

A person is sitting in a chair, reading a magazine. The magazine has the word 'Seuraava' and 'The Ones' visible on its cover. The person is wearing a dark blue long-sleeved shirt and blue jeans. An electric guitar is leaning against their right leg. The background is a plain, light-colored wall.

Lukutavat & mainontaan suhtautuminen



Sisältö

- 01 Lukemisen ja mainonnan väittämät
- 02 Suhtautuminen mainontaan eri kanavissa
- 03 Mainonnan estäminen





1.
Lukemisen ja mainonnan
väittämät

Suomalaisista...

81 %

mielestä suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita.

78 %

kertoo rentoutuvansa aikakauslehtien parissa.

69 %

mielestä suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia tuotesuosituksia.



Suomalaisista...

81 %

saa alan erikoislehdestä tietoa harrastuksistaan sekä mielenkiinnon kohteistaan.

70 %

pysyy ajan tasalla ammatillisista asioista ammattilehden avulla.

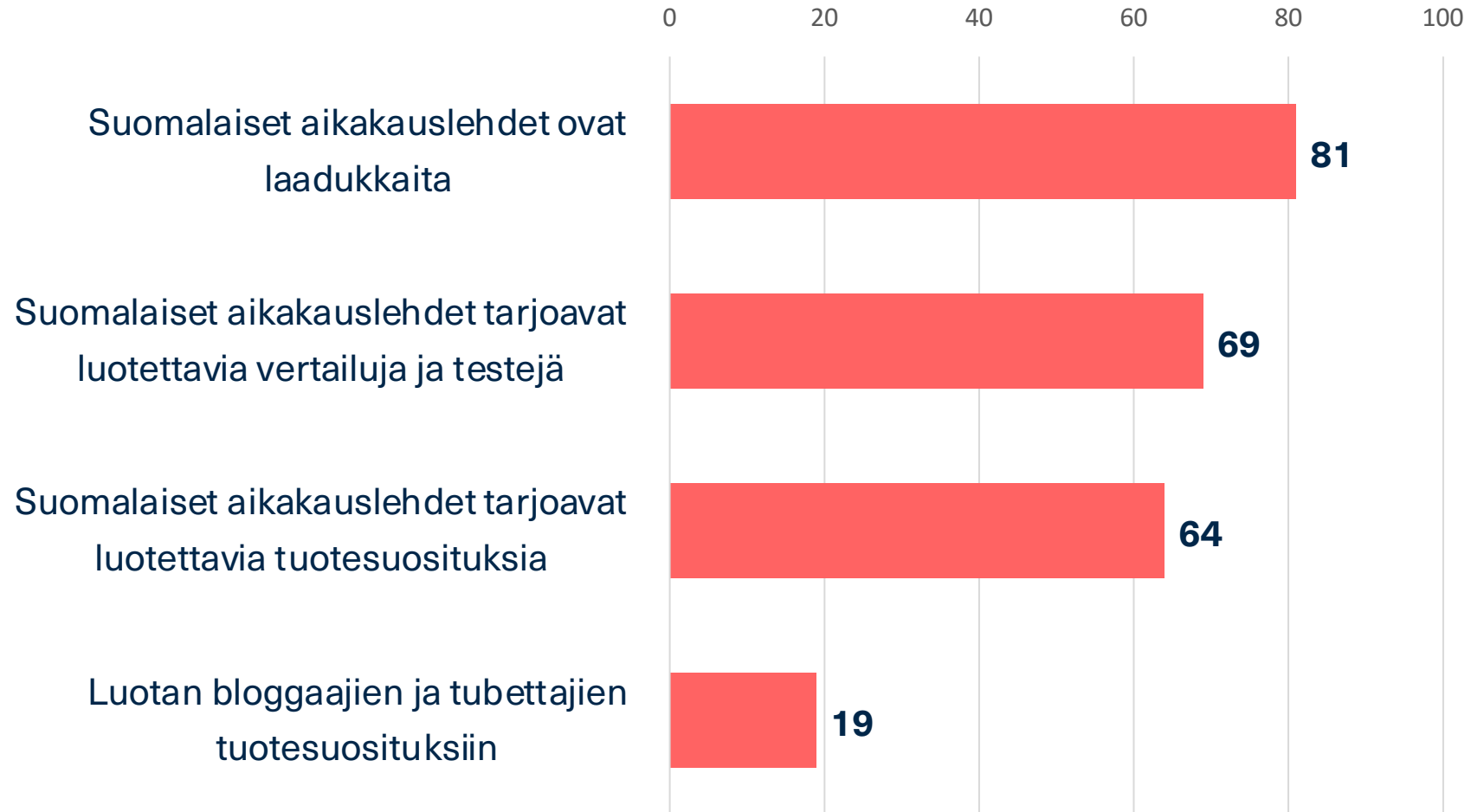
44 %

on ostanut tuotteita aikakauslehtimainosten perusteella.



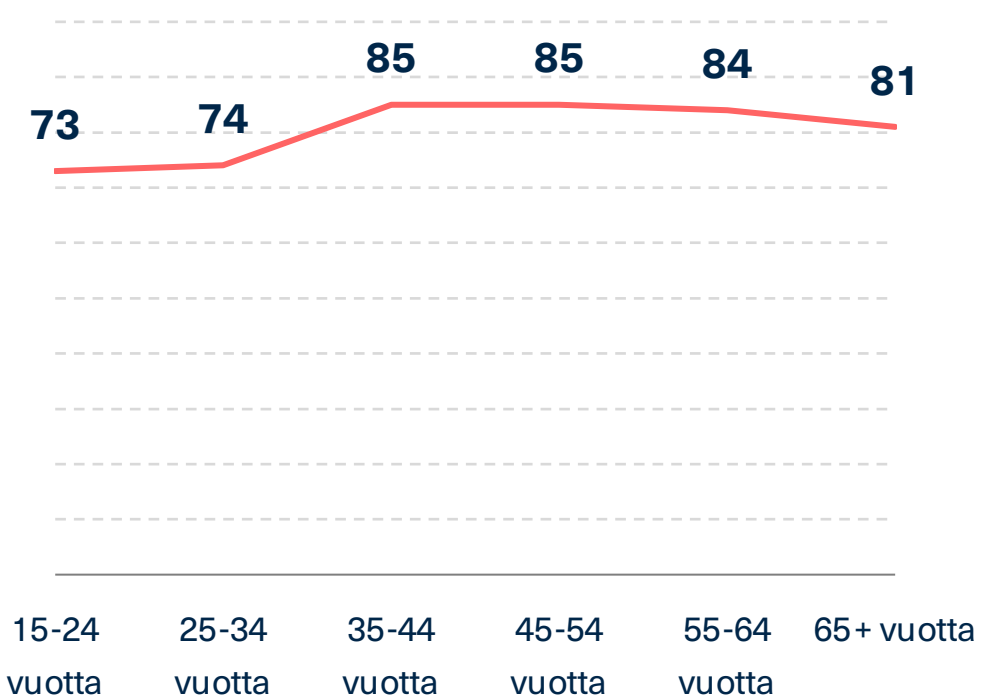
Aikakauslehtien laatuväittämät

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Aikakauslehtiä arvostetaan kaikissa ikäryhmissä.

81 %

yli 15-vuotiaista pitää suomalaisia aikakauslehtiä laadukkaina – naisista 84 % ja miehistä 77 %.

Suomalaiset aikakauslehdet ovat laadukkaita

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	91
Gloria	90
Kotilääkäri	90
Image	90
Mondo	89
Fit	89
Kauneus & Terveys	89
Sport	89

