VIESTIMEDIA
Maaseudun Tulevaisuus 2027

Tätä on Viestimedia

Perustettu vuonna 1976
(Maaseudun Tulevaisuus perustettu 1916)

Liikevaihto 28 milj. €

Henkilökunta
104 henkilöä

Viestimedia on Suomen johtava maaseutuun, metsään ja kotiin liittyvien mediasisältöjen tuottaja. Monikanavaiset mediamme ovat tunnettuja ja luotettuja.

Päätuotteitamme ovat uutismedia Maaseudun Tulevaisuus sekä aikakausmediat Koneviesti ja Metsänomistajan Aarre verkossa ja printissä. Viestimedia työllistää noin 100 viestintäalan ammattilaista.

Edistämme maaseudun ja maakuntien hyvinvointia medianäkyvyyden kautta. Olemme panostaneet voimakkaasti digitaaliseen palveluihin, ja tuotamme palkittuja sisältöjä sekä tunnustettuja teknisiä ratkaisuja.

Viestimedian tuoteperhe

- **Maaseudun Tulevaisuus**
  - Kokonaistavoittavuus 619 000*
  - MT.FI-verkkopalvelu noin 560 000 viikkokävijää**
- **Kantri-kuukausiliite**
  - 138 200* lukijaa
- **Suomalainen Maaseutu -kuukausiliite**
  - 110 700* lukijaa
- **Metsänomistajan Aarre**
  - 94 200* lukijaa
- **Koneviesti**
  - Kokonaistavoittavuus 149 200*
  - Koneviesti.fi-verkkopalvelu 32 000 viikkokävijää**
  - Konepodi-podcast
  - Konedata-palvelu

LÄHDE: *KMT 2026 PRINTTI+DIGI / **GA4 2026

VIESTIMEDIA

Maaseudun Tulevaisuus – maakuntien asialla

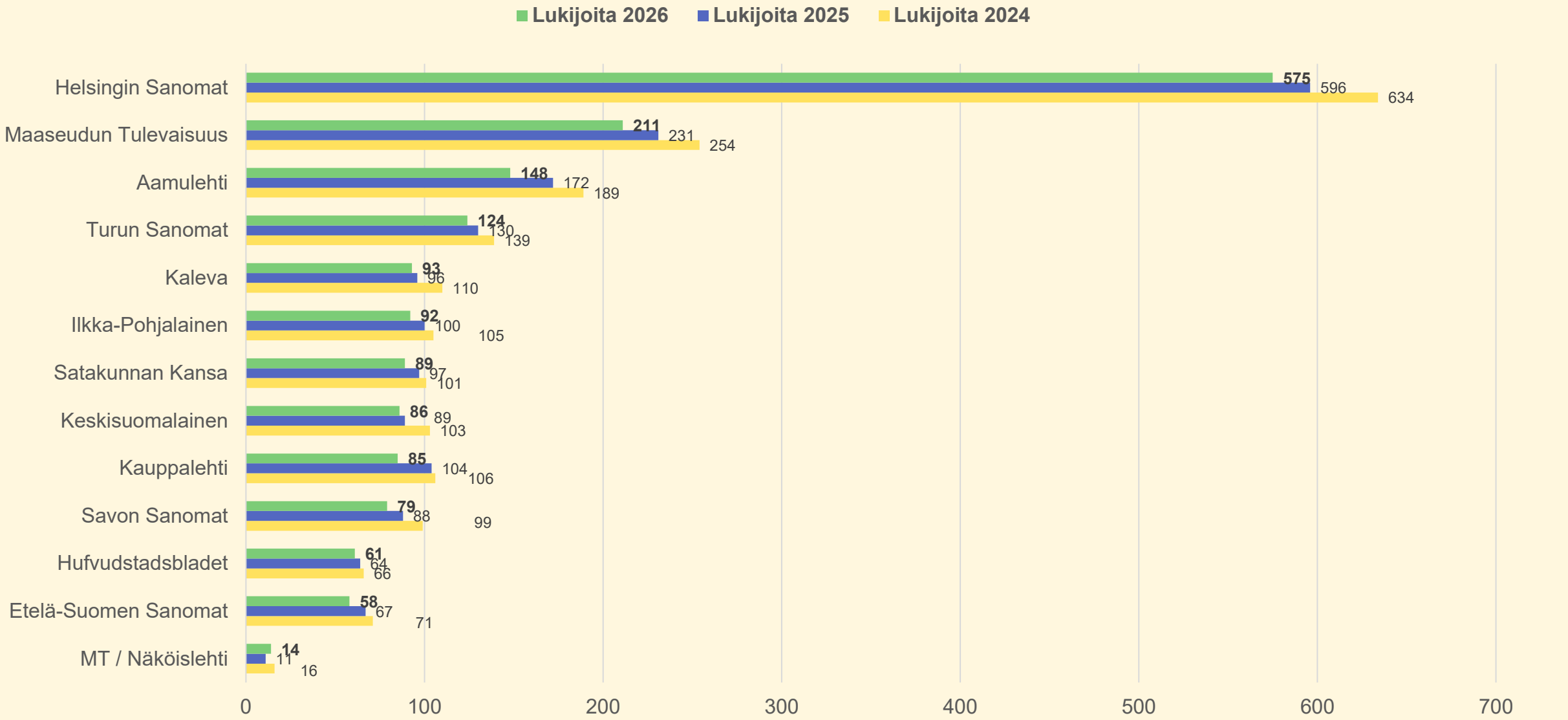
- Puolustaa vahvasti asumista, yrittämistä, omistamista ja elinvoimaa maakunnissa
- STT:n TOP10 siteeratuimpien medioiden listalla sijalla 7
- Ammattilaisten ydinasiaa
- Maanviljelijöiden ammattilehti: 90 % suomalaisista viljelijöistä lukee ja seuraa Maaseudun Tulevaisuutta***
- Päätoimittaja **Jussi Orell**
  - 50 journalistia + laaja avustajien joukko
  - oma Eurooppa-kirjeenvaihtaja
- Ilmestyy maanantaisin, keskiviikkoisin ja perjantaisin
- Broadsheet-koko
- Kokonaistavoittavuus 619 000 *, verkossa 560 000**
- Painetulla Maaseudun Tulevaisuudella on 211 000 lukijaa*
- Maaseudun Tulevaisuuden uutiskirjeellä on 10 500 yksittäistä tilaajaa

LÄHDE: *KMT 2026 PRINTTI+DIGI / **GA4 2026

VIESTIMEDIA

Päivälehtien lukijat (000) printti + näköislehti

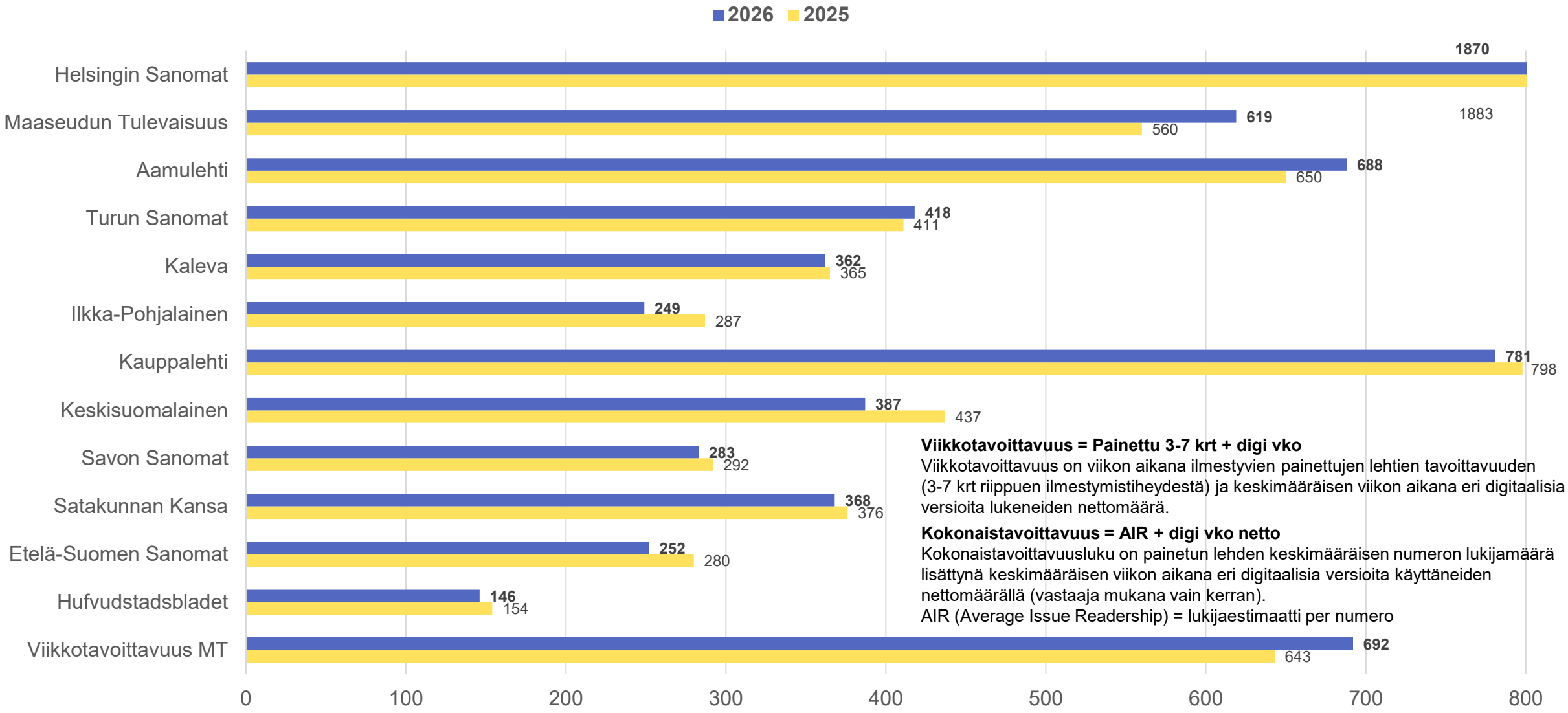
Lukijoita: painetun lehden ja näköislehden netto yhteislukijamäärä



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Päivälehtien lukijat (000) - kokonaistavoittavuus



Viikkotavoittavuus = Painettu 3-7 krt + digi vko
Viikkotavoittavuus on viikon aikana ilmestyvien painettujen lehtien tavoittavuuden (3-7 krt riippuen ilmestymistiheydestä) ja keskimääräisen viikon aikana eri digitaalisia versioita lukeneiden nettomäärä.

