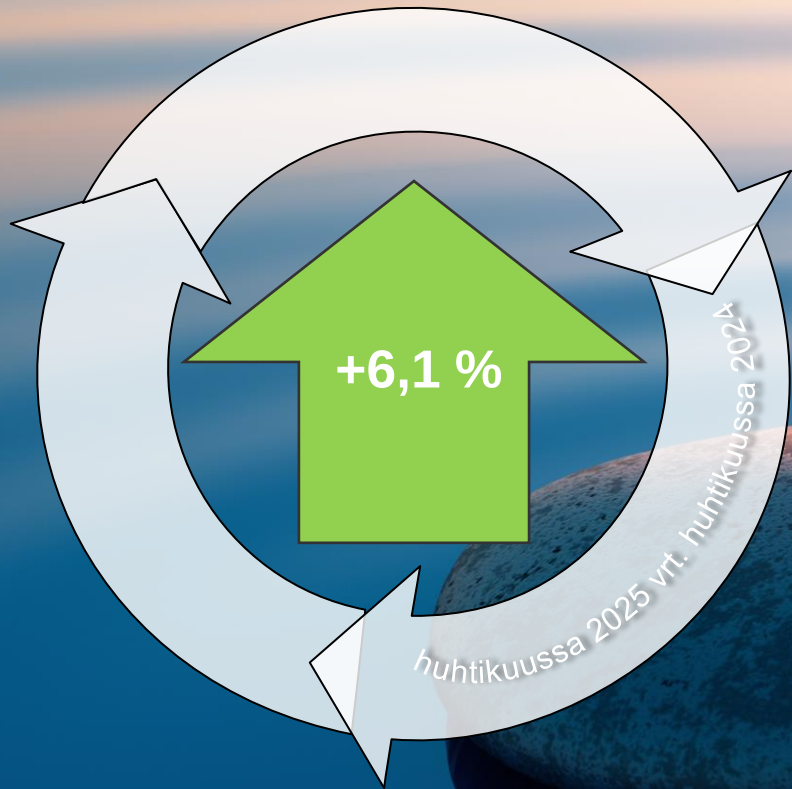


Mediamainonnan muutosmittari

Huhtikuu 2025



Tässä esityksessä olevat tiedot perustuvat Kantar Media Finland Ad Intelligencen jatkuvassa kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden mittaukseen.

Medialuettelomme löydät nettisivustoltamme: www.kantarmedia.com/suomi/mediamainonta-ja-investoinnit

Tiedotteen mainospanostuslukujen laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa.

Huhtikuussa mediamainonnan määrä kasvoi +6,1 % vuoden 2024 huhtikuuhun verrattuna. Ilman vaalimainontaa mainonnan määrä laski -1,0 %. Mediaryhmistä erityisesti sanomalehdissä, kaupunki- ja noutolehdissä sekä ulkomainonnassa mainonnan määrä kasvoi edellisvuoteen verrattuna. Myös radio ja verkkomedia olivat kasvussa.

