

# Mediamainonnan määrä kasvoi +0,9 % vuoden ensimmäisellä kvartaalilla

Vuoden ensimmäisellä kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 312 milj. €. Mediamainonnan määrä kasvoi +0,9 % vuoden 2025 vastaavaan aikaan verrattuna.

Mainonnan määrä kasvoi radiossa, verkkomediassa ja ulkomainonnassa. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä oli laskussa.

Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät öljy- ja energiayhtiöiden, kosmetiikan sekä rakennusalan mainostajat.

Suurimmat mainostajat vuoden ensimmäisellä kvartaalilla olivat K-Citymarket, Lidl, Veikkaus, Prisma, Tokmanni, S-market, K-Supermarket, DNA, OP ja LähiTapiola.

Fifty5Blue julkaisee yhteistyössä IAB Finlandin kanssa tiedotteen mediamainonnan määrästä kvartaaleittain.

Katsaus perustuu Fifty5Bluen kuukausittaista seuranta laajempaan otokseen. Tiedot perustuvat Fifty5Bluen keräämään mediamainonnan määrään sekä IAB Finlandin raportoimaan arvioon some- ja hakumainonnan määrästä.

IAB Finland on solminut IRM:n kanssa sopimuksen sosiaalisen median ja hakumainonnan arvion tekemisestä kvartaaleittain, jonka takia estimaattien takana oleva tiedonkeruumenetelmä on muuttunut. Muutosprosentit on laskettu vertailukelpoisella laskentatavalla.

Fifty5Bluen keräämien lukujen laskennassa on käytetty vertailukelpoista mediavalikoimaa. Medialuettelon löydät Fifty5Bluen nettisivustolta: [www.fifty5blue.com/suomi/mediamainonta-ja-investoinnit](http://www.fifty5blue.com/suomi/mediamainonta-ja-investoinnit)

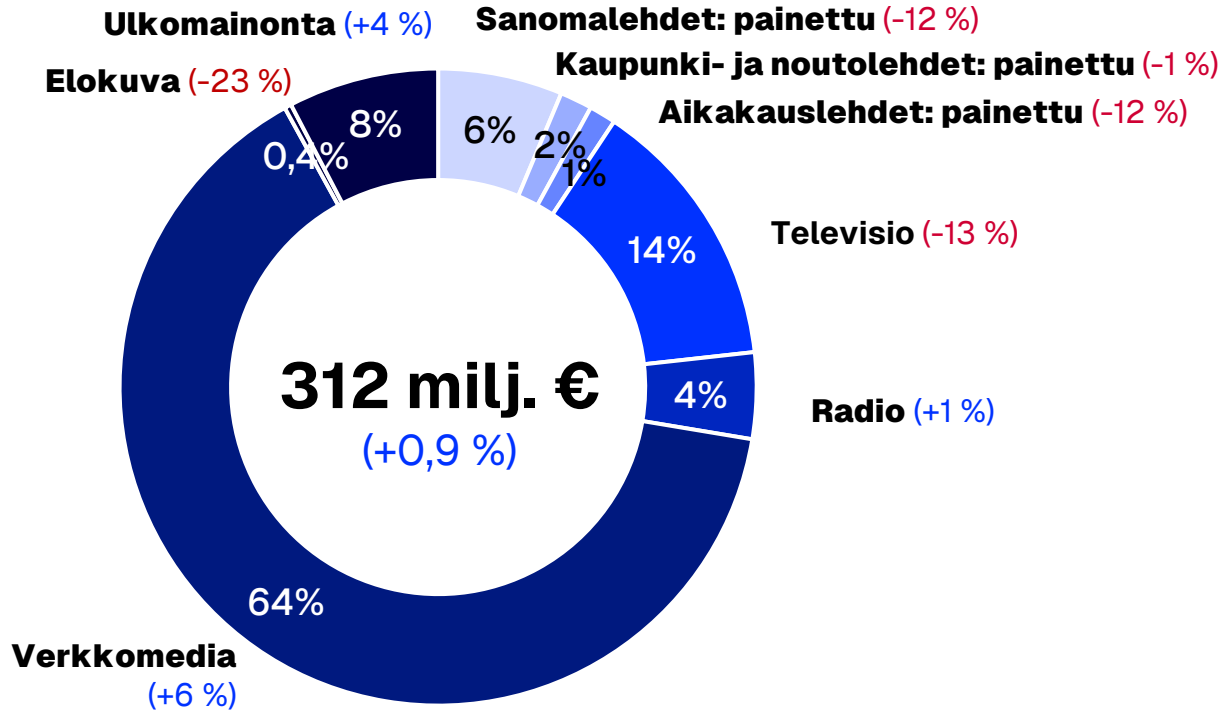


# Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q1/2026

Luvut perustuvat Fifty5Bluen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin raportoimaan arvioon some- ja hakumainonnan määrästä.

