

Mediamainonnan määrä kasvoi +0,1 % vuoden toisella kvartaalilla

Vuoden toisella kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 323 milj. €. Mediamainonnan määrä kasvoi +0,1 % vuoden 2024 vastaavaan aikaan verrattuna.

Mainonnan määrä kasvoi kaupunki- ja noutolehdissä, verkkomediassa ja ulkomainonnassa. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä oli laskussa.

Tarkasteltaessa vain Kantar Median kuukausittaisessa seurannassa olevia medioita, toimialoista mainontaansa lisäsivät eniten öljy- ja energiayhtiöt, telepalvelut, lääkkeet sekä finanssiala.

Suurimmat mainostajat vuoden toisella kvartaalilla olivat K-Citymarket, Veikkaus, Lidl, Prisma, K-Supermarket, DNA, S-Market, OP, Tokmanni ja K-Rauta.

Kantar Media Finland
Minna Rantanen
Insight Director
+358 40 718 1066
minna.rantanen@kantar.com

IAB Finland
Anni Lintula
Toiminnanjohtaja
+358 50 414 4233
anni.lintula@iab.fi



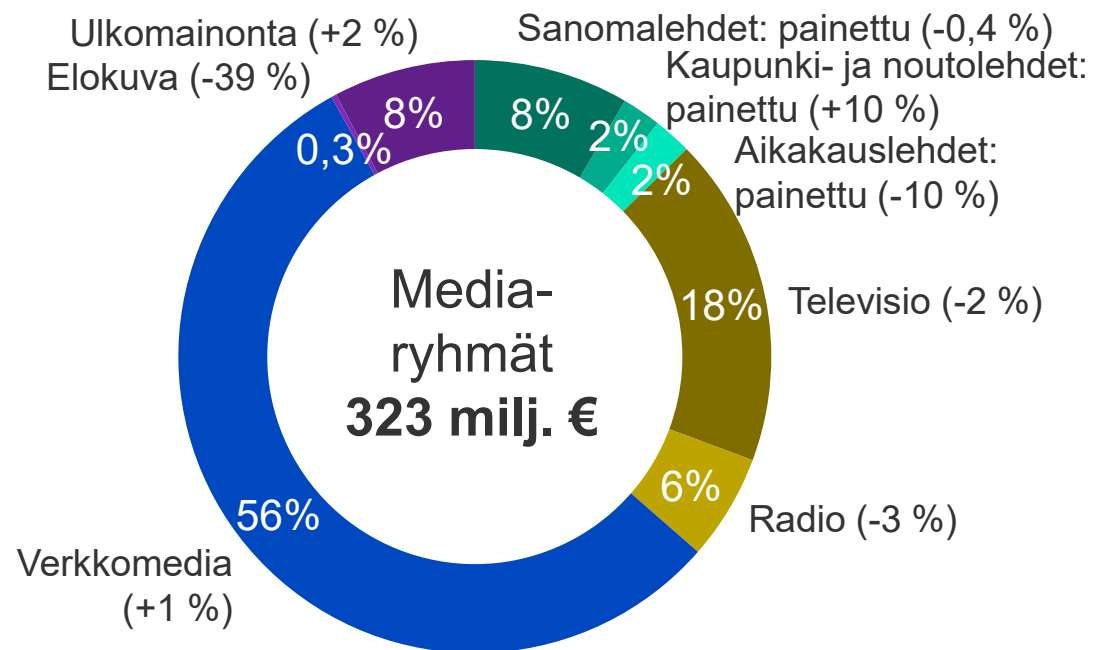
Kantar Media julkaisee yhteistyössä IAB Finlandin kanssa tiedotteen mediamainonnan määrästä kvartaaleittain.

Katsaus perustuu Kantar Median kuukausittaista seuranta laajempaan otokseen. Tiedot perustuvat Kantar Median kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden sekä IAB Finlandin selvittämään some- ja hakumainonnan määrään.