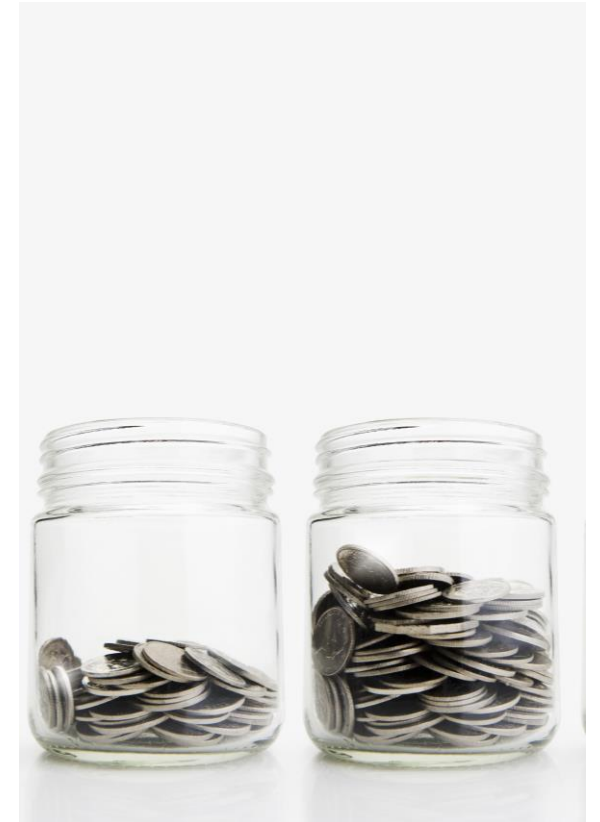
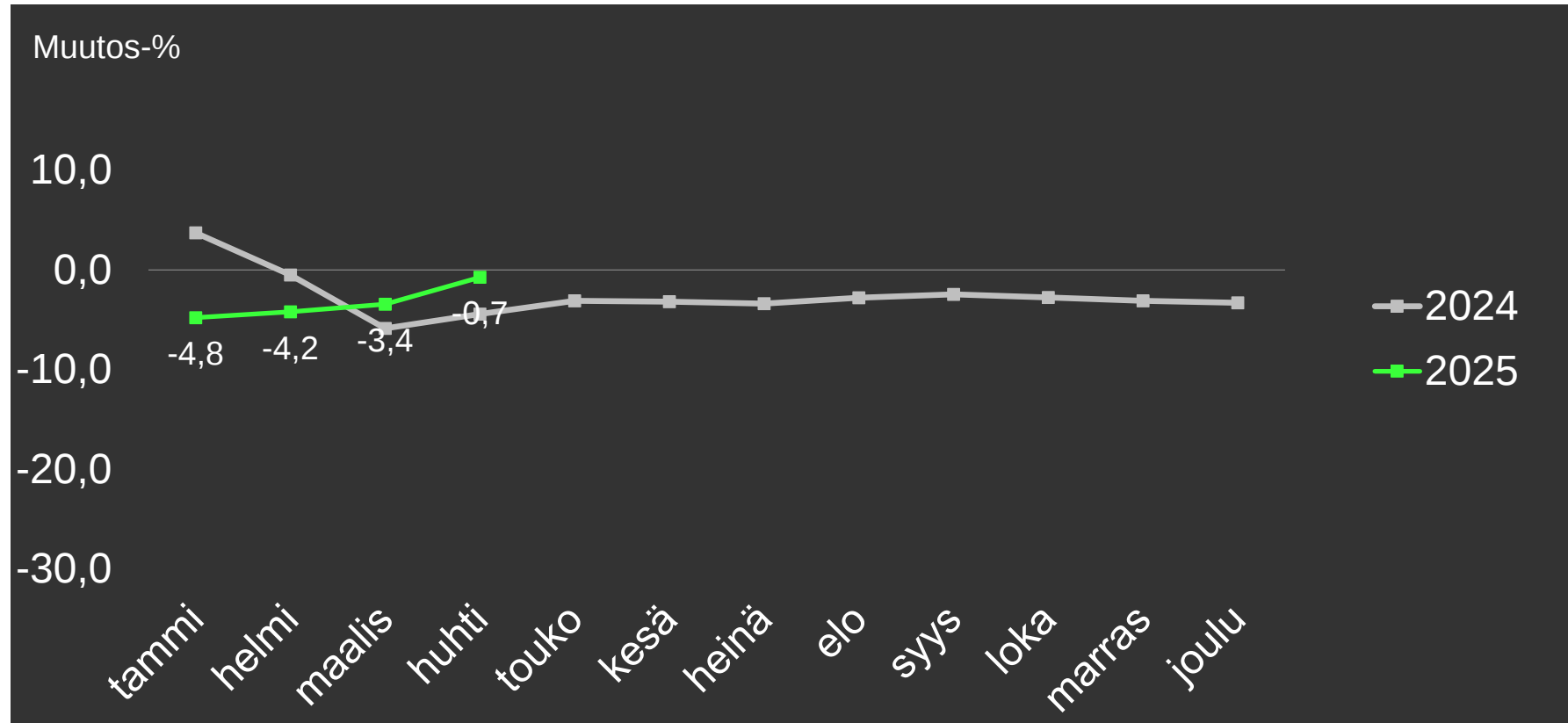
Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät eniten öljy- ja energiayhtiöiden, telepalveluiden, lääkkeiden sekä finanssialan mainostajat verrattuna vuoden 2024 huhtikuuhun. Eniten laski rakennusalan, moottoriajoneuvojen, elintarvikkeiden sekä pukeutumisen mainonta.

