoden kahdesta prosentista yhdeksään prosenttiin. Muihin uusiin sosiaalisen median palveluihin (YouTube, Twitter, WhatsApp, Instagram) luotettavuuden yhdisti suomalaisista vain muutama prosentti.

Suomalaisille kolme tärkeintä uutislähdettä olivat painetut sanomalehdet, Ylen televisiokanavat ja Ylen radiokanavat. 18-24-vuotiaiden keskuudessa kilpailu tärkeimmän uutislähteen asemasta käydään sanomalehtien maksuttomien digitaalisten palveluiden, painettujen sanomalehtien sekä Googlen ja Facebookin kesken.

Sanomalehtien merkitys yhteiskunnallisten asioiden edistäjänä kasvoi selvästi

Sanomalehtien toiminta yhteiskunnallisten asioiden ja demokratian edistäjänä on suomalaisten mielestä entistäkin tärkeämpää, ilmenee IROResearchin syyskuussa tekemästä tutkimuksesta.

Suomalaisista 82 prosenttia pitää sanomalehtien toimintaa merkityksellisenä yhteiskunnallisten asioiden ja demokratian edistämiseksi. Tulos on viisi prosenttiyksikköä korkeampi kuin vuotta aiemmin.

Samassa tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten näkemystä siitä, kuinka merkityksellistä sanomalehtien toiminta on paikallisesti. Suomalaisista 85 prosenttia pitää sanomalehtien toimintaa merkityksellisenä paikallisten asioiden edistäjänä. Luku on neljä prosenttiyksikköä korkeampi kuin edellisenä vuonna.

Itselleen merkitykselliseksi sanomalehtien sisällön koki neljä viidestä suomalaisesta (78 %). Sanomalehtien merkitys itselle on kasvanut edellisvuodesta kuusi prosenttiyksikköä.

Sanomalehdet ja Yle yleissivistyksen kannalta tärkeimmät mediat

Yleissivistyksen merkitys suomalaisten hyvinvoinnille on tärkeää 91 prosentille suomalaisista. Yleissivistyksen kannalta suomalaisten mielestä tärkeimmät mediat ovat painetut sanomalehdet (79 %), Ylen televisiokanavat (78 %), Ylen radiokanavat (60 %), sanomalehtien digitaaliset palvelut (52 %) ja Google (46 %). Yleissivistykseen vähiten merkitystä koettiin olevan Instagramilla, LinkedInillä, Twitterillä ja WhatsAppilla. Yleissivistyksen merkitystä selvitettiin marraskuussa osana IROResearchin toteuttamaa Yhteisöllistyvä media -tutkimusta.

Uutismedian kovassa kilpailussa sanomalehtien uhkana Yle

TNS Gallup selvitti keväällä 2016 Sanomalehtien asiakaspysyvyys TRI*M -tutkimuksessa, millaisia riskejä sanomalehdillä on menettää liiketoimintaa uutisten ja ajankohtaisasioiden tietolähteenä muille medioille. Sanomalehtien käyttäjien keskuudessa keskeiset kilpailijat olivat Ylen televisio- ja radiokanavat sekä Ylen digitaaliset palvelut. Kilpailutilanne ja riskit säilyivät hyvin samankaltaisina edellisvuoteen verrattuna.

Suomalaisista 88 prosenttia luki sanomalehtiä

Kansallisessa Mediatutkimuksessa vuonna 2016 tutkitut 38 sanomalehteä tavoittivat 88 prosenttia suomalaisista. Johtajista ja ylemmistä toimihenkilöistä tavoitettiin sanomalehdillä 93 prosenttia, opiskelijoista ja koululaisista 84 prosenttia.

KMT:n 38 sanomalehden digitaalisten sisältöjen viikkopeitto oli 65 prosenttia ja painettujen lehtien numerokohtainen tavoitettavuus 58 prosenttia. Sanomalehtiä vain verkossa lukevia oli 30 prosenttia suomalaisista. Ikäryhmittäin erot olivat suuret. Yli 65-vuotiaista vain joka kymmenes luki sanomalehtiä pelkästään digitaalisina, alle 35-vuotiaista noin puolet. Useampi kuin joka kolmas suomalainen luki vuonna 2016 sanomalehtiä sekä painettuina että digitaalisina.

Yhteisöllistyvä media -tutkimuksessa suomalaisia pyydettiin arvioimaan, kuinka he käyttävät sanomalehteä viiden vuoden kuluttua. Suomalaisista 26 prosenttia arvioi, että ei aio lukea lainkaan maksullista sanomalehteä. Joka viides suomalaisista uskoi viiden vuoden kuluttua lukevansa lähinnä maksullista painettua sanomalehteä, 35 prosenttia arvioi lukevansa joko yhtä paljon tai enemmän maksullista painettua lehteä kuin maksullista digitaalista sisältöä. Vain digi-

taalista maksullista sisältöä tai enemmän digiä kuin painettua uskoo lukevansa viiden vuoden kuluttua 17 prosenttia suomalaisista.

Sosiaalinen media kilpailee ja tukee

Tietoyökkönen toteutti sosiaalista mediaa uutiskanavana selvittäneen tutkimuksen. Sosiaalisesta mediasta, erityisesti Facebookista, on tullut päivittäisen uutisannin kokoaja merkittävälle määrälle suomalaisia. Uutisten ilmaistarjontaa hakevien ohella sanomalehtien tilaajienkin mielestä lehden on ilman muuta oltava somessa, jotta he tilaajina saavat tärkeitä uutisia pitkin päivää, voivat kommentoida niitä ja jakaa eteenpäin.

Ystävien suosittelemia mediasisältöjä lukee noin joka kolmas suomalainen Yhteisöllistyyvä media -tutkimuksen mukaan. Tilanne on säilynyt samanlaisena jo useita vuosia. Joka viides on ”tykännyt” useista Facebookissa olevista medioista ja kokee saavansa sitä kautta paljon kiinnostavaa luettavaa uutisvirtaansa.

Pohjoismaista uutismedian uusia liiketoimintamalleja

Pohjoismaat ovat luonteva vertailukohta suomalaiselle uutismedialle samankaltaisen lukemiskulttuurin, hyvinvointiyhteiskuntahistorian sekä viestintätekniikan kehityksen takia. Tähän poh-

jautuen keväällä toteutettiin Uutismedian uudet liiketoimintamallit Pohjoismaissa -tutkimus Sanomalehtien Liiton ja Viestintäalan tutkimussäätiön rahoittamana. Tutkimuksessa selvitettiin Norjan, Ruotsin ja Tanskan sanomalehtien liiketoiminnassa, kehitystyössä ja toimintaympäristössä tapahtuneita viime vuosien muutoksia ja tulevaisuudennäkymiä. Helsingin ja Turun yliopistojen tutkijoiden tekemät 29 haastattelua pohjoismaisissa uutismediayhtiöissä kokosivat konkreettisia esimerkkejä uusista kokeiluista ja liiketoimintamalleista.

Digitaalisille uutissisällöille on maksuhalukkuutta

VTS:n rahoittamana keväällä toteutetun Reuters Instituten Digital News Report -tutkimuksen mukaan suomalaisista 15 prosenttia oli maksanut viimeisen vuoden aikana verkkouutisista. Näistä noin 70 prosentilla maksutapa oli jatkuva maksu (digitaalinen tilaus tai digitaalisen ja painetun lehden yhteistilaus) ja muilla kertaluonteinen tapa maksaa artikkelista tai sovelluksen käytöstä. Niistä 85 prosentista suomalaisia, jotka eivät olleet viimeisen vuoden aikana maksaneet verkkouutisista, noin joka neljäs voisi harkita maksavansa verkossa ”sisällöistä, joista pitää”.

Yhteisöllistyyvä media -tutkimuksen mukaan suomalaiset olisivat valmiita maksamaan kes-

*Vihaa, mustamaalausta,
raiskauspuheita sekä
tappouhkauksia.*

*Toimittajien, tut-
kijoiden ja poliitikko-
jen vainoamista.*

*Toisten uhkailua,
henkistä väkivaltaa,
haistattelua.*

*Mikään näistä ei liity
millään tavalla sanan-
vapauteen.*

**MIETI MITEN ITSE
KÄYTÄT SANOJA.**



TOIMIMME VASTUULLISEN SANANKÄYTÖN PUOLESTA

Aikakauslehtien liitto • Aikakauslehtien Päätoimittajat ry • International Press Institute, Suomen-ryhmä • Julkisen sanan neuvosto • Kulttuuri-, mielipide- ja tiedelehtien liitto Kultti ry • MTV • Paikallislehtien Päätoimittajayhdistys ry • Palkansaajalehdet Pale ry • Päätoimittajien Yhdistys • RadioMedia ry • Sanomalehtien Liitto • Suomen Journalistiliitto • Suomen Kaupunkilehtien Päätoimittajat ry • Suomen Kirjailijaliitto • Suomen Kustannusyhdistys Suomen PEN • Suomen tietokirjailijat ry • Toimittajat ilman rajoja, Suomen-osasto • Viestinnän Keskusliitto • Yle

Kansainvälisenä sananvapauden päivänä 3.5.2016

kimäärin 15 euroa kuukaudessa sähköisestä palvelusta, jossa voisi vapaasti valita kotimaisia sanomalehtiä luettavakseen. Vain 30 prosenttia suomalaisista ei olisi valmis maksamaan tällaisesta palvelusta mitään.

Media-ala puolusti yhteisvoimin vastuullista sananvapautta

Sanomalehdet julkaisivat 3. toukokuuta kansainvälisenä sananvapauden päivänä Sanomalehtien Liiton tuottaman, vastuullista sanankäyttöä puolistavien järjestöjen allekirjoittaman yhteisilmoituksen. Sananvapauden puolesta työskentelevät 20 media-alan liittoa, järjestöä ja yhdistystä halusivat yhdessä ilmaista näkemyksensä, että vihapuhetta, mustamaalausta, uhkailua ja henkistä väkivaltaa on virheellistä perustella sananvapaudella. Järjestöt sitoutuivat toimimaan vastuullisen sanankäytön puolesta ja kehittivät jokaista miettimään, miten itse käyttää sanoja.

Allekirjoittajina olivat Sanomalehtien Liiton lisäksi muiden muassa Viestinnän Keskusliitto, Suomen Journalistiliitto, Suomen Kustannusyhdistys, Aikakauslehtien liitto, MTV ja Yleisradio sekä useita päätoimittaja-, toimittaja- ja kirjailijajärjestöjä. Mukana oli myös RadioMedia, joka lahjoitti kampanjalle viikoksi valtakunnallista radiokuulumuutta. Ilmoitusta julkaisivat veloituksetta myös useat liittoon kuulumattomat mediat.

Sananvapauden päivän ilmoitus voitti Suomen Markkinointiliiton järjestämässä Kultajyvä-kilpailussa hopeajyvä-yhteiskunnallisen mainonnan sarjassa.

