



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 helmikuu 2013

MEDIAMAINONNAN MÄÄRÄ LASKI EDELLEEN VUODEN VIIMEISELLÄ KVARTAALILLA

TNS Gallup Media Intelligence -yksikön seurannan mukaan loka-joulukuussa 2012 mediamainonnan määrä laski 5,3 % suhteessa vuoden 2011 loka-joulukuuhun. Neljännen kvartaalin lasku oli siis samalla tasolla kolmannen kvartaalin tuloksen kanssa. Investoinnit mediamainontaan olivat vuoden viimeisen kvartaalin aikana kokonaisuudessaan noin 292 milj. €.

Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2010-2012



Mediamainonnan määrä mediaryhmittäin

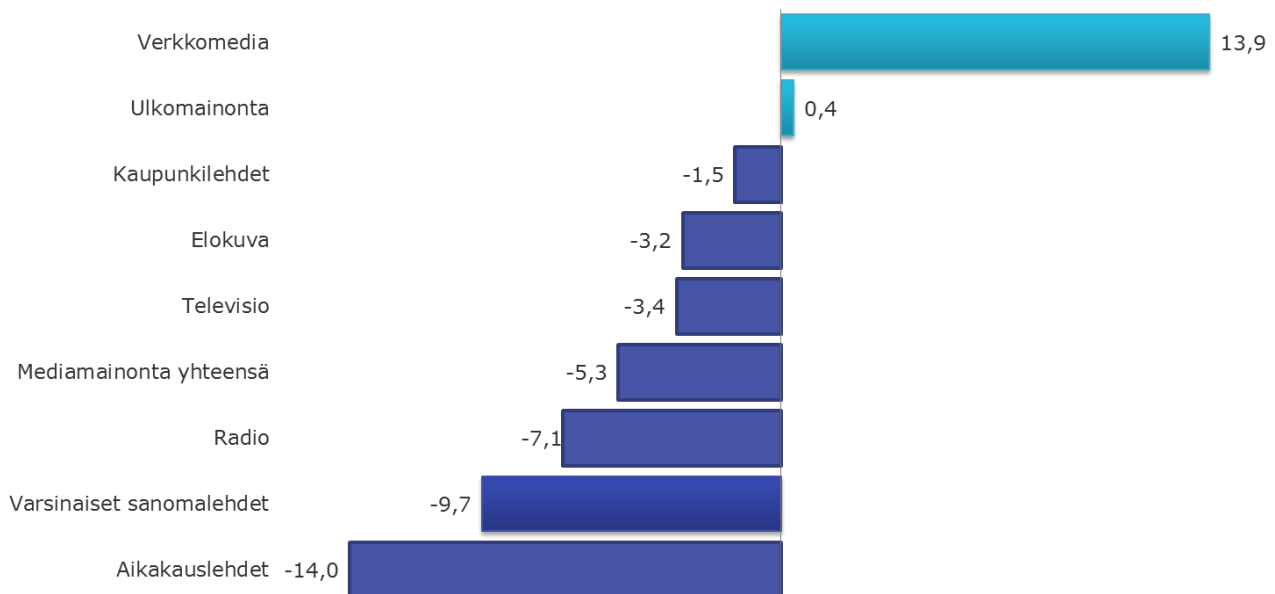
Sanomalehtimainonta väheni vuoden 2011 neljänteen kvartaaliin verrattuna lähes 10 %. Erityisesti kestokulutustavaroiden mainostajat vähensivät ilmoitteluaan sanomalehdissä. Sanomalehdissä panostuksiaan puolestaan kasvattivat vakuutusyhtiöt, tietotekniikan ja toimistotarvikkeiden sekä lääkkeiden mainostajat. Aikakauslehtimainonta laski 14 % ja toimialoista eniten pudotusta oli muun muassa vakuutusyhtiöillä, kosmetiikalla ja matkailualalla. Kaupunki- ja noutolehdille vuoden viimeinen kvartaali oli parempi (-1,5) verrattuna kolmanteen kvartaaliin (-5,3). Panostukset laskivat kaupunki- ja noutolehtien kohdalla erityisesti finanssialalla, mutta palveluja mainostettiin puolestaan 28 prosenttia enemmän edellisen vuoden vastaavaan aikaan verrattuna.

Televisiossa mainonta laski 3,4 % ja esimerkiksi kestokulutustavaroiden ja finanssialan mainonta väheni televisiossa. Näkyvyyttä televisiossa kasvattivat vähittäiskaupan toimijat sekä kosmetiikan ja huvien mainostajat. Radiomainonta väheni 7,1 % ja radiossa mainontaa vähensivät elintarvike- ja lääkealan toimijat. Panostuksiaan radiossa lisäsivät huvien, pankkien, tietotekniikan ja telepalveluiden mainostajat. Ulkomainonta ylsi vuoden viimeiselläkin kvartaalilla niukasti positiiviseen tulokseen ja erityisesti palveluiden mainostajat olivat investoineet ulkomainontaan. Elokuvamainonta on volyymiltään pieni mediaryhmä ja siinä kvartaalikohtaiset vaihtelut ovat suuria, vuoden viimeisen kvartaalin aikana mainonta elokuvissa laski 3,2 %.

