

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Aikakauslehtien Liitto · Mainostajien Liitto · Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL · Suomen Kaupallisten Televisioiden Liitto SKTL · Sanomalehtien Liitto · Suomen Radioiden Liitto · Suomen Suoramarkkinointiliitto · Suomen Ulkomainosliitto

Lehdistötiedote 5.4.2006
Julkaisuvapaa klo 12.00

Markkinointiviestintä jatkaa kasvu-uralla

Markkinointiviestintään panostettiin viime vuonna 2 689 miljoonaa euroa. Määrä kasvoi 3,0 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Tämä käy ilmi Mainonnan Neuvottelukunnan tilaamasta ja TNS Gallup Oy:n tekemästä Mainonnan Määrä Suomessa 2005 -tutkimuksesta.

Mediamainontaan suunnittelu- ja tuotantokustannuksineen käytettiin 1363 miljoonaa euroa. Panostus oli 3,3 prosenttia edellisvuotta suurempi. Mediamainonnan osuus markkinointiviestinnästä oli 50,8 prosenttia.

Suoramainontaan käytettiin 543 miljoonaa euroa. Summa on 6,3 prosenttia suurempi kuin vuonna 2004. Osoitteeton suoramainonta lisääntyi, samoin myös osoitteellinen suoramainonta. Suoramainonnan osuus markkinointiviestinnästä oli 20,3 prosenttia.

Menekinedistämisen toimenpiteisiin yritykset käyttivät 783 miljoonaa euroa, panostus kasvoi edelliseen vuoteen verrattuna oli 0,3 prosenttia. Yritysten panostukset hakemistomainontaan, tapahtumamarkkinointiin, myymälämainontaan kasvoivat. Sponsorointiin ja messuihin ja painettuihin hakemistoihin suunnatut markkinointirahat vastaavasti vähenivät. Mainos- ja liikelahjapanostukset pysyivät ennallaan. Menekinedistämistoimenpiteiden osuus markkinointiviestinnästä oli 29,1 prosenttia.

Nyt julkistettava tutkimus on jatkoa tammikuussa 2006 julkistetulle mediamainonnan selvitykselle.

Lisätietoja:

Tutkimusjohtaja
Yrjö Virkola
TNS Gallup Oy
yrjo.virkola@tns-global.com
puh. (09) 61350 680

Mainonnan Neuvottelukunnan
puheenjohtaja

Toimitusjohtaja
Pekka Soini
Helsingin Sanomat
pekka.soini@sanoma.fi
puh. (09) 1221

Markkinointiviestinnän kehitys (käyvin hinnoin)

	2004	2005	04/05	2005
	Milj. euroa	Milj. euroa	M-%*	Osuus -%
MEDIAMAINONTA				
Päivälehdet (4-7 krt/vk ilmestyvät sanomal.)	511	519	+1,6	19,3
Harvemmin ilmestyvät sanomalehdet	54	56	+3,2	2,1
Sanomalehdet yhteensä	565	575	+1,8	21,4
Kaupunki ja noutolehdet	66	67	+1,6	2,5
Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet yhteensä	632	643	+1,7	23,9
Yleisaikakaus-, naisten- ja harrastelehdet	88	94	+6,0	3,5
Ammattilehdet	77	79	+2,4	2,9
Asiakaslehdet	19	21	+7,7	0,8
Aikakauslehdet yhteensä	185	194	+4,7	7,2
Kaikki lehdet yhteensä	817	837	+2,4	31,2
Televisiomainonta	227	231	+1,9	8,6
Radiomainonta	48	47	-1,3	1,8
Verkkomediamainonta	25	36	+42,1	1,3
Sähköinen mainonta yhteensä	300	314	+4,8	11,7
Elokuvamainonta	2	1,6	-20,4	0,1
Ulko- ja liikennemainonta	33	37	+11,7	1,4
Mediamainonta yhteensä	1152	1189	+3,3	44,2
Mainonnan suunnittelu ja tuotanto (L)	168	174	3,6	6,5
Mediamainonta ja tuotanto yhteensä	1320	1363	3,3	50,7
SUORAMAINONTA				
Osoitteellisen suoram. jakelukustannukset	136	141	3,7	5,2
Osoitteellisen suoran suun. ja tuot. kust. (L)	222	225	1,4	8,4
Osoitteellinen suoramainonta yhteensä	358	366	2,2	13,6
Osoitteettoman suoram. jakelukustannukset	51	75	47,1**	2,8
Osoitteettoman sm. suun. ja tuot. kust. (L)	102	102	0,4	3,8
Osoitteeton suoramainonta yhteensä	153	177	15,9	6,6
Suoramainonta yhteensä	511	543	6,3	20,2
MENEKINEDISTÄMINEN				
Painetut hakemistot	123	125	1,6	4,6
Sähköiset hakemistot ja hakupalvelut	26	32	25,0	1,2
Hakemistot yhteensä	149	157	5,4	5,8
Messut (L)	150	145	-3,3	5,4
Sponsorointi (A)	93	80	-14,0	3,0
Tapahtumamarkkinointi (A)	48	50	5,0	1,9
Myyvälämainonta (A)	201	211	5,0	7,8
Mainoslahjat ja liikelahjat (A)	140	140	0	5,2
Menekinedistäminen yhteensä	781	776	0,3	29,1
MARKKINOINTIVIESTITIMET YHTEENSÄ	2611	2689	3,0	100

