



# *Joukkoviestimet 2009*

## *Finnish Mass Media*

# *Joukkoviestimet 2009*

## *Finnish Mass Media*

---

*Tiedustelut – Förfrågningar – Inquiries:*

*Tuomo Sauri*  
*Puh. (09) 1734 3449*  
*Tel. +358 9 1734 3449*  
*tuomo.sauri@stat.fi*

*Rauli Kohvakka*  
*Puh. (09) 1734 3448*  
*Tel. +358 9 1734 3448*  
*rauli.kohvakka@stat.fi*

*Kansikuva – Pärbild – Cover photograph: Ilkka Kärkkäinen*  
*Kannen suunnittelu – Pärmlanering – Cover design: Irene Matis*  
*Taitto – Ombrytning – Layout: Eeva-Liisa Repo*

© 2010 Tilastokeskus – Statistikcentralen – Statistics Finland

ISSN 1455–9447  
ISBN 978–952–244–224–6

<i>Taulukoissa käytetyt symbolit</i>	<i>Key to symbols used in Tables</i>
<i>Ei mitään ilmoitettavaa</i>	<i>No information..... –</i>
<i>Suure pienempi kuin puolet käytetyistä yksiköistä</i>	<i>Quantity less than half the unit used.... 0 ja 0,0</i>
<i>Tietoa ei ole saatu tai se on liian epävarma ilmoitettavaksi</i>	<i>Data not available or sufficiently reliable... ..</i>

*Vaaka tai pystysuora viiva, joka katkaisee aikasarjan, osoittaa, että viivan eri puolilla olevat tiedot eivät ole täysin verrannollisia.*  
*A horizontal or vertical line drawn across a time series shows substantial break in the homogeneity of a series.*

# *Esipuhe*

Joukkoviestimet – Finnish Mass Media ilmestyy nyt yhdeksättöistä kertaa. Lisäksi siitä on ilmestynyt neljä kertaa englanninkielinen laitos. Julkaisu ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1987, silloin nimellä Joukkoviestintätalasto.

Julkaisussa tarkastellaan joukkoviestimiä seuraavina kokonaisuuksina: joukkoviestinnän talous ja kulutus, televisio, radio, äänitteet, video, elokuva, kirjat ja kirjastot, sanoma- ja aikakauslehdet ja internet. Julkaisussa on myös kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä luku. Jokaisesta joukkoviestinnän sektorista on lisäksi tilastokatsausten yhteydessä tiiviit yhteenvedoartikkelit.

Julkaisuun on kerätty tietoja lukuisista lähteistä. Samoin on hyödynnetty Tilastokeskuksen omia aineistoja, kuten yritysrekisteriä ja teollisuustilastoja.

Joukkoviestimet -julkaisun ovat koonneet ja toimittaneet Rauli Kohvakka ja Tuomo Sauri (vastaava toimittaja). He ovat myös laatineet julkaisun tilastolukujen yhteenvedoartikkelit. Tekijöiden tarkempi työnjako ilmenee julkaisun sisällysluettelosta. Julkaisun valmistamiseen ovat osallistuneet myös Irma Ollila (taulukoiden ja kuvioiden toteutus) ja Eeva-Liisa Repo (taitto). Ruotsinkielisen yhteenvedon on kääntänyt Maria Colliander ja englanninkielisen yhteenvedon ovat kääntäneet David Kivinen ja Piia Matikkala.

Helsingissä, joulukuussa 2009

*Riitta Harala*  
Tilastojohtaja

# Förord

Joukkoviestimet – Finnish Mass Media utges nu för elfte gången. Den har också utkommit fyra gånger på engelska. Publikationen utkom första gången år 1987 under namnet Joukkoviestintätilasto.

Publikationen granskar massmedierna som följande helheter: massmedieekonomi och konsumtion, television, radio, fonogram, video, film, böcker och bibliotek, dagstidningar, tidskrifter och internet. Därutöver redovisas internationell jämförande statistik i ett separat kapitel. För varje massmediesektor presenteras dessutom kortfattade resuméer i anslutning till statistiköversikterna.

Information från ett stort antal källor har sammanställts i publikationen. Vidare har man utnyttjat Statistikcentralens eget material, till exempel företagsregistret och industristatistiken.

Publikationen Joukkoviestimet (Massmedier) har samlats ihop och redigerats av Rauli Kohvakka och Tuomo Sauri (ansvarig redaktör). De har också skrivit resuméerna över statistikkapitlen i publikationen. Författarnas närmare arbetsfördelning framgår av publikationens innehållsförteckning. Irma Ollila (tabeller och figurer) och Eeva-Liisa Repo (layout) har också deltagit i utarbetandet av publikationen. Sammanfattningen på svenska har översatts av Maria Colliander.

Helsingfors, december 2009

*Riitta Harala*  
Statistikdirektör

# Preface

Finnish Mass Media is the eleventh volume in Statistics Finland's series of comprehensive statistical compendia on the mass media sector in Finland. The first publication in this series came out in 1987.

Finnish Mass Media 2009 provides a comprehensive statistical overview of the media scene in Finland. The report is organised into chapters on mass media economy and consumption; television; radio; phonograms; video; films; books and libraries; newspapers and magazines; and internet. There is also a separate chapter with international comparative data. Summary articles on each mass media sector complement the statistical overviews.

Data have been collected for the publication from a number of sources. In addition, Statistics Finland's own data have been exploited including the Business Register and industrial statistics.

Finnish Mass Media was compiled and edited by Rauli Kohvakka and Tuomo Sauri (responsible editor), who also wrote the overview articles of the report. The authors of the articles are indicated in the list of contents. The Tables and Figures were compiled by Irma Ollila; the layout is by Eeva-Liisa Repo; and the translation into English by David Kivinen and Piia Matikkala.

Helsinki, December 2009

*Riitta Harala*

Director



# Sisällys – Contents

Esipuhe – Förord – <i>Preface</i> .....	3/4/5
Yhteenveto – Sammanfattning – <i>Summary</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	9/15/21
1    Joukkoviestinnän talous ja kulutus <i>Mass media economy and consumption</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	27
2    Televisio – <i>Television</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	53
3    Radio – <i>Radio</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	85
4    Äänitteet – <i>Phonograms</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	109
5    Video – <i>Video</i>	
<i>Rauli Kohvakka</i> .....	121
6    Elokuva – <i>Films</i>	
<i>Rauli Kohvakka</i> .....	129
7    Kirja ja kirjastot – <i>Books and libraries</i>	
<i>Rauli Kohvakka</i> .....	147
8    Sanomalehdet – <i>Newspapers</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	167
9    Aikakauslehdet – <i>Magazines and periodicals</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	191
10   Internet – <i>Internet</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	211
11   Kansainvälisiä vertailutietoja – <i>International comparisons</i>	
<i>Tuomo Sauri</i> .....	221
Liitteet – <i>Appendices</i> .....	233
Osoitteita – <i>Adresses</i> .....	239





# Yhteenveto

Suomen joukkoviestintämarkkinoiden koko oli noin 4,4 miljardia euroa vuonna 2008. Volyymin kasvu oli 1990-luvun jälkipuolella 4–5 prosentin luokkaa vuosittain, mutta kasvu hidastui 2000-luvun alussa. Aivan viime vuosina vuosikasvu on ollut 3–4 prosenttia.

Suomessa toimi noin 2 500 joukkoviestintäyritystä vuonna 2007. Niiden määrä kasvoi 1990-luvun lopusta noin viidelläsadalla. Lähialat kuten painaminen ja mainonta mukaan laskien yrityksiä oli lähes 7 000. Joukkoviestinnän yritykset ja lähialojen yritykset työllistivät yhteensä noin 45 000 henkeä.

## Graafinen viestintä

Suomi on monessa mielessä vahva sanoma- ja aikakauslehtimaa. Lehtinimikkeitä on paljon, levikki- ja lukijapeitot ovat edelleen kansainvälisessä vertailussa korkeita. Vuonna 2008 Suomessa ilmestyi 201 sanomalehteä. Esimerkiksi Ruotsissa ilmestyi 154 ja Tanskassa vain 32 maksullista sanomalehteä vuonna 2007.

Päivälehtien väkilukuun suhteutetussa levikkitilastossa Suomi sijoittuu perinteisesti aivan kärkipäähän, vaikka sanomalehtien yhteislevikki on 1990-luvun alusta lukien monien muiden maiden tapaan ollut laskussa. Lehtien levikit ovat laskeneet, mutta lehtiä lukevat nekin, jotka eivät ole tilaajia.

Lehtikulttuurina Suomi on poikkeuksellisen tilaajavaltainen maa. Tämä koskee sekä sanoma- että aikakauslehtiä. Lähes 90 prosenttia sanomalehtien vuosivolyymista on tilattuja ja kotiin kannettuja lehtiä.

Joukkoviestinnän liikevaihdosta sanoma- ja paikallislehdistön osuus on noin 30 prosenttia ja joukkoviestinmainonnasta lähes 50 prosenttia, ilmaislehdet mukaan lukien. Mainontaosuus on selvästi korkeampi kuin Euroopassa keskimäärin (33 % vuonna 2007). Kymmenessä vuodessa osuus on laskenut noin viisi prosenttiyksikköä. Se on sittenkin aika vähän aikana, jolle leimallinen piirre on ollut digitaalitekniikkaan perustuvien viestinnän muotojen esiinmarssi.

Lukuisten yritysostojen ja fuusioiden seurauksena suurimpien sanomalehtiyritysten levikillä mitatut markkinaosuudet ovat selvästi kasvaneet. Esimerkiksi neljän suurimman yrityksen levikkiosuus on 1990-luvun puolivälistä kasvanut noin 40 prosentista 56 prosenttiin ja kahdeksan suurimman osuus noin 50 prosentista yli 65 prosenttiin.

Sanomalehtiyhtiöt ovat tiivistäneet toimituksellista ja markkinointiyhteistyötään sekä lehtiketjujen sisällä että toisistaan omistuksellisesti riippumattomien lehtien ja lehtiyritysten välillä.

Sanomalehtien verkkoversiot yleistyivät varsin nopeasti. Päivälehdistä kaikilla oli internet-versio vuonna 2008. Muilla sanomalehdillä eli lähinnä paikallislehdillä verkkoversiot olivat jonkin verran harvinaisempia. Sellainen oli kolmella neljästä ryhmän lehdistä.

Ilmaislehtimarkkinat kasvoivat nopeasti 2000-luvun alkuvuosina. Erityisesti pääkaupunkiseudulla sanomalehtitalot hakivat aggressiivisesti asemia näillä markkinoilla. Varsinaiseen sanomalehdistöön verraten ilmaislehtimarkkinat ovat kuitenkin pienet.

Talouden volyyymilla mitaten aikakauslehdistö on Suomessa päivälehtien ja television jälkeen kolmanneksi suurin joukkoviestinnän lohko. Aikakauslehdistön osuus on 2000-luvulla ollut 17–18 prosenttia Suomen joukkoviestintämarkkinoiden volyyymista.

Aikakauslehdistö on menestynyt varsin hyvin sekä levikki- että mainosmarkkinoilla. Aikakauslehdet saavat valtaosan tuloistaan levikkimyyntistä (tilaus- ja irtonumeromyynti).

Erityisesti erikoisaikakauslehtien ryhmässä levikkitrendi on ollut kasvava. Viime vuosina onkin tehty lukuisia uusia lehtilanseerauksia varsinkin erikoislehtisektorilla. Eräänä trendinä on ollut pyrkimys kokonaisten "lehtiperheiden" synnyttämiseen vakiintuneiden nimikkeiden suojissa. Näin ovat toimineet erityisesti suurimmat aikakauslehtikustantajat.

Lähes yhdeksän kymmenestä myydyistä yleisöaikakauslehden numerosta toimitetaan Suomessa tilattuina kotiin. Suomi onkin yksi niistä harvoista Euroopan maista, joissa yleisöaikakauslehtien tilaustuottojen osuus ylittää irtonumeromyyntin tuotot. Suomen tilausmyyntin osuus, noin 90 prosenttia levikistä, lienee Euroopan korkein. Suomi on aivan poikkeuksellisen selvästi tilausmyyntimaa. Tämä koskee sekä aikakaus- että sanomalehtiä.

Kirjojen kustantaminen on kolmanneksi suurin painoviestinnän sektori. Kirjojen myynti on kasvanut viime vuosina aikana hitaasti mutta tasaisesti.

Lukemisella on merkittävä asema suomalaisten vapaa-ajassa. Kirjojen tuotantoa, myyntiä ja lainausta kuvaavien rakennetietojen perusteella on pääteltävissä, että Suomessa edelleen luetaan paljon kirjoja. Suomi kuuluu maihin, joissa julkaistaan asukasmäärään nähden enemmän kirjanimikkeitä kuin muualla. Muita tällaisia maita ovat Islanti, Tanska, Sveitsi ja nykyisin myös Viro. Suomi on ollut listan kärkipäässä jo kauan.

Yleiset kirjastot ovat tärkeä kirjojen jakelukanava. Kirjastojen asiakkaat hankkivat kirjastoista luettavaa, kuunneltavaa ja katseltavaa ahkerasti. 2,2 miljoonaa suomalaista eli noin 40 prosenttia väestöstä lainasi kirjastosta jotain vuonna 2008. Keskimäärin lainaajat ottivat lähes 50 lainaa vuodessa. Kirjastoista vuosittain otettujen

kirjalainojen määrä oli yli kaksinkertainen vuodessa myytyjen kirjojen määrään verrattuna (73 miljoonaa kirjallainaa 2008 vs. 32 miljoonaa myytyä kirjaa 2007).

## Sähköinen joukkoviestintä

Digitaaliset maanpäälliset televisiolähetykset käynnistyivät vuonna 2001, ja tv-kanavien määrä alkoi lisääntyä. Suomalainen televisio siirtyi lopullisesti digitaalikautteen, kun maanpäälliset analogiset lähetykset suljettiin elokuun 2007 lopussa ja myös kaapeliverkot siirtyivät täysin digitaaliseen jakeluun seuraavan vuoden helmikuussa. Näin Suomesta tuli ilmeisesti maailman ainoa täysin digitaaliseen tv-jakeluun siirtynyt maa. Siirtymä ei käynyt kivuttomasti. Sitä säästivät kuluttajien kokeamat laitetekniset ongelmat ja kiivas keskustelu ”pakkodigitalisoinnista”. Mutta erityisesti maanpäällisessä televisioverkossa digitalisoituminen lisäsi kanavatarjontaa. Analogisissa maanpäällisissä verkoissa tarjolla oli ollut vain neljä kanavaa, joista kaksi julkisen palvelun kanavia (YLE TV1 & YLE TV2) ja kaksi kaupallista kanavaa (MTV3 & Nelonen). Digitalisoinnin jälkeen kotitalouksien saatavilla oli vuonna 2008 keskimäärin 13 kanavaa: terrestriaalitalouksissa 11 ja kaapeli/satelliittitalouksissa 15. Nämä luvut kuvaavat kotitalouksien tiedostettua kanavapeittoa.

Kaikkiaan maanpäällisessä verkossa oli tarjolla kolmisenkymmentä kanavaa, joista kymmenkunta maksuttomia. Kaapeliverkoissa ja satelliittiteitse tarjonta oli luonnollisesti moninkertainen.

Noin neljä viidestä tv-taloudesta oli vuonna 2008 hankkinut digisovittimen, jossa on korttipaikka eli valmius maksullisten kanavien vastaanottoon. Digisovittimien yleistyminen loikin merkittävän kasvupotentiaalin Suomen aiemmin varsin kitukasvuisille maksutelevisiomarkkinoille. 2000-luvun alkuvuosiin asti maksu-tv-talouksien osuus oli vain noin viisi prosenttia. Mutta digitalisoitumisen myötä markkina kasvoi viisinkertaiseksi. Vuonna 2008 jo neljännes talouksista tilasi maksukanavia. Toisaalta näyttää myös siltä, että tilaajamäärän kasvu lähes pysähtyi vuoden 2008 aikana.

Vuonna 2008 mainonnan ja maksutelevision osuus oli noin puolet televisiotoiminnan yhteenlasketusta liikevaihdosta. Tv-lupamaksujen osuus oli laskenut noin 40 prosenttiin. Maksukanavien osuus tuotoista on viime vuosina kasvanut nopeasti. Se oli jo yli 20 prosenttia vuonna 2008.

Television tavoittavuus on hieman laskenut 2000-luvulla. Suosituimpien kanavien tavoittavuusluvut ovat kuitenkin laskeneet keskimääräistä enemmän enemmän. Syynä tähän on kanavamäärän kasvu ja kilpailun voimistuminen digitalisoitumisen myötä.

Televiointa katsottiin keskimäärin 2 tuntia 57 minuuttia päivässä vuonna 2008. Katseluaikatiedot sisältävät myös viivästetyn katselun sekä vieraskatselun vuodesta 2008 lähtien.

Lapset ja nuoret (ikäryhmät 3–24 vuotta) katselevat televisiota selvästi keskimääräistä vähemmän. Lapsuus- ja nuoruusvuosien jälkeen katseluaika kasvaa systemaattisesti iän myötä.

Julkisen palvelun Ylen katsojaosuudet olivat korkeimmat alle 10-vuotiailla lapsilla (38 %) ja yli 45-vuotiailla ikäryhmillä (noin 50 % tai enemmän). 10–34-vuotiaiden ikäryhmissä puolestaan kaupalliset kanavat hallitsivat katsojaosuuksia, ja Ylen kanavien osuus katselusta oli vain neljännes tai vähemmän.

Nykyisin toiminnassa on 54 yksityistä radiokanavaa. Kilpailutilanne on tiukin suurissa kaupungeissa. Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla radiomainnon kakkua on jakamassa toistakymmentä mainosrahoitteista asemaa.

Radiota kuuntelee päivittäin noin 80 prosenttia suomalaisista. Kaupalliset radiokanavat ovat vuodesta 1998 nostaneet päivätavoittavuutensa 44 prosentista 50 prosenttiin (9 vuotta täyttäneistä suomalaisista).

Kaupallisen radiotoiminnan voimistuminen on merkinnyt julkisen palvelun Yleisradiolle aiemmin lähes itsestäänselvyysenä pidetyn markkinajohtajan aseman menetystä. Julkisen palvelun kanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä on vuodesta 1998 laskenut 54 prosentista 44 prosenttiin.

Vuonna 2008 radion keskimääräinen kuuntelu-aika oli 3 tuntia 15 minuuttia. Kuuntelu-aika on laskenut 2000-luvun alkuvuosista.

Radion kuuntelua parhaiten selittävä muuttuja on ikä. Vanhemmat ikäryhmät kuuntelivat radiota selvästi nuorempia enemmän. Myös ikäryhmittäisessä tarkastelussa radiomarkkinoiden uusjako näkyy selvästi. Kaupallisten kanavien kuunteluosuudet olivat kaikissa alle 55-vuotiaiden ikäryhmissä Yleisradion kuunteluosuuksia suuremmat. Kaupallisten kanavien osuus oli pääsääntöisesti sitä suurempi mitä nuoremasta ikäryhmästä on kyse.

Suomen suosituimmat www-sivustot ovat – mikäli eräitä hakukoneita ja yleisportaaleja ei lasketa mukaan – perinteisten joukkoviestimien ylläpitämiä. Lehdistö oli myös aktiivinen, kun luokitellut ilmoitukset alkoivat siirtyä tietoverkkoihin. Eriyisesti sanomalehdet alkoivat tarjota painettuja ilmoituksia täydentäviä verkkosivustoja luokitelluille ilmoituksille.

## *Ääni- ja kuvatallenteet*

Tallenteiden osuus joukkoviestintämarkkinoista on viime vuosina ollut selvästi alle 10 prosenttia. Nykyisin tallenteiden suurin ryhmä ovat videotallenteet, joiden myynnin volyyymi ohitti äänitemyynnin jo vuonna 2003.

Perinteisten vhs-videokasettien myynnin ja vuokrauksen liikevaihto laski nopeasti 2000-luvun alussa, ja vuosikymmenen puolivälissä dvd-tallenteet syrjäyttivät kokonaan vhs-kasetit.

Äänitteiden myynti on laskenut. Suomen lähialueilla kukoistanut piraattiaänitekauppa on viime vuosina kuihtunut, mutta musiikin digitaalinen kopiointi internetistä on ollut alalle merkittävä uhka. Toisaalta musiikin internetissä tapahtuva online-kauppa on Suomessa edelleen verraten vähäistä.

1990-luvun puolivälin jälkeen elokuvien katsojamäärät ja elokuvateattereiden tuotot kääntyivät nousuun kotimaisten elokuvien suosion kasvun myötä. Vuosittaiset vaihtelut ovat kuitenkin melko suuria, mutta edelleen suomalaiset käyvät elokuvissa useimpien läntisen Euroopan maiden kansalaisiin verrattuna harvoin. Käyntikertojen määrä henkeä kohden oli vain 1,3 vuonna 2008, kun useimmissa muissa läntisen Euroopan maissa käyntejä oli noin kaksi tai enemmän.

Kotitaloudet käyttivät joukkoviestimiin noin 4 prosenttia kulutusmenoistaan vuonna 2006. Suurimpia yksittäisiä menoeriä olivat sanoma- ja aikakauslehdet, tv-lupa ym. -maksut sekä pc-laitteet. Vuoteen 1995 verraten lehtien osuus kotitalouksien joukkoviestintämenoista oli laskenut selvästi. Pc-laitteet ja ohjelmat olivat selvimmin kasvattaneet osuuttaan.

*Tuomo Sauri*



# Sammanfattning

Massmediemarknaden i Finland uppgick till omkring 4,4 miljarder euro år 2008. Under den andra hälften av 1990-talet var den årliga volymtillväxten 4–5 procent, men tillväxten avtog i början av 2000-talet. Den årliga tillväxten har uppgått till 3–4 procent under de senaste åren.

År 2007 var ungefär 2 500 massmedieföretag verksamma i Finland, en ökning med omkring femhundra jämfört med slutet av 1990-talet. Antalet företag uppgick till nästan 7 000 då närliggande branscher som till exempel tryckning och reklam räknas med. Massmedieföretagen och företagen inom närliggande branscher sysselsatte sammanlagt omkring 45 000 personer.

## Grafisk kommunikation

Dagstidningar och tidskrifter har i många hänseenden en stark ställning i Finland. Det finns ett stort antal tidningstitlar och upplage- och läsartäckningarna är alltså höga vid en internationell jämförelse. År 2008 utkom 201 dagstidningar i Finland. I Sverige utkom till exempel 154 och i Danmark endast 32 betalade dagstidningar år 2007.

Finland ligger traditionellt i toppen av dagstidningarnas upplagestatistik i relation till befolkningens mängd trots att tidningarnas sammanlagda upplaga i likhet med många andra länder har uppvisat en sjunkande trend sedan början av 1990-talet. Tidningarnas upplagor har minskat, men tidningar läses även av personer som inte är prenumeranter.

Finland är ett exceptionellt prenumerantdominerat land som tidningskultur betraktat. Detta gäller såväl dagstidningar som tidskrifter. Nästan 90 procent av dagstidningarnas årsvolym består av prenumererade och utdelade tidningar.

Dagstidningarnas och lokaltidningarnas andel av massmediernas omsättning är ungefär 30 procent och av massmediereklamen nästan 50 procent, gratistidningar medräknade. Reklamandelen är klart högre än i genomsnitt i Europa (33 % år 2007). Andelen har sjunkit med ungefär fem procentenheter på tio år. Detta är trots allt ganska litet under en period som har präglats av frammarschen av kommunikationsformer som baserar sig på digitalteknik.

Till följd av ett stort antal företagsförvärv och fusioner har de största dagstidningsföretagens marknadsandelar i upplagor mätt vuxit klart. De fyra största företagens andel av upplagan har till exempel vuxit från omkring 40 procent vid mitten av



1990-talet till omkring 55 procent och de åtta största företagens andel har vuxit från omkring 50 procent till över 65 procent.

Tidningsbolagen har effektiviserat redaktions- och marknadsföringssamarbetet såväl inom tidningskedjorna som mellan tidningar och tidningsföretag som ägarmässigt är oberoende av varandra.

Webbversioner av dagstidningarna blev snabbt allmänna. Samtliga dagstidningar hade en webbversion år 2008. Webbversioner av de övriga tidningarna, dvs. i första hand lokaltidningarna, var inte lika vanliga. Tre av fyra tidningar i denna grupp hade en webbversion.

Marknaden för gratistidningar växte snabbt i början av 2000-talet. Särskilt i huvudstadsregionen kämpade tidningshusen aggressivt om en position på denna marknad. Marknaden för gratistidningar är dock ganska liten jämfört med den egentliga dagspressen.

Mått i ekonomisk volym är tidskriftspressen efter dagstidningarna och televisionen den tredje största massmediesektorn i Finland. På 2000-talet har tidskriftspressens andel varit 17–18 procent av massmediemarknadens volym.

Tidskriftspressen har varit framgångsrik både på upplage- och reklammarknaden. Tidskrifterna erhåller merparten av sina intäkter från upplageförsäljning (prenumerations- och lösnummerförsäljning).

Upplagorna har uppvisat en ökande trend speciellt inom gruppen specialtidningar. Under de senaste åren har ett stort antal nya tidningar lanserats särskilt inom sektorn för specialtidningar. Det har hört till trenderna att försöka skapa hela "tidskriftsfamiljer" inom ramen för etablerade kategorier. Speciellt de största tidskriftsförläggarna har handlat på detta sätt.

Nästan nio av tio sålda nummer av allmänna tidskrifter är prenumererade och bärs ut till hushållen i Finland. Finland är de facto ett av de få länderna i Europa där andelen prenumerationsintäkter från allmänna tidskrifter är större än intäkterna från lösnummerförsäljning. I Finland uppgår prenumerationsförsäljningens andel till omkring 90 procent av upplagan vilket torde vara den högsta andelen i Europa. Det är exceptionellt tydligt att Finland är ett prenumerationsförsäljningsland. Detta gäller såväl tidskrifter som dagstidningar.

Bokförlagsverksamhet är den tredje största sektorn inom grafisk kommunikation. Bokförsäljningen har ökat långsamt men stadigt under de senaste åren.

Läsning spelar en viktig roll i finländarnas fritid. På basis av strukturinformation om produktion, försäljning och utlåning av böcker kan man dra den slutsatsen att finländarna fortfarande läser mycket böcker. Finland hör till de länder där det publiceras fler boktitlar i förhållande till befolkningens mängd än i andra länder. Andra likadana länder är Island, Danmark, Schweiz och nuförtiden även Estland. Finland har placerat sig i toppen av listan redan under en lång tid.

De allmänna biblioteken är en viktig distributionskanal för böcker. Biblioteksundernarna lånar flitigt något att läsa, lyssna eller se på. 2,2 miljoner finländare, dvs.

ungefär 40 procent av befolkningen, lånade något på biblioteket år 2008. Låntagarna tog i genomsnitt nästan 50 lån om året. Antalet boklån på biblioteken årligen var mer än dubbelt så stort jämfört med antalet sålda böcker per år (73 miljoner boklån år 2008 vs. 32 miljoner sålda böcker år 2007).

## *Elektronisk masskommunikation*

De markbundna digitala tv-sändningarna inleddes år 2001 och antalet tv-kanaler började öka. Televisionen i Finland övergick slutgiltigt till digitalåldern när de markbundna analoga sändningsnäten släcktes i slutet av augusti 2007 och även kabelnäten övergick till fullständig digital distribution i februari följande år. Det här gjorde Finland antagligen till det enda landet i världen som helt har övergått till digital tv-distribution. Övergången skedde inte utan svårigheter. Den präglades av problem med utrustningarna som konsumenterna upplevde samt av en häftig debatt om "tvångsdigitalisering". Digitaliseringen ledde dock till ett ökat kanalutbud särskilt i det markbundna televisionsnätet. De analoga markbundna näten hade erbjudit endast fyra kanaler av vilka två utgjorde public-service-kanaler (YLE TV1 & YLE TV2), och två kommersiella kanaler (MTV3 & Nelonen). Efter digitaliseringen hade hushållen i genomsnitt tillgång till 13 kanaler år 2008: 11 i hushållen med mottagare för marknätet och 15 i kabel-/satellithushållen. Siffrorna beskriver hushållens medvetna kanaltäckning.

Det markbundna nätet omfattade allt som allt omkring trettio kanaler av vilka ett tiotal var avgiftsfria. Utbudet i kabelnäten och via satelliter var naturligtvis mycket större.

Omkring fyra av fem tv-hushåll hade skaffat en digitalbox med kortplats, dvs. möjlighet för mottagning av betalkanaler år 2008. Spridningen av digitalboxar skapade en stor tillväxtpotential för betaltevevarumärket i Finland som tidigare hade varit mycket liten. Fram till början av 2000-talet utgjorde betaltevehushållen endast omkring fem procent. Digitaliseringen gjorde dock att marknaden växte och blev femdubbelt större. År 2008 var redan en fjärdedel av hushållen betalteveabonnenter. Det ser dock ut som att ökningen av abonnentmängden nästan uppstannade under år 2008.

År 2008 uppgick andelen för reklam och betalteve till ungefär hälften av den sammanlagda omsättningen för televisionsverksamheten. Tv-avgifternas andel hade sjunkit till omkring 40 procent. Betalkanalernas andel av intäkterna har ökat snabbt under de senaste åren och översteg redan 20 procent år 2008.

Televisionens räckvidd har minskat något på 2000-talet. Räckviddssiffrorna för de populäraste kanalerna har dock sjunkit mer än genomsnittet. Orsaken till detta är det större antalet kanaler och den strängare konkurrens som digitaliseringen medförde.

År 2008 såg finländarna på TV i genomsnitt 2 timmar och 57 minuter varje dag. Barn och ungdomar (åldersgrupperna 3–24 år) ser på TV klart mindre än genomsnittet. Efter barndoms- och ungdomsåren ökar tittartiden systematiskt med åldern.

Tittarandelen för public service-bolaget Yle var högst bland barn under tio år (38 %) och i åldersgrupperna över 45 år (omkring 50 % eller mer). I åldersgrupperna 10–34 år var det däremot de kommersiella kanalerna som dominerade tittarandelarna och Yle-kanalernas andel av tittarna var endast en fjärdedel eller mindre.

Idag finns det 54 privata radiokanaler i verksamhet. Konkurrensläget är hårdast i de stora städerna. Till exempel i huvudstadsregionen finns det över tio reklamfinansierade stationer som delar på radioreklamkakan.

Omkring 80 procent av finländarna lyssnar på radio dagligen. De kommersiella radiokanalerna har höjt sin dagliga räckvidd från 44 procent år 1998 till 50 procent (av alla 9 år fyllda finländare).

Den starkare kommersiella radioverksamheten har inneburit att public service-bolaget Rundradion har förlorat sin tidigare självklara position som marknadsledare. Public service-kanalernas räckvidd under en genomsnittlig dag har sjunkit från 54 procent år 1999 till 44 procent.

År 2008 var radiolyssnartiden i genomsnitt 3 timmar 15 minuter. Lyssnartiden har sjunkit jämfört med början av 2000-talet.

Ålder är den variabel som bäst förklarar radiolyssnandet. De äldre åldersgrupperna lyssnade klart mer på radion än de yngre åldersgrupperna. Omfördelningen av radiomarknaden är tydlig också vid en granskning enligt åldersgrupper. De kommersiella kanalernas lyssnarandelar var i alla åldersgrupper under 55 år större än Rundradions lyssnarandelar. De kommersiella kanalernas andel var i regel större ju yngre åldersgruppen är.

De populäraste webbplatserna i Finland – då vissa sökmaskiner och allmänna portaler inte räknas med – upprätthålls av traditionella massmedia. Pressen var också aktiv när klassificerade annonser började förflyttas till datanäten. Särskilt dagstidningarna började erbjuda webbplatser för klassificerade annonser som kompletterar tryckta annonser.

## *Ljud- och bildinspelningar*

Inspelningarnas andel av massmediemarknaden har varit klart under 10 procent under de senaste åren. Videoinspelningar är idag den största gruppen av inspelningar, och deras försäljningsvolym passerade försäljningen av ljudinspelningar redan år 2003.

Omsättningen för försäljning och uthyrning av traditionella vhs-videokassetter minskade snabbt i början av 2000-talet och i mitten av årtiondet trängde dvd-inspelningarna undan vhs-kassetterna helt och hållet.

Försäljningen av ljudinspelningar har minskat. Den livliga pirathandeln med ljudinspelningar i Finlands närområden har vissnat bort under de senaste åren, men digital kopiering av musik från internet har utgjort ett stort hot mot branschen. Online-handel med musik på internet förekommer å andra sidan fortfarande i ganska liten omfattning i Finland.

Efter mitten av 1990-talet började antalet biografbesökare och biografernas intäkter växa då de inhemska filmerna ökade i popularitet. Det förekommer dock stora växlingar från år till år. Finländarna går dock fortfarande sällan på bio jämfört med invånarna i de flesta västeuropeiska länderna. År 2008 var antalet biobesök per person endast 1,3 medan besöken var ungefär två eller fler i de flesta andra länderna i Västeuropa.

Hushållen använde omkring 4 procent av sina konsumtionsutgifter på massmedier år 2006. Dagstidningar och tidskrifter, tv-avgiften och andra avgifter samt datorer utgjorde de största enskilda utgifterna. Tidningarnas andel av hushållens massmedieutgifter var klart mindre jämfört med år 1995. Andelen datorer och program hade ökat tydligast.

*Tuomo Sauri*



---

# Summary

The value of the Finnish mass media market was about EUR 4.4 billion in 2008. In the late 1990s, the volume grew at a pace of four to five per cent annually slowing down, however, in the early 2000s. The most recent years have seen an annual growth of three to four per cent.

In 2007, there were about 2,500 mass media enterprises in Finland. Since the end of the 1990s, their number has increased by about five hundred. The number of enterprises totalled nearly 7,000 including those in closely connected sectors such as printing and advertising. Mass media enterprises and those operating in closely connected sectors employed a total of about 45,000 people.

## Print media

Finland is traditionally a land of newspapers. In 2008 a total of 201 newspaper titles were published in the country, 53 of these being dailies. Circulation and coverage statistics are still quite impressive, even though circulations declined sharply in the early 1990s and have never really recovered.

The circulation of Finnish newspapers still ranks among the highest in the world. Calculated per 1,000 population, the circulation of Finnish dailies, for example, is third only to Norway and Japan.

Most Finnish newspapers are sold on subscription. The ratio of subscription to single-copy sales is nearly 9 to 1. The two tabloids account for the lion's share of single-copy sales; they are almost exclusively sold over the counter.

Newspapers still account for about 30 per cent of the sales in the mass media sector. In advertising terms, too, newspapers (dailies, non-dailies, free papers) continue to dominate the Finnish media market, even though their share of the advertising cake has clearly decreased. Newspapers still account for almost 50 per cent of media advertising in Finland, while the average figure for Western European (EU-15) countries in 2007 was 33 per cent.

As a result of company takeovers and mergers, the market shares of the biggest newspaper houses (as measured in terms of circulation) have shown relatively rapid growth. For instance, compared to mid-1990s, the market share of the four biggest publishers has increased from less than 40 per cent to around 55 per cent; the corresponding figure for the top eight companies is up from 50 per cent to 67 per cent. The concentration of newspapers into chains is expected to continue at both the national and Nordic level.

There is also a clear trend towards closer editorial cooperation both within newspaper chains and even between independent newspapers and newspaper houses. This kind of cooperation is bound to lead to convergence in terms of newspaper contents. However the newspapers involved in this cooperation are regional papers with very little overlap in their circulations. For the individual consumer there is a definite plus side to this trend: it will probably mean greater diversity in the content of one's own regional newspaper.

Online versions of newspapers have proliferated quite rapidly. All dailies published an Internet version in 2008. This was somewhat less common in other newspaper categories, i.e. mainly regional papers: here around 75 per cent had an online version.

The free-distribution newspaper market has grown rapidly. In the late 1990s and early 2000s free dailies doubled their turnover. Nevertheless they still account for no more than just over two per cent of the mass media market, or some six per cent of total media advertising. In the late 1990s Helsinki saw the appearance of two new free dailies that are distributed in public transport and elsewhere.

In terms of economic volume, magazines and periodicals, following newspapers and television, represent the third biggest category in the Finnish mass media sector. Magazines and periodicals are dependent on advertising to a far lesser extent than newspapers. However, in the 1990s the share of magazine advertising started to grow, and the difference compared to the average figures in Western Europe has virtually disappeared. In the 2000s magazines and periodicals have accounted for 17 - 18 per cent of the value in the mass media sector.

Audit figures indicate that magazine circulations in the special interest magazines segment have developed rather favourably in recent years. Indeed a number of new titles have recently been launched, especially in the special-interest sector. One noteworthy trend has been for the biggest magazine publishers in particular to try out various sister or daughter publications under existing magazine titles, or even to create whole "magazine families" under the wings of established titles.

Finland is one of the few countries in Europe where the delivery of newspapers and periodicals is based primarily on subscriptions. It is estimated that some 90 per cent of both magazine and newspaper sales are based on subscriptions and are delivered to the consumer's door.

Book publishing has been the third biggest segment of the print media business in Finland. Since the mid-1990s book publishing has been doing reasonably well.

Reading is an important pastime in Finland. Structural statistics on the production, sales and borrowing of books support the conclusion that people in Finland still read a lot of books. Also statistics on the number of book titles relative to population show that Finland has retained its position among the leading countries in the world; Iceland is way ahead of the rest of the field, other high-ranking countries apart from Finland include Denmark, Switzerland and also Estonia.

Finland has an extensive network of public libraries which provide a good service. People in Finland are very active users of their libraries. In 2008 a total of some 75 million book lendings were made from public libraries. In the same year around 2.2 million people in Finland, or some 40 per cent of the whole population, used the services of public libraries. All in all libraries are a very significant channel of book distribution in Finland. In fact, the number of books borrowed per year currently exceeds the annual sales of members of the Finnish Book Publishers' Association more than twice over.

## *Electronic media*

Terrestrially distributed digital television was introduced in 2001, when the number of television channels began to increase. The switchover to digital television was completed in August 2007, when the analogue terrestrial networks were closed down. In February 2008, the cable networks also switched over to fully digital distribution. This was not an altogether painless process. Consumers complained of persistent problems with the installation and set-up of their new hardware, and there was much heated debate about what was considered a process of "forced digitalization". Above all else, however, the digitalization of terrestrial networks increased the supply of television channels. Analogue terrestrial networks had carried just four channels, i.e. YLE TV1, YLE TV2, MTV3 and Channel Four. With digitalization, households had access in 2008 to an average 13 channels: terrestrial households to 11 and cable/satellite channels to 15. These figures describe channel penetration awareness among Finnish households.

All in all a total of some 30 channels are distributed terrestrially, ten or so of which are free-on-air. Cable networks obviously carry a significantly larger number of channels.

Around four in five Finnish households have purchased a set-top box with a viewing card slot enabling the reception of pay TV channels. Indeed the proliferation of set-top boxes opened up significant potential for growth in what had used to be a very sluggish television market. Up to the early 2000s subscription TV households accounted for no more than some five per cent of all households. With digitalization, that figure jumped fivefold. In 2008, one-quarter of all households in Finland subscribed to pay channels. Cable and satellite operators in Finland offer a wide range of channel packages.

The combined share of advertising and pay -TV channel subscriptions amounted to about half of the overall turnover of television activity. The share of pay -TV channels of the revenue has grown rapidly in the course of past years. In 2008 it was over 20 per cent.



The reach of television has fallen slightly during the 2000s. In 2008, 73 per cent of Finnish people watched television on an average day, down from 78 per cent in 2001. However the reach statistics for the most popular channels have fallen much more clearly. The reason for this lies in the increased number of channels and the growth of competition with digitalization.

Average daily viewing time was just under three hours a day. Average viewing times have increased clearly from the mid-1990s.

Children and youths in the age brackets from 3 to 24 years watch the television far less than average. After childhood and youth, viewing increases linearly with advancing age.

The public service broadcaster YLE's share of viewers is highest among children aged under 10 (some 40%) and adults over 45 (over 50%). In the age groups 10-34, commercial channels have the highest share of viewers, while YLE accounts for one-quarter of total viewing or less.

At the end of 2008 there were 54 private radio channels in the country. One of these had nationwide coverage, nine were near-national. The competition is fiercest in the major cities, where in addition to public-service radio channels there are ten or more commercially financed radio stations.

Some 80 per cent of the population listened to the radio the average day. With the growth of commercial radio, YLE has had to concede its position as market leader – a position that previously was taken more or less for granted. In the past ten years, the combined reach of public-service radio on an average day has dropped from 54 per cent in 1998 to 44 per cent in 2008 among the population aged 9 or over. At the same time the combined daily reach of commercial radio channels has gone up from 44 per cent to 50 per cent.

In 2008 the average daily radio listening time was 3 hours 15 minutes.

The single variable that best explains radio listening is age. Older age groups listen to the radio far more than younger people. The redistribution of the radio markets is also clearly seen in an examination by age groups. In all age groups under 55, commercial channels have higher listening shares than YLE. The figures for commercial channels increase almost consistently towards younger age groups.

Traditional mass media companies have been working actively to develop integrated communications products and services. For instance, all of the most popular websites in Finland (excluding portals) are maintained by traditional mass media. Online versions of newspapers and magazines proliferated quite rapidly. The print press was also very active when classified advertisements began to go online. Newspapers in particular began to open websites for classified advertising as a complement to printed advertisements. At least some of these online services have been financial successes as well.

In 2008 some 80 per cent of households had a PC and 75 per cent Internet access in 2006. Just under 70 per cent of all households had broadband Internet.

---

## *Phonograms, videos and cinema*

In recent years phonograms, videos and the cinema box office have accounted for some 7 per cent of the mass media sector.

Among the reasons most frequently offered for the low level of phonogram sales and listening in Finland are the huge volume of music played on radio channels, the flourishing bootleg industry in Finland's neighbouring regions as well as digital downloading and copying. However sales of physical bootleg CDs have dropped following on the introduction of legislative changes and the imposition of stricter controls.

The video markets are divided into two segments, i.e. video rentals and sell-through. The market shares of these two segments have virtually turned upside down. In 2008, sell-through videos accounted for 85 per cent of the video market sales.

In the mid-1990s Finns went to the cinema no more than approximately once a year per person, but since then it seems that the trend has been reversed. Nonetheless per capita cinema-going in Finland is at a lower level than in most other Western European countries.

The rise in the number of cinema-goers is attributable in part to the growing popularity of Finnish films. Both audience numbers for Finnish films and their market share have been markedly higher than in the mid-1990s. However, annual market share figures have fluctuated rather heavily, or within the range of some 10 and 25 per cent.

*Tuomo Sauri*



# 1 Joukkoviestinnän talous ja kulutus

Mediatalous jaetaan seuraavassa kolmeksi kokonaisuudeksi. Ensimmäinen on graafinen joukkoviestintä, johon kuuluvaksi lasketaan lehdistö ja kirjankustannustoiminta. Suomessa mukaan luetaan myös suoramainonta ja hakemistot. Toinen on sähköinen viestintä. Siihen kuuluvat valtakunnallinen ja alueellinen tai paikallinen radio- ja televisiotoiminta sekä online-palvelut (internet). Kolmas kokonaisuus muodostuu ääni- ja kuvatallenteista, joita ovat videotallenteet, cd-romit sekä elokuva. Elokuvan liikevaihtoon lasketaan elokuvateattereiden pääsylipputuotot sekä elokuvamainonta. Tallenteiden liikevaihto muodostuu myynnistä ja videotallenteiden kohdalla myös vuokrauksesta.

Sähköisen ja tallenneviestinnän tuotteiden hyödyntämiseksi kuluttajat tarvitsevat vastaanotto- ja toistolaitteita, televisioita, cd-soittimia ym. viihde-elektronikkaa. Sen vähittäismyynnin merkitystä tarkastellaan lyhyesti edempänä. Erikseen tarkastellaan myös mainonnan merkitystä joukkoviestinnän taloudessa.

## Joukkoviestintämarkkinat

Suomen joukkoviestintämarkkinoiden koko oli noin 4,4 miljardia euroa vuonna 2008. Volyymin kasvu oli 1990-luvun jälkipuolella 4–5 prosentin luokkaa vuosittain, mutta kasvu hidastui 2000-luvun alussa. Aivan viime vuosina vuosikasvu on ollut 3–4 prosenttia.

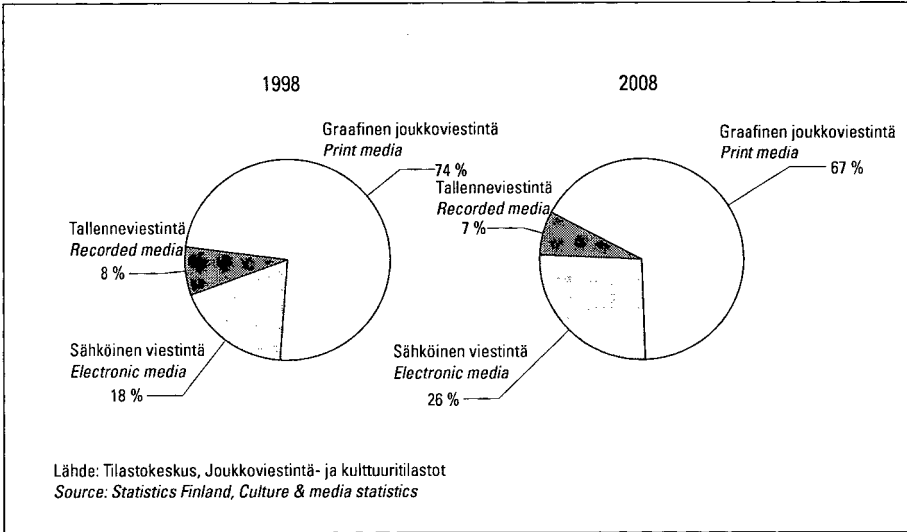
Joukkoviestintä on kasvanut jonkin verran bruttokansantuotetta hitaammin. Niinpä joukkoviestintä bruttokansantuotteeseen suhteutettuna (joukkoviestintämarkkinat/BKT, %) on laskenut 1990-luvun lopun noin 2,7 prosentista 2,4 prosenttiin.

Tässä julkaisussa esitettävät joukkoviestintämarkkinoiden volyymia koskevat laskelmat (taulukot 1.1 & 1.2.) ovat loppukäyttäjätasoisia: esimerkiksi sanomalehti-markkinoiden kokoa kuvaava luku muodostuu lehtien vähittäishintaisesta tilaus- ja irtonumeromyynnistä sekä mainostuloista. Luvuista on eliminoitu päällekkäisten erien kertautuminen ja eri toimialojen luvut ovat toisensa poissulkevia. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä eivätkä yritysten ulkomaantoimintoja. Tarkasti ottaen kyseessä ei ole yrityksen taloustieteessä vakiintunut liikevaihdon käsite, jota kuitenkin usein käytetään joukkoviestinnän taloudellisesta volyymista puhuttaessa.

Suomessa toimi noin 2 500 joukkoviestintäyritystä vuonna 2007. Niiden määrä kasvoi 1990-luvun lopusta noin viidelläsadalla. Lähialat kuten painaminen ja mai-

Kuvio 1.1 Joukkoviestintämarkkinat 1998 ja 2008

Figure 1.1 Mass media market volume in Finland 1998 and 2008



nonta mukaan laskien yrityksiä oli lähes 7 000. Joukkoviestinnän yritykset ja lähialojen yritykset työllistivät yhteensä noin 45 000 henkeä. Tietoliikenne eli posti ja teletointa noin 37 000 työpaikallaan oli työllistäjänä joukkoviestintää ja sen lähialoja jonkin verran pienempi. (Taulukot 1.6 ja 1.7)

Graafisen viestinnän (lehdet, kirjat, mainospainotuotteet) osuus mediamarkkinoista oli 67 prosenttia (noin 3 miljardia euroa) vuonna 2008. Graafinen viestintä on siten Suomessa edelleen joukkoviestintätalouden dominoiva sektori, mutta sen osuus on selvästi laskussa. 1990-luvun lopusta osuus on laskenut noin seitsemän prosenttiyksikköä, lähinnä sähköisen viestinnän eduksi. (Kuvio 1.1.)

Sähköisen joukkoviestinnän (tv, radio, internet) osuus on viime vuosina kasvanut nopeasti television ja internetin kasvun myötä. Vuonna 2008 sähköisen viestinnän markkinoiden koko oli noin 1,15 miljardia euroa ja sen osuus kasvoi yli neljännekseen mediamarkkinoista.

Tallenneviestinnän (äänitteet, videotallenteet, elokuvateatterit) osuus oli 2000-luvun alkuvuosina kasvussa, mutta viime vuosina osuus on laskenut. Vuonna 2008 tallenneviestinnän myynti oli 0,3 miljardia euroa ja sen osuus joukkoviestintämarkkinoista oli 7 prosenttia.

## Graafinen viestintä

Graafinen viestintä on edelleen joukkoviestintätalouden hallitseva ala lähes 70 prosentin liikevaihto-osuudellaan, vaikka osuus on ollut laskussa 1980-luvun puolivälistä lähtien. Sanomalehdistön osuus koko joukkoviestintämarkkinoista oli 27 pro-

senttia (1,2 miljardia euroa) vuonna 2008 (taulukot 1.1 & 1.2 ). Kymmenessä vuodessa osuus on laskenut noin viisi prosenttiyksikköä. Se on sittenkin aika vähän aikana, jolle leimallinen piirre on ollut digitaalitekniikkaan perustuvien viestinnän muotojen esiinmarssi. Muutos tuntuu pieneltä myös siksi, että tiedetään sanomalehdistön yhteislevikin ja mediamainontaosuuden samaan aikaan laskeneen selvästi. Sanomalehtien osuus mediamainonnasta on pudonnut viimeisten kymmenen vuoden aikana lähes seitsemän prosenttiyksikköä (taulukot 1.3 & 1.4). Päivälehdet saivat vuonna 2008 tuloistaan 53 prosenttia ilmoitusmyynnistä, kun osuus 1990-luvun alussa oli noin 70 prosenttia (luokiteltu ilmoittelu mukaan lukien). Sanomalehtien yhteislevikki on supistunut samana aikajaksona 4,1 miljoonasta 3,1 miljoonaan.

Ilmaislehtimarkkinat kasvoivat nopeasti 2000-luvun alkuvuosina. Erityisesti pääkaupunkiseudulla sanomalehtitalot hakivat aggressiivisesti asemia näillä markkinoilla. Varsinaiseen sanomalehdistöön verraten ilmaislehtimarkkinat ovat kuitenkin pienet. Koko joukkoviestintämarkkinoista ilmaislehtien osuus oli vain noin kaksi prosenttia eli 100 miljoonaa euroa. Viime vuosina ilmaislehtimarkkinat ovat jopa hieman taantuneet.

Aikakauslehdistön osuus on 2000-luvulla ollut 17–18 prosenttia joukkoviestintämarkkinoista (760 miljoonaa euroa vuonna 2008). Aikakauslehdistö näyttää menestyneen kohtalaisen hyvin. Yleisölehtien, jotka Suomessa saavat suurimman osan tuotoistaan levikkimyyntistä, levikit ovat säilyneet varsin korkeina, ja uusia lehtinimikkeitä on tullut runsaasti. Aikakauslehdistön osuus mainoseuroista on 2000-luvun alkuun verraten hieman laskenut, mutta siitä huolimatta ilmoitustulojen osuus aikakauslehtien tulonmuodostuksessa on kasvanut. Niiden osuus aikakauslehdistön tuotoista on ollut 2000-luvulla noin 30 prosenttia, kun se 1990-luvun alun vaikeimpina lamavuosina oli lähes puolet pienempi.

Kirjojen myynti on kasvanut viime vuosina hitaasti mutta tasaisesti. Vuonna 2008 kirjoja myytiin noin 570 miljoonalla eurolla. Hieman yli puolet kirjoista myytiin kirjakauppojen ja tavaratalojen tai markettien kirjaosastojen kautta. Suoramyyntin (valtaosin tietokirjoja) ja kirjakerhojen (joiden myynnissä kaunokirjallisuus on keskeisellä sijalla) osuus myynnistä oli enää 20 prosenttia. Osuus on laskenut selvästi, sillä 1990-luvun lopussa näiden jakelukanavien osuus oli yli 30 prosenttia.

Kirjastojen kirjahankintamenot ovat pysyneet lähes ennallaan viimeiset kymmenen vuotta. Vuonna 2008 ne olivat 26 miljoonaa euroa.

## **Sähköinen joukkoviestintä**

Sähköisen joukkoviestinnän osuus joukkoviestintämarkkinoista on kasvanut selvästi. Sen osuus on noin kymmenessä vuodessa kasvanut alle viidenneksestä (noin 19 % vuonna 1998) yli neljäsosaan (26 % vuonna 2008). Kaikkiaan sähköisen joukko-

viestinnän markkinoiden arvo loppukäyttäjätasolla oli lähes 1,2 miljardia euroa vuonna 2008. (Taulukot 1.1 & 1.2.)

Vuosituhanen vaihe oli television kannalta hitaan kasvun aikaa. Television mainostulot lehtimainonnan tapaan jopa laskivat parina vuotena. Vuonna 1997 aloittaneen Nelosen odotettu kasvuvaikutus valtakunnallisen televisiomainonnan volyyymiin jäi alussa vähäiseksi. Pikemminkin tapahtui mainostulojen uusjakoa alan toimijoiden kesken.

Mutta televisiosektori lähti nopeaan kasvuun erityisesti digitalisointiprosessin loppuvuosina, kun muun muassa maksutelevisiomarkkinoiden kasvuedellytykset kypsyivät. Televisiotoiminta muodosti noin 80 prosenttia sähköisen viestinnän markkinoista vuonna 2008. Televisiomainonnan osuus mediamainonnasta oli 18 prosenttia vuonna 2008. (Taulukot 1.1–1.4.)

Kaupallisten radioiden tuotot kasvoivat ripeästi 2000-luvun alussa, mutta viime vuosina kasvu näyttää pysähtyneen noin 50 miljoonan euron tasolle. Valtakunnallinen kaupallinen toimija Radio Nova (aloitti vuonna 1997) kartutti aluksi liikevaihtoaan osin paikallisten ja alueellisten kaupallisten radioiden kustannuksella. 1990-luvun lopulta lukien kaikkiaan noin 20 radioyritystä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan. Mutta uusia yrittäjiä on löytynyt tilalle. Vuonna 2008 toiminnassa oli 57 yksityistä radiokanavaa.

Internetin volyymissa mukana ovat vain tilastoidut tuotot, eli lukuun sisältyy vain mainonta (verkkomediamainonta sekä sähköiset hakemistot ja hakusanamainonta) sekä Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten online-tuotteiden myynti. Kuluttajamarkkinoille suunnattujen maksullisten palvelujen kokoa on erittäin vaikea arvioida.

Internetin kasvu oli pääosin seurausta verkkomainonnan kasvun jatkumisesta. Online-tuotteiden myyntivolyymit olivat edelleen vaatimattomia. Myynti jäi SKY:n tilaston mukaan edelleen jonkin verran alle 10 miljoonan euron.

## *Ääni- ja kuvatallenteet*

Tallenteiden osuus joukkoviestintämarkkinoista on viime vuosina niiden ollut noin 7–8 prosenttia. Nykyisin tallenteiden suurin ryhmä ovat videotallenteet, joiden myynnin volyyymi ohitti äänitemyynnin jo vuonna 2003.

Perinteisten vhs-videokasettien myynnin ja vuokrauksen liikevaihto laski nopeasti 2000-luvun alussa, ja vuosikymmenen puolivälissä dvd-tallenteet syrjäyttivät kokonaan vhs-kasetit. Vuonna 2008 videotallenteita myytiin ja vuokrattiin yhteensä 153 miljoonalla eurolla. – Myynnin osuus videotallennemarkkinoista on nykyisin jo 85 prosenttia. 1990-luvun alussa myynnin ja vuokrauksen suhde oli päinvastainen, mutta myynnin osuus videomarkkinoista kasvoi hyvin nopeasti.

Äänitteiden myynti on laskenut. Vuonna 2008 äänitteitä myytiin 98 miljoonalla eurolla. Suomen lähialueilla kukoistanut piraattiäänitekauppa on viime vuosina

kuihtunut, mutta musiikin digitaalinen kopiointi internetistä on ollut alalle merkittävä uhka. Toisaalta musiikin internetissä tapahtuva online-kauppa on Suomessa edelleen verraten vähäistä.

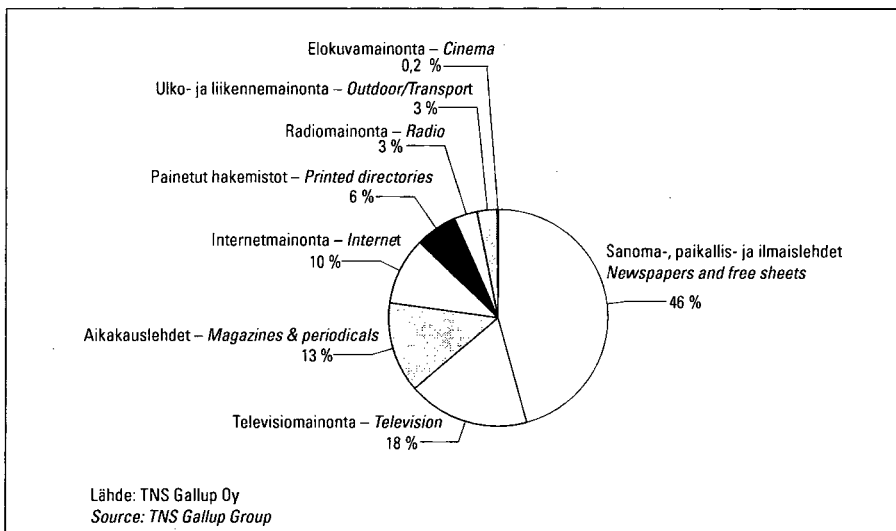
1990-luvun puolivälin jälkeen elokuvien katsojamäärät ja elokuvateattereiden tuotot kääntyivät nousuun kotimaisten elokuvien suosion kasvun myötä. Mutta edelleen suomalaiset käyvät elokuvissa useimpien läntisen Euroopan maiden kansalaisiin verrattuna harvoin. Käyntikertojen määrä henkeä kohden oli vain 1,3 vuonna 2008, kun useimmissa muissa läntisen Euroopan maissa käyntejä on noin kaksi tai enemmän.

## Mainonta

Sanomalehdistölle mainonta on keskeisin tulonlähde. Televisiotoiminnan tuloista mainonnan osuus on laskenut noin 30 prosenttiin maksutelevision kasvun myötä. Tv-toiminnan suurin tuloerä Suomessa ovat kuitenkin lupamaksut 40 prosentin osuudella. Aikakauslehdistö saa valtaosan tuloistaan levikkituotoista (Tilaukset ja irtonumeromyynti). Kirjat sekä ääni- ja kuvatalenteet ovat puolestaan pääsääntöisesti ”mainosvapaita” tuotteita.

Mediamainontaan käytettiin Suomessa 1,5 miljardia euroa vuonna 2008 (taulukko 1.3). Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sanomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta on esimerkiksi vuosina 1998–2008 laskenut lähes seitsemän prosenttiyksikköä. Sanomalehtimainontaan käytettiin ilmaislehdet mukaan lukien 46 prosenttia mediamainontarahoista. Osuus

Kuvio 1.2 Mediamainonta 2008  
Figure 1.2 Advertising in mass media 2008





on selvästi EU15-maiden keskiarvoa (33 % vuonna 2007) korkeampi. (Taulukko 1.4 ja luvun 11 taulukko 2.)

Aikakauslehtien osuus mainoseuroista kasvoi 1990-luvulla. Viime vuodet se on ollut noin 13-15 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa EU15-maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus on ollut laskussa 1980-luvun keskivaiheilta asti. Suomen ero aikakauslehtien mainontaosuuden eurooppalaiseen keskitasoon (15 % vuonna 2004) on hävinnyt, kun se 1990-luvun alussa oli toistakymmentä prosenttiyksikköä.

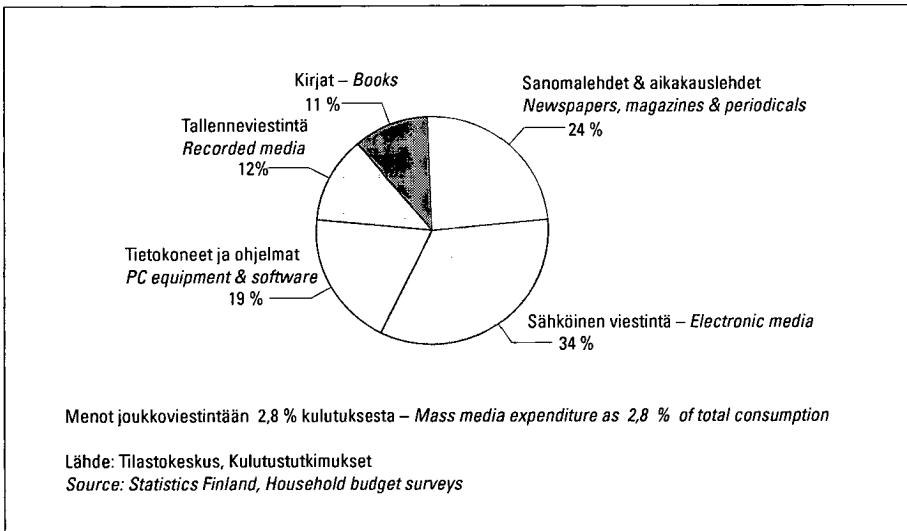
Television osuus mediamainonnasta laski vuosituhannen vaihteessa mutta on sen jälkeen hieman noussut. Se oli 18 prosenttia vuonna 2008. Television osuus mediamainonnasta on Suomessa edelleen selvästi pienempi kuin EU15-maissa keskimäärin. Vuonna 2007 niissä käytettiin TV-mainontaan keskimäärin 32 prosenttia mediamainontarahoista.

Radiomainonnan osuus mediamainonnasta oli kolmisen prosenttia eli alle EU15-maiden keskiarvon, joka vuonna 2007 oli noin 5 prosenttia.

## Laitemyynti ja kotitalouksien joukkoviestintämenot

Viihde-elektroniikan laitekaupalle on ominaista syklinen kehitys. Liikevaihdon ylläpitämiseksi tai kasvattamiseksi tarvitaan yhä uusia massamarkkinoille tarkoitettuja tuotteita, sillä uutuuslaitteiden kysyntähuippu saavutetaan nykyisin suhteellisen nopeasti, ja uusien tuotteiden puuttuessa laitteiden korvaushankinnat eivät riitä liikevaihdon kasvattamiseen. Lisäksi laiteuutuuksien keskihinnat laskevat nopeasti

Kuvio 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 2006  
 Figure 1.3 Household consumption expenditure in mass media 2006



massamarkkinoiden muodostuessa. Esimerkiksi taulutelevisioiden keskihinta vuonna 2008 (800 €) oli pudonnut lähes puoleen vuoden 2005 keskihintaan (1 478 €) verrattuna.

2000-luvun menestyvimpiä tuotteita ovat olleet digiboxit, laajakuvatelevisiot ja dvd-soittimet. Vuonna 2008 viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynnin arvo oli noin 0,7 miljardia euroa (taulukko 1.15).

Kotitaloudet käyttivät joukkoviestimiin noin 4 prosenttia kulutusmenoistaan vuonna 2006 (taulukko 1.17). Suurimpia yksittäisiä menoeriä olivat sanoma- ja aikakauslehdet, tv-lupa ym. -maksut sekä pc-laitteet. Vuoteen 1995 verraten lehtien osuus kotitalouksien joukkoviestintämenoista oli laskenut selvästi. Pc-laitteet ja ohjelmat olivat selvimminkin kasvattaneet osuuttaan.

## Tilastointi

Tiedot joukkoviestinnän kokonaismarkkinoista toimialoittain perustuvat useisiin laadultaan eritasoisiin tilastolähteisiin. Useiden alojen tiedot ovat karkeita arvioita. Liikevaihtolaskelmat on laadittu Tilastokeskuksen Joukkoviestintä, kulttuuri ja ajankäyttö -yksikössä yhteistyössä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa.

Mainontaan käytettyä nettomarkkamäärää ja sen jakautumista eri joukkoviestintävälineiden kesken seuraa Mainonnan neuvottelukunnan toimeksiannosta TNS Gallup Oy. Mainontataulukoiden luvuissa on mukana vain joukkoviestinmainonta eli nk. pieni mainoskaku. Muut markkinointiviestinnän lajit kuten suoramainonta, hakemistomainonta, messumainonta, sponsorointi ja liikelahjat eivät sisälly lukuihin. Niiden osuus nk. suuresta mainoskakusta on nykyisin yli puolet.

Joukkoviestintäalan yrityksiä, henkilöstöä, tuotantoa, tuontia ja vientiä koskevia keskeisiä tilasto- ja tietolähteitä ovat Tilastokeskuksen teollisuustilasto ja yritysrekisteri (ks. Suomen yritykset), tullihallituksen ulkomaankauppatilasto ja Graafinen Teollisuus ry:n tilastot (ks. Graafiset faktat).

Joukkoviestinnän kulutusmenoja ja vähittäismyyntiä koskevien tietojen keskeisiä lähteitä ovat Tilastokeskuksen Kulutustutkimus ja Kodintekniikkaliiton vähittäismyyntitilastot. Viestintävälineiden ja viihde-elektroniikan omistusta koskevien tietojen keskeiset lähteet puolestaan ovat Tilastokeskuksen Kuluttajabarometri ja Finnpanel Oy.

Joukkoviestinnän parissa käytettyä aikaa koskevat tiedot ovat TNS Gallup Oy:n Intermediatutkimuksesta. Joukkoviestintään käytetyn ajan suhteesta muuhun ajankäyttöön kertovat Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimukset (2009/10 tutkimus tekeillä) ja vapaa-aikatutkimukset (tuorein vuodelta 2002).

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

*Ahlqvist, Kirsti & Berg, Mari-Anna:* Kotitalouksien kulutusmenojen muutossuunnat. Tulot ja kulutus 2003: 21. Tilastokeskus, Helsinki 2003.

Graafisen alan taloustilasto. *Turun kauppakorkeakoulu*, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.

Graafiset faktat. *Graafinen Teollisuus*, Helsinki, eri vuosina.

*Grönlund, Mikko & Toivonen, Timo E.:* Mainostava Suomi. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 26/2002, Helsinki.

*Kallio, J. ym.:* Sisältötuotannon kilpailukyky. LTT-Tutkimus Oy, Helsinki 2001.

*Liikkanen, Mirja (toim.):* Suomalainen vapaa-aika. Gaudeamus, Helsinki 2009.

*Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta & Hannula, Ulla (toim.):* Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Markkinointiviestinnän määrä Suomessa. *Mainonnan neuvottelukunta – TNS Gallup Oy*, Helsinki, eri vuosina.

*Martikainen, M. ym.:* Sisältötuotannon arvoketjun rahoitus. LTT-Tutkimus Oy, Helsinki 2001.

Paikallisradioiden taloustilasto. *Turun kauppakorkeakoulu*, Yritystoiminnan tutkimuskeskus, eri vuosina.

*Sauri, Tuomo:* Joukkoviestinnän rakenne ja talous. Kulttuuri ja viestintä 2001: 1. Tilastokeskus, Helsinki 2001.

*Sauri, Tuomo & Picard, Robert:* Mediatalous. Teoksessa Nordenstreng & Wiiro (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Sisältötuotannon kilpailukyvyn kehittäminen. Strateginen selvitys I–III. *F&L Management Services Ltd.*, Helsinki 1997, 1998, 2001.

*Soramäki, Martti:* Informaatioyhteiskunnan teoriat, politiikka ja sähköisen viestinnän todellisuus. Tampere university press, Tampere 2004.

Suomen yritykset. SVT, Yritykset. *Tilastokeskus*, Helsinki, eri vuosina.

## Taulukot – Tables

- 1.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 1998–2008  
*Mass media market volume in Finland 1998–2008*
- 1.2 Eri sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoiden volyyymista 1998–2008  
*Shares of mass media market by sector 1998–2008*
- 1.3 Mediamainonta 1998–2008  
*Media advertising 1998–2008*
- 1.4 Medioiden mainososuudet 1998–2008  
*Shares of media advertising by sector 1998–2008*
- 1.5 Suurimmat joukkoviestintäyritykset vuoden 2008 liikevaihdon mukaan: Toimialat  
*Top twelve media companies by turnover 2008: Main media activities*
- 1.6 Joukkoviestintäteollisuuden yritykset 1997–2007  
*Enterprises in mass communication industries 1997–2007*
- 1.7 Joukkoviestintäteollisuuden yritykset työllistäjinä 1997–2007  
*Mass communication industry as employer 1997–2007*
- 1.8 Joukkoviestintäyritysten investoinnit 1999–2007  
*Gross and net investments by mass media related industries in 1999–2007*
- 1.9 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita  
*Share of domestic production in different sectors of mass communication*
- 1.10 Kustantamisen ja painamisen toimitusten arvo alatoimialoittain 1997–2007  
*Value of deliveries in publishing and printing 1997–2007*
- 1.11 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1998–2008  
*Printing industry exports and imports 1998–2008*
- 1.12 Graafisen teollisuuden vienti tuoteryhmittäin 1998–2008  
*Exports of printing industry by product groups 1998–2008*
- 1.13 Graafisen teollisuuden tuonti tuoteryhmittäin 1998–2008  
*Imports of printing industry by product groups 1998–2008*
- 1.14 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti 1998–2008  
*Retail sales of entertainment electronics 1998–2008*
- 1.15 Viihde-elektroniikan myynnin arvo 1998–2008  
*Entertainment electronics: sales volume 1998–2008*
- 1.16 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008  
*Penetration of selected household equipment 1998–2008*
- 1.17 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista 1995–2006  
*Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure 1995–2006*
- 1.18 Joukkoviestinten tavoitavuus 2008  
*Daily reach of mass media 2008*

- 1.19 Joukkoviestimiin käytetty aika 2008  
*Time spent with mass media 2008*
- 1.20 Joukkoviestinten kulutusosuudet 2008  
*Shares of use by media 2008*

## ***Kuviot – Figures***

- 1.1 Joukkoviestintämarkkinat 1998 ja 2008  
*Mass media market volume in Finland 1998 and 2008*
- 1.2 Mediamainonta 2008  
*Advertising in mass media 2008*
- 1.3 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään 2001/02  
*Household consumption expenditure in mass media 2001/02*
- 1.4 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1990–2004  
*Penetration of selected household equipment 1990–2004*

## 1.1 Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 1998–2008

### Mass media market volume in Finland 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos/ Change, %
	€ milj. – € million											2007/08
Päivälehdet (7–4 -päiväiset) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	886	926	965	956	936	931	970	982	1 027	1 061	1 056	-0,5
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 times a week)</i>	110	116	114	113	115	112	118	121	122	127	135	5,7
Ilmaislehdet <i>Free papers</i>	59	82	87	86	89	95	100	102	104	103	100	-2,8
Aikakauslehdet <i>Magazines &amp; periodicals</i>	589	614	631	622	630	655	680	710	720	752	760	1,1
Kirjat* <i>Books*</i>	406	425	457	468	480	486	503	524	537	559	566	1,2
Hakemistot & suoramainonta <i>Directories &amp; direct mail</i>	273	297	318	334	333	346	348	352	352	335	340	1,5
<b>Graafinen joukkoviestintä yhteensä</b> <b>Print media total</b>	<b>2 323</b>	<b>2 460</b>	<b>2 572</b>	<b>2 578</b>	<b>2 584</b>	<b>2 625</b>	<b>2 719</b>	<b>2 791</b>	<b>2 862</b>	<b>2 937</b>	<b>2 956</b>	<b>0,7</b>
Televisio** <i>Television**</i>	539	548	572	587	606	631	687	739	776	865	948	9,6
Radio <i>Radio</i>	38	38	40	43	47	50	51	50	49	49	53	7,4
Internet <i>Internet</i>	4	6	12	30	37	45	55	75	99	118	158	33,9
<b>Sähköinen viestintä yhteensä</b> <b>Electronic media total</b>	<b>581</b>	<b>592</b>	<b>624</b>	<b>660</b>	<b>690</b>	<b>726</b>	<b>793</b>	<b>864</b>	<b>924</b>	<b>1 032</b>	<b>1 159</b>	<b>12,3</b>
Äänitteet <i>Phonograms</i>	126	120	125	128	118	120	110	98	99	100	98	-2,0
Videot <i>DVD &amp; VHS</i>	70	75	82	96	118	131	141	144	149	150	153	2,0
Elokuvateatterit <i>Cinemas</i>	43	48	48	48	56	58	54	46	52	53	58	8,5
<b>Tallenneviestintä yhteensä</b> <b>Recorded media total</b>	<b>239</b>	<b>243</b>	<b>255</b>	<b>272</b>	<b>292</b>	<b>309</b>	<b>304</b>	<b>288</b>	<b>300</b>	<b>303</b>	<b>309</b>	<b>1,8</b>
<b>Koko joukkoviestintä</b> <b>Mass media total</b>	<b>3 143</b>	<b>3 295</b>	<b>3 451</b>	<b>3 510</b>	<b>3 566</b>	<b>3 660</b>	<b>3 816</b>	<b>3 943</b>	<b>4 086</b>	<b>4 273</b>	<b>4 424</b>	<b>3,5</b>
<b>Kiintein (2008) hinnoin</b> <b>At fixed (2008) prices</b>	<b>3 790</b>	<b>3 926</b>	<b>3 978</b>	<b>3 945</b>	<b>3 947</b>	<b>4 016</b>	<b>4 178</b>	<b>4 280</b>	<b>4 358</b>	<b>4 448</b>	<b>4 424</b>	
<b>Joukkoviestintä/BKT, %</b> <b>Mass media/GDP, %</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	

\* Sisältää myös Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten off-line multimediatalenteiden myynnin.  
Also including the sales of off-line multimedia recordings by members of the the Finnish Book Publishers Association.

