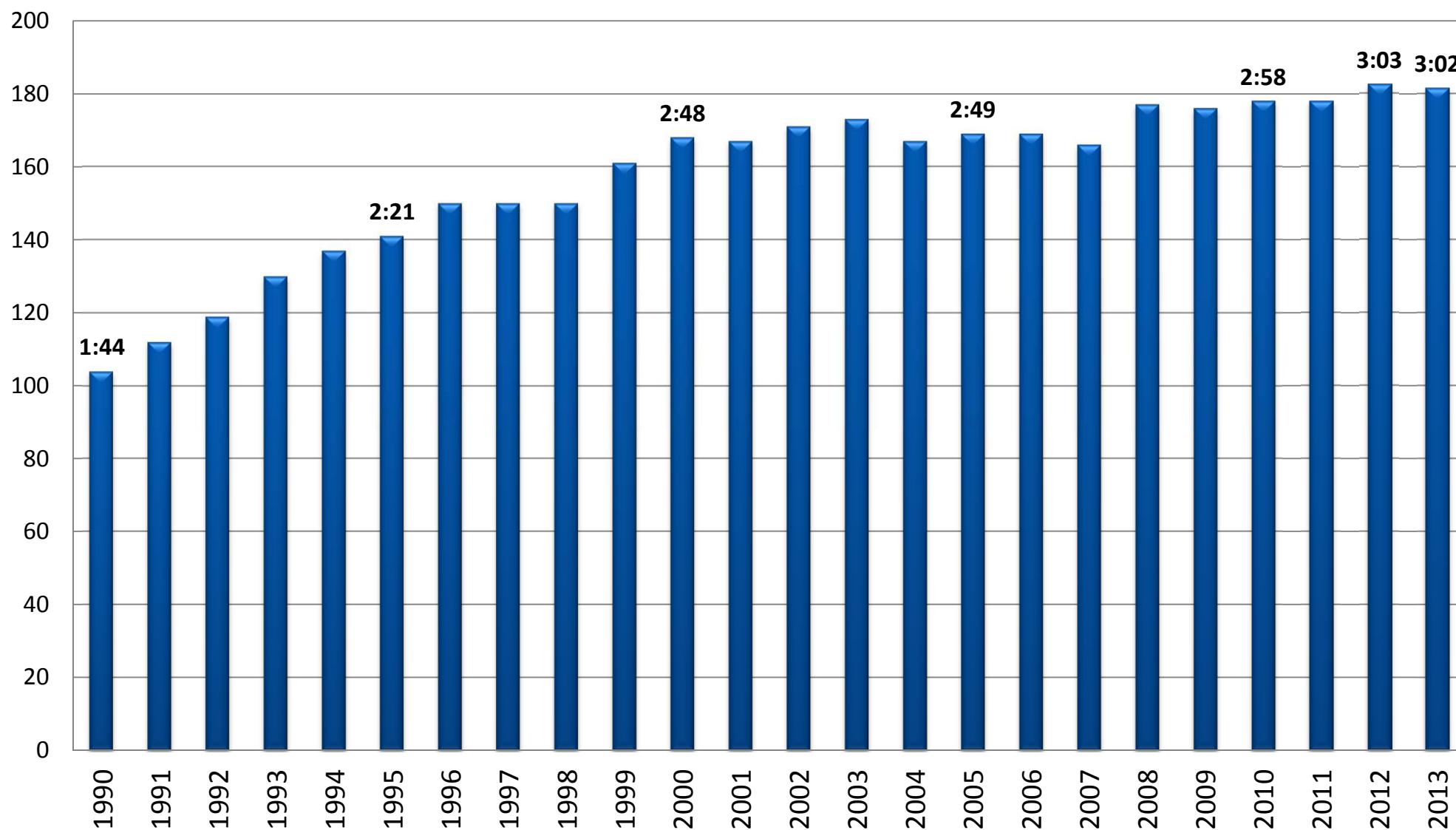


Television katselu Suomessa 2013

Tennispalatsi 23.1.2014

Lena Sandell

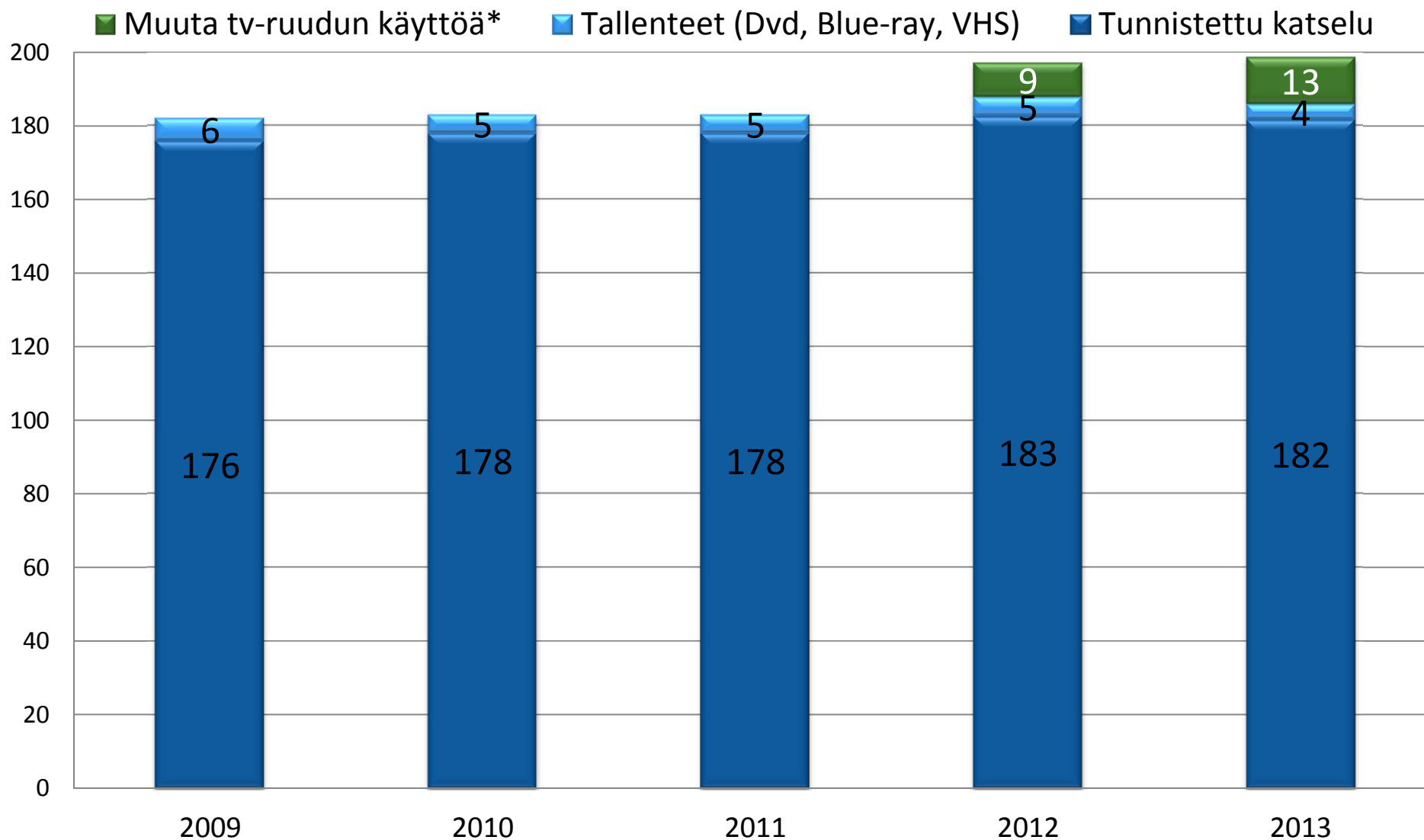
Television katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä



Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimus (10+), vuodesta 2008 lähtien mukana vieraat ja ajassa siirretty katselu, min/vrk



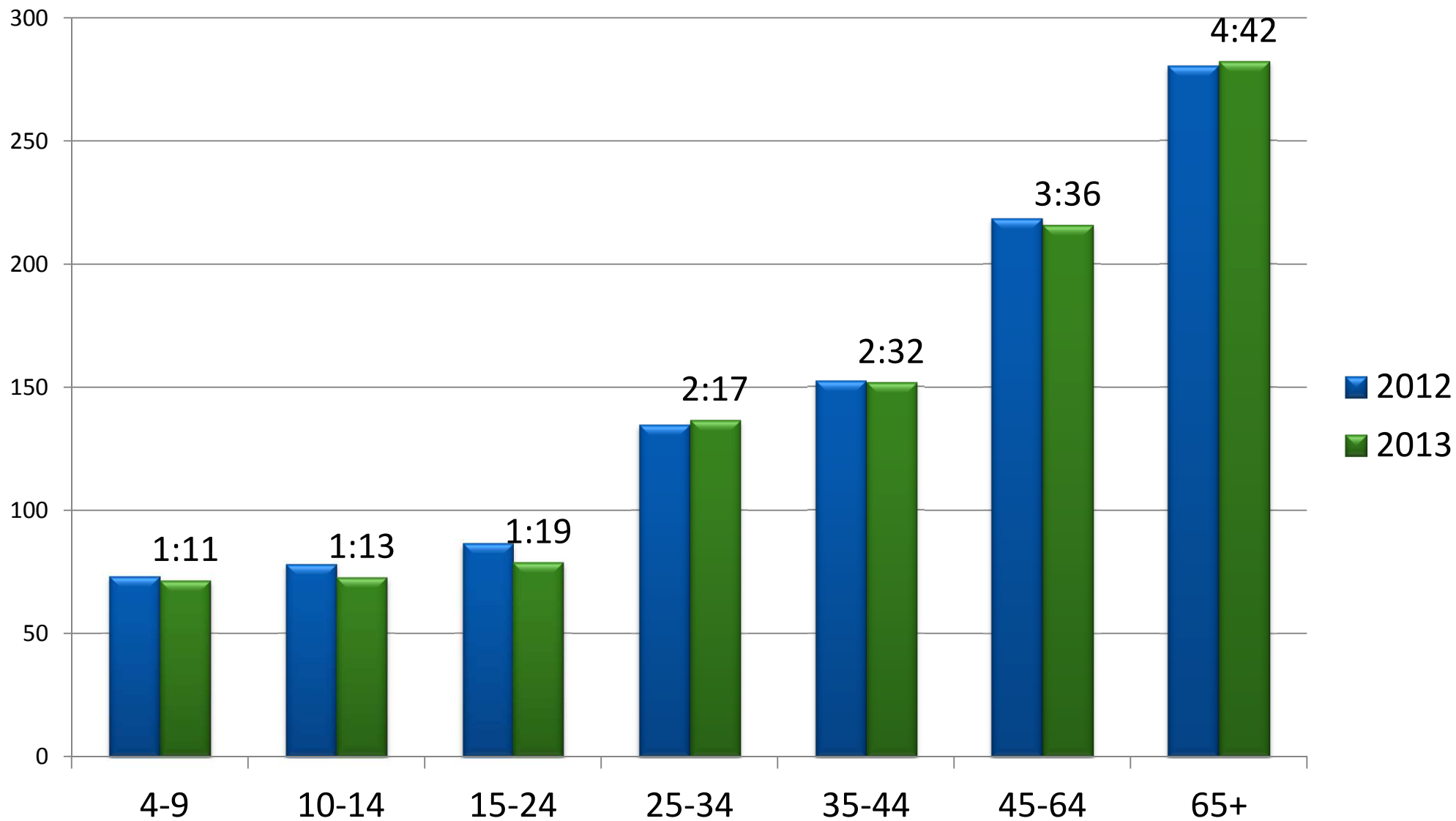
Television katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä



* Muu tv-ruudun käyttö: mm. yli 7 vrk ajansiirto, VOD esim. Netflix, pelaaminen (osittain), älytelevision tai oheislaitteen muu käyttö tv-ruudun kautta sekä ei referoidut tv-kanavat playback-laitteilta.



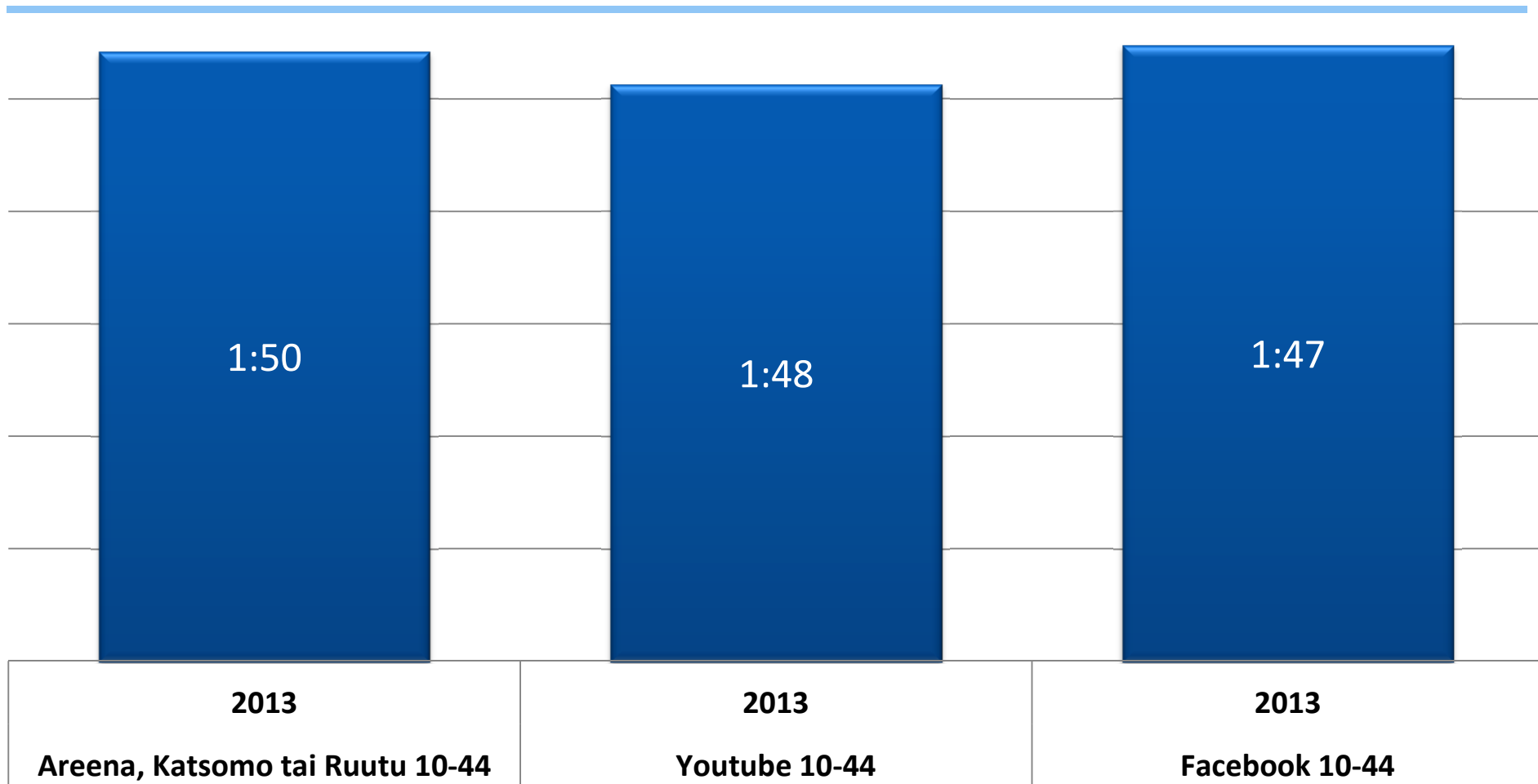
Television katseluun käytetty aika ikäryhmittäin



Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimus, min/vrk

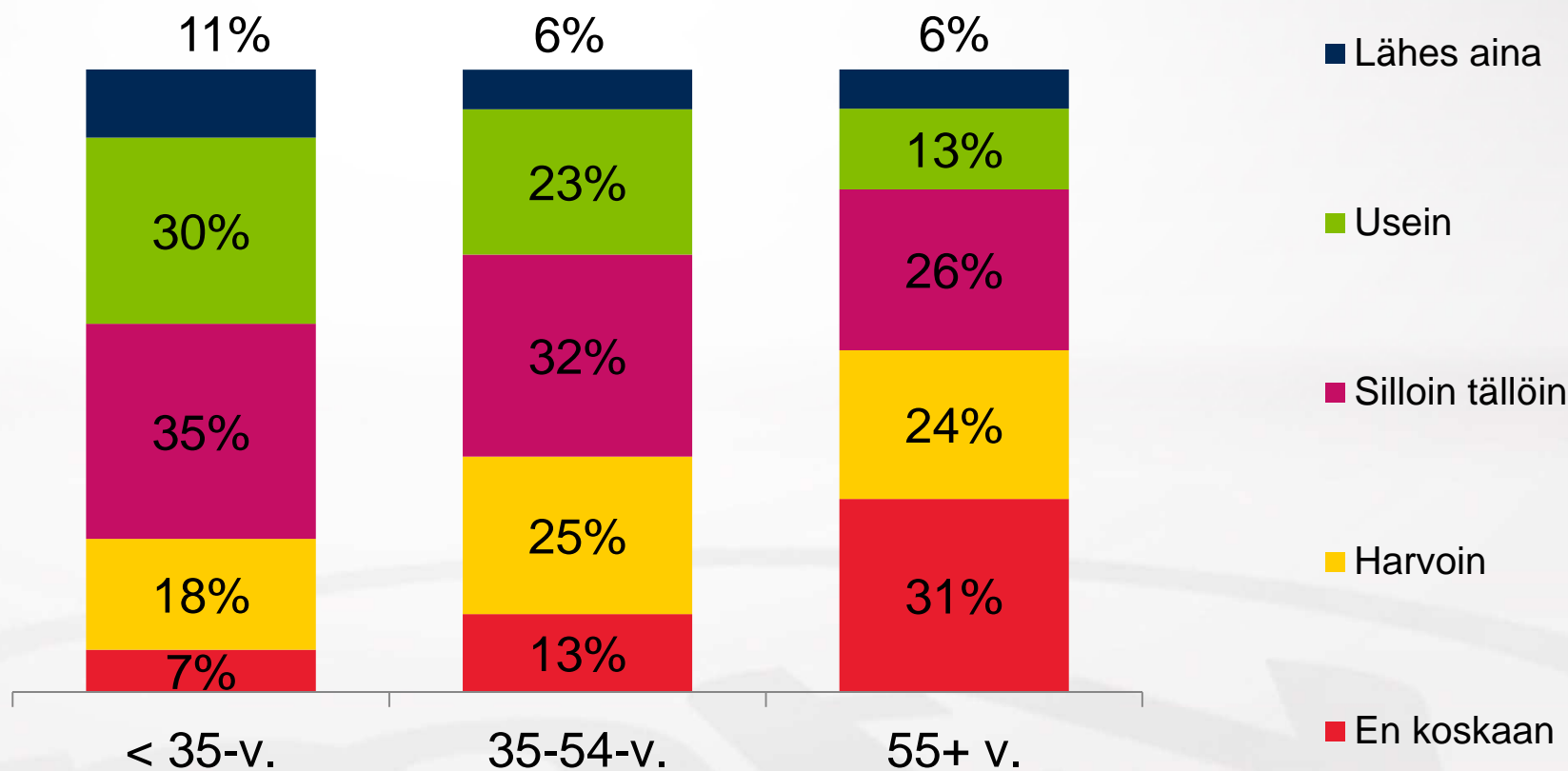
Nettipalveluiden aktiivikäyttäjät* television katsojina

