

HELSINGIN YLIOPISTON YLIOPPILASKUNTA

YLIOPPILASLEHDEN KUSTANNUS OY

BUDJETTI 2021

Sisällysluettelo

Lukijat ja lehti	2
Missio	3
Visio	3
Toiminnalliset arvot ja journalistinen linja	3
Päätavoitteet vuodelle 2021	3
Investoinnit	5
Henkilöstö	5
Johtoryhmä	5
Vastuullinen toiminta.....	5
Numero-osat	6
Ilmoitusmyynnin tilastot	9

Heikkilä, Taavi
11/12/2020 14:57:01

Lukijat ja lehti

Ylioppilaslehden Kustannus Oy julkaisee lukukausien aikana ilmestyvää Ylioppilaslehteä, jota Helsingin yliopiston ylioppilaskunta (HYY) tilaa jäsenilleen. Ylioppilaslehti on yliopisto-opiskelijoiden aikakauslehti, jonka jutut käsittelevät opiskelijaelämän ja yliopistomaailman lisäksi yhteiskuntaa, työelämää, kulttuuria, tiedettä sekä mediaa.

Ylioppilaslehti on maailman vanhimpiin ja laajalevikkisimpiin lukeutuva suomenkielinen opiskelijalehti. Se perustettiin vuonna 1913. Lehden paperiversion painos on noin 30 000 kappaletta, ja kaksi kertaa vuodessa ilmestyvän, lukioissa jaettavan abinumeron noin 60 000 kappaletta. Helsingin yliopiston opiskelijat saavat lehden kotiinsa, ja lisäksi lehteä jaetaan kampuksilla Helsingissä, Tampereella, Turussa ja Vaasassa sekä Helsingin keskustan kahviloissa, kirjakaupoissa ja ravintoloissa. Muut kuin opiskelijat voivat tilata lehden kotiinsa maksullisena kestotilauksena.

Ylioppilaslehden verkkojulkaisuilla ylioppilaslehti.fi on kymmeniätuhansia lukijoita ja sitä luetaan liki viidestäkymmenestä maasta. Verkkolukijoiden määrä on kasvussa, ja tähän kehitykseen on panostettu vuodesta 2020 kasvattamalla verkon avustajapalkkioiden osuutta budjetissa. Vuonna 2021 verkon avustajapalkkiot pidettiin vuoden 2020 tasolla. Se mahdollistaa vain verkkoa varten suunniteltujen ja digitaalisen kerronnan uusia keinoja hyödyntävien juttukokonaisuuksien toteuttamisen.

Ylioppilaslehden toimitus on perinteisesti tuottanut toimituksen voimin myös Ylioppilaskalenterin. Vuonna 2021 Ylioppilaskalenterin tuottamista harkitaan tavallista tarkemmin. Koronan aiheuttama maailmanlaajuinen talouskriisi saattaa vaikuttaa vielä keväällä mainosmyyntiin siinä määrin, että kalenterin tuottaminen voi pahimmassa tapauksessa olla yhtiölle taloudellinen riski. Talouskriisi on vähentänyt ilmoitusmyyntiä koko media-alalla, kun yritykset ja yhteisöt ovat talousvaikeuksien takia leikanneet menojaan.

Ylioppilaslehden ensisijainen kohderyhmä on Helsingin yliopiston opiskelijat, abinumeroissa myös kaikki Suomen abiturientit. Toisaalta kohderyhmää ovat myös ylioppilaskunnan sidosryhmät: yliopiston, median, kaupungin ja valtionhallinnon vaikuttajat. Ylioppilaslehti on yksi ylioppilaskunnan tapa saada opiskelijoiden ääni kuuluviin yhteiskunnassa. Lisäksi Ylioppilaslehti pyrkii aktiivisesti laajentamaan lukijakuntaansa myös muualla opiskelijayhteisön ulkopuolella.

Ylioppilaslehden paperinen versio ilmestyy kuusi kertaa vuonna 2021. Ilmestymisaikojen välissä ajankohtaisia puheenaiheita käsitellään vuonna 2019 uudistuneessa verkkolehdessä sekä lehden sosiaalisen median kanavissa. Ylioppilaslehdellä on valmius julkaista juttuja myös podcast- ja videoformaattissa. Verkkojutut löytävät lukijansa ensisijaisesti sosiaalisen median kautta, jonka eri kanavissa Ylioppilaslehti julkaisee sisältöä useita kertoja viikossa, tarvittaessa myös useita kertoja päivässä.

