

Joukkoviestintä 2016

Joukkoviestintämarkkinat

Joukkoviestintämarkkinoilla hienoista kasvua

Joukkoviestintämarkkinat kasvoivat hieman vuonna 2016. Joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli noin 3,8 miljardia euroa. Markkinoiden arvo kasvoi edelliseen vuoteen nähden 1,2 prosenttia eli runsaat 40 miljoonaa euroa.

Joukkoviestintämarkkinat 2015 - 2016, miljoonaa euroa

	2015	2016	2016	Muutos
	Milj. €	Milj. €	%	2015-16
Päivälehdet (7-4 -päiväiset) ¹⁾	830	807	21,2	-2,8
Muut sanomalehdet ¹⁾	132	135	3,6	2,3
Ilmaislehdet ¹⁾	71	68	1,8	-5,1
Aikakauslehdet ¹⁾	505	490	12,9	-3,0
Kirjat ¹⁾	570	604	15,9	6,0
Kustannustoiminta yhteensä	2 108	2 104	55,3	-0,2
Televisio ²⁾	1 073	1 097	28,8	2,2
Radio	63	64	1,7	2,8
Internetmainonta	286	324	8,5	13,4
Sähköinen viestintä yhteensä	1 422	1 486	39,1	4,5
Äänitteet ¹⁾	58	59	1,6	1,6
Video	78	59	1,6	-24,4
Elokuvateatterit	94	96	2,5	1,9
Tallenneviestintä yhteensä	231	214	5,6	-7,1
Koko joukkoviestintä	3 760	3 804	100,0	1,2

1) Sisältää myös digitaalisen myynnin.

2) Sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan.

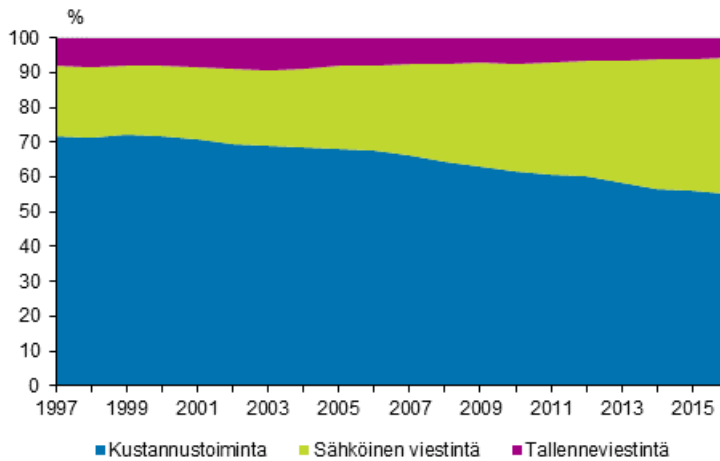
Joukkoviestintämarkkinat supistuivat vuosien 2012–2015 aikana.

Vuonna 2016 useimmilla joukkoviestinnän toimialoilla tulos laski tai nousi maltillisesti edelliseen vuoteen nähden. Voimakkainta kasvu oli nettimainonnassa (+13 %) ja kirjamyynnissä (+6 %). Suurinta pudotus oli videotallenteiden myynnissä ja vuokrauksessa (-24 %) sekä ilmaisilla kaupunkilehdillä (-5 %).

Pidemmän aikavälin tarkastelu tuo ilmi mediamarkkinoiden murroksen, jossa sähköisen viestinnän arvo on kasvanut ja kustannustoiminnan arvo laskenut. Kustannustoimintaa ja sähköistä viestintää selvästi pienemmän tallenneviestintämarkkinan arvo on sekin supistunut viimeisen kymmenen vuoden aikana, vaikka elokuvateatterien lippu- ja mainosmyynti onkin kasvanut.

Kustannusala on edelleen volyymiltaan selvästi suurin sektori Suomen mediamarkkinoilla.

Eri sektorien osuudet joukkoviestintämarkkinoiden volyymista 1997–2016 (%)



Edellä esitetyt laskelmat joukkoviestintämarkkinoista ovat loppukäyttäjätasoisia: esimerkiksi sanomalehtimarkkinoiden kokoa kuvaava luku muodostuu lehtien vähittäishintaisesta tilaus- ja irtonumeromyynnistä sekä mainostuloista. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä. Internetmainonta ja muut mediaryhmät sisältävät jonkin verran päällekkäisyyttä.

