

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Aikakauslehtien Liitto · Mainostajien Liitto · Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL · Suomen Kaupallisten Televisioiden Liitto SKTL · Sanomalehtien Liitto · Suomen Radioiden Liitto · Suomen Suoramarkkinointiliitto · Suomen Ulkomainosliitto

Lehdistötiedote 24.1.2007 klo 12

Mediamainonta jatkoi maltillista kasvuaan 2006

Mainonnan Neuvottelukunnan tilaaman ja TNS Gallup Oy:n tekemän tutkimuksen mukaan mediamainontaan käytettiin Suomessa vuonna 2006 yhteensä 1233 miljoonaa euroa, joka on 3,7 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna.

Sanomalehtimainontaan käytettiin euroja 2,5 prosenttia enemmän kuin vuonna 2005. Kaupunki- ja noutolehdistä mainonta lisääntyi 2,0 prosenttia. Sanomalehtien osuus mediamainonnan määrästä oli 47,8 prosenttia ja kaupunkilehtien 5,6 prosenttia.

Aikakauslehdissä mainostettiin euromääräisesti 3,3 prosenttia enemmän kuin vuonna 2004. Aikakauslehtiryhmässä yleisölehdet kasvattivat mainostulojaan 1,2 prosenttia, ammatti- ja järjestölehdet 2,5 prosenttia sekä asiakaslehdet 16,0 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan osuus mediamainonnasta oli 16,2 prosenttia. Printtimainonnan osuus mediamainonnasta oli 69,7 prosenttia.

Televisiomainonta kasvoi 5,3 prosenttia ja osuus oli 19,7 prosenttia. Radiomainonta väheni 0,8 prosenttia. Radiomainonnan osuus oli 3,8 prosenttia.

Verkkomediamainontaan käytettiin 25,7 prosenttia enemmän kuin vuotta aiemmin. Verkkomediamainonnan luvuissa on mukana varsinainen ja luokiteltu mainonta, mutta ei hakusanamainontaa, sähköisiä hakemistoja eikä hakupalveluita. Verkkomediamainonnan osuus oli 3,8 prosenttia. Sähköisen mainonnan osuus oli 27,3 prosenttia.

Ulko- ja liikennemainonta väheni 0,4 prosenttia. Ulko- ja liikennemainonnan osuus oli 2,9 prosenttia. Elokuviissa mainostettiin 13 prosenttia vähemmän kuin vuotta aiemmin. Elokuvamainonnan osuus oli 0,1 prosenttia.

LISÄTIETOJA:

yksikönjohtaja
Kirsi Maste
TNS Gallup Oy, Media Intelligence
kirsi.maste@tns-global.com
puh. (09) 61350 614

Mainonnan Neuvottelukunnan
puheenjohtaja,
hallituksen puheenjohtaja
Jari-Pekka Rautamaa
Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto
j-p.rautamaa@publicis.fi
puh. 050-355 3000

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Aikakauslehtien Liitto · Mainostajien Liitto · Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL · Suomen Kaupallisten Televisioiden Liitto SKTL · Sanomalehtien Liitto · Suomen Radioiden Liitto · Suomen Suoramarkkinointiliitto · Suomen Ulkomainosliitto

Mediamainonnan määrä 2006

Mediamainonnan kehitys (milj. euroa, käyvin hinnoin)

