

Joukkoviestintä 2018

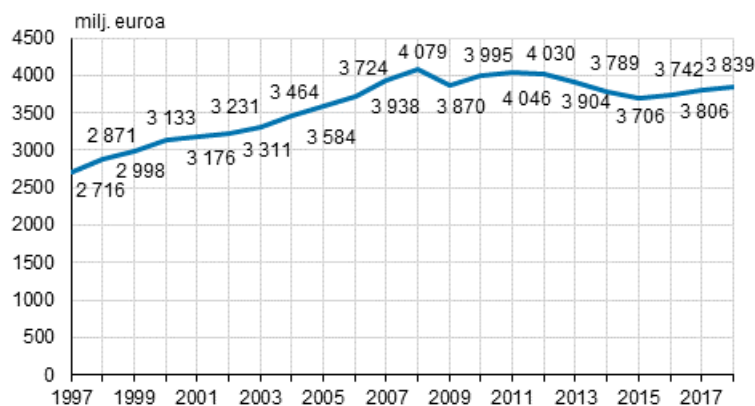
Joukkoviestintämarkkinat

Joukkoviestinnän markkinatrendit ennallaan vuonna 2018

Joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli noin 3,8 miljardia euroa vuonna 2018. Markkinoiden arvo kasvoi edelliseen vuoteen nähden 0,9 prosenttia eli 33 miljoonaa euroa. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen joukkoviestintä- ja kulttuuritilaston laskelmiin.

Tilastokeskuksen arvioissa joukkoviestintämarkkinat kasvoivat nyt niukasti kolmatta perättäistä vuotta. Vuosina 2012–2015 joukkoviestintämarkkinat supistuivat neljä vuotta peräjälkeen. Myös vuoden 2009 finanssikriisin yhteydessä joukkoviestintämarkkinoiden arvo supistui edelliseen vuoteen nähden. Kaikkiaan joukkoviestintämarkkinoiden arvo on kasvanut tarkastellulla runsaan kahden vuosikymmenen mittaisella ajanjaksolla.

Joukkoviestintämarkkinat 1997–2018, miljoonaa euroa (käyvin hinnoin)



Nyt tilastoidusta pienestä kasvusta huolimatta joukkoviestintämarkkinoiden koko suhteessa bruttokansantuotteeseen supistui entisestään. Vuonna 2018 joukkoviestinnän osuus koko kansantaloudesta oli vajaa 1,7 prosenttia, kun se vielä kymmenen vuotta aiemmin oli 2,1 prosenttia.

Vuodesta 2008 joukkoviestintämarkkinat ovat supistuneet 5,9 prosenttia ja erityisesti fyysisten videoiden ja äänitteiden sekä painotuotteiden myynti on vähentynyt rajusti.

Joukkoviestintämarkkinat 2017 - 2018, miljoonaa euroa

	2017, Milj. €	2018, Milj. €	2018, %	Muutos, 2017-2018, %
Päivälehdet (7- 4 -päiväiset) ¹⁾	785	758	19,7	-3,4
Muut sanomalehdet ¹⁾	136	131	3,4	-3,7
Ilmaislehdet ¹⁾	68	63	1,6	-7,4
Aikakauslehdet ¹⁾	470	450	11,7	-4,3
Kirjat ¹⁾	549	545	14,2	-0,8
Kustannustoiminta yhteensä	2 008	1 947	50,7	-3,0
Televisio ²⁾	1 145	1 206	31,4	5,3
Radio	67	71	1,9	6,3
Internetmainonta	370	421	11,0	13,7
Sähköinen viestintä yhteensä	1 582	1 698	44,2	7,3
Äänitteet ¹⁾	64	68	1,8	5,6
Video (dvd, blu-ray) ³⁾	46	29	0,7	-38,1
Elokuvateatterit	105	97	2,5	-7,5
Tallenneviestintä yhteensä	216	194	5,0	-10,2
Koko joukkoviestintä	3 806	3 839	100,0	0,9

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot

1) Sisältää myös digitaalisen myynnin.

2) Sisältää Yleisradion julkisen palvelun kokonaisuudessaan (tv, radio, internet).

3) Vuoden 2018 luku on ennakkotieto.

Kustannusalan (ml. sanomalehdet, ilmaisjakelulehdet, aikakauslehdet ja kirjat) myynti heikkeni vuonna 2018 kaikilla Tilastokeskuksen laskelmaan kuuluvilla toimialoilla. Ilmoittelun osuus sanomalehtien tuotoista supistui entisestään vuonna 2018. Vain kourallinen lehtialan toimijoita, kuten päivälehti Helsingin Sanomat, on digimurroksessa onnistunut kasvattamaan kokonaislevikkejään. Useat lehdet ovat viime vuosina myös luopuneet levikkiensä tarkistuttamisesta.

Vuonna 2018 yksittäisistä median toimialoista suurin oli televisiotoimiala 1,2 miljardin euron volyymilla, mikä vastaa lähes kolmasosaa koko mediamarkkinoista. Televisiotoimiala pitää laskelmassa sisällään Yleisradion toiminnan kokonaisuudessaan, televisiomainonnan kaupallisessa televisiossa sekä televisiopalveluiden tilausmaksut, joita ovat kaapelitelevision perusmaksut ja maksutelevisiomaksut, mukaan lukien tilausvideopalvelut kuten Netflix.