10-44 vuotiaat: TV-katselua päivittäin keskimäärin 1:56 (2013)

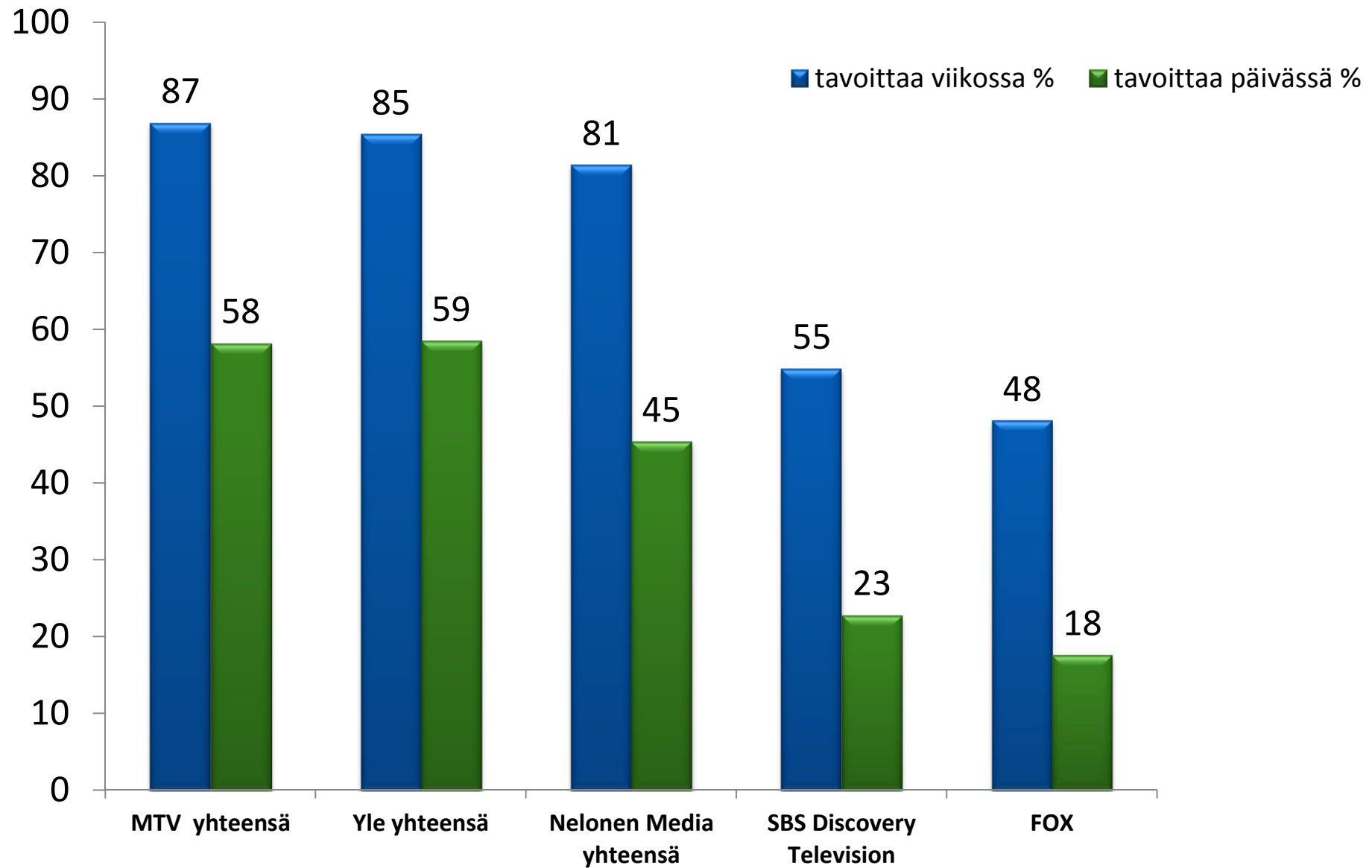


* Käyttää vähintään kerran viikossa

Second Screen: Kun katsot TV:tä, kuinka usein olet samaan aikaan netissä tietokoneella, tablettitietokoneella tai älypuhelimella?



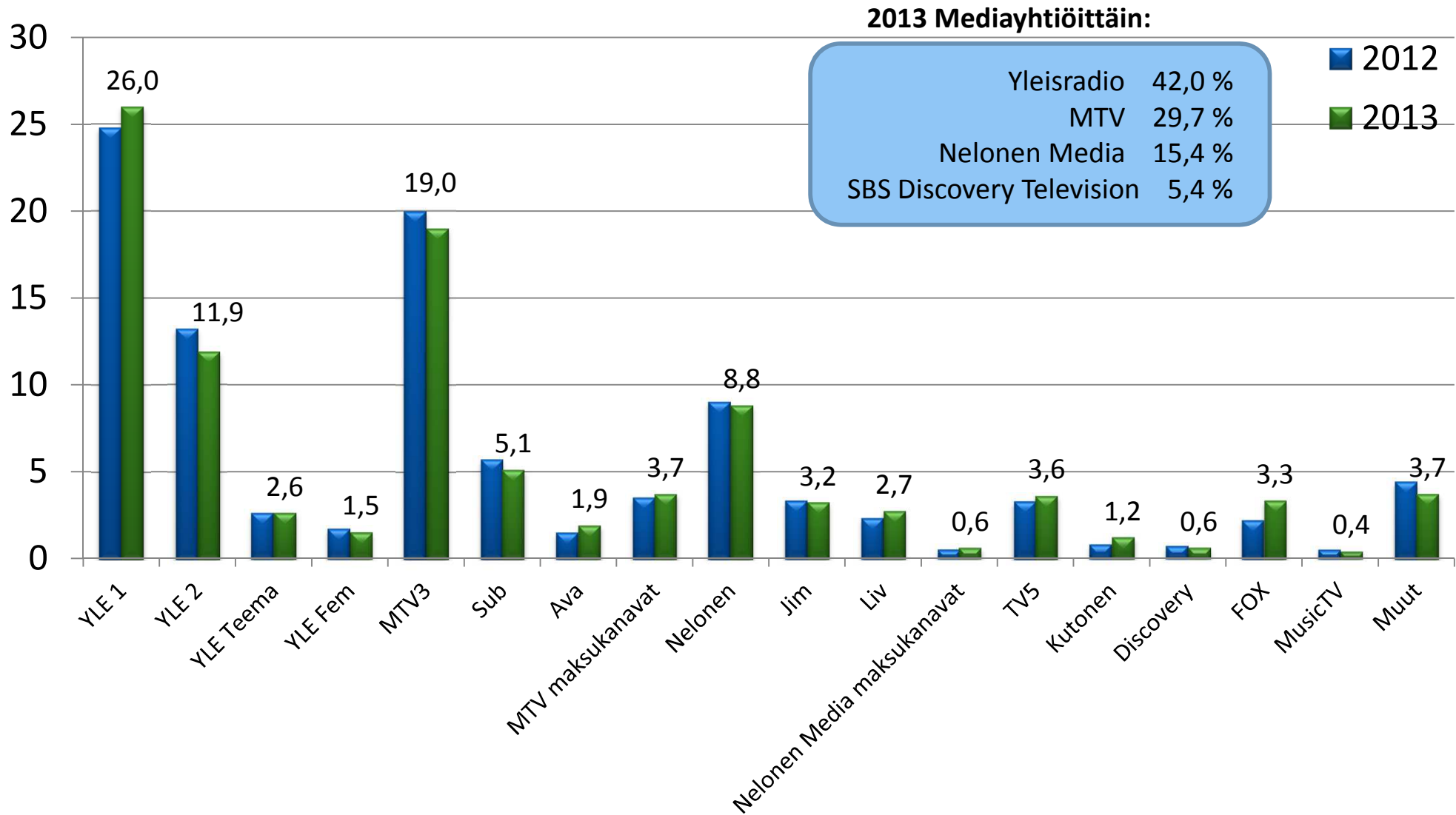
Televisio tavoittaa viikossa lähes kaikki suomalaiset (92 %)



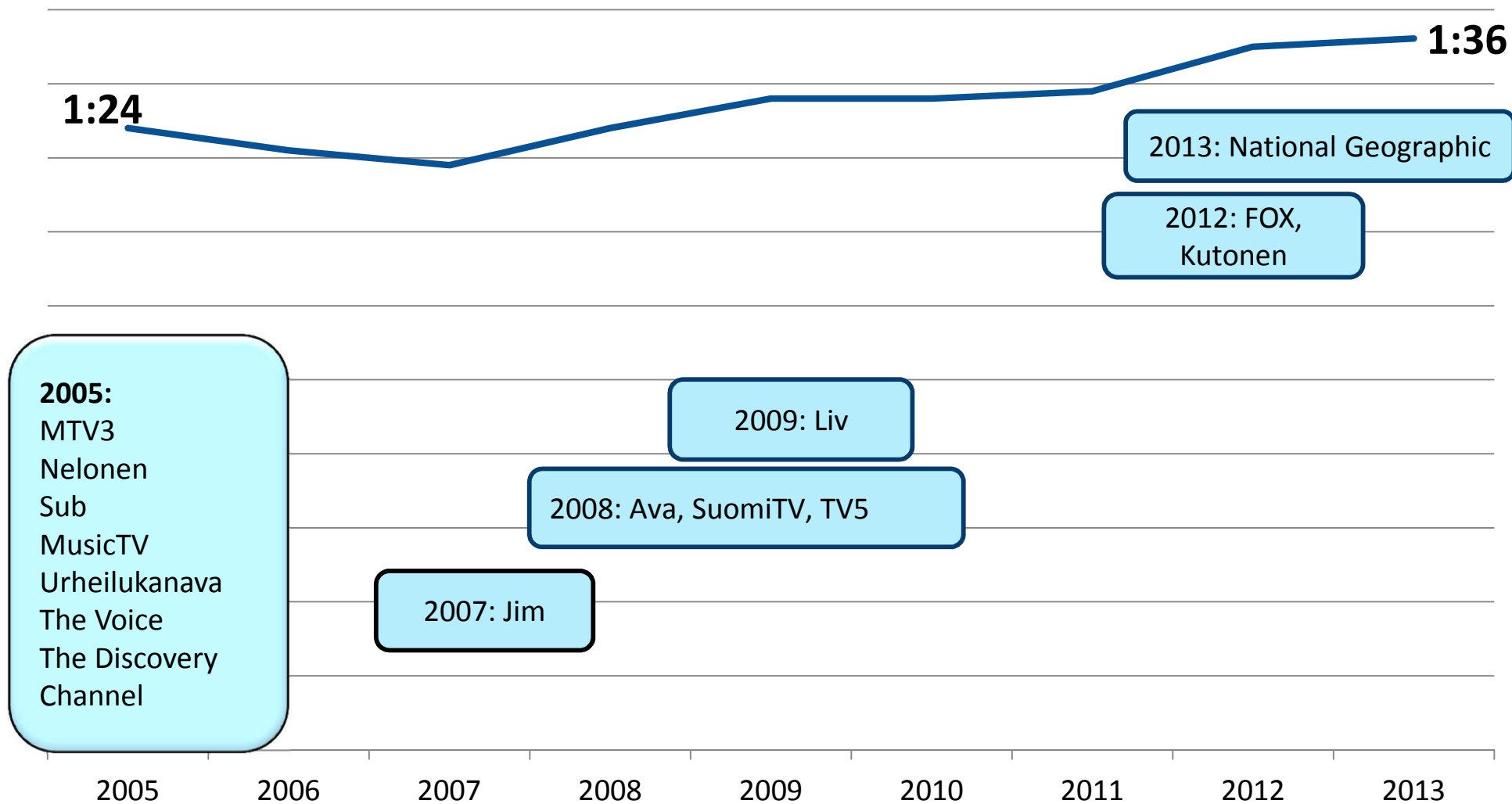
Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimus 2013 (10+ vuotiaat)



TV-kanavien katseluosuudet (%)



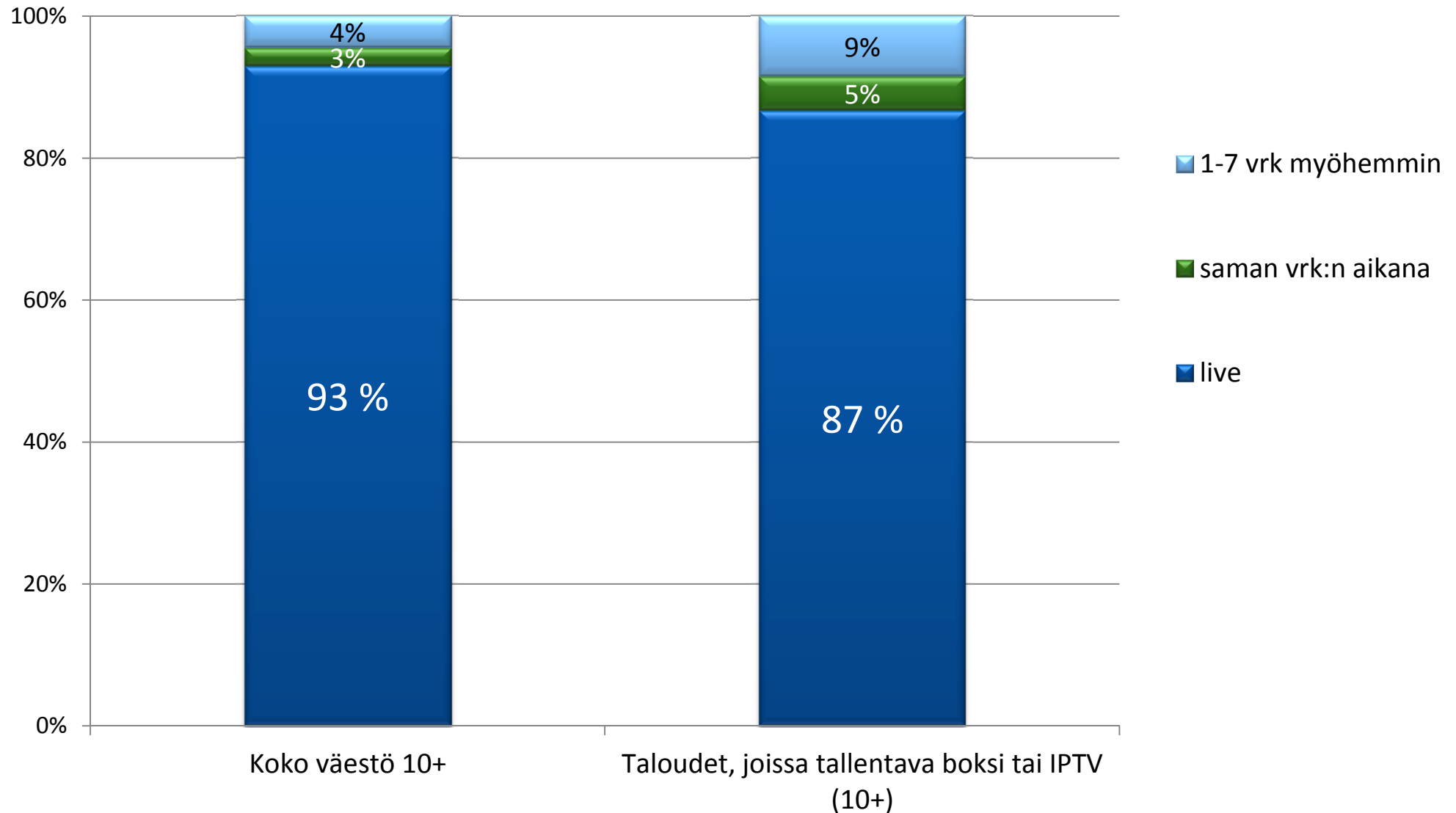
Kaupallisten kanavien kokonaiskatselu kasvaa



Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimus 10+ vuotiaat (vieras- ja ajassa siirretty katselu sisältyvät v. 2008 alkaen)
Kaupalliset kanavat = Suomessa mainosaikaa myyvät kanavat



Valtaosa tv-ohjelmista katsotaan "livenä", myös talouksissa joissa on tallentava boksi/telkkari tai IPTV



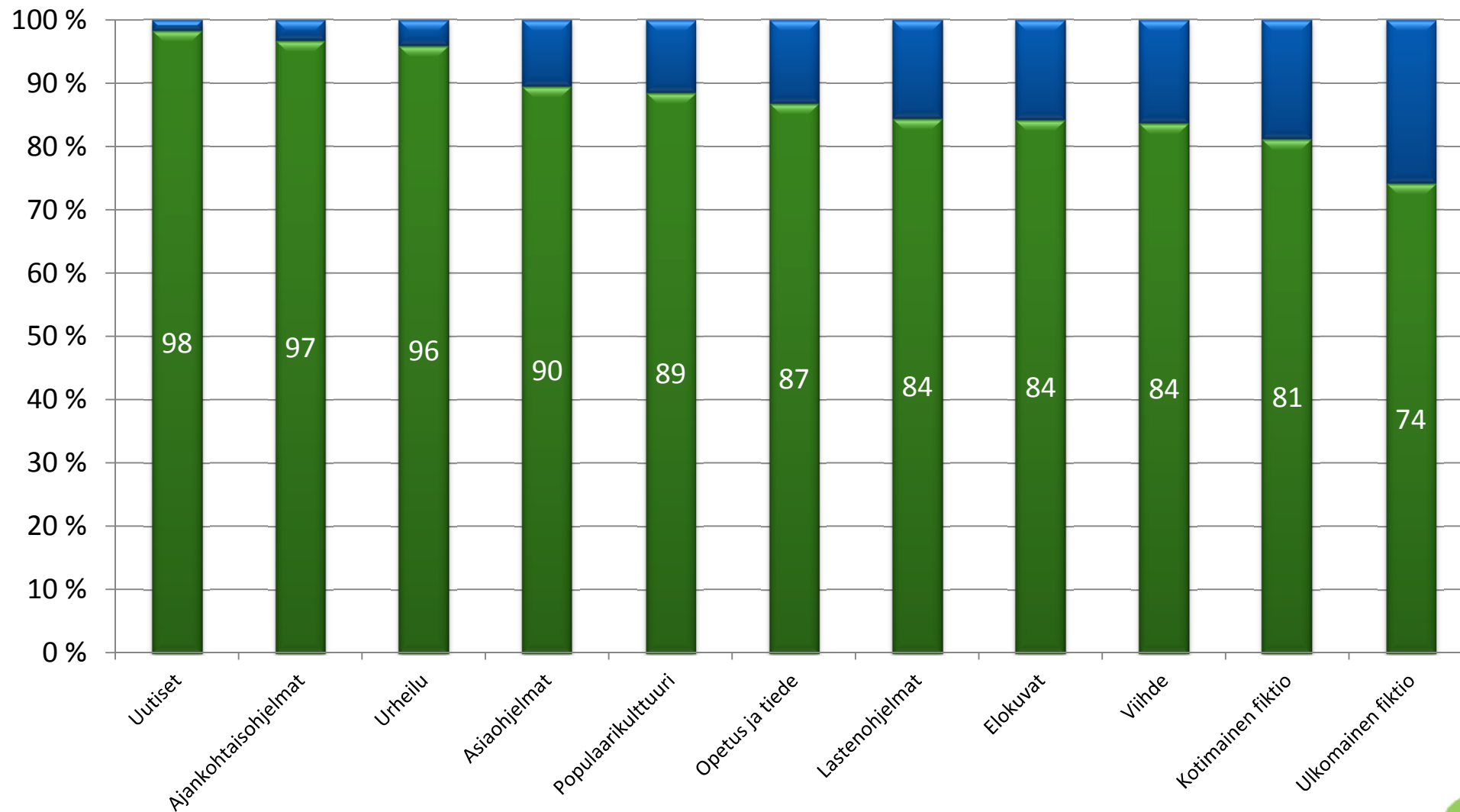
DVR- ja IPTV-taloudet: Uutiset, ajankohtaisohjelmat ja urheilu katsotaan liveinä

