

Mediamainonnan määrä kasvoi +1,5 % vuoden toisella kvartaalilla

Vuoden toisella kvartaalilla investoinnit mediamainontaan olivat noin 353 milj. €. Mediamainonnan määrä kasvoi +1,5 % vuoden 2025 vastaavaan aikaan verrattuna.

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

Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät finanssialan, kosmetiikan, elintarvikkeiden sekä matkailun ja liikennealan mainostajat.

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

Fifty5Blue julkaisee yhteistyössä IAB Finlandin kanssa tiedotteen mediamainonnan määrästä kvartaaleittain.

Katsaus perustuu Fifty5Bluen kuukausittaista seurantaan 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

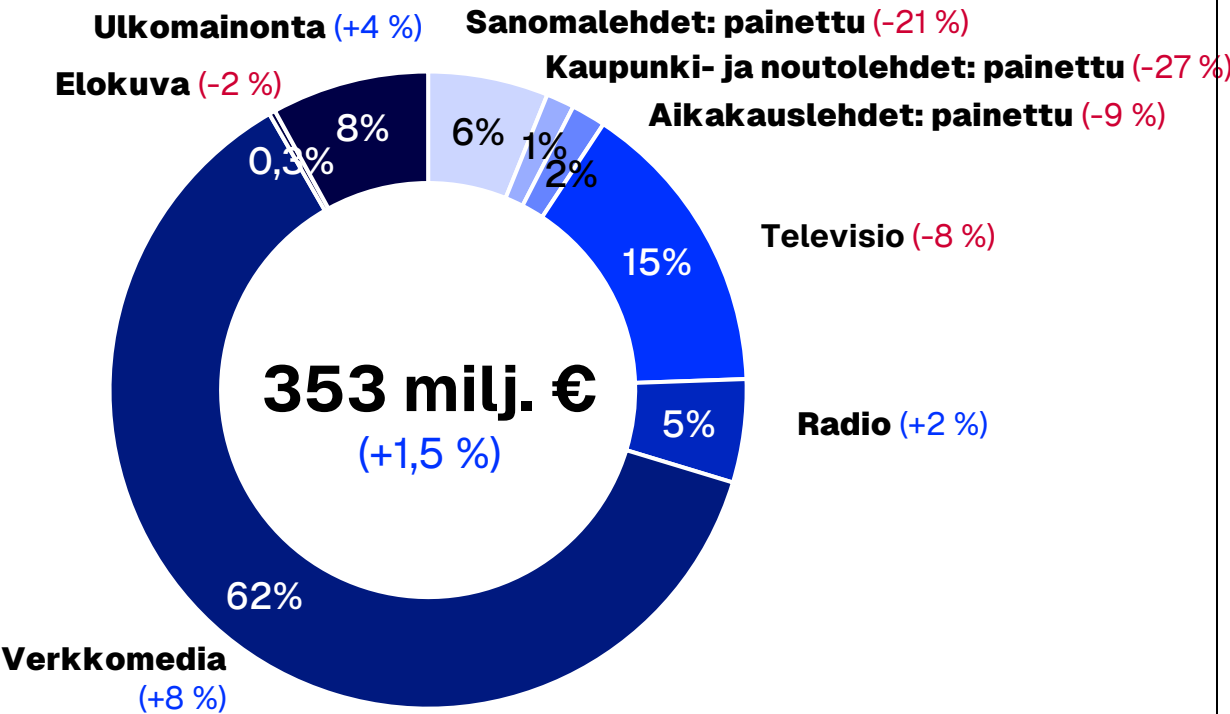


Mediaryhmien osuudet ja muutokset Q2/2026