Televisiotoimiala kasvoi maksutelevisiotoiminnan, ja nimenomaan tilausvideopalveluiden katselumaksujen siivittämänä runsaat viisi prosenttia edelliseen vuoteen nähden. Vaikka televisiomainonnan määrä kasvoi Kantar TNS:n keräämien tietojen mukaan hiukan edelliseen vuoteen nähden, väheni mainonnan osuus koko televisiotoiminnan tuotoissa entisestään. (Liitetaulukko 5.)

Niin ikään Kantarin keräämien tietojen mukaan internetmainonta kasvoi lähes 14 prosenttia edelliseen vuoteen nähden ja oli 421 miljoonaa euroa vuonna 2018.

Vuosi 2018 oli suotuisa myös äänimedioille: kaupallinen radio ja äänitemarkkinat kasvoivat kumpainenkin noin kuusi prosenttia edelliseen vuoteen nähden. Luvut perustuvat toimialajärjestö RadioMedian ja Musiikkituottajat – IFPI Finland ry:n tietoihin.

Elokuvateatterit keräsivät vuonna 2018 runsaasti katsojia, vaikka elokuvatarjonnassa ei ollutkaan vuonna 2017 uudelleen filmatun Tuntematon sotilas -elokuvan kaltaisia ylivoimaisia kassamagneetteja. Suomen elokuvasektin tietojen mukaan Suomessa käytiin vuonna 2018 yhteensä 8,1 miljoonaa kertaa

elokuvateatterissa. Kotimaiset elokuvat keräsivät 1,9 miljoonaa katsojaa, mikä vastaa 24 prosenttia kaikista elokuvakäynneistä.

Fyysisiä videotallennemarkkinoita kuvaava luku (sis. dvd, blu-ray) on ennakkotieto, joka perustuu Suomen elokuvasäätiön tilaamaan laskelmaan. Aiempina vuosina tiedot ovat perustuneet Suomen Filmikamarin kokoamaan videotallenteiden tukkumyyntitilastoon ja Euroopan Audiovisuaalisen Observatorion vuosikirjassaan julkaisemiin laskelmiin. Tietolähteissä tapahtuneista muutoksista johtuen luku ei ole täysin vertailukelpoinen aiempiin vuosiin nähden.

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 - 2018, %.....	5
Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2018, %.....	5
Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2018, %.....	6
Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2018, %.....	7
Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2018, %.....	7
Laatuseloste: Joukkoviestintä.....	8

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2018, %

Vuosi	Kustannus-toiminta %	Sähköinen viestintä %	Tallenne-viestintä %	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	56	38	6	3 789
2015	55	38	6	3 706
2016	54	40	6	3 742
2017	53	42	6	3 806
2018	51	44	5	3 839

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot

Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2018, %

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	48	52
2015		45	55	46	54
2016		45	55	46	54
2017		44	56	47	53
2018		43	57	45	55

Vuosi	Päivälehdet		Muut sanomalehdet	
	Ilmoittelu	Tilaukset ja irtonumerot	Ilmoittelu	Tilaukset ja irtonumerot
Vuoteen 2009 asti vain tuotot painetuista lehdistä. Verkkojulkaisujen tuotot sisältyvät vuodesta 2010 lähtien. Ilmoittelu sisältää varsinaisen mainonnan lisäksi myös luokitellun ilmoittelun kokonaisuudessaan. Huom. Tietoja on korjattu heinäkuussa 2018: harvemmin ilmestyvien sanomalehtien (muut sanomalehdet) tuottojakauma oli aiemmin ilmaistu virheellisesti vuosien 2014, 2015 ja 2016 osalta. Lähde: Sanomalehtien Liitto				

Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2018, %

Vuosi	Tilaukset	Irtonumero-myynti	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
2017	77	7	17
2018	77	6	17

Luvut ovat arvioita. Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot

Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2018, %

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
2017	71	29
2018	71	29

Lähde: RadioMedia

Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2018, %

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	42	23	25	10
2017 ²⁾	41	21	28	10
2018	39	20	31	10

Luvut ovat arvioita. Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot
Arvion lähteet: FiCom, Finnpanel, Kantar TNS, Viestintävirasto, Yhtiöiden toimintakertomukset

1) Sisältää myös tilausvideopalvelut.

2) Vuoden 2017 tietoja korjattu marraskuussa 2019 videopalveluiden tilaajamäärien täsmennyttyä.

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, radio, televisio, verkkomedia. Kirjoja sekä ääni- 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.

Mediamarkkinoiden kokoa arvioivat laskelmat julkaistaan tilaston vuosijulkistuksen yhteydessä. Muut tiedot julkaistaan säännöllisesti päivitettävässä Joukkoviestintätilaston taulukkopalvelussa Tilastokeskuksen verkkosivuilla.

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. Joukkoviestintätilaston taulukkopalvelun yhteydessä olevista taulukoista, kuvioista ja katsauksista on hyperlinkkejä tietolähteisiin.

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)