

Lehdistötiedote, julkaisuvapaa 31.1.2025 klo 11.00

Mediamainonnan määrä päättyi -1,3 % laskuun vuonna 2024

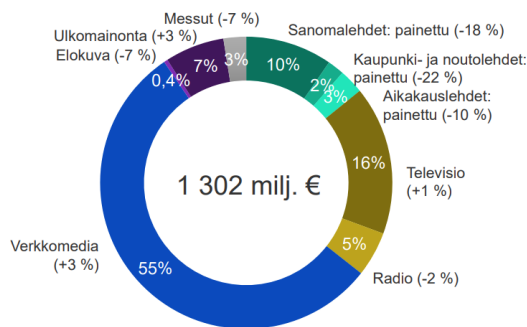
Mediamainontaan käytettiin yhteensä 1 302 miljoonaa euroa vuonna 2024 ja mainonnan määrä laski -1,3 % edellisvuoteen verrattuna. Tiedot perustuvat Kantar Median kuukausittaiseen mediaseurantaan sekä vuosittaiseen erillistutkimukseen, jossa yhteistyökumppaneina ovat eri media-alan liitot.

Vuoden 2024 kasvukuukaudet olivat tammi-, touko- sekä elokuussa. Suurin laskukuukausi nähtiin maaliskuussa, jota selittää vuoden 2023 eduskuntavaaleihin tehdyt panostukset. Kumulatiivisesti vuosi 2024 oli laskeva tammikuuta lukuun ottamatta.

Mediaryhmien osuuksia tarkasteltaessa mediaryhmäjaottelulla, jossa verkkomainonta katsotaan omaksi mediaryhmäkseen, suurin osuus oli verkkomedialla (54,9 %). Verrattuna vuoteen 2023 mainonnan panostukset kasvoivat verkko-, televisio sekä ulkomainonnassa. Verkkomedia kasvatti hieman suhteellista osuuttaan suhteessa muihin mediaryhmiin.

Tarkasteltaessa mediaryhmäjakoa, jossa verkkomainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin, printtimedialla on edelleen suurin osuus mediamarkkinasta (23,4 %). Televisiolla oli voimakkaimmin kasvava digitaalinen media (+16,1 %).

Mediaryhmien osuudet ja muutokset 2024 Digitaalinen mainonta omana mediaryhmänä

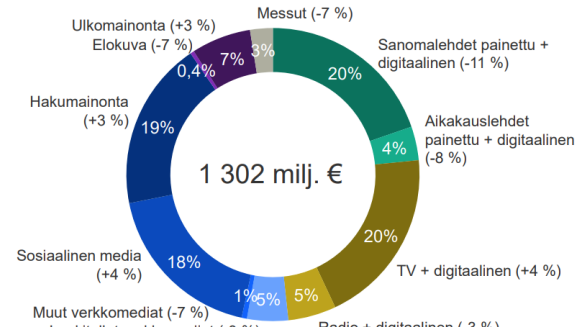


(mainonnan määrän muutos-% vs. 2023)

KANTAR MEDIA

Lähde: Kantar Ad Intelligence kuukausittainen seuranta + erillistutkimus

Mediaryhmien osuudet ja muutokset 2024 Digitaalinen mainonta sisällytetty eri mediaryhmiin

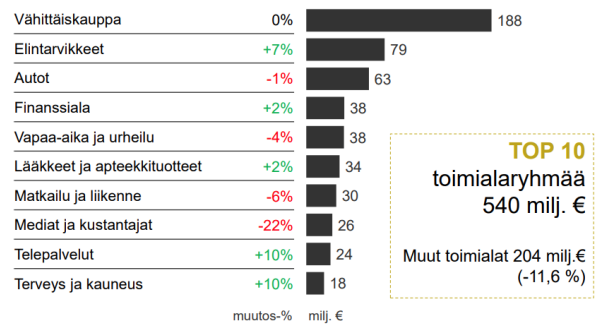


(mainonnan määrän muutos-% vs. 2023)

KANTAR MEDIA

Lähde: Kantar Ad Intelligence kuukausittainen seuranta + erillistutkimus

Mediamainonta toimialaryhmittäin 2024



KANTAR MEDIA

Lähde: Kantar Ad Intelligence kuukausittainen seuranta

Kantar Median kuukausittaisen mediaseurannan mukaan vähittäiskaupan osuus mainonnan määrästä oli edelleen merkittävä 25 % (188 milj. €). Muita suuria toimialoja olivat elintarvikkeet (79 milj. €) ja autot (63 milj. €). Kolme suurinta toimialaryhmää muodostivat reilun 44 % kokonaismainosmarkkinasta vuonna 2024.

Kantar Media palkitsi vuoden 2024 mainostajana Ilean. Valintaan vaikutti Ilean mainonnan määrän huomattava 159 % kasvu edellisvuoteen. Myös Ilean ravintolapuolen mainonta on kasvanut huomattavasti vuoden aikana. Ilean tarinankerronta on ollut lämminhenkistä hetkessä elämistä, jossa koti nousee eri elämänvaiheissa keskiöön.

“Olemme otettuja tästä tunnuksesta! Visionamme on luoda parempaa arkea monille ihmisille, ja siksi olemme halunneet olla entistä vahvemmin läsnä asiakkaillemme haastavina aikoina. Tavoitteemme on ollut tuoda asiakkaillemme elämyksellisyyden hetkiä ja inspiraatiota niin kotona, kuin tavarataloissammekin, ja tämä työ jatkuu”, kertoo IKEA Suomen markkinointijohtaja Janina Pihlaja.

