

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.



13.06.2013

MARKKINOINTIVIESTINNÄN MÄÄRÄ LASKI VIIME VUONNA 0,6 %

Markkinointiviestinnän määrä Suomessa vuonna 2012 oli 3 380 miljoonaa euroa. Investoinnit laskivat 0,6 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Luvut perustuvat Mainonnan Neuvottelukunnan selvitykseen, jonka teki TNS Gallup.

Mediamainonta laski yhteensä 2,9 % vuodesta 2011 ja oli kokonaisuudessaan 1 353 miljoonaa euroa. Lukuun sisältyy mainonta sanoma- ja aikakauslehdissä, televisiossa, radiossa, painetuissa ja sähköisissä hakemistoissa sekä ulkomainonta.

Mediamainonnan luvut heijastivat talouden yleistä kehitystä. Verkkomainonta jatkoi kasvuaan, muissa mediaryhmissä mainonta laski. Nämä luvut on julkistettu jo tammikuussa 2013.

Muista markkinointiviestinnän keinoista suoramarkkinoinnin osuus oli suurin: 759 miljoonaa euroa. Suoramarkkinoinnin osuus koko markkinointiviestinnästä oli 22,4 %. Määrä laski edellisvuoteen verrattuna 2 %. Osoitteellisen suoran käyttö väheni, mutta osoitteeton suora kasvoi 7 %.

Mobiilimarkkinointi kasvoi 69 %

Mobiilimarkkinoinnin määrä oli 17 miljoonaa euroa, joka on 69 % enemmän edelliseen vuoteen verrattuna. Kovaa kasvua selittää mobiililaitteiden käytön voimakas lisääntyminen. Sähköpostimarkkinoinnin määrä oli 13,7 miljoonaa euroa ja se kasvoi 16 %. Telemarkkinoinnin määrä oli 216 miljoonaa euroa ja se laski 5,3 %.

”Laskuun vaikutti varmasti vuoden 2012 lakimuutos, joka rajoittaa matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointia”, kertoo TNS Gallup Oy:n yksikönjohtaja **Marja Honkaniemi**.

Markkinointiviestinnän suunnittelu kasvoi 4,2 %

Markkinointiviestinnän suunnittelu nousi viime vuonna noin 516 miljoonaan euroon ja kasvoi 4,2 %. Mediatoimistojen myyntikate kasvoi 4,9 %, mainostoimistojen 2,8 %, digitoimistojen 11 %, viestintätoimistojen 5,2 % ja tapahtumatoimistojen 4,3 %.

Markkinointiviestinnän muu tuotanto laski 1,7 %. Mainoselokuvien tuotanto väheni televisiomainonnan hiipumisen sekä elokuvamainonnan voimakkaan laskun seurauksena 9 %.

Aikakaus- ja sanomalehtimainonnan tuotannossa ulkoa ostettavien palveluiden osuus oli kummallakin noin 2 miljoonaa euroa.

Menekinedistäminen kasvoi 2,5 %

Messupanostukset nousivat 202 miljoonaan euroon ja määrä kasvoi 7,6 %. Luku sisältää myös messuosastojen suunnittelun ja tuotannon.

Myymälämateriaalien ja esittelytyön kokonaisuus kasvoi 6,9 % ja oli 108 miljoonaan euroa. Yritysten liike- ja mainoslahjojen ostot pysyivät edellisen vuoden tasolla 149 miljoonassa eurossa. Sponsorointiin panostettiin puolestaan 3 % edellisvuotta vähemmän.

Markkinointiviestinnän määrä - selvitykseen sisältyy mediamainonta sekä markkinointiviestintä ja sen suunnittelu. Markkinointiviestinnän määrästä 40 % on mediamainontaa ja sen osuus kokonaisuudesta on hiljalleen laskenut viime vuosina. Muiden markkinointiviestinnän keinojen sekä markkinointiviestinnän suunnittelun ja tuotannon osuus on 60 %.