Merkkimainonta kasvoi +7,5 %, vähittäiskaupan mainonta +4,8 % ja luokiteltu ilmoittelu +1,5 % edellisvuoden huhtikuuhun verrattuna.

Toukokuun tiedot raportoidaan kesäkuussa viikolla 25.

Mediamainontaan käytetyn euromäärän kehitys

Kuukausittain kumulatiivisesti | Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon



Sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio-, radio-, ulko-, elokuva- ja verkkomediamainonta.
Vaalimainonta sisältyy lukuihin.

Mediamainonnan muutokset | Mediaryhmät

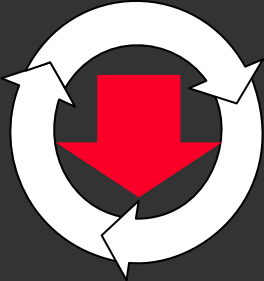
Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä | Ilman rivi-ilmoituksia

	Huhtikuu 2025	Kumulatiivinen 2025 tammikuu–huhtikuu
	Muutos-%	Muutos-%
Sanomalehdet: painettu	27,4%	-1,7%
Kaupunki- ja noutolehdet: painettu	57,2%	12,4%
Aikakauslehdet: painettu	-6,3%	-15,5%
Televisio	-5,4%	-4,3%
Radio	1,8%	-1,6%
Verkkomedia	2,5%	-0,4%
Elokuva	-36,4%	-13,8%
Ulkomainonta	19,1%	12,0%
Yhteensä	6,1%	-0,7%

Tiedot perustuvat Kantar Media Finland Ad Intelligencen seurannassa olevaan mediavalikoimaan. Mainonnan trendi eli muutos-% on laskettu vertailukelpoisella mediavalikoimalla. Sanoma- ja aikakauslehtien sekä television euromäärät on laskettu käyttämällä oikaisukertoimia. Sanoma- ja aikakauslehtien kertoimet perustuvat mediatalojen kuukausittain ilmoittamiin ilmoitusmyyntitietoihin. Television kertoimet perustuvat MTV ja Nelonen Median kuukausittain ilmoittamiin nettolukuihin. Television luvut sisältävät ostos-, sponsorointi- ja tekstikanavamainonnan. Muiden mediaryhmien mainospanostustiedot kerätään suoraan nettohinnoissa. Verkkomedialuvut eivät sisällä hakusanamainontaa eikä sosiaalista mediaa kuten Facebook / YouTube.

Mediamainonnan muutokset toimialoittain

Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon

TOP		Muutos-%	BOTTOM		Muutos-%
 Huhtikuu	Öljy- ja energiayhtiöt	+51,0	 Huhtikuu	Rakennusala	-16,8
	Telepalvelut	+24,0		Moottoriajoneuvot	-13,9
	Lääkkeet	+13,3		Elintarvikkeet	-8,6
	Finanssiala	+10,3		Pukeutuminen	-4,7
Kumulatiivinen	Telepalvelut	+7,6	Kumulatiivinen	Rakennusala	-17,0
	Finanssiala	+5,4		Moottoriajoneuvot	-7,1
	Öljy- ja energiayhtiöt	+4,9		Pukeutuminen	-4,5
	Lääkkeet	+4,5		Vähittäiskauppa	-2,8