



Lukutavat & mainontaan suhtautuminen



MediaAuditFinland

KMT 2021

AIKAKAUSMEDIA

Sisältö

01

Lukemisen ja mainonnan väittämät

02

Suhtautuminen mainontaan eri
kanavissa

03

Mainonnan estäminen



1.

Lukemisen ja mainonnan
väittämät

Suomalaisista...

82 %

mielestä suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita.

79 %

kertoo rentoutuvansa aikakauslehtien parissa.

65 %

mielestä suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia tuotesuosituksia.



Suomalaisista...

83 %

saa alan erikoislehdestä tietoa harrastuksistaan sekä mielenkiinnon kohteistaan.

72 %

pysyy ajan tasalla ammatillisista asioista ammattilehden avulla.

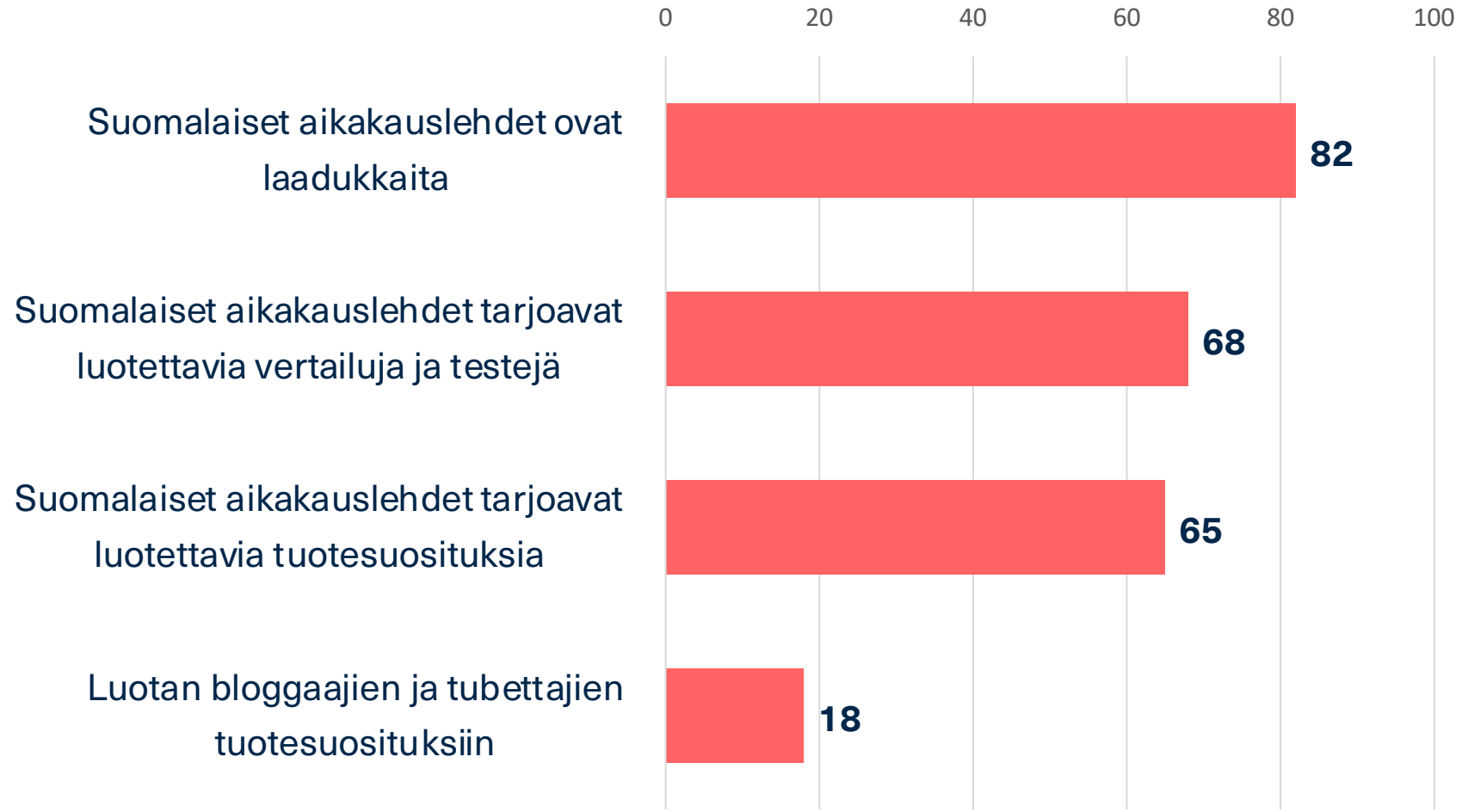
44 %

on ostanut tuotteita aikakauslehtimainosten perusteella.



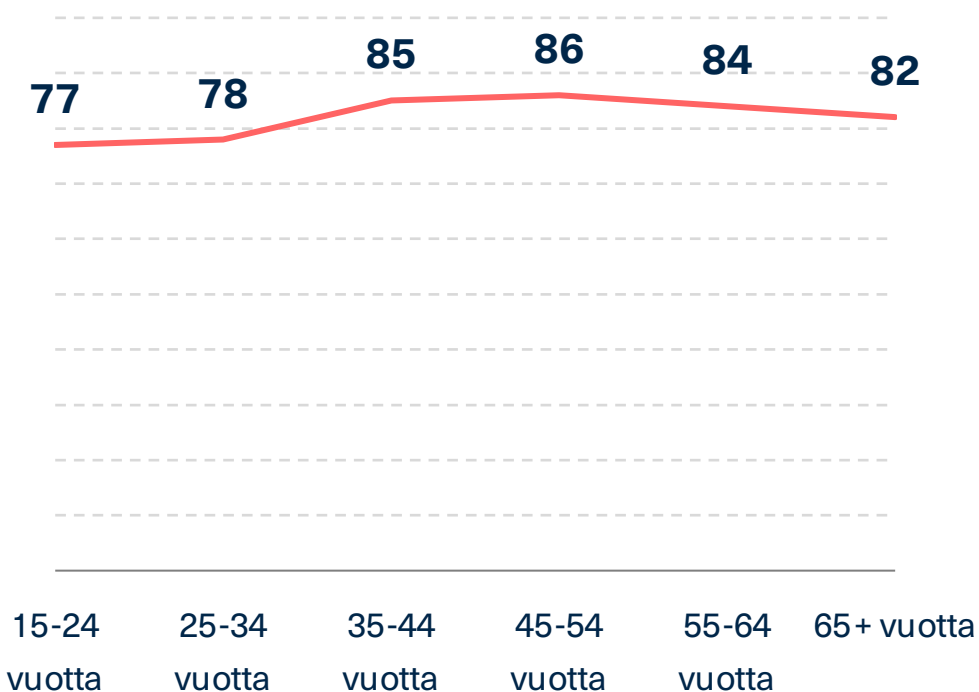
Aikakauslehtien laatuväittämät

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Aikakauslehtiä arvostetaan kaikissa ikäryhmissä.

82 %

yli 15-vuotiaista pitää suomalaisia aikakauslehtiä laadukkaina – naisista 84 % ja miehistä 80 %.

Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Matka	90
Opettaja	89
Unelmien Talo & Koti	89
Tivi	89
Mondo	89
Anna	89
Trendi	89
HS Meidän Perhe	89
Deko	88
Koti ja Keittiö	88
Me Naiset	88
Arvopaperi	88
Kauneus & Terveys	88
Sport	88

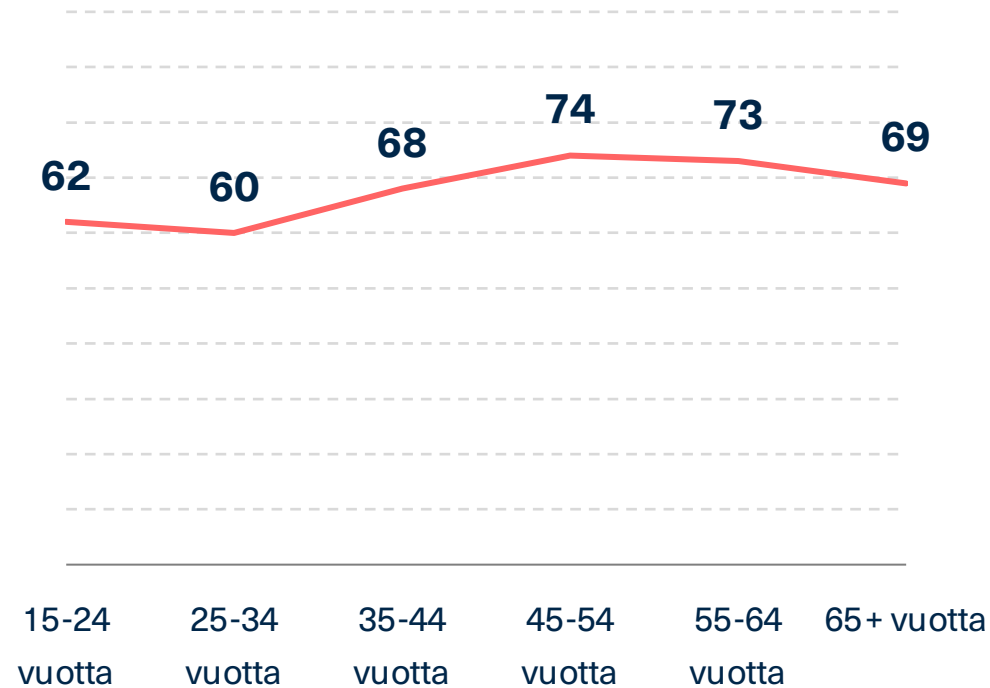
Aikakauslehtiä arvostetaan kaikissa ikäryhmissä.