Mainonta mieluisinta painetussa sanomalehdessä

Syyskuussa IROResearchin tekemän tutkimuksen mukaan suomalaiset kohtaavat mainonnan edelleen ylivoimaisesti mieluiten painetussa sanomalehdessä. Suomalaisista 43 prosenttia nostaa painetut sanomalehdet ykköseksi, kun kysytään, mistä he mieluiten lukevat, katsovat tai kuuntelevat mainoksia. Toiseksi sijoittui televisio, jonka valitsi mieluisimmaksi mainosvälineeksi 15 prosenttia suomalaisista. Seuraaviksi mieluisimpia olivat painetut kaupunkilehdet ja sanomalehtien digitaaliset palvelut. Tuloksista tuotettiin jäsen-sanomalehtien käyttöön ilmoitusmateriaali.

KMT 2016 -tutkimuksen mukaan 80 prosenttia suomalaisista suhtautuu myönteisesti sanomalehdissä, 76 prosenttia ilmaisjakelu- ja noutopistelehdissä ja 69 prosenttia iltapäivälehdissä olevaan mainontaan.

Joka neljäs suomalainen käytti mainostenesto-ohjelmaa digilaitteissa

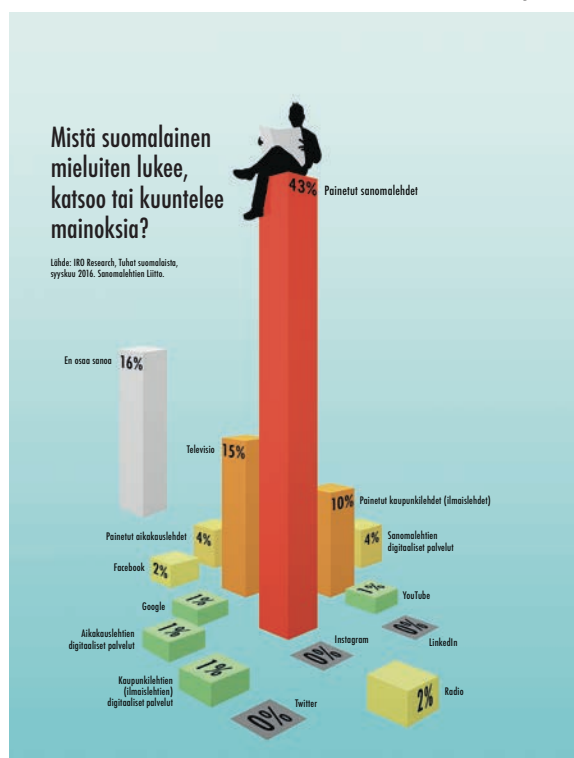
Verkkomainonnan kasvun rinnalla on lisääntynyt mainostenesto-ohjelmien (AdBlocker) käyttö. IROResearchin huhtikuussa tekemässä tutkimuksessa 26 prosenttia suomalaisista ilmoitti estävänsä mainontaa älypuhelimessa, tabletissa tai tietokoneella. Selvästi yleisintä esto-ohjelman käyttö oli tietokoneissa.

Noin kolmannes mainostenesto-ohjelman käyttäjistä ilmoitti poistavansa eston ainakin silloin tällöin päästäkseen lukemaan jutun tai katsomaan videon. Eston syiksi suomalaiset vastasivat, että mainonta digitaalisissa sisällöissä on ärsyttävää (71 %), mainokset hidastavat sivujen latautumista (65 %). eivätkä he halua, että heidän digitaalisten palveluidensa käyttöä seurataan ja käytetään hyväksi mainonnan kohdentamisessa (50 %).

Digitaalisen ja painetun sanomalehden mielikuvalliset erot suuret

TNS Gallupin keväällä tekemän Medioiden mielikuvat 2016 -tutkimuksen mukaan lähes kaikkien mediaryhmien mielikuvat heikentyivät edellisvuoteen nähden merkittävästi. Näin tapahtui myös sanomalehdille.

Painetut sanomalehdet olivat perinteisten medioiden kilpailukentässä edelleen hyvässä asemassa arvostuksen, asiantuntemuksen, hyö-



Laita mainoksesi sinne, missä se tuntuu mieluisalta.
Ylivoimaisesti paras paikka tähän on sanomalehti.

SANOMALEHTIEN LIITTO

dyllisyyden, ajankohtaisuuden ja useiden muiden lukijasuhteen jatkuvuudelle tärkeiden ominaisuuksien suhteen. Mielikuvallinen etulyöntiasema digitaalisten palveluiden kilpailukentässä ei ole kuitenkaan yhtä vaikuttava.

Entisestäänkin kovenevassa kilpailutilanteessa sanomalehtien on elintärkeää olla kilpailukykyinen ja erottua myönteisesti muista media-alan palveluista niin kuluttajille kuin mainostajille - myös digitaalisissa palveluissa. Tätä haluttiin nostaa esille myös uusien mielikuvamateriaalien teemoituksessa.

Kuluttajamarkkinoinnin tueksi Kuka kuiskii korvaasi ja Sanomalehti on fiksu juttu

Sanomalehtien Liitto tuotti vuoden lopussa jäsenlehtien oman lukijamarkkinoinnin tueksi kaksi eriteemaista mielikuvamateriaalista. Tavoitteena oli vahvistaa erityisesti sanomalehden digitaalista lukijasuhdetta ja sisällön erottumista luotettavuudellaan myös verkkomaailmassa. Ilmoituksia tuotettiin painettuun lehteen, verkkosivuille ja sosiaalisen median uutisvirtaan.

Kaikki ilmoitusversiot tutkittiin maakuntalehtien lukijaneeeleissa. Lukijoiden palautteen mukaan Sanomalehtien Liiton tuottama materiaali oli persoonallisempaa, positiivisempaa, mielenkiintoisempaa ja pidetymppää kuin tulospankin materiaalit keskimäärin. Materiaalien kerrottiin myös herättävän paremmin huomiota ja tunteita kuin vertailuryhmän ilmoitukset. Materiaalien käyttöaika jatkuu vuoden 2018 loppuun asti.

Sanomalehdet ja kaupunkilehdet tärkeimmät tietolähteet kevään kuntavaaleissa

Painetut sanomalehdet ja kaupunkilehdet ovat ylivoimaisesti tärkeimmät mediat, kun suomalaiset hakevat tietoa äänestyspäätöksensä tueksi huhtikuun 2017 kuntavaaleihin, selvisi IROResearchin joulukuussa tekemästä Kuntavaalimediat 2017 -tutkimuksesta.

Suomalaisista 63 prosenttia ilmoitti aikovansa hakea äänestyspäätöksensä taustaksi tietoa painetuista sanomalehdistä, 42 prosenttia painetuista kaupunkilehdistä ja 36 prosenttia sanomalehtien digitaalisista palveluista ja Ylen televisiokanavista. 55 vuotta täyttäneistä lähes 80 prosenttia aikoi hakea tukea äänestyspäätökselleen painetusta sanomalehdestä. Äänestämään varmasti tai mahdollisesti aikovista 18–24-vuotiaista 64 prosenttia aikoi hakea tietoa äänestyspäätöksensä taustaksi sanomalehtien digitaalisista palveluista. Toiseksi sijoittuvaa Googlea aikoi hyödyntää selvästi harvempi eli 42 prosenttia ikäryhmästä.

Kuntavaaleissa äänestämisen tueksi aiotaan hakea tietoa täsmälleen samoista medioista, joista suomalaiset kertovat seuraavansa säännöllisesti asuinkuntansa asioita: painetuista sanomalehdistä ja kaupunkilehdistä. Kolmannelle sijalle asuinkuntaa koskevassa uutisoinnissa sijoittuivat Ylen televisiokanavat ja neljänneksi sanomalehtien digitaaliset palvelut. Nuorin aikuisväestö, 18–24-vuotiaat, seuraa asuinkuntaa koskevia uutisia myös Facebookista. Nuoret nimesivät Facebookin viidenneksi tärkeimmäksi tietolähteeksi tulevissa kuntavaaleissa.

Noin puolet jäsenkunnasta suhtautuu tulevaisuuteen luottavaisesti ja innostuneesti

Sanomalehtien Liitto selvitti tammikuussa 2016 jäsenyritystensä suhtautumista alan tulevaisuuteen. Sanomalehtiyrityksiä edustaneista vastaajista (N= 242) hieman vajaa puolet suhtautui alan kehitykseen ja tulevaisuuteen luottavaisesti ja innostuneesti. Lähes joka kolmannen vastaajan mielestä valmius digiajan kohtaamiseen oli vähintään riittävän hyvällä tasolla.

Suurimmiksi ongelmiksi koettiin perinteistä liiketoimintaa koettelevat muutokset: painetun lehden mediamyynti, tilaajamäärän lasku ja jake-lun kustannukset.

Toiseksi huolenaiheymäksi koettiin digitaalisen liiketoimintaosaamisen ja uusia tulovirtoja tuottavien ideoiden puute, digitaalisen mediamyyntin ja tilaajamäärien vähäisyys sekä kansainvälisten teknologiayritysten vahvistunut rooli mediamainonnassa. Vastaajista 44 prosenttia arvioi digitulojen osuuden olevan korkeintaan 20 prosenttia yrityksen tuloista vuonna 2020. Joka neljäs arvioi digitulojen osuuden sijoittuvan 21–30 prosentin välille.

Yli 60 prosenttia jäsenkunnan edustajista arvioi digitaalisuuden olevan valtavirtaa sanomalehtien osalta vuoteen 2030 mennessä, kun taas joka kolmas uskoi paperin säilyvän vahvana myös sen jälkeen.

Kaupunkilehtien kyselyyn vastanneista (N=22) lähes 60 prosenttia uskoi paperilehden olevan kaupunkilehtien osalta valtavirtaa vielä vuoden 2030 jälkeenkin. Kaupunkilehtivastaajien usko painetun kaupunkilehden mediamyyntitulojen kehittymiseen oli vahva; puolet arvioi painetun lehden tulojen kasvavan nykyisestä tai pysyvän vähintään ennallaan ja yli puolet arvioi digitulojen jäävän enintään 10 prosenttiin vuonna 2020. Kaupunkilehtivastaajista yli 70 prosenttia uskoi yrityksensä henkilöstön suhtautuvan luottavaisesti ja innostuneesti tulevaisuuteen.

Uudet lukijasuhdeet

Sanomalehtiviikko

Sanomalehtiviikkoa vietettiin 1.–5.2.2016. Viikolla pureuduttiin median luotettavuuteen ja lähdekritiikkiin teemalla ”Onko tämä totta?”

Sanomalehtien Liiton jäsenlehdet osallistuivat Sanomalehtiviikkoon aktiivisesti. Viikolla toimitettiin kouluihin lähes 700 000 printtilehteä. Valtaosalla jäsenlehdistä oli digilehti avoinna, yli 60 prosenttia teki tavallista enemmän juttuja lapsia ja nuoria kiinnostavista aiheista ja lähes puolet julkaisi myös lasten ja nuorten tekemiä juttuja.

Uusi oppimateriaali *Onko tämä totta? Työkaluja lähdekritiikkiin ja median luotettavuuden punnintaan* julkaistiin Sanomalehtiviikolla. Materiaalissa avataan median luotettavuus -teemaa kuudesta ajankohtaisesta näkökulmasta: mielipiteen ja fak-
tan eron kaventuminen, feikkiuutiset, netin keskustelukulttuuri, infosota, totuus kuvassa ja spon-
soroitu totuus. Materiaali koostuu taustoittavista teksteistä ja käytännön harjoituksista.