## Mediaryhmät, jossa verkkomainonta omana mediaryhmänään

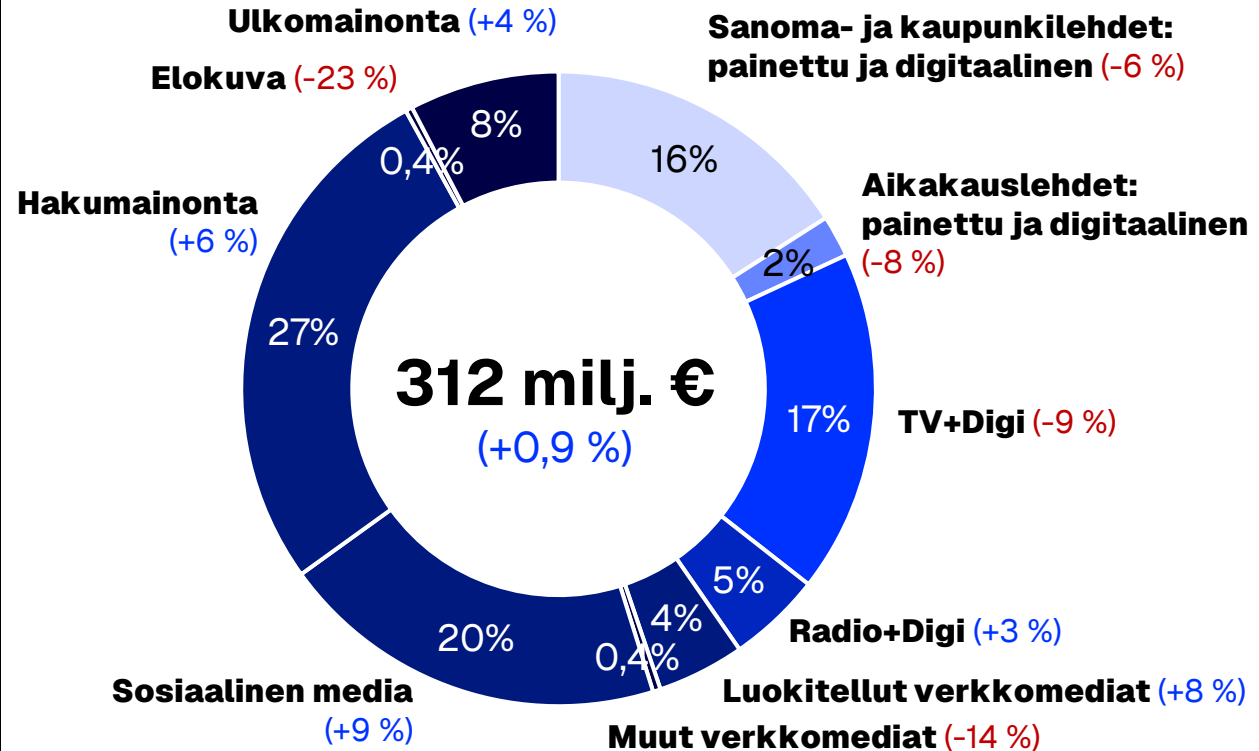
Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on esitetty omana mediaryhmänään.



(Mainonnan määrän muutos-% vs. Q1/2025)

## Mediaryhmät sisältäen digitaalisen osuuden

Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on sisällytetty eri mediaryhmiin.



# Verkkomainonta Q1/2026

## Verkkomainonnan kasvu jatkuu

Verkkomainonnan määrä ylsi vuoden 2026 ensimmäisellä kvartaalilla noin 201 miljoonaan euroon, mikä vastaa jo 64 prosenttia koko mainosmarkkinasta.

