

**SCREEN  
FORCE**  
THE MAGIC OF TV

# Mitä kuuluu, Total TV?

Anna Lujanen,  
Toiminnanjohtaja



Neljä toimijaa – yksi Screenforce! ■ [screenforce.fi](http://screenforce.fi)



The WALT DISNEY Company

sanoma



WARNER BROS.  
DISCOVERY



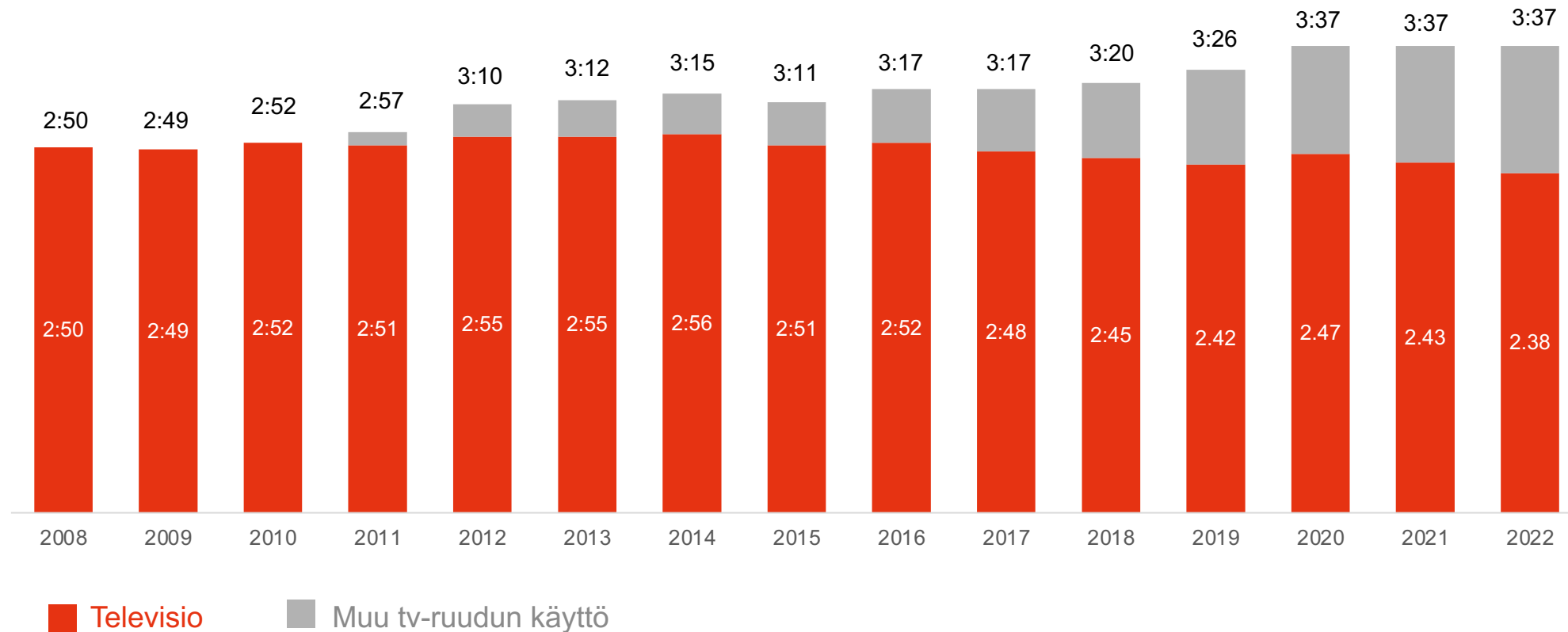


**“TELEVISION IS NOT DYING,  
IT’S HAVING BABIES!”**

Lindsay Clay, CEO, Thinkbox

# Televisioruudun äärellä vietetään aina vain enemmän aikaa

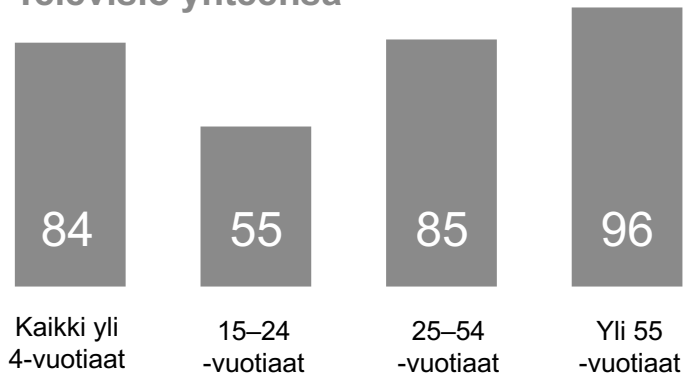
