



## TNS Gallup Oy

Miestentie 9 C / P.O. Box 500, 02151 Espoo, Finland

t +358 (0)9 613 500 f +358 (0)9 6135 0510

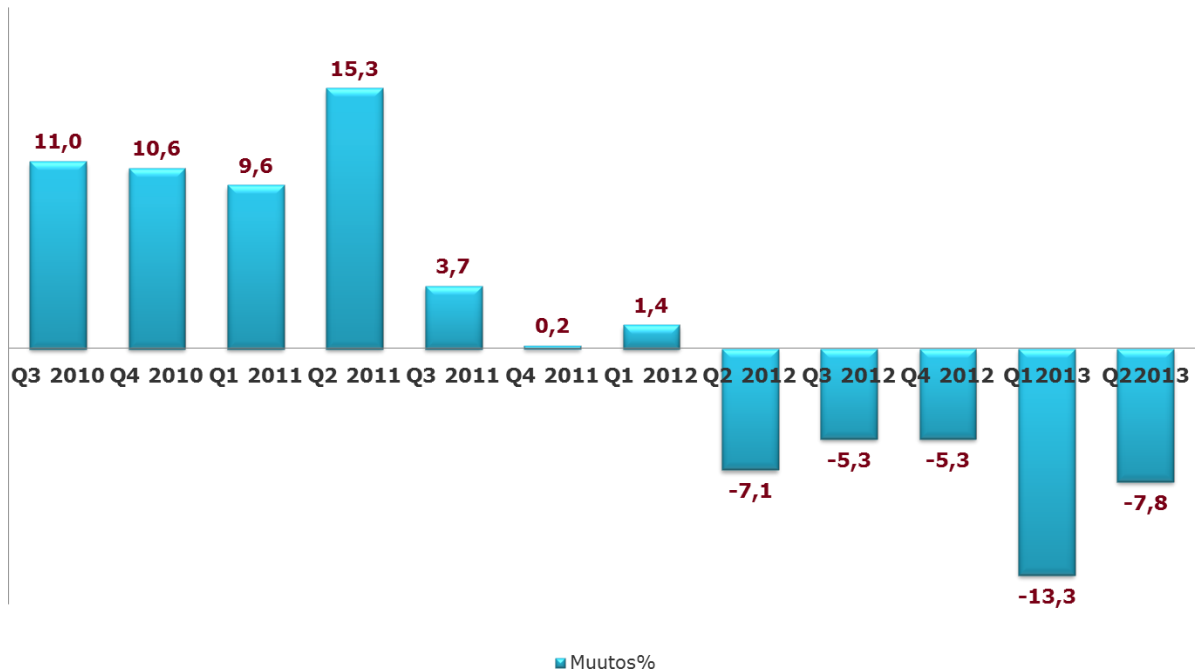
www.tns-gallup.fi www.tnsglobal.com

Lehdistötiedote elokuu 2013

### MEDIAMAINONNAN KEHITYS EDELLEEN MIINUSMERKKINEN

TNS Gallupin Ad Intelligencen seurannan mukaan huhti-kesäkuussa 2013 mediamainonnan määrä laski 7,8 % suhteessa vuoden 2012 huhti-kesäkuuhun. Mainonnan määrän lasku on lähes puolet pienempi kuin edellisen kvartaalin aikana, mutta myös vertailukohta on huonompi sillä viime vuoden toisen kvartaalin aikana mainonnan määrä laski jo voimakkaasti. Investoinnit mediamainontaan olivat vuoden toisen kvartaalin aikana 274 milj. €.

### Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2010 – 2013



Kantar Media USA:n ensimmäisen kvartaalin raportti kertoo mediamainonnan kasvun hiipuneen myös Pohjois-Amerikassa, sillä mainonnan määrä laski hieman (-0,1 %) vuoden 2012 ensimmäiseen kvartaaliin verrattuna. Viime vuonna kasvua vauhdittivat vaalimainonta ja suuret urheilutapahtumat ja alkuvuoden tulos kertoo nyt pitkälti mainostajien varovaisuudesta. Mediaryhmäkohtaisessa tarkastelussa valopilkkuihin ovat ulkomainonnan 4,8 % sekä aikakauslehtien (yleisölehdet) 1,8 % kasvu. Ulkomainonnan kasvu tuli pääasiassa vähittäiskaupan ja ravintola-alan kasvaneista panostuksista, yleisölehtien puolestaan päivittäistavaramainostajien investoinneista aikakauslehtimainontaan. TV:n mainospanostukset säilyivät viime vuoden tasolla ensimmäisen kvartaalin aikana mutta muilla mediaryhmillä on haasteita USA:n markkinoilla. Toisen kvartaalin tietoja oli niukasti saatavilla muista maista, mutta esimerkiksi Tanskassa mainonnan määrä laski lähes 5 % ensimmäisen vuosipuoliskon aikana. Mainonta on ollut alkuvuoden laskusuunnassa sähköisissä medioissa, mutta printin tilanne ei näytä yhtä synkältä kuin Suomessa. Ruotsissa mediamainonnan muutokseksi saatiin alkuvuoden osalta -0,4 %. Suhteellisen hyvään tulokseen on vaikuttanut valtakunnallisen televisiomainonnan kasvu (9,5 %), sillä printillä on haasteita myös naapurimaassa.