Sanomalehtiviikolle tuotettiin tutkimus, jossa kartoitettiin, mihin yläkouluikäiset luottavat ver-
kossa. Tutkimuksen perusteella tiedon luotettavuus

verkossa on yläkouluikäisten nuorten mielestä tärkeää. He arvioivat lisäksi, että luotettavan tiedon merkitys verkossa kasvaa tulevaisuudessa.

Nuorten mielestä luotettavuuden kannalta on tärkeintä, että juttu on julkaistu sellaisen sivuston tai median sivulla, jota he pitävät luotettavana. Nuoret pitävät tärkeänä myös sitä, että jutusta käy selvästi ilmi, onko kyse faktasta vai mielipiteestä ja onko jutulla tarkoitus myydä jotakin.

Sanomalehti mukana muuttuvassa koulussa

Sanomalehti mukana muuttuvassa koulussa -projektissa sanomalehdet ja koulut kokeilivat uudenlaista yhteistyötä uuden perusopetuksen opetussuunnitelman (POPS 2014) hengessä. Oppilaat muun muassa valtasivat lehden toimituksen, ryhtyivät videotoimittajiksi ja tekivät kokonaisia lehtiä.

Käytännön kokemuksista koottiin *Toimitusvalta*-materiaali, jossa on esitelty kymmenen lehtien ja koulujen toteuttamaa käytännön projektia. Materiaali julkaistiin syyslukukauden alussa.

Yllätyskäänne laintulkinnassa:

MYÖS KOULULAISILLE MAKSETAAN

JATKOSSA LOMARAHAA.*)

*Lähde: Yhden Jaakon feedissä oli linkki uutiseen. En avannut sitä, mutta siinä oli ainakin sata tykkäystä.

Opettaja, tilaa lehdet Sanomalehtiviikon ajaksi maksutta numerosta 01 000 0000.



SANOMALEHTIEN LIITTO
sanomalehtiopetuksessa.fi

SANOMALEHTIVIIKKO 1.-5.2.

LEHDEN OMA LOGO

Kaupunki- ja paikallislehdet

Kaupunkilehdet

Sanomalehtien Liiton Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) tekemän toimenpidepyynnön seurauksena Posti ja Suomen Suoramainonta ilmoittivat lopettavansa osoitteettoman suoramainonnan pelisääntöjen noudattamisen ja tekemänsä jatkossa osoitteetonta jakelua koskevat päätökset itsenäisesti. KKV poisti toimenpidepyynnön käsittelystään toukokuussa 2016. KKV:n alustavan arvion mukaan Posti ja Suomen Suoramainonta olivat rajoittaneet menettelyllä keskinäistä kilpailuaan osoitteettomassa lehtijakelussa. Vuoden lopulla noin 70 prosenttia liiton jäsenkaupunkilehdistä jaettiin mainoskieltotoloksiin joko aina tai pyynnöstä.

Kaupunkilehtijaosto toteutti vuoden aikana Jakelun laatuopas-projektin. Syksyllä valmistuneessa laatuoppaassa on ohjeistusta erityisesti kaupunkilehtien jakelupalveluiden laadun määrittelymiseen.

Kaupunkilehtipäivä järjestettiin toisen kerran osana Suuria Lehtipäiviä.

Vuoden kaupunkilehti -kilpailu ja kaupunkilehtien kuvakilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran yhteistyössä Turun ammattikorkeakoulun kanssa. Kilpailuun osallistui ennätyselliset 30 kaupunkilehteä. Kilpailun voittajat palkittiin marraskuussa Suurilla Lehtipäivillä Porvoossa.

Paikallislehdet

Paikallislehtikilpailu toteutettiin ensimmäisen kerran yhteistyössä Haaga-Helia ammattikorkeakoulun ja Metropolia Ammattikorkeakoulun kanssa. Kilpailuun osallistui 88 lehteä ja 33 verkkopalvelua. Kilpailun voittajat palkittiin marraskuussa Suurten Lehtipäivien iltajuhlissa Porvoossa.

Paikallislehtipäivä järjestettiin toisen kerran osana Suuria Lehtipäiviä.

Paikallislehtien vuosittainen tunnustuspalkinto, valtakunnallinen Antti-patsas jaettiin Sirkus Finlandialle. Paikallislehdet jakoivat vuoden aikana yli 25 paikallis- ja maakunta-Anttia eri puolilla Suomea henkilöille, jotka ovat aktiivisella tiedottamisellaan ja paikallisella toiminnallaan auttaneet paikallislehteä hoitamaan omaa tiedotustehtäväänsä.



Suurilla Lehtipäivillä kaupunki- ja paikallislehtikilpailuissa palkittujen hymy oli herkässä.

Suomen Lehdistö

Suomen Lehdistö pyrki palvelemaan lukijoitaan entistä paremmin myös verkossa. Vuoden lopulla toimitus aloitti viikoittaisen uutiskirjeen, joka kokoaa media-alan uutisia ja lehden omia aiheita. Loppuvuodesta lehti keräsikin aiempaa laajemman yleisön verkossa. Uutiskirje on printttilausta täydentävä tuote.

Printissä ja verkossa käsiteltiin vuoden aikana muun muassa kokeilemisen kulttuuria ja uusia liiketoimintamalleja. Lehdessä kerrottiin hyvistä käytännöistä media-alalla myös muun muassa Yhdysvalloista ja Pohjoismaista. Lehti teki kaksi laajaa selvitystä: toisen sanomalehdissä käytettyistä verkon maksumalleista ja toisen sanomalehtibrändien digituotteiden hinnoittelusta.

Keskeisessä roolissa olivat hyviä käytäntöjä ja kavat keissijutut, hyötyjournalismi, tutkimustieto ja alan uusien avausten esittely.

Marraskuussa Suomen Lehdistö valittiin vuoden parhaaksi järjestölehdiksi ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:n järjestämässä Lehtikatsauksessa. Palautteen mukaan lehti onnistuu olemaan yhtä aikaa puhutteleva ja asiantunteva.

Vuonna 2016 Suomen Lehdistö ilmestyi painettuna kahdeksan kertaa. Kesäkuussa ilmestyi vuotuinen Tilastot & tarinat -erikoisnumero, joka kokoaa muun muassa numerotietoa sanomalehtien taloudesta.

Suomen Lehdistön mediamyynnistä vastasi Timo Järvenpää. Lehti painettiin Botnia Printissä Kokkolassa.

SuomenLehdistö

MEDIA-ALAN OMA LEHTI • NRO 3 • 27.4.2016 • PERUSTETTU VUONNA 1930



HELSINGIN SANOMIEN Musta laatikko -esitys tuo journalistit näyttämölle. Jaakko Lyytinen puhuu ihmisistä evoluution tuotteina. **Sivut 14-16**

Susan Duinhoven: Hollannin-mallia ei tarvitse kopioida Suomeen. **Sivu 8**

Paikallislehtien maksumallit

Sami Rahikosen Siltä-Suomen Lehti panostaa verkkoon. **Sivut 10-13**

Säätirahoitus yleistyy
Saksalaisen Corrector tuottaa turkivä journalistia. **Sivu 4**

Mitä hyötyä Periscopesta?
Videoita julkaisevat teknologiat kertovat kokemuksistaan. **Sivu 6**

Satsaus nuoriin
Paikallislehdet tekevät isoa kouluprojekteja. **Sivu 7**

SuomenLehdistö

MEDIA-ALAN OMA LEHTI • NRO 8 • 14.12.2016 • PERUSTETTU VUONNA 1930



PAIKALLISLEHDILLÄ on nyt hyvä klangi. Niissä on aina työskennellyt monimedia-toimittajia, sanoo Jarkko Ambrusin. Hän kirittää Alman paikallislehtiä digiin. **Sivu 8**

SOK Median Ääri: Maakuntalehtien kaupalliset sisällöt kiinnostavat. **Sivu 10**

Viestilehdet loi Digiakatemia

Anita Lehtovuori-Uusvaara innostui opiskelemaan omassa talossaan. **Sivu 14**

Koko kansan media?
Taapudistusta ei tarvita, sanovat asiantuntijat. **Sivu 4**

Schibsted menestyy
Lukijatuotoja verkosta? Nuorilla? Myös maakunnissa? Kyllä. **Sivu 4**

Heräteostokset digiin
Mikromarkkinointi on luokiteltu potentiaalia. **Sivu 14**



Lausunnot

2.3.2016	Postitoimilupahakemukset
23.3.2016	Sanomalehtien Liiton näkemys postilain kokonaisuudistuksen keskeisistä kysymyksistä
13.9.2016	Sanomalehtien Liiton lausunto postilain uudistamisen arviomuistiosta
7.12.2016	Sanomalehtien Liiton lausunto postilakiluonnoksesta

Lehdistötiedotteet

1.2.2016	Yläkouluikäiset arvostavat luotettavaa tietoa verkossa
4.2.2016	Jakelupalvelut turvataan parhaiten yhteistyöllä
6.4.2016	Valtaosa suomalaisista kannattaa viisipäiväisen jakelun säilyttämistä
13.4.2016	Vuoden 2015 sanomalehtien parhaat jutut palkitaan 12.5.
14.4.2016	Lapset ja nuoret saavat Suomi 100 -juhlavuodeksi oman verkkolehden
3.5.2016	Media-ala puolustaa yhteisvoimin vastuullista sananvapautta
11.5.2016	Kuluttajalla oikeus saada kaupunkilehti mainoskieltotalouteen
12.5.2016	Vuoden parhaat jutut ja sivut palkittu
18.5.2016	Sanomalehtien kärkiasema luotettavimpana mediana vahvistui
12.6.2016	Vesa-Pekka Kangaskorpi sanomalehtien maailmanjärjestön avainpaikalle
16.6.2016	Ylen markkinavaikutukset paremmin huomioon, verkkolehtitoiminta jäi rajaamatta
13.9.2016	Postinjakelu uudistettava kuluttajan eduksi
21.9.2016	Sanomalehtien merkitys yhteiskunnallisten asioiden edistäjänä kasvanut selvästi
31.10.2016	Luetko sinä? -kampanjan voitto Hämeenlinnaan
3.11.2016	Parhaat paikallislehdet palkittu
14.12.2016	Sanomalehdet ja Yle yleissivistyksen kannalta tärkeimmät mediat
29.12.2016	Sanomalehdet ja kaupunkilehdet tärkeimmät tietolähteet ensi kevään kuntavaaleissa

Laatukilpailut

Liitto järjesti neljä journalistista laatukilpailua. Keväällä palkittiin vuoden parhaat jutut ja sivut ja syksyllä parhaat paikallis- ja kaupunkilehdet.

