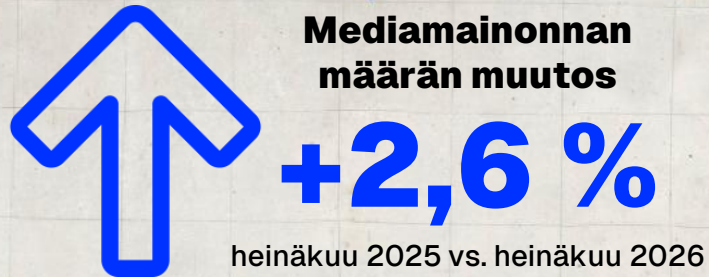


Mediamainonnan muutosmittari

Heinäkuu 2026



Heinäkuussa mediamainonnan määrä kasvoi +2,6 % vuoden 2025 heinäkuuhun verrattuna. Mediaryhmistä televisio, verkkomedia ja ulkomainonta olivat kasvussa. Painettujen medioiden, radion ja elokuvamainonnan määrä väheni edellisvuoden vastaavaan aikaan verrattuna.

Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät finanssialan, elintarvikkeiden, vähittäiskaupan sekä telepalveluiden mainostajat. Eniten laski pukeutumisen, rakennusalan, kosmetiikan sekä moottoriajoneuvojen mainonta.

Merkkimainonta kasvoi +4,0 % ja vähittäiskaupan mainonta +8,3 % edellisvuoden heinäkuuhun verrattuna. Luokiteltu ilmoittelu laski -8,1 %.

Elokuun tiedot raportoidaan syyskuussa viikolla 39.

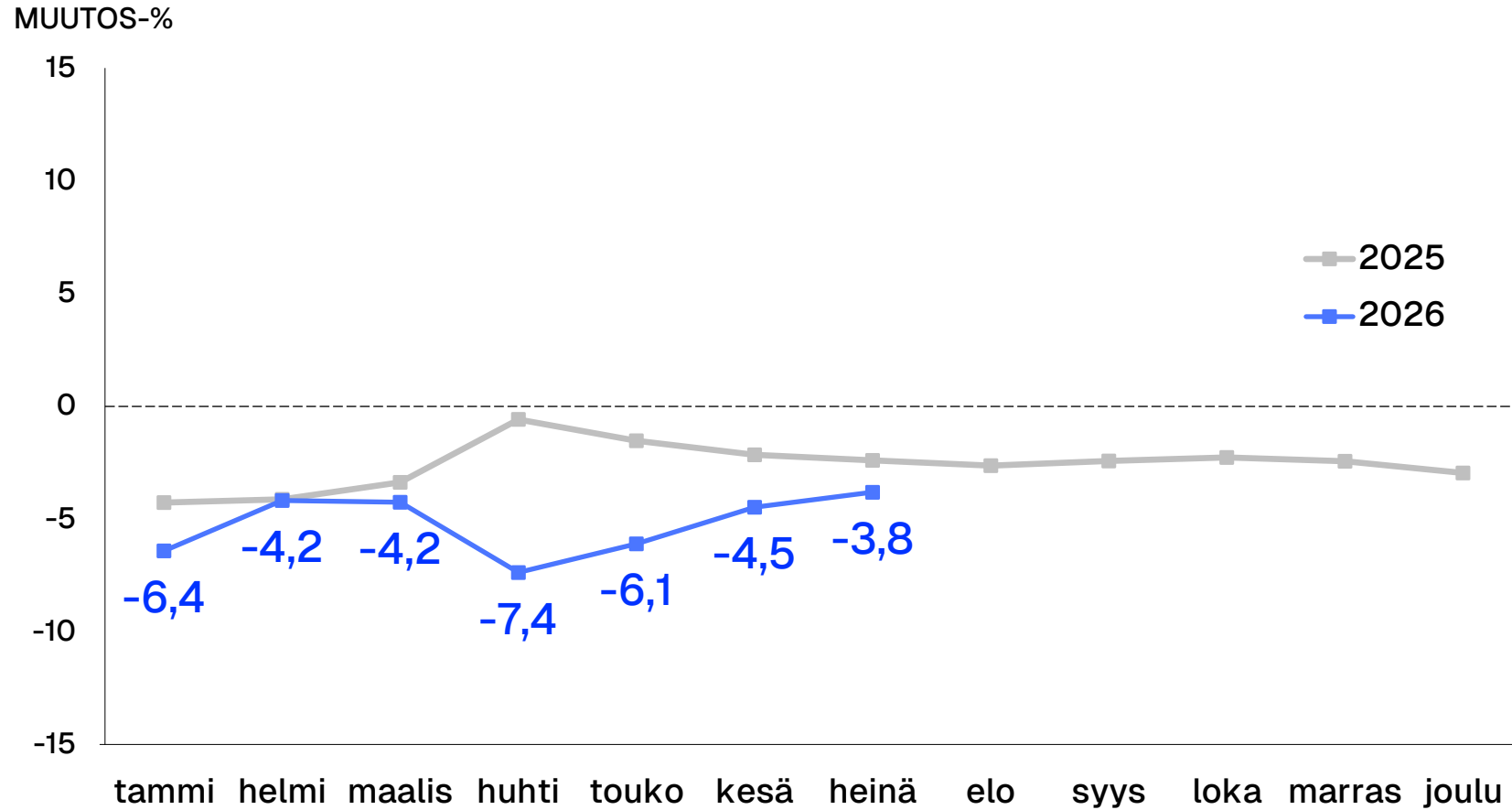
Tässä esityksessä olevat tiedot perustuvat Fifty5Blue Finland Ad Intelligencen jatkuvassa kuukausittaisessa seurannassa olevien medioiden mittaukseen.

