

Joukkoviestintä 2014

Joukkoviestintämarkkinat

Videotallenteiden myynti romahti

Joukkoviestintämarkkinoiden arvo laski edelleen hieman alle 4 miljardiin euroon vuonna 2014. Se oli noin 140 miljoonaa euroa eli kolmisen prosenttia vähemmän kuin edellisellä vuonna.

Tallennemarkkinoiden arvosta katosi lähes viidennes. Videotallennemarkkinat supistuivat jopa noin kolmanneksella ja äänitemyyntikin laski 14 prosenttia. Videotallenteiden myynnin romahdusta selittää tilausvideopalveluiden, kuten Netflix, nopea yleistymisen.

Joukkoviestintämarkkinat 2013 - 2014, miljoonaa euroa

	2013, Milj. €	2014, Milj. €	2014, %	Muutos, 2013-14, %
Päivälehdet (7–4-päiväiset) ¹⁾	911	874	22	-4
Muut sanomalehdet ¹⁾	132	130	3	-2
Ilmaislehdet ¹⁾	73	73	2	0
Aikakauslehdet ¹⁾	610	550	14	-10
Kirjat ¹⁾	554	548	14	-1
Suoramainonta	207	179	5	-14
Kustannustoiminta yhteensä	2 487	2 353	59	-5
Televisio ²⁾	1 075	1 088	27	1
Radio	55	60	2	8
Internetmainonta	239	265	7	11
Sähköinen viestintä yhteensä	1 369	1 413	36	3
Äänitteet ¹⁾	67	58	1	-14
Video	110	75	2	-32
Elokuvateatterit	77	75	2	-3
Tallenneviestintä yhteensä	255	208	5	-19
Koko joukkoviestintä	4 111	3 974	100	-3

1) Sisältää myös digitaalisen myynnin.

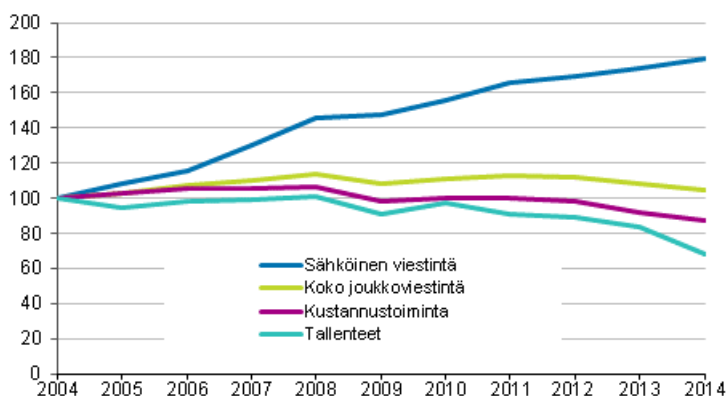
2) Sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan.

Sähköinen viestintä kasvoi kolme prosenttia. Suhteellisesti eniten kasvoi verkkomainonta, joka kasvoi 11 prosentilla. Sähköisen viestinnän osuus mediamarkkinoista on tällä vuosituonnalla kaksinkertaistunut.

alle viidenneksestä (18 %) yli kolmasosaan (36 %). Kustannustoiminnassa laskua edellisvuoteen verrattuna tuli 5 prosenttia.

Sähköisen viestinnän markkinoiden arvo on miltei kaksinkertaistunut kymmenen viime vuoden aikana. Kustannustoiminnan ja erityisesti tallennemarkkinoiden arvo on jo usean vuoden ajan ollut selvässä laskussa.

Joukkoviestinnän markkinakehitys 2004 - 2014, 2004=100



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 - 2014, %.....	4
Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2014, % (Korjattu 5.7.2018).....	4
Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2014, %.....	4
Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2014, %.....	5
Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2014, %.....	6
Laatuseloste: Joukkoviestintä.....	7

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2014, %

Vuosi	Kustannustoiminta %	Sähköinen viestintä %	Tallenneviestintä %	Yht. milj €
2000	74	18	7	3 439
2001	73	19	8	3 489
2002	72	19	8	3 543
2003	72	20	9	3 631
2004	71	21	8	3 788
2005	71	22	7	3 911
2006	70	23	7	4 063
2007	68	25	7	4 182
2008	66	27	7	4 325
2009	65	28	7	4 096
2010	64	29	7	4 224
2011	63	30	7	4 286
2012	62	31	7	4 254
2013	60	33	6	4 111
2014	59	36	5	3 974

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2014, % (Korjattu 5.7.2018)

Korjattu 5.7.2018. Korjatut luvut on merkitty punaisella.

Vuosi	Päivälehdet			Muut sanomalehdet		
	Ilmoittelu	Tilaukset ja irtonumerot	Yhteensä	Ilmoittelu	Tilaukset ja irtonumerot	Yhteensä
2000	58	42	100	41	59	100
2001	56	44	100	43	57	100
2002	54	46	100	46	54	100
2003	53	47	100	47	53	100
2004	53	47	100	46	54	100
2005	54	47	100	47	53	100
2006	55	45	100	47	53	100
2007	55	45	100	47	53	100
2008	55	45	100	46	54	100
2009	48	52	100	48	52	100
2010	49	51	100	49	51	100
2011	52	48	100	50	50	100
2012	50	50	100	49	51	100
2013	47	53	100	52	48	100
2014	45	55	100	48	52	100

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

Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2014, %

Vuosi	Tilaukset	Irtonumeromyynti	Mainonta
2000	59	8	33

Vuosi	Tilaukset	Irttonumeromyynti	Mainonta
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

Luvut ovat arvioita.

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2014, %

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

Lähde: RadioMedia

Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2014, %

Vuosi	Tv-maksu/Yle-vero	Mainonta	Tilaukset/Maksu-TV	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	44	24	23	10

Luvut ovat arvioita.

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

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

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 sekääni- ja kuvatallenteita 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. 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

Joukkoviestintätilastot päivitetään vuosittain. Valtaosa tiedoista on vuosittaisia aikasarjatietoja.

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

5. Saatavuus

Tiedot julkaistaan kahden vuoden välein ilmestyvässä Joukkoviestimet - Finnish Mass Media -kirjassa. Välivuosina osa tiedoista julkaistaan Tilastokeskus.fi:ssä. Tietoja on rajoitetusti saatavissa myös tietopalveluna Tilastokeskuksesta.

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

Tuomo Sauri 029 551 3449
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)