Laatukilpailuissa palkitut

Vuoden parhaat -kilpailu

Paras juttu -kilpailu

Uutiset

1. Juha Vainio: Vihasivusto tienaa yritysten mainoksilla, Lännen Media 29.3.2015
2. Olli Ainola: Putinin panttivanki, Iltalehti 12.9.2015
3. Anders Eklund: Det stora vaccinkriget, Vasa-bladet 22.2.2015

Näkökulmat

1. Tapani Luotola: Keitossa on pian karpänen, Keskisuomalainen 28.9.2015
2. Heikki Kärki: Hullujen työläisten Suomi, Sunnuntaisuomalainen 6.9.2015
3. Leena Talvensaari: Hei skeittari, ala hiihtämään!, Uusi Rovaniemi 2.9.2015

Feature

1. Risto Pyykkö: Isän nimeen, Lapin Kansa/Pohjolan Sanomat 11.4.2015
2. Ann-Sofi Berger: På flykt, Österbottens Tidning 6.12.2015
3. Janne Laitinen: Pakettimatka, Sunnuntaisuomalainen 11.10.2015

Paras juttu -kilpailuun osallistui 153 juttua.

Kilpailun tuomaristo: päätoimittaja Petri Karjalainen, toimittaja Elina Lappalainen ja toimittaja Panu Rätty

Parhaat sivut

Etusivu/premiääri (levikki yli 10 000)

1. Helsingin Sanomat 15.11.2015
2. Salon Seudun Sanomat 18.1.2015
3. Aamulehti 15.3.2015

Etusivu/premiääri (levikki alle 10 000)

1. Raahen Seutu 17.9.2015
2. Loimaan Lehti 22.1.2015
3. Loimaan Lehti 10.1.2015

Feature (Levikki yli 10 000)

1. Lapin Kansa 8.3.2015 Hissien sota
2. Helsingin Sanomat 31.1.2015 Kuoleman etulinja
3. Lännen Media 11.10.2015 Rahan bittivirta

Feature (Levikki alle 10 000)

1. Västra Nyland 24.10.2015 Hon lever i två färgvärldar
2. Nokian Uutiset 21.12.2015 Puhkumme ja puhallamme latosi henkiin
3. Västra Nyland 7.5.2015 Skatten på havets botten

Raati arvioi kaikkiaan 117 sanomalehtisivua.

Kilpailun tuomaristo: graafinen suunnittelija, valokuvaaja Nina Huisman, creative director Antero Jokinen ja graafisen suunnittelun opettaja Christopher Leka

Kaupunkilehtikilpailu

Vuoden kaupunkilehti 2016

1. Uusi Rovaniemi
2. Tamperelainen
3. Epari

Paras verkkolehti: Karjalan Heili

Vuoden kaupunkilehtikilpailuun osallistui 30 lehteä.

Tuomaristo: Turun ammattikorkeakoulun journalismin ja mainonnan suunnittelun erikoistumisen opiskelijoita ohjaajinaan Tuomas Mustikainen ja Erkki Mikkola sekä päätoimittajat Petri Piipari ja Janne Rantanen.

Vuoden kaupunkilehtikuva 2016

1. Johanna Erjonsalon kuva jutussa Tanssikonkari kisaa ensi kertaa baletissa (Helsingin Uutiset)
2. Johanna Erjonsalon kuva jutussa Asunnottomuus uhkaa räjähtää käsiin (Länsiväylä)
3. Pia Rauhalamin kuva jutussa Rohkeasti erillainen pari (Satakunnan Viikko)

Vuoden kaupunkilehtikuvakilpailuun lähetettiin 33 kuvaa.

Kilpailun tuomari: valokuvaaja Niklas Tallberg, KSF Media Ab

Vuoden kaupunkilehtijuttu 2016

1. Aimo Salonen, Karjalan Heili: Ladasta en luovu enkä digikuva ota
2. Sanna Jääskeläinen, Satakunnan Viikko: Paholaisen sukua
3. Petteri Kankkunen, Uusi Rovaniemi: VO2max vai PS2max?

Vuoden kaupunkilehtijuttukilpailuun lähetettiin 53 juttua.

Kilpailun tuomari: viestintäalan yrittäjä, toimittaja Ilkka Vääntinen

Paikallislehtikilpailu 2016

Kerran viikossa ilmestyvät lehdet

1. Kiuruvesi-lehti
2. Uutis-Jousi
3. Tyrvään Sanomat

Kaksi kertaa viikossa ilmestyvät lehdet

1. Jämsän Seutu
2. Loviisan Sanomat
3. Kuhmolainen

Kolme kertaa tai useammin ilmestyvät lehdet

1. Västra Nyland
2. Åbo Underrättelser
3. Östnyland

Paikallislehtien verkkolehtien voittajat

Kerran viikossa ilmestyvät lehdet
Iijokiseutu

Kaksi kertaa viikossa ilmestyvät lehdet
Kangasalan Sanomat

Kolme kertaa tai useammin ilmestyvät lehdet
Koillissanomat

Paikallislehtikilpailuun osallistui 88 lehteä ja 33 verkkopalvelua.

Tuomaristo: 19 journalistiopiskelijaa Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta ja kaksi graafisen suunnittelun opiskelijaa Metropolia Ammattikorkeakoulusta. Raadin työtä ohjasivat journalismin lehtori Sari T. Tiiri ja vapaa toimittaja, medianomi Ida Kukkapuro. Verkkokilpailun raadissa oli viisi journalistiopiskelijaa Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta. Verkkoraadin työtä ohjasi toimittaja Antti Järvi.



Rovaniemen Kunnalliskubi on miesten oma maailma. Vain harvat asiat ovat muuttuneet sen satavuotisen historian aikana. » 4-5

Uusi Rovaniemi valittiin vuoden kaupunkilehdeksi 2016

ItäMaito Kiuruveden myymälässä kevätriisiä ja maitopoikakilpailut
perjantaina 22.4.2016

Markkinapöytä tarjontana:

Eläinrehkeiden markkinat	10,00 /tk (10 kg/10 - 24 kg)
Dillemäisiä, leikkia, kypäriä jalkoihin	15,00 /tk (10 kg/10 - 24 kg)
Ligotit myllyä varten	100 /tk (10 kg/10 - 24 kg)
Kunnon ja kunnian puolesta	49,90 /tk (10 kg/10 - 24 kg)
Maailmanlaajuisuus	39,90 /tk (10 kg/10 - 24 kg)
Maailmanlaajuisuus	49,90 /tk (10 kg/10 - 24 kg)

Maailmanlaajuisuus on maailmanlaajuisuus. Maailmanlaajuisuus on maailmanlaajuisuus. Maailmanlaajuisuus on maailmanlaajuisuus.

Kiuruvesi voitti kerran viikossa ilmestyvien sarjan Paikallislehtikilpailussa.

Kansainvälinen yhteistyö

Sanomalehtien Liitto osallistui sanomalehtikustantajien kansainväliseen yhteistyöhön ja edunvalvontaan sanomalehtien maailmanjärjestön WAN-IFRA:n (World Association of Newspapers and News Publishers), News Media European (NME) ja Kansainvälisen lehdistöinstituutin IPI:n (International Press Institute) hallinnoissa, toimielimissä ja tapahtumissa.

Pohjoismaisella tasolla liitto teki edunvalvonnallista yhteistyötä Ruotsin (Tidningsutgivarna), Norjan (Mediebedriftenes Landsforening) ja Tanskan (Danske Medier) sanomalehti- ja media-liittojen kanssa.

Liitto tuki edelleen SNDS:n (Society for News Design Scandinavia) pohjoismaisen ulkoasukilpailun järjestämistä.

Koulutukset

Sanomalehtien Liitto järjesti 11 tilaisuutta, joihin osallistui yhteensä yli 1 000 henkilöä.

Sanomalehtitreffit kuluttaja- ja mainostaja-tutkimusten äärellä

13.1.2016 Helsinki

Tilaisuudessa käytiin läpi vuoden 2015 aikana valmistuneita sanomalehdistöä koskevia erilaisia tutkimustuloksia ja niiden merkitystä sanomalehdistölle. Tutkimustuloksista kertoivat Insight Director Kirsi Saloranta ja johtaja Sirpa Kirjonen.

Osallistujia 22

Miten kehittää kaupunkilehden jakelun laatua?

8.4.2016 Helsinki

Keskustelutilaisuus kaupunkilehtien jakelun laadusta. Tilaisuus oli startti kaupunkilehtien jakelun laatuopastyölle. Keskustelua alusti Suomen Suoramainonnan kehitysjohtaja Jani Kaski.

Osallistujia 8

Mediajohtamisen koulutuspäivät 2016

28.4., 26.5. ja 18.8.2016 Helsinki

Mediajohtamisen koulutuspäivät tarjosivat ajankohtaista tietoa, käytännön välineitä ja ratkaisumalleja sisältöjen, tuotteiden ja mediabrändien uudistamiseen ja kehittämiseen. Koulutuksessa haettiin näkökulmia uudistaa ja tehostaa media-yrityksen toimintamalleja, kehittää uutta liiketoimintaa sekä tunnistaa kasvumahdollisuuksia. Lisäksi päivillä kehitettiin välineitä johtaa tiimejä uudistamaan osaamista, toimintaa, sisältöjä ja

tuotteita.

Koulutuspäivien teemat olivat: Uudistumisen ja strategiatyön johtaminen, Monikanavaisten mediabrändien rakentaminen ja johtaminen ja Luovuuden, tiimien ja verkostojen johtaminen. Pääkouluttajana valtiotieteiden tohtori Nando Malmelin.

Osallistujia 16

Kevätseminaari: Kasvu omissa käsissä

12.5.2016 Kajaani

"Kasvu omissa käsissä" -seminaari pohti sanomalehtien liiketoimintamahdollisuuksia printin ja digin näkökulmat yhdistäen. Aiheina olivat pohjoismaiset liiketoimintamallit, sanomalehtien jakelu sekä median moniäänisyyden ja sananvapauden turvaaminen.

Tilaisuudessa puhuivat toimitusjohtaja tutkija Mikko Grönlund, toimittaja Laura Halminen, kansanedustaja Marisanna Jarva, päätoimittaja Antti Kokkonen, tutkija Katja Lehtisaari, tutkija Carl-Gustav Lindén, viestintäjohtaja Markku Mantila, päätoimittaja Markus Pirttijoki, liiketoimintajohtaja Petteri Putkiranta, toimitusjohtaja Tenna Talvi-Pietarila, toimitusjohtaja Jukka Tuulensuu ja yksikön johtaja Laura Vilkkonen.

Osallistujia 108

Tuloksia ja keskustelua Pohjoismaisten uutismedioiden uusista liiketoimintamalleista

1.9.2016 Helsinki + livelähetys

Seminaari tarjosi tietoa ja keskustelua pohjoismaisten uutismedioiden uusista liiketoimintamalleista ja Reuters Institutin Digital News Report -tutkimuksen pohjalta uutismedioiden digitaalisesta käytöstä. Tilaisuuden alustajina tutkijat Mikko Grönlund, Katja Lehtisaari, Carl-Gustav Lindén, Esa Reunanen ja Mikko Villi.

Osallistujia 50. Livelähetystä seurasi 82 katsojaa ja tallennetta oli katsottu vuoden loppuun mennessä 261 kertaa.

Meidän kaikkien juttu!