\*\* Sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan. – Including YLE public service radio.

HUOM. Taulukon luvut ovat loppukäyttäjätasoisia. Niistä on eliminoitu päällekkäisten erien kertauminen ja eri toimialojen keskinäiset päällekkäisyydet.  
Eri toimialojen liikevaihtoluvut ovat siten toisensa poissulkevia. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä.

NOTE. Sales at end user level. The figures include domestic production and imports. Overlaps and exports have been eliminated.  
This table includes several estimates.

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot  
Source: Statistics Finland, Culture & media statistics

1.2 Eri sektoreiden osuudet joukkoviestintämarkkinoiden volyymista 1998–2008  
*Shares of mass media market by sector 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Päivälehdet (7–4 -päiväiset) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	28,2	28,1	28,0	27,2	26,3	25,4	25,4	24,9	25,1	24,8	23,9
Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies (3–1 times a week)</i>	3,5	3,5	3,3	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,0
Ilmaislehdet <i>Free papers</i>	1,9	2,5	2,5	2,4	2,5	2,6	2,6	2,6	2,5	2,4	2,3
Aikakauslehdet <i>Magazines &amp; periodicals</i>	18,7	18,6	18,3	17,7	17,7	17,9	17,8	18,0	17,6	17,6	17,2
Kirjat* <i>Books*</i>	12,9	12,9	13,3	13,3	13,5	13,3	13,2	13,3	13,1	13,1	12,8
Hakemistot & suorainonta <i>Directories &amp; direct mail</i>	8,7	9,0	9,2	9,5	9,3	9,5	9,1	8,9	8,6	7,8	7,7
<b>Graafinen joukkoviestintä yhteensä</b> <b><i>Print media total</i></b>	<b>73,9</b>	<b>74,7</b>	<b>74,5</b>	<b>73,4</b>	<b>72,5</b>	<b>71,7</b>	<b>71,2</b>	<b>70,8</b>	<b>70,0</b>	<b>68,7</b>	<b>66,8</b>
Telesio** <i>Television**</i>	17,2	16,6	16,6	16,7	17,0	17,2	18,0	18,7	19,0	20,2	21,4
Radio <i>Radio</i>	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2
Internet <i>Internet</i>	0,1	0,2	0,3	0,9	1,0	1,2	1,4	1,9	2,4	2,8	3,6
<b>Sähköinen viestintä yhteensä</b> <b><i>Electronic media total</i></b>	<b>18,5</b>	<b>18,0</b>	<b>18,1</b>	<b>18,8</b>	<b>19,3</b>	<b>19,8</b>	<b>20,8</b>	<b>21,9</b>	<b>22,6</b>	<b>24,2</b>	<b>26,2</b>
Äänitteet <i>Phonograms</i>	4,0	3,6	3,6	3,6	3,3	3,3	2,9	2,5	2,4	2,3	2,2
Videot <i>DVD&amp;VHS</i>	2,2	2,3	2,4	2,7	3,3	3,6	3,7	3,7	3,6	3,5	3,5
Elokuvateatterit <i>Cinemas</i>	1,4	1,5	1,4	1,4	1,6	1,6	1,4	1,2	1,3	1,2	1,3
<b>Tallenneviestintä yhteensä</b> <b><i>Recorded media total</i></b>	<b>7,6</b>	<b>7,4</b>	<b>7,4</b>	<b>7,7</b>	<b>8,2</b>	<b>8,5</b>	<b>8,0</b>	<b>7,3</b>	<b>7,3</b>	<b>7,1</b>	<b>7,0</b>
<b>Koko joukkoviestintä</b> <b><i>Mass media total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Sisältää myös Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten off-line multimediatalenteiden myynnin.  
*Also Including the sales of off-line multimedia recordings by members of the the Finnish Book Publishers Association.*

\*\* Sisältää myös Yleisradion julkisen palvelun radiotoiminnan. – *Including YLE public service radio.*

HUOM. Taulukon luvut ovat loppukäyttäjätasoisia. Niistä on eliminoitu päällekkäisten erien kertautuminen ja eri toimialojen keskinäiset päällekkäisyydet. Eri toimialojen liikevaihtoluvut ovat siten toisensa poissulkevia. Luvut sisältävät kotimaisen tuotannon ja tuonnin, mutta eivät vientiä. Useita aloja kuvaavat luvut ovat arvioita.

NOTE. Sales at end user level. The figures include domestic production and imports. Overlaps and exports have been eliminated. This table includes several estimates.

Lähde: Tilastokeskus, Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot  
 Source: Statistics Finland, Culture & media statistics

### 1.3 Mediamainonta 1998–2008 Media advertising 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos Change 2007/08, %
	€ milj. – € million											
Päivälehdet (7–4 krt/vk) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	441	493	528	496	475	484	511	519	531	555	537	-3,3
Muut sanomalehdet <i>Non-dailies</i>	53	52	55	51	49	51	55	56	62	67	68	0,9
Sanomalehdet yhteensä <i>Newspapers total</i>	494	545	583	547	524	535	566	575	592	622	605	-2,9
Ilmaislehdet <i>Free papers</i>	46	49	54	52	56	61	66	68	69	86	83	-2,8
<b>Sanoma- ja ilmaislehdet yhteensä <i>Newspapers and free papers total</i></b>	<b>540</b>	<b>594</b>	<b>637</b>	<b>599</b>	<b>580</b>	<b>596</b>	<b>632</b>	<b>643</b>	<b>661</b>	<b>708</b>	<b>688</b>	<b>-2,9</b>
Yleisölehdet <i>Consumer magazines</i>	65	70	80	80	83	83	88	94	95	108	101	-6,0
Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade &amp; business magazines</i>	79	86	97	88	79	76	77	79	81	84	80	-4,1
Asiakaslehdet <i>Customer magazines</i>	13	13	15	16	17	19	19	21	24	19	21	13,8
<b>Aikakauslehdet yhteensä <i>Magazines &amp; periodicals total</i></b>	<b>158</b>	<b>170</b>	<b>192</b>	<b>184</b>	<b>179</b>	<b>178</b>	<b>185</b>	<b>194</b>	<b>200</b>	<b>210</b>	<b>203</b>	<b>-3,5</b>
Painetut hakemistot <i>Printed directories</i>	81	95	104	114	130	122	121	123	115	91	94	3,5
<b>Painetut mediat yhteensä <i>Print media total</i></b>	<b>779</b>	<b>859</b>	<b>933</b>	<b>897</b>	<b>889</b>	<b>896</b>	<b>938</b>	<b>960</b>	<b>976</b>	<b>1 009</b>	<b>985</b>	<b>-2,4</b>
Televisio <i>Television</i>	204	205	213	195	201	207	227	231	243	262	268	2,3
Radio <i>Radio</i>	34	34	38	40	44	47	48	47	47	47	51	7,4
Elokuva <i>Cinema</i>	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	34,8
Banner- ja luokiteltu verkkomediamainonta <i>Banner and classified web advertising</i>	4	6	12	15	15	17	25	36	48	62	78	25,6
Sähköiset hakemistot ja hakusanamainonta <i>Electronic directories and SEM</i>	..	..	..	15	20	24	26	32	42	51	74	44,7
<b>Verkkomediamainonta yhteensä <i>Internet total</i></b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>41</b>	<b>51</b>	<b>68</b>	<b>90</b>	<b>113</b>	<b>152</b>	<b>34,2</b>
<b>Sähköinen mainonta yhteensä <i>Electronic media total</i></b>	<b>244</b>	<b>248</b>	<b>265</b>	<b>267</b>	<b>283</b>	<b>297</b>	<b>328</b>	<b>348</b>	<b>381</b>	<b>424</b>	<b>473</b>	<b>11,5</b>
Ulko- ja liikennemainonta <i>Outdoor/Transport</i>	31	32	35	34	32	31	33	36	37	42	44	4,8
<b>Mediamainonta yhteensä <i>Mass media advertising total</i></b>	<b>1 054</b>	<b>1 139</b>	<b>1 233</b>	<b>1 198</b>	<b>1 203</b>	<b>1 224</b>	<b>1 299</b>	<b>1 343</b>	<b>1 394</b>	<b>1 475</b>	<b>1 502</b>	<b>1,8</b>
<b>Kiintein (2008) hinnoin <i>At fixed (2008) prices</i></b>	<b>1 270</b>	<b>1 357</b>	<b>1 421</b>	<b>1 347</b>	<b>1 332</b>	<b>1 343</b>	<b>1 422</b>	<b>1 458</b>	<b>1 486</b>	<b>1 536</b>	<b>1 502</b>	
<b>Osuus BKT:sta % <i>As % of GDP</i></b>	<b>0,90</b>	<b>0,93</b>	<b>0,93</b>	<b>0,86</b>	<b>0,84</b>	<b>0,84</b>	<b>0,85</b>	<b>0,86</b>	<b>0,83</b>	<b>0,82</b>	<b>0,81</b>	

\* Lehtien ns. luokitellusta ilmoittelusta mukaan on otettu varsinaiseksi mainonnaksi luettava osuus. Ts. ulkopuolelle on jätetty julkiset ja yksityiset kuulutukset, julkiset virat, tiedotukset ja yksityishenkilöiden rivi-ilmoitukset.  
*Announcements, notices, column advertisements and public offices are not included in press advertising.*

Lähteet: Mainonnan Neuvottelukunta  
TNS Gallup Oy  
Sources: Finnish Advertising Council  
TNS Gallup Group



1.4 Medioiden mainososuudet 1998–2008  
*Shares of media advertising by sector 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Päivälehdet (7–4 krt/vk) <i>Dailies (7–4 times a week)</i>	41,8	43,3	42,8	41,4	39,5	39,5	39,3	38,7	38,1	37,6	35,8
Muut sanomalehdet <i>Non-dailies</i>	5,1	4,6	4,5	4,3	4,0	4,2	4,2	4,2	4,4	4,5	4,5
Sanomalehdet yhteensä <i>Newspapers total</i>	46,9	47,9	47,3	45,7	43,5	43,7	43,5	42,8	42,5	42,2	40,3
Ilmaislehdet <i>Free papers</i>	4,3	4,3	4,4	4,3	4,7	5,0	5,1	5,0	4,9	5,8	5,5
<b>Sanoma- ja ilmaislehdet yhteensä</b> <b><i>Newspapers and free papers total</i></b>	<b>51,2</b>	<b>52,2</b>	<b>51,7</b>	<b>50,0</b>	<b>48,2</b>	<b>48,7</b>	<b>48,6</b>	<b>47,9</b>	<b>47,4</b>	<b>48,0</b>	<b>45,8</b>
Yleisölehdet <i>Consumer magazines</i>	6,2	6,2	6,5	6,7	6,9	6,8	6,8	7,0	6,8	7,3	6,7
Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade &amp; business magazines</i>	7,5	7,6	7,9	7,3	6,6	6,2	6,0	5,9	5,8	5,7	5,3
Asiakaslehdet <i>Customer magazines</i>	1,3	1,2	1,2	1,3	1,4	1,6	1,5	1,6	1,7	1,3	1,4
<b>Aikakauslehdet yhteensä</b> <b><i>Magazines &amp; periodicals total</i></b>	<b>15,0</b>	<b>14,9</b>	<b>15,6</b>	<b>15,4</b>	<b>14,9</b>	<b>14,5</b>	<b>14,2</b>	<b>14,4</b>	<b>14,4</b>	<b>14,2</b>	<b>13,4</b>
Painetut hakemistot <i>Printed directories</i>	7,7	8,3	8,4	9,5	10,8	10,0	9,3	9,2	8,2	6,2	6,3
<b>Painetut mediat yhteensä</b> <b><i>Print media total</i></b>	<b>73,9</b>	<b>75,4</b>	<b>75,7</b>	<b>74,9</b>	<b>73,9</b>	<b>73,2</b>	<b>72,2</b>	<b>71,5</b>	<b>70,0</b>	<b>68,4</b>	<b>65,5</b>
Televisio <i>Television</i>	19,4	18,0	17,3	16,3	16,7	16,9	17,4	17,2	17,4	17,8	17,9
Radio <i>Radio</i>	3,2	3,0	3,1	3,3	3,6	3,8	3,7	3,5	3,4	3,2	3,4
Elokuva <i>Cinema</i>	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2
Banner- ja luokiteltu verkkomediamainonta <i>Banner and classified web advertising</i>	0,4	0,5	1,0	1,3	1,2	1,4	2,0	2,7	3,4	4,2	5,2
Sähköiset hakemistot ja hakusanamainonta <i>Electronic directories and SEM</i>	..	..	..	1,3	1,7	2,0	2,0	2,4	3,0	3,4	4,9
<b>Verkkomediamainonta yhteensä</b> <b><i>Internet total</i></b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>2,5</b>	<b>2,9</b>	<b>3,3</b>	<b>4,0</b>	<b>5,1</b>	<b>6,4</b>	<b>7,7</b>	<b>10,1</b>
<b>Sähköviestimet yhteensä</b> <b><i>Electronic media advertising total</i></b>	<b>23,1</b>	<b>21,7</b>	<b>21,5</b>	<b>22,3</b>	<b>23,5</b>	<b>24,3</b>	<b>25,2</b>	<b>25,9</b>	<b>27,3</b>	<b>28,8</b>	<b>31,5</b>
Ulko- ja liikennemainonta <i>Outdoor/Transport</i>	3,0	2,8	2,8	2,8	2,7	2,5	2,5	2,7	2,6	2,8	2,9
<b>Mediamainonta yhteensä</b> <b><i>Mass media advertising total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Lehtien ns.luokitellusta ilmoittelusta mukaan on otettu varsinaiseksi mainonnaksi luettava osuus. Ts. ulkopuolelle on jätetty julkiset ja yksityiset kuulutukset, julkiset virat, tiedotukset ja yksityishenkilöiden rivi-ilmoitukset.  
*Announcements, notices, column advertisements and public offices are not included in press advertising.*

Lähde: TNS Gallup Oy  
 TNS Gallup Oy  
 Source: TNS Gallup Group  
 TNS Gallup Group

1.5 Suurimmat joukkoviestintäyritykset vuoden 2008 liikevaihdon mukaan: Toimialat  
*Top twelve media companies by turnover 2008: Main media activities*

	Liikevaihto <i>Net revenue</i>		Toimialat – <i>Media activities</i>					
	€ milj. € million	Muutos % Change %	Sanoma- lehdet <i>Newspapers</i>	Aikakaus- lehdet <i>Magazines</i>	Kirjat <i>Books</i>	Radio	TV	Kaapeli-TV <i>Cable TV</i>
	2008	2007/2008						
SanomaWSOY Oyj	3 030	4	x	x	x	x	x	x
Yleisradio Oy	381	-1				x	x	
Alma Media Oyj	341	4	x	x				(x)
TS-Yhtymä Oy	306	-9	x			x	(x)	x
Otava-Kuvalehdet Oy	237	1		x	x			
MTV Oy*	203	1				x	x	
Edita Oy**	111	23		x	x			
Keskisuomalainen Oyj	105	0	x					
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	100	17	x					
A-lehdet Oy	95	-1		x				
Talentum Oyj**	93	5		x	x			
Suomen Lehtiyhtymä Oy	81	2	x	x				

Suluissa olevat toimialat merkitsevät vähemmistöosuuksia.

*Media activities in parentheses indicate minority shares in the sector.*

\* MTV Media -ryhmään kuuluvat MTV Oy:n lisäksi SubTV Oy, lkv n. 44 milj. euroa ja Suomen Uutisradio Oy, lkv. n. 15 milj. euroa.

MTV Media -ryhmä ei julkista konsernitason liikevaihtoaan.

\* In addition MTV Oy, MTV Media group is comprised of SubTV Oy, net revenue € 44 million, and Suomen Uutisradio Oy, net revenue € 15 million.

\*\* Pro forma.

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ym.

Source: Company annual reports and other company data

**1.6 Joukkoviestintäteollisuuden yritykset 1997–2007**  
**Enterprises in mass communication industries 1997–2007**

Toimiala – Industry	Yrityksiä – No. of enterprises											
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Kustantaminen <i>Publishing</i>	1 247	1 299	1 309	1 344	1 385	1 356	1 339	1 365	1 398	1 437	1 468	
Radio- ja televisio toiminta; Ohjelmansiirtopalvelut <i>Radio and television activities; Transmission services</i>	185	199	207	199	214	229	215	211	203	215	191	
Elokuva- ja videotoiminta <i>Motion picture and video activities</i>	537	572	548	558	563	646	673	682	697	729	782	
Tietoverkkopalvelut <i>Information network activities</i>	..	..	..	..	120	147	199	278	340	397	446	
Uutistoimistot <i>News agency activities</i>	67	68	69	72	67	70	65	72	72	61	69	
<b>Joukkoviestintäyritykset yhteensä</b> <b>Mass media enterprises total</b>	<b>2 036</b>	<b>2 138</b>	<b>2 133</b>	<b>2 173</b>	<b>2 229</b>	<b>2 301</b>	<b>2 292</b>	<b>2 330</b>	<b>2 370</b>	<b>2 442</b>	<b>2 510</b>	
Kaikki yritykset yhteensä <i>All enterprises, total</i>	213 230	219 273	219 515	222 817	224 847	226 593	228 422	232 305	236 435	250 378	308 917	
<b>Joukkoviestintäyritysten osuus, %</b> <b>Share of mass media enterprises, %</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,8</b>	
Lähialat <i>Relating industries:</i>												
Mainonta <i>Advertising</i>	2 275	2 394	2 521	2 601	2 673	2 696	2 703	2 730	2 737	2 827	3 033	
Painaminen <i>Printing</i>	1 468	1 446	1 378	1 347	1 299	1 264	1 223	1 180	1 146	1 136	1 139	
Ääni- ja videotallenteiden jäljentäminen <i>Reproduction of sound and video recording</i>	67	62	65	76	77	87	85	88	89	89	103	
<b>Lähialat yhteensä</b> <b>Relating industries total</b>	<b>3 810</b>	<b>3 902</b>	<b>3 964</b>	<b>4 024</b>	<b>4 049</b>	<b>4 047</b>	<b>4 011</b>	<b>3 998</b>	<b>3 972</b>	<b>4 052</b>	<b>4 275</b>	
Postitoiminta <i>Post and courier activities</i>	242	258	242	243	267	278	264	268	266	288	299	
Teleliikenne (pl. ohjelmansiirtopalvelut) <i>Telecommunications (excl. transmission services)</i>	152	163	180	205	254	260	260	295	301	292	292	
Viihde-eletroniikan valmistus <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	46	47	47	49	47	53	52	53	55	55	56	

\* TOL 2002:n mukaan. Yritys voi olla luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. Voittoa tavoittelemattomia yhteisöjä ei lueta yrityksiin. Taulukko sisältää yritykset, joiden toiminta-aika tilastovuonna ylitti 6 kk ja jotka työllistivät vähintään 0,5 henkilöä tai joiden liikevaihto ylitti minimitason (vähintään 9 636 euroa v. 2007). Vuonna 2007 mukana myös 45 681 maatalousyritystä, jotka ovat tulleet tietopohjan laajentuessa yritysrekisteriin, ja jotka on aiemmin jätetty tilastoinnin ulkopuolelle. Nyt tilastossa ovat mukana ne maatalousyritykset, joiden tulot maataloudesta ylittivät tilastorajan (9 636 euroa).  
*According to NACE 2002. An enterprise is a natural person or a legal person. Non-profit institutions are not included in enterprises. The table describes enterprises which operated more than six months in the statistical year and employed more than half a person or their turnover exceeded the set minimum level (EUR 9,636 in 2007).*  
*In 2007 the number also contains 45,681 agricultural enterprises which were added to the Business Register when its information basis widened and which were previously excluded from these statistics. The statistics now include agricultural enterprises whose income from agriculture exceeded the statistical threshold of the EUR 9,636.*

Lähde: Suomen yritykset. Tilastokeskus, SVT  
 Source: Business register, Statistics Finland.

1.7 Joukkoviestintäteollisuuden yritykset työllistäjinä 1997–2007  
*Mass communication industry as employer 1997–2007*

Toimiala – Industry	Henkilöstö – Staff										
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Kustantaminen <i>Publishing</i>	15 346	15 613	16 682	16 608	16 523	16 082	15 946	16 030	15 393	15 741	15 892
Radio ja televisio toiminta <i>Radio and television activities</i>	6 491	7 307	6 755	6 789	7 038	7 044	6 457	6 541	6 324	6 112	5 805
Elokuva- ja videotoiminta <i>Motion picture and video activities</i>	1 614	1 906	1 952	1 935	1 897	2 112	1 831	1 872	1 826	2 010	2 277
Tietoverkkopalvelut <i>Information network activities</i>	..	..	..	..	903	852	721	873	1 213	1 174	1 387
Uutistoimistot <i>News agency activities</i>	428	412	399	413	379	370	351	354	392	298	357
<b>Joukkoviestintä- yritykset yhteensä Mass communication enterprises total</b>	<b>23 879</b>	<b>25 238</b>	<b>25 788</b>	<b>25 745</b>	<b>26 740</b>	<b>26 460</b>	<b>25 306</b>	<b>25 670</b>	<b>25 148</b>	<b>25 335</b>	<b>25 718</b>
Kaikki yritykset yhteensä <i>All enterprises, total</i>	1 181 134	1 235 054	1 267 822	1 301 418	1 318 654	1 315 073	1 308 031	1 312 245	1 328 451	1 377 732	1 481 868
<b>Joukkoviestintäyritysten osuus, % Share of mass communication enterprises, %</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>1,9</b>	<b>2,0</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>
Lähialat <i>Relating industries:</i>											
Mainonta <i>Advertising activities</i>	5 522	6 516	7 171	7 365	7 441	6 963	6 597	6 446	6 443	6 823	7 790
Painaminen <i>Printing</i>	14 616	14 706	13 372	13 519	13 034	12 552	11 913	11 460	11 665	11 382	11 344
Ääni- ja videotallenteiden jäljentäminen <i>Reproduction of sound and video recording</i>	117	144	141	151	139	153	157	162	158	117	97
<b>Lähialat yhteensä Relating industries total</b>	<b>20 255</b>	<b>21 366</b>	<b>20 684</b>	<b>21 035</b>	<b>20 614</b>	<b>19 668</b>	<b>18 667</b>	<b>18 068</b>	<b>18 266</b>	<b>18 322</b>	<b>19 231</b>
Postitoiminta <i>Post and courier activities</i>	29 993	30 027	28 334	23 307	22 491	21 432	21 141	21 572	21 078	21 580	21 884
Teleliikenne (pl. ohjelmansiirtopalvelut) <i>Telecommunications (excl. transmission services)</i>	17 184	18 537	18 738	18 214	19 882	18 952	18 737	18 770	17 652	16 193	14 711
Viihde-eletroniikan valmistus <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	957	1 378	1 179	1 465	1 764	1 290	1 227	1 198	952	801	720

\* TOL 2002:n mukaan. Yritys voi olla luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. Voittoa tavoittelemattomia yhteisöjä ei lueta yrityksiin. Taulukko sisältää yritykset, joiden toiminta-aika tilastovuonna ylitti 6 kk ja jotka työllistivät vähintään 0,5 henkilöä tai joiden liikevaihto ylitti minimitason (vähintään 9 636 euroa v. 2007). Vuonna 2007 mukana myös 45 681 maatalousyritystä, jotka ovat tulleet tietopohjan laajentuessa yritysrekisteriin, ja jotka on aiemmin jätetty tilastoinnin ulkopuolelle. Nyt tilastossa ovat mukana ne maatalousyritykset, joiden tulot maataloudesta ylittivät tilastorajan (9 636 euroa).  
*According to NACE 2002. An enterprise is a natural person or a legal person. Non-profit institutions are not included in enterprises. The table describes enterprises which operated more than six months in the statistical year and employed more than half a person or their turnover exceeded the set minimum level (EUR 9,636 in 2007). In 2007 the number also contains 45,681 agricultural enterprises which were added to the Business Register when its information basis widened and which were previously excluded from these statistics. The statistics now include agricultural enterprises whose income from agriculture exceeded the statistical threshold of the EUR 9,636.*

Lähde: Suomen yritykset. Tilastokeskus, SVT  
 Source: Business register, Statistics Finland.

1.8 Joukkoviestintäyritysten investoinnit 1999–2007

*Gross and net investments by mass media related industries in 1999–2007*

Toimiala <i>Industry</i>	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	Bruttoinvestoinnit – <i>Gross investments</i>								
	%-liikevaihdosta – <i>% of turnover</i>								
Kustantaminen <i>Publishing</i>	15,4	13,1	28,6	5,9	27,0	11,3	22,0	6,4	5,7
Radio- ja televisioiminta; Ohjelmansiirtopalvelut <i>Radio and TV activities; Transmission services</i>	37,8	9,5	9,1	6,1	6,2	5,7	19,7	49,5	19,3
Elokuva- ja videotoiminta yhteensä <i>Motion picture and video activities total</i>	5,5	5,2	8,7	6,4	5,9	8,0	7,5	6,1	5,4
Tietoverkkopalvelut <i>Information network activities</i>	22,1	112,3	90,6	41,3	25,5	8,9	14,4	15,9	40,4
Uutistoimistot <i>News agency activities</i>	4,2	3,3	7,6	5,2	2,9	5,5	2,2	2,1	3,0
Mainonta <i>Advertising</i>	2,9	11,1	2,8	3,0	2,2	2,2	2,5	1,8	2,6
Painaminen <i>Printing</i>	11,0	8,6	8,3	9,8	10,8	8,8	13,5	6,7	6,9
Ääni- ja videotallenteiden jäljentäminen <i>Reproduction of sound and video recording</i>	14,2	6,0	13,0	5,1	8,5	5,5	2,9	3,2	2,6
Postitoiminta <i>Post and courier activities</i>	7,2	5,4	10,0	3,0	2,5	3,7	6,0	3,6	5,8
Teleliikenne (pl. ohjelmansiirtopalvelut) <i>Telecommunications (excl. transmission services)</i>	28,1	148,3	42,8	68,9	49,8	15,0	14,3	10,9	19,1
Viihde-eletroniikan valmistus <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	3,9	2,5	5,0	3,3	4,4	4,1	4,3	9,6	6,7
Kaikki yritykset <i>All industries</i>	9,6	12,5	10,7	9,9	10,6	8,1	7,9	9,3	9,5
	Nettoinvestoinnit – <i>Net investments</i>								
	%-liikevaihdosta – <i>Net % of turnover</i>								
Kustantaminen <i>Publishing</i>	9,6	9,8	22,2	-0,1	20,1	8,7	3,1	2,7	3,2
Radio- ja televisioiminta; Ohjelmansiirtopalvelu <i>Radio and TV activities; Transmission services</i>	14,0	8,0	-8,7	5,6	-9,5	4,6	15,2	48,6	6,6
Elokuva- ja videotoiminta yhteensä <i>Motion picture and video activities total</i>	4,9	3,9	7,9	5,3	5,0	7,3	6,7	5,7	4,7
Tietoverkkopalvelut <i>Information network activities</i>	21,5	99,8	88,9	38,5	20,9	3,9	12,9	15,0	39,2
Uutistoimistot <i>News agency activities</i>	3,9	3,1	7,2	3,2	2,4	4,8	1,5	1,9	2,8
Mainonta <i>Advertising</i>	2,3	7,3	2,4	2,5	1,7	1,5	1,2	1,5	2,1
Painaminen <i>Printing</i>	9,6	6,4	4,5	7,1	6,4	6,9	10,9	5,1	5,6
Ääni- ja videotallenteiden jäljentäminen <i>Reproduction of sound and video recording</i>	14,0	5,6	12,6	4,4	8,1	4,7	1,6	3,0	2,0
Postitoiminta <i>Post and courier activities</i>	6,3	4,4	8,0	1,4	0,2	2,7	2,2	2,9	3,9
Teleliikenne (pl. ohjelmansiirtopalvelut) <i>Telecommunications (excl. transmission services)</i>	19,5	82,1	19,8	-8,6	34,7	9,2	7,9	6,7	10,9
Viihde-eletroniikan valmistus <i>Manufacture of entertainment electronics</i>	2,4	2,2	3,4	-0,1	0,9	3,9	3,7	6,3	6,5
Kaikki yritykset <i>All industries</i>	5,9	8,5	6,5	5,3	5,9	4,7	4,1	6,0	6,1

Lähde: Tilastokeskus. Yritysten rakenteet  
Sources: Statistics Finland. Business structures

## 1.9 Joukkoviestinnän eri sektoreiden kotimaisuusasteita

### Share of domestic production in different sectors of mass communication

Ala Sector	
Sanomalehdet Newspapers	99,9
Aikakauslehdet Magazines & periodicals	98
Kirjallisuus Literature	82
Televisio Television	50
Äänitteet Phonograms	59
Elokuva Cinema	23
VHS & DVD VHS & DVD	15

#### Laskentaperusteet:

- Kotimaisten sanomalehtien osuus tilauksista ja irtonumeromyynnistä (2008).
- Kotimaisten aikakauslehtien osuus tilauksista ja irtonumeromyynnistä (2008).
- Kotimaisen kirjallisuuden osuus julkaistuista nimikkeistä (2007).
- Kotimaisten TV-ohjelmien osuus Ylen, MTV:n ja Nelosen ohjelma-ajasta (2007).
- Kotimaisten äänitteiden osuus ÄKT ry:n jäsenten tukkumyynnistä (2008).
- Kotimaisten elokuvien katsojaosuus (2008).
- Kotimaisten videoiden osuus tukkumyynnistä (vuokraus ja myynti) (2008; arvio)

#### Bases for calculations:

- Subscriptions and single copy sales of domestic newspapers as proportion of total sales (2008).
- Subscriptions and single copy sales of domestic magazines & periodicals as proportion of total sales (2008).
- Domestic literature as proportion of all titles published (2007).
- Domestic TV programming as proportion of programming time (2007).
- Domestic phonograms produced as proportion of wholesale sales of Finnish group of IFPI (2008).
- Audience of domestic films as proportion of total cinema-going audience (2008).
- Domestic videos as proportion in sales at distributor level (rentals and sell-through), (2008; estimate)

#### Lähteet – Sources:

Helsingin yliopiston kirjasto	Eokuvatoimistojen Liitto
Itella Oyj	Suomen Filmikamari
Liikenne- ja viestintäministeriö	Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT
Rautakirja Oy	Tilastokeskus – Statistics Finland

## 1.10 Kustantamisen ja painamisen toimitusten arvo alatoimialoittain 1997–2007

### Value of deliveries in publishing and printing 1997–2007

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	€ milj. – € million										
Kirjojen kustantaminen Book publishing	337	264	335	367	393	386	390	407	408	427	419
Sanomalehtien kustantaminen Newspapers publishing	987	942	1092	1173	1170	1 175	1 189	1 234	1 277	1 271	1 297
Aikakauslehtien kustantaminen Magazines publishing	578	507	680	731	787	867	927	854	797	841	864
Kustantaminen yhteensä Publishing total	1 902	1 712	2 107	2 271	2 349	2 428	2 507	2 495	2 482	2 539	2 580
Painaminen ja sitä palveleva toiminta Separate printing and printing related services	1 651	1 258	1 631	1 714	1 784	1 720	1 627	1 603	1 665	1 719	1 769
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>3 553</b>	<b>2 970</b>	<b>3 738</b>	<b>3 985</b>	<b>4 134</b>	<b>4 148</b>	<b>4 134</b>	<b>4 098</b>	<b>4 147</b>	<b>4 258</b>	<b>4 349</b>

Lähde: Teollisuustilasto, Tilastokeskus  
Source: Industrial statistics, Statistics Finland

**1.11 Graafisen teollisuuden vienti ja tuonti 1998–2008**  
*Printing industry exports and imports 1998–2008*

	Vienti € milj. Exports € million	Tuonti € milj. Imports € million
1998	352	146
1999	277	171
2000	338	194
2001	356	170
2002	330	168
2003	300	174
2004	289	201
2005	288	193
2006	291	191
2007	296	198
2008	271	201
Muutos 2007/2008 % Change 2007/2008%	-8,4	1,5

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
 Graafinen Teollisuus ry.  
 Sources: Foreign trade statistics  
 The Federation of the Printing Industry in Finland.

**1.12 Graafisen teollisuuden vienti tuoteryhmittäin 1998–2008**  
*Exports of printing industry by product groups 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Kaupallinen aineisto Printed matter for advertising purposes	34,1	37,7	36,8	32,5	31,9	32,5	35,1	33,3	37,6	35,5	29,9
Sanomalehdet, aikakauslehdet Newspapers & periodicals	42,1	34,3	34,0	36,5	40,5	43,1	44,7	47,7	42,6	41,5	44,6
Kirjat, esittelylehtiset Books & leaflets	15,5	20,5	22,0	26,1	22,4	19,4	15,2	13,0	13,7	18,1	15,0
Lomakkeet, etiketit Forms & labels	5,6	4,6	3,7	3,2	2,5	3,1	2,5	2,4	2,7	2,3	2,3
Muut Other	2,7	2,9	3,4	1,7	2,8	2,0	2,5	3,5	3,4	2,6	8,2
Yhteensä Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Yhteensä € milj. – Total € million</b>	<b>352</b>	<b>277</b>	<b>338</b>	<b>356</b>	<b>330</b>	<b>300</b>	<b>289</b>	<b>288</b>	<b>291</b>	<b>296</b>	<b>271</b>

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
 Graafinen Teollisuus ry.  
 Sources: Foreign trade statistics  
 The Federation of the Printing Industry in Finland.

**1.13 Graafisen teollisuuden tuonti tuoteryhmittäin 1998–2008**  
**Imports of printing industry by product groups 1998–2008**

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2005	2006	2007	2008
	%											
Kaupallinen aineisto <i>Printed matter for advertising purposes</i>	28	26	28	22	22	22	19	21	21	22	23	21
Sanomalehdet, aikakauslehdet <i>Newspapers &amp; periodicals</i>	24	25	22	21	20	20	33	31	31	30	29	29
Kirjat, esittelylehtiset <i>Books &amp; leaflets</i>	32	31	32	40	37	37	28	32	32	34	34	39
Lomakkeet, etiketit <i>Forms &amp; labels</i>	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
Muut <i>Other</i>	12	13	14	13	16	15	16	12	12	10	9	7
<b>Yhteensä</b> <b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Yhteensä € milj. – Total € million</b>	<b>146</b>	<b>171</b>	<b>194</b>	<b>170</b>	<b>168</b>	<b>174</b>	<b>201</b>	<b>193</b>	<b>193</b>	<b>191</b>	<b>198</b>	<b>201</b>

Lähteet: Ulkomaankauppatilasto  
 Graafinen Teollisuus ry.

Sources: Foreign trade statistics  
 The Federation of the Printing Industry in Finland



1.14 Viihde-elektroniikan laitteiden vähittäismyynti 1998–2008  
Retail sales of entertainment electronics 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	1 000 kpl – 1 000 units						
Telesiviot TV sets	296	283	274	214	238	244	220
Digisovittimet Digital set-top boxes				10	85	213	363
Satelliittipaketit Satellite dishes	17	15	15	8	6	6	6
Videonauhurit, -kamerat, DVD-soittimet VCRs, DVD-players, camcorders	230	260	307	265	286	333	288
Stereolaitteet Stereo equipment	119	138	162	133	121	122	123
Soittimet Players	154	132	128	140	114	116	107
Radiot Radios	264	255	249	240	226	184	144
Kaiuttimet, kuulokkeet ym. Loudspeakers, headphones etc.	192	343	354	357	342	367	387
Autolaitteet Car stereos & players	195	193	171	132	134	140	120
	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos/ Change 2007/2008 %	
Taulutelesiviot Flat panel TV sets	25	101	256	434	528	22	
Kuvaputkitelesiviot CRT TV sets	246	219	125	33	4	-89	
TV&Video TV&Video sets	12	4	..	..	..	..	
DVD-soittimet DVD appliances	256	295	291	237	205	-14	
Digiboksit Digital set-top boxes	300	372	649	1 345	909	-32	
MP3-soittimet MP3 players	44	324	397	310	185	-40	
MPEG4 soittimet MP4 players				70	151	115	
Virittimet Tuners	33	26	26	23	21	-9	
Kotistereot Home stereo sets	104	104	97	84	91	8	
Navigaattorit Navigators				166	242	46	
Muut (videot, radiot ym.) Other (VCRs, radios etc.)	387	324	321	306	..	..	

Tiedot perustuvat kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumi KOTEKIN tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatalastoja.

Data based on estimates provided by KOTEK, the cooperation of stakeholders in the home electronics industry, using various sources, including of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: KOTEK

Source: Domestic Appliances Association

1.15 Viihde-elektroniikan myynnin arvo 1998–2008  
*Entertainment electronics: sales volume 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	€ milj. – € million						
Telesiot <i>TV sets</i>	159	166	150	128	145	157	158
Digisovittimet <i>Digital set-top boxes</i>				3	21	49	66
Satelliittipaketit <i>Satellite dishes</i>	9	5	5	2	2	2	2
Videonauhurit ja -kamerat, DVD-soittimet <i>VCRs, camcorders, DVD-players</i>	73	65	99	86	96	82	76
Stereolaitteet <i>Stereo equipment</i>	34	39	50	45	32	42	35
Soittimet <i>Players</i>	13	15	17	17	17	12	11
Radiot <i>Radios</i>	18	20	18	16	16	12	9
Kaiuttimet, kuulokkeet ym. <i>Loudspeakers, headphones etc.</i>	22	19	17	18	13	16	17
Autolaitteet <i>Car stereos &amp; players</i>	41	41	35	32	30	30	24
<b>Yhteensä</b> <b>Total</b>	<b>369</b>	<b>369</b>	<b>390</b>	<b>347</b>	<b>372</b>	<b>401</b>	<b>398</b>

	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos/ 2007/2008
	€ milj. – € million					%
Taulutelesiot <i>Flat panel TV sets</i>	48	149	323	421	423	0,4
Kuvaputkitelesiot <i>CRT TV sets</i>	115	73	34	8	1	-88,9
TV&Video <i>TV&amp;Video sets</i>	3	1	..	..	..	..
DVD-soittimet <i>DVD appliances</i>	48	50	46	36	25	-31,2
Digiboksit <i>Digital set-top boxes</i>	47	62	105	202	127	-37,3
MP3-soittimet <i>MP3 players</i>	5	30	33	24	10	-56,9
MPEG4 soittimet <i>MP4 players</i>				13	23	74,2
Virittimet <i>Tuners</i>	12	9	9	7	7	-4,6
Kotistereot <i>Home stereo sets</i>	28	24	23	20	22	8,4
Navigaattorit <i>Navigators</i>				43	45	5,7
Muut (videot, radiot ym.) <i>Other (VCRs, radios etc.)</i>	47	32	35	..	..	..
<b>Yhteensä</b> <b>Total</b>	<b>352</b>	<b>431</b>	<b>607</b>	<b>774</b>	<b>683</b>	<b>-11,9</b>

Tiedot perustuvat Kodintekniikkaliiton tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppatalastoja.  
*Data based on estimates provided by the Domestic Appliances Association using various sources, including deliveries of wholesale dealers and foreign trade statistics.*

Lähde: – Source: KOTEK

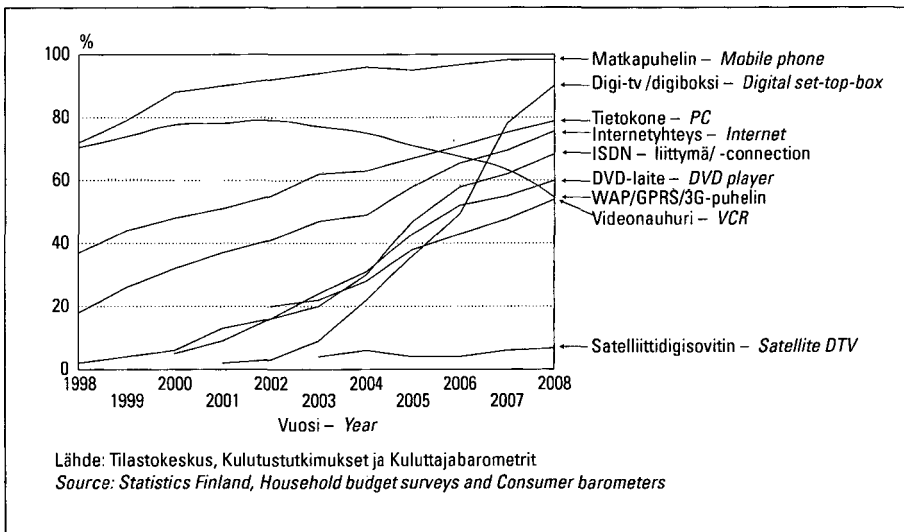
1.16 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008  
 Penetration of selected household equipment 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Televisio – TV	95	97	96	96	96	94	94	93	92	94	92
Teksti-tv – Teletext				80	82	82	83	83	..	..	..
Laajakuva-tv – Wide-screen TV				13	15	21	26	29	33	41	50
Digisovitin tai -tv Digital STB or integrated digital DTV				2	3	11	22	36	49	78	90
• terrestiaali/kaapelidigisovitin – STB-T						9	18	36	47	72	83
• satelliittidigisovitin – STB-S						4	6	4	4	6	7
• tallentava digisovitin – STB with HDD								8	12	28	38
Videonauhuri – VCR	71	74	78	78	79	77	75	71	68	63	54
DVD-laite – DVD player			5	9	16	24	31	43	52	55	60
• tallentava DVD-laite – DVD recorder								11	15	17	19
Kotiteatterijärjestelmä Home theater system						12	14	18	19	21	21
CD/MiniDisc/player	60	67	76	78	78	82	81	..	..	..	..
MP3-soitin/player									35	41	45
Tietokone – PC	37	44	48	51	55	62	63	67	71	75	79
Internet-yhteys – Internet	18	26	32	37	41	47	49	58	65	70	76
• laajakaista – broadband		2	4	6	13	16	20	30	47	58	62
Pelikonsoli – Game console				23	21	22	23	24	24	26	26
Matkapuhelin – Mobile phone	72	79	88	90	92	94	96	95	97	98	98
• WAP/GPRS/3G					20	22	28	38	43	48	54
Videokamera – Camcorder	10	13	16	15	15	16	17	19	20	22	21

Tiedot kunkin vuoden marraskuulta. – Data from November each year.

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit  
 Source: Statistics Finland, Household budget surveys and Consumer barometers

Kuvio 1.4 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008  
 Figure 1.4 Penetration of selected household equipment 1998–2008



## 1.17 Kotitalouksien kulutusmenot joukkoviestintään sekä viestintämenojen osuus kulutusmenoista 1995–2006

*Household consumption expenditure in mass media and share of total consumption expenditure 1995–2006*

Kaikki kotitaloudet – All households	1995		2001/02		2006	
	€	%	€	%	€	%
Radiot ja yhdistelmälaitteet – Radio equipment	33	3,9	50	4,8	24	1,9
TV-vastaanottimet ja oheislaitteet – TV equipment	71	8,4	85	8,2	180	14,5
TV-luvat, kaapeli-TV ym. maksut – TV licence fees, cable TV payments	144	17,1	168	16,3	214	17,2
CD-soittimet, kasettisoittimet ym. – CD-players, cassette decks etc.	14	1,7	19	1,8	11	0,9
Äänitteet ja kasetit – Phonograms	36	4,2	41	4,0	41	3,3
Video- ja DVD-laitteet – VCRs, DVDs	25	2,9	40	3,9	33	2,7
Videokasetit, DVD-tallenteet – Video cassettes, DVD records	22	2,6	32	3,1	50	4,1
Elokuvat – Cinema	13	1,6	18	1,7	17	1,4
Kirjat – Books	94	11,2	96	9,4	132	10,6
Sanomalehdet – Newspapers	172	20,4	188	18,3	158	12,7
Aikakauslehdet – Magazines & periodicals	131	15,5	145	14,1	141	11,4
PC-laitteet, pelitietokoneet, ohjelmat PC equipment, game consoles, programs	90	10,7	147	14,3	239	19,3
<b>Kulutusmenot joukkoviestintään yhteensä</b> <b>Consumption expenditure in mass media total</b>	<b>845</b>	<b>100</b>	<b>1 028</b>	<b>100</b>	<b>1 241</b>	<b>100</b>
<b>Joukkoviestintämenot % kokonaiskulutusmenoista</b> <b>As % of total consumption expenditure</b>		<b>4,4</b>		<b>4,0</b>		<b>4,1</b>
<b>Tietoliikennemenot – Consumption expenditure in posts &amp; telecom</b>	<b>408</b>		<b>942</b>		<b>856</b>	
<b>Tietoliikennemenot % kokonaiskulutusmenoista</b> <b>As % of total consumption expenditure</b>		<b>2,1</b>		<b>3,7</b>		<b>2,8</b>
Kokonaiskulutusmenot – Total consumption expenditure	19 411		25 760		30 404	

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset  
Source: Statistics Finland, Household surveys

1.18 Joukkoviestintien tavoitavuus 2008  
*Daily reach of mass media 2008*

Väestö 10+ Population 10+	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	10–24	25–44	45–59	60–
%							
Aikakauslehdet – Magazines	48	51	45	46	51	49	46
Sanomalehdet – Newspapers	78	78	77	56	76	86	88
Ilmais- ja noutolehdet – Free papers	32	33	31	25	34	36	33
Kirjat – Books	31	38	25	43	30	29	27
TV	90	90	91	87	88	93	93
Radio	74	72	75	65	75	78	75
Video (DVD & VHS)	12	11	13	19	15	9	5
Äänitteet – Phonograms	29	26	31	51	36	20	11
Internet – Internet	60	57	63	76	79	61	25

Tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 012 10+-vuotiasta henkilöä.  
The data come from a telephone survey involving 20 012 persons aged 10+ years.

Lähde: TNS Atlas Intermedia 2008/TNS Gallup Oy  
Source: TNS Atlas Intermedia 2008/TNS Gallup Group

### 1.19 Joukkoviestimiin käytetty aika 2008 Time spent with mass media 2008

Väestö 10+ Population 10+	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	10–24	25–44	45–59	60–
min/vrk – min/day							
Aikakauslehdet – Magazines	18	22	15	15	15	19	23
Sanomalehdet – Newspapers	34	34	34	14	24	39	56
Ilmais- ja noutolehdet – Free sheets	6	7	5	4	5	6	8
Kirjat – Books	24	29	18	38	21	19	19
<b>Graafiset viestimet yhteensä Print media total</b>	<b>82</b>	<b>92</b>	<b>72</b>	<b>71</b>	<b>65</b>	<b>83</b>	<b>106</b>
TV	172	163	181	169	150	172	197
Radio	125	120	131	81	125	142	144
Video (DVD & VHS)	10	9	12	21	12	6	4
Äänitteet – Phonograms	23	20	26	50	29	12	6
Internet	50	42	58	81	69	39	15
<b>Sähköiset ja tallenneviestimet yhteensä Electronic and recorded media total</b>	<b>380</b>	<b>354</b>	<b>408</b>	<b>402</b>	<b>385</b>	<b>371</b>	<b>366</b>
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>462</b>	<b>446</b>	<b>480</b>	<b>473</b>	<b>450</b>	<b>454</b>	<b>472</b>

Tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 012 10+-vuotiasta henkilöä.

The data come from a telephone survey involving 20 012 persons aged 10+ years.

Lähde: TNS Atlas Intermedia 2008/TNS Gallup Oy

Source: TNS Atlas Intermedia 2008/TNS Gallup Group

### 1.20 Joukkoviestinten kulutusosuudet 2008 Shares of use by media 2008

Väestö 10+ Population 10+	Kaikki – All	Sukupuoli – Sex		Ikä – Age			
		Nainen Female	Mies Male	10–24	25–44	45–59	60–
%							
Aikakauslehdet – Magazines	4	5	3	3	3	4	5
Sanomalehdet – Newspapers	7	8	7	3	5	9	12
Ilmais- ja noutolehdet – Free sheets	1	2	1	1	1	1	2
Kirjat – Books	5	7	4	8	5	4	4
<b>Graafiset viestimet yhteensä Print media total</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>22</b>
TV	37	37	38	36	33	38	42
Radio	27	27	27	17	28	31	31
Video & DVD	2	2	3	4	3	1	1
Äänitteet – Phonograms	5	4	5	11	6	3	1
Internet	11	9	12	17	15	9	3
<b>Sähköiset ja tallenneviestimet yhteensä Electronic and recorded media total</b>	<b>82</b>	<b>79</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>86</b>	<b>82</b>	<b>78</b>
<b>Yhteensä min/vrk – Min/day, total</b>	<b>462</b>	<b>446</b>	<b>480</b>	<b>473</b>	<b>450</b>	<b>454</b>	<b>472</b>

Tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 005 10+-vuotiasta henkilöä.

The data come from a telephone survey involving 20 005 persons aged 10+ years.

Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Oy

Source: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Group

## 2 Televisio

Digitaaliset maanpäälliset televisiolähetykset käynnistyivät vuonna 2001, ja tv-kanavien määrä alkoi lisääntyä. Suomalainen televisio siirtyi lopullisesti digitaalikauteen, kun maanpäälliset analogiset lähetykset suljettiin elokuun 2007 lopussa ja myös kaapeliverkot siirtyivät täysin digitaaliseen jakeluun seuraavan vuoden helmikuussa. Näin Suomesta tuli ilmeisesti maailman ainoa täysin digitaaliseen tv-jakeluun siirtynyt maa. Siirtymä ei käynyt kivuttomasti. Sitä säestivät kuluttajien kokeamat laitetekniset ongelmat ja kiivas keskustelu ”pakkodigitalisoinnista”. Mutta erityisesti maanpäällisessä televisioverkossa digitalisoituminen lisäsi kanavatarjontaa. Analogisissa maanpäällisissä verkoissa tarjolla oli ollut vain neljä kanavaa: YLE TV1, YLE TV2, MTV3 ja Nelonen. Digitalisoinnin jälkeen kotitalouksien saatavilla oli vuonna 2008 keskimäärin 13 kanavaa: terrestriaalitalouksissa 11 ja kaapeli/satelliittitalouksissa 15 (taulukko 2.4). Nämä luvut kuvaavat kotitalouksien tiedostettua kanavapeittoa.

Kaikkiaan maanpäällisessä verkossa on tarjolla kolmisenkymmentä kanavaa, joista kymmenkunta maksuttomia (taulukko 2.1). Kaapeliverkoissa ja satelliittiteitse tarjonta on luonnollisesti moninkertainen.

Noin neljä viidestä tv-taloudesta on hankkinut digisovittimen, jossa on korttipaikka eli valmius maksullisten kanavien vastaanottoon. Digisovittimien yleistymisen loikin merkittävän kasvupotentiaalin Suomen aiemmin varsin kitukasvuille maksutelevisiomarkkinoille. 2000-luvun alkuvuosiin asti maksu-tv-talouksien osuus oli Finnpanelin tietojen mukaan vain noin viisi prosenttia. Mutta digitalisoinnin myötä markkina kasvoi viisinkertaiseksi. Vuonna 2008 jo neljännes talouksista tilasi maksukanavia. Kaapeli- ja satelliittitalouksissa maksukanavien tilaajien osuus oli suurempi kuin antennitalouksissa. (Taulukko 2.4.) Toisaalta näyttää myös siltä, että tilaajamäärän kasvu lähes pysähtyi vuoden 2008 aikana.

Televisiotoimialan rakenteessa tapahtui jo 1980- ja 1990-luvuilla merkittäviä muutoksia. Perinteinen suomalainen julkisen palvelun ja kaupallisen television symbioottinen malli murtui lopullisesti vuonna 1993, kun Yleisradion julkisen palvelun ja MTV:n kaupallinen televisiotoiminta eriytyivät omille kanavilleen ja myös MTV3 sai oman toimiluvan. Perinteisessä mallissa ainoa mainosrahoitteista televisiotoimintaa harjoittava MTV oli vuokrannut lähetyksia Ylen kahdelta valtakunnalliselta kanavalta. MTV3:n mainosrahoitteinen kilpailija Nelonen sai toimiluvan vuonna 1996 ja aloitti lähetykset seuraavana vuonna.

Vuonna 2008 televisiotoiminnan yhteenlaskettu liikevaihto oli yhteensä noin 950 miljoonaa euroa (taulukko 2.6). Mainonnan ja maksutelevision osuus siitä oli noin puolet. Tv-lupamaksujen osuus oli laskenut noin 40 prosenttiin. Maksu-

kanavien osuus on viime vuosina kasvanut nopeasti. Se oli jo yli 20 prosenttia vuonna 2008. Tv-taloudet tilasivat maksukanavia arviolta noin 200 miljoonalla eurolla.

Television osuus mediamainonnasta on Suomessa, kuten muissakin Pohjoismaissa, noin viidennes. Osuudessa ei ole 2000-luvulla tapahtunut merkittäviä muutoksia. Luku on kaukana EU-maiden keskiarvosta, joka vuonna 2007 oli 32 prosenttia. Television mainostuotot olivat noin 270 miljoonaa euroa vuonna 2008.

Kaiken kaikkiaan digitalisoitumiskehitys on kasvattanut erityisesti kaupallista televisiotoimintaa. Mutta kaupallisen televisiotoiminnan laajenemisesta huolimatta julkisen palvelun Yleisradio on edelleen sekä taloudelliselta volyymiltaan että katsojaosuudeltaan suurin televisiotoimija. Yhtiöllä on kaikkiaan 4 valtakunnallista televisiokanavaa ja useita radiokanavia.

Yleisradio on liikevaihdoltaan maamme toiseksi suurin joukkoviestintäyhtiö, jonka liikevaihto vuonna 2008 oli noin 380 miljoonaa euroa. Tv-toiminnan digitalisointi ja lupamaksutuottojen supistuminen ovat 2000-luvulla rasittaneet raskaasti Yleisradion taloutta. Digitalisointiprosessin kuluessa vuosina 2001–2005 YLE muun muassa myi maanpäälliset jakeluverkot omistavan tytäryhtiönsä Digitan, jonka nykyisin omistaa TDF, Télédiffusion de France. Yleisradion toiminnallinen tulos oli tappiollinen vuosituhannen vaihteesta lähtien. Talous tasapainottui vasta vuonna 2008. Suoranaisen televisiotoiminnan osuus yhtiön kokonaiskustannuksista oli noin 170 miljoonaa euroa eli 43 prosenttia yhtiön kokonaiskustannuksista vuonna 2008. (Taulukot 2.7 & 2.8.)

Katsojien maksamat tv-maksut ovat Ylen keskeinen tulonlähde. Niiden osuus yhtiön liikevaihdosta oli noin 95 prosenttia. Laki Yleisradio Oy:stä kieltää mainonnan ja sponsoroinnin Ylen kanavilla. Ylen tulonlähteenä olivat aiemmin myös kaupallisten tv-kanavien maksamat toimilupamaksut. Korkeimmillaan niiden osuus tuloista oli noin 15 prosenttia. Toimilupamaksut poistuivat lopullisesti analogisten televisiolähetysten lakkaamisen myötä vuonna 2007.

Vuonna 2008 suoritettiin noin 1,9 miljoonaa televisiomaksua. Maksujen vuosittainen kokonaismäärä on laskenut vuonna 2001 alkaneen digitalisointiprosessin alkuvuosista noin sadalla tuhannella. (Taulukko 2.2.)

Kaupallista televisiotoimintaa hallitsevat markkinajohtaja MTV Media ja Nelonen Media. MTV Media kuuluu nykyisin ruotsalaiseen Bonnier-konserniin, joka on Pohjoismaiden suurin mediayritys. Nelonen Media puolestaan on osa Sanomaa, joka on Suomen suurin mediayritys. Nämä kaksi yhtiötä omistavat johtavat kaupalliset tv-kanavat sekä suuren osan teema- ja kohderyhmäkanavista (taulukko 2.1).

MTV on yksi Euroopan vanhimmista kaupallisista televisioyhtiöistä. Yhtiö toimi vuodesta 1957 lähtien ensin yli 30 vuotta omilla ohjelmapaikoillaan (n. 20 viikkotuntia) Yleisradion kanavilla Ylen oman ohjelmiston lomassa. Yhtiön oma täyden palvelun MTV3-kanava aloitti toimintansa vuonna 1993.

MTV Median omistuksessa on viime vuosina tapahtunut suuria muutoksia. Yhtiön omistaa nykyisin Ruotsin suurin mediayhtiö Bonnier. Omistus on vaihtunut kaksi kertaa viimeisten kymmenen vuoden kuluessa. Ensimmäiset noin 40 vuotta MTV omistus oli hajautunutta. Sen jälkeen MTV yhdistettiin (vuonna 1997) osaksi viestinnän monialayhtiö Alma Mediaa, joka kuitenkin norjalaisen mediayhtiö Schibstedin suorittaman epäonnistuneen valtausyrittäksen seurauksena myi televisio- ja radiotoimintansa vuonna 2005 ruotsalaisomisteiselle Nordic Broadcasting-holdingyhtiölle. Vuonna 2007 Bonnier hankki Nordic Broadcastingin kokonaan omistukseensa.

MTV Medialla on kaikkiaan yhdeksän televisiokanavaa, joista 7 on maksukanavia. Osa maksukanavista on vain kaapeli/satelliittijakelussa. Yhtiö omistaa enemmistön myös maamme ainoasta valtakunnallisesta kaupallisesta radioasemasta (Radio Nova).

Kun Bonnier lisäksi vuonna 2008 osti ProSieben/SBS:n pohjoismaisen Canal+ maksutelevisioliiketoiminnan, yhtiö saavutti ylivoimaisesti johtavan aseman Suomen maksutelevisiomarkkinoilla.

Nelonen Media on osa Sanoma -konsernia, joka on liikevaihdoltaan Pohjoismaiden toiseksi suurin joukkoviestintäyrittäjä ja yksi Euroopan suurimmista aikakauslehtikustantajista. Se on myös markkinaosuudeltaan Suomen suurin sanomalehtien ja kirjojen kustantaja. Yhtiön sähköisten liiketoimintojen divisioonaan Sanoma Entertainmentiin kuuluvat tv-kanavat Nelonen, JIM, Liv, Urheilukanava sekä pari maksukanavaa. Yhtiöön kuuluvat myös Sanoman kaapelitelevisio-, laajakaista- ja radiotoiminnat. Sähköisten liiketoimintojen osuus oli vain noin kymmenen prosenttia Sanoman kokonaisliikevaihdosta, joka oli noin 3 miljardia euroa vuonna 2008.

1980-luvulla kaapeli-tv-verkot levisivät Suomessa nopeasti koko 1980-luvun ajan. Vuonna 1980 kaapeliliittymiä oli alle 70 000, 1980-luvun puolivälissä runsaat 200 000 ja vuonna 1990 jo noin 670 000. 1990-luvulla kaapeliverkkojen kasvu hidastui selvästi mutta nopeutui 2000-luvulle tultaessa mm. asunto-osakeyhtiölain muutoksen seurauksena. Vuoden 2008 lopussa liittymiä oli noin 1,35 miljoonaa. Tv-kotitalouksista noin puolella oli kaapelitelevisioliittymä. Satelliittiliittymiä oli vain alle 10 prosentissa tv-talouksista. Vaikuttaa siltä, että digitalisoitumisen myötä selvästi lisääntynyt maanpäällisen tv-verkon kanavatarjonta on jopa vähentänyt jonkin verran satelliittiliittymien määrää. (Kuvio 2.1 & taulukko 2.3.)

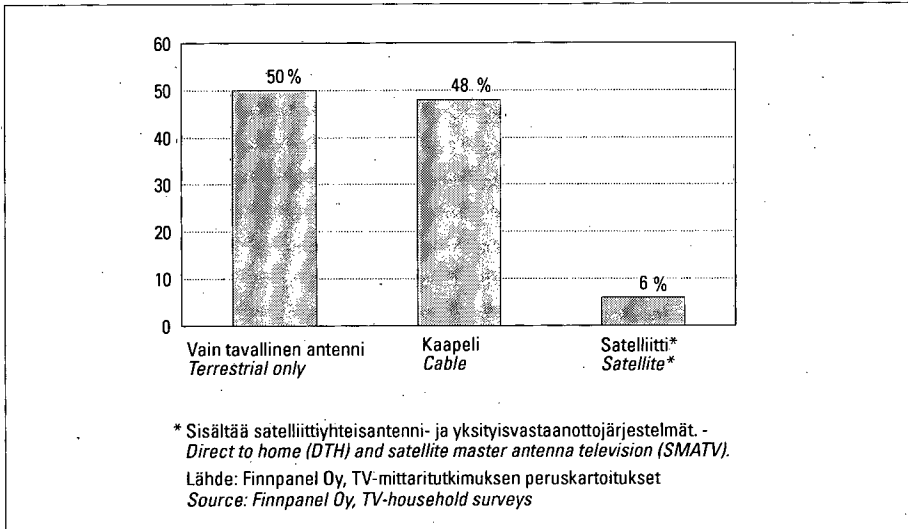
Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto oli noin 180 miljoonaa euroa vuonna 2008. Nykyisin jo noin puolet tuotoista tulee maksu-tv-palveluista. Niiden osuus on kasvanut viime vuosina selvästi. (Taulukko 2.11).

Vuonna 2008 vapaasti katseltavien kanavien yhteenlaskettu päivittäinen ohjelmatarjonta oli jo 144 tuntia (taulukko 2.11).

Yleisradio lähetti kahdella pääkanavallaan päivittäin yhteensä 34 tuntia ohjelmaa, ja yhtiön kahden muun kanavan päivittäinen ohjelma-aika oli yhteensä 21 tun-



Kuvio 2.1 TV-taloudet liittymätyypeittäin 2008  
 Figure 2.1 TV households by type of connection 2008



tia. Vapaasti katseltavat kaupalliset kanavat lähettivät ohjelmaa yhteensä 89 tuntia päivässä. (Taulukko 2.11.)

Ohjelmatarjonta valtakunnallisilla pääkanavilla oli monipuolista ja uudet digitaalikanavat ovat osaltaan rikastaneet tv-tarjontaa.

YLE TV1 and YLE TV2 sekä myös ruotsinkielinen FST5 ovat valtakunnallisia laajan ohjelmatarjonnan kanavia. TV1 painottaa ohjelmistossaan ennen kaikkea uutis-, ajankohtais-, asia- ja opetusohjelmia sekä toisaalta ulkomaista fiktiota. TV2:n painopisteitä ovat toisaalta ajankohtais-, asia- ja lastenohjelmat, toisaalta urheilu, viihde ja ulkomainen fiktio. MTV:n ohjelmisto on Yleisradion kanaviin verraten viihteellisempi, mutta tarjonta on monipuolista. Nelosen tarjonnan painopiste on viihteellisissä ohjelmakategorioissa. Lastenohjelmat löytävät sijansa kaikilla kanavilla, mutta suurin osuus niillä on TV2:n ja FST5:n tarjonnassa. (Taulukko 2.12.)

Pääkanavien ohjelmistojen kotimaisuusasteet ovat korkeita. Noin 60 prosenttia Yleisradion kanavien ohjelmista ja noin puolet MTV3:n ohjelmista oli kotimaista tuotantoa. Nelosenkin ohjelmistosta noin 30 prosenttia oli kotimaisia ohjelmia. (Taulukko 2.19.)

MTV3:n ohjelmistosta noin viidennes (22 %) ja Yleisradion pääkanavien ohjelmistosta yli 10 prosenttia hankittiin kotimaisilta itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. MTV3 ja Nelonen hankkivat nykyisin uutis- ja ajankohtaisohjelmiaan lukuun ottamatta kaikki kotimaiset ohjelmansa itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. (Taulukko 2.12.)

Televisiotoiminnan rakennemuutosten lisäksi myös ohjelmatuotannon rakenteessa tapahtui 1990-luvun lopulla selvä muutos. Muutoksen pani alulle Nelonen, jonka toiminnan periaatteisiin kuului alusta lähtien muun kuin uutisohjelmiston hankinta yhtiön ulkopuolisilta nk. riippumattomilta tv-tuotantoyhtiöiltä. Kiristy-

neessä kilpailutilanteessa myös MTV ulkoisti ohjelmatuotantonsa uutis- ja ajankoh-  
taisohjelmia lukuun ottamatta.

Saman sukuisesta muutoksesta on kyse myös Yleisradion käyttöön ottamassa mallissa, jossa ohjelmatuotanto on järjestetty yhtiön sisällä tv-kanavista riippumat-  
tomiin ”osaamiskeskuksiin”. Yleisradio on myös lisännyt itsenäisen ohjelmatuotan-  
non osuutta. Osittain takana on mm. pyrkimys ohjelmiston tuoreuttamiseen ja uusi-  
en ideoiden etsintä. Tähän suuntaan yhtiötä on myös ohjannut EU:n televisiodirek-  
tiivin sisältävä normi, joka velvoittaa kanavayhtiöitä varaamaan määräosan ohjel-  
mistostaan riippumattomien eurooppalaisten tuottajien tuotannolle.

Muutosten tuloksena itsenäisten eli televisiokanavista riippumattomien ohjel-  
matuotantoyhtiöiden rooli ja merkitys kasvoi oleellisesti (taulukko 2.14). Vuonna  
2006 niiden yhteen laskettu liikevaihto oli 82 miljoonaa euroa. Tuoreempia tietoja  
ei ole saatavilla. (Taulukko 2.10.)

Yleisradion ja kaupallisten kanavien ulkomaiset ohjelmistot poikkeavat toisis-  
taan selvästi. Yleisradion ulkomaisesta ohjelmistosta valtaosa on alkuperältään eu-  
rooppalaista. Kaupallisten kanavien ulkomaisesta ohjelmatarjonnasta sen sijaan  
enemmistö on lähtöisin Pohjois-Amerikasta. Muiden maanosien ohjelmiston osuus  
on kaikkien kanavien tarjonnassa vähäinen. (Taulukko 2.13.)

Television tavoitavuus on hieman laskenut 2000-luvulla. Vuonna 2001 tele-  
visio tavoitti päivittäin 78 prosenttia suomalaisista, mutta vuonna 2008 tavoitavuus  
oli laskenut 73 prosenttiin kymmenen vuotta täyttäneestä väestöstä. Suosituimpien  
kanavien tavoitavuusluvut ovat kuitenkin laskeneet selvästi enemmän. Esimerkiksi  
MTV3:n päivätavoitavuus on samaan aikaan laskenut 68 prosentista 54 prosenttiin  
ja YLE TV1:n tavoitavuus on laskenut 61 prosentista 51 prosenttiin. Syynä tähän  
on kanavamäärän kasvu ja kilpailun voimistuminen digitalisoitumisen myötä. (Tau-  
lukko 2.15)

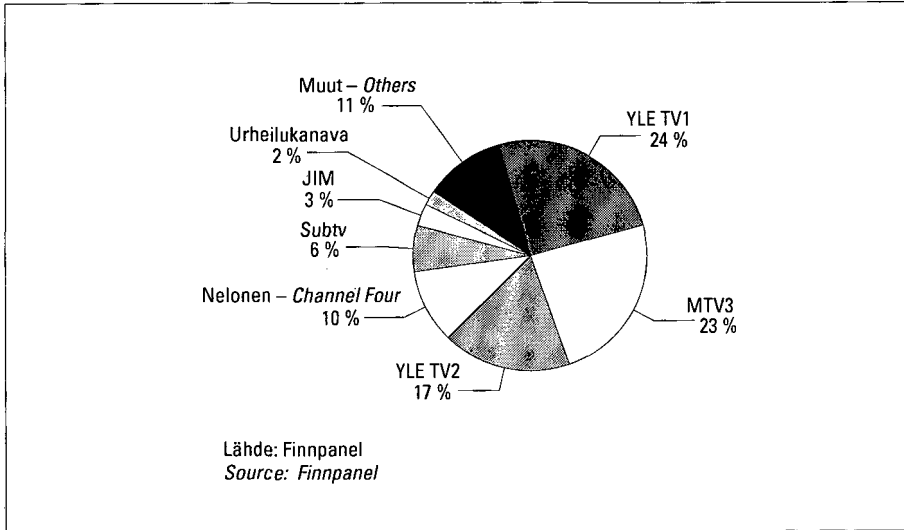
Televiiota katsottiin keskimäärin 2 tuntia 57 minuuttia päivässä. Vuodesta  
2008 lähtien katseluaikatiedot sisältävät myös viivästetyn katselun sekä vieraskat-  
selun. (Taulukko 2.17.)

Lapset ja nuoret (ikäryhmät 3–24 vuotta) katselevat televiiota selvästi keski-  
määräistä vähemmän. Lapsuus- ja nuoruusvuosien jälkeen katselu aika kasvaa sys-  
temaattisesti iän myötä. (Taulukko 2.18.)

Jo vuoden 1993 kanavauudistuksen jälkeisessä tilanteessa kilpailu ohjelmatar-  
jonnalla ja katsojaosuuksien merkitys korostuivat uudella tavalla. MTV nousi sil-  
loin katsojaosuudeltaan suurimmaksi kanavaksi 47 prosentin katseluosuudellaan.

2000-luvulla televisiolähetysten digitalisoinnin myötä kasvanut kanavamäärä  
on fragmentoinut katsojakuntaa. Perinteiset neljä pääkanavaa (YLE TV1, YLE  
TV2, MTV3 ja Nelonen) ovat menettäneet katsojaosuuksiaan. Digitalisoinnin alka-  
essa vuonna 2001 niiden yhteenlaskettu katseluosuus oli 93 prosenttia. Vuonna  
2008 niiden osuus oli laskenut 74 prosenttiin. Eniten on laskenut MTV3:n katsoja-

Kuvio 2.2 Televisiokanavien katseluosuudet 2008  
 Figure 2.2 Television: channel shares 2008



osuus, joka oli 39 prosenttia vielä vuonna 2001 mutta enää 23 prosenttia vuonna 2008. (Taulukko 2.19.)

Julkisen palvelun Ylen katsojaosuudet ovat korkeimmat alle 10-vuotiailla lapsilla (38 %) ja yli 45-vuotiailla ikäryhmillä (noin 50 % tai enemmän). 10 - 34-vuotiaiden ikäryhmissä puolestaan kaupalliset kanavat hallitsevat katsojaosuuksia, ja Ylen kanavien osuus katselusta on vain neljännes tai vähemmän. (Taulukko 2.20.)

Kotitalouksista noin 40 prosentilla oli käytössään vähintään kaksi televisiota vuonna 2008. Kaikkiaan kodeissa oli arviolta noin 3,4 miljoonaa vastaanotinta eli noin 1,5 vastaanotinta taloutta kohden. (Taulukko 2.24.)

## Tilastointi

Tv-yhtiöiden taloutta ja toiminnan volyymia kuvaavien tietojen päälähteitä ovat televisioyhtiöt ja niiden toimintakertomukset.

Yhtiöiden ohjelmarakennetta koskevat tiedot perustuvat osittain liikenne- ja viestintäministeriön raportteihin tv-ohjelmatarjonnasta ja osittain Finnpanel Oy:n tietoihin sekä kanavien omaan raportointiin.

Vuoteen 2000 asti kaapelitelevisiotoimintaa eriteltiin vuosittain liikenne- ja viestintäministeriön julkaisemissa Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa -katsauksissa. Sen jälkeiset tiedot ovat Suomen Kaapelitelevisioliiton ja Fincomin kokoamia.

Television katselua koskevat tiedot perustuvat Finnpanel Oy:n ympärivuotisten tv-mittaritutkimusten (1987-) yhteenvetoraportteihin. Mittaritutkimuksen otoskko

on nykyisin noin 1 100 taloutta, joihin kuuluu yhteensä noin 2 300 henkeä. Mittaritutkimuksen tilaajina ovat Yleisradio, MTV, Nelonen ja Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL.