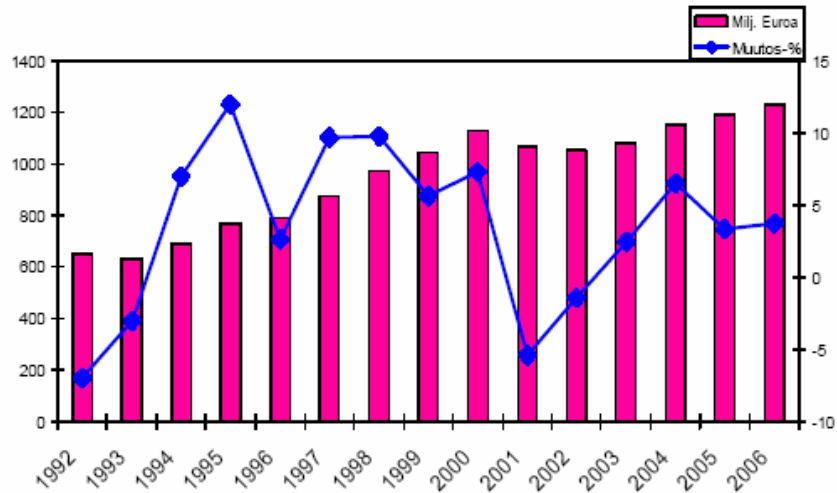
	2005	2006	muutos-%	osuus-%
Päivälehdet (7-4 krt/vk ilmestyvät sanomal.)	519,2	532,2	2,5	43,2
Harvemmin ilmestyvät sanomalehdet	56,5	57,7	2,6	4,7
Sanomalehdet yhteensä	575,4	590,0	2,5	47,8
Kaupunki- ja noutolehdet	67,5	68,8	2,0	5,6
Sanoma- ja kaupunkilehdet yhteensä	642,8	658,8	2,5	53,4
Yleisölehdet	93,6	94,7	1,2	7,7
Ammatti- ja järjestölehdet	79,2	81,2	2,5	6,6
Asiakaslehdet	20,9	24,2	16,0	2,0
Aikakauslehdet yhteensä	193,8	200,1	3,3	16,2
Kaikki lehdet yhteensä	836,6	858,9	2,7	69,7
Televisiomainonta	230,7	242,9	5,3	19,7
Radiomainonta	47,2	46,8	-0,8	3,8
Verkkomediamainonta	37,5	47,1	25,7	3,8
Sähköinen mainonta yhteensä	315,4	336,8	6,8	27,3
Elokuvamainonta	1,6	1,4	-13,0	0,1
Ulko- ja liikennemainonta	35,9	35,8	-0,4	2,9
Mediamainonta yhteensä	1188,9	1232,9	3,7	100

LISÄTIETOJA:

yksikönjohtaja Kirsi Maste
TNS Gallup Oy, Media Intelligence
kirsi.maste@tns-global.com
puh. (09) 61350 614

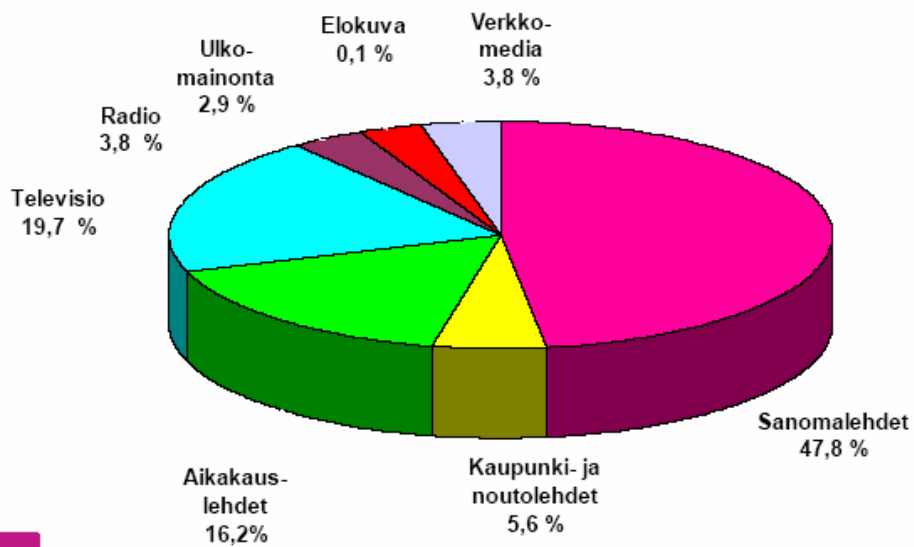
Mainonnan Neuvottelukunnan puheenjohtaja,
hallituksen puheenjohtaja Jari-Pekka Rautamaa
Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto
j-p.rautamaa@publicis.fi
puh. 050-355 3000

Mediamainonnan määrä ja kehitys 1992 - 2006



tns media intelligence

Pieni mainoskaku Mediamainonnan osuudet 2006 1233 Mij.€



tns media intelligence