

Mediamainonnan määrä laski -3,5 % vuoden kolmannella kvartaalilla

Vuoden kolmannella kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 289 milj. €. Mediamainonnan määrä laski -3,5 % vuoden 2022 vastaavaan aikaan verrattuna.

Mainonnan määrä kasvoi vain prosentin kymmenesosan radiomainonnassa. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä oli laskussa.

Tarkasteltaessa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevia medioita, toimialoista mainontaansa lisäsivät eniten öljy- ja energiayhtiöt, kosmetiikka, elintarvikkeet sekä matkailu ja liikenne. Työpaikkojen ilmoittelu laski -29,5 % verrattuna vuoden 2022 vastaavaan aikaan.

Suurimmat mainostajat vuoden kolmannella kvartaalilla olivat K-Citymarket, Nelonen Media, Lidl, DNA ja Veikkaus.

Kantar Media Finland
Minna Rantanen
Insight Director
+358 40 718 1066
minna.rantanen@kantara.com

IAB Finland
Pasi Raassina
Toiminnanjohtaja
040 575 3726
pasi.raassina@iab.com

Kantar julkaisee yhteistyössä IAB Finlandin kanssa tiedotteen mediamainonnan määrästä kvartaaleittain.

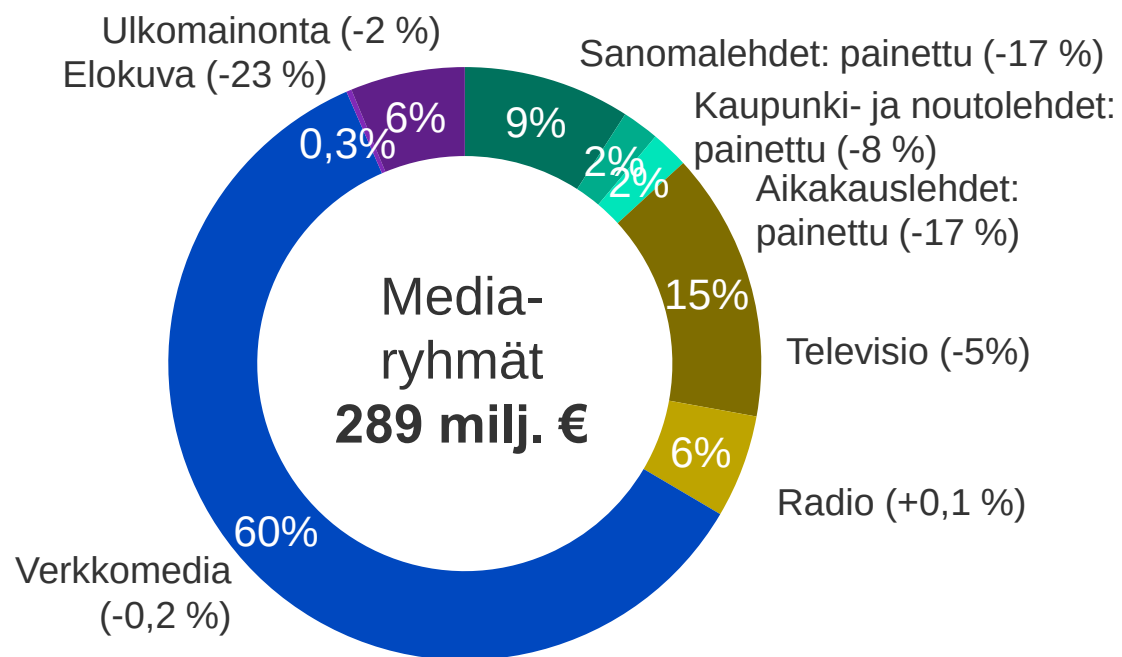
Katsaus perustuu Kantarin kuukausittaisesta seurantaan laajempaan otokseen. Tiedot perustuvat Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden sekä IAB Finlandin selvittämään some- ja hakumainonnan määrään.

Lukujen laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa. Medialuettelon löydät Kantarin nettisivustolta <https://www.kantar.fi/asiantuntemus/mediamainonta>