Sanomalehtien Liiton mediakasvatuskoulutus opettajille ja toimittajille

9.9.2016 Helsinki

Sanomalehtien Liiton mediakasvatuskoulutus kokosi toimittajat ja opettajat yhteen ajankohtaisten mediakasvatusteemojen äärelle heti lukuvuoden alussa. Tilaisuudessa puhuivat projektipäällikkö Piia Hietamäki, päätoimittaja Jouko Jokinen, sosiaalisen median tutkija Janne Matikainen, media-

kasvatusasiantuntija Hanna Romppainen ja toimittaja Johanna Vehkoo. Lisäksi ohjelmaan kuului käytännön kokemusten jakaminen uudelta koulujen ja lehtien yhteistyöstä.

Osallistujia 95

**Sosiaalinen ja digitaalinen media
lukijamarkkinoinnin tukena -workshop**
23.9.2016 Helsinki

Workshopissa perehdyttiin digitaalisen ja sosiaalisen median periaatteisiin ja niiden rooliin sanomalehtien lukijamarkkinoinnissa sekä tutustuttiin asiakaspalvelun mahdollisuuksiin sosiaalisessa mediassa. Kouluttajana yrittäjä Teija Leino.

Osallistujia 14

Digiarkistoista liiketoimintaa
29.9.2016 Helsinki + live-lähetys

Tilaisuudessa kuultiin digiarkistojen hyödyntämiseen liittyvistä tekijänoikeuskysymyksistä, teknisistä ratkaisuista ja liiketoimintamalleista. Tilaisuuden puhujina olivat liittojohtaja Jukka Holmberg, kehitysjohtaja Kari Kaikkonen, lakiasianjohtaja Satu Kangas, johtaja Pirjo Karppinen ja varatoimitusjohtaja Jukka-Pekka Timonen.

Osallistujia 18. Live-lähetystä seurasi 42 katsojaa ja tallennetta oli katsottu vuoden loppuun mennessä 45 kertaa.

Suuret Lehtipäivät
3.-4.11.2016 Porvoo

Suurilla Lehtipäivillä käytiin keskustelua digitaalivaisuudesta printtilehden kehittämistä unohtamatta. Tarjolla oli tuoretta tietoa siitä, mitä kuuluu kaupunki- ja paikallislehdille Pohjoismaissa, lehtien somestrategioista ja uudistumisen johtamisesta.

Päivillä esiintyivät päätoimittaja Jarkko Ambrusin, toimittaja Janne Arola, puheenjohtaja Elina Grundström, tutkija Mikko Grönlund, liittojohtaja Jukka Holmberg, päätoimittaja Arto Henriksson, asiakkuus- ja kehityspäällikkö Tanja Herranen, päätoimittaja Piia Hietämäki, lakiasianjohtaja Satu Kangas, päätoimittaja Seppo Kangas, Osmo Kurki, toimitusjohtaja Sari Kuusinen, tutkija Katja Lehtisaari, tutkija Garl-Gustav Lindén, yrittäjä Helvi Liukkaala, professori Nando Malmelin, päätoimittaja-toimitusjohtaja Marja Mölsä, Tax Director Ritva Nyrhinen, julkaisuliiketoiminnan johtaja Alpo Ohtamaa, toimitusjohtaja Antti-Pekka Pietilä, puheenjohtaja Antti Salminen, toimitusjohtaja Olli Sirén, ulkoasupäällikkö Stefani Urmas, päätoimittaja Kati Uusitalo sekä Haaga-Helian ja

Turun ammattikorkeakoulun opiskelijoita.

Osallistujia 212

Mediapäivä 2016
16.11.2017 Helsinki

Päivän teema oli Luo kasvua. Sanomalehtien oman aamupäiväseminaarin otsikkona oli Hyvä vire päällä. Ajatuksia herättelivät päätoimittaja Ulla Appelsin, digitaalisen liiketoiminnan johtaja Kirsi Hakaniemi, luova johtaja Jani Halme sekä toimitusjohtaja Tom Jungell. Ilta-päiväseminaarissa päälavalle nousivat toimitusjohtaja Susan Duinhoven, toimitusjohtaja Raoul Grünthal, johtaja Tiina Järvilehto, markkinoinnin kummitäti Anne Korkiakoski, toimitusjohtaja Ilkka Lavas, toimitusjohtaja Irmeli Rytönen, toimitusjohtaja Kai Telanne sekä Think Ink -innovaatiokilpailun voittajat.

Osallistujia päivässä yhteensä 450, Sanomalehtien Liiton media-aamussa 132

Jakelun ajankohtaispäivä 2016
24.11.2016 Vantaa

Jakelun ajankohtaispäivä on sanoma- ja kaupunkilehtien jakelun ammattilaisten sekä jakelun ostopalvelusta, sanomalehtien levikistä tai asiakaspalvelusta vastaavien henkilöiden vuotuinen ammattitapahtuma. Päivän teemoina olivat uudistuva postilaki ja jakeluyhtiöiden uudet liiketoimintakokeilut. Puhujina päivässä olivat tuotepäällikkö Olli Ahvenniemi, liikenne- ja viestintäministeri Anne Berner, yhteyspäällikkö Patrick Helander, johtaja Kari Juutilainen, jakelujohtaja Teija Kiiskilä, johtaja Sirpa Kirjonen, lakimies Heli Manninen ja johtaja Risto Savikko.

Osallistujia 72.

Sanomalehtien Liiton jäsenet 31.12.2016

Jäsenjulkaisijat (99) Jäsenlehdet (237)

Ajan Sana Oy

Uusi Aika

Akaan Seutu Lehti Oy

Akaan Seutu

Alma Media Kustannus Oy

Aamulehti

Janakkalan Sanomat

Jokilaakso

Jämsän Seutu

Kankaanpään Seutu

KMV-lehti

Lapin Kansa

Lounais-Lappi

Luoteisväylä

Merikarvia-lehti

Nokian Uutiset

Pohjolan Sanomat

Pyhäjokiseutu

Raahelainen

Raahen Seutu

Rannikkoseutu

Satakunnan Kansa

Suur-Keuruu

Sydän-Satakunta

Tyrvään Sanomat

Uusi Rovaniemi

Valkeakosken Sanomat

Vekkari

Alma Media Suomi Oy

Iltalehti

Alma Talent Oy

Kauppalehti

ESV-Paikallismediat Oy

Juvan Lehti

Kaakonkulma

Kangasniemen Kunnallislehti

Keskilaakso

Luumäen Lehti

Länsi-Saimaan Sanomat

Paikallislehti Joutseno

Pitäjänuutiset

Puruvesi

Etelä-Suomen Media Oy

Aamuposti

Helsingin Uutiset

Hyvinkään Viikkouutiset

Iltamakasiini

Imatralainen

Keski-Uusimaa

Lappeenrannan Uutiset

Länsi-Uusimaa

Länsi-Uusimaa Ilta

Länsiväylä

Mäntsälän Uutiset

Nurmijärven Uutiset

Riihimäen seudun Viikkouutiset

Sipoon Sanomat

Tamperelainen

Turkulainen

Uusimaa

Vantaan Sanomat

Vihdin Uutiset

Viikkouutiset Keski-Uusimaa

Forum24 Oy

Forum24

Förlags Ab Sydvästkusten

Pargas Kungörelser

Åbo Underrättelser

Haapajärvi-Seura ry

Maaselkä

HSS Media Ab

Syd-Österbotten

Vasabladet

Österbottens Tidning

Huittisten Sanomalehti Oy

Lauttakylä

Hämeen Paikallismedia Oy

Hämeenkulma

Keski-Häme

Hämeen Sanomat Oy

Forssan Lehti

Hämeen Sanomat

Hämeenlinnan Kaupunkiuutiset

Seutu-Sanomat

Iitin Lehti Osakeyhtiö

Iitinseutu

Ilmajoki-lehti Oy

Ilmajoki-lehti

I-Mediat Oy

Epari

Ikkuna

Ilkka

Jurvan Sanomat

Järviseutu

Komiat

Pohjalainen

Suupohjan Sanomat

Viiskunta

Itäväylä Viestintä Oy

Itäväylä

Jalasjärvi Oy

JP Kunnallissanomat

Joutsan Seutu Oy

Joutsan Seutu

Joutsen Media Oy

Iijokiseutu

Koillissanomat

Oulu-lehti

Rantalakeus

Siikajokilaakso

Suomenmaa

Juuka-Seura ry

Vaarojen Sanomat

Järviseudun Mediatalo Oy

Järviseudun Sanomat

Kaakon Viestintä Oy

Etelä-Saimaa

Itä-Savo

Kouvola Sanomat

Kymen Sanomat

Länsi-Savo

Uutisvuoksi

Vartti Etelä-Karjala

Vartti Kymenlaakso

Viikkoset

Kaleva365 Oy

Kaleva

Kangasalan Sanomalehti-Osakeyhtiö

Kangasalan Sanomat

Kansalliskustannus Oy

Nykypäivä

Verkkouutiset

Kansan Uutiset Oy

Kansan Uutiset Viikkolehti

Karelia Viestintä Oy

Karjalan Heili

Kauhajoen Kunnallislehti Oy

Kauhajoki-lehti

Kaupunkilehti Pohjois-Kymenlaakso Oy

Kaupunkilehti Pohjois-Kymenlaakso

Keski-Karjalan Kustannus Oy

Parikkalan-Rautjärven Sanomat

Keski-Karjalan Paikallislehti Oy

Koti-Karjala

Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy

Haapavesi-lehti

Kalajokilaakso

Kalajokiseutu

Keskipohtanmaa

Kokkola-lehti

Lestijoki

Nivala

Perhonjokilaakso

Pietarsaaren Sanomat

Selänne

Keski-Suomen Media Oy

Hankasalmen Sanomat

Keskisuomalainen

Laukaa-Konnevesi

Sampo

Seinäjoen Sanomat

Sisä-Suomen Lehti

Suur-Jyväskylän Lehti

Viispiikkinen

Viitasaaren Seutu

Kiuruvesi Lehti Oy

Kiuruvesi-lehti

Korpilahden Paikallislehti Oy

Korpilahti-lehti

KSF Media Ab

Hangötidningen - Hangonlehti

Hufvudstadsbladet

Loviisan Sanomat

Västra Nyland
Östnyland
Kuhmoisten Sanomat Oy
Kuhmoisten Sanomat
Kuriirilainen Oy
Kuriiri
Kurikka-lehti Oy
Kurikka-lehti
Kustannus Oy Demari
Demokraatti
Kustannus Oy Puolangan DTP
Puolanka-lehti
Kustannusliike Aluelehdet Oy
Alueviesti
Lalli Oy
Satakunnan Viikko
Ulvilan Seutu
Lapua-Säätiö
Lapuan Sanomat
Lauttasaari-seura ry
Lauttasaari-lehti
Lempäälän-Vesilahden Sanomat Oy
Lempäälän-Vesilahden Sanomat
Lieksan Lehti Oy
Lieksan Lehti
Liperin Kotiseutu-uutiset Oy
Kotiseutu-uutiset
Marva Media Oy
Länsi-Suomi
Raumalainen
Mediatalo ESA Oy
Etelä-Suomen Sanomat
Itä-Häme
Seutu4 Hollolan Sanomat
Seutu4 Nastola-lehti
Seutu4 Orimattilan aluelehti
Seutu4 Päijät-Häme
Uusi Lahti
ML-Mediat Oy
Turun Seutusanomat
Nya Ålands Tidningsaktiebolag
Nya Åland
Oriveden Sanomalehti Osakeyhtiö
Oriveden Sanomat
Padasjoen Sanomat Oy
Padasjoen Sanomat
Perniönseudun Lehti Oy
Perniönseudun Lehti
Petäjäveden Petäjäiset ry
Petäjävesi-lehti
Pihtipudas-Seura ry
Kotiseudun Sanomat
Pitäjäsanomat Oy
Orimattilan Sanomat
Plari Oy
Laitilan Sanomat
Pogostan Sanomat Oy
Pogostan Sanomat