Lisätietoja:

TNS Gallup Oy, yksikönjohtaja Marja Honkaniemi, p. (09) 613 500, 040 503 0632

Mainonnan Neuvottelukunta: puheenjohtaja, RadioMedian toimitusjohtaja Stefan Möller, p.0400 508877

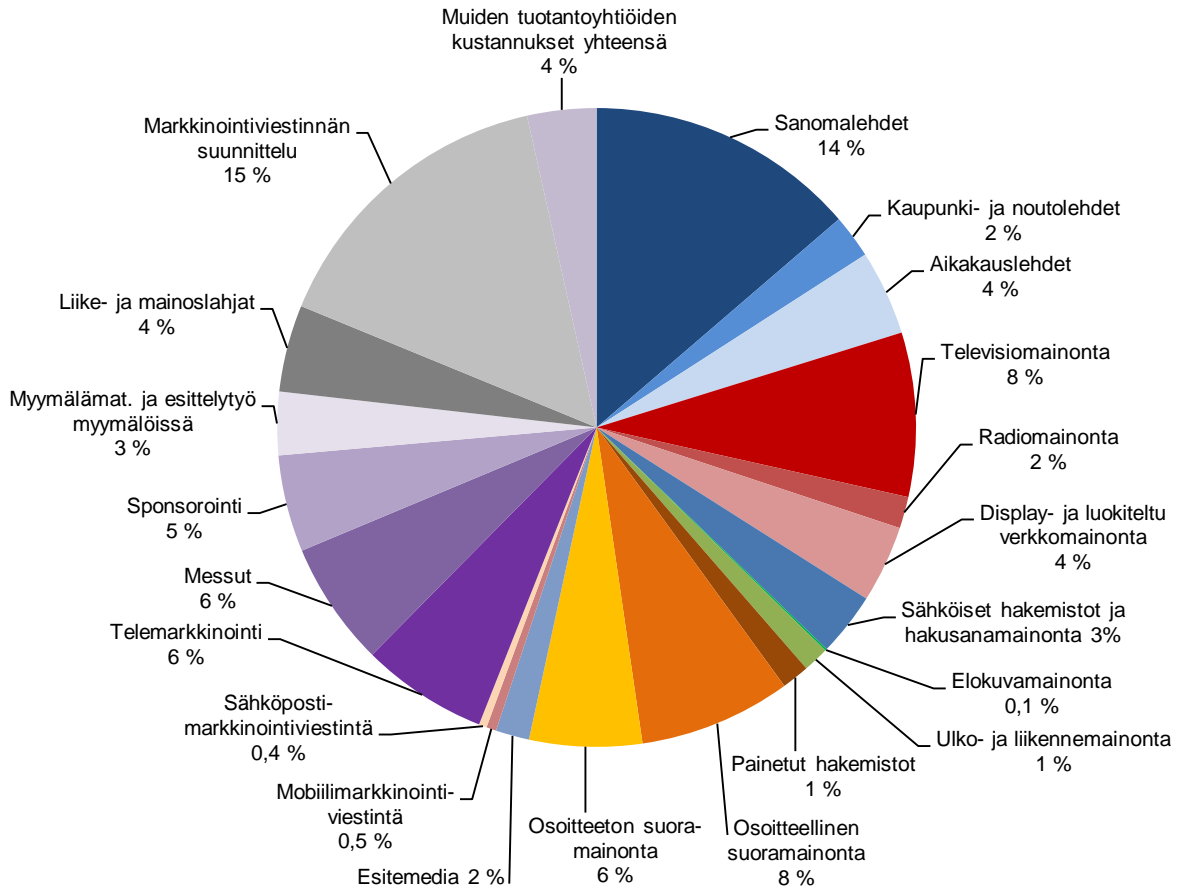
Mainonnan Neuvottelukunta (MNK) on mainos- ja markkinointialan järjestöjen epävirallinen yhteistyöfoorumi. Se edistää mainonnan ja markkinointiviestinnän asemaa Suomessa muun muassa tutkimuksen ja tiedottamisen avulla. MNK vastaa myös mainonnan eettisen neuvoston toiminnasta.

MNK:n jäsenet ovat Aikakausmedia, ASML - Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto, IAB Finland, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, MTV Media, Nelonen Media, Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto, RadioMedia ja Sanomalehtien Liitto.