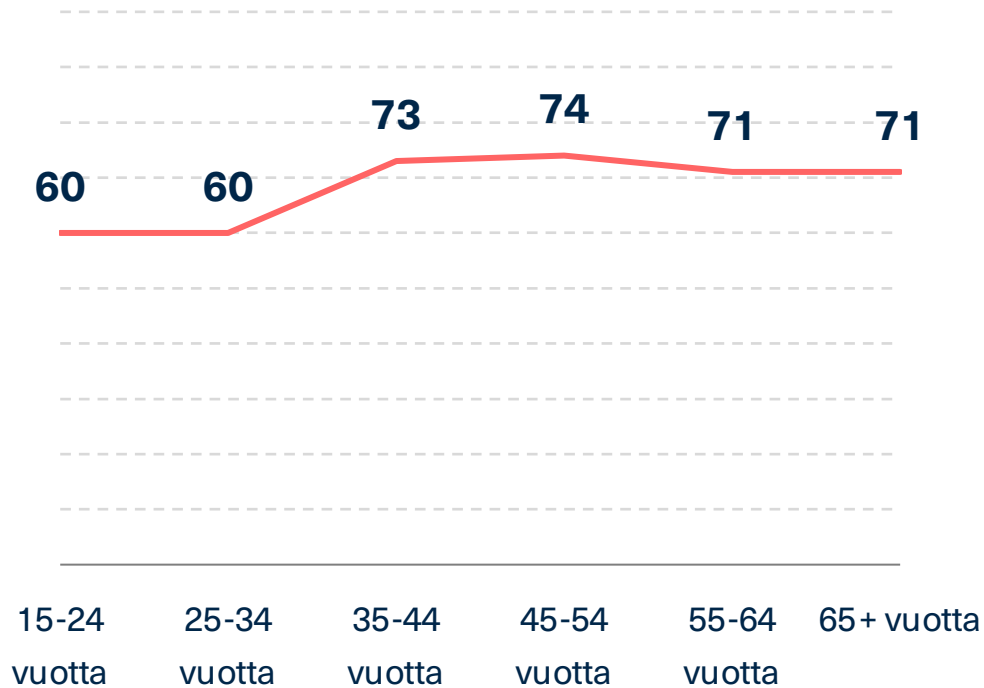
Aikakauslehtiä arvostetaan kaikissa ikäryhmissä.

81 %

yli 15-vuotiaista pitää suomalaisia aikakauslehtiä laadukkaina – naisista 84 % ja miehistä 77 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia vertailuja ja testejä

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



69 %

yli 15-vuotiaista luottaa aikakauslehtien vertailuihin ja testeihin – miehistä 70 % ja naisista 68 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia vertailuja ja testejä

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

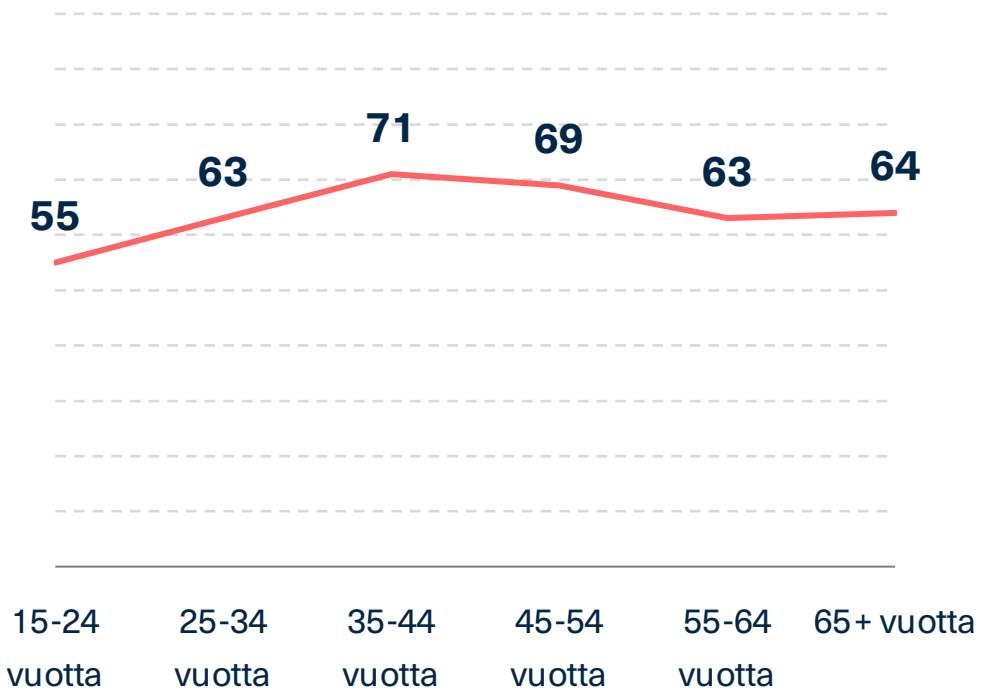
TOP-lehdet	% lukijoista
Tekniikka&Talous	78
Vene	77
Arvopaperi	77
Talouselämä	77
Tekniikan Maailma	76
Tivi	76
Erä	76
IS Urheilulehti	76
Kippari	76
Viisas Raha	76
Image	76

69 %

yli 15-vuotiaista luottaa
aikakauslehtien vertailuihin ja
testeihin – miehistä 70 % ja
naisista 68 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia tuotesuosituksia

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



64 %

yli 15-vuotiaista luottaa kotimaisten aikakauslehtien tuotesuosituksiin – naisista 66 % ja miehistä 62 %.