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

Mediaryhmät, jossa verkkomainonta omana mediaryhmänään

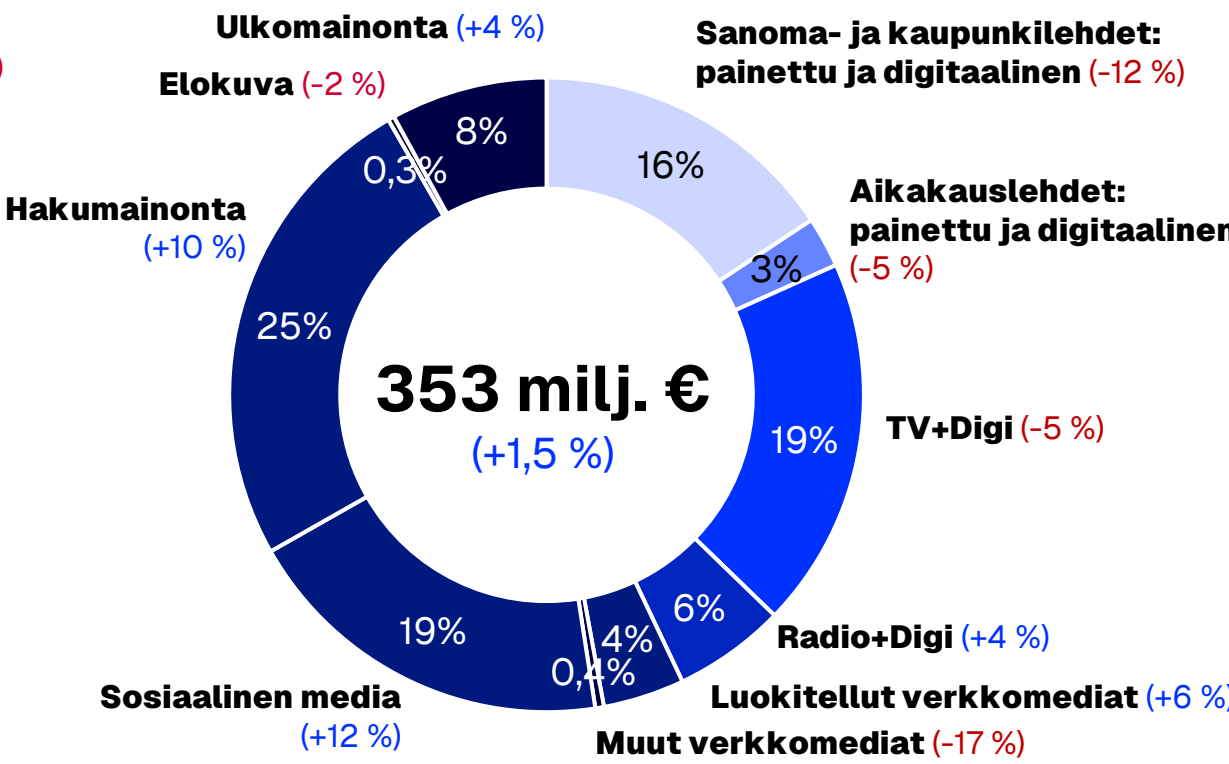
Mediamainonnan jakautuminen mediaryhmäjaolla, jossa digitaalinen mainonta on esitetty omana mediaryhmänään.



(Mainonnan määrän muutos-% vs. Q2/2025)

Mediaryhmät sisältäen digitaalisen osuuden

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



Verkkomainonta Q2/2026

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

Verkkomainonnan jakautuminen mainostyypeittäin

	Osuus verkko- mainonnasta, %	Milj. €	Muutos vs. Q2/2025
Sosiaalinen media*	31%	68,0	11,8
Hakumainonta**	40%	88,0	10,0
Display	16%	34,9	-1,2
Outstream video	1%	1,2	-7,7
Instream video	6%	13,4	9,7
Luokiteltu	5%	11,7	7,5
Muu mainosmuoto	1%	1,9	34,4
Verkkomainonta yhteensä		219,1	8,4

