

A scenic landscape featuring a river winding through a dense forest. The foreground shows a rocky outcrop with green moss and pine needles. The middle ground is dominated by a river with a small island, surrounded by lush greenery and trees. The background is a vast forest under a cloudy sky, with a layer of mist or fog hanging over the trees. The overall atmosphere is serene and natural.

Mainonnan ja lukemisen väittämät KMT 2016

- 
- 1. Lukemisen ja mainonnan väittämät**
 2. Suomalaisten suhtautuminen mainontaan
 3. Mainonnan estäminen



72 %

**suomalaisista kokee, että
painetun aikakauslehden
tarjoamaa
hemmotteluhetkeä ei voi
korvata sähköisesti.**

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA




53 %

**saa parhaiten tietoa omasta
harrastuksesta tai
kiinnostuksen kohteesta
alan erikoislehdistä.**

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

A scenic landscape featuring a river winding through a dense forest. The trees are in various shades of green and yellow, suggesting an autumn setting. Mist or low clouds are visible, particularly around the river and in the background. In the foreground, there are some tall grasses and a dark, possibly metallic, object that looks like a sculpture or a piece of art. The overall atmosphere is serene and natural.

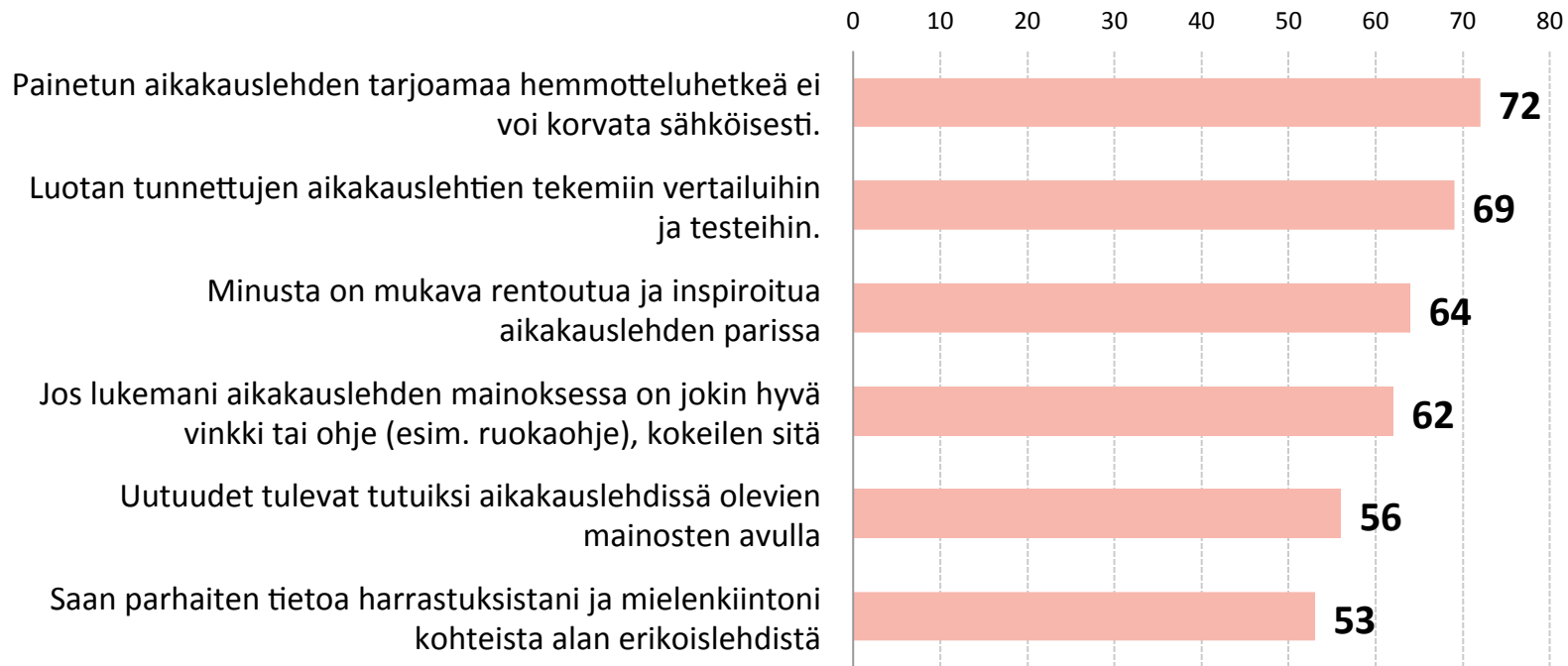
30 %
on ostanut jotain
aikakauslehdessä
näkemänsä mainoksen
perusteella.