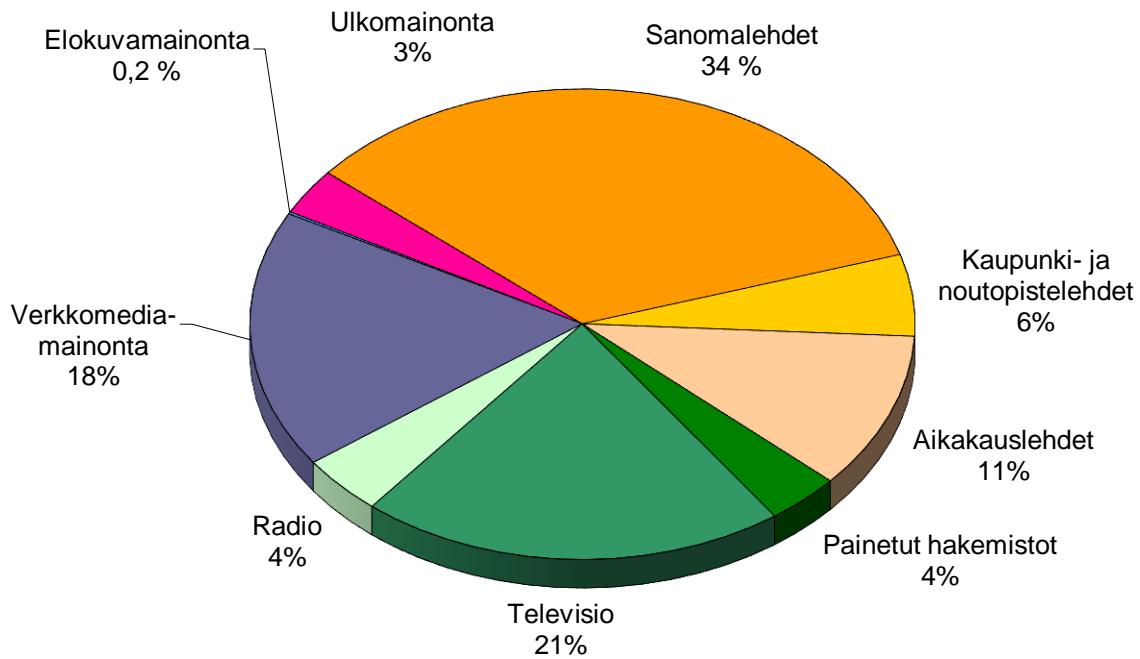
www.mainonnanneuvottelukunta.fi

	2009 milj. €	2010 milj. €	2011 milj. €	2012 milj. €	2012 M-%	2012 Osuus-%
MEDIAMAINONTA						
Päivälehdet (4-7 krt/vk ilmestyvät sanomal.)	417	427	442	404	-8,6	11,9 %
1-3 krt viikossa ilmestyvät sanomalehdet	57	59	61	58	-4,9	1,7 %
Sanomalehdet yhteensä	474	486	503	462	-8,1	13,7 %
Kaupunki- ja noutolehdet	68	73	77	76	-1,3	2,2 %
Sanoma- ja kaupunkilehdet yhteensä	542	559	580	538	-7,2	15,9 %
Yleisölehdet	84	81	81	73	-9,8	2,2 %
Ammatti- ja järjestölehdet	55	54	56	56	0,4	1,7 %
Asiakaslehdet	19	19	20	17	-16,1	0,5 %
Aikakauslehdet yhteensä	157	154	157	146	-7,0	4,3 %
Painetut hakemistot	81	69	51	48	-5,7	1,4 %
Painetut mediat yhteensä	780	781	788	732	-7,1	21,6 %
Dispaly- ja luokiteltu verkkomainonta	78	104	122	134	9,5	3,9 %
Sähköiset hakemistot ja hakusanamainonta	102	100	97	107	10,5	3,2 %
Verkkomediamainonta yhteensä	180	204	219	240	10,0	7,1 %
Televisionmainonta	237	266	283	280	-1,1	8,3 %
Radiomainonta	50	52	57	55	-3,2	1,6 %
Elokuvamainonta	2,4	2,9	3	2	-19,2	0,1 %
Sähköinen mainonta yhteensä	468	525	562	578	2,9	17,1 %
Ulko- ja liikennemainonta	36	39	44	43	-2,3	1,3 %
Mediamainonta yhteensä	1285	1345	1393	1353	-2,9	40,0 %
SUORAMARKKINOINTI						
Osoitteellisen suoram. jakelukustannukset	113	118	117	118	0,9	3,5 %
Osoitteellisen suoran tuot. kust. (L)	152	153	153	141	-7,8	4,2 %
Osoitteellinen suoramainonta yhteensä	265	271	270	259	-4,1	7,7 %
Osoitteettoman suoram. jakelukustannukset	81	84	95	101	6,3	3,0 %
Osoitteettoman sm. tuot. kust. (L)	74	76	87	93	6,9	2,8 %
Osoitteeton suoramainonta yhteensä	155	160	181	194	7,2	5,7 %
Esitemedia (A)	64	61	72,9	59	-19,1	1,7 %
Mobiilimarkkinointiviestintä	6,1	9,1	10,1	17,1	69,3	0,5 %
Sähköpostimarkkinointiviestintä	4,8	10	11,8	13,7	16,1	0,4 %
Telemarkkinointi	229	229	228	216	-5,3	6,4 %
Koko suoramarkkinointi yhteensä	724	740	774	759	-2,0	22,4 %
MENEKINEDISTÄMINEN						
Messut (A, L)	187	198	197	212	7,6	6,3 %
Sponsorointi (A)	151	165	171	166	-2,9	4,9 %
Myymlämateriaalit ja esittelytyö myymälöissä (A)	98	99	101	108	6,9	3,2 %
Liike- ja mainoslahjat (A)	123	136	150	149	-1,0	4,4 %
Menekinedistäminen yhteensä	559	598	619	635	2,5	18,8 %
Markkinointiviestinnän suunnittelu	453	460	495	516	4,2	15,3 %
Muiden tuotantoyhtiöiden kustannukset yhteensä	101	110	120	118	-1,7	3,5 %
MARKKINOINTIVIESTITIMET YHTEENSÄ	3122	3253	3401	3380	-0,6	100,0 %