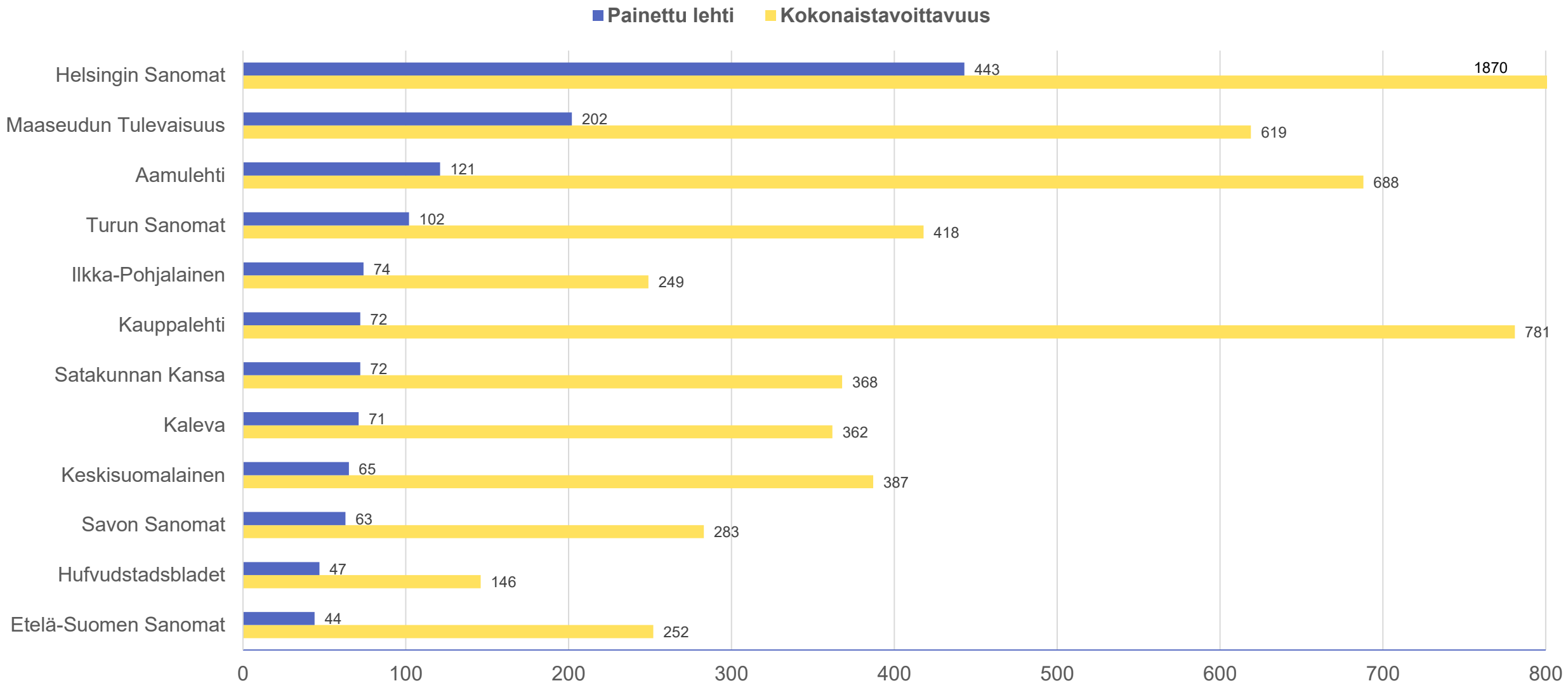
Kokonaistavoittavuus = AIR + digi vko netto
Kokonaistavoittavuusluku on painetun lehden keskimääräisen numeron lukijamäärä lisättynä keskimääräisen viikon aikana eri digitaalisia versioita käyttäneiden nettomäärällä (vastaaja mukana vain kerran).
AIR (Average Issue Readership) = lukijaestimaatti per numero

LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Päivälehtien lukijat (000)

Kokonaistavoittavuus = AIR + digi vko netto
Kokonaistavoittavuusluku on painetun lehden keskimääräisen numeron lukijamäärä lisättynä keskimääräisen viikon aikana eri digitaalisia versioita käyttäneiden nettomäärällä (vastaaja mukana vain kerran).
AIR (Average Issue Readership = lukijaestimaatti per numero

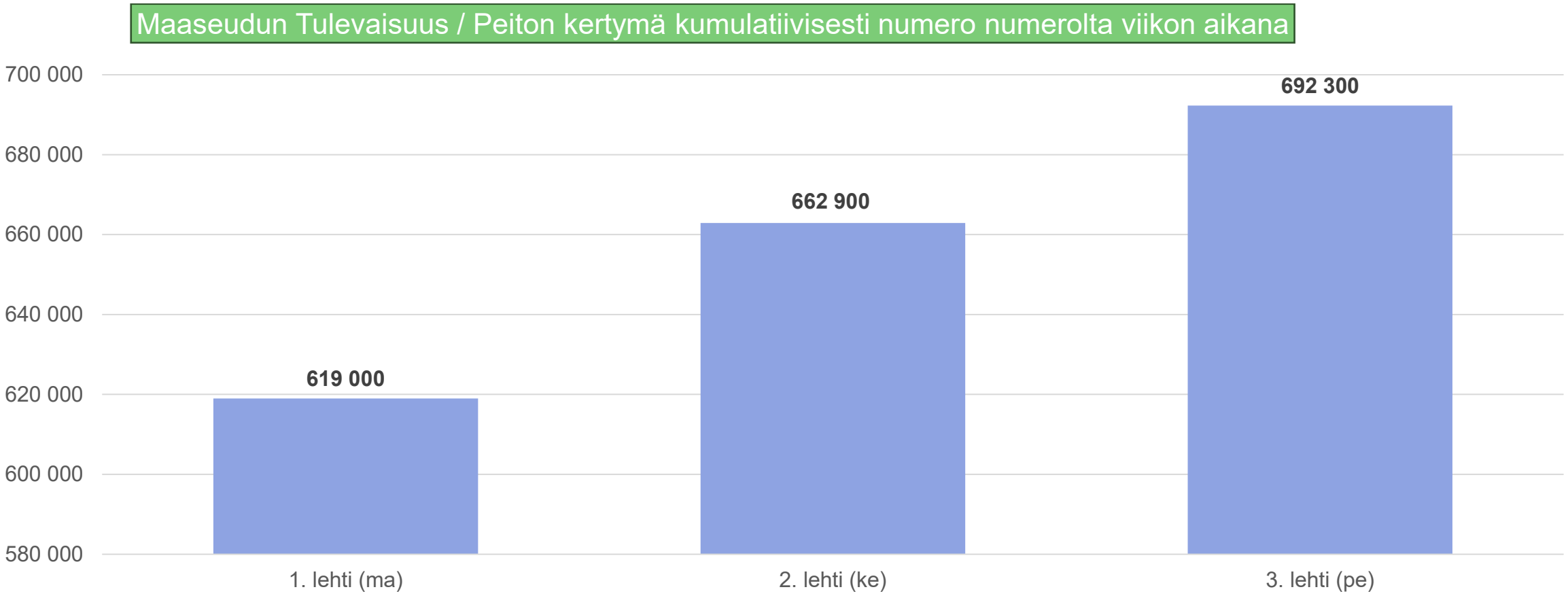


LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Viikon kokonaistavoittavuus

Viikon kokonaistavoittavuus
Painetun lehden keskimääräisen numeron lukijamäärä + digitaalisten versioiden nettolukijamäärä keskimääräiseltä viikolta.



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Suuren lehden voima ja edut mainostajalle

Todella vahva brändi

Suuri ostokykyinen kohderyhmä

Erittäin pieni päällekkäispeitto muiden sanomalehtien kanssa

Uniikki yleisö, jota muut mediat eivät tavoita

Ainutlaatuinen valtakunnallinen kokonaisuus pirstoutuvassa mediakentässä

Todellinen yrittäjämedia, yrittäjien määrä lähes nelinkertainen suhteessa väestöön

Printtilukijoiden profiili

IKÄ

25-64 v
49 %

LEHDEN HYÖDYLLISYYS

87 %	MT lukijoilleen erittäin tai melko tärkeä
85 %	MT:n yleisarvosana
90 %	MT on hyödyllisin lehti lukijoilleen

SUKUPUOLI

38 %	Naiset
62 %	Miehet

OMISTAMINEN

95 %	Yksi tai useampi auto
86 %	Omistusasunto
47 %	Mökki tai vapaa-ajan asunto käytössä
19 %	Yrittäjä tai maatalousyrittäjä

KULUTTAJAPROFIILI

"Suosin kotimaisia tuotteita."
91 %

"Ostoksia tehdessäni laatu on minulle hintaa tärkeämpi."
84 %

"Teen tietoisesti vastuullisia valintoja kulutuksessani."
76 %

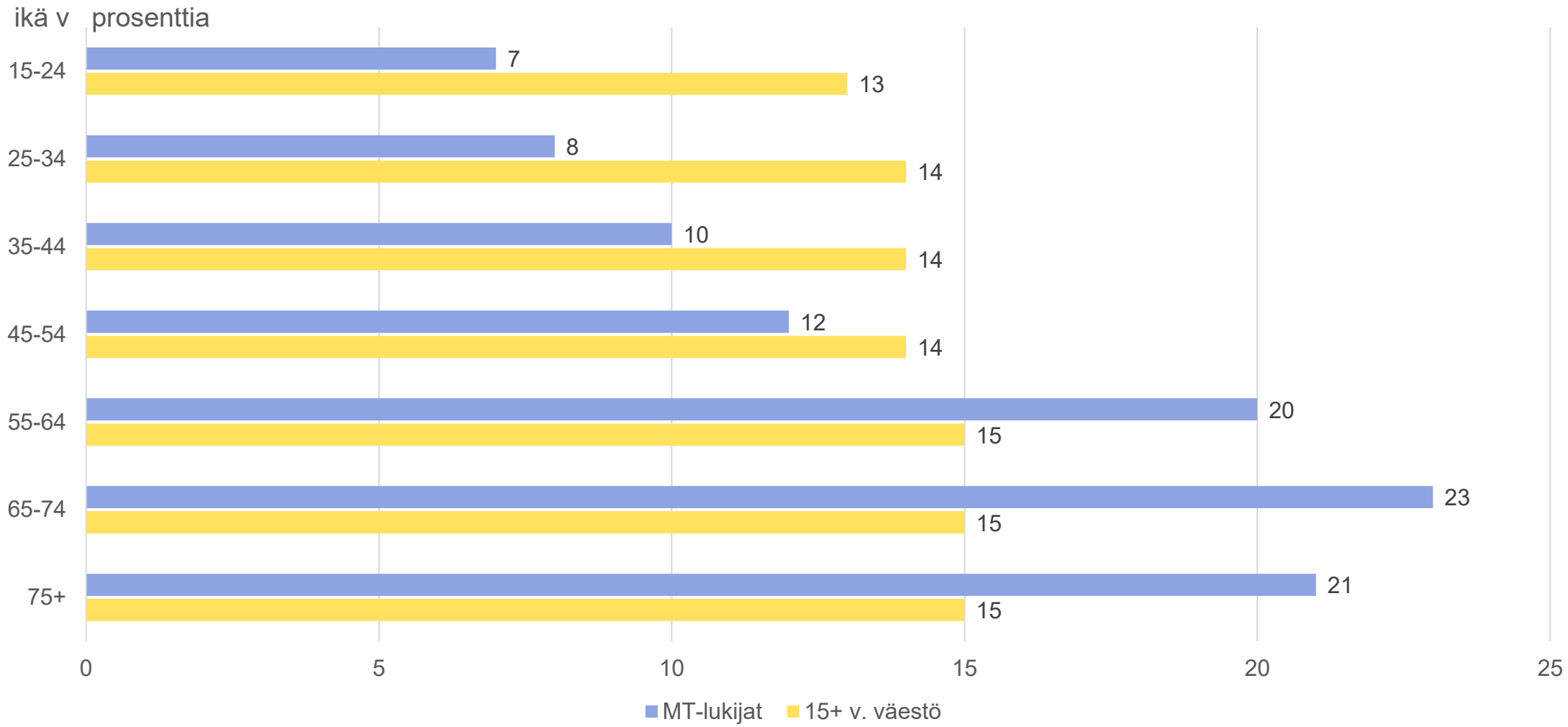
"Suosin ostoksissani sertifioitu- ja tuotteita (esim. Avainlippu, Joutsenmerkki)."
69 %