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

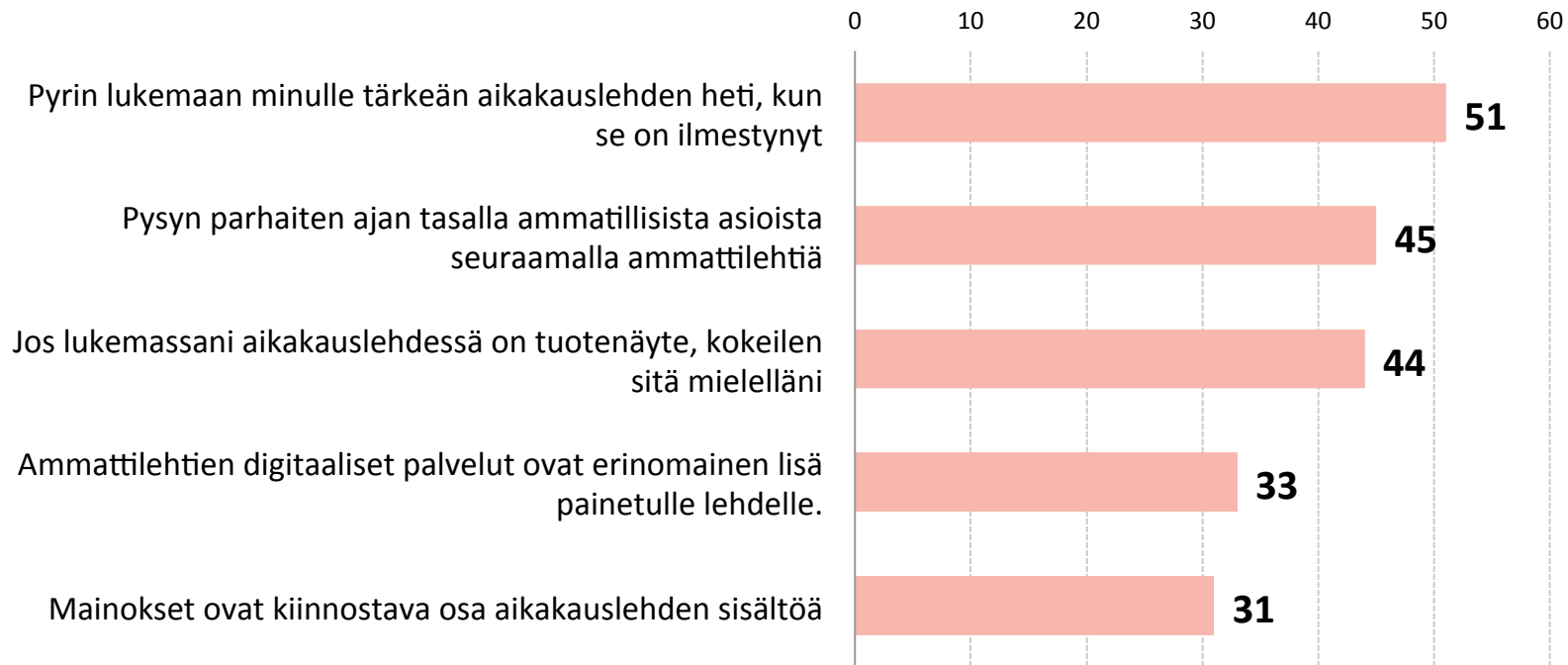
Lukemisen ja mainonnan väittämät 1/3

% suomalaisista, täysin tai melko samaa mieltä



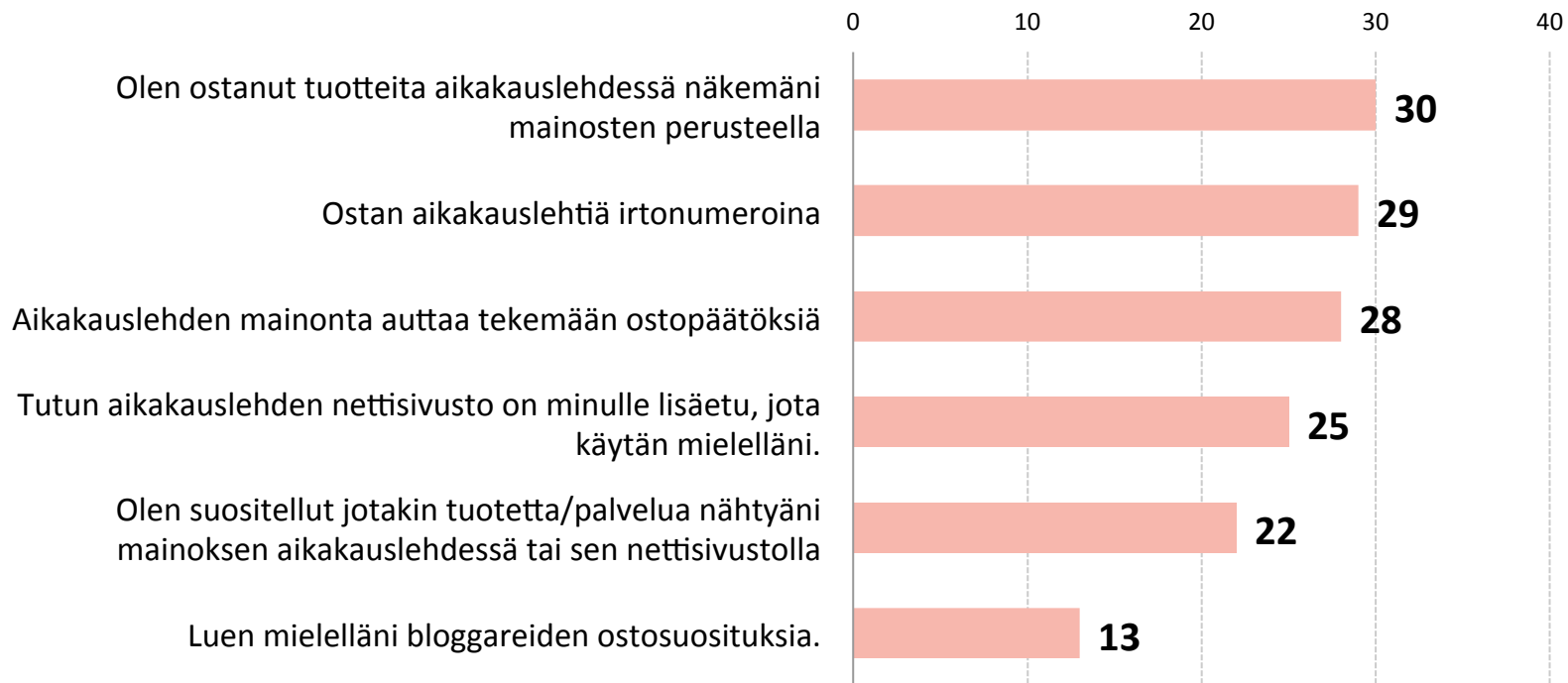
Lukemisen ja mainonnan väittämät 2/3

% suomalaisista, täysin tai melko samaa mieltä

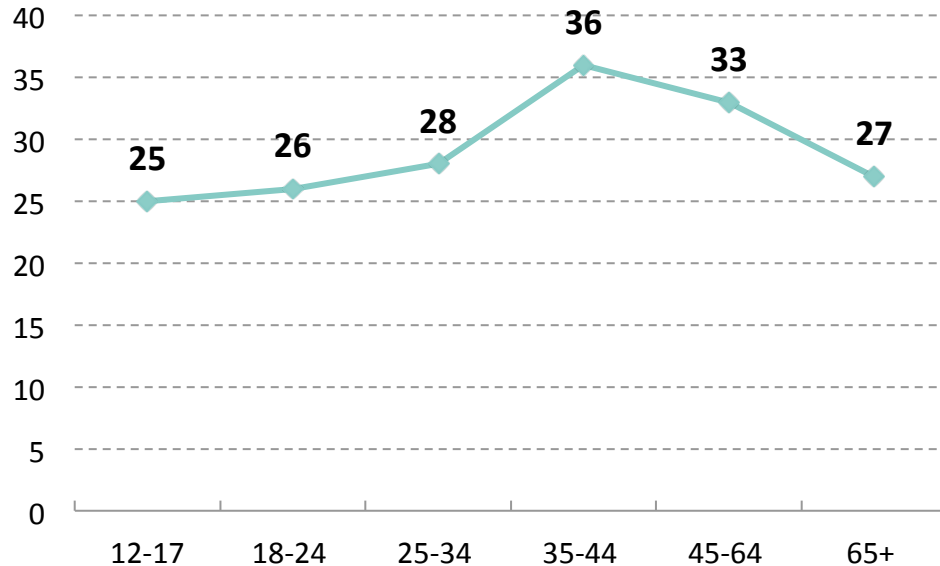


Lukemisen ja mainonnan väittämät 3/3

% suomalaisista, täysin tai melko samaa mieltä



”Olen ostanut tuotteita aikakauslehdessä näkemieni mainosten perusteella” täysin tai melko samaa mieltä, % eri ikäisistä



Väitteen kanssa samaa mieltä:
36 % naisista ja
24 % miehistä

”Olen ostanut tuotteita aikakauslehdessä näkemieni mainosten perusteella”

