



Tiedote 31.5.2012

## Markkinointiviestintäpanostukset kasvoivat 4,1 % vuonna 2011

Markkinointiviestintäpanostukset olivat vuonna 2011 Suomessa 3,385 miljardia euroa. Investoinnit kasvoivat 4,1 % edellisvuoteen nähden. Mukaan on laskettu panostukset sekä varsinaiseen mediamainontaan että laajasti muuhun markkinointiviestintään. Eniten kasvoivat mm. osoitteeton suoramainonta, radiomainonta, verkkomainonta, mobiili- ja sähköpostimarkkinointi sekä markkinointiviestinnän suunnittelu. Tiedot perustuvat mainosalan järjestöjä edustavan Mainonnan Neuvottelukunnan TNS Gallupilla teettämään selvitykseen.

Selvityksen mukaan vuonna 2011 koko markkinointiviestinnän määrästä 41,2 % oli mediamainontaa, joka kasvoi 3,7 % ja oli yhteensä 1,395 miljardia euroa. Vuoden 2011 eduskuntavaalit näkyvät jonkin verran mainonnan määrässä: keväällä 2011 mainonnan määrä kasvoi reippaasti. Mediamainontaan lasketaan mukaan sanoma- ja aikakauslehdet, televisio, radio, elokuvat, painetut ja sähköiset hakemistot sekä ulkomainonta ja verkkomainonta.

Mediamainonnassa kasvoi eniten sähköinen media, kärjessä radio (10 %), internet (8,2 %) ja televisio (6,5 %). Mediamainonnan osuus markkinointiviestinnän kokonaisuudesta on hieman laskenut viime vuosina. Yli puolet investoinneista kohdistuu muihin markkinointiviestinnän keinoihin sekä markkinointiviestinnän suunnitteluun ja tuotantoon.

”Suunnitteluun panostaminen on alan monipuolisen kehityksen kannalta positiivinen suunta. Asiakkaat haluavat markkinointiviestinnältä tuloksia ja mitattavuutta. He ostavat yhä useammin suunnittelun alan asiantuntijoilta ja investoivat myös markkinointiviestinnän strategiseen suunnitteluun entistä enemmän”, sanoo Mainonnan Neuvottelukunnan puheenjohtaja ja RadioMedian toimitusjohtaja **Stefan Möller**.

### Markkinointiviestinnän suunnitteluun käytettiin lähes puoli miljardia

Markkinointiviestinnän suunnittelu nousi myyntikatteella mitattuna 495 miljoonaan euroon ja kasvoi 7,7 %. Suunnittelu on noussut yli vuoden 2008 tason, jonka jälkeen panostuksia myös markkinointiviestinnän suunnitteluun laskettiin rajusti.

Mediatoimistot kasvattivat myyntikatettaan 14,5 %, tapahtumatoimistot 11,5 %, digitoimistot 10,5 %, viestintätoimistot 6 % ja mainostoimistot 4,5 %.

Markkinointiviestinnän muu tuotanto kasvoi 9,8 %. Suurin yksittäinen erä tuotantokustannuksissa oli tapahtumamarkkinoinnin tuotanto 70 miljoonalla eurolla, jossa oli kasvua 12,9 % edellisvuodesta. Mainoselokuvien tuotanto nousi televisiomainonnan myönteisen kehityksen ansiosta ja oli nyt 32 miljoonaa euroa. Aikakaus- ja sanomalehtimainonnan tuotannossa ulkoa ostettavien palveluiden osuus on kummallakin noin 2-3 miljoonan euron luokkaa.

### **Suoramarkkinointiin lähes neljännes panoksista**

Suoramarkkinoinnin osuus markkinointiviestinnän määrästä oli 22,3 %, joka on hieman enemmän kuin edellisvuonna. Nousu syntyi erityisesti osoitteettoman suoramarkkinoinnin kasvusta, joka oli 13,2 %. Osoitteellisen suoramainonnan määrä laski 0,3 %.

Mobiilimarkkinointi ja sähköpostimarkkinointi jatkoivat kasvuaan. Mobiilimarkkinoinnin määrä oli 10,1 miljoonaa euroa ja kasvoi edellisvuodesta 11 %. Sähköpostimarkkinoinnin määrä oli 11,8 miljoonaa euroa, jossa oli kasvua 18 %. Telemarkkinoinnin määrä vuonna 2011 oli 228 miljoonaa euroa ja se puolestaan väheni 0,4 %.

”Suoramarkkinoinnin kokonaisuudessa mobiilimarkkinointi ja sähköpostimarkkinointi ovat pieniä osuuksiltaan, mutta ne ovat kasvaneet vuosi vuodelta siitä asti, kun ne tulivat mittaukseen mukaan vuonna 2007”, sanoo yksikönjohtaja **Jukka Helske** TNS Gallupilta.

### **Menekinedistäminen kasvoi 3,5 %**

Sponsorointiin panostettiin 171 miljoonaa euroa eli 3,7 % edellisvuotta enemmän. Messupanostukset pysyivät ennallaan 197 miljoonassa eurossa. Luku sisältää myös messuosastojen suunnittelun ja tuotannon.