Suomalaiset aikakauslehdet tarjoavat luotettavia tuotesuosituksia

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

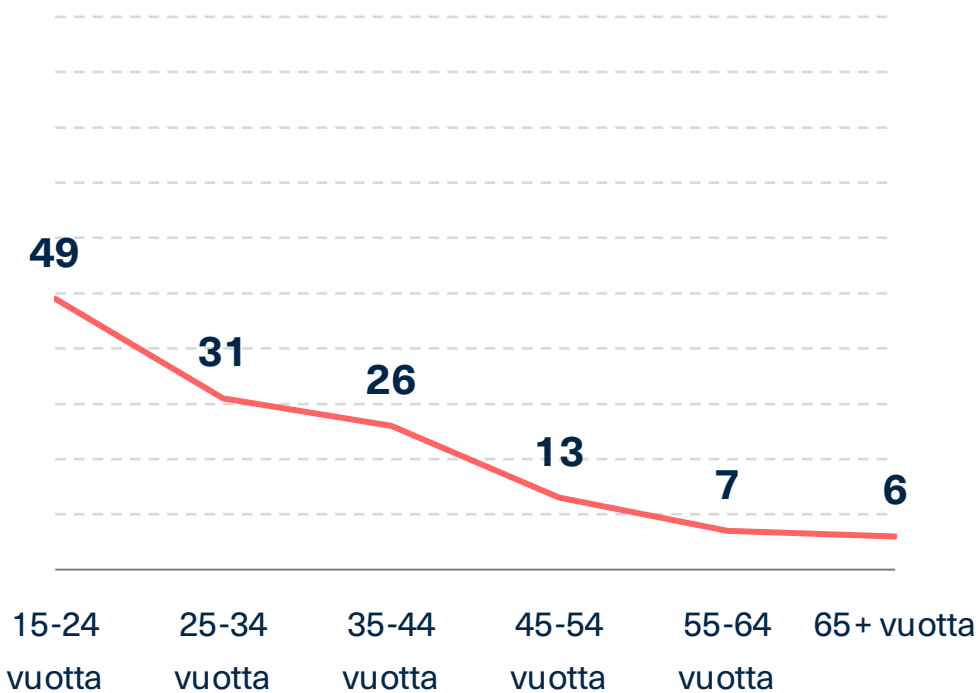
TOP-lehdet	% lukijoista
Sport	76
Fit	75
Antiikki & Design	73
Juoksija-lehti	73
Matka	73
Mondo	72
Image	72
Glorian Koti	71
Koti ja keittiö	71
Mikrobitti	71
Arvopaperi	71
Talouselämä	71
Tekniikka&Talous	71
Voi Hyvin	71

64 %

yli 15-vuotiaista luottaa kotimaisten aikakauslehtien tuotesuosituksiin – naisista 66 % ja miehistä 62 %.

Luotan bloggaajien ja tubettajien tuotesuosituksiin

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



19 %

yli 15-vuotiaista luottaa
bloggaajien ja tubettajien
tuotesuosituksiin – naiset (21 %)
hieman miehiä (16 %) useammin.

Korkeinta luottamus on
nuorimmassa ikäryhmässä.