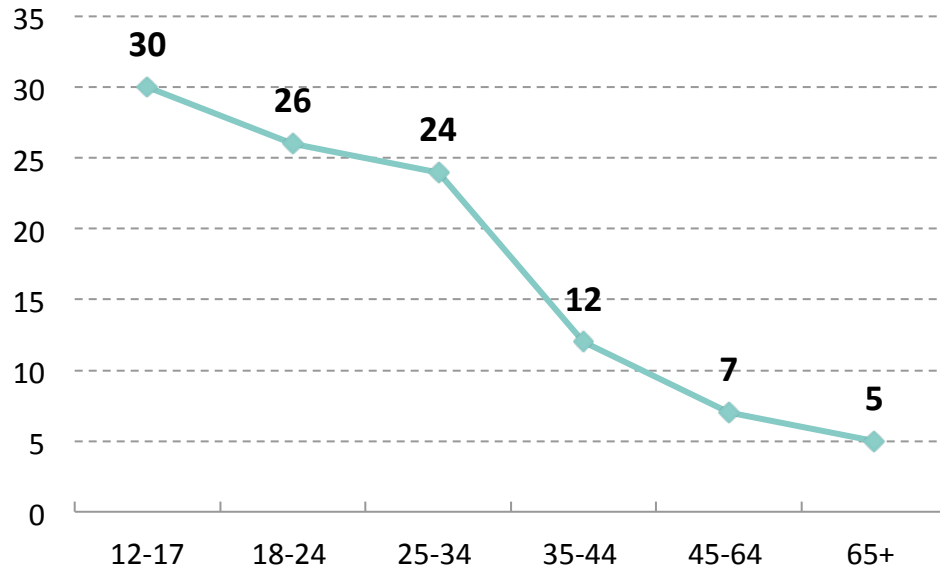
Samaa mieltä, % lukijoista

Elle	53
Gloria	53
Sport	53
Fit	51
Trendi	51
Cosmopolitan	49
Kaksplus	48
Meidän Perhe	48
Deko.	47
Kunto Plus	47

**30 %
suomalaisista on täysin
tai melko samaa mieltä**

”Luen mielelläni bloggareiden ostosuosituksia”

täysin tai melko samaa mieltä, % eri ikäisistä



**Väitteen kanssa
samaa mieltä:
18 % naisista ja
9 % miehistä**

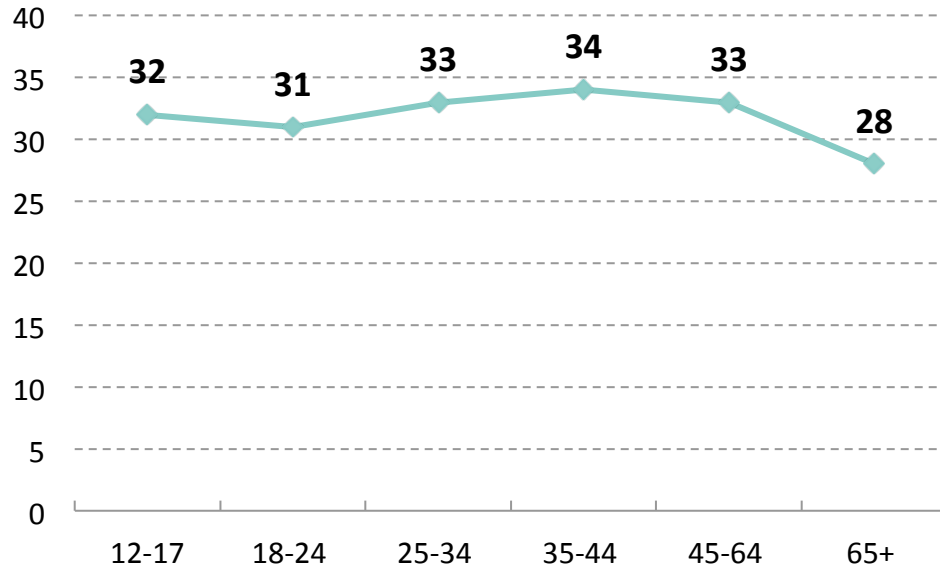
”Luen mielelläni bloggareiden ostosuosituksia”

Samaa mieltä, % lukijoista

Elle	46
Demi	43
Cosmopolitan	41
Trendi	40
Fit	34
Sport	34
Kaksplus	31
Vauva	31
Image	28
Meidän Perhe	28

**13 %
suomalaisista on täysin
tai melko samaa mieltä**

”Mainokset ovat kiinnostava osa aikakauslehden sisältöä” täysin tai melko samaa mieltä, % eri ikäisistä



Väitteen kanssa samaa mieltä:
34 % naisista ja
29 % miehistä

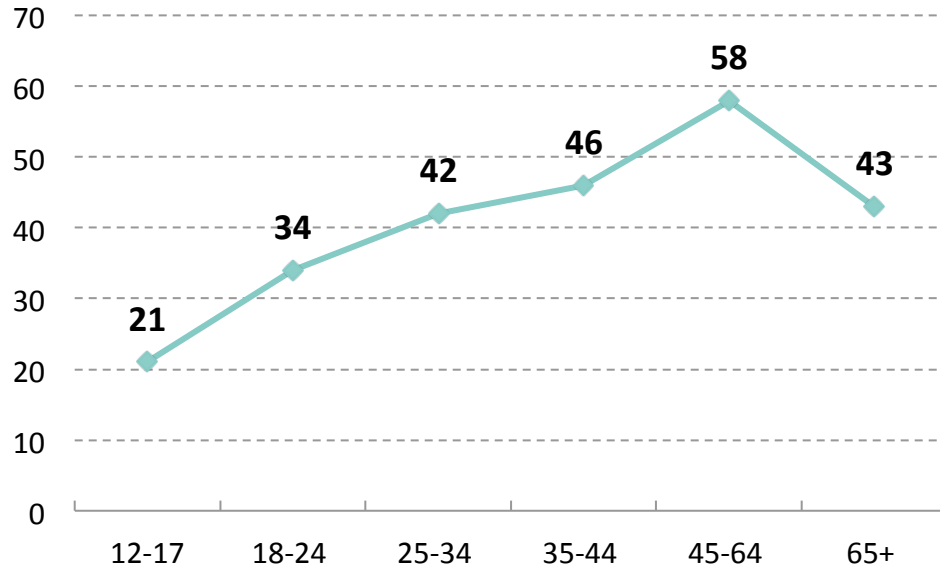
”Mainokset ovat kiinnostava osa aikakauslehden sisältöä”

Samaa mieltä, % lukijoista

Trendi	52
Elle	49
Gloria	49
Meidän Perhe	49
Sport	49
Kaksplus	48
Antiikki & Design	46
Fit	46
Vauva	46
Deko.	45

**31 %
suomalaisista on täysin
tai melko samaa mieltä**

”Pysyn parhaiten ajan tasalla ammatillisista asioista seuraamalla ammattilehtiä” täysin tai melko samaa mieltä, % eri ikäisistä



Väitteen kanssa samaa mieltä:
44 % naisista ja
47 % miehistä

”Pysyn parhaiten ajan tasalla ammatillisista asioista seuraamalla ammattilehtiä”