Televiiovastaanottimien määriä, liittymätyyppisiä ja maksutelevisiopalveluiden tilausten yleisyyttä kotitalouksissa koskevat tiedot ovat peräisin Finnpanelin tv-mittaritutkimuksen otoksen kontrolloimiseksi suorittamista laajoista vuosittaisista nk. perustutkimuksista, joita on suoritettu vuodesta 1995 lähtien.

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

*Aslama, M., Hellman, H., Lehtinen, P. & Sauri, T.:* Niukkuuden aikakaudesta kanavapaljouteen. Teoksessa Wiio, J. (toim.): Television viisi vuosikymmentä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2007.

*Aslama, M., Hellman, H. & Sauri, T.:* Kilpailun ja toimilupapolitiikan vaikutukset tv-ohjelmiston monipuolisuuteen 1993–2002. Liiketaloustieteellinen aikakauskirja 54 (2005): 3.

*Brown, Allan:* Technology-driven industry restructure: The case of terrestrial television broadcasting in Finland. Turku school of economics and business administration. Business research and development centre. Series B 1/2003. Turku.

*Herkman, Juha:* Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen. Vastapaino, Tampere 2005.

*Hujanen, Taisto:* The power of schedule. Tampere university press, Tampere 2004.

*Jääsaari, Johanna:* Consistency and change in Finnish broadcasting policy. Åbo Adademi university press, Åbo 2007.

*Kangaspunta, Seppo:* Keskeneräistä pakolla. Tutkimus digi-tv:n ja mediateknologian kotouttamisesta. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Sarja C42/2008.

*Liikkanen, Mirja:* Yleisönä – kodin ulkopuolella ja kotona. Teoksessa Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta & Hannula, Ulla (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

*Miettinen, Jorma:* Television digitalisoimisen alkuvuodet Suomessa. Teoksessa Joukkoviestimet 2006. Tilastokeskus, Helsinki.

*Moring, Tom & Nordqvist, Andrea (toim.):* Svenska medier i Finland. SSKH Skrifter Nr. 13. Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2002.

*Mäntymäki, Eeva:* Hyvinvointivaltio eetterissä. Yleisradion rakentuminen populaarien diskurssien kentillä. Mediatutkimuksia, Tampere University Press, Tampere 2006.

*Näränen, Pertti:* Digitaalinen televisio. Acta universitatis Tamperensis 1132. Tampere university press, Tampere 2006.

*Peteri, Virve:* Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta. Mediatutkimuksia, Tampere University Press, Tampere 2006.

*Salokangas, Raimo:* Aikansa oloinen. Yleisradion historia 1949–1996. Teoksessa Yleisradion historia 1926–1996. Osa 2. Yleisradio, Helsinki 1996.

*Salokangas, Raimo:* Suomalainen televisiojärjestelmä. Teoksessa Wiio, J. (toim.): Television viisi vuosikymmentä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2007.

*Soramäki, Martti:* Television tuotantotalouden ja tuotantorakenteiden muutos ja sen suhde ohjelmistojen muutokseen. Teoksessa Wiio, J. (toim.): Television viisi vuosikymmentä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2007.

Suomalainen tv-tarjonta. Liikenne- ja viestintäministeriö. Eri vuosina.

*Wiio, Juhani (toim.):* Television viisi vuosikymmentä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2007.

## Taulukot – Tables

- 2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 2009  
*Nationwide television channels 2009*
- 2.2 Televisioluvat 1998–2008  
*Television licences 1998–2008*
- 2.3 TV-taloudet liittymätyypeittäin 2000–2008  
*TV households by type of connection 2000–2008*
- 2.4 Kotitalouksien TV-kanavat 2000–2008  
*Household TV channels 2000–2008*
- 2.5 Suurimmat televisioverkko-operaattorit 2008  
*The largest TV network operators 2008*
- 2.6 Televisiotoiminnan (T+C+S) tuotot 2000–2008  
*Television (T+C+S) revenue 2000–2008*
- 2.7 Yleisradion liikevaihto 1998–2008  
*YLE turnover 1998–2008*
- 2.8 Yleisradion TV-ohjelmakustannukset 2007–2008  
*YLE TV programming costs 2007–2008*
- 2.9 Kaapeliteleviotoiminnan liikevaihto 1998–2008  
*Cable television turnover 1998–2008*
- 2.10 Itsenäisten TV-ohjelmatuotantoyhtiöiden liikevaihto 1997–2006  
*Turnover of independent TV production companies 1997–2006*
- 2.11 Televisiokanavien päivittäiset ohjelmatunnit 1998–2008  
*Daily programming hours by channel 1998–2008*
- 2.12 Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2007.  
Antennijakelussa vapaasti vastaanotettavat kanavat  
*Free-to-air TV channels: Programming by channel 1997–2007*
- 2.13 Televisiokanavien ohjelmisto alkuperämittain 1997–2007.  
Antennijakelussa vapaasti vastaanotettavat kanavat.  
*Free-to-air TV channels: Programming by origin 1997–2007*
- 2.14 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet ohjelmistosta 1998–2008  
*TV-programming: own vs bought production 1998–2008*
- 2.15 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Daily reach of television channels 1998–2008*
- 2.16 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 2008  
*Daily reach of television in different population groups 2008*
- 2.17 Televisiokanavien katseluun keskimäärin käytetty aika 1998–2008  
*Daily average television viewing time by channel 1998–2008*
- 2.18 Televisiokanavien katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2008  
*Daily average television viewing time in different population groups 2008*

- 2.19 Televisiokanavien katseluosuudet 1998–2008  
*Television: channel shares 1998–2008*
- 2.20 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2008  
*Television: channel shares in different population groups 2008*
- 2.21 Eri ohjelmatyyppien osuus katseluun käytetystä ajasta keskimääräisenä päivänä 2000–2008  
*Breakdown of total viewing time by type of programme on an average day 2000–2008*
- 2.22 Televisioiden vähittäismyynti 1998–2008  
*Retail sales of TV sets 1998–2008*
- 2.23 Televisioiden vähittäismyyntin arvo 1998–2008  
*TV sets: retail sales value 1998–2008*
- 2.24 Kotitalouksien TV-vastaanottimet 1998–2008  
*YLE TV costs by channel 2008*

## **Kuviot – Figures**

- 2.1 TV-taloudet liittymätyypeittäin 2008  
*TV households by type of connection 2008*
- 2.2 Televisiokanavien katseluosuudet 2008  
*Television: channel shares 2008*
- 2.3 Yleisradion TV-kustannukset kanavittain 2008  
*YLE TV costs by channel 2008*

## 2.1 Valtakunnalliset televisiokanavat 2009

### Nationwide television channels 2009

Toimintaperiaate <i>Status</i>	Kanava <i>Channel</i>	Omistaja <i>Owner</i>	Rahoitus <i>Financing</i>	Peitto <i>Penetration</i>	Välitystapa <i>Distribution</i>	Aloituvuosi <i>Year established</i>
<b>Vapaasti vastaanotettavat – Free-to-air</b>						
Julkinen <i>Public service</i>	YLE TV1	Valtio/ <i>State</i>	L	100	T/C/S	1958
	YLE TV2	Valtio/ <i>State</i>	L	100	T/C/S	1956/1965
	YLE Teema	Valtio/ <i>State</i>	L	100	T/C/S	2001
	FST5	Valtio/ <i>State</i>	L	100	T/C/S	2001
Yksityinen <i>Private</i>	MTV3	MTV Media/Bonnier	C	100	T/C/S	1957
	Sub	MTV Media/Bonnier	C	100	T/C/S	2001
	Nelonen	Nelonen Media/Sanoma	C	100	T/C/S	1997
	Jim	Nelonen Media/Sanoma	C	100	T/C/S	2001/2007
	Liv	Nelonen Media/Sanoma	C	95	T/C/S	2009
	Urheilukanava	Nelonen Media/Sanoma	C	90	T/C	2001
	The Voice/ TV Viisi	SBS Broadcasting/ ProSiebenSat.1 Media	C	78	T/C	2004
	Suomi TV	Family Channel/Ontario	C	95	T/C	2009
<b>Maksulliset – Pay-TV</b>						
Julkinen palvelu <i>Public service</i>	SVT World	SVT (Ruotsin valtio/ <i>Swedish state</i> )	L & S	100	T/C/S	1988
Yksityinen <i>Private</i>	MTV3 Max	MTV Media/Bonnier	S & C	100	T/C/S	2001/2006
	SubJuniori	MTV Media/Bonnier	S & C	100	T/C/S	2006
	SubLeffa	MTV Media/Bonnier	S & C	100	T/C/S	2006
	MTV3 Fakta	MTV Media/Bonnier	S & C	95	T/C/S	2007
	Canal+ (4 channels)	TV4/Bonnier	S	90	T/C/S	2004
	KinoTV	Nelonen Media/Sanoma	S	95	T/C/S	2007
	Urheilu+Kanava	Nelonen Media/Sanoma	S & C	78	T/C	2007
	Discovery	Discovery	C & S	95	T/C/S	2007
	Eurosport	Communications Europe Eurosport SA/TF1 Group	C & S	95	T/C/S	2007
	MTV Nordic (Finland)	MTV Networks Europe/Viacom	C & S	95	T/C/S	2007
	Nickelodeon	Nickelodeon International Ltd/Viacom	S	95	T/C/S	2007
	Disney Channel	The Walt Disney Company	S	78	T/C/S	2005
	Digiviihde/Canal 69	Fiamax	S & C	78	T	2005
	URHOtv	Parsifal International	S & C	78	T/C/S	2009

**Rahoitus/Financing:**L = Lupamaksut/*licence fees*, C = Mainonta/*commercials*, S = tilausmaksut/*subscription fees***Välitystapa/Distribution:**T = maanpäällinen/*terrestrial*, C = kaapelivälitteinen/*cable*, S = satelliittivälitteinen/*satellite***Peitto/Penetration:**Tekninen peitto maanpäällisessä verkossa. – *Technical penetration in terrestrial networks.*Lähteet: Läheteet: www.digitv.fi, Liikenne- ja viestintäministeriö  
Sources: www.digitv.fi, Ministry of Transport and Communications



**2.2 Televisioluvat 1998–2008**  
*Television licences 1998–2008*

Vuosi Year	Tv-luvat yhteensä – TV licences total	
	1 000 kpl '000	1 000 as. kohti per 1 000 population
1998	1 972,3	382
1999	1 994,4	386
2000	1 999,3	386
2001	2 008,5	387
2002	2 011,3	386
2003	2 016,8	386
2004	2 005,2	383
2005	2 003,8	383
2006	2 001,6	379
2007	1 947,0	368
2008	1 916,3	360

Kunkin vuoden lopussa  
At year-end

Lähde: Viestintävirasto  
Source: Finnish Communications Regulatory Authority <http://www.tv-maksu.fi/navi3.html>

**2.3 TV-taloudet liittämätyyppittäin 2000–2008**  
*TV households by type of connection 2000–2008*

	Vain tavallinen antenni <i>Terrestrial only</i>	Kaapeli <i>Cable</i>	Satelliitti* <i>Satellite*</i>
	%		
2000	53	37	10
2001	53	39	10
2002	53	38	10
2003	50	41	9
2004	45	47	12
2005	45	46	11
2006	45	47	10
2007	47	46	7
2008	50	48	6

\* Sisältää satelliitti yhteisantenni- ja yksityisvastaanottojärjestelmät.  
*Direct to home (DTH) and satellite master antenna television (SMATV).*

Tiedot perustuvat kyselytutkimuksiin. Kaapeli- ja satelliittiliittymiin sisältyy jonkin verran päällekkäisyyttä.  
*The data are based on yearly sample surveys. There is some overlap in cable and satellite connections.*

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

## 2.4 Kotitalouksien TV-kanavat 2000–2008 Household TV channels 2000–2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Kanavia keskimäärin</b> <b>Average number of channels</b>	Lkm – No.								
Kaikki taloudet – All Households	7	7	7	8	8	9	10	11	13
Vain tavallinen antenni – Terrestrial households	4	4	4	4	6	7	8	10	11
Kaapeli- ja satelliittitaloudet – Cable & satellite households	11	11	12	12	12	12	13	14	15

<b>Maksullisten kanavien tilaaja</b> <b>Share of pay TV subscribers</b>	% talouksista – % of households								
Kaikki taloudet – All Households	5	4	5	4	6	7	11	19	25
Vain tavallinen antenni – Terrestrial households	0	0	0	0	1	3	4	15	24
Kaapeli- ja satelliittitaloudet – Cable & satellite households	10	9	11	9	10	11	17	25	30

Tiedot perustuvat kyselytutkimuksiin. Luvut kuvaavat kotitalouksien tiedostettua kanavapeittoa.  
The data are based on yearly sample surveys. They describe channel penetration awareness among TV households.

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

## 2.5 Suurimmat televisioverkko-operaattorit 2008 The largest TV network operators 2008

Verkon tyyppi – Type of distribution	Operaattori – TV operator	Liittymämäärä – Number of connections	Pääomistaja – Major owner
Maanpäällinen – Terrestrial	Digita Oy	..*	TDF, TéléDiffusion de France
Kaapeli – Cable	Welho	322 924	Sanoma
Kaapeli – Cable	DNA Palvelut	253 106	DNA
Kaapeli – Cable	Sonera	173 500	TeliaSonera
Kaapeli – Cable	Elisa	134 682	Useita omistajia – Several owners
Kaapeli – Cable	Tampereen Tietoverkko	109 531	Elisa (63%), Alma Media (35%)

\* Digitan maanpäälliset verkot ovat valtakunnallisia.  
The terrestrial networks are nationwide. Technical reach covers essentially all households.

Lähde: Suomen Kaapelitelevisio liitto  
Source: Finnish Cable Television Association

2.6 Televisiotoiminnan (antenni + satelliitti + kaapeli) tuotot 2000–2008  
*Television (terrestrial + cable + satellite) revenue 2000–2008*

	Tv-maksut <i>Licence fees</i>	Mainonta <i>Advertising</i>	Tilaukset <i>Subscriptions</i> Maksu-TV <i>Pay-TV</i>	Kaapeli-tv:n perusmaksut <i>Cable TV basic fees</i>	Yhteensä <i>Total</i>	Yhteensä € milj. <i>Total million €</i>	Kiintein (2008) hinnoin <i>At fixed (2008) prices</i>
2000	49	37	3	11	100	572	659
2001	52	33	4	11	100	587	660
2002	50	33	4	13	100	606	671
2003	49	33	4	15	100	631	692
2004	49	33	4	14	100	687	752
2005	48	31	9	11	100	739	802
2006	46	31	12	11	100	776	827
2007	43	30	16	10	100	865	900
2008	40	28	22	9	100	948	948

Luvut ovat arvioita  
*The figures are estimates.*

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
*Source: Statistics Finland/Media statistics*

Arvion lähteet: FiCom, Finnpanel, TNS Gallup, Viestintävirasto, Yhtiöiden toimintakertomukset  
*Estimates based on data from: Company reports, FiCom, Ficora, Finnpanel, TNS Gallup*

2.7 Yleisradion liikevaihto 1998–2008  
*YLE turnover 1998–2008*

	Tv-maksut <i>TV-licence fees</i>		Julkisen palvelun maksut/ Toimilupamaksut <i>Public service fees/Operating licence fees</i>		Verkkovuokrat <i>Network rents</i>		Maksut ja verkko- vuokrat yhteensä <i>PS fees and rents, total</i>		Muut <i>Other</i>		Yhteen- sä <i>Total</i>	Kiintein (2008) hinnoin <i>Fixed (2008) prices</i>
	€ milj. <i>million €</i>	%	€ milj. <i>million €</i>	%	€ milj. <i>million €</i>	%	€ milj. <i>million €</i>	%	€ milj. <i>million €</i>	%		
1998	263	79	42	13	25	7.0	67	20.0	30	1	335	403
1999	268	84	47	15					4	1	318	379
2000	284	85	48	14					1	1	332	383
2001	299	85	44	13					8	2	351	395
2002	302	89	33	10					6	2	341	377
2003	305	92	21	6					4	1	330	362
2004	333	93	21	6					5	1	359	393
2005	354	94	17	5					3	1	375	406
2006	367	96	14	4					4	1	384	409
2007	376	98	5	1					4	1	385	401
2008	376	99	0	0					4	1	381	381

Lähteet: Yleisradio  
 Viestintävirasto

Sources: YLE  
 Finnish Communications Regulatory Authority FICORA

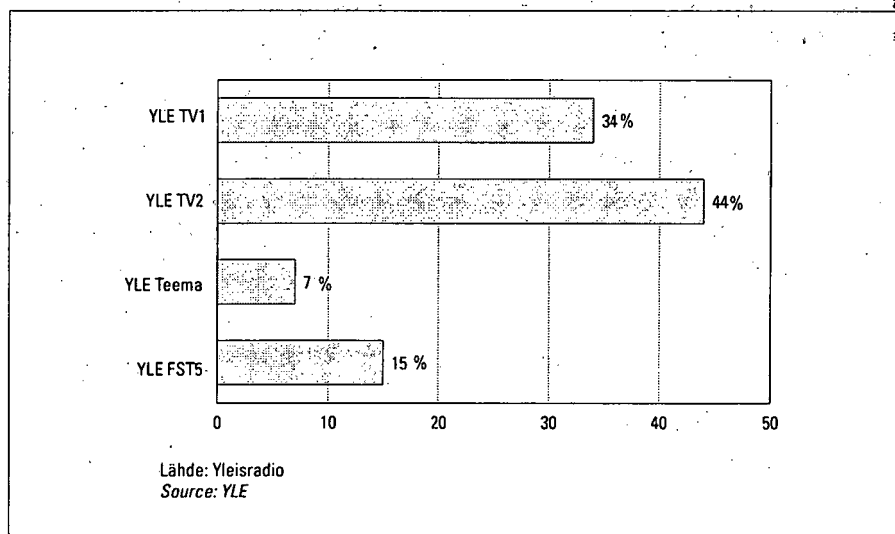
## 2.8 Yleisradion TV-ohjelmakustannukset 2007–2008

## YLE TV programming costs 2007–2008

	2007 %	2008
Uutis- ja ajankohtaisohjelmat <i>News &amp; current affairs</i>	22	24
Urheiluohjelmat <i>Sports programmes</i>	15	20
Asiaohjelmat <i>Non-fiction/information</i>	16	16
Kulttuuriohjelmat <i>Culture</i>	28	26
Viihdeohjelmat <i>Entertainment</i>	16	16
<b>Yhteensä</b> <i>Total</i>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Yhteensä milj. €</b> <b>Total, € mill.</b>	<b>..</b>	<b>170</b>

Lähde: Yleisradio Oy  
Source: YLE

Kuvio 2.3 Yleisradion TV-kustannukset kanavittain 2008 (yht. 170 milj. euroa)  
Figure 2.3 YLE TV costs by channel 2008 (total € 170 million)



**2.9 Kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihto 1998–2008**  
**Cable television turnover 1998–2008**

	Liittymismaksut <i>Connection 'fees</i>	Vuosimaksut <i>Annual 'basic fees</i>	Maksu-TV -tulot <i>Pay-TV fees</i>	<b>Yhteensä</b> <b>€ milj.</b> <b>Total</b> <b>€ million</b>	Kiintein (2008) hinnoin <i>At fixed (2008) prices</i>
	%				
1998	..	..	..	<b>61</b>	74
1999	..	..	..	<b>62</b>	74
2000	..	..	..	<b>66</b>	76
2001	..	..	..	<b>67</b>	75
2002	..	..	..	<b>77</b>	85
2003	..	..	..	<b>93</b>	102
2004	..	..	..	<b>98</b>	107
2005	10	65	25	<b>113</b>	123
2006	6	60	35	<b>129</b>	137
2007	4	52	44	<b>150</b>	156
2008	5	44	51	<b>180</b>	180

2001- luvut ovat arvioita.  
 From 2001 onwards the figures are estimates.

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
 Source: Statistics Finland/Media statistics

Arvion lähteet: FiCom, Finnpanel, Markab  
 Estimates based on data from: FiCom, Finnpanel, Markab

**2.10 Itsenäisten TV-ohjelmatuotantoyhtiöiden liikevaihto 1997–2006**  
**Turnover of independent TV production companies 1997–2006**

Vuosi <i>Year</i>	€ milj. <i>€ million</i>	Kiintein (2006) hinnoin <i>Fixed (2006) prices</i>
1997	31	38
1998	53	64
1999	66	79
2000	71	81
2001	82	92
2002	59	65
2003	63	69
2004	71	78
2005	76	83
2006	82	87

Luvut ovat arvioita  
 The figures are estimates.

Lähteet: Suomen Audiovisuaalisen Alan Tuottajat SATU ry.  
 Tilastokeskus/Yritysrekisteri  
 Sources: Association of Independent Producers in Finland SATU  
 Statistics Finland/Business register

2.11 Televisiokanavien päivittäiset ohjelmatunnit 1998–2008  
*Daily programming hours by channel 1998–2008*

Vuosi – Year	YLE TV 1	YLE TV 2	YLE Teema	YLE FST	YLE FST5	MTV3	Subtv	Nelonen	JIM	Urheilu- kanava	The Voice/ TV Viisi
	Tuntia – Hours										
1998	16	11	–		–	15	–	10	–	–	–
1999	15	11	–	2	–	15	–	12	–	–	–
2000	15	11	–	3	–	14	–	13	–	–	–
2001	15	11	5	3	3	14	..	12	–	..	–
2002	15	11	7	3	6	12	8	12	–	..	–
2003	15	12	7	3	5	12	10	13	–	..	–
2004	15	12	8	3	6	11	11	14	–	..	–
2005	14	12	11	3	6	11	11	12	–	..	..
2006	14	12	10	2	6	11	11	14	–	..	..
2007	15	14	11	–	8	11	11	14	9	..	..
2008	17	17	12	–	9	12	11	17	12	13	24

Lähteet: Yhtiöiden toimintakertomukset ym. lähteet

Sources: Annual reports and other company data

2.12 Televisiokanavien ohjelmisto ohjelmatyypeittäin 1997–2007.  
Free-to-air TV channels: Programming by channel 1997–2007

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	%										
<b>Julkinen palvelu – Public service</b>											
<b>YLE TV1</b>											
Uutiset – News	10	10	9	9	9	9	9	9	9	8	9
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	17	20	23	22	22	21	22	22	21	21	23
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	9	9	11	11	12	14	15	17	19	19	20
Kulttuuri – Culture	5	5	5	4	7	6	6	4	4	6	6
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	5
Opetusohjelmat – Education	14	10	11	12	10	13	13	13	9	7	2
Kotimainen fiktio – Domestic fiction	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
Ulkomainen fiktio – Imported fiction	11	11	13	12	14	13	13	14	19	16	24
Elokuva – Feature film	9	7	8	6	7	6	7	5	5	6	3
Viihde – Entertainment	4	5	2	4	3	2	3	3	4	3	2
Urheilu – Sports	10	15	5	7	4	7	3	3	3	5	1
Lastenohjelmat – Children	8	6	8	9	6	6	5	3	3	3	2
Muut – Other	0	0	0	0	1	0	0	0	2	2	2
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV2</b>											
Uutiset – News	3	3	3	3	4	5	5	5	6	4	9
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	7	7	8	13	12	10	10	11	10	7	5
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	17	19	20	14	15	16	16	12	13	10	12
Kulttuuri – Culture	2	3	2	7	3	2	3	3	3	3	6
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest	7	6	6	5	7	7	9	7	6	3	7
Opetusohjelmat – Education	0	0	0	0	1	1	2	0	1	–	–
Kotimainen fiktio – Domestic fiction	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2
Ulkomainen fiktio – Imported fiction	21	20	21	16	16	14	10	11	10	12	14
Elokuva – Feature film	14	15	13	13	6	7	9	9	6	3	9
Viihde – Entertainment	9	6	8	7	5	6	8	8	10	6	9
Urheilu – Sports	11	12	10	13	19	20	15	14	17	37	12
Lastenohjelmat – Children	7	6	6	6	10	9	11	15	16	12	14
Muut – Other	0	1	1	1	0	2	2	2	1	–	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE FST5</b>											
Uutiset – News						11	10	10	10	9	9
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs						6	5	7	5	3	7
Asiaohjelmat – Non-fiction/information						16	17	17	17	23	22
Kulttuuri – Culture						10	10	10	10	9	7
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest						9	8	7	6	6	4
Opetusohjelmat – Education						5	6	6	2	3	7
Kotimainen fiktio – Domestic fiction						2	2	2	2	–	–
Ulkomainen fiktio – Imported fiction						15	12	10	14	12	11
Elokuva – Feature film						6	6	9	8	7	4
Viihde – Entertainment						6	6	8	11	9	5
Urheilu – Sports						3	5	5	3	5	7
Lastenohjelmat – Children						10	12	11	12	14	16
Muut – Other						1	1	1	1	1	2
Yhteensä – Total						100	100	100	100	100	100

2.12 Jatkuu  
Cont.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	%										
<b>YLE Teema</b>											
Uutiset – News						–	–	–	–	–	–
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs						–	–	–	–	–	–
Asiaohjelmat – Non-fiction/information						33	26	30	27	31	28
Kulttuuri – Culture						21	21	21	23	22	19
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest						3	1	1	0	–	1
Opetusohjelmat – Education						23	37	33	26	27	22
Kotimainen fiktio – Domestic fiction						4	0	1	1	2	2
Ulkomainen fiktio – Imported fiction						6	5	5	6	7	12
Elokuva – Feature film						9	9	8	15	1	11
Viihde – Entertainment						1	1	1	2	–	5
Urheilu – Sports						–	–	–	–	–	–
Lastenohjelmat – Children						–	–	–	0	–	1
Muut – Other						–	–	0	0	1	0
Yhteensä – Total						100	100	100	100	100	100
<b>Yksityinen – Private</b>											
<b>MTV 3</b>											
Uutiset – News	5	5	5	5	6	7	6	7	7	7	7
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	15	14	16	19	16	16	17	15	16	16	13
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	4	3	3	2	2	3	3	2	1	3	4
Kulttuuri – Culture	1	1	1	1	2	0	0	0	1	–	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest	6	5	2	4	6	4	3	5	6	7	9
Opetusohjelmat – Education	1	1	1	1	0	0	–	–	–	–	–
Kotimainen fiktio – Domestic fiction	2	2	5	4	4	5	5	6	6	5	6
Ulkomainen fiktio – Imported fiction	28	31	28	23	27	30	30	27	27	28	28
Elokuva – Feature film	9	11	9	8	9	9	8	10	12	14	11
Viihde – Entertainment	19	17	20	16	17	13	14	16	11	8	7
Urheilu – Sports	5	6	7	8	9	8	8	10	9	8	10
Lastenohjelmat – Children	4	3	3	2	3	5	4	4	6	6	5
Muut – Other	0	1	1	6	1	0	0	0	0	–	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Nelonen</b>											
Uutiset – News	1	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5
Ajankohtaisohjelmat – Current affairs	4	2	2	2	2	1	1	0	0	–	1
Asiaohjelmat – Non-fiction/information	14	4	4	5	5	4	7	9	10	9	5
Kulttuuri – Culture	2	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat – Hobby and personal interest	10	13	9	1	5	4	4	5	10	9	11
Opetusohjelmat – Education	2	4	2	3	2	0	–	–	–	–	–
Kotimainen fiktio – Domestic fiction	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	–
Ulkomainen fiktio – Imported fiction	37	35	39	42	43	44	37	33	25	31	38
Elokuva – Feature film	13	12	12	9	9	15	15	15	16	15	13
Viihde – Entertainment	6	9	13	14	10	11	15	14	18	14	13
Urheilu – Sports	9	9	8	11	14	12	11	11	9	6	8
Lastenohjelmat – Children	2	4	5	5	3	4	6	7	8	10	6
Muut – Other	0	0	0	2	0	0	0	0	0	–	0
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



2.12 Jatkuu  
Cont.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	%										
<b>Sub</b>											
Uutiset – <i>News</i>						–	–	0	–	–	–
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>						–	–	4	–	–	–
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>						14	21	16	15	15	12
Kulttuuri – <i>Culture</i>						0	3	2	2	2	0
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>						7	2	2	4	4	5
Opetusohjelmat – <i>Education</i>						–	–	–	–	–	–
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>						–	–	1	0	–	–
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>						48	41	37	45	45	42
Elokuva – <i>Feature film</i>						7	4	4	3	3	3
Viihde – <i>Entertainment</i>						23	28	33	31	31	33
Urheilu – <i>Sports</i>						1	2	1	–	–	–
Lastenohjelmat – <i>Children</i>						–	–	–	–	1	5
Muut – <i>Other</i>						0	0	0	0	–	0
Yhteensä – <i>Total</i>						100	100	100	100	100	100
<b>JIM</b>											
Uutiset – <i>News</i>											–
Ajankohtaisohjelmat – <i>Current affairs</i>											–
Asiaohjelmat – <i>Non-fiction/information</i>											38
Kulttuuri – <i>Culture</i>											2
Palvelu- ja harrasteohjelmat – <i>Hobby and personal interest</i>											39
Opetusohjelmat – <i>Education</i>											–
Kotimainen fiktio – <i>Domestic fiction</i>											–
Ulkomainen fiktio – <i>Imported fiction</i>											6
Elokuva – <i>Feature film</i>											1
Viihde – <i>Entertainment</i>											13
Urheilu – <i>Sports</i>											3
Lastenohjelmat – <i>Children</i>											–
Muut – <i>Other</i>											0
Yhteensä – <i>Total</i>											100

Tiedot perustuvat 4–7 otosviikon ohjelmatarjontaan kunakin vuonna.  
Data based on 4 to 7 sample weeks for each year.

Lähteet: YLE, MTV3, Nelonen, Finnpanel, Liikenne- ja viestintäministeriö  
Sources: YLE, MTV3, Channel Four, Finnpanel, Ministry of Transport and Communications

## 2.13 Televisiokanavien ohjelmisto alkuperämittain 1997–2007. Antennijakelussa vapaasti vastaanotettavat kanavat.

### Free-to-air TV channels: Programming by origin 1997–2007

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	%										
<b>Julkinen palvelu – Public service</b>											
<b>YLE TV1</b>											
Suomi – Finland	59	58	60	62	62	67	64	67	65	67	60
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	3	4	5	4	3	3	4	4	3	3	2
Muu Eurooppa – Other Europe	24	15	20	21	20	23	21	20	23	23	29
Pohjois-Amerikka – North America	11	9	10	10	9	6	8	10	8	6	8
Muut – Other	3	13	4	3	5	1	2	1	1	1	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV2</b>											
Suomi – Finland	47	44	49	53	64	66	69	63	68	78	59
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	6	5	3	7	4	4	4	5	3	2	1
Muu Eurooppa – Other Europe	20	21	21	18	15	12	14	17	14	10	21
Pohjois-Amerikka – North America	24	23	24	20	13	18	9	12	11	8	16
Muut – Other	3	6	2	2	3	0	4	4	4	2	3
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE FST5</b>											
Suomi – Finland						54	60	56	52	59	62
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries						17	17	16	17	14	21
Muu Eurooppa – Other Europe						22	14	17	24	19	13
Pohjois-Amerikka – North America						5	8	7	5	6	3
Muut – Other						2	1	4	2	2	2
Yhteensä – Total						100	100	100	100	100	100
<b>YLE TEEMA</b>											
Suomi – Finland						52	51	48	37	42	44
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries						3	3	2	4	4	2
Muu Eurooppa – Other Europe						24	33	34	42	38	42
Pohjois-Amerikka – North America						8	9	9	11	10	8
Muut – Other						13	4	7	5	7	4
Yhteensä – Total						100	100	100	100	100	100
<b>Yksityinen – Private</b>											
<b>MTV3</b>											
Suomi – Finland	57	52	56	66	60	50	53	57	52	52	51
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	0	1	0	0	3	1	1	1	1	0	1
Muu Eurooppa – Other Europe	10	7	7	5	7	8	7	6	7	7	11
Pohjois-Amerikka – North America	32	39	37	28	30	38	39	37	39	40	37
Muut – Other	1	1	0	1	1	3	1	1	1	1	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Nelonen</b>											
Suomi – Finland	42	43	36	38	40	30	32	32	32	27	29
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries	0	0	0	1	0	1	2	4	1	1	-
Muu Eurooppa – Other Europe	10	15	25	21	20	22	17	15	13	5	11
Pohjois-Amerikka – North America	45	40	37	39	37	48	47	48	53	65	59
Muut – Other	3	1	1	2	3	0	2	2	1	2	1
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Sub</b>											
Suomi – Finland						14	18	19	7	10	14
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries						0	1	-	3	0	1
Muu Eurooppa – Other Europe						13	14	14	7	6	9
Pohjois-Amerikka – North America						71	61	63	80	76	68
Muut – Other						2	7	4	3	8	9
Yhteensä – Total						100	100	100	100	100	100

2.13 Jatkuu  
Cont.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	%										
<b>JIM</b>											
Suomi – Finland											6
Muut Pohjoismaat – Other Nordic countries											–
Muu Eurooppa – Other Europe											6
Pohjois-Amerikka – North America											87
Muut – Other											1
Yhteensä – Total											100

Tiedot perustuvat 4–7 otosviikon ohjelmatarjontaan kunakin vuonna.  
Data based on 4 to 7 sample weeks for each year.

Lähteet: YLE, MTV3, Nelonen, Finnpanel, Liikenne- ja viestintäministeriö  
Sources: YLE, MTV3, Channel Four, Finnpanel, Ministry of Transport and Communications

2.14 Oman ja muun ohjelmatuotannon osuudet ohjelmistosta 1998–2008  
TV-programming: own vs bought production 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
<b>YLE TV1</b>											
Oma tuotanto – Inhouse	50	49	47	46	48	48	50	49	47	43	39
Muu kotimainen – Bought domestic	8	10	10	12	12	13	13	11	12	13	12
Ulkomainen – Foreign	42	41	43	42	41	38	37	39	41	44	49
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE TV2</b>											
Oma tuotanto – Inhouse	37	38	37	43	44	45	43	49	49	39	37
Muu kotimainen – Bought domestic	8	9	11	13	12	16	15	13	11	15	14
Ulkomainen – Foreign	55	53	52	44	44	39	42	38	40	46	49
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>YLE Teema</b>											
Oma tuotanto – Inhouse									22	21	22
Muu kotimainen – Bought domestic									13	12	9
Ulkomainen – Foreign									65	67	70
Yhteensä – Total									100	100	100
<b>YLE FST5</b>											
Oma tuotanto – Inhouse									46	46	37
Muu kotimainen – Bought domestic									5	6	6
Ulkomainen – Foreign									49	48	56
Yhteensä – Total									100	100	100
<b>MTV/MTV3</b>											
Oma tuotanto – Inhouse	33	36	37	33	20	20	22	17	22	22	23
Muu kotimainen – Bought domestic	16	16	22	22	27	28	25	27	22	19	22
Ulkomainen – Foreign	51	48	41	46	54	52	52	56	57	59	55
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Subtv</b>											
Oma tuotanto – Inhouse	..	..	..	..	..	–	–	–	–	–	–
Muu kotimainen – Bought domestic	..	..	..	..	..	16	18	8	8	8	14
Ulkomainen – Foreign	..	..	..	..	..	84	82	92	92	92	86
Yhteensä – Total	..	..	..	..	..	100	100	100	100	100	100

Lähde: YLE, MTV Media  
Sources: YLE, MTV Media

## 2.15 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008

### Daily reach of television channels 1998–2008

Väestö 10+ Population aged 10+	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
YLE TV1	56	58	60	61	61	58	57	56	54	52	51
YLE TV2	49	53	54	55	56	54	53	51	50	47	46
YLE Teema	–	–	–	–	–	–	–	3	6	11	17
YLE FST5	–	–	–	–	–	–	–	2	4	8	14
Yle24/Yle Extra	–	–	–	–	–	–	–	3	6	8	–
YLE yhteensä* – Yle total*	64	66	68	69	69	67	66	65	64	62	61
MTV3	60	64	67	68	67	67	63	62	60	57	54
Nelonen	27	35	40	42	43	41	41	41	42	39	37
Sub	–	–	5	7	9	11	14	19	22	28	28
JIM **	–	–	–	–	–	–	–	–	–	10	17
Urheilukanava	–	–	–	..	..	..	3	4	6	9	11
MTV Media maksukanavat/pay-TV	–	–	–	–	–	–	–	–	–	6	8
The Voice/TV Viisi	–	–	–	..	..	..	..	2	4	6	7
Nelonen Media maksukanavat/pay-TV	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2	2
MTV Music Television	..	..	..	7	6	6	5	6	7	6	4
Discovery	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3
Eurosport	..	..	..	5	5	5	5	5	5	4	3
SVT Europa	3	3	4	4	3	3	3	3	2	1	1
SVT1&2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
TV5	..	..	..	2	..	2	2	1	1	1	1
BBC World	..	..	..	..	..	2	1	1	1	1	1
Deutsche Welle	..	..	..	1	..	1	1	1	1	1	0
<b>TV yhteensä – All TV</b>	<b>71</b>	<b>75</b>	<b>77</b>	<b>78</b>	<b>78</b>	<b>77</b>	<b>75</b>	<b>76</b>	<b>75</b>	<b>74</b>	<b>73</b>

TV–mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 100 taloutta eli noin 2 300 henkilöä.

The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 1 100 households or a total of some 2 300 people.

**Vuoden 2008 alusta luvut sisältävät myös vieraskatselun sekä ajassa siirretyn katselun.**

**From 2008, guest viewing plus playback of recorded programs within 7 days of transmission is included in the viewing time.**

\* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 (2007 asti).

The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finlands Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 (until 2007).

\*\* 26.2.2007–

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

**2.16 Televisiokanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä eri väestöryhmissä 2008**  
*Daily reach of television in different population groups 2008*

Väestöryhmä <i>Population group</i>	<b>TV yht.</b> <b>All TV</b>	YLE TV1	YLE TV2	<b>YLE yht.*</b> <b>YLE total*</b>	MTV3	Nelonen	Subtv	JIM	Urheilu- kanava	MTV Media maksu- kan./ pay-tv	The Voice/ TV Viisi	MTV Music Television	Discovery
	%												
Kaikki – All	<b>73</b>	51	46	<b>61</b>	54	37	28	17	11	8	7	4	3
Sukupuoli – Sex													
Naiset – Women	<b>75</b>	51	46	<b>62</b>	56	37	27	13	7	7	6	4	2
Miehet – Men	<b>71</b>	50	46	<b>60</b>	52	37	29	21	15	10	9	5	5
Ikä – Age													
4–9 vuotta – years**	<b>61</b>	15	37	<b>43</b>	27	18	12	6	4	11	3	1	2
10–14 vuotta – years	<b>64</b>	22	29	<b>39</b>	40	33	27	14	7	10	11	6	3
15–24 vuotta – years	<b>52</b>	20	21	<b>32</b>	36	30	28	15	6	5	9	7	2
25–34 vuotta – years	<b>69</b>	36	36	<b>50</b>	51	41	35	22	8	10	12	7	5
35–44 vuotta – years	<b>73</b>	51	45	<b>62</b>	55	41	31	21	10	12	9	4	5
45–64 vuotta – years	<b>79</b>	63	54	<b>71</b>	60	40	27	18	13	9	5	4	4
65– vuotta – years	<b>85</b>	76	64	<b>81</b>	64	34	20	11	14	4	3	3	1

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 100 taloutta eli noin 2 300 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 1 100 households or a total of some 2 300 people.

\* Sisältää myös YLE:n kanavien YLE Teema ja YLE FST katselun.  
 The YLE total figures also cover programming on YLE's channels YLE Teema and YLE FST5.

\*\* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain ikäryhmät 10+.  
 All other data in the table describe viewing for age groups 10+ and over.

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus  
 Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

## 2.17 Televisiokanavien katseluun keskimäärin käytetty aika 1998–2008

### Daily average television viewing time by channel 1998–2008

Väestö 10+ – Population aged 10+	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Minuuttia/päivä – Minutes/day										
YLE TV1	36	37	38	38	40	40	41	42	40	40	43
YLE TV2	31	33	33	34	37	35	34	32	34	29	30
FST	2	..	..	..	..	..	..	..	..	..	–
YLE yhteensä – YLE total*	69	70	71	72	78	76	75	75	77	73	79
MTV3	63	68	68	65	63	66	58	55	49	43	40
Nelonen	11	16	19	19	20	20	21	19	20	17	18
Sub	–	–	1	1	2	3	4	7	8	10	11
JIM**	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2	5
Urheilukanava	–	..	–	..	..	..	..	..	..	2	2
MTV Media maksukanavat/pay-TV	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2	4
The Voice/TV Viisi	–	–	–	..	..	..	..	..	..	1	1
MTV Music Television	..	..	..	..	1	1	1	1	2	1	1
Discovery											1
Muut – Other	6	7	9	10	7	7	9	12	13	15	15
<b>TV yhteensä – All TV</b>	<b>149</b>	<b>161</b>	<b>168</b>	<b>167</b>	<b>171</b>	<b>173</b>	<b>167</b>	<b>169</b>	<b>169</b>	<b>166</b>	<b>177</b>

TV-mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 100 taloutta eli noin 2 300 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 1 100 households or a total of some 2 300 people.

**Vuoden 2008 alusta luvut sisältävät myös vieraskatselun sekä ajassa siirretyn katselun.**

**From 2008, guest viewing plus playback of recorded programs within 7 days of transmission is included in the viewing time.**

\* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 (2007 asti).

The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finlands Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 (until 2007).

\*\* 26.2.2007–

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

**2.18 Televisiokanavien katseluun käytetty aika eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2008**  
*Daily average television viewing time in different population groups 2008*

Väestöryhmä <i>Population group</i>	<b>TV yht. All TV</b>	YLE TV1	YLE TV2	<b>YLE yht.* YLE total *</b>	MTV3	Nelo- nen	Subtv	JIM	Urheilu- kanava	MTV Media maksu- kan./ pay-tv	The Voice/ TV Viisi	MTV Music Tele- vision	Disco- very	Muut Other	<b>Kau- pall. yht. Comm. total</b>
Min/päivä – <i>Min/day</i>															
Kaikki – <i>All</i>	<b>177</b>	43	30	<b>79</b>	40	18	11	5	2	4	1	1	1	15	<b>98</b>
Sukupuoli – <i>Sex</i>															
Naiset – <i>Women</i>	<b>180</b>	45	29	<b>80</b>	46	19	12	3	1	3	1	1	1	13	<b>100</b>
Miehet – <i>Men</i>	<b>173</b>	40	31	<b>78</b>	35	16	10	6	3	6	2	2	2	14	<b>95</b>
Ikä – <i>Age</i>															
4–9 vuotta – <i>years**</i>	<b>79</b>	4	24	<b>30</b>	14	6	3	1	1	7	1	0	0	16	<b>49</b>
10–14 vuotta – <i>years</i>	<b>97</b>	7	10	<b>19</b>	23	17	14	4	1	3	3	3	1	9	<b>78</b>
15–24 vuotta – <i>years</i>	<b>98</b>	7	9	<b>18</b>	23	18	15	5	1	2	3	3	1	9	<b>80</b>
25–34 vuotta – <i>years</i>	<b>134</b>	14	16	<b>33</b>	32	21	16	7	2	5	3	1	2	12	<b>101</b>
35–44 vuotta – <i>years</i>	<b>151</b>	28	21	<b>55</b>	37	20	11	5	2	5	2	1	1	12	<b>96</b>
45–64 vuotta – <i>years</i>	<b>211</b>	56	37	<b>101</b>	48	18	9	5	3	5	1	1	1	19	<b>110</b>
65– vuotta – <i>years</i>	<b>262</b>	93	56	<b>162</b>	56	13	6	3	3	2	0	1	0	16	<b>100</b>

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 100 taloutta eli noin 2 300 henkilöä. *The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 1 100 households or a total of some 2 300 people.*

\* Sisältää myös YLE:n kanavien YLE Teema ja YLE FST katselun.

*The YLE total figures also cover programming on YLE's channels YLE Teema and YLE FST5.*

\*\* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain ikäryhmät 10+.

*All other data in the table describe viewing for age groups 10+ and over.*

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

## 2.19 Televisiokanavien katseluosuudet 1998–2008

### Television: channel shares 1998–2008

Väestö 10+ – Population aged 10+	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
YLE TV1	24	23	23	23	24	23	25	25	24	24	24
YLE TV2	21	20	20	20	22	20	20	19	20	17	17
FST	2	..	..	..	..	..	..	..	..	..	–
YLE yhteensä – YLE total*	46	43	42	43	45	44	45	44	45	44	45
MTV3	42	42	40	39	37	38	35	33	29	26	23
Nelonen	7	10	12	12	12	11	12	11	12	10	10
Sub	–	–	1	1	1	2	3	4	5	6	6
JIM**										1	3
Urheilukanava										1	1
MTV Media maksukanavat/pay-TV										1	2
The Voice/TV Viisi										1	1
MTV Music Television					1	1	1	1	1	1	1
Discovery											1
Muut – Other	5	5	5	5	5	5	5	7	8	9	7
TV yhteensä – All TV	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Minuuttia/päivä – Minutes/day</b>	<b>149</b>	<b>161</b>	<b>168</b>	<b>167</b>	<b>171</b>	<b>173</b>	<b>167</b>	<b>169</b>	<b>169</b>	<b>166</b>	<b>177</b>

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 100 taloutta eli noin 2 300 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peplemeter study consists of 1 100 households or a total of some 2 300 people.

**Vuoden 2008 alusta luvut sisältävät myös vieraskatselun sekä ajassa siirretyn katselun.**

**From 2008, guest viewing plus playback of recorded programs within 7 days of transmission is included in the viewing time.**

\* Sisältää myös YLE:n ruotsinkielisen ohjelmatarjonnan (FST) kanavilla TV1 ja TV2 (2007 asti) sekä YLE:n kanavien YLE24 (2001–07), YLE Teema ja YLE FST5 katselun.

The YLE total figures also cover programming in Swedish by YLE's Finlands Svenska Television (FST) on channels TV1 and TV2 (until 2007) and programming on YLE's channels YLE24 (2001–07), YLE Teema and YLE FST5.

\*\* 26.2.2007–

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research



2.20 Televisiokanavien katseluosuudet eri väestöryhmissä keskimääräisenä päivänä 2008\*

Television: channel shares in different population groups 2008\*

Väestöryhmä Population group	YLE TV1	YLE TV2	YLE yht.* YLE total*	MTV3	Nelo- nen	Subtv	JIM	Urheilu- kanava	MTV Media maksu- kan./ pay-tv	The Voice/ TV Viisi	MTV Music Tele- vision	Disco- very	Muut Other	Kau- pall. yht. Comm. total
	%													
Kaikki – All	24	17	<b>45</b>	23	10	6	3	1	2	1	1	1	7	<b>55</b>
Sukupuoli – Sex														
Naiset – Women	25	16	<b>45</b>	25	11	6	2	1	2	1	1	0	6	<b>55</b>
Miehet – Men	23	18	<b>45</b>	20	9	6	3	2	3	2	1	1	9	<b>56</b>
Ikä – Age														
4–9 vuotta – years**	6	31	<b>38</b>	18	8	4	2	1	9	1	0	0	19	<b>62</b>
10–14 vuotta – years	7	10	<b>19</b>	23	17	14	4	1	3	1	3	1	12	<b>81</b>
15–24 vuotta – years	7	9	<b>19</b>	24	18	16	5	1	2	1	3	1	8	<b>81</b>
25–34 vuotta – years	10	12	<b>25</b>	24	16	12	5	1	4	1	1	1	9	<b>75</b>
35–44 vuotta – years	19	14	<b>37</b>	25	13	7	4	1	3	1	0	1	8	<b>63</b>
45–64 vuotta – years	26	18	<b>48</b>	23	9	4	2	2	3	2	0	1	8	<b>52</b>
65– vuotta – years	36	22	<b>62</b>	21	5	2	1	1	1	1	0	0	7	<b>38</b>

TV- mittaritutkimus perustuu katselun jatkuvaan seurantaan ja tiedot ovat koko vuoden keskiarvoja. Mittaritutkimuksen otos on 1 100 taloutta eli noin 2 300 henkilöä. The data are based on continuous, metered monitoring and are averages for the whole year. The sample of the peoplemeter study consists of 1 100 households or a total of some 2 300 people.

\* Sisältää myös YLE:n kanavien YLE Teema ja YLE FST katselun.

The YLE total figures also cover programming on YLE's channels YLE Teema and YLE FST5.

\*\* Taulukon muissa katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain ikäryhmät 10+.

All other data in the table describe viewing for age groups 10+ and over.

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus

Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

2.21 Eri ohjelmatyyppien osuus katseluun käytetystä ajasta keskimääräisenä päivänä 2000–2008  
*Breakdown of total viewing time by type of programme on an average day 2000–2008*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
	%									
<b>YLE TV1</b>										
Fakta	48	52	53	55	54	54	54	54	53	<i>Non-fiction</i>
Urheilu	15	9	11	7	9	6	7	4	4	<i>Sports</i>
Kotimainen fiktio	15	15	14	15	14	13	11	10	9	<i>Domestic fiction</i>
Ulkomainen fiktio	16	17	17	17	16	21	22	26	30	<i>Imported fiction</i>
Muut	6	7	6	7	6	7	6	7	5	<i>Other</i>
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<i>Total</i>
<b>YLE TV2</b>										
Fakta	32	34	35	41	38	37	31	34	26	<i>Non-fiction</i>
Urheilu	19	24	28	24	26	27	36	24	32	<i>Sports</i>
Kotimainen fiktio	21	18	15	16	17	17	16	21	19	<i>Domestic fiction</i>
Ulkomainen fiktio	24	19	17	13	13	12	12	15	16	<i>Imported fiction</i>
Muut	4	5	4	6	7	7	6	7	7	<i>Other</i>
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<i>Total</i>
<b>MTV3</b>										
Fakta	28	29	25	26	27	27	28	28	26	<i>Non-fiction</i>
Urheilu	11	11	10	9	11	11	11	8	8	<i>Sports</i>
Kotimainen fiktio	24	25	23	25	23	22	22	25	28	<i>Domestic fiction</i>
Ulkomainen fiktio	33	33	40	38	38	39	37	35	34	<i>Imported fiction</i>
Muut	4	2	2	2	2	2	2	5	4	<i>Other</i>
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<i>Total</i>
<b>Nelonen – Channel Four</b>										
Fakta	10	11	10	10	9	12	15	17	19	<i>Non-fiction</i>
Urheilu	4	6	6	5	7	5	5	5	7	<i>Sports</i>
Kotimainen fiktio	17	20	17	19	19	25	21	20	23	<i>Domestic fiction</i>
Ulkomainen fiktio	66	61	63	62	61	55	55	55	50	<i>Imported fiction</i>
Muut	3	2	4	4	4	4	4	3	2	<i>Other</i>
Yhteensä	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<i>Total</i>

\* Sis. vuodesta 2007 lähtien uutisikkunat, ostos-tv:t, tv-pelit yms.  
*From 2007 onwards including news windows, TV-shops etc.*

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus  
 Source: TV peoplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

**2.22 Televisioiden vähittäismyynti 1998–2008**  
*Retail sales of TV sets 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	1 000 kpl – 1 000 units						
Televisiot yhteensä – <i>TV sets total</i>	296	302	274	214	238	244	220
Digisovittimet – <i>Digital set-top boxes</i>				10	80	203	359
MHP-boxit – <i>MHP boxes</i>					5	10	3
Satelliittipaketit – <i>Satellite dishes</i>	17	15	15	8	6	6	6
	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos/ Change 2008/07	
	1 000 kpl – 1 000 units						%
Kuvaputkitelevisiot – <i>CRT TV sets</i>	246	219	125	33	4	-89	
Taulutelevisiot – <i>Flat panel TV sets</i>	25	101	256	434	528	22	
TV&Video – <i>TV&amp;Video sets</i>	12	4	..	..	..	..	
Digisovittimet – <i>Digital set-top boxes</i>	300	372	649	1345	909	-32	

Tiedot perustuvat kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumi KOTEKIN tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppa-tilastoja.

Data based on estimates provided by KOTEK, the cooperation of stakeholders in the home electronics industry, using various sources, including of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: KOTEK

Source: KOTEK

**2.23 Televisioiden vähittäismyyntin arvo 1998–2008**  
*TV sets: retail sales value 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
	€ milj. – € million						
Televisiot yhteensä – <i>TV sets total</i>	159	166	150	128	145	157	158
Digisovittimet – <i>Digital set-top boxes</i>				3	18	45	66
MHP-boxit – <i>MHP boxes</i>					3	4	1
Satelliittipaketit – <i>Satellite dishes</i>	9	5	5	2	2	2	2
	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos/ Change 2005/2004	
	€ milj. – € million						%
Kuvaputkitelevisiot – <i>CRT TV sets</i>	115	73	34	8	1	-89	
Taulutelevisiot – <i>Flat panel TV sets</i>	48	149	323	421	423	0	
TV&Video – <i>TV&amp;Video sets</i>	3	..	..	..	..	..	
Digisovittimet – <i>Digital set-top boxes</i>	47	62	105	202	127	-37	

Tiedot perustuvat kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumi KOTEKIN tekemään arvioon, jossa lähteenä on käytetty mm. tukkukauppojen toimituksia ja ulkomaankauppa-tilastoja.

Data based on estimates provided by KOTEK, the cooperation of stakeholders in the home electronics industry, using various sources, including of wholesale dealers and foreign trade statistics.

Lähde: KOTEK

Source: KOTEK

## 2.24 Kotitalouksien TV-vastaanottimet 1998–2008

### Household TV-equipment 1998–2008

	Kaikki taloudet – All households										
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Ei TV:tä – No TV sets	4	5	5	4	5	7	6	7	7	6	8
1 TV – 1 TV set	53	54	51	51	51	49	49	47	50	52	53
2 TV:tä – 2 TV sets	33	31	34	33	32	32	32	32	31	29	27
3+ TV:tä – 3+ TV sets	11	10	10	12	11	12	13	13	12	12	10
Vain TV-kortti - TV card only											1
Väri-TV – Colour TV	93	90	95	95	..	..	..	..	..	..	..
Mustavalko-TV – B&W TV	5	3	0	3	..	..	..	..	..	..	..
Stereoääni – Stereo TV	51	47	52	53	..	..	..	..	..	..	..
Kaukosäädin – Remote control	83	78	84	86	..	..	..	..	..	..	..
Teksti-TV – Teletext	61	63	70	72	76	80	82	83	..	..	..
Laajakuvatelevisio – Wide screen TV			3	7	..	18	23	28	..	..	..
Taulutelevisio – Flat panel TV							1	2	8	19	31
Kotiteatterilaitteisto – Home theatre system			4	4	6	8	11	13	16	17	16
Digitisovitin tai digitv – Digital set top box or integrated digital TV							19	30	47	71	90
Tallentava digitisovitin – PVR										20	33
Mikrossa TV-kortti – PC with TV card	1	1	1	2	2	3	3	3	6	7	8
<b>Vastaanottimia kotona yht. (milj.)</b>											
<b>TV sets total (mill.)</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>	<b>3,6</b>	<b>3,7</b>	<b>3,6</b>	<b>3,6</b>	<b>3,4</b>
<b>Vastaanottimia/talous – TV sets/household</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>
	Kaapeli- ja satelliittitaloudet – Cable & satellite households										
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Ei TV:tä – No TV sets	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
1 TV – 1 TV set	58	57	54	55	56	54	53	54	57	59	62
2 TV:tä – 2 TV sets	32	33	36	33	32	34	34	32	31	29	28
3+ TV:tä – 3+ TV sets	10	11	11	12	12	13	13	14	12	12	10
Väri-TV – Colour TV	97	96	100	100	..	..	..	..	..	..	..
Mustavalko-TV – B&W TV	4	2	2	3	..	..	..	..	..	..	..
Stereoääni – Stereo TV	57	56	58	62	..	..	..	..	..	..	..
Kaukosäädin – Remote control	90	86	92	93	..	..	..	..	..	..	..
Teksti-TV – Teletext	67	73	78	81	83	88	91	..	..	..	..
Laajakuvatelevisio – Wide screen TV			4	9	..	22	27	33	..	..	..
Taulutelevisio – Flat panel TV							1	3	10	22	35
Kotiteatterilaitteisto – Home theatre system			6	5	9	12	14	16	20	19	19
Digitisovitin tai digitv – Digital set top box or integrated digital TV							19	25	43	67	97
Tallentava digitisovitin – PVR										23	40
Mikrossa TV-kortti – PC with TV card	1	..	2	2	3	4	4	4	7	9	9

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys



## 3 Radio

Vuoden 2008 lopussa Yleisradion julkisen palvelun radiokanavien lisäksi toiminnassa oli 54 yksityistä radiokanavaa. Niinpä lähes kaikilla suomalaisilla oli kotipaikkakunnallaan mahdollisuus kuunnella Yleisradion kanavien lisäksi ainakin yhtä kaupallista radiokanavaa. Valtaosa väestöstä asuu usean kaupallisen radion kuuluvalle alueelle. (Taulukot 3.1 & 3.2.)

Asemien taloudellisten toimintaedellytysten parantamiseksi kaupallisen radio-toiminnan sääntelyä liberalisoitiin 1990-luvun puolivälistä lähtien. Ohjelmiston paikallisuussäädöksiä väljennettiin, ja sitä kautta mahdollistettiin yksittäisten radio-asemien välinen tiivis yhteistyö ja radioketjujen muodostuminen. Lisäksi myönnettiin ns. erikoisradiotoimilupia useilla paikkakunnilla toimiville formaattiradioille. Ensimmäiset tällaiset toimiluvat myönnettiin jo 1990-luvun puolivälissä.

Vuoden 2006 toimilupakerroksella erikoisradiokategoriasta luovuttiin. Vuoden 2007 alusta voimassa olevat toimiluvat on jaettu kahteen tyyppiin: valtakunnallinen ja siihen rinnastettava radiotoiminta sekä alueellinen tai paikallinen radiotoiminta. Valtaosa ensin mainituista on suurten ulkomaisten mediayritysten omistuksessa. Suurimpien lähes valtakunnallisten radioketjujen tekninen väestöpeitto vaihteli 60–85 prosentin välillä (9 vuotta täyttäneestä väestöstä laskettuna). Valtakunnallisen Radio Novan peitto oli lähes sataprosenttinen. (Taulukko 3.3.)

Kaupallinen radiotoiminta on toimialana pieni. Sen liikevaihto vuonna 2008 oli 53 miljoonaa euroa. Summa oli pienempi kuin Yleisradion julkisen palvelun radio-toiminnan vuosikustannukset (69 miljoonaa euroa v. 2008). (Taulukot 3.4–3.6.)

Kaupallisen radiotoiminnan osuus olikin vain 1,2 prosenttia joukkoviestinnän kokonaismarkkinoista (noin 4,4 miljardia euroa vuonna 2008). 2000-luvun ensimmäisinä vuosina kaupallisten radioiden liikevaihto kasvoi selvästi, mutta sitten kasvu hiipui.

Kaupallisten radioiden taloustilastojen mukaan 2000-luvulla noin puolella kaupallisista radioista nettotulos on ollut vuosittain tappiollinen. Radioiden keskinäiset erot ovat olleet kuitenkin suuria, ja osa radioista on ollut hyvinkin kannattavia.

Kaupallisten radioiden tuloista noin 95 prosenttia tulee mainonnasta. Radioiden mainostulot olivat 51 miljoonaa euroa vuonna 2008. Mediamainonnasta radion osuus oli noin 3,5 prosenttia. Tämä oli alle läntisen Euroopan (=EU15) maiden keskitason. Niissä radion keskimääräinen mainososuus oli noin 5 prosenttia (vuoden 2007 tieto).

Suomen kaupallisen radiotoiminnan rakennemuutos ja valtakunnallisen/valtakunnalliseen verrattavan radiotoiminnan merkityksen kasvu näkyvät selvästi radion mainostulojen rakenteessa.

Edellisen toimilupakauden aikana eli vuosina 1999–2006 valtakunnallisen mainonnan osuus radiomainonnasta kasvoi 41 prosentista 63 prosenttiin. Vuonna 2008 osuus oli jo 70 prosenttia. (Taulukko 3.6.) Valtakunnallinen radiotoiminta on vahvistunut ja sen markkinavoima kasvanut. Niinpä radioiden valtakunnallisen mainonnan arvo on vuodesta 1999 yli kaksinkertaistunut 14 miljoonasta eurosta 35 miljoonaan euroon. Samaan aikaan paikallinen radiomainonta on kuihtunut. Sen arvo on supistunut vuoden 1999 jälkeen 20 miljoonasta eurosta 15 miljoonaan euroon.

Radiomainonta keskittyy alan suurimpien toimijoiden asemille. Suurten radioyhtiöiden (MTV Media, SBS, NRJ, Sanoma, Communicorp) kanavien osuus kaikesta radiomainonnasta oli yhteensä lähes 80 prosenttia vuonna 2008. (Taulukko 3.7.)

MTV Media on Suomen kaupallisen televisio- ja radiotoiminnan markkinajohtaja, jonka omistaa Ruotsin suurin mediayritys Bonnier. MTV Median liikevaihto oli noin 250 miljoonaa euroa vuonna 2008. MTV Median liikevaihdosta noin 15 miljoonaa euroa eli viitisen prosenttia tuli radioliiketoiminnasta. – Ruotsissa Bonnier luopui radioliiketoiminnasta vuonna 2006.

MTV Median valtakunnallinen mainosrahoitteinen Radio Nova aloitti lähetykset vuonna 1997. Radio Nova nousi nopeasti varteenotettavaksi haastajaksi sekä Yleisradion kanaville että muille kaupallisille radioille. Toiminnan alkuvaiheessa katsojaosuuksien menettäjinä olivat tasapuolisesti niin Ylen kanavat kuin kilpailevat kaupalliset asematkin. Radio Novan osuus kaupallisten radioasemien kuuntelusta oli 23 prosenttia vuonna 2008. (Osuus kaikesta radion kuuntelusta oli 11 % ks. taulukko 3.17.).

SBS Finland on osa ProSiebenSat1. Media AG -konsernia, jolla on tv- ja radio-toimintaa 12 Euroopan maassa. Yhtiöllä on Suomessa kaksi lähes valtakunnallista radiota: The Voice (1995–) ja Iskelmä (2001–). Jälkimmäinen on noin paristakymmenestä paikallisesta tai alueellisesta radioasemasta muodostuva radioketju. Siihen kuuluvista asemista vain osa on SBS:n omistamia. Useimmat ovat muiden toimiluvanhaltijoiden omistuksessa. Ketjun yksittäisiä asemia velvoittavat samat ohjelmiston paikallisuutta koskevat säännökset kuin muitakin paikallisia radioasemia. Lisäksi SBS:llä on paikalliset nk. Cityradiot Turussa, Tampereella, Jyväskylässä ja Oulussa.

The Voicen ja Iskelmä-ketjun yhteisöosuus kaupallisten radioasemien kuuntelusta oli 23 prosenttia vuonna 2008. (Osuus kaikesta radion kuuntelusta oli 11 %.)

Sanoma -konserniin kuuluvan Sanoma Entertainmentin lähes valtakunnalliset asemat Radio Aalto ja Radio Rock aloittivat toimintansa vuonna 2007. Niiden osuus kaupallisten radioasemien kuuntelusta oli 13 prosenttia. (Osuus kaikesta radion kuuntelusta oli 6 %.)

Lisäksi konsernin Sanoma News -divisionan omistuksessa (2005–) on paikallisradioasema Radio Helsinki. Radiotoiminnan osuus konsernin kotimaan liiketoi-

minnoista oli alle puoli prosenttia ja osuus Sanoma Entertainmentin liikevaihdosta noin 3 prosenttia vuonna 2008.

Metroradio Finlandilla on kaksi valtakunnalliseen verrattavaa radiokanavaa: Groove FM (1999-) ja SuomiPOP (2000-) sekä lisäksi kanava, jonka kuuluvuusalueena on pääkaupunkiseutu (Metro FM). Sen valtakunnallisten kanavien osuus kaupallisten radioasemien kuuntelusta oli yhteensä 13 prosenttia vuonna 2008. (Osuus kaikesta radion kuuntelusta oli 6 %.) Metroradio Finland Oy:n omistaa irlantilainen Communicorp Group. Konsernilla on 42 radioasemaa 9 Euroopan maassa.

Ranskalaisomisteinen NRJ harjoittaa radiotoimintaa 12 maassa. Suomessa yhtiöllä on valtakunnalliseen verrattava kanava Radio NRJ (1996-). Ennen vuotta 2007 yhtiö toimi paikallisten/alueellisten asemien ketjuna. Radio NRJ:n osuus kaupallisten radioasemien kuuntelusta oli 6 prosenttia vuonna 2008. (Osuus kaikesta radion kuuntelusta oli 3 %.)

Vuosina 1998–2006 kaikkiaan 20 radioyhtiötä lopetti toimintansa tai sulautui toiseen radioasemaan (taulukko 3.2). Sen jälkeen tilanne on säilynyt stabiilina, vaikka kanavien määrä muodollisesti laskikin jaossa olleiden taajuusalueiden yhdistelyn ja uudelleenorganisoinnin vuoksi vuoden 2006 toimilupakierroksen yhteydessä. Nykyisin toiminnassa on 54 yksityistä radiokanavaa. Kilpailutilanne on tiukin suurissa kaupungeissa. Pääkaupunkiseudulla radiomainonnan kakkua on jakamassa toistakymmentä mainosrahoitteista asemaa.

Yksityiset radiot toivat Suomeenkin kanavaprofiloinnin ja nk. lähetyvirtamallin, jota myös Yleisradio ryhtyi jo ensimmäisen, vuonna 1990 tapahtuneen kanavauudistuksensa yhteydessä soveltamaan parilla kanavallaan. Lähetyvirtaperiaatteella toimivien radiokanavien ohjelmiston sävy muokataan tavoiteltavan yleisryhmän oletettujen mieltymysten mukaiseksi ennen kaikkea musiikin avulla. – Musiikista on kansainväliseen tapaan muodostunut lukuisilla suomalaisilla radioasemilla keskeisin elementti ohjelmiston profiiliin ja tyylin luojana. Myös julkisen palvelun Ylen kanavilla musiikilla on aivan keskeinen sija. (Taulukot 3.11 & 3.12.)

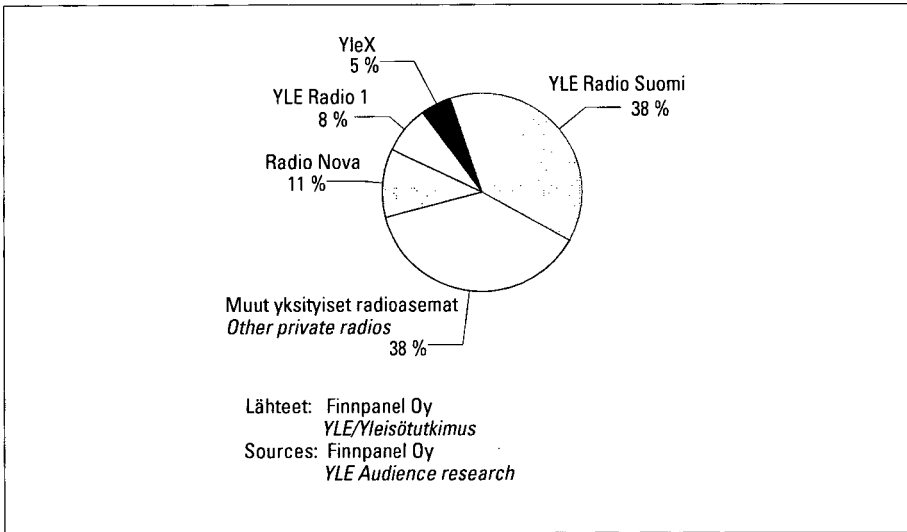
Yleisradio profiloiti kanavansa uudelleen vuonna 2003. YLE Radio1 painottaa tarjontansa asia- ja kulttuuriohjelmiin sekä taidemusiikkiin. YleX on nuorisolle suunnattu kanava. YLE Radio Suomen painopistealueita ovat ajankohtais- ja kontaktiohjelmat sekä urheilu- ja viihdeohjelmat. Ruotsinkielinen ohjelmatoiminta jaettiin vuonna 1997 kahdelle kanavalle. Varttuneemmalle kuulijakunnalle suunnattu Radio Vega muistuttaa ohjelmisisällöltään perinteistä täyden palvelun kanavaa. Radio X3M tavoittelee nuorempaa kuulijakuntaa.

Useat suurimmista kaupallisista radioketjuista tavoittelevat kuulijoikseen ennen kaikkea nuoria ja nuoria aikuisia tarkasti hiotuilla musiikkiformaateilla, ja asemien keskinäinen kilpailu kuulijoista on tiukkaa.

Radiolähetysten volyymi on nykyisin mittava. Yleisradio lähetti vuonna 2008 valtakunnallisilla kanavillaan ohjelmaa yhteensä lähes 120 tuntia päivässä. Yleisra-



Kuvio 3.1 Radiokanavien kuunteluosuudet 2008  
 Figure 3.1 Channel shares in radio listening 2008



dion alueellisten lähetyksen viikkotuntimäärä oli yli 150 tuntia. Yksityisistä radioasemista valtaosa toimii ympärivuorokautisesti, joten yhteenlaskettuna ne lähettänevät päivittäin ohjelmaa yhteensä noin 1 300 tuntia. (Taulukot 3.8 - 3.10.)

Radiota kuuntelee päivittäin noin 80 prosenttia suomalaisista. Kaupalliset radiokanavat ovat vuodesta 1998 nostaneet päivätavoitavuutensa 44 prosentista 50 prosenttiin (9 vuotta täyttäneistä suomalaisista).

Kaupallisen radiotoiminnan voimistuminen on merkinnyt julkisen palvelun Yleisradiolle aiemmin lähes itsestäänselvytenä pidetyn markkinajohtajan aseman menetystä. Julkisen palvelun kanavien tavoitavuus keskimääräisenä päivänä on vuodesta 1999 laskenut 54 prosentista 44 prosenttiin. (Taulukko 3.13.)

Vuonna 2008 radion keskimääräinen kuuntelu-aika oli 3 tuntia 15 minuuttia. Kuuntelu-aika on laskenut 2000-luvun alkuvuosista. (Taulukko 3.15.)

Kuunteluun keskimäärin käytetty aika jakautui suurin piirtein puoliksi Yleisradion (52 %) ja sen kaupallisten kilpailijoiden (48 %) kesken. – 1990-luvun lopussa Ylen kanavien kuunteluosuus oli 60 prosenttia ja kaupallisten asemien osuus oli 40 prosenttia. (Taulukko 3.17.)

Radion kuuntelua parhaiten selittävä muuttuja on ikä. Vanhemmat ikäryhmät kuuntelivat radiota selvästi nuorempia enemmän. Myös ikäryhmittäisessä tarkastelussa radiomarkkinoiden uusjako näkyy selvästi. Kaupallisten kanavien kuunteluosuudet olivat kaikissa alle 55-vuotiaiden ikäryhmissä Yleisradion kuunteluosuuksia suuremmat. Kaupallisten kanavien osuus oli pääsääntöisesti sitä suurempi mitä nuoremasta ikäryhmästä on kyse. (Taulukko 3.18.)

Työpaikalla tai autossa tapahtuva radion kuuntelu on hiljalleen kasvattanut osuuttaan kokonaiskuunteluajasta. Neljäsosa suomalaisista seurasi viikon jakson aikana ainakin neljää radiokanavaa. (Taulukot 3.19 & 3.20.)

Yleisradio aloitti digitaaliset radiolähetykset jo 1980-luvun lopussa. Ylikäymättömäksi ongelmaksi muodostui kuitenkin digitaalisten DAB-radiovastaanottimien vähäinen tarjonta ja niiden korkea hinta. Nykyisin digitaalisia radiokanavia välitetään DVB-tekniikalla, eli lähetysä voi seurata digitaalisina tv-vastaanottimien kautta.

## Tilastointi

Valtakunnallisen radiotoiminnan taloutta ja toiminnan laajuutta kuten ohjelmatunteja kuvaavat tiedot on saatu Yleisradion ja muiden yritysten toimintakertomuksista ja Suomen Radioiden Liitolta.

Vuodesta 1990 lähtien Turun kauppakorkeakoulun Yritystoiminnan tutkimuskeskuksen Mediaryhmä on vuosittain laatinut yksityisten radioiden taloudellista tilaa kartoittavia talustilastoja.

Vuodesta 1991 lähtien keskeisimmäksi kuuntelututkimukseksi on muodostunut Finnpanel Oy:n toteuttama nk. kansallinen radiotutkimus, jonka aineistoa Yleisradio ja Suomen Radioiden Liitto käyttävät omassa raportoinnissaan.

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

*Ala-Fossi, Marko:* Toimiluvanvarainen radiotarjonta 2005. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 4/2006.