Lehden merkittävin tulonlähde ovat HYY:n maksamat tilausmaksut, joista muodostuu noin 76 prosenttia yhtiön kaikista tuotoista. Ylioppilaskunta tilaa Ylioppilaslehden vuosikerran kaikille jäsenilleen. Vuonna 2021 tilausmaksu on 11,85 euroa + voimassa oleva arvonlisävero/jäsen (vuonna 2020: 11,85 € + arvonlisävero/jäsen).

Muulle kuin HYY:n jäsenille lehden vuositilaushinta on 13,18 euroa + voimassa oleva arvonlisävero (opiskelijat) tai 25,91 euroa + voimassa oleva arvonlisävero (muut). Kaikki tilaukset ovat kestopilauksia tilaajien sitouttamiseksi.

Missio

Ylioppilaslehti on uskottava journalistinen vaikuttaja ja keskustelunherättäjä; Helsingin yliopiston ylioppilaskunnan ja Helsingin yliopiston, mutta myös koko suomalaisen opiskelijakentän yhteisöllisyyden rakentaja ja laajemmin nuoren sukupolven äänitorvi; älykäs kulttuuri- ja elämäntapalehti; sekä opiskelijoiden ja HYY:n näyteikkuna muun yhteiskunnan suuntaan.

Visio

Ylioppilaslehti on vuonna 2021 Suomen johtava opiskelijalehti, jota luetaan useilla suomalaisilla kampuksilla. Lehti näkyy, puhuttaa ja kiinnostaa. Ylioppilaslehti on laajentanut tuoteperhettään, ja sen verkkosivustosta on tullut itsenäinen, valtakunnallinen verkkomedia, joka kiinnostaa ja herättää keskustelua myös ydinkohderyhmän ulkopuolella.

Mainostajat pitävät Ylioppilaslehteä hyvänä ilmoitusmedianä. Lehti on onnistunut löytämään oman asiakasryhmänsä ja pitämään siitä kiinni niin hyvin, kuin se koronakriisin jälkeisessä maailmassa on mahdollista. Vuonna 2021 noin neljäsosa lehden liikevaihdosta tulee ilmoitusmyynnistä.

Toiminnalliset arvot ja journalistinen linja

Ylioppilaslehti on jäsenlehti, jolta odotetaan räväkkää, yllättävää, kriittistä, opiskelijalähtöistä journalismia. Lehdessä noudatetaan hyvää journalistista tapaa. Lehden sisältöä koskevat päätökset tehdään journalistisin perustein, eikä päätösvaltaa lehden sisällöstä luovuteta missään oloissa toimituksen ulkopuolelle.

Ylioppilaslehden journalistista riippumattomuutta edistää, että Ylioppilaslehden Kustannus Oy on voittoa tavoittelematon yritys. Lehdessä ei ilmoitusmyynnin edistämiseksi esimerkiksi sekoiteta journalistista ja ilmoituksellista aineistoa keskenään. Juttuaiheiden valinnassa lähtökohtana on lukijoiden, ei ilmoittajien kiinnostus. Toisaalta ymmärretään, että toimiva ilmoitusmyynti myös mahdollistaa laadukkaan journalismin tekemisen. Siksi päätoimittaja on tiiviissä yhteistyössä lehden mainosmyynnin kanssa, jotta esimerkiksi lehtien sisällölliset teemat voidaan hyödyntää myös kaupallisesti.

Päätavoitteet vuodelle 2021

Koko Suomen opiskelijalehti

Ylioppilaslehdelle on kehittynyt vuosien saatossa asema johtavana opiskelijalehtenä, jolla on muita korkeampi journalistinen taso ja parempi kyky luoda yhteiskunnallista keskustelua.

Vuosille 2020-2022 tehty yhtiön uusi strategia linjaa, että Ylioppilaslehteä laajennetaan päämäärätietoisesti yhä useamman korkeakoulu yhteisön opiskelijalehdeksi. Tavoitteena on että Ylioppilaslehdessä kehitetty aidosti valtakunnallinen ja yhteinen opiskelijamedia, joka

Helmikku, Teavi
11/12/2020 14:57:01

lisäksi kiinnostaa laajaa yleisöä yliopistoyhteisön ulkopuolella. Sisältöä suunniteltaessa ja aiheita valittaessa tähän panostetaan. Ylioppilaslehdellä on edellytykset olla koko nuoren sukupolven oma laatumedia.