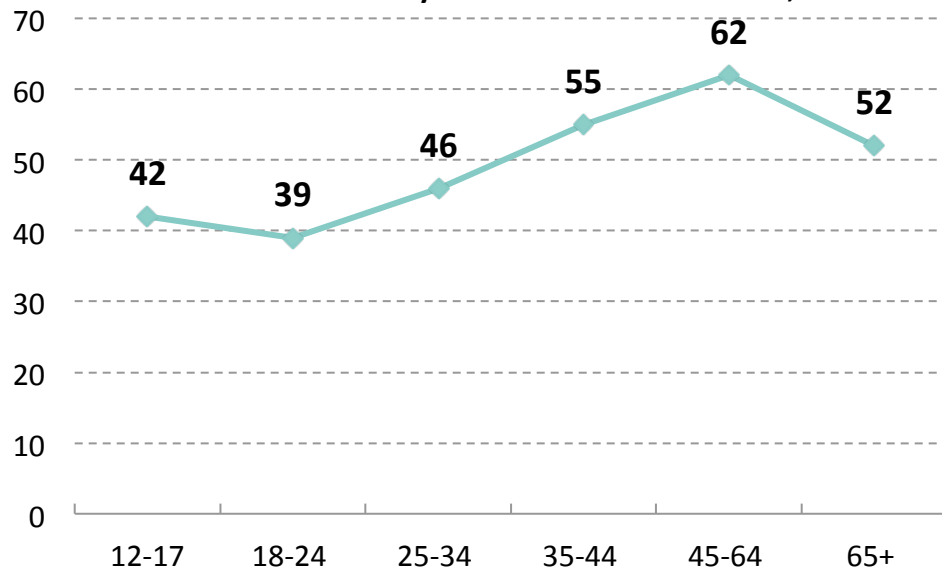
Samaa mieltä, % lukijoista

Metsälehti	73
Maatilan Pellervo	72
Yrittäjäsanommat	72
Aarre	71
Opettaja	71
Koneviesti	70
Tekniikka & Talous	67
Arvopaperi	65
Golflehti	65
Meidän Talo	64

**45 %
suomalaisista on täysin
tai melko samaa mieltä**

”Saan parhaiten tietoa harrastuksistani ja mielenkiintoni kohteista alan erikoislehdistä”

täysin tai melko samaa mieltä, % eri ikäisistä



Väitteen kanssa samaa mieltä:
49 % naisista ja
57 % miehistä

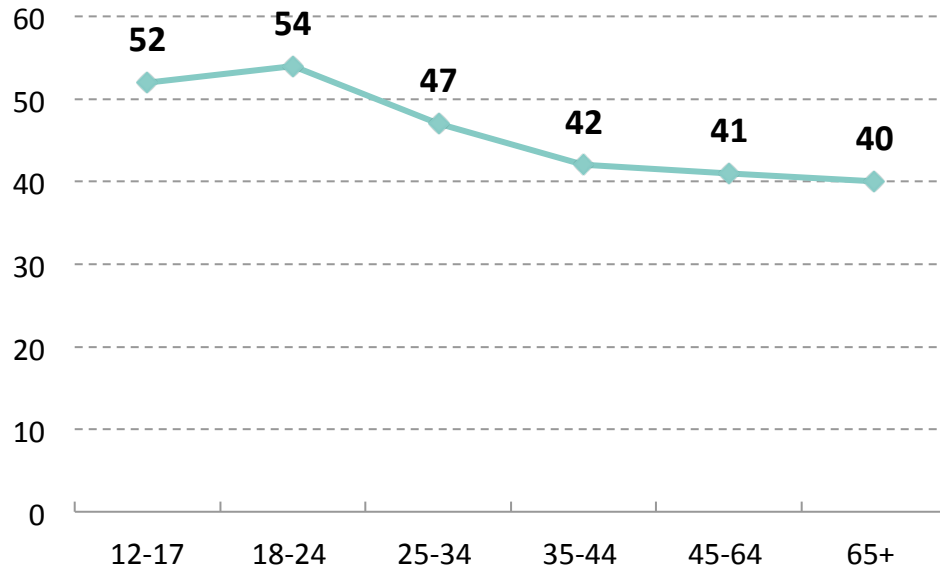
”Saan parhaiten tietoa harrastuksistani ja mielenkiintoni kohteista alan erikoislehdistä”

Samaa mieltä, % lukijoista

Juoksija-lehti	78
Kippari	76
Golflehti	75
Auto Bild Suomi	73
Tivi	73
Vene	73
MikroBitti	72
Vauhdin Maailma	72
Erä	71
Urheilulehti	71

**53 %
suomalaisista on täysin
tai melko samaa mieltä**

”Jos lukemassani aikakauslehdessä on tuotenäyte, kokeilen sitä mielelläni” täysin tai melko samaa mieltä, % eri ikäisistä



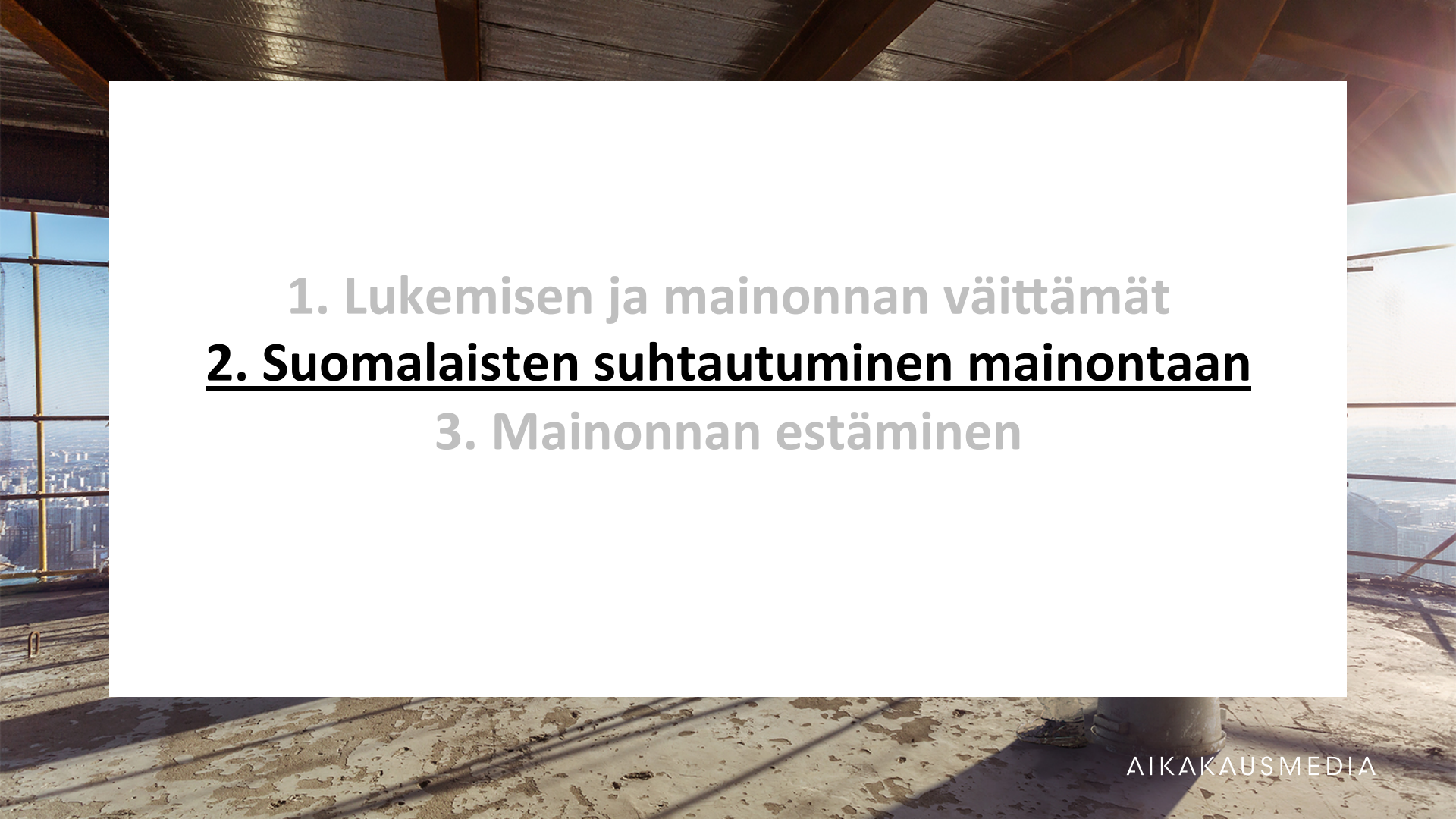
**Väitteen kanssa
samaa mieltä:
58 % naisista ja
29 % miehistä**