Pohjankyrön Media Oy
Kyrönmaa-lehti
Pohjankyrö-lehti
Tejuka
Pohjanmaan Viitosmedia Oy
SeutuMajakka
Pohjois-Karjalan Paikallislehdet Oy
Outokummun Seutu
Pielisjokiseutu
Poiju Julkaisut Oy
Kaupunkilehti Ankkuri
Priimus Media Oy
Auranmaan Viikkolehti
Loimaan Lehti
Präntti Oy
Seutulehti UutisOiva
Punkalaitumen Sanomat Oy
Punkalaitumen Sanomat
Puumala-Seura ry
Puumala-lehti
Pyhäjärven Sanomat Oy
Pyhäjärven Sanomat
Pyhäjärvisseudun Paikallislehti Oy
Alasatakunta
Rantapohja Oy
Rantapohja
Ruoveden Sanomalehti Oy
Ruovesi-lehti
Teisko-Aitolahti-lehti
Salon Seudun Sanomat Oy
Kaarina-lehti
Kunnallislehti Paimio-Sauvo-Kaarina
Paikallislehti Somero
Salon Seudun Sanomat
Salonjokilaakson Sanoma Oy
Salonjokilaakso
Sanoma Media Finland Oy
Helsingin Sanomat
HS Metro
Ilta-Sanomat
Taloussanomat
Sanomalehti Karjalainen Oy
Karjalainen
Savon Media Oy
Heinäveden Lehti
Iisalmen Sanomat
Joroisten Lehti
Koillis-Savo
Kuopion Kaupunkilehti
Matti ja Liisa
Miilu
Paikallislehti Sisä-Savo
Pieksämäen Lehti
Pielavesi-Keitele
Pitäjäläinen
Savon Sanomat
Soisalon Seutu
Uutis-Jousi

Warkauden Lehti
Viikkosavo
Sievi-Seura ry
Sieviläinen
SLP Kustannus Oy
Kainuun Sanomat
Koti-Kajaani
Koti-Lappi
Kuhmolainen
Sotkamo-lehti
Ylä-Kainuu
Sulkavan Kotiseutulehti Oy
Sulkava-lehti
Suomen Hevosurheilulehti Oy
Hevosurheilu
Sydän-Hämeen Kustannus Oy
Sydän-Hämeen Lehti
Tervareitti Oy
Tervareitti
Torniolainen Oy
Kemi-Tornio kaupunkilehti
Turun Sanomat Oy
Turun Sanomat
Turun Seutu Oy
Turun Tienoo
Turun Tietotarjonta Oy
Aamuset
Urjalan Sanomat Oy
Urjalan Sanomat
Uudenkaupungin Sanomat Oy
Uudenkaupungin Sanomat
Vakka-Suomen Media Osuuskunta
Vakka-Suomen Sanomat
Viestilehdet Oy
Maaseudun Tulevaisuus
Viestintä Alanko Oy
Elimäen Sanomat
Viestipantteri Oy
Paikallisuutiset
Ylä-Karjala Oy
Ylä-Karjala
Ylä-Satakunnan Sanomalehti Oy
Ylä-Satakunta
Ylöjärven Uutiset Oy
Ylöjärven Uutiset
ÄKS - Äänekosken Kaupunki-sanomat Oy
ÄKS Äänekosken Kaupunki-sanomat

Sanomalehtien Liiton jäsenet

Muut jäsenet (21)

Alma Manu Oy
Alma Media Oyj
Arena Partners Oy
HSS Media-bolagen Ab
Ilkka-Yhtymä Oyj
Ilves Jakelu Oy
I-print Oy
Kaleva Oy
Keskisuomalainen Oyj
Kärkimedia Oy
Lehtisepät Oy
Länsi-Savo Oy
Marva Group Oy
Oulun Jakelutoimisto Oy
Oy Suomen Tietotoimisto - Finska
Notisbyrå Ab
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj
Sanoma Oyj
Savon Jakelu Oy
Suomen Paikallismediat Oy
TS-Yhtymä Oy
Väli-Suomen Media Oy

Lehtiketjut

Sanoma- ja kaupunkilehdet konserneittain

Aina Group Oyj

Forssan Lehti
Hämeen Sanomat
Hämeenlinnan Kaupunkiutiset
Seutu-Sanomat

Alma Media Oyj

Aamulehti
Iltalehti
Janakkalan Sanomat
Jokilaakso
Jämsän Seutu
Kankaanpään Seutu
Kauppalehti
KMV-lehti
Lapin Kansa
Lounais-Lappi
Luoteisväylä
Merikarvia-lehti
Nokian Uutiset
Pohjolan Sanomat
Pyhäjokiseutu
Raahelainen
Raahen Seutu
Rannikkoseutu
Satakunnan Kansa
Suur-Keuruu
Sydän-Satakunta
Tyrvään Sanomat
Uusi Rovaniemi
Valkeakosken Sanomat
Vekkari

Eteenpäin Oy

Kaupunkilehti Ankkuri
Kaupunkilehti Pohjois-Kymenlaakso

Förlags Ab Sydvästkusten

Pargas Kungörelser
Åbo Underrättelser

HSS Media Ab

Syd-Österbotten
Vasabladet
Österbottens Tidning

Hämeen Paikallismedia Oy

Hämeenkulma
Keski-Häme

Ilkka-Yhtymä Oyj

Epari
Ikkuna
Ilkka
Jurvan Sanomat
Järviseutu
Komiati
Pohjalainen
Suupohjan Sanomat
Viiskunta

Joutsen Media Oy

Iijokiseutu
Koillissanomat
Oulu-lehti
Rantalakeus
Siikajokilaakso
Suomenmaa

Kaleva Oy

Forum24
Kaleva

Kansalliskustannus Oy

Nykypäivä
Verkkojutit

Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oyj

Haapavesi-lehti
Kalajokilaakso
Kalajokiseutu
Keskipojanmaa
Kokkola-lehti
Lestijoki
Nivala
Perhonjokilaakso
Pietarsaaren Sanomat
Selänne

Keskisuomalainen Oyj

Aamuposti
Etelä-Suomen Sanomat
Hankasalmen Sanomat
Heinäveden Lehti
Helsingin Uutiset
Hyvinkään Viikkouutiset
Iisalmen Sanomat
Iltamakasiini
Imatralainen
Itä-Häme

Joroisten Lehti
Keskisuomalainen
Keski-Uusimaa
Koillis-Savo
Kuopion Kaupunkilehti
Lappeenrannan Uutiset
Laukaa-Konnevesi
Länsi-Uusimaa
Länsi-Uusimaa Ilta
Länsiväylä
Matti ja Liisa
Miilu
Mäntsälän Uutiset
Nurmijärven Uutiset
Paikallislehti Sisä-Savo
Pieksämäen Lehti
Pielavesi-Keitele
Pitäjäläinen
Riihimäen seudun Viikkouutiset
Sampo
Savon Sanomat
Seinäjoen Sanomat
Seutu4 Hollolan Sanomat
Seutu4 Nastola-lehti
Seutu4 Orimattilan aluelehti
Seutu4 Päijät-Häme
Sipoon Sanomat
Sisä-Suomen Lehti
Soisalon Seutu
Suur-Jyväskylän Lehti
Tamperealainen
Turkulainen
Uusi Lahti
Uusimaa
Uutis-Jousi
Vantaan Sanomat
Warkauden Lehti
Vihdin Uutiset
Viikkosavo
Viikkouutiset Keski-Uusimaa
Viispiikkinen
Viitasaaren Seutu

KSF Media Ab

Hangötidningen - Hangonlehti
Hufvudstadsbladet
Loviisan Sanomat
Västra Nyland
Östnyland

Lalli Oy

Satakunnan Viikko
Ulvilan Seutu

Länsi-Savo Oy

Etelä-Saimaa
Itä-Savo
Juven Lehti
Kaakonkulma
Kangasniemen Kunnallislehti
Keskilaakso

Kouvola Sanomat
Kymen Sanomat
Luumäen Lehti
Länsi-Saimaan Sanomat
Länsi-Savo
Paikallislehti Joutseno
Pitäjän uutiset
Puruvesi
Uutisvuoksi
Vartti Etelä-Karjala
Vartti Kymenlaakso
Viikkoset

Marva Group Oy

Länsi-Suomi
Raumalainen

Pirkanmaan Lehtitalo

Akaan Seutu
Lempäälän-Vesilahden Sanomat
Sydän-Hämeen Lehti
Ylöjärven Uutiset

Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oy

Karjalainen
Karjalan Heili
Lieksan Lehti
Outokummun Seutu
Parikkalan-Rautjärven Sanomat
Pielisjokiseutu
Pogostan Sanomat
Ylä-Karjala

Ruoveden Sanomalehti Oy

Ruovesi
Teisko-Aitolahki

Sanoma Oy

Helsingin Sanomat
HS Metro
Ilta-Sanomat
Taloussanomat

Suomalainen Lehtipaino Oy

Kainuun Sanomat
Koti-Kajaani
Koti-Lappi
Kuhmolainen
Sotkamo-lehti
Ylä-Kainuu

TS-Yhtymä Oy

Aamuset
Auranmaan Viikkolehti
Kaarina-lehti
Kunnallislehti Paimio-Sauvo-Kaarina
Laitilan Sanomat
Loimaan Lehti
Paikallislehti Somero
Salon Seudun Sanomat
Turun Sanomat
Uudenkaupungin Sanomat

Ujaisen lehtiperhe

JP Kunnallissanomat
Kurikka-lehti

Kyrönmaa-lehti
Pohjankyrö-lehti
Tejuka

Muutokset jäsenistössä

Uudet jäsenet

Kaleva365 Oy 1.1.2016
Kuriirilainen Oy 1.1.2016
Lehtisepät Oy, ent. Sisä-Suomen Lehtipaino Oy 1.1.2016
Liperin Kotiseutu-uutiset Oy 1.4.2016
Pohjanmaan Viitosmedia Oy 25.8.2016
ÄKS – Äänekosken Kaupunkisanomat Oy 1.1.2016

Jäsenyyden loppuminen

Esa Lehtipaino Oy 31.5.2016
(fuusio Mediatlo ESA Oy:öön)
Esan Kaupunkilehdet Oy 31.5.2016
(fuusio Mediatlo ESA Oy:öön)
HSS New Media Ab 31.12.2015
(liiketoiminta myyty)
HSS Media-bolagen Ab 31.12.2016
(fuusio HSS Media AB:iin)
Lehtisepät Oy 31.12.2015 (fuusio Lehtisepät Oy:öön, ent. Sisä-Suomen Lehtipaino Oy:öön)
Liperin Kotiseutu-uutiset Ky 1.4.2016
(liiketoiminta myyty)
Nya Ålands Tidningsaktiebolag 31.12.2016
(jäsenyys irtisanottu)
Petäjäveden Petäjäiset ry 31.12.2016
(jäsenyys irtisanottu)
SLY-Kaupunkimedia Oy 31.12.2015
(fuusioitu Keski-Suomen Media Oy:öön)
Suomen Lehtiyhtymä Oy 31.12.2015
(liiketoiminnan loppuminen)

Uudet jäsenlehdet

Majakka (Pohjanmaan Viitosmedia Oy)
ÄKS Äänekosken Kaupunkisanomat (ÄKS – Äänekosken Kaupunkisanomat Oy)

Muutokset kustantajissa

Seinäjoen Sanomien liiketoiminta siirtyi Keski-Suomen Media Oy:öön 1.1.2016.