*Ala-Fossi, Marko:* Kotiseutuasemista formaattiradioketjuihin. Teoksessa Joukko- viestimet 2006. Tilastokeskus, Helsinki.

*Ala-Fossi, Marko & Holma, Aino:* Toimiluvanvaraisten radioiden sisältötutkimus 2008. Viestintävirasto, Helsinki.

*Hujanen, Taisto:* Ääniradio. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

Kansalliset radiotutkimukset. Suomen Radioiden Liitto SRL, Helsinki. Eri vuosina.

Kaupallisten radioiden taloustilastot. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus. Eri vuosina.

*Kemppainen, Pentti:* Radion murros. Julkisradioiden kanavaudistus Norjassa, Ruotsissa ja Suomessa. Julkaisuja 4. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Helsinki 2001.

Yleisökertomukset. Yleisradio, Helsinki. Eri vuosina.

*Liikkanen, Mirja:* Yleisöinä – kodin ulkopuolella ja kotona. Teoksessa Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta & Hannula, Ulla (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

*Miettinen, Osmo & Sarpakunnas, Topi:* Kaupallinen radiotoiminta Suomessa. Selvitys markkinoiden rakenteesta. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 74/2004.

*Moring, Tom & Nordqvist, Andrea (toim.):* Svenska medier i Finland. SSKH Skrifter Nr. 13. Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2002.

*Ruohomaa, Erja:* The mobility of radio listening. YLE Audience research. Research report 5/2003. Helsinki.

*Salokangas, Raimo:* Aikansa oloinen. Yleisradion historia 1949–1996. Teoksessa Yleisradion historia 1926–1996. Osa 2. Yleisradio, Helsinki 1996.

## Taulukot – Tables

- 3.1 Radiokanavat 2009  
*Radio channels 2009*
- 3.2 Yksityisten radiokanavien määrän kehitys 1998–2008  
*Number of private radio channels 1998–2008*
- 3.3 Suurimmat yksityiset radiokanavat ja -ketjut 2008  
*Largest private radio channels and networks 2008*
- 3.4 Yleisradion radio-ohjelmakustannukset 2007–2008  
*YLE radio programming costs 2007–2008*
- 3.5 Yksityisten radioiden tuotot 1998–2008  
*Revenues of private radio stations 1998–2008*
- 3.6 Radiomainonta 1998–2008  
*Radio advertising 1998–2008*
- 3.7 Radiomainnonnan markkinaosuudet 2003–2008  
*Market shares in radio advertising 2003–2008*
- 3.8 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika 1998–2008  
*YLE daily radio programming hours 1995–2005*
- 3.9 Yleisradion aluelähetykset 2008  
*YLE regional broadcasting 2008*
- 3.10 Yksityisten radioasemien keskimääräinen ohjelma-aika 1998–2008  
*Average daily broadcasting by private radio stations 1998–2008*
- 3.11 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 2008  
*YLE radio nationwide programming 2008*
- 3.12 Eräiden yksityisten radiokanavien ohjelmatarjonta  
*Private radio programming*
- 3.13 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Daily reach of radio 1998–2008*
- 3.14 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2008  
*Daily reach of radio by population groups 2008*
- 3.15 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Average daily radio listening time 1998–2008*
- 3.16 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2008  
*Average daily radio listening time by population groups 2008*
- 3.17 Radion kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Radio channel shares 1998–2008*
- 3.18 Radion kuunteluosuudet väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2008  
*Radio channel shares by population groups 2008*
- 3.19 Radion kuuntelu kuuntelupaikan mukaan 1998–2008  
*Breakdown of radio listening by place of listening 1998–2008*
- 3.20 Viikossa kuunneltujen radiokanavien lukumäärä 1999–2008  
*Number of radio channels listened per week 1999–2008*

## Kuviot – Figures

- 3.1 Radiokanavien kuunteluosuudet 2008  
*Channel shares in radio listening 2008*
- 3.2 Yleisradion radiopalveluiden kustannukset kanavittain 2008  
*YLE radio costs by channel 2008 (yht. 69 milj. euroa)*
- 3.3 Radiomainnonnan markkinaosuudet 2008  
*Market shares in radio advertising 2008*
- 3.4 Radion kuuntelu paikan mukaan 2008  
*Breakdown of local radio listening by place of listening 2008*

### 3.1 Radiokanavat 2009 Radio channels 2009

Peitto – Coverage	Toimintaperiaate Status	Kanava/asema Channel/station	Omistaja Owner	Rahoitus Financing	Aloitusvuosi Year of establishment
Valtakunnallinen/ National	Julkinen/ Public	YLE Radio 1	Valtiout/State	lupamaksut/licence fees	1926/1990
		YleX	Valtiout/State	lupamaksut/licence fees	1990
		YLE Radio Suomi	Valtiout/State	lupamaksut/licence fees	1965/1990
		YLE Puhe	Valtiout/State	lupamaksut/licence fees	2003
		YLE Radio Vega	Valtiout/State	lupamaksut/licence fees	1961/1997
		X3M	Valtiout/State	lupamaksut/licence fees	1997
		Digitaaliset - DVB only:			
Ylen Klassinen	Valtio/State	lupamaksut/licence fees	1999		
YLE Mondo	Valtio/State	lupamaksut/licence fees	2000		
Valtakunnallinen/ National	Yksityinen/ Private	Radio Nova	MTV Media Bonnier (74%)	mainonta/commercials	1997
Alueellinen/ Regional	Julkinen/ Public	26 alueradiota/ 26 regional windows –20 suomeksi/in Finnish –5 ruotsiksi/in Swedish –1 saameksi/in Sami	YLE	lupamaksut/licence fees	1975 1973 1987
Lähes valtakunnallinen/ Paikallinen/Alueellinen Near-national/Regional/Local	Yksityinen/ Private	53 radioasemaa/ 53 radio channels	*	mainonta/ mainly commercials	1985–

Lähteet: YLE, Suomen Radioiden Liitto SRL

Sources: YLE, Association of Finnish Broadcasters

### 3.2 Yksityisten radiokanavien määrän kehitys 1998–2008\* Number of private radio channels 1998–2008\*

	Valtakunnalliset National	Valtakunnalliseen rinnastettavat** Near-national**	Muut – Other	<b>Yhteensä – Total</b>	Toiminnan lopettaneet radioyrietykset*** Stations closed down***
1998	1	2	58	<b>61</b>	1
1999	1	7	52	<b>60</b>	5
2000	1	7	55	<b>63</b>	4
2001	1	9	57	<b>67</b>	1
2002	1	9	64	<b>74</b>	3
2003	1	9	67	<b>77</b>	2
2004	1	9	67	<b>77</b>	0
2005	1	9	67	<b>77</b>	0
2006	1	7	65	<b>73</b>	4
2007	1	9	44	<b>54</b>	0
2008	1	9	44	<b>54</b>	0

\* Kunkin vuoden lopussa – At year-end.

\*\* Valtioneuvosto myöntänyt toimiluvat 2007 alkaen nimikkeellä "valtakunnalliseen rinnastettavat toimiluvat", ennen vuotta 2007 luvan nimi oli erikoisradiotoimilupa. Useimmat näistä olivat puolivaltakunnallisia formaattiradioita.

The Council of State has granted licences under the name "equivalent to national license", "special broadcasting services" was used prior to year 2007.

\*\*\* Sisältää lopettamiset, fuusiot ja konkurssit. Huomattavassa osassa tapauksista uusi yrittäjä on jatkanut toimintaa.

Includes closedowns, bankruptcies and mergers. In most cases a new operator has continued programming.

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö, Suomen Radioiden Liitto SRL

Sources: Ministry of Traffic and Communications, Association of Finnish Broadcasters

### 3.3 Suurimmat yksityiset radiokanavat ja -ketjut 2008 Largest private radio channels and networks 2008

	Perustettu <i>Established</i>	Lähettimiä <i>Transmitters</i>	Tekninen peitto % väestöstä <i>Coverage% of population</i>	Markkinaosuus % kuuntelusta <i>Market share % of listening</i>	Omistaja <i>Owner</i>	Kansallisuus
Radio Nova	1997	26	98	11	Bonnier (74%), MTG (26%)	Ruotsi – <i>Sweden</i>
Iskelmäradiot	2001	47	79	8	SBS Broadcasting & al.	Saksa – <i>Germany</i>
SuomiPOP	2000	25	84	5	Communicorp Group	Irlanti – <i>Ireland</i>
Radio Rock	2007	21	80	5	Sanoma	Suomi – <i>Finland</i>
Radio NRJ	1995	36	84	3	NRJ	Ranska – <i>France</i>
The Voice	2007	29	84	3	SBS Broadcasting	Saksa – <i>Germany</i>
Radio Aalto	2007	19	67	1	Sanoma	Suomi – <i>Finland</i>
Classic FM	1992	16	64	1	4Radio	Suomi – <i>Finland</i>
Groove FM	1999	12	59	1	Communicorp Group	Irlanti – <i>Ireland</i>
Radio Dei	1997	..	..	..	Kristillinen Media	Suomi – <i>Finland</i>
Radio Sputnik	1999	..	..	..	Radio Satellite Finland	Venäjä – <i>Russia</i>

Useimmissa tapauksissa toiminta perustuu 2007 alkaen toimituksiin nimikkeellä "valtakunnalliseen rinnastettavat toimitukset".

Ennen vuotta 2007 luvan nimi oli erikoisradiotoimituslupa.

*In most cases the Council of State has granted the operating licences under the name "equivalent to national license".*

*"Special broadcasting services" was used prior to year 2007.*

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö

Digita

Finnpanel

Suomen Radioiden Liitto

Tilastokeskus, Joukkoviestintätilat

Sources: Ministry of Transport and Communications

Digita

Finnpanel

Association of Finnish Broadcasters

Statistics Finland, Media statistics

### 3.4 Yleisradion radio-ohjelmakustannukset 2007–2008 YLE radio programming costs 2007–2008

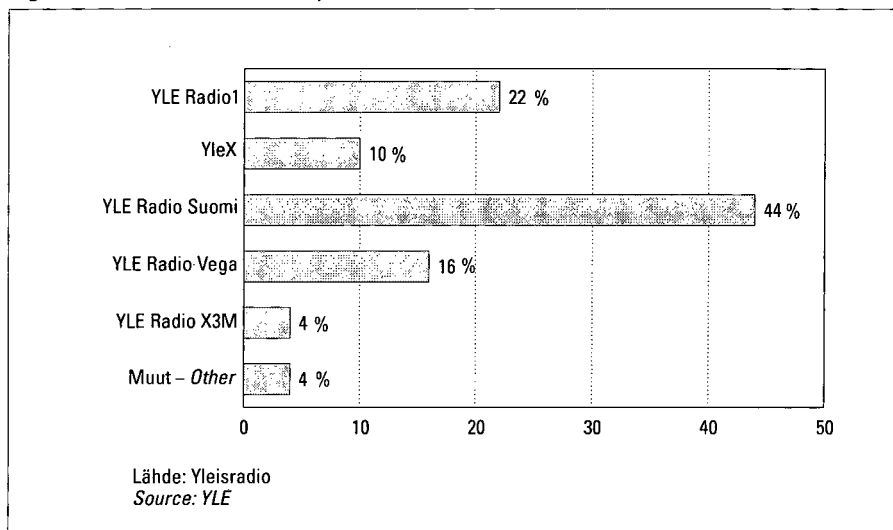
	2007 %	2008
Uutis- ja ajankohtaisohjelmat <i>News &amp; current affairs</i>	45	48
Urheiluohjelmat <i>Sports programmes</i>	2	3
Asiaohjelmat <i>Non-fiction/information</i>	5	7
Kulttuuriohjelmat <i>Culture</i>	17	16
Viihdeohjelmat <i>Entertainment</i>	31	26
Yhteensä <i>Total</i>	100	100
<b>Yhteensä milj. € – Total, – € mill.</b>	..	<b>69</b>

Lähde: Yleisradio

Source: YLE

Kuvio 3.2 Yleisradion radiopalveluiden kustannukset kanavittain 2008  
(yht. 69 milj. euroa)

Figure 3.2 YLE radio costs by channel 2008 (total € 69 million)



### 3.5 Yksityisten radioiden tuotot 1998–2008 Revenues of private radio stations 1998–2008

	Viiden suurimman (2008) osuus Share of top 5 companies 2008	<b>Yhteensä</b> <b>Total</b>	Kiintein (2008) hinnoin Fixed (2008) prices
	%	Milj. € € million	Milj. € € million
1998	..	<b>37,8</b>	45,6
1999	..	<b>38,0</b>	45,3
2000	..	<b>40,2</b>	46,4
2001	..	<b>42,5</b>	47,8
2002	..	<b>46,6</b>	51,6
2003	72	<b>50,1</b>	54,9
2004	75	<b>50,5</b>	55,3
2005	77	<b>50,1</b>	54,4
2006	77	<b>49,3</b>	52,6
2007	79	<b>49,5</b>	51,5
2008	78	<b>53,2</b>	53,2

\* Sisältää alueelliset palvelut. – Including regional services.

Lähteet: Suomen Radioiden Liitto SRL  
TNS Gallup Oy  
Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus

Sources: Association of Finnish Broadcasters  
TNS Gallup Group  
Turku School of Economics, Business research and development centre



**3.6 Radiomainonta 1998–2008**  
*Radio advertising 1998–2008*

	Valtakunnallinen mainonta <i>National advertising</i>		Paikallinen mainonta <i>Local advertising</i>		<b>Mainonta yhteensä</b> <b><i>Advertising total</i></b>	Kiintein (2008) hinnoin <i>Fixed (2008) prices</i>
	Milj. € € mill.	%	Milj.€ € mill.	%		
1998	13	38	21	62	<b>34</b>	41
1999	14	41	20	59	<b>34</b>	41
2000	19	50	19	50	<b>38</b>	44
2001	21	53	19	48	<b>40</b>	45
2002	25	57	19	43	<b>44</b>	49
2003	29	60	19	40	<b>48</b>	52
2004	30	63	18	37	<b>48</b>	52
2005	29	61	18	39	<b>47</b>	51
2006	29	63	17	37	<b>47</b>	50
2007	32	69	15	31	<b>47</b>	49
2008	35	70	15	30	<b>51</b>	51

Lähteet: Suomen Radioiden Liitto SRL  
*Sources: Association of Finnish Broadcasters*

### 3.7 Radiomainnon markkinaosuudet 2003–2008

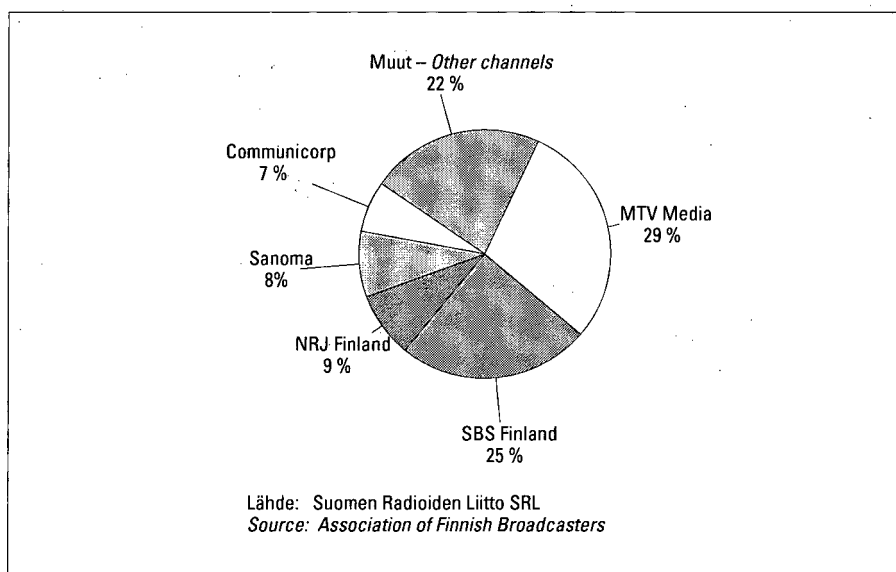
#### Market shares in radio advertising 2003–2008

Yhtiö Company	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Kanavat Channels
	%						
MTV Media SBS Finland	29	30	33	32	33	29	Radio Nova, Sävelradio (2005–2006)
							Iskelmä, The Voice (2007–), Kiss (–2006), Radio 957, Radio Jyväskylä, Radio Sata, Radio Mega, Radio City* (–2006)
NRJ Finland	10	11	11	11	8	9	Radio NRJ
Sanoma	–	–	–	–	7	8	Radio Aalto, Radio Rock
Communicorp	5	5	5	4	5	7	Groove FM, SuomiPOP, Metro FM, Classic Radio (–2008)
Janton & Suomen Lehtiyhtymä	5	4	–	–	–	–	Sävelradio (–2004)
Muut Other channels	24	22	23	23	22	22	
Yhteensä Total	100	100	100	100	100	100	
<b>Yhteensä milj. € .</b> <b>Total – € million</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>51</b>	

\* Radio Cityn toimiluvan haltija oli Suomen Urheiluradio Oy. SBS hoiti kanavan mainosmyynnin.  
Radio City: The license holder was Suomen Urheiluradio Oy; advertising sales by SBS.

Lähde: Suomen Radioiden Liitto SRL  
Source: Association of Finnish Broadcasters

Kuvio 3.3 Radiomainnon markkinaosuudet 2008  
Figure 3.3 Market shares in radio advertising 2008



**3.8 Yleisradion radiolähetysten ohjelma-aika 1998–2008**  
**YLE daily radio programming hours 1995–2005**

Vuosi Year	Valtakunnalliset verkot – <i>Nationwide networks</i>					Aluelähetykset – <i>Regional broadcasts</i>			
	Radio 1 YLE Radio 1	Radio 2 YleX	Radio 3 YLE Radio Suomi	Radio 4* X3M	Radio 5* YLE Radio Vega	Suomenk. <i>In Finnish</i>	Ruotsink. <i>In Swedish</i>	Saamenk. <i>In Sámi</i>	YLE Mondo*
Tuntia/päivä – <i>Hours/day</i>									
1998	24	24	24	19	19	113	10	5	24
1999	24	24	24	20	22	113	11	6	24
2000	24	24	24	24	22	121	11	5	24
2001	24	24	24	24	22	122	11	5	24
2002	24	24	24	24	22	122	..	5	24
2003	24	24	24	24	22	139	12	6	24
2004	24	24	24	24	22	133	12	5	24
2005	24	24	24	18	18	127	13	5	24
2006	24	24	24	18	18	119	13	7	24
2007	24	24	24	18	18	118	12	6	24
2008	24	24	24	24	21	118	13	6	24

Vuosi Year	Digitaalikanavat – <i>Digital channels***</i>			Ulkomaanlähetykset <i>Foreign service broadcasts</i>	
	YLE Radio Peili	Ylen Klassinen	YleQ	Analogiset <i>Analog</i>	Digitaaliset <i>Digital</i>
Tuntia/päivä – <i>Hours/day</i>					
1998	24			110	
1999	24	24	24	104	
2000	24	24	24	116	
2001	24	24	24	128	
2002	24	24	24	134	
2003	24	24	24	112	
2004	24	24	24	110	
2005	24	24	24	100	
2006	24	24	24	101	
2007	24	24	–	–	101
2008	24	24	–	–	106

\* Välttää mm. Voice of American, National Public Radion, Deutsche Wellen, Radio France Internationalen, BBC World Servicen ja Ylen ulkomaanlähetysten ohjelmaa Helsingin alueella 24 tuntia vuorokaudessa.  
*Transmits the programming of Voice of America, National Public Radio, Deutsche Welle, Radio France International, BBC World Service and YLE's foreign service programming in the Helsinki area on a 24-hour basis.*

\*\* DAB-lähetykset lopetettiin 1.9.2005. Digi-kanavat kuuluvat digi-tv:n kautta DVB-lähettyksinä.  
*In Finland the DAB-net was closed down in September 2005. YLE broadcasted in DAB from 1998-2005 (Sept), and then changed to DVB.*

Lähde: YLE  
 Source: YLE

### 3.9 Yleisradion aluelähetykset 2008 YLE regional broadcasting 2008

Toimipisteen nimi – Name	Sijainti – Location	Aloituvuosi – Established	Tuntia/päivä – Hours/day
<b>Suomeksi – In Finnish</b>			
YLE Ylen aikainen	Helsinki	1975	6
YLE Ylen Läntinen	Lohja	1991	5
YLE Radio Itä-Uusimaa	Porvoo	1991	5
YLE Etelä-Karjalan Radio	Lappeenranta	1989	6
YLE Kymenlaakson Radio	Kouvola	1989	6
YLE Turun Radio	Turku	1982	6
YLE Satakunnan Radio	Pori	1988	6
YLE Tampereen Radio	Tampere	1982	6
YLE Lahden Radio	Lahti	1984	6
YLE Radio Häme	Hämeenlinna	1989	6
YLE Radio Keski-Suomi	Jyväskylä	1986	6
YLE Radio Savo	Kuopio	1984	6
YLE Etelä-Savon Radio	Mikkeli	1985	6
YLE Pohjois-Karjalan Radio	Joensuu	1988	6
YLE Pohjanmaan Radio	Vaasa	1988	6
YLE Radio Keski-Pohjanmaa	Kokkola	1991	6
YLE Oulu Radio	Oulu	1983	6
YLE Kainuun Radio	Kajaani	1988	6
YLE Lapin Radio	Rovaniemi	1988	6
YLE Radio Perämeri	Kemi	1991	6
<b>Yhteensä – Total</b>			<b>118</b>
<b>Ruotsiksi – In Swedish</b>			
YLE Radio Vega Österbotten	Vasa	1973	3
YLE Radio Vega Åboland	Åbo	1973	3
YLE Radio Vega Västnyland	Ekenäs	1973	3
YLE Radio Vega Mellannyländ	Helsingfors	1976	3
YLE Radio Vega Östnyland	Borgå	1973	3
<b>Yhteensä – Total</b>			<b>13</b>
<b>Saameksi – In Sámi</b>			
Saamen Radio	Inari	1987	6

Lähde: YLE lähetystilastot 2008

Source: YLE broadcasting reports 2008

**3.10 Yksityisten radioasemien keskimääräinen ohjelma-aika 1998–2008**  
*Average daily broadcasting by private radio stations 1998–2008*

	Tuntia/päivä – Hours/day
1998	24
1999	24
2000	24
2001	24
2002	24
2003	24
2004	24
2005	24
2006	24
2007	24
2008	24

Lähteet: Liikenne- ja viestintäministeriö  
*Suomen Radioiden Liitto SRL*  
 Sources: Ministry of Traffic and Communications  
*Association of Finnish Broadcasters*

**3.11 Yleisradion valtakunnallisten radiokanavien ohjelmatarjonta 2008**  
*YLE radio nationwide programming 2008*

	Lähetysaika – Broadcasting time Tuntia/vrk – Hours/day	Ohjelmarakenne – Programming	%
Radio Ylen Ykkönen	24	Klassinen – <i>Classical music</i>	56
		Kulttuuri – <i>Culture</i>	11
		Asiaohjelma – <i>Features</i>	7
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	7
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	5
		Hartausohjelmat – <i>Religious</i>	3
		Tiede- ja opetus – <i>Science &amp; education</i>	4
		Draama – <i>Drama</i>	2
		Dokumentit – <i>Features &amp; documentaries</i>	2
		Lastenohjelmat – <i>Children's</i>	1
		Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i>	2
		<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i>	54
YleX	24	Musiikkiviihde – <i>Music entertainment</i>	32
		Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i>	34
		Muu viihde – <i>Other entertainmet</i>	23
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	4
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	4
		Asiaohjelmat – <i>Features</i>	2
		Kulttuuri – <i>Culture</i>	1
		<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i>	60
YLE Radio Suomi	24	Alueelliset ohjelmat –	22
		Muu viihde – <i>Other entertainment</i>	19
		Musiikkiviihde – <i>Music entertainment</i>	17
		Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i>	12

### 3.11 Jatkuu Continued

	Lähetysaika – <i>Broadcasting time</i> Tuntia/vrk – <i>Hours/day</i>	Ohjelmarakenne – <i>Programming</i>	%
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	10
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	6
		Urheilu – <i>Sports</i>	9
		Asiahjelmat – <i>Features</i>	4
		Kulttuuri – <i>Culture</i>	1
		<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i>	45
YLE Radio Peili	24	Asiahjelmat – <i>Features</i>	35
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	26
		Kulttuuri – <i>Culture</i>	19
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	11
		Tiede- ja opetus – <i>Science &amp; education</i>	6
		Urheilu – <i>Sports</i>	2
		Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i>	1
		<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i>	0
YLE Radio Vega	21	Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i>	26
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	19
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	15
		Asiahjelmat – <i>Features</i>	13
		Muu viihde – <i>Other entertainmet</i>	8
		Klassinen – <i>Classical music</i>	7
		Kulttuuri – <i>Culture</i>	6
		Urheilu – <i>Sports</i>	2
		Hartaushjelmat – <i>Religious</i>	2
		Tiede- ja opetus – <i>Science &amp; education</i>	1
		Lastenohjelmat – <i>Children's</i>	1
		<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i>	43
YLE Radio X3M	24	Viihde – <i>Entertainment</i>	36
		Populaarikulttuuri – <i>Popular culture</i>	26
		Ajankohtaisohj. – <i>Current affairs</i>	26
		Asiahjelmat – <i>Features</i>	8
		Klassinen – <i>Classical music</i>	2
		Urheilu – <i>Sports</i>	2
		Uutiset – <i>Newscasts</i>	2
		<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>
		Musiikin osuus – <i>Share of music</i>	61

Lähde: Yleisradion toimintakertomus 2008  
Source: Yle annual report 20058

### 3.12 Eräiden yksityisten radiokanavien ohjelmatarjonta Private radio programming

Ohjelmarakenne – Programming	Radio Nova (2008)	Classic FM (2005)	Groove FM (2005)	NRJ (2005)	Radio Aalto (2007)	Radio City (2005)	Radio Dei (2005)	SBS Iskelmä (Jyväskylä) (2008)	Suomi POP (2005)	The Voice (2008)
Musiikki – Music	48	87	93	62	74	67	62	61	71	65
Puhe – Talk	12	6	3	5	6	0	30	14	15	2
Puhe & musiikki – Talk & music	20	0	1	15	10	19	2	2	4	20
Kanavatunnukset ja -promot – Channel IDs & promos	5	3	1	7	6	6	4	6	3	4
Mainonta – Advertising	15	4	2	11	5	9	1	17	7	9
Muu – Other	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lähde: Liikenne- ja viestintäministeriö  
Viestintävirasto

Source: Ministry of Transport and Communications  
Finnish Communications Regulatory Authority (FICORA)

### 3.13 Radion tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008 Daily reach of radio 1998–2008

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1998 %	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
YLE Radio 1	12	12	12	12	11	12	11	11	12	11	10
YleX	11	11	10	9	9	9	10	9	9	8	7
YLE Radio Suomi	39	36	38	37	34	32	31	31	31	32	31
YLE Radio Vega & X3M	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>YLE yhteensä – YLE total</b>	<b>54</b>	<b>52</b>	<b>54</b>	<b>51</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>44</b>
Radio Nova	20	18	16	19	20	19	18	16	16	15	15
SBS-Iskelmä				3	5	7	9	10	10	10	11
Radio Rock										7	7
SuomiPOP				4	5	5	4	4	4	7	7
The Voice			11	10	11	10	9	7	6	6	5
NRJ				5	6	7	8	7	7	6	5
Radio Aalto										3	3
Groove FM				1	1	1	1	1	1	1	2
Classic Radio				1	1	1	1	1	1	1	1
Radio City							4	4	5	–	–
Sävelradio				3	4	3	3	4	4	–	–
Muut yksityiset – Other private				19	18	16	14	14	13	14	16
<b>Yksityiset radiot yhteensä Private radios, total</b>	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Kaikki yhteensä – All radio</b>	<b>81</b>	<b>79</b>	<b>81</b>	<b>82</b>	<b>83</b>	<b>82</b>	<b>80</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>78</b>

Lähteet: Finnpanel Oy  
YLE/Yleisötutkimus

Sources: Finnpanel Oy  
YLE Audience research

## 3.14 Radion tavoitavuus väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2008

## Daily reach of radio by population groups 2008

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	<b>Radio yhteensä All radio</b>	YLE Radio 1	YleX	YLE Radio Suomi	YLE Radio Vega & X3M	<b>Yle yhteensä YLE total</b>	Radio Nova	SBS Iskelmä
%								
Kaikki – All	<b>78</b>	10	7	31	1	<b>44</b>	15	11
Sukupuoli – Sex								
Naiset – Women	<b>78</b>	9	9	33	1	<b>45</b>	14	10
Miehet – Men	<b>78</b>	12	6	30	1	<b>43</b>	15	11
Ikä – Age								
9–14	<b>60</b>	4	6	7	0	<b>16</b>	17	6
15–24	<b>67</b>	2	16	7	1	<b>24</b>	12	5
25–34	<b>70</b>	3	15	9	0	<b>25</b>	17	6
35–44	<b>77</b>	4	7	19	0	<b>28</b>	26	13
45–54	<b>83</b>	8	5	36	1	<b>45</b>	22	19
55–64	<b>87</b>	14	2	57	1	<b>67</b>	10	16
65–	<b>89</b>	28	2	62	1	<b>80</b>	3	6

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Radio Rock	Suomi POP	The Voice	NRJ	Radio Aalto	Groove FM	Classic Radio	Muut yksityiset Other private	<b>Yksityiset yhteensä Private radios total</b>
%									
Kaikki – All	7	7	5	5	3	2	1	12	<b>50</b>
Sukupuoli – Sex									
Naiset – Women	10	9	4	5	2	2	1	13	<b>50</b>
Miehet – Men	4	6	6	6	3	2	1	10	<b>49</b>
Ikä – Age									
9–14	7	6	13	14	2	1	1	6	<b>52</b>
15–24	15	9	12	14	2	2	0	8	<b>55</b>
25–34	16	12	8	8	3	2	1	12	<b>58</b>
35–44	10	13	6	6	4	3	1	13	<b>64</b>
45–54	3	9	3	3	4	3	1	15	<b>59</b>
55–64	1	2	1	1	2	1	2	14	<b>40</b>
65–	0	1	0	0	1	1	2	12	<b>25</b>

Lähde: Finnpanel Oy  
Source: Finnpanel Oy



### 3.15 Radion kuuntelu-aika keskimääräisenä päivänä 1998–2008 Average daily radio listening time 1998–2008

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Min./päivä – Min/day										
YLE Radio 1	16	16	16	16	15	16	17	16	18	16	15
YleX	13	15	12	12	13	13	14	12	12	11	10
YLE Radio Suomi	89	83	88	85	81	73	69	70	70	74	74
YLE Radio Vega & X3M	3	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>YLE yhteensä – YLE total</b>	<b>121</b>	<b>115</b>	<b>120</b>	<b>116</b>	<b>111</b>	<b>104</b>	<b>101</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	<b>103</b>	<b>102</b>
Radio Nova	30	25	23	29	33	29	27	24	23	22	22
SBS-Iskelmä					7	11	15	16	16	16	16
Radio Rock										9	10
SuomiPOP					7	6	5	5	4	9	10
The Voice					13	12	10	8	6	6	5
NRJ					7	8	8	8	7	6	5
Radio Aalto										3	3
Groove FM					1	1	1	1	1	2	2
Classic Radio					2	2	2	1	2	1	1
Radio City							5	6	6	–	–
Sävelradio					7	5	5	5	7	–	–
Muut yksityiset – Other private	48	50	58	63	31	26	23	23	20	21	18
<b>Yksityiset radiot yhteensä Private radios, total</b>	<b>77</b>	<b>75</b>	<b>81</b>	<b>93</b>	<b>107</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>98</b>	<b>92</b>	<b>93</b>	<b>94</b>
<b>Kaikki yhteensä – All radio</b>	<b>199</b>	<b>190</b>	<b>201</b>	<b>208</b>	<b>217</b>	<b>206</b>	<b>202</b>	<b>197</b>	<b>194</b>	<b>196</b>	<b>195</b>

Lähteet: Finnpanel Oy  
YLE/Yleisötutkimus

Sources: Finnpanel Oy  
YLE Audience research

### 3.16 Radion kuuntelu-aika väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2008

*Average daily radio listening time by population groups 2008*

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	<b>Radio yhteensä All radio</b>	YLE Radio 1	YleX	YLE Radio Suomi	YLE Radio Vega & X3M	<b>Yle yhteensä YLE total</b>	Radio Nova	SBS Iskelmä
Min/päivä – <i>Min/day</i>								
Kaikki – <i>All</i>	<b>195</b>	15	10	74	1	<b>102</b>	22	16
Sukupuoli – <i>Sex</i>								
Naiset – <i>Women</i>	<b>203</b>	11	14	75	1	<b>101</b>	22	14
Miehet – <i>Men</i>	<b>188</b>	20	7	73	1	<b>102</b>	22	17
Ikä – <i>Age</i>								
9–14	<b>62</b>	2	4	5	0	<b>12</b>	13	4
15–24	<b>131</b>	2	23	9	1	<b>34</b>	17	6
25–34	<b>157</b>	3	24	14	0	<b>42</b>	24	9
35–44	<b>185</b>	5	11	33	0	<b>50</b>	43	18
45–54	<b>223</b>	9	7	78	1	<b>96</b>	37	32
55–64	<b>261</b>	24	2	149	2	<b>179</b>	16	25
65–	<b>258</b>	48	1	164	2	<b>217</b>	3	9

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	Radio Rock	Suomi POP	The Voice	NRJ	Radio Aalto	Groove FM	Classic Radio	Muut yksityiset <i>Other private</i>	<b>Yksityiset yhteensä Private radios, total</b>
Min/päivä – <i>Min/day</i>									
Kaikki – <i>All</i>	10	10	5	5	3	2	1	18	<b>94</b>
Sukupuoli – <i>Sex</i>									
Naiset – <i>Women</i>	16	13	5	5	2	2	1	21	<b>102</b>
Miehet – <i>Men</i>	4	7	6	5	4	2	1	16	<b>86</b>
Ikä – <i>Age</i>									
9–14	5	4	9	11	1	0	0	3	<b>51</b>
15–24	22	13	12	14	2	2	0	9	<b>98</b>
25–34	26	16	8	9	2	2	1	18	<b>115</b>
35–44	13	18	7	5	5	4	1	19	<b>136</b>
45–54	4	13	3	2	5	3	1	26	<b>127</b>
55–64	1	3	1	1	4	1	3	27	<b>82</b>
65–	0	1	1	0	1	1	3	18	<b>41</b>

Lähde: Finnpanel Oy  
Source: Finnpanel Oy

### 3.17 Radion kuunteluosuudet keskimääräisenä päivänä 1998–2008

*Radio channel shares 1998–2008*

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
YLE Radio1	8	8	8	8	7	8	8	8	9	8	8
YleX	7	8	6	6	6	6	7	6	6	6	5
YLE Radio Suomi	45	44	44	41	37	35	34	36	36	38	38
YLE Radio Vega & X3M	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
<b>YLE yhteensä – YLE total</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>56</b>	<b>51</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>52</b>
Radio Nova	15	13	11	14	15	14	13	12	12	11	11
SBS-Iskelmä				2	3	6	7	8	8	8	8
Radio Rock										4	5
SuomiPOP				2	3	3	3	2	2	5	5
The Voice			7	6	6	6	5	4	3	3	3
NRJ				3	3	4	4	4	4	3	3
Radio Aalto										2	1
Groove FM				0	1	1	1	1	1	1	1
Classic Radio				1	1	1	1	1	1	1	1
Radio City							2	3	3	–	–
Sävelradio				2	3	3	2	3	4	–	–
Muut yksityiset – <i>Other private</i>	24	26	22	14	14	12	11	12	11	11	9
<b>Yksityiset radiot yhteensä</b> <b><i>Private radios, total</i></b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>44</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>48</b>
Kaikki yhteensä – <i>All radio</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Kuuntelu-aika min/päivä</b> <b><i>Average listenig time, min/day</i></b>	<b>199</b>	<b>190</b>	<b>201</b>	<b>208</b>	<b>217</b>	<b>206</b>	<b>202</b>	<b>197</b>	<b>194</b>	<b>196</b>	<b>195</b>

Lähteet: Finnpanel Oy  
YLE/Yleisötutkimus  
Sources: Finnpanel Oy  
YLE Audience research

3.18 Radion kuunteluosuudet väestöryhmittäin keskimääräisenä päivänä 2008  
Radio channel shares by population groups 2008

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	YLE Radio 1	YleX	YLE Radio Suomi	YLE Radio Vega & X3M	<b>Yle yhteensä YLE total</b>	Radio Nova	SBS Iskelmä
Kaikki – All	8	5	38	0	<b>52</b>	11	8
Sukupuoli – Sex							
Naiset – Women	6	6	37	0	<b>50</b>	11	7
Miehet – Men	10	4	39	1	<b>54</b>	12	9
Ikä – Age							
9–14	4	6	8	0	<b>19</b>	20	7
15–24	1	17	7	0	<b>26</b>	13	5
25–34	2	15	9	0	<b>26</b>	16	6
35–44	3	6	18	0	<b>27</b>	24	10
45–54	4	3	35	0	<b>43</b>	17	15
55–64	9	1	57	1	<b>69</b>	6	10
65–	18	1	63	1	<b>84</b>	1	3

9 vuotta täyttäneet Population aged 9+	Radio Rock	Suomi POP	The Voice	NRJ	Radio Aalto	Groove FM	Classic Radio	Muut yksityiset Other private	<b>Yksityiset yhteensä Private radios total</b>
	%								
Kaikki – All	5	5	3	3	1	1	1	9	<b>48</b>
Sukupuoli – Sex									
Naiset – Women	7	6	2	3	1	1	1	10	<b>50</b>
Miehet – Men	2	4	3	3	2	1	1	8	<b>46</b>
Ikä – Age									
9–14	8	7	14	17	2	1	0	5	<b>81</b>
15–24	16	10	9	11	1	1	0	7	<b>74</b>
25–34	16	10	5	6	2	1	0	11	<b>74</b>
35–44	7	10	4	3	2	2	1	10	<b>73</b>
45–54	2	6	1	1	2	1	0	11	<b>57</b>
55–64	0	1	0	0	1	0	1	9	<b>31</b>
65–	0	0	0	0	0	0	1	6	<b>16</b>

Lähde: Finnpanel Oy  
Source: Finnpanel Oy

**3.19 Radion kuuntelu kuuntelupaikan mukaan 1998–2008**  
*Breakdown of radio listening by place of listening 1998–2008*

Kuuntelupaikka <i>Place of listening</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Koti – <i>Home</i>	61	59	60	56	55	55	53	52	52	52	50
Työpaikka – <i>Place of work</i>	20	21	21	23	23	22	23	23	24	21	23
Auto – <i>Car</i>	15	15	15	16	17	18	18	19	19	19	19
Muu paikka – <i>Other</i>	4	4	4	5	5	5	6	6	6	8	8
<b>Yhteensä – <i>Total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

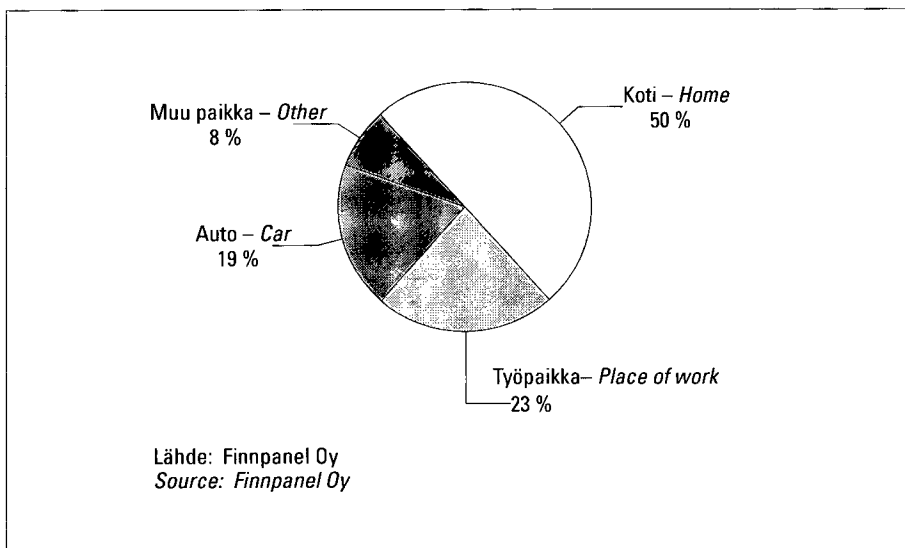
Lähteet: Finnpanel Oy  
 Sources: Finnpanel Oy

**3.20 Viikossa kuunneltujen radiokanavien lukumäärä 1999–2008**  
*Number of radio channels listened per week 1999–2008*

9 vuotta täyttäneet <i>Population aged 9+</i>	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1 kanava – <i>channel</i>	25	25	25	24	24	25	25	25	25	26
2 kanavaa – <i>channels</i>	29	28	28	27	26	26	26	26	26	25
3 kanavaa – <i>channels</i>	21	21	21	22	21	21	20	19	20	20
4+ kanavaa – <i>channels</i>	21	21	22	25	26	25	24	25	24	23
Ei yhtään – <i>None</i>	5	4	4	3	4	4	5	5	5	6
<b>Yhteensä – <i>Total</i></b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lähteet: Finnpanel Oy  
 Sources: Finnpanel Oy

**Kuvio 3.4 Radion kuuntelu paikan mukaan 2008**  
*Figure 3.4 Breakdown of radio listening by place of listening 2008*



## 4 Äänitteet

Muihin Pohjoismaihin verraten Suomessa myydään äänitteitä keskimääräistä vähemmän. Asukasta kohden äänitemyynti on vain alle 1,5 tallennetta vuodessa. Muissa Pohjoismaissa vuosimyynti on viime vuosina ollut noin 2 tallennetta per asukas. Äänitteiden kappalemääräinen myynti on viime vuosina laskenut kaikissa Pohjoismaissa. Suomessa äänitteitä myytiin 9,7 miljoonaa kappaletta vuonna 2008 (taulukko 4.2).

Äänitteitä myös kuunnellaan Suomessa verraten vähän. Keskimääräisenä päivänä harvempi kuin joka viides suomalainen kuunteli äänitteitä (taulukko 4.7).

Usein esitettyjä syitä äänitteiden myynnin ja kuuntelun matalalle tasolle Suomessa ovat radiokanavien laaja musiikkitarjonta, Suomen lähialueilla kukoistanut piraattiiänitekauppa sekä musiikin digitaalinen kopiointi internetin vertaisverkoissa. Fyysisten piraattiiänitteiden kauppa on kuitenkin nykyisin vähäistä lakimuutosten ja tiukentuneen valvonnan seurauksena.

Internetin vertaisverkoissa on ollut luvattomassa levityksessä saatavilla satoja miljoonia musiikkiedostoja. Mutta toisaalta musiikin internetissä tapahtuva laillinen on-line -kauppa muodosti maailman mitassa jo 20 prosenttia äänitteiden myynnin arvosta vuonna 2008. Digitaalisen musiikin myynti kasvaa nopeasti paitsi USA:ssa myös Euroopan suurilla markkina-alueilla kuten Englannissa, Saksassa ja Ranskassa. Suomessa musiikin nettikauppaan käytettiin vuonna 2008 kuitenkin vasta 6 miljoonaa euroa, joka oli vain noin viisi prosenttia äänitteiden kokonaisymyynnin arvosta. Tällä summalla ladattiin musiikkia internetistä kuitenkin noin 2,5 miljoonaa kertaa.

Suomessa julkaistiin noin 3 000 musiikkiiänitettä ja lisäksi noin 500 muuta äänitettä vuonna 2008. Kotimaisista musiikkiiäniteistä lähes kaikki tuotettiin cd-formaatissa. Muuta kuin musiikkiaineistoa julkaistaan edelleen myös kasetteina. Muuhun aineistoon sisältyivät suurina ryhminä mm. hengellistä materiaalia sisältävät tallenteet, kielikurssit, äänikirjat sekä äänilehdet näkövammaisille. Äänikirjoja julkaistiin 80 nimikettä vuonna 2008. (Taulukko 4.1.)

Jo 2000-luvulle tullessa cd-levyt olivat lähes täydellisesti syrjäyttäneet varhemat ääniteformaatit. Vinyylilevyjä myydään vuosittain enää muutamia tuhansia kappaleita. Kasetit ja vinyylilevyt ovat kadonneet äänitteiden massamarkkinoilta ja erityisesti jälkimmäiset ovat jääneet harrastajien keräilykohteiksi. (Taulukko 4.2.)

Ensimmäiset cd-soittimet tulivat Suomen markkinoille jo ennen 1980-luvun puoliväliä, mutta ne yleistyivät Suomessa hitaasti. Oikeastaan vasta cd-soittimen halpaversioiden eli cd-radionauhurien tulo markkinoille kiihdytti selvästi penetraatioasteen kasvua. Kuluvan vuosikymmenen puolivälissä neljä viidestä taloudesta

omisti cd-soittimen. MP3-soittimia oli 45 prosentilla kotitalouksista vuonna 2008. (Taulukko 4.10.)

Vuonna 2008 äänitteiden myynnin arvo oli 95 miljoonaa euroa. Myynnin arvo on laskenut selvästi 2000-luvun alkuvuosista. (Taulukko 4.3.)

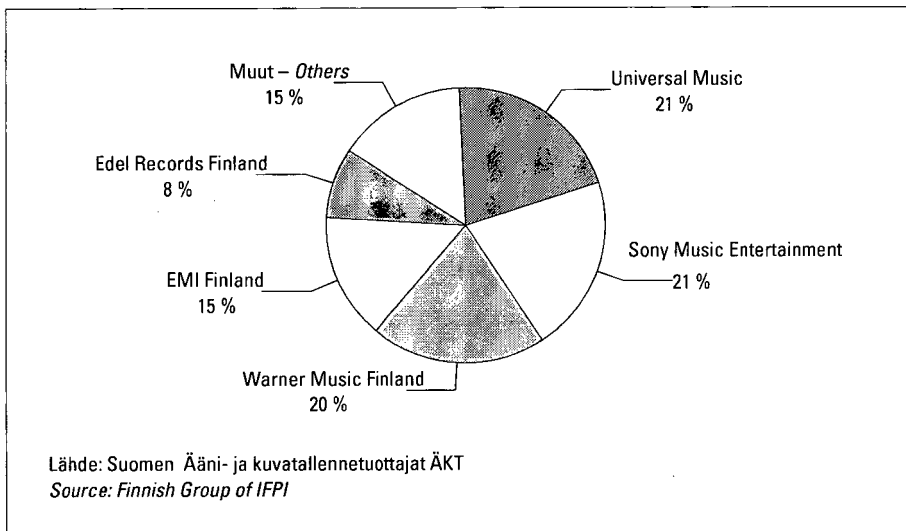
Suomen äänitemarkkinat jakautuvat suhteellisen tasan kotimaisten ja ulkomaisten äänitteiden myynnin kesken, kuitenkin siten että aiemmin ulkomaisia äänitteitä myytiin jonkin verran kotimaisia enemmän. Mutta vuodesta 2003 lähtien kotimaisten äänitteiden euromääräinen myynti on vuosittain ylittänyt ulkomaisten äänitteiden myynnin. (Taulukko 4.4.)

Kotimaisten äänitteiden keskeistä asemaa äänitemarkkinoilla osoittaa sekin, että Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT:n ylläpitämän listan mukaan kaikkien aikojen myydyimpien pitkäsoittoäänitteiden kotimaisella listalla on 54 nimikettä, jotka ovat ylittäneet 100 000 kappaleen myynnin rajan. Ulkomaisista äänitteistä saman rajapyykin on ylittänyt vain kahdeksan äänitettä.

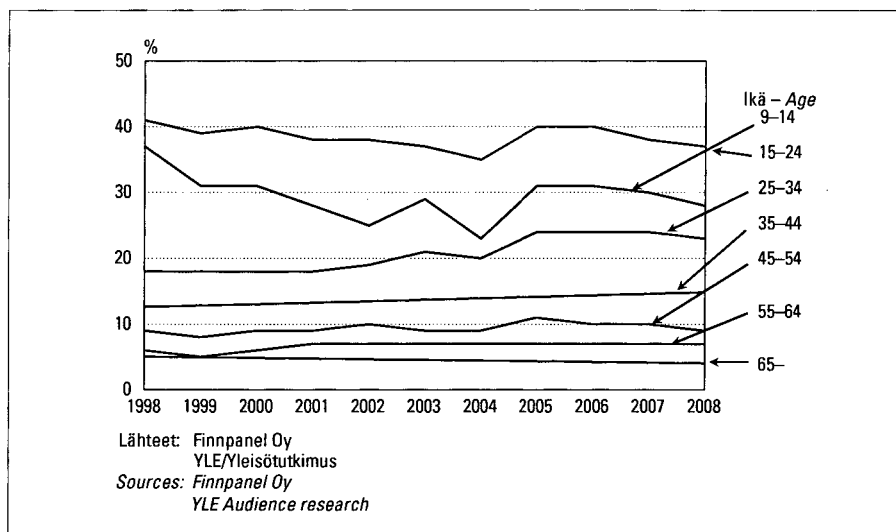
Neljän suuren äänitealan ylikansallisen yrityksen (Universal, Sony, Warner, EMI) yhteenlaskettu markkinaosuus äänitteiden kokonaismyynnistä Suomessa on ollut 2000-luvun puolivälin jälkeen lähes 80 prosenttia (taulukko 4.6).

Suomen äänitealan kansainvälinen vertikaalinen integraatio täydentyi vasta 1990-luvun lopulla, kun Universal Music perusti oman toimiston Suomeen vuonna 1998. Warner aloitti Suomessa 1989. Nykyisistä neljästä suuresta Sony (=silloinen CBS) ja EMI perustivat tytäryhtiöt Suomeen jo 1970-luvulla. Bertelsmann Median ääniteyhtiö BMG ja Sonyn äänitalennetuotanto yhdistettiin vuonna 2004, ja yhteisyritys siirtyi Sonyn sataprosenttiseen omistukseen syksyllä 2008.

Kuvio 4.1 Äänitemyynnin markkinaosuudet 2008  
 Figure 4.1 Market shares of phonogram sales 2008



Kuvio 4.2 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
 Figure 4.2 Average daily reach of phonograms 1998–2008



Suuret ylikansalliset äänitejätit hallitsevat äänitteiden maahantuontia ja merkittävää osaa kotimaisesta tuotannosta. Toisaalta suurten yritysten ohien syntyi jo 1970- ja 80-lukujen taitteessa kymmenien pienten itsenäisten tuottajien kirjo. Niiden määrä on edelleen kasvussa. Vuonna 1997 Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan äänitallenteiden kustannusyriityksiä oli 273 kappaletta. Vuonna 2007 näitä yrityksiä oli 465 kappaletta.

Suurten kansainvälisten ääniteyritysten lopullinen etabloituminen Suomeen 1990-luvulla merkitsi myös uusien mahdollisuuksien avautumista. Yhtiöt toivat kansainväliset verkostonsa ja markkinaosaamisensa myös suomalaisten artistien hyödynnettäväksi. Suomen musiikkiviennin arvo on esimerkiksi Ruotsiin verrattuna vaatimaton, mutta se on 2000-luvulla kasvanut nopeasti. Vuonna 2007 viennin arvo kuitenkin notkahti. (Taulukko 4.5.)

Edellä todettiin äänitteiden kuuntelun olevan Suomessa vähäistä. Vuonna 2008 vain 16 prosenttia väestöstä kuunteli omia tai lainaamiaan äänitteitä keskimääräisenä päivänä. Aikaa tallenteiden kuunteluun kului keskimäärin alle kaksikymmentä minuuttia (=keskiarvo 9 vuotta täyttäneestä väestöstä laskettuna). Nuoret ja nuoret aikuiset olivat aktiivisimmat äänitteiden kuuntelijaryhmät. (Taulukot 4.7 & 4.8.)

## Tilastointi

Äänitealan keskeisiä tietolähteitä ovat Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry sekä äänitealan tekijänoikeusjärjestöt. Kansalliskirjasto luetteloi ja tilastoi vapaa-kappaleoikeuden perusteella saamansa kotimaisen äänitemateriaalin.



ÄKT tilastoi jäsenyritystensä kappale- ja markkamääräisen myynnin. ÄKT myös laatii omiin myyntitilastoihinsa sekä muihin lähteisiin (mm. ulkomaankauppatilastot) perustuvan arvion äänitteiden kokonaismyynnistä. Viime vuosina ÄKT:n jäsentuottajien osuuden on arvioitu olevan noin 85-90 prosenttia äänitteiden kokonaismyynnistä.

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry (TTVK) teettää selvityksiä talennepiratismista.

Radion ja tv:n seuraamisen mittaamiseen erikoistuneen Finnpanel Oy:n toteuttamiin radion kuuntelua mittaaviin Kansallisiin Radiotutkimuksiin sisältyvät myös tiedot äänitteiden kuuntelun yleisyydestä ja kuunteluajoista.

*Tuomo Sauri*

## **Täydentävää kirjallisuutta**

*Gronow, Pekka:* Äänitteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

*Ekholm, Jukka:* Musiikkivalinnat. Teoksessa Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta & Hannula, Ulla (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2005.

*Ekholm, Jukka:* Äänitemarkkinat murroksessa. Tietoaika 2007: 8. ([http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-12-21\\_007.html](http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2007/art_2007-12-21_007.html))

*Pönni, Veijo & Tuomola Arto:* Anna mulle tähtitaivas. Selvitys suomalaisen musiikkitoimialan taloudesta ja tulevaisuudesta. Teosto, Helsinki 2003.

*Tuomola, Arto:* Musiikin digitaalinen jakelu. Keskeiset teknologiat ja liiketoimintamallit. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus, Sarja B 1/2002.

## Taulukot – Tables

- 4.1 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa 1998–2008  
*Production of phonogram titles in Finland 1998–2008*
- 4.2 Äänitteiden kappalemyynti 1998–2008  
*Phonogram copy sales 1998–2008*
- 4.3 Äänitteiden myynnin arvo 1998–2008  
*Phonogram sales value 1998–2008*
- 4.4 Äänitteiden tukkumyynnin arvo alkuperän mukaan 1998–2008  
*Value of phonogram sales at distributor level by origin 1998–2008*
- 4.5 Musiikkiviennin tunnuslukuja 1999–2007  
*Key figures on Finnish music exports 1999–2007*
- 4.6 Äänitemyynnin markkinaosuudet 2000–2008  
*Market shares of phonogram sales 2000–2008*
- 4.7 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Average daily reach of phonograms 1998–2008*
- 4.8 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1998–2008  
*Average listening time of phonograms 1998–2008*
- 4.9 Audiolaitteiden vähittäismyynti 2004–2008  
*Retail sales of audio equipment 2004–2008*
- 4.10 Audiolaitteet kotitalouksissa 1998–2008  
*Audio equipment in households 1998–2008*
- 4.11 Kirjastojen äänitekokoelmat, hankinta ja lainaus 2001–2008  
*Public libraries: Collections, acquisitions and loans of phonograms 2001–2008*

## Kuviot – Figures

- 4.1 Äänitemyynnin markkinaosuudet 2008  
*Market shares of phonogram sales 2008*
- 4.2 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Average daily reach of phonograms 1998–2008*

4.1 Äänitteiden nimiketuotanto Suomessa 1998–2008\*  
*Production of phonogram titles in Finland 1998–2008\**

Vuosi Year	Musiikkiäänitteet Music recordings					Yhteensä Total	Muut äänitteet – Other recordings		Kaikki yhteensä All total
	Singlet Singles Kpl – No.	LP-levyt LPs	CD-levyt CDs	MD-levyt MDs	Kasetit MCs		Yhteensä Total	Kaikki yhteensä All total	
1998	–	0	1 784	–	637	2 421	715	3 136	
1999	–	2	1 983	–	345	2 330	596	2 926	
2000	–	1	2 010	5	273	2 289	602	2 891	
2001	–	7	1 720	2	91	1 820	599	2 419	
2002	2	3	2 011	–	78	2 094	607	2 701	
2003	8	7	2 161	–	63	2 239	573	2 812	
2004	7	7	1 939	–	74	2 027	534	2 561	
2005	15	20	2 558	–	46	2 639	511	3 150	
2006	7	69	2 816	–	29	2 921	600	3 521	
2007	13	18	2 614	–	3	2 648	533	3 181	
2008	59	51	2 906	–	9	3 025	540	3 565	
%									
1998	–	0,0	56,9	–	20,3	77,2	22,8	100	
1999	–	0,1	67,8	–	11,8	79,6	20,4	100	
2000	–	0,0	69,5	0,2	9,4	79,2	20,8	100	
2001	–	0,3	71,1	0,1	3,8	75,2	24,8	100	
2002	0,1	0,1	74,5	–	2,9	77,5	22,5	100	
2003	0,3	0,2	76,8	–	2,2	79,6	20,4	100	
2004	0,3	0,3	75,7	–	2,9	79,1	20,9	100	
2005	0,5	0,6	81,2	–	1,5	83,8	16,2	100	
2006	0,2	2,0	80,0	–	0,8	83,0	17,0	100	
2007	0,4	0,6	82,2	–	0,1	83,2	16,8	100	
2008	1,7	1,4	81,5	–	0,3	84,9	15,1	100	

\* CD-levyihin sisältyvät myös CD-singlet. Luvut sisältävät vuosittain vapaakappaleina saatujen äänitteiden määrät; käytännössä vuosittaisissa lukumäärissä on mukana myös edellisten vuosien myöhässä tulleita julkaisuja.  
*CD singles are included in CDs. Figures include the numbers of legal deposit copies obtained by the copyright library annually; there are, in practice, delayed publications from previous years included in the numbers of each individual year.*

Lähde: Kansalliskirjasto  
 Source: The National Library of Finland

#### 4.2 Äänitteiden kappalemyynti 1998–2008 Phonogram copy sales 1998–2008

	CD	Vinyyli Vinyl	Kasetti MC	<b>Yhteensä Total</b>
	Milj.kpl – Million copies			
1998	11,0	0,00	1,30	<b>12,3</b>
1999	10,7	0,00	0,80	<b>11,5</b>
2000	11,5	0,01	0,30	<b>11,8</b>
2001	11,6	0,02	0,10	<b>11,7</b>
2002	10,4	0,01	0,10	<b>10,5</b>
2003	11,1	0,01	0,10	<b>11,2</b>
2004	10,4	0,01	0,00	<b>10,4</b>
2005	9,2	0,01	0,00	<b>9,2</b>
2006	10,2	0,01	0,00	<b>10,2</b>
2007	10,0	0,01	0,00	<b>10,0</b>
2008	9,7	0,02	0,00	<b>9,7</b>

Vähittäismyynti. Luvut ovat arvioita.

Sales at retail level. The figures are estimates.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT

Source: Finnish Group of IFPI

#### 4.3 Äänitteiden myynnin arvo 1998–2008 Phonogram sales value 1998–2008

	Fyysiset äänitteet Physical phonograms	Verkkolataukset * Digital sales *	<b>Yhteensä Total</b>	Kiintein (2008) hinnoin Fixed (2008) prices
	€ million – € million			
1998	126	–	<b>126</b>	152
1999	120	–	<b>120</b>	143
2000	125	–	<b>125</b>	144
2001	127	–	<b>127</b>	143
2002	118	–	<b>118</b>	131
2003	120	–	<b>120</b>	132
2004	110	–	<b>110</b>	120
2005	98	0,8	<b>99</b>	107
2006	99	1,5	<b>101</b>	108
2007	95	5	<b>100</b>	104
2008	89	6	<b>95</b>	95

Vähittäismyynti. Luvut ovat arvioita.

Sales at retail level. The figures are estimates.

\* Vain ÄKT:n jäsenyhtiöiden myynti. Verkkolataukset ja matkapuhelinäänitteet.

Sales of Finnish IFPI members only. Downloads and mobile phonograms.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry

Source: Finnish Group of IFPI

4.4 Äänitteiden tukkumyynnin arvo alkuperän mukaan 1998–2008  
*Value of phonogram sales at distributor level by origin 1998–2008*

Vuosi Year	Kotimaiset National	Ulkomaiset International	Yhteensä Total
€ milj – € million			
1998	27,7	36,3	64,0
1999	28,9	33,3	62,2
2000	30,4	36,8	67,2
2001	32,6	35,6	68,1
2002	32,0	32,8	64,8
2003	35,4	30,7	66,2
2004	34,5	26,7	61,2
2005	32,1	26,4	58,5
2006	33,1	24,6	57,8
2007	32,7	20,7	53,4
2008	28,9	20,5	49,4
%			
1998	43	57	100
1999	47	53	100
2000	45	55	100
2001	48	52	100
2002	49	51	100
2003	53	46	100
2004	56	44	100
2005	55	45	100
2006	57	43	100
2007	61	39	100
2008	58	42	100

Taulukon tiedot kattavat vain ÄKT ry:n jäsenten myynnin. Vuonna 2008 ÄKT:n osuus kappalemääräisestä äänitemyynnistä tukkutasolla oli noin 85–90 %.  
*Data cover the sales of Finnish Group of IFPI members only. In 2008 the share of unit sales by Finnish IFPI was estimated 85–90 % at distributor level.*

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry  
 Source: Finnish Group of IFPI

#### 4.5 Musiikkiviennin tunnuslukuja 1999–2007 Key figures on Finnish music exports 1999–2007

	Hyödykkeiden myynti * Sales of goods *	Palveluiden myynti ** Sales of services **	Tekijänoikeus- korvaukset *** Copyright royalties ***	Viennin arvo yhteensä Exports total
	1 000 € – EUR 1,000			
1999	1 917	..	..	<b>3 801</b>
2000	6 065	..	3 345	<b>9 410</b>
2001	7 179	3 508	4 731	<b>15 417</b>
2002	5 194	6 739	5 924	<b>17 858</b>
2003	5 353	9 487	5 200	<b>20 040</b>
2004	9 428	5 998	6 267	<b>21 693</b>
2005	12 072	10 292	6 530	<b>28 893</b>
2006	12 188	6 976	7 063	<b>26 227</b>
2007	8 755	4 926	6 136	<b>19 817</b>

Luvut eivät sisällä sähköistä kauppaa (soittoäännet yms.) eivätkä ulkomaisissa levy-yhtiöissä olevien suomalaisartistien rojaltiltuloja.  
Figures exclude e-commerce (ringtones etc.) and royalties of Finnish artistes in foreign record companies.

\* Tulot myytävistä hyödykkeistä (cd-levyt, videokasetit, painotuotteet ym.), rojalteista, lisenssituloista sekä kustannussopimuksista.  
Income from goods for sale (CDs, video cassettes, printed matter, etc.), royalties, licensing income and publishing contracts.

\*\* Tulot myytävistä palveluista kuten live-esiintymiset, äänitysstudioiden palvelut, manageritoiminnan ja markkinoinnin palvelut, lainopilliset palvelut ja musiikkivideoiden tuotannon palvelut.  
Income from sold services, such as live concert performances, recording studio services, manager and marketing services, legal services and video production.

\*\*\* Teosto, Gramex, NCB sekä musiikkikustantajat.  
Finnish Composers' Copyright Society Teosto, Gramex, Nordisk Copyright Bureau NCB and music publishers.

Lähde – Source: Music Export Finland & Media Clever Oy

#### 4.6 Äänitemyynnin markkinaosuudet 2000–2008 Market shares of phonogram sales 2000–2008

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%								
Universal Music	14,1	15,3	15,6	13,2	13,5	17,9	18,6	22,0	20,8
Sony Music Entertainment Finland*	10,6	11,3	13,8	11,1	9,6	24,8	22,8	23,2	20,7
BMG Finland*	11,9	10,7	12,6	12,3	14,4	–	–	–	–
Warner Music Finland	15,9	18,1	16,3	20,9	17,6	17,4	17,6	15,1	20,3
EMI Finland	16,2	14,7	18,0	18,8	18,2	18,6	19,1	16,6	14,8
Edel Records Finland	11,6	11,4	9,5	10,8	10,9	10,8	10,5	8,4	8,2
Muut Others	19,7	18,5	14,2	12,9	15,9	10,5	11,4	14,7	15,2
Yhteensä Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Osuudet ÄKT:n jäsenten myynnistä tukkutasolla.

Sales at distributor level. IFPI members only.

\*Elokuusta 2004 lokakuuhun 2008 Sony BMG Music Entertainment.  
Sony BMG Music Entertainment from Aug 2004 until Oct 2008.

Lähde: Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT ry

Source: Finnish Group of IFPI

**4.7 Äänitteitä kuunnelleiden osuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008**  
*Average daily reach of phonograms 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
<b>Kaikki</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>16</b>
<b>All</b>											
Sukupuoli											
Sex											
Naiset	17	16	17	15	15	16	15	17	17	17	16
Women											
Miehet	16	16	16	15	16	16	15	18	17	16	16
Men											
Ikä											
Age											
9–14	37	31	31	28	25	29	23	31	31	30	28
15–24	41	39	40	38	38	37	35	40	40	38	37
25–34	18	18	18	18	19	21	20	24	24	24	23
35–44	13	13	14	12	13	13	14	15	14	15	15
45–54	9	8	9	9	10	9	9	11	10	10	9
55–64	6	5	6	7	7	7	7	7	7	7	7
65–	6	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4

Lähteet: Finnpanel Oy  
 YLE/Yleisötutkimus  
 Sources: Finnpanel Oy  
 YLE Audience research

**4.8 Äänitteiden kuunteluun keskimäärin käytetty aika 1998–2008**  
*Average listening time of phonograms 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
<b>Kaikki</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>18</b>
<b>All</b>											
Sukupuoli											
Sex											
Naiset	18	17	17	16	17	17	17	20	19	19	19
Women											
Miehet	18	19	17	17	17	19	17	21	21	20	18
Men											
Ikä											
Age											
9–14	37	29	27	25	21	25	21	28	30	28	26
15–24	53	52	51	50	50	52	48	58	57	52	51
25–34	19	21	19	19	22	25	24	30	30	29	29
35–44	12	13	13	12	13	14	14	16	16	16	17
45–54	8	9	8	8	9	9	9	10	11	11	8
55–64	5	5	6	7	6	6	6	7	6	6	6
65–	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4

Lähteet: Finnpanel Oy  
 YLE/Yleisötutkimus  
 Sources: Finnpanel Oy  
 YLE Audience research

#### 4.9 Audiolaitteiden vähittäismyynti 2004–2008 Retail sales of audio equipment 2004–2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos Change % 2007–08
	1 000 kpl – 1 000 units					
MP3 -soittimet MP3 players	44	324	397	310	185	-40
MPEG4 -soittimet MPEG4 players				70	151	115
Virittimet Tuners	33	26	26	23	21	-9
Kotistereot Stereo sets	104	104	97	84	91	8
	€ milj. – € million					
MP3 -soittimet MP3 players	5	30	33	24	10	-57
MPEG4 -soittimet MPEG4 players				13	23	74
Virittimet Tuners	12	9	9	7	7	-5
Kotistereot Stereo sets	28	24	23	20	22	8

Lähteet: Kodintekniikka-alan tiedotusfoorumi KOTEK  
Elektronikan tukkukauppiat

Sources: KOTEK  
Association of Electronics Wholesalers

#### 4.10 Audiolaitteet kotitalouksissa 1998–2008 Audio equipment in households 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Levysoitin Turntable	46	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
CD/MiniDisc-soitin/ player	60	67	76	78	78	82	81	..	..	..	..
MP3-soitin/ player									35	41	45

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit  
Source: Statistics Finland, Household budget surveys and Consumer barometers



**4.11 Kirjastojen äänitekokoelmat, hankinta ja lainaus 2001–2008**  
*Public libraries: Collections, acquisitions and loans of phonograms 2001–2008*

Vuosi Year	Musiikkiäänitteet – <i>Music recordings</i>			Muut äänitteet – <i>Other recordings</i>			<b>Yhteensä – Total</b>		
	Kokoelmat <i>Collections</i>	Hankinnat <i>Acquisitions</i>	Lainaus <i>Loans</i>	Kokoelmat <i>Collections</i>	Hankinnat <i>Acquisitions</i>	Lainaus <i>Loans</i>	<b>Kokoelmat <i>Collections</i></b>	<b>Hankinnat <i>Acquisitions</i></b>	<b>Lainaus <i>Loans</i></b>
	1 000 kpl – <i>000 copies</i>								
2001	1 692	133	8 918	573	32	1 976	<b>2 265</b>	<b>164</b>	<b>10 893</b>
2002	1 761	132	9 550	577	31	1 966	<b>2 337</b>	<b>163</b>	<b>11 516</b>
2003	1 842	130	9 562	578	34	1 981	<b>2 420</b>	<b>164</b>	<b>11 543</b>
2004	1 896	133	9 573	574	37	2 003	<b>2 470</b>	<b>169</b>	<b>11 577</b>
2005	1 959	127	9 293	563	34	1 957	<b>2 522</b>	<b>162</b>	<b>11 251</b>
2006	2 017	139	9 080	577	48	1 999	<b>2 594</b>	<b>187</b>	<b>11 079</b>
2007	2 076	136	8 746	581	55	2 070	<b>2 657</b>	<b>191</b>	<b>10 816</b>
2008	2 139	145	8 197	573	50	2 108	<b>2 712</b>	<b>195</b>	<b>10 305</b>

Lähde: Opetusministeriö, Viestintäkulttuuriyksikkö  
 Source: Ministry of Education, Culture and Media Division

## 5 Video

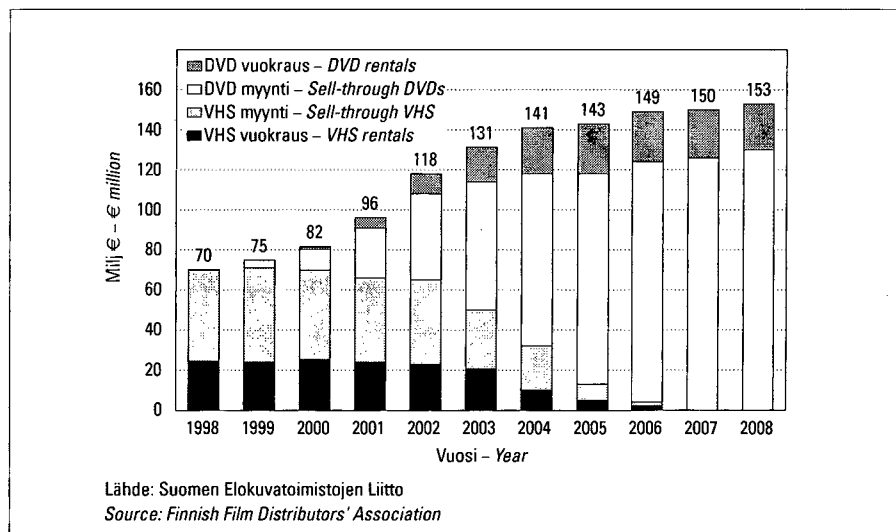
Videotallennemarkkinat muodostuvat valtaosin elokuvien vuokraamisesta ja myymisestä. Vuokravideot ovat käytännössä pelkästään elokuvia, mutta myyntitallenteina on tarjolla myös televisiosarjoja sekä erilaisiin harrastuksiin liittyviä ohjelmia. Videotallenteet ovat elokuville katsojamääriltään ja taloudellisesti tärkeä jakelukanava. Suomessa myytiin yhteensä lähes 13 miljoonaa DVD-tallennetta vuonna 2008, ja sellainen vuokrattiin yli seitsemän miljoonaa kertaa. Videotallenteet ovat siten suurempi jakelukanava kuin elokuvateatterit, joihin myytiin seitsemän miljoonaa pääsylippua. Videomarkkinoiden kokonaisliikevaihto oli 153 miljoonaa euroa. Elokuvateattereiden kokonaislipputulot olivat 55 miljoonaa euroa, eli vain hieman yli kolmannes videotallennemarkkinoiden arvosta. (Taulukot 5.1, 5.2 ja 6.5.)

Videotallennemarkkinat ovat viime vuosina kasvaneet hyvin hitaasti. Vähäinen kasvu on tullut DVD-tallenteiden myynnistä. Niiden vuokrauksen arvo on pysynyt ennallaan. Vuonna 2008 myös DVD-myyntin kasvu pysähtyi ja kokonaismarkkinoiden kasvu kertyi uuden tallenneformaatin eli Blu-ray -levyjen myynnistä. Blu-rayn osuus kokonaismarkkinoista oli tosin vasta pari prosenttia. (Taulukko 5.2.)

