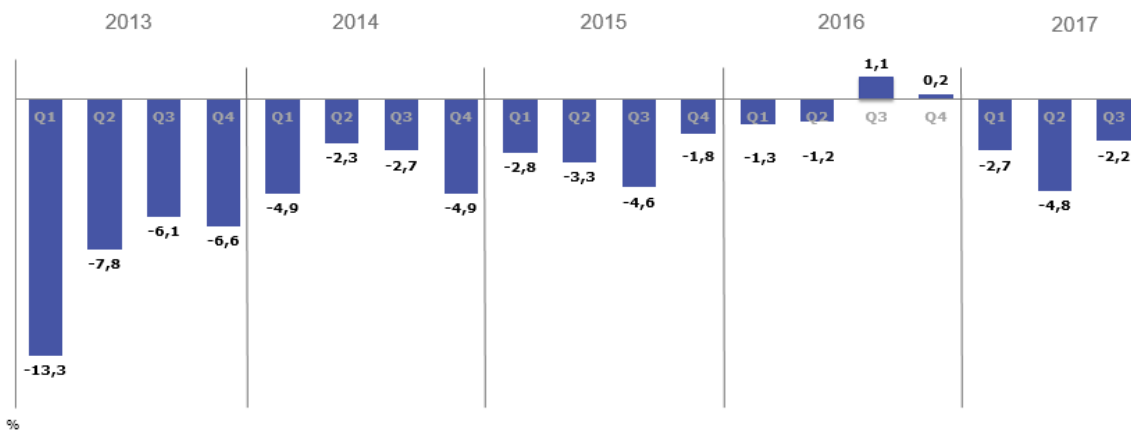


Tiedote marraskuu 2017

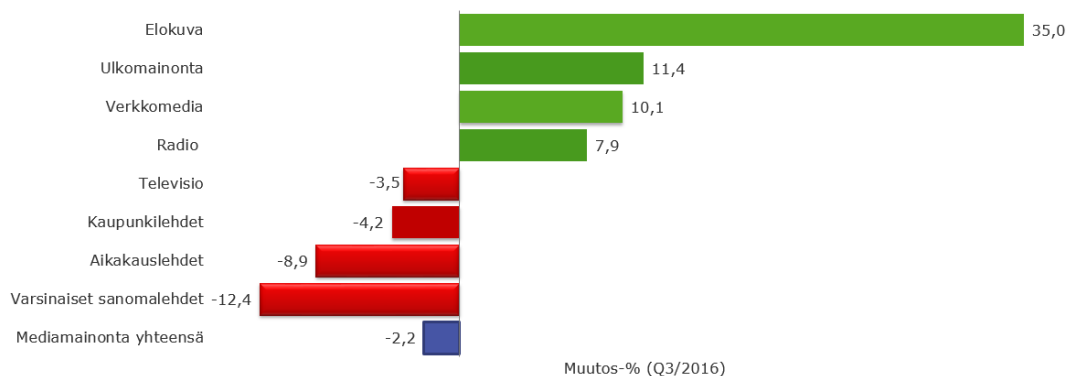
Mediamainonta laski -2,2 % vuoden 2017 kolmannella kvartaalilla

Heinä-syyskuussa 2017 mediamainonnan määrä laski -2,2 % suhteessa vuoden 2016 vastaavaan aikaan. Investoinnit perinteiseen mediamainontaan olivat vuoden kolmannen kvartaalin aikana noin 195 milj. €. Tiedot perustuvat Kantar TNS:n Ad Intelligencen vertailukelpoisella mediavalikoimalla toteutettuun mediaseurantaan.









Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2013-2017



Mediamainonnan muutokset mediaryhmittäin Q3/2017



Suurimmat mainostajat (TOP-5) mediaryhmittäin Q3/2017

 Multimedia	 TV	 Verkko	 Radio
K-Citymarket Veikkaus K-Supermarket XXL Sports&Outdoor Valio	Veikkaus Procter&Gamble Lidl Trivago Valio	Veikkaus OP Verkkokauppa.com K-Citymarket DNA	Veikkaus DNA ABC Liikenneasema Tokmanni Specsavers
 Sanoma-lehdet	 Aikakauslehdet	 Elokuva	 Ulko-mainonta
K-Citymarket XXL Sports&Outdoor K-Supermarket K-Rauta Prisma	K-Citymarket L'Oreal Valio Suomalainen Kirjakauppa Orion Pharma	Veikkaus Ferratum McNeil Burger-In DNA	Veikkaus Nordea Alepa Burger-In Gigantti

Mediamainonta toimialoittain Q3/2017

Useilla keskeisillä toimialoilla investoinnit mediamainontaan laskivat. Varsinkin telepalveluiden, kosmetiikan ja pukeutumisen mainonta oli edelleen voimakkaasti laskusuunnassa. Avoimia työpaikkoja ilmoitellaan jälleen enemmän kuin vuonna 2016, samoin kasvua oli finanssialan ja matkailun mainonnassa.