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

** sis. Google ja bing

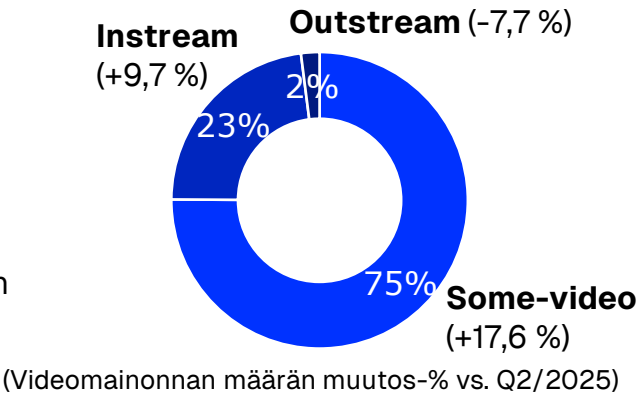
Videomainonta vauhdittaa sosiaalisen median mainonnan kasvua

Verkkomainonnan kasvu jatkui vahvana vuoden 2026 toisella kvartaalilla. Sosiaaliseen mediaan ja hakumainontaan investoitiin yhteensä noin 157 miljoonaa euroa, mikä oli 10,8 prosenttia enemmän kuin vuotta aiemmin.

Sosiaalisen median mainospanostukset nousivat 68 miljoonaan euroon ja kasvoivat 11,8 prosenttia. Erityisen vahvaa kasvu oli videomainonnassa, johon investoitiin 44 miljoonaa euroa, mikä on 17,6 prosenttia enemmän kuin vuotta aiemmin. Video muodostaa jo 64 prosenttia sosiaalisen median mainospanostuksista.

“Sosiaalisen median videomainonnan kasvu kertoo siitä, että liikkuvan kuvan merkitys vahvistuu edelleen. Erityisesti vertikaalivideo kiinnostaa mainostajia. Video on vakiinnuttanut paikkaansa yhtenä sosiaalisen median keskeisimmistä mainosmuodoista”, sanoo IAB Finlandin toiminnanjohtaja Anni Lintula.

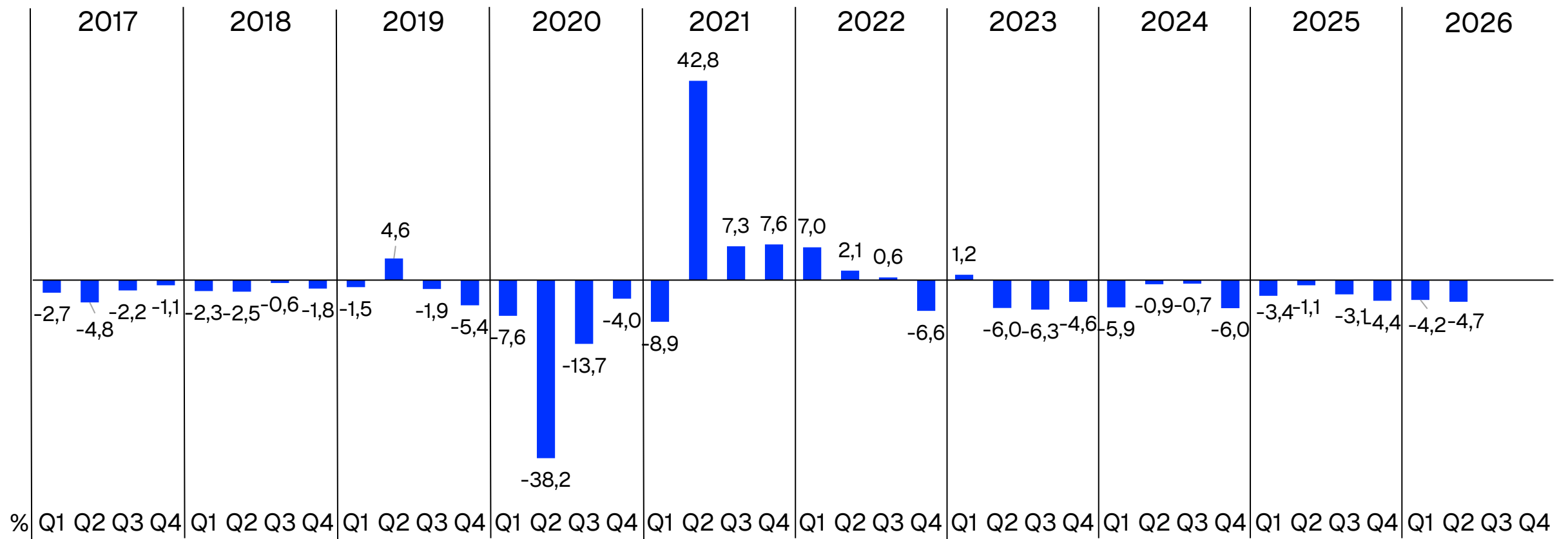
Videomainontaan investoitiin vuoden ensimmäisellä kvartaalilla **59 milj. €** ja se kattaa **27 %** verkkomainonnan kokonaisuudesta. Videomainonta kasvoi **+ 16,0 %** verrattuna edellisvuoden vastaavaan aikaan.