Lisätietoja: Pami Bergman, Director, Ad Intelligence, Media and Targeting, 050 430 7696, pami.bergman@kantar.com

KANTAR MEDIA

Mediamainonta 2024 | Digitaalinen mainonta omana mediaryhmään

	2024 milj. €	osuus-%	muutos-% vrt. 2023
Mediamainonta yhteensä	1301,9		-1,3
Mainonta painetussa mediassa	184,3	14,2	-16,9
Painetut sanoma- ja kaupunkilehdet	148,8	11,4	-18,3
Sanomalehdet, painettu	124,8	9,6	-17,6
Kaupunki- ja noutolehdet, painettu	24,0	1,8	-21,8
Painetut aikakauslehdet	35,5	2,7	-10,2
Yleisölehdet, painettu	10,3	0,8	-9,4
Ammatti- ja järjestölehdet, painettu	20,1	1,5	-10,5
Asiakaslehdet, painettu	5,1	0,4	-10,6
Mainonta sähköisessä mediassa	999,4	76,8	2,0
Televisio	214,6	16,5	1,4
Radiomainonta	64,8	5,0	-2,1
Verkkomainonta	714,5	54,9	2,7
Display	136,2	10,5	-1,5
Outstream video	3,7	0,3	26,9
Instream video	39,2	3,0	16,5
Luokiteltu ilmoittelu	48,0	3,7	-4,1
Muu mainosmuoto	5,0	0,4	-8,0
Some	239,9	18,4	4,2
Hakusanamainonta	242,6	18,6	3,1
Elokuvamainonta	5,5	0,4	-6,6
Ulko- ja liikennemainonta	85,5	6,6	3,1
Messumainonta	32,7	2,5	-7,1

Luvut perustuvat Kantar Median kuukausiseurantaan ja erillistutkimukseen yhteistyössä media-alan liittojen ja medioiden kanssa.

Haku- ja somemainonnan määrän luvut ovat IAB Finlandin estimaatteja.

Kantar Median data, yleisömittaus, kohdentamis- ja analytiikkapalvelut sekä mainonnan määrän mittaus tarjoavat oivalluksia tehokkaaseen päätöksentekoon ja edistävät asiakkaidemme pitkän aikavälin liiketoiminnan kasvua. 4700 työntekijäämme työskentelee paneeli- ja first-party-datan kanssa yli 80 maassa ja auttavat maailman johtavia organisaatioita menestymään ja kasvamaan. Suomessa sovellamme kansainvälisiä malleja ja ratkaisuja yhdistäen ne lokaaliin asiantuntemukseen.

www.kantar.fi/media | www.kantarmedia.com

KANTAR MEDIA

Mediamainonta 2024 | Digitaalinen mainonta sisällytetty eri mediaryhmiin

	2024 milj. €	osuus-%	muutos-% vrt. 2023
Mediamainonta yhteensä	1301,9		-1,3
Sanoma- ja kaupunkilehdet yhteensä	256,6	19,7	-10,9
Sanomalehdet, painettu	124,8	9,6	-17,6
Kaupunkilehdet, painettu	24,0	1,8	-21,8
Sanoma- ja kaupunkilehdet, digitaalinen	107,7	8,3	1,9
Aikakauslehdet yhteensä	48,5	3,7	-7,6
Yleisölehdet, painettu	10,3	0,8	-9,4
Ammatti- ja järjestölehdet, painettu	20,1	1,5	-10,5
Asiakaslehdet, painettu	5,1	0,4	-10,6
Aikakauslehdet, digitaalinen	13,0	1,0	0,2
TV + digitaalinen	254,9	19,6	3,5
Televisio	214,6	16,5	1,4
Televisio, online	40,2	3,1	16,1
Radio + digitaalinen	69,1	5,3	-2,5
Radio	64,8	5,0	-2,1
Radio, online	4,3	0,3	-7,4
Verkkomainonta	549,2	42,2	2,1
Luokitellut verkkomediat	59,1	4,5	-7,7
Muut verkkomediat	7,7	0,6	-7,1
Sosiaalinen media	239,9	18,4	4,2
Hakusanamainonta	242,6	18,6	3,1
Elokuva	5,5	0,4	-6,6
Ulko- ja liikennemainonta	85,5	6,6	3,1
Messumainonta	32,7	2,5	-7,1

Luvut perustuvat Kantar Median kuukausiseurantaan ja erillistutkimukseen yhteistyössä media-alan liittojen ja medioiden kanssa.

Haku- ja somemainonnan määrän luvut ovat IAB Finlandin estimaatteja.

Kantar Median data, yleisömittaus, kohdentamis- ja analytiikkapalvelut sekä mainonnan määrän mittaus tarjoavat oivalluksia tehokkaaseen päätöksentekoon ja edistävät asiakkaidemme pitkän aikavälin liiketoiminnan kasvua. 4700 työntekijäämme työskentelee paneeli- ja first-party-datan kanssa yli 80 maassa ja auttavat maailman johtavia organisaatioita menestymään ja kasvamaan. Suomessa sovellamme kansainvälisiä malleja ja ratkaisuja yhdistäen ne lokaaliin asiantuntemukseen.

www.kantar.fi/media | www.kantarmedia.com