DVD-tallenteet tulivat Suomessa markkinoille vuonna 1998 ja niiden kysyntä lähti liikkeelle hyvin. DVD:n jakelun arvo ohitti VHS-tallenteiden jakelun arvon vuonna 2003. VHS-tallenteiden myynti ja vuokraus hiipui muutamassa vuodessa ja loppui kokonaan vuonna 2007. Elokuvien maahantuojille ja alan vähittäiskaupalle

Kuvio 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto 1998–2008

Figure 5.1 Video distribution turnover 1998–2008



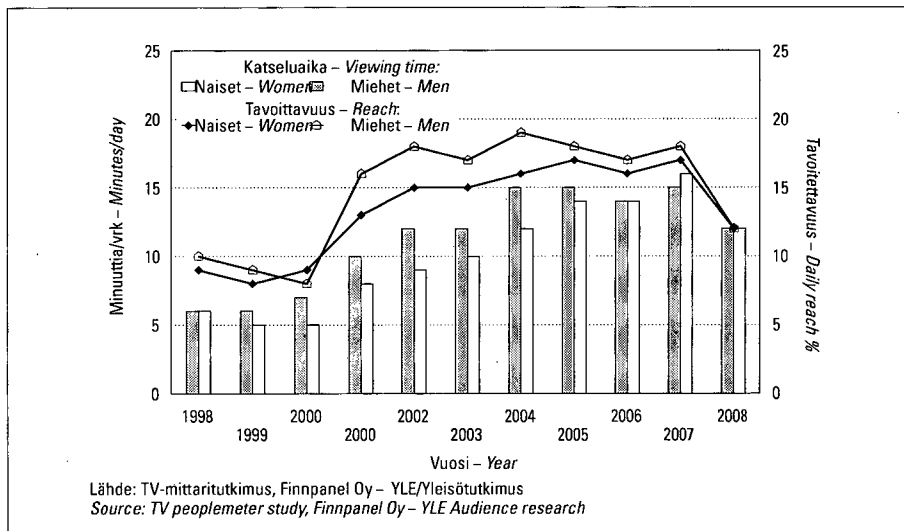
DVD merkitsi selvää piristysruisketta. DVD-tallenteiden markkinoille tulon jälkeen videojakelun kokonaisarvo kaksinkertaistui. Kuluttajien näkökulmasta DVD ei tuonut kovin suurta muutosta, sillä elokuvia ostetaan, vuokrataan ja katsotaan DVD:nä samalla tavoin kuin videokasetteiltakin. Lähinnä elokuvien kuvan ja äänen laatu paranasivat. Lisäksi kuluttajien täytyi hankkia hyllyynsä uusi laite, eli DVD-soitin.

DVD-tallenteiden yleistymisen myötä kuluttajat ovat siirtyneet aiempaa selvemmin elokuvien vuokraamisesta niiden ostamiseen. Nykyään vain 15 prosenttia videomarkkinoiden liikevaihdosta kertyy vuokraamisesta kun vielä kymmenen vuotta sitten osuus oli 35 prosenttia (taulukko 5.2).

DVD-soittimien myynti on kahtena viime vuonna laskenut nopeasti. Vuonna 2008 myytiin enää reilut 200 000 soitinta, kun kaksi vuotta aiemmin kaupaksi kävi lähes 300 000 laitetta. Laitekaupan hidastumisesta huolimatta DVD-soitin jatkoi vuonna 2008 yleistymistään kotitalouksissa. 59 prosentissa kotitalouksista oli DVD-soitin. 15 prosentissa talouksista oli tallentava DVD-soitin. Sen sijaan videonauhurit katoavat suomalaisista kodeista. Vuonna 2004 vielä lähes kolmessa neljästä kodista oli videonauhuri, mutta vuonna 2008 sellainen oli vain noin joka toisessa kodissa. Videonauhureiden myynti kääntyi melko pian laskuun DVD-tallenteiden tultua markkinoille. Vuonna 2000 myytiin vielä ennätyselliset 220 000 nauhuria, mutta sen jälkeen myynti kuihtui pian täysin. (Taulukot 5.5 ja 5.6.)

Videonauhurin ja DVD-soittimen käyttö muodostaa vain pienen osan television katselusta. Keskimääräisenä päivänä kolme neljästä suomalaisesta katsoi televisiota, mutta vain 12 prosenttia katsoi videolta joko tallenteita tai nauhoitettuja televisio-ohjelmia. Koko väestön keskimääräinen television katselu-aika oli lähes kol-

Kuvio 5.2 Kuvio 5.2 Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetty aika ja tavoitavuus 1998–2008  
 Figure 5.2 Average viewing time and daily reach of videos and DVDs 1998–2008



me tuntia vuonna 2008. Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetyn ajan vastava keskiarvo oli vain 12 minuuttia. (Taulukot 5.3 ja 5.4.)

Tallenteiden lainaaminen kirjastosta on melko yleinen tapa hankkia elokuvia katsottavaksi tallenteina. Vuonna 2008 yleisistä kirjastoista lainattiin videotallenne yhteensä lähes kahdeksan miljoonaa kertaa (vrt. hieman yli seitsemän miljoonaa vuokrausta videovuokraamoista). Kirjastojen kokoelmissa oli kaikkiaan 762 000 kuvatallennetta. (Taulukko 5.7.)

## Tilastointi

Suomen Elokvatoimistojen Liitto ry tilastoi jäsenyritystensä euro- ja kappalemääräisen videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin. Se laatii vuosittain myös arvion videotallennemarkkinoiden kokonaisliikevaihdosta ja sen jakautumisesta vuokra- ja myyntivideoiden kesken.

Finnpanelin vuodesta 1987 alkaen tekemä TV-mittaritutkimus sisältää tietoja myös videon käytöstä. Videon käytöstä on tietoja myös Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimuksessa. Uusimman vapaa-aikatutkimuksen tiedot kerättiin vuonna 2002.

Videolaitteiden kauppaa tilastoi kodintekniikka-alan yhteistyöfoorumi KOTEK, jonka jäseniä ovat Kodintekniikkaliitto ry, Elektroniikan tukkukauppiat ja alan merkittävimmät vähittäismyyjät. Tilastot perustuvat mm. tietoihin tukkukauppojen toimituksista vähittäiskaupalle ja ulkomaankauppatilastoihin.

Yleisten kirjastojen videotallennekokoelmista ja niiden lainaamisesta julkaistaan tietoja Suomen yleiset kirjastot -tietokannassa. Sen ylläpidosta vastaa opetusministeriön viestintäkulttuuriyksikkö.

*Rauli Kohvakka*

## Täydentävää kirjallisuutta

*Kohvakka, Rauli:* Elokuvien katselun muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. Teoksessa Liikkanen, Hanifi, & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

*Samola, Juha:* Elokuva, video ja uudet kuvatallenteet. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Vantaa 2003.

*Samola, Juha:* Elokuva ja video helsinkiläisittäin. Teoksessa Kulttuuri ja taide Helsingissä 2004. Helsingin kaupungin tietokeskuksen verkkojulkaisuja 2004: 26. Helsinki. [www.hel.fi/tietokeskus/julkaisut/](http://www.hel.fi/tietokeskus/julkaisut/)

---

## Taulukot – Tables

- 5.1 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1998–2008  
*Number of videos sold, rental transactions and average prices 1998–2008*
- 5.2 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin arvo 1998–2008  
*Sales and rentals of video recordings 1998–2008*
- 5.3 Video- ja DVD-tallenteiden tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008  
*Daily reach of videos and DVDs 1998–2008*
- 5.4 Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetty aika 1998–2008  
*Average viewing time of videos and DVDs 1998–2008*
- 5.5 DVD-laitteiden ja videokameroiden vähittäiskauppa 2004–2008  
*Retail of DVD-players and camcorders 2004–2008*
- 5.6 Kotitalouksien video- ja DVD-laitteet 1998–2008  
*Household video equipment 1998–2008*
- 5.7 Kirjastojen videotallennekokoelmat, hankinta ja lainaus 2001–2008  
*Video collections, acquisitions and loans of public libraries 2001–2008*

## Kuviot – Figures

- 5.1 Videotallennemarkkinoiden liikevaihto 1998–2008  
*Video distribution turnover 1998–2008*
- 5.2 Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetty aika ja tavoitavuus 1998–2008  
*Average viewing time and daily reach of videos and DVDs 1998–2008*

5.1 Myytyjen videotallenteiden ja videovuokrauksien määrät ja keskihinnat 1998–2008\*  
*Number of videos sold, rental transactions and average prices 1998–2008\**

<b>VHS</b>				<b>DVD</b>			
<b>Vuokraus – Rental</b>		<b>Myynti – Sell-through</b>		<b>Vuokraus – Rental</b>		<b>Myynti – Sell-through**</b>	
<i>Rental transactions</i>	<i>Average price</i>	<i>Videos sold</i>	<i>Average price</i>	<i>Rental transactions</i>	<i>Average price</i>	<i>Videos sold</i>	<i>Average price</i>
<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>	<i>Milj. kpl</i>	<i>€</i>
<i>Million copies</i>	<i>€</i>	<i>Million copies</i>	<i>€</i>	<i>Million copies</i>	<i>€</i>	<i>Million copies</i>	<i>€</i>
1998	8,0	3,0	4,0	11,4	..	..	..
1999	8,0	3,0	3,9	12,1	..	..	0,2
2000	9,0	2,9	3,6	12,4	0,3	5,0	0,5
2001	9,0	2,7	3,3	12,6	1,0	5,0	1,2
2002	8,0	2,9	3,5	12,0	2,0	4,8	2,1
2003	6,5	3,2	3,3	8,9	3,5	4,9	4,3
2004	3,0	3,3	2,8	8,0	7,0	3,3	6,4
2005	1,5	3,3	1,4	6,0	7,7	3,2	8,7
2006	0,6	3,3	0,4	5,0	7,7	3,2	10,6
2007	..	..	..	..	7,4	3,2	12,0
2008***	-	-	-	-	7,2	3,2	12,7

\* Arvioita  
*Estimates*

\*\* Vuonna 1999 mukana jonkin verran videovuokraamoille myytyjä vuokraukseen tarkoitettuja tallenteita.  
*In 1999 includes some DVDs sold to rental outlets for renting.*

\*\*\* Sisältää myös Blu-ray tallenteet  
*Also including Blu-ray discs.*

Lähde: Suomen Elokuvatoimistojen Liitto  
*Source: Finnish Film Distributor's Association*

5.2 Videotallenteiden vuokrauksen ja myynnin arvo 1998–2008\*  
*Sales and rentals of video recordings 1998–2008\**

	VHS			DVD			Video- tallenteet yhteensä Video recor- dings total	Kiintein (2008) hinnoin Fixed (2008) prices
	Vuokra Rental	Myynti Sell-through	Yhteensä Total	Vuokra Rental	Myynti** Sell-through**	Yhteensä Total		
	€ milj. – € million							
1998	24	45	70	..	0	0	<b>70</b>	85
1999	24	47	71	..	4	4	<b>75</b>	89
2000	25	45	70	1	10	12	<b>82</b>	94
2001	24	42	66	5	25	30	<b>95</b>	107
2002	23	42	65	10	43	53	<b>118</b>	130
2003	21	30	50	17	64	81	<b>131</b>	144
2004	10	22	32	23	86	109	<b>141</b>	154
2005	5	8	13	25	105	130	<b>143</b>	155
2006	2	2	4	25	120	145	<b>149</b>	159
2007	..	..	..	24	126	150	<b>150</b>	156
2008***	–	–	–	23	130	153	<b>153</b>	153
	%							
1998	35	65	99	..	1	1	100	
1999	32	63	95	..	5	5	100	
2000	31	55	85	2	13	15	100	
2001	25	44	69	5	26	31	100	
2002	20	36	55	8	37	45	100	
2003	16	22	38	13	49	62	100	
2004	7	16	23	16	61	77	100	
2005	3	6	9	17	73	91	100	
2006	1	1	3	17	81	97	100	
2007	..	..	..	16	84	100	100	
2008***	-	-	-	15	85	100	100	

\* Arvioita  
*Estimates*

\*\* Sisältää vuosina 1998–99 myös DVD-levyjien vuokrauksen.  
*In 1998–99 includes also DVD rentals.*

\*\*\* Sisältää myös Blu-ray tallenteet  
*Also including Blu-ray discs*

Lähde: Suomen Elokuvatoimistojen liitto  
*Source: Finnish Film Distributors' Association*

### 5.3 Video- ja DVD-tallenteiden tavoitavuus keskimääräisenä päivänä 1998–2008 Daily reach of videos and DVDs 1998–2008

Väestö 10+ Population aged 10+	1998	1999	2000	2001**	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008***
	%										
<b>Kaikki – All</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>12</b>
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	9	8	9	13	15	15	16	17	16	17	12
Miehet – Men	10	9	8	16	18	17	19	18	17	18	12
Ikä – Age											
4– 9 vuotta* – years**	20	16	17	23	25	25	26	27	27	27	20
10–14 vuotta – years	19	14	11	14	17	19	18	18	19	19	16
15–24 vuotta – years	9	10	10	17	19	15	16	17	15	15	11
25–34 vuotta – years	11	10	11	20	20	20	23	24	24	26	18
35–44 vuotta – years	11	10	11	19	20	20	21	20	22	23	14
45–64 vuotta – years	8	8	8	12	13	14	15	15	15	15	11
65– vuotta – years	3	3	4	11	12	13	14	14	13	11	7

\* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 10-vuotiaiden katselu.  
All other data in the table describe age groups 10+.

\*\* Tavoitavuuden kasvu 2001– johtuu osittain pienestä menetelmämuutoksesta.  
Increase in reach from 2001 onwards is partly caused by a minor change in the methodology.

\*\*\* 2008 alkaen luvuista poistettu tallentavan digisovittimen kautta kertynyttä katselua.  
From 2008 onwards does not include viewing programmes recorded with digital set top box.

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus  
Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research

### 5.4 Video- ja DVD-tallenteiden katseluun käytetty aika 1998–2008 Average viewing time of videos and DVDs 1998–2008

Väestö 10+ Population aged 10+	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008**
	Minuuttia/vrk – Minutes/day										
<b>Kaikki – All</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>12</b>
Sukupuoli – Sex											
Naiset – Women	6	5	5	8	9	10	12	14	14	16	12
Miehet – Men	6	6	7	10	12	12	15	15	14	15	12
Ikä – Age											
4– 9 vuotta* – years*	16	13	13	15	19	20	22	24	24	24	20
10–14 vuotta – years	13	12	7	7	11	13	14	16	16	15	13
15–24 vuotta – years	7	8	8	13	15	11	13	15	14	13	12
25–34 vuotta – years	9	7	9	13	14	16	20	20	21	25	20
35–44 vuotta – years	7	5	7	10	12	13	16	16	18	19	13
45–64 vuotta – years	5	5	5	7	8	9	12	13	12	14	12
65– vuotta – years	1	1	3	7	6	7	9	10	9	10	7

\* Taulukon muissa videon katselua kuvaavissa tiedoissa mukana vain yli 10-vuotiaiden katselu.  
All other data in the table describe age groups 10+.

\*\* 2008 alkaen luvuista poistettu tallentavan digisovittimen kautta kertynyttä katselua.  
From 2008 onwards does not include viewing programmes recorded with digital set top box.

Lähde: TV-mittaritutkimus, Finnpanel Oy – YLE/Yleisötutkimus  
Source: TV peplemeter study, Finnpanel Oy – YLE Audience research



**5.5 DVD-laitteiden ja videokameroiden vähittäiskauppa 2004–2008**  
*Retail of DVD-players and camcorders 2004–2008*

	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos – Change % 2008/07
1 000 kpl – 1 000 units						
DVD-laitteet – DVD-players	256	280	291	237	205	-14
TV-videoyhdistelmät – Integrated TV-VCR sets	12	4	..	..	..	..
Videokamerat – Camcorders	35	37	42	39	44	12
Videonauhurit – VCRs	15	8	..	..	..	..
€ mil. – € million						
DVD-laitteet – DVD-players	48	52	46	36	25	-31
TV-videoyhdistelmät – Integrated TV-VCR sets	3	1	..	..	..	..
Videokamerat – Camcorders	23	20	20	18	19	5
Videonauhurit – VCRs	..	..	..	..	..	..

Lähteet: Kodintekniikka-alan tiedotusfoorumi KOTEK, Elektroniikan tukkukauppiat  
 Sources: KOTEK, Association of Electronics Wholesalers

**5.6 Kotitalouksien video- ja DVD-laitteet 1998–2008**  
*Household video equipment 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
%											
DVD tai videonauhuri – DVD or VCR	..	..	..	..	74	76	71	78	76	74	74
Videonauhuri – VCR	71	72	71	72	74	72	72	71	65	58	52
Videokamera – Camcorder	12	13	14	13	15	15	15	15	16	16	..
Erillinen DVD-soitin – Separate DVD-player	..	..	..	..	20	30	45	54	56	..	..
• DVD-soitin – DVD-player	..	2	4	12	19	29	45	54	56	59	..
• tallentava DVD-soitin – DVD recorder	..	..	..	..	2	4	9	12	14	15	..
Kotiteatterilaitteisto – Home theatre system	..	..	4	4	6	8	11	13	16	17	16
Kovalevytallennin – Hard Disk Drive	..	..	..	..	..	..	..	5	10	22	35
TV-pelikonsoli – TV game console	15	16	16	18	18	19	21	21	22	22	23

Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimuksen peruskartoitukset  
 Source: Finnpanel Oy, TV-household surveys

**5.7 Kirjastojen videotallennekokoelmat, hankinta ja lainaus 2001–2008**  
*Video collections, acquisitions and loans of public libraries 2001–2008*

Vuosi Year	VHS			DVD			Yhteensä – Total		
	Kokoelmat Collections	Hankinnat Acquisitions	Lainaus Loans	Kokoelmat Collections	Hankinnat Acquisitions	Lainaus Loans	Kokoelmat Collections	Hankinnat Acquisitions	Lainaus Loans
1 000 kpl – '000 copies									
2001	409	51	5 635	4	3	59	<b>413</b>	<b>54</b>	<b>5 694</b>
2002	442	54	5 981	13	9	270	<b>455</b>	<b>63</b>	<b>6 251</b>
2003	468	54	6 152	33	20	686	<b>501</b>	<b>74</b>	<b>6 838</b>
2004	480	40	5 860	74	44	1 793	<b>554</b>	<b>84</b>	<b>7 653</b>
2005	478	28	4 692	126	56	2 988	<b>604</b>	<b>84</b>	<b>7 680</b>
2006	459	13	3 489	197	79	4 194	<b>656</b>	<b>92</b>	<b>7 683</b>
2007	430	6	2 344	281	93	5 348	<b>711</b>	<b>98</b>	<b>7 692</b>
2008	386	1	1 443	375	107	6 421	<b>762</b>	<b>108</b>	<b>7 864</b>

Lähde: Opetusministeriö, Viestintäkulttuurisyksikkö – Source: Ministry of Education, Culture and Media Division

## 6 Elokuva

Elokuviissa käymisen suosio on viime vuosina pysynyt tasolla, johon se 1990-luvun lopulla nousi. Kävijöiden määrä vaihtelee jonkin verran vuosittain riippuen ohjelmiston menestyselokuvien määrästä. Vuonna 2008 elokuvateattereihin myytiin lähes seitsemän miljoonaa lippua. Kuluvan vuosikymmenen keskiarvo on 6,9 miljoonaa kävijää vuodessa. Se on selvästi suurempi kuin teattereiden aallonpohjassa 1990-luvun puolivälissä, jolloin käyntejä kertyi vain hieman yli viisi miljoonaa vuodessa. (Taulukko 6.5.)

Myös kotimaisten elokuvien suosio on ollut hyvä tällä vuosikymmenellä. Vuonna 2008 suomalaiset elokuvat saivat yhteensä 23 prosentin katsojaosuuden. 1990-luvulla kotimaisten elokuvien katsojaosuus jäi useana vuonna alle kymmenen prosenttiin. Vuonna 2008 kymmenen katsotuimman elokuvan joukossa oli kolme kotimaista elokuvaa, joista suurimman yleisön keräsi Risto Räppääjä (213 027 katsojaa). Vuoden katsotuin elokuva oli James Bond -toimintaelokuva *Quantum of Solace* (434 446 katsojaa).

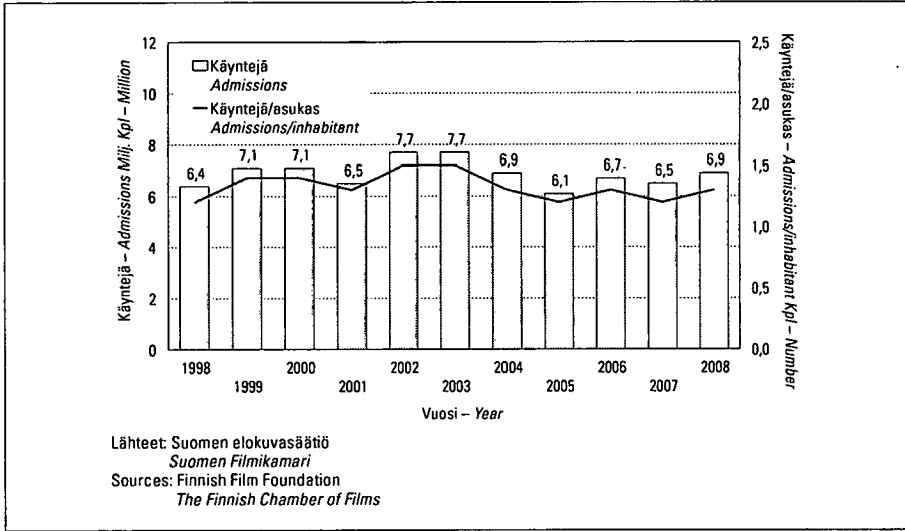
Elokuvateattereiden lukumäärä on Suomessa laskenut pitkään. Viime vuosina teattereiden harventuminen on ollut melko nopeaa. Vuonna 2008 Suomessa toimi 192 teatteria eli 12 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2005. (Taulukko 6.1.)

1980- ja 1990-luvuilla teatterit harvenivat, mutta elokuvasalien määrä ei kuitenkaan laskenut. Teattereiden luonne muuttui. Usean salin teatterit korvasivat vanhoja yhden ja kahden salin teattereita. Viime vuosina myös elokuvasalien määrä on laskenut, yhteensä neljällä prosentilla vuosina 2005–2008. Salien määrän väheneminen johtuu siitä, että paikkakunnilla, joille uusia teattereita on avattu, on suljettu aiempaa useampia vanhoja teattereita. (Taulukko 6.1.)

Elokuviissa käyminen ja elokuvateatterit ovat keskittyneet entistä enemmän suuriin kaupunkeihin. Kymmenen kävijämääriltään suurimman kaupungin osuus koko maan elokuvissakäynneistä oli 72 prosenttia vuonna 2008. Vastaavasti 41 prosenttia kaikista elokuvasaleista sijaitsi kyseisissä kaupungeissa. Helsinki on maan suurin elokuvakaupunki. Sen osuus elokuviissa käynneistä oli kolmannes ja siellä sijaitti 12 prosenttia kaikista elokuvasaleista. Toisaalta Helsingissäkin on suljettu viime aikoina useita elokuvateattereita, minkä seurauksena salien määrä on laskenut kahdessa vuodessa 53:sta 38:aan. (Taulukko 6.9.)

Suomalaisissa teattereissa esitetään vuosittain noin 400 elokuvaa. Määrältään teattereiden tarjonta on pysynyt ennallaan viime vuosina. Uusia elokuvia ohjelmistoon tuli 169 kappaletta vuonna 2008. Ensi-iltaelokuvien osuus koko ohjelmistosta oli siten 43 prosenttia. Teattereiden ohjelmisto on nykyään uutuusvoittoisempaa kuin aiemmillä vuosikymmenillä. Vuonna 1998 ensi-iltaelokuvia oli 38 prosenttia

Kuvio 6.1 Elokuvakäyntien kokonaismäärä ja käynnit asukasta kohden 1998–2008  
 Figure 6.1 Cinema admissions and admissions/inhabitant 1998–2008



koko ohjelmistosta ja vuonna 1988 18 prosenttia. Muutos on seurausta siitä, että teatterit ovat supistaneet ohjelmistoaan, mutta ensi-iltojen määrä on pidetty suurin piirtein ennallaan. Teatterit esittävät suppeampaa ohjelmistoaan aiempaa aktiivisemmin mutta lyhyemmän aikaa. Kehityksessä on kyse elokuvien koko esitysjärjestelmän muutoksesta. Nykyään elokuvat siirtyvät teattereista aiempaa nopeammin muihin esityskanaviin, kuten myynti- ja vuokravideoiksi sekä televisioon. (Taulukko 6.1.)

Yhdysvaltalaiset elokuvat muodostavat suurimman osan elokuvateattereiden tarjonnasta. Niiden osuus ensi-illoista oli 60 prosenttia vuonna 2008. Kotimaisia elokuvia ohjelmistoon tuli 19 kappaletta eli 11 prosenttia ensi-illoista. Muiden EU-maiden elokuvien osuus ohjelmistosta on muutamana viime vuonna kasvanut hieman. Vuonna 2008 se oli 24 prosenttia. (Taulukko 6.2)

Suomen suurin elokuvateatteriyritys on Sanoma-konserniin kuuluva Finnkino, jolla on yhdellätoista paikkakunnalla yhteensä 16 elokuvateatteria. Finnkino on keskittänyt toimintansa maan suurimpiin kaupunkeihin, joissa se on vahvistanut teatteriketjuaan investoimalla suuriin teatterikokonaisuuksiin. Vuonna 1999 Finnkino avasi Helsinkiin 14-salisen Tennispalatsin. Sen jälkeen yhtiö on avannut useita teattereita, viimeksi Vantaalle syksyllä 2008. Finnkino vahvisti markkina-asemaansa myös ostamalla ruotsalaisen Sandrew Metronome -konsernin tytäryhtiön, jolla oli Suomessa kolme teatteria. Kaupan myötä Finnkinolle siirtyivät multiplex-teatterit Helsingissä ja Turussa. Finnkinon tytäryhtiöillä on elokuvien esitys- ja levitystoimintaa myös Baltian maissa.

Kymmenkunta yritystä tuo elokuvia maahan teatterilevitykseen. Taloudellisesti tärkeimpiä ovat yhdysvaltalaisen studioiden elokuvia jakelevat yritykset. Studioi-

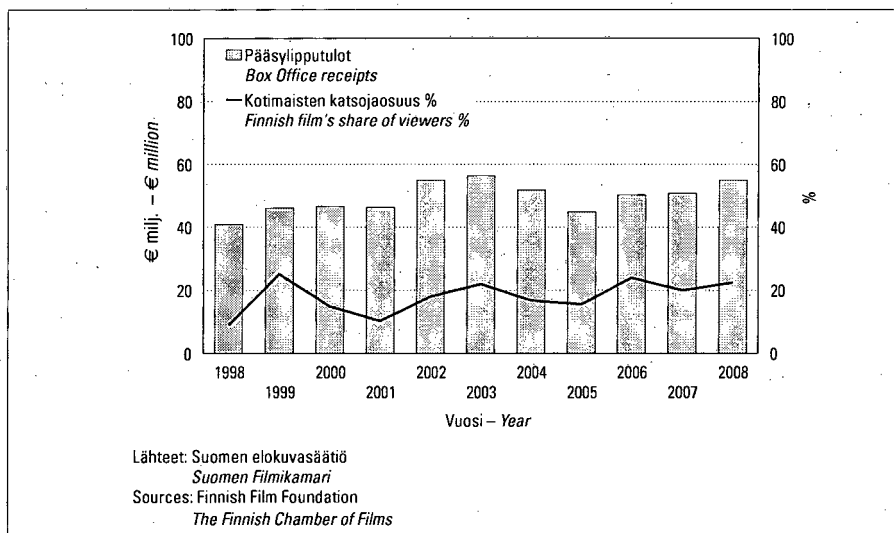
den jakelusopimuksien siirtyminen ajoittain maahantuojalta toiselle vaikuttaakin paljon niiden markkinaosuuksiin. Vuonna 2008 ensi-iltojen määrällä mitattuna kolme suurinta maahantuojaa olivat FS Filmi (33 kpl), Sandrew Metronome Distribution (28 kpl) ja Nordisk Film (23 kpl). Niiden yhteenlaskettu osuus ensi-illoista oli 50 prosenttia. (Taulukko 6.3.)

Television elokuvatarjonta kasvoi voimakkaasti vuosituhaten vaihteen molemmin puolin. Kun valtakunnalliset vapaasti katsottavat kanavat esittivät vuonna 1998 yhteensä 1 345 elokuvaa, kymmenen vuotta myöhemmin ohjelmistossa oli 1 616 elokuvaa (taulukko 6.10). Television elokuvatarjonnan kasvu on ollut suurimmaksi osaksi seurausta uusista kanavista. Esimerkiksi Yleisradio lisäsi nopeasti vuonna 2001 toimintansa aloittaneiden digitaalisten YLE Teema ja YLE FST5 -kanavien elokuvaohjelmistoa. Samalla kun televisiosta on tullut entistä keskeisempi elokuvien esityskanava, on elokuvista tullut entistä keskeisempi osa television ohjelmistoa. Eräillä kanavilla elokuvien osuus koko ohjelmistosta on jo melko korkea (2007 Nelonen 13 %, YLE Teema 11 %, MTV3 11 %) (taulukko 2.12).

Kodin elokuvatarjontaa voi kasvattaa maksullisilla elokuvakanavilla. Suomessa on tarjolla useita maksullisia kanavia ja kanavapaketteja, jotka joko esittävät pelkästään elokuvia tai joiden ohjelmistosta ne muodostavat suuren osan. Digitaaliseen lähetystekniikkaan siirtymisen myötä elokuvakanavia on perustettu lisää (esim. Sub Leffa, Kino TV). Digitaaliseen tekniikkaan siirtymisen myötä myös maksu - tv-kanavien tilaaminen yleistyi. Aikaisemmin se oli ollut Suomessa melko vähäistä. Maksullisten kanavien tilaamisen kynnystä on laskenut se, että koteihin hankituissa digisovittimissa on useimmiten niiden katsomiseen tarvittava maksukorttipaikka.

Kuvio 6.2 Elokuvateattereiden lipputulot ja kotimaisten elokuvien katsojaosuus 1998–2008

Figure 6.2 Box Office receipts and Finnish films' share of viewers 1998–2008



## ***Tilastointi***

Suomen elokuvasäätiö kerää vuosittain tiedot elokuvateattereiden toiminnasta. Tiedot kattavat muun muassa esitetyt elokuvat, kävijämäärät, lipputulot ja ensiesitykset. Elokuväsäätiö julkaisee tiedot Elokuvavuosi-julkaisussa, joka on saatavissa myös säätiön kotisivuilla ([www.ses.fi](http://www.ses.fi)).

Televisiossa esitettyjä elokuvia ja niiden katsojamääriä koskevat tiedot on saatu suoraan televisioyhtiöiltä.

## ***Täydentävää kirjallisuutta***

Elokuvavuosi. Suomen elokuvasäätiö. Eri vuosina.

Kotimaisen elokuvan yleisöt. Suomen elokuvasäätiö, Helsinki 2008.

*Kohvakka, Rauli:* Elokuvien katsomisen muutokset. Teoksessa Joukkoviestimet 2006. Tilastokeskus, Helsinki.

*Kohvakka, Rauli:* Elokuvien katsomisen muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002, 49–64. Tilastokeskus, Helsinki 2005.

## Taulukot – Tables

- 6.1 Elokuvateatterit ja elokuvatarjonta 1998–2008  
*Cinemas and film exhibition 1998–2008*
- 6.2 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 1998–2008  
*New feature film premieres by country of origin 1998–2008*
- 6.3 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain 1998–2008  
*Feature film premieres by distributor 1995–2005*
- 6.4 Elokuvuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan 1998–2008  
*Film production companies by number of produced feature films 1998–2008*
- 6.5 Elokuviskäynnit, pääsylipputuotot ja elokuvalipun keskihinta 1998–2008  
*Cinema admissions, Box Office receipts and average price of cinema ticket 1998–2008*
- 6.6 Elokuvateattereiden tuotot 1998–2008  
*Revenues of film exhibition 1998–2008*
- 6.7 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista 1998–2008  
*Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office 1998–2008*
- 6.8 Esitetyt elokuvat, elokuvateatteriyleisö ja pääsylipputuotot elokuvien alkuperämaittain 2008  
*Films shown, cinema admissions and Box Office receipts by originating country of films 2008*
- 6.9 Suurimmat elokuvateatteriapaikkakunnat 2008  
*Biggest cinema towns in Finland 2008*
- 6.10 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1998–2008  
*Feature films shown on television 1998–2008*
- 6.11 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1998–2008  
*Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1998–2008*
- 6.12 AVEKin tukitoiminta 2000/01–2007/08  
*Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) 2000/01–2007/08*
- 6.13 Suomalaisen hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001–2008  
*Support from the Media Plus programme of the EU 2001–2008*
- 6.14 Pohjoismaisen elokuva- ja televisiorahaston tuki suomalaisille elokuville ja televisiosarjoille 2001–2008  
*Subsidies granted by the Nordisk Film & TV Fund to Finnish films and series in 2001–2008*

## Kuviot – Figures

- 6.1 Elokuvakäyntien kokonaismäärä ja käynnit asukasta kohden 1998–2008  
*Cinema admissions and admissions/inhabitant 1998–2008*
- 6.2 Elokuvateattereiden lipputulot ja kotimaisten elokuvien katsojaosuus 1998–2008  
*Box Office receipts and Finnish films' share of viewers 1998–2008*
- 6.3 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 2008  
*New feature film premieres by country of origin 2008*
- 6.4 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1998–2008  
*Feature films shown on television 1998–2008*
- 6.5 Suomen elokuvaäätiön tukitoiminta 1998–2008  
*Grants and subsidies from the Finnish film Foundation 1998–2008*

### 6.1 Elokvateatterit ja elokuvatarjonta 1998–2008 Cinemas and film exhibition 1998–2008

	Elokuva- teattereita <i>Cinemas</i>	Elokuva- saleja <i>Auditoria</i>	Istuma- paikkoja <i>Seats</i>	Esitettyjä elokuvia yhteensä <i>Films shown total</i>	Ensi-iltoja <i>Premieres</i>	Kotim. pitkiä näytelmä- elokuvia <i>Finnish feature films</i>
	Kpl – No.	Kpl – No.	1 000 kpl '000	Kpl – No.	Kpl – No.	Kpl – No.
1998	232	331	57	384	152	8
1999	237	362	63	413	187	12
2000	228	343	59	409	170	9
2001	219	339	58	385	165	12
2002	..	342	..	..	192	10
2003	..	338	..	..	178	14
2004	219	336	57	396	189	13
2005	219	332	57	407	184	15
2006	208	330	56	401	181	16
2007	203	316	56	410	163	14
2008	192	320	55	391	169	16

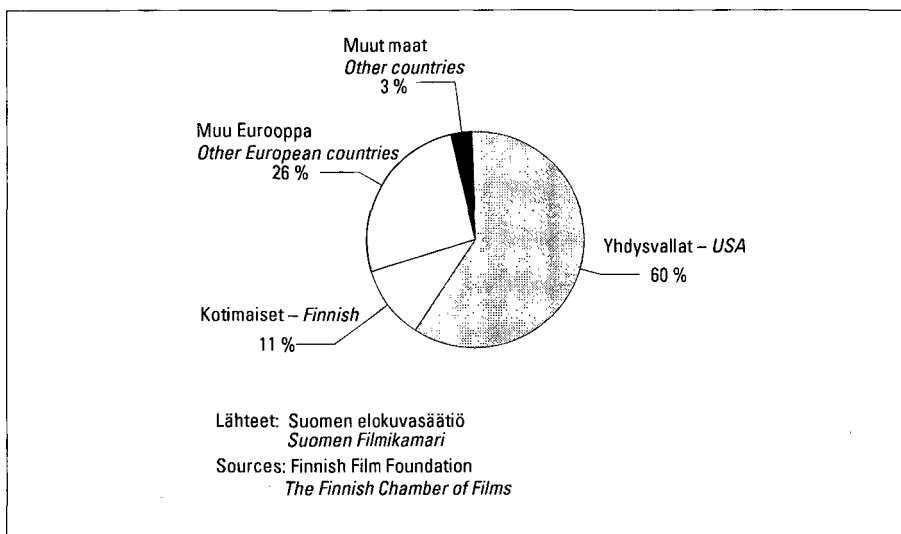
Lähteet: Suomen Elokuvasäätiö, Suomen Filmikamari  
Sources: Finnish Film Foundation, Finnish Chamber of Films



6.2 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 1998–2008  
*New feature film premieres by country of origin 1998–2008*

Alkuperämaa <i>Country of origin</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Elokuvia – <i>Number of films</i>										
Kotimaiset – <i>National</i>	8	16	9	12	10	13	18	15	16	14	19
Muut EU-maat* – <i>Other EU countries*</i>	17	51	33	34	..	37	42	56	47	42	40
Muu Eurooppa – <i>Other European countries</i>	–	–	–	5	..	5	2	3	3	5	4
Eurooppalaiset yhteistuotannot <i>European co-productions</i>	6	10	8	6	..	5	–	–	–	–	–
<b>Eurooppa yhteensä – <i>Europe total</i></b>	<b>31</b>	<b>77</b>	<b>50</b>	<b>57</b>	<b>..</b>	<b>60</b>	<b>62</b>	<b>74</b>	<b>66</b>	<b>61</b>	<b>63</b>
• Josta muut Pohjoismaat <i>Of which other Nordic countries</i>	3	8	4	15	..	18	9	16	8	4	11
Yhdysvallat – <i>USA</i>	82	100	105	94	..	100	115	99	103	91	101
Muut maat – <i>Other countries</i>	9	9	8	9	..	12	12	12	12	11	5
Muut yhteistuotannot** <i>Other co-productions**</i>	23	1	7	5	..	8	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – <i>Total</i></b>	<b>145</b>	<b>187</b>	<b>170</b>	<b>165</b>	<b>192</b>	<b>180</b>	<b>189</b>	<b>184</b>	<b>181</b>	<b>163</b>	<b>169</b>

Kuvio 6.3 Pitkien elokuvien ensi-illat alkuperämaittain 2008  
*Figure 6.3 New feature film premieres by country of origin 2008*



## 6.2 Jatkuu Continued

Alkuperämaa Country of origin	1998 %	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Kotimaiset – National	5,5	8,6	5,3	7,3	5,2	7,2	9,5	8,2	8,8	8,6	11,2
Muut EU-maat* – Other EU countries*	11,7	27,3	19,4	20,6	..	20,6	22,2	30,4	26,0	25,8	23,7
Muu Eurooppa – Other European countries	–	–	–	3,0	..	2,8	1,1	1,6	1,7	3,1	2,4
Eurooppalaiset yhteistuotannot European co-productions	4,1	5,3	4,7	3,6	..	2,8	–	–	–	–	–
<b>Eurooppa yhteensä – Europe total</b>	<b>21,4</b>	<b>41,2</b>	<b>29,4</b>	<b>34,5</b>	<b>..</b>	<b>33,3</b>	<b>32,8</b>	<b>40,2</b>	<b>36,5</b>	<b>37,4</b>	<b>37,3</b>
• Josta muut Pohjoismaat Of which other Nordic countries	2,1	4,3	2,4	9,1	..	10,0	4,8	8,7	4,4	2,5	6,5
Yhdysvallat – USA	56,6	53,5	61,8	57,0	..	55,6	60,8	53,8	56,9	55,8	59,8
Muut maat – Other countries	6,2	4,8	4,7	5,5	..	6,7	6,3	6,5	6,6	6,7	3,0
Muut yhteistuotannot** – Other co-productions**	15,9	0,5	4,1	3,0	..	4,4	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Nykyiset Euroopan Unionin jäsenmaat.

Current member states of the European Union.

\*\* Sisältää myös osittain eurooppalaiset yhteistuotannot.

Includes also partly European co-productions.

Lähteet: Suomen elokuväsäätiö, Suomen Filmikamari

Sources: Finnish Film Foundation, Finnish Chamber of Films

## 6.3 Pitkien elokuvien ensi-illat elokuvatoimistoittain 1998–2008 Feature film premieres by distributor 1998–2008

Toimisto Distributor	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Yhteensä Total
	Elokuvien lukumäärä – Number of films											1998–2008
FS Film Oy	..	..	19	28	28	26	38	38	40	40	33	<b>290</b>
Sandrew Metronome Distribution Finland Oy			28	26	25	19	26	24	25	24	28	<b>225</b>
Buena Vista International Finland Oy	22	26	21	12	20	24	42	37	21			<b>225</b>
Columbia Tristar Egmont Film Distributors	28	35	31	27	27	28	25					<b>201</b>
Cinema Mondo Oy	10	17	16	19	17	16	16	13	17	14	16	<b>171</b>
Scanbox Finland Oy	13	11	7	6	16	20	18	12	19	12	17	<b>151</b>
Nordisk Film Theatrical Distribution								32	31	21	23	<b>107</b>
United International Pictures	18	22	19	20	17	12						<b>108</b>
Finnkino Oy	8	14	9	3	4	1	5	3	11	22	21	<b>101</b>
Kamras-Film Group Oy	18	12	7	10	15	12	8	10	1			<b>93</b>
Future Film Oy			7	9	9	11	11	10	10	9	12	<b>88</b>
Warner Bros. Finland Oy	24	27										<b>51</b>
Senso Films Oy		13	10	9	11	4	5	2	24			<b>47</b>
Walt Disney Studios Motion Pictures Finland										17	18	<b>35</b>
Kinoscreen Illusion Oy	4	4	1	2	2	3		1	1	2	1	<b>21</b>
Muut toimistot – Other Distributors	3	6	1	1	1	1		4	5	2		<b>24</b>
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>148</b>	<b>187</b>	<b>176</b>	<b>172</b>	<b>192</b>	<b>177</b>	<b>189</b>	<b>184</b>	<b>181</b>	<b>163</b>	<b>169</b>	<b>1 938</b>

Lähde: Suomen elokuväsäätiö, Suomen Filmikamari

Source: Finnish Film Foundation statistics.

**6.4 Elokuvatuotantoyritykset tuotettujen pitkien näytelmäelokuvien määrän mukaan 1998–2008\***  
*Film production companies by number of produced feature films 1998–2008\**

Yhtiö – <i>Company</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	1998–2008
MRP Matila Röhr Productions	1	3	1	2	2	3		3		3	1	19
Solar Films Inc		1	2		1	1	2	1	2	1	3	14
Villealfa Filmprod. Oy	1	2	1	1	1			1	1		1	9
Kinoproductions Oy	1	1		1	1	1		1	1	1		8
Blind Spot Pictures Oy			1	1		1	1		1	1	1	7
Helsinki-Filmi Oy						1	1	1	2	1	1	7
Kinotar		2				2	1				1	6
Artista-Filmi Oy		1		1		1		1	1			5
Ere Kokkonen Oy	1		1		1		1					4
Fennada Filmi Oy	1		1	1			1					4
Kinotaurus Oy	1				1		1					3
Åke Lindman Production Oy		1					1			1		3
Mandart Entertainment	1						1		1			3
Jörn Donner Productions Oy			2									2
Dada-Filmi Oy		1			1							2
Spede-Tuotanto Oy	1	1										2
Lasihelmi Filmi Oy				1					1			2
Cinemaker Oy					1						1	2
Making Movies Oy								1		1		2
Muut – <i>Other</i>	4	1	1	3	1	0	4	2	4	3	8	31

\* Elokuvat, joissa yhtiö on ollut mukana tuottajana. Sisältää myös yhteistuotannot. Ne on laskettu jokaiselle mukana olleelle yhtiölle yhdeksi elokuvaksi.  
*Films in the production of which the company has been involved as a producer. Co-productions have been recorded as one film for each company involved.*

Lähde: Suomen elokuvasäätiö  
 Source: Finnish Film Foundation

**6.5 Elokuviskäynnit, pääsylipputuotot ja elokuvalipun keskihinta 1998–2008**  
*Cinema admissions, Box Office receipts and average price of cinema ticket 1998–2008*

	Käynntejä <i>Admissions</i>	Käynntejä/ asukas <i>Admissions/ inhabitant</i>	Kotimaisten katsojaosuus <i>Finnish film's share of viewers</i>	Pääsylipputuotot <i>Box Office receipts</i>	Elokuvalipun keskihinta <i>Average ticket price</i>
	Milj. kpl – <i>Million</i>	Kpl – <i>No.</i>	%	€ milj. – <i>€ million</i>	€
1998	6,4	1,2	9	40,9	6,4
1999	7,0	1,4	25	46,1	6,5
2000	7,1	1,4	15	46,6	6,6
2001	6,5	1,3	10	46,3	7,1
2002	7,7	1,5	18	55,0	7,1
2003	7,7	1,5	22	56,4	7,3
2004	6,9	1,3	17	51,8	7,3
2005	6,1	1,2	16	44,9	7,4
2006	6,7	1,3	24	50,3	7,5
2007	6,5	1,2	20	50,8	7,8
2008	6,9	1,3	23	54,5	7,9

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö  
 Suomen Filmikamari  
 Sources: Finnish Film Foundation  
 The Finnish Chamber of Films

## 6.6 Elokvateattereiden tuotot 1998–2008

### *Revenues of film exhibition 1998–2008*

Vuosi Year	Liikevaihto – Turnover € milj. – € million	Kiintein (2008) hinnoin – Fixed (2008) prices € milj. – € million
1998	43	52
1999	48	57
2000	48	56
2001	48	54
2002	57	63
2003	59	65
2004	54	59
2005	47	51
2006	52	55
2007	53	55
2008	58	58

Sisältää lipputulot ja elokuvateatterimainonnan.  
Includes B.O. receipts and advertising revenues.

Lähde: Tilastokeskus  
Source: Statistics Finland

**6.7 Kymmenen suosituimman kotimaisen ja ulkomaisen elokuvan osuudet kokonaiskatsojamäärästä ja pääsylipputuotoista 1998–2008**  
*Top ten Finnish and foreign films: share of total admissions and Box Office 1998–2008*

	Osuus kokonaiskatsojamäärästä <i>Share of admissions</i>	Osuus pääsylipputuotoista <i>Share of Box Office</i>	
	%	%	
1998			
10 suosituinta kotimaista	10	10	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	39	43	<i>top ten foreign films</i>
1999			
10 suosituinta kotimaista	24	24	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	32	33	<i>top ten foreign films</i>
2000			
10 suosituinta kotimaista	14	14	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	28	28	<i>top ten foreign films</i>
2001			
10 suosituinta kotimaista	9	9	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	31	32	<i>top ten foreign films</i>
2002			
10 suosituinta kotimaista	..	..	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	..	..	<i>top ten foreign films</i>
2003			
10 suosituinta kotimaista	21	21	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	35	36	<i>top ten foreign films</i>
2004			
10 suosituinta kotimaista	16	16	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	32	32	<i>top ten foreign films</i>
2005			
10 suosituinta kotimaista	14	14	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	31	31	<i>top ten foreign films</i>
2006			
10 suosituinta kotimaista	21	21	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	34	35	<i>top ten foreign films</i>
2007			
10 suosituinta kotimaista	17	17	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	38	38	<i>top ten foreign films</i>
2008			
10 suosituinta kotimaista	18	18	<i>top ten Finnish films</i>
10 suosituinta ulkomaista	39	40	<i>top ten foreign films</i>

Lähteet: Suomen elokuvasäätiö  
 Suomen Filmikamari  
 Sources: Finnish Film Foundation  
 The Finnish Chamber of Films

## 6.8 Esitetyt elokuvat, elokuvateatterilyisö ja pääsylipputuotot elokuvien alkuperämaittain 2008

### Films shown, cinema admissions and Box Office receipts by originating country of films 2008

Alkuperämaa Country of origin	Esitetyt elokuvia Films shown		Osuus katsojista Share of viewers	Osuus pääsylipputuotoista Share of Box Office
	Kpl – No.	%	%	%
Kotimaiset – National	59	15	23	22
Muut EU-maat – Other EU countries	104	27	17	18
Muu Eurooppa – Other European countries	13		0	0
Eurooppalaiset yhteistuotannot – European co-productions	–	–	–	–
<b>Eurooppa yhteensä – Europe total</b>	<b>176</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>40</b>
• Josta muut Pohjoismaat – Of which other Nordic countries	35	9	1	1
Yhdysvallat – USA	193	49	58	58
Muut maat – Other countries	22	6	1	1
Muut yhteistuotannot* – Other co-productions*	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>391</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Sisältää myös osittain eurooppalaiset yhteistuotannot.  
Includes also partly European co-productions.

Lähde: Suomen Filmikamari  
Source: The Finnish Chamber of Films

## 6.9 Suurimmat elokuvateatteripaikkakunnat 2008

### Biggest cinema towns in Finland 2008

Kaupunki City	Elokuvasaleja Auditoria	Käyntejä Admissions	Osuus käynneistä Share of admissions	Käyntejä/asukas Admissions/inhabitant	Osuus lipputuotoista B.O. receipts
	Kpl – No.	1 000 kpl – '000	%	Kpl – No.	%
Helsinki	38	2 234	33	3,9	33,8
Tampere	17	695	10	3,3	10,2
Turku	14	556	8	3,2	8,3
Oulu	12	357	5	2,6	5,2
Espoo	11	203	3	0,8	3,0
Jyväskylä	9	248	4	1,9	3,6
Vantaa	9	203	3	1,0	3,0
Hämeenlinna	8	114	2	1,7	1,7
Lahti	7	237	3	2,4	3,5
Vaasa	7	89	1	1,5	1,3
<b>Yhteensä Total</b>	<b>132</b>	<b>4 935</b>	<b>72,0</b>	<b>2,6</b>	<b>73,6</b>
<b>Koko maa Whole country</b>	<b>323</b>	<b>6 851</b>	<b>100,0</b>	<b>1,3</b>	<b>100,0</b>

Lähteet: Suomen Elokuvasäätiö, Suomen Filmikamari  
Sources: Finnish Film Foundation, Finnish Chamber of Films

### 6.10 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1998–2008

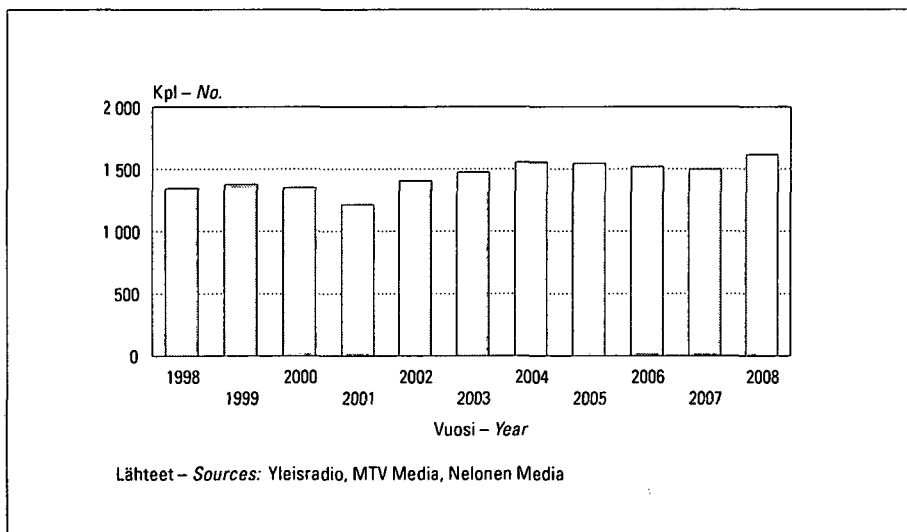
*Feature films shown on television 1998–2008*

Kanava – Channel	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Kpl – No.										
YLE TV1	300	263	280	302	275	249	211	202	194	120	133
YLE TV2	322	328	360	205	193	261	296	251	198	251	292
YLE Teema	–	–	–	39	106	130	163	244	229	290	335
YLE FST-D	–	–	–	12	64	52	95	93	99	65	65
Yleisradio yhteensä – YLE total	622	591	640	558	638	692	765	790	720	726	825
MTV3	411	431	385	337	301	261	297	332	341	325	330
MTV3+	–	–	–	–	–	26	6	–	–	–	–
Nelonen	312	355	326	320	367	396	383	376	369	357	370
Sub	–	–	–	–	100	100	104	86	88	90	91
JIM*	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1	–
<b>Kaikki yhteensä – All total</b>	<b>1 345</b>	<b>1 377</b>	<b>1 351</b>	<b>1 215</b>	<b>1 406</b>	<b>1 475</b>	<b>1 555</b>	<b>1 584</b>	<b>1 518</b>	<b>1 499</b>	<b>1 616</b>

\* Aloitti toimintansa 26.2.2007.  
Launched 26 February, 2007.

Lähteet: Yleisradio, MTV Media, Nelonen Media  
Sources: YLE, MTV Oy, Channel Four Finland

Kuvio 6.4 Televisiossa esitetyt pitkät elokuvat 1998–2008  
Figure 6.4 Feature films shown on television 1998–2008



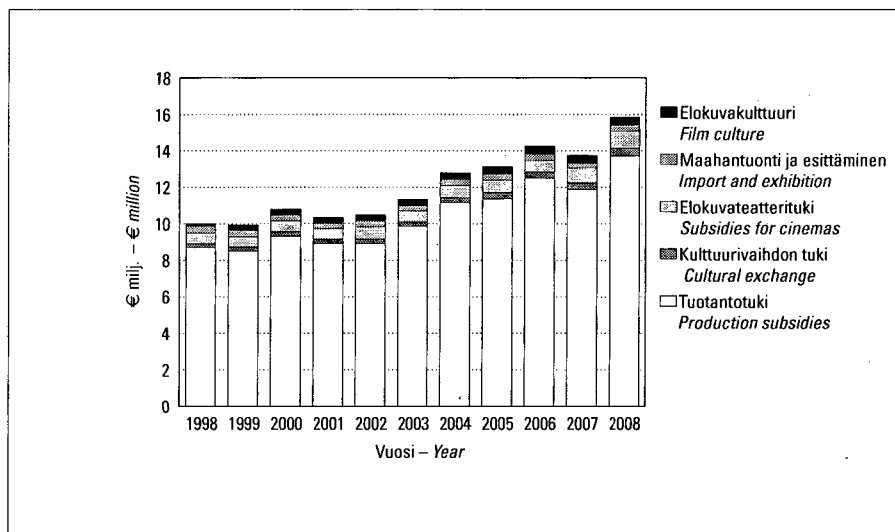
## 6.11 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1998–2008

### Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	1 000 € – € thousand										
Tuotantotuki – <i>Production subsidies</i>	8 697	8 486	9 322	8 907	8 907	9 856	11 165	11 378	12 506	11 970	13 733
Kulttuurivaihdon tuki – <i>Cultural export</i>	210	226	247	251	250	251	251	338	345	351	406
Elokuvateatterituki – <i>Subsidies to cinemas</i>	591	568	595	588	668	587	682	797	625	861	937
Maahantuonti ja esittäminen – <i>Importing and screening</i>	374	348	319	278	331	296	336	340	359	274	338
Elokuvakulttuuri – <i>Film culture</i>	128	310	308	303	322	350	360	400	420	420	440
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>10 001</b>	<b>9 938</b>	<b>10 791</b>	<b>10 327</b>	<b>10 477</b>	<b>11 340</b>	<b>12 794</b>	<b>13 254</b>	<b>14 255</b>	<b>13 876</b>	<b>15 854</b>
	%										
Tuotantotuki – <i>Production subsidies</i>	87	85	86	86	85	87	87	86	88	86	87
Kulttuurivaihdon tuki – <i>Cultural export</i>	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3
Elokuvateatterituki – <i>Subsidies to cinemas</i>	6	6	6	6	6	5	5	6	4	6	6
Maahantuonti ja esittäminen – <i>Importing and screening</i>	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2
Elokuvakulttuuri – <i>Film culture</i>	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lähteet: Suomen elokuvasäätiön toimintakertomukset  
Source: Finnish Film Foundation annual reports

Kuvio 6.5 Suomen elokuvasäätiön tukitoiminta 1998–2008  
Figure 6.5 Grants and subsidies from the Finnish Film Foundation 1998–2008





6.12 AVEKin tukitoiminta 2000/01–2007/08 \*

*Grants and subsidies from the Promotion Centre for Audiovisual Culture in Finland (AVEK) 2000/01–2007/08 \**

	Toimikausi – Year									
	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	
	1 000 € – € thousand									
<b>Kehittelytuki – Project development</b>	–	–	–	–	–	–	–	–	<b>203</b>	<b>141</b>
<b>Tuotantotuki – Production subsidies</b>	<b>1 935</b>	<b>1 954</b>	<b>1 915</b>	<b>1 922</b>	<b>1 435</b>	<b>1 635</b>	<b>1 478</b>	<b>1 501</b>	<b>1 854</b>	
• lyhyt- ja dokumenttielokuvat – <i>short films and documentaries</i>	1 603	1 519	1 485	1 455	1 149	1 307	1 186	1 202	1 544	
• mediataide ja multimedia – <i>video art and multimedia</i>	224	301	316	352	286	329	292	299	310	
<b>Koulutustuki – Educational subsidies</b>	<b>153</b>	<b>166</b>	<b>131</b>	<b>164</b>	<b>131</b>	<b>113</b>	<b>141</b>	<b>121</b>	<b>129</b>	
• henkilökohtaiset apurahat – <i>personal grants</i>	115	118	100	120	92	72	81	82	93	
• muu koulutustuki – <i>other education</i>	38	48	31	44	39	40	60	39	36	
<b>Festivaali- ja muu av-kulttuurin tuki Support for festivals and audiovisual culture</b>	<b>151</b>	<b>172</b>	<b>129</b>	<b>125</b>	<b>96</b>	<b>246</b>	<b>348</b>	<b>293</b>	<b>332</b>	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>2 239</b>	<b>2 292</b>	<b>2 175</b>	<b>2 211</b>	<b>1 662</b>	<b>1 994</b>	<b>1 967</b>	<b>2 118</b>	<b>2 546</b>	

\* Toiminta rahoitetaan yksityisen kopioinnin hyvitysmaksuvaroista.  
*Funded through remuneration for private copying.*

Lähde: AVEKin toimintakertomus  
Source: Annual report of AVEK

6.13 Suomalaisien hakijoiden EU:n Media Plus ohjelmasta saama tuki 2001–2008

*Support from the Media Plus programme of the EU 2001–2008*

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	1 000 € – € thousand							
Kehittelytuki – <i>Development support</i>	270	290	535	485	450	555	540	968
Teatterielokuvien levittäjien harkinnanvarainen tuki <i>Selective support for cinema distributors</i>	87	346	159	99	86	77	186	74
Teatterielokuvien levittäjien automaattituki <i>Automatic support for cinema</i>	215	236	331	242	181	181	189	384
Tv-levitystuki – <i>Television broadcasting support</i>	306	271	–	201	707	280	–	–
Festivaalituki – <i>Support for festivals</i>	80	70	53	93	116	107	95	139
Elokuvateatteriverkostot – <i>Cinema theatre networks</i>	107	78	78	78	127	77	55	55
Tuki rahoituksen hankintaan – <i>Support for financing costs</i>	–	–	–	–	17	41	72	–
Koulutus * – <i>Training *</i>	–	117	–	–	–	–	–	–
Automaattinen video/dvd-tuki – <i>Automatic support for video and dvd</i>	–	–	–	621	213	–	–	–
<b>Yhteensä ** – Total **</b>	<b>1 065</b>	<b>1 408</b>	<b>1 155</b>	<b>1 819</b>	<b>1 896</b>	<b>1 317</b>	<b>1 137</b>	<b>1 619</b>

\* Osarahoitusta koulutuksen järjestäjille.  
*Co-financing for organising training.*

\*\* Lisäksi suomalaiset osallistuivat Media Plus ohjelman koulutukseen.  
*In addition, Finnish professionals participated in training programmes of Media Plus.*

Lähde: Suomen Elokuvasäätiö, Media Desk  
Source: Finnish Film Foundation, Media Desk

6.14 Pohjoismaisen elokuva- ja televisiorahaston tuki suomalaisille elokuville ja televisiosarjoille 2001–2008

*Subsidies granted by the Nordisk Film & TV Fund to Finnish films and series in 2001–2008*

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	1 000 € – thousand €							
<i>Tuotantotuki – Production subsidies:</i>								
Näytelmäelokuvat – <i>Feature films</i>	547	336	490	633	849	41	524	529
Televisiofiktio/-sarjat – <i>TV fiction/series</i>	180	121	120	–	162	99	25	97
Lyhytelokuvat – <i>Short films</i>	–	–	–	48	17	14	–	–
Dokumenttielokuva – <i>Documentaries</i>	184	114	71	91	161	162	72	112
<i>Hankkeiden kehittäminen – Project development</i>	37	53	63	72	112	65	56	158
<i>Muiden Pohjoismaiden elokuvien levittäminen Suomessa Distribution of films from other Nordic countries in Finland</i>	43	136	66	26	42	–	75	30
<i>Muu tuki – Other</i>	9	20	42	–	37	–	6	6
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>999</b>	<b>780</b>	<b>852</b>	<b>870</b>	<b>1 382</b>	<b>381</b>	<b>758</b>	<b>933</b>

Lähde: Pohjoismainen elokuva- ja televisiorahasto

Source: Nordisk Film & TV-fund



## 7 Kirjat ja kirjastot

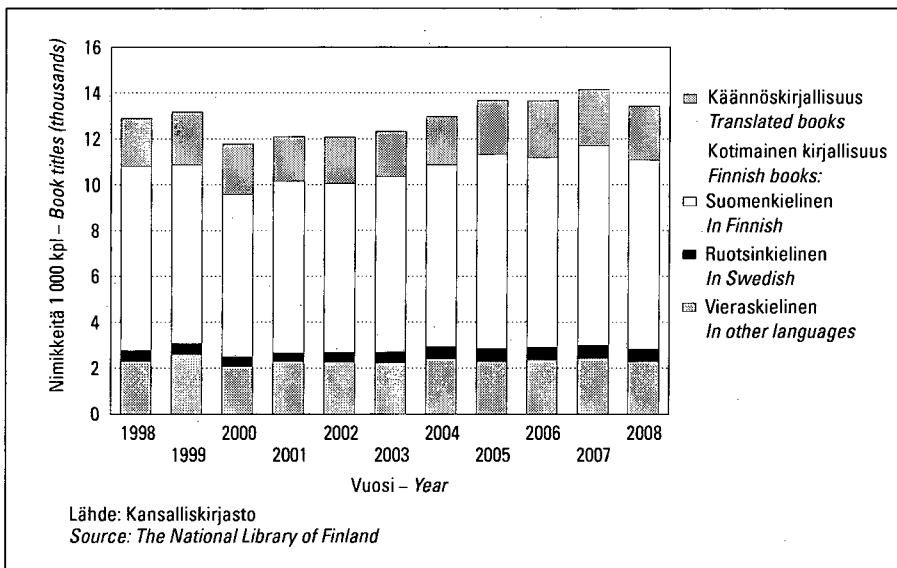
Vuonna 2008 julkaistujen kirjojen lukumäärä laski Suomessa ensimmäistä kertaa tällä vuosikymmenellä. Kirjoja julkaistiin yhteensä 13 419 nimekettä, joka oli 5 prosenttia vähemmän kuin edellisellä vuonna. Julkaistujen nimikkeiden määrä kasvoi pitkään. Vuonna 2008 nimekkeitä oli 14 prosenttia enemmän kuin vuosikymmenen alussa. Tiedot perustuvat Kansalliskirjaston tilastoihin, jotka sisältävät varsinaisten kirjojen lisäksi pienpainatteet (5–48 sivua). Pienpainatteiden osuus kaikista nimekkeistä oli melko alhainen, vain noin 15 prosenttia. (Taulukko 7.1.)

Kustannusyriyten lisäksi kirjoja julkaisivat lukuisat eri tahot kuten järjestöt, yliopistot ja valtion virastot. Toisin kuin kustannusyriyksille, valtaosalle niistä julkaiseminen ei ole päätoimintaa vaan sitä palvelevaa toimintaa, esimerkiksi tiedottamista. Suomen ISBN-keskuksen kustantajarekisterissä oli vuoden 2008 syyskuussa 5 000 kustantajaa. Tästä joukosta kustannusyriykset muodostivat vain pienen osan. Kirjankustantajien toimialajärjestössä Suomen Kustannusyhdistyksessä oli noin sata jäsentä. Kustannusyriyten osuus julkaistuista kirjoista oli kuitenkin suuri. Kustannusyhdistyksen jäsenet julkaisivat lähes kaksi kolmannesta kaikesta Suomessa ilmestyvästä kirjallisuudesta vuonna 2007. Kansalliskirjaston tilastot sisältävät kaikkien julkaisijoiden kirjat.

Suomessa julkaistun kirjallisuuden sisällöllisessä rakenteessa on tapahtunut vain pieniä muutoksia, sillä eri kirjallisuuslajien nimekemäärät ovat kasvaneet pit-

Kuvio 7.1 Julkaistu kotimainen ja käännoiskirjallisuus 1998–2008

Figure 7.1 Finnish and translated books published 1998–2008



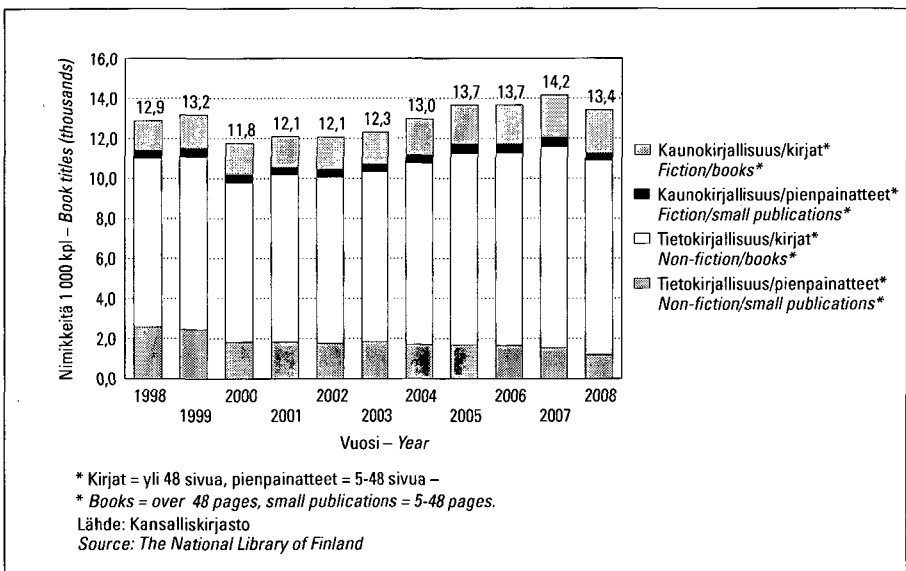
kälti samassa tahdissa. Tosin vuonna 2008 tietokirjallisuuden nimikemäärät (-6%) laskivat enemmän kuin kaunokirjallisuuden (-2%). Valtaosa julkaistusta kirjallisuudesta on tietokirjallisuutta. Sen osuus nimekkeistä oli 81 prosenttia ja kaunokirjallisuuden osuus 19 prosenttia vuonna 2008. Kaunokirjallisuuden nimikkeiden määrä (+28 %) on tällä vuosikymmenellä kasvanut hieman nopeammin kuin tietokirjallisuuden (+11 %). (Taulukko 7.2.)

Lastenkirjallisuuden nimikemäärä on tällä vuosikymmenellä kasvanut hieman hitaammin kuin julkaiseminen kokonaisuudessaan. Vuonna 2008 ilmestyi 1 096 lastenkirjaa, joka oli kymmenen prosenttia enemmän kuin vuonna 2000. Kahdeksan prosenttia Suomessa julkaistuista kirjoista oli lastenkirjoja vuonna 2008. (Taulukko 7.2.)

Suomessa julkaistu kirjallisuus on valtaosin kotimaista. Kotimaisen kirjallisuuden osuus kaikista nimikkeistä oli 82 prosenttia vuonna 2008. Kotimaisen kirjallisuuden nimikemäärä on tällä vuosikymmenellä kasvanut hieman nopeammin kuin käännöskirjallisuuden. Kotimaista kirjallisuutta julkaistaan kotimaisten kielten lisäksi paljon myös muilla kielillä. Vuonna 2008 kotimaisesta kirjallisuudesta 21 prosenttia ilmestyi muilla kuin kotimaisilla kielillä. Vastaavasti suomeksi julkaistiin 75 prosenttia ja ruotsiksi viisi prosenttia nimikkeistä. Vierailta kielillä julkaiseminen yleistyi nopeasti 1980- ja 1990-luvuilla. Julkaiseminen enenevässä määrin ulkomaiselle lukijakunnalle oli osa eri alojen kuten tutkimuksen ja hallinnon kansainvälistymistä. Tällä vuosikymmenellä kotimaisesta kirjallisuudesta on kasvanut suhteellisesti nopeimmin ruotsinkielisen kirjallisuuden nimikkeiden määrä. (Taulukko 7.1.)

Suomessa julkaistu käännöskirjallisuus on lähes yksinomaan suomennoksia. Ruotsinnoksia ilmestyi vuonna 2008 vain 83 kappaletta eli neljä prosenttia kään-

Kuvio 7.2 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1998–2008  
 Figure 7.2 Fiction and non-fiction books published 1998–2008



nöksistä (taulukko 7.1). Ruotsinkielisen käännöskirjallisuuden tarjontaa parantaa kuitenkin se, että suomalaiset kustantajat ottavat useista Ruotsissa käännettyistä ja julkaistuista ruotsinnoksista osapainoksen Suomen markkinoita varten.

Kirjankaltaisia sisältöjä julkaistaan myös digitaalisina tuotteina. Digitaaliset kirjat olivat multimediatallenteita, online-tuotteita ja internetistä ladattavia tekstimuotoisia julkaisuja. Digitaalisten kirjojen julkaiseminen on vielä huomattavan vähäistä perinteisten kirjojen julkaisemiseen verrattuna. Vuonna 2008 Kustannusyhdistyksen jäsenet julkaisivat yhteensä 99 uutta nimekettä digitaalisina tallenteina, 131 online-tuotteina ja 105 verkosta ladattavaa tekstimuotoista kirjaa. Digitaaliset kirjat ovat lähes yksinomaan tietokirjallisuutta ja oppimateriaalia. Vaikka digitaalisia kirjoja on ollut markkinoilla jo useita vuosia, ei niiden myynti ole kasvanut vielä kovin suureksi. Vuonna 2008 Kustannusyhdistyksen jäsenten digitaalisten julkaisutuotteiden myynti oli yli kymmenen miljoonaa euroa. (Taulukko 7.7.)

Myös äänikirjoja on ollut markkinoilla jo pitkään, aluksi c-kasetteina ja nykyään cd-rom tai dvd -tallenteina. Viime aikoina äänikirjoja on alettu julkaista myös internetistä ladattavina tiedostoina. Uusia äänikirjoja julkaistiin tallenteina yhteensä 166 ja tiedostoina 14 nimekettä vuonna 2008. Äänikirjoja myytiin vuonna 2008 yhteensä alle 1,5 miljoonalla eurolla. (Taulukko 7.8.)

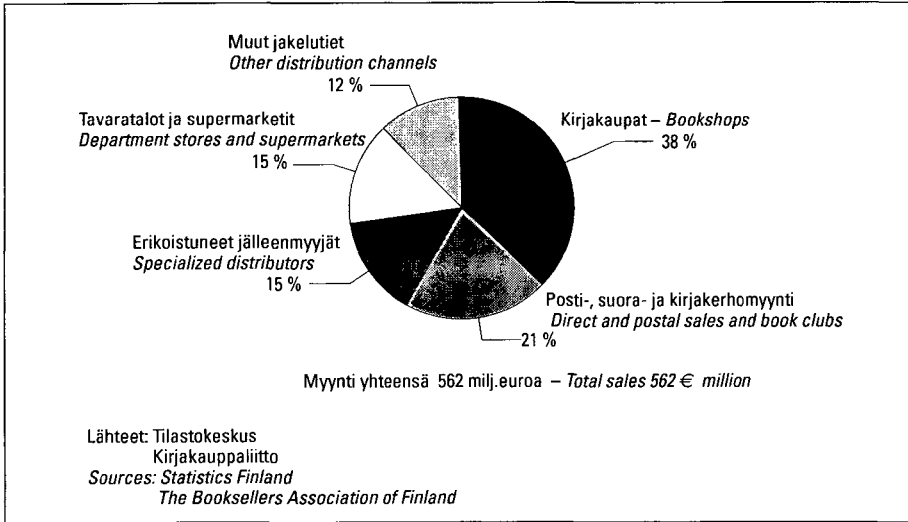
Kirjojen kokonaisymyynnin arvo on kasvanut Suomessa useita vuosia, tosin vuonna 2008 enää hyvin vähän. Vuonna 2008 kirjoja myytiin yhteensä 562 miljoonalla eurolla, joka oli neljänneksen enemmän kuin vuonna 2000 (taulukko 7.4). Luku sisältää kaiken kirjamyynnin eli kuluttajien ostamien kirjojen lisäksi muun muassa yritysten ja oppilaitosten kirjahankinnat. Kappalemääräisesti Suomessa myytiin vuonna 2007 yhteensä 32 miljoonaa kirjaa.

