

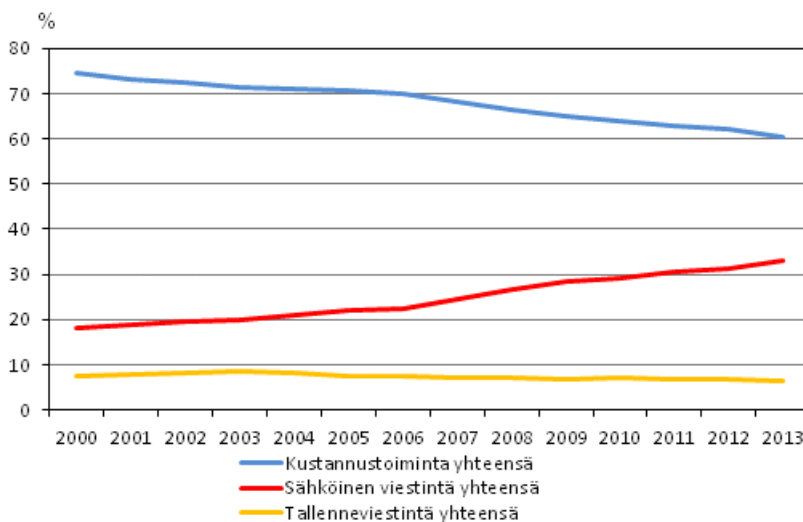
# Joukkoviestintä 2013

## Joukkoviestintämarkkinat

### Joukkoviestintämarkkinoiden arvon lasku jatkui

Joukkoviestintämarkkinoiden arvo vuonna 2013 oli yhteensä noin 4,1 miljardia euroa. Se oli lähes 150 miljoonaa euroa ja yli kolme prosenttia vähemmän kuin edellisenä vuonna. Kustannustoiminnassa ja tallenneviestinnässä laskua oli 6 prosenttia. Sähköinen viestintä kasvoi kaksi prosenttia. Kustannustoiminnan osuus joukkoviestintämarkkinoista on laskenut vuosituhannen vaihteesta lähes 15 prosenttiyksiköllä.

#### Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2013 (%)



Televisiota ja verkkomediamainontaa lukuun ottamatta vuosimuutokset olivat miinusmerkkisiä kaikilla joukkoviestinnän lohkoilla. Suurimmat pudotukset olivat päivälehdissä (-9 %) ja videotallenteissa (-11%). Aikakauslehdillä ilmoitustuottojen osuus on 2000-luvulla pudonnut 33 prosentista 20 prosenttiin. Päivälehdillä osuus on pudonnut 58 prosentista 47 prosenttiin. TNS Gallupin tietojen mukaan sanoma- ja aikakauslehtimainonta väheni noin 15 prosentilla vuonna 2013.

## Joukkoviestintämarkkinat 2012 - 2013, miljoonaa euroa

	2012, Milj. €	2013, Milj. €	2013, %	Muutos, 2012-13, %
Päivälehdet (7- 4 -päiväiset) <sup>1)</sup>	996	911	22	-9
Muut sanomalehdet <sup>1)</sup>	136	132	3	-3
Ilmaislehdet <sup>1)</sup>	76	73	2	-4
Aikakauslehdet	650	610	15	-6
Kirjat <sup>1)</sup>	563	554	13	-2
Suoramainonta	224	207	5	-8
Kustannustoiminta yhteensä	2 646	2 487	60	-6
Televisio <sup>2)</sup>	1 055	1 075	26	2
Radio	58	55	1	-5
Internetmainonta	222	238	6	7
Sähköinen viestintä yhteensä	1 336	1 368	33	2
Äänitteet <sup>1)</sup>	77	77	2	-1
Video	124	110	3	-11
Elokuvateatterit	81	77	2	-4
Tallenneviestintä yhteensä	282	264	6	-6
Koko joukkoviestintä	4 263	4 119	100	-3

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 jonkin verran päällekkäisyyttä.