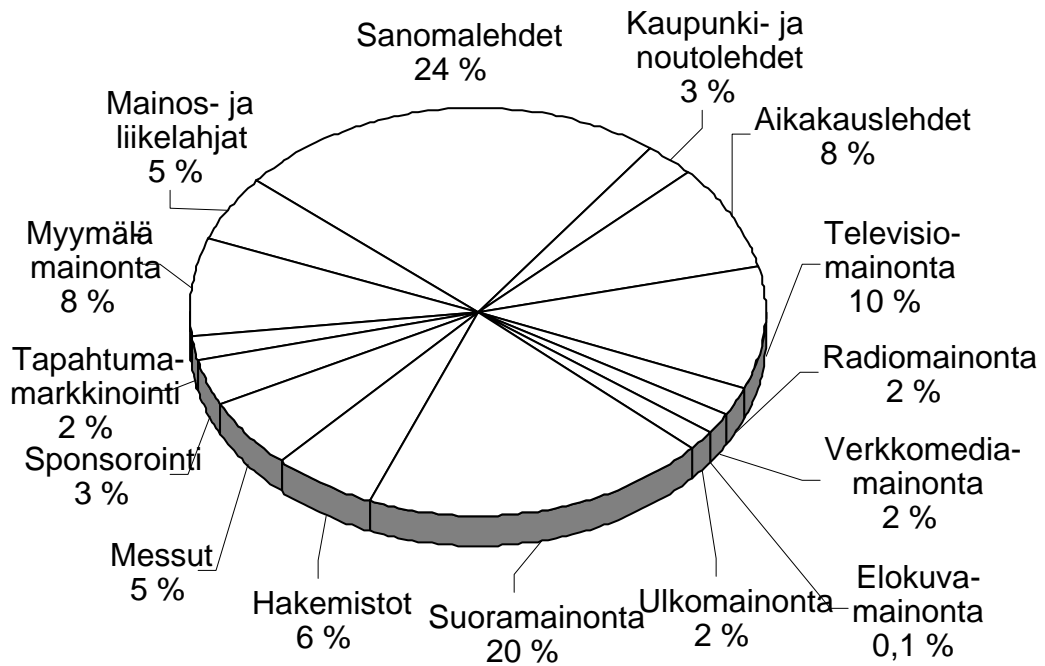
L= Laskettu, kokonaisluku perustuu laskennalliseen kaavaan

A= Arvioitu tutkimus- tai yritystietojen perusteella

*=Muutos laskettu euromääräisistä muutoksista kahden desimaalin tarkkuudella

**=Osoitteettoman suoramainonnan jakelukustannusten tilastointitapa on muuttunut

Markkinointiviestimien osuus mainonnasta suunnittelu- ja tuotantokustannuksineen v. 2005 (ns. "suuri mainoskakku" 2,7 mrd euroa)



Mediamainonnan osuudet v. 2005 (ns. "pieni mainoskakku" ilman suunnittelu- ja tuotantokustannuksia 1,2 mrd euroa)

