

LEHTIEN TALOUS

KANNATTA- VUUDET LASKUSSA

Suomen Lehdistö vertaili lehtiyhtiöiden tilinpäätöksiä vuosilta 2022 ja 2019. Jopa 40 prosenttia paikallis- ja kaupunkilehtiä kustantavista pienistä yhtiöistä oli viime vuonna tappiollisia.

TEKSTI Janne Arola KUVAT Petri Blomqvist





**MYyntiä
KENTÄLLÄ.**
Sanomalehti
Keski-suomalaisen
myyjät ovat taas
tänä vuonna
ilmestyneet
kauppakeskuksiin
ja tapahtumiin
myymään
maakuntalehteä.
Kenttämyynti on
lehdelle tärkeä osa
asiakkaiden
tavoittamista.

Sanomalehtien kannattavuuskehitys on viime vuosina ollut "loputonta kilpajuoksua", kuvailee PunaMusta Paikallismedioiden toimitusjohtaja **Esa Nevalainen**.

Hänen johtamansa paikallismediayhtiö oli viime vuoden tilinpäätöstietojen perusteella selvästi voitollinen. Tänä syksynä yrityksessä kuitenkin käytiin muutosneuvottelut, joissa todettiin, että 2-päiväisten printtilehtien tekeminen ei enää ensi vuonna ole riittävän kannattavaa. Samalla kaksi toimitajaa irtisanotaan.

– Meillä ei ole viisasten kiveä kannattavuuteen jakelun kallistuessa ja vaikeutuessa, Nevalainen sanoo.

Juuri nyt olisi olennaista tehdä onnistuneita digitaalisia ratkaisuja. Nevalainen muistelee, miten aikanaan tuntui hurjalta tehdä verkkosähkeitä, joilla oli 20 lukijaa ja ajatella, että siinäkö on lehtien tulevaisuus.

Hän arvioi, että monessa lehtitalossa saattaa jäädä huomaamatta, että digitaalisen maailman kulupuoli on erilainen kuin printin. Siirtymäaikana tarvitaan kuitenkin päällekkäin monenlaisia järjestelmiä, jotta lehden tekeminen onnistuu.

Arjessa kuluseuranta tapahtuu lähinnä viikko- ja kuukausitasolla. Raporteista pyritään kaiken aikaa löytämään piilokustannuksia ja toimintoja, joita voisi tehostaa.

Nevalainen arvioi, että tämän vuosikymmenen aikana printtilehtiä alkaa toden teolla tippua markkinoilta. Hänen mukaansa PunaMusta Paikallismedioissa todellista kriisiä ei ole vielä nähty, vaan lehdet ovat pystyneet tekemään omia ratkaisujaan säilyen kannattavina.

Hän toivoo omistajilta edelleen luottoa siihen, että tämänhetkiset väliaikaiset taloudelliset vaikeudet kyetään selvittämään il-

man, että todellista kriisivalmiutta on syytä testata.

– Vaikka jotkut mittarit menevät keltaiselle, toivotaan, että ne eivät mene punaiselle.

MONILLA suomalaisilla sanomalehdillä mittarit ovat jo punaisella, ainakin väliaikaisesti. Lehtiä kustantavien yritysten kannattavuus on laskenut selvästi neljässä vuodessa. Suomen Lehdistön selvityksen perusteella Uutismedian liiton jäsenyritysten keskimääräinen liikevoittoprosentti viime vuonna oli 2,4, kun se vielä neljä vuotta aiemmin oli 3,8. Liikevoittoprosenttien mediaani on laskenut vielä tätäkin enemmän, mikä kertoo siitä, että monilla suurilla yhtiöillä menee edelleen hyvin, mutta varsinkin pienempien yhtiöiden kannattavuus on heikentynyt.

Laskelmat tehneen Medialiiton ekonomistin **Olli-Pekka Paasivirran** mukaan tunnusluvut vahvistavat sen, että viime vuosien taloudellinen epävarmuus ja kustannusten nousu ovat osuneet myös lehtikustantajiin.