TV-ruudun parissa vietetty aika, t:min



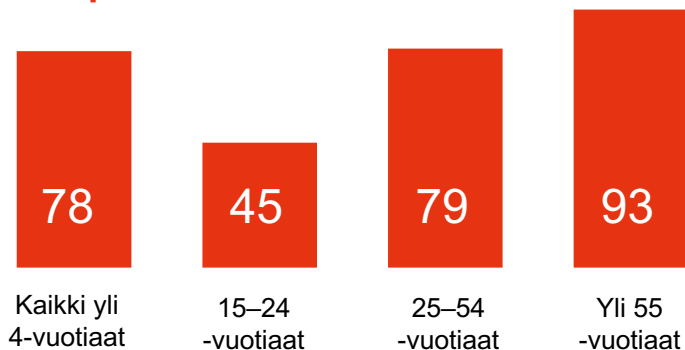
## Television viikkotavoittavuus

Tv:n viikkotavoittavuus eri ikäryhmissä, %

Televideo yhteensä



Kaupalliset tv-kanavat



Televideo tavoittaa viikoittain

**4,5**

**miljoonaa suomalaista**

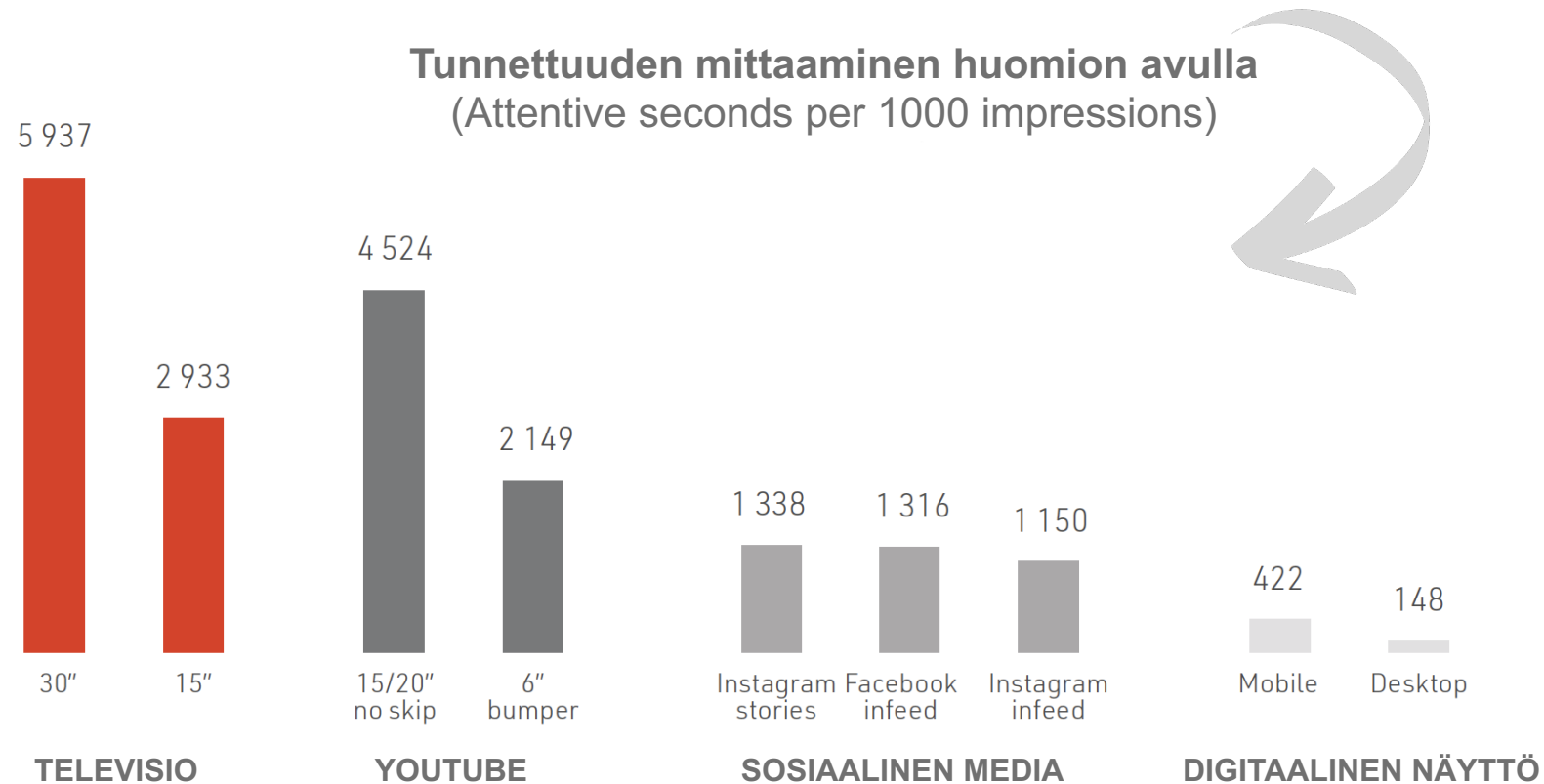
ja viikossa

**84%**

suomalaisista katsoo televideoa.

Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimus 2022

## Televisiomainonta kiinnittää katsojan huomion ja säilyttää sen pidempään

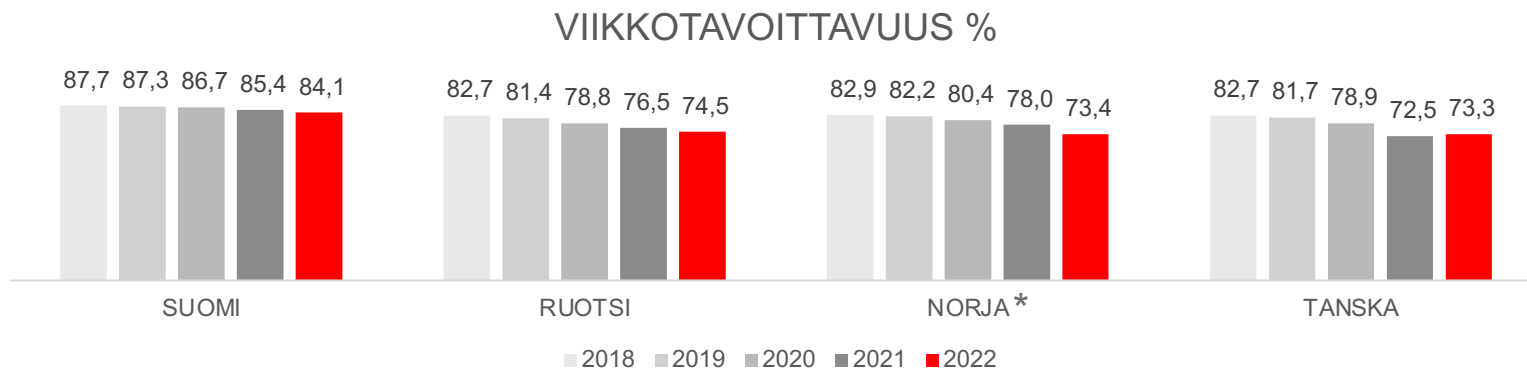


Nelonen Media, The Voice of Finland, kuva: Jukka Alasaari

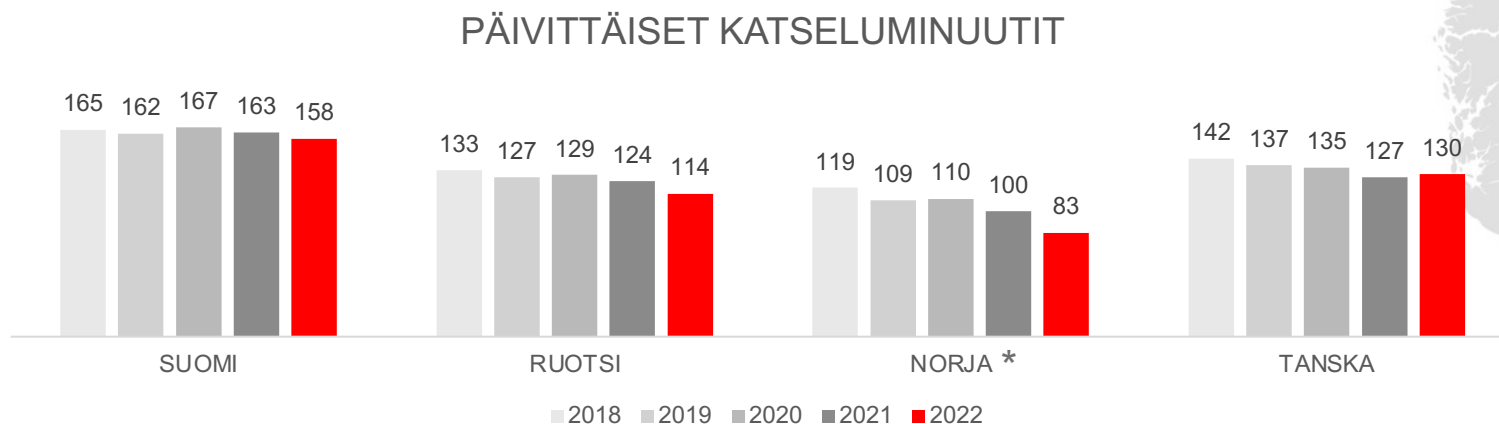
Lähde: The Challenge of Attention; Ebiquity, Lumen, TVision ja Dan White; 2021

## Suomalaiset ovat Pohjoismaiden ahkerimpia tv:n katsojia

Television viikkotavoittavuus Suomessa ja muissa Pohjoismaissa vuosina 2018–2022



Päivittäiset tv:n katseluminuutit Suomessa ja muissa Pohjoismaissa vuosina 2018–2022



Pohjoismaisessa vertailussa näkyy, että Suomen tv-markkina on pysynyt vahvana sekä tavoittavuudella että katseluminuuteilla mitattuna.

Lisäksi tv-mainonta on hinnaltaan erittäin kilpailukykyistä.

Lähde: yli 3-vuotiaat, Suomessa yli 4-vuotiaat; Suomi (Finnpanel), Tanska, (TNS Gallup), Norja (TNS Gallup Norja), Ruotsi (MMS)