Ylioppilaslehden Kustannus Oy:llä ja Helsingin yliopiston ylioppilaskunnalla on valmius myydä lehteä erilaisina, räätälöityinä ratkaisuinä esimerkiksi muille ylioppilaskunnille. Neuvotteluja muiden ylioppilaskuntien kanssa on käyty syksyllä 2020 ja niitä jatketaan strategiakaudella. Ylioppilaslehti jatkaa muiden ylioppilaslehtien yhteistyöhalukkuuden selvittämistä, esimerkiksi yhteisten juttuprojektien muodossa.

Vuonna 2018 aloitettiin pilotti, jossa lehden jakelua laajennettiin kolmeen uuteen ylioppilaskuntaan. Tätä hanketta jatketaan vuonna 2021. Yhtiö rahoittaa kokeilun itse. Samoin paperisen lehden vuonna 2014 aloitettua jakelua Taideyliopiston kampuksilla jatketaan edelleen. Tavoitteena on pitää lehti näkyvillä kampuksilla ja edistää siten laajentumistavoitetta.

Ylioppilaslehti kartoittaa vuonna 2021 mahdollisuuksia erilaisiin kumppanuuksiin muiden media-alan toimijoiden kanssa lukijamäärien kasvattamiseksi. Näihin voivat kuulua esimerkiksi yhteisön, yrityksen tai organisaation tilaama podcast, keskustelutilaisuus tai painotuote.

Verkkolehden liiketoimintamallia kehitetään

Ylioppilaslehti toteutti tammikuussa 2019 verkkouudistuksen, jonka myötä lehti ja sen brändi siirtyivät entistä vahvemmin verkkoon. Sivustolla julkaistaan paperilehteä täydentäviä jatkojuttuja ja käsitellään päivänpolttavia puheenaiheita reaaliajassa. Näin sivuston kävijämäärät pysyvät tasaisina myös printtilehden ilmestymisaikojen välissä.

Vuonna 2021 verkkolehden on tarkoitus vakiinnuttaa paikkansa houkuttelevana ilmoitusmedianä. Sivustolla on mahdollista pitää esillä samanaikaisesti kolmea eri mainosta, minkä lisäksi juttujen podcast-versioihin on mahdollista myydä mainostilaa. Lisäksi sivustolla on mahdollista lanseerata sisältömarkkinointikampanjoita.

Ilmoittajien houkuttelemiseksi on tärkeää, että sivuston kävijämäärät saadaan nousuun. Tämä edellyttää paitsi laadukasta sisältöä, myös aktiivista julkaisutahtia. Tämän edistämiseksi vuoden 2020 budjetissa osoitettiin aiempaa enemmän varoja verkkojuttujen avustajapalkkioihin. Vuonna 2021 avustajapalkkiot pidetään vuoden 2020 tasolla.

Kävijäliikenteen kasvattaminen edellyttää lisäksi aktiivista ja keskustelevaa läsnäoloa sosiaalisessa mediassa. Ylioppilaslehden sosiaalisen median kanavat ja niiden käyttö uudistettiin syyskuussa 2018, minkä ansiosta lehden tavoitavuus sosiaalisessa mediassa on kasvanut roimasti. Vuonna 2021 someläsnäoloon panostetaan entistä enemmän sekä Instagramissa, Facebookissa, Twitterissä että LinkedInissä.

Tilausmyyntiä kasvatetaan

Strategiaan 2020–2022 on kirjattu uutena tavoitteena maksavien tilaajien määrän kasvattaminen, toisin sanoen tilausten hankkiminen ylioppilaskunnan jäsenistön ulkopuolelta. Tarkoitus on tuoda yhtiölle lisätuloja, jotka osaltaan turvaavat Ylioppilaslehden asemaa ja taloutta muuttuvassa mediamaisemassa. Tilausmahdollisuutta markkinoidaan vuoden 2021 aikana aktiivisesti yleisölle printtilehdessä, sosiaalisen median kanavissa ja vuoden aikana järjestettävissä tapahtumissa.

Heikkilä, Taavi
11/12/2020 14:57:01

Investoinnit

Vuonna 2021 ei tehdä investointeja.

Henkilöstö

Ylioppilaslehden toimitukseen kuuluvat täysipäiväisesti työskentelevät päätoimittaja ja kaksi toimitussihteeriä sekä 60-prosenttisella työajalla työskentelevä AD. Päätoimittaja työskentelee ympärivuotisesti, muu toimitus on palkallisena kymmenen kuukautta vuodessa. Tämän lisäksi lehden tekemiseen osallistuu suuri joukko ulkopuolisia avustajia.