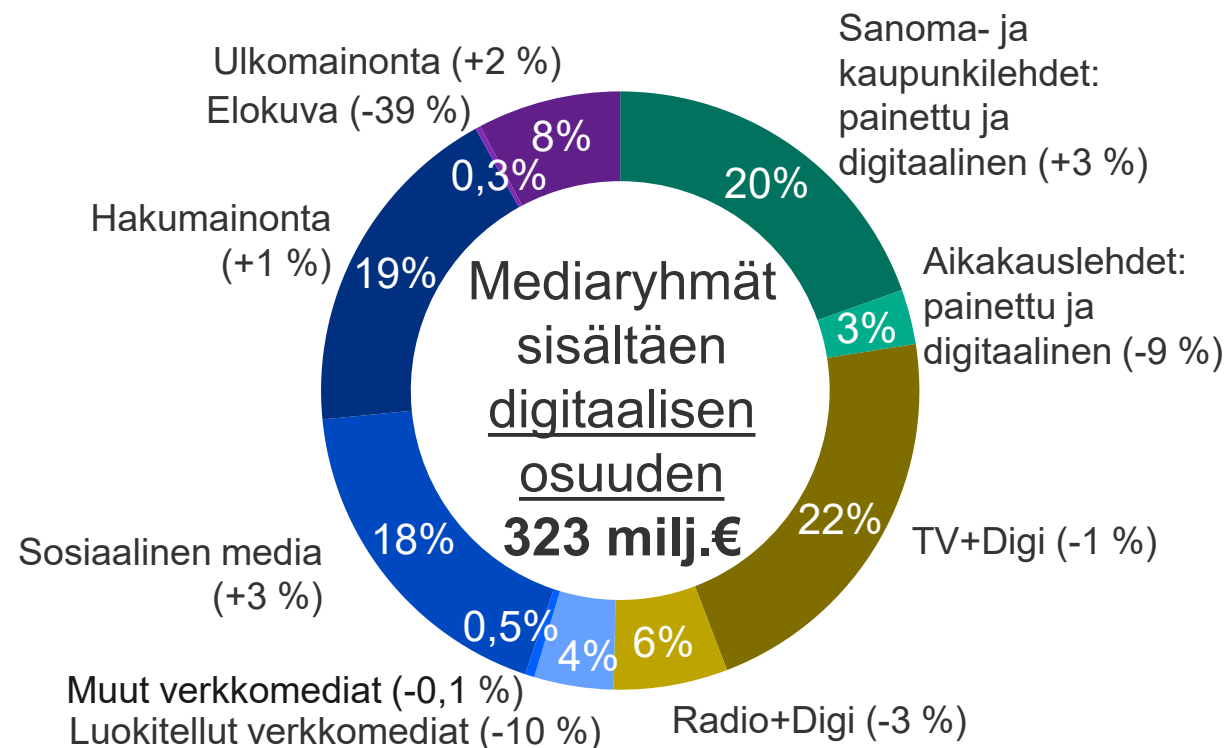
Lukujen laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa. Medialuettelon löydät Kantar Median nettisivustolta
<https://www.kantarmedia.com/suomi/mediamainonta-ja-investoinnit>

Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q2/2025

Luvut perustuvat Kantar Median kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin keräämään some- ja hakumainonnan määrään.



Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on esitetty omana mediaryhmänään.

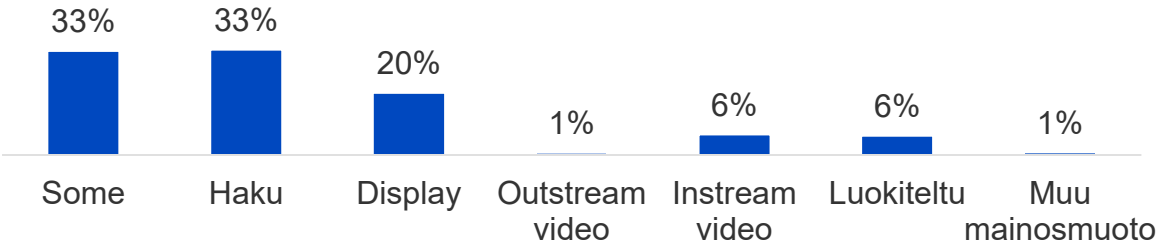


Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin.

Verkkomainonta Q2/2025

Luvut perustuvat Kantar Median kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin keräämään some- ja hakumainonnan määrään.

Mainosmuotojen osuudet verkkomainonnasta



	Q2/2025	
	Milj. €	Muutos vs. Q2/2024
Mainonta sosiaalisessa mediassa*	59,2	3,1 %
Hakumainonta**	59,8	1,4 %
Display	35,3	1,6 %
Outstream video	1,3	45,7 %
Instream video	11,6	3,7 %
Luokiteltu	10,9	-11,5 %
Muu mainosmuoto	1,4	-3,9 %
Verkkomainonta yhteensä	179,4	1,4 %

