

Mediamainonnan määrä kasvoi +3 % vuoden kolmannella kvartaalilla

Vuoden kolmannella kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 298 milj. €. Kasvua vuoden 2021 vastaavaan aikaan verrattuna oli +3 %.

Mainonnan määrä oli kasvussa verkkomediassa sekä elokuva- ja ulkomainonnassa. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä laski.

Tarkasteltaessa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevia medioita, toimialoista mainontaansa lisäsivät eniten matkailun ja liikenteen, telepalveluiden, finanssialan sekä pukeutumisen mainostajat. Työpaikkojen ilmoittelu laski -8,0 % verrattuna vuoden 2021 kolmanteen kvartaaliin.

Suurimmat mainostajat vuoden kolmannella kvartaalilla olivat K-Citymarket, Nelonen Media, DNA, Lidl ja Veikkaus.

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

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

Kantar julkaisee yhteistyössä IAB Finlandin kanssa tiedotteen mediamainonnan määrästä kvartaaleittain.

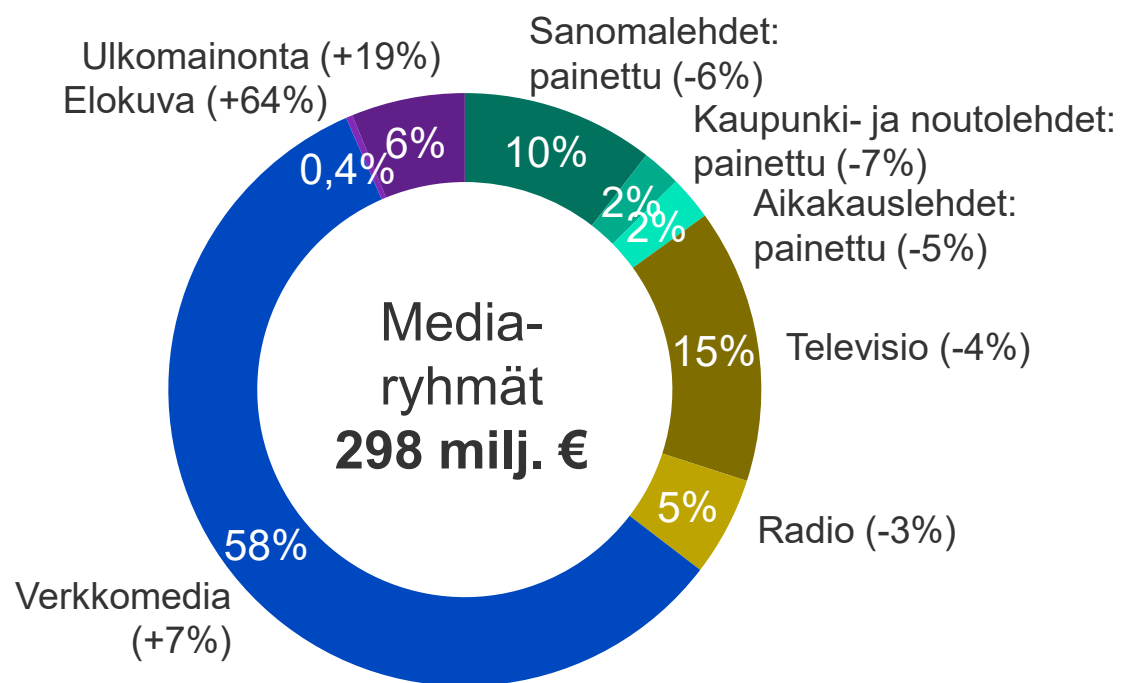
Katsaus perustuu Kantarin kuukausittaisesta seurantaan laajempaan otokseen. Tiedot perustuvat Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden sekä IAB Finlandin selvittämään some- ja hakumainonnan määrään.