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 toisella kvartaalilla oli noin **195 milj. €**. Mainonnan määrä laski **-4,7 %** suhteessa vuoden 2025 huhti-kesäkuuhun.



Mainonnan muutokset toimialoittain ja suurimmat mainostajat

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

Mediamainonnan muutokset toimialoittain Q2/2026 vs. Q2/2025



Suurimmat mainostajat mediaryhmittäin Q2/2026

Kaikki mediat yhteensä	Sanoma- ja kaupunkilehdet	Aikakauslehdet	Televisio
	K-Citymarket	Orion Pharma	Lidl
	Lidl	Tokmanni	Veikkaus
	Veikkaus	K-Supermarket	Calcus.com
	Prisma	Prisma	S-market
S-market	K-Rauta	Sabora Pharma	Prisma
K-Supermarket	K-Rauta	Suomalainen kirjakauppa	Cloetta Suomi
	Radio	Verkkomedia	Ulkomainonta
	Tokmanni	Motonet	K-Citymarket
	DNA	Puuilo	OP
	OP	Veikkaus	LähiTapiola
	Froneri Finland	S-market	Veikkaus
	K-Supermarket	Lidl	Veikkaus
			Lidl

Media advertising increased by 1.5% in Q2 2026

In the second quarter of the year, investments in media advertising amounted to approximately 353 million €. The volume of media advertising increased by +1.5% compared to the corresponding period in 2025.

Advertising volumes increased in radio, online, and out-of-home advertising. In the other media groups, the volume of advertising declined.

Among industries, advertisers in the finance, cosmetics, food, and travel and transport increased their media advertising spending.

The largest advertisers in the second quarter were K-Citymarket, Lidl, Veikkaus, Prisma, S-market, K-Supermarket, Tokmanni, DNA, OP and Froneri Finland.

Fifty5Blue publishes a quarterly media advertising report in cooperation with IAB Finland.

The review is based on a broader sample than Fifty5Blue's monthly monitoring. The figures are based on media advertising data collected by Fifty5Blue, combined with IAB Finland's reported estimates for social media and search advertising.

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.

The figures collected by Fifty5Blue have been calculated using a comparable media selection. The media list is available on Fifty5Blue's website:
www.fifty5blue.com/suomi/me diamainonta-ja-investoinnit