* sis. Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn, Snapchat, TikTok

** sis. Google ja Bing

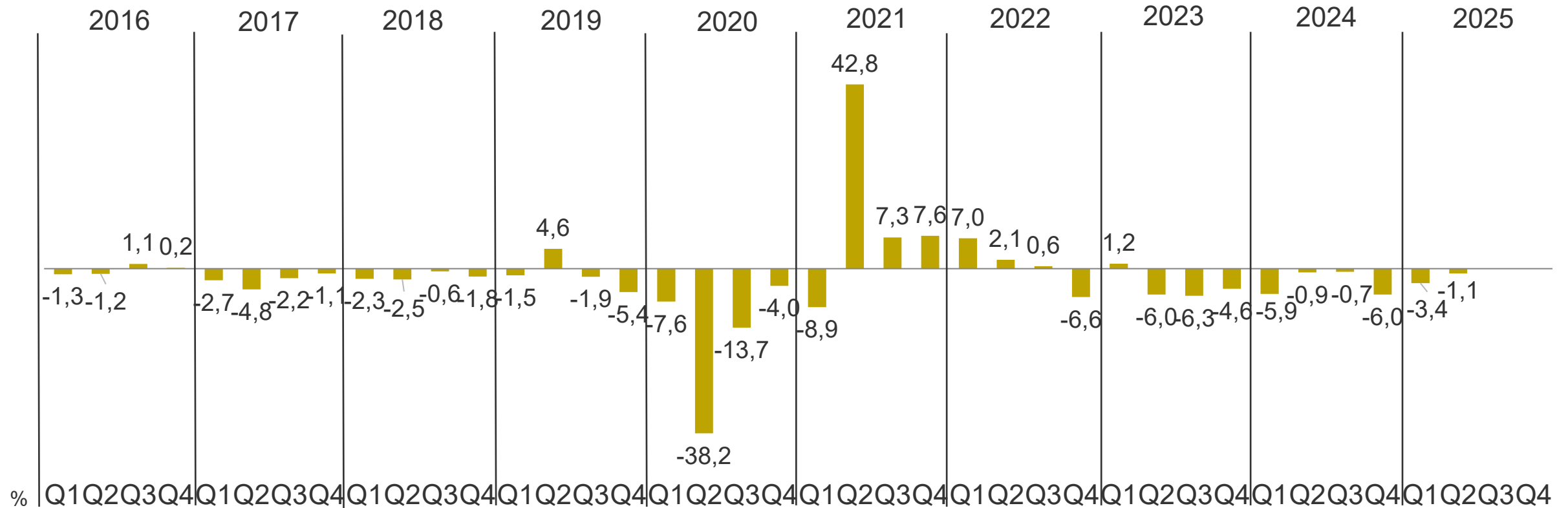
Verkkomainonnan maltillisessa kasvussa

Verkkomainonnan määrä vuoden 2025 toisella kvartaalilla oli noin 179 miljoonaa euroa. Vuoden 2024 vastaavaan kvartaaliin verrattuna digimainonnan määrä nousi +1,4 prosenttia. Verkkomainonnan osuus kaikesta mediamainonnasta oli Q2/2025 aikana +56 %.

”Suomen markkina laahaa edelleen merkittävästi Euroopan keskiarvon perässä. Euroopassa digimainonnan osuus mediamarkkinasta oli vuonna 2024 peräti 67 %. Ensimmäiseen kvartaaliin verrattuna digitaalisen mainonnan osuudessa Suomessa ei tapahtunut merkittävää muutosta. Markkina on edelleen hiljainen ja toimijat varovaisia. Suomessa kaivataan nyt rohkeutta digimainonnan investointeihin”, IAB Finlandin toiminnanjohtaja Anni Lintula kommentoi.

Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2016-2025

Luvut perustuvat Kantar Median kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.



Tarkasteltaessa mainontaa vain Kantarin kuukausittaisessa seurannassa olevissa medioissa, mainonnan määrä vuoden toisella kvartaalilla oli noin 204 milj. €. Mainonnan määrä laski –1,1 % suhteessa vuoden 2024 huhti-kesäkuuhun.

Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat Q2/2025

Luvut perustuvat Kantar Median kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.

Mediamainonnan muutokset toimialoittain | Q2/2025 vs. Q2/2024

TOP	Muutos-%	
	Öljy- ja energiayhtiöt	+39,2
	Telepalvelut	+3,5
	Lääkkeet	+2,0
	Finanssiala	+1,8
BOTTOM	Muutos-%	
	Kosmetiikka	-21,8
	Rakennusala	-8,8
	Pukeutuminen	-8,4
	Moottoriajoneuvot	-7,3

Suurimmat mainostajat mediaryhmittäin | Q2/2025

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
K-Citymarket	K-Citymarket	Orion Pharma	Lidl
Veikkaus	Tokmanni	Sabora Pharma	Veikkaus
Lidl	K-Supermarket	Calcus.com	S-Market
Prisma	Prisma	Interbrands wine&spirits	Prisma
K-Supermarket	K-Rauta	Suomalainen kirjakauppa	Ikea
DNA	Radio	Verkkomedia	Ulkomainonta
S-Market	Veikkaus	K-Citymarket	Unilever Finland
OP	Puulo	Veikkaus	Valio
Tokmanni	Motonet	OP	Alepa
K-Rauta	Elisa	DNA	Finnair
	Orion Pharma	Lidl	Lidl