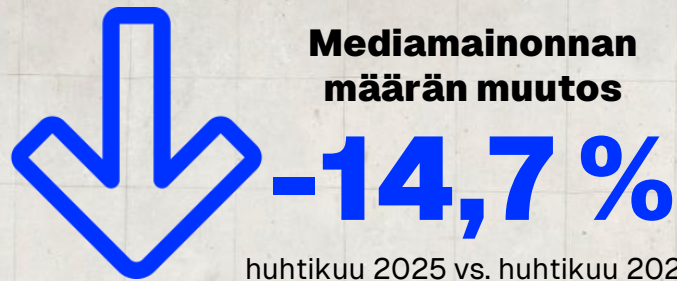


Mediamainonnan muutosmittari

Huhtikuu 2026



Huhtikuussa mediamainonnan määrä laski -14,7 % vuoden 2025 huhtikuuhun verrattuna. Mediaryhmistä ainoastaan elokuvamainonta oli kasvussa. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä väheni edellisvuoden vuoden vastaavaan aikaan verrattuna.

Huhtikuun 2025 alue- ja kuntavaalien mainonta vaikuttaa erityisesti painetun median ja ulkomainonnan muutoksiin. Ilman edellisen vuoden huhtikuun vaalimainonnan vaikutusta mediamainonnan kokonaislasku oli -8,2 %.

Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät finanssialan sekä matkailun ja liikenteen mainostajat. Eniten laski öljy- ja energiayhtiöiden, kosmetiikan, pukeutumisen sekä vähittäiskaupan mainonta.

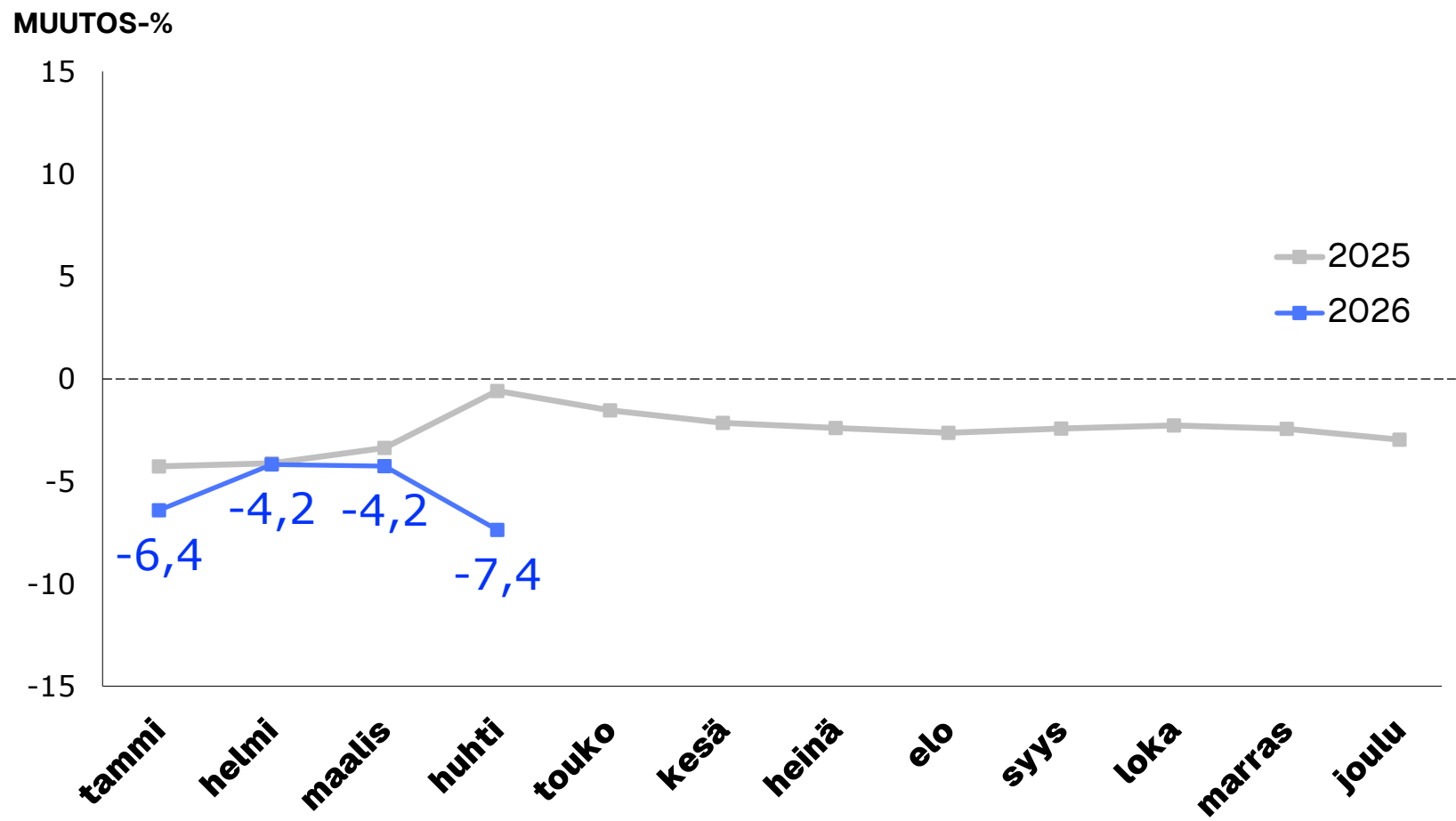
Merkkimainonta laski -16,5 %, vähittäiskaupan mainonta -12,6 % ja luokiteltu ilmoittelu -9,4 % edellisvuoden huhtikuuhun verrattuna.

