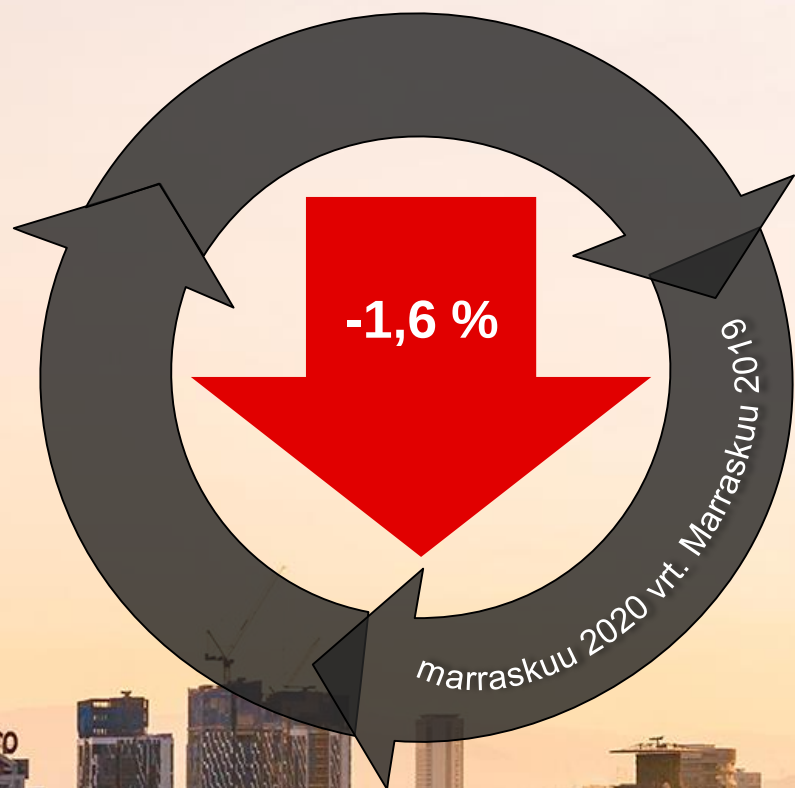


Mediamainonnan muutosmittari

Marraskuu 2020



Tässä esityksessä olevat tiedot perustuvat Kantar TNS:n Ad Intelligencen jatkuvassa kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden mittaukseen. Medialuettelomme löydät nettisivustoltamme www.kantar.fi/uutiset/mediamainonnan-muutokset

Marraskuussa mainonnan määrä laski -1,6 % vuoden 2019 marraskuuhun verrattuna. Mediaryhmistä kasvusuuntaisia olivat televisio-, verkko- ja radiomainonta. Eniten laski elokuvamainonta sekä mainonta kaupunki- ja noutolehdistä.

Mediamainontaansa lisäsivät marraskuussa telepalvelujen, finanssialan, kosmetiikan ja lääkkeiden mainostajat. Eniten laski matkailun ja liikenteen, öljy- ja energiayhtiöiden, moottoriajoneuvojen sekä rakennusalan mainonta. Avoimien työpaikkojen ilmoittelu väheni marraskuussa -12,2 % vuoden takaiseen nähden.