Juttua varten tehdyissä laskelmissa on otettu huomioon vain lehtiä kustantavat liiton jäsenyritykset. Esimerkiksi konsernien emoyhtiöiden tilinpäätösluvut on jätetty huomiotta sellaisissa tapauksissa, joissa emoyhtiöt eivät kustanna lehtiä vaan ovat lähinnä hallinnollisia yhtiöitä tai saavat tuottoja muista liiketoiminnoista kuin lehtien kustantamisesta. Rajauksen tarkoituksena on pureutua nimenomaan varsinaisen lehtikustantamisen kannattavuuteen.

– Ylipäätään toimialakohtaisia lukuja tarkasteltaessa on hyvä huomata, että luvut voivat kätkeä sisäänsä paljonkin hajontaa. Siksi on fiksua katsoa rinnakkain keskiarvoja ja mediaaneja, Paasivirta toteaa.



TARJOUKSIASIAKKAILE. Elsa Blomqvist ja Aleksis Järvinen kontaktoivat potentiaalisia Keski-suomalaisen tilaajia jyvaskyläläisessä kauppakeskuksessa lokakuun lopun lauantaina.

SUOMEN LEHDISTÖN kokoamaan aineistoon tutustunut laskentatoimen professori **Antti Rautiainen** Jyväskylän yliopistosta panee merkille suurten lehtien kaksi ääripäätä: Turun Sanomat ja Hufvudstadsbladetin, joiden tunnusluvut ovat ”omassa luokassaan”.

Turun Sanomat ja TS-Yhtymän muut yhtiöt ovatkin vuodesta toiseen olleet poikkeuksellisen kannattavia yrityksiä. Esimerkiksi Turun Sanomat Oy teki viime vuonna reilun 35 miljoonan euron liikevaihdolla lähes 9 miljoonaa euroa liikevoittoa. Liikevoittoprosentti oli erinomainen, noin 25 prosenttia.

Hufvudstadsbladetin tappionsietokykyä taas selittää sen omistus. KSF Median omistava Konstsamfundet-säätiö on sitoutunut kattamaan lehtiyhtiön tappiot, joita viime vuonnakin kertyi yli 3,5 miljoonaa euroa. Piakkoin Hufvudstadsbladetin ja muiden

”Vaikka jotkut mittarit menevät keltaiselle, toivotaan, että ne eivät mene punaiselle.”

KSF Median lehtien enemmistöomistajaksi on tulossa ruotsalainen Bonnier News, jonka aikeena on tehdä yhtiöstä kannattava.

Rautiainen analysoi, että lehtiyhtiöt ovat todennäköisesti aiempina hyvinä vuosina kyenneet varautumaan heikkenevään kannattavuuteen. Omistajille ei esimerkiksi ole mitä luultavimmin jaettu suuria osinkoja, vaan on pyritty myös kerryttämään yhtiöiden omaa pääomaa.

Hän sanoo, että varoitettava merkki on esimerkiksi se, jos yritys on tappiollinen ja sen omavaraisuusaste on pieni. Tällöin yrityksen voi olla vaikea selvittää veloistaan. Lehtiyhtiöiden omavaraisuus näyttää selvityksen perusteella olevan pääosin hyvällä tasolla.

– Monilla lehdillä kuitenkin liikevaihdon määrä on ollut laskussa, mikä voi kertoa osaltaan esimerkiksi alan keskittymisestä ja digitalisaatiokehityksestä, Rautiainen toteaa.

Lehtiyhtiöiden tilinpäätökset 2019 ja 2022

	Keskiarvo 2019	Keskiarvo 2022	Mediaani 2019	Mediaani 2022
Kaikki lehtiyhtiöt				
Sijoitetun pääoman tuotto	33,7	14,4	8,6	5,3
Omavaraisuusaste	51,9	50,4	61,5	67,0
Liikevoittoprosentti	3,8	2,7	3,8	1,7
Isot lehtiyhtiöt (yli 5 M liikevaihto 2022)				
Sijoitetun pääoman tuotto	117,4	73,7	41,5	35,7
Omavaraisuusaste	45,7	47,3	45,0	47,5
Liikevoittoprosentti	8,1	6,4	8,1	7,3
Pienet lehtiyhtiöt (alle 5 M liikevaihto 2022)				
Sijoitetun pääoman tuotto	5,2	-5,7	7,2	3,7
Omavaraisuusaste	53,8	51,4	70,0	73,0
Liikevoittoprosentti	2,5	1,5	3,2	1,2

Lehtien talousluvut on poimittu julkisista lähteistä saatavista yhtiöiden tilinpäätöstiedoista vuosilta 2019 ja 2022. Keskiarvo- ja mediaanilaskelmat on tehnyt Medialiiton ekonomisti Olli-Pekka Paasivirta.