Kuva 1 Markkinointiviestimien osuus mainonnasta suunnittelu- ja tuotanto-kustannuksineen v. 2012 (ns. "suuri mainoskakku", 3,38 mrd euroa)



Kuva 2 Mediamainonnan osuudet v. 2012 (ns. "pieni mainoskakku" ilman suunnittelu- ja tuotantokustannuksia 1,35 mrd euroa)



Taulukko 2 Markkinointiviestimien osuuksien kehitys

Markkinointiviestimet	2008	2009	2010	2011	2012
Sanomalehdet	16,9 %	15,2 %	14,9 %	14,9 %	13,7 %
Kaupunki- ja noutolehdet	2,3 %	2,2 %	2,2 %	2,3 %	2,2 %
Aikakauslehdet	5,7 %	5,0 %	4,7 %	4,6 %	4,3 %
Televisiomainonta	7,5 %	7,6 %	8,2 %	8,4 %	8,3 %
Radiomainonta	1,4 %	1,6 %	1,6 %	1,7 %	1,6 %
Display- ja luokiteltu verkkomainonta	2,2 %	2,5 %	3,2 %	3,7 %	3,9 %
Elokuvamainonta	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Ulko- ja liikennemainonta	1,2 %	1,2 %	1,2 %	1,3 %	1,3 %
Painetut ja sähköiset hakemistot	4,6 %	5,9 %	5,2 %	4,6 %	4,6 %
Mediamainonta	41,8 %	41,2 %	41,3 %	41,2 %	40,0 %
Osoitteellinen suoramainonta	8,7 %	8,5 %	8,3 %	8,0 %	7,7 %
Osoitteeton suoramainonta	3,8 %	5,0 %	4,9 %	5,3 %	5,7 %
Esitemedia	4,0 %	2,0 %	1,9 %	1,6 %	1,7 %
Mobiilimarkkinointiviestintä	0,2 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,5 %
Sähköpostimarkkinointiviestintä	0,1 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %
Telemarkkinointi	7,1 %	7,3 %	7,0 %	6,7 %	6,4 %
Suoramarkkinointi	24,0 %	23,2 %	22,7 %	22,3 %	22,4 %
Messut	5,7 %	6,0 %	6,1 %	5,8 %	6,3 %
Sponsorointi	5,0 %	4,8 %	5,1 %	5,1 %	4,9 %
Myyvälämateriaalit ja esittelytyö myymälöissä	3,0 %	3,1 %	3,0 %	3,0 %	3,2 %
Liike- ja mainoslahjat	4,3 %	3,9 %	4,2 %	4,4 %	4,4 %
Menekinedistäminen	18,0 %	17,9 %	18,4 %	18,3 %	18,8 %
Markkinointiviestinnän suunnittelu	13,1 %	14,5 %	14,1 %	14,6 %	15,3 %
Muiden tuotantoyhtiöiden kustannukset yhteensä	3,1 %	3,2 %	3,4 %	3,5 %	3,5 %
Markkinointiviestimet	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %