

Mediamainonnan määrä nousi +2,2 % vuoden kolmannella kvartaalilla

Vuoden kolmannella kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 292 milj. €. Mediamainonnan määrä nousi +2,2 % vuoden 2023 vastaavaan aikaan verrattuna.

Mainonnan määrä kasvoi televisiossa, verkkomediassa, elokuvamainonnassa sekä ulkomainonnassa. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä oli laskussa.

Tarkasteltaessa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevia medioita, toimialoista mainontaansa lisäsivät eniten telepalvelut, kosmetiikka, finanssiala sekä vähittäiskauppa. Työpaikkojen ilmoittelu laski -32,0 % verrattuna vuoden 2023 vastaavaan aikaan.

Suurimmat mainostajat vuoden kolmannella kvartaalilla olivat K-Citymarket, Ikea, DNA, Lidl ja K-Supermarket.

Kantar Media Finland
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 seurantaa 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 <https://www.kantar.fi/asiantuntemus/mediamainonta>

IAB arvioi natiivimainonnan määrän Suomessa

IAB Finlandin sisältömarkkinoinnin työryhmä on arvioinut natiivimainonnan määrän Suomessa. Suurimpien kotimaisten mediatalojen sekä natiiviverkostojen myymän natiivimainonnan kumulatiivinen määrä vuonna 2023 oli noin 15,8 miljoonaa euroa.

Estimaattiin päästiin keräämällä kotimaisilta mediataloilta sekä natiiviverkostoilta myydyn natiivimainonnan määrä. Näytteen ulkopuolelle jäi muutama media ja nämä arvioitiin mukaan kokonaisuuteen. Natiivisisältöjen tuotantoja ei sisällytetty estimaattiin. IAB:n sisältömarkkinoinnin työryhmän tavoitteena on tehdä vuoden 2024 markkinaestimointi heti vuoden 2025 tammikuussa.

“Kotimaisesta mediamarkkinasta ei ole ollut muutamaan vuoteen saatavissa dataa natiivimainonnan määrästä. Natiivimainonnan panostusten trendiä on pitänyt seurata kansainvälisistä tilastoista tai dollareina USA:n markkinasta. Nyt on otettu ensi askel uuteen suuntaan, ja tämä on hieno juttu”, kommentoi Alma Median sisältömarkkinointijohtaja Hanna Repo.

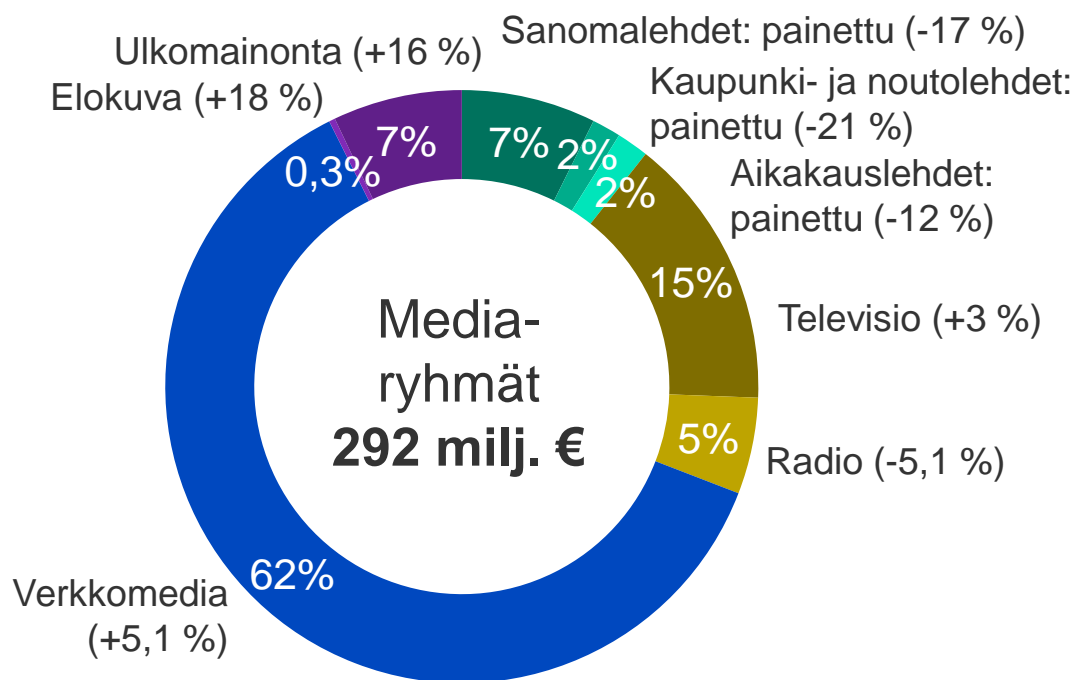
“Natiivimainonta on ollut viime vuodet selkeästi kasvussa ainakin kansainvälisiä trendejä seuraten, joten on hienoa, että myös Suomessa saadaan jatkossa mitattua tämän formaatin osuutta koko mainoskakusta. Tästä on hyvä aloittaa säännöllinen seuranta, sillä oletamme natiivimainonnan formaattina kiinnostavan mainostajia jatkossa yhä enemmän.”, kommentoi ohjelmallisen natiivimainonnan alusta Readpeakin Suomen maajohtaja Sarianna Haakana.

Pasi Raassina, IAB Finland, pasi.raassina@iab.fi, 040 575 3726

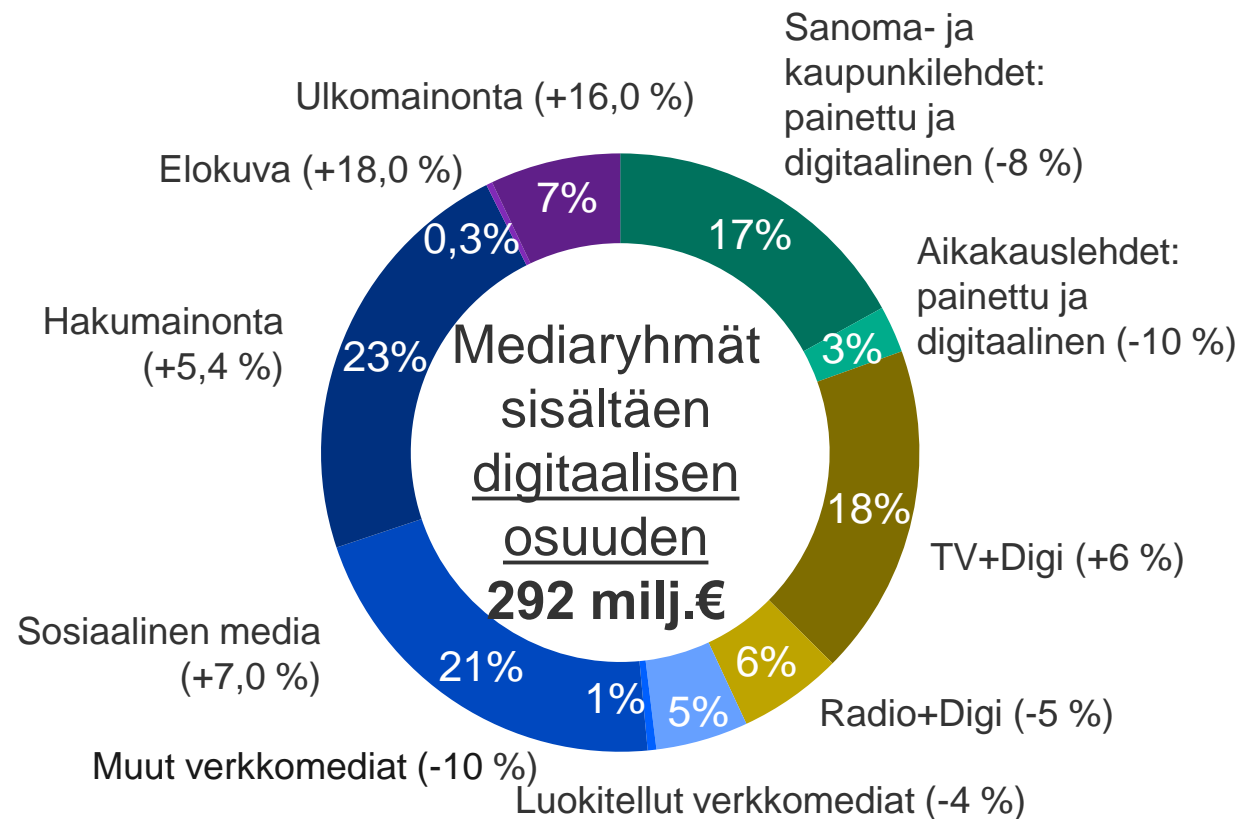


Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q3/2024

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



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

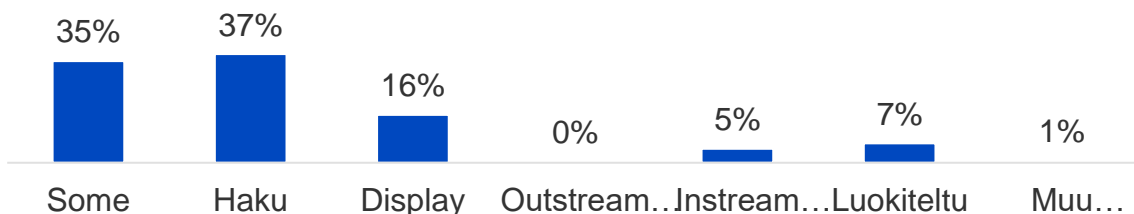


Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin.

Verkkomainonta Q3/2024

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

Mainosmuotojen osuudet verkkomainonnasta



	Q3/2024	
	Milj. €	Muutos vs. Q3/2023
Mainonta sosiaalisessa mediassa*	62,3	6,9 %
Hakumainonta**	66,5	5,4 %
Display	29,3	0,5 %
Outstream video	0,8	28,1 %
Instream video	8,5	19,4 %
Luokiteltu	11,9	-0,7 %
Muu mainosmuoto	1,2	-13,3 %
Verkkomainonta yhteensä	180,4	5,1 %