Isojen lehtiyhtiöiden tilinpäätökset 2019 ja 2022

Liikevaihto 2022 yli 5 miljoonaa euroa.

	Liikevaihto 2019 (tuhatta euroa)	Liikevaihto 2022 (tuhatta euroa)	Liiketulos 2019 (tuhatta euroa)	Liiketulos 2022 (tuhatta euroa)	Liikevoitto- prosentti 2019	Liikevoitto- prosentti 2022	Sijoitetun pääoman tuotto 2019 (%)	Sijoitetun pääoman tuotto 2022 (%)	Omavaraisuus- aste 2019 (%)	Omavaraisuus- aste 2022 (%)
Turun Sanomat Oy	39 713	35 344	9 313	8 797	23,4	24,9	1058,3	786,8	12	26
Alma Media Suomi Oy	52 568	88 976	5 351	17 818	10,2	19,8	182,1		23	37
Alma Talent Oy	77 960	79 010	8 931	10 341	11,4	13,1	34,8	38,2	59	49
Savon Media Oy	35 030	30 400	5 724	3 932	16,3	12,9	173,8	105,0	33	58
Viestimedia Oy	29 971	29 372	5 179	3 689	17,2	12,5	44,4	35,7	80	74
Keski-Suomen Media Oy	29 974	25 923	3 494	2 850	11,6	11,0	91,8	94,5	54	58
Salon Seudun Sanomat Oy	14 772	17 554	2 283	1 759	15,3	9,9	36,1	19,8	49	80
Hämeen Media Oy		23 754		1 762		7,4		48,4		50
hss Media Ab	16 980	17 047	1 082	1 247	6,4	7,3	45,3	40,0	45	44
Kaakon Viestintä Oy	5 208	42 963	529	3 116	10,1	7,3	87,7	78,0	50	46
Sanoma Media Finland Oy	488 434	566 162	38 625	37 495	7,6	6,4	41,5	37,6	43	42
I-Mediat Oy	30 277	25 826	296	400	1,0	1,5	8,6	6,5	43	45
Sanomalehti Karjalainen Oy	15 723	13 702	1 283	183	8,1	1,3	163,4	22,0	24	34
Kaleva365 Oy	58 793	53 127	860	605	1,5	1,1	4,2	4,9	62	51
Marva Media Oy (nyk. Sanoma Media Rauma Oy)	6 779	6 087	507	19	7,5	0,3	20,8	2,4	60	50
Etelä-Suomen Media Oy	42 365	36 630	1 047	58	2,5	0,2	40,1	4,1	36	24
Hilla Group -konserni	29 070	44 600	162	-2 500	0,6	-5,6	1,4	-5,0	72	69
Hufvudstadsbladet Ab (entinen KSF Media Ab)	19 060	16 901	-2 479	-3 629	-12,8	-21,2	-38,3	-66,8	31	15

Hän viittaa ilmiöön, jossa suurimmat mediat ja konsernit vievät valtaosan esimerkiksi mainosrahoista.

MEDIALIITON Paasivirta pitää erityisen huolestuttavana pienempien lehtien tuottavuuskehitystä. Selvityksestä käy ilmi, että alle viiden miljoonan euron liikevaihdolla toimivista mediayrityksistä jopa 40 prosenttia oli tappiollisia vuonna 2022. Pienten lehtien mediaaniliikevoittoprosentti on laskenut neljän vuoden takaisesta 3,2 prosentista viime vuoden 1,2 prosenttiin.

Vuosien 2019 ja 2022 väliin mahtuu tunnetusti koronapandemia sekä Venäjän hyökkäys Ukrainaan. Ne ovat kiihdyttäneet inflaatiota eli hintojen nousua.

Etelä-Pohjanmaalla toimiva, Ujaisten suvun omistuksessa oleva lehtiyhtiöröypäs on onnistunut säilyttämään kannattavuutensa vaikeiden vuosien keskellä. Perheen kol-

men lehtiyhtiön toimitusjohtajana toimiva **Johannes Ujainen** pohtii, että mitään erityistä tehokeinoa heillä ei ole ollut kannattavuuden säilyttämisessä.