Jääkiekon MM-kisat 2%, Itsenäisyyspäivän juhlavastaanotto 3 %

■ tallennekatselu

■ live

Putous ja The Voice of Finland n. 25-27 %



Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimuksen vuosiyhteenveto 2013, 4+ väestö pl vieraat



Kolmasosalla TV-talouksista maksu-TV, näissä talouksissa 18 % katselusta maksukanaville



Maksu-TV-talouksissa:

Lasten (4-14v) katselusta 36 % maksukanaville

Miesten katselusta 21 % maksukanaville

Katsotuimmat kanavat:

MTV Juniori
Disney Channel
Nelonen Nappula

Katsotuimmat kanavat:

MTV MAX
Eurosport
Discovery



Katsotuimmat sarjaohjelmat 2013

| Ohjelma | Kanava | Keskikatsojamäärä (ensiesitysten ka.) | Esituskertoja |
|------------------------|---------|--|---------------|
| Putous | MTV3 | 1 262 000 | 8 |
| Tanssii Tähtien kanssa | MTV3 | 1 035 000 | 10 |
| Pirunpelto | Yle TV2 | 994 000 | 6 |
| Tangomarkkinat | Yle TV1 | 857 000 | 3 |
| Taivaan tulet | Yle TV2 | 853 000 | 11 |
| Vain elämää | Nelonen | 816 000 | 8 |
| Salatut elämät | MTV3 | 775 000 | 170 |
| The Voice of Finland | Nelonen | 724 000 | 17 |
| Uutisvuoto | Yle TV1 | 704 000 | 34 |
| Yle Uutiset | Yle TV1 | 690 000 | 365 |

Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimuksen yhteenveto 2013, 10+ vuotiaat, ohjelman ensiesitykset.
Poistettu: uusinnat, urheilutapahtumat, alle 3 kertaa lähetetyt ohjelmat ja alle 3 minuuttia kestäneet ohjelmat.



yle

Docventures toi uutta yleisöä ja piti otteessaan 12 viikkoa

Suomalaisista
67 % kuullut
Docventuresista

Uutta yleisöä Ylelle
ja dokumenteille

Livetapahtumia:
Leffapiknik

Yli **60 000** FB-
tykkääjää

Ohjelmat tavoittivat yht.
1,8 miljoonaa yli 10v
suomalaista (=37 %)

Nettisisällöillä vieraili
keskim. **72 000**
eri selainta / vko

Kaksi Kultaista
Venlaa:
mm. Vuoden
tv-teko

Loi ilmiöitä ja
puheenaiheita:
Lihaton lokakuu,
Liity heti kirkkoon

Docventures
Yle Puheen
ladatuimpia
radiosisältöjä

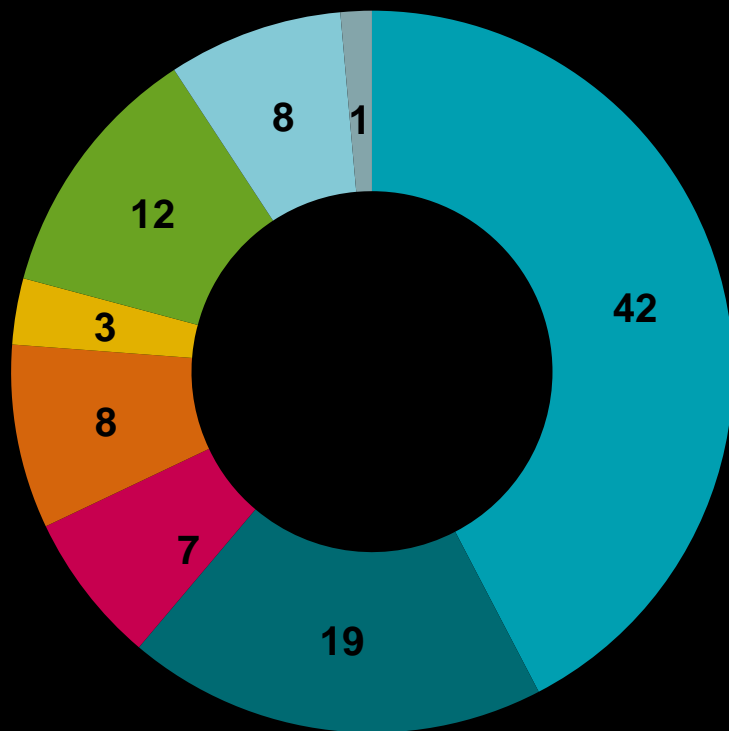
Areenakatselun
osuus jopa **20 %**



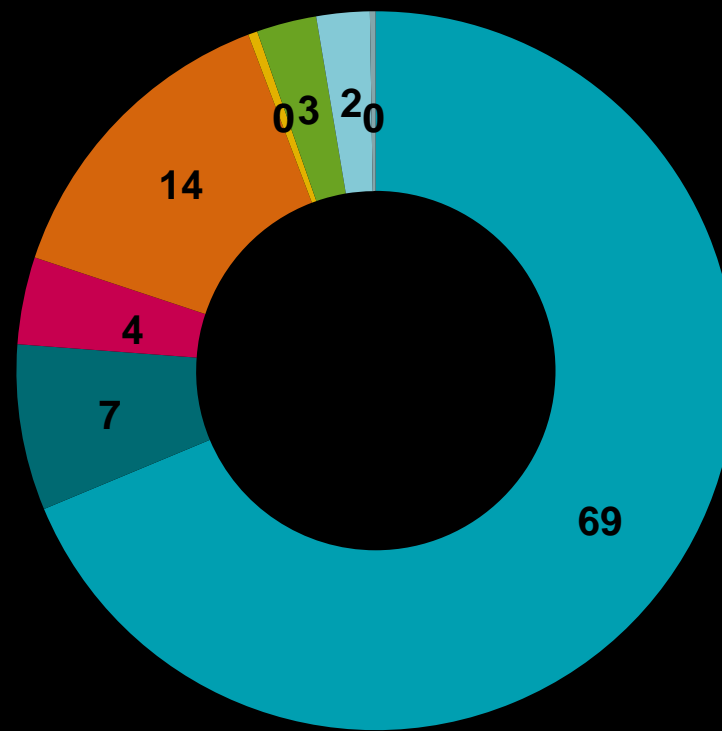
Docventures oli transmediainen

(Mistä seurannut, maininnat %, alle ja yli 45-v)

Alle 45-v. (n=813)

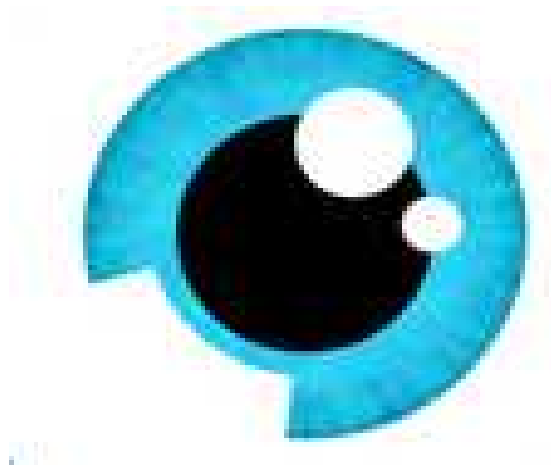


Yli 45-v. (n=312)



■ Televisiosta ■ Yle Areenasta ■ Radiosta (myös nettiradio) ■ Lehdestä ■ Twitteristä ■ Facebookista ■ Muualta internetistä ■ Muualta

Ennätysten ilta 13.9: Julkkis Big Brother alkaa!



620 000 free-
käynnistystä
Katsomossa

Ohjelman
keskikatsojamäär
ä **817 000**

355 000
eri kävijää
sivustolla



22 000 twiittiä

Julkkis Big Brother alkaa!

3.9.2013

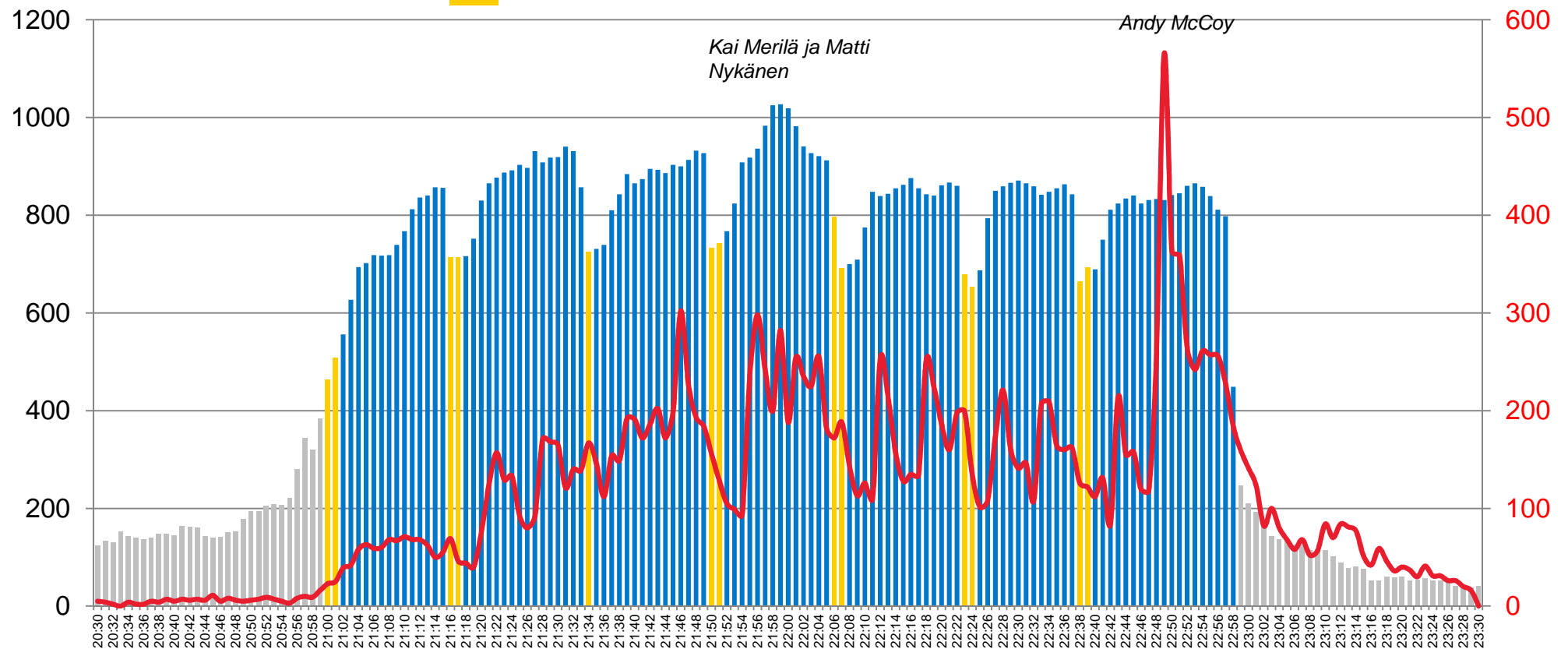
Katsojamäärä
(000) per min

Ohjelman katsojamäärä (000) 4+ v.

Twitter

Twiiit
per min

Mainoskatkot (000)



Lähde: Finnpanel TV-mittaritutkimus 3.9. 4+ v. lopullisin luvuin
ja Twitter #bbsuomi (kaikki twiitit, jotka sisältävät #bbsuomi tagin)

sub.

ARMAN JA VIIMEINEN RISTIRETKI

Päälähetys
Jimillä
155 000

Ohjelma tavoitti
kaiken kaikkiaan
1 504 000

Joulumaraton
Jimillä
(tavoittavuus)
360 000

Kultainen Venla -gaalan
palkinnot: paras realityohjelma
ja
yleisöäänestyksen paras
esiintyjä

FB-fanit
81 600

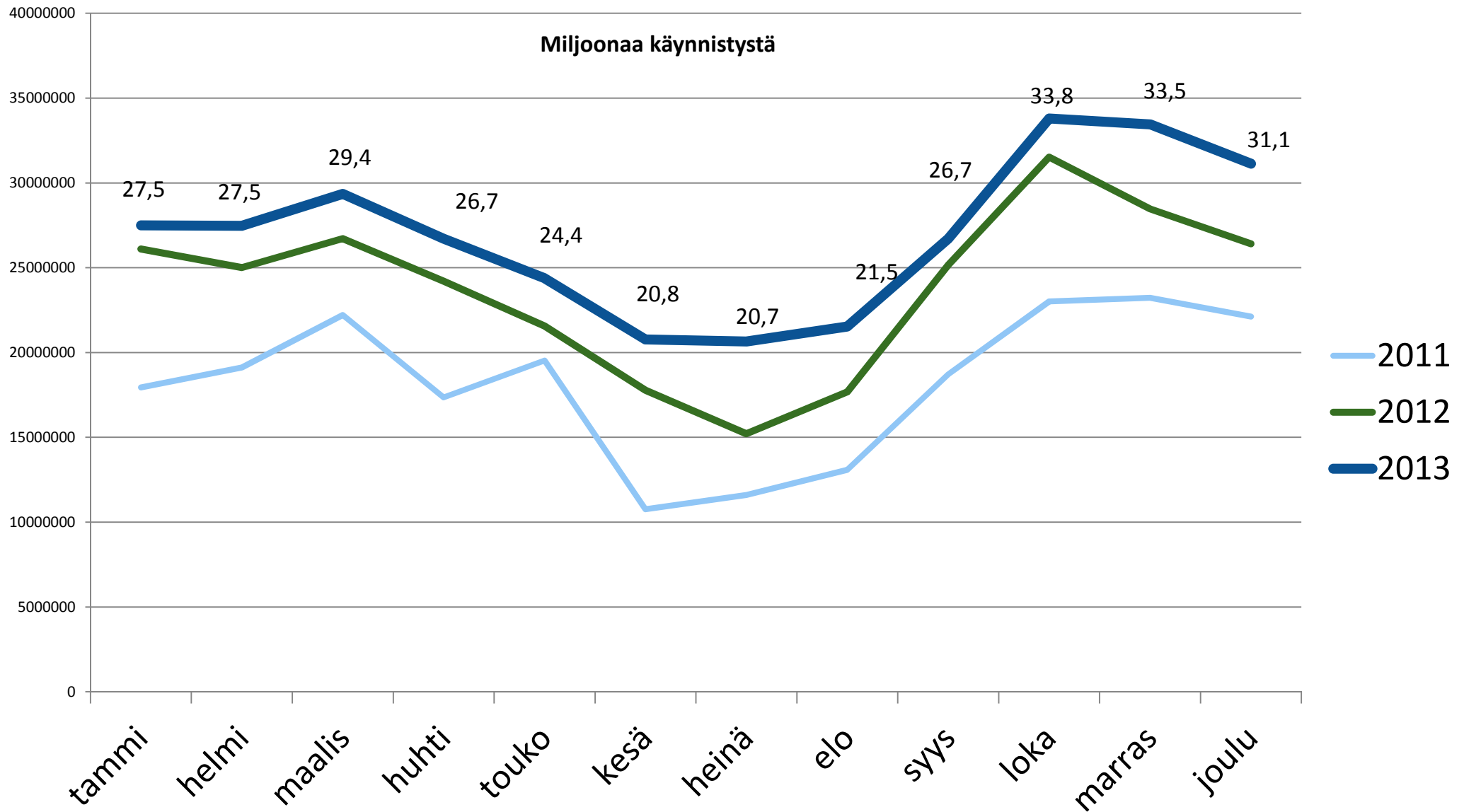


Yli 45 000
twiittiä



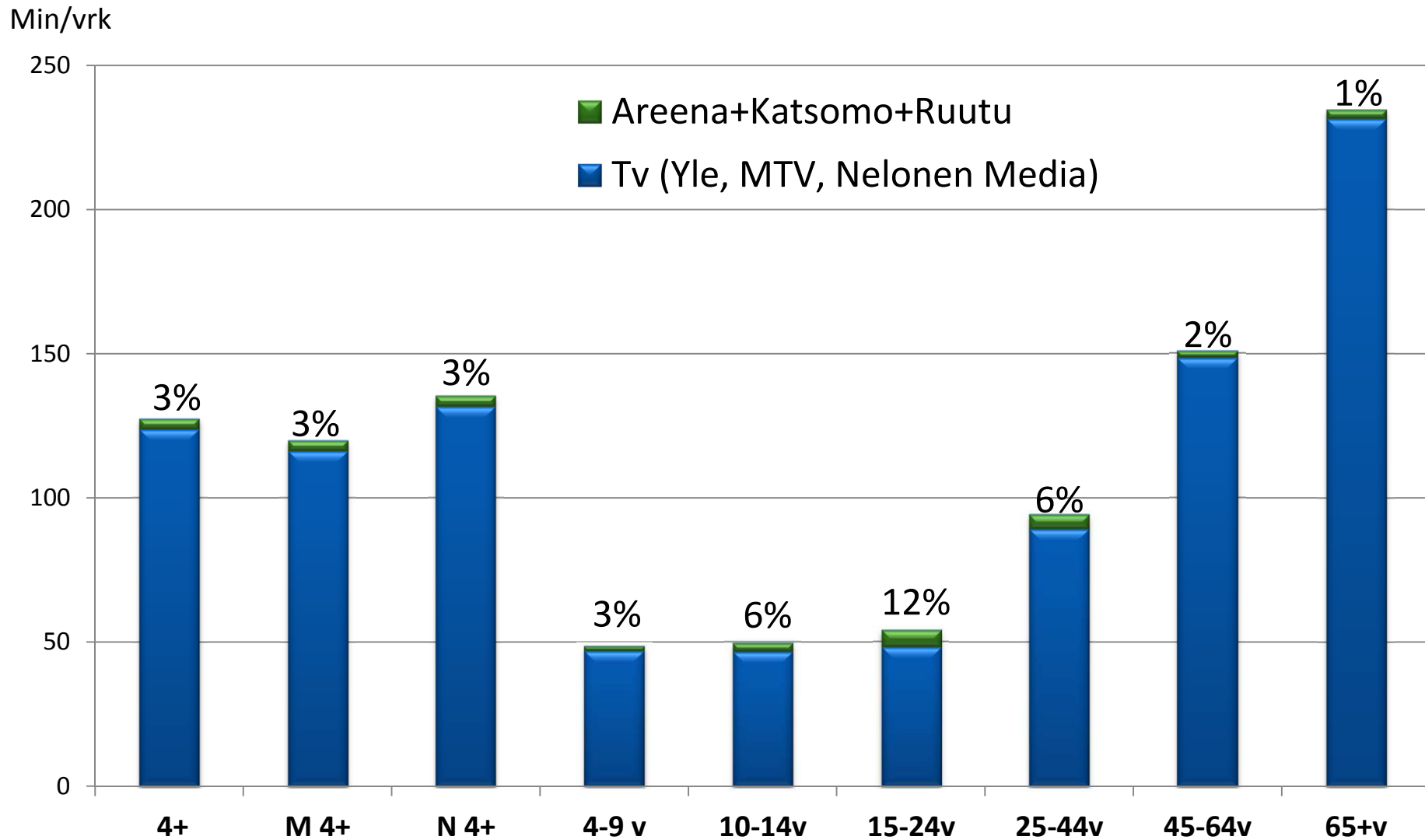
Jaksojen ja klippien
käynnistyksiä Ruudussa
yhteensä 682 000

