

Mediamainonnan määrä kasvoi +15 % vuoden kolmannella kvartaalilla

Vuoden kolmannella kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 290 milj. €. Kasvua vuoden 2020 vastaavaan aikaan verrattuna oli +15 %.

Mainonnan määrä laski ainoastaan painetuissa kaupunki- ja noutolehdissä sekä aikakauslehdissä. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä oli kasvusuuntainen.

Tarkasteltaessa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevia medioita, toimialoista mainontaansa lisäsivät eniten matkailun ja liikenteen, elintarvikkeiden, lääkkeiden ja vähittäiskaupan mainonta. Työpaikkojen ilmoittelu kasvoi +35,7 % verrattuna vuoden 2020 kolmanteen kvartaaliin.

Suurimmat mainostajat vuoden kolmannella kvartaalilla olivat K-Citymarket, Elisa, Lidl, Nelonen Media sekä K-Supermarket.

Kantar TNS Oy
Minna Rantanen
Insight Director
+358 40 718 1066
minna.rantanen@kantar.com

IAB Finland
Pasi Raassina
Toiminnanjohtaja
040 575 3726
pasi.raassina@iab.com

Kantar julkaisee yhteistyössä IAB Finlandin kanssa tiedotteen mediamainonnan määrästä kvartaaleittain.

Katsaus perustuu Kantarin kuukausittaista seuranta laajempaan otokseen. Tiedot perustuvat Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden sekä IAB Finlandin selvittämään some- ja hakumainonnan määrään.

Lukujen laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa. Medialuettelon löydät Kantarin nettisivustolta www.kantar.fi/uutiset/mediamainonnan-muutokset

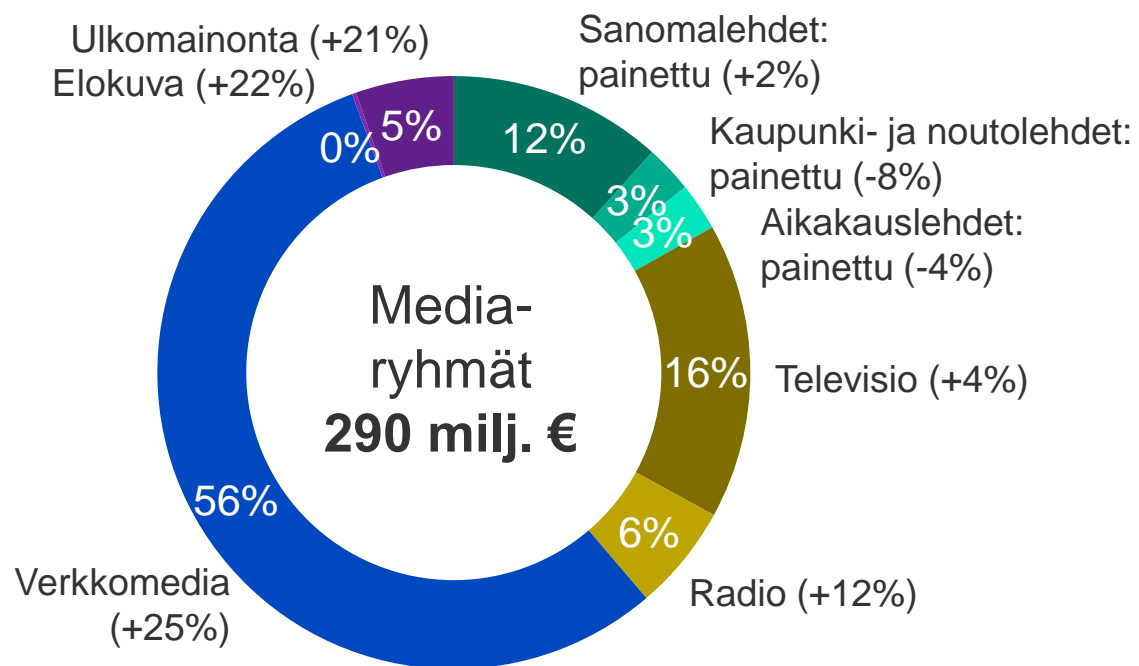
Mediakonsernien oma mainonta sisältyy lukuihin siinä määrin, kun sitä on veloitettu konsernin eri tytäryhtiöiden tai yksiköiden välillä.

IAB Finland on päivittänyt haku- ja somemainonnan estimaattien takana olevaa tiedonkeruumenetelmää. Muutosprosentit on laskettu vertailukelpoisella laskentatavalla.

