

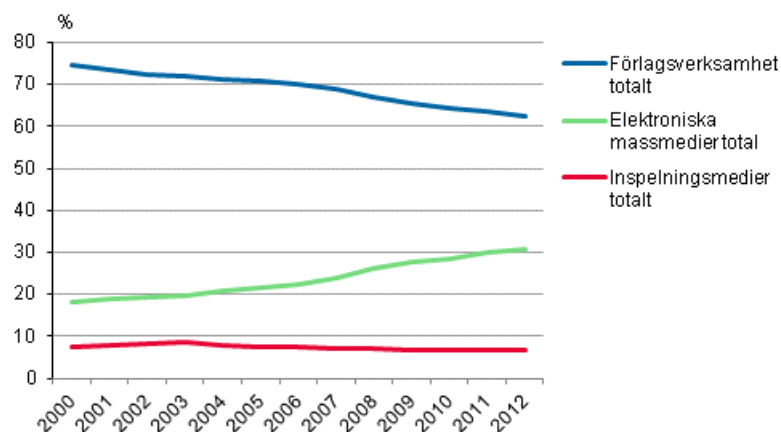
Massmediestatistik 2012

Massmediemarknaden

Massmediernas marknadstrender oförändrade år 2012

Massmediemarknadens tillväxt har under 2000-talet varit beroende främst av de elektroniska medierna. Televisionens, radions och webbmediernas sammanräknade intäkter har mer än fördubblats. Förlagsverksamhetens andel av massmediemarknaden har klart minskat. Enligt Statistikcentralen var totalutvecklingen av massmediemarknadens värde något på minus år 2012. Av värdet försvann omkring tjugo miljoner euro (-0,5 %). Mediemarknadens storlek var sammanlagt omkring 4,3 miljarder euro.

Sektorernas andelar av massmediemarknaden i Finland 2000–2012, procent



De elektroniska mediernas tillväxt räknat i euro fortsatte, men klart långsammare än tidigare. Förlagsverksamhetens intäkter minskade med omkring två procent.

Inom de elektroniska medierna ökade internetreklamen mest (+ 10 %). Televisionens verksamheten ökade bara med omkring en procent.

Inom förlagsverksamheten var siffrorna negativa med undantag av tidningar som utkommer 1–3 gånger i veckan.

Annonsintäkterna för tryckta tidningar minskade klart. Prenumerationsförsäljningen försvårades för sin del av att prenumerationspriserna steg till följd av att momsskattesatsen för tidningsprenumerationer höjdes till 9 procent i början av år 2012. Enligt uppgifter från Tidningarnas Förbund uppgick de digitala intäkternas andel av den totala tidningsförsäljningen till endast omkring fyra procent.

I motsats till trenden uppnådde biograferna en intäktsökning på 20 procent. Andelen biografbesökare som såg inhemska filmer var rekordhög. Den tydliga nedgången i försäljningen av videoinspelningar fortsatte också år 2012 (-11 %).

Massmediemarknaden i Finland 2011–2012, miljoner euro

	2011 mn €	2012 mn €	2012 %	Förändring, % 2011-12
Dagstidningar (7–4 dagar i veckan) ¹⁾	1 001	996	23	-0,51
Övriga tidningar ¹⁾	127	136	3	7,4
Gratistidningar ¹⁾	83	76	2	-8,2
Tidskrifter	680	650	15	-4,4
Böcker ¹⁾	570	562	13	-1,4
Tryckta kataloger & direktreklam	291	282	7	-3,1
Förlagsverksamhet totalt	2 752	2 703	62	-1,8
Television ²⁾	1 028	1 039	24	1,1
Radio	60	58	1	-3,2
Internetreklam	219	240	6	10,0
Elektroniska massmedier totalt	1 307	1 338	31	2,4
Fonogram ¹⁾	77	77	2	1,0
Video	144	128	3	-10,8
Biografer	68	81	2	19,7
Inspelningsmedier totalt	288	287	7	-0,5
Massmedier totalt	4 347	4 327	100	-0,5

1) Inkl. också digital försäljning.

2) Inkl. också YLE public service-radioverksamheten

Kalkylerna över massmediemarknaden visas på slutanvändarnivå: t.ex. siffran som beskriver storleken på dagstidningsmarknaden omfattar prenumerations- och lösnummerförsäljningen till tidningarnas detaljpris samt reklamintäkterna. Siffrorna inkluderar den inhemska produktionen och importen, men inte exporten.

Internetreklamen och tidningarna innehåller överlappningar.

Innehåll

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Sektorernas andelar av massmediemarknaden i Finland 2000 - 2012, procent.....	4
---	---

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Sektorernas andelar av massmediemarknaden i Finland 2000 - 2012, procent

År	Förlags- verksamhet %	Elektroniska medier %	Inspelnings- medier %	Totalt %	Totalt mn Euro
2000	75	18	7	100	3 451
2001	73	19	8	100	3 510
2002	73	19	8	100	3 564
2003	72	20	8	100	3 657
2004	71	21	8	100	3 812
2005	71	22	7	100	3 936
2006	70	22	7	100	4 076
2007	69	24	7	100	4 273
2008	67	26	7	100	4 419
2009	66	28	7	100	4 174
2010	64	29	7	100	4 293
2011	63	30	7	100	4 347
2012	62	31	7	100	4 327

Förfrågningar

Tuomo Sauri 09 1734 3449

Ansvarig statistikdirektör:

Riitta Harala

joukkoviestimet.tilastokeskus@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Statistik över massmedier och kultur. Statistikcentralen