

Massmedier 2017

Massmediemarknaden

Massmediemarknaden visade en liten ökning – hushållen konsumerar nu beställningsvideotjänster

Värdet av massmediemarknaden uppgick till omkring 3,8 miljarder euro år 2017. Marknadens värde ökade med 1,4 procent jämfört med året innan, dvs. med 53 miljoner euro. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens statistik över massmedier och kultur.

Massmediemarknaden 2016 - 2017, miljoner euro

	2016	2017	2017	Förändring
	mn €	mn €	%	% 2016-17
Dagstidningar(7-4 dagar i veckan) ¹⁾	807	785	20,7	-2,8
Övriga tidningar ¹⁾	135	136	3,6	0,4
Gratisstidningar ¹⁾	68	68	1,8	0,7
Tidskrifter ¹⁾	490	470	12,4	-4,1
Böcker ¹⁾³⁾	527	549	14,5	4,2
Förlagsverksamhet totalt	2 027	2 008	52,9	-0,9
Television ²⁾	1 110	1 134	29,9	2,2
Radio	64	67	1,8	4,1
Internetreklam	324	370	9,8	14,2
Elektroniska massmedier totalt	1 499	1 572	41,4	4,9
Fonogram ¹⁾	59	64	1,7	8,5
Video (dvd, blu-ray)	61	46	1,2	-24,9
Biografer	96	105	2,8	9,4
Inspelningsmedier totalt	217	216	5,7	-0,6
Massmedier totalt	3 742	3 795	100,0	1,4

Källa: Statistikcentralen, Statistik över massmedier och kultur

1) Omfattar också digital försäljning.

2) Omfattar Yle public service-verksamheten i sin helhet (tv, radio, webbutgivningen).

3) P.g.a. revideringen av statistikföringen kan uppgifter fr.o.m. år 2017 inte helt jämföras med tidigare år.

Förlagsbranschen (inkl. dagstidningar, gratistidningar, tidskrifter och böcker) är volymmässigt fortfarande den klart största sektorn på mediamarknaden i Finland. År 2017 fortsatte dock försäljningen av dagstidningar

och tidskrifter att minska, vilket den gjort i nästan ett decennium. Detta gjorde att hela förlagsbranschen visade en nedgång. Bokförsäljningen har däremot ökat de senaste åren, även om revideringen av statistikföringen gör att de senaste uppgifterna inte helt kan jämföras med tidigare års siffror. Statistikcentralens kalkyl baserar sig på uppgifterna från Bokhandelsförbundet och Finlands Förlagsförening.

Av de enskilda näringsgrenarna inom media var televisionsbranschen den största år 2017 med en volym på drygt 1,1 miljarder euro. Till televisionsbranschen räknas här Rundradions verksamhet i sin helhet, tv-reklam i kommersiell tv samt tv-tjänsternas beställningsavgifter, dvs. grundavgifter för kabel-tv och betal-tv-avgifter (inkl. beställningsvideotjänster som Netflix).

År 2017 ökade televisionsbranschen med drygt två procent jämfört med året innan i takt med betal-tv-verksamheten. Enligt uppgifterna som Finnpanel samlat in följer en allt större del av hushållen beställningsvideotjänster. Olika betal-tv-avgifter utgör därmed en allt större del av hushållens utgifter för mediakonsumtion. Detta framgår av Statistikcentralens konsumtionsundersökning, som publicerats i år. Mängden tv-reklam och dess andel av intäkterna från televisionsverksamhet fortsatte däremot att sjunka.

Internetreklam ökade med över 14 procent jämfört med året innan och uppgick till omkring 370 miljoner euro år 2017.

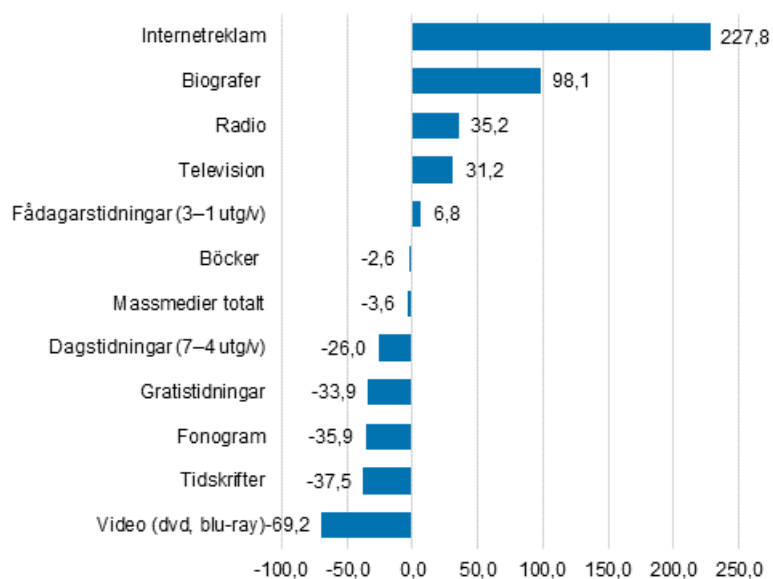
År 2017 var gynnsam också för ljudmedier: marknaden för ljudupptagningar ökade enligt uppskattning med drygt åtta procent och den kommersiella radion med drygt fyra procent jämfört med året innan. Marknaden för ljudupptagningar ökar nu till följd av den digitala försäljningen, som enligt uppgifter från Musikproducenterna – IFPI Finland redan täckte 83 procent av försäljningen av ljudupptagningar i Finland år 2017. Radioreklam har däremot ökat rätt så jämnt under flera års tid.

Också biograferna visade år 2017 en klar ökning jämfört med året innan. Biografernas biljettförsäljning och reklam ökade sammantaget med drygt nio procent. Enligt uppgifterna från Finlands filmstiftelse gick man i Finland i fjol totalt 8,8 miljoner gånger på bio. Inhemsk film hade 2,4 miljoner besökare (27 procent av alla biobesök) och klart flest Okänd soldat som filmades på nytt år 2017.

Enligt Europeiska audiovisuella observationsorganet minskade marknaden för videospelningar med omkring 25 procent från året innan. I uppgifterna ingår försäljning av dvd- och blu-ray-skivor samt uthyrning av blu-ray-filmer, men uppgifter om uthyrning av dvd-filmer saknas denna gång i kalkylen.

Trots den småskaliga ökningen som nu statistikfors har massmediemarknadens storlek minskat ytterligare i förhållande till bruttonationalprodukten. Massmediernas andel av bruttonationalprodukten var 1,7 procent år 2017, då den ännu tio år tidigare var 2,1 procent. Från år 2007 har massmediemarknaden minskat med 3,6 procent och i synnerhet när det gäller video-, ljudupptagnings- och förlagsbranschen har minskningen varit mycket kraftig.

Förändringar i massmediemarknaden 2007–2017, %



Ovan presenterade kalkyler över massmediemarknaden visas på slutanvändarnivå t.ex. siffran som beskriver storleken på tidningsmarknaden omfattar prenumerations- och lösnummerförsäljningen till tidningarnas detaljpris samt reklamintäkterna. Siffrorna omfattar den inhemska produktionen och importen, men inte exporten. Internetreklam och andra grupper innehåller i viss mån överlappningar.

Innehåll

Förfrågningar

Kaisa Saarenmaa 029 551 3517
Ansvarig statistikdirektör:
Jari Tarkoma

joukkoviestimet.tilastokeskus@stat.fi
www.stat.fi

Källa: Statistik över massmedier och kultur. Statistikcentralen