

**Aikakauslehtien lukijat
eroavat toisistaan
suhteessa lehteen ja siinä
olevaan mainontaan**

Segmentointi

KMT 2017

Aikakauslehtiä lukee **97 prosenttia** suomalaisista 12+ vuotiaista (4,3 miljoonaa lukijaa).

Aikakauslehtiä luetaan eniten *painettuina lehtinä* (94 %), mutta myös *tietokoneella* (53 %), *matkapuhelimella* (44 %) ja *tabletilla* (35 %).

Aikakauslehdet ovat suomalaisten mielestä **luotettavia ja hyödyllisiä rentoutumisen ja inspiraation lähteitä.**

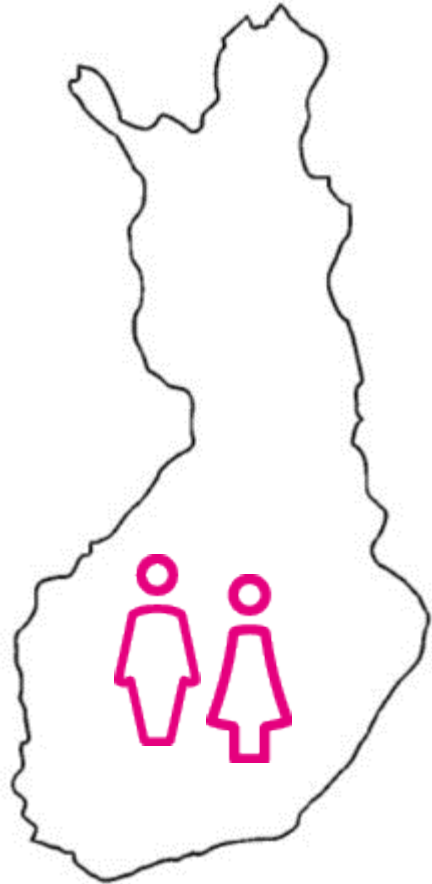
Suomalaiset lukevat aikakauslehtiä



*12+ vuotiaat suomalaiset



Aikakauslehdet ovat luotettavia ja hyödyllisiä rentoutumisen ja inspiraation lähteitä



*12+ vuotiaat suomalaiset

Vaikuttavat suomalaisiin

3,4 milj. ”Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita”

2,0 milj. ”Luotan aikakauslehtien tuotesuosituksiin”

Tarjoavat sitoutuneen kohderyhmän

3,1 milj. ”Minusta on mukava rentoutua ja inspiroitua aikakauslehden parissa”

2,7 milj. ”Luen minulle tärkeän aikakauslehden yleensä kannesta kanteen”

Ovat toimiva alusta mainonnalle

2,5 milj. ”Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön”

2,4 milj. ”Uutuudet tulevat tutuiksi aikakauslehdissä olevista mainoksista”

Aikakauslehden lukijat ryhmiteltiin eli segmentoitiiin erilaisiin **lukijaryhmiin.**

Lukijaryhmittelyn tarkoituksena on *lisätä ymmärrystä aikakauslehden eri lukijaryhmistä sekä parantaa mahdollisuuksia kiinnostavan sisällön ja mainonnan kohdentamiseen.*

Aikakauslehtien lukijoiden ryhmittely lisää ymmärrystä kohderyhmistä

Segmentoinnin tarkoitus:

- Lisätä ymmärrystä aikakauslehtien erilaisista käyttäjäryhmistä
- Parantaa mahdollisuuksia kiinnostavan sisällön ja mainonnan kohdentamiseen

Segmentoinnin rakentaminen:

- KMT –data*: aikakauslehtiväittämät
- Kohderyhmänä aikakauslehtiä seuraavat 12+ vuotiaat suomalaiset
- Segmentit löytyvät Planner-aineistosta

*KMT AL + total 2017



Aikakauslehtien lukijat ryhmiteltiin neljään ryhmään.

Lukijaryhmät erottuvat toisistaan suhtautumisessa aikakauslehteen ja suhtautumisessa aikakauslehdessä olevaan mainontaan.