MT painettu + näköislehti

LÄHDE: KMT 2026, Maatalouslehtien mediatutkin

Sukupuoli ja ikä

Sukupuoli: nainen 38 % mies 62 %

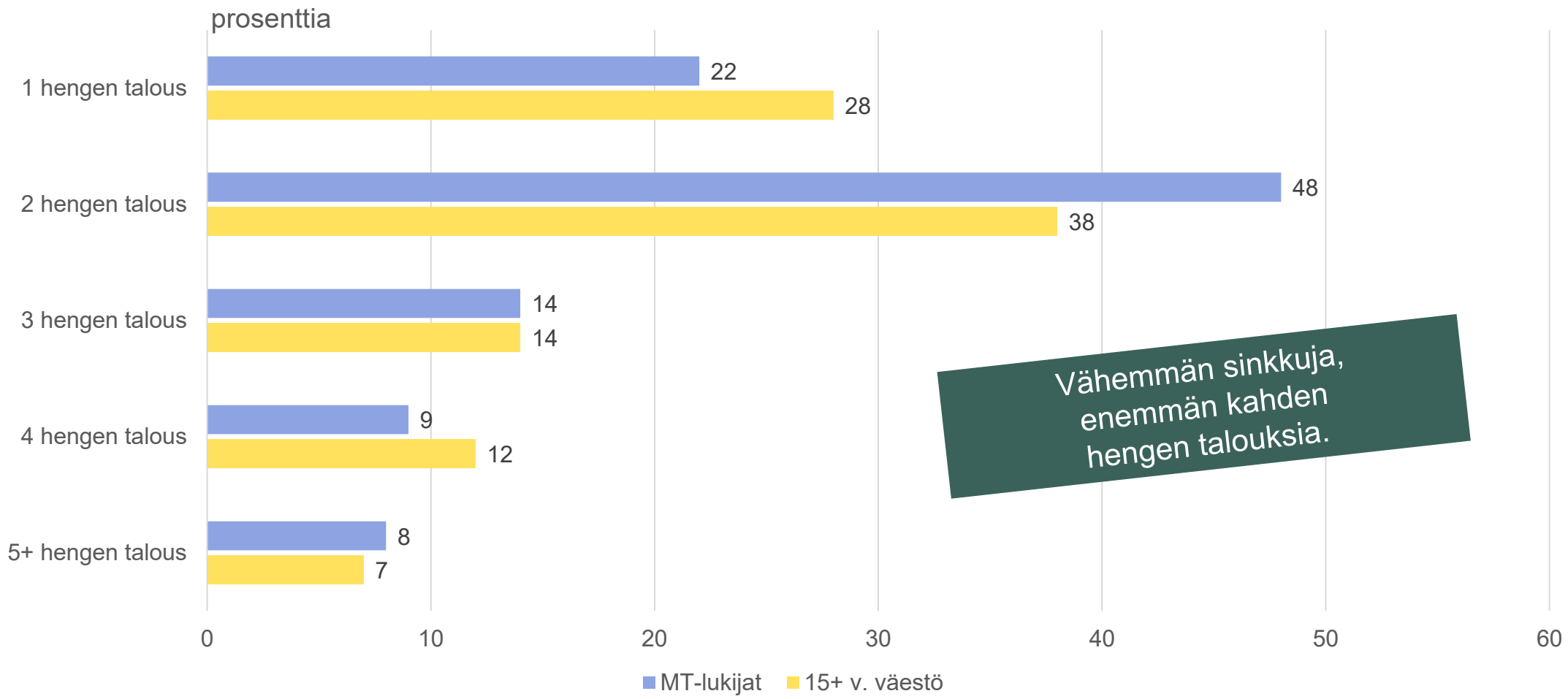


LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Talouden koko

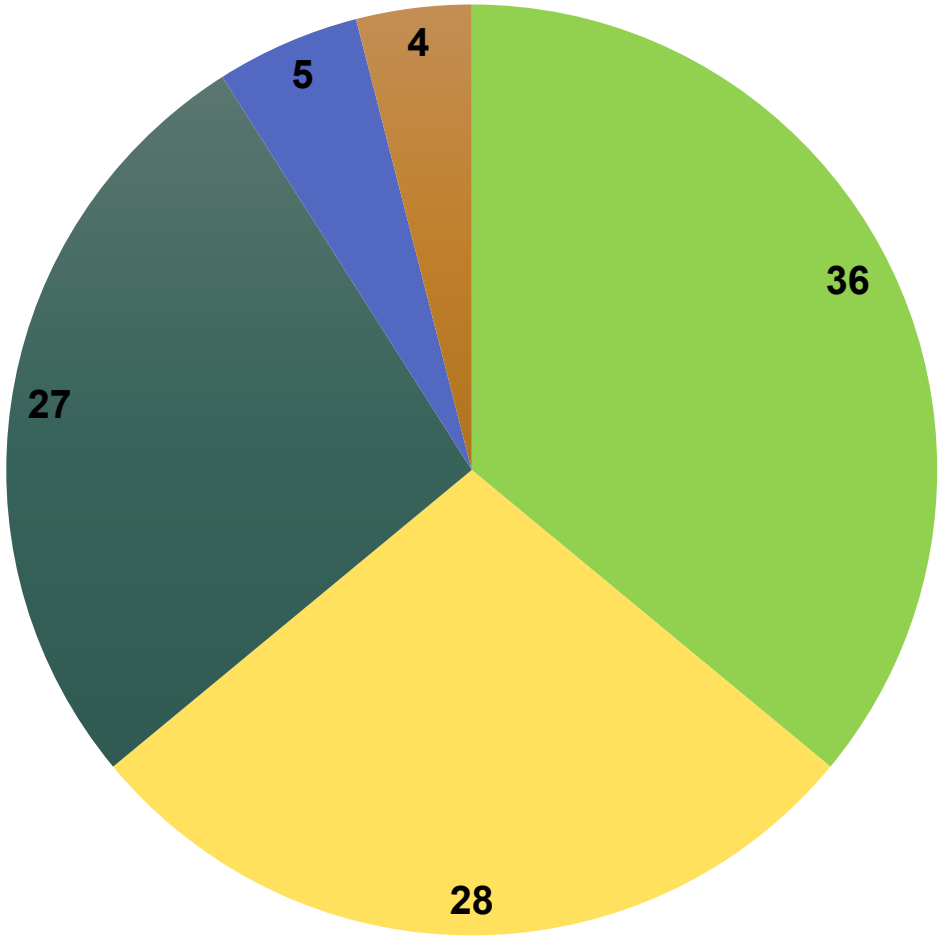
Lapsiperheitä 28 % kaikista lukijoista



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Lukijoiden asuinpaikka



Kuntatyyppi

- Maalaiskunta
- Alle 30 000 asukkaan kaupunki
- Muu yli 30 000 asukkaan kaupunki / kunta
- Tku, Tre Oulu
- Suur-Helsinki

Maaseutuyrittäjät asuvat eri puolilla Suomea. Valtakunnallinen MT on ainoa lehti, jolla tavoitat heidät.

LÄHDE: KMT 2025

VIESTIMEDIA

MT:n levikin jakautuminen postinumeroalueittain

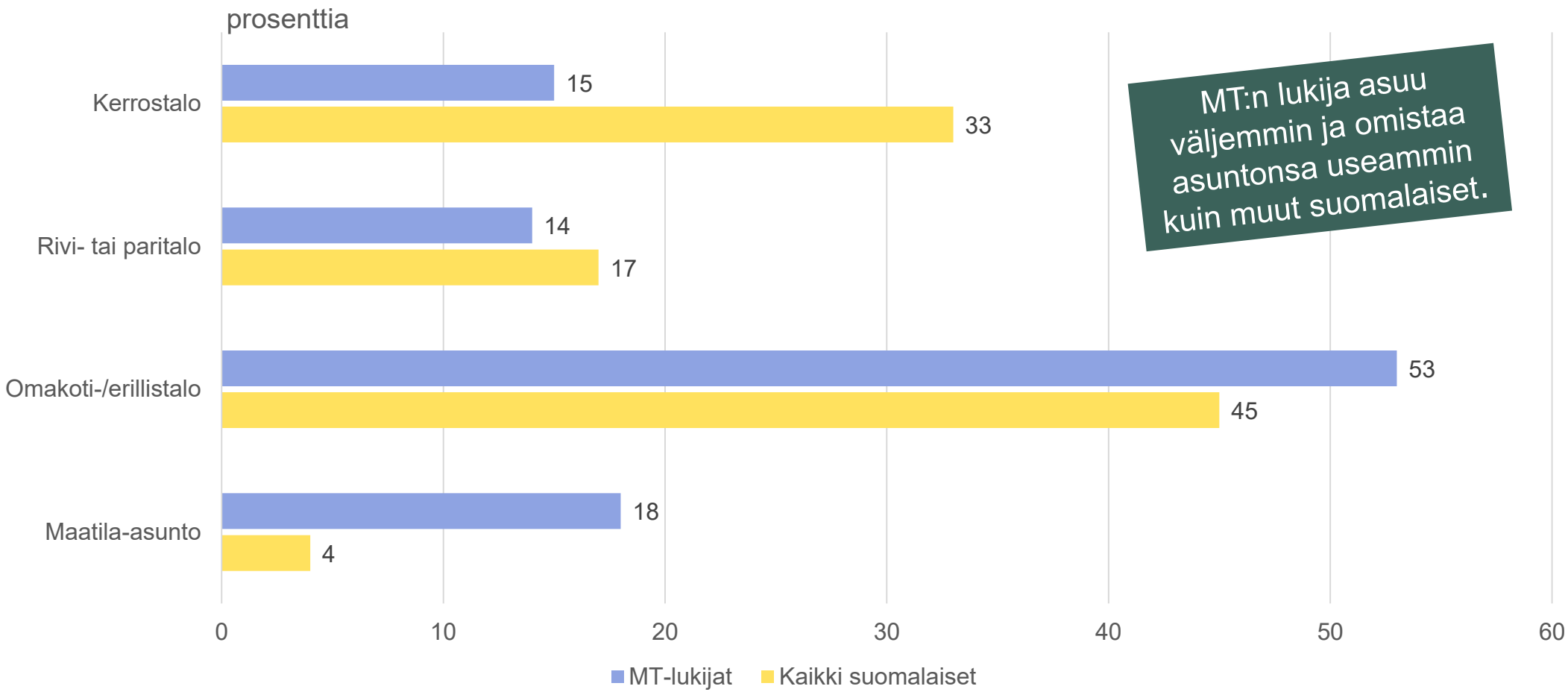
MT

Suomen kunnat, jotka ovat hallinnollisesti kaupunkeja

VIESTIMEDIA

Asumismuoto

Asuu omistusasunnossa: MT:n lukijat 86 %, kaikki suomalaiset 75 %

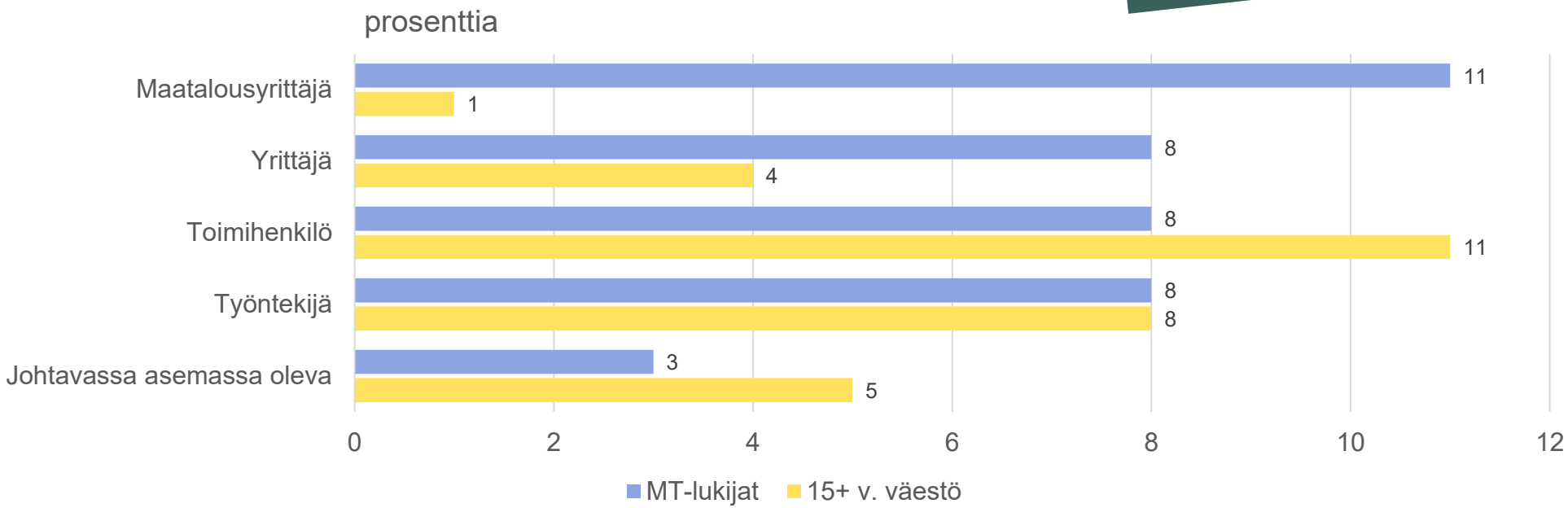


LÄHDE: KMT 2026

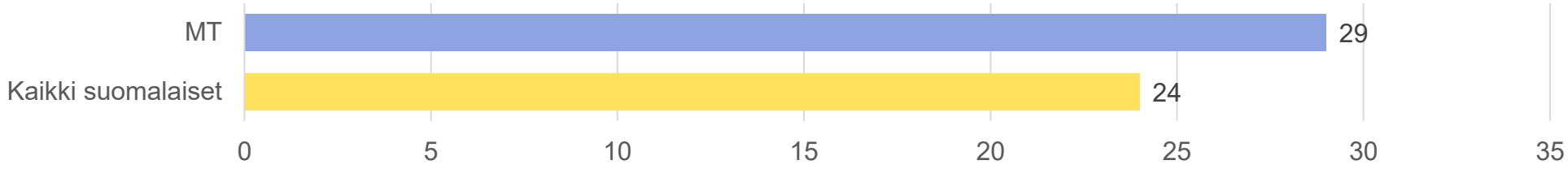
VIESTIMEDIA

Lukijoiden ammatti

Erilaisten yrittäjien määrä on Moninkertainen muuhun väestöön verrattuna.