82 %

yli 15-vuotiaista pitää suomalaisia aikakauslehtiä laadukkaina – naisista 84 % ja miehistä 80 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia vertailuja ja testejä

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



68 %

yli 15-vuotiaista luottaa
aikakauslehtien vertailuihin ja
testeihin – miehistä 71 % ja
naisista 65 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia vertailuja ja testejä

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

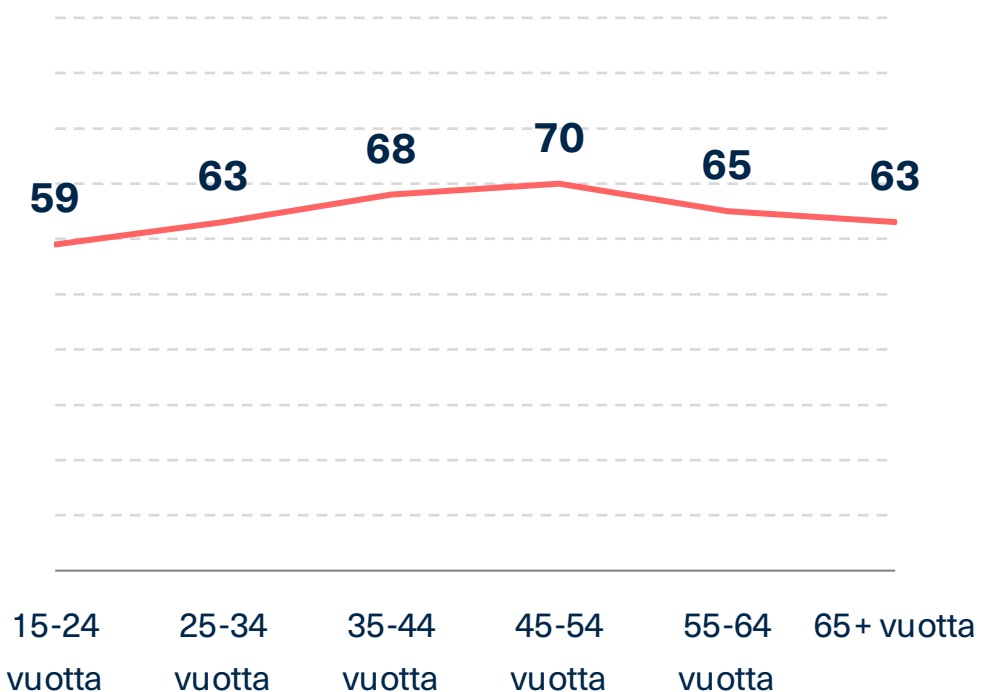
TOP-lehdet	% lukijoista
Nykypäivä	84
Auto Bild Suomi	78
Tekniikan Maailma	78
IS Urheilulehti	78
Vene	78
TM Rakennusmaailma	77
Tivi	77
Arvopaperi	77
Maatilan Pellervo	76
Moottori	76
Tuulilasi	76
Kodin Pellervo	76
Talouselämä	76

68 %

yli 15-vuotiaista luottaa
aikakauslehtien vertailuihin ja
testeihin – miehistä 71 % ja
naisista 65 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia tuotesuosituksia

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



65 %

yli 15-vuotiaista luottaa kotimaisten aikakauslehtien tuotesuosituksiin – naisista 65 % ja miehistä 64 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia tuotesuosituksia

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

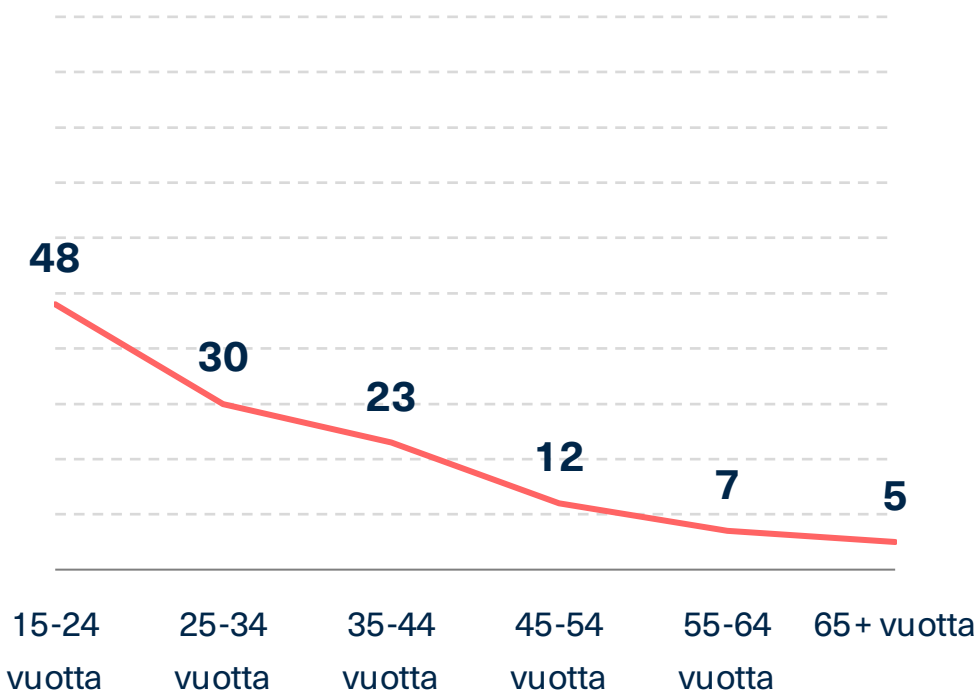
TOP-lehdet	% lukijoista
Maatilan Pellervo	74
Mikrobitti	73
TM Rakennusmaailma	72
Vauhdin Maailma	72
Aarre	71
Koneviesti	71
Maalla	71
Kippari	71
Vene	71
Anna	71
Kodin Pellervo	71
Sport	71

65 %

yli 15-vuotiaista luottaa
kotimaisten aikakauslehtien
tuotesuosituksiin – naisista 65 %
ja miehistä 64 %.

Luotan bloggaajien ja tubettajien tuotesuosituksiin

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



18 %

yli 15-vuotiaista luottaa
bloggaajien ja tubettajien
tuotesuosituksiin – naiset (20 %)
hieman miehiä (16 %) useammin.

Korkeinta luottamus on
nuorimmassa ikäryhmässä.

Luotan bloggaajien ja tubettajien tuotesuosituksiin

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	31
Fit	28
HS Meidän Perhe	27
Aku Ankka	23
Sport	20
Deko	19
Glorian Koti	19
Koti ja Keittiö	18
Image	19
Auto Bild Suomi	17
Gloria	17
Glorian ruoka&viini	17
Maku	17
Kauneus & Terveys	17
Alibi	17

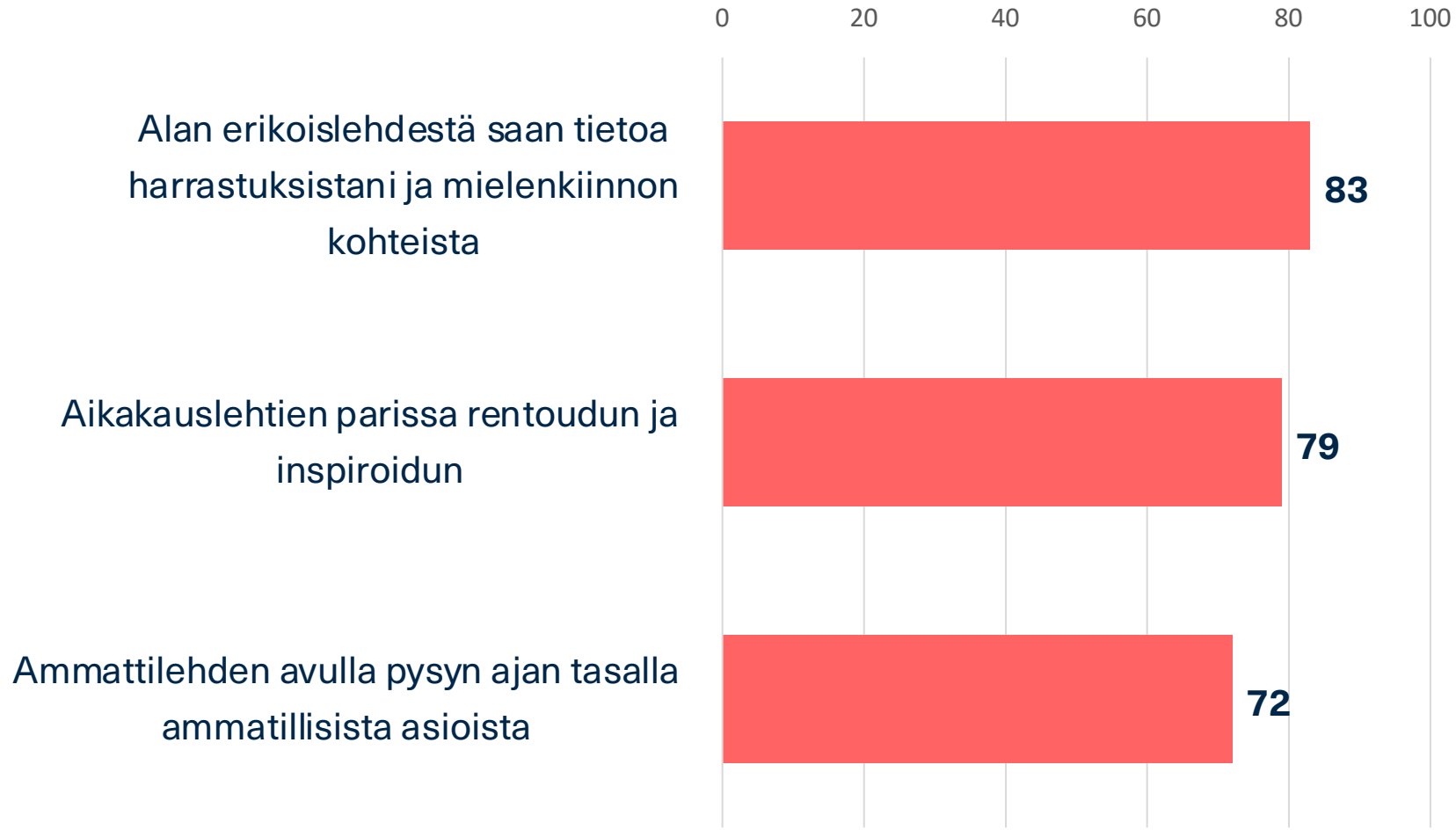
18 %

yli 15-vuotiaista luottaa
bloggaajien ja tubettajien
tuotesuosituksiin – naiset (20 %)
hieman miehiä (16 %) useammin.