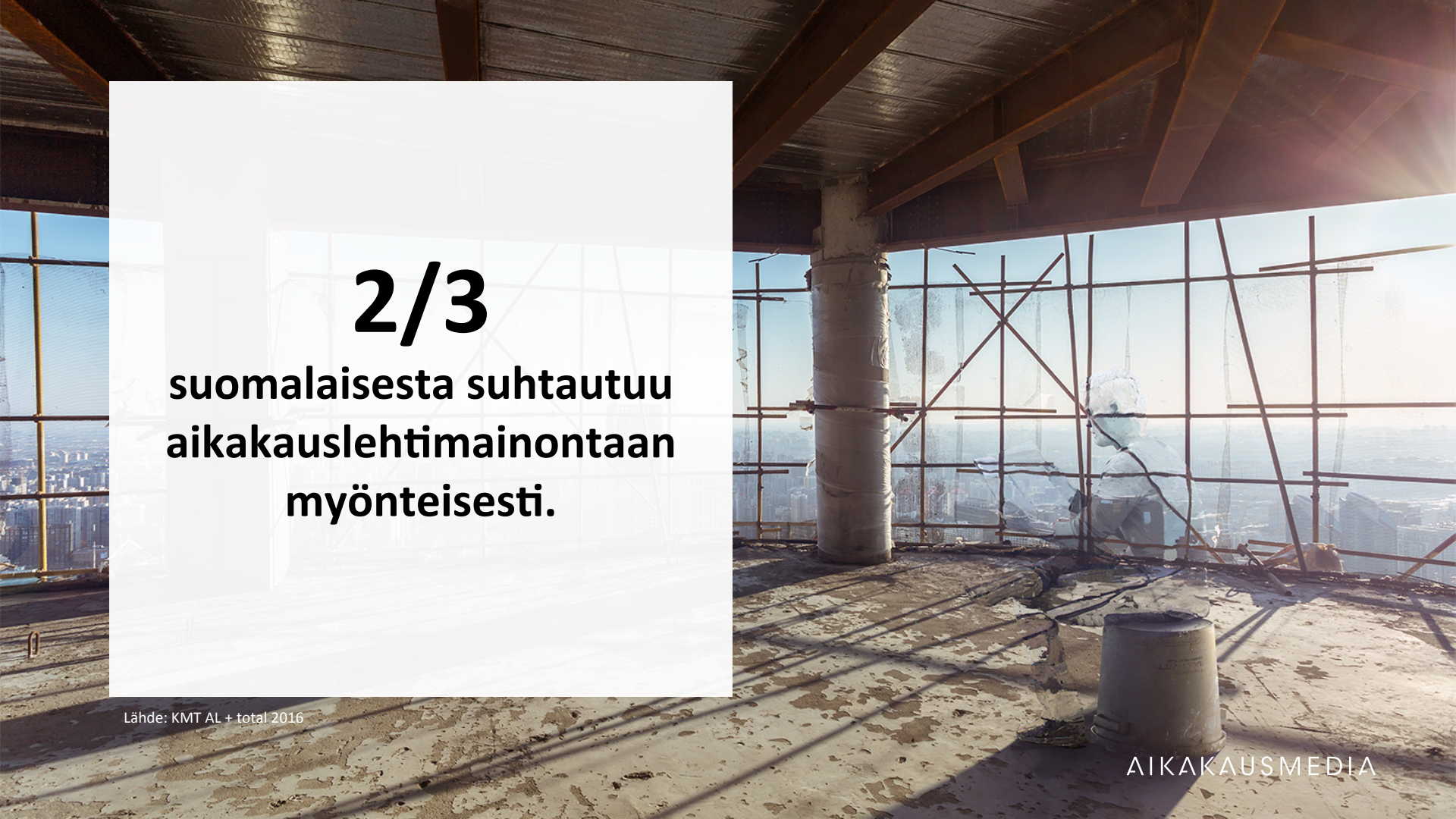
”Jos lukemassani aikakauslehdessä on tuotenäyte, kokeilen sitä mielelläni”

Samaa mieltä, % lukijoista

Elle	69
Trendi	68
Cosmopolitan	67
Demi	67
Fit	65
Viva	65
Vauva	64
Kotivinkki	63
Mondo	63
Oma Aika	63

**44 %
suomalaisista on täysin
tai melko samaa mieltä**

- 
1. Lukemisen ja mainonnan väittämät
 - 2. Suomalaisten suhtautuminen mainontaan**
 3. Mainonnan estäminen