Areena, Katsomo ja Ruutu: 27 miljoonaa katselukertaa/kk



Lähde: YLE:n, MTV Oy:n ja Nelonen Median tilastointi (maksuton sisältö TV1, TV2, Teema, Fem, MTV3, Sub, AVA, Nelonen, Jim ja Liv)

Lokakuu 2013: Valtaosa MTV:n, Nelonen Median ja Yle:n videosisällöistä katsotaan telkkarin kautta



Lähde: Finnpanel , erilliskysely TV-mittaritutkimuksen otoksessa viikolla 44/2013

Televisiokatselun puitteet vuonna 2003 ja 2013

| | 2003 | 2013 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|
| Telkkareita Suomessa | 3 544 000 | 4 400 000 |
| Maksuttomat valtakunnalliset kanavat | 4 | 13 |
| Tallentavat boksit tai TV:t | - | 34 % |
| IPTV | - | 9 % |
| Maksu-tv-tilaajat | 101 000 | 746 000 |
| Laajakaista kotona | 16 % | 84 % |
| Katsoo telkkaria tietokoneella | 3 % | 44 % |
| TV-katselu päivittäin (h:min) | 2:53 | 3:02 |

Katsotuimmat ohjelmat 2013

| Ohjelma | Kanava | Viikonpä | Pvm | Klo | Keskikatsojamäärä | Osuus väestöstä % |
|------------------------------------|--------|----------|-------|-------|-------------------|-------------------|
| Yle Uutiset | TV1 | pe | 6.12. | 20:30 | 1 980 000 | 41 % |
| Itsenäisyyspäivän juhlavastaanotto | TV1 | pe | 6.12. | 18:34 | 1 947 000 | 41 % |
| Yle Uutiset | TV1 | pe | 6.12. | 18:30 | 1 871 000 | 39 % |
| Yleisurheilun MM | TV2 | la | 17.8. | 16:47 | 1 508 000 | 32 % |
| Putous | MTV3 | la | 23.2. | 19:29 | 1 432 000 | 30 % |
| Jääkiekon MM-kisat: Venäjä - Suomi | MTV3 | pe | 10.5. | 21:53 | 1 379 000 | 29 % |
| Itsenäisyyspäivän jatkot | TV1 | pe | 6.12. | 21:31 | 1 347 000 | 28 % |
| Jääkiekon MM-kisat: Latvia - Suomi | MTV3 | ti | 14.5. | 21:00 | 1 331 000 | 28 % |
| Jääkiekon MM-kisat: Pronssiottelu | MTV3 | su | 19.5. | 18:26 | 1 249 000 | 26 % |
| Kymmenen Uutiset | MTV3 | ti | 14.5. | 21:44 | 1 242 000 | 26 % |

Lähde: Finnpanel, TV-mittaritutkimus (10+ ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu)
Vain paras esityskerta huomioitu

Televisiolla hyvä vuosi 2013

- Katselua kolme tuntia päivässä – 21 tuntia viikossa
- Kotitalouksissa ennätysmäärä tv-vastaanottimia
- Areenan, Katsomon ja ruudun käynnistysmäärät kasvoivat 15 %
- Suosituimmat tv-sisällöt miljoonailmiöitä
 - Suurten lukujen ja keskiarvojen takana tuhansia erilaisia katselutarinoita





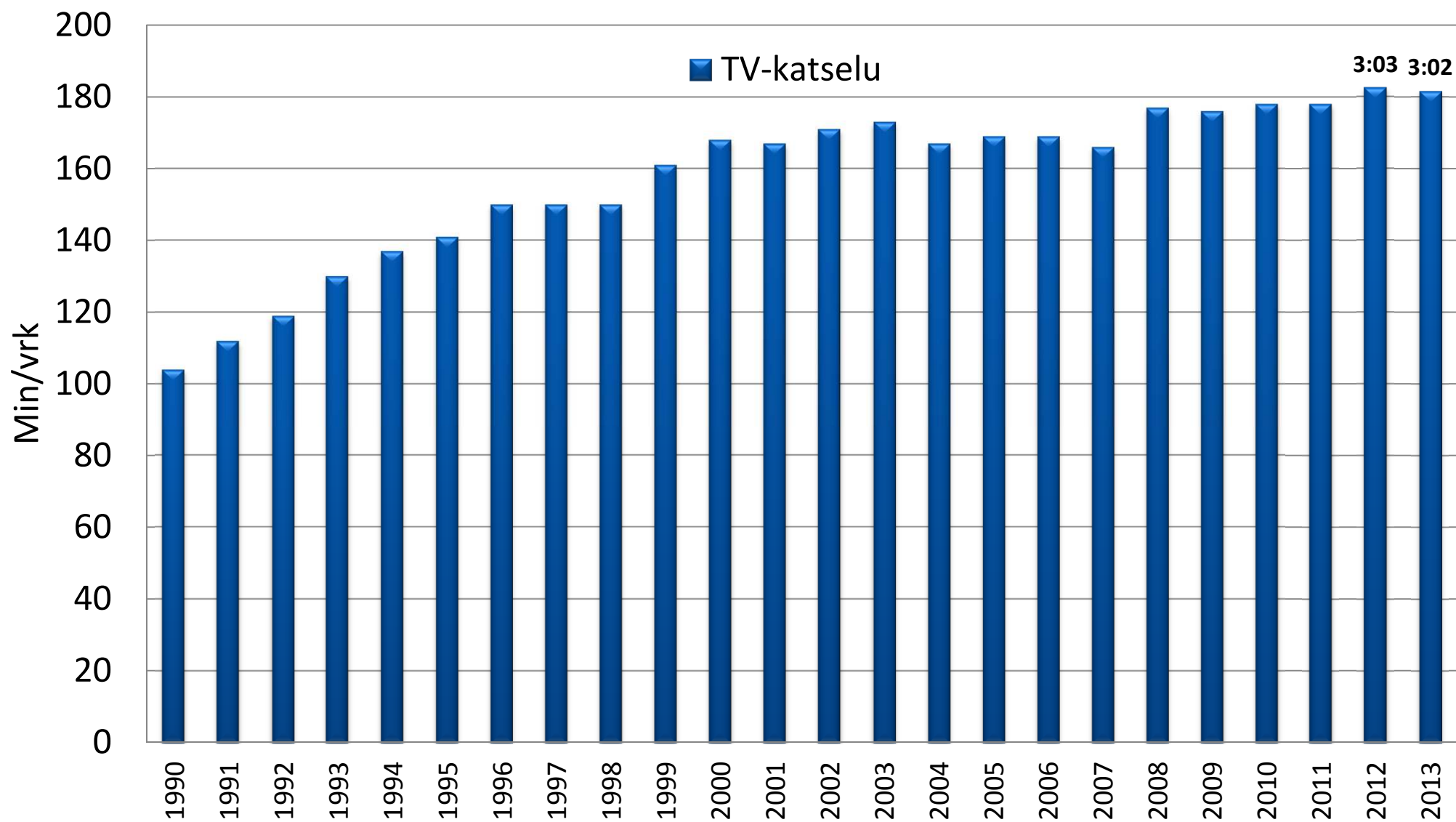
Lisää tietoa osoitteessa
www.finnpanel.fi



Lisää tietoa TV:n katselusta vuonna 2013



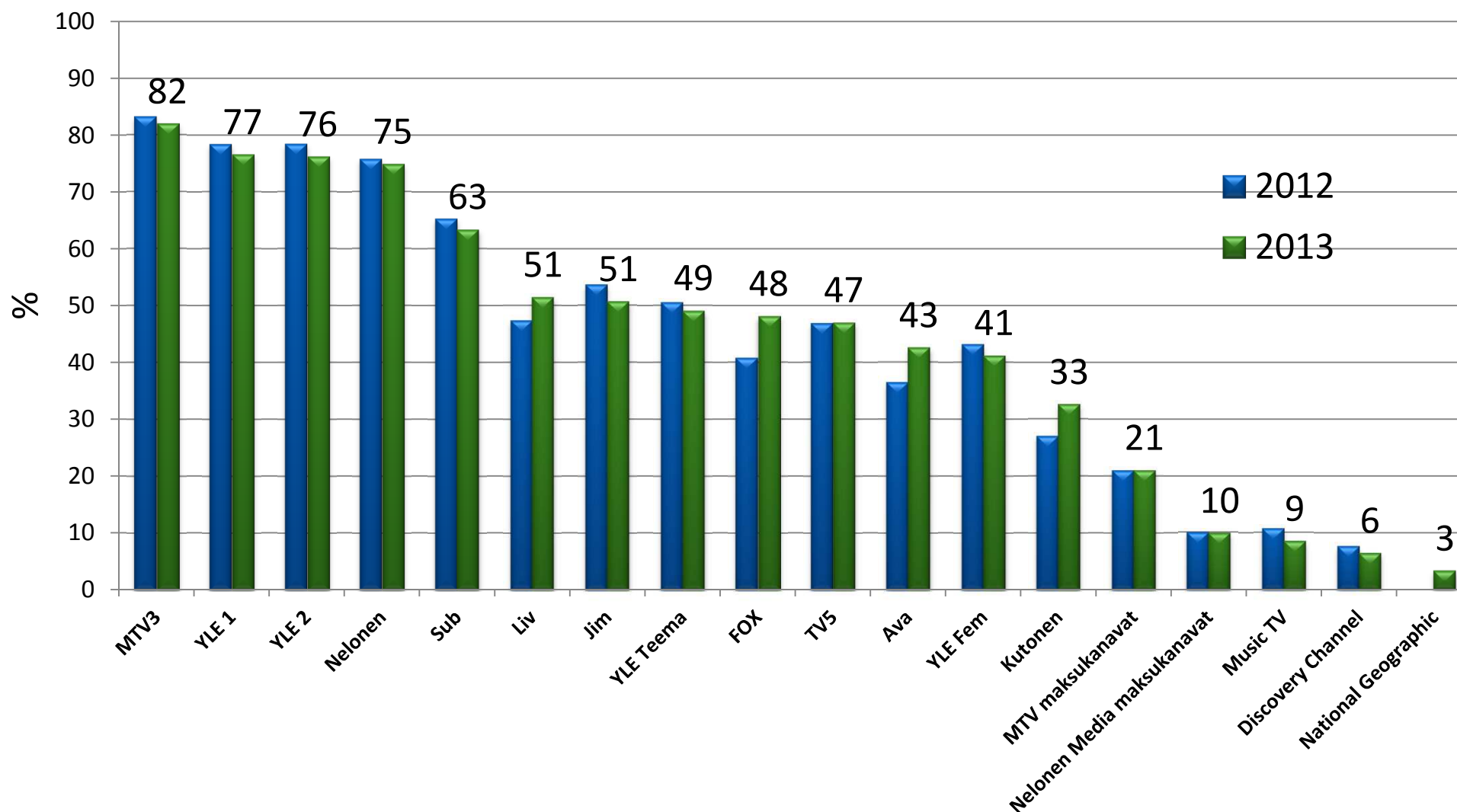
Television katseluun käytetty aika keskimääräisenä päivänä



Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimus (10+), vuodesta 2008 lähtien mukana vieraat ja ajassa siirretty katselu.



Kanavien keskimääräiset viikkotavoittavuudet (%) 2013



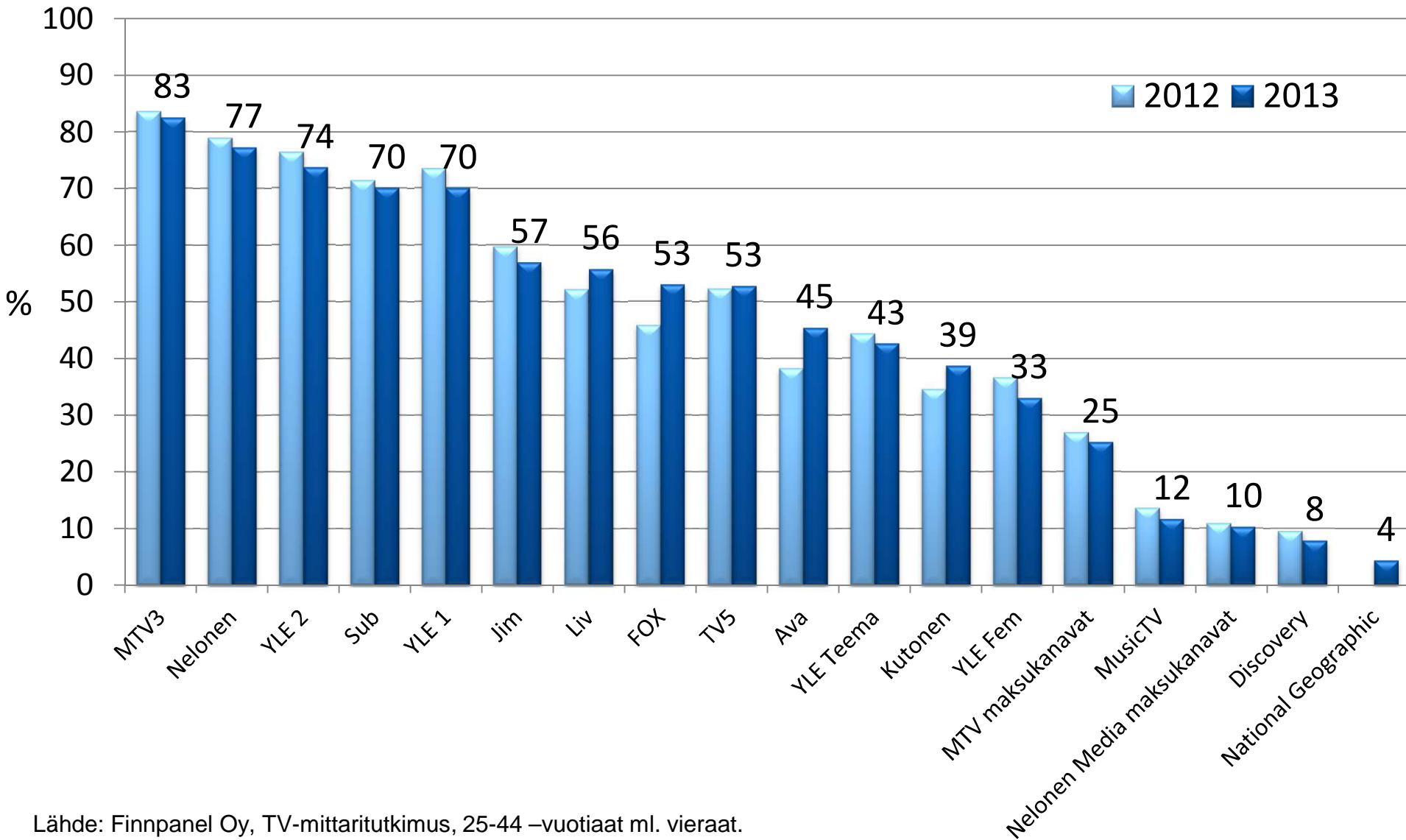
Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimus, 10+ vuotiaat ml. vieraat.

Tavoittavuus: vähintään 1 minuutin kanavaa katsoneet.

Ava laajensi antennijakeluun 1.2.2012, FOX (ennen 16.4.2012 SuomiTV)



Keskimääräiset viikkotavoittavuudet (%) 25-44



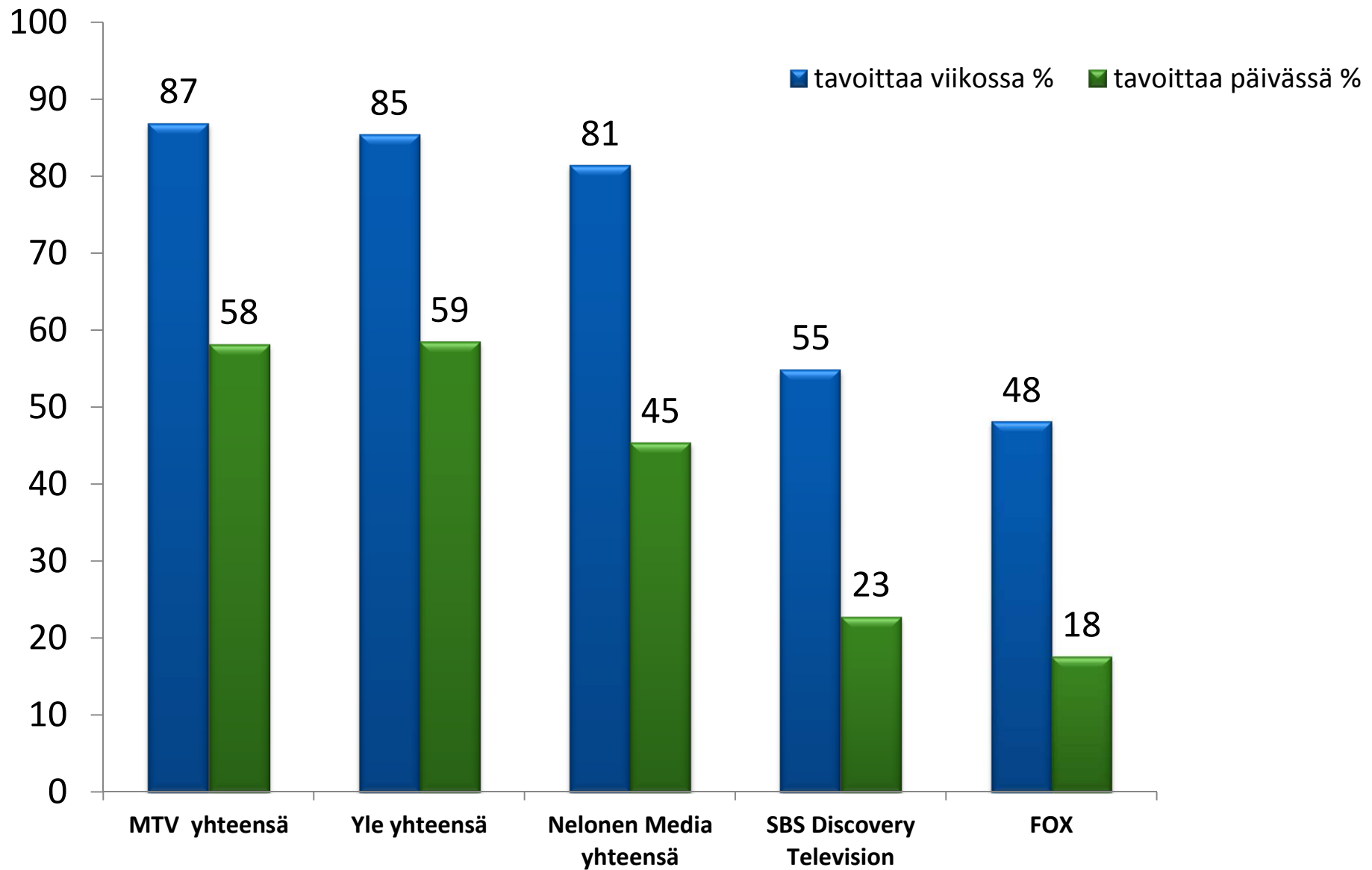
Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimus, 25-44 -vuotiaat ml. vieraat.