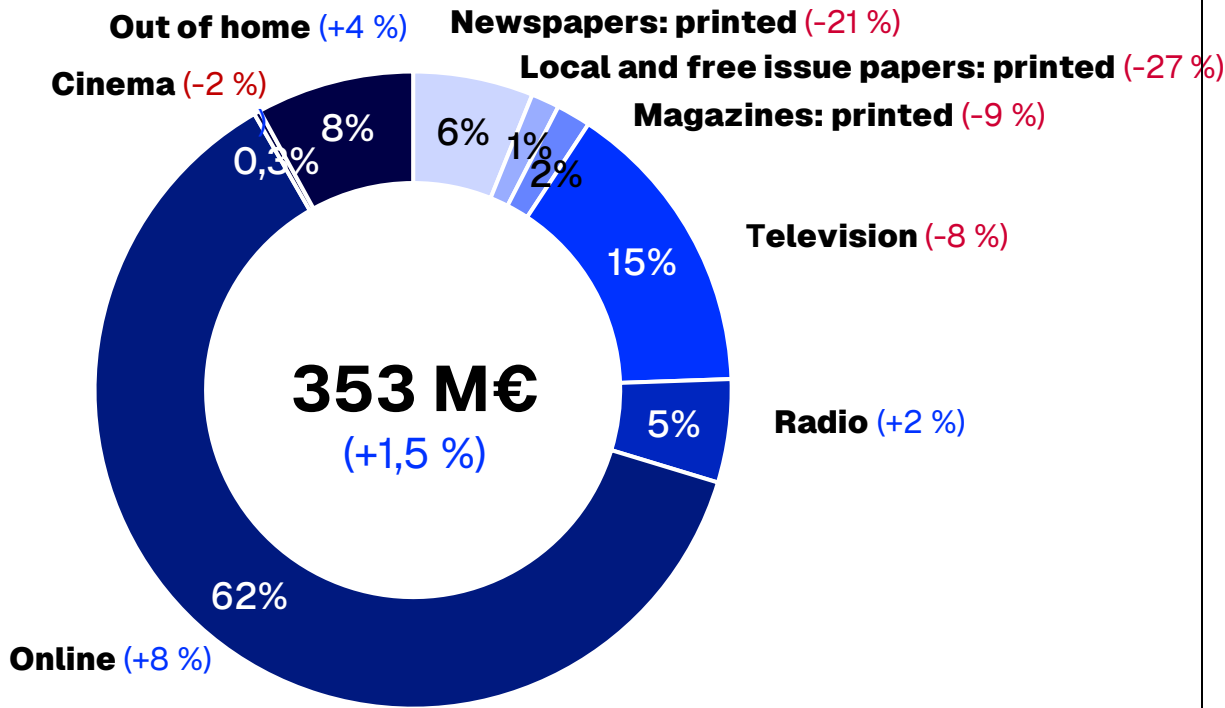


Media Type Shares and Changes Q2/2026

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

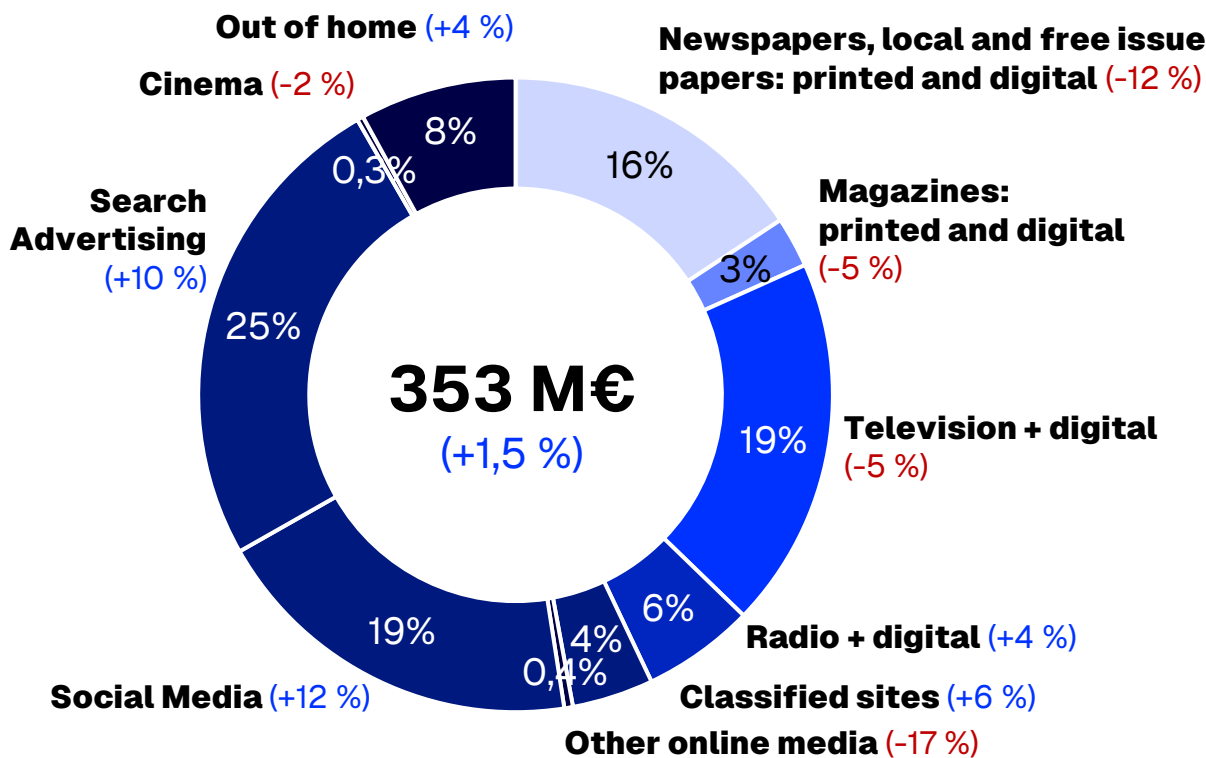
Distribution of media advertising by media types, with digital advertising presented as a separate media type.