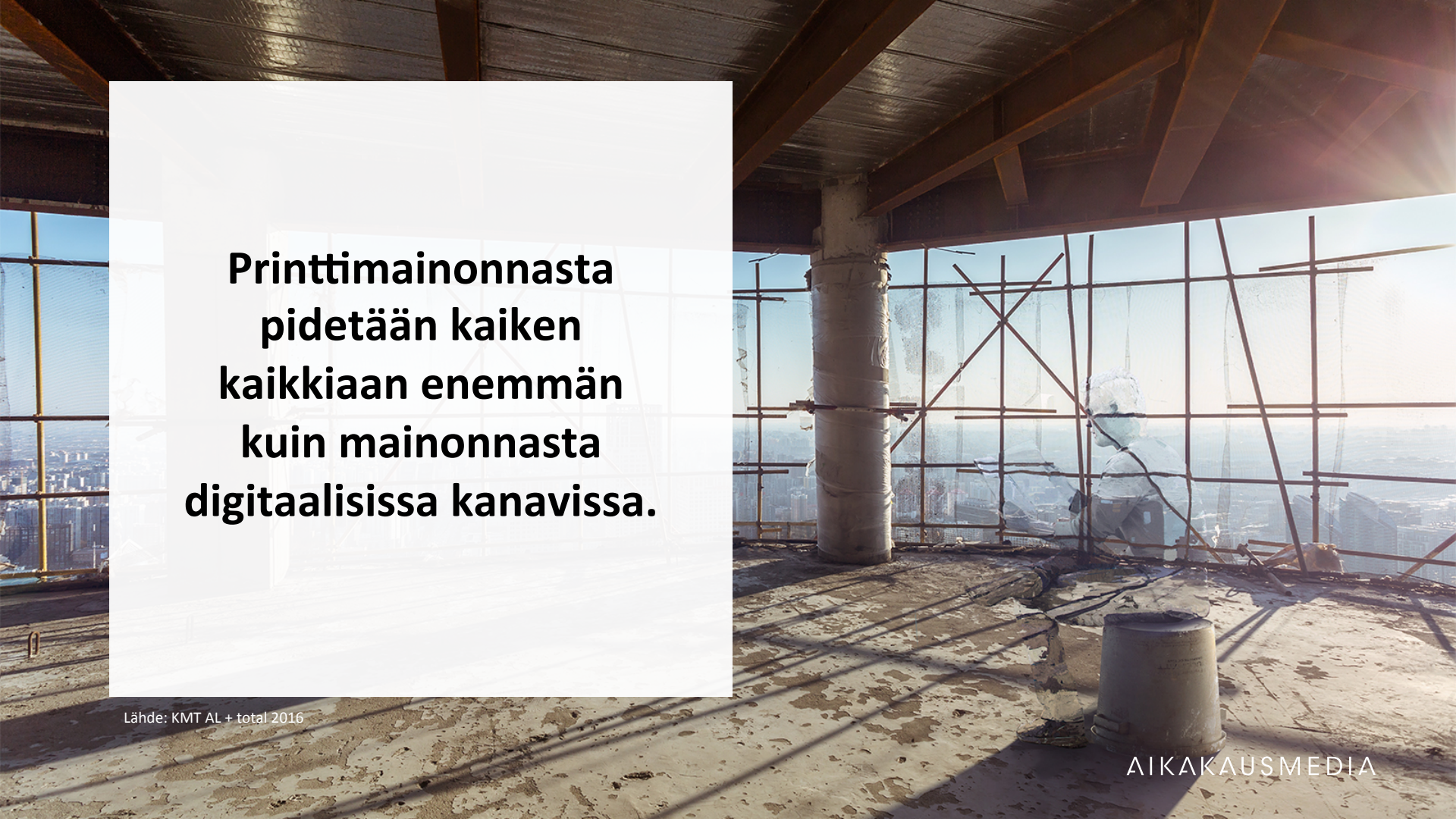


2/3

**suomalaisesta suhtautuu
aikakauslehtimainontaan
myönteisesti.**

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA



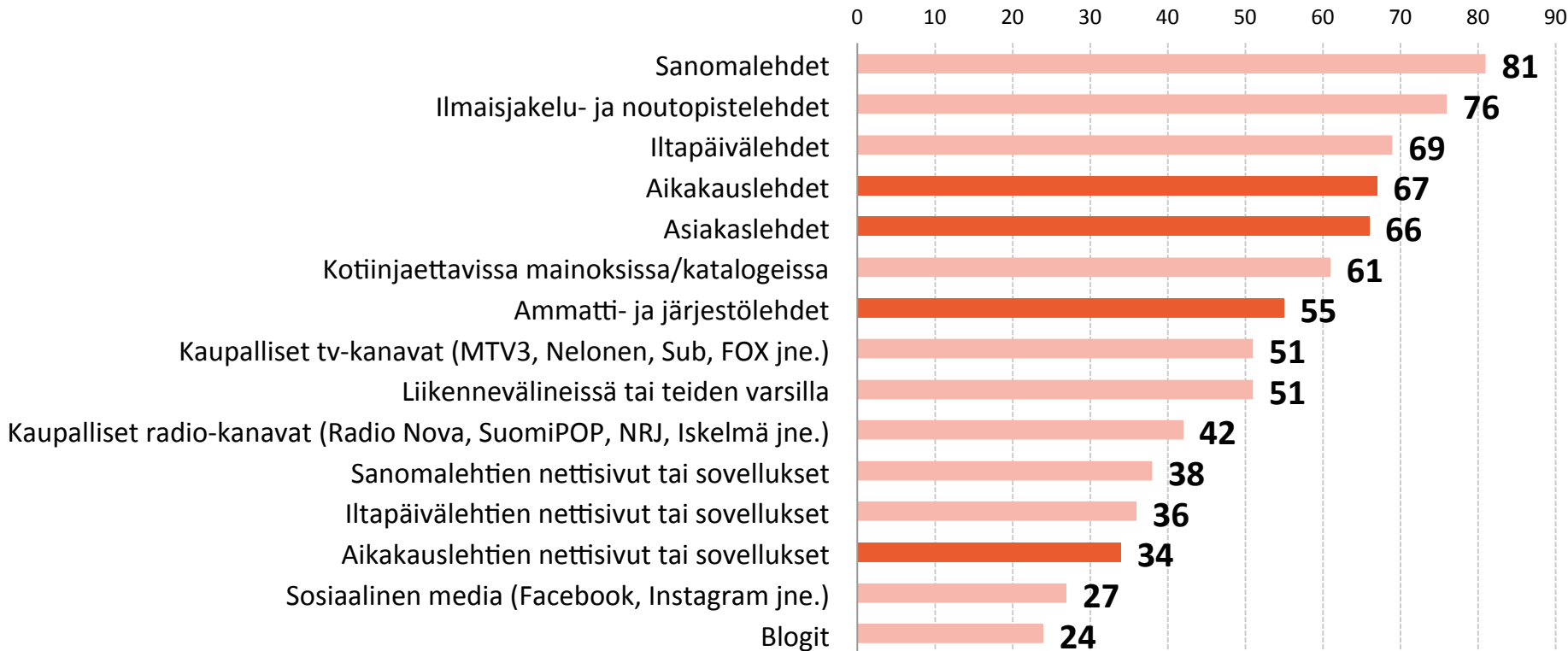
**Printtimainonnasta
pidetään kaiken
kaikkiaan enemmän
kuin mainonnasta
digitaalisissa kanavissa.**


Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

Myönteisesti mainontaan suhtautuvat eri medioissa,

% suomalaisista, suhtautuu melko myönteisesti tai myönteisesti





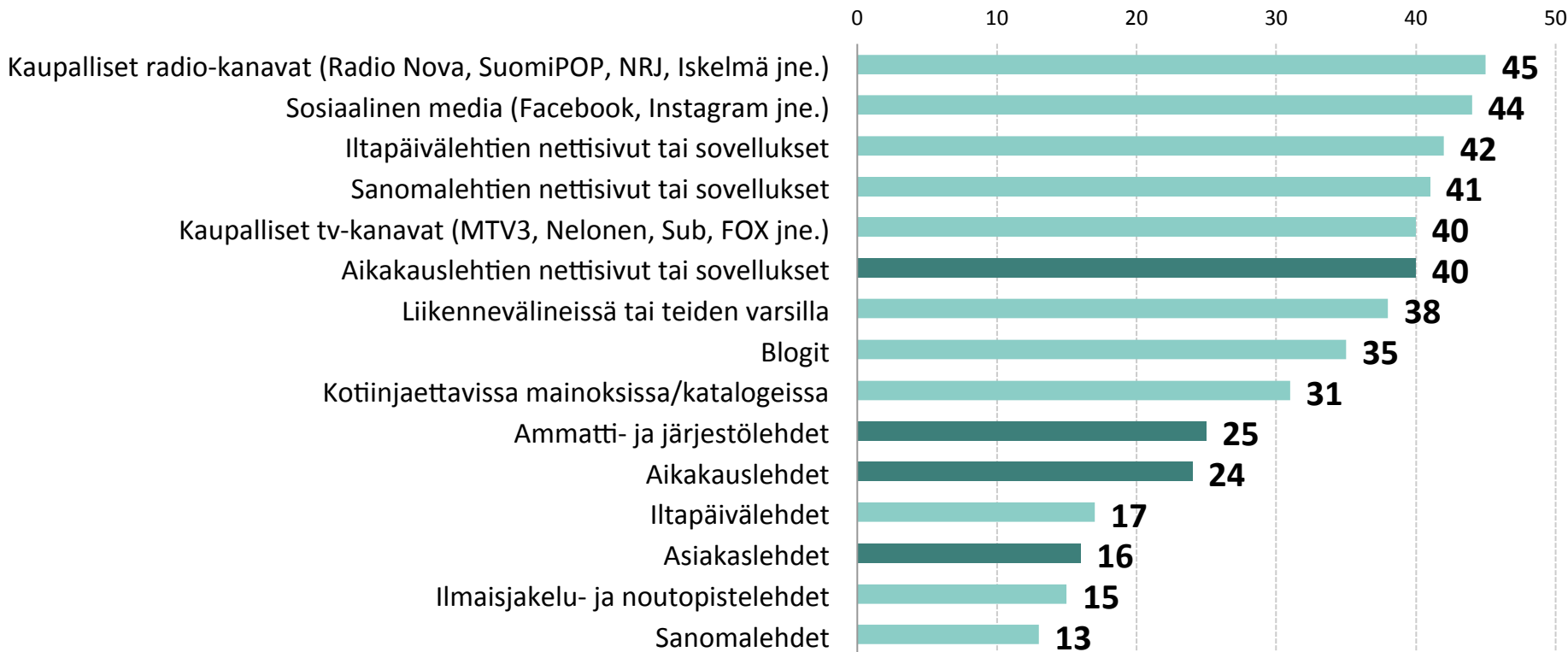
Vain
16 %
suomalaisista suhtautuu
asiakaslehtimainontaan
kielteisesti.

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

Kielteisesti mainontaan suhtautuvat eri medioissa,

% suomalaisista, suhtautuu melko kielteisesti tai kielteisesti



**Jokaista kielteisesti
aikakauslehtimainontaan
suhtautuvaa kohden on**

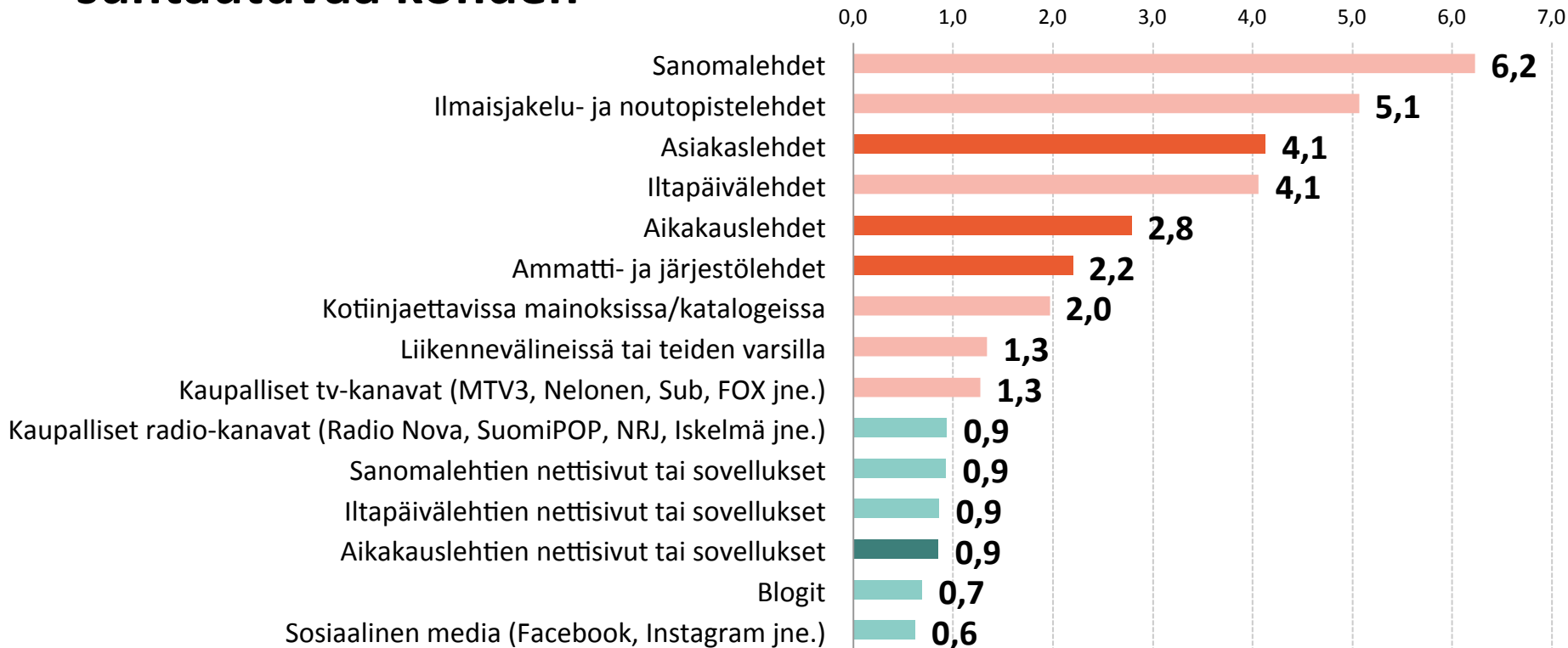
2,8

**myönteisesti
suhtautuvaa.**

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

Myönteisesti mainontaan suhtautuvat yhtä negatiivisesti suhtautuvaa kohden



Aikakauslehtimainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Gloria	81
Fit	80
Cosmopolitan	80
Trendi	80
Sport	79
Elle	79
Me Naiset	79
Lapsen Maailma	79
Kauneus & Terveys	79
Meidän Perhe	78

Asiakaslehtimainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Kaksplus	82
Antiikki & Design	82
Meidän Perhe	79
Kotivinkki	79
Terveydeksi! Apteekin asiakaslehti	79
Unelmien Talo & Koti	78
Me Naiset	78
Tivi	78
Anna	78
Askel	78