Korkeinta luottamus on
nuorimmassa ikäryhmässä.

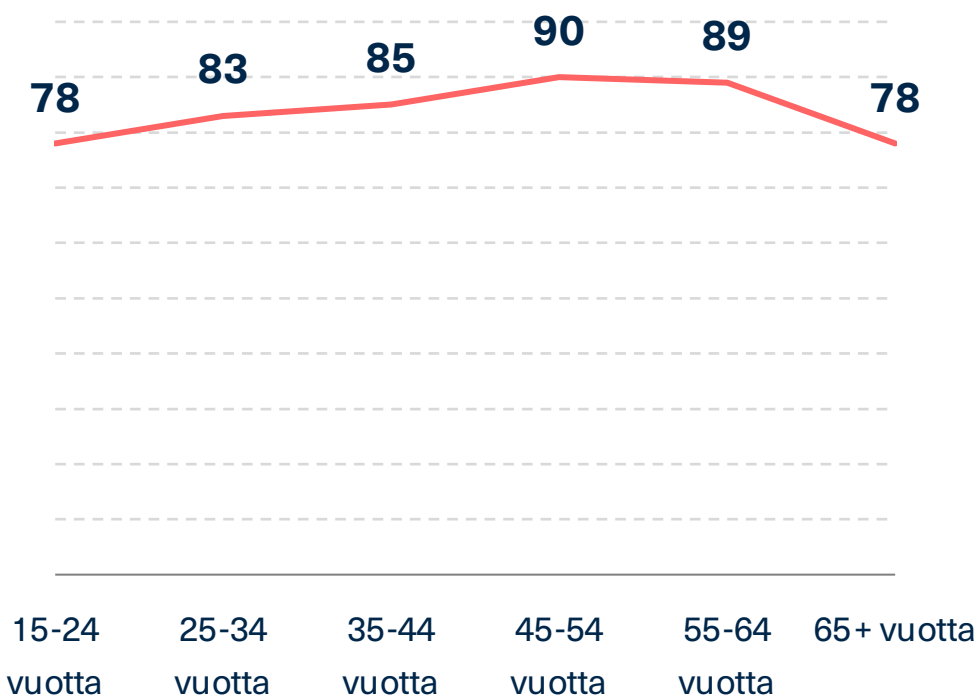
Aikakauslehtien parissa rentoudutaan ja saadaan tietoa omista mielenkiinnon kohteista

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Alan erikoislehdestä saan tietoa harrastuksistani ja mielenkiinnon kohteista

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Erikoistuneelle aikakausmedialle on vahva tilaus kaikissa ikäluokissa.

83 %

yli 15-vuotiaista saa tietoa harrastuksistaan ja mielenkiinnon kohteistaan alan erikoislehdestä – naisista 80 % ja miehistä 86 %.

Alan erikoislehdestä saan tietoa harrastuksistani ja mielenkiinnon kohteista

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Mikrobitti	91
Arvopaperi	91
Auto Bild Suomi	90
Tekniikan Maailma	90
Tivi	90
IS Urheilulehti	90
Kippari	90
Vene	90
TM Rakennusmaailma	89
Moottori	89
Mondo	89
Talouselämä	89

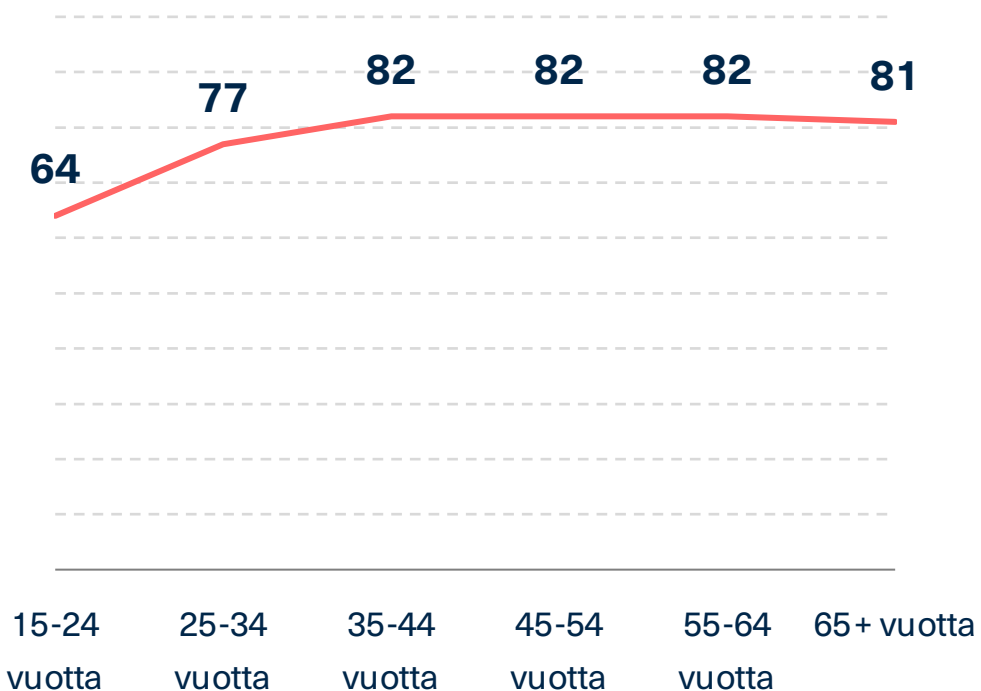
Erikoistuneelle aikakausmedialle on vahva tilaus kaikissa ikäluokissa.

83 %

yli 15-vuotiaista saa tietoa harrastuksistaan ja mielenkiinnon kohteistaan alan erikoislehdestä – naisista 80 % ja miehistä 86 %.

Aikakauslehtien parissa rentoudun ja inspiroidun

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



79 %

yli 15-vuotiaista rentoutuu ja inspiroituu aikakauslehtien parissa - naisista 84 % ja miehistä 73%.

Aikakauslehtien parissa rentoudun ja inspiroidun

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

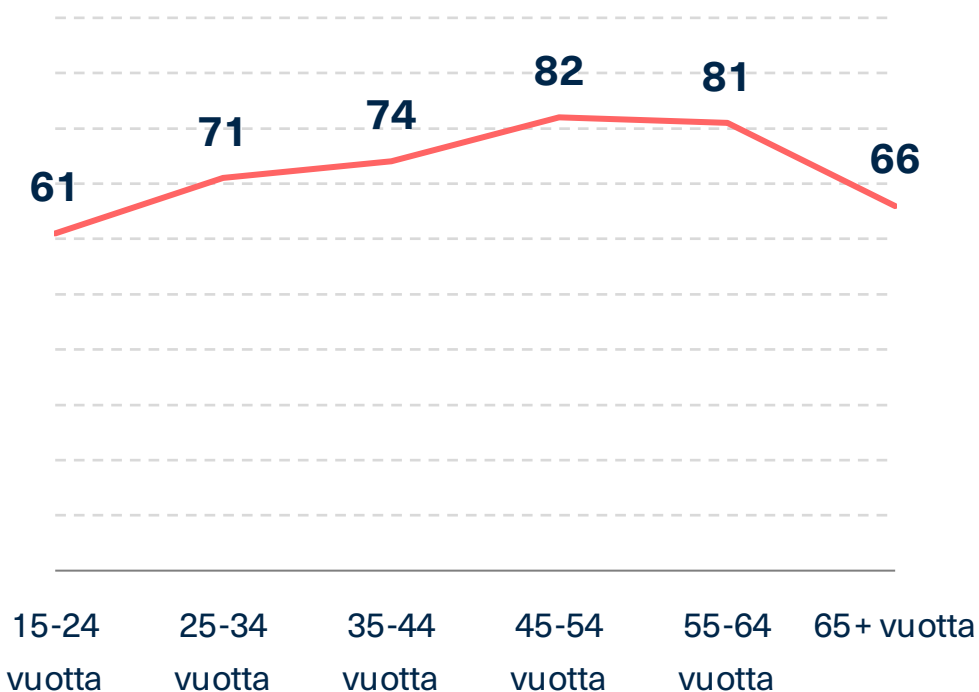
TOP-lehdet	% lukijoista
Deko	89
Anna	89
Trendi	89
Kauneus & Terveys	89
HS Meidän Perhe	89
Glorian Koti	88
Mondo	88
Gloria	88
Me Naiset	88
Sport	88

79 %

yli 15-vuotiaista rentoutuu ja inspiroituu aikakauslehtien parissa - naisista 84 % ja miehistä 73%.