Verkkomedian vahvaa kasvua kiihdyttivät erityisesti display- ja hakusanamainonta sekä Facebook mainonnan positiivinen kehitys. Tosin on huomioitava, että osa displayn kasvusta johtuu mediaseurannan laajentumisesta vuoden 2012 alussa. TNS Media Intelligence -yksikön kuukausiseurannassa ovat display- ja luokiteltumainonta, joista display kasvoi peräti 24 % mutta luokiteltu mainonta puolestaan laski 6,6 %, kokonaiskasvu oli lähes 14 % 2011 viimeiseen kvartaaliin verrattuna. Verkossa panostuksiaan kasvattivat esimerkiksi kaupan ja matkailualan toimijat.

Alla olevassa graafissa on esitetty verkkomainonnan muutosprosentti TNS Media Intelligence -yksikön kuukausiseurannan mukaan. IAB Finland puolestaan raportoi hakumainonnan, sähköisten hakemistojen sekä Facebook-mainonnan panostukset kvartaaleittain. Panostukset hakumainontaan kasvoivat 22 % mutta sähköisiin hakemistoihin panostettiin lähes 30 % vähemmän. Facebook-mainonta jatkoi hyvää kasvuaan, sillä vuoden viimeisen kvartaalin kasvuprosentti oli reilut 30. Kyseinen kokonaisuus raportoidaan Mainonnan Neuvottelukunnan vuosittaisessa mediamainonnan määrä -tilastossa.

Mediaryhmäkohtaiset muutokset Q4/2012



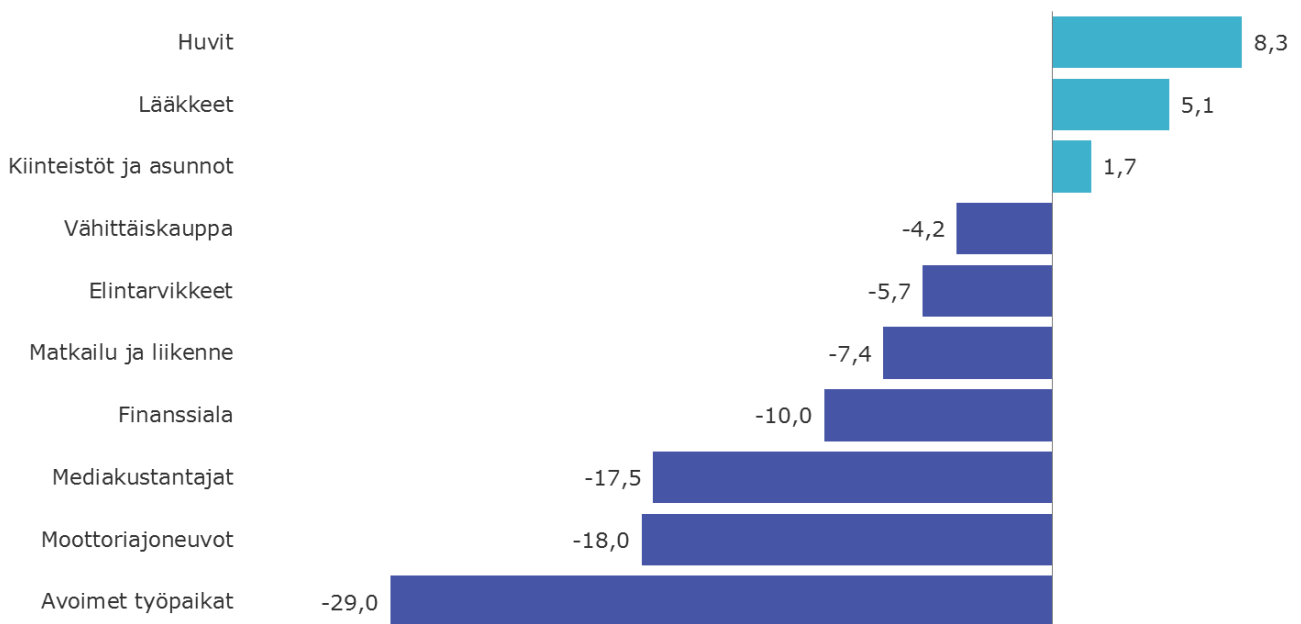


Mediamainonta toimialoittain

TNS Gallup Media Intelligence -yksikkö seuraa mediamainontaa myös toimiala- ja tuoteryhmäkohtaisesti.

Heikot taloudelliset näkymät vaikuttavat vahvasti mainospanostusten määrään eri toimialoilla. Työpaikkailmoittelun määrä väheni kolmanneksella vuoden 2011 viimeiseen kvartaaliin verrattuna. Mediakustantajien, moottoriajoneuvojen ja finanssialan ilmoittelu jatkoi myös pudotustaan. Positiivista virettä oli kuitenkin joidenkin toimialojen ilmoittelussa havaittavissa: huvit ja lääkkeet ylsivät plussalle kolmanteen kvartaaliin ja edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan verrattuna. Asuntoilmoittelu oli myös edelleen niukasti plussan puolella.

Toimialakohtaiset muutokset Q4/2012





Suurimmat mainostajat Q4/2012

TOP Mainostajat	TOP TV-mainostajat	TOP verkkomainostajat	TOP radiomainostajat
K-citymarket	Valio	Sonera	Tallink-Silja
Valio	Unilever Finland	Valio	Sonera
Prisma	L'Oreal Finland	Nordea	RAY
Unilever Finland	Procter&Gamble	Nelonen Media	Orion Pharma
L'Oreal Finland	Bayer	Gigantti	If Vahinkovakuutus
Sonera	K-ruokakaupat	Samsung	Fazer Leipomot

Lisätietoja

TNS Gallup Oy

Marja Honkaniemi, yksikönjohtaja

Puh. (09) 6135 0767

etunimi.sukunimi@tnsglobal.com