

Lehdistötiedote, julkaisuvapaa 28.1.2022 klo 11.30

## Mediamainonnan määrä kasvoi +13,4 % vuonna 2021

Mediamainontaan käytettiin yhteensä 1 276 miljoonaa euroa vuonna 2021 ja mainonnan määrä kasvoi +13,4 % edellisvuoteen verrattuna. Tiedot perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediaseurantaan sekä vuosittaiseen erillistutkimukseen, jossa yhteistyökumppaneina ovat eri media-alan liitot.

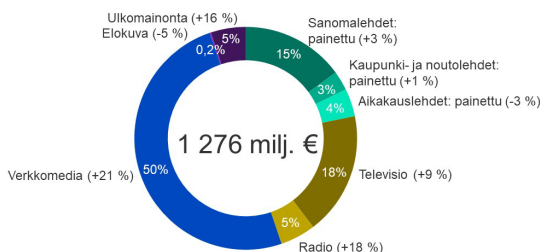
Vuoden 2021 suurimmat kasvuluvut nähtiin huhti–kesäkuussa, jolloin tosin taustalla olevat vertailuluvut olivat heikot. Koronakriisin aiheuttamat historian suurimmat laskuprosentit osuivat vuonna 2020 samaan ajankohtaan. Kokonaisuudessaan vuonna 2021 mediamainonnan määrä vastasi jo vuoden 2019 mainonnan määrää ja oli hieman sen ylikin.

Mediaryhmien osuuksia tarkasteltaessa mediaryhmäjaottelulla, jossa verkkomainonta katsotaan omaksi mediaryhmäkseen, suurin osuus oli verkkomedialla (50 %). Verrattuna vuoteen 2020 mainonnan panostukset kasvoivat kaikissa mediaryhmissä lukuun ottamatta elokuva- ja aikakauslehtimainontaa. Eniten kasvua oli verkko-, radio- ja ulkomainonnassa.

Tarkasteltaessa mediaryhmäjakoa, jossa verkkomainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin, eniten kasvua oli sosiaalisen median mainonnassa. Verkkomainonnan sisällyttäminen eri mediaryhmiin parantaa etenkin sanomalehtien kasvuprosenttia. Sanomalehdillä oli myös suurin yksittäinen osuus (26 %) mediamainonnan kokonaisuudesta.

### Mediaryhmien osuudet ja muutokset 2021

Digitaalinen mainonta omana mediaryhmänä



(mainonnan määrän muutos-% vs. 2020)

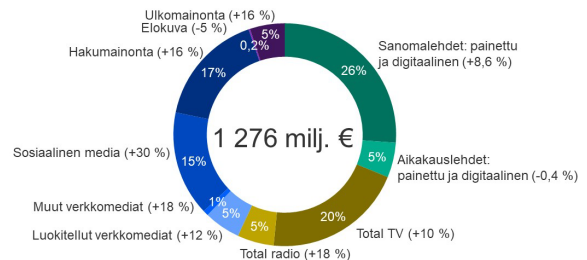
KANTAR

Lähde: Kantar Ad Intelligence kuukausittainen seuranta + erillistutkimus

1

### Mediaryhmien osuudet ja muutokset 2021

Digitaalinen mainonta sisällytetty eri mediaryhmiin



(mainonnan määrän muutos-% vs. 2020)

KANTAR

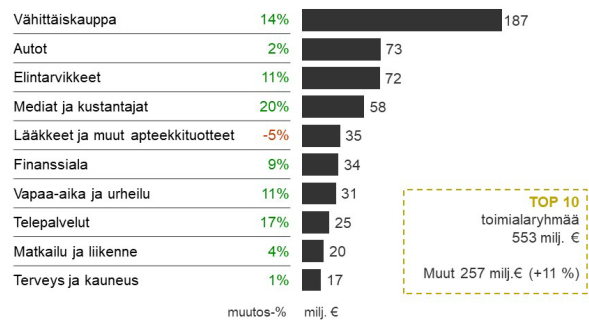
Lähde: Kantar Ad Intelligence kuukausittainen seuranta + erillistutkimus

2

Kantarin kuukausittaisen mediaseurannan mukaan vähittäiskaupan osuus mainonnan määrästä oli edelleen merkittävä 23 % (187 milj. €). Muita suuria toimialoja olivat autot (73 milj. €) ja elintarvikkeet (72 milj. €). Kolme suurinta toimialaryhmää muodostivat reilun 40 % kokonaismainosmarkkinasta vuonna 2021.

Kantar palkitsi vuoden 2021 mainostajana Prisman. Valintaan vaikuttivat kasvanut mainospanostusmäärä monikanavaisella mediavalikoimalla, luovuus sekä ajankohtaisuus.