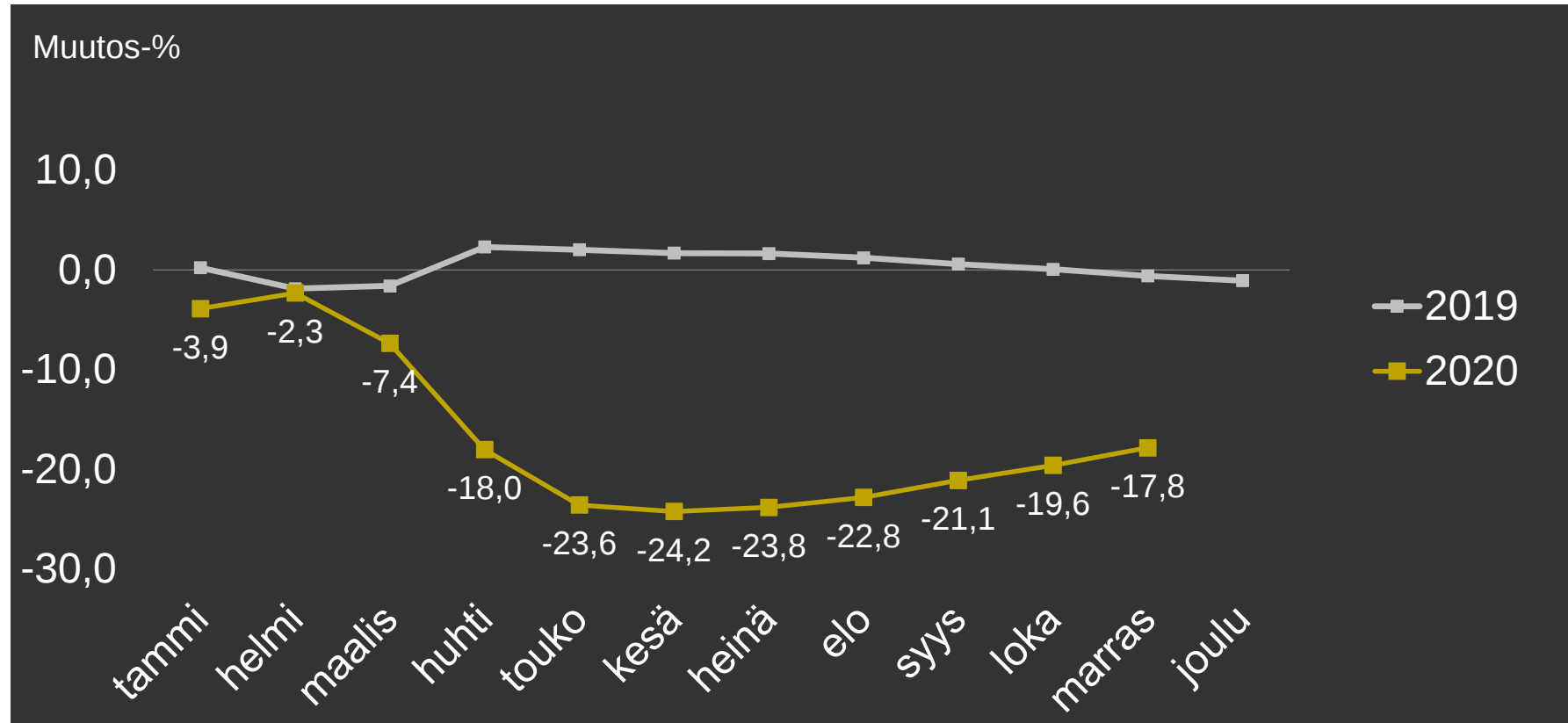
Merkkimainonta kasvoi +6,2 % vuoden 2019 marraskuuhun verrattuna. Vähittäiskaupan mainonta laski -9,3 % ja luokiteltu ilmoittelu väheni -19,6 %.

Joulukuun tiedot raportoidaan viikolla 4 tammikuussa 2021.

Tiedotteen mainospanostuslukujen laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa.

Mediamainontaan käytetyn euromäärän kehitys

Kuukausittain kumulatiivisesti | Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon



Sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio-, radio-, ulko- elokuva- ja verkkomediamainonta.
Vaalimainonta sisältyy lukuihin.

Mediamainonnan muutokset | Mediaryhmät

Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä | Ilman rivi-ilmoituksia

	Marraskuu 2020		Kumulatiivinen 2020		Liukuva 12 kk	
	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%
Sanomalehdet: painettu	14 760	-16,6%	134 127	-25,6%	151 356	-24,2%
Kaupunki- ja noutolehdet: painettu	2 957	-32,8%	30 675	-33,9%	34 024	-32,4%
Aikakauslehdet: painettu	4 170	-1,3%	36 971	-19,3%	41 154	-18,3%
Televisio	23 969	14,4%	189 399	-11,0%	206 342	-10,8%
Radio	5 425	0,2%	50 947	-20,6%	56 499	-18,4%
Verkkomedia	20 268	9,0%	170 701	-5,7%	187 164	-5,1%
Elokuva	310	-47,3%	2 736	-61,5%	3 486	-55,5%
Ulkomainonta	5 760	-17,4%	50 942	-30,7%	57 057	-28,3%
Yhteensä	77 619	-1,6%	666 499	-17,8%	737 083	-16,8%