\*Norjassa mittaustavassa muutos vuonna 2018

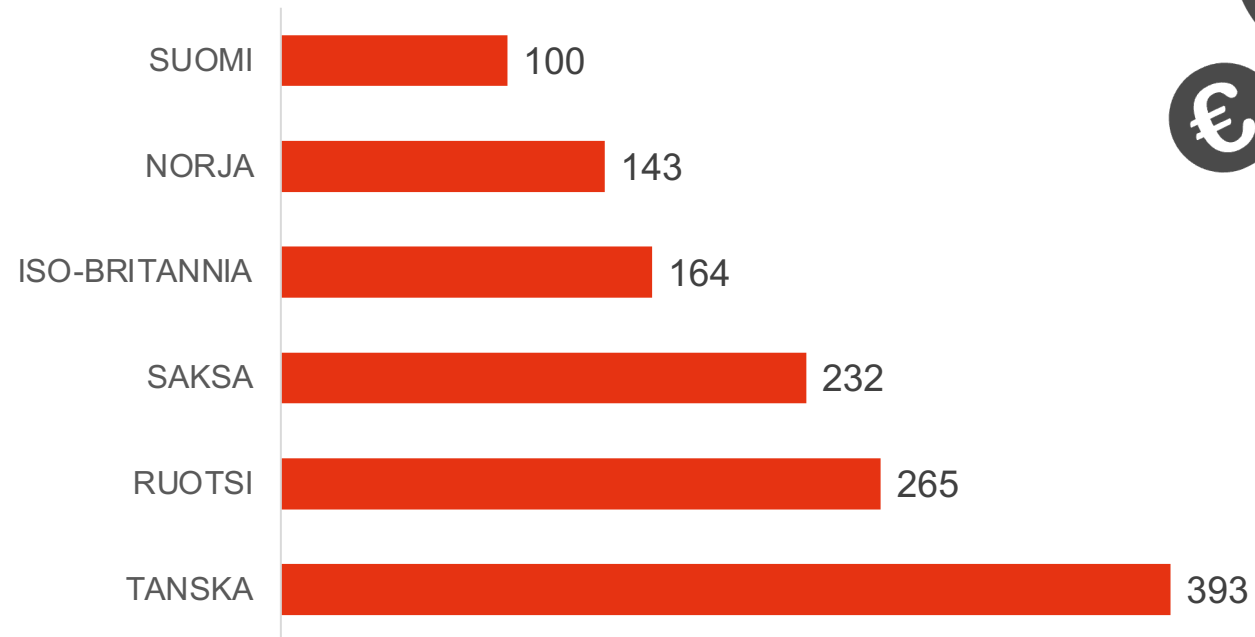


## Televisiomainonta on Suomessa hinnaltaan erittäin kilpailukykyistä verrattuna muihin maihin

MTV, Tanssii tähtien kanssa, MTV Oy



CPT-bruttohintaindeksi, 25–49-vuotiaat (Suomi = 100)



Lähde: Dentsu 1/2023, CPT-bruttohintojen vertailu. Hinnat laskettu luontaisen katselun mukaan.