Myymälämateriaalien ja esittelytyön osuus kaikista panostuksista oli 3 %, eli 101 miljoonaa euroa. Eniten kasvoi yritysten liike- ja mainoslahjojen ostot (10 %), joita tehtiin viime vuonna 150 miljoonalla eurolla.

Taulukko 1: Markkinointiviestinnän määrän kehitys v. 2008-2011

Kuva 1: Markkinointiviestimien osuus mainonnasta suunnittelu- ja tuotantokustannuksineen v. 2011

Kuva 2: Mediamainonnan osuudet v. 2011

### **Lisätietoja:**

Stefan Möller, Mainonnan Neuvottelukunnan puheenjohtaja, RadioMedian toimitusjohtaja, p. 0400 508 877

Jukka Helske, TNS Gallup Oy, yksikönjohtaja, p. 040 522 4425

*Mainonnan Neuvottelukunta (MNK) on mainos- ja markkinointialan järjestöjen epävirallinen yhteistyöfoorumi. Se edistää mainonnan ja markkinointiviestinnän asemaa Suomessa muun muassa tutkimuksen ja tiedottamisen avulla. MNK vastaa myös mainonnan eettisen neuvoston toiminnasta.*

*MNK:n jäsenet ovat Aikakausmedia, ASML - Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto, IAB Finland, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, MTV Media, Nelonen Media, Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto, RadioMedia ja Sanomalehtien Liitto.*

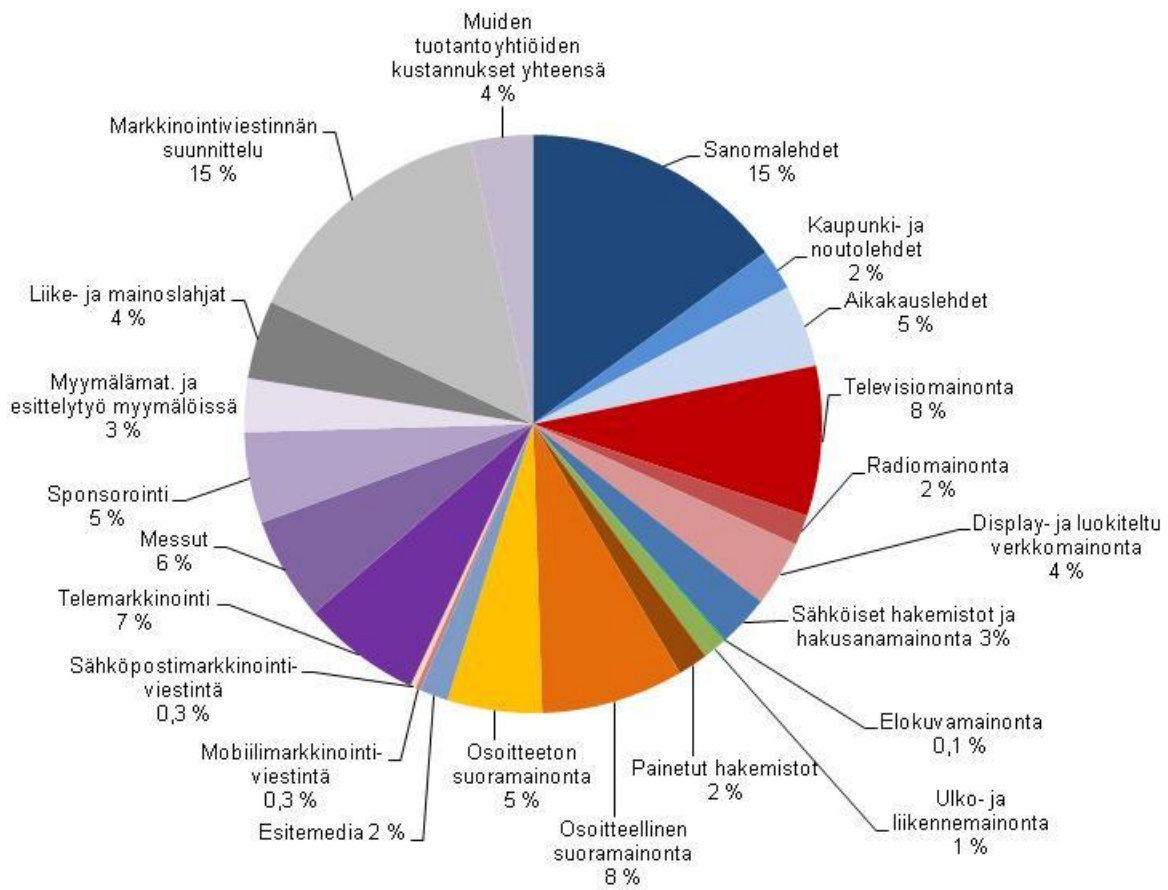
[www.mainonnanneuvottelukunta.fi](http://www.mainonnanneuvottelukunta.fi)