Todennäköisesti jonkinlainen hyöty on ollut useamman lehden omistuksesta. Yhtiö pyörittää viittä lehteä pienellä hallinnolla, mikä tuo säästöä henkilökuluissa. Tästä on hyötyä myös esimerkiksi it-järjestelmien kehittämisessä.

– Mutta emmehän me minkään Postin tai painon kanssa pysty sen paremmin neuvottelemaan. Siinä ei ole eroa, onko yksi vai ro lehteä, Ujainen sanoo viitaten siihen, että alan suurimmat kustannusnousut ovat viime vuosina olleet jakelun ja painamisen kallistuminen.

Ujaiset ovat reagoineet taloustilanteen tiukentumiseen vähentämällä kaikkien lehtiensä printti-ilmostymisen vain yhteen päivään viikossa. Samoin esimerkiksi kalliit

peittojakelut ovat vähentyneet selvästi.

Ujainen sanoo, että yhtiössä ei ole kannattavuudelle asetettuja tavoitteita, mutta esimerkiksi myynnin kehitystä toki seurataan kaiken aikaa.

Vielä tänäkään vuosi ei Ujaisen mukaan näytä talouslukujen valossa yhtiön lehdille pahalta. Hän arvioi sen johtuvan siitä, että pienille paikkakunnille maailmanlaajuiset talouden ilmiöt ja niistä seuraavat kuluttajakäyttäytymisen muutokset iskevät ehkä hieman myöhemmin kuin suuriin kaupunkeihin.

Tulevaisuus kuitenkin huolestuttaa häntäkin. Ujainen arvioi alan keskittymiskehityksen edelleen jatkuvan, mutta paljon on kiinni myös siitä, pystyvätkö lehdet teroitamaan alan merkitystä paikallisesti.

– Näinä aikoina, kun journalismia muutenkin haastetaan, meillä on kova paikka vakuuttaa ihmiset siitä, että

Pienten lehtiyhtiöiden tilinpäätökset 2019 ja 2022

Liikevaihto 2022 alle 5 miljoonaa euroa.