Neljä lukijaryhmää, jotka poikkeavat toisistaan suhteessaan aikakauslehteen ja siinä olevaan mainontaan

Mainoskriittiset akl-passiivit

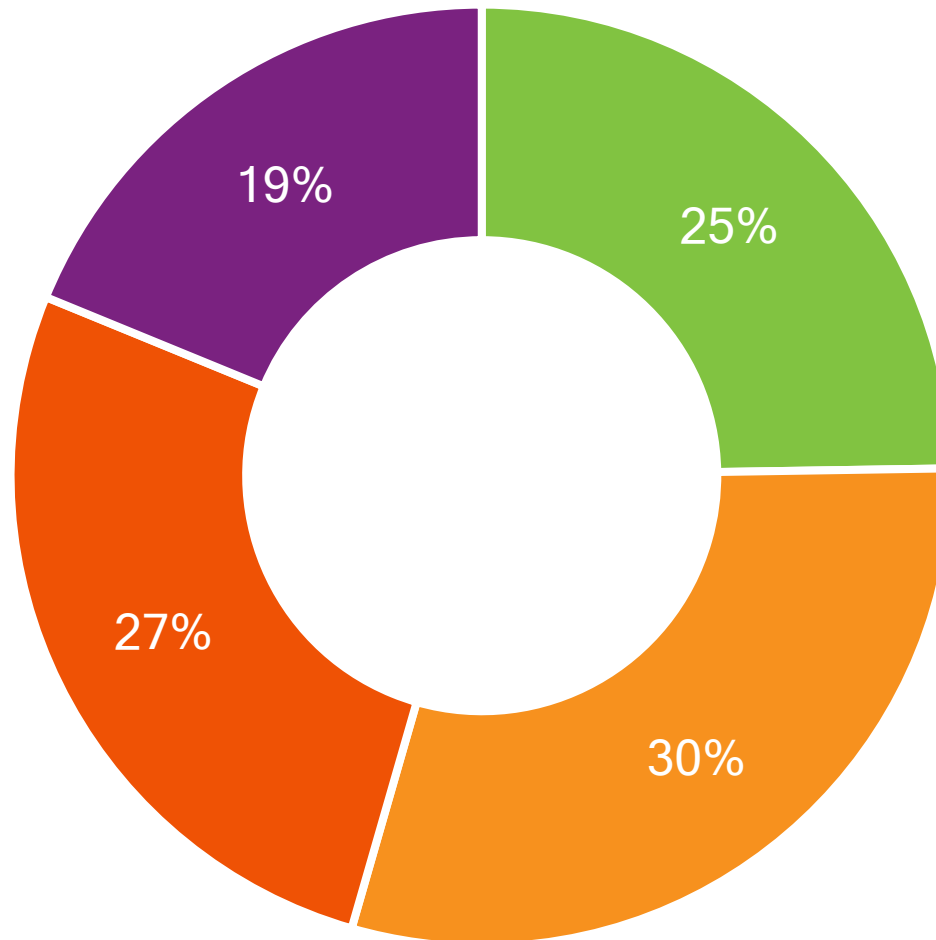


0,8
milj.



1,2
milj.

Mainosmyönteiset akl-passiivit



Mainosmyönteiset akl-aktiivit



1,1
milj.



1,3
milj.

Mainoskriittiset akl-aktiivit

Aikakauslehtien lukijoiden ryhmäkuvaukset

Mainoskriittiset akl-passiivit

- **Passiivinen ryhmä** niin kulutuksen ja kiinnostusten kohteidenkin suhteen.
- Ei läheistä suhdetta aikakauslehteen.
- Eivät löydä mieluisaa suomalaista aikakauslehteä.

- Suhde aikakauslehteen ei ole kovin läheinen, mutta kuluttavat paljon aikakauslehtiä
- **Aikakauslehdissä oleva mainonta on hyödyllistä ja kuuluu lehden sisältöön.**