**Taulukko 1 Markkinointiviestinnän määrän kehitys (Milj.euroa, käyvin hinnoin)**

	2008 milj.€	2009 milj. €	2010 milj. €	2011 milj. €	10/11 M-%*	2011 Osuus-%
<b>MEDIAMAINONTA</b>						
Päivälehdet (4-7 krt/vk ilmestyvät sanomal.)	537	417	427	442	3,5	13,1
1-3 krt viikossa ilmestyvät sanomalehdet	68	57	59	61	3,5	1,8
<b>Sanomalehdet yhteensä</b>	<b>605</b>	<b>474</b>	<b>486</b>	<b>503</b>	<b>3,5</b>	14,9
Kaupunki- ja noutolehdet	83	68	73	77	5,3	2,3
<b>Sanoma- ja kaupunkilehdet yhteensä</b>	<b>688</b>	<b>542</b>	<b>559</b>	<b>580</b>	<b>3,7</b>	17,1
Yleisölehdet	101	84	81	81	0,0	2,4
Ammatti- ja järjestölehdet	80	55	54	56	3,5	1,7
Asiakaslehdet	21	19	19	20	5,9	0,6
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b>	<b>203</b>	<b>157</b>	<b>154</b>	<b>157</b>	<b>2,0</b>	4,6
Painetut hakemistot	94	81	69	59	-25,8	1,7
<b>Painetut mediat yhteensä</b>	<b>985</b>	<b>780</b>	<b>781</b>	<b>788</b>	<b>0,8</b>	23,3
Dispaly- ja luokiteltu verkkomainonta	78	78	104	124	19,1	3,7
Sähköiset hakemistot ja hakusanamainonta	71	102	100	97	-3,2	2,9
<b>Verkkomediamainonta yhteensä</b>	<b>149</b>	<b>180</b>	<b>204</b>	<b>221</b>	<b>8,2</b>	6,5
Televisiomainonta	268	237	266	283	6,5	8,4
Radiomainonta	51	50	52	57	10,0	1,7
Elokuvamainonta	3,1	2,4	2,9	2,6	-11,3	0,1
<b>Sähköinen mainonta yhteensä</b>	<b>473</b>	<b>468</b>	<b>525</b>	<b>563</b>	<b>7,4</b>	16,6
Ulko- ja liikennemainonta	44	36	39	44	13,2	1,3
<b>Mediamainonta yhteensä</b>	<b>1500</b>	<b>1285</b>	<b>1347</b>	<b>1395</b>	<b>3,7</b>	41,2
<b>SUORAMARKKINOINTI</b>						
Osoitteellisen suoram. jakelukustannukset	132	113	118	117	-0,1	3,5
Osoitteellisen suoran tuot. kust. (L)	181	152	153	153	-0,5	4,5
<b>Osoitteellinen suoramainonta yhteensä</b>	<b>313</b>	<b>265</b>	<b>271</b>	<b>270</b>	<b>-0,3</b>	8,0
Osoitteettoman suoram. jakelukustannukset	72	81	84	95	13,1	2,8
Osoitteettoman sm. tuot. kust. (L)	65	74	76	87	13,2	2,6
<b>Osoitteeton suoramainonta yhteensä</b>	<b>137</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>181</b>	<b>13,2</b>	5,3
Esitemedia (A)	145	64	61	55	-10,0	1,6
Mobiilimarkkinointiviestintä	5,5	6,1	9,1	10,1	11,0	0,3
Sähköpostimarkkinointiviestintä	4,2	4,8	10	11,8	18,0	0,3
Telemarkkinointi	255	229	229	228	-0,4	6,7
<b>Koko suoramarkkinointi yhteensä</b>	<b>860</b>	<b>724</b>	<b>740</b>	<b>756</b>	<b>2,1</b>	22,3
<b>MENEKINEDISTÄMINEN</b>						0,0
Messut (A, L)	206	187	198	197	0,0	5,8
Sponsorointi (A)	179	151	165	171	3,7	5,1
Myymlämateriaalit ja esittelytyö myymälöissä (A)	106	98	99	101	2,4	3,0
Liike- ja mainoslahjat (A)	156	123	136	150	10,0	4,4
<b>Menekinedistäminen yhteensä</b>	<b>647</b>	<b>559</b>	<b>598</b>	<b>619</b>	<b>3,5</b>	18,3
Markkinointiviestinnän suunnittelu	470	453	460	495	7,7	14,6
Muiden tuotantoyhtiöiden kustannukset yhteensä	113	101	110	120	9,8	3,5
<b>MARKKINOINTIVIESTITIMET YHTEENSÄ</b>	<b>3590</b>	<b>3122</b>	<b>3253</b>	<b>3385</b>	<b>4,1</b>	100,0

L= Laskettu, kokonaisluku perustuu laskennalliseen kaavaan, A= Arvioitu tutkimus- tai yritystietojen perusteella

**Kuva 1 Markkinointiviestimien osuus mainonnasta suunnittelu- ja tuotanto-kustannuksineen v. 2011 (ns. "suuri mainoskakku", 3,39 mrd. euroa)**



**Kuva 2 Mediamainonnan osuudet v. 2011 (ns. "pieni mainoskakku" ilman suunnittelu- ja tuotantokustannuksia 1,39 mrd. euroa)**