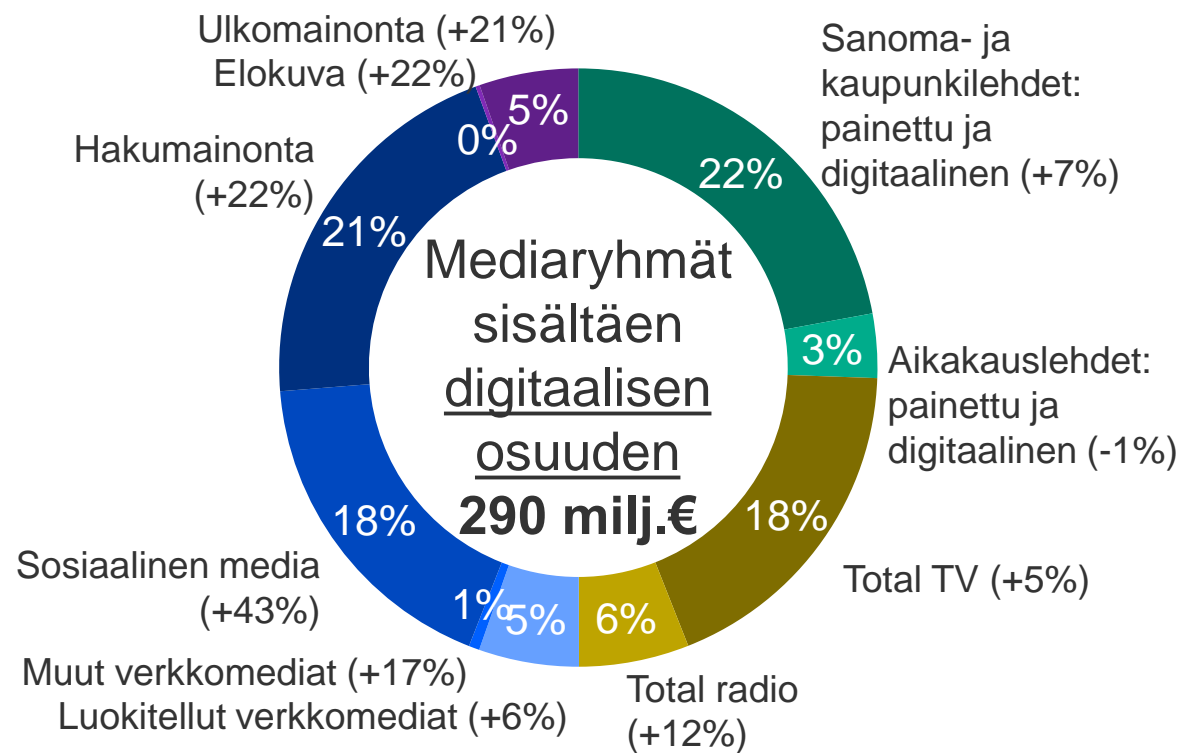


Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q3/2021

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin keräämään some- ja hakumainonnan määrään.



Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on esitetty omana mediaryhmänään.

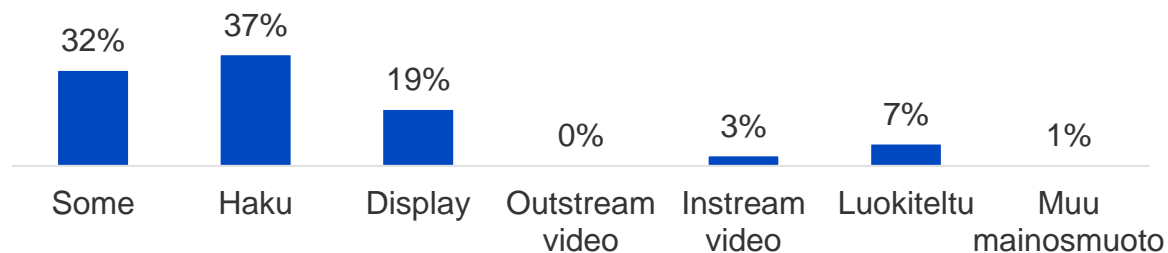


Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin.

Verkkomedia Q3/2021

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin keräämään some- ja hakumainonnan määrään.

Mainosmuotojen osuudet verkkomainonnasta



	Q3/2021	
	Milj. €	Muutos-% vs. Q3/2020
Mainonta sosiaalisessa mediassa*	51,5	43 %
Hakumainonta**	59,9	22 %
Display	30,7	***
Outstream video	0,7	***
Instream video	5,6	7 %
Luokiteltu	12,0	20 %
Muu mainosmuoto	0,9	9 %
Verkkomainonta yhteensä	161,2	25 %