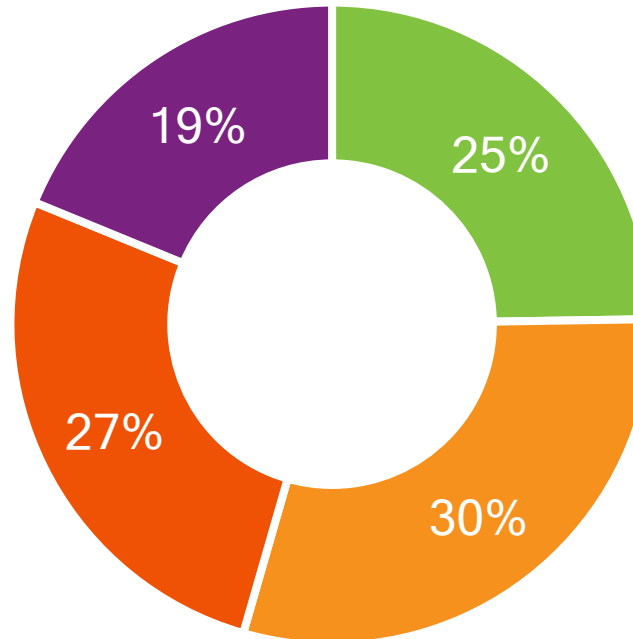
Mainosmyönteiset akl-passiivit

Mainosmyönteiset akl-aktiivit

- **Tiivis suhde aikakauslehteen** ja siinä esiintyvään mainontaan.
- Tykkäävät rentoutua ja inspiroitua aikakauslehden parissa
- **Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön.**

- **Aikakauslehti on läheinen**, mutta mainontaan suhtautuminen on varauksellisempaa.
- Aktiivisia seuraamaan asioita, mutta kuluttajina harkitsevampia

Mainoskriittiset akl-aktiivit



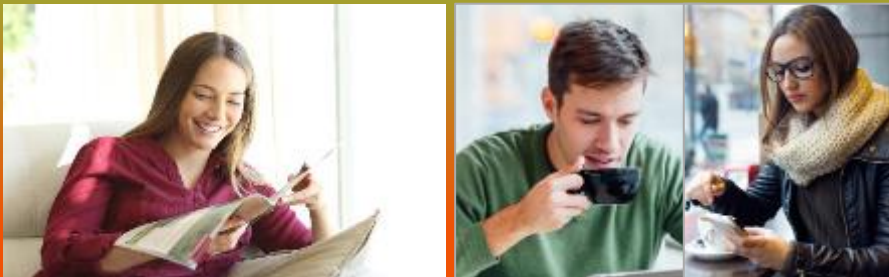
Mainosmyönteisiä aikakauslehtien lukijoita on **2,3 miljoonaa**. Heidän mielestään mainokset kuuluvat aikakauslehteen ja he hyödyntävät lehden mainoksia monipuolisesti.

Aikakauslehtiaktiiveilla on läheinen suhde aikakauslehteen ja he haluavat rentoutua ja inspiroitua lehden parissa. Heitä on **2,4 miljoonaa**.



Aikakauslehden lukijaryhmien suhde mainontaan ja läheisyys aikakauslehteen

Mainosmyönteiset – 52 %



2,3 milj.
mainos-
myön-
teistä

- Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön
- Uutuudet tulevat tutuiksi aikakauslehdissä olevien mainosten avulla
- Kokeilen mielelläni aikakauslehden mainoksessa olevia vinkkejä tai ohjeita (esim. reseptejä)
- Mainokset ovat kiinnostava osa aikakauslehden sisältöä
- Olen hakenut lisätietoa netistä nähtyäni mainoksen aikakauslehdessä

Aikakauslehtiaktiivit – 55 %



2,4 milj.
aikakaus-
lehti-
aktiivia

- Minusta on mukava rentoutua ja inspiroitua aikakauslehden parissa
- Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita
- Painetun aikakauslehden tarjoamaa hemmotteluhetkeä ei voi korvata sähköisesti
- Ilahdun tilaamani aikakauslehden tullessa kotiin
- Luen minulle tärkeän aikakauslehden yleensä kannesta kanteen

Aikakauslehden lukijaryhmiä kannattaa lähestyä **monipuolisilla lukutapa- ja mainosratkaisuilla.**

Painettu lehti on kaikkien ryhmien tyypillisin lukutapa, mutta eri ryhmillä korostuu myös verkkolehti ja mobiilisisältö.

Mainosratkaisuissa mm. sisältömarkkinointi ja blogit toimivat perinteisempien mainosratkaisujen rinnalla.



Lukijaryhmien lähestyminen monipuolisilla ratkaisulla

Painettu lehti on kaikkien ryhmien tyypillisin lukutapa!

Mainosmyönteiset aikauslehtiaktiivit



Painettu lehti

Blogit

Verkkolehti

Painettu lehti on selvästi tärkein seuraamismuoto ja mainonnan kannalta relevantein lähestymistapa mainonnalle. Sisältöä seurataan myös aktiivisesti digitaalisilta alustoilta, joten monipuoliset (kaikki) ratkaisut tavoittavat tämän sitoutuneen ryhmän erinomaisesti.