Ammattilehden avulla pysyn ajan tasalla ammatillisista asioista

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Työelämään ehlineille oma alan lehdellä on tärkeä rooli ammattitaidon ylläpitämisessä.

72 %

yli 15-vuotiaista sanoo pysyvänsä ajan tasalla ammatillisista asioista ammattilehden avulla - naisista 68 % ja miehistä 76 %.

Ammattilehden avulla pysyn ajan tasalla ammatillisista asioista

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Tivi	84
Aarre	82
Mikrobitti	82
Arvopaperi	82
Image	82
Käytännön Maamies	81
Talouselämä	81
Tekniikka & Talous	81
Opettaja	80
TM Rakennusmaailma	80
Auto Bild Suomi	80
Moottori	80
Vene	80
Sport	80

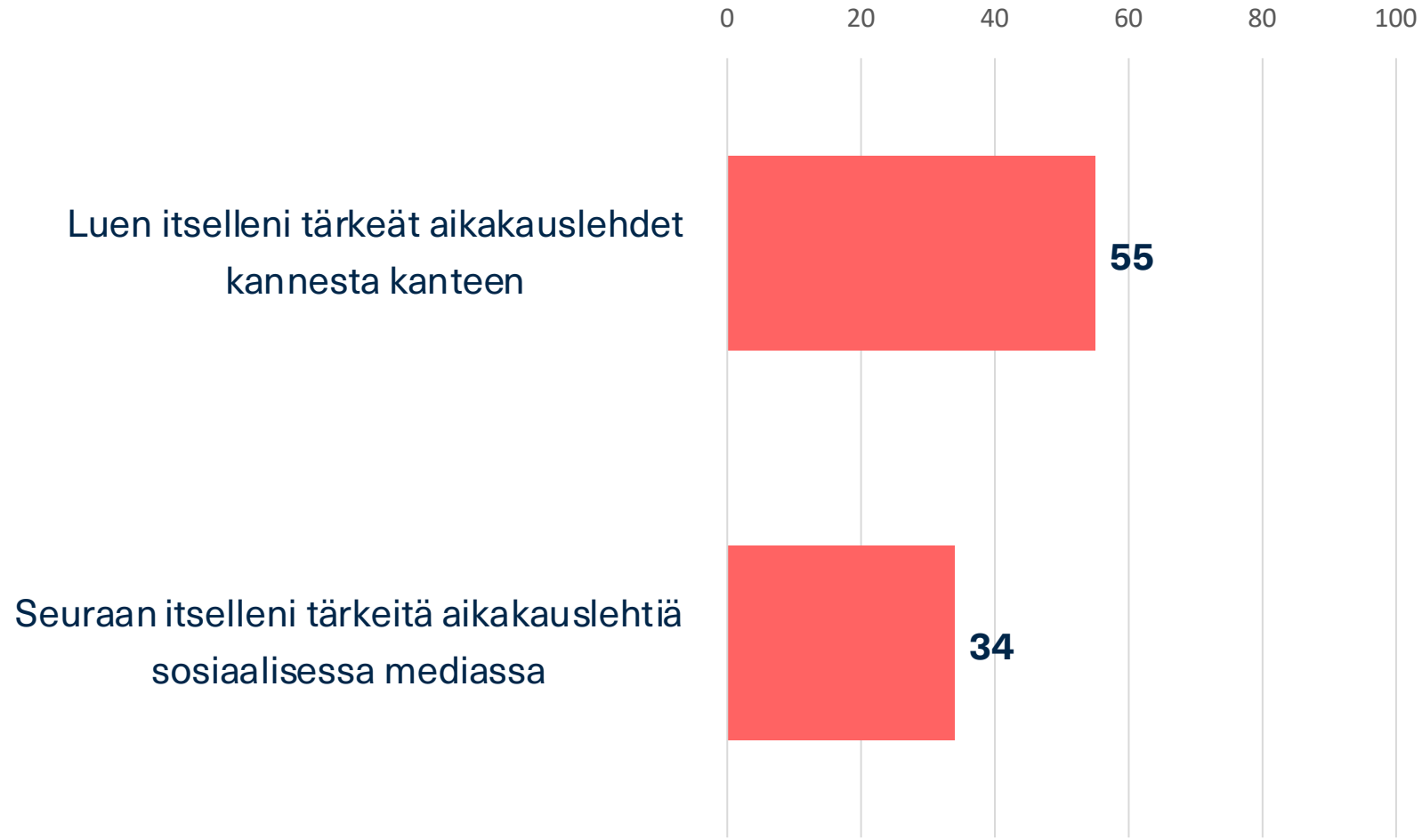
Työelämään ehtineille oma alan lehdellä on tärkeä rooli ammattitaidon ylläpitämisessä.

72 %

yli 15-vuotiaista sanoo pysyvänsä ajan tasalla ammatillisista asioista ammattilehden avulla - naisista 68 % ja miehistä 76 %.

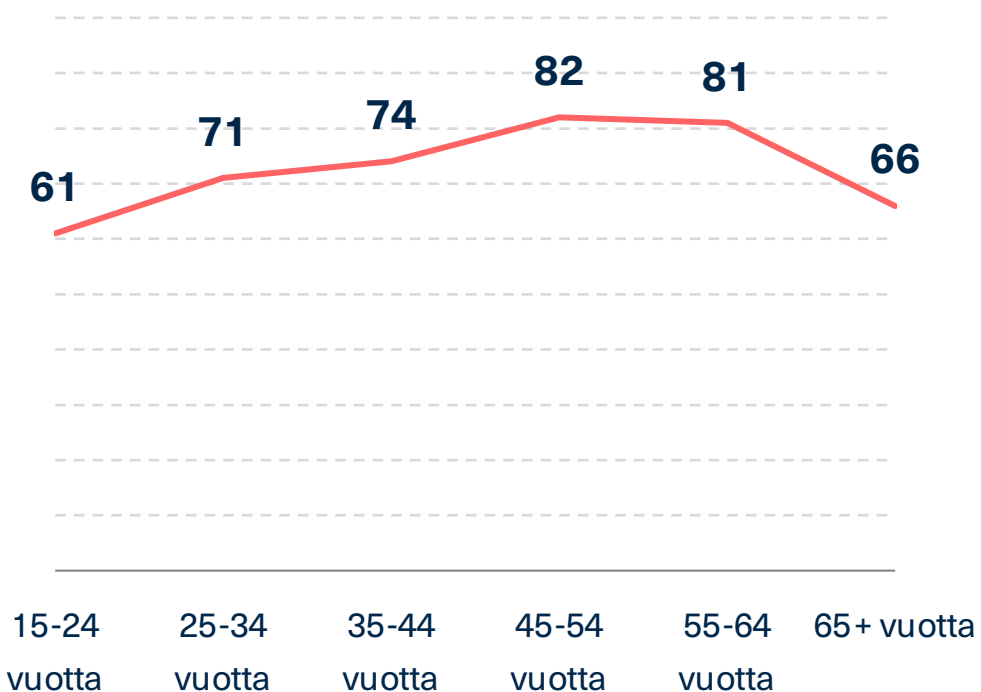
Aikakauslehteen sitoutuminen – printti ja some

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Luen itselleni tärkeät aikakauslehdet kannesta kanteen

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



55 %

yli 15-vuotiaista lukee
aikakauslehtensä kannesta
kanteen – naisista 60 % ja
miehistä 50 %.

Luen itselleni tärkeät aikakauslehdet kannesta kanteen

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

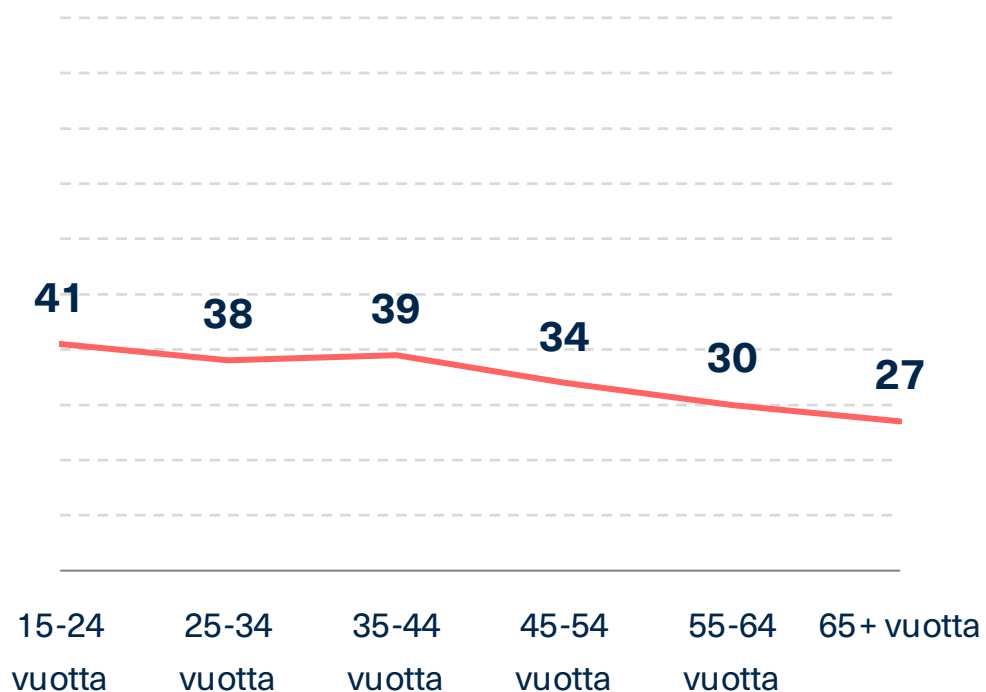
TOP-lehdet	% lukijoista
Askel	70
Eeva	69
Kotimaa	69
ET Terveys	68
Anna	67
Voi Hyvin	67
Koti ja Keittiö	66
Maalla	66
Kodin Pellervo	66
Kotiliesi	66
Kotivinkki	66
Apu Terveys	66
Hyvä Terveys	66
Kauneus & Terveys	66
Kotilääkäri	66
ET-lehti	66
HS Meidän Perhe	66

55 %

yli 15-vuotiaista lukee
aikakauslehtensä kannesta
kanteen – naisista 60 % ja
miehistä 50 %.

