

Massmedier 2016

Massmediemarknaden

Massmediemarknaden ökade något

Massmediemarknaden ökade något år 2016. Värdet av massmediemarknaden var ungefär 3,8 miljarder euro. Marknadens värde ökade med 1,2 procent jämfört med året innan, dvs. med drygt 40 miljoner euro.

Massmediemarknaden 2015 - 2016, miljoner euro

| | 2015 | 2016 | 2016 | Förändring |
|--|--------------|--------------|--------------|-------------|
| | mn € | mn € | % | % 2015-16 |
| Dagstidningar (7-4 dagar i veckan) ¹⁾ | 830 | 807 | 21,2 | -2,8 |
| Övriga tidningar ¹⁾ | 132 | 135 | 3,6 | 2,3 |
| Gratisstidningar ¹⁾ | 71 | 68 | 1,8 | -5,1 |
| Tidskrifter ¹⁾ | 505 | 490 | 12,9 | -3,0 |
| Böcker ¹⁾ | 570 | 604 | 15,9 | 6,0 |
| Förlagsverksamhet totalt | 2 108 | 2 104 | 55,3 | -0,2 |
| Television ²⁾ | 1 073 | 1 097 | 28,8 | 2,2 |
| Radio | 63 | 64 | 1,7 | 2,8 |
| Internetreklam | 286 | 324 | 8,5 | 13,4 |
| Elektroniska massmedier totalt | 1 422 | 1 486 | 39,1 | 4,5 |
| Fonogram ¹⁾ | 58 | 59 | 1,6 | 1,6 |
| Video | 78 | 59 | 1,6 | -24,4 |
| Biografer | 94 | 96 | 2,5 | 1,9 |
| Inspelningsmedier totalt | 231 | 214 | 5,6 | -7,1 |
| Massmedier totalt | 3 760 | 3 804 | 100,0 | 1,2 |

1) Inkl. också digital försäljning.

2) Inkl. också Yle public service-radioverksamheten.

Massmediemarknaden minskade under åren 2012–2015.

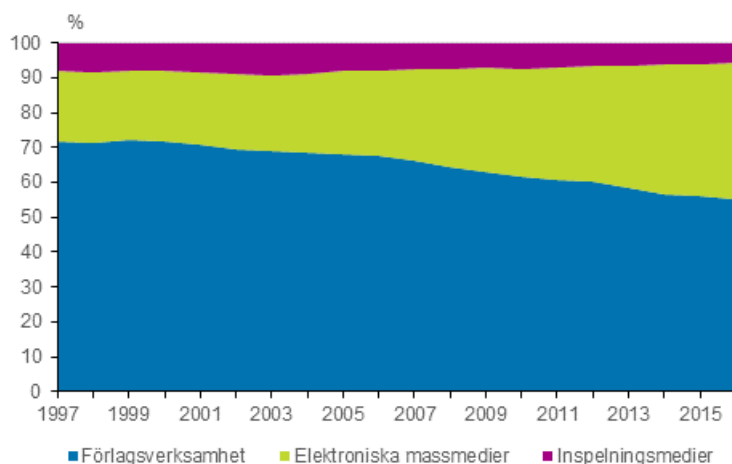
Under år 2016 sjönk eller steg resultatet moderat inom de flesta näringsgrenarna inom massmedierna jämfört med året innan. Kraftigast var ökningen inom internetreklam (+13 %) och försäljning av böcker

(+6 %). Försäljning och uthyrning av videospelningar (-24 %) samt avgiftsfria stadstidningar (-5 %) visade den största nedgången.

Långsiktiga uppgifter visar att det skett en brytning på mediemarknaden. Värdet av elektroniska medier har ökat, medan värdet av förlagsverksamhet har minskat. Värdet av inspelningsmediemarknaden, som är betydligt mindre än förlagsverksamheten och elektroniska medier, har också minskat under de senaste tio åren, även om biografernas biljett- och reklamförsäljning har ökat.

Förlagsbranschen är fortfarande volymmässigt den klart största sektorn på Finlands mediemarknad.

Olika sektors andelar av massmediemarknadens volym 1997–2016 (%)



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