Ilmoitusmyyntipalvelut hoidetaan ostopalveluina.

Yhtiön toimitusjohtajana toimii Ylva Palvelut Oy:n toimitusjohtaja. Talous-, henkilöstö- ja tietohallintopalvelut ostetaan Ylva Palvelut Oy:ltä.

Johtoryhmä

Ylioppilaslehdellä ei ole johtoryhmää.

Vastuullinen toiminta

Ylioppilaslehdessä noudatetaan hyvää journalistista tapaa sekä toimituksen yhdessä sopimia arvoja. Työsuhdeasioissa noudatetaan henkilökunnan osalta Journalistiliiton neuvottelemaa työehtosopimusta.

Ylioppilaslehti ostaa palveluita suurelta joukolta kirjoittajia, valokuvaajia, kuvittajia ja muita median tekijöitä. Monet heistä ovat aloittelevia – heille Ylioppilaslehti tarjoaa mahdollisuuden saada arvokasta työkokemusta ja juttunäytteitä. Ylioppilaslehti tarjoaa näin ponnahduslautan journalismin ammattilaiseksi. Toisaalta Ylioppilaslehden avustajakuntaan kuuluu useita tunnettuja media-alan ammattilaisia, joiden juttuja julkaisemalla Ylioppilaslehden on mahdollista kasvattaa näkyvyyttään ja nauttimaansa arvostusta alan muiden toimijoiden joukossa.

Tehdessään sopimuksia painotuotteista Ylioppilaslehti selvittää painotalojen ympäristösertifikaatit.

Taloudellista vastuuta Ylioppilaslehti kantaa toimimalla kustannustehokkaasti. Vaikka lehden toimitus vaihtuu usein, jokainen toimitus kantaa vastuunsa myös pitkän tähtäimen strategiasta, jolla varmistetaan lehden kehitys ja kannattavuus myös tulevaisuudessa.