Ammatti- ja järjestölehtimainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Yrittäjäsanomats	72
Kaksplus	71
Meidän Perhe	70
Tivi	69
Tekniikka & Talous	69
Talouselämä	67
Lapsen Maailma	67
Arvopaperi	67
Vene	67
Vauva	66

**Eriyisen positiivista
suhtautuminen on ammattilehtien
lukijoiden keskuudessa**

Aikakauslehtien verkkomainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Demi	55
Cosmopolitan	53
Fit	49
Kaksplus	47
Elle	46
Vauva	46
Meidän Perhe	45
Sport	45
Urheilulehti	44
Arvopaperi	44

Erityisen positiivista suhtautuminen on nuorten naisten lehtien ja naisten erikoislehtien lukijoiden keskuudessa

Blogimainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Demi	49
Cosmopolitan	45
Meidän Perhe	44
Fit	42
Kaksplus	41
Vauva	41
Sport	40
Elle	38
Trendi	37
Kunto Plus	34

Erityisen positiivista suhtautuminen on nuorten naisten lehtiin ja naisten erikoislehtiin lukijoiden keskuudessa

Somemainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Demi	54
Cosmopolitan	48
Elle	43
Fit	41
Vauva	41
Meidän Perhe	40
Kaksplus	39
Sport	38
Trendi	38
Urheilulehti	37

Erityisen positiivista suhtautuminen on nuorten naisten lehti- ja naisten erikoislehti- lukijoiden keskuudessa

TV-mainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Fit	64
Demi	63
Cosmopolitan	63
Arvopaperi	62
Tekniikka & Talous	62
Trendi	61
Sport	61
Meidän Perhe	60
Urheilulehti	60
Golflehti	60

Radiomainontaan myönteisimmin suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Fit	57
Demi	56
Meidän Perhe	55
Vauhdin Maailma	55
Cosmopolitan	54
Sport	54
Kaksplus	54
Lapsen Maailma	52
Vene	52
Urheilulehti	52

Sanomalehtimainontaan myönteisimmän suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016


Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Kaksplus	91
Kotimaa	91
Opettaja	90
Kotivinkki	90
Oma Aika	90
Talouselämä	89
Unelmien Talo & Koti	89
Trendi	89
Me Naiset	89
Kauneus & Terveys	89

Iltapäivälehtimainontaan myönteisimmän suhtautuvat lukijat

Lähde: KMT AL + total 2016

Myönteisesti suhtautuvia lukijoita	%
Meidän Perhe	82
Kaksplus	80
Sport	80
Oma Aika	80
Fit	79
Urheilulehti	79
Vauhdin Maailma	79
Cosmopolitan	78
Kauneus & Terveys	78
Unelmien Talo & Koti	78

- 
1. Lukemisen ja mainonnan väittämät
 2. Suomalaisten suhtautuminen mainontaan
 - 3. Mainonnan estäminen**



59 %
suomalaisista ei estä
digitaalista mainontaa
millään laitteella.

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

18-24

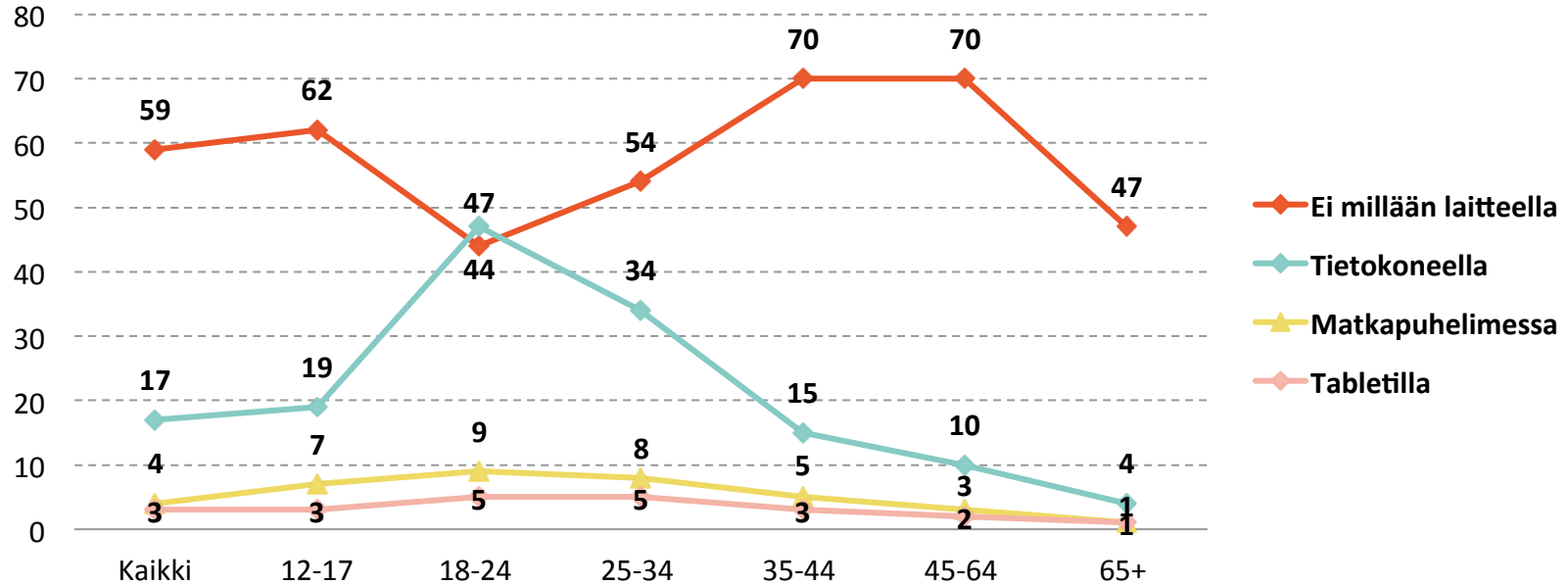
**-vuotiaista mainonnan
tietokoneella estää lähes
puolet, ja mobiilissa lähes
joka kymmenes.**

Lähde: KMT AL + total 2016

AIKAKAUSMEDIA

AdBlockerin tai vastaavan käyttö ikäryhmittäin,

% suomalaisista (kuviosta poistettu lukemisen helpottamiseksi vaihtoehto "en osaa sanoa")



Lähde: KMT AL + total 2016

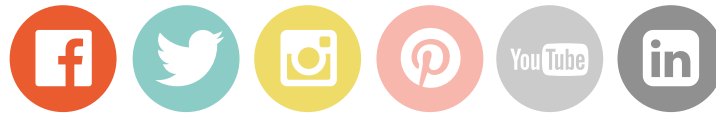


Lisää KMT-koosteita
www.aikakauslehdet.fi/KMT

**Mediakohtaiset tulokset
saat ilman tunnuksia
Mediakorttipalvelusta**
www.mediakortit.fi

AIKAKAUSMEDIA

www.aikakausmedia.fi • www.mediakortit.fi



@aikakausmedia