Tiedot perustuvat Kantar TNS Ad Intelligencen seurannassa olevaan mediavalikoimaan. Mainonnan trendi eli muutos-% on laskettu vertailukelpoisella mediavalikoimalla. Sanoma- ja aikakauslehtien sekä television euromäärät on laskettu käyttämällä oikaisukertoimia. Sanoma- ja aikakauslehtien kertoimet perustuvat mediatalojen kuukausittain ilmoittamiin ilmoitusmyyntitietoihin. Television kertoimet perustuvat MTV ja Nelonen Median kuukausittain ilmoittamiin nettolukuihin. Television luvut sisältävät ostos-, sponsorointi- ja tekstikanavamainonnan. Muiden mediaryhmien mainospanostustiedot kerätään suoraan nettohinnoissa. Verkkomedialuvut eivät sisällä hakukonemainontaa eikä sosiaalista mediaa kuten Facebook / YouTube.

Mediamainonnan muutokset | Mediaryhmät sisältäen digitaalisen osuuden

Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä | Ilman rivi-ilmoituksia

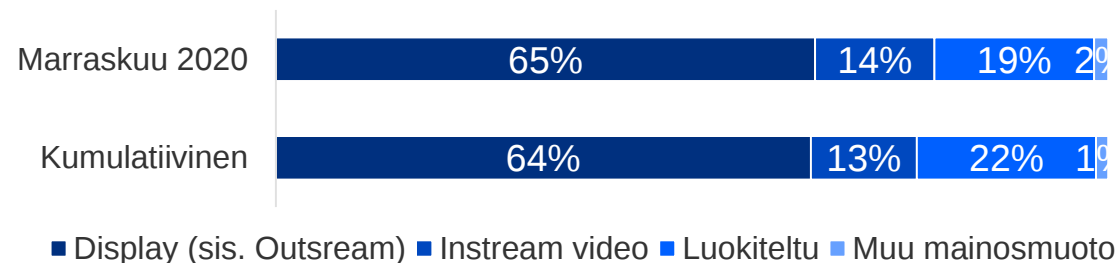
	Marraskuu 2020		Kumulatiivinen 2020 tammikuu - marraskuu		Liukuva 12 kk joulukuu 2019 – marraskuu 2020	
	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%
Sanoma- ja kaupunkilehdet: painettu ja digitaalinen	27 001	-11,7%	240 229	-21,7%	268 984	-20,4%
Aikakauslehdet: painettu ja digitaalinen	5 414	2,8%	45 854	-15,2%	50 912	-14,2%
Total TV: televisio ja digitaalinen	27 329	16,0%	215 128	-9,4%	234 210	-9,3%
Total Radio: radio ja digitaalinen	5 572	0,6%	52 408	-19,9%	58 104	-17,7%
Luokitellut verkkomediat	5 714	-0,6%	54 054	-11,0%	58 575	-10,4%
Muut verkkomediat	520	-12,4%	5 149	-14,4%	5 755	-14,8%
Elokuva	310	-47,3%	2 736	-61,5%	3 486	-55,5%
Ulkomainonta	5 760	-17,4%	50 942	-30,7%	57 057	-28,3%
Yhteensä	77 619	-1,6%	666 499	-17,8%	737 083	-16,8%

Tiedot perustuvat Kantar TNS Ad Intelligencen seurannassa olevaan mediavalikoimaan. Mainonnan trendi eli muutos-% on laskettu vertailukelpoisella mediavalikoimalla. Sanoma- ja aikakauslehtien sekä television euromäärät on laskettu käyttämällä oikaisukertoimia. Sanoma- ja aikakauslehtien kertoimet perustuvat mediatalojen kuukausittain ilmoittamiin ilmoitusmyyntitietoihin. Television kertoimet perustuvat MTV ja Nelonen Median kuukausittain ilmoittamiin nettolukuihin. Television luvut sisältävät ostos-, sponsorointi- ja tekstikanavamainonnan. Muiden mediaryhmien mainospanostustiedot kerätään suoraan nettohinnoissa. Verkkomedialuvut eivät sisällä hakukonemainontaa eikä sosiaalista mediaa kuten Facebook / YouTube.