Tavoittavuus: vähintään 1 minuutin kanavaa katsoneet.

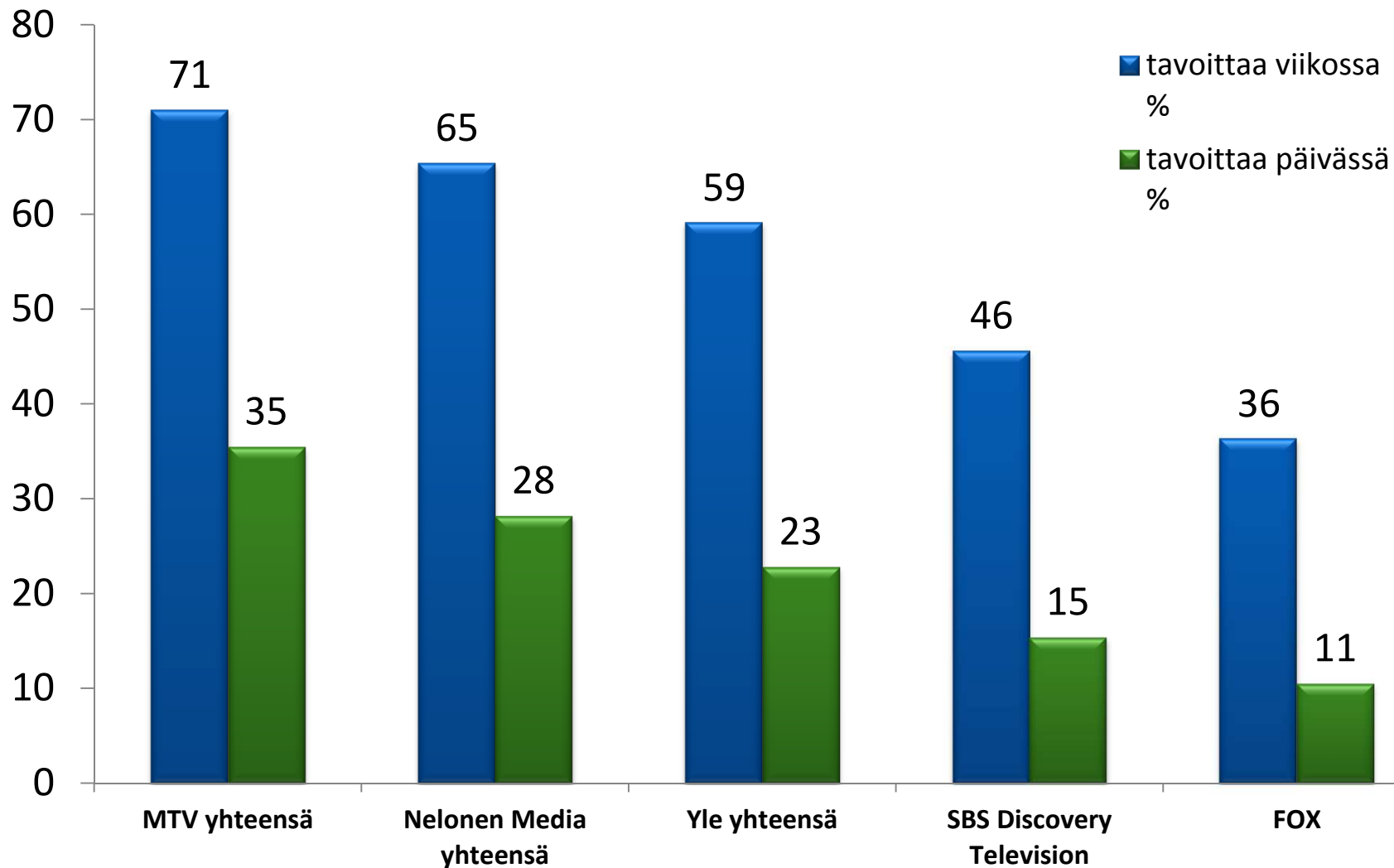
Ava laajensi antennijakeluun 1.2.2012, FOX (ennen 16.4.2012 SuomiTV)



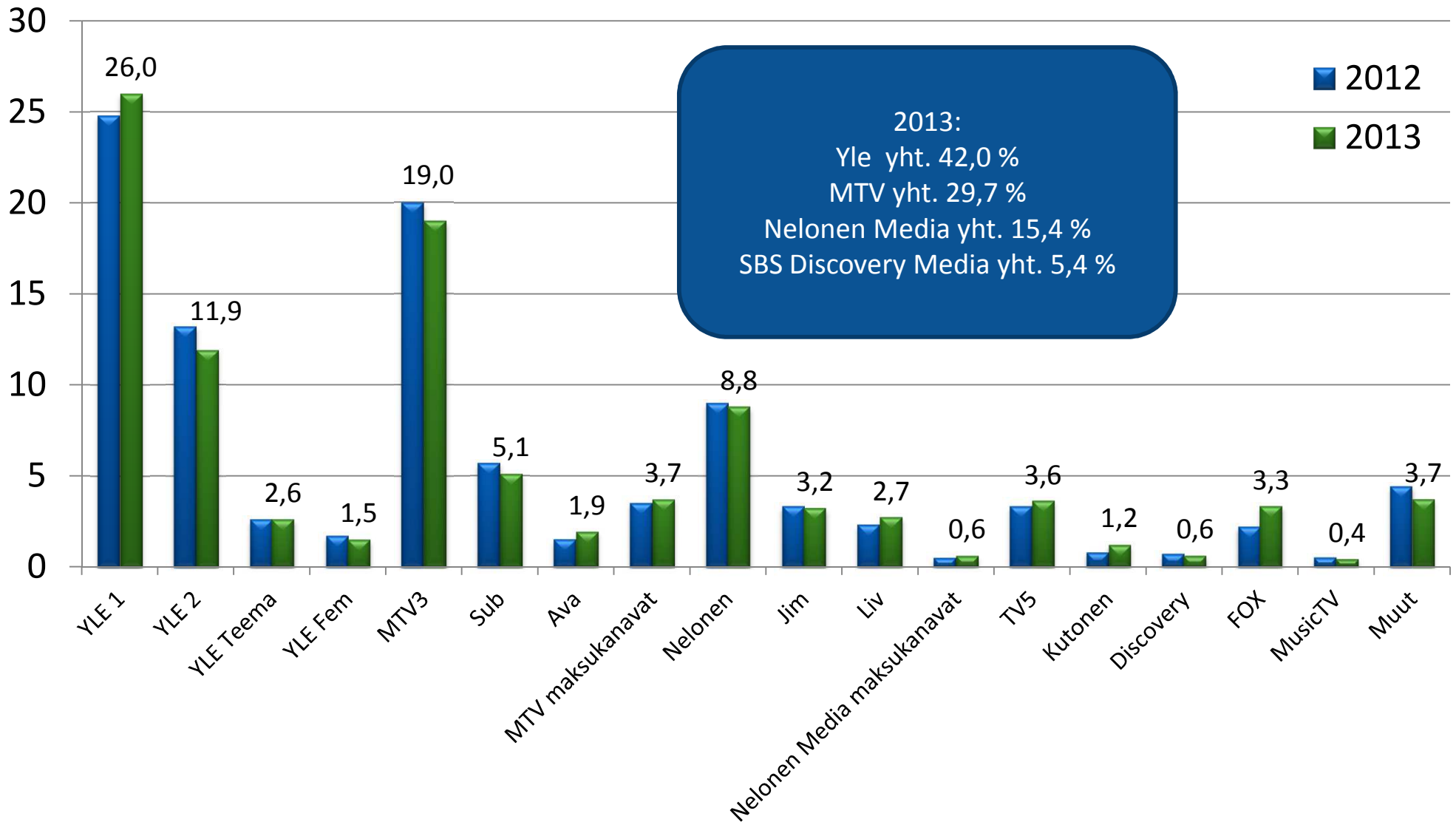
Televisio tavoittaa viikossa lähes kaikki suomalaiset (92 % kohderyhmästä)



Televisio tavoittaa viikossa yli puoli miljoonaa 15-24 –vuotiasta (79 % kohderyhmästä)



Kanavien katseluosuudet (%), koko vrk



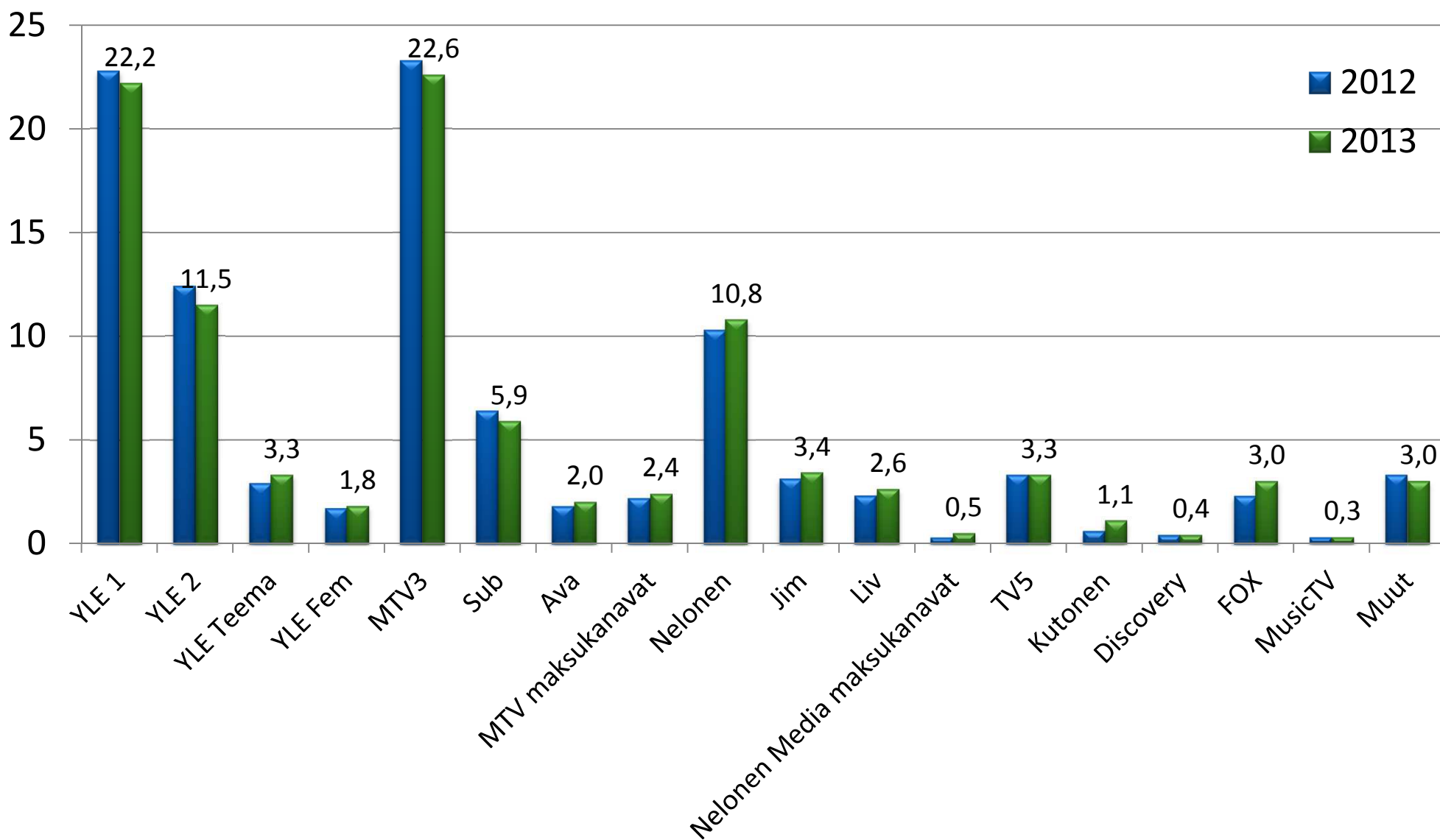
Lähde: TV-mittaritutkimus, 10+ vuotiaat ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu.

AVA laajeni antennijakeluun 1.2.-12.

FOX aloitti toimintansa 16.4.-12 SuomiTV:n kanavapaikalla.

Kutonen nimenmuutos 1.9.-13

Kanavien katseluosuudet (%), klo 18-23

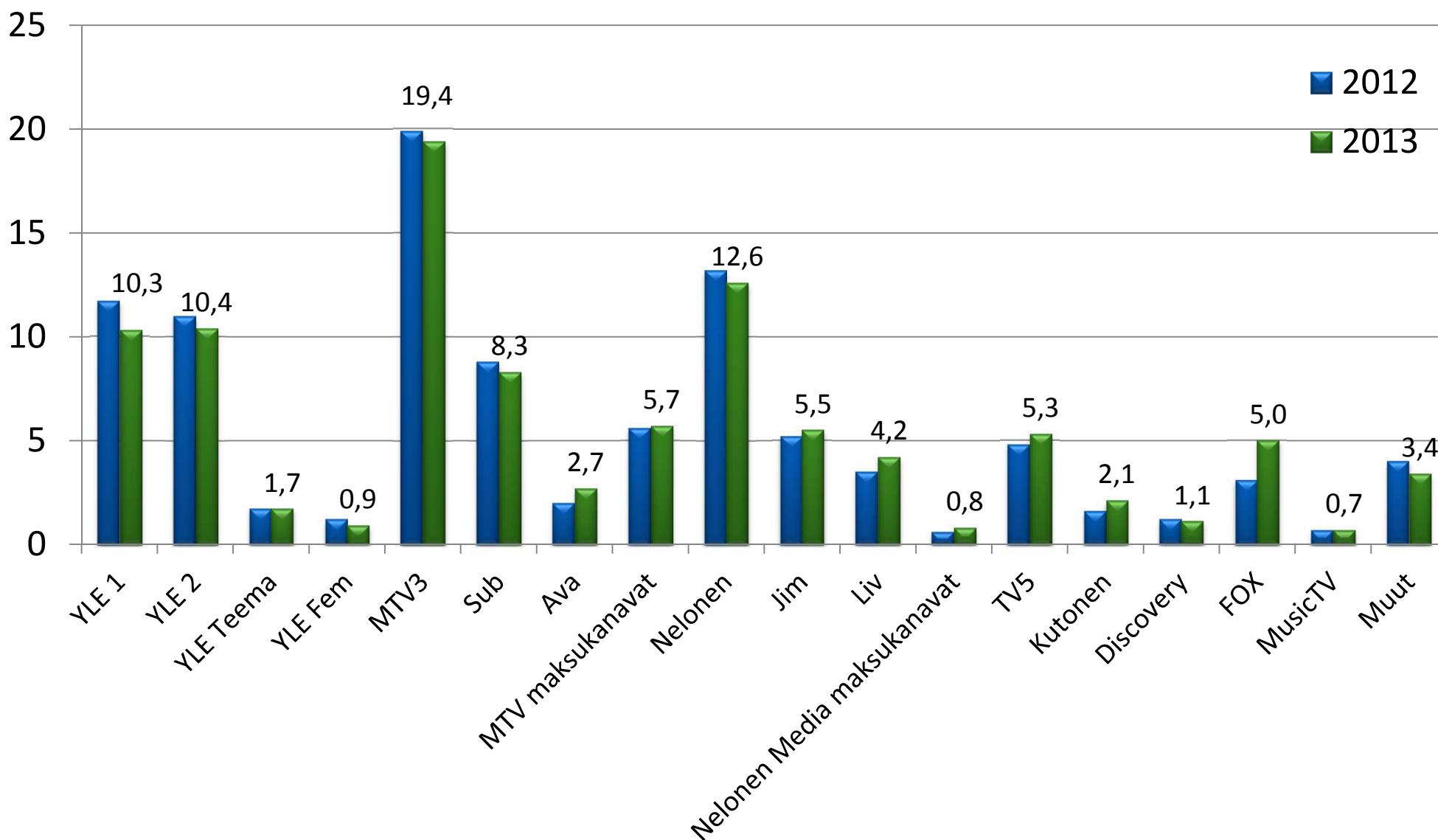


Lähde: TV-mittaritutkimus 10+ vuotiaat ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu.

AVA laajeni antennijakeluun 1.2. -12.

FOX aloitti toimintansa 16.4.-12 SuomiTV:n kanavapaikalla.