Muissa maissa mainospanostukset raportoidaan bruttohinnoin, mikä ei heijasta todellista mediamyynnin laskua.

### **Mediamainonnan määrä mediaryhmittäin**

Sanomalehtimainonta väheni vuoden 2012 toiseen kvartaaliin verrattuna 16,7 %. Toimialoista suurimpia sanomalehtimainonnan vähentäjiä olivat mm. vakuutusyhtiöt, elintarvikemainostajat ja avoimet työpaikat. Aikakauslehtimainonta laski 15,6 %, ja toimialoista merkittävästi panostuksiaan vähensivät muun muassa moottoriajoneuvot ja pankit. Kaupunki- ja noutolehtien haasteen jatkuvat, sillä mainonnan määrä kaupunki- ja noutolehdissä laski 14,9 %. Panostusten merkittävään vähenemiseen vaikutti kaupunkilehtien lakkauttamisen lisäksi esimerkiksi elintarvikemainonnan sekä luokitellun ilmoittelun 21 % lasku kaupunkilehdissä.

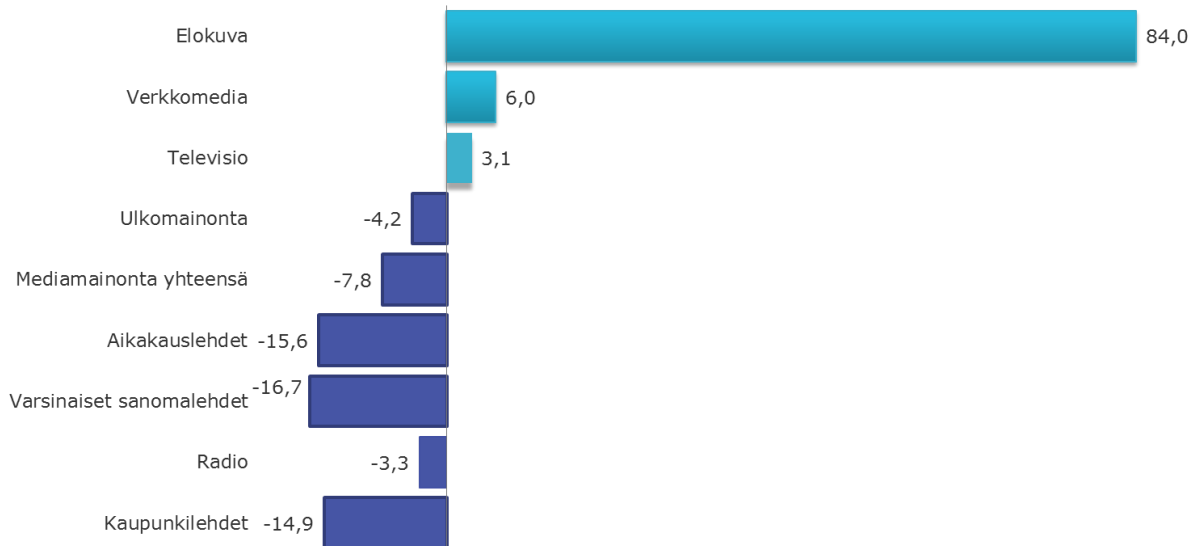
Televisiossa mainonta kasvoi 3,1 %. Osa kasvusta tulee viime vuonna Suomen markkinoilla aloittaneen kaupallisen televisiokanavan FOX International Channel lisäämisestä tv-mainonnan seurantaan, mutta ilman lisäystäkin televisio pääsi hieman plussan puolelle. Uusi kanavavaihtoehto on saattanut lisätä mainostajien kiinnostusta televisioon ja esimerkiksi matkailuala oli lisännyt reilusti panostuksiaan tähän mediaryhmään. Isoimmista toimialoista voi mainita myös vähittäiskaupan 8,8 % ja lääkemainonnan 12,8 % kasvaneet panostukset tv-mainontaan. Elintarvikemainostajat ovat puolestaan vähentäneet panostuksia televisioon. Radiomainonta väheni 3,3 %, mikä on paljon maltillisempi laskuprosentti edelliseen kvartaaliin verrattuna. Vähittäiskauppa oli edelleen kasvattanut panostuksiaan radioon, toisen kvartaalin kasvu oli reilut 16 %.

Elokuvamainonnan hyvä vuosi jatkuu, sillä toisen kvartaalin aikana investoinnit kasvoivat peräti 84 %. Kasvu tuli erityisesti elintarvikkeiden ja matkailun mainonnasta. Ulkomainonta laski viime vuodesta 4,2 %, mutta esimerkiksi elintarviketoimialan mainostajat olivat edelleen kasvattaneet investointejaan ulkomainontaan toisen kvartaalin aikana, kasvua lähes 6 %.