Mainoskriittiset aikauslehtiaktiivit



Painettu lehti

Blogit

Painettu lehti on tämän ryhmän ehdoton ykkösvalinta ja sisällön seuraaminen muista kanavista on vähäisempää. Koska ryhmä suhtautuu hieman varauksellisesti perinteisiin mainosratkaisuihin, kannattaa hyödyntää esimerkiksi sisältömarkkinoinnin keinoja.

Mainosmyönteiset aikauslehtipassiivit



Blogit

Mobiili

Verkkolehti

Painettu lehti tavoittaa myös tämän ryhmän parhaiten, mutta **blogien** säännöllinen seuraaminen on suhteessa suurehkoa (verrattuna muihin 'tapoihin'). Blogi-yhteistyön ja sisältömarkkinoinnin keinot on hyvä hyödyntää perinteisempien markkinointiratkaisujen rinnalla.

Mainoskriittiset aikauslehtipassiivit

Blogit

Verkkolehti

Painettu lehti ja blogit ovat ykkösenä, mutta digitaalisen sisällön seuraaminen **verkkolehdestä tai mobiililaitteilla** korostuu suhteessa muuhun seuraamiseen.

Brändi-
mainonta

Taktinen
mainonta

Sisältö-
markkinointi

Blogi-
yhteistyö

Digitaaliset
ratkaisut

Kilpailut,
testit tms.



Lukijaryhmä 1:

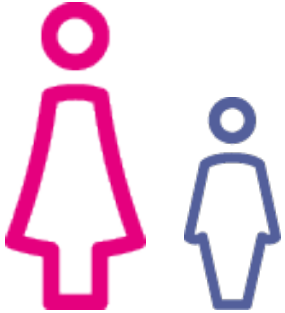
Mainosmyönteisiä aikakauslehtiaktiiveja on 1,1 miljoonaa. Naisia on enemmän kuin miehiä. Ryhmässä on melko tasaisesti eri ikäisiä lukijoita (65+ v. hieman enemmän).

77 prosentilla on painetun aikakauslehden tilaus.

Eniten lukijoita löytyy **perhe- sekä ruoka- ja juomalehdistä.**

Aikakauslehden lukijat: Mainosmyönteiset aikakauslehtiaktiivit

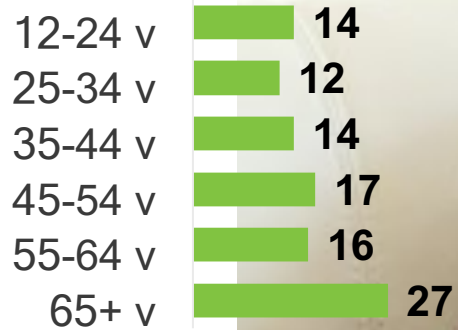
1,1
milj.



65 % naisia

35 % miehiä

Ikäryhmät, %



- 77 % painetun lehden tilaus

Top 5
lehtityypit:

Perhelehdet

Ruoka- ja juomalehdet

Terveys- ja hyvinvointilehdet

Naistenlehdet

Asuminen, rakentaminen ja puutarhanh.

36-44 %



Lukijaryhmä 2:

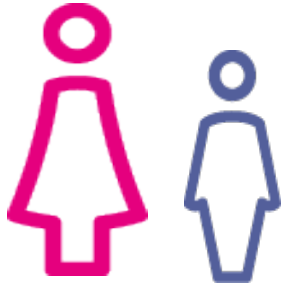
*Mainoskriittisiä aikakauslehtiaktiiveja on **1,3 miljoonaa**. Naisia on hieman enemmän kuin miehiä ja ikäryhmissä korostuu 65+ vuotiaat.*

***80 prosentilla** on painetun aikakauslehden tilaus.*

*Eniten lukijoita löytyy **yleisaikakaus- sekä tiede- ja kulttuurilehdistä**.*

Aikakauslehdien lukijat: Mainoskriittiset aikakauslehtiaktiivit

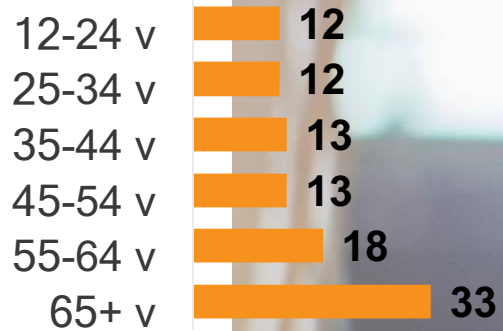
1,3
milj.