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

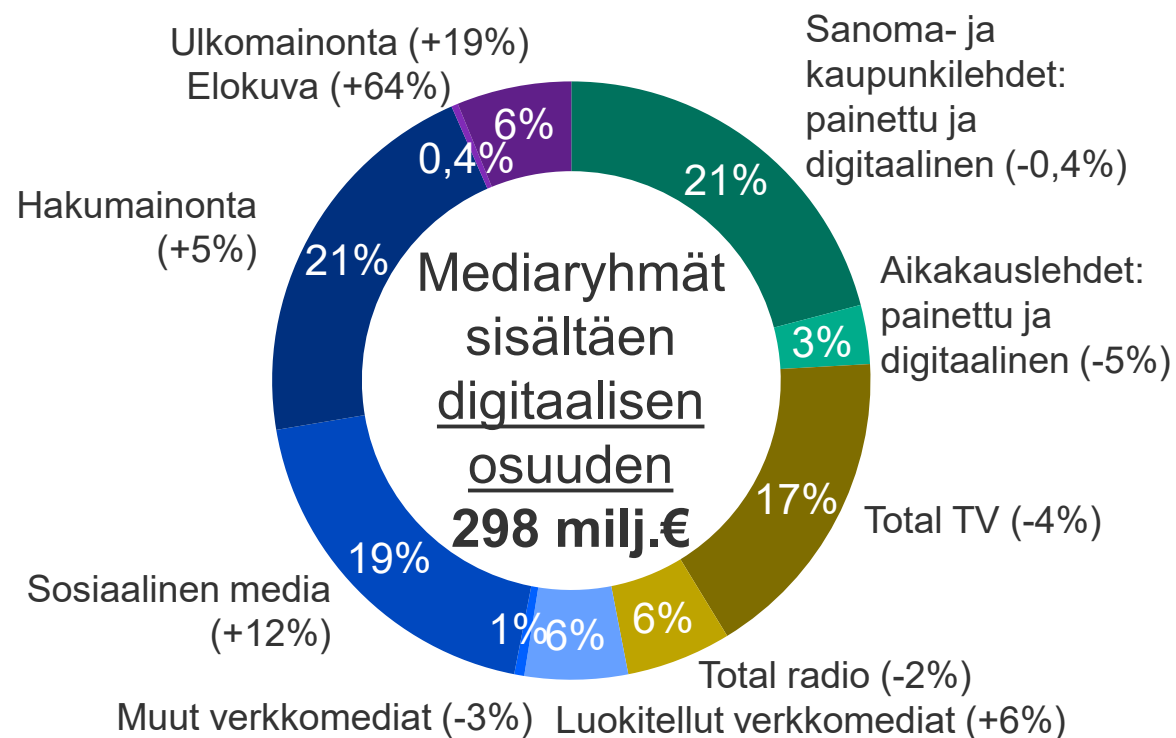
Mediakonsernien oma mainonta sisältyy lukuihin siinä määrin, kun sitä on veloitettu konsernin eri tytäryhtiöiden tai yksiköiden välillä.

Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q3/2022

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



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

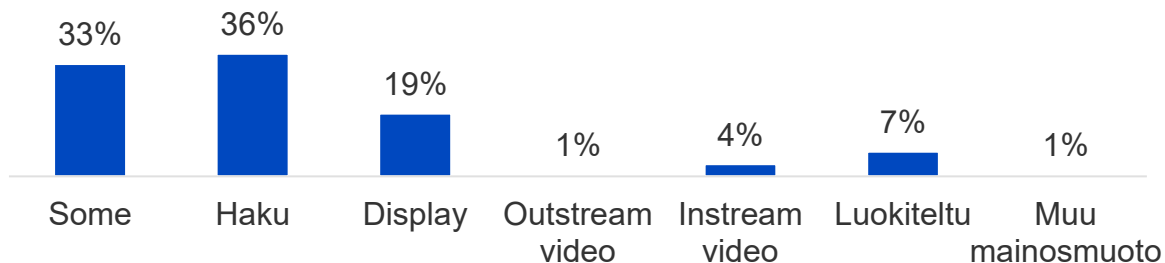


Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin.

Verkkomedia Q3/2022

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

Mainosmuotojen osuudet verkkomainonnasta



	Q3/2022	
	Milj. €	Muutos-% vs. Q3/2021
Mainonta sosiaalisessa mediassa*	57,6	+12 %
Hakumainonta**	62,9	+5 %
Display	32,1	+5 %
Outstream video	0,9	+26 %
Instream video	6,2	+10 %
Luokiteltu	12,6	+6 %
Muu mainosmuoto	0,9	+3 %
Verkkomainonta yhteensä	173,2	+7 %