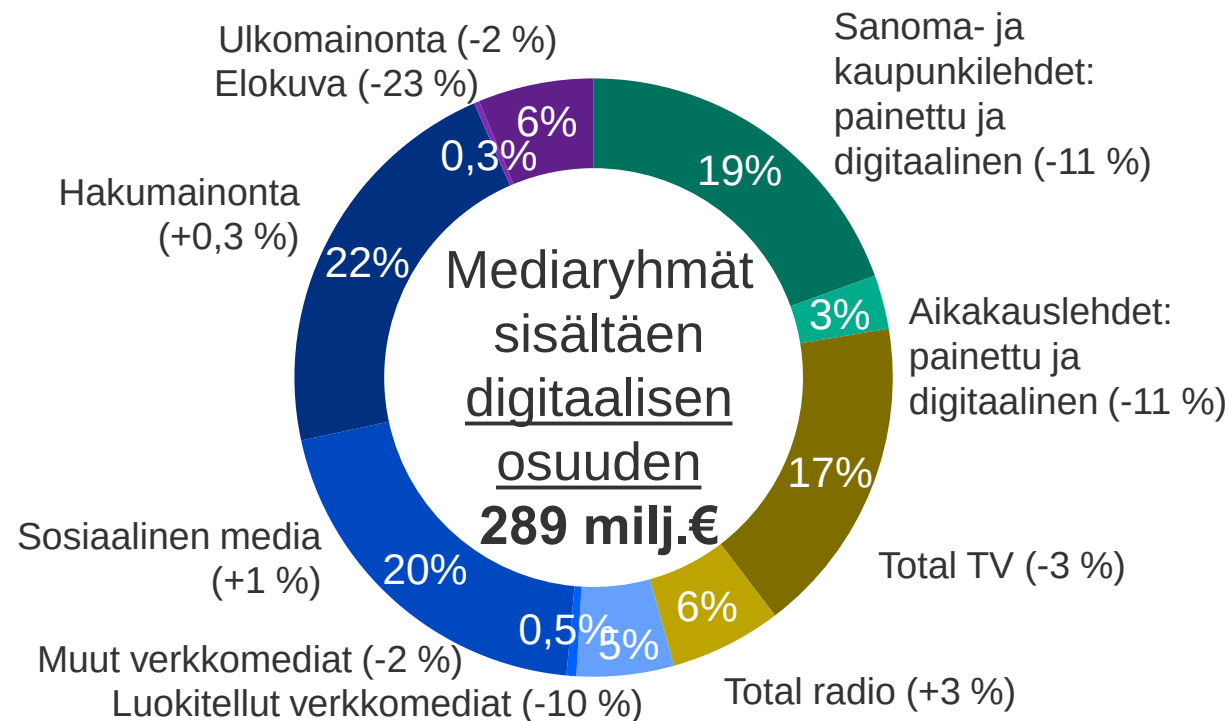
Mediakonsernien oma mainonta sisältyy lukuihin siinä määrin, kun sitä on veloitettu konsernin eri tytäryhtiöiden tai yksiköiden välillä.

Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q3/2023

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin keräämään some- ja hakumainonnan määrään.



Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on esitetty omana mediaryhmänä.

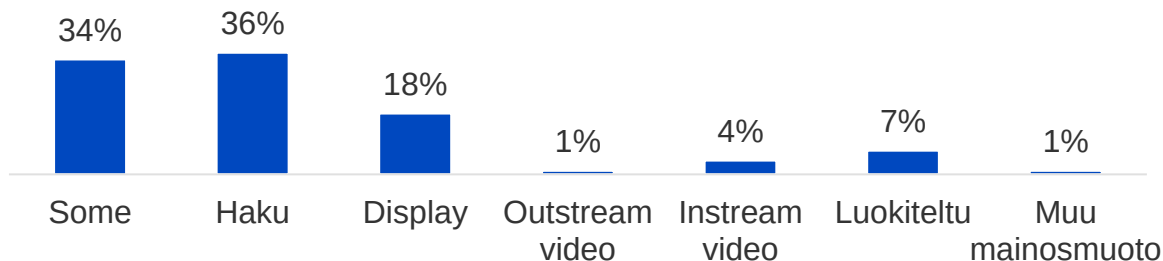


Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin.

Verkkomainonta Q3/2023

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin keräämään some- ja hakumainonnan määrään.

Mainosmuotojen osuudet verkkomainonnasta



	Q3/2023	
	Milj. €	Muutos vs. Q3/2022
Mainonta sosiaalisessa mediassa*	58,3	1,2 %
Hakumainonta**	63,1	0,3 %
Display	30,5	-6,0 %
Outstream video	0,9	0,6 %
Instream video	7,2	16,2 %
Luokiteltu	12,0	-6,8 %
Muu mainosmuoto	1,4	58,9 %
Verkkomainonta yhteensä	173,3	-0,2 %