Seuraan itselleni tärkeitä aikakauslehtiä sosiaalisessa mediassa

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



34 %

yli 15-vuotiaista seuraa itselleen tärkeitä aikakauslehtiä somessa.

Naisten (34 %) ja miesten (33 %) seuraamisella ei ole merkittävää eroa.

Seuraan itselleni tärkeitä aikakauslehtiä sosiaalisessa mediassa

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Fit	43
Tivi	42
Auto Bild Suomi	40
Kippari	40
Sport	40
HS Meidän Perhe	39
Samarbete	38
Vene	38
Aku Ankka	38
Alibi	38

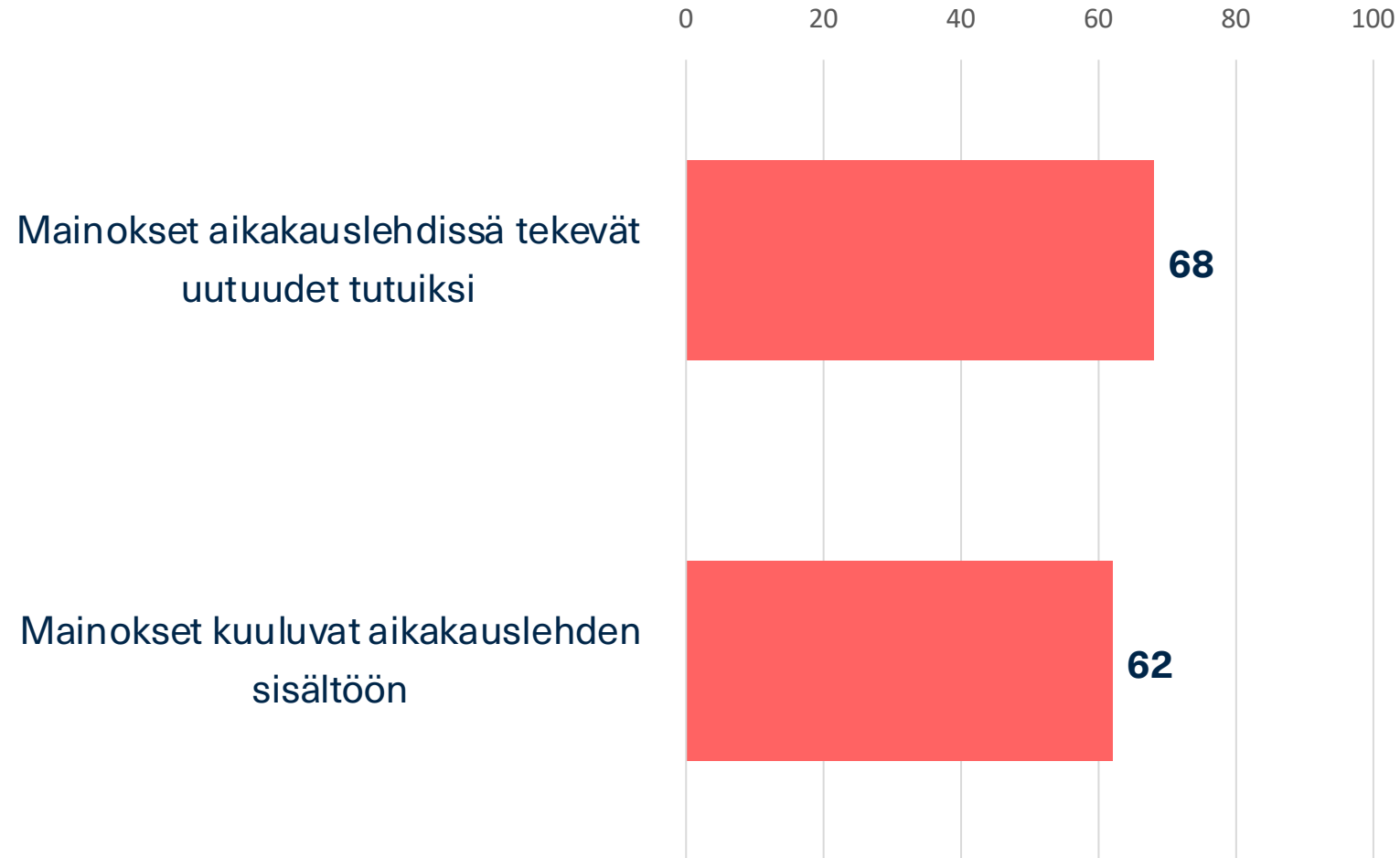
34 %

yli 15-vuotiaista seuraa itselleen tärkeitä aikakauslehtiä somessa.

Naisten (34 %) ja miesten (33 %) seuraamisella ei ole merkittävää eroa.

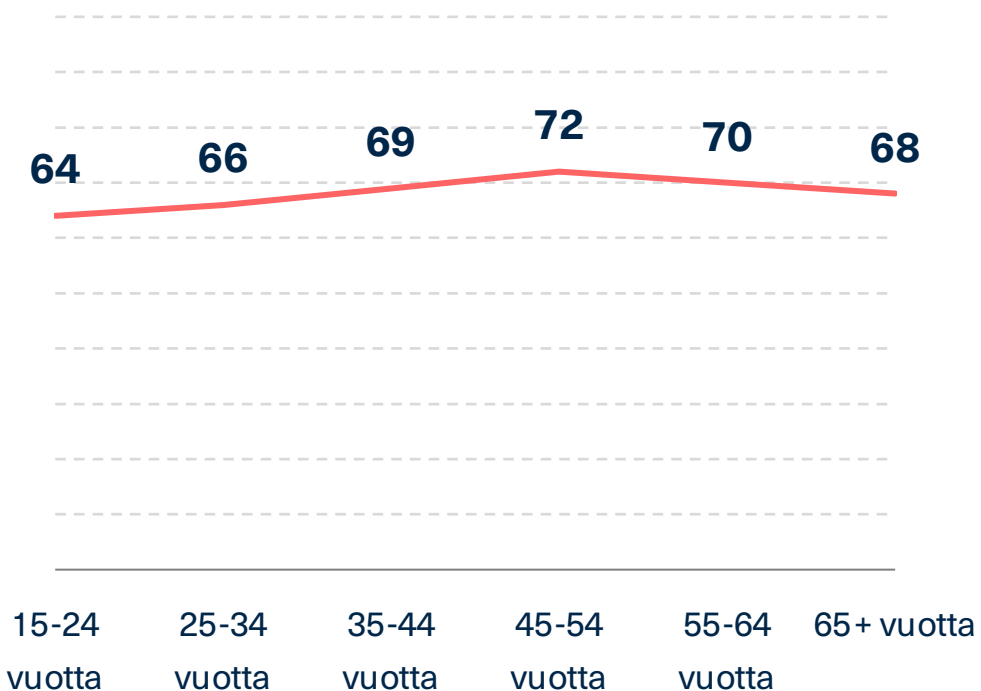
Aikakauslehtimainonta tekee uutuuudet tutuiksi

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Aikakauslehtimainonta tekee uutuuudet tutuiksi

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



68 %

yli 15-vuotiaista sanoo aikakauslehtimainosten tekevän uutuuudet tutuiksi.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 73 % ja miehistä 63 %.

Aikakauslehtimainonta tekee uutuudet tutuiksi

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
HS Meidän Perhe	79
Kauneus & Terveys	78
Gloria	77
Anna	76
Viva	76
Deko	75
Glorian Koti	75
Koti ja Keittiö	75
Maalla	75
Unelmien Talo & Koti	75
Kotiliesi Käsityö	75
Suuri Käsityö	75
Eeva	75
Fit	75

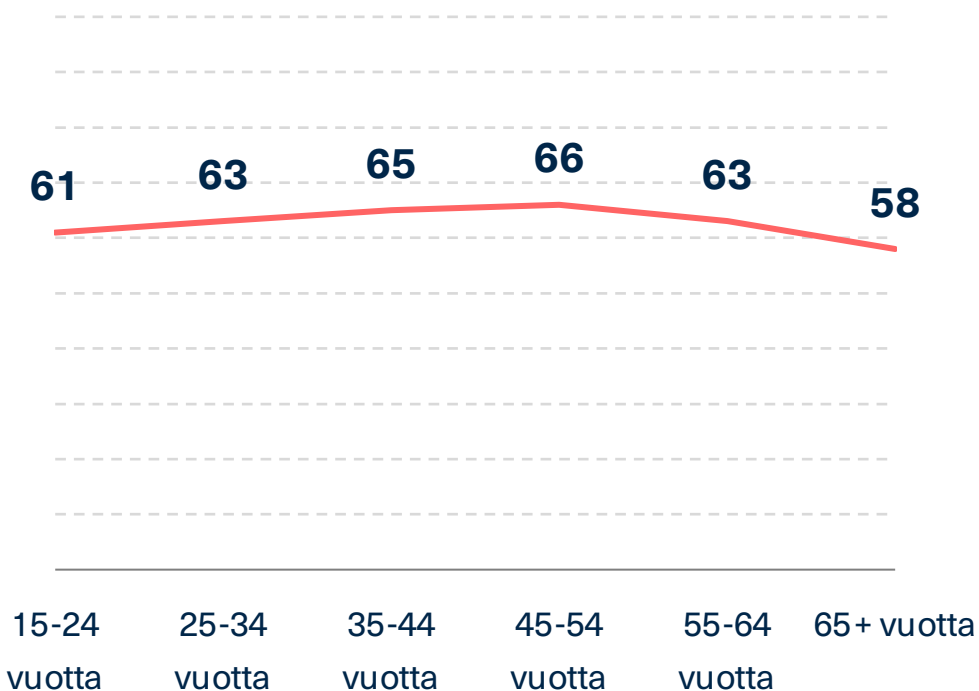
68 %

yli 15-vuotiaista sanoo
aikakauslehtimainosten tekevän
uutuudet tutuiksi.