Luotan bloggaajien ja tubettajien tuotesuosituksiin

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	32
HS Meidän perhe	30
Fit	29
Alibi	25
Aku Ankka	24
Ruotuväki	20
Deko	20
Sport	20
Image	19
Seiska	19

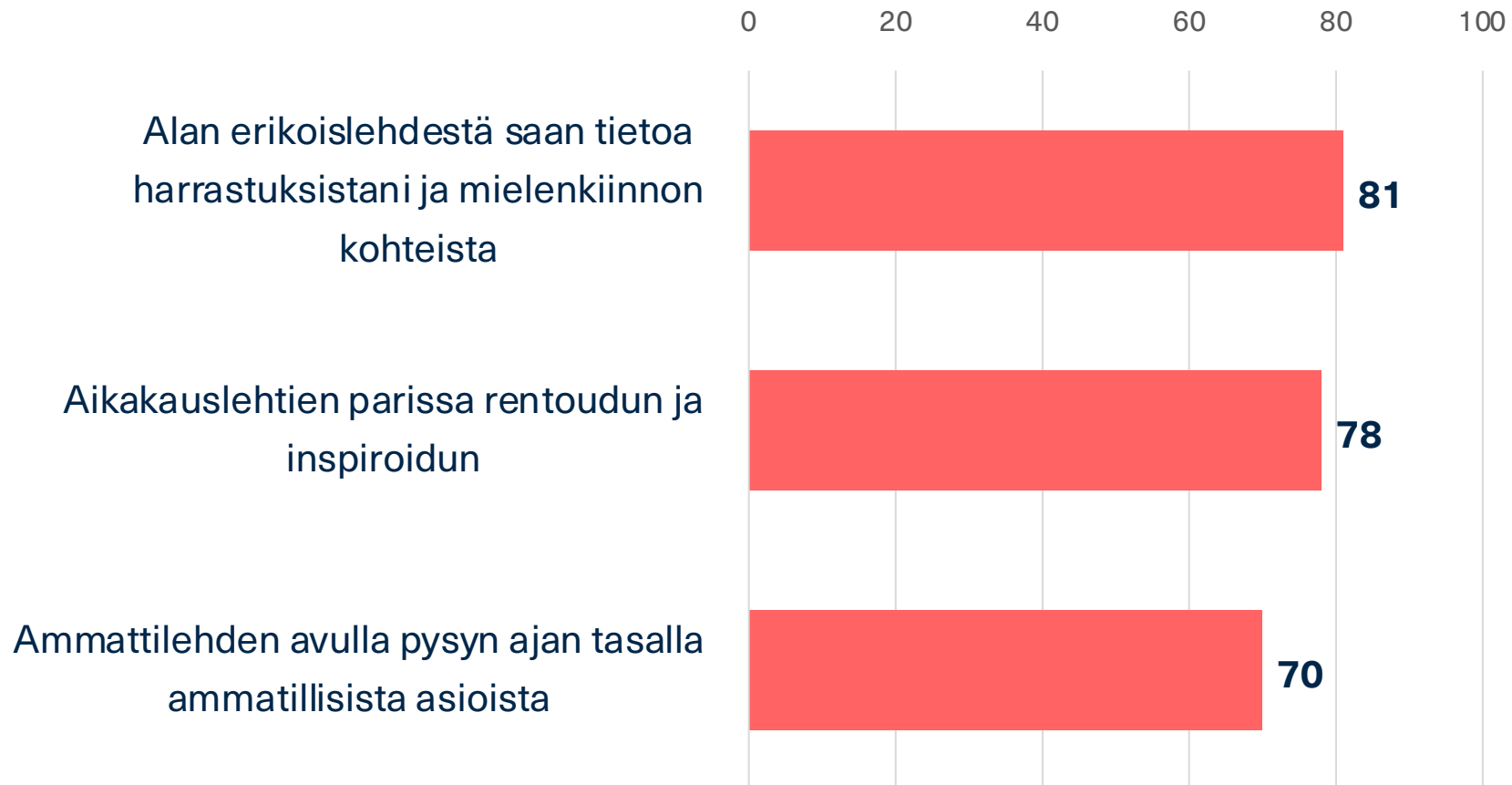
19 %

yli 15-vuotiaista luottaa
bloggaajien ja tubettajien
tuotesuosituksiin – naiset (21 %)
hieman miehiä (16 %) useammin.

Korkeinta luottamus on
nuorimmassa ikäryhmässä.