Sisällys

Taulukot

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2016, %	4
Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2016, %.....	4
Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2016, %.....	4
Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2016, %.....	5
Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2016, %.....	6
Laatuseloste: Joukkoviestintä.....	7

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2016, %

Vuosi	Kustannustoiminta %	Sähköinen viestintä %	Tallenneviestintä %	Yht. milj.
2000	72	20	8	3 133
2001	71	21	9	3 176
2002	70	21	9	3 231
2003	69	22	9	3 311
2004	68	23	9	3 464
2005	68	24	8	3 584
2006	67	25	8	3 724
2007	66	26	8	3 938
2008	64	28	8	4 079
2009	63	30	7	3 870
2010	62	31	7	3 995
2011	61	32	7	4 046
2012	60	33	7	4 030
2013	58	35	7	3 904
2014	57	37	6	3 836
2015	56	38	6	3 760
2016	55	39	6	3 804

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätalastot

Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2016, %

Vuosi	Päivälehdet		Muut sanomalehdet	
	Ilmoittelu	Tilaukset ja irtonumerot	Ilmoittelu	Tilaukset ja irtonumerot
2000	58	42	59	41
2001	56	44	57	43
2002	54	46	54	46
2003	53	47	53	47
2004	53	47	54	46
2005	54	47	53	47
2006	55	45	53	47
2007	55	45	53	47
2008	55	45	54	46
2009	48	52	52	48
2010	49	51	51	49
2011	52	48	50	50
2012	50	50	51	49
2013	47	53	48	52
2014	45	55	52	48
2015	45	55	54	46
2016	45	55	54	46

Vuoteen 2009 asti vain tuotot painetuista lehdistä. Verkkajulkaisujen tuotot sisältyvät vuodesta 2010 lähtien. Ilmoittelu sisältää varsinaisen mainonnan lisäksi myös luokitellun ilmoittelun kokonaisuudessaan.
Lähde: Sanomalehtien Liitto

Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2016, %

Vuosi	Tilaukset	Irtonumeromyynti	Mainonta
2000	59	8	33
2001	59	9	32
2002	60	9	31
2003	61	9	30
2004	62	9	30
2005	62	8	30
2006	62	8	30
2007	63	7	30
2008	64	7	29
2009	69	7	24
2010	70	7	23
2011	68	7	25
2012	70	7	22
2013	73	7	20
2014	74	7	19
2015	74	7	18
2016	77	7	17

Luvut ovat arvioita.

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot

Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2016, %

Vuosi	Valtakunnallinen mainonta	Paikallinen mainonta
2000	50	50
2001	53	48
2002	57	43
2003	60	40
2004	63	37
2005	61	39
2006	63	37
2007	69	31
2008	70	30
2009	71	29
2010	74	26
2011	75	25
2012	75	25
2013	73	27
2014	73	27
2015	70	30
2016	70	30

Lähde: RadioMedia

Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2016, %

Vuosi	Tv-maksu/Yle-vero	Mainonta	Tilaukset/Maksu-TV ¹⁾	Tilaukset/Kaapeli-tv:n perusmaksut
2000	49	37	3	11
2001	52	33	4	11
2002	50	33	4	13
2003	49	33	4	15
2004	49	33	4	14
2005	48	31	9	11
2006	46	31	12	11
2007	43	30	16	10
2008	40	28	22	9
2009	42	25	23	9
2010	41	27	23	9
2011	40	28	22	10
2012	42	27	22	10
2013	43	26	22	10
2014	43	24	23	10
2015	44	24	23	10
2016	43	23	24	10

Luvut ovat arvioita.

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätalastot

Arvion lähteet: FiCom, Finnpanel, Kantar TNS, Viestintävirasto, Yhtiöiden toimintakertomukset

1) Sisältää myös tilausvideopalvelut.

Laatuseloste: Joukkoviestintä

1. Relevanssi

Tilasto kuvaa joukkoviestinnän eri osa-alueita ja niiden muodostamaa kokonaisuutta. Joukkoviestintä on jaettu seuraaviin kokonaisuuksiin: joukkoviestinnän talous ja kulutus, sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio, radio, verkkomedia. Kirjoja sekä ääni- ja kuvatalenteita kuvataan suppeasti joukkoviestinnän taloutta ja kulutusta koskevan yleiskatsauksen yhteydessä.

Joukkoviestintää kuvataan tilastossa useista eri näkökulmista kuten talous, yritys rakenne, vienti ja tuonti, työvoima, sisällöt ja tarjonta, käyttö ja kulutus.

Tiedot kuvaavat koko Suomea. Tilasto ei sisällä alueellisia tarkasteluja.