Verkkomainonta

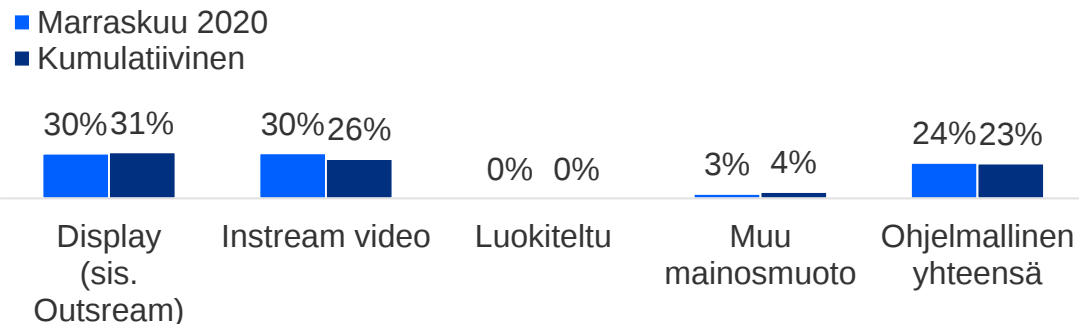
Mobiilimainonnan osuus display-mainonnassa **56 %**
Arvio on koottu yhteistyössä mediatalojen kanssa.

Mainosmuotojen osuudet verkkomainonnasta



	Marraskuu 2020		Kumulatiivinen	
	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%
Display (sis. Outstream)	13 132	9%	109 685	-4%
Instream video	2 905	30%	21 757	1%
Luokiteltu	3 883	-6%	36 765	-13%
Muu mainosmuoto	349	109%	2 494	-6%
Verkkomainonta yhteensä	20 268	9%	170 701	-6%

Ohjelmallisen ostamisen osuudet eri mainosmuodoissa



	Marraskuu 2020		Kumulatiivinen	
	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%
Display (sis. Outstream)	3 932	20%	33 846	0%
Instream video	875	37%	5 739	0%
Luokiteltu	0	-100%	44	-41%
Muu mainosmuoto	10	-8%	106	-25%
Ohjelmallinen yhteensä	4 817	22%	39 736	0%

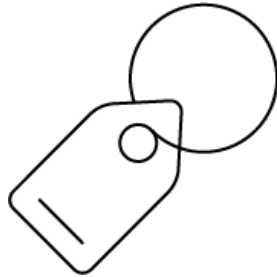
Mediamainonnan muutokset mainontatyypeittäin

Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon

Mediamainonta yhteensä

Marraskuu: **-1,6 %**

Kumulatiivinen: **-17,8 %**



Merkkitavara

Vähittäiskauppa

Luokiteltu

Marraskuu

+6,2%

-9,3%

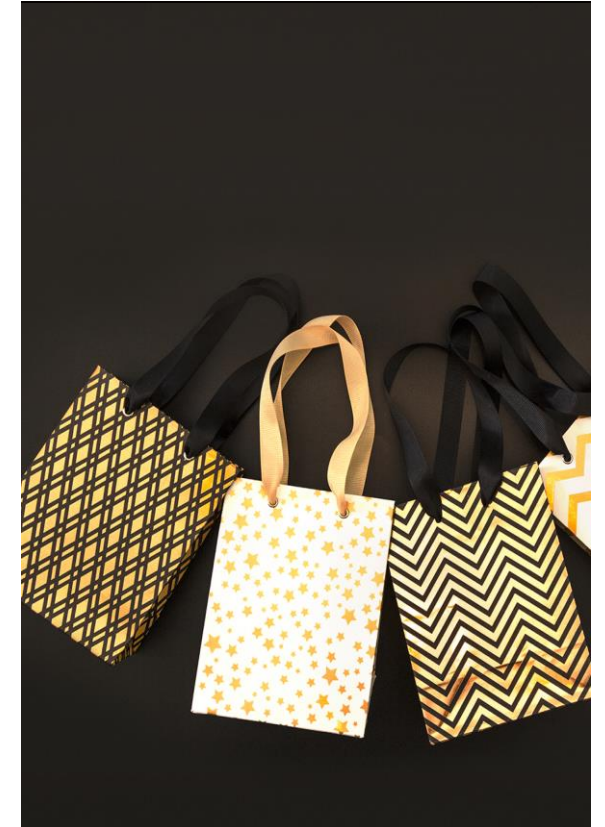
-19,6%

Kumulatiivinen

-16,2%

-17,5%

-24,7%



Mediamainonnan muutokset toimialoittain

Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon



TOP

Muutos-%

Telepalvelut	+54,9
Finanssiala	+44,4
Kosmetiikka	+38,3
Lääkkeet	+17,8
Öljy- ja energiayhtiöt	+8,2
Telepalvelut	+7,2



BOTTOM

Muutos-%

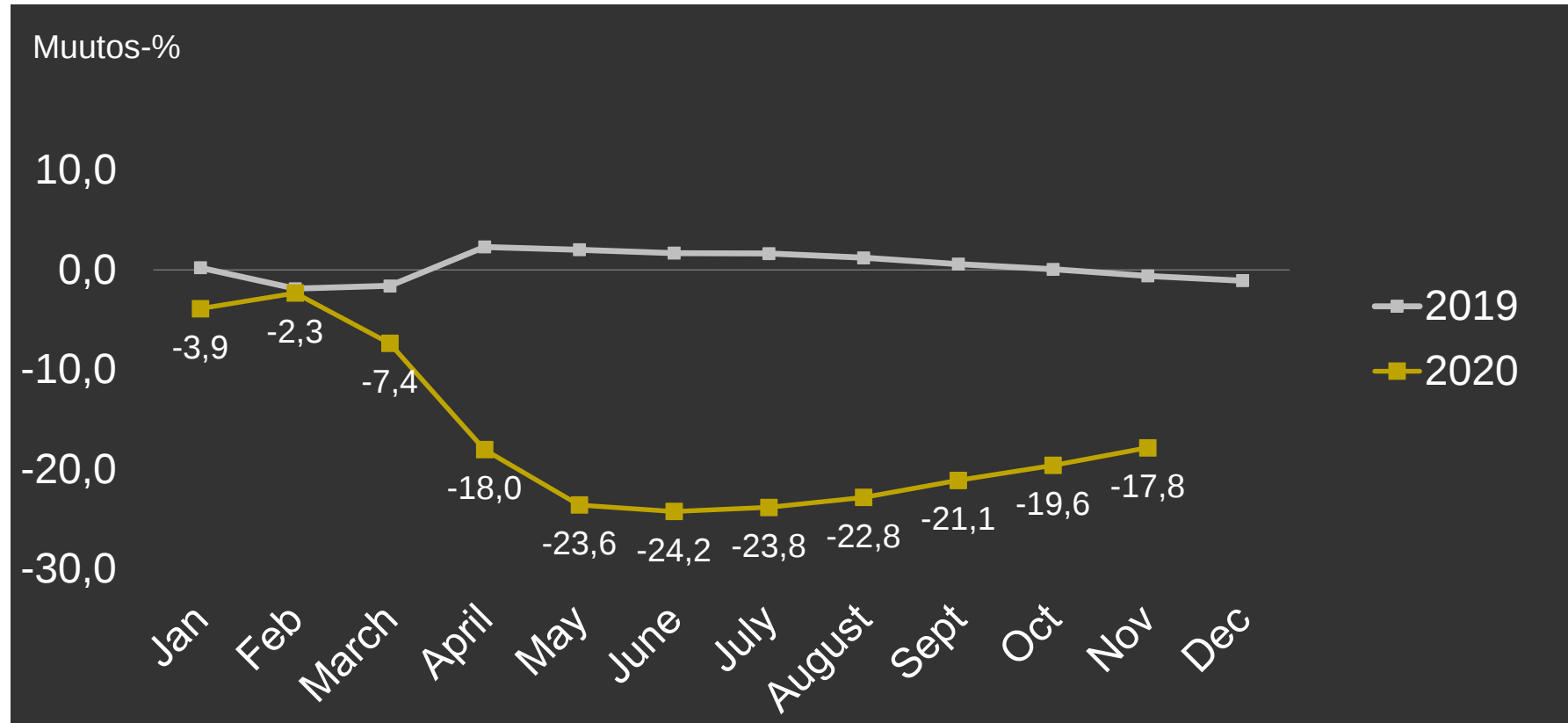
Matkailu ja liikenne	-38,4
Öljy- ja energiayhtiöt	-18,2
Moottoriajoneuvot	-17,6
Rakennusala	-9,9
Matkailu- ja liikenne	-51,6
Moottoriajoneuvot	-19,6
Rakennusala	-18,5
Finanssiala	-18,1

Media Advertising Trends

November 2020

The Media Advertising Expenditure Trends

Cumulative development | Change-% versus previous year



Newspapers, Magazines, TV, Radio, Outdoor, Online, Cinema.
Including advertising of electoral campaigns.