58 % naisia

42 % miehiä

Ikäryhmät, %



- 80 % painetun lehden tilaus

Top 5
lehtityypit:

Yleisaika-
kauslehdet

Tiede- ja
kulttuuri-
lehdet

Naisten-
lehdet

Terveys- ja
hyvinvointi-
lehdet

Asuminen,
rakenta-
minen ja
puutarhanh.

33-36 %



Lukijaryhmä 3:

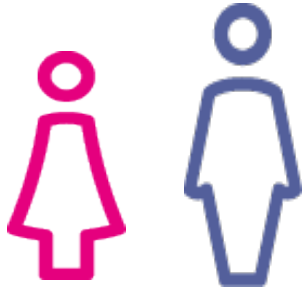
*Mainosmyönteisiä aikakauslehtipassiiveja on **1,2 miljoonaa**. Miehiä on hieman enemmän kuin naisia. Ikäryhmissä korostuu hieman alle 25-vuotiaat.*

***52 prosentilla** on painetun aikakauslehden tilaus.*

*Eniten lukijoita on **autoilun ja tekniikan sekä talouselämän ja yritystoiminnan lehdillä.***

Aikakauslehtien lukijat:

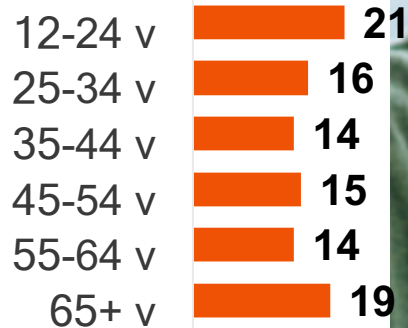
Mainosmyönteiset aikakauslehtipassiivit



43 % naisia

57 % miehiä

Ikäryhmät, %



Top 5
lehtityypit:

Autoilun ja
tekniikan
lehdet

Talouselä-
män ja
yritystoimin-
nan lehdet

Harraste-
lehdet

Asiakas-
lehdet

Ammatti- ja
järjestölehdet

24-29 %

1,2
milj.

- 52 %
painetun
lehtien tilaus



Lukijaryhmä 4:

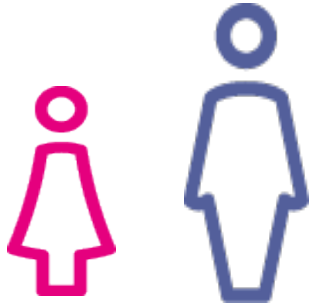
*Mainoskriittisiä aikakauslehtipassiiveja on **0,8 miljoonaa**. Miehiä on enemmän kuin naisia. Iän mukaan ryhmä jakautuu tasaisesti nuoresta vanhempaan.*

***40 prosentilla** on painetun aikakauslehden tilaus.*

*Eniten lukijoita löytyy **autoilun ja tekniikan lehdistä, tiede- ja kulttuurilehdistä sekä asiakaslehdistä.***

Aikakauslehden lukijat:

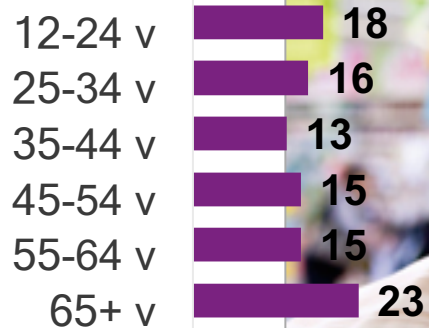
Mainoskriittiset aikakauslehtipassiivit



37 % naisia

63 % miehiä

Ikäryhmät, %



Top 5
lehtityypit:

Autoilun ja
tekniikan
lehdet

Asiakas-
lehdet

Tiede- ja
kulttuuri-
lehdet

Ammatti- ja
järjestölehdet

Yleis-
aikakaus-
lehdet

Talous-
elämän ja
yritystoimin-
nan lehdet

Harraste-
lehdet

0,8
milj.

- 40 %
painetun
lehden tilaus

14-15 %

Aikakauslehden eri lukijaryhmät käyttävät aikakauslehden yhden numeron lukemiseen **aikaa 36-57 minuuttia** lukijaryhmästä riippuen.