Verkkomainonnan kasvua vauhdittivat erityisesti sosiaalinen media ja hakumainonta. Sosiaalisen median mainospanostukset jatkoivat viime vuoden positiivista kehitystä ja nousivat vuoden 2026 ensimmäisellä kvartaalilla 62 miljoonaan euroon. Sosiaalisen median sisällä erityisesti videomainonta toimi kasvun ajurina.

*“Liikkuva kuva määrittää tällä hetkellä vahvasti sosiaalisen median sisältöjä, kulutusta ja mainonnan tekemistä. Sosiaalisen median videon kasvu kertoo siitä, että mainostajat hyödyntävät formaattia entistä monipuolisemmin niin huomion herättämisessä, brändin rakentamisessa kuin taktisessa tekemisessä”,* sanoo IAB Finlandin toiminnanjohtaja Anni Lintula.

IAB Finland on solminut IRM:n kanssa sopimuksen sosiaalisen median ja hakumainonnan arvion tekemisestä kvartaaleittaan, jonka takia estimaattien takana oleva tiedonkeruumenetelmä on muuttunut. Muutosprosentit on laskettu vertailukelpoisella laskentatavalla.

“IRM is looking forward to presenting search and social advertising spend in Finland. We have introduced the IRM proprietary econometric models for platform spend in Finland, and will continue the industry expert interviews as previously conducted by IAB Finland. IRM is also introducing a measurement of social video, which will be a subset of the already existing social measurement”, IRM:ltä kommentoidaan.

# Verkkomainonta Q1/2026

Luvut perustuvat Fifty5Bluen mediamainonnan seurantaan sekä IAB Finlandin raportoimaan arvioon some- ja hakumainonnan määrästä.

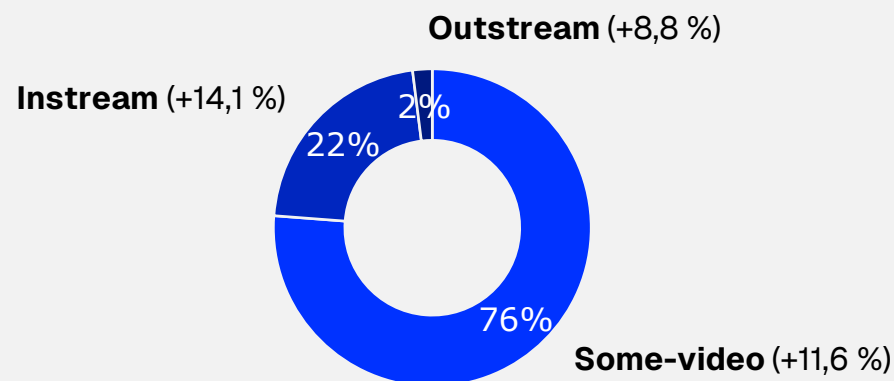
## Verkkomainonnan jakautuminen mainostyypeittäin

	Osuus verkko- mainonnasta, %	Milj. €	Muutos vs. Q1/2025
Sosiaalinen media*	31%	62,0	8,8 %
Hakumainonta**	42%	84,0	6,0 %
Display	15%	29,7	-2,3 %
Outstream video	1%	1,0	8,8 %
Instream video	6%	11,2	14,1 %
Luokiteltu	6%	11,5	8,5 %
Muu mainosmuoto	1%	1,4	31,8 %
<b>Verkkomainonta yhteensä</b>		<b>200,8</b>	<b>6,4 %</b>

\* sis. Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn, Snapchat, TikTok

\*\* sis. Google ja bing

Videomainontaan investoitiin vuoden ensimmäisellä kvartaalilla **51 milj. €** ja se kattaa **25 %** verkkomainonnan kokonaisuudesta. Videomainonta kasvoi **+12,0 %** verrattuna edellisvuoden vastaavaan aikaan.