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

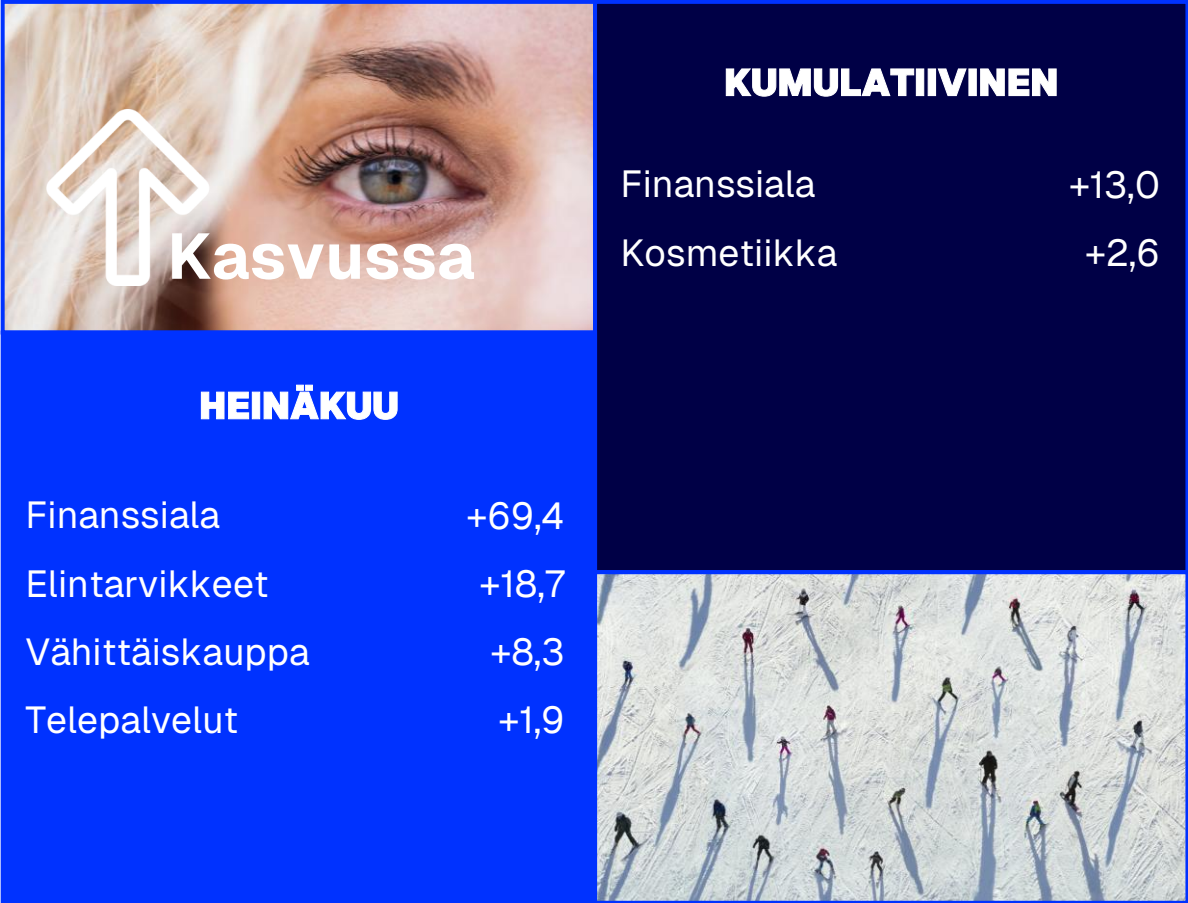
Mediamainontaan käytetty nettoeuromäärä | Ilman rivi-ilmoituksia

	HEINÄKUU 2026	KUMULATIIVINEN 2026 tammikuu – heinäkuu
	MUUTOS-%	” MUUTOS-%
Sanomalehdet: painettu	-12,1%	-16,4%
Kaupunki- ja noutolehdet: painettu	-11,3%	-15,1%
Aikakauslehdet: painettu	-28,4%	-11,3%
Televisio	21,5%	-8,4%
Radio	-7,7%	0%
Verkkomedia	4,1%	3,5%
Elokuva	-20,7%	-12,0%
Ulkomainonta	6,9%	3,9%
Yhteensä	2,6%	-3,8%

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. Verkkomedialuvut eivät sisällä hakusanamainontaa eikä sosiaalista mediaa kuten Facebook / YouTube.

