

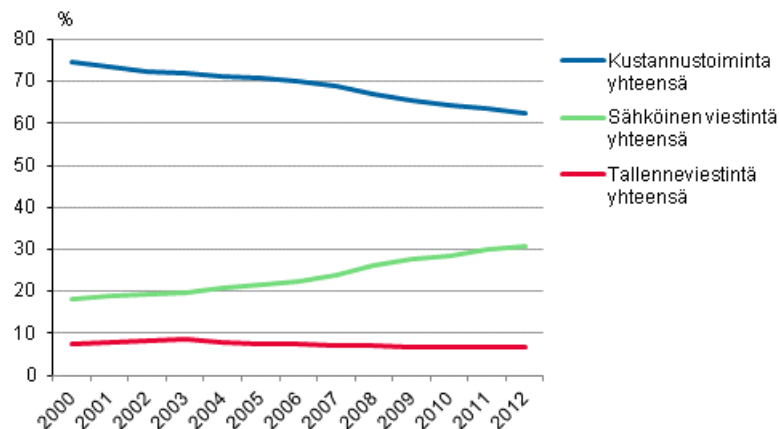
Joukkoviestintä 2012

Joukkoviestintämarkkinat

Joukkoviestinnän markkinatrendit ennallaan vuonna 2012

Joukkoviestintämarkkinoiden kasvu on 2000-luvulla ollut valtaosin sähköisen viestinnän varassa. Television, radion ja verkkomedian yhteenlasketut tuotot ovat yli kaksinkertaistuneet. Kustannustoiminnan osuus joukkoviestintämarkkinoista on laskenut selvästi. Vuonna 2012 mediamarkkinoiden arvon kokonaiskehitys oli Tilastokeskuksen mukaan lievästi miinusmerkkinen. Euroista katosi parikymmentä miljoonaa (-0,5 %). Mediamarkkinoiden koko oli yhteensä noin 4,3 miljardia euroa.

Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista Suomessa 2000 - 2012 (%)



Sähköisen viestinnän euromääräinen kasvu jatkui, mutta aiempaa selvästi hitaampana. Kustannustoiminnan tulot vähenivät noin kaksi prosenttia.

Sähköisen viestinnän selvin kasvaja oli internetmainonta (+ 10 %).

Televiisitoiminnassa kasvu jäi noin yhteen prosenttiin. Kustannustoiminnassa luvut olivat miinusmerkkisiä 1–3 kertaa viikossa ilmestyviä sanomalehtiä lukuun ottamatta.

Painettujen lehtien ilmoitustuotot laskivat selvästi. Tilausmyyntiä puolestaan haittasivat vuoden 2012 alussa voimaan tulleen lehtitilausten 9 prosentin arvonlisäverokannan myötä kohonneet tilaushinnat.

Digitaalisten tuottojen osuus sanomalehtien kokonaismyynnistä oli Sanomalehtien Liiton tietojen mukaan vasta noin neljä prosenttia.

Elokuvateatterit saavuttivat trendin vastaisesti 20 prosentin tuottojen kasvun. Kotimaisten elokuvien katsojaosuus oli ennätyskorkea. Videotallenteiden myynnin selvä lasku puolestaan jatkui myös vuonna 2012 (- 11 %).

Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 2011 - 2012, miljoonaa euroa

	2011 Milj. €	2012 Milj. €	2012 %	Muutos % 2011 - 12 %
Päivälehdet (7- 4 -päiväiset) ¹⁾	1 001	996	23	-0,51
Muut sanomalehdet ¹⁾	127	136	3	7,4
Ilmaislehdet ¹⁾	83	76	2	-8,2
Aikakauslehdet	680	650	15	-4,4
Kirjat ¹⁾	570	562	13	-1,4
Painetut hakemistot & suoramainonta	291	282	7	-3,1
Kustannustoiminta yhteensä	2 752	2 703	62	-1,8
Televisio ²⁾	1 028	1 039	24	1,1
Radio	60	58	1	-3,2
Internetmainonta	219	240	6	10,0
Sähköinen viestintä yhteensä	1 307	1 338	31	2,4
Äänitteet ¹⁾	77	77	2	1,0
Video	144	128	3	-10,8
Elokuvateatterit	68	81	2	19,7
Tallenneviestintä yhteensä	288	287	7	-0,5
Koko joukkoviestintä	4 347	4 327	100	-0,5

1) Sisältää myös digitaalisen myynnin.

2) Sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan.

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 sanomalehdet sisältävät päällekkäisyyttä.

Sisällys

Taulukot

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista Suomessa 2000 - 2012, %.....	4
Laatuseloste: Joukkoviestintä.....	5

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista Suomessa 2000 - 2012, %

Vuosi	Kustannus- toiminta %	Sähköinen viestintä %	Tallenne- viestintä %	Yhteensä %	Yht. milj .€
2000	75	18	7	100	3 451
2001	73	19	8	100	3 510
2002	73	19	8	100	3 564
2003	72	20	8	100	3 657
2004	71	21	8	100	3 812
2005	71	22	7	100	3 936
2006	70	22	7	100	4 076
2007	69	24	7	100	4 273
2008	67	26	7	100	4 419
2009	66	28	7	100	4 174
2010	64	29	7	100	4 293
2011	63	30	7	100	4 347
2012	62	31	7	100	4 327

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 09 1734 3449

Vastaava tilastojohtaja:

Riitta Harala

joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi

www.tilastokeskus.fi

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

Asiakaspalaute: www.tilastokeskus.fi/palaute

*Tietopalvelu ja viestintä, Tilastokeskus
puh. 09 1734 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)*