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

** sis. Google ja Bing

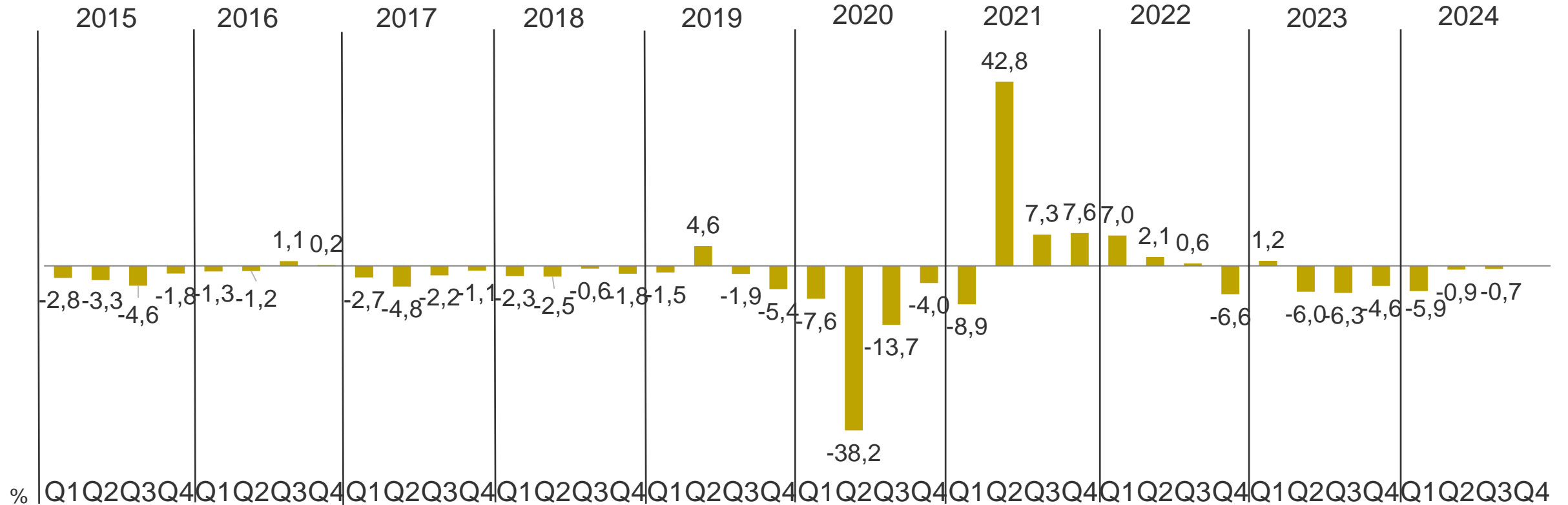
Verkkomainonnan osuus jo yli 60 %

Verkkomainonnan määrä vuoden 2024 kolmannella kvartaalilla oli noin 180 miljoonaa euroa. Vuoden 2023 vastaavaan kvartaaliin verrattuna digimainonnan määrä kasvoi noin viisi prosenttia. Verkkomainonnan osuus kaikesta mediamainonnasta Q3/2024 aikana oli peräti 62 %.

”Digimainonnan panostuksissa on tapahtunut selvä positiivinen käänne. Vuoden ensimmäisen kvartaalin aikana panostuksen olivat hienoisessa laskussa ja toisella kvartaalilla lähes kolmen prosentin kasvussa. Nyt kasvuvauhti on kiihtynyt entisestään. Suomen digimarkkina kehittyi muita Pohjoismaita heikommin vuoden ensimmäisen puolikkaan aikana ja mielestäni kolmannen kvartaalin tulokset todistavat, että meillä on kirivaihe päällä.”, kommentoi IAB Finlandin toiminnanjohtaja Pasi Raassina

Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2015-2024

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