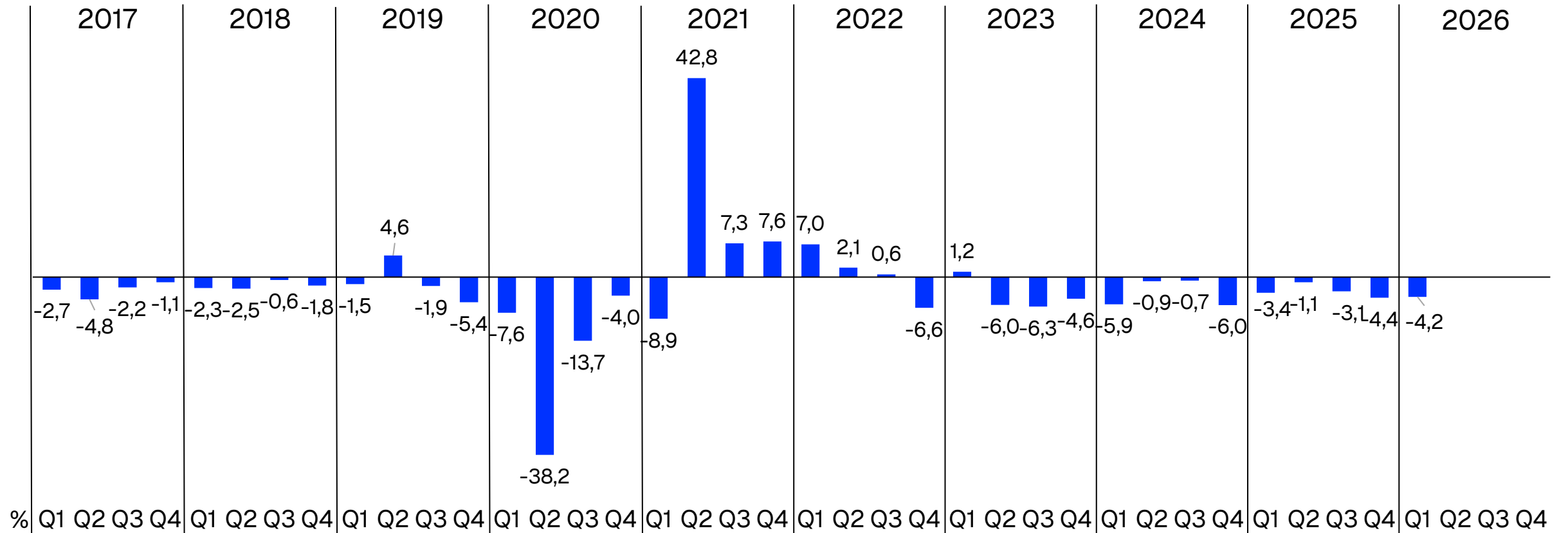


(Mainonnan määrän muutos-% vs. Q1/2025)

# Mediamainonnan muutos kvartaaleittain 2017-2026

Luvut perustuvat Fifty5Bluen kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.

Tarkasteltaessa mainontaa vain Fifty5Bluen kuukausittaisessa seurannassa olevissa medioissa, mainonnan määrä vuoden 2026 ensimmäisellä kvartaalilla oli noin **166 milj. €**. Mainonnan määrä laski **-4,2 %** suhteessa vuoden 2025 tammi-maaliskuuhuh.



# Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat

Luvut perustuvat Fifty5Bluen kuukausittaiseen mediamainonnan seurantaan, some- ja hakumainonta eivät sisälly lukuihin.

## Mediamainonnan muutokset toimialoittain

Q1/2026 vs. Q1/2025



## Suurimmat mainostajat mediaryhmittäin

Q1/2026

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
K-Citymarket	K-Citymarket	Orion Pharma	Lidl
Lidl	Tokmanni	Sabora Pharma	Veikkaus
Veikkaus	K-Supermarket	Calcus.com	S-market
Prisma	Prisma	New Nordic	Haleon Finland
Tokmanni	Intersport	Novo Nordisk Farma	Prisma
S-market	Radio	Verkkomedia	Ulkomainonta
K-Supermarket	Cloetta Suomi	K-Citymarket	Nelonen Media
DNA	Burger-In	Lidl	Lidl
OP	Orion Pharma	OP	MTV
LähiTapiola	Veikkaus	Veikkaus	Orkla Suomi
	DNA	LähiTapiola	LähiTapiola