Kanavien katseluosuudet (%) 25-44, koko vrk

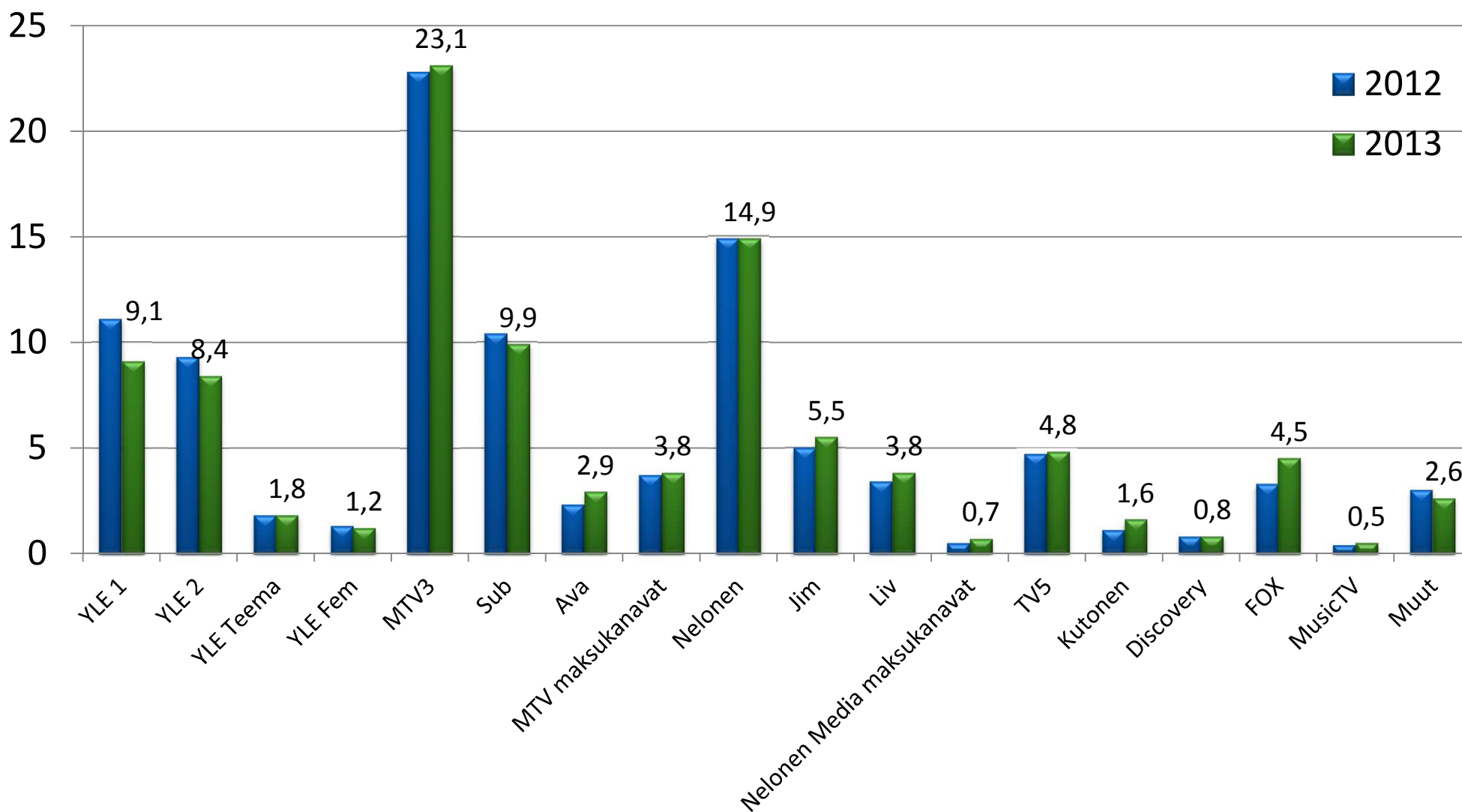


Lähde: TV-mittaritutkimus, 25-44 -vuotiaat ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu.

AVA laajeni antennijakeluun 1.2. -12.

FOX aloitti toimintansa 16.4.-12 SuomiTV:n kanavapaikalla.

Kanavien katseluosuudet (%) 25-44, klo 18-23



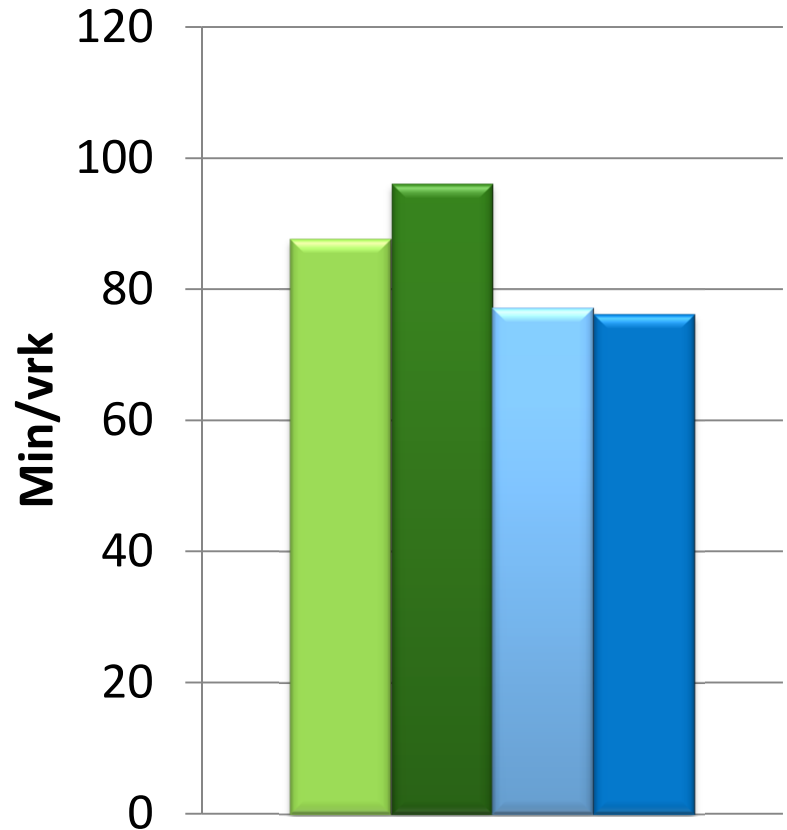
Lähde: TV-mittaritutkimus 25-44 -vuotiaat ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu.

AVA laajeni antennijakeluun 1.2. -12.

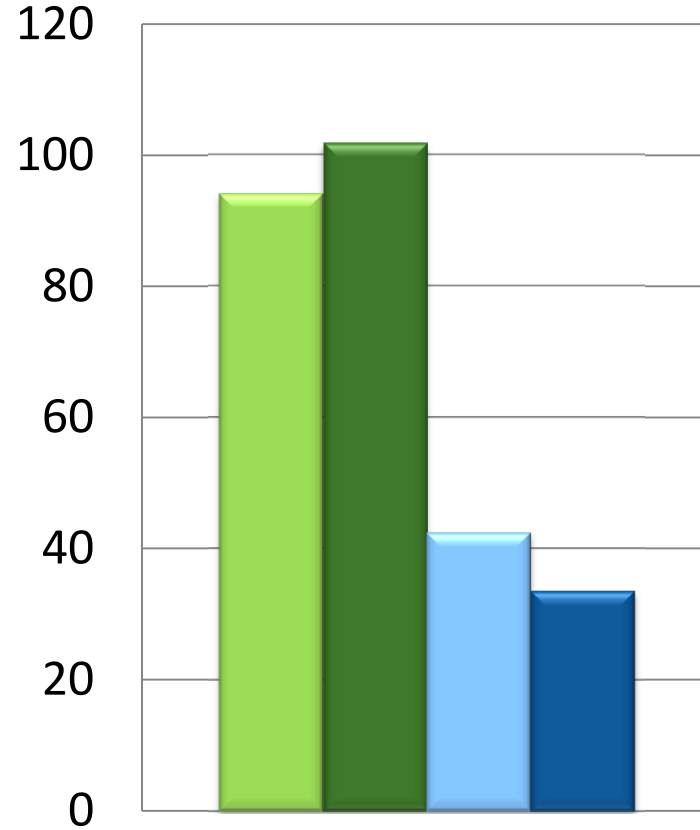
FOX aloitti toimintansa 16.4.-12 SuomiTV:n kanavapaikalla.

Kaupallisten kanavien katselu kasvussa

10+



25-44

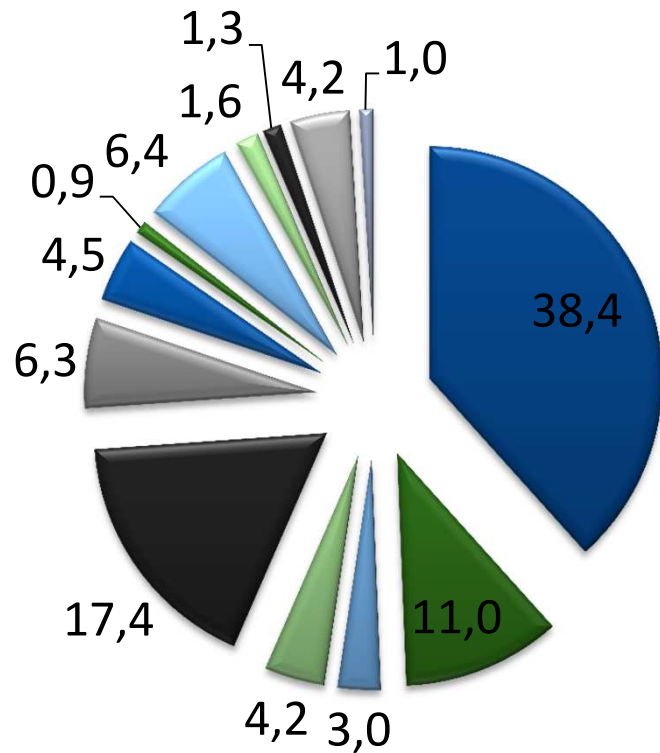


- Kaupalliset 2009
- Kaupalliset 2013
- Yle yhteensä 2009
- Yle yhteensä 2013

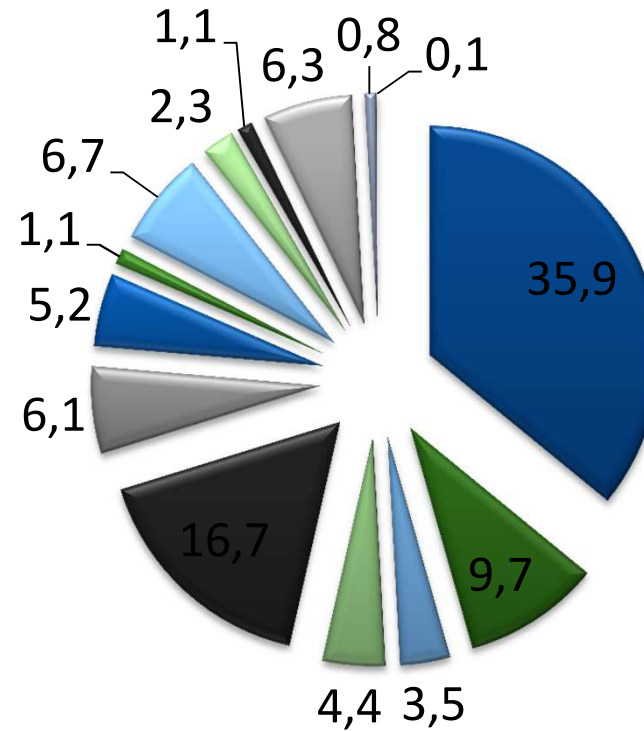
Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimus, mukana vieraat ja ajassa siirretty katselu.
Kotimaiset kaupalliset mainosaikaa myyvät kanavat.

Kaupallinen katseluosuus (%) 10+

2012



2013



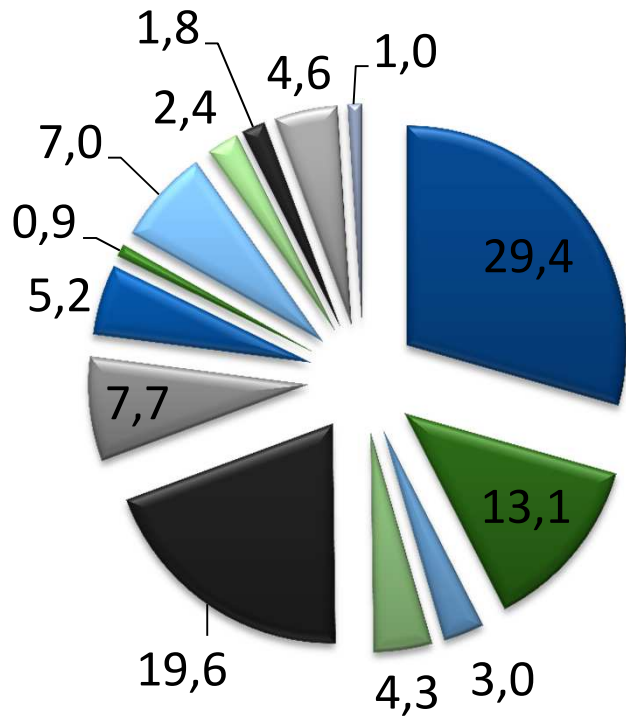
- MTV3
- Sub
- Ava
- MTV maksukanavat
- Nelonen
- Jim
- Liv
- Nelonen Media maksukanavat
- TV5
- Kutonen
- Discovery
- FOX
- MusicTV
- National Geographic

Lähde: TV-mittaritutkimus, 10+ -vuotiaat ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu
 Kaupalliset kanavat = Suomessa mainosaikaa myyvät kanavat
 National Geographic mukana 30.9.-13 alkaen.

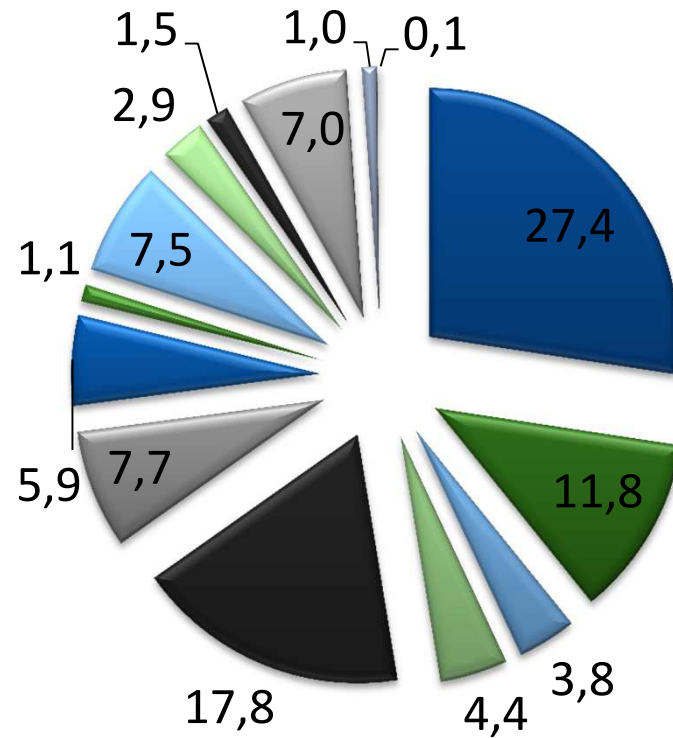


Kaupallinen katseluosuus (%) 25-44

2012



2013

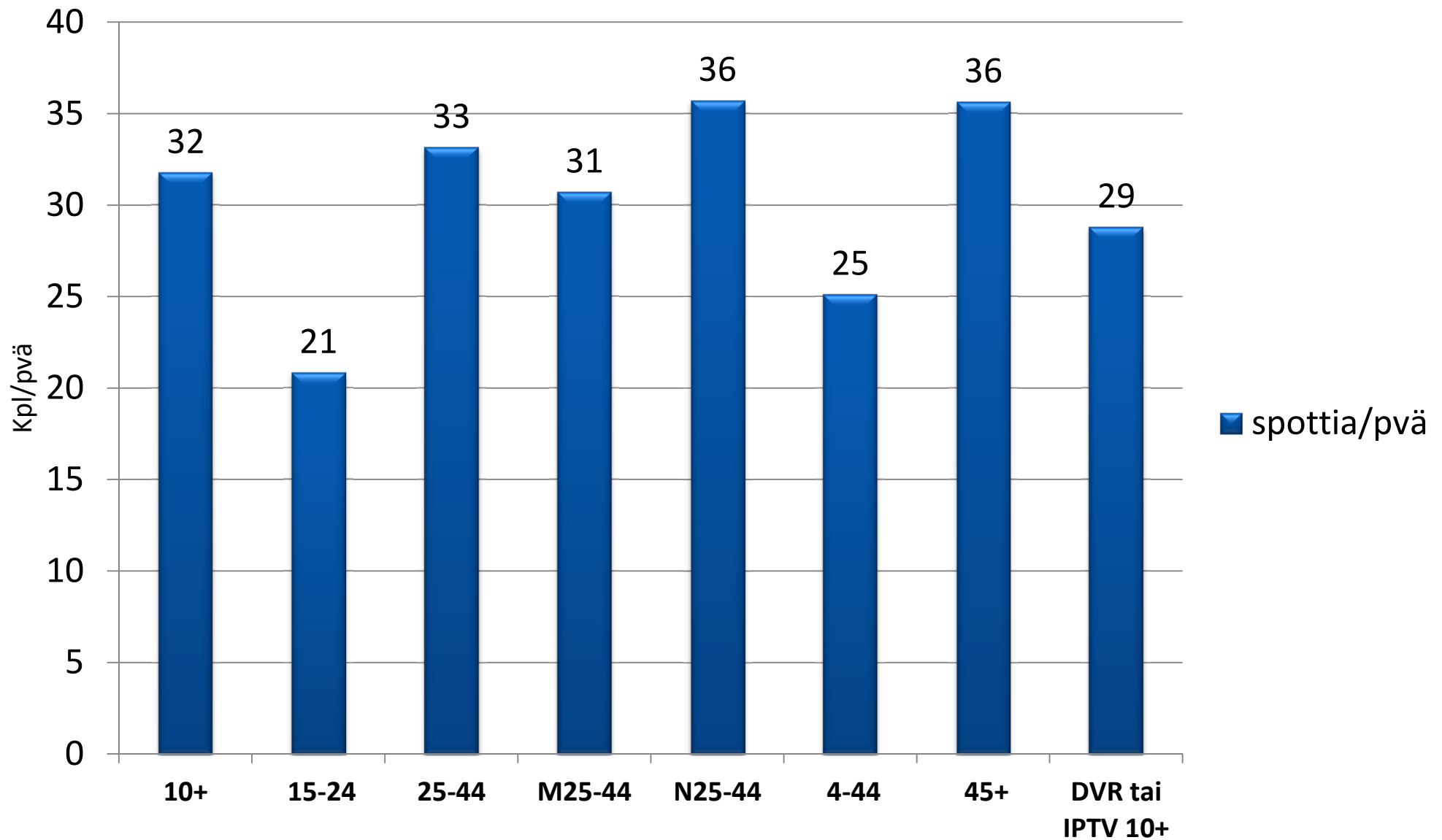


- MTV3
- Sub
- Ava
- MTV maksukanavat
- Nelonen
- Jim
- Liv
- Nelonen Media maksukanavat
- TV5
- Kutonen
- Discovery
- FOX
- MusicTV
- National Geographic

Lähde: TV-mittaritutkimus, 25-44 ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu
 Kaupalliset kanavat = Suomessa mainosaikaa myyvät kanavat
 National Geographic mukana 30.9.-13 alkaen.