Toukokuun tiedot raportoidaan kesäkuussa viikolla 25.

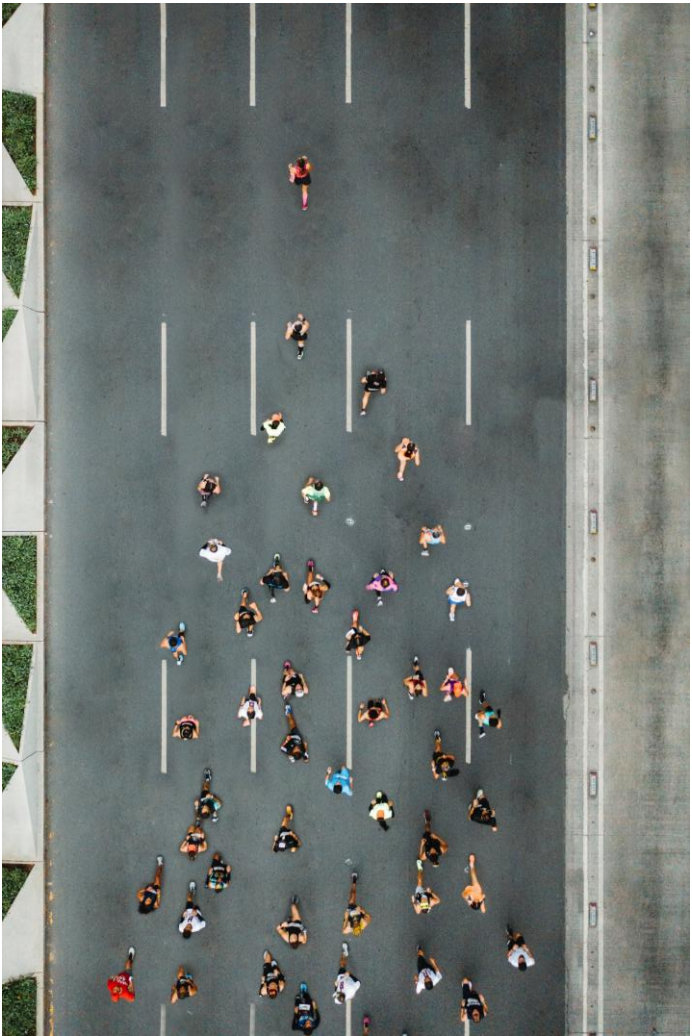
Tässä esityksessä olevat tiedot perustuvat Fifty5Blue Finland Ad Intelligencen jatkuvassa kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden mittaukseen.
Medialuettelomme löydät nettisivustoltamme: <https://www.fifty5blue.com/suomi/mediamainonta-ja-investoinnit>
Tiedotteen muutosprosenttien laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa.

Mediamainontaan käytetyn euromäärän kehitys

Kuukausittain kumulatiivisesti | Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon



Sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio-, radio-, ulko-, elokuva- ja verkkomediamainonta. Vaalimainonta sisältyy lukuihin.



Mediamainonnan muutokset | Mediaryhmät

Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä | Ilman rivi-ilmoituksia

	HUHTIKUU 2026	KUMULATIIVINEN 2026 tammikuu – huhtikuu
	MUUTOS-%	MUUTOS-%
Sanomalehdet: painettu	-34,1%	-19,1%
Kaupunki- ja noutolehdet: painettu	-48,0%	-18,8%
Aikakauslehdet: painettu	-5,3%	-10,2%
Televisio	-17,5%	-14,4%
Radio	-4,0%	-0,6%
Verkkomedia	-1,4%	2,3%
Elokuva	15,3%	-16,4%
Ulkomainonta	-13,7%	-1,7%
Yhteensä	-14,7%	-7,4%