Henkilökunta

Sanomalehtien Liiton toimihenkilöt kuuluivat Viestinnän Keskusliiton henkilökuntaan. Liiton palveluksessa oli vuoden 2016 lopussa yhdeksän henkilöä.

Liittojohtajana toimi filosofian tohtori Jukka Holmberg. Hän toimi 1.5.–2.10.2016 oman toimensa ohella Viestinnän Keskusliiton vt. toimitusjohtajana ja 3.10. 2016 alkaen Viestinnän Keskusliiton toimitusjohtajana.

Kuluttaja-asiakkuuksista ja mediamarkkinoinnista vastaavana johtajana toimi kauppatieteiden maisteri Sirpa Kirjonen.

Mediakasvatusasiantuntijana toimi filosofian maisteri Hanna Romppainen. Määräaikaisena projektityöntekijänä Sanomalehti mukana muuttuvassa koulussa -hankkeessa ja 23.5. alkaen Meidän juttu -hankkeen projektipäällikkönä työskenteli Piia Hietamäki.

Jäsenpalvelupäällikkönä ja 11.10.2016 alkaen järjestöpäällikkönä toimi humanististen tieteiden kandidaatti Ilona Hannikainen. Hän vastasi myös paikallislehti- ja kaupunkilehtiasioista.

Sanomalehtien Liiton ja Viestinnän Keskusliiton yhteisenä viestintäpäällikkönä toimi valtiotieteiden maisteri Päivi Mykkänen ja tiedottajana valtiotieteiden kandidaatti Anne Suvanto. Anne Suvannon opintovapaan ja työkierron sijaisena 14.3.–30.6. ja 1.8.–28.10.2016 toimi Laura Kakkonen.

Suomen Lehdistön päätoimittajana toimi elokuun 2016 loppuun asti liittojohtaja Jukka Holmberg ja syyskuun alusta alkaen filosofian maisteri Riikka Virranta, ensimmäisen kuukauden viransijaisena. Toimitussihteeri, filosofian maisteri Noora Autio toimi toimituspäällikön sijaisena elokuun alkuun saakka, jolloin Virranta palasi äitiysvapaalta.

Toimielimet

Hallitus

Puheenjohtaja

Kaupallinen johtaja Petteri Putkiranta,
Sanoma Media Finland Oy

Varapuheenjohtajat

Vastaava päätoimittaja Jouko Jokinen,
Alma Media Kustannus Oy
Toimitusjohtaja Vesa Pihlajamaa,
Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy

Jäsenet

Toimitusjohtaja Jens Berg, KSF Media Ab
Toimitusjohtaja Jukka Haapalainen, Kaleva Oy
Toimitusjohtaja Vesa-Pekka Kangaskorpi,
Keskisuomalainen Oy
Toimitusjohtaja Jaakko Ketonen,
Turun Sanomat Oy
Toimitusjohtaja Matti Korkiatupa,
Ilkka-Yhtymä Oy
Toimitusjohtaja Jarmo Koskinen,
Kaakon Viestintä Oy
Hallituksen varapuheenjohtaja Heikki Laurinen,
Viestilehdet Oy
Toimitusjohtaja Antti-Pekka Pietilä,
Etelä-Suomen Media Oy
Toimitusjohtaja Jukka Ottela, Mediatalo ESA Oy
(5/2016 saakka)
Toimitusjohtaja Raimo Puustinen,
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oy
Toimitusjohtaja Tenna Talvi-Pietarila,
SLP Kustannus Oy (16.11.2016 alkaen)
Toimitusjohtaja, päätoimittaja Jaakko Ujainen,
Pohjankyrön Media Oy

Sihteeri

Liittojohtaja Jukka Holmberg, Sanomalehtien
Liitto

Kokouksia 6

Tilintarkastaja

KHT-yhteisö PricewaterhouseCoopers Oy

Strategiaryhmät ja jaostot

Kilpailukyky ja mielikuvat -strategiaryhmä

Puheenjohtaja

Liiketoimintajohtaja Jarkko Haukilahti,
Mediatalo ESA Oy

Jäsenet

Digitaalisen liiketoiminnan johtaja Kirsi Hakaniemi, Keskisuomalainen Oy
Toimitusjohtaja Sauli Huikuri, Joutsen Media Oy
Toimitusjohtaja, päätoimittaja Tarja Kojola,

Lapua-Säätiö
Sisältöjohtaja Pekka Lakka, Kaakon Viestintä Oy

Tuoteryhmäpäällikkö Maarit Lamminmäki,
Sanoma Media Finland Oy
Sisältömyynnin myyntijohtaja Pauliina Makko-
nen, Alma Media Kustannus Oy
Brändijohtaja Kati Mälart, Kärkimedia Oy
Markkinointijohtaja Fredrik Nars, KSF Media Ab
9/2016 saakka
Markkinointipäällikkö Tommi Peura, I-Mediat Oy
Toimitusjohtaja, päätoimittaja Pauli Uusi-Kilpo-
nen, Hämeen Sanomat Oy 5/2016 saakka

Sihteeri

Johtaja Sirpa Kirjonen, Sanomalehtien Liitto

Kokouksia 4

Uudet lukijasuhteet -strategiaryhmä

Puheenjohtaja

Vastaava päätoimittaja Jouko Jokinen, Alma Media
Kustannus Oy

Muut jäsenet

Päätoimittaja Päivi Anttikoski, Sanoma Media
Finland Oy
Päätoimittaja Päivi Kallo, Etelä-Suomen Media Oy
Kehitysjohtaja Osmo Kurki, Keskisuomalainen Oy
Päätoimittaja Ville Pohjonen, Salon Seudun
Sanomat Oy
Liiketoimintajohtaja Juha Portaankorva,
Kaleva Oy

Sihteeri

Mediakasvatusasiantuntija Hanna Romppainen,
Sanomalehtien Liitto

Kokouksia 4

Paikallislehtijaosto

Puheenjohtaja

Toimitusjohtaja, päätoimittaja Jaakko Ujainen,
Pohjankyrön Media Oy

Jäsenet

Päätoimittaja Minna Ala-Heikkilä, Alma Media
Kustannus Oy
Toimitusjohtaja Kaija Huuhtanen, ESV-Paikallis-
mediat Oy
Toimittaja Kari Kauppinen, Puumala-Seura ry.
Toimitusjohtaja, päätoimittaja Marja Mölsä,
Lieksan Lehti Oy
Julkaisuliiketoiminnan johtaja Alpo Ohtamaa,
Keskipohjanmaan Kirjapaino Oy
Paikallisjohtaja Olli Pursiainen, I-Mediat Oy
Toimitusjohtaja Olli Sirén, Pirkanmaan Lehtitalo
Paikallislehtijohtaja, päätoimittaja Hannu Stren-
24 | Sanomalehtien Liitto Vuosikertomus 2016

gell, Keski-Suomen Media Oy
Päätoimittaja Asko Virtanen, Priimus Media Oy

Sihteeri

Järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen,
Sanomalehtien Liitto

Kokouksia 3

Kaupunkilehtijaosto

Puheenjohtaja

Toimitusjohtaja Antti-Pekka Pietilä, Etelä-Suomen
Media Oy

Jäsenet

Liiketoimintajohtaja Jarkko Haukilahti, Mediatalo
ESA Oy
Kaupallinen johtaja Jari Koskikuru, Kaakon Vies-
tintä Oy
Toimitusjohtaja Sami Latva, Kustannusliike Alue-
lehdet Oy
Myyntijohtaja Timo Mehtälä, Forum24 Oy
Päätoimittaja Tiina Nousiainen, Alma Media
Kustannus Oy
Julkaisuliiketoiminnan johtaja Alpo Ohtamaa,
Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oy
Päätoimittaja Sauli Pahkasalo, Joutsen Media Oy
Päätoimittaja Laura Syväoja, I-Mediat Oy

Sihteeri

Järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen,
Sanomalehtien Liitto

Kokouksia 3

Jakelun edunvalvontaryhmä

Puheenjohtaja

Liittojohtaja Jukka Holmberg, Sanomalehtien
Liitto

Jäsenet

Toimitusjohtaja Tero-Pekka Hämäläinen, Viesti-
lehdet Oy
Toimitusjohtaja Kari Juutilainen, Alma Media
Kustannus Oy
Toimitusjohtaja Matti Korkiatupa, Ilkka-Yhtymä
Oyj
Toimitusjohtaja Jukka Ottela, Mediatalo ESA Oy
(5/2016 saakka)
Kaupallinen johtaja Petteri Putkiranta, Sanoma
Media Finland Oy
Toimitusjohtaja Erkki Summanen, Savon Media
Oy

Sihteeri

Senior Associate Henriikka Piekkala, Borenius Oy

Kokouksia 3

Edustukset

Julkisen sanan neuvosto

Neuvoston jäsenet

Päätoimittaja Antti Kokkonen, Alma Media
Kustannus Oy
Päätoimittaja Hannu Helineva, Kaakon Viestintä Oy

Neuvoston varajäsenet

Toimituspäällikkö Riitta Raatikainen, Savon Mediat Oy
Päätoimittaja Katariina Anttila, Keskipohjanmaan Kirjapaino Oy

Neuvoston kannatusyhdistyksen hallitus

Liittojohtaja Jukka Holmberg

Neuvoston kannatusyhdistys

Liittojohtaja Jukka Holmberg
Päätoimittaja Arto Henriksson, KSF Media Ab

Kopioisto ry

Hallitus

Liittojohtaja Mikko Hoikka, Aikakauslehtien Liitto

Valokopiojaosto

Liittojohtaja Jukka Holmberg 11.10.2016 saakka
ja sen jälkeen järjestöpäällikkö Ilona Hannikainen

Media Audit Finland Oy

Hallitus

Toimitusjohtaja Tom Jungell, Kärkimedia Oy
Vice president Caroline Lilius, Sanoma Media Finland Oy
Myyntijohtaja Pauliina Makkonen, Alma Media Kustannus Oy

KMT Asiantuntijat -ryhmä

Suunnittelupäällikkö Heli Virola, Alma Media Kustannus Oy
Tutkimuspäällikkö Heikki Nykänen, Etelä-Suomen Media Oy
Tutkimuspäällikkö Katri Åberg, Kärkimedia Oy

Levikintarkastusjaosto

Markkinointipäällikkö Heidi Landström, Turun Sanomat Oy
Johtaja Päivi Sairo, I-Mediat Oy
Bisnesanalyttikko Janne Numminen, Sanoma Media Finland Oy