# Media Advertising

Q1/2026

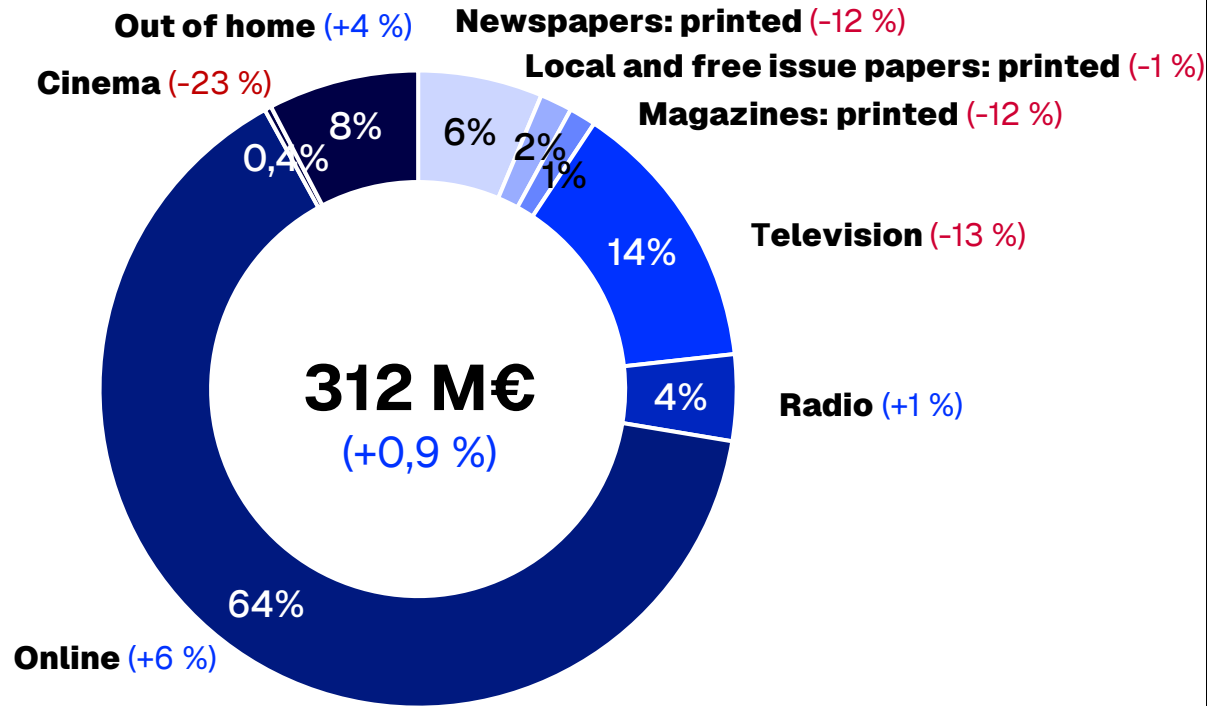
FIFTY5 ■ BLUE

# Media Type Shares and Changes Q1/2026

The figures are based on Fifty5Blue's media advertising monitoring and on social media and search advertising volumes estimated by IAB Finland.

## Media Types with Digital as a Separate Category

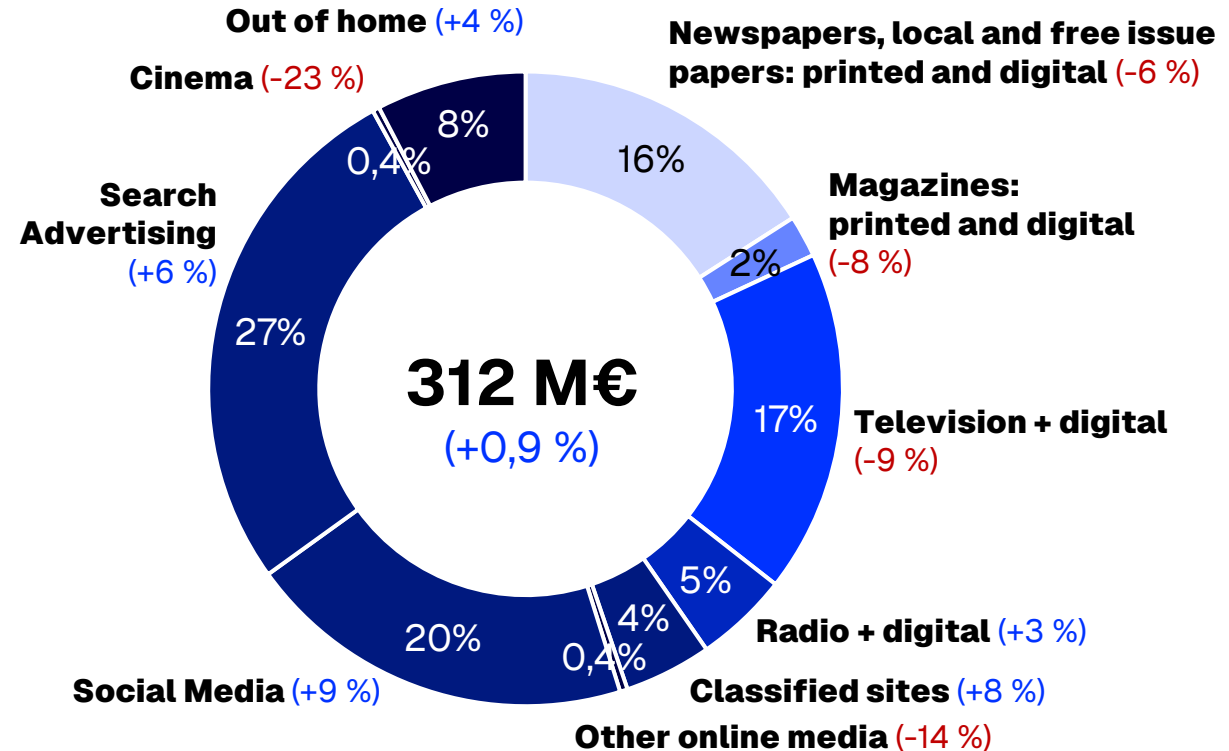
Distribution of media advertising by media types, with digital advertising presented as a separate media type.