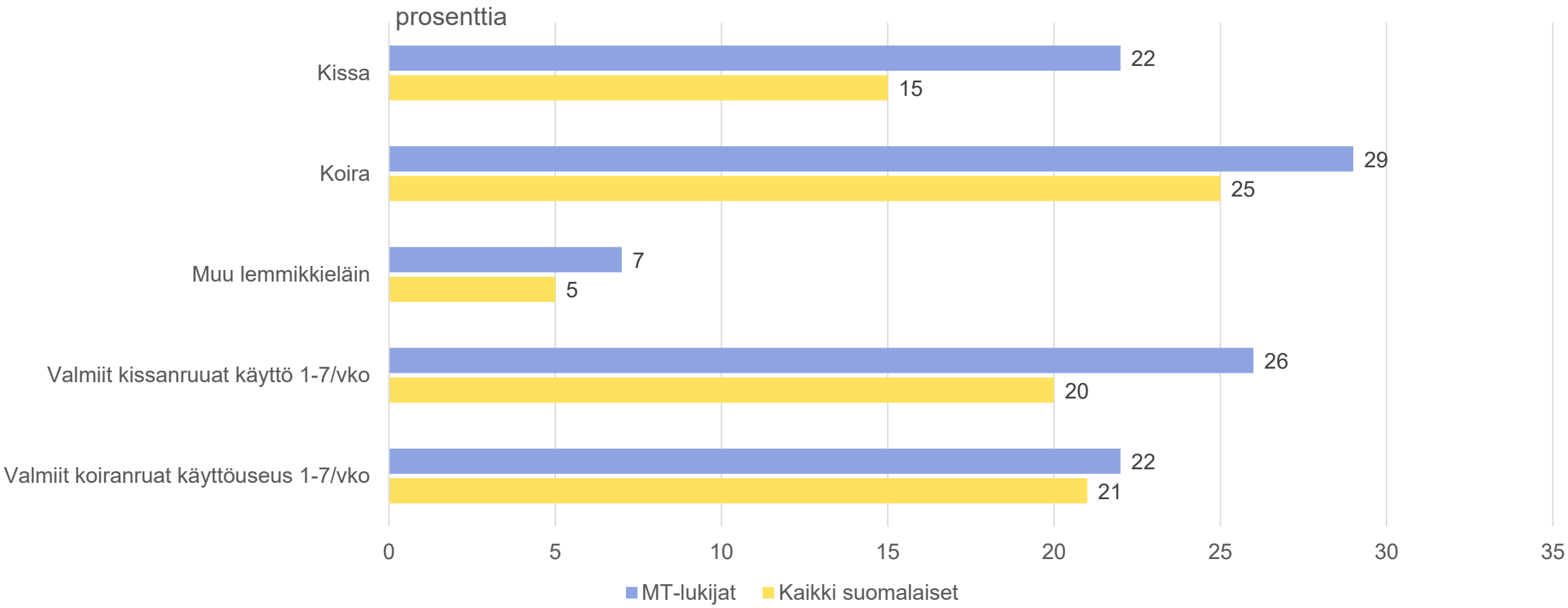
Osallistuu työpaikan hankintapäätöksiin



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

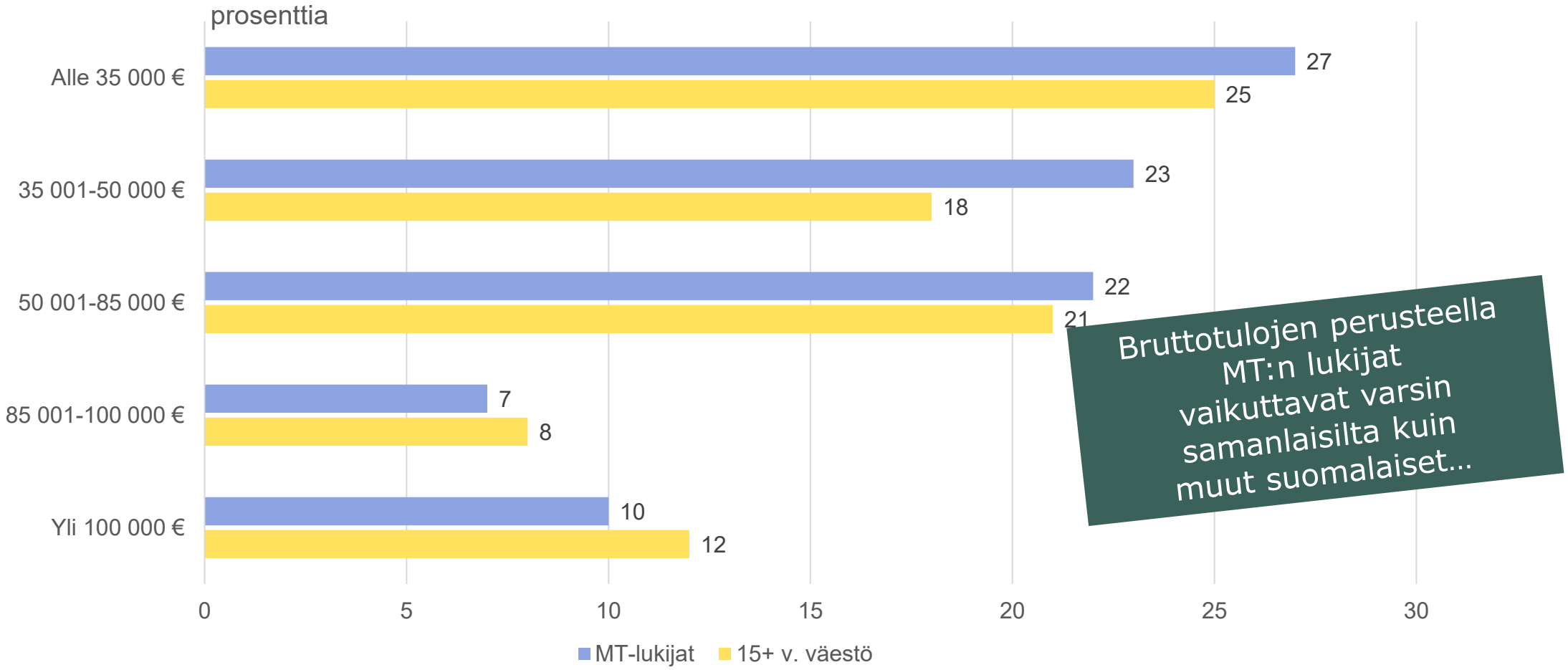
Talouden lemmikkieläimet



LÄHDE: MIND 2025, KMT 2026

VIESTIMEDIA

Talouden bruttotulot (€/v)

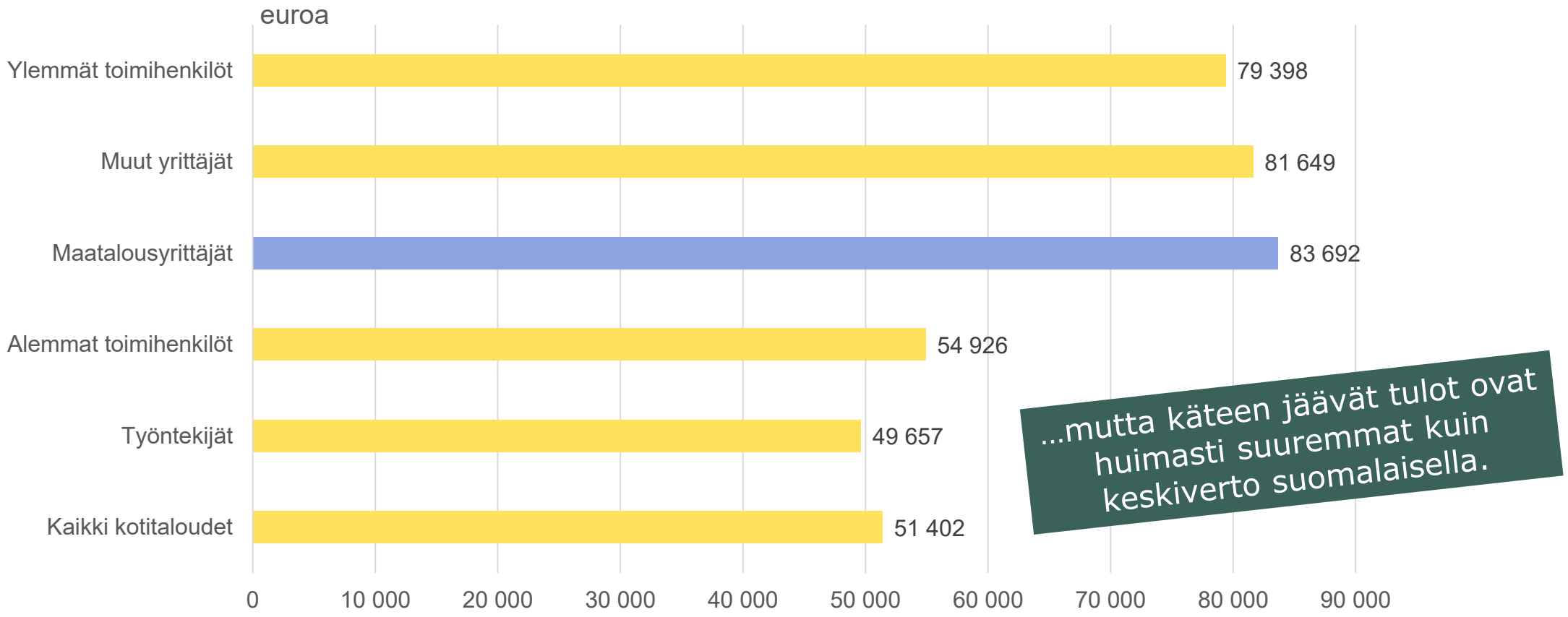


Bruttotulojen perusteella MT:n lukijat vaikuttavat varsin samanlaisilta kuin muut suomalaiset...

LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Käytettävissä olevat tulot kotitaloutta kohti (€/v keskiarvo)

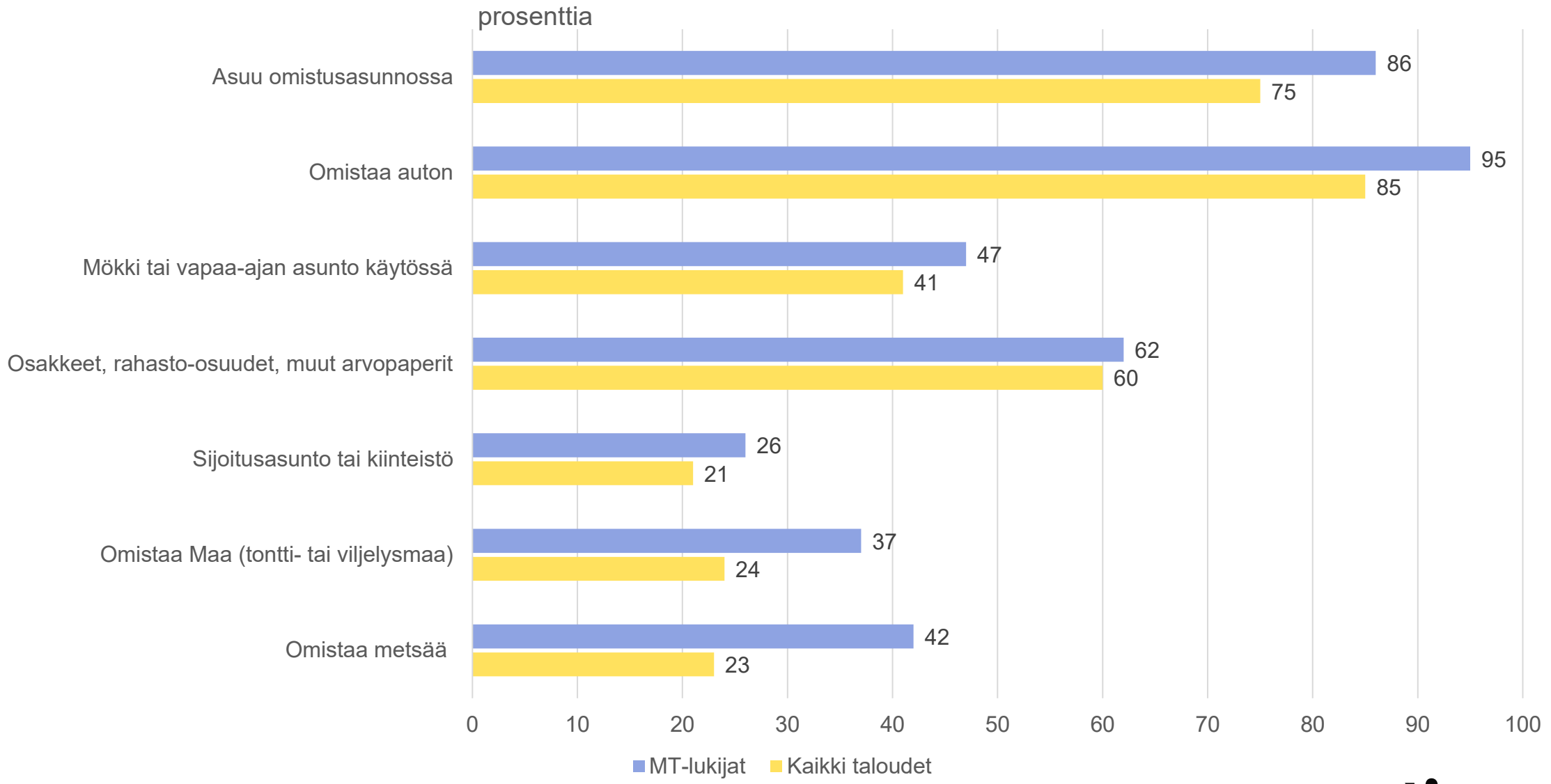


LÄHDE: Tulonjakotilasto 2024 / Tilastokeskus 2025

VIESTIMEDIA

Omistaminen

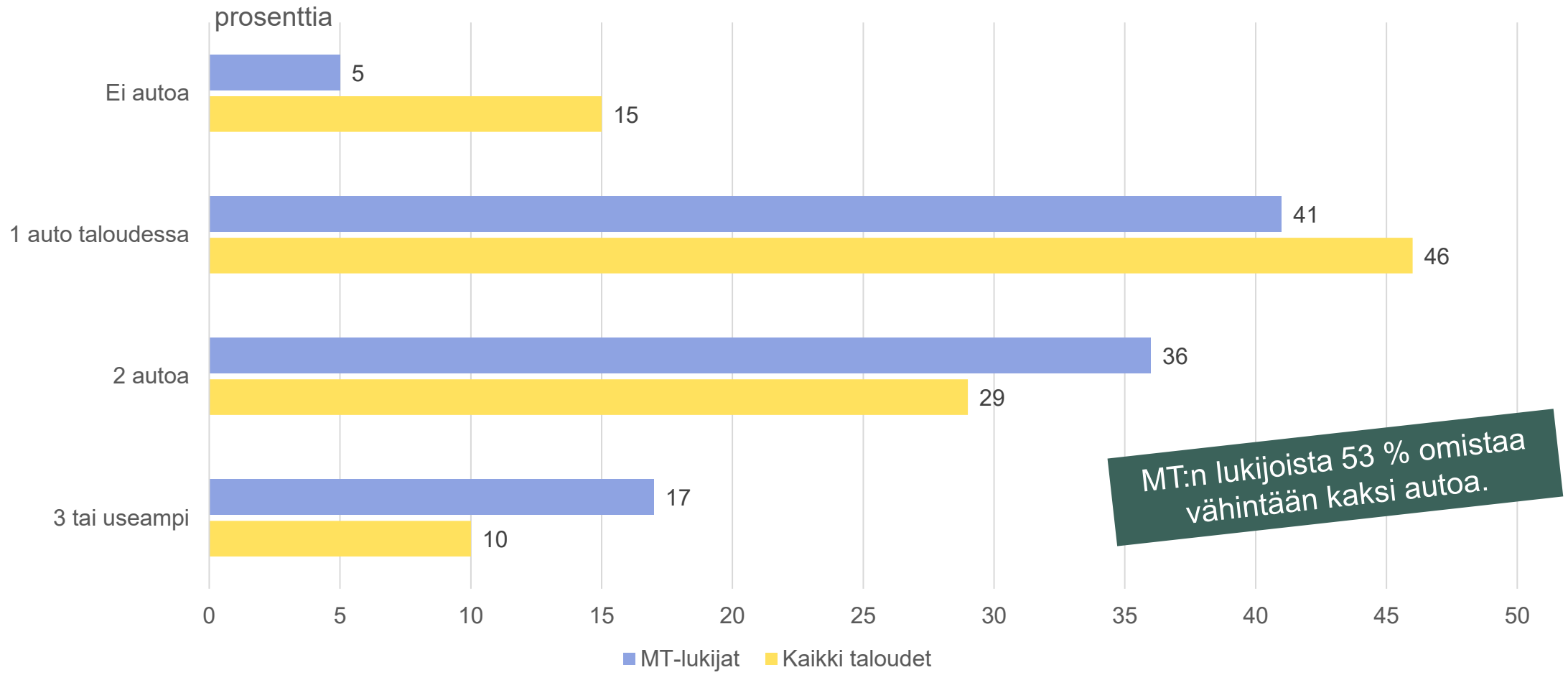
Vauraus näkyy kaikissa mittareissa.