Numero-osat

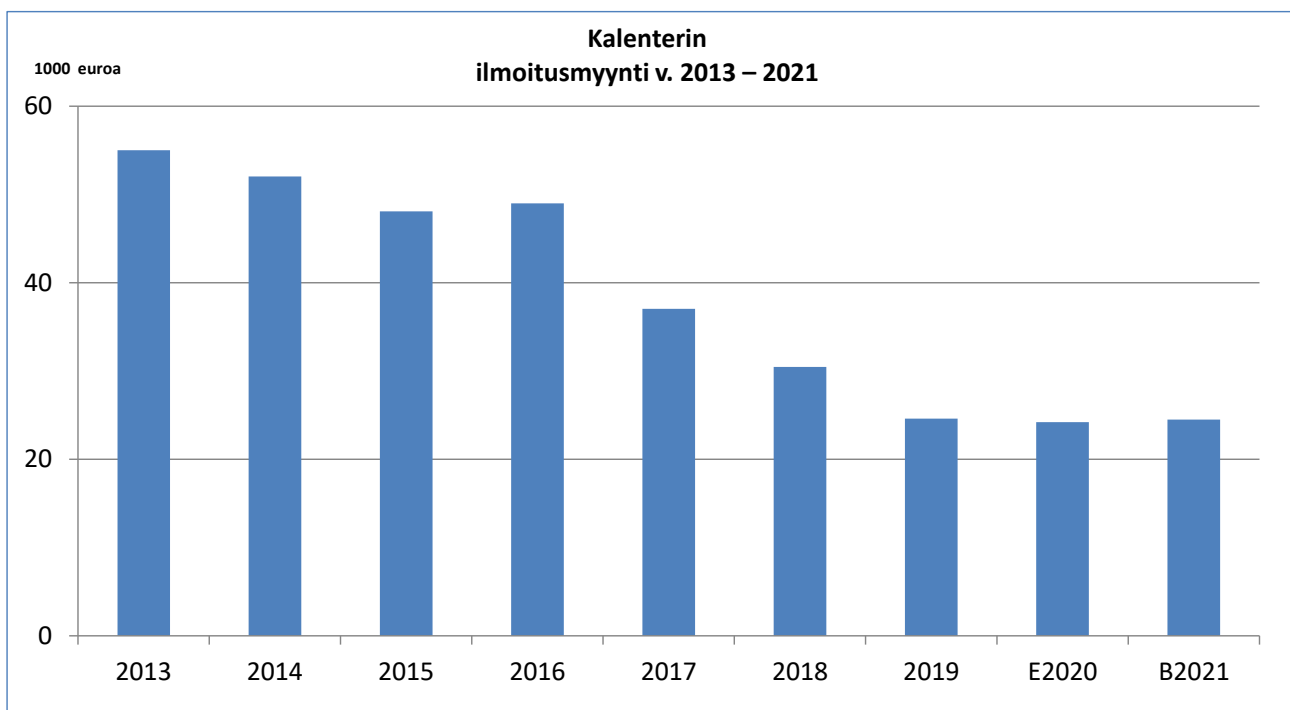
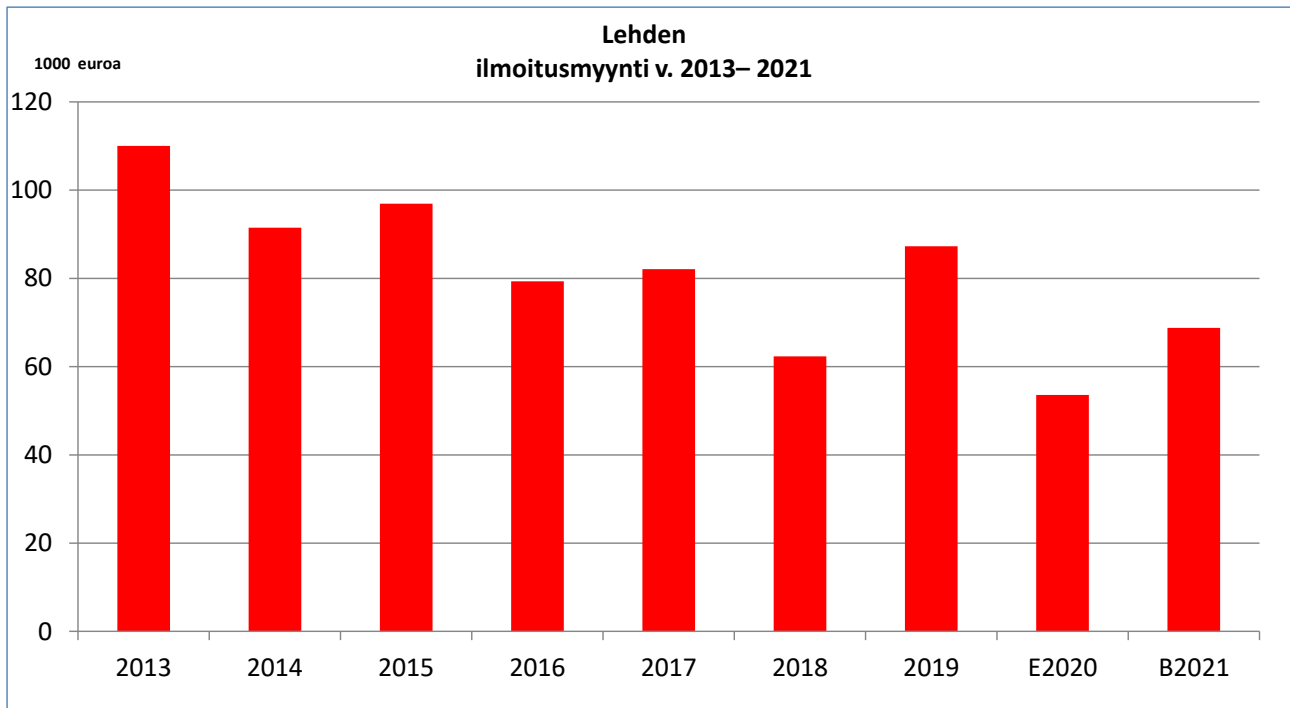
YLIOPPILASLEHDEN KUSTANNUS OY BUDJETTI 2021 (1 000 EUROA)	TP 2017	TP 2018	TP 2019	BUDJETTI 2020	BUDJETTI 2021
LIKEVAIHTO	435	403	426	427	409
Liiketoiminnan muut tuotot	9	17	0	0	0
Painatuskulut	-49	-57	-60	-60	-54
Jakelukulut	-59	-59	-63	-65	-63
Ilmoitusmyynnin kulut	-29	-23	-21	-25	-21
Muut tuotantokulut	-1	-1	-1	0	-1
TUOTANTOKATE	306	279	281	277	270
Palkkauskulut	-157	-150	-164	-158	-161
Avustajapalkkiot	-52	-42	-30	-39	-36
PALKKAKATE	97	87	87	80	73
Vuokrat	-16	-16	-17	-17	-17
Muut kulut	-28	-28	-19	-28	-20
Ostetut palvelut	-29	-26	-26	-24	-25
Hallinto	-10	-10	-10	-10	-10
TULOS ENNEN POISTOJA JA KORKOJA	14	7	16	1	1
Poistot	0	0	0	0	0
Korot	0	0	0	0	0
TULOS ENNEN VEROJA	14	7	16	1	1
Verot	-3	-2	-3	0	0
TULOS ENNEN TILINPÄÄTÖSERIÄ	11	5	13	1	1
Tuotantokate	70 %	69 %	66 %	65 %	66 %
Palkkakate	22 %	22 %	20 %	19 %	18 %
Vastuukate	3 %	2 %	4 %	0 %	0 %
Tulos ennen tilinpäätöseriä	3 %	1 %	3 %	0 %	0 %
Painatuskulut LV:sta	-11 %	-14 %	-14 %	-14 %	-13 %
Jakelukulut LV:sta	-14 %	-15 %	-15 %	-15 %	-15 %
Ilmoitusmyynnin kulut ilm. myynnin LV:sta	-24 %	-24 %	-18 %	-22 %	-22 %
Palkat+palkkiot LV:sta	-48 %	-48 %	-45 %	-46 %	-48 %