Tiedot perustuvat Fifty5Blue Finland Ad Intelligencen seurannassa olevaan mediavalikoimaan. Mainonnan trendi eli muutos-% on laskettu vertailukelpoisella mediavalikoimalla. Sanoma- ja aikakauslehtien sekä television euromäärät on laskettu käyttämällä oikaisukertoimia. Sanoma- ja aikakauslehtien kertoimet perustuvat mediatalojen kuukausittain ilmoittamiin ilmoitusmyyntitietoihin. Television kertoimet perustuvat MTV ja Nelonen Median kuukausittain ilmoittamiin nettolukuihin. Television luvut sisältävät ostos-, sponsorointi- ja tekstikanavamainonnan. Muiden mediaryhmien mainospanostustiedot kerätään suoraan nettohinnoissa. Verkkomedia-luvut eivät sisällä hakusanamainontaa eikä sosiaalista mediaa kuten Facebook / YouTube.

Mediamainonnan muutokset toimialoittain

Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon

KUMULATIIVINEN

Finanssiala	+5,3
Matkailu ja liikenne	+0,9

HUHTIKUU

Finanssiala	+19,9
Matkailu ja liikenne	+12,8

KUMULATIIVINEN

Pukeutuminen	-14,7
Lääkkeet	-13,5
Telepalvelut	-11,2
Elintarvikkeet	-9,1

HUHTIKUU

Öljy- ja energiayhtiöt	-41,9
Kosmetiikka	-20,8
Pukeutuminen	-15,1
Vähittäiskauppa	-12,6