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

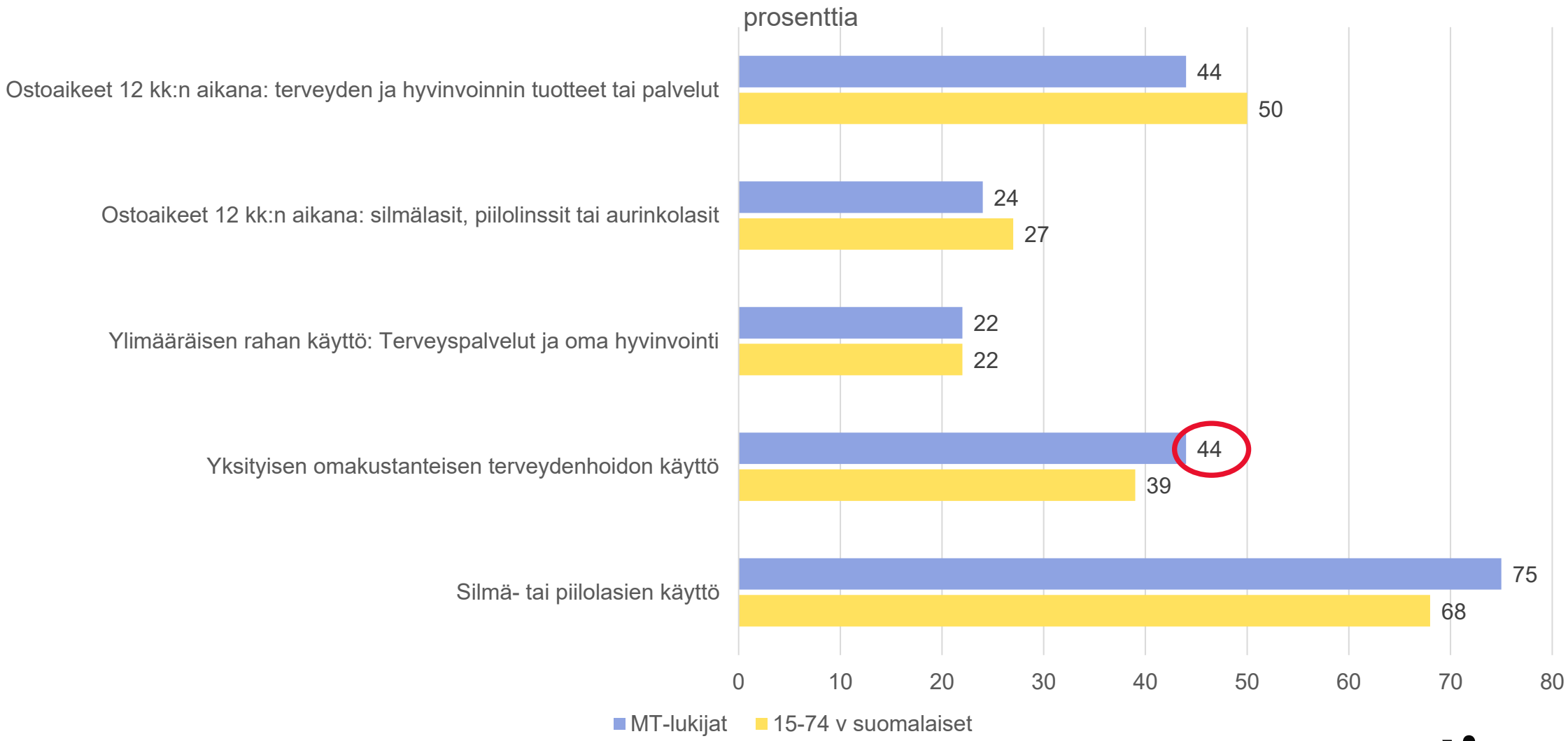
Autojen omistaminen



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

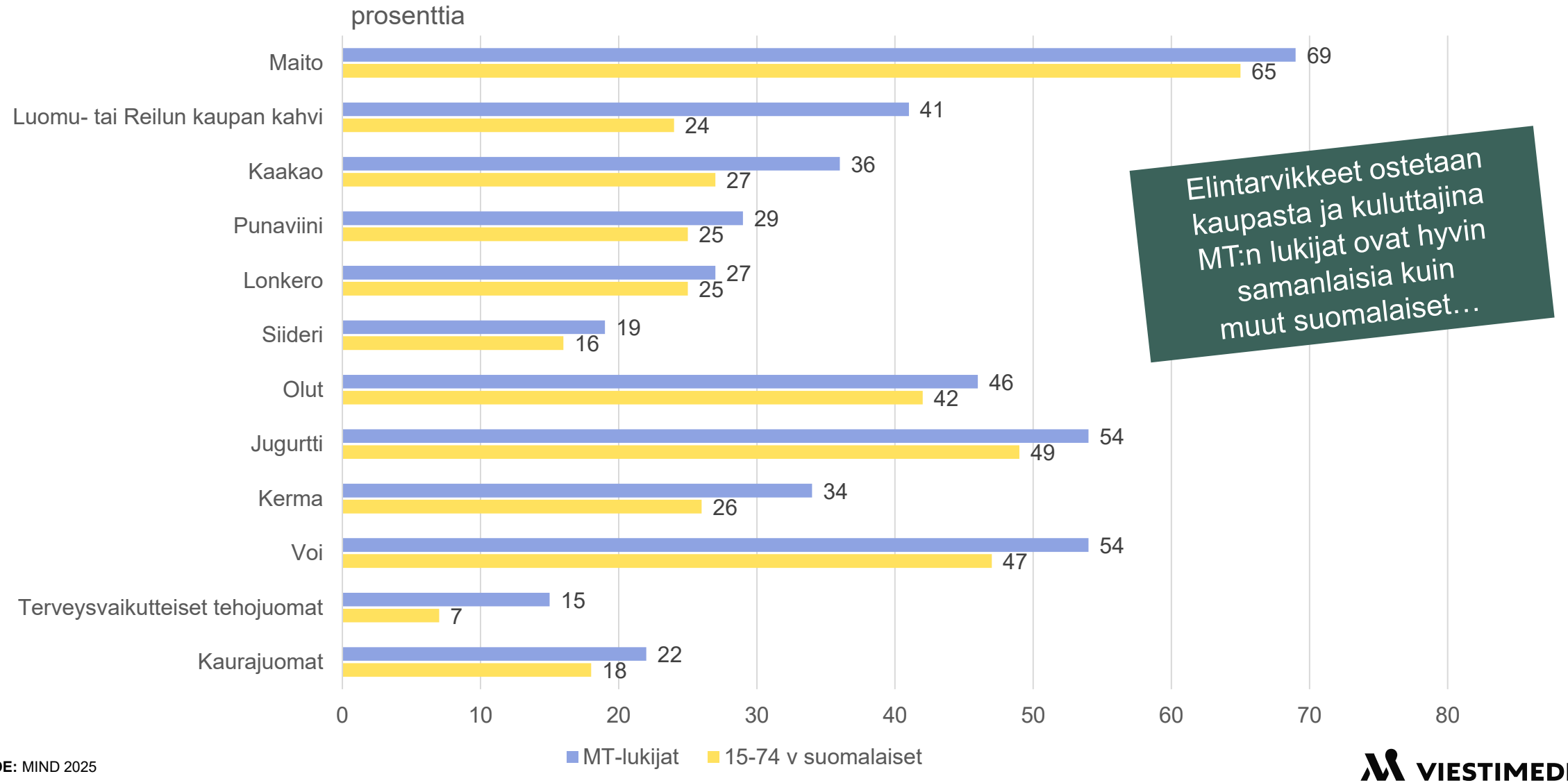
MT:n lukijat ja terveys



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Elintarvikkeiden käyttö: 1-7 kertaa viikossa

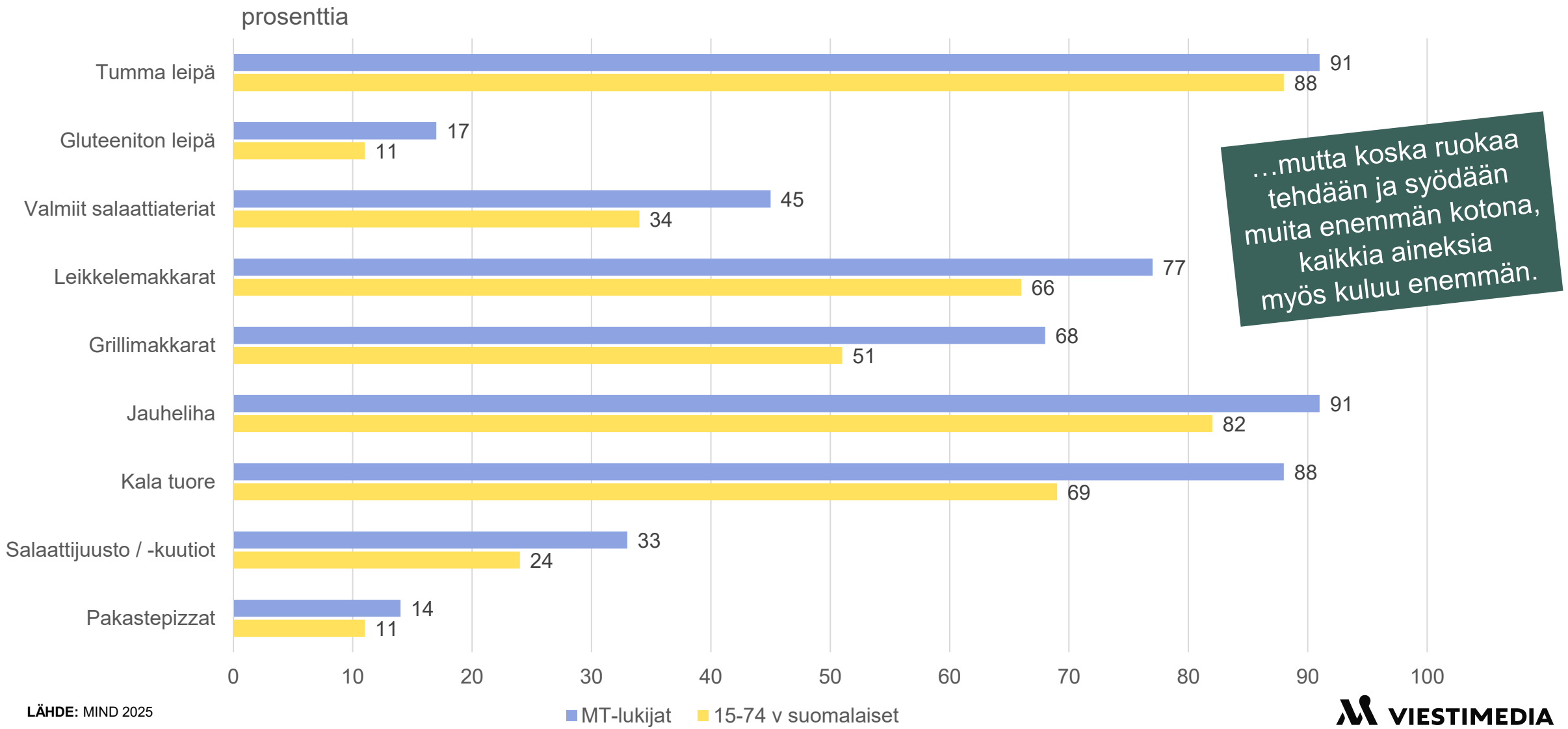


Elintarvikkeet ostetaan kaupasta ja kuluttajina MT:n lukijat ovat hyvin samanlaisia kuin muut suomalaiset…

LÄHDE: MIND 2025

VIESTIMEDIA

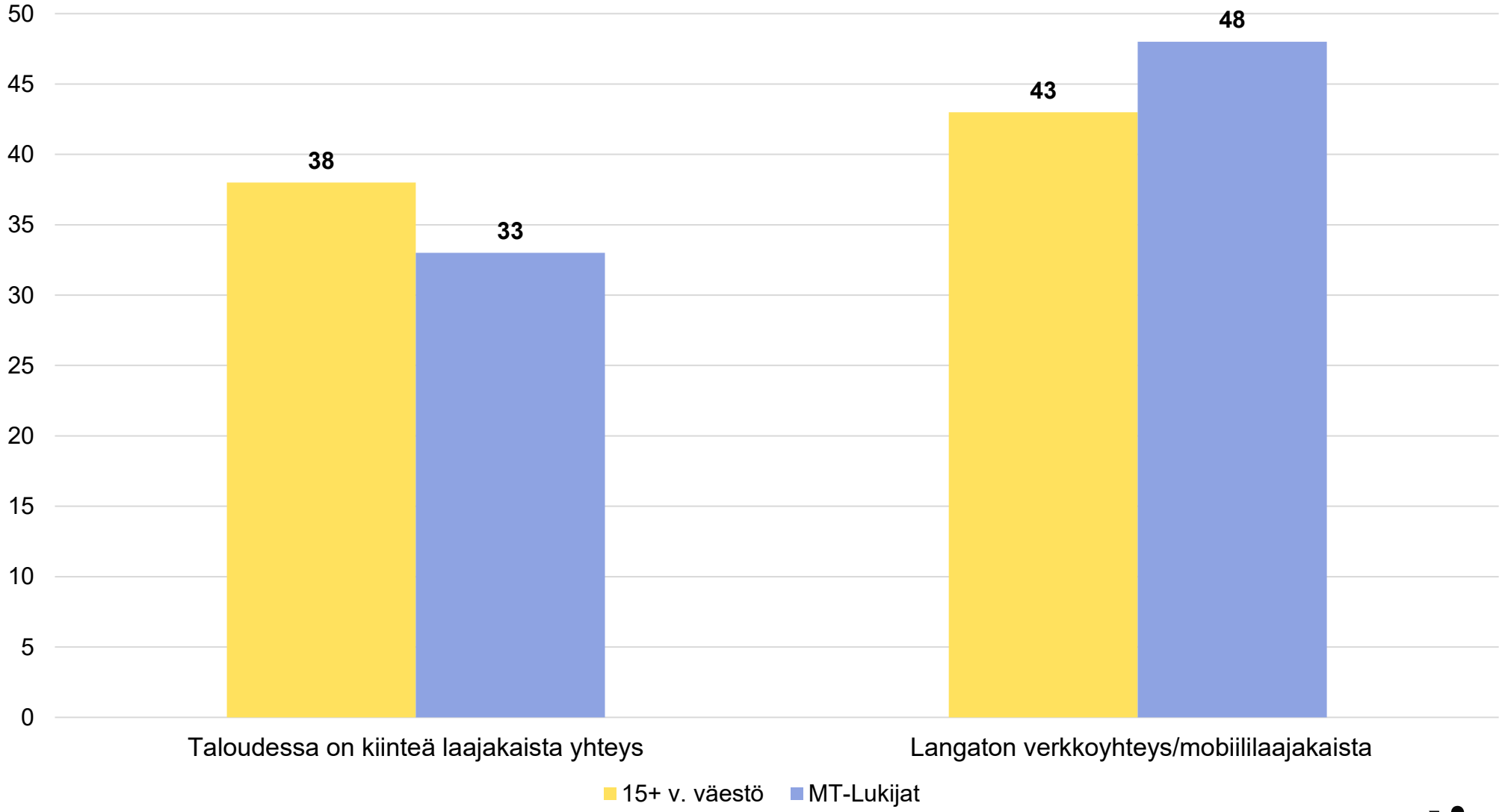
Elintarvikkeiden käyttö: 1-7 kertaa viikossa



