

**TNS Gallup Oy**

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

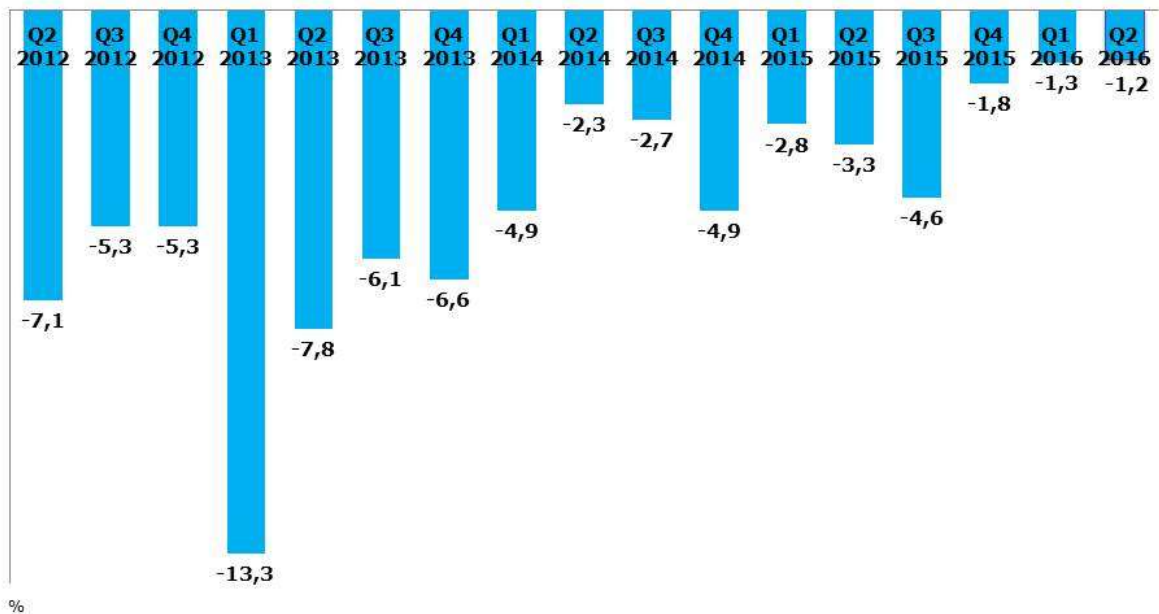
t +358 (0)9 613 500 f +358 (0)9 6135 0510

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

Lehdistötiedote elokuu 2016

**MEDIAMAINONTA LASKI 1,2 % VUODEN 2016 TOISELLA KVARTAALILLA**

Huhti-kesäkuussa 2016 mediamainonnan määrä laski 1,2 % suhteessa vuoden 2015 vastaavaan aikaan. Investoinnit mediamainontaan olivat kuluvan vuoden toisen kvartaalin aikana noin 259 milj. €. Tiedot perustuvat TNS Gallupin Ad Intelligence yksikön mediaseurantaan.

**Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2012-2016**

© TNS 2016



## MAINONNAN MÄÄRÄ MEDIARYHMITÄIN Q2 2016



**Sanomalehtimainonta** väheni vuoden 2015 toiseen kvartaaliin verrattuna 4,5 %. Useat toimialat laskivat edelleen panostuksiaan. Erityisesti elintarvikkeiden, moottoriajoneuvojen, rakennusalan ja huonekalujen mainostajat sen sijaan kasvattivat mainontaansa. Kaupunki- ja noutolehtien mainonnan määrä väheni toisen kvartaalin aikana 5,9 %. Toimialoista esimerkiksi moottoriajoneuvot sekä vähittäiskauppa kuitenkin kasvattivat mainontaansa kaupunkilehdissä.



**Aikakauslehtimainonta** laski 10,2 %. Yleisölehdissä oli 16,5 % ja asiakaslehdissä 13,8 % lasku. Ammattilehdillä sen sijaan oli positiivinen 1,9 % kasvu. Brändimainonta laski aikakauslehdissä 12,2 % vuoden toisella kvartaalilla. Perinteisten aikakauslehtimainostajien, kuten kosmetiikan ja pukeutumisen, investoinnit vähenevät edelleen voimakkaasti. Kirjakustantajien mainonta aikakauslehdissä sen sijaan oli kasvussa.



**Televisiomainonta** laski 4,1 % toisen kvartaalin aikana. Brändimainonta televisiossa laski 9 %. Merkittävistä toimialoista esimerkiksi elintarvikkeet, lääkkeet ja kosmetiikka laskivat edelleen investointejaan televisioon. Kasvua oli puolestaan pukeutumisen, kodin elektroniikan sekä vähittäiskaupan mainonnassa.



**Radiomainonta** jatkaa edelleen huikeaa kasvutarinaansa. Mainonta radiossa kasvoi 2,9 % vuoden toisen kvartaalin aikana. Mainontaansa kasvattivat erityisesti kosmetiikan, lääkkeiden, finanssialan sekä vähittäiskaupan mainostajat.



**Elokuvamainonta** kasvoi 6,4 % vuoden 2015 toiseen kvartaaliin verrattuna. Mainospanostuksiaan elokuvissa kasvattivat erityisesti kodin elektroniikan ja moottoriajoneuvojen mainostajat. Vähittäiskaupan mainontaa ei elokuvissa nähty laisinkaan vuoden toisella kvartaalilla. Sen sijaan kosmetiikkamainonta palasi valkokankaalle yli 50 % kasvulla edellisen vuoden toiseen kvartaaliin verrattuna.