(Change-% in advertising volume vs. Q1/2025)

## Media Types Including Digital Share

Distribution of media advertising by media types, with digital advertising included in various media types.



# Online Advertising Q1/2026

## Online advertising continues to grow

Online advertising reached approximately EUR 201 million in the first quarter of 2026, representing 64% of the total advertising market.

The growth in online advertising was driven particularly by social and search. Social media advertising investments continued the positive development seen last year and rose to EUR 62 million in the first quarter of 2026. Within social media, video advertising was a key growth driver.

*“Moving image plays a strong role in shaping social media content, consumption and advertising. The growth of social media video shows that advertisers are using the format in increasingly versatile ways, from capturing attention and building brands to tactical marketing activities,”* says Anni Lintula, CEO of IAB Finland.

IAB Finland has entered into an agreement with IRM to produce quarterly estimates of social media and search advertising, which has led to a change in the data collection methodology behind the estimates. Percentage changes are based on comparable figures.

“IRM is looking forward to presenting search and social advertising spend in Finland. We have introduced the IRM proprietary econometric models for platform spend in Finland, and will continue the industry expert interviews as previously conducted by IAB Finland. IRM is also introducing a measurement of social video, which will be a subset of the already existing social measurement,” comments IRM.

# Online Advertising Q1/2026

The figures are based on Fifty5Blue's media advertising monitoring and on social media and search advertising volumes estimated by IAB Finland.

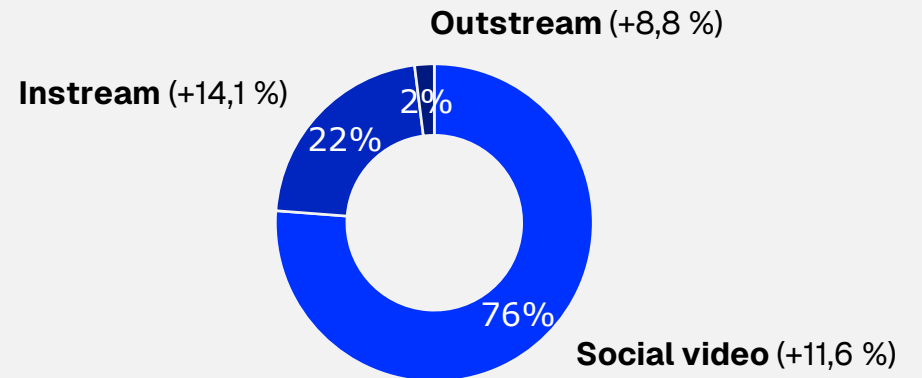
## Distribution of Online Advertising by Ad Format

	Share of online advertising, %	M€	Change vs. Q1/2025
Social Media *	31%	62,0	8,8 %
Search Advertising **	42%	84,0	6,0 %
Display	15%	29,7	-2,3 %
Outstream video	1%	1,0	8,8 %
Instream video	6%	11,2	14,1 %
Classified	6%	11,5	8,5 %
Other Ad Format	1%	1,4	31,8 %
<b>Total Online Advertising</b>		<b>200,8</b>	<b>6,4 %</b>

\* incl. Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn, Snapchat, TikTok

\*\* incl. Google and Bing

Investments in video advertising amounted to 51 M€ in the first quarter, representing 25 % of total online advertising. Video advertising increased by 12,0 % compared to the same period last year.