Naisista väittämän kanssa on
samaa mieltä 73 % ja
miehistä 63 %.

Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



62 %

yli 15-vuotiaista kokee mainosten kuuluvan aikakauslehden sisältöön.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 62 % ja miehistä 63 %.

Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Tivi	73
Mikrobitti	72
Golflehti	71
Glorian ruoka&viini	71
Glorian Koti	69
TM Rakennusmaailma	69
Matka	69
Mondo	69
Trendi	69
Viinilehti	69
Fit	69
Sport	69
HS Meidän Perhe	69
Image	69

62 %

yli 15-vuotiaista kokee mainosten kuuluvan aikakauslehden sisältöön.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 62 % ja miehistä 63 %.

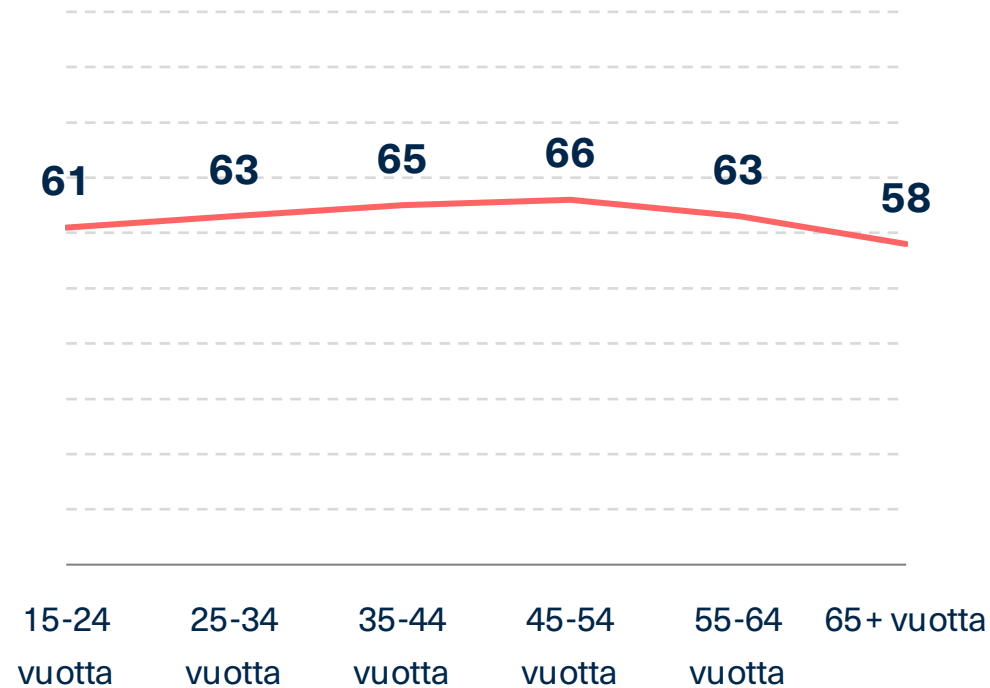
Mainos aikakauslehdessä saa aikaan toimintaa

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Kokeilen aikakauslehden mainoksissa olevia vinkkejä tai ohjeita (esim. reseptejä)

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Reseptit ja muut ohjeet mainoksissa aktivoivat!

61 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehtimainoksissa olevia vinkkejä tai ohjeita.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 74 % ja miehistä 48 %.

Kokeilen aikakauslehden mainoksissa olevia vinkkejä tai ohjeita (esim. reseptejä)

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	77
Kauneus & Terveys	77
Deko	75
Gloria	75
Glorian Koti	74
Koti ja Keittiö	73
Fit	73
Sport	73
Unelmien Talo & Koti	72
Kotiliesi Käsityö	72
Suuri Käsityö	72
Anna	72
Eeva	72

Reseptit ja muut ohjeet mainoksissa aktivoivat!

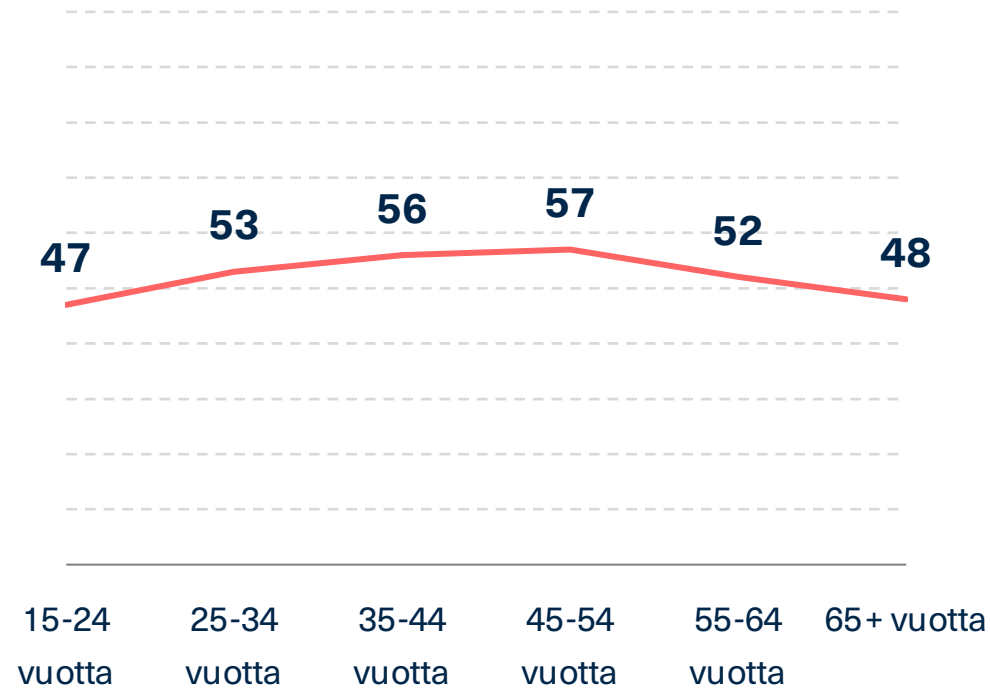
61 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehtimainoksissa olevia vinkkejä tai ohjeita.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 74 % ja miehistä 48 %.

Olen hakenut lisätietoa aikakauslehdessä mainostetusta tuotteesta esimerkiksi netistä

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



52 %

yli 15-vuotiaista on hakenut
tuotteesta lisätietoa
aikakauslehtimainoksen ansiosta
– naisista 51 % ja miehistä 53 %.

Olen hakenut lisätietoa aikakauslehdessä mainostetusta tuotteesta esimerkiksi netistä

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

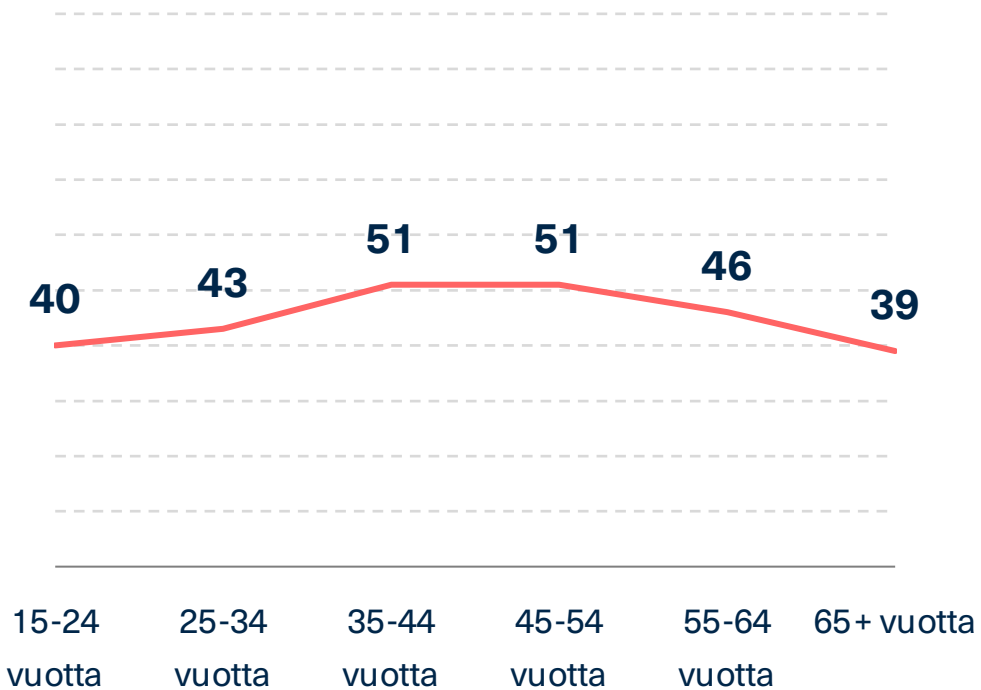
TOP-lehdet	% lukijoista
Mikrobitti	62
Tivi	61
Auto Bild Suomi	60
Moottori	59
Kippari	59
Arvopaperi	59
Koneviesti	58
Tuulilasi	58
Käytännön Maamies	57
Tekniikan Maailma	57
Gloria	57
Trendi	57
Talouselämä	57
Alibi	57

52 %

yli 15-vuotiaista on hakenut
tuotteesta lisätietoa
aikakauslehtimainoksen ansiosta
– naisista 51% ja miehistä 53 %.