	Liikevaihto 2019 (tuhatta euroa)	Liikevaihto 2022 (tuhatta euroa)	Liiketulos 2019 (tuhatta euroa)	Liiketulos 2022 (tuhatta euroa)	Liikevoitto- prosentti 2019	Liikevoitto- prosentti 2022	Sijoitetun pääoman tuotto 2019 (%)	Sijoitetun pääoman tuotto 2022 (%)	Omaraisaus- aste 2019 (%)	Omaraisaus- aste 2022 (%)
Priimus Media Oy	3 300	3 100	842	741	25,5	23,9			0	1
Kauhajoen Kunnallislehti Oy	974	952	52	235	5,2	21,7	12,5	26,3	85	90
Uudenkaupungin Sanomat Oy	1 700	1 500	291	296	17,1	19,7			46	79
Jalasjärvi Oy	778	863	100	150	12,9	17,4	15,3	21,1	86	72
Keski-Karjalan Paikallislehti Oy (uusin tilikausi 3/2023)	1 154	1 022	199	148	17,0	15,3	6,7	4,5	88	90
PunaMusta Paikallismediat Oy	968	4 280	152	586	15,6	13,3	65,7	64,1	66	63
Järvi-Pohjanmaan Viestintä Oy (uusin tilikausi 6/2022)	342	349	-21	39	-6,1	11,2	-15,9	38,4	61	73
Kurikka-lehti Oy	867	813	29	82	3,3	9,6	10,3	19,8	70	78
Kiuruvesi Lehti Oy	627	662	35	60	5,6	9,0	6,7	11,8	86	84
Rantapohja Oy	1 145	1 176	44	106	3,8	8,9	8,5	8,9	80	82
Pohjanmaan Viitosmedia Oy	326	324	6	27	1,8	8,3	6,0	15,0	78	82
Pyhäjärvisseudun Paikallislehti Oy	1 881	1 779	206	113	10,9	6,3	23,4	7,7	78	81
Ilmajoki-lehti Oy (uusin tilikausi 6/2022)	673	616	5	39	0,7	5,9	3,5	14,5	31	53
Padasjoen Sanomat Oy	354	485	40	27	11,3	5,6	14,5	-0,3	89	81
Kustannusliike Aluelehdet Oy (uusin tilikausi 3/2023)	1 505	1 531	117	81	7,7	5,2	15,8	9,6	73	77
Pyhäjärven Sanomat Oy	418	424	35	20	8,2	4,7	8,1	4,6	92	93
Präntti Oy	1 355	1 366	50	61	3,7	4,5		25,3	39	52
Pohjankyrön Media Oy	1 387	1 489	49	69	3,4	4,4	5,9	8,4	87	78
Kuhmoisten Sanomat Oy	306	292	49	10	15,6	3,4	29,0	5,3	83	87
Äks - Äänekosken Kaupunkisanomat Oy	347	307	22	10	6,3	3,2	23,2	12,8	73	68
Viestintä Alanko Oy	279	326	7	10	2,4	3,0	5,6	8,8	32	37
Huittisten Sanomalehti Oy	1 278	1 071	-179	36	-13,5	2,9	-37,4	9,4	27	25
Lalli Oy	2 790	2 255	139	52	4,9	2,2	16,4	8,3	61	67
Kustannus Oy Puolangan DTP	311	309	33	7	8,8	2,1	22,0	6,3	80	73
Kangasalan Sanomat Oy	1 082	1 142	-29	20	-2,6	1,7	0,7	2,4	87	88
Sulkavan Kotiseutulehti Oy	235	231	11	4	4,7	1,7	6,8	2,9	85	85
Ylä-Satakunnan Sanomalehti Oy	969	938	-1	14	-0,1	1,5	5,6	4,2	79	74
Itäväylä Viestintä Oy	888	902	26	11	2,9	1,2	14,4	15,8	-128	-105
mL-Mediat Oy	700	818	-84	10	-11,9	1,2	-240,0	12,7	-77	-98
Karkkilan Mediatulo Oy (uusin tilikausi 4/2023)	296	298	-3	2	-1,0	0,7	-9,8	6,3	29	-6
Liperin Kotiseutu-uutiset Oy	484	421	-1	3	-0,2	0,7	-0,6	3,1	12	2
Kansalliskustannus Oy (uusin tilikausi 12/2021)	586	388	8	7	0,3	0,4	1,5	1,3	67	71
Suomenmaan Kustannus Oy	601	354	49	4	1,9	0,3	45,9	5,7	9	24
Iitin Lehti Osakeyhtiö	479	414	-17	1	-3,4	0,2	-12,6	0,6	45	74
Turun Tietotarjonta Oy	1 800	1 600	-129	-23	-7,2	-0,01			67	65
Salonjokilaakson Sanoma Oy	662	607	84	-3	12,7	-0,5	27,4	0,3	91	91
Kansan Uutiset Oy	844	478	-122	-6	-9,2	-0,7	-50,2	-2,6	57	54
Pitäjäsanomat Oy	738	781	-56	-17	-7,3	-2,1	-5,6	-3,4	79	78
Kymenlaakson Pressipalvelu Oy	161	38	12	-1	7,5	-2,6			35	100
Poiju Julkaisut Oy	1 263	902	-174	-31	-13,7	-3,4	-157,5	-18,3	-51	-69
Karelia Viestintä Oy	1 339	1 032	124	-40	9,2	-3,8	157,2	-51,6	27	27
Joutsan Seutu Oy	472	480	13	-23	2,4	-4,5	3,6	-1,1	77	75
Perniönseudun Lehti Oy	321	334	37	-17	11,5	-5,1	41,5	-14,3	69	65
Kuriirilainen Oy	365	348	16	-19	4,4	-5,2	18,6	-18,4	40	66
Järviseudun Mediatulo Oy	841	806	119	-47	14	-5,8	26,4	-6,8	88	82
Turun Seutu Oy	653	572	-86	-36	-13,2	-6,3	-57,6	-39,6	52	40
Ruoveden Sanomalehti Oy	719	739	-43	-49	-6,0	-6,6	-5,9	-7,3	84	79
Tervareitti Oy	696	620	-14	-48	-2,0	-7,7	-3,0	-17,5	74	67
Urjalan Sanomat Oy	467	470	6	-37	1,3	-7,8	7,5	-2,8	93	91
Vakka-Suomen Media Osuuskunta	1 608	1 515	9	-146	0,6	-9,6	7,5	-7,7	84	81
Kaupunkilehti Pohjois-Kymenlaakso Oy	803	563	39	-60	4,9	-10,6	60,5	-54,5	33	-57
Savonlinnan Mediat Oy	446	381	25	-41	5,6	-10,8	140,5	-356,5	-88	-238
Pirmediat Oy	1 434	2 523	-79	-316	-4,3	-10,9	4,0	-3,6	37	77
Punkalaitumen Sanomat Oy	279	267	9	-30	3,2	-11,1	8,6	0,9	95	94
Suomen Hevosurheilulehti Oy	3 807	3 498	2	-402	0,1	-11,3			70	53
Åu Media Ab	2 800	2 927	-351	-361	-12,2	-11,6	-19,7	-42,1	78	57
Plari Oy (Kaikkia tunnuslukuja ei saatavilla)			97	92					76	77