LÄHDE: MIND 2025

VIESTIMEDIA

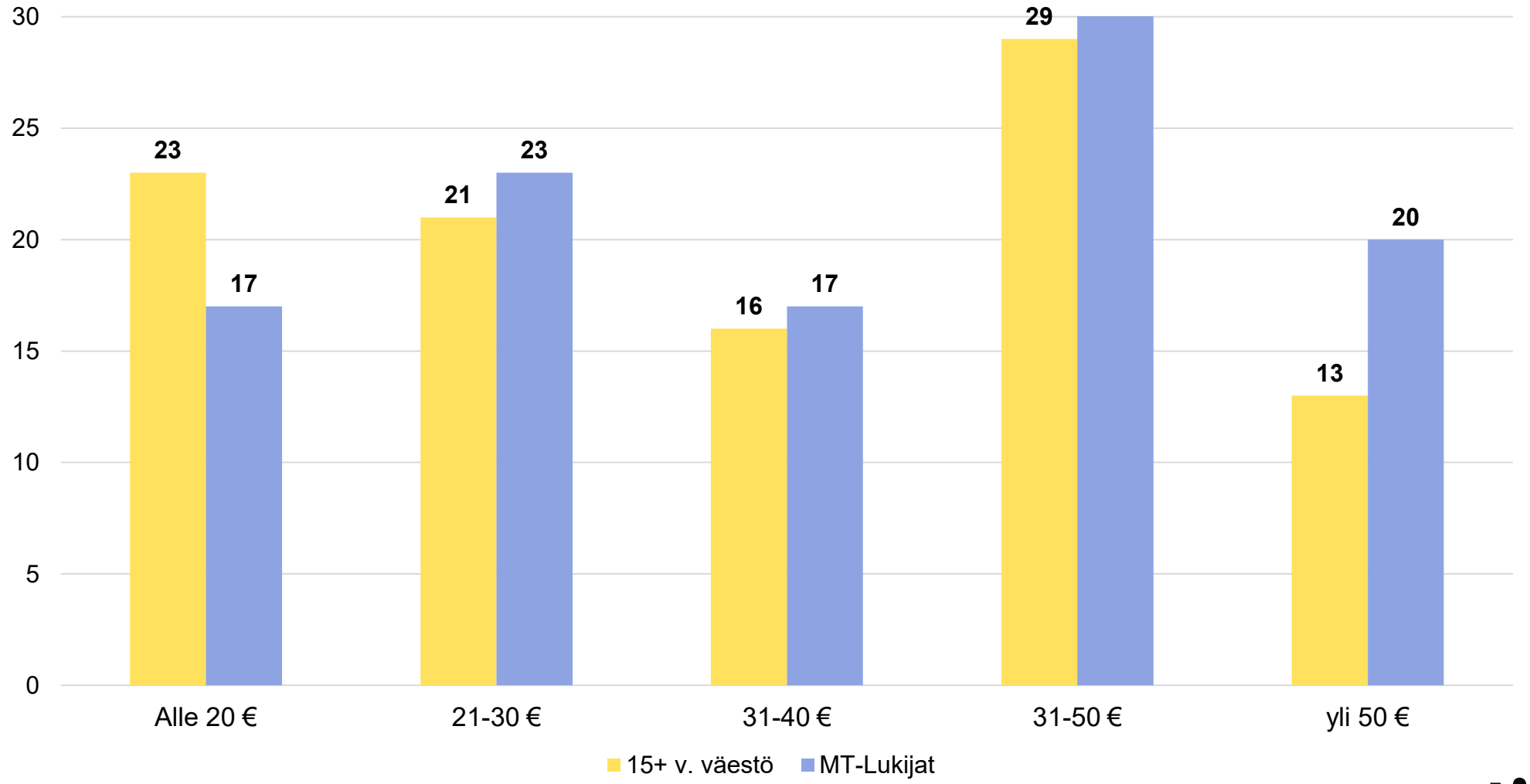
Talouden hankinnat: laajakaista



LÄHDE: MIND 2025

VIESTIMEDIA

Talouden rahan käyttö tietoliikenneyhteydet, laajakaista / kk

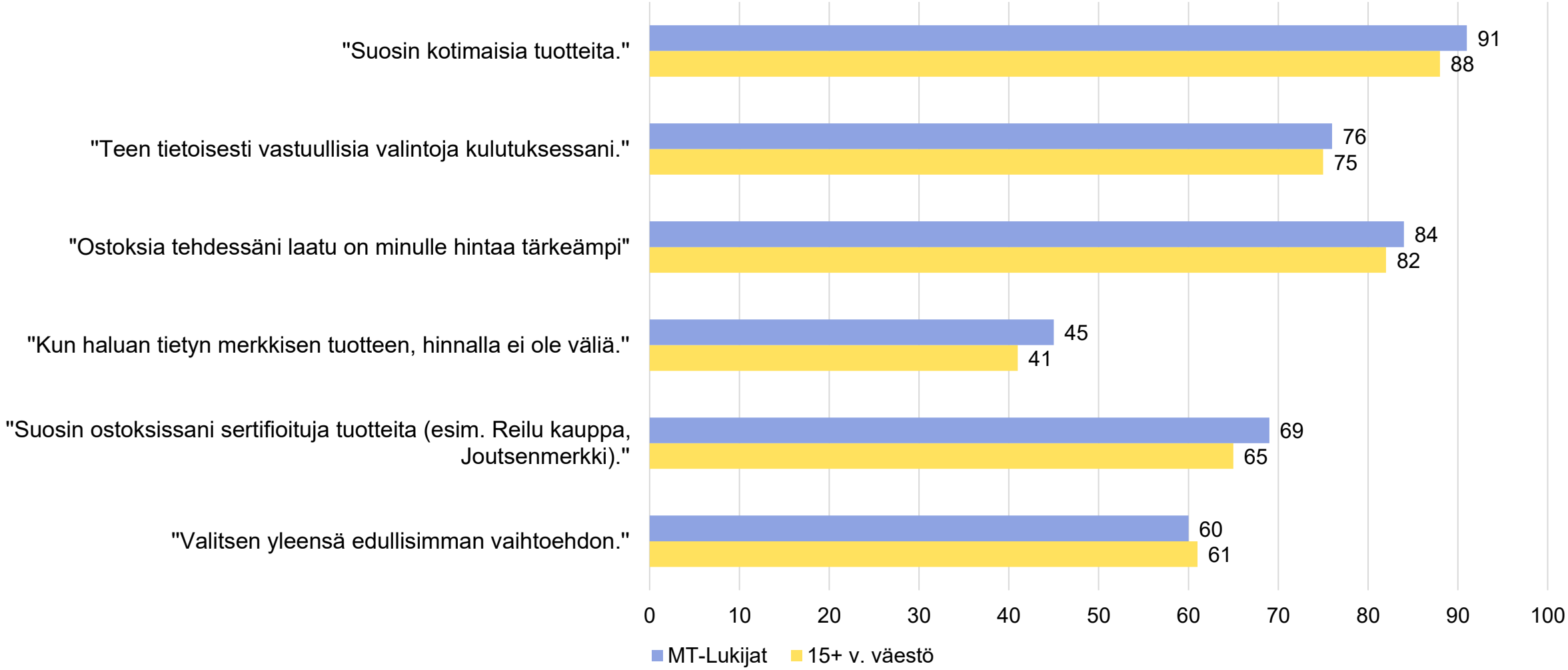


LÄHDE: MIND 2025

VIESTIMEDIA

Ostopäätöstä ohjaavat tekijät

Laadusta ja kotimaisuudesta ollaan valmiita maksamaan.

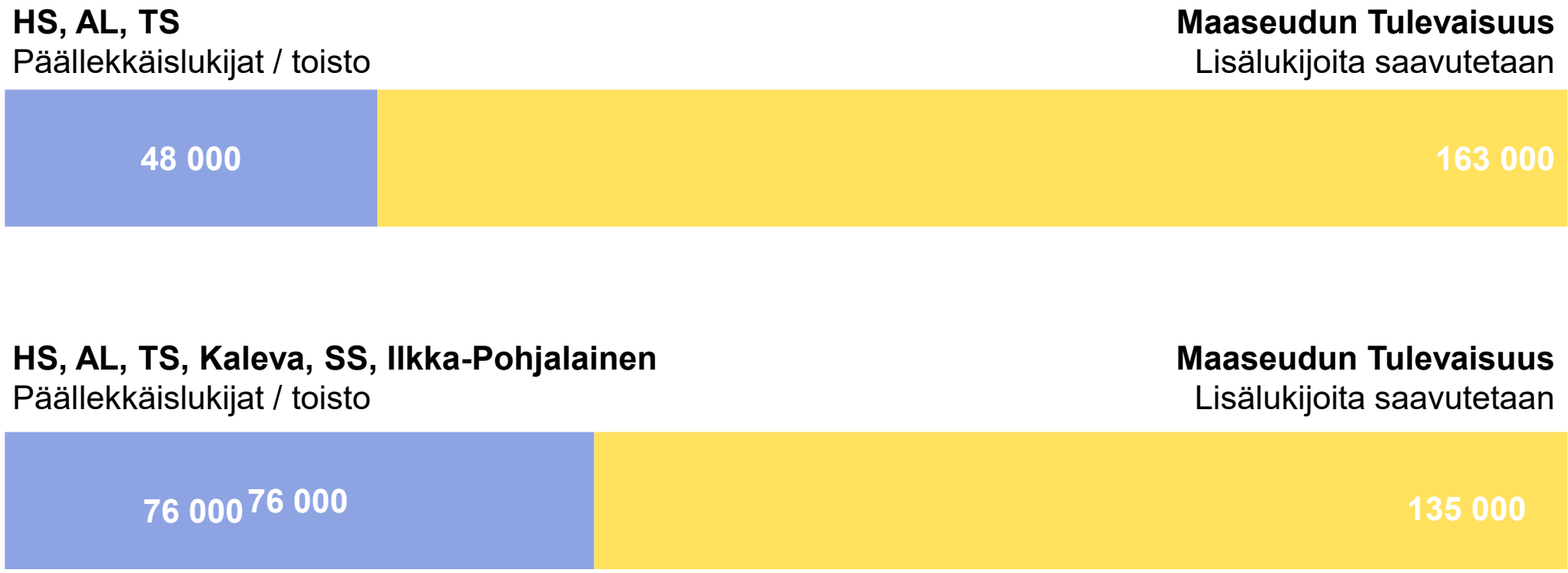


LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Toistot ja lisälukijat, kun Maaseudun Tulevaisuus kampanjassa

MT:lla saat kampanjaan enemmän lisälukijoita kuin millään muulla päivälehdellä.



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Nettolukijat kolmessa valtakunnallisessa kampanjassa (painettu + näköislehti)

Iltalehti
Ilta-Sanomat
Helsingin Sanomat

794 100 nettolukijaa

Maaseudun Tulevaisuus
Iltalehti
Helsingin Sanomat

856 400 nettolukijaa

Maaseudun Tulevaisuus
Ilta-Sanomat
Helsingin Sanomat

889 100 nettolukijaa

Nettolukijat lisääntyvät aina, kun toisen iltapäivälehden tilalle otetaan Maaseudun Tulevaisuus.

95 000 lukijaa enemmän!

LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

MT on lukijansa tärkein lehti

MT:n lukijat ovat sitoutuneimpia koko Suomessa. Jatkuvan kehitystyön myötä lehti on kasvanut perinteisestä maatalousmediasta koko maaseudun asukkaiden ja yrittäjien tärkeimmäksi uutis- ja talouslehdeksi.

Nämä johtavat ominaisuudet tekevät MT:sta lehden, jolla on ylivoimainen valtakunnallinen lukijapeitto kaupunkikeskusten ulkopuolella.

Verrattuna muihin lehtiin MT on lukijoilleen:

- tärkein, hyödyllisin ja luotettavin
- monipuolisin ja ajankohtaisin
- tarkimmin luettu
- se, jonka ilmoituksista ja mainoksista saadaan eniten hyötyä
- yksinkertaisesti paras, kouluarvosanoilla mitattuna

Maaseudun Tulevaisuus tavoittaa 85% suomalaisista maatalousyrittäjistä

Ammattilehtien peittoprosentit; printti+netti (kaikki maatilat)

