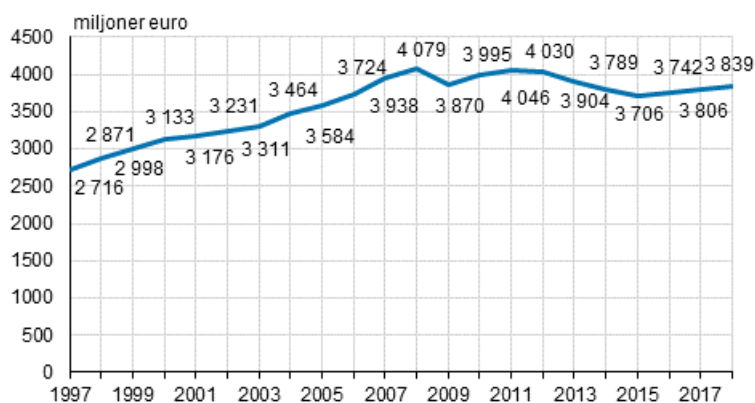


Massmediernas marknadstrender oförändrade år 2018

Värdet av massmediemarknaden uppgick till omkring 3,8 miljarder euro år 2018. Marknadens värde ökade med 0,9 procent jämfört med året innan, dvs. med 33 miljoner euro. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens statistik över massmedier och kultur.

Enligt Statistikcentralens uppskattningar ökade massmediemarknaden nu en aning för tredje året i följd. Under åren 2012–2015 minskade massmediemarknaden fyra år i följd. Också i samband med finanskrisen år 2009 minskade värdet av massmediemarknaden jämfört med året innan. Sammantaget har värdet av massmediemarknaden ökat under granskningsperioden som sträcker sig över drygt två decennier.

Massmediemarknaden 1997–2018, miljoner euro (löpande priser)



Trots den nu statistikförda ringa ökningen sjönk storleken på massmediemarknaden ytterligare i förhållande till bruttonationalprodukten. År 2018 var massmediernas andel av hela samhällsekonomin något under 1,7 procent, medan den tio år tidigare var 2,1 procent.

Från år 2008 har massmediemarknaden minskat med 5,9 procent och i synnerhet försäljningen av fysiska videor och ljudinspelningar samt trycksaker har minskat kraftigt.

Massmediemarknaden 2017–2018, miljoner euro

	2017, mn €	2018, mn €	2018, %	Förändring, % 2017-2018
Dagstidningar (7-4 dagar i veckan) ¹⁾	785	758	19,7	-3,4
Övriga tidningar ¹⁾	136	131	3,4	-3,7
Gratis-tidningar ¹⁾	68	63	1,6	-7,4
Tidskrifter ¹⁾	470	450	11,7	-4,3
Böcker ¹⁾	549	545	14,2	-0,8
Förlagsverksamhet totalt	2 008	1 947	50,7	-3,0
Television ²⁾	1 145	1 206	31,4	5,3
Radio	67	71	1,9	6,3
Internetreklam	370	421	11,0	13,7
Elektroniska massmedier totalt	1 582	1 698	44,2	7,3
Fonogram ¹⁾	64	68	1,8	5,6
Video (dvd, blu-ray) ³⁾	46	29	0,7	-38,1
Biografer	105	97	2,5	-7,5
Inspelningsmedier totalt	216	194	5,0	-10,2
Massmedier totalt	3 806	3 839	100,0	0,9

Källa: Statistikcentralen, Statistik över massmedier och kultur

1) Omfattar också digital försäljning.

2) Omfattar Yle public service-verksamheten i sin helhet (tv, radio, webbutgivning).

3) Uppgiften för år 2018 är preliminär.

Förlagsbranschens (inkl. dagstidningar, gratistidningar, tidskrifter och böcker) försäljning försvagades år 2018 inom alla näringsgrenar som ingår i Statistikcentralens kalkyl. Annonsernas andel av dagstidningarnas intäkter minskade ytterligare år 2018. Bara en handfull aktörer i tidningsbranschen, såsom dagstidningen Helsingin Sanomat, har lyckats öka sin totala upplaga under den digitala omvälvningen. Flera tidningar har under senare år också slutat låta redovisa sina upplagor.

Av de enskilda näringsgrenarna inom media var televisionsbranschen den största år 2018 med en volym på 1,2 miljarder euro, vilket motsvarar nästan en tredjedel av hela mediamarknaden. Till televisionsbranschen räknas i kalkylen Rundradions verksamhet i sin helhet, tv-reklam i kommersiell tv samt tv-tjänsternas beställningsavgifter, dvs. grundavgifter för kabel-tv och betal-tv-avgifter inklusive beställningsvideotjänster som Netflix.

Televisionsbranschen ökade tack vare betal-tv-verksamheten, och särskilt då tittaravgifterna för beställningsvideotjänster, med drygt fem procent jämfört med året innan. Även om volymen av tv-reklam ökade något från föregående år, enligt uppgifter från Kantar TNS, minskade andelen reklam ytterligare i intäkterna för hela tv-verksamheten. (Tabellbilaga 5.)

Internetreklamen ökade med nästan 14 procent från året innan och var 421 miljoner euro år 2018, också enligt uppgifter från Kantar.

År 2018 var ett gynnsamt år också för ljudmedier: den kommersiella radion och marknaden för ljudupptagningar ökade båda med omkring sex procent jämfört med året innan. Siffrorna grundar sig på uppgifter från branschorganisationen RadioMedia och Musiikkituottajat – IFPI Finland ry.

Biograferna lockade talrikt med tittare år 2018, även om det inte fanns någon överlägsen kassamagnet i filmutbudet i likhet med nyinspelningen av filmen Okänd soldat år 2017. Enligt uppgifterna från Finlands filmstiftelse uppgick antalet biobesök i Finland år 2018 till totalt 8,1 miljoner. De inhemska filmerna hade 1,9 miljoner tittare, vilket motsvarar 24 procent av alla biobesök.

Siffran som beskriver marknaden för fysiska videoinspelningar (inkl. dvd, blu-ray) är en preliminär uppgift, som baserar sig på kalkyler beställda av Finlands filmstiftelse. Under tidigare år har uppgifterna baserat sig på den statistik över partiförsäljning av videoinspelningar som sammanställts av Suomen Filmikamari och de kalkyler som Europeiska audiovisuella observationsorganet publicerat i sin årsbok. På grund av förändringar i uppgiftskällorna är siffran inte helt jämförbar med tidigare år.

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