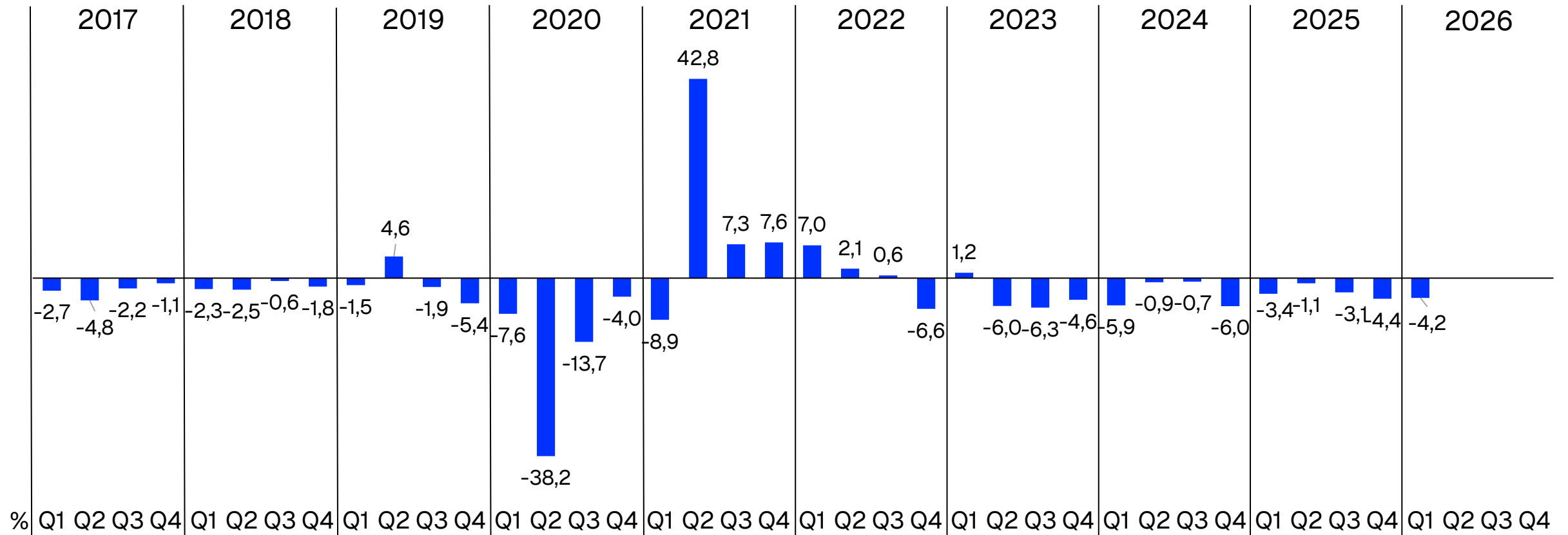


(Change-% in advertising volume vs. Q1/2025)

# Change in Media Advertising by Quarter 2017-2026

The figures are based on Fifty5Blue's monthly monitoring of media advertising; social media and search advertising are not included in the figures.