KOHTUULLISTA KANNATTAVUUTTA. Sanomalehti Keski-suomalainen kuuluu Keski-Suomen Mediaan, joka on tilinpäätöstietojen perusteella kannattava yhtiö. Konsernijohtaja Vesa-Pekka Kangaskorven mukaan yhtiön tilittavilla lehdistä menee "siedettävästi".

riippumaton journalismi on tarpeellista.

KESKISUOMALAINEN-KONSERNIN tytäryhtiöillä menee tilinpäätöstietojen valossa kaksijakoisesti. Savon Median ja Keski-Suomen Median kannattavuus on hyvällä tasolla, Hämeen Median ja Kaakon Viestinnän keskivertoa mutta Etelä-Suomen Medialla vaikeaa. Pitkästi kaupunkilehdistä koostuva yhtiö oli viime vuonna niukasti voitollinen.

– Peruskustantaminen on kohtuullisen kannattavaa ja tilittavilla lehdistämme menee siedettävästi. KMT:ssä lehtiemme lukeminen kasvoi voimakkaasti, mikä tuo siltaa digitaaliseen siirtymään, kuvailee konsernin taloudellista menestystä konsernijohtaja **Vesa-Pekka Kangaskorpi**.

Etelä-Suomen Median heikkoon kannattavuuteen hän löytää useita syitä: paperin hinnan ja jakelukustannusten nousun sekä

sen, että kaupunkilehdet ovat mainonnan varassa. Mainonta taas on mennyt alamäkeen viime vuosina.

Etelä-Suomen Media ilmoitti marraskuun alussa aloittavansa muutosneuvottelut, jotka tähtäävät printtilehtien ilmestymisen vähentämiseen ja mahdollisesti neljän lehden lakkauttamiseen. Irtisanomisia voi tulla yhdeksän henkilötyövuotta.

Kangaskorpi pitää tilannetta vaikeana. Kaupunkilehtien sisällöille on edelleen kova kysyntä, mutta ilmoitushinnat ovat jääneet liian mataliksi. Lehdet eivät pysty nostamaan ilmoitushintojaan samassa suhteessa kuin kustannukset nousevat, mitä Kangaskorpi pitää osin toimialan rakenteellisenä ”tyrimisenä”.

Mediatilo Keski-suomalaisella on kymmeniä medioita, joista jotkut Kangaskorven mukaan erittäin huonosti kannattavia, jopa tappiollisia. Suuressa konsernissa tap-

pioita voidaan sietää paremmin ja pidempään kuin pienemmissä yhtiöissä.

– Ei ole tarvetta tehdä paniikinomaisia ratkaisuja, Kangaskorpi kuvailee.

Hän sanoo, että lehdet eivät kuitenkaan voi olla elinvoimaisempia kuin niiden toimintaympäristö.

Konsernissa on aika ajoin pohdittu joidenkin lehtien yhdistämisiä ja koemarkkinoitukin tällaisia tuotteita. Paikalliset identiteetit ovat kuitenkin niin vahvoja, etteivät suunnitelmat ole edenneet toteutukseen.

Kangaskorpi sanoo, että eri yhtiöiden liikevoittoprosenttien pitäisi olla vähintään 10, mielusti lähempänä 20:tä, jotta yhtiö voisi investoida nykyistä enemmän ja pitää samalla huolta osakkaista. Samalla hän tunnustaa realiteetit: vanhoihin aikoihin ei ole paluuta.

– Silloin sai olla melkoinen tunari, jos teki lehtiyhtiöllä tappiota. ●