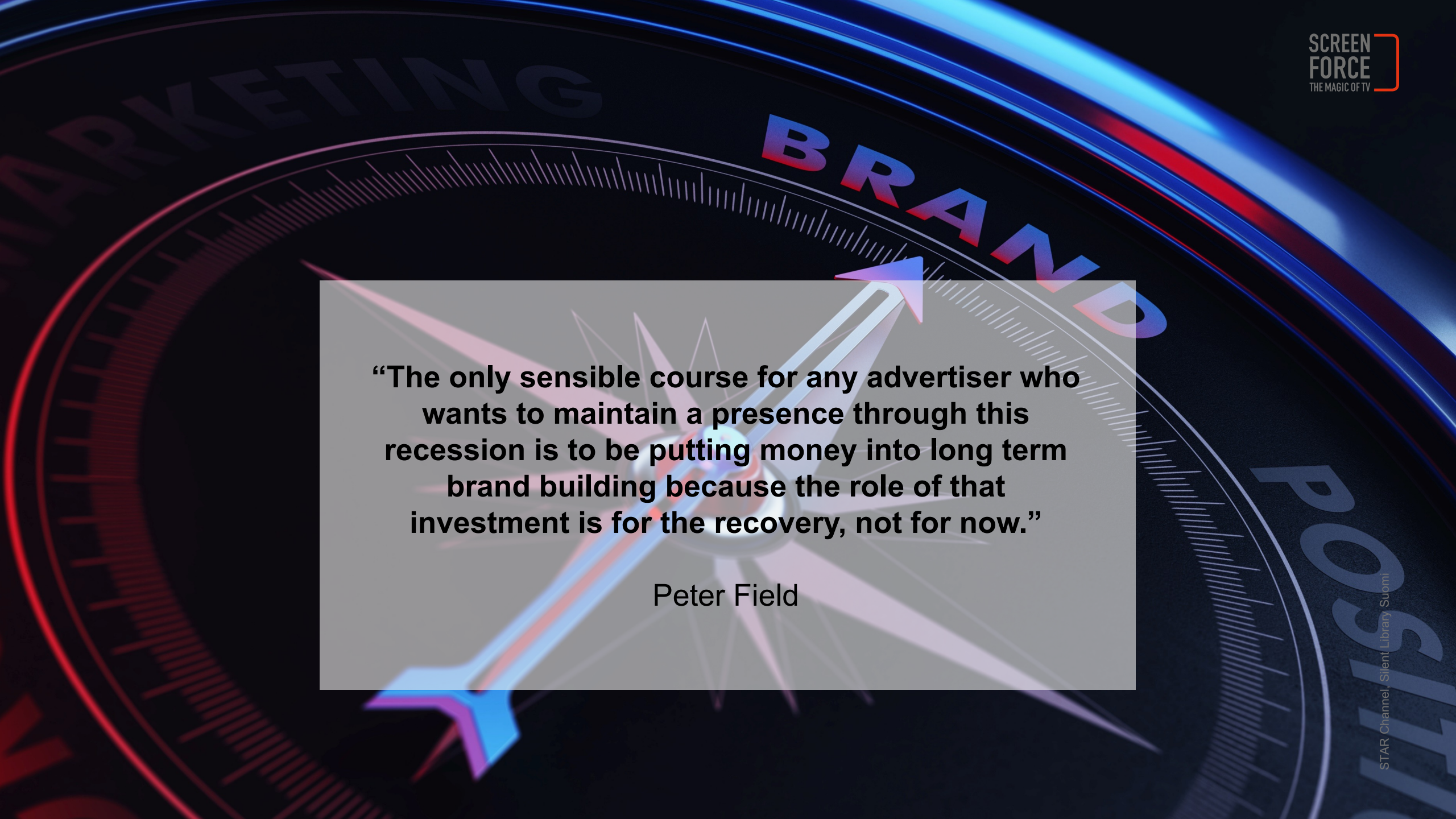
LATAA  
KAUPALLINEN  
TELEVISIO  
SUOMESSA  
2022 -INFO  
PAKETTI

Kaikki mitä sinun tulee mainostajana tietää TV:stä



Lataa täältä: [screenforce.fi](https://screenforce.fi)

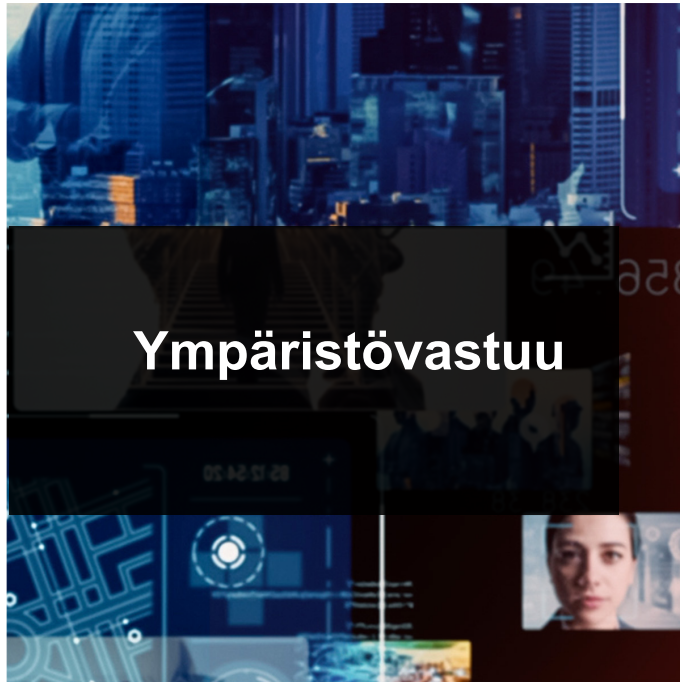




**“The only sensible course for any advertiser who wants to maintain a presence through this recession is to be putting money into long term brand building because the role of that investment is for the recovery, not for now.”**