* sis. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Snapchat

** sis. Google ja Bing

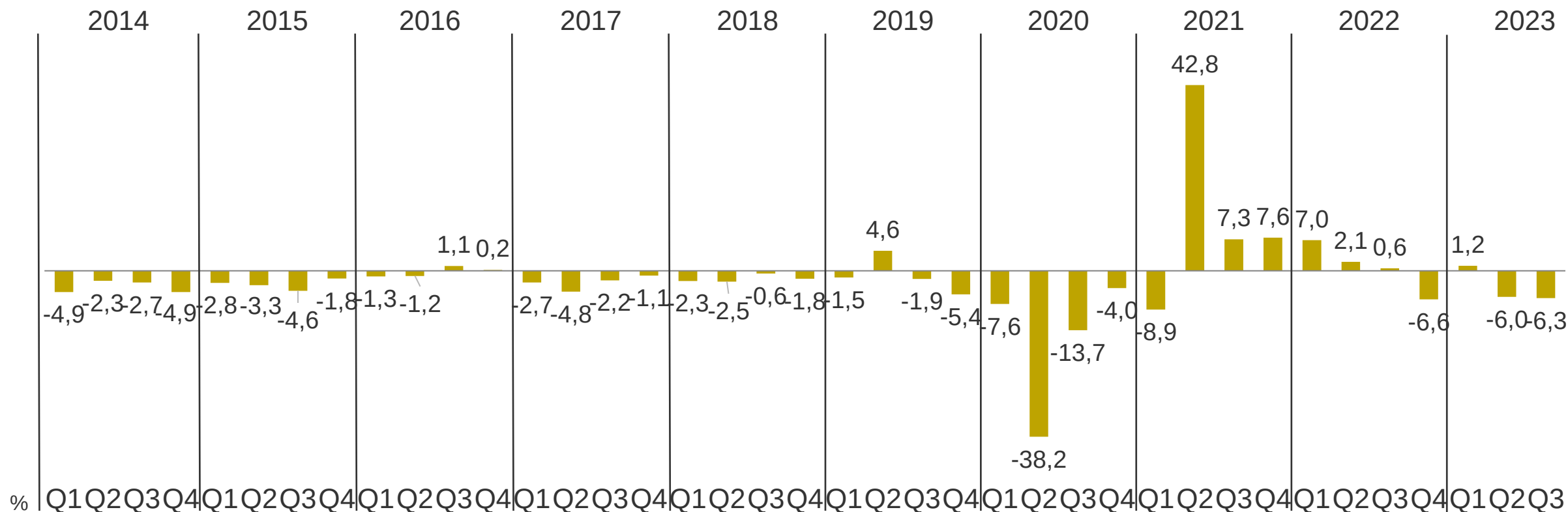
Verkkomainonta edellisen vuoden tasolla

Verkkomainonnan määrä vuoden 2023 kolmannella kvartaalilla oli noin 173 miljoonaa euroa. Vuoden 2022 vastaavaan kvartaaliin verrattuna digimainonnan määrä laski muutaman prosentin kymmenesosan. Verkkomainonnan osuus kaikesta mediamainonnasta jatkaa kasvua ja 60 % kaikesta Suomen mediamainonnasta on digitaalista.

”Yritysten epävarmat tulevaisuudennäkymät näyttäytyvät myös mediamainonnan investointien varovaisuudessa. Huomattavaa on kuitenkin se, miten verkkomainonnan osuus kaikesta digimainonnasta jatkaa tasaista kasvua myös Suomessa.”, kommentoi IAB Finlandin toiminnanjohtaja Pasi Raassina

Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2014-2023

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.

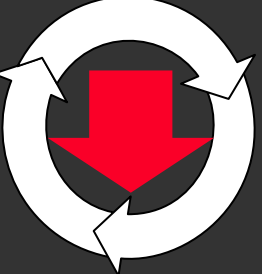


Tarkasteltaessa mainontaa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevissa medioissa, mainonnan määrä vuoden kolmannella kvartaalilla oli noin 168 milj. €. Mainonnan määrä laski -6,3 % suhteessa vuoden 2022 heinä-syyskuuhun.

Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat Q3/2023

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.

Mediamainonnan muutokset toimialoittain | Q3/2023 vs. Q3/2022

TOP		Muutos-%
	Öljy- ja energiayhtiöt	+25,8
	Kosmetiikka	+17,3
	Elintarvikkeet	+12,8
	Matkailu ja liikenne	+2,5
BOTTOM		
	Rakennusala	-20,8
	Telepalvelut	-10,9
	Finanssiala	-5,9
	Vähittäiskauppa	-3,9

Avoimien työpaikkojen ilmoittelu laski -29,5 %

Suurimmat mainostajat (TOP-5) mediaryhmittäin | Q3/2023

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
K-Citymarket	K-Citymarket	Nelonen Media	Lidl
Nelonen Media	K-Supermarket	Orion Pharma	Veikkaus
Lidl	Nelonen Media	GlaxoSmithKline	DNA
DNA	Prisma	Calculus.com	Unilever Finland
Veikkaus	Lidl	New Nordic	K-Citymarket
Radio	Verkkomedia	Elokuva	Ulkomainonta
DNA	Nelonen Media	Fazer Makeiset	Alepa
Burger-In	K-Citymarket	OP	Valio
OP	OP	Fortum	Unilever Finland
Nelonen Media Live	DNA	Orkla Confectionery & Snacks Finland	Finnair
Sambla Group	S-Valtakunnallinen	Walt Disney Studios Motion Pictures	Walt Disney Company Limited