Lukukertoja yhdelle lehdelle kertyy eri ryhmissä noin **2-3 kertaa** ja lehdestä luetaan vähintään noin kaksi kolmannesta.

Luettujen aikakauslehtien *lukumäärä* vaihtelee eri ryhmissä noin **3-6 kappaleen** välillä.



Lukijaryhmien lukuminuutit, lukukerrat, luettu osuus ja lehtien lukumäärä

Aikakaus-
lehtien...

Mainosmyönteiset
aikakauslehtiaktiivit

Mainoskriittiset
aikakauslehtiaktiivit

Mainosmyönteiset
aikakauslehtipassiivit

Mainoskriittiset
aikakauslehtipassiivit

lukuminuutit



54 min

57 min

39 min

36 min

lukukerrat



2,7 kertaa

2,6 kertaa

2,5 kertaa

2,1 kertaa

luettu osuus



75 %

70 %

64 %

60 %

lukumäärä

(montaako
aikakauslehteä
lukee)

6,0 kpl

4,8 kpl

3,5 kpl

2,7 kpl

Aikakauslehden lukijaryhmiä kiinnostavat eri aihealueet.

Mainosmyönteiset aikakauslehtiaktiivit seuraavat mieluiten kauneudenhoitoa, muotia ja pukeutumista sekä sisustamista.

Mainoskriittisillä aikakauslehtiaktiiveilla korostuvat kulttuuri, kirjat ja kirjallisuus ja mainosmyönteisillä aikakauslehtipassiiveilla autot ja muut moottoriajoneuvot sekä pelaaminen laitteilla (tietokone, konsoli-, netti- ja mobiilipelit).



Aikakauslehtien lukijaryhmien moninaiset kiinnostusalueet...



Mainosmyönteiset aikakauslehtiaktiivit



mm.

- Kauneudenhoito
- Muoti ja pukeutuminen
- Sisustaminen
- Hyväntekeväisyys, vapaaehtoistyö
- Puutarhanhoito
- Hyvinvointi ja terveys



Mainoskriittiset aikakauslehtiaktiivit



mm.

- Kulttuuri
- Sanaristikot ja sudokut
- Kirjat ja kirjallisuus
- Ympäristöasiat ja luonto
- Poliittikka ja yhteiskunnall. asiat



Mainosmyönteiset aikakauslehtipassiivit



mm.

- Autot ja moottoriajoneuvot
- Tekniikka ja kehitys
- Pelaaminen laitteilla (tietokone, konsoli-, netti- ja mobiilipelit)
- Veneily, purjehdus



Mainoskriittiset aikakauslehtipassiivit



mm.

- Pelaaminen laitteilla (tietokone, konsoli-, netti- ja mobiilipelit)
- Metsästys
- Kalastus

Lähes **yhdeksän kymmenestä** *mainosmyönteisestä aikakauslehtiaktiivista* suhtautuu mainontaan aikakauslehdessä myönteisesti. He suhtautuvat mainontaan myönteisesti myös muissa mediaryhmissä.

Mainosmyönteisistä aikakauslehtipassiiveista myönteinen suhde aikakauslehden mainontaan on yli **seitsemällä kymmenestä**.



Aikakauslehtien lukijaryhmät: Myönteinen suhde mainontaan

Aikakauslehti

Mainosmyönteiset
aikakauslehtiaktiivit

88 %



Mainoskriittiset
aikakauslehtiaktiivit

61 %



Mainosmyönteiset
aikakauslehtipassiivit

72 %



Mainoskriittiset
aikakauslehtipassiivit

44 %



Sanoma- lehti	Iltapäivä- lehti	Ilmais- & noutoleh.	Ammatti- & järj.leh.	Asiakas- lehti
93 %	85 %	90 %	73 %	85 %
79 %	64 %	76 %	48 %	65 %
83 %	74 %	78 %	65 %	71 %
62 %	49 %	60 %	43 %	48 %

45 prosenttia aikakauslehtien lukijoista etsii aikakauslehdestä tuotevinkkejä ja ideoita *ruoasta ja ruoanlaitosta*.

Yli kolmannes aikakauslehden lukijoista etsii aikakauslehdestä vinkkejä ja ideoita *pihan- ja puutarhanhoitoon, huonekaluihin ja sisustamiseen sekä terveyteen ja hyvinvointiin*.