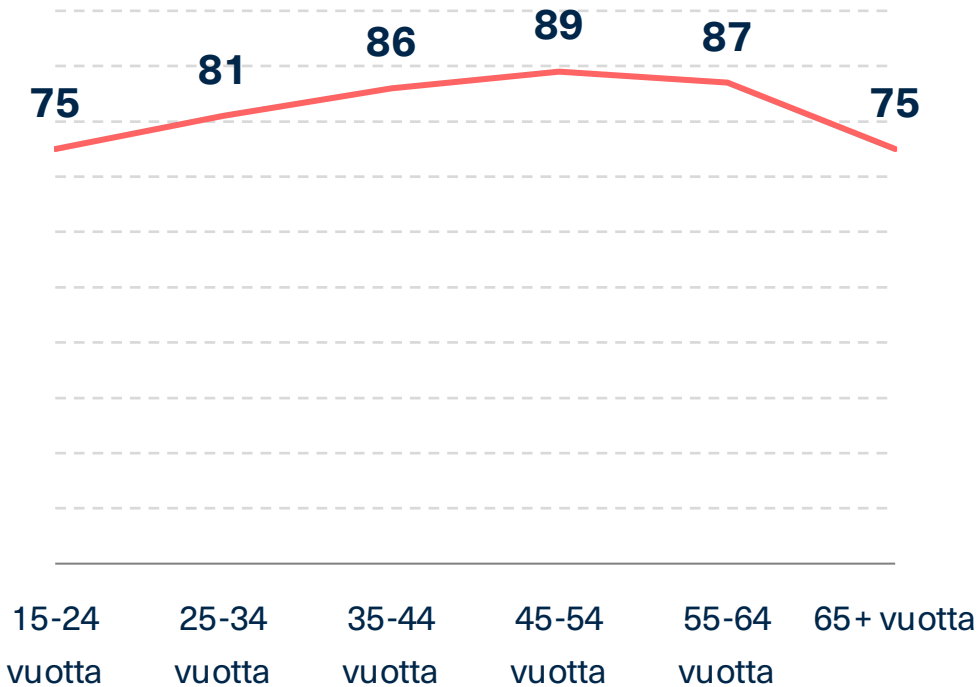
Aikakauslehtien parissa rentoudutaan ja saadaan tietoa omista mielenkiinnon kohteista

% 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.

81 %

yli 15-vuotiaista saa tietoa harrastuksistaan ja mielenkiinnon kohteistaan alan erikoislehdestä – naisista 79 % ja miehistä 84 %.

Alan erikoislehdestä saan tietoa harrastuksistani ja mielenkiinnon kohteista

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Tivi	90
Juoksija-lehti	89
Tekniikka&Talous	89
Mikrobitti	88
IS Urheilulehti	88
Fit	88
Koneviesti	87
Käytännön Maamies	87
TM Rakennusmaailma	87
Vauhdin Maailma	87
Mondo	87
Talouselämä	87
Askel	87

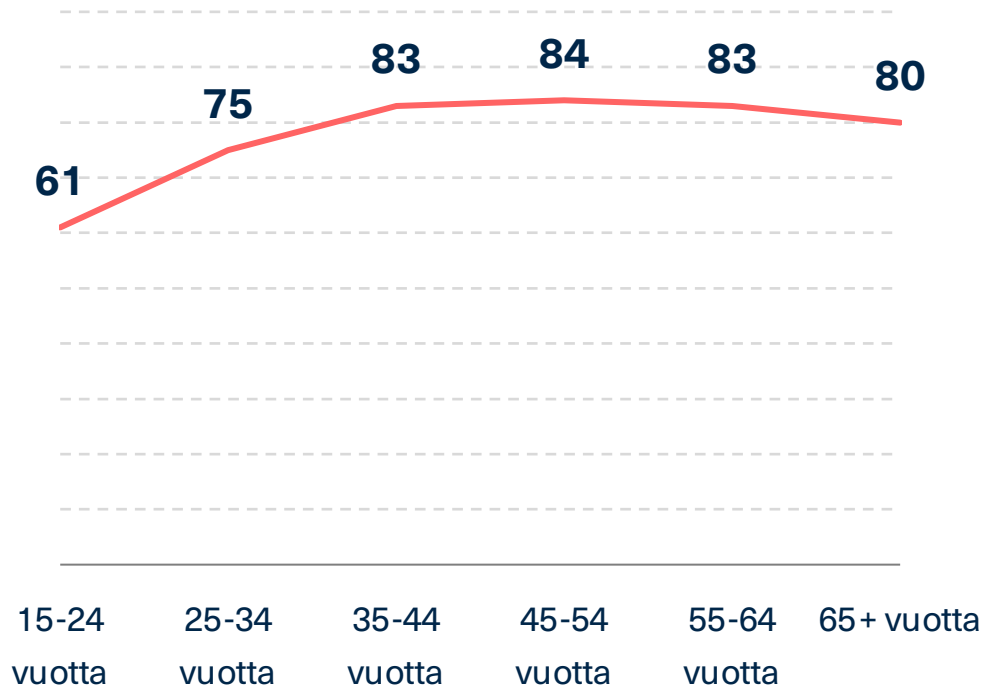
Erikoistuneelle aikakausmedialle on vahva tilaus kaikissa ikäluokissa.