Olen ostanut tuotteita aikakauslehdessä näkemieni mainosten perusteella

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



44 %

yli 15-vuotiaista on ostanut
tuotteita aikakauslehtimainosten
perusteella – naisista 50 % ja
miehistä 39 %.

Olen ostanut tuotteita aikakauslehdessä näkemieni mainosten perusteella

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

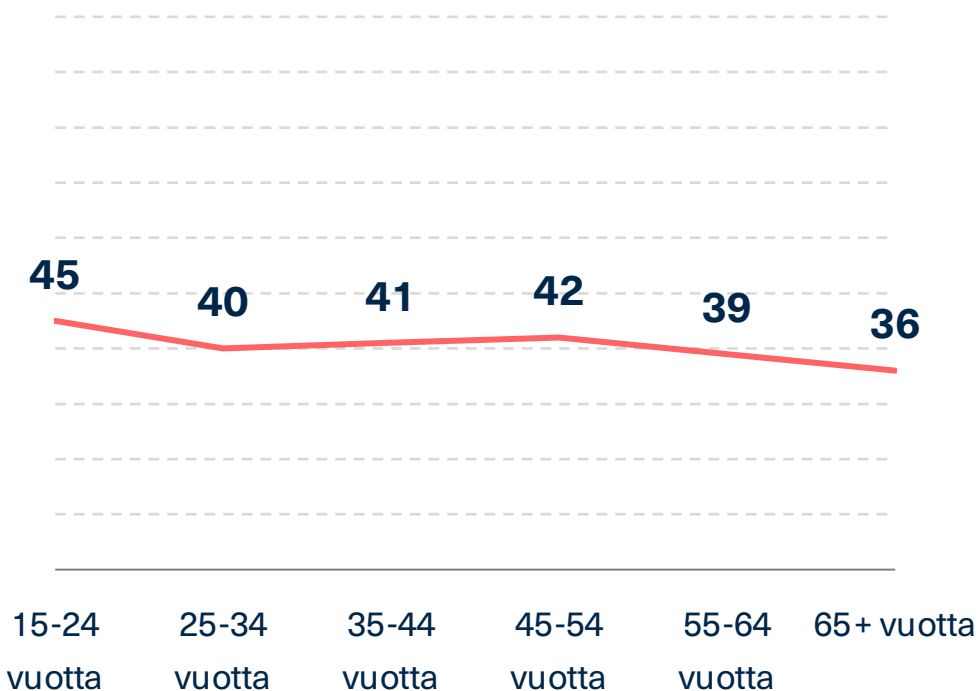
TOP-lehdet	% lukijoista
Sport	58
Trendi	57
HS Meidän Perhe	57
Gloria	56
Fit	56
Glorian Koti	55
Koti ja Keittiö	54
Deko	53
Tivi	53
Mondo	53
Kauneus & Terveys	53

44 %

yli 15-vuotiaista on ostanut tuotteita aikakauslehtimainosten perusteella – naisista 50 % ja miehistä 39 %.

Kokeilen aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä (esim. elintarvikkeita tai kosmetiikkaa)

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Tuotenäytteet houkuttelevat
kokeilemaan ja tekevät uutuudet
tutuiksi.

40 %

yli 15-vuotiaista kokeilee
aikakauslehdissä olevia
tuotenäytteitä – naisista 56 % ja
miehistä 22 %.

Kokeilen aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä (esim. elintarvikkeita tai kosmetiikkaa)

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	65
Gloria	59
Kauneus & Terveys	59
Deko	56
Glorian Koti	56
Fit	56
HS Meidän Perhe	56
Suuri Käsityö	55
Koti ja Keittiö	54
Kotiliesi Käsityö	54
Sport	54

Tuotenäytteet houkuttelevat kokeilemaan ja tekevät uutuudet tutuiksi.

40 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä – naisista 56 % ja miehistä 22 %.



2.

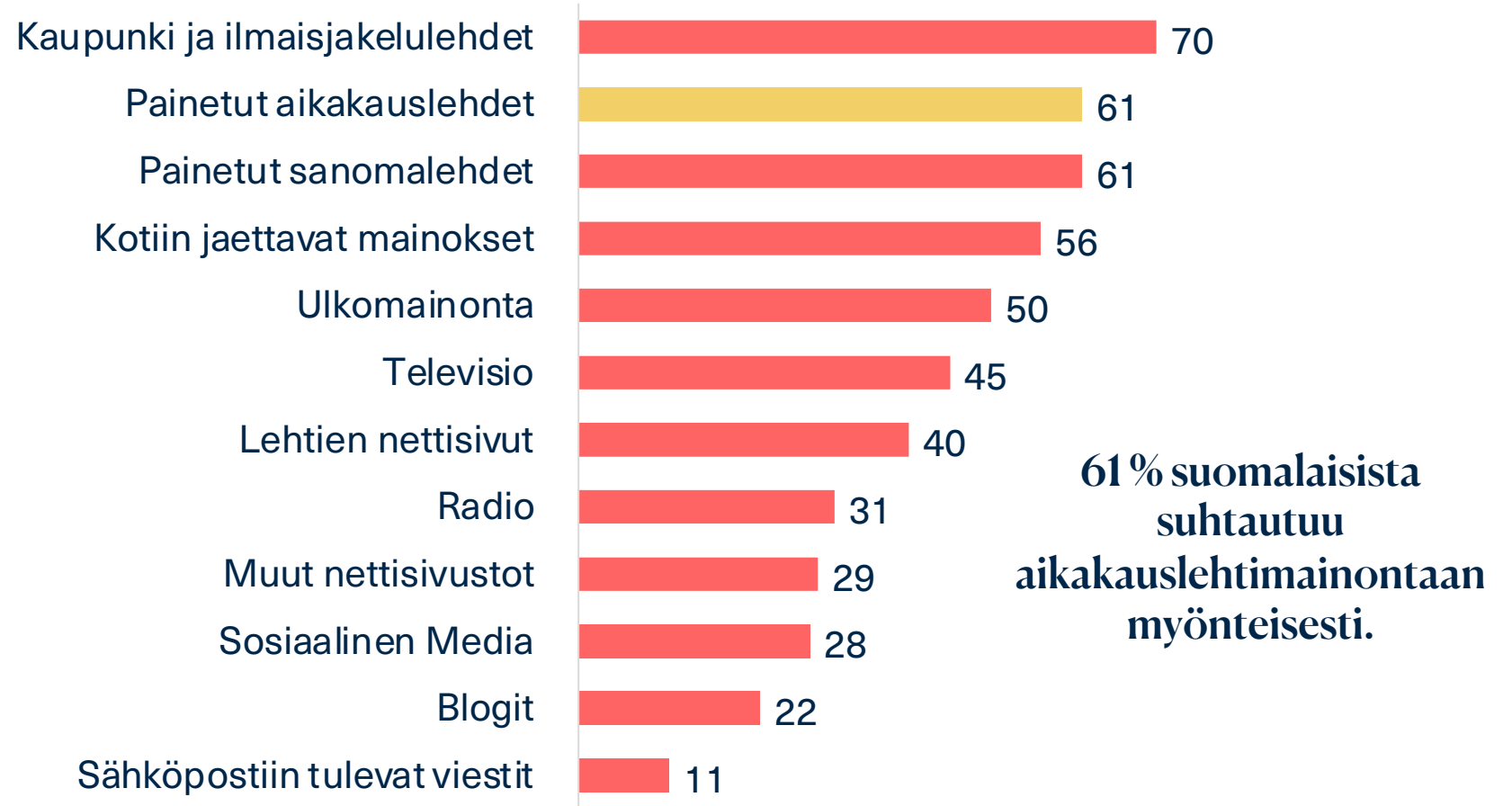
Suhtautuminen mainontaan eri kanavissa

61 % yli 15-vuotiaista suomalaisista suhtautuu aikakauslehtimainontaan myönteisesti.

Naiset (62 %) suhtautuvat hieman miehiä (60 %) myönteisemmin.
Erityisesti aikakauslehtimainonnasta pitävät 45 – 54 vuotiaat, joista
68 % suhtautuu siihen myönteisesti.