Kirjamyynnin rakenteessa on tapahtunut vain vähän muutoksia 2000-luvulla. Suurin muutos on suurteosten eli lähinnä tietokirjasarjojen myynnin puolittuminen 224 000 kirjaan vuosina 2000–06. Yleistynyt tiedon hakeminen internetistä on todennäköisesti vähentänyt tietokirjasarjojen kysyntää. Luvut sisältävät Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten julkaisemien kirjojen myynnin, joka kattaa noin 85 prosenttia kirjamyynnistä. Toinen merkillepantava kehityspiirre on lasten- ja nuortenkirjojen myynnin kasvaminen 13 prosentilla vuosina 2000–06. Vuonna 2006 myytiin yhteensä 9,2 miljoonaa lasten- ja nuortenkirjaa. Kaunokirjallisuutta myytiin 4,7 miljoonaa kirjaa. Kirjojen myynnin rakenteesta ei ole kappalemääräisiä tietoja kaikkien kirjaryhmien osalta vuosilta 2007–08. Kirjojen euromääräisen myynnin rakenteesta ei ole tapahtunut kovin suuria muutoksia. (Taulukko 7.6.)

Keskimäärin suomalainen kotitalous käytti kirjoihin rahaa 132 euroa vuonna 2006 Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen mukaan. Summa on kasvanut 38 prosenttia vuodesta 2001. Vaikka kirjoihin käytetään yhä enemmän rahaa, on kirjojen osuus kaikista kulttuurimenoista laskenut. (Taulukko 1.17).

Kirjoilla on useita myyntikanavia, joista myynnin arvolla mitattuna kirjakaupat ovat suurin. Kirjakauppojen osuus kokonaisymyynnistä oli 38 prosenttia vuonna

Kuvio 7.3 Kirjallisuuden myynti kanavittain 2008  
 Figure 7.3 Marketing channels of books 2008



2008 (taulukko 7.5). Kirjakauppojen kirjamyynni kasvoi vuoteen 2006 asti, minkä jälkeen se on supistunut hieman. Suomessa toimi 295 yleiskirjakauppaa ja 134 erikoiskirjakauppaa (taulukko 7.10). Toiseksi suurimman kirjojen myyntikanavan muodostavat kirjakerhot ja posti- ja suoramyynti, joiden yhteenlaskettu osuus mynnistä oli 21 prosenttia. Suomessa toimi viitisentoista kirjakerhoa erikoiskerhot mukaan lukien. Suurimmat kerhot ovat isojen kirjankustantajien omistamia. Kirjakerhoista suurin on Suuri Suomalainen Kirjakerho, jolla oli noin 300 000 jäsentä (taulukko 7.11).

Kirjat ovat vakiinnuttaneet paikkansa myös tavaratalojen ja supermarkettien tuotevalikoimissa. Lähes 200 tavaratalossa ja marketissa oli joko kirjakauppa tai suppeamman valikoiman kirjaosasto. Tavaratalot ja supermarketit ovat kasvattaneet tällä vuosikymmenellä myyntiään suhteellisesti eniten (+ 70 %) kaikista kanavista. (Taulukot 7.5 ja 7.10.)

Kirjoja voi ostaa yleisesti myös internetissä. Monet kirja-alan toimijat kuten kustantajat, kirjakaupat ja kirjakerhot ovat ottaneet verkkokaupan osaksi toimintaansa. Edellä esitetyt tiedot eri kanavien myynnin arvosta sisältävät myös niiden verkkokaupan. Pelkästään verkossa kirjoja myyvät kirjakaupat ovat Suomessa harvinaisia. Vuoden 2008 syksyllä niitä oli vain yksi kappale. Siitä huolimatta, että kirjat ovat verkkokaupan suosituimpia myyntiartikkeleita, on verkkokaupan taloudellinen merkitys pieni. Verkosta ostettujen kirjojen osuudeksi koko kirjamyynnistä arvioitiin neljä prosenttia vuonna 2007. Tilastokeskuksen vuoden 2008 tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimuksen mukaan noin kolmannes verkkokaupasta joutain viimeisen vuoden aikana ostaneista oli ostanut sieltä kirjoja tai lehtiä.

## Kirjastot

Yleiset kirjastot ovat tärkeä kirjojen jakelukanava. Niiden merkitystä kuvaa hyvin se, että yleisistä kirjastoista vuosittain otettujen kirjalainojen määrä on yli kaksinkertainen vuodessa myytyjen kirjojen määrään verrattuna (73 miljoonaa kirjalainaa 2008 vs. 32 miljoonaa myytyä kirjaa 2007).

Suomalainen kirjastoverkko on edelleen hyvin laaja, vaikka se onkin supistunut jo jonkin aikaa. Vuonna 2008 oli toiminnassa 384 pääkirjastoa, joka oli 12 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2000. Nopeimmin tällä vuosikymmenellä ovat vähentyneet laitoskirjastot, 44 prosentilla. Vuonna 2008 Suomessa toimi kaikkiaan 55 laitoskirjastoa. Sivukirjastojen lukumäärä on pysynyt viime vuosina ennallaan. (Taulukko 7.13.)

Kirjastopalvelujen laatuun vaikuttaa kirjastoverkon tiheyden lisäksi kirjastojen kokoelmien määrä ja sisältö. Yleisten kirjastojen kokoelmassa oli 36 miljoonaa kirjaa vuonna 2008. Muuta aineistoa eli lähinnä lehtiä, videoita ja äänitteitä oli yhteensä lähes viisi miljoonaa kappaletta. Muu aineisto oli vuosina 2000–08 kasvanut noin 20 prosentilla. Kirjakokoelmat olivat sen sijaan kooltaan supistuneet kolmella prosentilla eli yli miljoonalla kirjalla. Kirjastojen palvelujen monipuolistumisen myötä myös niiden kokoelmien rakenne on muuttunut. Muun aineiston kuin kirjojen osuus on kasvanut vuosikymmenen alusta yhdeksästä kahteentoista prosenttiin. Nimellisesti kirjastojen kirjankäytön menot kasvoivat 10 prosenttia 2000–08, mutta reaalisesti ne ovat kuitenkin laskeneet. Yleisten kirjastojen menot olivat yhteensä 52 euroa asukasta kohden vuonna 2008. (Taulukko 7.14 ja 7.16.)

Suomalaiset käyttävät kirjastojaan yleisesti ja aktiivisesti. 2,2 miljoonaa suomalaista eli noin 40 prosenttia väestöstä lainasi kirjastosta jotain vuonna 2008. Kirjastojen käytön yleisyys on kuitenkin hieman laskenut. Vuosina 2000–08 lainaajien määrä laski 10 prosenttia ja lainaajien osuus väestöstä lähes kuusi prosenttiyksikköä.

Kirjastojen asiakkaat hankkivat kirjastoista luettavaa, kuunneltavaa ja katseltavaa ahkerasti. Keskimäärin lainaajat ottivat 46 lainaa vuodessa. Lainausaktiivisuus on pysynyt viime vuosina samalla tasolla. (Taulukko 7.15.)

## Tilastointi

Suomessa julkaistujen kirjojen nimekkeiden määriä koskevat tiedot perustuvat Kansalliskirjaston tietoihin. Kansalliskirjastolla on lain mukaan oikeus saada vapaakappaleet kaikista Suomessa julkaistuista kirjoista ja lehdistä. Tiedot kattavat kaiken Suomessa julkaistun kirjallisuuden, siis varsinaisten kirjankustantajien julkaisemien kirjojen ohella muiden tahojen kuten järjestöjen, yliopistojen ja julkisen



hallinnon julkaisut. Kansalliskirjaston tilastot sisältävät sekä varsinaiset kirjat (yli 48 sivua) että pienempainatteet (5-48 sivua).

Varsinaisten kirjankustantajien julkaisemien kirjojen määrää ja myyntiä koskevat tiedot perustuvat Suomen Kustannusyhdistyksen tilastoihin. Kustannusyhdistys uudisti tilastointiaan vuonna 2008, minkä seurauksena tilastoinnin tietosisältö muuttui jonkin verran. Tilastoinnin piiriin tuotiin uusia asioita, mutta samalla myös eräistä aiemmin kerättyjä tietoja jätettiin pois.

Tiedot kirjojen myynnistä myyntikanavittain perustuvat Kirjakauppaliiton Tilastokeskukselta tilaamaan selvitykseen.

Tiedot kirjakerhoista perustuvat kerhojen omiin ilmoituksiin.

Yleisten kirjastojen tilastoinnista vastaa opetusministeriön viestintäkulttuuriyksikkö.

## **Täydentävää kirjallisuutta:**

Internetin käytön muutokset. Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2008 -tutkimuksen tuloksia. Katsauksia 2009/1. Tilastokeskus.

Kirja-ala Suomessa. Kirjakauppaliitto, 2008. <http://www.kirjakauppaliitto.fi/>

Kirjakauppaliitto. Kirja-ala. <http://www.kirjakauppaliitto.fi/?doc=2>. 2006.

*Lehtonen, Mikko:* Post scriptum. Kirja medioitumisen aikakaudella. Vastapaino, Tampere 2001.

*Leino-Kaukiainen, Pirkko:* Tuhansia kirjoja. Mitä tilastot kertovat? Teoksessa Joukkoviestimet 2006. Tilastokeskus, Helsinki.

*Mäkinen, Ilkka:* Yleiset kirjastot. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

*Niemi, Juhani:* Kirjan markkinat. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

*Saarinen, Joensuu & Koskimaa (toim.):* Kirja 2010. Kirja-alan kehitystrendit. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 70. Jyväskylä 2001.

*Sauri, Tuomo:* Lukeminen. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

*Stockmann, Bengtsson & Repo:* Kirja Suomessa. Opetusministeriö, Kulttuuripoliittikan osaston julkaisusarja 1/2000. Helsinki.

## Taulukot – Tables

- 7.1 Julkaistu kotimainen ja käänöskirjallisuus 1998–2008  
*Finnish and translated books published 1998–2008*
- 7.2 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen kokonaisnimiketuotanto 1998–2008  
*Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles 1998–2008*
- 7.3 Uutuuskirjojen nimeketuotanto kirjallisuudenlajeittain 2003–2008  
*Production of first edition titles 2003–2008*
- 7.4 Kirjamyynnin arvo 1998–2008  
*Value of book sales 1998–2008*
- 7.5 Kirjallisuuden myynti kanavittain 1998–2008  
*Marketing channels of books 1998–2008*
- 7.6 Kirjamyynnin arvo kirjallisuusryhmittäin 1998–2008  
*Value of book sales by type of literature 1998–2008*
- 7.7 Kirjaksi luokiteltavien digitaalisten julkaisujen uudet nimikkeet ja myynti 2008  
*Digital publications classified as books: new titles and sales 2008*
- 7.8 Äänikirjojen julkaiseminen ja myynti 2008  
*Publishing and sales of audio books 2008*
- 7.9 Suurimmat kirjankustantajat 2000–2007  
*Biggest book publishers 2000–2007*
- 7.10 Kirjakaupat ja kirjaosastot 2003–2008  
*Book stores and book departments 2003–2008*
- 7.11 Suurimmat kirjakerhot 2007  
*Biggest book clubs 2007*
- 7.12 Antikvariaattien määrä 1997–2007  
*Number of second-hand bookshops 1997–2007*
- 7.13 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laitoskirjastot sekä kirjastoautot 1998–2008  
*Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries 1998–2008*
- 7.14 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat 1998–2008  
*Collections and acquisitions of public libraries 1998–2008*
- 7.15 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat 1998–2008  
*Public library borrowers and lendings 1998–2008*
- 7.16 Yleisten kirjastojen kirjahankinnat ja aineistomenot 1998–2008  
*Public libraries: book acquisitions and materials expenses 1998–2008*
- 7.17 Kirjojen lukeminen 1992–2008  
*Book readership 1992–2008*

## *Kuviot – Figures*

- 7.1 Julkaistu kotimainen ja käänöskirjallisuus 1998–2008  
*Finnish and translated books published 1998–2008*
- 7.2 Julkaistu kauno- ja tietokirjallisuus 1998–2008  
*Fiction and non-fiction books published 1998–2008*
- 7.3 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden 1998–2008  
*Number of library borrowers and lendings per inhabitant 1998–2008*

## 7.1 Julkaistu kotimainen ja käännöskirjallisuus 1998–2008\*

### Finnish and translated books published 1998–2008\*

Vuosi – Year	Kotimainen kirjallisuus – Finnish books					Käännöskirjallisuus Translated books			Yhteensä – Total	
	Suomen- kielinen** Finnish language**	Ruotsin- kielinen Swedish language	Suomen- ja ruotsin- kieliset yhteensä Finnish and Swedish language total	Muun- kieliset teokset Other languages	Yhteensä Total	Suomen- noksia Into Finnish	Ruotsin- noksia Into Swedish	Yhteensä Total	Näistä ensi- painoksia Of which first editions	
	Kpl – No.									
1998	8 044	461	8 505	2 301	10 806	1 995	86	2 081	<b>12 897</b>	12 121
1999	7 801	470	8 271	2 597	10 868	2 211	94	2 305	<b>13 173</b>	12 368
2000	7 097	385	7 482	2 088	9 570	2 106	88	2 194	<b>11 764</b>	11 066
2001	7 497	372	7 869	2 281	10 150	1 862	78	1 940	<b>12 090</b>	11 219
2002	7 375	406	7 781	2 271	10 052	1 928	89	2 017	<b>12 069</b>	11 088
2003	7 650	460	8 110	2 232	10 342	1 887	80	1 967	<b>12 309</b>	11 440
2004	7 939	513	8 452	2 417	10 869	2 007	101	2 108	<b>12 977</b>	12 104
2005	8 482	555	9 037	2 281	11 318	2 235	114	2 349	<b>13 667</b>	12 658
2006	8 288	525	8 813	2 372	11 185	2 363	109	2 472	<b>13 657</b>	12 722
2007	8 712	559	9 271	2 430	11 701	2 341	113	2 454	<b>14 154</b>	13 099
2008										
Kaikki – All	8 258	539	8 797	2 277	11 074	2 262	83	2 345	<b>13 419</b>	12 378
Kirjat – Books	7 331	479	7 810	2 029	9 839	1 967	74	2 041	<b>11 880</b>	10 889
Pienpainatteet Small publications	927	60	987	248	1 235	295	9	304	<b>1 539</b>	1 489
	%									
1998	62	4	66	18	84	15	0,7	16	100	94
1999	59	4	63	20	83	17	0,7	17	100	94
2000	60	3	64	18	81	18	0,7	19	100	94
2001	62	3	65	19	84	15	0,6	16	100	93
2002	61	3	64	19	83	16	0,7	17	100	92
2003	62	4	66	18	84	15	0,6	16	100	93
2004	61	4	65	19	84	15	0,8	16	100	93
2005	62	4	66	17	83	16	0,8	17	100	93
2006	61	4	65	17	82	17	0,8	18	100	93
2007	62	4	66	17	83	17	0,8	17	100	93
2008										
Kaikki – All	62	4	66	17	83	17	0,6	17	100	92
Kirjat – Books	62	4	66	17	83	17	0,6	17	100	92
Pienpainatteet Small publications	60	4	64	16	80	19	0,6	20	100	97

\* Tilastointi perustuu Suomen kirjallisuus- kansallisbibliografian alanimäisen osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta, ks. Unescon tilastollinen vuosikirja. Myös pienpainatteet (5–48 sivua) sisältyvät lukuihin.  
Based on the data of the national bibliography as classified by subject under Finnish literature. Statistics drawn up on the basis of Unesco recommendations, see Unesco Statistical Yearbook. Small publications (5–48 pages) included in the figures.

\*\* Sisältää myös kaksi- ja useampikieliset kirjat.  
Includes books in two or more languages.

Lähde: Kansalliskirjasto  
Source: The National Library of Finland

7.2 Tieto- ja kaunokirjallisuuden sekä koulu- ja lastenkirjojen kokonaisnimiketuotanto 1998–2008\*  
*Non-fiction, fiction, schoolbooks and children's books: total number of titles 1998–2008\**

Vuosi Year	Tietokirjallisuus Non-fiction		Kaunokirjallisuus** Fiction**		Yhteensä Total		Tästä – Of which			
	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Kpl – No.	%	Koulukirjoja Schoolbooks		Lastenkirjoja Children's books	
							Kpl – No.	%	Kpl – No.	%
<b>Pienpainatteen (5–48 sivua) – Small publications (5–48 pages)</b>										
1998	2 581	87	392	13	<b>2 973</b>	100	36	1	487	16
1999	2 460	85	424	15	<b>2 884</b>	100	49	2	576	20
2000	1 834	82	403	18	<b>2 237</b>	100	56	3	563	25
2001	1 823	84	361	17	<b>2 184</b>	100	55	3	469	22
2002	1 765	82	380	18	<b>2 145</b>	100	37	2	529	25
2003	1 842	82	393	18	<b>2 235</b>	100	31	1	446	20
2004	1 705	81	389	19	<b>2 094</b>	100	44	2	471	23
2005	1 688	79	456	21	<b>2 144</b>	100	42	2	569	27
2006	1 654	79	429	21	<b>2 083</b>	100	27	1	516	25
2007	1 546	76	490	24	<b>2 036</b>	100	42	2	600	30
2008	1 184	77	355	23	<b>1 539</b>	100	26	2	385	25
<b>Kirjat (yli 48 sivua) – Books (more than 48 page)</b>										
1998	8 422	85	1 492	15	<b>9 914</b>	100	380	4	370	4
1999	8 616	84	1 673	16	<b>10 289</b>	100	383	4	422	4
2000	7 957	84	1 570	16	<b>9 527</b>	100	350	4	430	5
2001	8 360	84	1 546	16	<b>9 906</b>	100	460	5	476	5
2002	8 295	84	1 629	16	<b>9 924</b>	100	466	5	479	5
2003	8 490	84	1 584	16	<b>10 074</b>	100	426	4	474	5
2004	9 071	83	1 812	17	<b>10 883</b>	100	521	5	561	5
2005	9 560	83	1 963	17	<b>11 523</b>	100	649	6	560	5
2006	9 631	83	1 942	17	<b>11 573</b>	100	539	5	557	5
2007	10 016	83	2 102	17	<b>12 118</b>	100	518	4	644	5
2008	9 703	82	2 177	18	<b>11 880</b>	100	468	4	711	6
<b>Yhteensä – Total</b>										
1998	11 003	85	1 884	15	<b>12 887</b>	100	416	3	857	7
1999	11 076	84	2 097	16	<b>13 173</b>	100	432	3	998	8
2000	9 791	83	1 973	17	<b>11 764</b>	100	406	3	993	8
2001	10 183	84	1 907	16	<b>12 090</b>	100	515	4	945	8
2002	10 060	83	2 009	17	<b>12 069</b>	100	503	4	1 008	8
2003	10 332	84	1 977	16	<b>12 309</b>	100	457	4	920	8
2004	10 776	83	2 201	17	<b>12 977</b>	100	565	4	1 032	8
2005	11 248	82	2 419	18	<b>13 667</b>	100	691	5	1 129	8
2006	11 285	83	2 371	17	<b>13 656</b>	100	566	4	1 073	8
2007	11 562	82	2 592	18	<b>14 154</b>	100	560	4	1 244	9
2008	10 887	81	2 532	19	<b>13 419</b>	100	494	4	1 096	8

\* Tilastointi perustuu Suomen kirjallisuus -kansallisbibliografian alanimiköidensä osaston aineistoon. Tilastoinnissa on noudatettu Unescon suositusta, ks. Unescon tilastollinen vuosikirja.

Based on the data of the national bibliography as classified by subject under Finnish literature. Statistics drawn up on the basis of Unesco recommendations, see Unesco Statistical Yearbook.

\*\* Kaunokirjallisuus sisältää proosan, lasten- ja nuortenkirjallisuuden sekä runouden.  
 Fiction includes prose, children's books, juvenile books and poetry.

Lähde: Kansalliskirjasto

Source: The National Library of Finland

### 7.3 Uutuuskirjojen nimeketuotanto kirjallisuudenlajeittain 2003–2008 \* Production of first edition titles 2003–2008 \*

Kirjallisuuden laji <i>Type of literature</i>	2003 Kpl – No.	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Kaunokirjallisuus</b> <i>Fiction</i>						
Lasten ja nuorten kirjat <i>Books for children and young adults</i>	896	1 032	1 072	1 118	890	1 138
Sarjakuvakirjat** <i>Comics books**</i>	..	..	..	..	178	300
<b>Tietokirjat</b> <i>Non-fiction</i>	1 694	1 856	1 830	2 032	1 948	1 828
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for comprehensive school</i>	290	313	334	420	287	277
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>						
Koulu- ja kurssikirjat yhteensä <i>Schoolbooks and textbooks total</i>	665	761	879	1 019	764	669
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>3 954</b>	<b>4 366</b>	<b>4 511</b>	<b>5 062</b>	<b>4 646</b>	<b>4 648</b>
	%					
<b>Kaunokirjallisuus</b> <i>Fiction</i>	17,7	16,4	16,2	17,6	18,6	15
Lasten ja nuorten kirjat <i>Books for children and young adults</i>	22,7	23,6	23,8	22,1	19,2	24
Sarjakuvakirjat** <i>Comics books**</i>	..	..	..	..	3,8	6
<b>Tietokirjat</b> <i>Non-fiction</i>	42,8	42,5	40,6	40,1	41,9	39
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for comprehensive school</i>	7,3	7,2	7,4	8,3	6,2	6
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	9,5	10,3	12,1	11,8	10,2	8
Koulu- ja kurssikirjat yhteensä <i>Schoolbooks and textbooks total</i>	16,8	17,4	19,5	20,1	16,4	14
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja.  
*Sales reported by members of the Finnish Book Publishers' Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year.*

\*\* Vuoteen 2006 saakka pääosin lasten ja nuorten kirjoissa, osaksi kaunokirjallisuudessa.  
*Until 2006 mainly among books for children and young adults, partly also among fiction.*

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
Source: The Finnish Book Publishers' Association

**7.4 Kirjamyynnin arvo 1998–2008**  
*Value of book sales 1998–2008*

Vuosi – Year	Myyntin arvo Value of sales € milj. – € million	Kiintein (2008) hinnoin Fixed (2008) prices € milj. – € million
1998	397	478
1999	415	494
2000	446	514
2001	453	510
2002	474	524
2003	479	526
2004 *	499	546
2005	520	564
2006	532	567
2007	554	577
2008	562	562

\* Menetelmämuutoksen vuoksi luvut eivät täysin vertailukelpoisia edellisten vuosien kanssa.

\* Due to a change in the methodology figures are not completely comparable with previous years.

Lähteet: Tilastokeskus, Kirjakauppaliitto  
 Sources: Statistics Finland, The Booksellers' Association of Finland

**7.5 Kirjallisuuden myynti kanavittain 1998–2008**  
*Marketing channels of books 1998–2008*

Myyntikanava – Marketing channel	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	€ milj. – € million										
Kirjakaupat – Bookshops	144	148	161	169	178	183	205	213	216	214	212
Posti-, suora- ja kirjakerhomyynti Direct and postal sales plus book clubs	127	132	136	135	139	136	140	137	125	127	115
Erikoistuneet jälleenmyyjät Specialized distributors	44	45	51	52	58	55	52	59	68	76	82
Tavaratalot ja supermarketit Department stores and supermarkets	36	40	43	44	41	43	49	55	67	73	83
Muut jakelutiet – Other distribution channels	47	50	57	54	58	63	54	56	57	65	69
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>397</b>	<b>415</b>	<b>447</b>	<b>453</b>	<b>474</b>	<b>479</b>	<b>499</b>	<b>520</b>	<b>532</b>	<b>554</b>	<b>562</b>

Myyntikanava – Marketing channel	%										
Kirjakaupat – Bookshops	36	36	36	37	37	38	41	41	41	39	38
Posti-, suora- ja kirjakerhomyynti Direct and postal sales plus book clubs	32	32	30	30	29	28	28	26	24	23	21
Erikoistuneet jälleenmyyjät Specialized distributors	11	11	11	11	12	12	10	11	13	14	15
Tavaratalot ja supermarketit Department stores and supermarkets	9	10	10	10	9	9	10	11	13	13	15
Muut jakelutiet – Other distribution channels	12	12	12	12	12	13	11	11	11	12	12
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Kirjojen arvonlisäverollinen vähittäismyynti.  
 Sales at consumer level including VAT.

Lähteet: Tilastokeskus, Kirjakauppaliitto ry  
 Sources: Statistics Finland, The Booksellers Association of Finland

7.6 Kirjamyynnin arvo kirjallisuusryhmittäin 1998–2008 \*  
*Value of book sales by type of literature 1998–2008 \**

Kirjallisuuden laji <i>Type of literature</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Milj. € – € million										
Kaunokirjat <i>Fiction</i>	32	33	36	37	38	37	41	40	39	40	42
Lasten- ja nuortenkirjat <i>Children's and juvenile books</i>	30	33	36	41	41	39	43	43	46	29	33
Sarjakuvat <i>Comics**</i>										12	16
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	20	17	16	15	18	19	21	20	13	..	..
Tietokirjat <i>Non-fiction</i>	85	87	87	88	91	97	117	113	107	100	101
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	37	38	40	43	45	45	48	52	51	50	50
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	35	34	37	35	35	35	32	38	38	39	37
Muut – <i>Others</i>	1	0	1	2	1	–	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>239</b>	<b>243</b>	<b>253</b>	<b>260</b>	<b>269</b>	<b>271</b>	<b>302</b>	<b>306</b>	<b>294</b>	<b>270</b>	<b>279</b>
	%										
Kaunokirjat <i>Fiction</i>	13	14	14	14	14	14	14	13	13	15	15
Lasten- ja nuortenkirjat <i>Children's and juvenile books</i>	12	14	14	16	15	14	14	14	16	11	12
Sarjakuvat <i>Comics**</i>										4	6
Suurteokset <i>Encyclopedic, reference, etc.</i>	8	7	6	6	7	7	7	7	4	..	..
Tietokirjat <i>Non-fiction</i>	36	36	35	34	34	36	39	37	36	37	36
Peruskoulukirjat <i>Schoolbooks for primary school</i>	15	16	16	16	17	17	16	17	17	19	18
Muut koulu- ja kurssikirjat <i>Other schoolbooks and textbooks</i>	15	14	14	13	13	13	11	12	13	14	13
Muut – <i>Others</i>	0	0	0	1	0	–	–	–	–	–	–
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajien ilmoittama myynti. Luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska tietoja antaneet Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenkustantajat eivät ole eri vuosina täysin samoja.  
*Sales reported by members of the Finnish Book Publishers Association. The figures for different years are not fully comparable as the number of respondents has varied from year to year.*

\*\* Vuoteen 2006 saakka pääosin lasten ja nuorten kirjoissa, osaksi kaunokirjallisuudessa.  
*Until 2006 mainly among books for children and young adults, partly also among fiction.*

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
 Source: The Finnish Book Publishers Association



**7.7 Kirjaksi luokiteltavien digitaalisten julkaisujen uudet nimikkeet ja myynti 2008**  
**Digital publications classified as books: new titles and sales 2008**

Julkaisutyyppi <i>Type of publication</i>	Uudet nimikkeet <i>New titles</i> Kpl – No.
Digitaaliset tallenteet – <i>Digital recordings</i>	99
Ladatattavat tekstimuotoiset kirjat – <i>Download books consisting of text</i>	131
Online -julkaisut – <i>On-line publication</i>	105
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>335</b>
	Myynti <i>Sales</i> € 1 000 – <i>EUR 1,000</i>
Digitaaliset tallenteet – <i>Digital recordings</i>	2 259
Ladatattavat tekstimuotoiset kirjat – <i>Download books consisting of text</i>	1 664
Online -julkaisut – <i>On-line publication</i>	7 233
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>11 156</b>

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
 Source: *The Finnish Book Publishers' Association*

**7.8 Äänikirjojen julkaiseminen ja myynti 2008**  
**Publishing and sales of audio books 2008**

	Uutuusnimikkeet <i>New titles published</i> Kpl – No.	Myynti <i>Sales</i> € 1 000 – <i>EUR 1,000</i>
Äänikirjat tallenteina – <i>Audio book recordings:</i>		
Kaunokirjallisuus – <i>Fiction</i>	36	816
Lasten ja nuorten kirjat – <i>Books for children and young adults</i>	26	400
Tietokirjat – <i>Non-fiction</i>	89	30
Oppikirjat – <i>Schoolbooks and textbooks</i>	15	84
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>166</b>	<b>1 329</b>
Ladattavat äänikirjat – <i>Download audio books:</i>		
Kaunokirjallisuus – <i>Fiction</i>	1	6
Lasten ja nuorten kirjat – <i>Books for children and young adults</i>	1	0
Tietokirjat – <i>Non-fiction</i>	1	–
Oppikirjat – <i>Schoolbooks and textbooks</i>	11	0
<b>Äänikirjat yhteensä – Audio books total</b>	<b>14</b>	<b>6</b>

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
 Source: *The Finnish Book Publishers' Association*

## 7.9 Suurimmat kirjankustantajat 2000–2007 Biggest book publishers 2000–2007

	Liikevaihto* Turnover*								Omistaja Owner
	.€ milj. – € million								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Sanoma Learning & Literature **	127	132	144	143	143	254	284	295	Sanoma Oyj
Otava	55	54	60	59	62	67	72	70	Otava-Kuvalehdet Oy
Tammi	25	28	28	29	32	30	31	27	Bonnier AB
Edita Publishing	21	20	20	18	17	17	16	17	Edita Oy
Gummerus Kustannus	11	11	11	12	12	12	12	12	Gummerus Oy
Talentum Media	10	11	10	10	10	10	9	10	Talentum Oyj
Sanoma Magazines Finland***	..	15–20	16–21	16–21	..	..	..	..	Sanoma Oyj
Valitut Palat – Reader's Digest***	15	17	..	..	..	..	..	..	The Reader's Digest Association, Inc.

\* Luvut sisältävät kirjojen ja oppimateriaalien kustantamisen sekä kirjakerhot. Ei sisällä kirjapainoja. Osa luvuista on arvioita.  
Including book and educational publishing plus book clubs. Printing not included. Some of the figures are estimates.

\*\* Kotimaan toimintojen osuus oli n. 35 % vuonna 2007.

The share of domestic activities was some 35 per cent in 2007.

\*\*\* Suurimpiin kustantajiin kuuluvat Sanoma Magazines Finland ja Valitut Palat Reader's Digest eivät enää ilmoita erikseen sektorikohtaisia liikevaihtotietoja.  
Sanoma Magazines Finland and Valitut Palat Reader's Digest no more announce their turnover by sector.

Lähteet: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset  
Sources: Company annual reports and other company sources

## 7.10 Kirjakaupat ja kirjaosastot 2003–2008 Book stores and book departments 2003–2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Yleiskirjakaupat – General book stores	309	315	316	312	302	295
• Yrittäjöomisteiset – Privately owned	208	212	213	208	197	190
• Suuret kirjakaupaketjut* – Book store chains*	101	103	103	104	105	105
Erikoiskirjakaupat – Special book stores	121	129	130	132	132	134
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>430</b>	<b>444</b>	<b>446</b>	<b>444</b>	<b>434</b>	<b>429</b>
Kirjaosastot marketeissa – Book departments in hypermarkets	132	139	141	144	144	156

\* Suomalainen Kirjakauppa, Akateeminen Kirjakauppa, S-ryhmän kirjakaupat.

Lähde: Kirjakauppaliitto  
Source: Booksellers' Association of Finland

**7.11 Suurimmat kirjakerhot 2007**  
*Biggest book clubs 2007*

Omistaja <i>Owner</i>	Kerhot <i>Book clubs</i>	Perustettu <i>Established</i>	Jäseniä kerhoissa <i>Members, total</i>
<b>Otava-Kuvalehdet</b>			<b>300 000</b>
	Suuri Suomalainen Kirjakerho	1969	
	Koululaisen Kirjklubi	1995	
	Metsästys ja Kalastus Kirjklubi	1995	
	Book Avenue	1998	
	Suuri Suomalainen Lastenkerho	2000	
	Erä Kirjakerho	2005	
	Mauri Kunnas Kirjakerho	2005	
	Dekkarikerho	2006	
	Kotimaiset klassikot -kirjakerho	2007	
<b>WSOY</b>			<b>195 000</b>
	Johanna	1971	
	Uudet Kirjat	1980	
	Ekonomia	1994	
	Uppo-Nalle	2001	
	Tyyli ja Koti	2005	
<b>Sanoma Magazines Finland</b>			<b>100 000</b>
	Lasten Oma Kirjakerho	1975	
	Merkurius	1995	
	Sisters Club	1999	
<b>Tammi</b>			<b>45 000</b>
	Lasten Parhaat Kirjat	1987	

Lähde: Yritysten toimintakertomukset ja omat ilmoitukset  
 Source: *Company annual reports and other company data*

**7.12 Antikvariaattien määrä 1997–2007**  
*Number of second-hand bookshops 1997–2007*

Vuosi <i>Year</i>	Antikvariaatteja <i>Second-hand bookshops</i>
1997	208
1998	197
1999	183
2000	178
2001	185
2002	176
2003	178
2004	177
2005	180
2006	176
2007	165

Lähteet: Tilastokeskus, Yritysrekisteri  
 Sources: *Statistics Finland, Business Register*

**7.13 Yleisten kirjastojen pää-, sivu- ja laituskirjastot sekä kirjastoautot 1998–2008\***  
**Main libraries, branch libraries, institutional libraries and mobile libraries 1998–2008\***

Vuosi Year	Pääkirjastoja Main libraries	Sivukirjastoja Branch libraries	Laituskirjastoja Institutional libraries	<b>Yhteensä Total</b>	Kirjastoautoja/veneitä Mobile libraries
1998	436	417	117	<b>970</b>	208
1999	436	401	111	<b>948</b>	203
2000	436	401	99	<b>936</b>	202
2001	432	463	94	<b>989</b>	200
2002	431	464	92	<b>987</b>	198
2003	429	458	81	<b>968</b>	192
2004	426	456	75	<b>957</b>	188
2005	412	456	71	<b>939</b>	183
2006	409	449	69	<b>927</b>	173
2007	386	451	58	<b>895</b>	168
2008	384	449	55	<b>888</b>	163

\* Ahvenanmaan maakunta ei ole mukana tilastoissa.  
 The province of Åland not included in the statistics.

Sources: Ministry of Education  
 Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
<http://tilastot.kirjastot.fi>

**7.14 Yleisten kirjastojen aineistot ja aineistohankinnat 1998–2008 \***  
**Collections and acquisitions of public libraries 1998–2008 \***

Vuosi – Year	Aineisto ** – Collections **		Yhteensä – Total	Hankinnat – Acquisitions		Yhteensä – Total
	Kirjat – Books	Muu aineisto Other material		Kirjat – Books	Muu aineisto Other material	
	1 000 kpl – '000					
1998	36 875	3 437	<b>40 313</b>	1 569	279	<b>1 848</b>
1999	36 925	3 701	<b>40 626</b>	1 557	310	<b>1 867</b>
2000	37 013	3 884	<b>40 897</b>	1 607	310	<b>1 917</b>
2001	36 435	4 060	<b>40 495</b>	1 643	297	<b>1 940</b>
2002	36 677	4 097	<b>40 774</b>	1 638	297	<b>1 934</b>
2003	36 779	4 194	<b>40 973</b>	1 595	295	<b>1 890</b>
2004	36 779	4 245	<b>41 025</b>	1 599	306	<b>1 906</b>
2005	36 526	4 354	<b>40 880</b>	1 577	299	<b>1 876</b>
2006	36 185	4 468	<b>40 653</b>	1 581	324	<b>1 905</b>
2007	35 901	4 577	<b>40 478</b>	1 628	334	<b>1 963</b>
2008	35 793	4 714	<b>40 508</b>	1 763	364	<b>2 127</b>

\* Ahvenanmaan maakunta ei ole mukana tilastossa.  
 The province of Åland not included in the statistics.

\*\* Vuoden lopussa  
 At year-end

Lähteet: Opetusministeriö  
 Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Sources: Ministry of Education  
 Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
<http://tilastot.kirjastot.fi>

7.15 Yleisten kirjastojen lainaajat ja lainat 1998–2008\*  
Public library borrowers and lendings 1998–2008\*

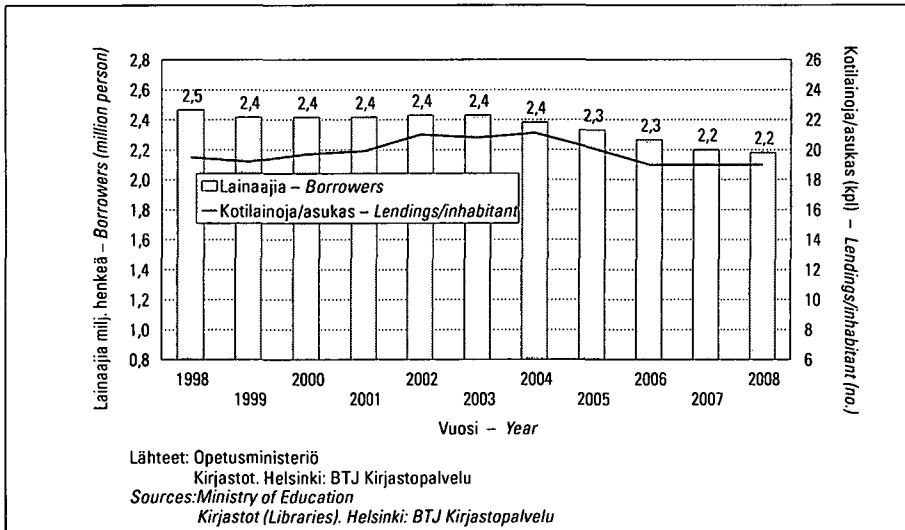
Vuosi – Year	Lainaajia – Borrowers		Lainoja – Lendings		Saadut kauko- lainat** Received inter library loans**	Yhteensä Total	Asukasta kohti Per inhabitant	Lainaajaa kohti Per borrower
	1 000 henk. '000 persons	% väestöstä % of the population	Kirjalainoja Book lendings	Muuta aineistoa Other material				
			1 000 kpl – '000				Kpl – No.	
1998	2 466	48	78 383	21 946	197	100 527	20	41
1999	2 417	47	75 895	23 158	215	99 268	19	41
2000	2 417	47	77 281	24 690	226	102 197	20	42
2001	2 417	47	76 352	26 793	258	103 403	20	43
2002	2 430	47	78 411	28 197	259	106 867	21	44
2003	2 430	47	79 152	28 999	254	108 406	21	45
2004	2 382	46	79 544	29 897	312	109 754	21	46
2005	2 333	44	77 318	27 897	354	105 570	20	45
2006	2 266	43	74 828	27 321	407	102 555	19	45
2007	2 200	42	73 791	26 595	454	100 840	19	46
2008	2 180	41	73 336	25 924	517	99 777	19	46

\* Ahvenanmaan maakunta ei ole mukana tilastossa.  
The province of Åland not included in the statistics.

\*\* Sisältää kaukolainatut kirjat ja muun aineiston.  
Includes books and other material loaned from other libraries.

Lähteet: Opetusministeriö  
Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
Sources: Ministry of Education  
Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

Kuvio 7.3 Kirjastojen lainaajat ja kotilainat asukasta kohden 1998–2008  
Figure 7.3 Number of library borrowers and lendings per inhabitant 1998–2008



**7.16 Yleisten kirjastojen kirjahankinnat ja aineistomenot 1998–2008\***  
**Public libraries: book acquisitions and materials expenses 1998–2008\***

Vuosi – Year	Hankittuja kirjoja No. of books purchased 1 000 kpl – '000 copies	Kirjallisuuden hankintamenot Book acquisition costs € milj. – € million	Kirjastojen aineistomenot yhteensä Materials acquisition costs total € milj. – € million
1998	1 569	23	34
2000	1 607	23	35
2001	1 643	24	36
2002	1 638	23	35
2003	1 595	23	36
2004	1 599	23	36
2005	1 577	23	36
2006	1 581	24	37
2007	1 628	24	37
2008	1 763	26	40

\* Ahvenanmaan maakunta ei ole mukana tilastossa.  
The province of Åland not included in the statistics.

Lähteet: Opetusministeriö  
Kirjastot, Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu  
Sources: Ministry of Education  
Kirjastot (Libraries), Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu

7.17 Kirjojen lukeminen 1992–2008  
Book readership 1992–2008

		On lukenut kirjaa edellisenä päivänä – Has read during the previous day		
		Kirjaa – Books	Kaunokirjallisuutta – Fiction	Oppi- ja tietokirjallisuutta – Non-fiction
		%		
1992	Kaikki – All	36	21	20
1994	Kaikki – All	34	22	19
1996	Kaikki – All	32	20	16
1998	Kaikki – All	34	22	18
2000*	Kaikki – All	<u>36</u>	<u>20</u>	<u>21</u>
2002*	Kaikki – All	32	16	20
2004	Kaikki – All	<u>32</u>	<u>19</u>	<u>17</u>
2005**	Kaikki – All	32	..	..
2006	Kaikki – All	33	..	..
2007	Kaikki – All	33	..	..
2008	Kaikki – All	31	..	..
2008				
	Naiset – Women	38	..	..
	Miehet – Men	25	..	..
Ikä – Age	10–24	43	..	..
	25–44	30	..	..
	45–59	29	..	..
	60–	27	..	..
		minuuttia/päivä – minutes/day		
1995	Kaikki – All	24	12	12
1994	Kaikki – All	28	14	14
1996	Kaikki – All	23	13	10
1998	Kaikki – All	26	15	12
2000	Kaikki – All	<u>25</u>	<u>13</u>	<u>12</u>
2002*	Kaikki – All	30	10	20
2004	Kaikki – All	<u>29</u>	<u>14</u>	<u>15</u>
2005**	Kaikki – All	25	..	..
2006	Kaikki – All	25	..	..
2007	Kaikki – All	25	..	..
2008	Kaikki – All	24	..	..
2008				
	Naiset – Women	29	..	..
	Miehet – Men	18	..	..
Ikä – Age	10–24	38	..	..
	25–44	21	..	..
	45–59	19	..	..
	60–	19	..	..

Tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 012 10+-vuotiasta henkilöä.

The data come from a telephone survey involving 20 012 persons aged 10+ years.

\* Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.

Figures for 2002 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

\*\* 2005- tiedot eivät ole vertailukelpoisia edellisten vuosien kanssa tiedonkeruutavan muutoksen vuoksi.

Figures from 2005 onwards are not comparable with previous years.

Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Oy

Source: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Group

## 8 Sanomalehdet

Suomi on pitkään ollut ja on edelleen monessa mielessä vahva sanomalehtimaa. Lehtinimikkeitä on paljon, levikit ja lukijapeitot ovat korkeita; joukkoviestinnän liikevaihdosta sanoma- ja paikallislehdistön osuus on lähes 30 prosenttia ja joukkoviestinmainonnasta 46 prosenttia. (Luvuissa on mukana myös ilmaislehdet). Osuus on selvästi korkeampi kuin Euroopassa keskimäärin (33 % vuonna 2007).

Vuonna 2008 Suomessa ilmestyi kaikkiaan 201 sanomalehteä. Sanomalehdet on tapana jakaa kansainvälistä käytäntöä noudattaen päivälehtiin ja muihin sanomalehtiin. Jako perustuu ilmestymistiheyteen. (Taulukko 8.1.)

Päivälehtien, jotka ilmestyvät 4–7 kertaa viikossa, nimikemäärältään suhteellisen harvalukaiseen joukkoon kuuluvien lehtien keskimääräinen levikki oli noin 42 000 kappaletta vuonna 2008. Suomessa ilmestyi 51 päivälehteä. Niistä viiden levikki ylitti 100 000 kappaleen rajan. Päivälehdet ovat tyypillisesti alueidensa levikkijohtajia eli ns. ykköslehtiä. Päivälehtiä ovat myös irtonumerosanomalehdet (Ilta-Sanomien & Iltalehti) sekä osa erikoissanomalehdistä ja ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdistä.

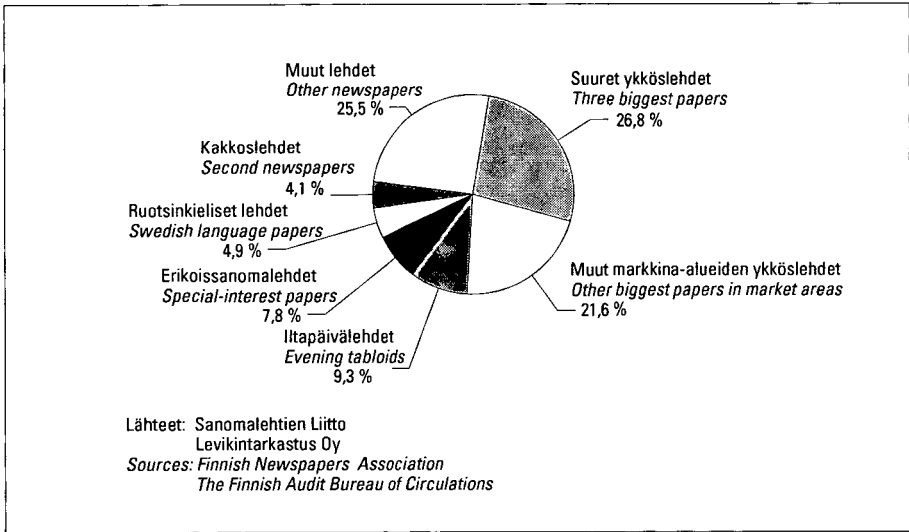
Muut sanomalehdet ilmestyvät 1–3 kertaa viikossa. Näiden lehtien joukko on suuri, mutta levikiltään ne ovat yleensä varsin pieniä. Vuonna 2008 ryhmään kuului 150 lehteä, joiden keskilevikki oli alle 6 500 kappaletta. Suppealla levikkialueella toimivat ja oman alueensa paikallisiin uutisiin keskittyvät nk. paikallislehdet muodostavat 1-3 kertaa viikossa ilmestyvien sanomalehtien suurimman ryhmän. Lisäksi ryhmään kuuluu osa ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdistä ja pari erikoissanomalehteä.

Päivälehtien ja harvemmin ilmestyvien sanomalehtien keskinäiset määrälliset suhteet ovat pitkään säilyneet suurin piirtein ennallaan. Päivälehtien osuus kaikista sanomalehtinimikkeistä on noin neljännes, mutta levikillä mitattuna ne hallitsevat sanomalehtikenttää. Niiden osuus sanomalehtien kokonaislevikistä oli 70 prosenttia vuonna 2008. Jo pelkästään seitsemäpäiväisten lehtien osuus kokonaislevikistä oli yli 50 prosenttia. (Taulukko 8.7.)

Toinen yleisesti käytössä oleva sanomalehdistön jaottelu perustuu kilpailuasemaan. Kilpailuasemaryhmittäinen tarkastelu osoittaa, että iltopäivälehtien tai irtonumerosanomalehtien levikkiosuus kasvu on viime vuosina kääntynyt laskuun. Ilta-Sanomien ja (vuonna 1980 ilmestymisensä aloittaneen) Iltalehden keskinäinen kilpailu kasvatti pitkään molempien levikkejä. Niiden osuus sanomalehtien yhteislevikistä kasvoi huipussaan noin kolminkertaiseksi verrattuna 1980-luvun alkuun. Korkeimmillaan niiden levikkiosuus oli 11 prosenttia vuonna 2001 mutta on sen jälkeen alkanut laskea. (Taulukko 8.9.)



Kuvio 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 2008  
 Figure 8.1 Circulation of newspapers by type of paper 2008



Iltapäivälehdet myydään irtonumeroina. Yli 95 prosenttia kotimaisten sanomalehtien irtonumeromyynnistä on iltapäivälehtien myyntiä. Muiden – niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin – sanomalehtien irtonumeromyynti on Suomessa vähäistä. Lehtikulttuurina Suomi on poikkeuksellisen tilaajavaltainen maa. Tämä koskee sekä sanoma- että aikakauslehtiä. Noin 90 prosenttia sanomalehtien vuosivolyymista on tilattuja ja kotiin kannettuja lehtiä. (Taulukot 8.15 & 8.16.)

Sanomalehtien verkkoversiot yleistyivät varsin nopeasti. Kaikilla päivälehdillä on internet-versio. Mukana laskelmassa on paperilehtien lisäksi kaksi pelkästään internetissä ilmestyvää päivälehteä (Taloussanomat & Uusi Suomi). Myös kolmella neljästä muista sanomalehdistä eli lähinnä paikallislehdistä oli verkkoversio vuonna 2008. (Taulukko 8.2.)

Sanomalehdistö on taloudelliselta volyymiltaan edelleen koko joukkoviestinnän merkittävin segmentti. Vuonna 2008 sanomalehtien tuotot olivat noin 1,2 miljardia euroa (taulukko 8.3). Sanomalehdistön osuus Suomen euromääräisistä joukkoviestintämarkkinoista on edelleen hyvin suuri eli lähes 30 prosenttia. Osuus on laskenut mutta aika vähän verrattuna sanomalehdistön tulomuodostuksessa ja levikkikehityksessä tapahtuneisiin suuriin muutoksiin. Vuonna 1990 päivälehdet saivat tuloistaan jopa yli 70 prosenttia ilmoitusmyynnistä (kaikki luokiteltu ilmoittelu mukaan lukien), mutta 1990-luvun laman aikana osuus laski 50 prosentin tuntumaan. Siltä tasolta osuus ei ole enää oleellisesti noussut (taulukko 8.4). Sanomalehtien yhteislevikki on supistunut vuoteen 1990 verrattuna noin neljänneksen eli lähes miljoonalla kappaleella 4,1 miljoonasta 3,2 miljoonaan. 2000-luvulla levikin lasku on kuitenkin ollut hidasta (taulukko 8.7).

Levikin jyrkkään laskuun vaikuttivat 1990-luvun alkupuolen lamavuosina poikkeuksellisen laajaksi paisunut työttömyys ja sen mukanaan tuomat taloudellisesti ahtaat olot. Osa levikin laskusta Suomessa oli myös lehtien tietoisien toiminnan tu-  
lost. Lehdet luopuivat keinotekoisista levikkialueidensa laajennuksista, jotka li-  
säsivät myös toimitusten kustannuksia, kun uutistyössä oli katettavana entistä laa-  
jempi alue. Myös jakelukustannukset kasvoivat suhteettomasti.

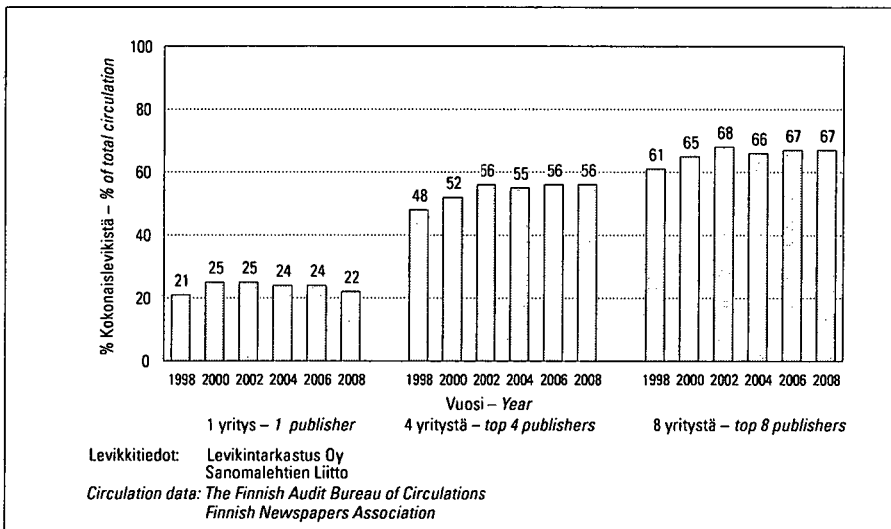
Levikin lasku on jatkunut hidastuneena myös 1990-luvun puolivälin jälkeen. Tähän ovat epäilemättä vaikuttaneet elämäntapojen ja mediakäyttäytymisen muu-  
tokset.

Mainonnassa Suomi on pysynyt varsin sanomalehtivaltaisena maana, vaikka sa-  
nomalehtimainonnan osuus mediamainonnasta on laskenut. Osuus oli 47 prosenttia  
vuonna 1998 mutta enää 40 prosenttia vuonna 2008. Sanomalehdistön osuus Suo-  
men mediamainonnasta on kuitenkin edelleen selvästi korkeampi kuin EU-maiden  
keskiarvo, joka oli ilmaislehdet mukaan lukien 33 prosenttia vuonna 2007. (Ks. lu-  
vun 1 taulukko 4 & luvun 11 taulukko 1.)

Päivälehtien suurin kuluerä on ollut tekninen valmistus. Vuonna 2006 sen osuus  
oli 30 prosenttia. Eri kustannuserien keskinäissuhteet ovat pysyneet varsin vakioisi-  
na. Toimituksen kustannusten osuus on ollut 2000-luvulla hieman yli neljännes.  
(Taulukko 8.5.)

Suurimpien sanomalehtiyritysten levikillä mitatut markkinaosuudet ovat edel-  
leen kasvaneet muun muassa yritysostojen ja fuusioiden seurauksena (taulukot 8.13  
& 8.14.). Esimerkiksi neljän suurimman yrityksen levikkiosuus on 1990-luvun lo-  
pulta kasvanut alle 50 prosentista 56 prosenttiin ja kahdeksan suurimman osuus 60  
prosentista 67 prosenttiin. – Toisaalta suurimman sanomalehtiyrityksen eli Sano-  
man levikkiosuus on laskenut 2000-luvun alkuvuosiin verrattuna.

Kuvio 8.2 Suurimpien sanomalehtiyritysten osuus kokonaislevikistä 1998–2008  
Figure 8.2 Major newspaper publishers' share of total circulation 1998–2008



1980-luvun lopussa mm. osa merkittävistä valtakunnallisista päivälehdistä (Uusi Suomi, lopetettiin vuonna –91; Iltalehti; Kauppalehti) siirtyi Aamulehteä julkaisevan Tampereen Kirjapainon/Aamulehti-yhtymän omistukseen. Nykyisin julkaisijan nimi on Alma Media. Se osti 1990-luvulla lisäksi useita alueellisia lehtiyrityksiä Länsi- ja Pohjois-Suomesta. – 1990-luvun muita merkittäviä omistusmuutoksia olivat alueellisen lehtiketjun (Kymen Lehtimedia) muotoutuminen Kaakois-Suomeen ja siirtyminen kokonaan Sanoman omistukseen vuonna 1999 sekä merkittävän alueellisen lehtiketjun muodostuminen Keski-Suomeen (Keskisuomalainen Oyj).

Sanomalehdistön ketjuuntuminen sekä kansallisella että pohjoismaisella tasolla on trendi, joka jatkuu edelleen. Esimerkiksi Norjan suurin sanomalehtikustantaja Schibsted on hankkinut merkittäviä lehtiomistuksia Ruotsista. Toinen merkittävä norjalainen kustantaja Orkla Media osti Tanskan suurimman sanomalehtikustantajan. Vuonna 2006 Orkla Median sanomalehtiliiketoiminnot kuitenkin siirtyivät brittiläisen media-alan sijoitusyhtiö Mecomin omistukseen. Toisaalta ruotsalainen Bonnier joutui luopumaan kolmanneksen osuudestaan Alma Mediassa, kun se osti Alma Median broadcasting-toiminnot (mm. MTV3 ja Radio Nova).

Sanomalehtiyhtiöt ovat tiivistäneet toimituksellista ja markkinointiyhteistyötään sekä lehtiketjujen sisällä että toisistaan omistuksellisesti riippumattomien lehtien ja lehtiyritysten välillä. Vuonna 1995 aloittanut Kärkimedia välittää yhden luukun ja yhden laskun periaatteella ilmoituspaketteja noin 30 päivälehteen, joista suurin osa on markkina-alueidensa ykköslehtiä. Myös paikallislehtien kesken on ilmoitusmarkkinointiyhteistyötä (PaikkalliSet). Eräät päivälehdet tekevät yhteistyötä myös levikkimarkkinoinnissa.

Toimituksellisella puolella esimerkiksi Väli-Suomen Media tuottaa viidelle Keski-Suomessa ilmestyvälle lehdelle yhteisiä sunnuntaisivuja. Useat muutkin lehdet tekevät konsernien sisäistä ja konsernien välistä toimituksellista yhteistyötä.

Lintuperspektiivistä tarkastellen toimituksellinen yhteistyö toisaalta merkitsee lehtien sisällön samankaltaistumista mutta toisaalta mahdollistaa resurssien keskittämisen oman levikkialueen tapahtumien seurantaan. Yksittäisen ja resurssiltaan rajallisen lehden lukijoiden kannalta kehityksen saldo lienee positiivinen: oman lehden sisällön monipuolistuminen. Näin ollen lehtien mahdollinen homogenisoituminen ei keskivertolukijaa häirinne, sillä alueellisten lehtien päällekkäisluokijoita on vähän.

Toimituksen aineiston osuus sanomalehtien palstatilasta oli keskimäärin noin kaksi kolmasosaa vuonna 2006. (Tuoreempia tietoja ei ole saatavilla.) Yksi kolmasosa täyttyi ilmoituksista. Toimituksen aineiston kolme suurinta ryhmää vuonna 2006 olivat kotimaan aineisto (24 %), ajanvietta-aineisto (20 %) ja urheilu (14 %). Ajanvietta-aineiston osuus on 2000-luvulla noussut selvästi (Taulukko 8.18.)

Ilmaislehtien määrä ja taloudellinen volyyymi kasvoivat voimakkaasti 1990-luvun lopulta 2000-luvun puoliväliin asti. Aivan viime vuosina kasvu näyttää kuitenkin

kin tahtuneen. Uutena lehtityyppinä Helsingin lehtimarkkinoille tuli 1990-luvun lopussa kaksikin liikennevälineissä ja jalankulkuliikenteen solmukohdissa jaettava uutispäivälehteä. Toinen niistä oli Tukholmassa erinomaisesti menestyneen ja sieltä maailmalle laajenneen Metron suomalainen versio ja toinen oli samantyyppiseen konseptiin nojaava Uutislehti 100. Molempien julkaisijaksi tuli Sanoma, joka osti ensin Uutislehti 100:n julkaisuoikeudet vuonna 2004 ja sitten Metron Suomen julkaisuoikeudet vuonna 2006. Lehdet yhdistettiin vuonna 2008 Metron brändin alle.

Suurimpien kaupunkien ilmaislehdistö on viime vuosina ketjuuntunut. Sanoman ohella toinen suuri toimija Suomen ilmaislehtimarkkinoilla on Suomen Lehtimedia Oy, joka muun muassa osti Janton Oy:n ilmaisjakelulehtivalikoiman (Uutislehti 100:a ja City-lehteä lukuun ottamatta) vuonna 2004. Myös Alma Medialla on toistakymmentä eri puolilla Suomea ilmestyvää ilmaislehteä. – Toistaiseksi tuorein kattava selvitys ilmaisjakelulehdistä on vuodelta 2004. Sen mukaan Suomessa ilmestyi 146 ilmaislehteä, joiden kokonaispainos oli noin 7 miljoonaa kappaletta. (Taulukot 8.20–8.21.)

## Tilastointi

Sanomalehdistön levikkitiedot sekä lukijamäärätiedot perustuvat Levikintarkastus Oy:n tilastoihin.

Sanomalehtien Liitto tilastoi monin tavoin jäsenlehtiensä toimintaa, mm. taloutta, lehtitekniikkaa ja toimituksellisia kysymyksiä. Liiton julkaiseman Suomen Lehdistö -lehden vuosittaisessa medianumerossa on useita sanomalehdistöä koskevia tilastoja.

Tilastokeskus on tuottanut vuodesta 1998 lähtien posti- ja pienkuljetustoiminnan tilastoa Viestintäviraston toimeksiannosta. Se sisältää muun muassa tiedot jakeluyritysten jakamien sanomalehtien määristä.

Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä ovat peräisin Suomen sanoma- ja aikakauslehtien tukkujakelua hallitsevalta Rautakirja Oyj:ltä.

TNS Gallupin Intermedia ja Atlas -tutkimukset sisältävät tietoja muun muassa sanomalehtien lukemisesta ja siinä tapahtuneista muutoksista.

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

Graafisen alan taloustilasto. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimuskeskus. Eri vuosina.

*Grönlund, Mikko:* Alueelliset painoviestintämarkkinat Suomessa. Teoksessa Joukkoviestimet 2002. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 2002: 3. Helsinki.

*Grönlund, Mikko & Taalas, Saara:* Muutos ja murros – puoli vuosisataa suomalaisia sanomalehtikustantamista. Teoksessa Reponen, T. (toim.): Perheyrittäjyyden voimin alueelliseen ja kansainväliseen menestykseen. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja C–1: 2005.

*Herkman, Juha:* Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Vastapaino, Tampere 2005.

*Hujanen, Erkki:* Sanomalehtien tilaamattomuus. Teoksessa Joukkoviestimet 2002. Tilastokeskus, Kulttuuri ja viestintä 2002: 3. Helsinki.

*Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero:* Sanomalehdistön nykytila. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema. (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

*Löyttyniemi, Veikko:* Sanomalehtien luokitteita on monenlaisia. Suomen Lehdistö 7–8/1993.

*Löyttyniemi, Veikko:* 1990-luvun talouslaman vaikutus Suomen sanomalehdistöön. Teoksessa Hietala, Oikarinen & Virta (toim.): Arvot, analyysi, tulkinta. Suomen historiallinen seura, Helsinki 1997.

*Moring, Tom & Nordqvist, Andrea (toim.):* Svenska medier i Finland. SSKH Skrifter Nr. 13. Svenska social och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, Helsingfors 2002.

Posti- ja pienkuljetustoiminnan tilasto. Viestintävirasto/Tilastokeskus, Helsinki. Eri vuosina.

*Sauri, Tuomo:* Lukeminen. Teoksessa Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta & Hannula, Ulla (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

*Tommila, P. & Salokangas, R. :* Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Edita, Helsinki 1998.

## Taulukot – Tables

- 8.1 Sanomalehdet ilmestymistiheyden mukaan 1998–2008  
*Newspapers by frequency of issue 1998–2008*
- 8.2 Sanomalehtien verkkoversiot 1998–2008  
*Number of Internet newspapers 1998–2008*
- 8.3 Sanomalehtien tuotot 1998–2008  
*Newspaper revenues 1998–2008*
- 8.4 Sanomalehtien tuottojakaumat 1998–2008  
*Breakdown of newspaper revenues 1998–2008*
- 8.5 Päivälehtien kustannusrakenne 1996–2006  
*Breakdown of daily newspaper costs 1996–2006*
- 8.6 Valtion tuki sanomalehdistölle 1999–2009  
*Government subsidies to newspapers 1999–2009*
- 8.7 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan 1998–2008  
*Total circulation of newspapers by frequency of issue 1998–2008*
- 8.8 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1998–2008  
*Circulation of newspapers per thousand persons 1998–2008*
- 8.9 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1998–2008  
*Total circulation of newspapers by type of paper 1998–2008*
- 8.10 Suurimpien päivälehtien (2008) levikit 1998–2008  
*Top daily newspapers by circulation 2008: Circulation trends 1998–2008*
- 8.11 Suosituimmat sanomalehtien verkkojulkaisut 2009 (Lokakuu, viikko 44)  
*Top ten internet newspapers 2009 (October, week 44)*
- 8.12 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki ja lukijamäärä 2008  
*Dailies: frequency of publication, circulation and readership 2008*
- 8.13 Suurimmat 10 sanomalehtiyhtiötä levikin mukaan 2008  
*Top 10 newspaper publishers according to circulation 2008*
- 8.14 Suurimmat 10 päivälehtiyhtiötä levikin mukaan 2008  
*Top 10 daily newspaper publishers according to circulation 2008*
- 8.15 Sanomalehtien jakelukanavat 1998–2008  
*Newspaper delivery channels 1998–2008*
- 8.16 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
*Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1998–2008*
- 8.17 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynnin arvo 1998–2008  
*Value of single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1980–2008*
- 8.18 Päivälehtien sisältö 1996–2006  
*Contents of dailies 1996–2006*
- 8.19 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1996–2006  
*Sources of text material in dailies 1996–2006*

- 8.20 Ilmaislehtien tuotot 1998–2008  
*Revenues of free newspapers 1998–2008*
- 8.21 Suurimmat ilmaisjakelulehdet 2008/09  
*Largest free papers 2008/09*
- 8.22 Sanomalehtien lukeminen 1998–2008  
*Newspaper readership 1998–2008*
- 8.23 Ilmaislehtien lukeminen 1998–2008  
*Free papers readership 1998–2008*

## **Kuviot – Figures**

- 8.1 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 2008  
*Circulation of newspapers by type of paper 2008*
- 8.2 Suurimpien sanomalehtiyriyten osuus kokonaislevikistä 1998–2008  
*Major newspaper publishers' share of total circulation 1998–2008*
- 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 2008  
*Dailies: Breakdown of revenues 1990 and 2008*
- 8.4 Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
*Single-copy sales of evening papers 1998–2008*

### 8.1 Sanomalehdet ilmestymistiheyden mukaan 1998–2008 Breakdown of newspapers by frequency of issue 1998–2008

Vuosi – Year	Päivälehdet – Dailies					Muut sanomalehdet – Non-dailies				Yhteensä – Total
	Ilmestymistiheys – Issues/week					Ilmestymistiheys – Issues/week				
	7	6	5	4	7–4	3	2	1	3–1	
1998	27	11	13	5	56	26	65	73	164	220
1999	27	11	13	5	56	22	67	71	160	216
2000	27	11	13	4	55	23	67	68	158	213
2001	28	10	12	4	54	22	66	66	154	208
2002	29	9	12	3	53	21	62	69	152	205
2003	29	8	12	4	53	20	61	70	151	204
2004	31	6	12	4	53	20	60	71	151	204
2005	31	7	11	4	53	20	61	71	152	205
2006	32	8	9	4	53	19	59	73	151	204
2007	32	8	9	4	53	19	59	73	151	204
2008	31	8	8	4	51	18	59	73	150	201

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association  
The Finnish Audit Bureau of Circulations

### 8.2 Sanomalehtien verkkoversiot 1998–2008 Number of Internet newspapers 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2004	2005	2006	2007	2008
Päivälehdet – Dailies	34	..	42	47	49	49	48	53	53	53
Harvemmin ilmestyvät – Non-dailies	16	..	31	42	56	66	83	88	99	111
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>50</b>	<b>..</b>	<b>73</b>	<b>89</b>	<b>105</b>	<b>115</b>	<b>131</b>	<b>141</b>	<b>152</b>	<b>164</b>

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
<http://www.sanomalehdet.fi>

Sources: The Finnish Newspapers Association  
<http://www.sanomalehdet.fi>

### 8.3 Sanomalehtien tuotot 1998–2008 Newspaper revenues 1998–2008

Käyvin hinnoin – Current prices			Kiintein (2008) hinnoin – Fixed (2008) prices			
Päivälehdet Dailies	Muut sanomalehdet Other newspapers	Yhteensä – Total	Päivälehdet Dailies	Muut sanomalehdet Other newspapers	Yhteensä – Total	
€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	€ milj. – € million	
1998	886	108	992	1 069	131	1 196
1999	926	116	1 042	1 103	138	1 241
2000	965	114	1 078	1 112	131	1 243
2001	956	113	1 069	1 075	127	1 202
2002	936	115	1 051	1 036	128	1 164
2003	931	112	1 043	1 021	123	1 145
2004	970	118	1 088	1 062	130	1 191
2005	982	121	1 103	1 065	132	1 197
2006	1 027	122	1 149	1 095	130	1 226
2007	1 061	127	1 188	1 104	132	1 237
2008	1 056	135	1 191	1 056	135	1 191

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
Tilastokeskus/Joukkoviestintätalastot

Sources: Finnish Newspapers Association  
Statistics Finland/Media statistics



8.4 Sanomalehtien tuottojakaumat 1998–2008  
*Breakdown of newspaper revenues 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
<b>Päivälehdet – Dailies</b>											
Ilmoittelu – Advertising	56	56	58	56	54	53	53	54	55	55	55
Tilaukset ja irtonumerot Subscriptions and single copy sales	44	44	42	44	46	47	47	47	45	45	45
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Muut sanomalehdet – Other newspapers</b>											
Ilmoittelu – Advertising	64	62	59	57	54	53	54	53	53	53	54
Tilaukset ja irtonumerot Subscriptions and single copy sales	36	38	41	43	46	47	46	47	47	47	46
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

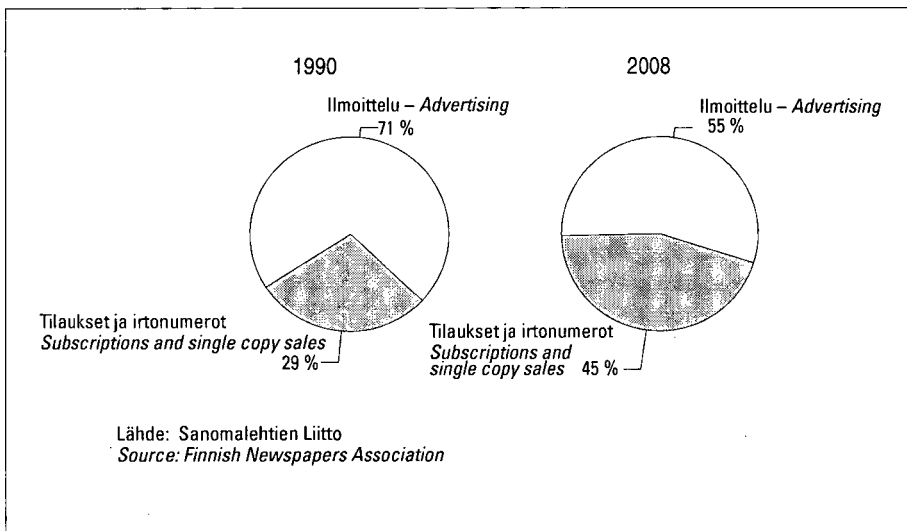
Huom: Ilmoittelu sisältää varsinaisen mainonnan lisäksi myös luokitellun ilmoittelun kokonaisuudessaan.

Note: In addition to advertising proper all classifieds including announcements, notices, column advertisements and public offices are also included.

Lähde: Sanomalehtien Liitto

Source: Finnish Newspapers Association

Kuvio 8.3 Päivälehtien tuottorakenne 1990 ja 2008  
 Figure 8.3 Dailies: Breakdown of revenues 1990 and 2008



### 8.5 Päivälehtien kustannusrakenne 1996–2006 Breakdown of daily newspaper costs 1996–2006

	1996	1998	2000	2002	2004	2006
	%					
Toimitus – <i>Editorial</i>	24	26	26	26	27	27
Tekninen valmistus – <i>Technical production</i>	31	28	28	29	30	29
Jakelu – <i>Distribution</i>	23	23	21	21	21	23
Hallinto, markkinointi – <i>Administration, marketing</i>	21	24	26	24	22	21
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tilastointiin osallistui 39 päivälehteä vuonna 2006.

In 2006 a total of 39 daily newspapers provided data for the statistics.

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot

Source: The Finnish Newspapers Association

### 8.6 Valtion tuki sanomalehdistölle 1999–2009 Government subsidies to newspapers 1999–2009

	Tukimuoto – <i>Type of subsidy</i>		
	Valtioneuvoston myöntämä* <i>Granted by Council of State*</i>	Puolueiden kautta** <i>Through political parties**</i>	Harkinnanvarainen tuki*** <i>Discretionary subsidies***</i>
	€ milj. – <i>€ million</i>		
1999	5,0	7,6	–
2000	5,0	7,6	–
2001	5,0	7,6	–
2002	5,0	7,6	–
2003	5,0	7,6	–
2004	5,9	7,8	–
2005	5,9	7,8	–
2006	5,9	7,8	–
2007	6,1	8,0	–
2008	..	..	0,5
2009	..	..	0,5

\* Tuki sanomalehdistön kuljetus- jakelu- ja muiden kustannusten alentamiseen.

Money to subsidize transport, delivery and other costs.

\*\* Puoluelehdille ja Ahvenanmaan tiedotustoimintaan

To politically affiliated newspapers and to information services by the Åland Government.

\*\*\* Harkinnanvaraista tukea myönnetään valtakunnallisilla vähemmistökielillä julkaistaville sanomalehdille sekä niitä vastaaville verkkojulkaisuille. Myös ruotsinkielistä uutispalvelua tuetaan.