Tarkasteltaessa mainontaa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevissa medioissa, mainonnan määrä vuoden kolmannella kvartaalilla oli noin 163 milj. €. Mainonnan määrä laski -0,7 % suhteessa vuoden 2023 heinä-syyskuuhun.

Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat Q3/2024

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

Mediamainonnan muutokset toimialoittain | Q3/2024 vs. Q3/2023

	Muutos-%
TOP	
	
Telepalvelut	+23,1
Kosmetiikka	+14,9
Finanssiala	+7,5
Vähittäiskauppa	+5,2
BOTTOM	
	
Rakennusala	-15,8
Matkailu ja liikenne	-15,6
Öljy- ja energiayhtiöt	-11,8
Pukeutuminen	-3,6

Avoimien työpaikkojen ilmoittelu laski -32,0 %

Suurimmat mainostajat (TOP-5) mediaryhmittäin | Q3/2024

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
K-Citymarket	K-Citymarket	Orion Pharma	Ikea
Ikea	K-Supermarket	DNA	Veikkaus
DNA	Prisma	K-Ruokakaupat	Lidl
Lidl	Tokmanni	Harmonia Life	Unilever Finland
K-Supermarket	DNA	Viking Line	McDonald's
Radio	Verkkomedia	Elokuva	Ulkomainonta
DNA	K-Citymarket	Coca-Cola Finland	Unilever Finland
Elisa	OP	Nordea	Orkla Suomi Finland Oy AB
Sanoma Media Finland	Ikea	McDonald's	HOK-Elanto
Burger-In	DNA	Olvi	MTV
Tokmanni	S-Valtakunnallinen	Fazer Makeiset	Kauppakeskus Itis