(Change-% in advertising volume vs. Q2/2025)

Media Types Including Digital Share

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



Online Advertising Q2/2026

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. Q2/2025
Social Media *	31%	68,0	11,8
Search Advertising **	40%	88,0	10,0
Display	16%	34,9	-1,2
Outstream video	1%	1,2	-7,7
Instream video	6%	13,4	9,7
Classified	5%	11,7	7,5
Other Ad Format	1%	1,9	34,4
Total Online Advertising		219,1	8,4

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

** incl. Google and Bing

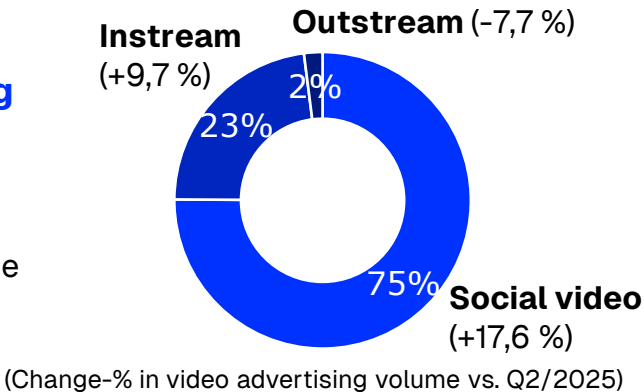
Video Advertising Drives Growth in Social Media Advertising

Digital advertising continued its strong growth in the second quarter of 2026. Combined investments in social media and search advertising totaled approximately 157 million euro, representing an increase of 10.8% compared to the same period last year.

Investments in social media advertising rose to 68 million euro, marking a growth of 11.8%. Video advertising saw particularly strong growth, with 44 million euro invested, which is 17.6% more than a year earlier. Video now accounts for 64% of all social media advertising investments.

*"The growth of social media video advertising shows that the importance of moving image content continues to strengthen. Vertical video is attracting advertisers. Video has firmly established itself as one of the most important advertising formats in social media,"*says Anni Lintula, CEO of IAB Finland.