Mainonnan eettinen neuvosto

Sanomalehtien Liiton ja Aikakauslehtien Liiton yhteisinä edustajana vastaava päätoimittaja Ville Pohjonen, Salon Seudun Sanomat Oy

varajäsenenä Tarja Hurme, Otavamedia Oy

Mainonnan Neuvottelukunta

Johtaja Sirpa Kirjonen

News Media Europe

Board

Liittojohtaja Jukka Holmberg

Copyright Task Force

Johtaja Satu Kangas, Viestinnän Keskusliitto

Tampereen yliopiston Nuoret estradille -hankkeen ohjausryhmä

Mediakasvatusasiantuntija Hanna Romppainen

Turun ammattikorkeakoulun Digitopia-hankkeen ohjausryhmä

Liittojohtaja Jukka Holmberg

Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhlavuoden valtuuskunta

(Valtioneuvoston kanslian asettama)

Liittojohtaja Jukka Holmberg

Tekijänoikeusneuvosto

(opetusministeriön alainen)

Johtaja Satu Kangas, Viestinnän Keskusliitto
varajäsenenä lakimies Ismo Huhtanen, Sanoma Oy

Tekijänoikeustoimikunta

(opetusministeriön asettama)

Johtaja Satu Kangas, Viestinnän Keskusliitto

Toimittajakoulutuksen neuvottelukunta

Liittojohtaja Jukka Holmberg

WAN-IFRA (World Association of Newspapers and News Publishers)

Board, Executive Committee

Konsernijohtaja Vesa-Pekka Kangaskorpi, Keskisuomalainen Oy

The Committee of Directors

Liittojohtaja Jukka Holmberg

Young Reader Committee

Mediakasvatusasiantuntija Hanna Romppainen

Sammandrag

Berättelseåret var Tidningarnas förbunds 108:e verksamhetsår.

År 2016 låg förbundets tyngdpunkter på att bevaka dagstidningars och stadstidningars intressen, stärka dagstidningsbranschens konkurrenskraft och image samt skapa nya läsarrelationer.

I Tidningarnas Förbunds egen intressebevakning betonades särskilt utdelning. Förbundet påverkade kraftigt iakttagandet av dagstidningars behov i den nya postlagen.

Förbundet föreslog att säkra den för dagstidningar livsviktiga femdagarsdistributionen genom att kombinera postutdelningen med andra tjänster på glesbygdsmråden och genom att kombinera olika utdelningar på tätorter. Enligt kommunikationsministeriets förslag bevaras femdagarsutdelning utanför området med tidig utdelning. Denna utdelning konkurrensutsätts. På områden med tidig utdelning skulle man tillåta gallring av grundläggande utdelning till tre gånger i veckan.

Sänkningen av mervärdesskatt på betalning av digitala prenumerationer till tryckta tidningars nivå var på väg att möjliggöras, då Europeiska kommissionen gav ett direktivförslag om förnyelsen. Beslut i ärendet fattas inom EU och i Finland år 2017. Kommissionens förslag skulle även möjliggöra sänkning av moms på tryckta tidningar ner till noll med ett nationellt beslut.

En parlamentarisk Yle-arbetsgrupp presenterade endast små förändringar i Rundradions uppgift som producent av offentlig service samt i dess finansiering och bevakning. Förändringarna var inte tillfredsställande för dagstidningsförläggarna. Samtidigt ökade Yle pressen på onlineverksamhet av dagstidningstyp, från vilken den mångrostade pressen borde få sin framtida inkomst.

EU-kommissionen föreslog en förbättring av tidningsförläggarnas upphovsrättsliga ställning med hjälp av ett nytt skydd för tidningspublikationer. Det skulle förbättra tidningsförläggarnas juridiska ställning i jämförelse med till exempel Google och Facebook.

Falska nyheter framhävde betydelsen av medieläskunnighet

Betydelsen av pålitliga nyhetsmedier som eftersträvar sanning och korrigerar sina fel framhävdes under verksamhetsåret, både i Finland och globalt. Falska nyheter och nyhetswebbplatser förbryllade medborgarna, med målet att rubba traditionella mediernas ställning samt påverka resultatet i val och folkomröstningar.

Förbundet satsade på att utveckla finländarnas medieläskunnighet tillsammans med medlemstidningar, skolor och lärare. Finlands 100-årsjubileum till ära producerade förbundet även ett nytt projekt inom medieföstran, webbtidningen Meidän juttu för barn och unga.

Ökade intäkter från digitala tjänster, förbättrade resultat

Dagstidningarnas helhetsinkomster fortsatte i en låg svacka, men mediernas största mångbranschföretag, såsom Sanoma och Alma Media, berättade under året om sina betydligt förbättrade resultat.

Mediernas Centralförbund gav ut en ny översikt över medieekonomin, där förbundet under år 2017 efter många års uppehåll kan uppnå en liten tillväxt.

Dagstidningarnas digitala intäkter ökade, men ca 90 procent av tidningarnas intäkter för medie- och konsumentförsäljning kom fortfarande från tryckta tidningar.

Dagstidningarna största mediegrupp

Enligt Kantar TNS undersökning användes under år 2017 totalt 1 168 miljoner euro på mediereklam under år 2016. Jämfört med året innan uppgick tillväxten till 0,9 procent.

Andelen av tryckta dagstidningars annonser och dagstidningars webbannonser var totalt ca 35 procent. Andelen tryckta dagstidningar var 29 procent, vilket är två procentenheter mindre än året innan. Annonseringen i tryckta dagstidningar uppgick till 339 miljoner euro och med denna summa var tryckta dagstidningar fortfarande den största mediegruppen även utan webbreklam.

Till dagstidningars webbreklam användes 65 miljoner euro. Dagstidningarnas andel av webbreklamens 324 miljoner euro var 20 procent, vilket innebar en tillväxt på två procentenheter mot året innan. På detta kommer ännu dagstidningsannonsering som ingår i Kantar TNS-statistikens ekonomimediekategori. Ekonomimediernas webbtjänster samlade drygt 10 miljoner euro i annonsintäkter.

Av webbreklam nådde sökmotorannonser (Google) 31 procent och annonser i sociala medier (Facebook) 12 procent. Totalt uppgick dessa till 149 miljoner euro.

Tryckta stads- och gratistidningar hade en medieförsäljning på 61 miljoner euro. Dess andel var fem procentenheter av all mediereklam.

Nio av tio läste dagstidningar i en eller annan form

Enligt Nationella Medieundersökningen läste 88 procent av finländarna tryckta eller digitala dagstidningar år 2016. Som mätare för läsandets frekvens användes tryckta tidningars räckvidd per nummer samt digitala tjänsters räckvidd per vecka. I undersökningen deltog 38 tidningar.

Att läsa dagstidningar var vanligast bland 35–64-åringar. Av chefer och högre tjänstemän läste 93 procent dagstidningar, av studerande och elever läste 84 procent dagstidningar.

Summary

The reporting year was the Finnish Newspapers Association's 108th year of operation.

In 2016, the Association focused on guarding the interests of newspapers and city newspapers, strengthening the competitiveness and the image of the newspaper industry and creating new reader relationships.

The distribution issues were particularly emphasized in the Association's lobbying operations. The Association contributed strongly in the renewal of the Postal Act, taking care that the needs of newspapers were taken into consideration.

The Association proposed that five-day delivery would be safeguarded by combining postal delivery with other services in sparsely populated areas and by combining various deliveries in urban areas. According to the proposal of the Ministry of Transport and Communications, five-day distribution will be maintained outside early-morning distribution areas for newspapers. This distribution is to be subject to public tender. In early-morning distribution areas, the basic distribution would be permitted thinning to three times a week.

The reduction of value added tax on digital newspaper subscriptions to the level of printed newspapers came close to feasibility when the European Commission issued a directive proposal for its reform. The matter is being resolved in the EU and in Finland in 2017. The proposal of the Commission would also enable reduction of value added tax on newspapers by national decision to zero.

A parliamentary YLE workgroup suggested only minimal changes with regard to the task, funding and supervision of the Finnish public broadcasting service. These did not please newspaper publishers. At the same time, YLE increased stakes in newspaper-type online operations, from which the press – representing a wide variety of voices – is supposed to derive its income in the future.

The European Commission proposed improvement in the copyright position of newspaper publishers by a new right in press publications. This would improve the legal standing of newspaper publishers in reference to, for instance, Google and Facebook.

Fake news emphasizes importance of media literacy

The significance of reliable news media that strives towards fact and corrects errors was highlighted during the operational year, both in Finland and globally. Fake news and websites perplexed citizens with the object to upset the traditional position of the media as well as to influence the results of elections and referendums.

The Association put special effort into developing media literacy together with member newspapers, schools and teachers. A media education

project connected with the Finland 100 centenary was prepared: the Meidän juttu (Our Story) online newspaper for children and youth.

Proportion of digital income grows, improvement in results

The overall revenue of newspapers continued its slight decline, but the largest multi-sector media companies, such as Sanoma and Alma Media, reported clearly improved profits during the year.

The first media economy review of Finnmedia predicted that the publishing field would undergo slight growth in 2017 after a pause lasting many years.

The digital income of newspapers grew, but approximately 90 percent of these papers' media and consumer sales still derived from print.

Newspapers the largest media group

According to the Kantar TNS report, a total of EUR 1,168 million was spent to media advertising in 2016. The accumulated growth compared to the previous year was 0.9 percent.

The share of printed newspapers and newspapers' online advertising was approximately 35 percent in total. The proportion of printed newspapers was 29 percent, which is two percentage units smaller than in the previous year. Advertising in printed newspapers reached EUR 339 million, and with this total, printed newspapers continued to represent the largest media group – even without online advertising.

The total turnover of online advertising was EUR 324 million of which the newspapers' share was 20 percent, EUR 65 million. The market share increased with two percentage units from the last year. These figures do not include the statistics, reported by Kantar TNS, of online advertising expenditure in the financial media that reached almost EUR 10 million.

The search engine advertising (Google) reached 31 percent share of online advertising, and social media advertising (Facebook) took 12 percent, together making EUR 109 million in total.

Media sales in printed city and pick-up point newspapers came to EUR 61 million. Its share was five percent of the entire media advertising.

Nine out of ten read newspapers

According to the National Readership Survey, 88 percent of the Finnish public read newspapers in printed or digital format in 2016. The metrics for reading frequency used in the study were the reach of printed newspapers per issue and the weekly reach of digital newspaper services. A total of 38 newspapers were involved in the study.

The reading of newspapers was most common amongst those 35–64-year-olds. Of managers and those in top officials' positions, 93 percent read newspapers, whilst 84 percent of students and pupils did so.

***Kuka kuiskuttaa
uutiset korvaasi?***



Netistä löytyy monenlaista
tarinankertojaa. Onneksi
sanomalehtien tehtävä
lahjomattomana tiedon välittäjänä on ja pysyy välineestä
riippumatta. Vaikka uutisointi pyörii kellon ympäri, lukijan on
pystyttävä luottamaan siihen mitä näkee. Tartu siis
rauhallisin mielin paperiin, selaimeen tai kännykkään
ja lue sanomalehtiä.