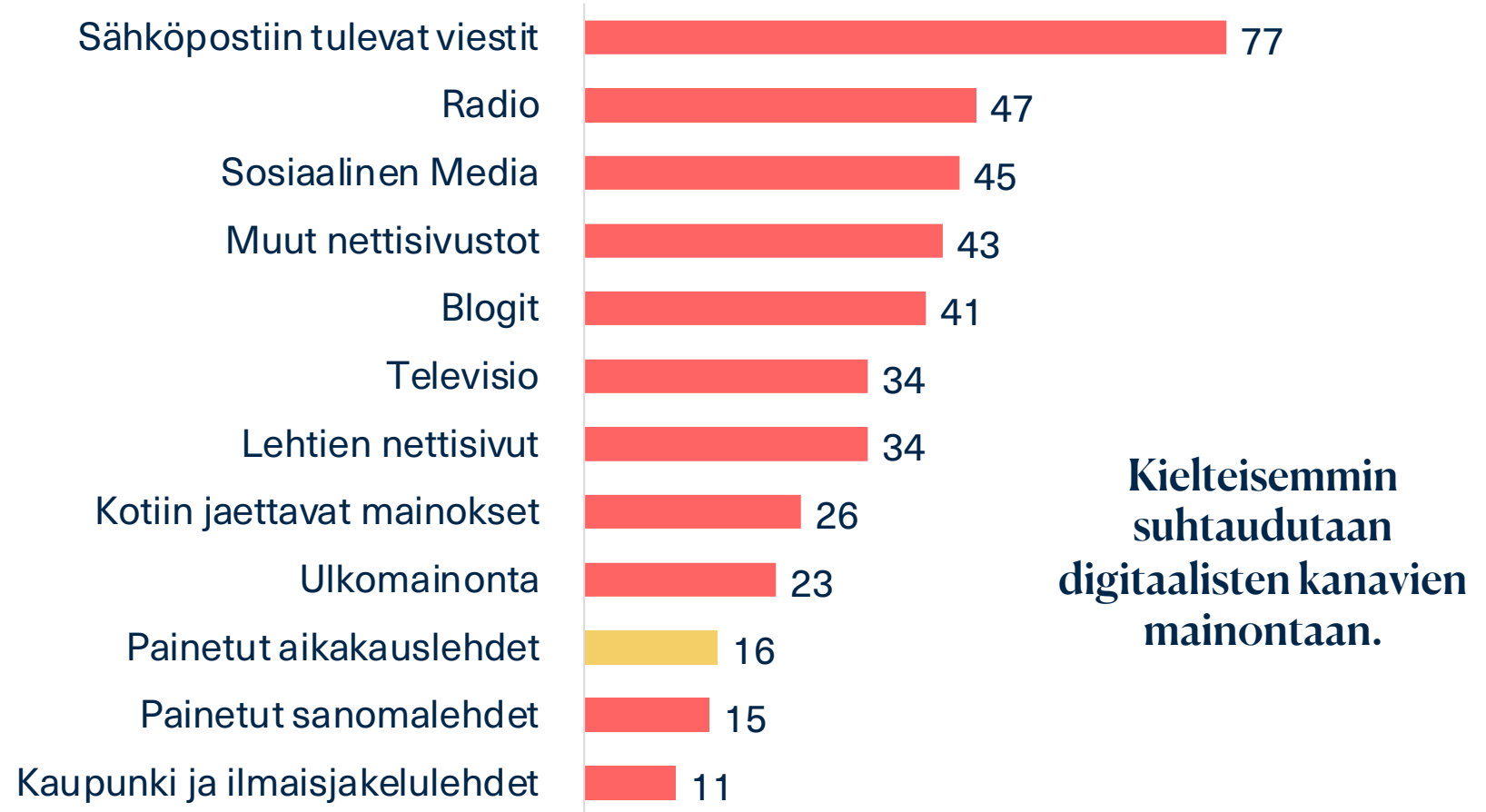
Myönteisesti mainontaan suhtautuvat

% suomalaisista, erittäin tai melko myönteisesti suhtautuvat



Kielteisesti mainontaan suhtautuvat

% suomalaisista, erittäin tai melko kielteisesti suhtautuvat





3.

Mainonnan estäminen

19 %

yli 15-vuotiaista suomalaisista estää mainontaa
Adblockerilla tai vastaavalla sovelluksella.

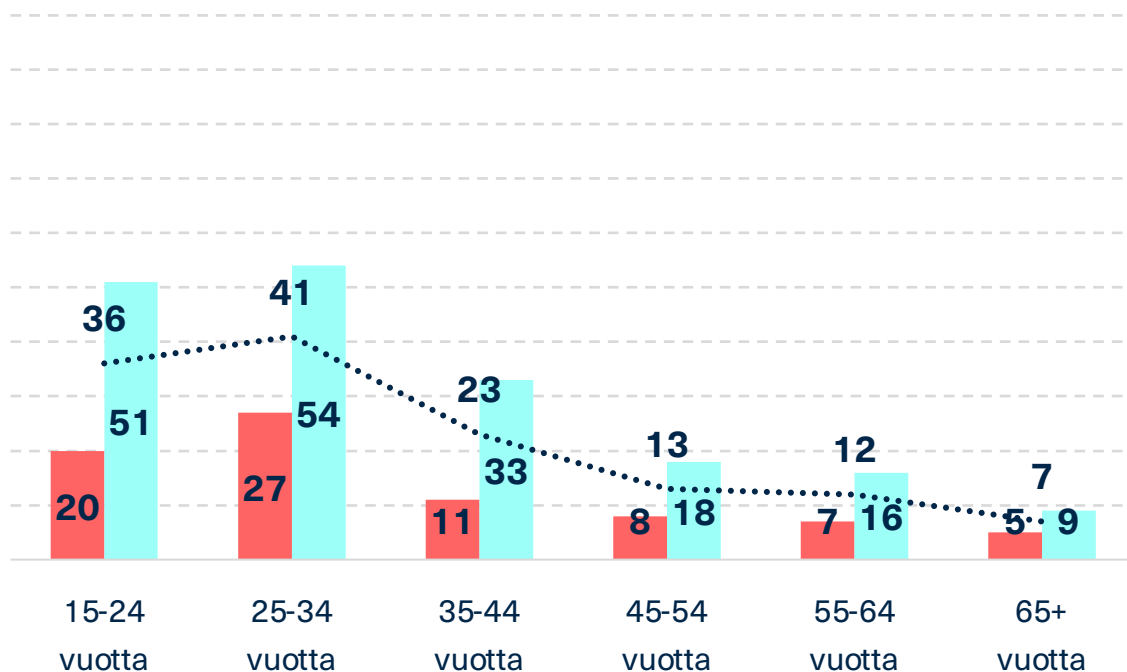
24 %:lla
on mainoskielto ovelsa.



Adblockerin tai vastaavan käyttö

% suomalaisista, ikäryhmittäin

Nainen Mies Kaikki



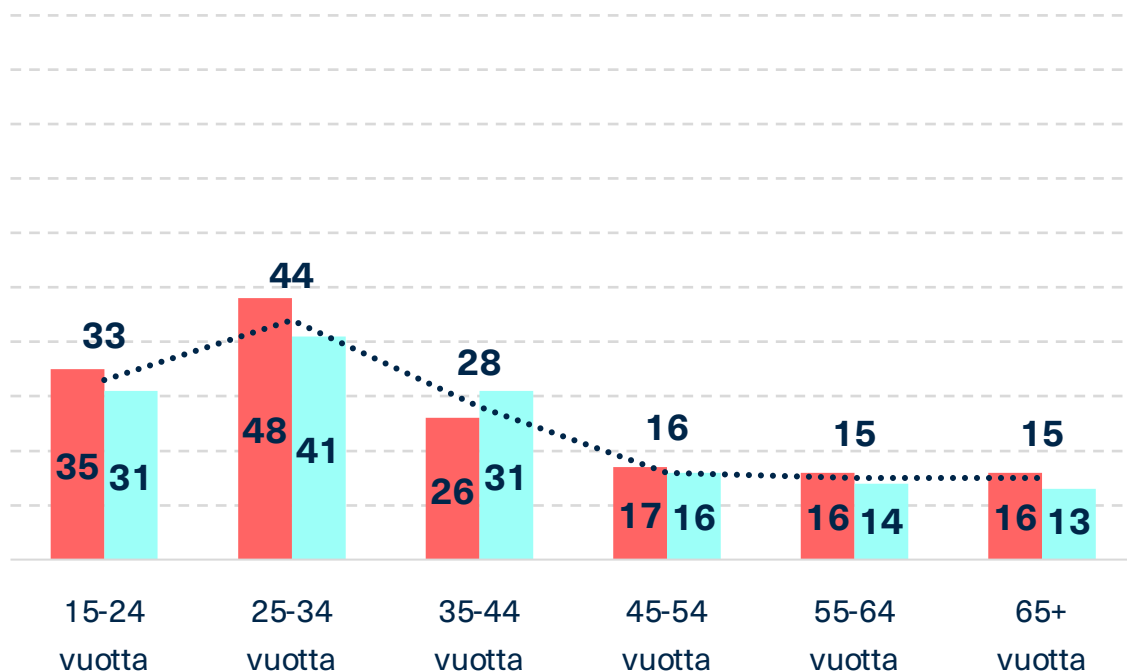
Alle 35-vuotiaat estävät mainontaa huomattavasti vanhempia ikäluokkia useammin.

Miehet (28 %) estävät mainontaa naisia (11 %) useammin.

Mainoskielto ovelsa

% suomalaisista, ikäryhmittäin

Nainen Mies Kaikki



**Yleisemmin painetun
suoramainonnan kieltävät
25–34 vuotiaat (44 %).**

**Väestötasolla miesten (23 %) ja naisten (24 %) välillä ei ole
suuria eroja.**

Yksittäisten aikakausmedioiden KMT-tulokset saat
ilman tunnuksia Mediakorttipalvelusta:
www.mediakortit.fi

AIKAKAUSMEDIA

Aikakausmedia.fi | Mediakortit.fi



@aikakausmedia