81 %

yli 15-vuotiaista saa tietoa harrastuksistaan ja mielenkiinnon kohteistaan alan erikoislehdestä – naisista 79 % ja miehistä 84 %.

Aikakauslehtien parissa rentoudun ja inspiroidun

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



78 %

yli 15-vuotiaista rentoutuu ja inspiroituu aikakauslehtien parissa – naisista 86 % ja miehistä 71 %.

Aikakauslehtien parissa rentoudun ja inspiroidun

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

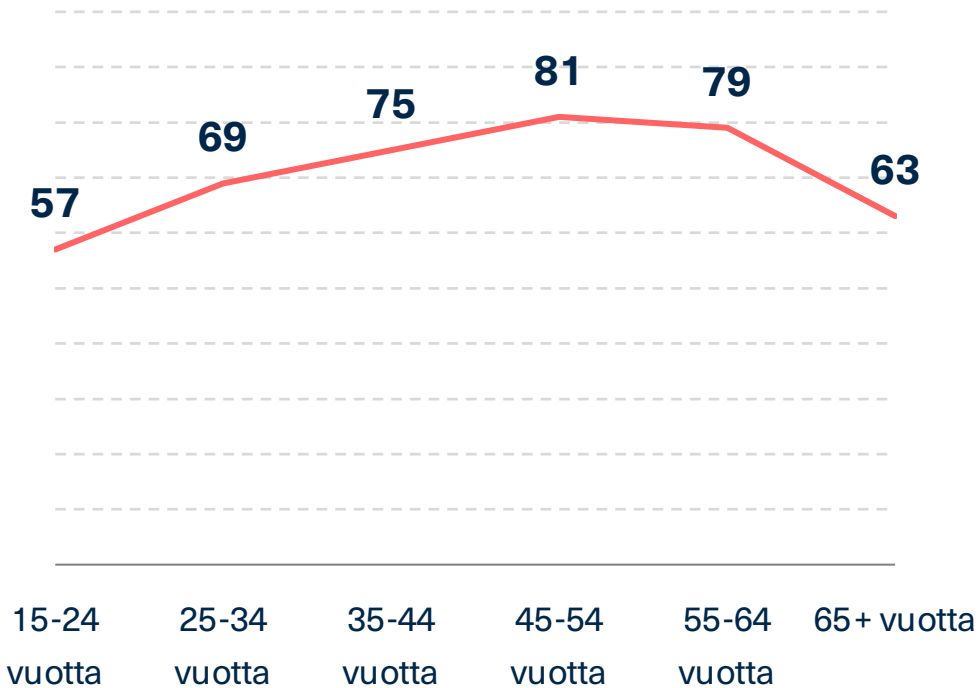
TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	91
Gloria	90
Kotilääkäri	90
Image	90
Mondo	89
Fit	89
Kauneus & Terveys	89
Sport	89

78 %

yli 15-vuotiaista rentoutuu ja inspiroituu aikakauslehtien parissa – naisista 86 % ja miehistä 71 %.

Ammattilehden avulla pysyn ajan tasalla ammatillisista asioista

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Työelämään ehtineille oma alan lehdellä on tärkeä rooli ammattitaidon ylläpitämisessä.

70 %

yli 15-vuotiaista sanoo pysyvänsä ajan tasalla ammatillisista asioista ammattilehden avulla – naisista 66 % ja miehistä 74 %.