# Sisällys

## Taulukot

### Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2013, %.....	4
Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2013, %.....	4
Liitetaulukko 3. Aikakauslehtien tuottojakauma 2000 - 2013, %.....	4
Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2013, %.....	5
Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2013, %.....	6
Laatuseloste: Joukkoviestintä.....	7

# Liitetaulukot

**Liitetaulukko 1. Sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoista 2000 - 2013, %**

Vuosi	Kustannustoiminta %	Sähköinen viestintä %	Tallenneviestintä %	Yhteensä %	Yht. milj. □
2000	74	18	7	100	3 439
2001	73	19	8	100	3 489
2002	72	19	8	100	3 543
2003	72	20	9	100	3 631
2004	71	21	8	100	3 788
2005	71	22	7	100	3 911
2006	70	23	7	100	4 063
2007	68	25	7	100	4 182
2008	66	27	7	100	4 326
2009	65	28	7	100	4 096
2010	64	29	7	100	4 224
2011	63	30	7	100	4 296
2012	62	31	7	100	4 263
2013	60	33	6	100	4 119

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

**Liitetaulukko 2. Sanomalehtien tuottojakaumat 2000 - 2013, %**

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

Vuosi	Tilaukset	Irtonumeromyynti	Mainonta	Yhteensä
2000	59	8	33	100
2001	59	9	32	100
2002	60	9	31	100
2003	61	9	30	100

Vuosi	Tilaukset	Irtonumeromyynti	Mainonta	Yhteensä
2004	62	9	30	100
2005	62	8	30	100
2006	62	8	30	100
2007	63	7	30	100
2008	64	7	29	100
2009	69	7	24	100
2010	70	7	23	100
2011	68	7	25	100
2012	70	7	22	100
2013	73	7	20	100

Luvut ovat arvioita.

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

#### Liitetaulukko 4. Radiomainonta 2000 - 2013, %

Vuosi	Valtakunnallinen mainonta	Paikallinen mainonta	Yhteensä
2000	50	50	100
2001	53	48	100
2002	57	43	100
2003	60	40	100
2004	63	37	100
2005	61	39	100
2006	63	37	100
2007	69	31	100
2008	70	30	100
2009	71	29	100
2010	74	26	100
2011	75	25	100
2012	75	25	100
2013	73	27	100

Lähde: RadioMedia

**Liitetaulukko 5. Televisiotoiminnan (antenni + kaapeli + satelliitti) tuotot 2000 - 2013, %**

Vuosi	Tv-maksu/Yle-vero	Mainonta	Tilaukset/Maksu-TV	Tilaukset/Kaapeli-tv:n perusmaksut	Yhteensä
2000	49	37	3	11	100
2001	52	33	4	11	100
2002	50	33	4	13	100
2003	49	33	4	15	100
2004	49	33	4	14	100
2005	48	31	9	11	100
2006	46	31	12	11	100
2007	43	30	16	10	100
2008	40	28	22	9	100
2009	42	25	23	9	100
2010	41	27	23	9	100
2011	40	28	22	10	100
2012	42	27	22	10	100
2013	43	26	22	10	100

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:

Riitta Harala

[joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi](mailto:joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi)

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

Lähde: Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot. Tilastokeskus

Asiakaspalaute: [www.tilastokeskus.fi/palaute](http://www.tilastokeskus.fi/palaute)

---

Tietopalvelu ja viestintä, Tilastokeskus  
puh. 029 551 2220  
[www.tilastokeskus.fi](http://www.tilastokeskus.fi)

Julkaisutilaukset, Edita Publishing Oy  
puh. 020 450 05  
[asiakaspalvelu.publishing@edita.fi](mailto:asiakaspalvelu.publishing@edita.fi)  
[www.editapublishing.fi](http://www.editapublishing.fi)

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