Suomalaiset näkevät päivittäin keskimäärin 32 mainosta

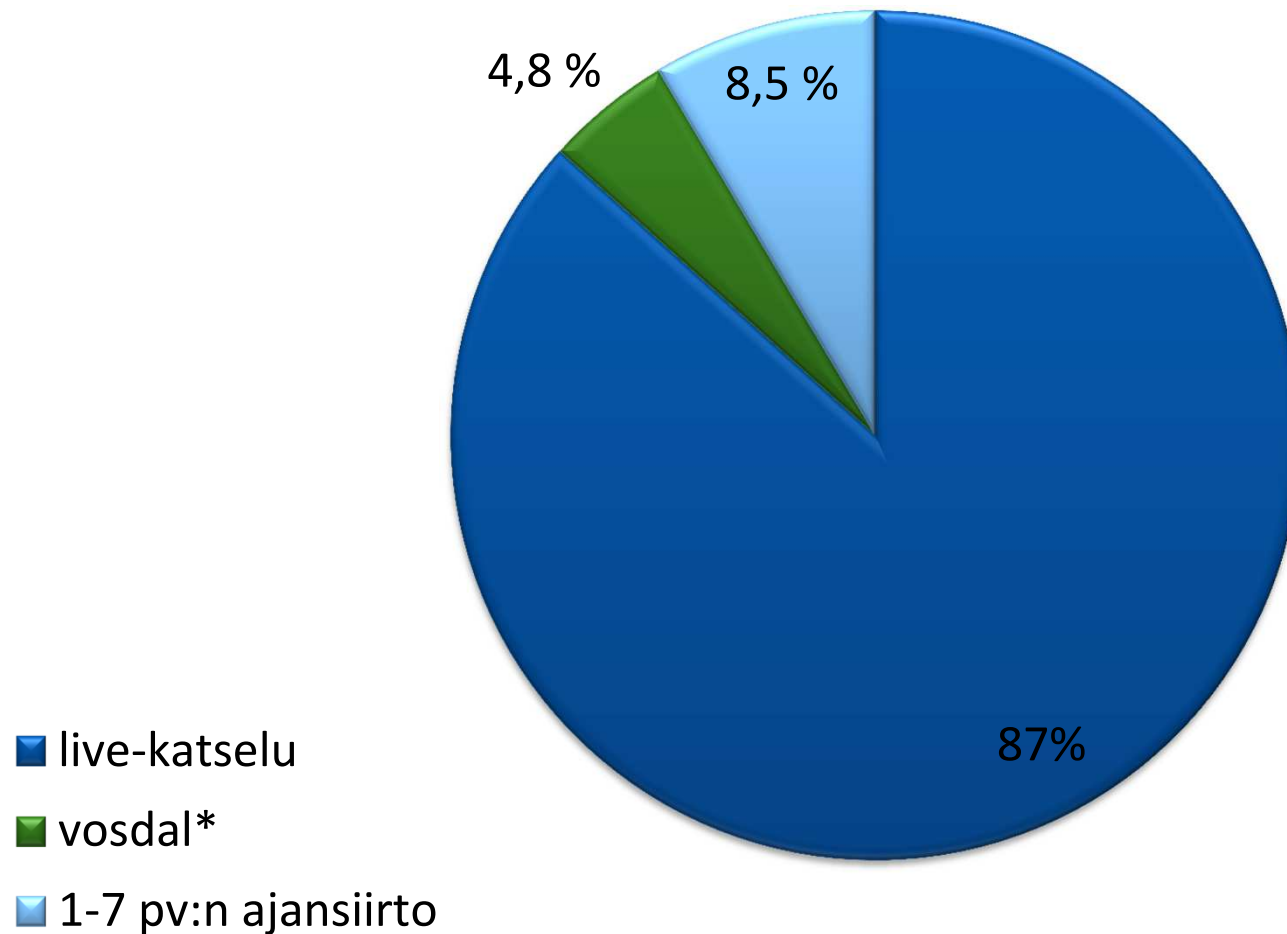


Lähde: TV-mittaritutkimus, ml. vieraat ja ajassa siirretty katselu.
Suomessa mainosaikaa myyvien kaupallisten kanavien valtakunnalliset spotit.
DVR (tallentava digisovitin), IPTV (IPTV-vastaanotto)



DVR- ja IPTV-talouksissa 13 % katselusta tapahtuu ajassa siirrettynä

Katseluajan jakautuminen 2013

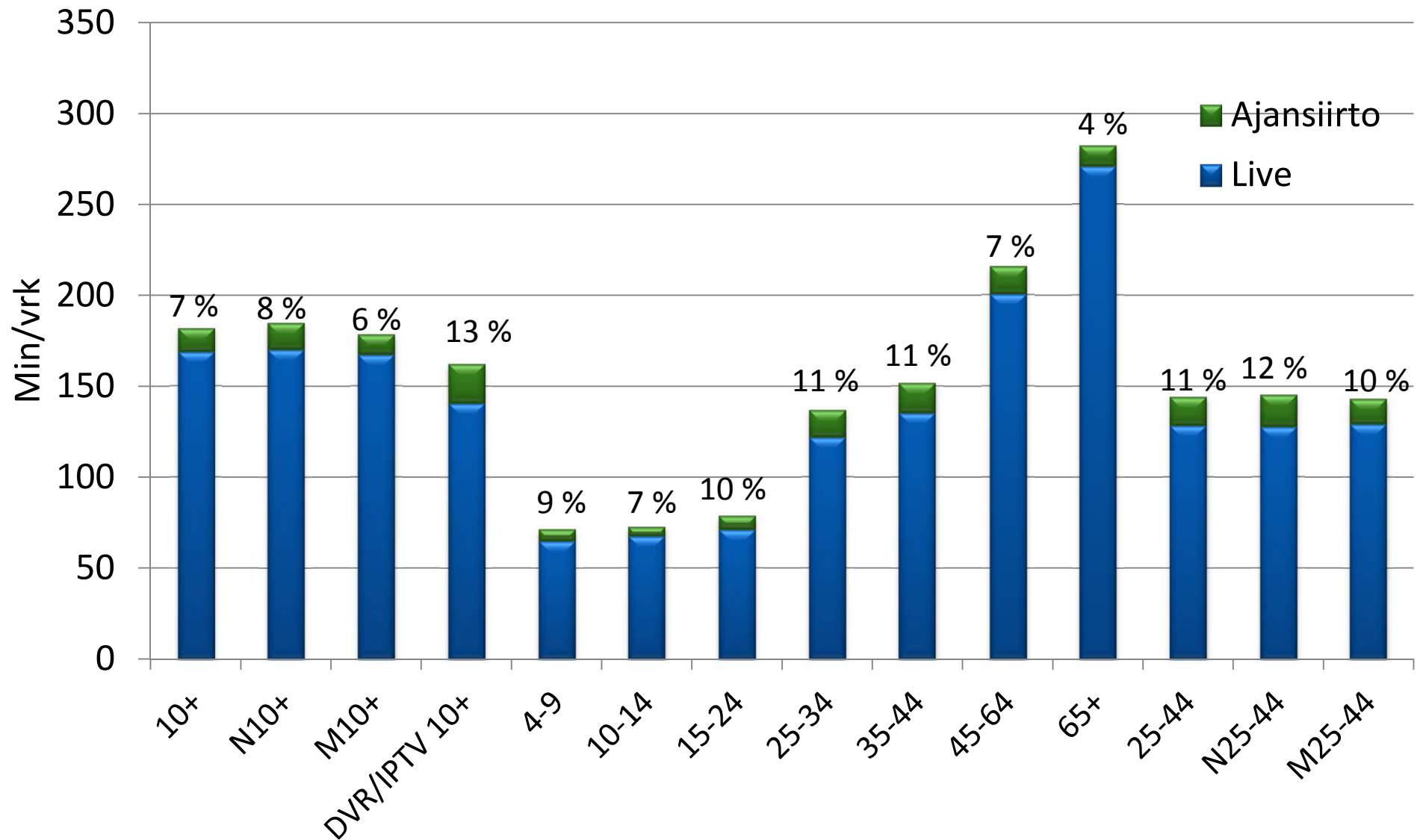


Lähde: Finnpanel Oy, TV-mittaritutkimus, 10+ vuotiaat pl. vieraat DVR/IPTV-talouksissa, 2013

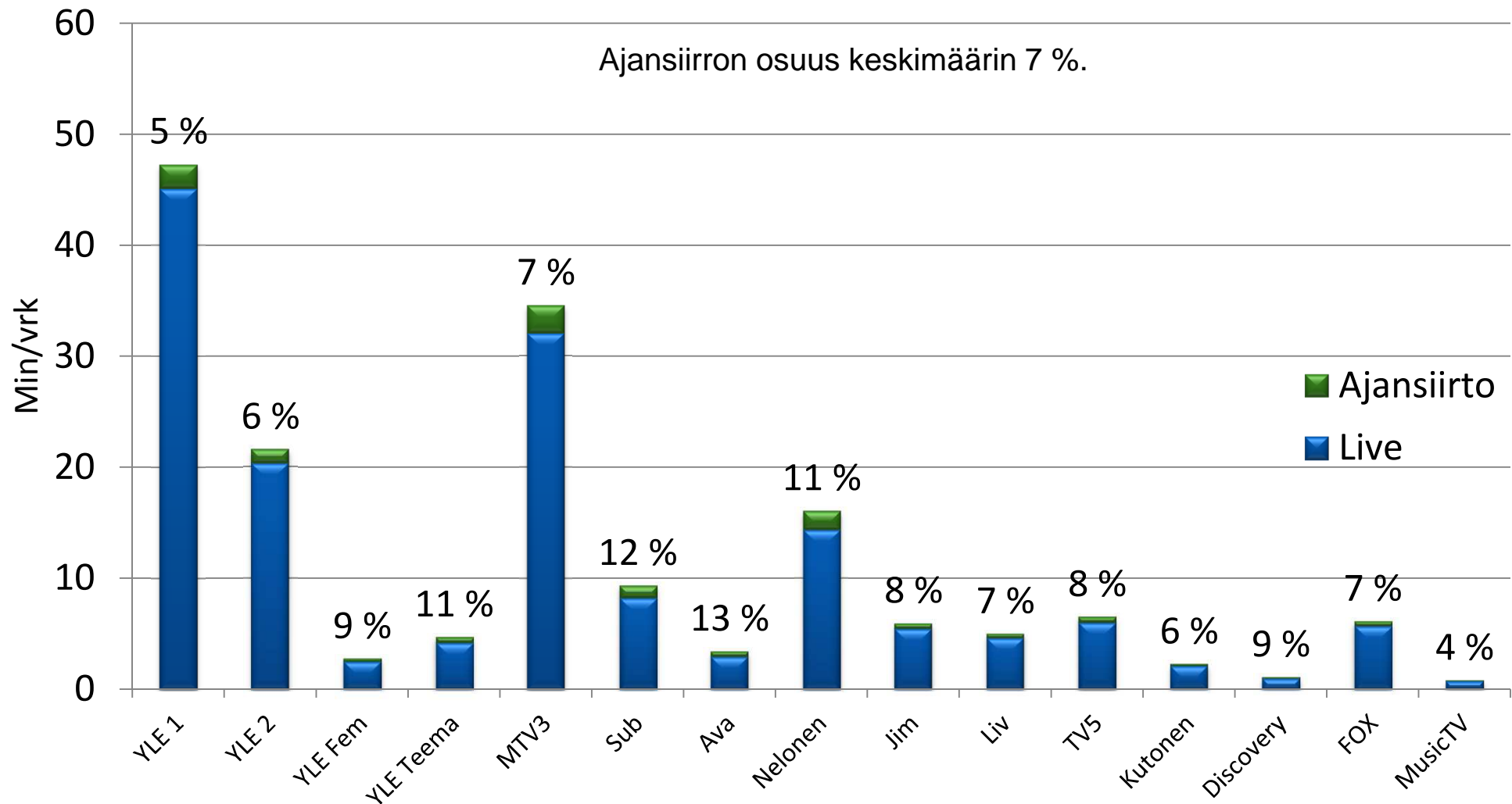
*Vosdal=viewed on same day as live



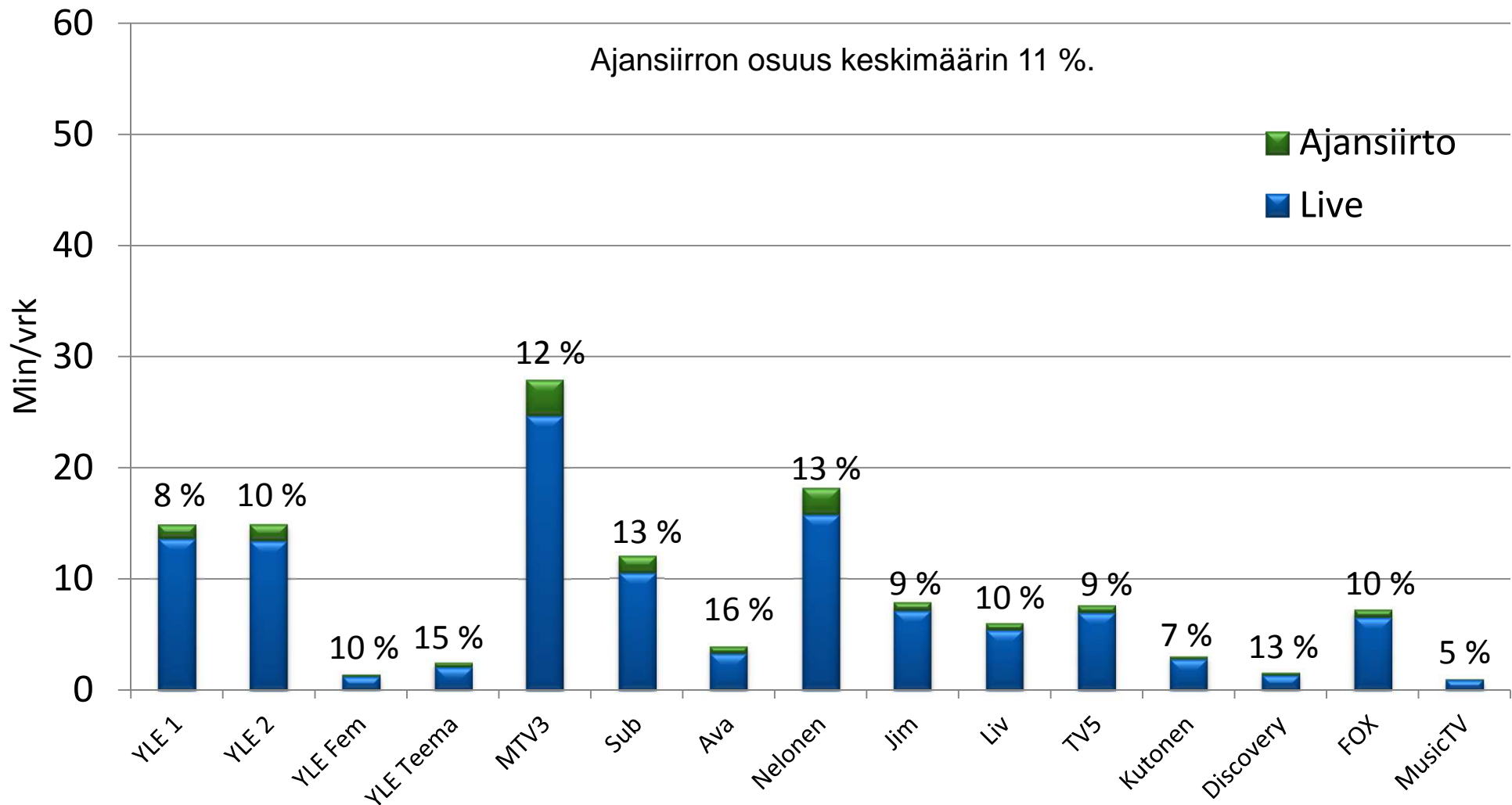
Ajassa siirretyn katselun osuus (%) kokonaiskatselusta ikäryhmittäin 2013



Ajassa siirretyn katselun osuus kokonaiskatselusta keskimääräisenä päivänä, 10+

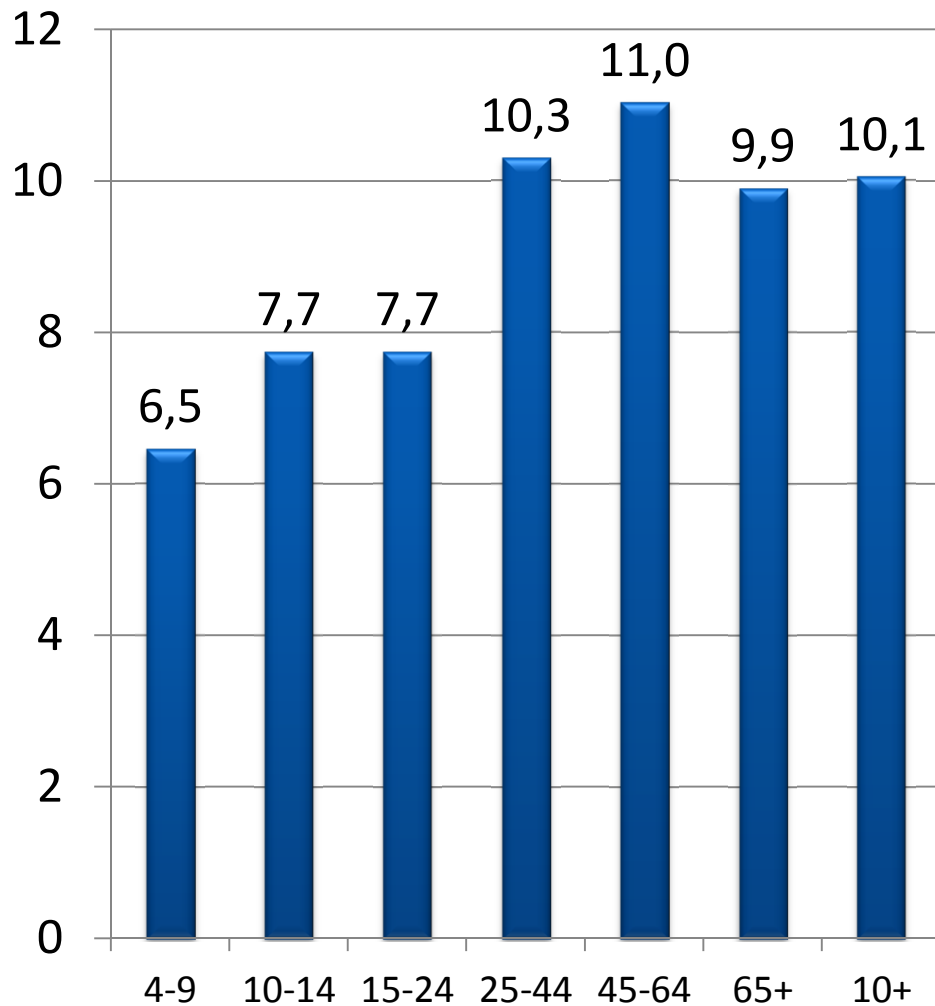


Ajassa siirretyn katselun osuus kokonaiskatselusta keskimääräisenä päivänä, 25-44