The Media Advertising Expenditure | Media Groups

Net ad spends in K€ | Excluding small classified ads

	November 2020		Cumulative 2020 January - November		12 months December 2019 – November 2020	
	000 €	Change-%	000 €	Change-%	000 €	Change-%
Newspapers: printed	14 760	-16,6%	134 127	-25,6%	151 356	-24,2%
Local and free issue papers: printed	2 957	-32,8%	30 675	-33,9%	34 024	-32,4%
Magazines: printed	4 170	-1,3%	36 971	-19,3%	41 154	-18,3%
Television	23 969	14,4%	189 399	-11,0%	206 342	-10,8%
Radio	5 425	0,2%	50 947	-20,6%	56 499	-18,4%
Online	20 268	9,0%	170 701	-5,7%	187 164	-5,1%
Cinema	310	-47,3%	2 736	-61,5%	3 486	-55,5%
Out of home	5 760	-17,4%	50 942	-30,7%	57 057	-28,3%
Total	77 619	-1,6%	666 499	-17,8%	737 083	-16,8%

Information is based on the current media coverage of Kantar TNS Ad Intelligence Finland. Advertising trend (change%) has been calculated by using comparable media coverage. Gross prices for TV and print advertising are recalculated into net prices with correction coefficients specific for a media or a media group. Newspaper and magazine coefficients are based on the information delivered by Finnish Media Houses. Television coefficients are based on the monthly information delivered by MTV and Nelonen including sponsorship, shop TV and text-TV-advertising. Ad spends for all other media groups are calculated directly in net prices. Online figures do not include search engines or social media sites (Facebook, YouTube).

The Media Advertising Expenditure | Media Groups Including Digital

Net ad spends in K€ | Excluding small classified ads

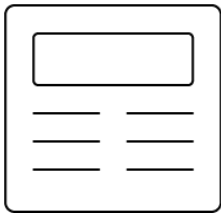
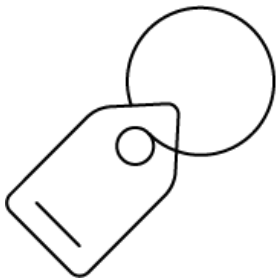
	November 2020		Cumulative 2020 January - November		12 months December 2019 – November 2020	
	000 €	Change-%	000 €	Change-%	000 €	Change-%
Newspapers, local and free issue papers: printed and digital	27 001	-11,7%	240 229	-21,7%	268 984	-20,4%
Magazines: printed and digital	5 414	2,8%	45 854	-15,2%	50 912	-14,2%
Total TV: television and digital	27 329	16,0%	215 128	-9,4%	234 210	-9,3%
Total Radio: radio and digital	5 572	0,6%	52 408	-19,9%	58 104	-17,7%
Classified sites	5 714	-0,6%	54 054	-11,0%	58 575	-10,4%
Other online media	520	-12,4%	5 149	-14,4%	5 755	-14,8%
Cinema	310	-47,3%	2 736	-61,5%	3 486	-55,5%
Out of home	5 760	-17,4%	50 942	-30,7%	57 057	-28,3%
Total	77 619	-1,6%	666 499	-17,8%	737 083	-16,8%

Information is based on the current media coverage of Kantar TNS Ad Intelligence Finland. Advertising trend (change%) has been calculated by using comparable media coverage. Gross prices for TV and print advertising are recalculated into net prices with correction coefficients specific for a media or a media group. Newspaper and magazine coefficients are based on the information delivered by Finnish Media Houses. Television coefficients are based on the monthly information delivered by MTV and Nelonen including sponsorship, shop TV and text-TV-advertising. Ad spends for all other media groups are calculated directly in net prices. Online figures do not include search engines or social media sites (Facebook, YouTube).

Advertising Trend by Advertising Types

Change-% versus previous year

Media advertising total
November: **-1,6 %**
Cumulative: **-17,8 %**



	Brand advertising	Retail	Classified
November	+6,2%	-9,3%	-19,6%
Cumulative	-16,2%	-17,5%	-24,7%



Advertising Trend by Category

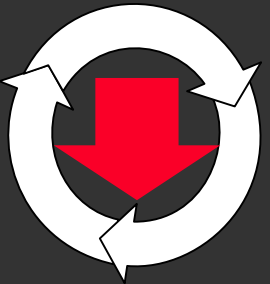
Change-% versus previous year



November

Cumulative

TOP	Change-%
Telecom	+54,9
Finance	+44,4
Cosmetics	+38,3
Drugs	+17,8
Oil and energy	+8,2
Telecom	+7,2