Tilasto sisältää myös kansainvälisiä vertailutietoja.

Joukkoviestintätilastot perustuvat useisiin eri lähteisiin. Valtaosa primäärilähteistä on ulkopuolisten tahojen (mm. viestintäsektorin toimialajärjestöt sekä markkinatutkimuslaitokset) tuottamia tilastoja, tutkimuksia ja muita aineistoja. Osa lähteistä on Tilastokeskuksen tutkimuksia ja muita aineistoja (mm. yritysrekisteri, kulutustutkimus, ulkomaankauppatilastot, ajankäyttö- ja vapaa-aikatutkimukset).

Tilasto on tarkoitettu monien eri toimijoiden kuten hallinnon, tutkijoiden, yritysten, alan koulutuslaitosten, järjestöjen ja joukkoviestimien käyttöön.

Joukkoviestintätilaston tietosisältöä arvioidaan ja uudistetaan jatkuvasti.

2. Menetelmäkuvaus

Tilaston tiedot perustuvat erityyppisiin lähteisiin. Osa on hallinnollisiin ja muihin rekistereihin perustuvia kokonaisaineistoja. Osa lähteistä taas on otostutkimuksia.

Primäärilähdeaineistot ovat lähtökohtaisesti muualla julkaistuja. Ulkopuoliset tahot tuottavat kuitenkin osan tiedoista pyynnöstä omista rekistereistään.

Merkittävä osa joukkoviestintätilastojen taulukoista on jatkojalostettuja.

Aineistoa valittaessa ja taulukoiden jalostusvaiheessa sovelletaan laatuarkintaa ja lähdekritiikkiä. Osa-alueiden kuvauksessa käytettävistä lähteistä samoin kuin lähdeaineistojen käytettävyydestä tehdään taustaselvityksiä.

Keskeisimmät metatiedot kerrotaan taulukoiden alaviitteissä. Tilastokeskuksen muihin tilastoihin ja tutkimuksiin perustuvien taulukoiden laajemmat metatiedot löytyvät kyseisten tilastojen ja tutkimusten laatuselosteista Tilastokeskus.fi:ssä. Muiden lähteiden tietoihin perustuvien taulukoiden metatietoja on saatavissa kyseisistä organisaatioista.

Tietolähde mainitaan kunkin yksittäisen taulukon yhteydessä. Vuoteen 2014 asti julkaistuissa painetuissa Joukkoviestimet - Finnish Mass Media -kokoomajulkaisuissa on myös lähteiden tuottajien yhteystiedot.

3. Oikeellisuus ja tarkkuus

Tilastojen luotettavuuteen vaikuttavia seikkoja ja epävarmuustekijöitä kerrotaan taulukoiden alaviitteissä. Tarkemmat tällaiset tiedot löytyvät tietojen alkuperäislähteiden metatiedoista.

4. Ajantasaisuus

Joukkoviestintätilastoja päivitetään jatkuvasti. Valtaosa tiedoista on vuosittaisia aikasarjatietoja.

Tiedot ovat lopullisia tietoja. Mikäli tieto on ennakkotieto, se kerrotaan alaviitteessä.

5. Saatavuus

Tiedot julkaistaan sähköisesti Joukkoviestintätilaston [taulukkopalvelussa](#).

6. Vertailukelpoisuus

Aikasarja-aineisto on pääosin vuosittain vertailukelpoista. Mahdolliset katkokset aikasarjoissa on merkitty taulukoihin.

7. Yhtenäisyys

Joukkoviestintätilaston tietosisältöä arvioidaan ja uudistetaan jatkuvasti säilyttäen samalla tasapainoinen kokonaiskuva ilmiöalueesta. Joukkoviestintää kuvataan tilastossa vakiintuneista näkökulmista kuten talous, yritys rakenne, vienti ja tuonti, työvoima, sisällöt ja tarjonta, käyttö ja kulutus.

Lisätietoja

Kaisa Saarenmaa 029 551 3517
Vastaava tilastojohtaja:
Jari Tarkoma

joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi
www.tilastokeskus.fi
Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

Asiakaspalaute: www.tilastokeskus.fi/palaute

Tietopalvelu ja viestintä, Tilastokeskus
puh. 029 551 2220
www.tilastokeskus.fi

Julkaisutilaukset, Edita Publishing Oy
puh. 020 450 05
asiakaspalvelu.publishing@edita.fi
www.editapublishing.fi

ISSN 1796-0479
= Suomen virallinen tilasto
ISSN 2323-6329 (pdf)