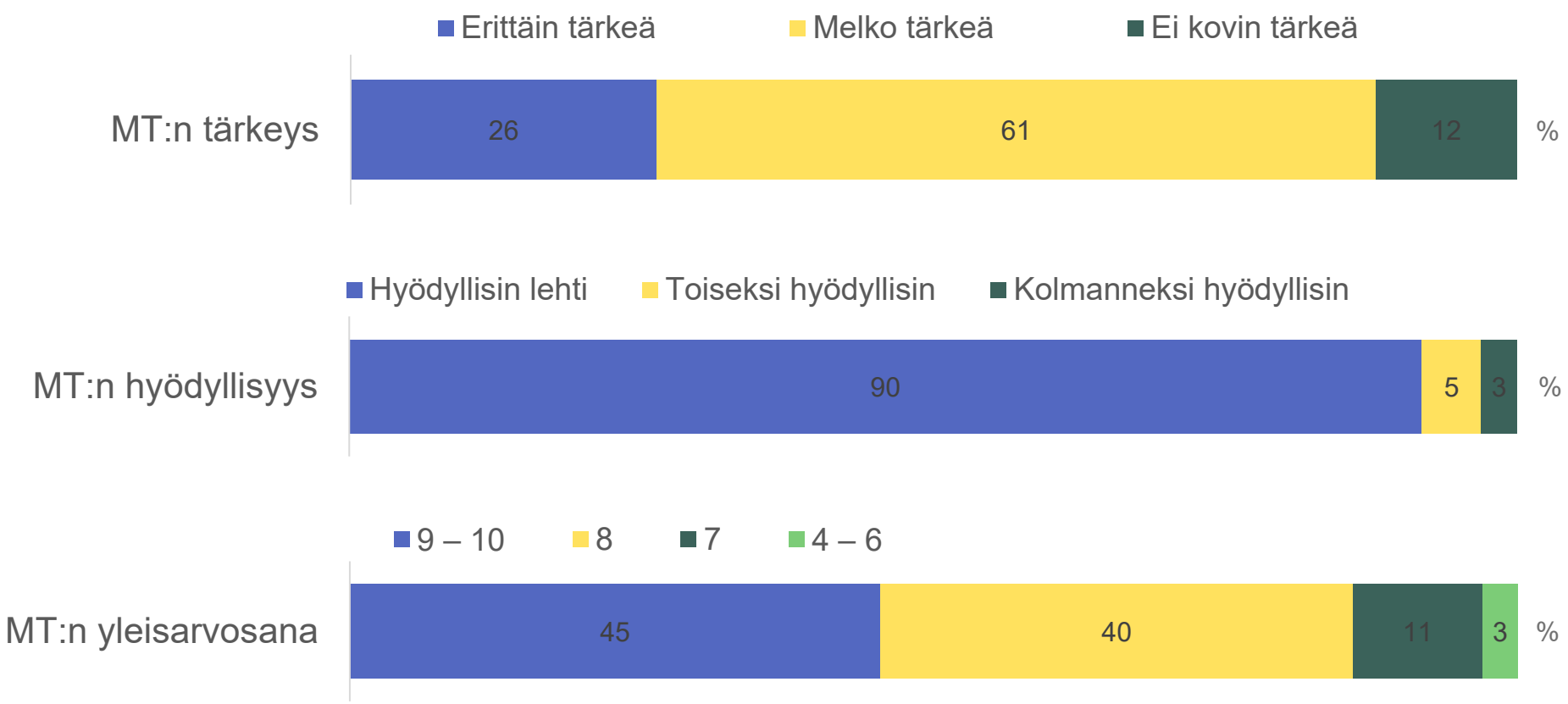
- lehti tulee printtinä tai jos ei tilaaja, niin lukee netissä, % viljelijöistä

KAIKKI	2025			2022			Totaalin
	tulee printti	lukee vain netissä	yhteensä	tulee printti	lukee vain netissä	yhteensä	Muutos 2022→25
Maaseudun Tulevaisuus	75	10	85	82	8	90	-5
MT alle 40-v	*65*	*17*	*82*	*72*	*12*	*84*	*-2*
Suomalainen Maaseutu	61	1	62	61	1	62	+-0
Käytännön Maamies	29	3	32	37	3	39	-7
Koneviesti	28	6	34	31	7	38	-4
Maatilan Pellervo	24	2	26	31	1	32	-6
Eläin-liite	14	0	14	16	0	16	-2
Maito ja me	11	0	11	12	0	12	-1
Nauta-lehti	10	0	10	11	1	12	-2
KMVET	9	0	9	11	0	11	-2

LÄHDE: Maatalouslehtien mediatutkimus, Kantar Agri Oy 2025

VIESTIMEDIA

Tärkeys, hyödyllisyys ja yleisarvosana Maaseudun Tulevaisuudelle



LÄHDE: Maatalouslehtien mediatutkimus, Kantar Agri Oy 2025

VIESTIMEDIA

Mainosten ja ilmoitusten lukeminen – MT:n, SM:n ja KV:n mainokset kiinnostavat

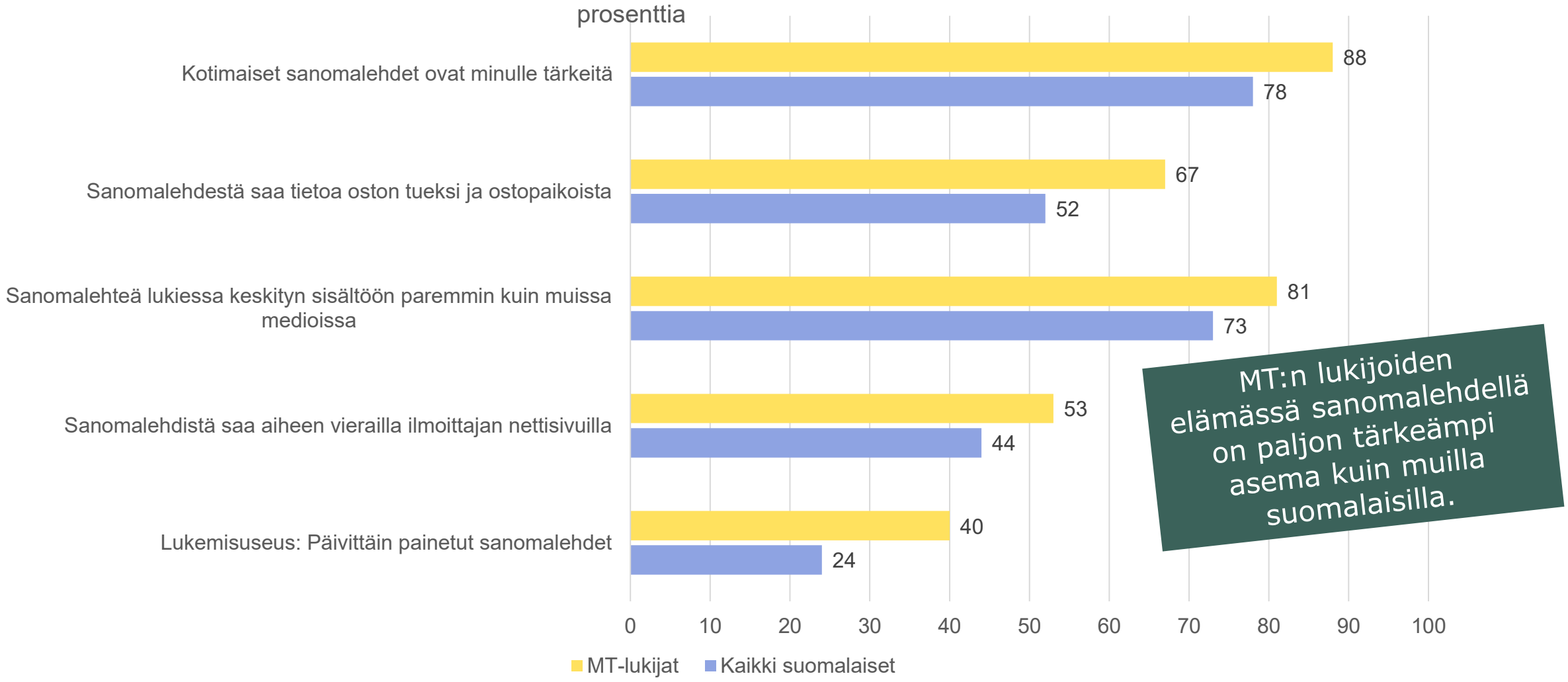
Lukee yleensä tai usein	prosenttia (%)
Maaseudun Tulevaisuus	43
Suomalainen Maaseutu	42
Koneviesti	37
Käytännön Maamies	31
Maatilan Pellervo	25

Maaseudun Tulevaisuuden mainoksia luetaan ahkerimmin.

LÄHDE: Maatalouslehtien mediatutkimus, Kantar Agri Oy 2025

VIESTIMEDIA

Sanomalehden rooli omassa elämässä



LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Verkkolukijoiden profiili

OMISTAMINEN

Auton omistaminen

91 %	MT.FI
95 %	MT printtilukijat
85 %	Koko väestö

48 %	Metsän omistus
28 %	Maatilan omistus

YRITTÄJYYS

19 %	Maatalous-, metsä- tai muu yrittäjä

TALOUDEN KOKO

1 HLÖ	26 %
2-4 HLÖ	68 %
5+ HLÖ	6 %
Lapsiperheitä	19 %

TALOUDEN BRUTTOTULOT (K€ / V)

Enemmän kuin 85K€

18 %	MT.FI
18 %	MT printtilukijat
19 %	Koko väestö

SUKUPUOLI

MT.FI

44 %	Naiset
55 %	Miehet

MT printtilukijat

38 %	Naiset
62 %	Miehet

IKÄ 25-54V

34 %	MT.FI
29 %	MT printtilukijat

ASUMISMUOTO

19 %	Maatila-asunto

MT verkko

LÄHDE: KMT 2026, MT.FI kävijätutkimus 1/2026 (N=5 777)

MT ja Metsänomistajat

Metsänomistajat ovat Suomen suurin **vauraiden kuluttajien ryhmä**, jonka tavoitat yhdellä medialla.
Ilman hukkapeittoa.

Metsänomistajat ovat ostovoimainen kohderyhmä, jonka elämässä korostuvat omistaminen, sijoittaminen ja pitkäjänteiset hankinnat. Heistä lähes 90 prosenttia asuu omistusasunnossa, kaksi kolmesta sijoittaa arvopapereihin tai rahastoihin ja lähes kaikki omistavat auton. Myös korkeammat tuloluokat ovat metsänomistajien keskuudessa keskimääräistä yleisempiä.

VIESTIMEDIA

Suomalaiset metsänomistajat

48 % naisia
52 % miehiä

Ikäjakauma:
15–29 vuotta: 13 %
30–49 vuotta: 25 %
50–74 vuotta: 44 %
75+ vuotta: 17 %

Asuinpaikkojen osalta metsänomistajat eivät ole vain maaseudulla asuva ryhmä.
* 26 % asuu kaupunkimaisissa kunnissa
* 20 % yli 70 000 asukkaan kaupungeissa
* 15 % Suur-Helsingin alueella

Yhteensä noin joka kolmas metsänomistaja asuu pääkaupunkiseudulla tai muissa suurissa kaupungeissa.

LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Suomalaiset metsänomistajat

Taloudelliselta profiililtaan metsänomistajat ovat keskimääräistä varakkaampia.

* 89 % asuu omistusasunnossa
* 68 % omistaa arvopapereita tai rahastoja
* 95 % omistaa auton
* 27 %:lla on vapaaehtoinen eläkevakuutus

Kaikissa näissä kategorioissa metsänomistajien osuudet ovat korkeammat kuin suomalaisilla kotitalouksilla keskimäärin.

Tulotasossa näkyy sama ilmiö. Metsänomistajissa on hieman enemmän suurituloisia kotitalouksia kuin väestössä keskimäärin:

* 12 % kuuluu yli 100 000 euron vuosituloihin
* 9 % ansaitsee 85 001–100 000 euroa vuodessa
* 23 % kuuluu 50 001–85 000 euron tuloluokkaan

LÄHDE: KMT 2026

VIESTIMEDIA

Suomalainen metsänomistaja

- Metsän koko keskimäärin 30 ha
- Puolet metsänomistajista tekee vähintään yksi puukaupan / 3 vuotta
- Puukaupan keskikoko kasvanut: 2006-2008 = 511 m3/v > 2016-2018 = 621 m3/v
- Yli 2 ha:n metsätiloja n. 350 000
- Metsänomistajia yli 600 000 suomalaista, heistä naisia 41 %
- Omistajista 35 % asuu tilallaan, 37 % tilan sijaintikunnan ulkopuolella. Kaupunkilaisten osuus kasvaa koko ajan.
- Metsän omistusmuoto
  - yksityiset henkilöt 59 %
  - valtio 26 %
  - yhtiöt 8 %
  - muut 7 %
- Talouden tulot jo ilman puunmyyntituloja selvästi keskiarvoa suuremmat
- Metsänomistajien koulutustaso on parantunut merkittävästi, miltei puolella oli ammattikorkeakoulu- tai yliopistotutkinto

LÄHDE: Suomalainen metsänomistaja 2020 / Luke

MT Metsänomistaja-numerot 2027

- Erikoisnumero 2 krt / vuodessa
- Ilmestymispäivät:
  - 12.4.2027
  - 18.10.2027
- Painos 120 000 kpl, lisäpainos jaetaan yli 50 hehtaaria metsää omistaville talouksille
- Verkossa MT.FI/metsa tavoittaa 160 000 eri kävijää viikossa*

LÄHDE: GA 2026

VIESTIMEDIA