Verkkomainonnan osalta TNS Ad Intelligencen kuukausiseurannassa ovat display- ja luokiteltumainonta, joista display kasvoi peräti 11,5 %, mutta suhdanneherkkä luokiteltu mainonta puolestaan laski 6 %. Kokonaiskasvu oli 6 % viime vuoden toiseen kvartaaliin verrattuna. Tosin on huomioitava, että osa displayn kasvusta johtuu mediaseurannan laajentumisesta vuoden 2013 alussa. Verkossa panostuksiaan kasvattivat edelleen elintarvikkeiden ja pankkipalveluiden mainostajat sekä kaupan ja matkailualan toimijat. Seuraavassa graafissa on esitetty verkkomainonnan muutosprosentti TNS Ad Intelligencen kuukausiseurannan mukaan.

IAB Finland raportoi hakumainonnan, sähköisten hakemistojen sekä Facebook-mainonnan panostukset kvartaaleittain. Panostukset hakumainontaan kasvoivat lähes 9 %, mutta sähköiset hakemistot näyttivät edelleen nollakasvua. Facebook-mainonta kasvaa edelleen, vuoden toisen kvartaalin kasvuprosentti oli 21 %.

## Mediaryhmäkohtaiset muutokset Q2/2013

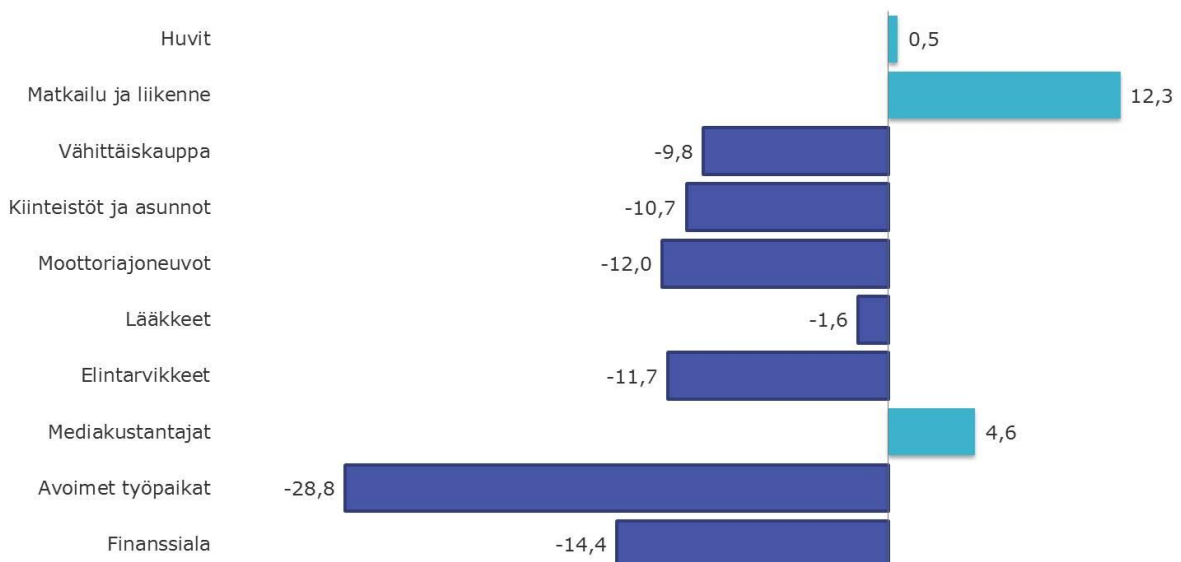


## Mediamainonta toimialoittain

TNS Ad Intelligence seuraa mediamainontaa myös toimiala- ja tuoteryhmäkohtaisesti.

Toimialakohtaisessa tarkastelussa on valopilkuna matkailualan mainonnan kasvu 12,3 %. Lisäksi plussan puolelle päästiin mediatoimialan ja huvien ilmoittelussa. Taantuma näkyy erityisesti työpaikkailmoittelussa, joka laski jälleen lähes 29 % sekä finanssialan ilmoittelun 31 % laskussa. Myös muilla tärkeimmillä toimialoilla mainonnan määrä on laskenut merkittävästi.

## Toimialakohtaiset muutokset Q2/201





### Suurimmat mainostajat Q2/2013

TOP mainostajat	TOP TV-mainostajat	TOP verkkomainostajat	TOP radiomainostajat
Valio	Unilever Finland	Sonera	Orion Pharma
K-citymarket	Valio	Valio	Tallink Silja
Unilever Finland	L'Oreal Finland	Nordea	Veikkaus
Prisma	Samsung Electronics	Anttila	Valio
L'Oreal Finland	Procter&Gamble	Veikkaus	Berner

TOP sanomalehtimainostajat	TOP aikakauslehtimainostajat
K-citymarket	L'Oreal Finland
Prisma	Unilever Finland
S-Market	Berner
K-Rauta	Valio
Sanoma Magazines	VV-Auto

#### Lisätietoja

TNS Gallup Oy

Marja Honkaniemi

Puh. (09) 6135 0767

etunimi.sukunimi@tnsglobal.com