

# MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

## Lehdistötiedote 27.1.2011 klo 12

### Mediamainonnan määrä kääntyi kasvuun vuonna 2010

Mainonnan Neuvottelukunnan tilaaman ja TNS Gallup Oy:n tekemän tutkimuksen mukaan mediamainontaan käytettiin Suomessa vuonna 2010 yhteensä 1346,9 miljoonaa euroa, mikä on 4,8 prosenttia enemmän kuin edellisellä vuonna. Historiallisen synkän mainosvuoden 2009 jälkeen mainonnan määrä laski vielä hieman tammikuussa 2010, mutta kääntyi sen jälkeen hienoiseen nousuun, joka kiihtyi vuoden loppupuolella.

Sanomalehtimainontaan käytettiin 2,4 prosenttia enemmän euroja vuonna 2010 kuin vuonna 2009. Kaupunki- ja noutolehdistä mainonta kasvoi 8,1 prosenttia. Sanomalehtien osuus mediamainonnan määrästä oli 36,1 prosenttia ja kaupunkilehtien 5,4 prosenttia.

Aikakauslehdissä mainostettiin euromääräisesti 2,2 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2009. Aikakauslehtiryhmässä yleisölehtien mainostulot vähenivät 3,3 prosenttia, ammatti- ja järjestölehtien 1,5 prosenttia ja asiakaslehtien mainostulot kasvoivat hienoisesti 0,5 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan osuus mediamainonnasta oli 11,4 prosenttia.

Painetuissa hakemistoissa mainonta laski 14,6 prosenttia ja niiden osuus mediamainonnasta oli 5,1 prosenttia.

*Painettujen medioiden osuus mediamainonnasta oli yhteensä 58,0 prosenttia.*

Televisiomainonta kasvoi 12,1 prosenttia ja tv-mainonnan osuus mediamainonnasta oli 19,7 prosenttia. Radiomainonta kasvoi 4,7 prosenttia. Radiomainonnan osuus mediamainonnasta pysyi 3,9 prosentissa. Elokuviin mainostettiin 19,3 prosenttia enemmän kuin vuonna 2009 ja sen osuus oli edelleen 0,2 prosenttia.

Verkkomainonta kokonaisuudessaan kasvoi 14,7 prosenttia. Display-mainonta kasvoi 35,9 ja luokiteltu 14,0 prosenttia. IAB Finlandin keräämissä hakumainonnan panostustiedoissa on ensimmäisen kerran estimoitu mainostajien suoraan ostaman hakumainonnan osuus. Hakumainonnan estimaatti on sisällytetty sekä 2009 että 2010 tietoihin. Hakusanamainonta kasvoi 30,7 prosenttia, mutta mainonta sähköisissä hakemistoissa puolestaan laski 21,9 prosenttia. Koko verkkomediamainonnan osuus mediamainonnan määrästä oli 15,3 prosenttia vuonna 2010.

*Sähköisen mainonnan osuus mediamainonnan määrästä kasvoi 39,1 prosenttiin.*

Ulko- ja liikennemainonta kasvoi 6,4 prosenttia. Ulko- ja liikennemainonnan osuus pysyi 2,9 prosentissa.

Mainonnan Neuvottelukuntaan kuuluvat: Aikakausmedia, IAB Finland, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Outdoor Finland, Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto, Sanomalehtien Liitto, Suomen Radioiden Liitto, Nelonen Media ja MTV MEDIA.

# Mediamainonnan määrä 2010

## Mediamainonnan kehitys (milj. euroa, käyvin hinnoin)

	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>muutos-%</u>	<u>osuus-%</u>
-				
7-4 krt/vk ilmestyvät sanomalehdet	417,0	427,0	2,4	31,7
3-1 krt/vk ilmestyvät sanomalehdet	57,2	58,6	2,4	4,4
<b>Sanomalehdet yhteensä</b>	<b>474,2</b>	<b>485,6</b>	<b>2,4</b>	<b>36,1</b>
Kaupunki- ja noutolehdet	67,6	73,1	8,1	5,4
<b>Sanoma- ja kaupunkilehdet yhteensä</b>	<b>541,8</b>	<b>558,7</b>	<b>3,1</b>	<b>41,5</b>
Yleisölehdet	83,7	80,9	-3,3	6,0
Ammatti- ja järjestölehdet	54,7	53,9	-1,5	4,0
Asiakaslehdet	18,7	18,8	0,5	1,4
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b>	<b>157,1</b>	<b>153,6</b>	<b>-2,2</b>	<b>11,4</b>
Painetut hakemistot	81,0	69,1	-14,6	5,1
<b>Painetut mediat yhteensä</b>	<b>779,9</b>	<b>781,4</b>	<b>0,2</b>	<b>58,0</b>
Televisiomainonta	237,2	265,9	12,1	19,7
Display- ja luokiteltu verkkomainonta	77,8	100,0	28,5	7,4
Hakusanamainonta* ja sähköiset hakemistot	102,0	106,2	4,1	7,9
<b>Verkkomediamainonta yhteensä*</b>	<b>179,8</b>	<b>206,2</b>	<b>14,7</b>	<b>15,3</b>
Radiomainonta	49,7	52,0	4,7	3,9
Elokuvamainonta	2,4	2,9	19,3	0,2
<b>Sähköinen mainonta yhteensä</b>	<b>468,2</b>	<b>527,0</b>	<b>12,5</b>	<b>39,1</b>
Ulko- ja liikennemainonta	36,2	38,5	6,4	2,9
<b>Mediamainonta yhteensä</b>	<b>1285,2</b>	<b>1346,9</b>	<b>4,8</b>	<b>100,0</b>

\* **Hakusanamainonta:** IAB Finlandin keräämissä hakumainonnan panostustiedoissa on ensimmäisen kerran estimoitu mainostajien suoraan ostaman hakumainonnan osuus. Estimaatti perustuu Mainostajien Liiton sekä yhteensä yhdeksän media- ja hakumainontaa välittävän toimiston arvioon hakumainonnan kanavoitumisesta. Estimaatin mukaan hakumainonnasta kanavoituu toimistojen kautta 60 prosenttia ja suoraan ostettuna 40 prosenttia. Hakumainonnan estimaatti on sisällytetty sekä 2009 että 2010 tietoihin.

### LISÄTIETOJA:

Yksikönjohtaja  
Marja Honkaniemi  
TNS Gallup Oy, Media Intelligence  
marja.honkaniemi@tnsglobal.com  
puh. (09) 613 50 767

Mainonnan Neuvottelukunta  
Toimitusjohtaja  
Ritva Hanski-Pitkäkoski  
Mainostajien Liitto  
ritva.hanski-pitkakoski@mainostaja.fi  
puh. (09) 6860 8417