YLIOPPILASLEHTI					
BUDJETTI 2021 (1 000 EUROA)	TP 2017	TP 2018	TP 2019	BUDJETTI 2020	BUDJETTI 2021
Ilmoitusmyynti	79	60	84	78	65
Tilausmyynti	315	307	311	313	313
LIKEVAIHTO	394	367	395	391	381
Liiketoiminnan muut tuotot	9	17	0	0	0
Painatuskulut	-36	-39	-46	-49	-42
Jakelukulut	-59	-59	-63	-65	-63
Ilmoitusmyynnin kulut	-19	-15	-14	-16	-14
Muut tuotantokulut	-1	-1	-1	0	-1
TUOTANTOKATE	289	270	271	262	261
Palkkauskulut	-111	-106	-124	-120	-123
Avustajapalkkiot	-43	-34	-24	-26	-25
PALKKAKATE	136	130	123	116	114
Vuokrat	-16	-16	-17	-17	-17
Muut kulut	-26	-22	-18	-27	-18
Ostetut palvelut	-19	-17	-17	-16	-17
Hallinto	-7	-7	-7	-7	-7
TULOS ENNEN POISTOJA JA KORKOJA	68	69	64	50	55
Poistot	0	0	0	0	0
Korot	0	0	0	0	0
TULOS ENNEN VEROJA	68	69	64	50	55
Verot	-3	-2	-3	0	0
TULOS ENNEN TILINPÄÄTÖSERIÄ	65	67	61	49	54

KALENTERI					
BUDJETTI 2021 (1 000 EUROA)	TP 2017	TP 2018	TP 2019	BUDJETTI 2020	BUDJETTI 2021
Kalenteri					
LIKEVAIHTO	37	33	27	31	25
Painatuskulut	-14	-18	-14	-12	-12
Avustajapalkkiot	0	-3	-1	-5	-5
Ilmoitusmyynnin kulut	-9	-8	-6	-8	-6
Muut tuotantokulut	0	0	0	0	0
TUOTANTOKATE	14	5	7	6	1
Muut kulut	0	0	0	0	0
TULOS ENNEN POISTOJA JA KORKOJA	14	5	7	6	1

VERKKOLEHTI BUDJETTI 2021 (1 000 EUROA)	TP 2017	TP 2018	TP 2019	BUDJETTI 2020	BUDJETTI 2021
LIKEVAIHTO	3	2	3	5	4
Ilmoitusmyynnin kulut	-1	0	-1	-1	-1
Muut tuotantokulut	0	0	0	0	0
TUOTANTOKATE	2	2	2	4	3
Palkkauskulut	-46	-44	-40	-38	-39
Avustajapalkkiot	-9	-6	-5	-8	-6
PALKKAKATE	-53	-48	-43	-43	-42
Muut kulut	-2	-7	-1	-1	-2
Ostetut palvelut	-10	-9	-9	-8	-8
Hallinto	-3	-3	-3	-3	-3
TULOS ENNEN POISTOJA JA KORKOJA	-68	-67	-55	-55	-55

Ilmoitusmyynnin tilastot



Heikkilä, Taavi
11/12/2020 14:57:01