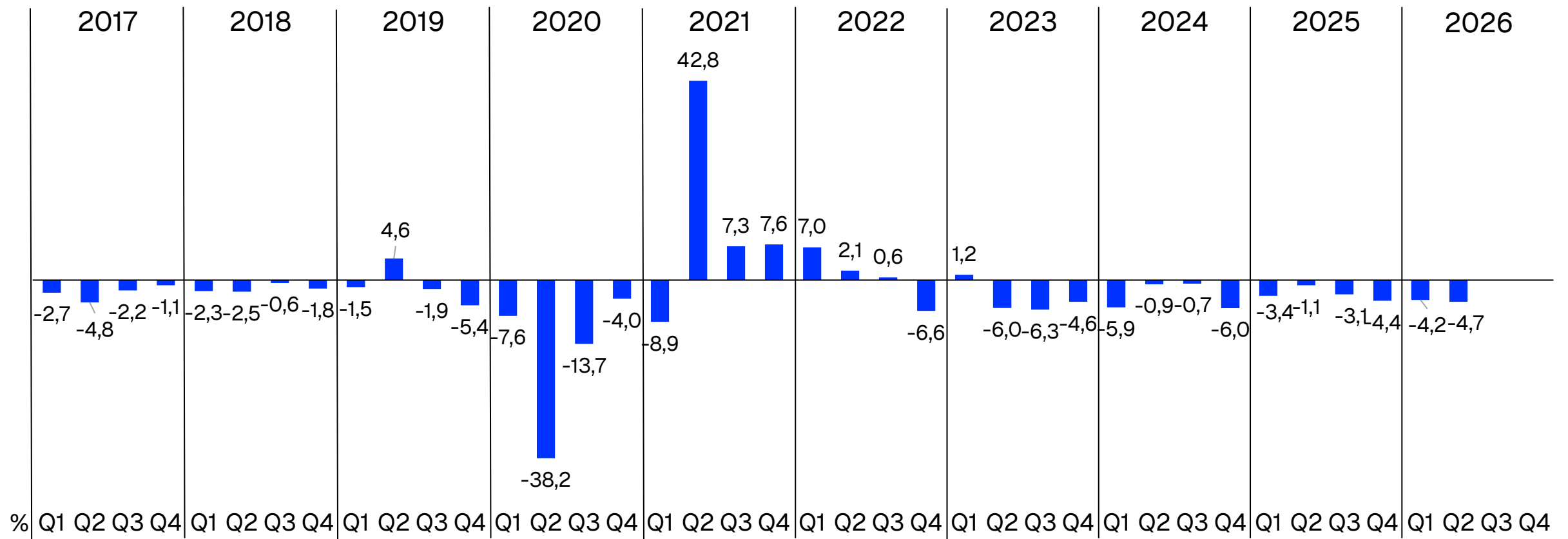
Investments in **video advertising** amounted to **59 M€** in the first quarter, representing **27%** of total online advertising. Video advertising increased by **16.0%** compared to the same period last year.



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 second quarter was approximately **195 million €**. The volume of advertising decreased by **-4,7 %** compared to April–June 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 Q2/2026 vs. Q2/2025

	 DECREASING	
	Oil and energy	-21,6
	Building	-11,5
	Telecom	-6,7
	Retail	-3,9
 INCREASING		
Finance	+18,1	
Cosmetics	+5,2	
Food	+4,8	
Travel and transport	+2,3	

Largest Advertisers by Media Type Q2/2026

Multimedia	Newspapers, local and free issue papers	Magazines	Television
K-Citymarket	K-Citymarket	Orion Pharma	Lidl
Lidl	Tokmanni	K-Rauta	Veikkaus
Veikkaus	K-Supermarket	Calcus.com	S-market
Prisma	Prisma	Sabora Pharma	Prisma
S-market	K-Rauta	Suomalainen kirjakauppa	Cloetta Suomi
K-Supermarket	Radio	Online	Out of home
Tokmanni	Motonet	K-Citymarket	Magnum Icc Finland
DNA	Puuilo	OP	Froneri Finland
OP	Veikkaus	LähiTapiola	Uber Eats Finland
Froneri Finland	S-market	Veikkaus	Veikkaus
	K-Supermarket	Lidl	Lidl

Your window on what the world is watching

Fifty5Blue Finland

Minna Rantanen

Insight Director

minna.rantanen@Fifty5Blue.com

+358 40 718 1066

IAB Finland

Anni Lintula

Toiminnanjohtaja

anni.lintula@iab.fi

+358 50 414 4233

Web

Fifty5Blue.com

Linkedin

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

Get in touch

[Contact Us](#)