The discretionary subsidies are granted for newspapers published in national minority languages and the corresponding web publications.

Subsidies are also granted to Swedish-language news services.

Lähde: Liikenne- ja viestintäministeriö

Source: Ministry of Transport and Communications

**8.7 Sanomalehtien kokonaislevikin jakautuminen ilmestymistiheyden mukaan 1998–2008**  
**Total circulation of newspapers by frequency of issue 1998–2008**

		Päivälehdet – <i>Dailies</i>					Muut sanomalehdet <i>Non-dailies</i>		Yhteensä <i>Total</i>
		Ilmestymistiheys <i>Issues/week</i>					Ilmestymistiheys <i>Issues/week</i>		
		7	6	5	4	7–4	3–1	7–1	
1998	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 649	454	197	43	2 343	984	<b>3 327</b>	
	%	49,6	13,6	5,9	1,3	70,4	29,6	100	
1999	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 627	455	206	40	2 328	986	<b>3 314</b>	
	%	49,1	13,7	6,2	1,2	70,3	29,7	100	
2000	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 601	458	212	33	2 304	951	<b>3 255</b>	
	%	49,2	14,1	6,5	1,0	70,8	29,2	100	
2001	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 612	457	207	31	2 307	939	<b>3 246</b>	
	%	49,6	14,1	6,4	1,0	71,1	28,9	100	
2002	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 596	435	205	31	2 268	993	<b>3 261</b>	
	%	49,0	13,3	6,3	0,9	69,5	30,5	100	
2003	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 607	400	205	31	2 243	983	<b>3 227</b>	
	%	49,8	12,4	6,4	1,0	69,5	30,5	100	
2004	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 630	382	211	33	2 255	973	<b>3 228</b>	
	%	50,5	11,8	6,5	1,0	69,9	30,1	100	
2005	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 623	388	197	32	2 240	969	<b>3 209</b>	
	%	50,6				69,8	30,2	100	
2006	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 629	384	177	34	2 225	958	<b>3 183</b>	
	%	51,2	12,1	5,6	1,1	69,9	30,1	100	
2007	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 619	372	177	33	2 202	954	<b>3 156</b>	
	%	51,3	11,8	5,6	1,1	69,8	30,2	100	
2008	levikki (1 000 kpl) – <i>circulation (thousand)</i>	1 603	348	143	32	2 127	939	<b>3 066</b>	
	%	52,3	11,4	4,7	1,0	69,4	30,6	100	
	Muutos 2007/2008, % <i>Change 2007/2008, %</i>	-1,0	-6,4	-19,1	-5,4	-3,4	-1,5	-2,9	

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
 Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association  
 The Finnish Audit Bureau of Circulations

## 8.8 Sanomalehtien kokonaislevikki 1 000 asukasta kohden 1998–2008 Circulation of newspapers per thousand persons 1998–2008

	Päivälehdet (7–4-päiväiset) <i>Dailies</i> (7–4 issues/week)	Muut sanomalehdet (3–1-päiväiset) <i>Non-dailies</i> (3–1 issues/week)	<b>Yhteensä Total</b>
1998	455	191	<b>646</b>
1999	451	191	<b>642</b>
2000	445	184	<b>629</b>
2001	445	181	<b>626</b>
2002	436	191	<b>627</b>
2003	430	188	<b>619</b>
2004	431	186	<b>617</b>
2005	427	185	<b>612</b>
2006	422	182	<b>604</b>
2007	416	180	<b>597</b>
2008	400	177	<b>577</b>
Muutos 1998–2008, % Change 1998–2008, %	-12	-7	<b>-11</b>

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association  
The Finnish Audit Bureau of Circulations

## 8.9 Sanomalehtien levikit lehtityypin mukaan 1998–2008 Total circulation of newspapers by type of paper 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Lehtiä No. of titles
	%											
Suuret ykköslehdet* <i>Three biggest papers*</i>	21,6	21,4	21,3	21,5	21,2	21,3	21,1	21,2	21,3	21,3	21,6	3
Muut markkina-alueiden ykköslehdet <i>Other biggest papers in market areas</i>	26,4	26,5	26,5	26,5	26,1	26,2	26,0	26,1	26,2	26,2	26,8	25
Kakkoslehdet** <i>Second newspapers**</i>	4,9	5,0	4,2	3,7	3,4	2,6	3,1	3,0	4,1	4,2	4,1	16
Ruotsinkieliset lehdet*** <i>Swedish-language papers***</i>	5,1	5,1	4,9	4,9	4,8	4,8	4,8	4,8	4,9	4,9	4,9	12
Irtonumerolehdet – <i>Single copy dailies</i>	10,1	10,3	10,5	10,9	10,2	9,9	10,3	10,2	10,0	9,7	9,3	2
Erikoissanomalehdet <i>Special-interest papers</i>	6,4	6,7	7,0	7,2	8,6	8,6	8,7	8,7	8,6	8,6	7,8	4
Muut lehdet – <i>Other newspapers</i>	25,5	25,1	25,6	25,3	25,8	26,5	26,0	26,1	24,9	25,1	25,5	139
Yhteensä – <i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	201
Levikki (1 000 kpl) <i>Circulation (thousand copies)</i>	3 327	3 314	3 255	3 246	3 261	3 227	3 228	3 209	3 181	3 156	3 066	

\* Helsingin Sanomat, Aamulehti, Turun Sanomat.

\*\* Ilmestymispaikkakuntiansa kakkoslehdet.  
*Smaller papers in towns with at least two newspapers.*

\*\*\* Ruotsinkieliset lehdet eivät sisälly muihin lehtityyppeihin.  
*Swedish-language papers have not been included in other categories.*

Lähteet: Sanomalehtien Liitto  
Levikintarkastus Oy

Sources: Finnish Newspapers Association  
The Finnish Audit Bureau of Circulations

8.10 Suurimpien päivälehtien (2008) levikit 1998–2008

*Top daily newspapers by circulation 2008: Circulation trends 1998–2008*

Lehti <i>Newspaper</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Helsingin Sanomat	472 666	454 707	446 972	446 380	441 325	439 618
Ilta-Sanomat	219 103	218 010	214 610	218 829	204 820	198 693
Aamulehti	132 952	134 047	133 779	135 478	136 028	136 331
Iltalehti	118 460	119 907	126 368	134 777	126 321	121 267
Turun Sanomat	113 411	114 739	114 086	115 142	112 567	111 517
Kauppalehti	80 139	81 764	84 626	85 292	83 113	80 894
Kaleva	83 883	84 292	82 842	83 151	82 566	81 689
Keskisuomalainen	76 040	76 315	76 745	77 135	76 818	75 836
Savon Sanomat	72 532	72 757	67 185	67 219	66 250	65 308
Etelä-Suomen Sanomat	62 251	62 328	62 218	62 330	62 155	61 277
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 431 437</b>	<b>1 418 866</b>	<b>1 409 431</b>	<b>1 425 733</b>	<b>1 391 963</b>	<b>1 372 430</b>

Lehti <i>Newspaper</i>	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos – Change 2007–2008	1998–2008
						%	
Helsingin Sanomat	434 472	430 785	426 117	419 791	412 421	–2	–13
Ilta-Sanomat	201 281	195 673	186 462	176 531	161 615	–8	–26
Aamulehti	136 726	136 743	138 258	139 165	139 130	0	5
Iltalehti	130 371	130 290	133 007	131 150	122 548	–7	3
Turun Sanomat	111 299	111 547	112 360	112 419	111 845	–1	–1
Kauppalehti	81 737	81 006	81 377	81 363	86 654	7	8
Kaleva	81 938	82 005	82 037	81 593	81 716	0	–3
Keskisuomalainen	75 852	75 865	74 840	74 945	73 559	–2	–3
Savon Sanomat	65 208	65 053	64 471	64 789	65 056	0	–10
Etelä-Suomen Sanomat	60 974	60 780	60 889	61 003	60 875	0	–2
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 379 858</b>	<b>1 369 747</b>	<b>1 359 818</b>	<b>1 342 749</b>	<b>1 315 419</b>	<b>–2</b>	<b>–8</b>

Lähteet: Levikintarkastus Oy  
Sanomalehtien Liitto

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations  
Finnish Newspapers Association

8.11 Suosituimmat sanomalehtien verkkojulkaisut 2009 (Lokakuu, viikko 44)

*Top ten internet newspapers 2009 (October, week 44)*

Lehti – Newspaper	Kävijöitä/viikko <i>Browsers/week</i>	Käyntejä/viikko <i>Session/week</i>	Käyntejä/kävijä <i>Session/browser</i>
Iltalehti	1 937 156	9 867 955	5,1
Ilta-Sanomat	1 823 956	8 777 356	4,8
Helsingin Sanomat	1 236 527	4 317 363	3,5
Kauppalehti	655 093	2 284 779	3,5
Taloussanomat	643 954	1 606 742	2,5
Aamulehti	262 947	650 639	2,5
Uusi Suomi	204 722	536 568	2,6
Kaleva	174 434	668 420	3,8
Keskisuomalainen	109 976	280 532	2,6
Savon Sanomat	82 807	206 965	2,5

Lähde – Source: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/>

## 8.12 Päivälehtien ilmestymistiheys, levikki ja lukijamäärä 2008

*Dailies: frequency of publication, circulation and readership 2008*

Lehti <i>Newspaper</i>	Levikki <i>Circulation</i>	Lukijoita <i>Readers</i>	Lukijoita/levikkikpl <i>Readers/copy</i>
<b>7-päiväiset – 7 issues/week</b>			
Aamulehti	139 130	316 000	2,3
Aamuposti	22 164	44 000	2,0
Etelä-Saimaa	31 904	76 000	2,4
Etelä-Suomen Sanomat	60 875	134 000	2,2
Forssan Lehti	13 913	38 000	2,7
Helsingin Sanomat	412 421	958 000	2,3
Hufvudstadsbladet	51 162	114 000	2,2
Hämeen Sanomat	29 807	67 000	2,2
Iisalmen Sanomat	13 205	41 000	3,1
Ilkka	54 668	129 000	2,4
Itä-Savo	17 277	41 000	2,4
Kainuun Sanomat	22 152	62 000	2,8
Kaleva	81 716	195 000	2,4
Karjalainen	46 823	113 000	2,4
Keskipohjanmaa	26 520	77 000	2,9
Keskisuomalainen	73 559	171 000	2,3
Keski-Uusimaa	20 575	46 000	2,2
Kouvolan Sanomat	28 486	72 000	2,5
Kymen Sanomat	24 927	66 000	2,6
Lapin Kansa	34 461	91 000	2,6
Länsi-Savo	25 704	62 000	2,4
Länsi-Suomi	16 272	42 000	2,6
Pohjalainen	27 757	79 000	2,8
Pohjolan Sanomat	21 746	55 000	2,5
Salon Seudun Sanomat	22 216	57 000	2,6
Satakunnan Kansa	54 637	125 000	2,3
Savon Sanomat	65 056	160 000	2,5
Turun Sanomat	111 845	254 000	2,3
Uusimaa	12 845	43 000	3,3
Vasabladet	23 693	64 000	2,7
Österbottens Tidning	15 720	45 000	2,9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>1 603 236</b>		
<b>6-päiväiset – 6 issues/week</b>			
Iltalehti	122 548	659 000	5,4
Ilta-Sanomat	161 615	734 000	4,5
Itä-Häme	11 752		
Länsi-Uusimaa	13 469	40 000	3,0
Nya Åland	7 349		
Västra Nyland	10 971		
Warkauden Lehti	11 020		
Åland	9 753		
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>348 477</b>		

8.12 Jatkuu  
Continued

Lehti <i>Newspaper</i>	Leikki <i>Circulation</i>	Lukijoita <i>Readers</i>	Lukijoita/levikkikpl <i>Readers/copy</i>
<b>5-päiväiset – 5 issues/week</b>			
Borgåbladet	7 967		
Kalajokilaakso	7 607		
Kauppalehti	86 654	216 000	2,5
Koillissanomat	7 572		
Suomenmaa (Pohjois-Pohjanmaa)	2 658		
Uutispäivä Demari	15 447	35 000	2,3
Valkeakosken Sanomat	7 862		
Åbo Underrättelser	7 531		
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>143 298</b>		
<b>4-päiväiset – 4 issues/week</b>			
Jämsän Seutu	7 658		
Kansan Uutiset	7 361		
Raahen Seutu	8 828		
Suomenmaa (valtakunnallinen)	7 735		
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>31 582</b>		
<b>Kaikki yhteensä – All total</b>	<b>2 126 593</b>		
Lähteet: Levikintarkastus Oy Sanomalehtien Liitto			
Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations Finnish Newspapers Association			

### 8.13 Suurimmat 10 sanomalehtiä levikin mukaan 2008 Top 10 newspaper publishers according to circulation 2008

Kustantaja – Publisher	Lehtiä Titles	(Päivälehtiä) (Dailies)	Levikki Circulation (thousand)	Osuus kokonaislevikistä, % Share of total circulation, %
Sanoma Oyj	10	(5)	683	22,3
Alma Media Oyj	24	(10)	597	19,5
Keskisuomalainen Oyj	20	(4)	254	8,3
TS-yhtymä Oy	8	(2)	173	5,6
Ilkka-Yhtymä Oyj	8	(2)	109	3,6
Maataloustuottajain Palvelu Oy	1	(0)	84	2,7
Kirjapaino Kaleva Oy	1	(1)	82	2,7
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	7	(1)	79	2,6
KSF Media Ab	4	(3)	74	2,4
Suomen Lehtiyhtymä Oy	5	(4)	73	2,4
<b>10 suurinta – Top 10</b>	<b>88</b>	<b>(32)</b>	<b>2 207</b>	<b>72,0</b>
<b>Kaikki sanomalehdet All newspapers</b>	<b>204</b>	<b>(51)</b>	<b>3 066</b>	<b>100</b>

Levikkitiedot: Levikintarkastus Oy

Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations

### 8.14 Suurimmat 10 päivälehtiä levikin mukaan 2008 Top 10 daily newspaper publishers according to circulation 2008

Kustantaja – Publisher	(Päivälehdet = 7–4 -päiväiset – Dailies = 7–4 issues/week)		
	Päivälehtiä Dailies	Levikki, 1 000 kpl Circulation, '000 copies	Osuus kokonaislevikistä, % Share of total circulation, %
Sanoma Oyj	5	659	31,0
Alma Media Oyj	10	506	23,8
Keskisuomalainen Oyj	4	163	7,7
TS-yhtymä Oy	2	134	6,3
Ilkka Oyj	2	82	3,9
Kirjapaino Kaleva Oy	1	82	3,8
Esan Kirjapaino Oy	2	73	3,4
KSF Media Ab	3	70	3,3
Suomen Lehtiyhtymä Oy	4	69	3,2
Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj	1	47	2,2
<b>10 suurinta – Top 10</b>	<b>34</b>	<b>1 885</b>	<b>88,6</b>
<b>Kaikki päivälehdet – All dailies</b>	<b>51</b>	<b>2 127</b>	<b>100</b>

Levikkitiedot: Levikintarkastus Oy

Circulation data: The Finnish Audit Bureau of Circulations



**8.15 Sanomalehtien jakelukanavat 1998–2008**  
**Newspaper delivery channels 1998–2008**

	Varhaisjakelu <i>Early morning delivery</i>	Päiväjakelu <i>Regular delivery by postal services</i>	Kotiinkanto yhteensä <i>Home deliveries, total</i>	Irtonumeromyynti <i>Single copy sales</i>	<b>Kaikki yhteensä</b> <b><i>All total</i></b>
	<i>Milj. kpl – Million copies</i>				
1998	627	152	779	99	<b>879</b>
1999	601	150	750	101	<b>851</b>
2000	610	149	759	99	<b>858</b>
2001	610	154	764	104	<b>868</b>
2002	600	151	751	96	<b>847</b>
2003	568	172	740	94	<b>834</b>
2004	581	155	736	99	<b>835</b>
2005	587	153	740	98	<b>838</b>
2006	572	161	733	95	<b>828</b>
2007	568	163	731	91	<b>822</b>
2008	..	..	715	85	<b>800</b>
	%				
1998	71	17	89	11	100
1999	71	18	88	12	100
2000	71	17	88	12	100
2001	70	18	88	12	100
2002	71	18	89	11	100
2003	68	21	89	11	100
2004	70	19	88	12	100
2005	70	18	88	12	100
2006	69	19	89	11	100
2007	69	20	89	11	100
2008	..	..	89	11	100

Lähteet: Viestintävirasto/Tilastokeskus, Rautakirja Oyj

Sources: Finnish Communications Regulatory Authority/ Statistics Finland, Rautakirja Oyj

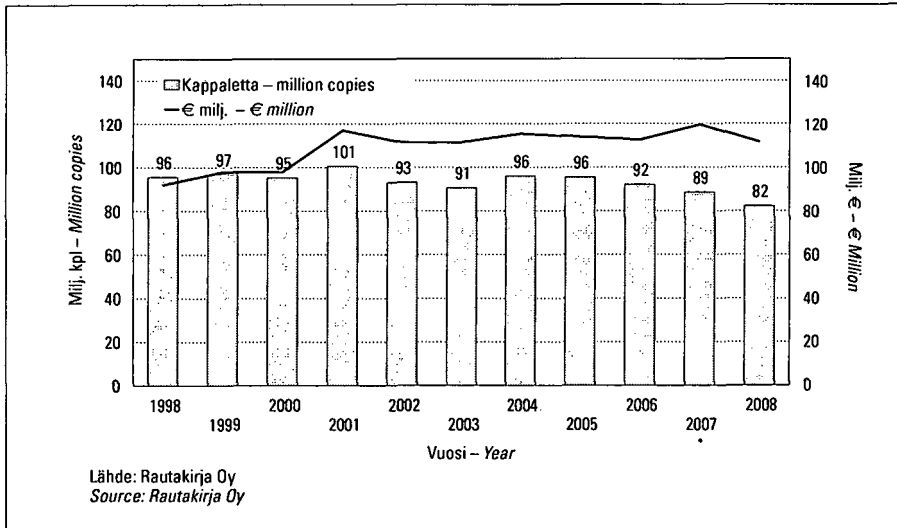
**8.16 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynti 1998–2008**  
**Single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1998–2008**

	<b>Kotimaiset sanomalehdet</b> <b><i>All Finnish newspapers</i></b>	<b>– Siitä: irtonumerolehtien osuus</b> <b><i>– Of which: share of single copy dailies</i></b>		<b>Ulkomaiset sanomalehdet</b> <b><i>Foreign newspapers</i></b>
	<i>Milj. kpl – Million copies</i>	<i>Milj. kpl – Million copies</i>	<i>%</i>	<i>Milj. kpl – Million copies</i>
1998	99,2	95,6	96,3	0,7
1999	100,6	96,9	96,3	0,7
2000	99,2	95,4	96,2	0,6
2001	103,8	100,6	96,9	0,6
2002	96,0	93,1	97,0	0,6
2003	93,8	90,7	96,7	0,6
2004	98,8	96,1	97,3	0,6
2005	98,1	95,5	97,3	0,6
2006	94,7	92,1	97,3	0,6
2007	91,1	88,6	97,2	0,5
2008	84,7	82,3	97,1	0,5

Lähde: Rautakirja Oyj

Source: Rautakirja Oyj

Kuvio 8.4 Iltapäivälehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
 Figure 8.4 Single-copy sales of evening papers 1998–2008



8.17 Koti- ja ulkomaisten sanomalehtien irtonumeromyynnin arvo 1998–2008  
 Value of single-copy sales of Finnish and foreign newspapers 1998–2008

	<b>Kotimaiset sanomalehdet</b> <b>All Finnish newspapers</b>	<b>– Siitä: irtonumerolehtien osuus</b> <b>– Of which: share of single copy dailies</b>		<b>Ulkomaiset sanomalehdet</b> <b>Foreign newspapers</b>
	Milj. € € million	Milj. € € million	%	Milj. € € million
1998	98,0	92,2	94,1	1,4
1999	104,4	98,4	94,3	1,3
2000	104,2	97,9	93,9	1,3
2001	122,5	116,7	95,3	1,3
2002	116,8	111,5	95,4	1,4
2003	117,5	111,5	94,9	1,4
2004	120,6	115,4	95,7	1,4
2005	119,0	114,0	95,8	1,3
2006	117,5	112,6	95,8	1,3
2007	124,7	119,6	96,0	1,3
2008	116,6	111,6	95,7	1,3

**8.18 Päivälehtien sisältö 1996–2006\***  
**Contents of dailies 1996–2006\***

Toimituksen aineisto – <i>Editorial material</i>	1996	1998	2000	2002	2004	2006
	% palstatilasta – % of space					
Artikkeliaineisto – <i>Articles</i>	5	5	5	5	4	4
Kulttuuri – <i>Culture</i>	7	7	7	6	6	6
Kotimaan aineisto – <i>Home news</i>	32	32	30	27	26	24
• päälevikkialue – <i>main circulation area</i>	..	..	20	16	15	14
• muu kotimaa – <i>other areas</i>	..	..	11	11	11	12
Ulkomaan aineisto – <i>International news</i>	7	6	6	6	6	6
Talous – <i>Economy</i>	8	8	10	9	9	10
Urheilu – <i>Sports</i>	15	14	14	13	14	14
Ajanvieteaaineisto – <i>Entertainment</i>	14	14	14	19	21	20
Yleisön osasto – <i>Letters to the Editor</i>	3	3	3	2	3	3
Sarjakuvat, pilapiirroukset – <i>Cartoons</i>	3	3	2	2	2	2
Radio- ja tv sivut – <i>Radio &amp; TV pages</i>	8	10	10	10	10	9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Koko rekisteröidystä palstatilasta** – Breakdown of total registered space**</b>						
Toimituksen aineistoa – <i>Editorial material</i>	69	71	69	70	66	67
Ilmoitusaineistoa – <i>Advertisements</i>	31	29	32	30	34	33
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Jakauma perustuu 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta.  
*Based on one-week samples of dailies. (Week 47.) Breakdown of material calculated on the basis of total space.*

\*\* Rekisteröity palstatila on toimituksen palstatilan ja ilmoitustilan summa. Lisäksi osa lehden palstatilasta on nk. "tyhjää tilaa", joka muodostuu ilmoitusosaston otsikoista sekä juttujen, kuvien ja ilmoitusten väliin jääneestä tai jätetystä tilasta (noin 4 % vuonna 2006)

*Total registered space is the combined space taken up by editorial material and advertisements. In addition, there remains "empty space" which is taken up by headings in the advertisement section as well as space left between stories, pictures and advertisements (in 2006 the figure for empty space was ca 4 %).*

Lähde: Sanomalehtien Liitto, Toimitustilastot

Source: Finnish Newspapers Association

### 8.19 Päivälehtien tekstiaineiston lähteet 1996–2006\* Sources of text material in dailies 1996–2006\*

	1996	1998	2000	2002	2004	2006
	% palstatilasta – % of space					
Toimituksen tuottama <i>By in-house staff</i>	45	45	43	41	44	43
Oman konsernin lehdistä <i>By other Group publications</i>	..	..	..	3	4	5
Avustajien tuottama <i>By outside contributors</i>	12	12	11	10	11	11
Konsernin ulkop. lehdistä <i>By other publishers</i>	..	..	..	5	4	6
Tietotoimistoilta <i>From news agencies</i>	32	33	36	32	29	27
Lähetetty aineisto** <i>Material submitted**</i>	11	10	10	9	8	9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Jakaumat perustuvat 4–7 kertaa viikossa ilmestyvien päivälehtien tietoihin yhdeltä otosviikolta. (Viikko 47.) Jakaumat laskettu palstatilasta.  
*Based on one-week samples of dailies. (Week 47.)*

\*\* Sisältää tilaamatta lähetetyn aineiston kuten yleisönosastokirjoitukset, lehdistötiedotteet ja radio- ja tv-ohjelmaesittelyt, jotka eivät ole toimituksen tuottamia.  
*Includes unsolicited material such as letters to the Editor, press releases, radio & TV programming and other material not produced by the paper's staff.*

Lähde: Sanomalehtien Liitto. Toimitustilastot  
Source: Finnish Newspapers Association.

### 8.20 Ilmaislehtien tuotot 1998–2008 Revenues of free newspapers 1998–2008

	Käyvin hinnoin <i>Current prices</i>	Kiintein (2008) hinnoin <i>Fixed (2008) prices</i>
	€ milj. – € million	€ milj. – € million
1998	59	71
1999	82	98
2000	87	101
2001	86	96
2002	89	99
2003	95	104
2004	100	109
2005	102	111
2006	104	111
2007	103	107
2008	100	100

Huom: Ilmaisjakelehtien määritelmää laajennettu vuoden 1999 tiedoissa.

Note: Data for 1999 and onwards are based on broadened definition of free newspapers.

Lähde: Tilastokeskus  
Source: Statistics Finland

**8.21 Suurimmat ilmaisjakelulehdet 2008/09**  
**Largest free papers 2008/09**

	Nimi – Title	Julkaisija Company	Alue Distribution area	Ilm. kerrat/ vko Issues/week	Painos Total print/ issue	Lukijamäärä Readers/issue
Ilmaisjakelupäivälehti Daily free paper	Metro	Sanoma	Pääkaupunkiseutu ym. Helsinki capital area & other cities	5	..	423 000
Muut Other	Vartti	Sanoma	Pääkaupunkiseutu ym. Helsinki capital area & other cities	1*	711 000	617 000
	Helsingin Uutiset	Suomen Lehtiyhtymä	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	2	240 000	196 000
	Turkulainen	Suomen Lehtiyhtymä	Turku	2	130 900	119 000
	Tamperelainen	Suomen Lehtiyhtymä	Tampere	2	142 000	138 000
	Tori	Alma Media	Tampere	1	133 800	..
	Länsiväylä	Suomen Lehtiyhtymä	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	2	119 000	131 000
	Aamuset	TS-Yhtymä	Turku	2	136 000	..
	Vantaan Sanomat	Suomen Lehtiyhtymä	Pääkaupunkiseutu Helsinki capital area	2	89 600	96 000

\* Eräillä alueilla 2 krt/vko.  
 2 issues/week in some areas.

Lähteet: Yhtiöiden kotisivut, TNS Atlas  
 Sources: Company webpages, TNS Atlas

**8.22 Sanomalehtien lukeminen 1998–2008**  
**Newspaper readership 1998–2008**

		On lukenut edellisellä päivänä Has read during the previous day	
		%	Min/päivä – Min/day
1998	Kaikki – All	91	42
<u>2000</u>	Kaikki – All	<u>86</u>	<u>38</u>
2002	Kaikki – All	87	48
<u>2004</u>	Kaikki – All	<u>82</u>	<u>48</u>
2005**	Kaikki – All	81	36
2006	Kaikki – All	81	36
2007	Kaikki – All	79	34
2008	Kaikki – All	78	34
2008			
Sukupuoli – Sex	Naiset – Women	78	34
	Miehet – Men	77	34
Ikä – Age	12–24	56	14
	25–44	76	24
	45–59	86	39
	60–	88	56

Vuoden 2008 tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 012 10+-vuotiasta henkilöä.  
 The 2008 data come from a telephone survey involving 20 005 persons aged 10+ years.

\* Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.  
 Figures for 2000 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

\*\* 2005- tiedot eivät ole vertailukelpoisia edellisten vuosien kanssa tiedonkeruutavan muutoksen vuoksi.  
 Figures from 2005 onwards are not comparable with previous years.

Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Oy  
 Source: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Group

### 8.23 Ilmaislehtien lukeminen 1998–2008 Free papers readership 1998–2008

		On lukenut edellisenä päivänä Has read during the previous day	
		%	Min/päivä – Min/day
1998	Kaikki – All	25	4
2000	Kaikki – All	19	2
2002	Kaikki – All	35	8
2004	Kaikki – All	39	10
2005**	Kaikki – All	33	6
2006	Kaikki – All	35	6
2007	Kaikki – All	32	6
2008	Kaikki – All	32	6
2008			
Sukupuoli – Sex	Naiset – Women	33	7
	Miehet – Men	31	5
Ikä – Age	12–24	25	4
	25–44	34	5
	45–59	36	6
	60–	33	8

Vuoden 2008 tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 012 10+-vuotiasta henkilöä.  
The 2005 data come from a telephone survey involving 20 005 persons aged 10+ years.

\* Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.  
Figures for 2000 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.

\*\* 2005- tiedot eivät ole vertailukelpoisia edellisten vuosien kanssa tiedonkeruutavan muutoksen vuoksi.  
Figures from 2005 onwards are not comparable with previous years.

Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Oy  
Source: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Group



## 9 Aikakauslehdet

Talouden volyyymilla mitaten aikakauslehdistö on Suomessa sanomalehtien ja television jälkeen kolmanneksi suurin joukkoviestinnän lohko. Aikakauslehdistön osuus on viimeisten kymmenen vuoden aikana ollut noin 17–18 prosenttia Suomen joukkoviestintämarkkinoiden volyyymista. Vuonna 2008 aikakauslehtiä myytiin 760 miljoonalla eurolla. (Taulukko 9.3).

Aikakauslehdistö on menestynyt kohtalaisen hyvin sekä levikki- että mainosmarkkinoilla. Aikakauslehdet saavat valtaosan tuloistaan levikkimyynnistä (tilaus- ja irtonumeromyynti), mutta 1990-luvun puolivälin jälkeen mainostulojen osuus kasvoi selvästi. Sen jälkeen osuus on jälleen laskenut. Vuonna 2008 osuus oli 29 prosenttia. (Taulukko 9.4.)

Samalla aikakauslehdistön osuus mediamainonnasta kasvoi. Viime vuosina se on ollut noin 16 prosenttia. Aikakauslehtimainonnan kehitystrendi on Suomessa ollut päinvastainen kuin monessa muussa läntisen Euroopan maassa. Monissa maissa aikakauslehtien mainososuus laski erityisesti 1980-luvun puolivälistä 1990-luvun puoliväliin asti. Suomen aikakauslehdistö on käytännössä kuronut umpeen eron aikakauslehtien mainontaosuuden eurooppalaiseen keskitasoon (Suomi 14 % ja EU(15) 15 % vuonna 2007). Vuonna 1990 Suomessa osuus oli vain 11 prosenttia mutta EU-maissa keskimäärin 23 prosenttia.

Aikakauslehtien valikoima on laaja. Kansalliskirjaston vapaakappaletoiniston tilastojen mukaan Suomessa ilmestyi kaikkiaan noin 3 300 vähintään neljä kertaa vuodessa ilmestyvää aikakauslehteä. Nimikemäärä on viime vuosina jonkin verran laskenut (Taulukko 9.1).

Aikakauslehdet täyttävät seuraavat kriteerit:

- Ne ilmestyvät säännöllisesti vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa (= vanhan painovapauslain mukainen “aikakautisten painokirjoitusten” määritelmä).
- Ne sisältävät numeroa kohden useita artikkeleita tai muuta toimituksellista aineistoa.
- Ne ovat kaikkien tilattavissa tai muutoin laajalti saatavissa.
- Niiden sisältö ei muodostu pääasiallisesti liikealan tiedonannoista, hinnastoista, ilmoituksista tai mainonnasta.

Toisinaan puhutaan myös noin 5 000 lehtinimikkeen joukosta. Määrään on silloin laskettu Unescon luokituksiin perustuen mukaan kaikki vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät kotimaiset aikakautiset julkaisut (sanomalehdet tietenkin pois



lukien). Tästä lähes 5 000 nimikkeen joukosta noin neljäsosa eli miltei 1 100 oli ruotsinkielisiä, kaksikielisiä tai muunkielisiä julkaisuja. (Taulukko 9.1.)

Aikakauslehtien verkkoversioiden ja muiden aikakauslehtityyppisten verkkojulkaisujen määrä oli noin 250 nimikettä vuonna 2008 (taulukko 9.2).

Seuraavassa aikakauslehdistöllä tarkoitetaan pääsääntöisesti edellä määriteltyä noin 3 300 lehden joukkoa. Lehtijakelua dominoivan Itella Oyj:n asiakasrekisterin mukaan nimikkeet jakautuivat vuonna 2007 eri lehtiluokkiin seuraavasti:

1. *Yleisölehdet*, jonka alaryhmiä ovat esimerkiksi yleisaikakaus- ja perhelehdet, erikoislehdet ja harrastelehdet (noin 400 lehtinimikettä vuonna 2007);
  2. *Ammatti- ja järjestölehdet*, jotka jaetaan aihealan mukaan useisiin alaryhmiin (noin 1 900 nimikettä);
  3. *Mielipidelehdet*, joiden alaryhmiä ovat yhteiskunta ja politiikka, kulttuuri, uskonto sekä muut aatteelliset lehdet (noin 160 nimikettä);
  4. *Asiakas- ja yrityslehdet* (noin 160 nimikettä).
- (Lisäksi Itellan rekisterissä oli lähes tuhat luokkiin ryhmittelemätöntä nimikettä.)

Kun Itellan jakamien aikakauslehtien vuosivolyymiin (= jakelumäärät kerrottuna ilmestymiskertojen määrällä; ks. taulukot 9.12 & 9.13) lisätään myydyt irtotnumerot (taulukko 9.14), kotimaisten aikakauslehtien vuosivolyymiksi saadaan noin 370 miljoonaa kappaletta vuonna 2008. Tasan jaettuna niistä riittäisi noin 160 aikakauslehden numeroa eli noin kolme viikkolehtivuosikertaa tai peräti noin 12 kerran kuussa ilmestyvän aikakauslehden vuosikertaa jokaiselle kotitaloudelle.

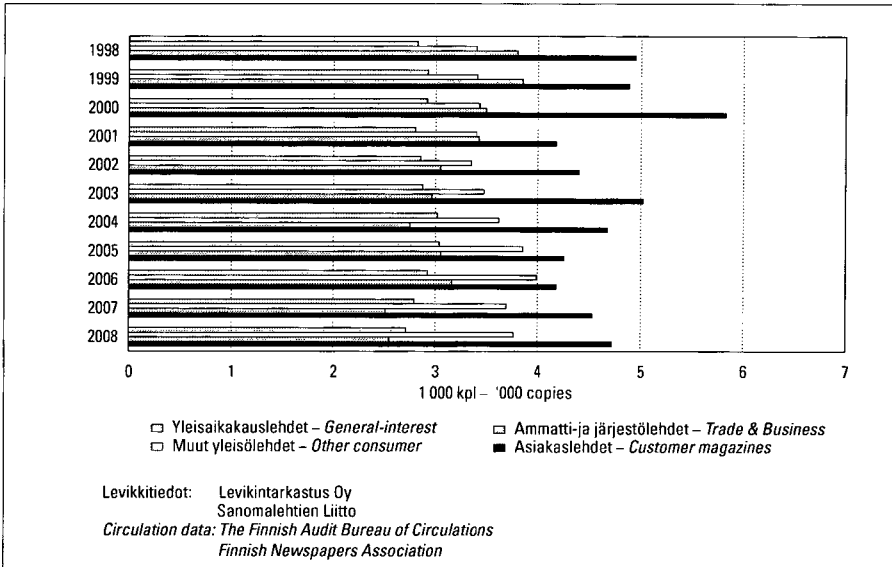
Aikakauslehtien vuosivolyymi jakautui lehtiryhmiin vuonna 2007 seuraavasti:

– Yleisölehdet	38 %
– Ammatti- ja järjestölehdet	46 %
– Mielipidelehdet	2 %
– Asiakaslehdet	14 %

Yleisöaikakauslehtien yhteislevikki on levikintarkastustietojen mukaan viime vuosina jonkin verran vaihdellut (taulukko 9.6). – Levikkinsä tarkastuttaa lähinnä lehdistön se osa, jolle mainonta on tärkeä tulonlähde. Niinpä levikkimittaukset kattavat aikakauslehtinimikkeistä vain pienen mutta levikki- ja lukijaosuuksilla mitaten ehdottomasti keskeisimmän osan. Esimerkiksi vuonna 2008 noin 200 aikakauslehteä tarkastutti levikkinsä.

Asiakaslehtien sekä ammatti- ja järjestölehtien yhteislevikeissä vuosittaiset vaihtelut ovat suuria, koska levikkinsä tarkastuttavien lehtien joukossa on vuosittain suuria vaihteluita. (Taulukko 9.6)

Kuvio 9.1 Eräiden aikauslehtiryhmien yhteislevikit 1998–2008  
 Figure 9.1 Total circulations of selected magazine and periodical categories 1998–2008



Aivan viime vuosina on perustettu noin 25–30 uutta aikakauslehteä vuodessa. Useimmat näistä ovat selkeästi erityisille kohderyhmille suunnattuja erikoisaikakaus- tai harrastelehtiä. Uusien lehtien elinkaari jää kiristyneen kilpailun myötä usein lyhyeksi. Noin kolmannes vuosina 2001–2008 markkinoille tulleista noin 200 lehtinimikkeestä on jo lopettanut ilmestymisensä.

Eräänä trendinä on ollut markkinoiden testaaminen olemassa olevien lehtinimikkeiden erilaisilla sisar- tai tytärajulkaisuilla tai pyrkimys kokonaisten ”lehti-perheiden” synnyttämiseen vakiintuneiden nimikkeiden suojissa. Näin ovat toimineet erityisesti suurimmat aikakauslehtikustantajat.

Lähes yhdeksän kymmenestä myydyistä yleisöaikakauslehden numerosta toimitetaan Suomessa tilattuina kotiin (taulukko 9.11). Suomi onkin yksi niistä harvoista Euroopan maista, joissa yleisöaikakauslehtien tilaustuottojen osuus ylittää irtonumeromyyntin tuotot. Suomessa ja Ruotsissa tilausmyyntin osuudet, noin 90 prosenttia, ovat Euroopan korkeimmat. Toisesta ääripäästä löytyvät esimerkiksi Puola, Romania ja yllättävästi myös Tanska tilausten vain noin 5 prosentin osuuksilla. Suomi on aivan poikkeuksellisen selvästi tilausmyyntimaa. Tämä koskee sekä aikakaus- että sanomalehtiä.

Kotimaisten aikakauslehtien kappalemääräinen irtonumeromyynti on säilynyt suurin piirtein samalla tasolla eli noin 22–25 miljoonassa kappaleessa viimeisten kymmenen vuoden ajan (taulukko 9.14). Aikakauslehtien kanssa irtonumeromyyntistä kilpailevia iltapäivälehtiä myydään nykyisin irtonumeroina lähes nelinkertai-

nen määrä kaikkien aikakauslehtien koko irtonumeromyynnin summaan verrattuna (vrt. Sanomalehdet -luvun taulukko 8.16). Tämäkin osaltaan osoittaa irtonumeromyynnin vähäistä osuutta ja tilausmyynnin keskeistä asemaa Suomen aikakauslehtimarkkinoilla.

Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti on säilynyt viimeiset kymmenen vuotta suurin piirtein ennallaan noin 3 miljoonassa kappalessa (taulukko 9.14.) Vuonna 2008 ulkomaisia lehtiä myytiin 3,0 miljoonaa kappaletta eli lähes 30 prosenttia vähemmän kuin huippuvuonna 1991, jolloin myynti oli 4,2 miljoonaa kappaletta. Myydyt ulkomaisten lehtien irtonumerot ovat valtaosin erikoisaikakauslehtiä ja harrastelehtiä (taulukko 9.16.).

Suomessa on kolme selvästi muita suurempaa aikakauslehtien kustantajaa. 1980-luvun lopussa nykyisin Otava-Kuvalehdet -konserniin kuuluva Yhtyneet Kuvalehdet kasvoi selvästi suurimmaksi aikakauslehtiyritykseksi ostamalla toisen merkittävän aikakauslehtikustantajan, Lehtimiehet Oy:n. Mutta 2000-luvulla Sanoma-konserniin kuuluva Sanoma Magazines Finland on vallannut vuosivolyymeilla mitaten suurimman aikakauslehtikustantajan aseman. Kolmas volyyymillaan muista erottuva kustannustalo on perinteisesti ollut A-lehdet. Mutta myös tanskalaisomisteinen Aller Julkaisut, joka aloitti toimintansa Suomessa vuonna 1992, on nopeasti noussut kokoluokaltaan suurimpien kustantajien joukkoon. Neljä suurinta kustantajaa julkaisivat vuonna 2008 yhteensä sataa yleisölehtinimikettä, joiden yhteinen vuosivolyymi oli noin 120 miljoonaa kappaletta. Niiden yhteenlaskettu osuus yleisölehtimarkkinoista oli 77 prosenttia. (Taulukko 9.10. – Kustantajien markkinaosuuksia laskettaessa on jätetty pois sellaiset lehtinimikkeet, joiden levikistä valtaosa muodostuu vapaakappaleista saman julkaisijan muiden lehtinimikkeiden tilaajille/ostajille.)

Kolme suurinta yleisölehtikustantajaa kuuluvat nykyisin myös suurimpien asiakaslehtikustantajien joukkoon.

Kahdeksasta suurimmasta aikakauslehtiyhtiöstä neljä (Aller Julkaisut, Bonnier Publications, Forma Publishing Group, Valitut Palat-Reader's Digest) ovat taustaltaan ulkomaisia lehtiyhtiöitä. Ruotsalaisen Bonnierin aiemmin Suomessa omistama toinen kustantamo (Semic, nykyiseltä nimeltään Egmont Kustannus) siirtyi 1997 tanskalaisen Egmontin (50 %) ja Sanoman (50 %) yhteiseen omistukseen. Puhtaasti ulkomaisessa omistuksessa olevien neljän kustantajan osuus yleisölehtien volyyymista on kasvanut selvästi. Vuonna 2008 se oli 16 prosenttia. Kasvu johtuu valtaosin Tanskan ja Ruotsin suurimman aikakauslehtikustantajan Allerin hyvästä menestyksestä myös Suomessa. Mutta myös Ruotsin toiseksi suurin aikakauslehtikustantaja Bonnier on viime vuosina kasvattanut selvästi markkinaosuuttaan. (Taulukko 9.10.)

Sanomasta tuli Euroopan mitassakin suuri aikakauslehtikustantaja, kun se ensin osti hollantilaisen VNU:n aikakauslehtiliiketoiminnot vuonna 2001 ja on sen jälkeen laajentunut lisää erityisesti Keski- ja Itä-Euroopan (ml. Venäjä) markkinoille.

Nykyisin Sanoma Magazines kuuluu Euroopan suurimpien aikakauslehtikustantajien joukkoon. Se julkaisi yli 300 aikakauslehtinimikettä kolmessatoista maassa vuonna 2008.

Muiden suomalaisten kustannustalojen toiminta ulkomailla on siihen verrattuna pienimuotoista. Yhtyneillä Kuvalehdillä on toimintaa Baltian maissa. Viron tytäryhtiö Ühinenud Ajakirjad julkaisee muun muassa useita yhtiön kotimaisten lehtinimikkeiden paikallisille markkinoille mukautettuja versioita.

## *Tilastointi*

Levikintarkastus Oy tarkastaa vuosittain aikakauslehtien nettolevikkejä. Levikkinsä tarkastuttaa lähinnä lehdistön se osa, jolle mainonta on tärkeä tulonlähde. Levikkitaukukset kattavat aikakauslehtinimikkeistä vain pienen mutta levikki- ja lukija-osuuksilla mitaten keskeisimmän osan.

Kansalliskirjaston vapaakappaletoimisto tilastoi Suomessa ilmestyviä aikakausjulkaisunimikkeitä. Aikakauslehtien ja muiden toistuvaisjulkaisujen rajausta ei tässä tilastossa ole aivan yksiselitteinen.

Posti Oyj/Itella Oyj tilastoi jakamansa aikakauslehtinimikkeet ja niiden vuosivolyymien lehtityypeittäin vuodesta 1992 lähtien. EU:n uuden postidirektiivin ja kilpailutilanteen muutosten vuoksi lehtityypeittäiset tiedot eivät ole enää julkisesti saatavilla vuodesta 2008 lähtien.

Tiedot koti- ja ulkomaisten lehtien irtonumeromyynnistä on saatu lehtien irtonumeroiden tukkumyyntiä dominoivalta Rautakirjalta. Tiedoista on poistettu niihin varsinaisten aikakauslehtien ja nk. ilmoituslehtien (esim. Keltainen Pörssi) lisäksi sisältyvät muut luku tuotteet.

Aikakauslehtien Liitto tilastoi jäsenlehtiensä toimintaa sekä julkaisee verkkosivuillaan jäsenlehtiensä mediatiedot. Sivuilta löytyy myös tilastotietoja aikakauslehdistöistä.

Levikintarkastus Oy on myös toimeksiantajana nk. Kansallisessa Mediatutkimuksessa, jossa mitataan suurimpien lehtinimikkeiden lukijamääriä.

TNS Gallup Oy:n Atlas Intermedia -tutkimukset sisältävät tietoja myös aikakauslehtien lukemisesta ja siinä tapahtuneista muutoksista.

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

*Kivikuru, Ullamaija:* Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä. Yliopistopaino, Helsinki 1996.

*Kivikuru, Ullamaija:* Aikakauslehdistö. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.): Suomen mediamaisema (2. uudistettu painos). WSOY, Helsinki 2003.

*Sauri, Tuomo:* Lukeminen. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Suomen lehdistön historia. Osat 8–10: Aikakauslehdistön historia. Kustannuskiila, Kuopio 1991–91.

*Tommila, P. & Salokangas, R.:* Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Edita, Helsinki 1998.

## Taulukot – Tables

- 9.1 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden ja kielen mukaan 1998–2008  
*Number of magazines and periodicals by frequency and by language of publication 1998–2008*
- 9.2 Aikakauslehtien verkkojulkaisut 1998–2008  
*Number of magazine web pages 1998–2008*
- 9.3 Aikakauslehtien tuotot 1998–2008  
*Magazine revenues 1998–2008*
- 9.4 Aikakauslehdistön tuottojakauma 1998–2008  
*Breakdown of magazine revenues 1998–2008*
- 9.5 Valtion tuki aikakauslehdille 1999–2009  
*Government subsidies to the printed press 1999–2009*
- 9.6 Eräiden aikauslehtiryhmien yhteislevikit 1998–2008  
*Total circulations of selected magazine and periodical categories 1998–2008*
- 9.7 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 2008  
*Magazines: Top titles by circulation and readership 2008*
- 9.8 Suurimpien yleisölehtien (2008) levikit 1998–2008  
*Consumer magazines: Top titles by circulation 2008, circulation trends 1998–2008*
- 9.9 Suosituimmat aikakauslehtien verkkojulkaisut 2009 (Lokakuu, viikko 44)  
*Top ten magazine web pages 2009 (October, week 44)*
- 9.10 Suurimpien kustantajien markkinaosuudet yleisölehtien vuosivolyymista 1998–2008  
*Biggest publishers of consumer magazines: shares of yearly volume 1998–2008*
- 9.11 Tilausten ja irtonumeromyynnin osuudet kotimaisten yleisölehtien kappalemyyntistä 1998–2008  
*Breakdown of Finnish consumer magazine copy sales 1998–2008*
- 9.12 Postin jakamat aikakauslehdet pääryhmittäin 1998–2008  
*Postal deliveries of magazines and periodicals by main type 1998–2008*
- 9.13 Postin jakamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 2007  
*Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 2007*
- 9.14 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
*Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals 1998–2008*
- 9.15 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2008  
*Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 2008*

- 9.16 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2008  
*Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 2008*
- 9.17 Aikakauslehtien lukeminen 1998–2008  
*Magazines & periodicals readership 1998–2008*

## ***Kuviot – Figures***

- 9.1 Eräiden aikauslehtiryhmien yhteislevikit 1998–2008  
*Total circulations of selected magazine and periodical categories 1998–2008*
- 9.2 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
*Single-copy sales of magazines and periodicals 1998–2008*
- 9.3 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 2008  
*Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin 2008*

## 9.1 Aikakauslehtinimikkeet ilmestymistiheyden ja kielen mukaan 1998–2008

### Number of magazines and periodicals by frequency and by language of publication 1998–2008

	Ilmestymiskerrat – Frequency of publication					Kieli – Language				
	Kerran viikossa <i>Once a week</i>	1–2 kertaa kuukaudessa <i>1–2 times a month</i>	4–11 kertaa vuodessa <i>4–11 times a year</i>	<b>4–52 kertaa vuodessa</b> <b>4–52 times a year</b>	2–3 kertaa vuodessa <i>2–3 times a year</i>	Kaikki yhteensä <i>All total</i>	Suomi <i>Finnish</i>	Suomi ja ruotsi <i>Finnish and Swedish</i>	Ruotsi <i>Swedish</i>	Muun kieliset <i>Other languages</i>
1998	55	463	3 005	<b>3 523</b>	1 555	5 078	3 963	284	227	604
1999	59	461	3 042	<b>3 562</b>	1 567	5 129	3 986	273	236	634
2000	57	448	3 044	<b>3 549</b>	1 555	5 104	3 982	272	226	624
2001	59	448	3 125	<b>3 632</b>	1 526	5 158	4 018	256	233	651
2002	56	415	3 034	<b>3 505</b>	1 512	5 017	3 887	264	233	633
2003	54	420	3 072	<b>3 546</b>	1 496	5 042	3 886	261	232	663
2004	61	418	3 074	<b>3 553</b>	1 536	5 089	3 905	259	239	686
2005	45	373	3 044	<b>3 462</b>	1 460	4 922	3 760	248	227	687
2006	60	401	3 016	<b>3 477</b>	1 437	4 914	3 759	255	224	676
2007	57	385	2 924	<b>3 366</b>	1 435	4 801	3 668	254	212	667
2008	55	421	2 837	<b>3 313</b>	1 456	4 769	3 681	252	209	627

Lähde: Kansalliskirjasto, Kansallislähtöpalvelut  
Source: The National Library of Finland, Bibliographical services

## 9.2 Aikakauslehtien verkkojulkaisut 1998–2008

### Number of magazine web pages 1998–2008

	1998	2000	2002	2004	2006	2008
	Syksy – Autumn	Syksy – Autumn	Kevät – Spring	Kevät – Spring	Kevät – Spring	Kevät – Spring
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>116</b>	<b>138</b>	<b>209</b>	<b>215</b>	<b>243</b>	<b>248</b>
• tekniikka – <i>technology magazines</i>	..	11	17	18	20	19
• talous – <i>business magazines</i>	..	5	8	11	15	14
• urheilu – <i>sports magazines</i>	..	12	19	19	19	20
• kulttuuri- ja mielipidelehdet <i>culture and opinion journals</i>	..	13	27	25	32	35
• harrasteet – <i>hobby magazines</i>	..	9	15	18	18	17
• tiedelehdet – <i>science magazines</i>	..	7	12	12	14	15
• opiskelijalehdet – <i>student magazines</i>	..	15	21	24	23	20
• järjestölehdet – <i>trade and organization magazines</i>	..	28	35	36	44	49
• muut lehdet – <i>other magazines</i>	..	38	55	52	58	59

Huom. Laskelmassa mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.  
Note. Including homepages providing at least some news/editorial material.

Lähde: <http://www.journalistiliitto.fi>  
Source: <http://www.journalistiliitto.fi>



**9.3 Aikakauslehtien tuotot 1998–2008**  
**Magazine revenues 1998–2008**

	Käyvin hinnoin – <i>Current prices</i> € milj. – € million	Kiintein (2008) hinnoin – <i>Fixed (2008) prices</i> € milj. – € million
1998	589	710
1999	614	731
2000	631	727
2001	622	700
2002	630	697
2003	655	719
2004	680	745
2005	710	771
2006	720	768
2007	752	783
2008	760	760

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot – *Source: Statistics Finland/Media statistics*

**9.4 Aikakauslehdistön tuottojakauma 1998–2008**  
**Breakdown of magazine revenues 1998–2008**

	Tilaukset <i>Subscriptions</i> %	Irtonumeromyynti <i>Single copy sales</i>	Mainonta <i>Advertising</i>
1998	63	8	29
1999	62	8	29
2000	59	8	33
2001	59	9	32
2002	60	9	31
2003	61	9	30
2004	62	9	30
2005	62	8	30
2006	62	8	30
2007	63	7	30
2008	64	7	29

Luvut ovat karkeita arvioita – *The figures are crude estimates.*

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot – *Source: Statistics Finland/Media statistics*

**9.5 Valtion tuki aikakauslehdille 1999–2009**  
**Government subsidies to the printed press 1999–2009**

	Kulttuurilehtituki – <i>Subsidies for cultural periodicals</i> € milj. – € million
1999	0,8
2000	0,8
2001	0,8
2002	0,8
2003	0,8
2004	0,8
2005	0,8
2006	0,8
2007	0,8
2008	0,8
2009	1,0

Lähde: Opetusministeriö – *Source: Ministry of Education*

9.6 Eräiden aikauslehtiryhmien yhteislevikit 1998–2008  
*Total circulations of selected magazine and periodical categories 1998–2008*

	Yleisaikakauslehdet <i>General-interest magazines</i>	Muut yleisölehdet <i>Other consumer magazines</i>	<b>Yleisölehdet yhteensä <i>Consumer magazines total</i></b>	Ammatti- ja järjestölehdet <i>Trade &amp; business magazines</i>	Asiakaslehdet <i>Customer magazines</i>	<b>Kaikki yhteensä <i>All total</i></b>
	1 000 kpl	'000 copies				
1998	2 821	3 401	<b>6 221</b>	3 800	4 943	<b>14 963</b>
1999	2 921	3 411	<b>6 332</b>	3 852	4 885	<b>15 069</b>
2000	2 916	3 434	<b>6 350</b>	3 497	5 826	<b>15 673</b>
2001	2 800	3 400	<b>6 200</b>	3 430	4 179	<b>13 808</b>
2002	2 852	3 349	<b>6 201</b>	3 048	4 400	<b>13 649</b>
2003	2 874	3 479	<b>6 353</b>	2 965	5 024	<b>14 341</b>
2004	3 017	3 623	<b>6 640</b>	2 749	4 676	<b>14 065</b>
2005	3 037	3 857	<b>6 893</b>	3 053	4 256	<b>14 203</b>
2006	2 924	3 991	<b>6 915</b>	3 157	4 181	<b>14 253</b>
2007	2 794	3 696	<b>6 490</b>	2 511	4 529	<b>13 530</b>
2008	2 715	3 767	<b>6 481</b>	2 546	4 720	<b>13 748</b>
	%					
1998	19	23	<b>42</b>	25	33	100
1999	19	23	<b>42</b>	26	32	100
2000	19	22	<b>41</b>	22	37	100
2001	20	25	<b>45</b>	25	30	100
2002	21	25	<b>45</b>	22	32	100
2003	20	24	<b>44</b>	21	35	100
2004	21	26	<b>47</b>	20	33	100
2005	21	27	<b>48</b>	21	30	100
2006	21	28	<b>49</b>	22	29	100
2007	21	27	<b>48</b>	19	33	100
2008	20	27	<b>47</b>	19	34	100

Huom: Lehdet, joilla on tarkastettu levikki. Mukana olevien lehtien määrä vaihtelee eri vuosina.

Note: Magazines and periodicals with audited circulation figures only. The number of magazines and periodicals varies from year to year.

Lähteet: Levikintarkastus Oy  
Aikakauslehtien Liitto.

Sources: The Finnish Audit Bureau of Circulations  
Association of Finnish Periodicals

**9.7 Suurimpien aikakauslehtien levikit ja lukijamäärät 2008**  
**Magazines: Top titles by circulation and readership 2008**

Lehti Magazine	Numeroa/vuosi Issues/year	Levikki Circulation	Lukijamäärä Readership	Lukijoita/ levikkikappale Readers/copy	Julkaisija Publisher
<b>Yleisölehdet – Consumer magazines</b>					
Aku Anka	52	324 500	1 076 000	3,3	Sanoma Magazines Finland Oy
ET-lehti	18	252 066	785 000	3,1	Sanoma Magazines Finland Oy
7 päivää	49	243 507	790 000	3,2	Aller Julkaisut Oy
TV-maailma *	49	234 515	..	..	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Valitut Palat	12	210 961	607 000	2,9	Oy Valitut Palat – Reader's Digest Ab
Apu	49	191 466	637 000	3,3	A-Lehdet Oy
Seura	49	188 223	657 000	3,5	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Kodin Kuvalehti	23	181 029	585 000	3,2	Sanoma Magazines Finland Oy
Tekniikan Maailma	22	150 231	663 000	4,4	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
Kotiliesi	24	148 315	465 000	3,1	Yhtyneet Kuvalehdet Oy
<b>Ammatti- ja järjestölehdet – Trade and business magazines</b>					
Taloustaito	12	222 286	226 000	1,0	Verotieto Oy
Motiivi	13	218 571	..	..	JHL
Kirkko ja Kaupunki	48	204 329	202 000	1,0	Helsingin seurakuntayhtymä
Koiramme	10	123 639	364 000	2,9	Suomen Kennelliitto
Tehy-lehti	16	107 618	216 000	2,0	Tehy ry
Tekniikka & Talous	43	103 781	113 000	1,1	Talentum Oyj
Opettaja	40	96 318	169 000	1,8	Opetusalan Ammattijärjestö OAJ
Talouselämä	43	79 684	169 000	2,1	Talentum Oyj
Sydän	5	77 519	..	..	Suomen Sydänliitto
TEK - tekniikan akateemiset	9	64 141	..	..	Tekniikan Akateemisten Liitto
<b>Asiakaslehdet – Customer magazines</b>					
Pirkka	10	1 673 595	2 691 000	1,6	Kynämies Oy
Yhteishyvä	12	1 608 901	1 889 000	1,2	SOK
Me/YkkösBonus-lehti	12	928 695	963 000	1,0	Tradeka Oy
Matkaviest	4	355 049	..	..	Sonera Oyj
Birka	10	77 447	..	..	Kynämies Oy

\* Noin 95 prosenttia TV-maailman levikistä muodostuu vapaakappaleista Seuran ja Suomen Kuvalehden tilaajille.  
 Some 95 per cent of the title's circulation are comprised of free copies to subscribers of other titles by the same publisher.

Lähde: Levikintarkastus Oy  
 Source: The Finnish Audit Bureau of Circulations

## 9.8 Suurimpien yleisölehtien (2008) levikit 1998–2008

*Consumer magazines: Top titles by circulation 2008, circulation trends 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Aku Ankk	265 001	260 104	273 434	287 685	294 125	295 033
ET-lehti	250 420	251 754	253 669	258 657	260 998	264 558
7 päivää	217 307	223 808	235 273	255 007	260 617	261 937
TV-maailma*	30 881	46 596	51 607			
Valitut Palat	297 478	241 381	230 707	228 255	226 297	219 963
Apu	254 890	248 247	255 656	254 762	251 697	260 669
Seura	254 504	267 251	260 590	257 121	247 851	238 081
Kodin Kuvalehti	172 254	170 959	170 949	175 452	180 387	174 492
Tekniikan Maailma	124 184	129 343	137 310	140 838	142 653	143 104
Kotiliesi	190 180	195 425	190 361	179 209	183 577	179 059
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>2 057 099</b>	<b>2 034 868</b>	<b>2 059 556</b>	<b>2 036 986</b>	<b>2 048 202</b>	<b>2 036 896</b>

	2004	2005	2006	2007	2008	Muutos/Change 1998–2008 %	2007–2008 %
Aku Ankk	300 908	310 086	320 514	324 100	324 500	22,5	0,1
ET-lehti	265 362	266 525	265 653	259 291	252 066	0,7	-2,8
7 päivää	263 117	264 067	265 437	246 771	243 507	12,1	-1,3
TV-maailma*	304 761*	281 291*	242 906*	229 889*	234 515*	..	2,0
Valitut Palat	221 205	225 952	224 654	223 322	210 961	-29,1	-5,5
Apu	240 608	231 010	224 545	215 525	191 466	-24,9	-11,2
Seura	226 804	211 863	191 309	189 621	188 223	-26,0	-0,7
Kodin Kuvalehti	180 614	180 886	182 198	182 930	181 029	5,1	-1,0
Tekniikan Maailma	143 420	145 862	148 840	150 751	150 231	21,0	-0,3
Kotiliesi	161 604	161 371	160 670	152 694	148 315	-22,0	-2,9
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>2 308 403</b>	<b>2 278 913</b>	<b>2 226 726</b>	<b>2 174 894</b>	<b>2 124 813</b>	<b>3,3</b>	<b>-2,3</b>

\* Noin 95 prosenttia TV-maailman levikistä muodostuu (2004–) vapaakappaleista Seuran ja Suomen Kuvalehden tilaajille.  
Some 95 per cent of the title's circulation are comprised of free copies to subscribers of Seura and Suomen Kuvalehti.

Lähde: Levikintarkastus Oy

Source: The Finnish Audit Bureau of Circulations

## 9.9 Suosituimmat aikakauslehtien verkkojulkaisut 2009 (Lokakuu, viikko 44)

*Top ten magazine web pages 2009 (October, week 44)*

Lehti: Title	Kävijöitä/viikko Browsers/week	Käyntejä/viikko Sessions/week	Käyntejä/kävijä Sessions/browser
Kaksplus	245 515	435 681	1,8
Seiska	138 731	254 110	1,8
City.fi	128 339	243 318	1,9
Tietoviikko	119 187	261 295	2,2
Tekniikka&Talous	118 679	222 072	1,9
MBNet	112 650	258 215	2,3
Tietokone	89 861	193 479	2,2
Talouselämä	86 925	151 052	1,7
MikroPC	82 888	142 216	1,7
Vauva	75 547	175 160	2,3

Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmetrix/site.aspx>

Source: <http://www.gallupweb.com/tnsmetrix/site.aspx>

**9.10 Suurimpien kustantajien markkinaosuudet yleisölehtien vuosivolyymista 1998–2008**  
**Biggest publishers of consumer magazines: shares of yearly volume 1998–2008**

Yhtiö Publisher	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Lehtiä No. of titles
	Milj.kpl – Mill. copies											
Sanoma Magazines Finland	33,3	35,4	36,1	37,2	37,6	38,0	41,1	44,4	47,4	47,8	50,8	48
Yhtyneet Kuvalehdet	40,8	44,3	41,9	40,1	38,6	37,4	36,7	37,7	35,7	35,7	36,3	34
A-lehdet	22,5	23,1	23,5	23,6	23,3	26,6	26,6	25,8	20,6	20,4	19,5	13
Aller Julkaisut	12,3	12,5	13,0	14,1	15,9	17,7	18,0	18,4	22,4	19,4	15,3	5
Bonnier Publications	2,1	2,3	1,7	1,7	1,7	1,8	2,2	2,4	2,6	2,8	3,5	9
Forma Publishing Group	3,5	3,4	3,6	3,5	3,4	3,4	3,4	3,4	4,0	3,5	3,2	5
Valitut Palat-Reader's Digest	3,6	2,9	2,8	2,7	2,7	2,6	2,7	2,7	2,7	2,9	2,8	2
Egmont Kustannus	2,1	1,9	1,8	1,8	2,1	2,0	3,5	2,3	2,4	2,3	2,2	54
Muut – Other	19,0	16,7	20,2	19,4	20,1	16,2	13,8	19,2	21,5	25,6	25,4	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>139,2</b>	<b>142,5</b>	<b>144,6</b>	<b>144,1</b>	<b>145,4</b>	<b>145,9</b>	<b>148,0</b>	<b>156,4</b>	<b>159,2</b>	<b>160,6</b>	<b>159,0</b>	
	%											
Sanoma Magazines Finland	23,9	24,8	25,0	25,8	25,9	26,1	27,8	28,4	29,8	29,8	31,9	
Yhtyneet Kuvalehdet	29,3	31,1	29,0	27,8	26,5	25,7	24,8	24,1	22,4	22,3	22,8	
A-lehdet	16,2	16,2	16,3	16,4	16,0	18,3	18,0	16,5	12,9	12,7	12,3	
Aller Julkaisut	8,8	8,8	9,0	9,8	10,9	12,1	12,1	11,8	14,1	12,1	9,6	
Bonnier Publications	1,5	1,6	1,2	1,2	1,2	1,2	1,5	1,6	1,6	1,8	2,2	
Forma Publishing Group	2,5	2,4	2,5	2,4	2,3	2,4	2,3	2,2	2,5	2,2	2,0	
Valitut Palat-Reader's Digest	2,6	2,0	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,8	1,8	
Egmont Kustannus	1,5	1,3	1,2	1,2	1,4	1,4	2,3	1,5	1,5	1,5	1,4	
Muut – Other	13,6	11,7	13,9	13,4	13,8	11,1	9,3	12,3	13,5	16,0	16,0	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

- Kustantajien vuosivolyymitiedot perustuvat levikkeihin paitsi osalla Egmont Kustannuksen lehtiä, joilla ei ole tarkastettua levikkiä. Tällöin volyymit on laskettu painosmääristä, joista on vähennetty irtonumeromyynnin palautusten osuus.
- Taulukon summaluvut sekä muiden kuin suurimpien kustantajien osuus perustuvat Itellan ja Rautakirjan tietoihin.
- Mikäli lehden levikistä valtaosa muodostuu vapaakappaleista saman julkaisijan muiden lehtinimikkeiden tilaajille, päällekkäisyyden osuus on poistettu näiden lehtien levikkiluvuista.
- Vuosien 1998–2002 luvut eivät sisällä ristikkolehtiä.
- *Yearly volumes of the biggest publishers are based on audited circulation figures. Part of the magazines by Egmont Kustannus do not have audited circulation. In these cases the data are total print figures of which returns have been eliminated.*
- *Other and Total: the data are based on postal deliveries by Itella and on single copy sales by Rautakirja.*
- *In case a title's circulation is mainly comprised of free copies delivered to subscribers of other titles by the same publisher, the share of overlap has been eliminated from these titles' circulation figures.*
- *Crossword puzzle magazines are not included in 1998–2002.*

Lähde: Tilastokeskus/Joukkoviestintätilastot  
 Source: Statistics Finland/Media statistics

Levikki- volyymi- ja ilmestymiskertatiedot: Levikintarkastus Oy, Itella Oyj, Rautakirja Oy  
 Data on circulations, annual volume, no. of issues: The Finnish Audit Bureau of Circulations, Itella Plc, Rautakirja Inc.

### 9.11 Tilausten ja irtonumeromyynnin osuudet kotimaisten yleisölehtien kappalemyyinnistä 1998–2008 Breakdown of Finnish consumer magazine copy sales 1998–2008

	Tilaukset – Subscriptions	Irtonumeromyynti – Single copy sales	Yhteensä – Total
	%	%	%
1998	83	17	100
1999	84	16	100
2000	84	16	100
2001	84	16	100
2002	84	16	100
2003	85	15	100
2004	84	16	100
2005	85	15	100
2006	85	15	100
2007	86	14	100
2008	86	14	100

Lähteet: Suomen Posti Oyj/Itella Oyj, Lehtipalvelut  
Rautakirja Oy

Sources: Finland Post Plc/Itella Plc, Magazine delivery services  
Rautakirja Inc.

### 9.12 Postin jakamat aikakauslehdet pääryhmittäin 1998–2008 Postal deliveries of magazines and periodicals by main type 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Milj.kpl – Million copies										
Yleisölehdet – Consumer magazines	122	125	127	127	129	129	131	135	138	139	..
Ammatti- ja järjestölehdet Trade & organization magazines	157	164	168	165	165	161	162	168	168	168	..
Mielipidelehdet – Opinion journals	13	13	11	10	9	9	9	9	8	8	..
Asiakaslehdet – Customer magazines	57	58	59	53	50	52	49	50	52	52	..
<b>Aikakauslehdet yhteensä Magazines and periodicals total</b>	<b>349</b>	<b>361</b>	<b>365</b>	<b>354</b>	<b>353</b>	<b>351</b>	<b>351</b>	<b>362</b>	<b>366</b>	<b>367</b>	<b>347</b>
	%										
Yleisölehdet – Consumer magazines	35	35	35	36	36	37	37	37	38	38	..
Ammatti- ja järjestölehdet Trade & organization magazines	45	46	46	46	47	46	46	46	46	46	..
Mielipidelehdet – Opinion journals	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	..
Asiakaslehdet – Customer magazines	16	16	16	15	14	15	14	14	14	14	..
<b>Aikakauslehdet yhteensä Magazines and periodicals total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>..</b>

Lähde: Suomen Posti Oyj/Itella Oyj, Lehtipalvelut

Source: Finland Post Plc/Itella Plc, Magazine delivery services

9.13 Postin jakamat aikakauslehdet lehtityypeittäin 2007  
*Magazines and periodicals delivered by Finland Post by type of magazine 2007*

	Milj.kpl Million copies	%
<b>Yleisölehdet – Consumer magazines</b>		
Yleisaikakaus- ja perhelehdet – <i>General-interest and family</i>	56,5	15,4
Naisten yleis- ja erikoislehdet – <i>Women's</i>	27,9	7,6
Miesten yleis- ja erikoislehdet – <i>Men's</i>	–	–
Lasten ja nuorten lehdet – <i>Children's and juvenile</i>	23,9	6,5
Erikaisaikakaus- ja harrastelehdet – <i>Special-interest and hobby</i>	31,1	8,5
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>139,4</b>	<b>38,0</b>
<b>Ammatti- ja järjestölehdet – Trade &amp; organization magazines</b>		
Maa, metsä, karja, kala, kotit. – <i>Forestry &amp; agriculture</i>	6,6	1,8
Teollisuus, tekniikka – <i>Industry, technology</i>	16,3	4,5
Arkkitehtuuri, rakennustoiminta. – <i>Architecture, building</i>	18,9	5,2
Kauppa, palvelut, suurtalous – <i>Trade, services</i>	5,7	1,6
Tietoliikenne, tietojenkäsittely – <i>IT &amp; telecom</i>	3,8	1,0
Auto, liikenne, kulj., matkat – <i>Cars &amp; transport</i>	8,2	2,2
Talouselämä, yritystoiminta – <i>Business economics</i>	12,1	3,3
Rahoitus, vakuutus – <i>Financing &amp; insurance</i>	3,7	1,0
Markkinointi, viestintä – <i>Marketing &amp; communication</i>	3,9	1,1
Julkinen hallinto, yhteiskunta – <i>Public administration</i>	14,3	3,9
Sosiaali- ja terveysala – <i>Social welfare &amp; health care</i>	16,9	4,6
Opetus, kasvat. – <i>Education</i>	5,1	1,4
Uskonto, kirkko – <i>Church &amp; religion</i>	33,0	9,0
Virkistys, kulttuuri, harrast. – <i>Entertainment, culture</i>	9,2	2,5
Urheilu – <i>Sports</i>	10,3	2,8
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>168,0</b>	<b>45,8</b>
<b>Mielipidelehdet – Opinion journals</b>		
Yhteiskunta ja politiikka – <i>Society and politics</i>	3,7	1,0
Kulttuuri – <i>Culture</i>	0,2	0,0
Uskonto – <i>Religion</i>	2,3	0,6
Muut aattelliset lehdet – <i>Other</i>	1,6	0,4
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>7,7</b>	<b>2,1</b>
<b>Asiakaslehdet yhteensä – Customer magazines total</b>	<b>51,7</b>	<b>14,1</b>
<b>Kaikki yhteensä – All total</b>	<b>366,8</b>	<b>100</b>

Lähde: Suomen Posti Oyj/Itella Oyj, Lehtipalvelut  
 Source: Finland Post Plc/Itella Plc, Magazine delivery services

9.14 Koti- ja ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
*Single-copy sales of Finnish and foreign magazines and periodicals 1998–2008*

	Kotimaiset <i>Finish</i>	Ulkomaiset <i>Foreign</i>	Yhteensä <i>Total</i>
<b>Milj.kpl – Million copies</b>			
1998	24,6	3,3	27,9
1999	24,9	2,8	27,7
2000	24,1	2,6	26,7
2001	24,0	2,5	26,5
2002	23,5	2,7	26,2
2003	24,7	2,9	27,6
2004	23,9	3,0	26,9
2005	23,9	2,9	26,8
2006	23,6	2,9	26,5
2007	22,6	2,9	25,5
2008	22,3	3,0	25,3
<b>Milj. € – € million</b>			
1998	76,9	16,8	93,6
1999	80,2	14,5	94,7
2000	79,7	14,8	94,6
2001	85,1	13,9	99,0
2002	85,4	15,9	101,3
2003	90,6	16,9	107,5
2004	90,7	18,2	108,9
2005	88,8	17,5	106,3
2006	86,0	17,8	103,8
2007	84,5	18,2	102,7
2008	86,7	19,0	105,7

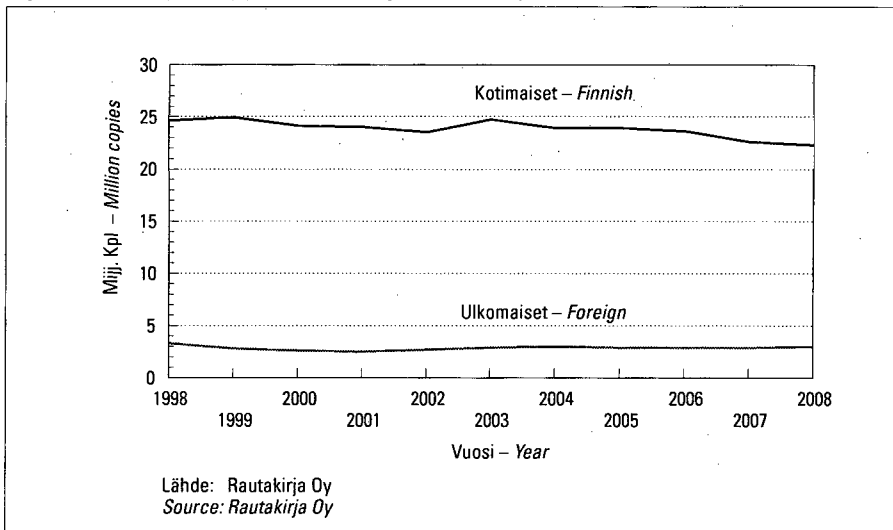
Luvut sisältävät varsinaisten aikakauslehtien lisäksi ns. ilmoituslehdet; ks. taulukot jäljempänä.