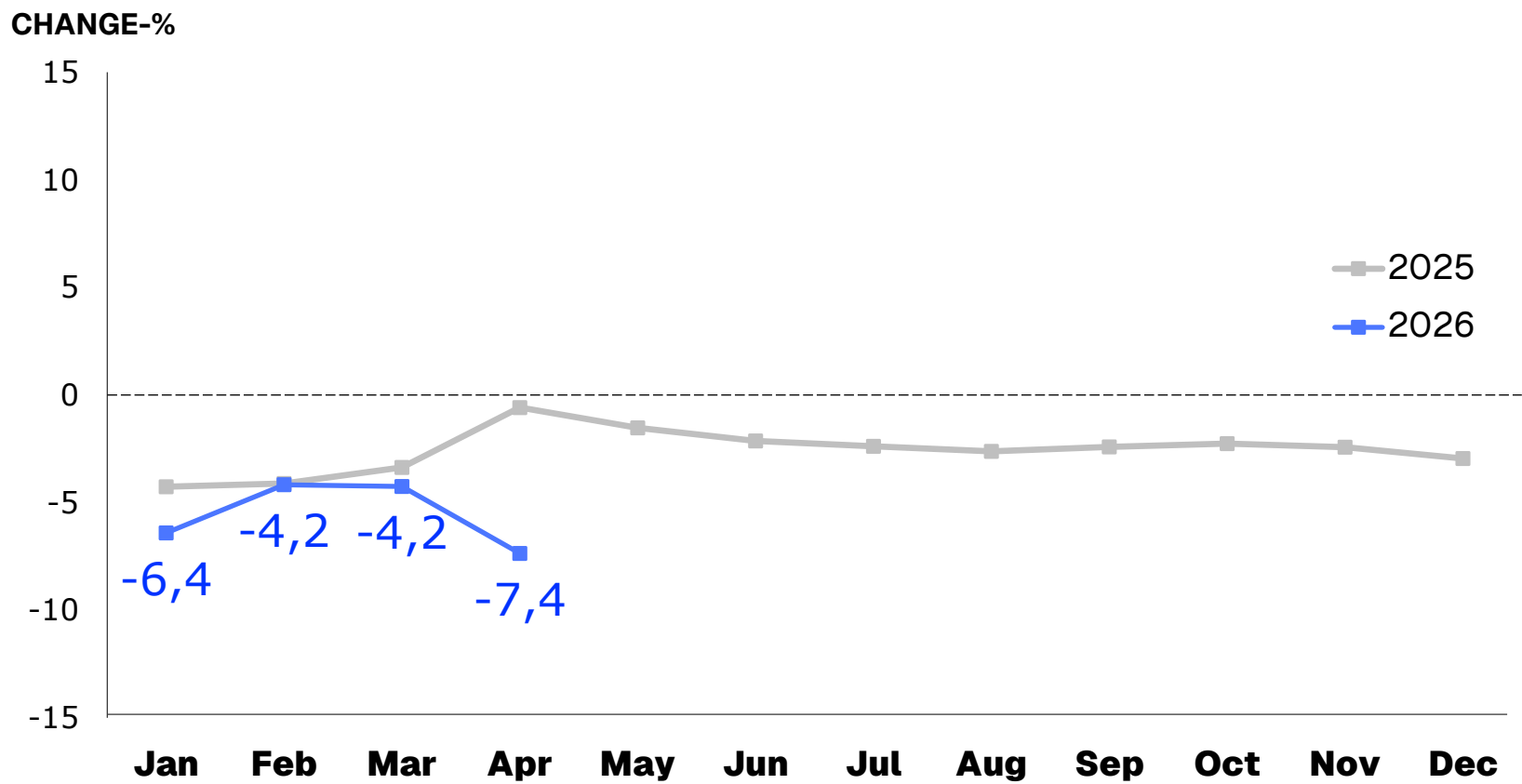
Media Advertising Trends

April 2026

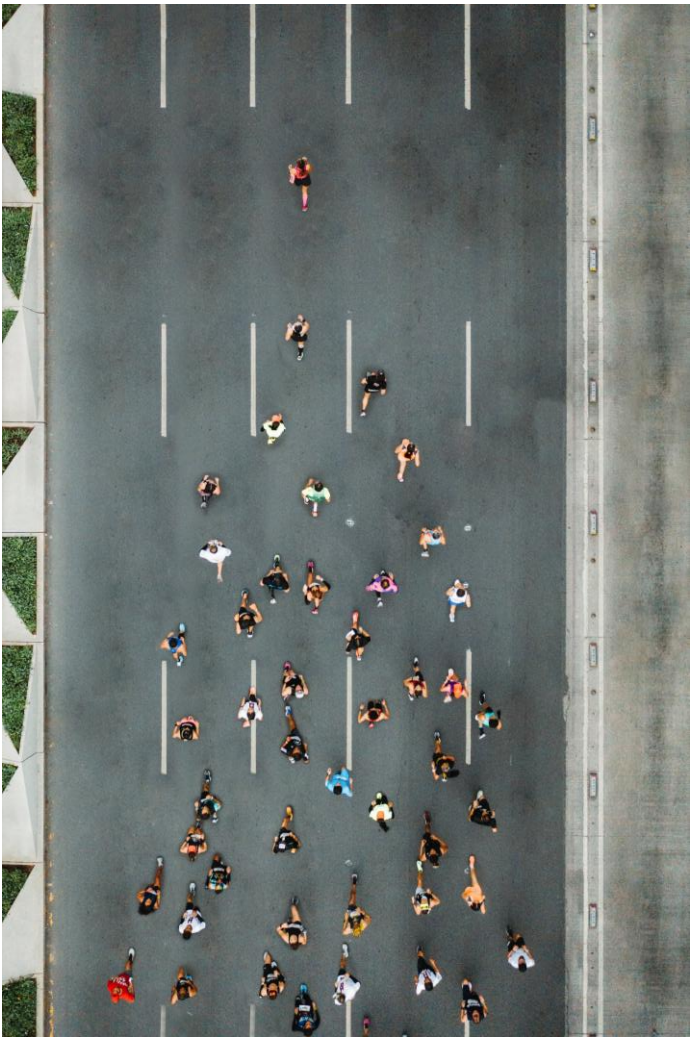
FIFTY5 ■ BLUE

The Media Advertising Expenditure Trends

Cumulative development | Change-% versus previous year



Newspapers, Magazines, TV, Radio, Outdoor, Online, Cinema. Including advertising of electoral campaigns.



The Media Advertising Expenditure | Media Groups

Net ad spends in K€ | Excluding small classified ads

	APRIL 2026	CUMULATIVE 2026 January - April
	CHANGE-%	CHANGE-%
Newspapers: printed	-34,1%	-19,1%
Local and free issue papers: printed	-48,0%	-18,8%
Magazines: printed	-5,3%	-10,2%
Television	-17,5%	-14,4%
Radio	-4,0%	-0,6%
Online	-1,4%	2,3%
Cinema	15,3%	-16,4%
Out of home	-13,7%	-1,7%
Total	-14,7%	-7,4%

Information is based on the current media coverage of Fifty5Blue Finland Ad Intelligence. Advertising trend (change%) has been calculated by using comparable media coverage. Gross prices for TV and print advertising are recalculated into net prices with correction coefficients specific for a media or a media group. Newspaper and magazine coefficients are based on the information delivered by Finnish Media Houses. Television coefficients are based on the monthly information delivered by MTV and Nelonen including sponsorship, shop TV and text-TV-advertising. Ad spends for all other media groups are calculated directly in net prices. Online figures do not include search engines or social media sites (Facebook, YouTube).

Advertising Trend by Category

Change-% versus previous year



CUMULATIVE

Finance	+5,3
Travel and transport	+0,9

APRIL

Finance	+19,9
Travel and transport	+12,8





CUMULATIVE

Clothing	-14,7
Medicines	-13,5
Telecom	-11,2
Food	-9,1

APRIL

Oil and energy	-41,9
Cosmetics	-20,8
Clothing	-15,1
Retail	-12,6