Etsii aikakauslehdestä ideoita ja vinkkejä tuotteista

Kaikki aikakauslehtien lukijat, %



Mainosmyönteiset aikakauslehtiaktivit löytävät aikakauslehdestä ideoita ja vinkkejä vielä useammin kuin muut

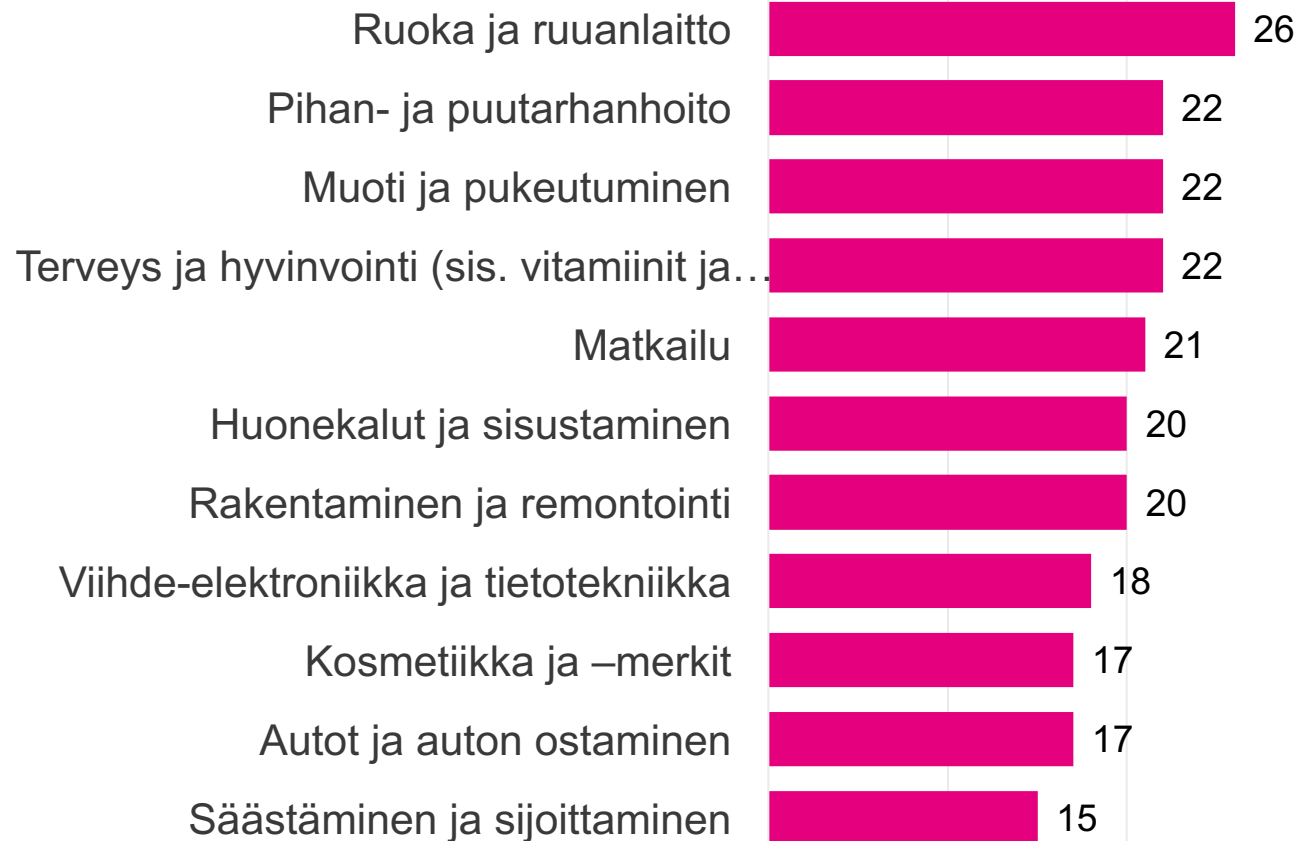
n=9306

Yli neljännes aikakauslehtien lukijoista käyttää aikakauslehteä kun hakee tietoa tukemaan ja vahvistamaan ostopäätöstä *ruoasta ja ruoanlaitosta.*

Lähes neljännes aikakauslehtien lukijoista vahvistaa ostopäätöstään aikakauslehden avulla *terveydestä ja hyvinvoinnista, muodista ja pukeutumisesta sekä pihan- ja puutarhanhoidosta.*