Muutos-%

Finanssiala	38,5
Avoimet työpaikat	17,5
Matkailu- ja liikenne	10,1
Lääkkeet	3,3
Öljy- ja energia-yritykset	2,6

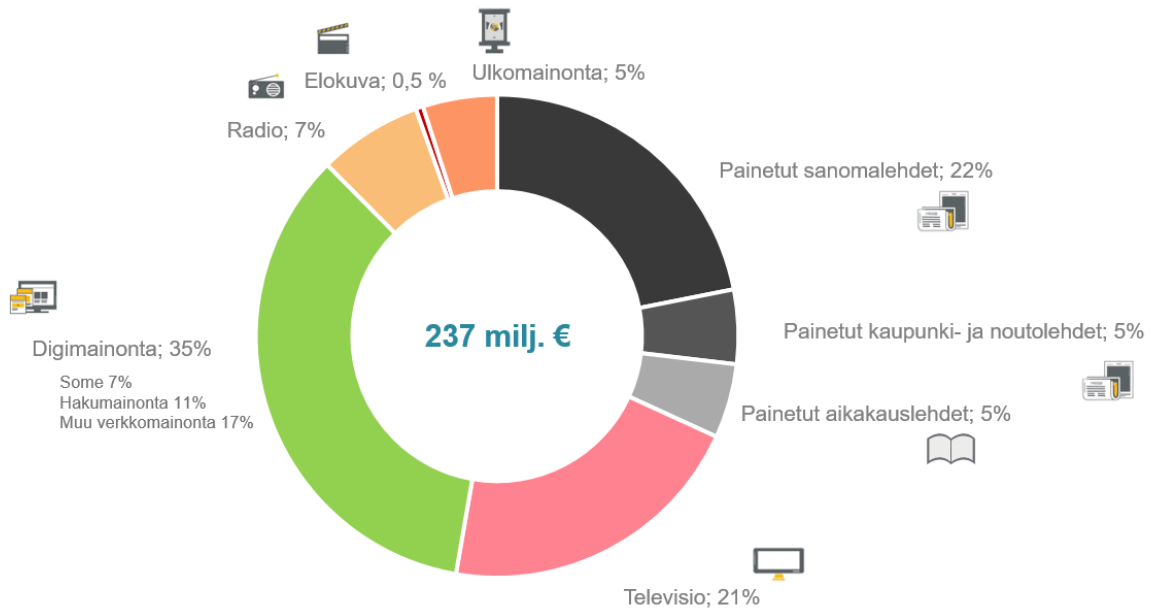


Muutos-%

Telepalvelut	-32,0
Kosmetiikka	-13,5
Pukeutuminen	-10,0
Vähittäiskauppa	-9,4
Mootoriajoneuvot	-6,7

Mediamainonta mukaan lukien some- ja hakumainonta Q3/2017

IAB Finland kerää haku-, Facebook- ja YouTube-mainonnan tiedot kvartaaleittain. Täydennettäessä Kantar TNS:n kuukausittaista mediamainonnan seurantaan IAB keräämillä panostuksilla mainonnan määrä kolmannella kvartaalilla oli 237 milj. €. Kasvua oli noin prosentin verran vuoden 2016 kolmanteen kvartaaliin verrattuna. Hakumainonnan määrä kasvoi 5,4% ja mainonta sosiaalisissa medioissa peräti 38,8%.



Lisätietoja:

Kantar TNS Oy

Orvokki Tervo, puh. +358 40 561 2847, orvokki.tervo@kantar.com

Marja Honkaniemi, puh. +358 40 503 0632, marja.honkaniemi@kantar.com

Minna Rantanen, puh. +358 40 718 1066, minna.rantanen@kantar.com

Kantar TNS toimii yli 90 maassa ja on yksi suurimmista markkinatutkimusyhtiöistä maailmassa. Tarjoamme yrityksille näkemyksiä päätöksenteon tueksi ja kasvun ajureiksi. Autamme innovoinnin, brändinhallinnan, markkinointiviestinnän, ostokäyttäytymisen ja asiakashallinnan alueilla asiakkaitamme tunnistamaan ja optimoimaan kasvun mahdollisuudet. Olemme osa Kantaria, joka kuuluu maailman johtaviin dataa, näkemystä ja konsultointia tarjoaviin yrityksiin.