Mediamainonnan muutokset toimialoittain

Muutos-% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon



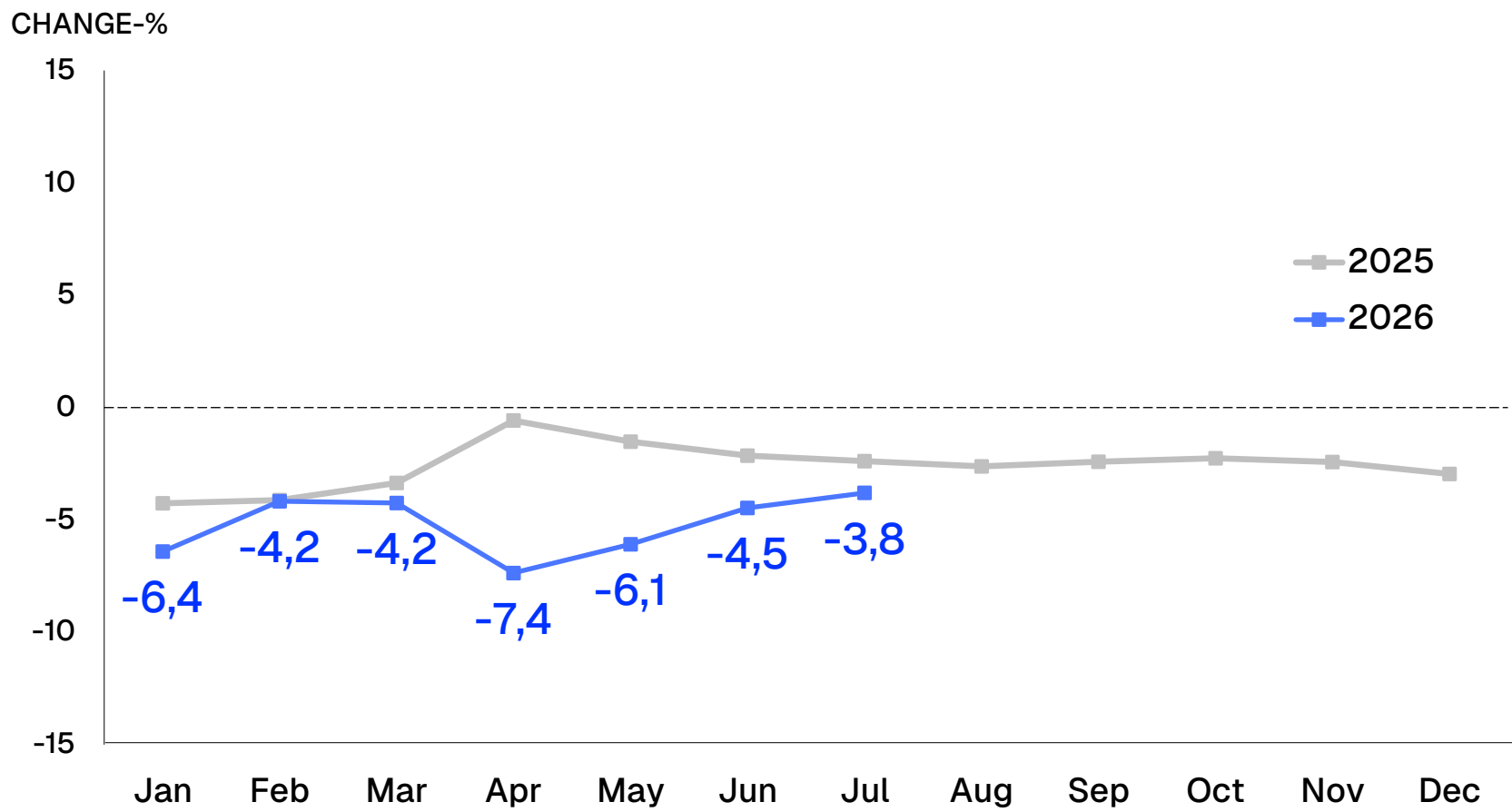
Media Advertising Trends

July 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

	JULY 2026	CUMULATIVE 2026 January - July
	CHANGE-%	CHANGE-%
Newspapers: printed	-12,1%	-16,4%
Local and free issue papers: printed	-11,3%	-15,1%
Magazines: printed	-28,4%	-11,3%
Television	21,5%	-8,4%
Radio	-7,7%	0%
Online	4,1%	3,5%
Cinema	-20,7%	-12,0%
Out of home	6,9%	3,9%
Total	2,6%	-3,8%

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