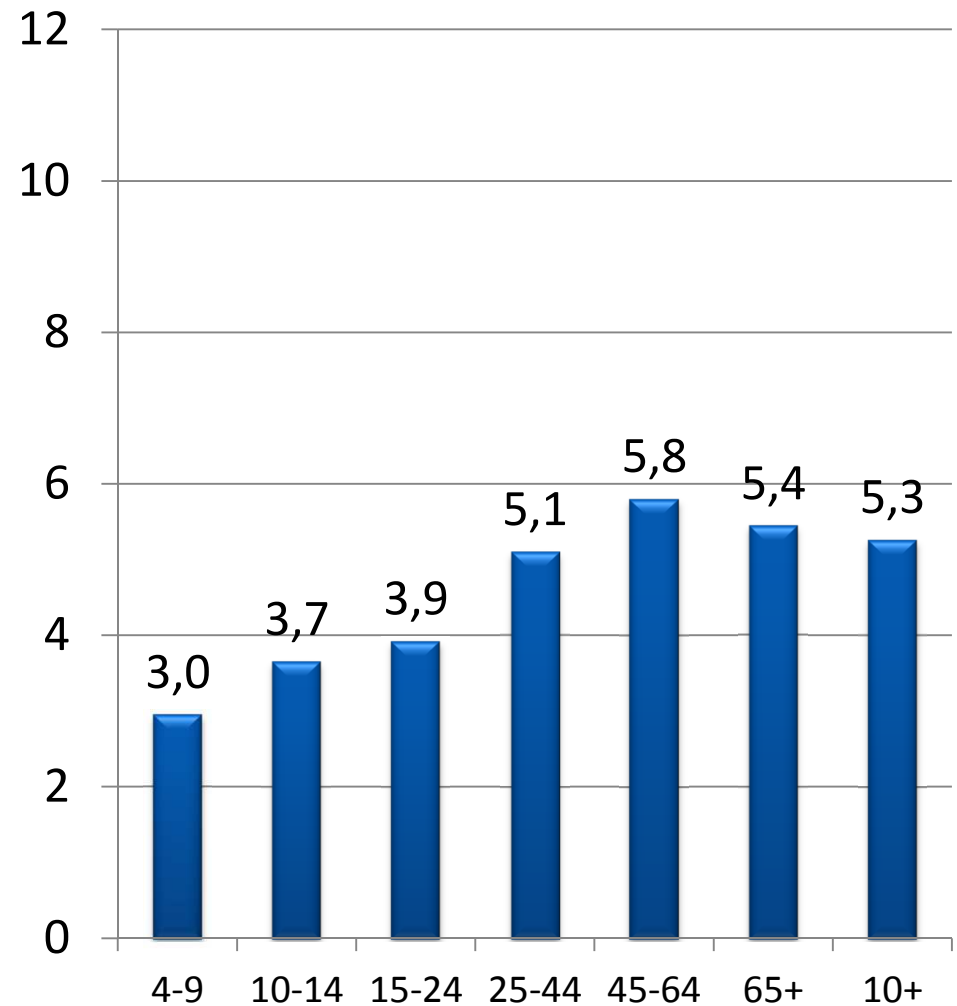


Katsottujen kanavien lukumäärä ikäryhmittäin 2013

Viikottain (lkm)

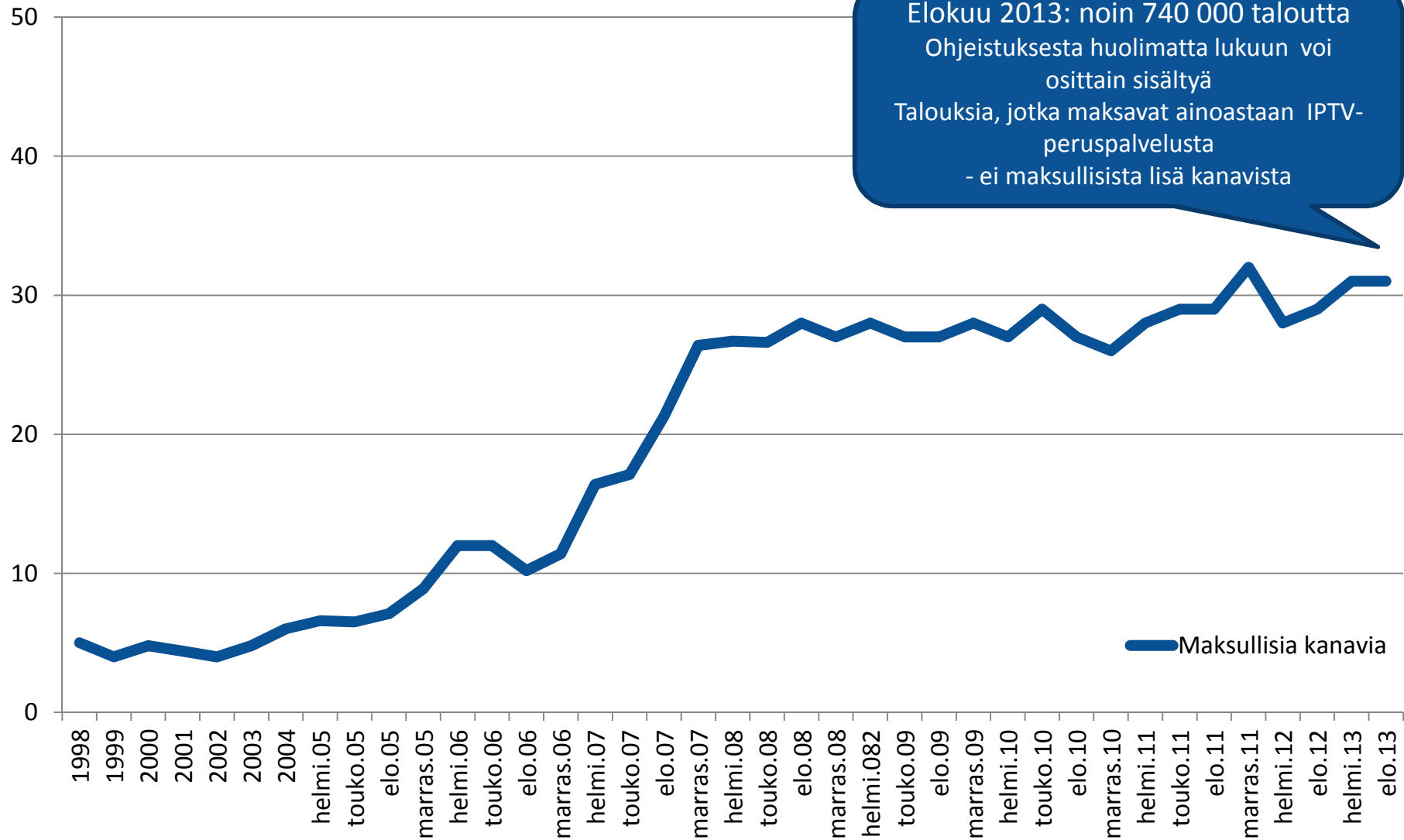


Päivittäin (lkm)

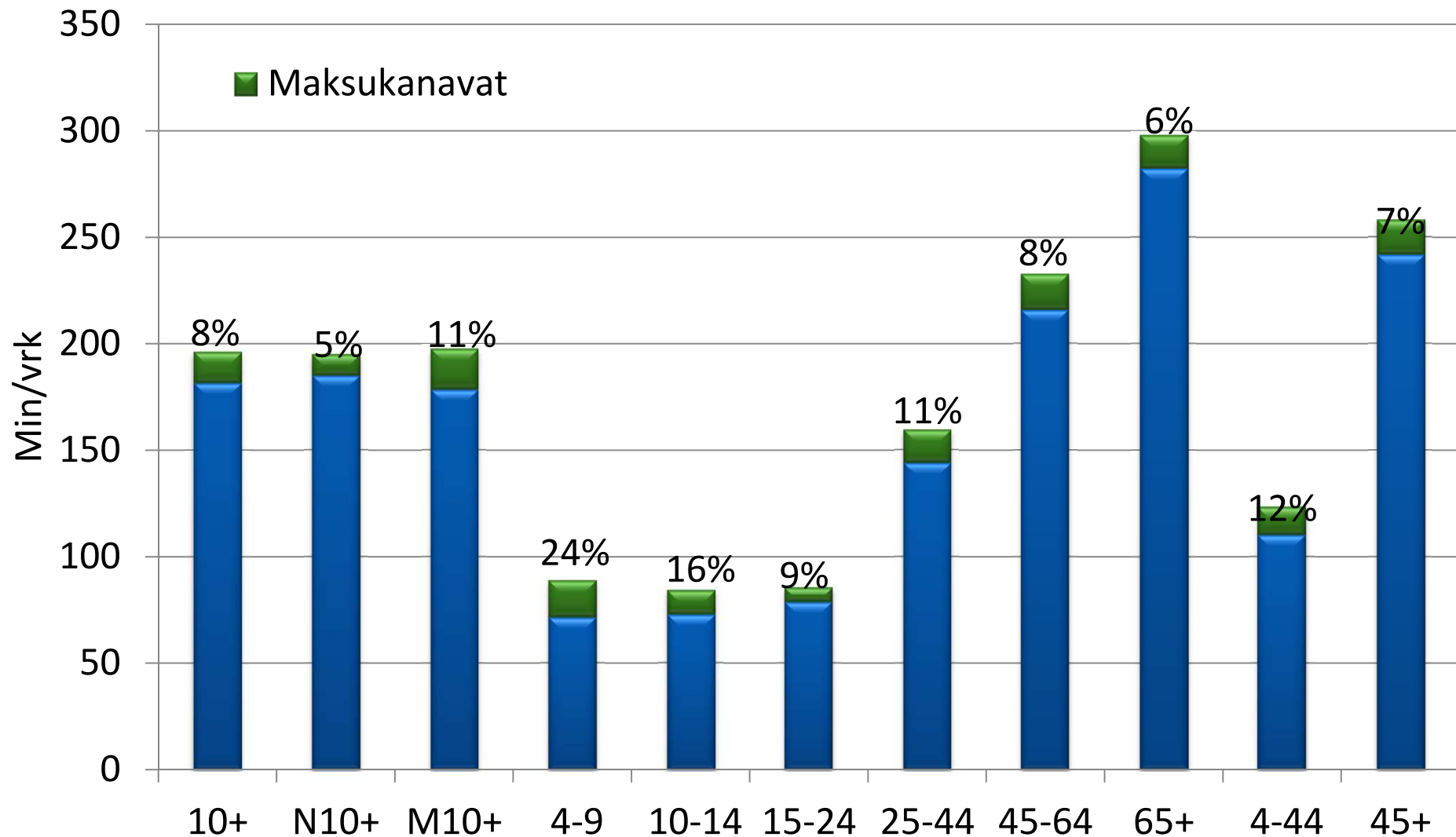


Maksu-tv:n yleistyminen Suomessa 1998-2013 (sis. myös internetissä tarjolla olevia maksukanavia)

% Osuus tv-talouksista



Maksukanavien osuus koko tv-katselusta 2013

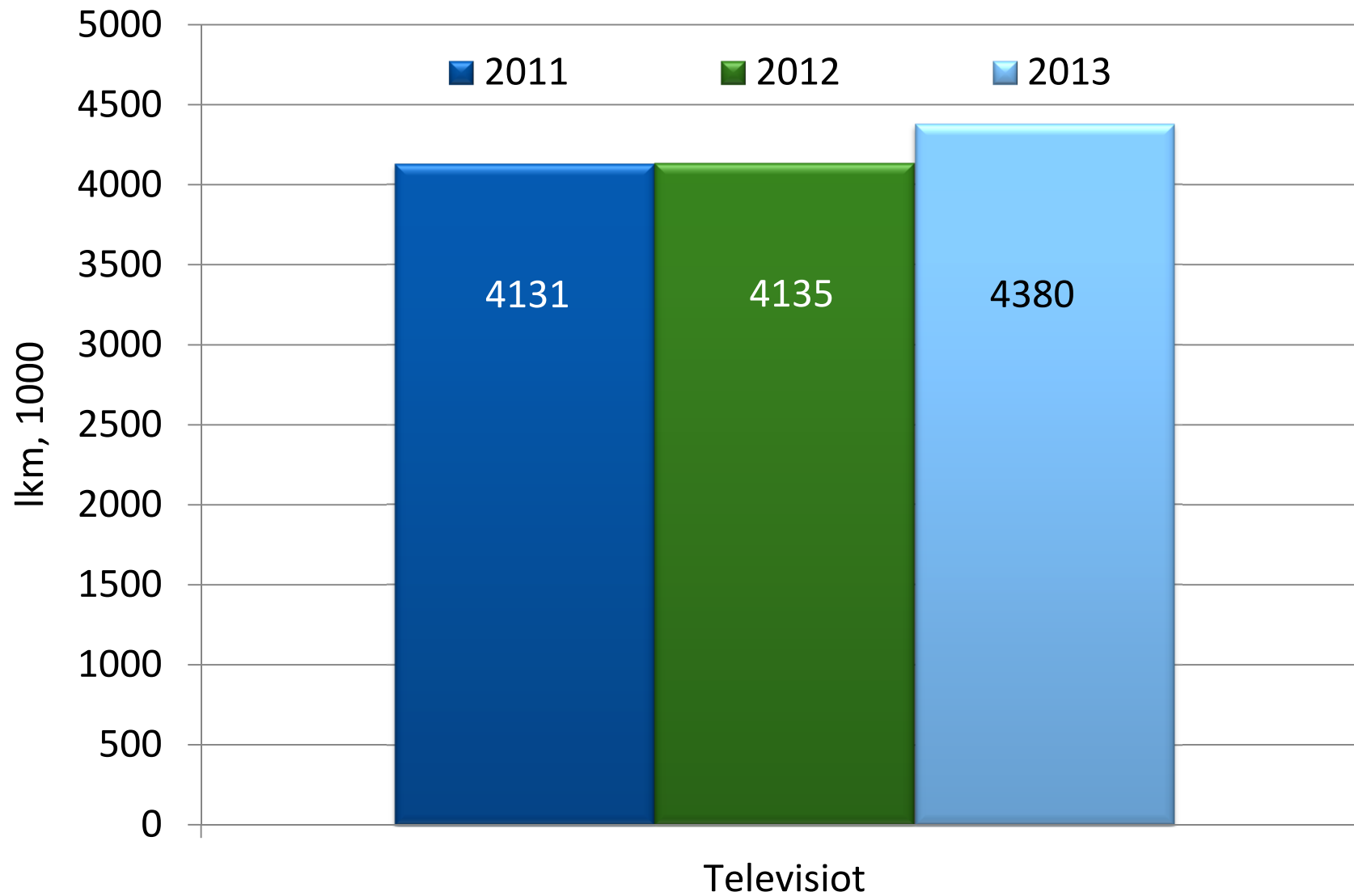


Lähde: TV-mittaritutkimuksen aineisto 2013 ml. vieraat ja ajansiirto.

Maksu-TV-kanavat analyysissä: Animal Planet, BBC Entertainment, BBC Lifestyle, BBC World, C More Movie channels, Digiviihde, Discovery, Disney Channel, Disney XD, Eurosport, Foreign satellite -kanavaryhmä, MTV Fakta, MTV Fakta XL, MTV Juniori, MTV Komedia, MTV Leffa, MTV Max, MTV Sarja, MTV Sport 1, MTV Sport 2, National Geographic, Nelonen Maailma, Nelonen Nappula, Nelonen Prime, Nelonen Pro 1, Nelonen Pro 2, SVT Eu, SVT1 (Sweden), SVT2 (Sweden), TV4 (Sweden), URHOtv, Viasat Movie channels, Viasat Other channels

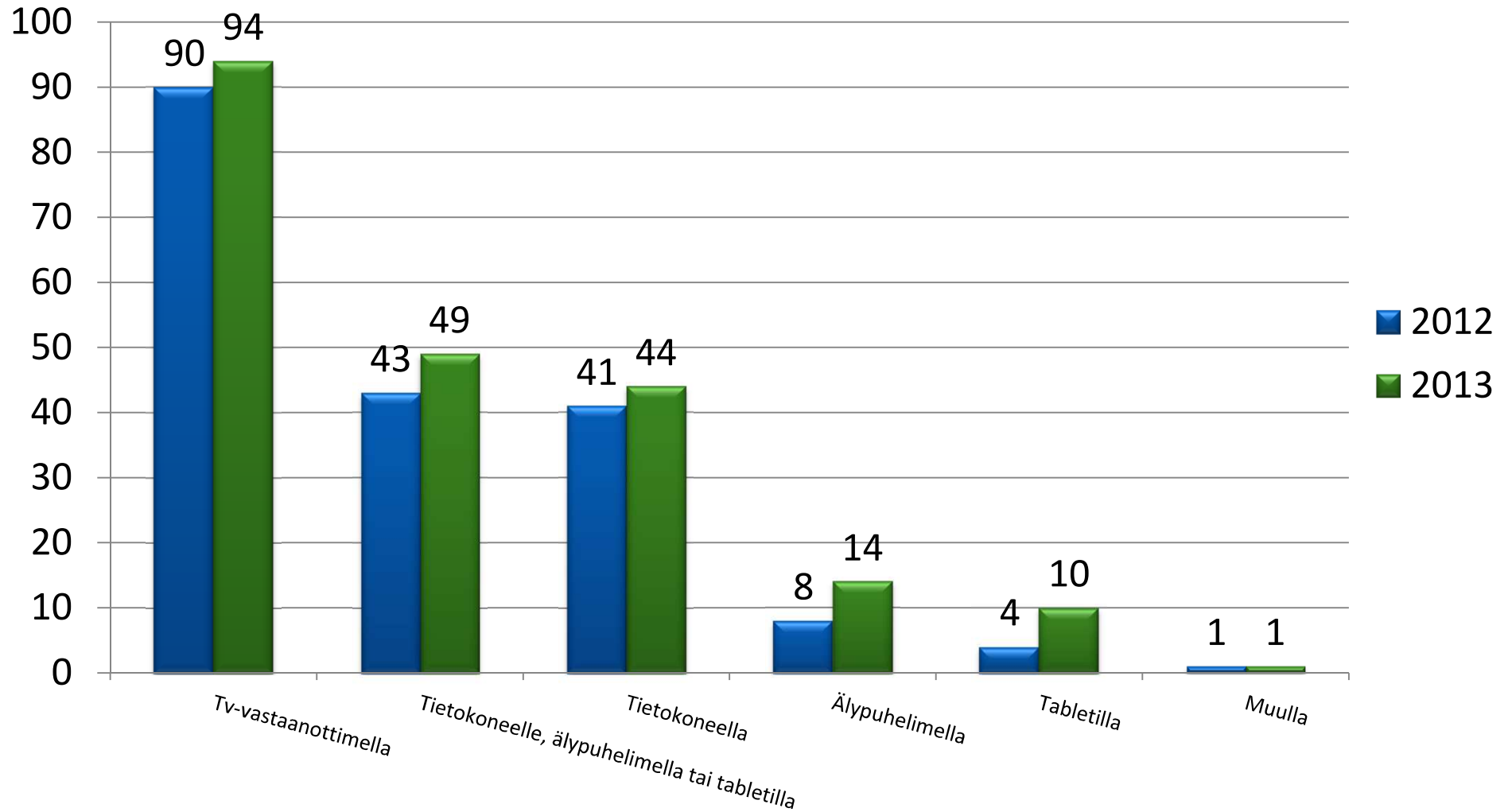


Televisioiden lukumäärä Suomessa vuosina 2011–2013



Millä laitteilla taloudessanne katsotaan tv-ohjelmia?

% Osuus kaikista talouksista



Televisiot, tabletit, kannettavat ja tietokoneet 2012 ja 2013 Suomessa

% Osuus kaikista talouksista

Vuonna 2013 61 % 16-60-vuotiaista suomalaisista omisti älypuhelimien (v.2012 44 %) ja 16 % tabletin (v. 2012 6 %) , (lähde: Mobile Life 2013 –tutkimus)