### Mediamainonta toimialaryhmittäin 2021 | TOP 10



KANTAR

Lähde: Kantar Ad Intelligence kuukausittainen seuranta

### Lisätietoja

Minna Rantanen  
Insight Director  
t. 040 718 1066  
[minna.rantanen@kantar.com](mailto:minna.rantanen@kantar.com)

Pami Bergman  
Director, Ad Intelligence, Media and Targeting  
t. 050 430 7696  
[pami.bergman@kantar.com](mailto:pami.bergman@kantar.com)

## Mediamainonta 2021 | Digitaalinen mainonta omana mediaryhmänään

	2021 milj. €	osuus-%	muutos-% vrt. 2020
<b>Mediamainonta yhteensä</b>	<b>1275,8</b>		<b>+13,4</b>
<b>Mainonta painetussa mediassa</b>	<b>278,3</b>	<b>21,8</b>	<b>+1,6</b>
<b>Painetut sanoma- ja kaupunkilehdet</b>	226,7	17,8	+2,7
Sanomalehdet, painettu	190,6	14,9	+3,0
Kaupunki- ja noutolehdet, painettu	36,1	2,8	+1,2
<b>Painetut aikakauslehdet</b>	51,6	4,0	-2,9
Yleisölehdet, painettu	15,7	1,2	-5,9
Ammatti- ja järjestölehdet, painettu	28,2	2,2	+1,6
Asiakaslehdet, painettu	7,7	0,6	-11,5
<b>Mainonta sähköisessä mediassa</b>	<b>932,9</b>	<b>73,1</b>	<b>+17,2</b>
<b>Televisio</b>	<b>227,5</b>	<b>17,8</b>	<b>+9,1</b>
<b>Radiomainonta</b>	<b>65,6</b>	<b>5,1</b>	<b>+17,8</b>
<b>Verkkomainonta</b>	<b>637,3</b>	<b>50,0</b>	<b>+20,5</b>
Display	145,5	11,4	*
Outstream video	4,1	0,3	*
Instream video	28,5	2,2	+17,3
Luokiteltu ilmoittelu	50,0	3,9	+21,7
Muu mainosmuoto	3,8	0,3	+33,8
Some	194,6	15,3	+29,6
Hakusanamainonta	210,8	16,5	+16,0
<b>Elokuvamainonta</b>	<b>2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>-4,8</b>
<b>Ulko- ja liikennemainonta</b>	<b>64,5</b>	<b>5,1</b>	<b>+15,5</b>

Luvut perustuvat Kantarin kuukausiseurantaan ja erillistutkimukseen yhteistyössä eri media-alan liittojen ja medioiden kanssa.

Haku- ja somemainonnan määrän luvut ovat IAB Finlandin estimaatteja.

\* Outstream eroteltu Displaysta tammikuusta 2021 alkaen, näiden osalta muutos-% eivät ole vertailukelpoisia

Kantar on yksi suurimmista markkinatutkimusyrittäjistä maailmassa. Tarjoamme yrityksille näkemyksiä päätöksenteon tueksi ja kasvun ajureiksi. Autamme innovoinnin, brändinhallinnan, markkinointiviestinnän, ostokäyttäytymisen ja asiakashallinnan alueilla asiakkaitamme tunnistamaan ja optimoimaan kasvun mahdollisuudet.

[www.kantar.fi](http://www.kantar.fi) | [www.kantar.com](http://www.kantar.com)

## Mediamainonta 2021 | Digitaalinen mainonta sisällytetty eri mediaryhmiin

	2021 milj. €	osuus-%	muutos-% vrt. 2020
<b>Mediamainonta yhteensä</b>	<b>1275,8</b>		<b>+13,4</b>
<b>Sanoma- ja kaupunkilehdet yhteensä</b>	<b>333,5</b>	<b>26,1</b>	<b>+8,6</b>
Sanomalehdet, painettu	190,6	14,9	+3,0
Kaupunkilehdet, painettu	36,1	2,8	+1,2
Sanoma- ja kaupunkilehdet, digitaalinen	106,8	8,4	+23,7
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b>	<b>64,7</b>	<b>5,1</b>	<b>-0,4</b>
Yleisölehdet, painettu	15,7	1,2	-5,9
Ammatti- ja järjestölehdet, painettu	28,2	2,2	+1,6
Asiakaslehdet, painettu	7,7	0,6	-11,5
Aikakauslehdet, digitaalinen	13,1	1,0	+10,5
<b>Total TV</b>	<b>260,1</b>	<b>20,4</b>	<b>+9,7</b>
Televisio	227,5	17,8	+9,1
Televisio, online	32,6	2,6	+13,8
<b>Total Radio</b>	<b>67,7</b>	<b>5,3</b>	<b>+18,4</b>
Radio	65,6	5,1	+17,8
Radio, online	2,2	0,2	+37,9
<b>Verkkomainonta</b>	<b>482,6</b>	<b>37,8</b>	<b>+20,5</b>
Luokitellut verkkomediat	67,3	5,3	+12,0
Muut verkkomediat	9,8	0,8	+18,2
Sosiaalinen media	194,6	15,3	+29,6
Hakusanamainonta	210,8	16,5	+16,0
<b>Elokuva</b>	<b>2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>-4,8</b>
<b>Ulko- ja liikennemainonta</b>	<b>64,5</b>	<b>5,1</b>	<b>+15,5</b>

Luvut perustuvat Kantarin kuukausiseurantaan ja erillistutkimukseen yhteistyössä media-alan liittojen kanssa.

Haku- ja somemainonnan määrän luvut ovat IAB Finlandin estimaatteja.

Kantar on yksi suurimmista markkinatutkimusyrittäjistä maailmassa. Tarjoamme yrityksille näkemyksiä päätöksenteon tueksi ja kasvun ajureiksi. Autamme innovoinnin, brändinhallinnan, markkinointiviestinnän, ostokäyttäytymisen ja asiakashallinnan alueilla asiakkaitamme tunnistamaan ja optimoimaan kasvun mahdollisuudet.

[www.kantar.fi](http://www.kantar.fi) | [www.kantar.com](http://www.kantar.com)