November

Cumulative

BOTTOM	Change-%
Travel and transport	-38,4
Oil and energy	-18,2
Motor vehicles	-17,6
Building	-9,9
Travel and transport	-51,6
Motor vehicles	-19,6
Building	-18,5
Finance	-18,1

Lisätietoja

Additional information

Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä ja printtimedioiden volyymit

Painetut mediat- Ilman rivi-ilmoituksia

	Marraskuu 2020			Volyymit
	000 €	Muutos-%	Sivut/PMM	Muutos-%
Aikakauslehdet	4 170	-1,3%	1 390	-7,0%
Yleisölehdet	1 726	-14,6%	773	-11,3%
Ammatti- ja järjestölehdet	2 006	7,8%	554	-0,3%
Asiakaslehdet	439	27,5%	64	-5,6%
Sanomalehdet	14 760	-16,6%	15 157	-23,4%
Kaupunki- ja noutolehdet	2 957	-32,8%	6 553	-22,1%
	Kumulatiivinen 2020			Muutos-%
			Sivut/PMM	
Aikakauslehdet	36 971	-19,3%	12 861	-18,5%
Yleisölehdet	15 371	-27,1%	7 255	-21,1%
Ammatti- ja järjestölehdet	15 324	-13,8%	4 818	-13,9%
Asiakaslehdet	6 276	-10,1%	788	-19,8%
Sanomalehdet	134 127	-25,6%	143 641	-24,5%
Kaupunki- ja noutolehdet	30 675	-33,9%	68 665	-20,3%

The Media Advertising Expenditure (net ad spends in K€)

Printed media- Excluding small classified ads

	November 2020		Pages	Volumes
	000 €	Change-%		Change-%
Magazines	4 170	-1,3%	1 390	-7,0%
General Magazines	1 726	-14,6%	773	-11,3%
Trade Magazines	2 006	7,8%	554	-0,3%
Customer Magazines	439	27,5%	64	-5,6%
Newspapers	14 760	-16,6%	15 157	-23,4%
Local and free issue papers	2 957	-32,8%	6 553	-22,1%
	Cumulative 2020		Pages	Change-%
Magazines	36 971	-19,3%	12 861	-18,5%
General Magazines	15 371	-27,1%	7 255	-21,1%
Trade Magazines	15 324	-13,8%	4 818	-13,9%
Customer Magazines	6 276	-10,1%	788	-19,8%
Newspapers	134 127	-25,6%	143 641	-24,5%
Local and free issue papers	30 675	-33,9%	68 665	-20,3%

Mediamainonnan muutokset ilman vaalimainontaa

Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä | Ilman rivi-ilmoituksia

	Marraskuu 2020		Kumulatiivinen 2020 tammikuu – marraskuu	
	000 €	Muutos-%	000 €	Muutos-%
Sanomalehdet: painettu	14 715	-16,7%	133 830	-24,3%
Kaupunki- ja noutolehdet: painettu	2 937	-32,9%	30 563	-32,3%
Aikakauslehdet: painettu	4 169	-1,4%	36 958	-19,2%
Televisio	23 966	14,4%	189 208	-10,3%
Radio	5 407	-0,1%	50 791	-20,0%
Verkkomedia	20 254	8,9%	170 621	-5,2%
Elokuva	310	-47,3%	2 736	-60,7%
Ulkomainonta	5 749	-17,6%	50 451	-29,0%
Yhteensä	77 506	-1,6%	665 157	-16,9%

Tiedot perustuvat Kantar TNS Ad Intelligencen seurannassa olevaan mediavalikoimaan. Mainonnan trendi eli muutos-% on laskettu vertailukelpoisella mediavalikoimalla. Sanoma- ja aikakauslehtien sekä television euromäärät on laskettu käyttämällä oikaisukertoimia. Sanoma- ja aikakauslehtien kertoimet perustuvat mediatalojen kuukausittain ilmoittamiin ilmoitusmyyntitietoihin. Television kertoimet perustuvat MTV ja Nelonen Median kuukausittain ilmoittamiin nettolukuihin. Television luvut sisältävät ostos-, sponsorointi- ja tekstikanavamainonnan. Muiden mediaryhmien mainospanostustiedot kerätään suoraan nettohinnoissa. Verkkomedialuvut eivät sisällä hakukonemainontaa eikä sosiaalista mediaa kuten Facebook / YouTube.