* sis. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Snapchat

** sis. Google ja Bing

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

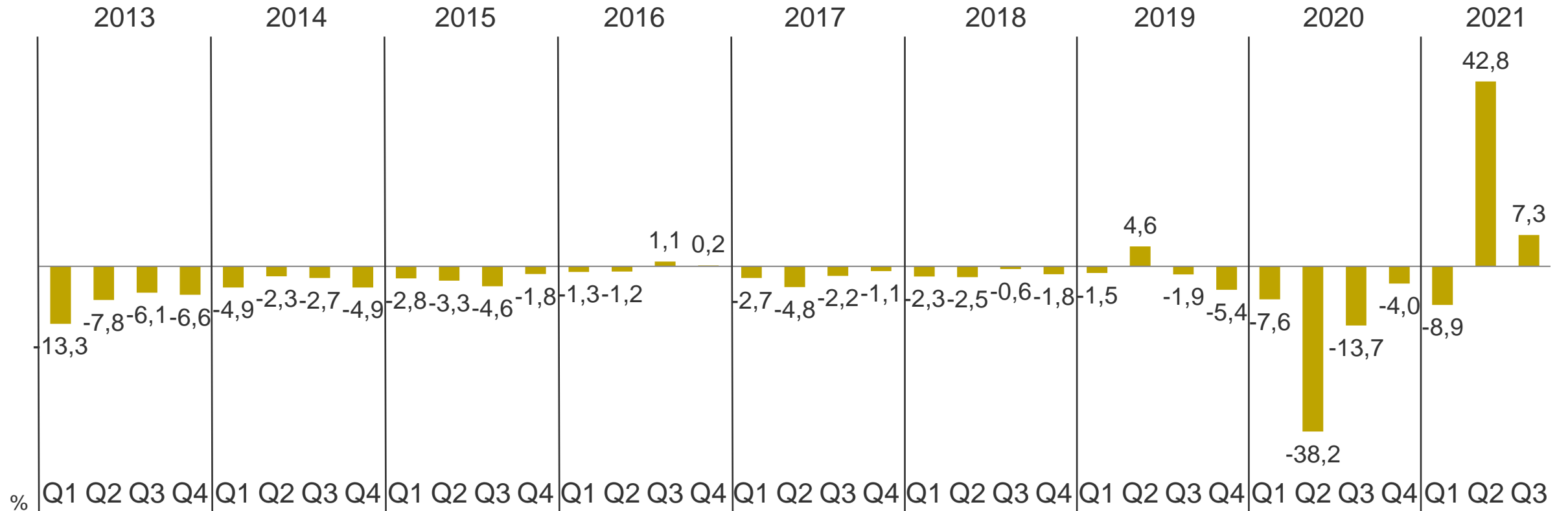
Verkkomainonnan määrä ennätysellisen korkealla vuoden toisella kvartaalilla

Verkkomainonnan määrä vuoden 2021 kolmannella kvartaalilla oli 161 milj. euroa ja reilusti yli puolet (56 %) mediamainonnasta oli digitaalista. Koronan kituuttamaan viime vuoden kolmanteen kvartaaliin verrattuna digimainonta kasvoi 25 %.

”Vahva digimarkkinan kasvutrendi jatkui myös vuoden kolmannella kvartaalilla. Ensimmäisen vuosipuoliskon aikana Suomen markkina oli hieman hitaammassa kasvussa Euroopan keskiarvoon verrattuna, mutta nyt olemme kuromassa etumatkaa vauhdilla kiinni. Kaikki digimarkkinan momentit ovat kivassa kasvussa ja uskon kasvun jatkuvan myös loppuvuoden aikana”, kommentoi IAB Finlandin toiminnanjohtaja Pasi Raassina.

Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2013-2021

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.



Tarkasteltaessa mainontaa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevissa medioissa, mainonnan määrä oli vuoden kolmannella kvartaalilla noin 178 milj. €. Mainonnan määrä kasvoi 7,3 % suhteessa vuoden 2020 heinä–syyskuuhun.

Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat Q3/2021

Luvut perustuvat Kantarin kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.

Mediamainonnan muutokset toimialoittain | Q3/2021 vs. Q3/2020

TOP		Muutos-%
	Matkailu ja liikenne	+52,1
	Elintarvikkeet	+8,6
	Lääkkeet	+6,3
	Vähittäiskauppa	+5,3
	Öljy- ja energiayhtiöt	-5,4
	Kosmetiikka	-2,8
	Moottoriajoneuvot	-1,3
	Rakennusala	-1,2

Avoimien työpaikkojen ilmoittelu kasvoi +35,7 %

Suurimmat mainostajat (TOP-5) mediaryhmittäin | Q3/2021

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
K-Citymarket	K-Citymarket	Nelonen Media	Lidl
Elisa	Prisma	Orion Pharma	Unilever
Lidl	K-Supermarket	L'oreal	Elisa
Nelonen Media	Nelonen Media	Calcus.com	Telia
K-Supermarket	Sanoma Media / Lifestyle	Suomalainen Kirjakauppa	Procter & Gamble
Radio	Verkkomedia	Elokuva	Ulkomainonta
Kaalimato.com	K-Citymarket	McDonald's	Alepa
Burger-In	Nelonen Media	Fazer makeiset	MTV
DNA	Elisa	Rolex S.A.	Kotipizza
Nordea	DNA	Op-Henkivakuutus	Burger-In
Pohjola Vakuutus	Schibsted Suomi	Suomen Lego	Walt Disney Company