Peter Field

# Vastuullinen media

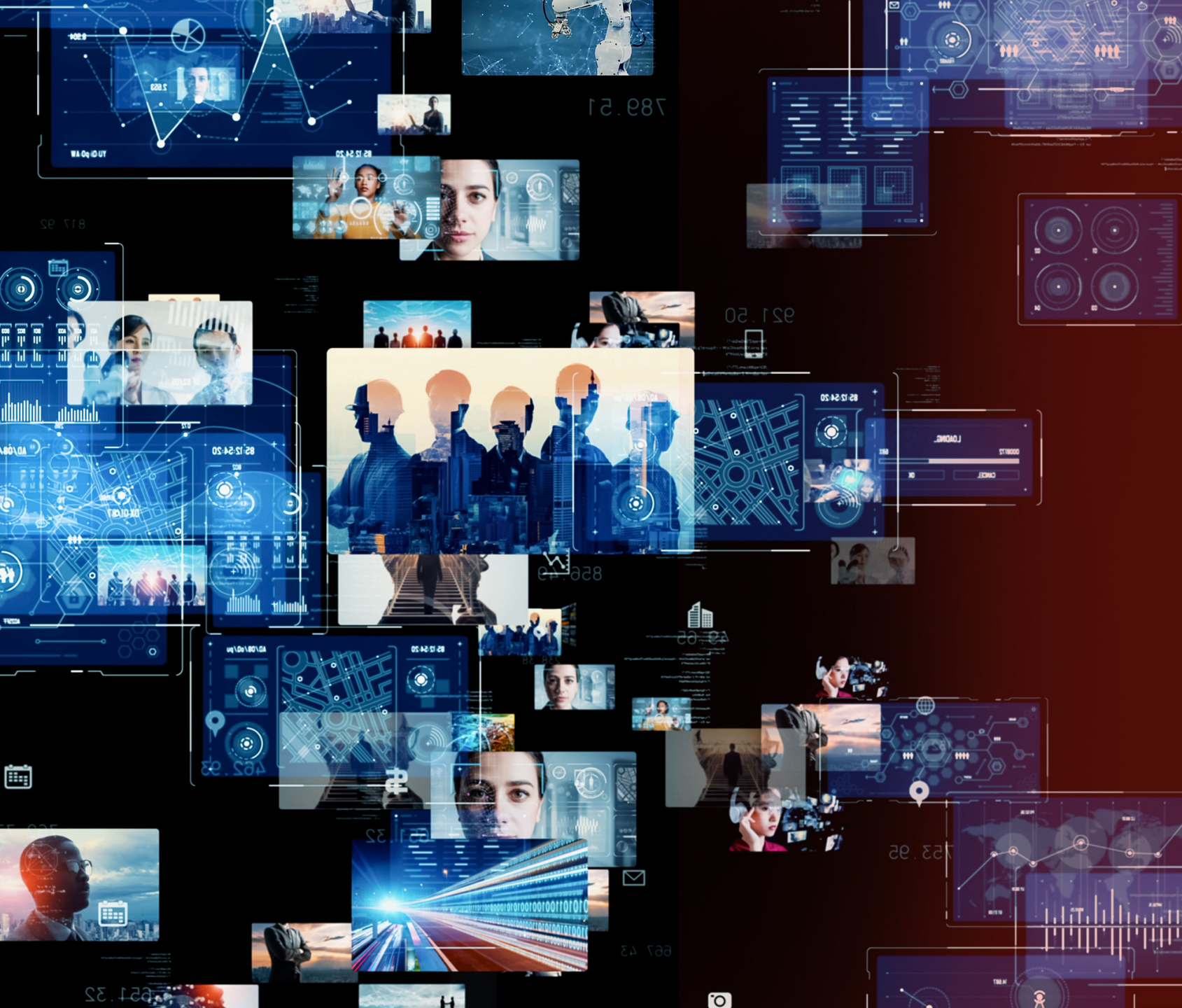






SCREENFORCE  
**DAY**  
23.5.2023

- 9.00** Mitä kuuluu, Total TV? – Anna Lujanen, Screenforce Finland
- 9.15** Suomi kehityksen kärjessä – Kati Alijoki, Sanoma ja Saku Sahramies, MTV
- 9.30** Television and video measurement: what advertisers really need to know. An international perspective. – Richard Marks, Research the Media
- 9.55** Q&A – Anna, Richard, Kati ja Saku
- 10.10** Bothism a modern marketing effectiveness manifest – Tom Roach, Jellyfish
- 10.30** Verkostoitumistauko – Extreme Reachin sponsoroimana
- 10.50** What consumers think about the most awarded Finnish TV spots? – Jon Evans, System1
- 11.15** Giving attention a little attention – Matt Hill, Thinkbox
- 11.35** The picture is brighter than you think – Ian Whittaker, Liberty Sky Advisors



SCREENFORCE  
**DAY**  
23.5.2023