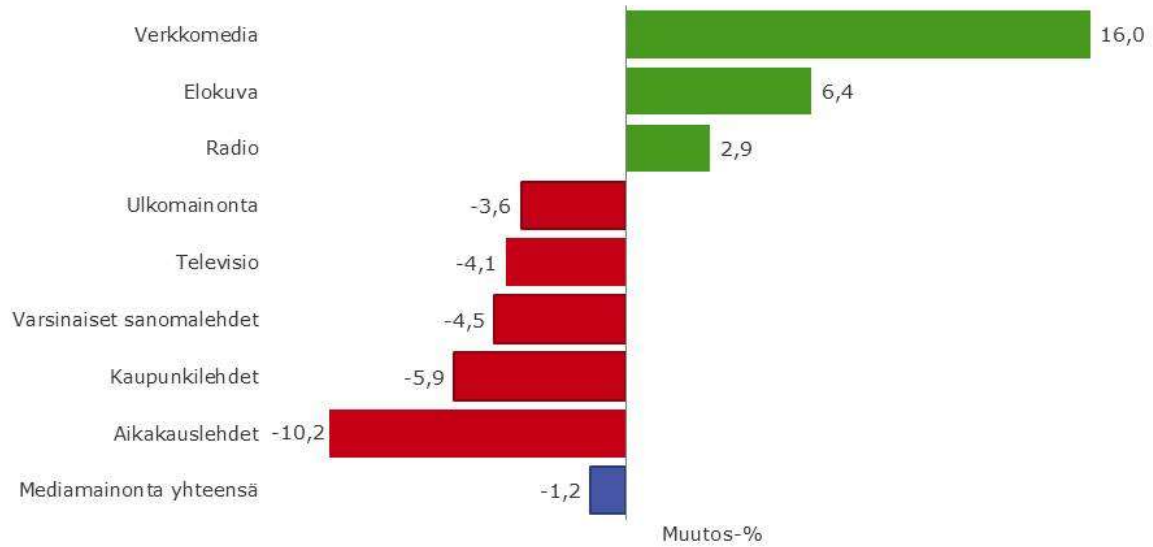
**Ulkomainonta** laski 3,6 %. Brändimainonta laski peräti 13,4 % toisen kvartaalin aikana. Lääkkeiden, pukeutumisen, matkailu ja liikenteen sekä vähittäiskaupan mainostajat puolestaan kasvattivat ulkomainonnan panostuksiaan. Erityisesti vähittäiskauppa, joka lisäsi panostuksiaan reilut 50 % vuoden 2015 kvartaaliin verrattuna.



**Verkkomedioiden mainonta** kasvoi 16 %. Verkkomainontaan käytettiin yhteensä 46 milj. €, josta display mainontaan 21,9 milj. €, luokiteltuun verkkomainontaan 9,6 milj. €, instream mainontaan 4,5 milj. €, mobiilimainontaan 7,1 milj. € ja natiivi/sisältömarkkinointiin 2,8 milj. €. Mobiili kasvoi 34 % ja instream eli videomainontaa lisättiin 2,2 % viime vuoteen verrattuna. Display-mainontaa oli 2,8 % enemmän ja luokiteltu verkkomainonta kasvoi 11,5 %. (IAB Finlandin keräämien tietojen mukaan reipasta kasvua on myös Facebook-mainonnassa (35 %) ja hakumainontakin lisääntyi (14,4 %).



## Mediamainonnan muutokset mediaryhmittäin 4-6/2016



Mediamainonnan muutokset 2016



© TNS 2016



### SUURIMMAT MAINOSTAJAT TOP 5 MEDIARYHMITÄIN Q2 2016

Multimedia	TV	Verkko	Radio
K-Citymarket	Veikkaus	Veikkaus	Veikkaus
Veikkaus	Unilever	K-Citymarket	Tokmanni
Unilever	Lidl	DNA	Fonecta
Prisma	Valio	Procter&Gamble	RAY
Lidl	Procter&Gamble	Unilever	Orion Pharma

Sanomalehdet	Aikakauslehdet	Elokuva	Ulkomainonta
K-Citymarket	L'Oreal	Samsung Electronics	Atria
XXL Sport & Outdoor	Valio	Coca-Cola	Lidl
Prisma	Unilever	Unilever	Cloetta
K-Rauta	Orion Pharma	Eckes-Granini	Arla
K-Supermarket	Glaxo Smithkline	Cloetta	MCDonalds

**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

**MEDIAMAINONTA TOIMIALOITTAIN Q2 2016**

Keskeisillä toimialoilla investoinnit mediamainontaan laskivat edelleen. Kasvua oli matkailu ja liikenteen, moottoriajoneuvojen, telepalveluiden sekä vähittäiskaupan mainonnassa. Ilmoittelu avoimista työpaikoista lisääntyi myös toisen kvartaalin aikana.



Vähittäiskauppa

Muutos-%

8,4

Moottoriajoneuvot

8,4

Telepalvelut

4,2

Avoimet työpaikat

3,4

Matkailu ja liikenne

1,8



Pukeutuminen

Muutos-%

-15,1

Elintarvikkeet

-12,5

Kosmetiikka

-11,4

Lääkkeet

-1,9

Finanssiala

-0,4

**Lisätietoja**

TNS Gallup Oy

Orvokki Tervo, puh. (09) 6135 0663

Marja Honkaniemi, puh. (09) 6135 0767

Minna Rantanen, puh. (09) 6135 0668

[etunimi.sukunimi@tnsglobal.com](mailto:etunimi.sukunimi@tnsglobal.com)[www.tns-gallup.fi](http://www.tns-gallup.fi) | [www.linkedin.com/company/tns-gallup-finland](https://www.linkedin.com/company/tns-gallup-finland) | [www.twitter.com/tnsgallupfi](https://www.twitter.com/tnsgallupfi) | [www.slideshare.net/tnsgallupfi](https://www.slideshare.net/tnsgallupfi)