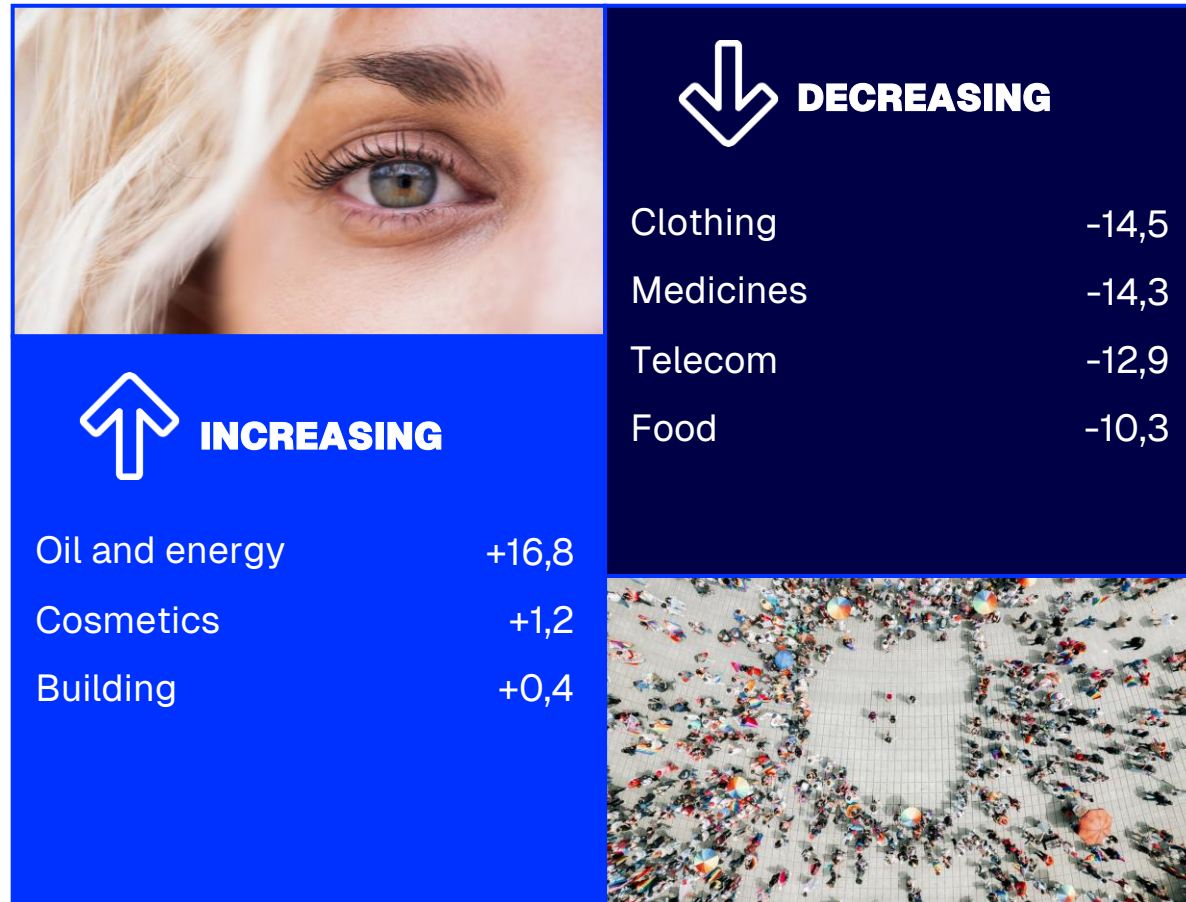
When examining advertising only in the media included in Fifty5Blue's monthly monitoring, the volume of advertising in the first quarter was approximately **166 million €**. The volume of advertising decreased by **-4,2 %** compared to January–March 2025.



# Changes in Advertising by Industry and Largest Advertisers

The figures are based on Fifty5Blue's monthly monitoring of media advertising; social media and search advertising are not included in the figures.

## Changes in Media Advertising by Industry Q1/2026 vs. Q1/2025



## Largest Advertisers by Media Type Q1/2026

Multimedia	Newspapers, local and free issue papers	Magazines	Television
K-Citymarket	K-Citymarket	Orion Pharma	Lidl
Lidl	Tokmanni	Sabora Pharma	Veikkaus
Veikkaus	K-Supermarket	Calcus.com	S-market
Prisma	Prisma	New Nordic	Haleon Finland
Tokmanni	Intersport	Novo Nordisk Farma	Prisma
S-market	Radio	Online	Out of home
K-Supermarket	Cloetta Suomi	K-Citymarket	Nelonen Media
DNA	Burger-In	Lidl	Lidl
OP	Orion Pharma	OP	MTV
LähiTapiola	Veikkaus	Veikkaus	Orkla Suomi
	DNA	LähiTapiola	LähiTapiola

# Your window on what the world is watching

## **Fifty5Blue Finland**

Minna Rantanen

Insight Director

[minna.rantanen@Fifty5Blue.com](mailto:minna.rantanen@Fifty5Blue.com)

+358 40 718 1066

## **IAB Finland**

Anni Lintula

Toiminnanjohtaja

[anni.lintula@iab.fi](mailto:anni.lintula@iab.fi)

+358 50 414 4233

Web

[Fifty5Blue.com](http://Fifty5Blue.com)

Linkedin

[@company/Fifty5Blue](https://www.linkedin.com/company/Fifty5Blue)

Get in touch

[Contact Us](#)