*Including mags for classified advertising; see tables below.*

Lähde: Rautakirja Oy

Source: Rautakirja Inc.

Kuvio 9.2 Aikakauslehtien irtonumeromyynti 1998–2008  
*Figure 9.2 Single-copy sales of magazines and periodicals 1998–2008*





**9.15 Kotimaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2008**  
*Single-copy sales of Finnish magazines and periodicals by type of magazine 2008*

Lehtityyppi <i>Type of magazine</i>	1 000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	Milj.€ <i>€ million</i>	%
Perhelehdet – <i>Family</i>	3 343	17,4	12,5	14,5
Uutis-, talous- ja tiedelehdet – <i>News, finance, science</i>	498	2,6	2,9	3,3
TV- ja kulttuurilehdet – <i>TV-guides, culture</i>	1 101	5,7	1,1	1,3
Naistenlehdet – <i>Women's</i>	5 672	29,5	17,1	19,8
Käsityölehdet – <i>Handicrafts</i>	161	0,8	1,3	1,5
Terveys, kauneus, kuntoilu – <i>Beauty, health, fitness</i>	941	4,9	4,5	5,2
Asuminen – <i>Home</i>	1 492	7,8	7,7	8,8
Naisten lukemistot – <i>Women's readers</i>	113	0,6	0,5	0,6
Ruoka ja juhlat – <i>Food</i>	172	0,9	1,2	1,3
Miesten trendilehdet – <i>Men's lifestyle</i>	70	0,4	0,4	0,4
Erotiikka – <i>Sex</i>	273	1,4	2,5	2,9
Autolehdet – <i>Cars</i>	734	3,8	4,5	5,2
Venelehdet – <i>Boats</i>	76	0,4	0,6	0,6
Moottorilehdet – <i>Motors</i>	230	1,2	1,7	1,9
Urheilu – <i>Sports &amp; games</i>	200	1,0	1,3	1,5
Harrastukset – <i>Hobbies</i>	448	2,3	3,1	3,6
Nuorisolehdet – <i>Teenagers'</i>	558	2,9	2,7	3,1
Musiikki – <i>Music</i>	111	0,6	0,5	0,6
Infotekniikka – <i>IT</i>	228	1,2	1,5	1,7
Sarjakuvalehdet – <i>Comics</i>	1 176	6,1	5,1	5,9
Rahapelit ja ravit – <i>Betting</i>	345	1,8	1,1	1,2
Ristikot – <i>Crossword puzzles</i>	3 443	17,9	9,8	11,3
Ilmoituslehdet – <i>Mags for classified advertising</i>	941	4,9	3,2	3,7
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>22 327</b>	<b>116</b>	<b>86,7</b>	<b>100</b>

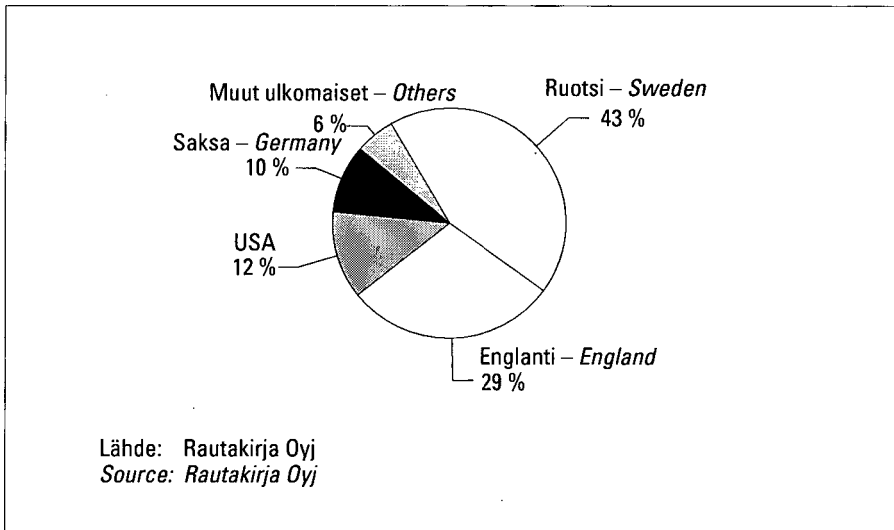
Lähde: Rautakirja Oyj  
 Source: Rautakirja Inc.

9.16 Ulkomaisten aikakauslehtien irtonumeromyynti lehtityypeittäin 2008  
*Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by type of magazine 2008*

Lehtityyppi <i>Type of magazine</i>	1 000 kpl <i>Thousand copies</i>	%	Milj. € <i>€ million</i>	%
Perhelehdet – <i>Family</i>	624	21,1	2,4	12,7
Uutis-, talous- ja tiedelehdet – <i>News, finance, science</i>	151	5,1	0,9	4,9
TV- ja kulttuurilehdet – <i>TV-guides, culture</i>	22	0,7	0,1	0,7
Naisten yleislehdet – <i>Women's</i>	468	15,8	2,9	15,2
Käsityölehdet – <i>Handicrafts</i>	122	4,1	0,7	3,8
Terveys, kauneus, kuntoilu – <i>Beauty, health, fitness</i>	107	3,6	0,7	3,5
Asuminen – <i>Home</i>	417	14,1	2,7	14,1
Ruoka ja juhlat – <i>Food</i>	34	1,2	0,3	1,3
Miesten trendilehdet – <i>Men's lifestyle</i>	40	1,4	0,3	1,7
Erotiikka – <i>Sex</i>	81	2,7	0,9	5,0
Autolehdet – <i>Cars</i>	151	5,1	1,2	6,1
Venelehdet – <i>Boats</i>	24	0,8	0,2	1,1
Moottorilehdet – <i>Motors</i>	58	2,0	0,5	2,6
Urheilu – <i>Sports &amp; games</i>	45	1,5	0,4	1,9
Harrastukset – <i>Hobbies</i>	119	4,0	0,9	5,0
Nuorisolehdet – <i>Teenagers'</i>	90	3,0	0,5	2,5
Musiikki – <i>Music</i>	87	3,0	0,8	4,3
Infotekniikka – <i>IT</i>	46	1,6	0,6	3,0
Sarjakuvalehdet – <i>Comics</i>	137	4,6	0,7	3,6
Ristikolehdet – <i>Crossword puzzles</i>	97	3,3	0,5	2,4
Ilmoituslehdet – <i>Mags for classified advertising</i>	33	1,1	0,8	4,5
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>2 951</b>	<b>100</b>	<b>19,0</b>	<b>100</b>

Lähde: Rautakirja Oyj  
 Source: Rautakirja Inc.

Kuvio 9.3 Ulkomaisten aikakauslehtien myynti alkuperämaittain 2008  
 Figure 9.3 *Single-copy sales of foreign magazines and periodicals by country of origin 2008*



9.17 Aikakauslehtien lukeminen 1998–2008  
*Magazines & periodicals readership 1998–2008*

		On lukenut edellisenä päivänä – <i>Has read during the previous day</i>	
		%	Min/päivä – <i>Min/day</i>
1998	Kaikki – <i>All</i>	82	49
<u>2000*</u>	Kaikki – <i>All</i>	<u>80</u>	<u>42</u>
2002	Kaikki – <i>All</i>	55	25
<u>2004</u>	Kaikki – <i>All</i>	<u>59</u>	<u>33</u>
2005**	Kaikki – <i>All</i>	53	21
2006	Kaikki – <i>All</i>	51	20
2007	Kaikki – <i>All</i>	49	19
2008	Kaikki – <i>All</i>	48	18
2008			
Sukupuoli – <i>Sex</i>	Naiset – <i>Women</i>	51	22
	Miehet – <i>Men</i>	45	15
Ikä – <i>Age</i>	12–24	46	15
	25–44	51	15
	45–59	49	19
	60–	46	23

Vuoden 2008 tiedot on kerätty puhelinhaastatteluna, jonka otos on 20 012 10+-vuotiasta henkilöä.  
*The 2008 data come from a telephone survey involving 20 005 persons aged 10+ years.*

\* Tiedot vuoteen 2000 asti eivät ole täysin vertailukelpoisia myöhempien vuosien tietojen kanssa.  
*Figures for 2000 and onwards are not fully comparable with the figures until 2000.*

\*\* 2005- tiedot eivät ole vertailukelpoisia edellisten vuosien kanssa tiedonkerutavan muutoksen vuoksi.  
*Figures from 2005 onwards are not comparable with previous years.*

Lähde: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Oy  
 Source: TNS Atlas Intermedia/TNS Gallup Group

# 10 Internet

Suomessa niin viihde-elektroniikan kuin PC-laitteidenkin leviämismuutos kotitalouksiin on ollut muita Pohjoismaita hitaampi. Toisaalta laajakaistaiset internet-liittymät ovat yleistyneet Suomessa nopeasti.

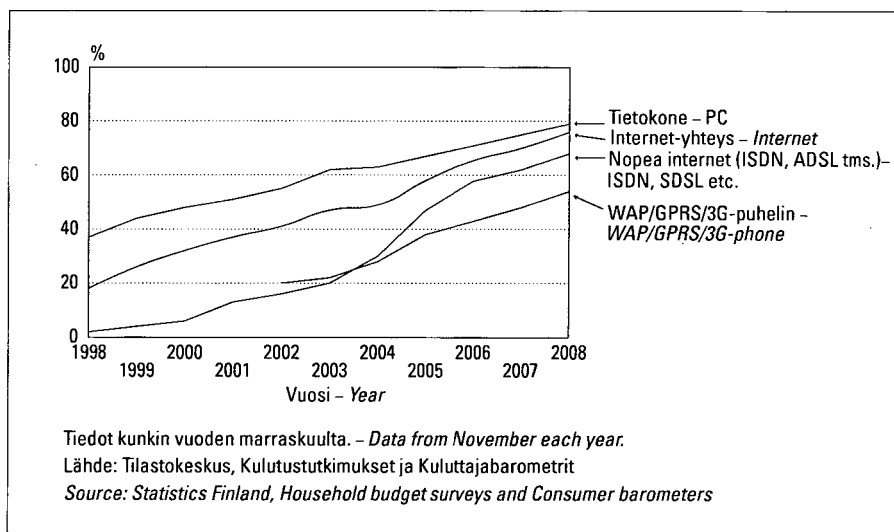
Vasta 1990-luvun puolivälin jälkeen mikrotietokoneiden yleistyminen nopeutui selvästi. Syksyllä 2008 miltei 80 prosentilla kotitalouksista oli PC ja kolmella neljästä kotitalouksista oli internet-yhteys. Laajakaistayhteys oli jo lähes 70 prosentissa talouksista. (Taulukko 10.1.)

1990-luvun loppupuolella ”uudeksi mediaksi” kutsutut internetin sisältöpalvelut kasvoivat nopeasti. Myös perinteiset joukkoviestintäyritykset kehittivät aktiivisesti integroidun viestinnän tuotteita ja palveluja. Esimerkiksi Suomen suosituimmat www-sivustot ovat – mikäli eräitä hakupalveluita ja yleisportaaleja ei lasketa mukaan – perinteisten joukkoviestimien ylläpitämiä (vrt. taulukko 10.6). Lehdistö oli aktiivinen, kun luokitellut ilmoitukset alkoivat siirtyä tietoverkkoihin. Erityisesti sanomalehdet alkoivat tarjota painettuja ilmoituksia täydentäviä verkkosivustoja luokitelluille ilmoituksille. Monet luokiteltujen ilmoitusten verkkopalvelut ovat menestyneet taloudellisesti.

Internetissä oli vuonna 2008 tarjolla noin 400 lehdeksi luokiteltavaa julkaisua (taulukko 10.2). Suurin osa näistä oli perinteisten lehtien verkkoversioita. Usein ne sisältävät vain osan painetun lehden koko aineistosta. Toisaalta monet sanoma- ja

Kuvio 10.1 Internet-laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008

Figure 10.1 Penetration of internet equipment 1998–2008



aikakauslehdet tarjoavat verkkoversioissaan myös sellaista täydentävää materiaalia, jota painetuissa versioissa ei ole. Osalla sanomalehdistä on internetissä saatavilla paperilehden näköislehti.

Peruspalvelua lukuun ottamatta verkkosivuille pääsy voi edellyttää lehden tilaamista, jolloin verkkoversio on painettuihin liitteisiin verrattavissa oleva oheispalvelu. Verkkosivujen osien, kuten esimerkiksi uutisarkistojen käyttö on usein myös erikseen maksullista. Puhtaasti maksullisia palveluita tarjosivat ensimmäiseksi lähinnä talouslehdet.

Myös televisio- ja radiokanavat tarjoavat aktiivisesti palveluita verkkosivustoiltaan. Ohjelmapalvelujen tarjonnan kasvua rajoittavaksi esteeksi ovat kuitenkin muodostuneet tekijänoikeuskorvaukset.

Internetin sisältöpalveluiden, joka tässä muodostuu lähinnä mainonnasta, markkinakasvu on nopeutunut 2000-luvun puolivälin jälkeen. Sisältöpalveluiden markkinoiden koko oli noin 160 miljoonaa euroa vuonna 2008. Mutta sisältöpalveluiden mainos- ja myyntituotot olivat vain hieman yli neljännes yhteismaksuihin käytetystä rahasta (600 miljoonaa euroa) vuonna 2008. (Taulukko 10.4.)

Internet-palveluiden liikevaihdosta valtaosa on ilmoitustuottoja. Verkkomedia-mainontaan käytettiin TNS Gallup Oy:n mukaan yhteensä 152 miljoonaa euroa vuonna 2008. Tämä oli jo kymmenen prosenttia mediamainonnan kokonaisvolyymista.

Kotimaisia kirjankustantajia edustava Suomen Kustannusyhdistys tilastoi erikseen jäsentensä online-tuotemyynnin. Myynnin arvo oli vain 7 miljoonaa euroa vuonna 2008, vaikka uutuusnimikkeitä oli myynnissä yli kaksisataa. Näin ollen yksittäisen tuotteen kokonaismyynnin arvoksi jäi keskimäärin vain noin 30 000 euroa. – On kiintoisaa havaita, että tuotanto keskittyi pelkästään asiantietoon tai oppimateriaaleihin. Fiktio ja viihde loistivat poissaolollaan tässä tuoteryhmässä. (Taulukot 10.3 & 10.5.)

Verkkojulkaisujen maksullisuus on yhä yksi vaikeimpia mediatalouteen liittyvistä kysymyksistä, vaikka erityisesti lehdistön verkkosivujen ilmaistarjonnan rajoittamista koskevat suunnitelmat ovat viime aikoina saaneet paljon julkisuutta. Mainonnalla yksin on vaikea rahoittaa toimintaa, mutta maksullisuus on ongelmallista. Vaikka maksu olisi pienikin, ja ihmiset periaatteessa myöntäväisiä maksamaan palveluista, eivät kuluttajille suunnatut maksulliset palvelut ole lyöneet itseään laajamittaisesti läpi. Verkkojulkaisun saaminen itsenäisesti kannattavaksi on edelleen vaikeaa.

Toisaalta suuri osa esimerkiksi joukkoviestintävälineiden keskinäisistä yhteistyömuodoista, joita voidaan kuvata muotisanalla verkottuminen, on tullut mahdolliseksi vasta uuden digitaalisen viestintäteknologian leviämisen ja internetin hyödyntämisen myötä. Edelleen näyttää siltä, että internetin kuten digitaalitekniikan yleensäkin merkittävimmät vaikutukset mediataloissa ovat näkyneet toimituksellisen tuotannon ja markkinoinnin organisoinnin puolella. Se on myös luonut edelly-

tykset esimerkiksi lehtien ja lehtitalojen keskinäisen yhteistyön sekä mainosmyynnin huomattavalle tehostamiselle. Sen sijaan internetin taloudelliset vaikutukset joukkoviestinnän kuluttajamarkkinoiden kasvattajina ovat toistaiseksi jääneet suhteellisen vähäisiksi.

Internetin käyttö yleistyi suhteellisen nopeasti ja käytön kasvu on jo selvästi taantunut. Vuonna 2008 kaksi kolmesta 16 vuotta täyttäneestä suomalaisesta käytti internetiä päivittäin tai lähes päivittäin. Internetin leviämisen alkuvuosina käyttö kotoa ja työpaikalla oli jokseenkin yhtä yleistä, mutta 2000-luvulla kotikäyttö yleistyi nopeimmin. (Taulukko 10.7.)

Internetin yleisimmät käyttömuodot ovat edelleen sähköposti, pankkiasiat ja tiedonhaku. (Taulukko 10.8.)

Uuden viestintäteknologian käyttäjäryhmien valikoitumista kuvaavien tietojen mukaan kotitietokoneen käyttäjiksi näyttivät aluksi valikoituneen ennen kaikkea pientalouksien nuorten miesten lisäksi perhetalouksien lapset ja nuoret. Edelleen kotitietokoneet ovat perheissä yleisempiä kuin pientalouksissa, ja nuoret ikäryhmät ovat niiden aktiivisimpia käyttäjiä. Kokonaisuutena katsoen suomalaisten enemmistö on vuosituhannen vaihteen jälkeen siirtynyt tieto- ja viestintätekniiikan käyttäjiksi suhteellisen nopeasti. Uuden tekniikan käyttö on omaksuttu osaksi väestön enemmistön arkipäivää, ikääntyneimpiä väestöryhmiä lukuun ottamatta.

## *Tilastointi*

Verkkomainontaa koskevat tiedot perustuvat TNS Gallup Oy:n tietoihin. Suomen Kustannusyhdistys tilastoi jäsentensä online-tuotteiden myyntiä.

Internet-liittymien markkinoiden kehitystä seuraavat mm. Viestintävirasto ja liikenne- ja viestintäministeriö. PC- ja internet -laitepenetraatiota koskevat tiedot ovat Tilastokeskuksen Kuluttajabarometrissa.

Internetin käyttäjämääriä ja käyttötarkoituksia koskevat tiedot ovat Tilastokeskuksen/Eurostatin Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimuksista. TNS Gallup Oy puolestaan seuraa yksittäisten verkkosivustojen käyttäjämääriä (TNS Metrix).

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

Internet-markkinat Suomessa 2005. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 77/2005, Helsinki.

*Melkas, Tuula:* Tieto- ja viestintätekniikan harrastuskäyttö 15–34-vuotiailla. Teoksessa Liikkanen, Hanifi & Hannula (toim.): Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002. Tilastokeskus, Helsinki 2004.

Nordic information society statistics 2005. TemaNord 2005: 562. Nordic council of ministers, Copenhagen 2005.

Internetin käytön muutokset. Katsauksia 2009/1. Tilastokeskus, Helsinki.

*Lindblom, Tomi:* Uuden median murros Alma Mediassa, Sanoma Osakeyhtiössä ja Yleisradiossa 1994–2004. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos. Julkaisuja 16, Helsinki 2009.

*Peteri, Virve:* Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta. Mediatutkimuksia, Tampere University Press, Tampere 2006.

TNS Metrix (TNS Gallup Oy): <http://www.tns-gallup.fi/>

Tietoyhteiskuntatilasto 2006. Tilastokeskus, Helsinki 2006.

Viestintämarkkinat Suomessa. Viestintävirasto. Eri vuosina.

## Taulukot – Tables

- 10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008  
*Penetration of selected household equipment 1998–2008*
- 10.2 Verkkolehdet 1998–2008  
*Number of Internet newspapers and magazines 1998–2008*
- 10.3 Kotimaisten kirjankustantajien online-tuotteiden nimikemäärä 1998–2008  
*Online multimedia products: number of domestic titles by Finnish book publishers 1998–2008*
- 10.4 Internetpalveluiden myynti 2001–2008  
*Sales of internet services 2001–2008*
- 10.5 Kotimaisten kirjankustantajien online-tuotteiden myynti 1998–2008  
*Online multimedia products: sales of domestic titles by Finnish book publishers 1998–2008*
- 10.6 12 käytetyintä Suomalaista WWW -mediasivustoa 2009  
(Lokakuu, viikko 44)  
*Top twelve Finnish WWW media pages 2009 (October, week 44)*
- 10.7 Internetin käyttö 2002–2008  
*Changes in internet use 2002–2008*
- 10.8 Internetin käyttötarkoitukset 2004–2009  
*Use of the Internet for certain purposes 2004–2009*

## Kuvio – Figure

- 10.1 Internet-laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008  
*Penetration of internet equipment 1998–2008*



**10.1 Eräiden laitteiden yleisyys kotitalouksissa 1998–2008**  
*Penetration of selected household equipment 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%										
Tietokone – PC	37	44	48	51	55	62	63	67	71	75	79
Internet-yhteys – Internet	18	26	32	37	41	47	49	58	65	70	76
Laajakaista Broadband	2	4	6	13	16	20	30	47	58	62	68
WAP/GPRS/3G-puhelin WAP/GPRS/3G-phone					20	22	28	38	43	48	54

Tiedot kunkin vuoden marraskuulta.  
 Data from November each year.

Lähde: Tilastokeskus, Kulutustutkimukset ja Kuluttajabarometrit  
 Source: Statistics Finland, Household surveys and Consumer barometers

**10.2 Verkkolehdet 1998–2008**  
*Number of Internet newspapers and magazines 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Sanomalehdet yhteensä – Newspapers total</b>	<b>50</b>	<b>..</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>105</b>	<b>..</b>	<b>131</b>	<b>115</b>	<b>141</b>	<b>152</b>	<b>164</b>
• päivälehdet – dailies	34	..	42	47	49	..	48	49	53	53	53
• harvemmin ilmestyvät – non-dailies	16	..	31	33	56	..	83	66	88	99	111
<b>Aikakauslehdet yhteensä – Magazines total</b>	<b>116</b>	<b>..</b>	<b>138</b>	<b>..</b>	<b>209</b>	<b>..</b>	<b>215</b>	<b>..</b>	<b>243</b>	<b>..</b>	<b>248</b>
• tekniikka – technology	..	..	11	..	17	..	18	..	20	..	19
• talous – business magazines	..	..	5	..	8	..	11	..	15	..	14
• urheilu – sports	..	..	12	..	19	..	19	..	19	..	20
• kulttuuri- ja mielipidelehdet culture and opinion journals	..	..	13	..	27	..	25	..	32	..	35
• harrasteet – hobbies	..	..	9	..	15	..	18	..	18	..	17
• tiedelehdet – scientific journals	..	..	7	..	12	..	12	..	14	..	15
• opiskelijalehdet – student magazines	..	..	15	..	21	..	24	..	23	..	20
• järjestölehdet – trade and organization magazines	..	..	28	..	35	..	36	..	44	..	49
• muut lehdet – other magazines	..	..	38	..	55	..	52	..	58	..	59

Huom. Laskelmassa mukana vain ne lehtien kotisivut, jotka sisältävät ainakin jossain määrin toimituksellista aineistoa.  
 Note. Including homepages providing at least some news/editorial material.

Lähde: <http://www.sanomalehdet.fi>  
 Source: <http://www.journalistiliitto.fi>

## 10.3 Kotimaisten kirjankustantajien online-tuotteiden nimikemäärä 1998–2008

## Online multimedia products: number of domestic titles by Finnish book publishers 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
	Nimikkeitä – Titles										Uutuusnimikkeitä New titles	
Oppimateriaali – Education	–	4	1	2	33	4	5	21	52	114	168	
Muu asiatiето – Non-fiction	127	97	64	63	101	12	181	155	158	57	68	
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>127</b>	<b>101</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>134</b>	<b>127</b>	<b>186</b>	<b>176</b>	<b>210</b>	<b>171</b>	<b>236</b>	
	%											
Oppimateriaali – Education	–	4	2	3	25	3	3	12	25	67	71	
Muu asiatiето – Non-fiction	100	96	98	97	75	97	97	88	75	33	29	
Yhteensä – Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenyritysten tuotanto.  
Production by members of the Finnish Book Publishers' Association.

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
Source: The Finnish Book Publishers' Association

## 10.4 Internetpalveluiden myynti 2001–2008

## Sales of internet services 2001–2008

	Sisältöpalvelut – Content services		Yhteismaksut- ja palvelut* Connection fees and services*	
	Käyvin hinnoin Current prices Milj. € – € million	Kiintein (2008) hinnoin Fixed (2008) prices	Käyvin hinnoin Current prices	Kiintein (2008) hinnoin Fixed (2008) prices
2001	30	34	160	180
2002	37	41	180	199
2003	45	49	232	255
2004	55	60	360	394
2005	75	81	400	434
2006	99	106	455	485
2007	118	123	500	520
2008	158	158	600	600

\* Arvioita.

\* Estimates.

Lähteet: Finnet Focus  
Liikenne- ja viestintäministeriö  
Tilastokeskus/Joukkoviestintätilatost ja Televiestintätilatost  
Viestintävirasto

Sources: Finnet Focus  
Ministry of Transport and Communications  
Statistics Finland/Media statistics & Telecommunications statistics  
Finnish Communications Regulatory Authority

**10.5 Kotimaisten kirjankustantajien online-tuotteiden myynti 1998–2008**  
*Online multimedia products: sales of domestic titles by Finnish book publishers 1998–2008*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Myynti – Sales	Milj. € – € million										
Oppimateriaali – Education	–	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,7	1,2	1,5	..	..
Muu asiatieto – Non-fiction	0,5	0,4	0,6	1,2	1,8	3,2	2,9	4,1	7,3	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>	<b>3,6</b>	<b>3,6</b>	<b>5,4</b>	<b>8,8</b>	<b>7,3</b>	<b>7,2</b>
	%										
Oppimateriaali – Education	–	0	1	0	0	10	19	23	17	..	..
Muu asiatieto – Non-fiction	100	100	99	100	100	90	81	77	83	..	..
<b>Yhteensä – Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenyritysten myynti.  
*Sales by members of the Finnish Book Publishers' Association.*

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys  
 Source: The Finnish Book Publishers' Association

**10.6 12 käytetyintä Suomalaista WWW -mediasivustoa 2009 (Lokakuu, viikko 44)**  
*Top twelve Finnish WWW media pages 2009 (October, week 44)*

	Kävijöitä/viikko <i>Browsers/week</i>	Käyntejä/viikko <i>Sessions/week</i>	Käyntejä/kävijä <i>Sessions/browser</i>	Sijaluku listalla <i>Ranking in top list</i>
Iltalehti	1 937 156	9 867 955	5,1	1
Ilta-Sanomat	1 823 956	8 777 356	4,8	2
MTV3	1 722 725	8 189 873	4,8	3
YLE	1 245 148	4 400 710	3,5	6
Helsingin Sanomat	1 236 527	4 317 363	3,5	7
Kauppalehti	655 093	2 284 779	3,5	11
Taloussanomat	643 954	1 606 742	2,5	13
Sub.fi	571 855	2 578 863	4,5	15
Aamulehti	262 947	650 639	2,5	23
Kaksplus	245 515	435 861	1,8	25
Nelonen.fi	206 301	327 947	1,6	26
Uusi Suomi	204 727	536 568	2,6	27

Lähde – Source: <http://www.gallupweb.com/tnsmetric/site.aspx>

**10.7 Internetin käyttö 2002–2008**  
*Changes in internet use 2002–2008*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	%						
Päivittäin/lähes päivittäin – <i>On a daily/nearly daily basis</i>	..	40	46	49	56	62	66
3 kk aikana – <i>In the last 3 months</i>							
• kotoa – <i>from home</i>	41	45	49	56	65	70	75
• työpaikalta – <i>from workplace</i>	31	35	37	38	39	39	45
• opiskelupaikalta – <i>from place of study</i>	12	16	16	..	18	17	17

Lähde – Source: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

## 10.8 Internetin käyttötarkoitukset 2004–2009

### Use of the Internet for certain purposes 2004–2009

Käyttötarkoitus – Purpose of use	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Sähköpostien lähettäminen tai vastaanotto <i>Sending and receiving e-mail</i>	88	86	87	90	90	91
Pankkiasiat – Internet banking	71	76	81	84	87	87
Tavaroita ja palveluita koskeva tiedonetsintä <i>Finding information about goods and services</i>	84	85	87	86	88	86
Verkkolehkien lukeminen <i>Reading online newspapers or newsmagazines</i>	52	56	60	63	69	77
Matka- ja majoituspalvelujen selailu <i>Browsing travel and accommodation websites</i>	60	66	68	71	70	68
Terveyteen liittyvän tiedon haku <i>Seeking health-related information</i>	..	53	56	59	62	68
Tiedohaku viranomaisten verkkosivuilta <i>Obtaining information from public authorities' websites</i>	62	..	52	54	56	55
Internetradion kuuntelu tai internettelevision katselu <i>Listening to web radios or watching web television</i>	17	23	26	31	40	47
Musiikin kuuntelu tai lataaminen verkosta <i>Listening to music online or downloading music</i>	..	30	42	41	39	42
Blogien lukeminen – Reading weblogs	..	..	20	33	38	41
Koulutus- ja kurssitarjonnan etsiminen <i>Looking for information about education, training or course offers</i>	..	..	..	45	44	38
Virallisten lomakkeiden lataaminen tietokoneelle <i>Downloading official forms onto a computer</i>	..	..	..	..	..	38
Pikaviesteily – Instant messaging	..	24	34	37	35	37
Verkkokaupasta ostaminen <i>Buying or ordering goods or services via Internet</i>	..	..	..	..	..	37
Ohjelmien lataaminen omalle koneelle <i>Downloading programmes to the PC</i>	..	32	35	38	32	34
Chattailu tai keskustelupalstoille kirjoittaminen <i>Chatting or writing on discussion boards</i>	25	24	28	29	30	33
Työn etsiminen tai työhakemusten lähettäminen <i>Looking for a job or sending job applications</i>	31	32	34	33	32	29
Itse tuotetun sisällön lataaminen sivustoille jakamista varten <i>Uploading self-produced contents to any website for sharing with others</i>	..	..	..	..	..	22
Käytettyjen tavaroiden ostaminen tavarapörsseistä <i>Buying secondhand goods at online auctions or flea markets</i>	..	..	18	21	23	20
Internet-puhelut – Internet phone calls	5	10	15	20	18	17
Omien tavaroiden, tuotteiden ja palvelujen myynti <i>Selling goods or services e.g. via auctions</i>	..	13	16	17	17	16
Verkko-opiskelu – Doing an online course	..	..	..	16	17	16
Pelien pelaaminen verkossa <i>Playing games online</i>	23	26	27	25	14	14
Verkkojulkaisun tai uutispalvelun vakituinen tilaaminen <i>Subscribing to news services or products to receive them regularly</i>	..	..	..	..	14	12
Videoneuvottelu – Videoconference	4	5	7	7	10	10
Pelien lataaminen verkosta tietokoneelle <i>Downloading games to the PC</i>	..	12	9	9	9	8
Vertaisverkon käyttö elokuvien, musiikin yms. vaihtamiseen <i>Using peer-to-peer file sharing for exchanging movies, music etc. files</i>	..	..	..	..	7	8
Oman blogin luominen tai ylläpito <i>Creating or maintaining own weblog or blog</i>	..	..	..	..	5	5

Lähde: Tilastokeskus, Tieto- ja viestintäteknikan käyttötutkimus  
Source: Statistics Finland, Use of ICT by individuals



# 11 Kansainvälisiä vertailutietoja

Tähän lukuun on kerätty eräitä joukkoviestintää koskevia kansainvälisiä vertailutietoja. On hyvä muistaa, että tilastojen standardointipyrkimyksistä huolimatta eri maiden tilastointiperusteet saattavat poiketa toisistaan. Tietojen täydelliseen vertailukelpoisuuteen ei siksi välttämättä useinkaan päästä.

Arvokasta työtä audiovisuaalisen joukkoviestinnän tilastoinnin vertailukelpoisuuden parantamiseksi on tehnyt erityisesti European Audiovisual Observatory. EAO:n vuositilastot sisältävät paljon tietoja audiovisuaalisen joukkoviestinnän taloudesta, rakenteesta, tavoittavuudesta, kulutuksesta ja mainonnasta.

Radiotoiminnasta kansainvälisiä vertailutietoja on saatavilla niukasti.

Graafisen viestinnän markkinoista tuorein EU:n alueen kattava kokonaiserrittely on Euroopan Komission toimeksiantona valmisteltu Publishing Market Watch -raportti, joka ilmestyi jo 2000-luvun alussa.

Suurimpia mediayrityksiä koskevia ranking-listoja on saatavilla useita. Niissä sovellettavat erilaiset laskentakriteerit antavat tulokseksi toisistaan poikkeavia listauksia.

Sanomalehdistön kansainvälisen kustantajajärjestön (WAN) vuositilasto World Press Trends on alan keskeisin kansainvälinen tilastojulkaisu. Aikakauslehdistön vastaava, joskin sisällöllisesti suppeampi julkaisu, on kansainvälisen aikakauslehtikustantajajärjestö FIPP:in ja Zenith Optimedian yhteistyönä tuotettu World Magazine Trends.

Tilastokeskuksen Kulttuuritilastoista (esim. Kulttuuritilasto 2007) löytyy kansainvälisiä vertailutietoja muun muassa kirjoista, äänitteistä ja elokuvista.

Nordicomin julkaisemassa Media Trends -sarjassa (1995–) on ilmestynyt erittäin käyttökelpoisia tilastojulkaisuja joukkoviestinnästä Pohjoismaissa. Julkaisusarjan tuorein nide on The Nordia Media Market 2009, joka kattaa sanoma- ja aikakauslehdet, radion, television ja internetin sekä sisältää tietoja Pohjoismaiden medialoudesta.

*Tuomo Sauri*

## Täydentävää kirjallisuutta

The European advertising & media yearbook. NTC Publications, Henley-on-Thames. Eri vuosina.

European cinema yearbook: <http://www.mediasalles.it/>

The European marketing pocket book. World Advertising Research Center, Henley-on-Thames. Eri vuosina.

*Kelly, M., Mazzoleni, G. & McQuail, D. (eds.): The Media in Europe - the Euromedia Handbook.* Euromedia Research Group. Sage, London 2004.

Kultuuritilasto – Cultural statistics 2007. Tilastokeskus, Helsinki.

The Nordic media market. Nordic media trends 11. Nordicom, Göteborg 2009:  
[http://www.nordicom.gu.se/?portal=publ&main=info\\_publ2.php&ex=273&me=5](http://www.nordicom.gu.se/?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=273&me=5)

Publishing market watch. European Commission & Turku school of economics and business administration & Rightscom:  
<http://www.publishing-watch.org/documents.aspx>

Radio 2002. European key facts. IP & CLT-Ufa 2002.

*Sánchez-Tabernero, Alfonso & Carvajal, Miguel:* Media concentration in the European market. New trends and challenges. Universidad de Navarra, Facultad de Communication, Navarra 2002.

*Soramäki, Martti:* Audiovisuaalisen ohjelmatuotannon ja jakelun kehityksestä Yhdysvalloissa ja Euroopassa. Teoksessa Joukkoviestimet – Finnish mass media 2006. Tilastokeskus, Helsinki.

Statistical yearbook. Cinema, television, video and new media in Europe vol. 1-5. European Audiovisual Observatory, Strasbourg. Eri vuosina.

Television. International key facts. IP & CLT-Ufa. Eri vuosina.

World magazine trends. FIPP-Royal Mail-Zenith Media, Henley-on-Thames. Eri vuosina.

World press trends. World Association of Newspapers-Zenith Media, Paris. Eri vuosina.

## Taulukot – Tables

- 11.1 Mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa (EU15) 1997–2007  
*Breakdown of advertising by media in Europe (EU15) 1997–2007*
- 11.2 Mediamainonnan mainososuudet ja mainonnan osuudet BKT:sta eri maissa 2007  
*Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP 2007*
- 11.3 Maailman suurimmat mediayritykset medialiikevaihdon (Milj. USD) mukaan ja niiden mediatoimialat 2008  
*The largest media companies in the world by media revenue 2008 (USD millions) and their main media activities*
- 11.4 Päivälehtien levikki 1 000 henkeä kohden 1990–2006  
*Dailies: circulation per 1 000 persons in 1990–2006*
- 11.5 Yleisöaikakauslehtien lukijapeitto (Aikuisväestö)  
*Consumer magazines: Average issue readership (Adult population)*
- 11.6 Digitelevisiotaloudet 2008 (terrestriaali-, kaapeli- ja satelliittivastaanotto yhteensä)  
*Digital TV penetration 2008 (terrestrial, cable and satellite reception total)*
- 11.7 Julkisen palvelun television osuus katseluajasta 1991–2008  
*Audience shares of domestic public TV broadcasting 1991–2008*
- 11.8 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuunteluajasta 1990–2007  
*Public service radio: share of total listening time 1990–2007*
- 11.9 Internetin yleisyys kotona 2002–2008  
*Access to internet at home 2002–2008*



**11.1 Mainososuuksien kehitys eri välineissä Euroopassa (EU15) 1997–2007**  
**Breakdown of advertising by media in Europe (EU15) 1997–2007**

Vuosi – Year	Sanomalehdet Newspapers	Aikakauslehdet Magazines	Televisio Television	Radio Radio	Elokuva Cinema	Ulkomainonta Outdoor	Internet	Yhteensä Total
	%							
1997	39,0	18,8	31,6	4,9	0,7	5,1	..	100
1998	38,9	18,9	31,4	4,9	0,7	5,2	..	100
1999	38,7	18,6	31,6	5,1	0,7	5,3	..	100
2000	38,7	17,8	31,0	5,0	0,8	5,6	1,1	100
2001	37,9	18,0	31,0	5,0	0,9	6,0	1,2	100
2002	36,9	17,5	31,9	5,1	1,0	6,2	1,4	100
2003	35,8	17,0	32,4	5,4	1,0	6,3	2,1	100
2004	35,3	16,3	32,8	5,5	0,9	6,3	2,9	100
2005	34,5	15,9	32,7	5,5	0,9	6,3	4,3	100
2006	33,5	15,5	31,9	5,3	0,8	6,3	6,6	100
2007	32,6	14,8	31,6	5,2	0,8	6,2	8,7	100

Lähteet: TNS Gallup Oy; Markkinointiviestinnän määrä Suomessa  
 Sources: WARC: European Advertising & Media Forecast

**11.2 Mediamainonnan mainososuudet ja mainonnan osuudet BKT:sta eri maissa 2007**  
**Distribution of adspend and advertising as a percentage of GDP 2007**

Maa – Country	Sanoma- lehdet Newspapers	Aikakaus- lehdet Magazines	Televisio Television	Radio Radio	Elokuva Cinema	Ulko- mainonta Outdoor	Internet	Yhteensä Total	Mainonnan osuus % BKT:sta Advertising as % of GNP
	%								
<b>EU</b>									
Belgia – Belgium	28,8	12,6	35,5	11,9	0,9	6,6	3,6	100	0,73
Britannia – United Kingdom	31,3	11,8	26,9	3,3	1,4	6,5	18,8	100	1,08
Espanja – Spain	25,4	9,0	43,4	8,5	0,5	7,1	6,0	100	0,76
Hollanti – The Netherlands	35,0	18,5	19,7	6,3	0,1	3,8	16,6	100	0,77
Irlanti – Ireland	54,6	2,0	23,6	8,9	0,7	8,7	1,4	100	0,83
Italia – Italy	19,8	16,8	52,0	5,3	0,8	2,2	3,1	100	0,65
Itävalta – Austria	46,0	16,4	21,9	6,2	0,6	6,3	2,5	100	0,96
Kreikka – Greece	14,8	33,9	45,5	4,2	0,0	0,0	1,6	100	0,86
Portugali – Portugal	21,7	10,9	55,9	4,7	0,7	6,2	0,0	100	1,32
Ranska – France	25,6	19,0	32,4	7,2	0,8	10,3	4,6	100	0,64
Ruotsi – Sweden	43,9	18,0	16,1	3,4	0,8	16,5	1,3	100	0,79
Saksa – Germany	42,1	17,5	26,0	4,3	0,7	5,1	4,3	100	0,73
<b>Suomi* – Finland*</b>	<b>51,9</b>	<b>16,0</b>	<b>20,4</b>	<b>3,7</b>	<b>0,2</b>	<b>3,2</b>	<b>4,8</b>	<b>100</b>	<b>0,80</b>
Tanska – Denmark	46,3	10,8	18,5	2,1	0,4	3,5	18,4	100	0,80
Norja – Norway	50,7	8,3	21,0	3,8	0,9	3,3	12,1	100	0,64
Sveitsi – Switzerland	43,9	18,0	16,1	3,4	0,8	16,5	1,3	100	0,79
Japani – Japan	19,3	9,3	41,0	3,4	0,0	17,0	10,1	100	0,88
Yhdysvallat – USA	24,5	10,2	37,8	10,7	0,4	3,5	13,0	100	1,18

\* WARC on harmonisoinut Suomen lukuja.  
 The figures for Finland processed by WARC.  
 Lähteet: TNS Gallup Oy; Mainonnan määrä Suomessa  
 Sources: WARC: European Advertising & Media Forecast

### 11.3 Maailman suurimmat mediayritykset medialikevaihdon (Milj. USD) mukaan ja niiden mediatoimialat 2008

*The largest media companies in the world by media revenue 2008 (USD millions) and their main media activities*

Yhtiö Company	Kotimaa Domicile	Kokonais- liikevaihto Total revenue	Media- liikevaihto <sup>1</sup> Media revenue <sup>1</sup>	Median osuus Media share of revenue %	Sanoma- lehdet News- papers	Aikakaus- lehdet Magazines & periodicals	Kirjat Books	Radio Radio	TV TV	Elo- kuva Film	Musiikki Music
		Milj. USD – USD million	Milj. USD – USD million	%							
1. Time Warner	USA	46 984	46 984	100		x	x		x	x	
2. News Corporation <sup>2</sup>	USA	32 966	32 966	100	x	x	x	x	x	x	
3. Bertelsmann AG	Germany	23 526	23 526	100	x	x	x	x	x	x	
4. The Walt Disney Company <sup>3</sup>	USA	37 843	23 464	62		x	x	x	x	x	x
5. Comcast	USA	34 256	21 801	64					x		
6. The DirecTV Group	USA	19 693	19 693	100					x		
7. NBC Universal <sup>4</sup>	USA	16 969	16 969	100				x	x	x	
8. Viacom Inc.	USA	14 625	14 625	100					x	x	x
9. Vivendi	France	37 063	13 434	36					x		x
10. Lagardère	France	12 594	12 594	100	x	x	x	x	x		
11. CBS Corporation <sup>4</sup>	USA	13 950	11 780	84			x	x	x		
12. Dish Network	USA	11 617	11 617	100					x		
13. Cox Enterprises <sup>5</sup>	USA	15 457	10 952	71	x				x	x	
14. Liberty Global	USA	10 561	10 561	100					x		
15. Reed Elsevier	The Netherlands/ Great Britain	10 965	9 512	87		x	x				
16. BSkyB <sup>2</sup>	Great Britain	9 099	9 099	100					x		
17. ARD	Germany	8 949	8 949	100				x	x		
18. Pearson	Great Britain	8 839	8 839	100	x	x	x				
19. BBC <sup>6</sup>	Great Britain	8 834	8 834	100		x			x	x	
20. Sony Corporation <sup>6</sup>	Japan	88 714	8 555	10					x	x	x

1 Medialikevaihto ei sisällä telepalveluita, viihde-elektroniikan valmistusta, pelejä, erillistä vähittäiskauppaa, ulkomainontaa eikä teemapuistoja ym. toimintoja.  
Telecom services, manufacture of entertainment electronics, games, retail sales, outdoor advertising, theme parks etc. are not included.

2 Tilivuosi 2007 (07) – 2008 (06).

Fiscal year 2007 (07) – 2008 (06).

3 Tilivuosi 2007 (10) – 2008 (09).

Fiscal year 2007 (10) – 2008 (09).

4 Teemapuistojen liikevaihtoa ei voida eliminoida.

Theme parks not excluded in media revenue.

5 Telepalveluiden liikevaihtoa ei voida eliminoida.

Telecom revenue included in media revenue.

6 Tilivuosi 2007 (04) – 2008 (03).

Fiscal year 2007 (04) – 2008 (03).

Aineiston koonnut ja muokannut Nordicom.

Data compiled and processed by Nordicom.

Lähteet: Yritysten toimintakertomukset ja nettisivut

Sources: Company annual reports and netpages

Institut für Medien- und Kommunikationspolitik ([www.mediadb.eu](http://www.mediadb.eu))

11.4 Päivälehtien levikki 1 000 henkeä kohden 1990–2006

*Dailies: circulation per 1 000 persons in 1990–2006*

	1990	2000	2006
	Koko väestö <i>Total population</i>	Koko väestö <i>Total population</i>	Aikuisväestö <i>Adult population</i>
<b>EU</b>			
Belgia – <i>Belgium</i>	179	153	163
Britannia – <i>United Kingdom</i>	390	319	335
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	..	163	84
Espanja – <i>Spain</i>	76	108	110
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	313	279	287
Irlanti – <i>Ireland</i>	183	152	245
Italia – <i>Italy</i>	118	105	116
Itävalta – <i>Austria</i>	354	309	341
Kreikka – <i>Greece</i>	105	65	282
Kypros – <i>Cyprus</i>	..	69	160
Latvia – <i>Latvia</i>	..	136	163
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	74	195
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	313	273	305
Malta – <i>Malta</i>	..	..	301
Portugali – <i>Portugal</i>	38	73	75
Puola – <i>Poland</i>	..	..	139
Ranska – <i>France</i>	165	149	156
Romania – <i>Romania</i>	..	..	78
Ruotsi – <i>Sweden</i>	528	417	466
Saksa – <i>Germany</i>	333	291	298
Slovakia – <i>Slovakia</i>	284	100	109
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	173	204
<b>Suomi – Finland</b>	<b>558</b>	<b>445</b>	<b>515</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	352	277	287
Tsekki – <i>Czech Republic</i>	460	166	196
Unkari – <i>Hungary</i>	..	162	145
Viro – <i>Estonia</i>	523	191	242
Islanti – <i>Iceland</i>	..	331	198
Norja – <i>Norway</i>	609	574	601
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	..	371	371
Albania – <i>Albania</i>	..	..	24
Kroatia – <i>Croatia</i>	..	133	152
Makedonia – <i>Macedonia</i>	..	..	90
Moldova – <i>Moldova</i>	..	..	27
Serbia-Montenegro	..	..	24
Turkki – <i>Turkey</i>	..	..	167
Ukraina – <i>Ukraine*</i>	..	..	82
Japani – <i>Japan</i>	580	567	631
Yhdysvallat – <i>United States</i>	249	198	241

\* Kaupunkiväestö  
*Urban population only*

Lähde – *Source: World Press Trends*

11.5 Yleisöaikakauslehtien lukijapeitto (Aikuisväestö)  
 Consumer magazines: Average issue readership (Adult population)

	Vuosi – Year	Kaikki yleisölehdet Any consumer titles	Naisten lehdet Women's titles	TV-lehdet TV-guides	Yleisöaikakauslehdet General Interest	Erikoisai- kauslehdet Special interest
<b>EU</b>						
Belgia	2007	–	37	65	26	31
Britannia – <i>United Kingdom</i>	2007	74	–	–	–	–
Espanja – <i>Spain</i>	2007	49	29	2	26	7
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	2007	–	91	64	77	68
Irlanti – <i>Ireland</i>	2005	–	19	13	–	1
Italia – <i>Italy</i>	2007	–	58	67	56	81
Itävalta – <i>Austria</i>	2007	17	–	–	–	–
Liettua – <i>Lithuania</i>	2005	48	28	19	20	22
Puola – <i>Poland</i>	2007	80	49	46	33	36
Ranska – <i>France</i>	2007	100	–	–	–	–
Romania – <i>Romania</i>	2007	93	94	94	90	97
Ruotsi – <i>Sweden</i>	2007	30	–	–	–	–
Slovenia	2007	74	42	4	–	–
<b>Suomi – Finland</b>	<b>2007</b>	<b>93</b>	<b>54</b>	<b>–</b>	<b>63</b>	<b>71</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	2007	–	19	39	33	–
Tšekki – <i>Czech republic</i>	2007	77	40	14	47	43
Unkari – <i>Hungary</i>	2007	–	45	38	18	–
Viro – <i>Estonia</i>	2007	64	23	43	17	43
Norja – <i>Norway</i>	2007	–	33	40	18	63
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	2007	94	32	46	64	64
Ukrainaaja – <i>Ukraine</i>	2007	88	31	39	1	4
Venäjä – <i>Russia</i>	2007	39	19	9	8	1
Yhdysvallat – <i>USA</i>	2002	90	48	21	49	77

Lähde – Source: FIPP/World Magazine Trends

11.6 Digitelevisiotaloudet 2008 (terrestriaali-, kaapeli- ja satelliittivastaanotto yhteensä)  
*Digital TV penetration 2008 (terrestrial, cable and satellite reception total)*

	Osuus tv-talouksista Share of TV-househol %
<b>EU</b>	
Belgia – <i>Belgium</i>	28
Britannia – <i>United Kingdom</i>	87
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	22
Espanja – <i>Spain</i>	63
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	41
Irlanti – <i>Ireland</i>	52
Italia – <i>Italy</i>	58
Itävalta – <i>Austria</i>	48
Kreikka – <i>Greece</i>	..
Kypros – <i>Cyprus</i>	40
Latvia – <i>Latvia</i>	20
Liettua – <i>Lithuania</i>	..
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	49
Malta – <i>Malta</i>	..
Portugali – <i>Portugal</i>	..
Puola – <i>Poland</i>	27
Ranska – <i>France</i>	78
Romania – <i>Romania</i>	..
Ruotsi – <i>Sweden</i>	53
Saksa – <i>Germany</i>	34
Slovakia – <i>Slovakia</i>	26
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..
<b>Suomi – Finland</b>	<b>98</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	..
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	58
Unkari – <i>Hungary</i>	21
Viro – <i>Estonia</i>	26
Norja – <i>Norway</i>	70
Islanti – <i>Iceland</i>	57
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	24
Kroatia – <i>Croatia</i>	23
Makedonia – <i>Macedonia</i>	1
Serbia – <i>Serbia</i>	5
Turkki – <i>Turkey</i>	51
Ukraina – <i>Ukraine</i>	13
Venäjä – <i>Russia</i>	10

Lähde – *Source*: IP Television, International key facts

### 11.7 Julkisen palvelun television osuus katseluajasta 1991–2008

#### *Audience shares of domestic public service TV broadcasting 1991–2008*

	1991	2000	2008
	%		
<b>EU</b>			
Belgia (Vall.) – <i>Belgium (Fr.)</i>	23	23	30
Britannia – <i>United Kingdom</i>	44	49	39
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	..	67	14
Espanja – <i>Spain</i>	57	49	37
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	47	36	36
Irlanti – <i>Ireland</i>	65	47	40
Italia – <i>Italy</i>	49	47	43
Itävalta – <i>Austria</i>	77	57	43
Kreikka – <i>Greece</i>	22	11	17
Kypros – <i>Cyprus</i>	..	20	22
Latvia – <i>Latvia</i>	..	18	16
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	10	14
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	..	13	0
Portugali – <i>Portugal</i>	93	30	30
Puola – <i>Poland</i>	..	46	40
Ranska – <i>France</i>	33	42	36
Romania – <i>Romania</i>	..	40	8
Ruotsi – <i>Sweden</i>	78	44	31
Saksa – <i>Germany</i>	61	43	29
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	18	23
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	33	32
<b>Suomi – <i>Finland</i></b>	<b>57</b>	<b>42</b>	<b>45</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	84	68	28
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	97	31	29
Unkari – <i>Hungary</i>	..	14	17
Viro – <i>Estonia</i>	..	17	17
Islanti – <i>Iceland</i>	..	45	48
Norja – <i>Norway</i>	..	41	36
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	..	34	34
Kroatia – <i>Croatia</i>	..	..	46
Makedonia – <i>Macedonia</i>	..	..	12
Serbia – <i>Serbia</i>	..	..	36
Turkki – <i>Turkey</i>	..	6	4
Ukraina – <i>Ukraine</i>	..	..	2
Valko-Venäjä – <i>Belarus</i>	..	..	60
Venäjä – <i>Russia</i>	..	46	49
Japani – <i>Japan</i>	30	21	18
Yhdysvallat – <i>USA</i>	4	3*	1

\* Prime time -katsojaosuus.  
Prime-time audience share.

Lähteet – Sources:

Screen Digest  
EAO Yearbook  
IP Television international key facts

11.8 Julkisen palvelun radion markkinaosuus kokonaiskuunteluajasta 1990–2007  
*Public service radio: share of total listening time 1990–2007*

	1990	2001	2007
	%		
<b>EU</b>			
Alankomaat – <i>The Netherlands</i>	87	47	..
Belgia (Fl.) – <i>Belgium (Fl.)</i>	73	82	..
Belgia (Vall.) – <i>Belgium (Fr.)</i>	40	19	..
Britannia – <i>United Kingdom</i>	68	53	..
Espanja – <i>Spain</i>	19	24	..
Irlanti – <i>Ireland</i>	62	47	..
Italia – <i>Italy</i>	46	33	..
Itävalta – <i>Austria</i>	92	83	..
Kreikka – <i>Greece</i>	25	..	..
Latvia – <i>Latvia</i>	..	37	..
Liettua – <i>Lithuania</i>	..	36	..
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	..	3	..
Portugali – <i>Portugal</i>	32	9	..
Puola – <i>Poland</i>	..	31	..
Ranska – <i>France</i>	22	23	..
Romania – <i>Romania</i>	..	46	..
Ruotsi – <i>Sweden</i>	97	62	63
Saksa – <i>Germany</i>	72	52	..
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	47	..
<b>Suomi – Finland</b>	<b>65</b>	<b>53</b>	<b>53</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	68	66	70
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	..	28	..
Unkari – <i>Hungary</i>	..	28	..
Viro – <i>Estonia</i>	..	34	..
Islanti – <i>Iceland</i>	73	53	54
Norja – <i>Norway</i>	75	57	62
Sveitsi – <i>Switzerland</i>	64	..	..
Japani – <i>Japan</i>	43	..	..
Yhdysvallat – <i>USA</i>	2	..	..

Lähteet – *Sources:*

1990: Media Concentration in Europe

2001: Radio 2002. European key facts

2007: Nordicon

11.9 Internetin yleisyys kotona 2002–2008  
*Access to internet at home 2002–2008*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	% kotitalouksista – % of households						
<b>EU27</b>	..	..	<b>41</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>54</b>	<b>60</b>
<b>EU15</b>	<b>39</b>	<b>43</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>59</b>	<b>64</b>
Belgia – <i>Belgium</i>	..	..	..	50	54	60	64
Britannia – <i>United Kingdom</i>	50	55	56	60	63	67	71
Bulgaria – <i>Bulgaria</i>	..	..	10	..	17	19	25
Espanja – <i>Spain</i>	..	28	34	36	39	45	51
Hollanti – <i>The Netherlands</i>	58	61	..	78	80	83	86
Irlanti – <i>Ireland</i>	..	36	40	47	50	57	63
Italia – <i>Italy</i>	34	32	34	39	40	43	47
Itävalta – <i>Austria</i>	33	37	45	47	52	60	69
Kreikka – <i>Greece</i>	12	16	17	22	23	25	31
Kypros – <i>Cyprus</i>	24	29	53	32	37	39	43
Latvia – <i>Latvia</i>	3	..	15	31	42	51	53
Liettua – <i>Lithuania</i>	4	6	12	16	35	44	51
Luxemburg – <i>Luxembourg</i>	40	45	59	65	70	75	80
Malta – <i>Malta</i>	..	..	..	..	..	54	59
Portugali – <i>Portugal</i>	15	22	26	31	35	40	46
Puola – <i>Poland</i>	11	14	26	30	36	41	48
Ranska – <i>France</i>	23	31	34	..	41	49	62
Romania – <i>Romania</i>	..	..	6	..	14	22	30
Ruotsi – <i>Sweden</i>	..	..	..	73	77	79	84
Saksa – <i>Germany</i>	46	54	60	62	67	71	75
Slovakia – <i>Slovakia</i>	..	..	23	23	27	46	58
Slovenia – <i>Slovenia</i>	..	..	47	48	54	58	59
<b>Suomi – Finland</b>	<b>44</b>	<b>47</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>65</b>	<b>69</b>	<b>72</b>
Tanska – <i>Denmark</i>	56	64	69	75	79	78	82
Tšekki – <i>Czech Republic</i>	..	15	19	19	29	35	46
Unkari – <i>Hungary</i>	..	..	14	22	32	38	48
Viro – <i>Estonia</i>	..	..	31	39	46	53	58
Islanti – <i>Iceland</i>	..	..	81	84	83	84	88
Norja – <i>Norway</i>	..	60	60	64	69	78	84
Makedonia – <i>Macedonia</i>	..	..	11	..	14	..	29
Turkki – <i>Turkey</i>	..	..	7	..	..	..	..
Japani – <i>Japan</i>	..	..	..	57	..	..	..
Yhdysvallat – <i>USA</i>	..	55	..	..	..	..	..

Lähde/Source: Eurostat





---

## *Liite 1. – Appendix 1.*

### **Euron ja dollarin kurssit (vuosikeskiarvoja)**

#### *Rates of exchange, yearly averages*

<i>Vuosi – Year</i>	<i>1 EURO in FIM</i>	<i>1 US\$ in FIM</i>	<i>1 EURO in US\$</i>
1998	5,993	5,344	1,11
1999	5,946	5,579	1,07
2000	5,946	6,438	0,92
2001	5,946	6,640	0,90
2002			0,95
2003			1,13
2004			1,24
2005			1,24
2006			1,26
2007			1,37
2008			1,47

Lähde: Suomen Pankki  
Source: Bank of Finland

*Liite 2. – Appendix 2.*

Rahan arvon muunnoskertoimet vuosien 2007–2008 rahaksi  
*Transformation coefficients into 2007–2008 money, FIM*

Vuosi – Year	2007 rahaksi Into 2004 money Kerroin Coefficient	2008 rahaksi Into 2005 money Kerroin Coefficient
1998	1,158	1,206
1999	1,145	1,191
2000	1,107	1,153
2001	1,080	1,124
2002	1,063	1,107
2003	1,054	1,097
2004	1,052	1,095
2005	1,043	1,085
2006	1,025	1,067
2007	1,000	1,041
2008	0,961	1,000

Deflatoitu elinkustannusindeksillä (1951:10=100)  
*Deflated by the level of living index (1951:10=100)*

Lähde: Tilastokeskus – Hinnat ja palkat  
*Source: Statistics Finland – Prices and Wages Statistics*

---

## Liite 3. – Appendix 3.

### Bruttokansantuote (BKT) markkinahintaan 1998–2008 Gross domestic product (GDP) at market prices 1998–2008

---

Vuosi – Year	Milj. € – € million
1998	117 111
1999	122 747
2000	132 272
2001	139 868
2002	143 974
2003	145 938
2004	152 345
2005	157 070
2006	167 009
2007	179 659
2008*	186 164

---

\* Ennakkotieto.  
Preliminary data.

Lähde: Tilastokeskus – Taloudelliset olot: Kansantalouden tilinpito  
Source: Statistics Finland – Economic Statistics: National accounts

## Liite 4. – Appendix 4.

### Keskiväkiluku 1998–2008

#### Mean population 1998–2008

---

Vuosi – Year

---

1998	5 153 500
1999	5 165 500
2000	5 176 200
2001	5 188 008
2002	5 200 598
2003	5 213 014
2004	5 228 172
2005	5 241 626
2006	5 266 268
2007	5 288 720
2008	5 313 042

---

Lähde: Tilastokeskus – Väestötilastot

Source: Statistics Finland – Population Statistics

## Liite 5. – Appendix 5.

## Asuntokunnat 1998–2008

## Household-dwelling units 1998–2008

Vuosi – Year	Asuntokuntia yhteensä Household-dwelling units total	Asuntokunnan keskikoko Average size of household-dwelling units
1998	2 247 206	2,25
1999	2 272 910	2,23
2000	2 295 386	2,21
2001	2 329 343	2,19
2002	2 354 082	2,17
2003	2 378 079	2,15
2004	2 402 091	2,14
2005	2 429 500	2,12
2006	2 453 826	2,11
2007	2 476 505	2,10
2008	2 499 332	2,09

Lähteet: Asuntokunnat ja asuinolot. Tilastokeskus

Sources: Household-dwelling units and housing conditions. Statistics Finland



# Osoitteita – Addresses

## **Aikakausmedia**

*Finnish Periodicals Publisher's Association*

puh. (09) 2287 7280

fax (09) 603 478

PL 267

00121 Helsinki

e-mail [toimisto@aikakaus.fi](mailto:toimisto@aikakaus.fi)

website <http://www.aikakauslehdet.fi/>

## **AVEK Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus**

*AVEK The Promotion Centre for Audiovisual Culture*

puh. (09) 4315 2350

fax (09) 4315 2377

Hietaniemenkatu 2

00100 Helsinki

e-mail [avek@avek.kopiosto.fi](mailto:avek@avek.kopiosto.fi)

website <http://www.kopiosto.fi/avek/>

## **Finnpanel Oy**

puh. (09) 615 4611

fax. (09) 6154 6300

Bulevardi 3 B

00120 Helsinki

e-mail [webmaster@finnpanel.fi](mailto:webmaster@finnpanel.fi)

website <http://www.finnpanel.fi/>

## **Graafinen Teollisuus ry**

*Federation of the Printing Industry in Finland*

puh. (09) 2287 7200

fax (09) 603 527

Lönnotinkatu 11 A

00120 Helsinki

e-mail [gt.info@graafinteollisuus.fi](mailto:gt.info@graafinteollisuus.fi)

## **Gramex ry**

puh. (09) 680 3400

fax (09) 6803 4010

Pieni Roobertinkatu 16 A

00120 Helsinki

website <http://www.gramex.fi/>



**Helsingin yliopisto**

Viestinnän laitos

*University of Helsinki*

*Department of Communication*

puh. (09) 1 911

fax (09) 191 24849

Unioninkatu 37

00014 University of Helsinki

e-mail [comm-info@valt.helsinki.fi](mailto:comm-info@valt.helsinki.fi)

website <http://www.valt.helsinki.fi/comm.index>

**Kansalliskirjasto**

*The National Library in Finland*

puh. (09) 1 911

fax (09) 191 23191

PL 15

00014 Helsingin yliopisto

e-mail [kk-palvelu@helsinki.fi](mailto:kk-palvelu@helsinki.fi)

website <http://www.lib.helsinki.fi/>

**Itella Oyj**

*Itella*

puh. 020 4511

fax 020 451 4414

PL 1

00011 POSTI

website <http://www.itella.fi/>

**Jyväskylän yliopisto**

Nykykulttuurin tutkimusyksikkö

*University of Jyväskylä*

*Research Unit for Contemporary Culture*

puh. (014) 1310

fax (014) 260 1311

PL 35

40014 Jyväskylän yliopisto

e-mail [roisko@dodo.jyu.fi](mailto:roisko@dodo.jyu.fi)

website <http://www.jyu.fi/~koskimaa/nyky/>

**Jyväskylän yliopisto**

Viestintätieteiden laitos

*University of Jyväskylä*

*Department of Communication*

puh. (014) 260 1510

fax (014) 260 1511

PL 35

40014 Jyväskylän yliopisto

e-mail [arajala@hermes.jyu.fi](mailto:arajala@hermes.jyu.fi)

website <http://viesti.jyu.fi>

**Jyväskylän yliopiston kirjasto**

*Jyväskylä University Library*

puh. (014) 260 1211

fax (014) 260 3371

PL 35

40014 Jyväskylän yliopisto

e-mail [jyk@library.jyu.fi](mailto:jyk@library.jyu.fi)

website <http://www.jyu.fi/library/>

**Kopiosto**

*Copyright Office Kopiosto*

puh. (09) 431 521

fax (09) 4315 2377

Hietaniemenkatu 2

00100 Helsinki

e-mail [kopiosto@kopiosto.fi](mailto:kopiosto@kopiosto.fi)

website <http://www.kopiosto.fi/>

**Levikintarkastus Oy**

*Finnish Audit Bureau of Circulations*

puh. (09) 2287 7330

fax (09) 645 040

Lönnrotinkatu 11 A

00120 Helsinki

website <http://www.levikintarkastus.fi/>

**Liikenne- ja viestintäministeriö**

*Ministry of Transport and Communications Finland*

puh. (09) 16 002

Fax 09 1602 8596

Eteläesplanadi 16-18

00130 Helsinki

00023 VALTIONEUVOSTO

e-mail [info@mintc.fi](mailto:info@mintc.fi)

website <http://www.mintc.fi/>

**Nordicom Suomi**

*Nordicom Finland*

puh. (03) 215 7045

fax (03) 215 7150

33014 Tampereen yliopisto

e-mail [nordicom@uta.fi](mailto:nordicom@uta.fi)

website <http://uta.fi/laitokset/tiedotus/nordicom/>

**Opetusministeriö, Kulttuuriosasto**

*Ministry of Education, Department of Culture*

puh. (09) 134 171

fax (09) 135 9335

PL 293

00171 Helsinki

website <http://www.minedu.fi/>

**Sanomalehtien Liitto**

*Finnish Newspapers Association*

puh. (09) 2287 7300

fax (09) 607 989

PL 415

00121 Helsinki

e-mail [info@sanomalehdet.fi](mailto:info@sanomalehdet.fi)

website <http://www.sanomalehdet.fi/>

**Suomen elokuva-arkisto**

*The Finnish Film Archive*

puh. (09) 615 400

fax (09) 6154 0242

Pursimiehenkatu 29-31 A

00151 Helsinki

e-mail [sea@ses.fi](mailto:sea@ses.fi)

website <http://www.sea.fi/>

**Suomen elokuväsäätiö**

*Finnish Film Foundation*

puh. (09) 622 0300

fax (09) 6220 3050

Kanavakatu 12

00160 Helsinki

e-mail [keskus@ses.fi](mailto:keskus@ses.fi)

website <http://www.ses.fi/>

**Suomen elokuvatoimistojen liitto SEL ry**

*The Finnish Film Distributors' Association*

puh. (09) 6877 2312

fax (09) 6877 2320

Kaisaniemenkatu 3 B

00100 Helsinki

e-mail [filmikamari@filmikamari.fi](mailto:filmikamari@filmikamari.fi)

website [www.filmikamari.fi/sel.htm](http://www.filmikamari.fi/sel.htm)

**TNS Gallup Oy**

*TNS Gallup*

puh. (09) 613 500

fax (09) 6135 0610

Itätuulenkuja 10

02100 Espoo

e-mail [info@tns-gallup.fi](mailto:info@tns-gallup.fi)

website <http://www.mdc.fi/>

**Suomen Journalistiliitto**

*Union of Journalists in Finland*

puh. (09) 612 2330

fax (09) 605 396

Hietalahdenkatu 2 B

00180 Helsinki

e-mail [webmaster@journalistiliitto.fi](mailto:webmaster@journalistiliitto.fi)

website <http://www.journalistiliitto.fi/>

**Suomen Kustannusyhdistys ry**

*The Finnish Book Publishers' Association*

puh. (09) 2287 7250

fax (09) 612 1226

Lönnotinkatu 11 A

00120 Helsinki

website <http://www.kustantajat.fi>

**Suomen Radioiden Liitto SRL ry**

*Association of Finnish Broadcasters*

puh. (09) 2287 7340

fax (09) 648 221

Lönnotinkatu 11 A

PL 312

00121 Helsinki

website <http://www.radiomedia.fi/>

**Suomen Ääni- ja kuvatallennetuottajat ÄKT ry**

*The Finnish National Group of IFPI*

puh. (09) 6803 4050

fax (09) 6803 4056

Yrjönkatu 3

00120 Helsinki

e-mail [ifpi@ifpi.fi](mailto:ifpi@ifpi.fi)

website <http://www.ifpi.fi>

**Tampereen yliopisto**

Tiedotusopin laitos

*University of Tampere*

*Department of Journalism & Mass Communication*

puh. (03) 3551 6243

fax (03) 3551 6248

Kalevantie 4

33101 Tampere

e-mail [jour@uta.fi](mailto:jour@uta.fi)

website <http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/>

**Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus**

*Anti-Piracy Center in Finland*

puh. (09) 6803 4049

fax (09) 6803 4033

Pieni Roobertinkatu 16

00120 Helsinki

**TEOSTO Säveltäjien Tekijänoikeustoimisto ry**

*Finnish Composers' Copyright*

Society TEOSTO

puh. (09) 681 011

fax (09) 677 134

Lauttasaarentie 1

00200 Helsinki

website <http://www.teosto.fi/>

**Tilastokeskus**

Joukkoviestintä- ja kulttuuritilastot

*Statistics Finland*

*Media and Culture Statistics*

puh. (09) 17 341

fax (09) 1734 3264

Työpajankatu 13

00022 Tilastokeskus

e-mail [joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi](mailto:joukkoviestimet.tilastokeskus@tilastokeskus.fi)

website <http://www.stat.fi/>

<http://tilastokeskus.fi/til/jvie/index.html>

**Tullihallitus**

*National Board of Customs*

puh. (09) 6141

fax (09) 614 2852

Erottajankatu 2

00120 Helsinki

website <http://www.tulli.fi/>

**Turun kauppakorkeakoulu**

Mediaryhmä

*Turku School of Economics and Business Administration*

*Media Group*

puh. (02) 481 481

fax (02) 481 4640

Rehtorinpellonkatu 3

20500 Turku

website <http://www.tukk.fi/media>

**Valtion elokuvatarkastamo**

*Finnish Board of Film Classification*

puh. (09) 228 541

fax (09) 2285 4470

Jaakonkatu 5 B

00100 Helsinki

e-mail [Tuula.Roos@vet.fi](mailto:Tuula.Roos@vet.fi)

website <http://www.vet.fi/>

**Viestintävirasto**

*Finnish Communications Regulatory Authority*

puh. (09) 69 661

fax (09) 696 6410

Itämerenkatu 3

00181 Helsinki

website <http://www.ficora.fi/>

**VTT Tietotekniikka**

*VTT Information Technology*

puh. 020 722 111

fax 020 722 7001

PL 1000

02044 VTT

website <http://www.vtt.fi/tte/>

**Yleisradio Oy**

*Finnish Broadcasting Company YLE*

puh. (09) 14 801

fax (09) 1480 3215

Radiokatu 5

00024 Yleisradio

e-mail [fbc@yle.fi](mailto:fbc@yle.fi)

website <http://www.yle.fi/>



*Joukkoviestimet – Finnish Mass Media on artikkeleihin ja tilastoaineistoon perustuva monipuolinen katsaus Suomen joukkoviestinnän tilaan. Julkaisussa tarkastellaan joukkoviestimiä seuraavina kokonaisuuksina: joukkoviestinnän talous ja kulutus, televisio, radio, äänitteet, video, elokuva, kirjat ja kirjastot, sanoma- ja aikakauslehdet ja internet. Julkaisussa on myös kansainvälisiä vertailutietoja sisältävä luku. Jokaisesta joukkoviestinnän sektorista on lisäksi tilastokatsausten yhteydessä tiiviit yhteenvetoartikkelit.*

*Tilastokeskus, myyntipalvelu  
PL 4 C  
00022 TILASTOKESKUS  
puh. (09) 1734 2011  
faksi (09) 1734 2500  
myynti@tilastokeskus.fi  
www.tilastokeskus.fi*

*Statistikcentralen, försäljning  
PB 4 C  
FI-00022 STATISTIKCENTRALEN  
tfn + 358 9 173 420 11  
fax + 358 9 173 425 00  
sales@stat.fi  
www.stat.fi*

*Statistics Finland, Sales Services  
PO Box 4 C  
FI-00022 Statistics Finland  
Tel. + 358 9 1734 2011  
Fax + 358 9 1734 2500  
sales@stat.fi  
www.stat.fi*

*ISSN 1455-9447  
ISBN 978-952-244-224-6 (print)  
Tuotenumero 3090 (print)*