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

** sis. Google ja Bing

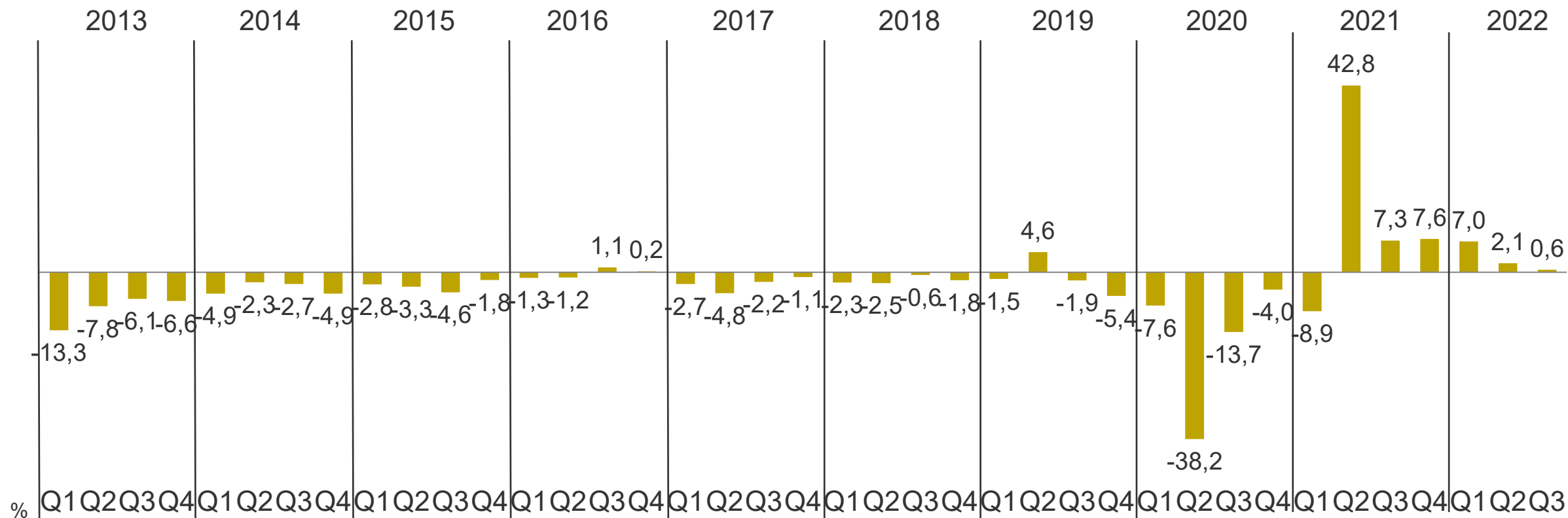
Verkkomainonnan määrä jatkaa kasvu-uralla

Verkkomainonnan määrä vuoden 2022 kolmannella kvartaalilla oli ennätysellisen suuri, noin 173 milj. euroa. Lähes 60 prosenttia mediamainonnasta on jo digitaalista. Vuoden 2021 kolmanteen kvartaaliin verrattuna digimainonta kasvoi 7 %.

”Markkinoijien kiinnostus digikanavia kohtaan jatkuu vahvana, vaikka tulevaisuuteen liittyvä epävarmuus mietityttää todennäköisesti jokaista mainostajaa. Merkittävää tämän kvartaalin luvuissa on, että kaikki digitaalisen mediamainonnan momentit ovat kasvu-uralla. Mielestäni tämä antaa uskoa myönteiseen kehitykseen myös jatkossa”, kommentoi IAB Finlandin toiminnanjohtaja Pasi Raassina.

Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2013-2022

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

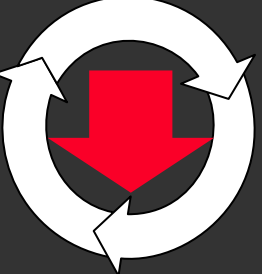


Tarkasteltaessa mainontaa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevissa medioissa, mainonnan määrä oli vuoden kolmannella kvartaalilla noin 178 milj. €. Mainonnan määrä kasvoi 0,6 % suhteessa vuoden 2021 heinä–syyskuuhun.

Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat Q3/2022

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

Mediamainonnan muutokset toimialoittain | Q3/2022 vs. Q3/2021

TOP		Muutos-%
	Matkailu ja liikenne	+33,1
	Telepalvelut	+20,3
	Finanssiala	+19,6
	Pukeutuminen	+9,0
BOTTOM		
	Öljy- ja energiayhtiöt	-21,9
	Kosmetiikka	-13,7
	Moottoriajoneuvot	-11,9
	Lääkkeet	-9,8

Avoimien työpaikkojen ilmoittelu laski -8,0 %

Suurimmat mainostajat (TOP-5) mediaryhmittäin | Q3/2022

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
K-Citymarket	K-Citymarket	Nelonen Media	Lidl
Nelonen Media	Prisma	Orion Pharma	Veikkaus
DNA	K-Supermarket	Motonet	Procter & Gamble
Lidl	Sanoma Media/ Lifestyle	GlaxoSmithKline	GlaxoSmithKline
Veikkaus	Nelonen Media	Suomalainen Kirjakauppa	DNA
Radio	Verkkomedia	Elokuva	Ulkomainonta
DNA	Nelonen Media	Samsung Electronics Nordic	MTV
Kaalimato.com	K-Citymarket	Amazon EU S.a.r.l	Walt Disney Company Limited
Burger-In	DNA	Barona Henkilöstövuokraus	Amazon EU S.a.r.l
LähiTapiola	Elisa	Fazer Makeiset	Unilever Finland
Tokmanni	OP	Elinkeinoelämän keskusliitto	Alepa