Käyttää aikakauslehteä kun hakee ostopäätöstä tukevaa/vahvistavaa tietoa

Kaikki aikakauslehden lukijat, %



41 %

34 %

39 %

38 %

35 %

36 %

30 %

28 %

32 %

26 %

25 %

Mainosmyönteiset aikakauslehtiaktiivit käyttävät aikakauslehteä ostopäätöksen tukena vielä useammin kuin muut.

n=9306

Yhteenveto

- Aikakauslehden lukijoita on Suomessa 4,3 miljoonaa
- Aikakauslehden lukijoita kannattaa lähestyä monipuolisilla ratkaisulla
- Yli puolella aikakauslehden lukijoista on läheinen suhde seuraamiinsa aikakauslehtiin
- Yli puolet aikakauslehden lukijoista suhtautuu myönteisesti siinä esitettävään mainontaan
- Löydä oma kiinnostava kohderyhmäsi hyödyntäen ryhmien erikoispiirteitä!



Lisätietoja ja -materiaaleja

Aikakausmedia: Outi Sonkamuotka

Kantar TNS: Marjo Seppä
Tuomas Waris
Marianne Lindholm

Lisää KMT-koosteita

www.aikakauslehdet.fi/KMT



Liite

Segmentoinnissa käytetyt aikakauslehtiväittämät

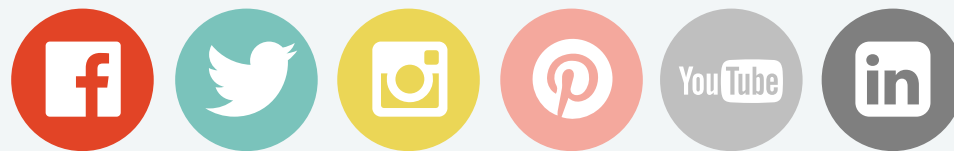


Aikakauslehtiväittämät - KMT AL + total 2017

- 1) Mainokset ovat kiinnostava osa aikakauslehden sisältöä
- 2) Uutuudet tulevat tutuiksi aikakauslehdissä olevien mainosten avulla
- 3) Aikakauslehdessä oleva mainonta auttaa tekemään ostopäätöksiä
- 4) Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön
- 5) Kokeilen mielelläni aikakauslehdessä olevia tuotenäytteitä (esim. elintarvikkeita tai kosmetiikkaa)
- 6) Kokeilen mielelläni aikakauslehden mainoksessa olevia vinkkejä tai ohjeita (esim. reseptejä)
- 7) Olen ostanut tuotteita aikakauslehdessä näkemieni mainosten perusteella
- 8) Olen suositellut jotakin tuotetta/palvelua nähtyäni mainoksen aikakauslehdessä tai sen nettisivustolla
- 9) Olen hakenut lisätietoa netistä nähtyäni mainoksen aikakauslehdessä
- 10) Ostan aikakauslehtiä irtonumeroina
- 11) Minusta on mukava rentoutua ja inspiroitua aikakauslehden parissa
- 12) Painetun aikakauslehden tarjoamaa hemmotteluhetkeä ei voi korvata sähköisesti
- 13) Käytän mielelläni tutun aikakaus-, ammatti- tai asiakaslehden nettisivustoa
- 14) Luotan lukemani aikakauslehden tuotesuosituksiin
- 15) Luen minulle tärkeän aikakauslehden yleensä kannesta kanteen
- 16) Luotan seuraamani bloggaajan tai tubettajan tuotesuosituksiin
- 17) Seuraan minulle tärkeitä aikakauslehtiä sosiaalisessa mediassa
- 18) Pysyn parhaiten ajan tasalla ammatillisista asioista seuraamalla ammattilehtiä
- 19) Saan parhaiten tietoa harrastuksistani ja mielenkiintoni kohteista alan erikoislehdistä
- 20) Luotan seuraamieni aikakauslehtien tekemiin vertailuihin ja testeihin
- 21) Aikakauslehden sisältö yllättää minut usein myönteisesti
- 22) Arjessani on hetkiä, jolloin tietoisesti rajoitan sähköisen median käyttöä
- 23) En ole löytänyt itselleni mieluisaa suomalaista aikakauslehteä
- 24) Ilahdun tilaamani aikakauslehden tullessa kotiin
- 25) Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita
- 26) Tilaan välillä vaihtelun vuoksi eri aikakauslehtiä

AIKAKAUSMEDIA

www.aikakausmedia.fi • www.mediakortit.fi



@aikakausmedia