Ammattilehden avulla pysyn ajan tasalla ammatillisista asioista

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Juoksija-lehti	82
Käytännön Maamies	81
Opettaja	81
Tekniikka&Talous	81
Image	81
Arvopaperi	80
Koneviesti	79
Mikrobitti	79
Kippari	79

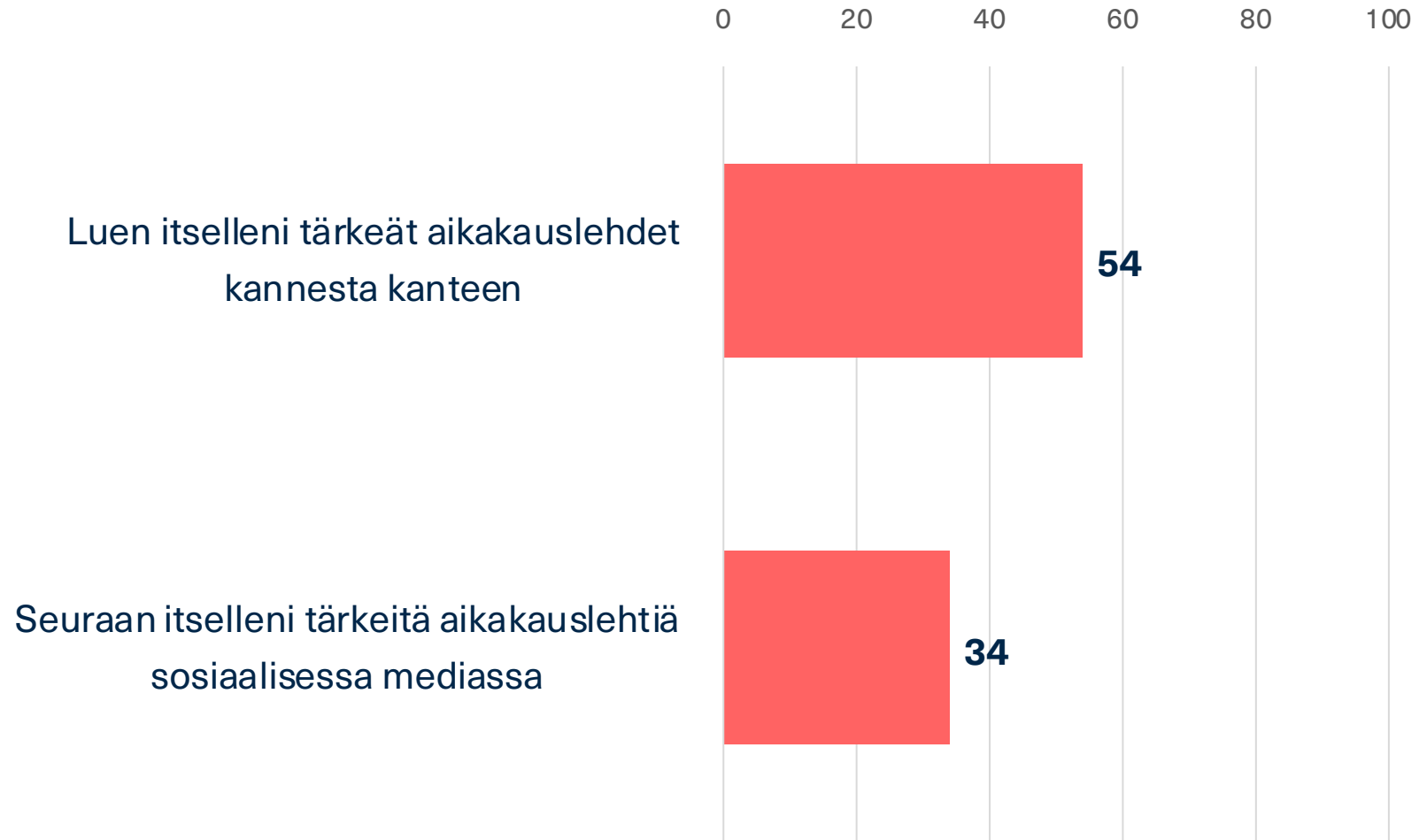
Työelämään ehtineille oma alan lehdellä on tärkeä rooli ammattitaidon ylläpitämisessä.

70 %

yli 15-vuotiaista sanoo pysyvänsä ajan tasalla ammatillisista asioista ammattilehden avulla – naisista 66 % ja miehistä 74 %.

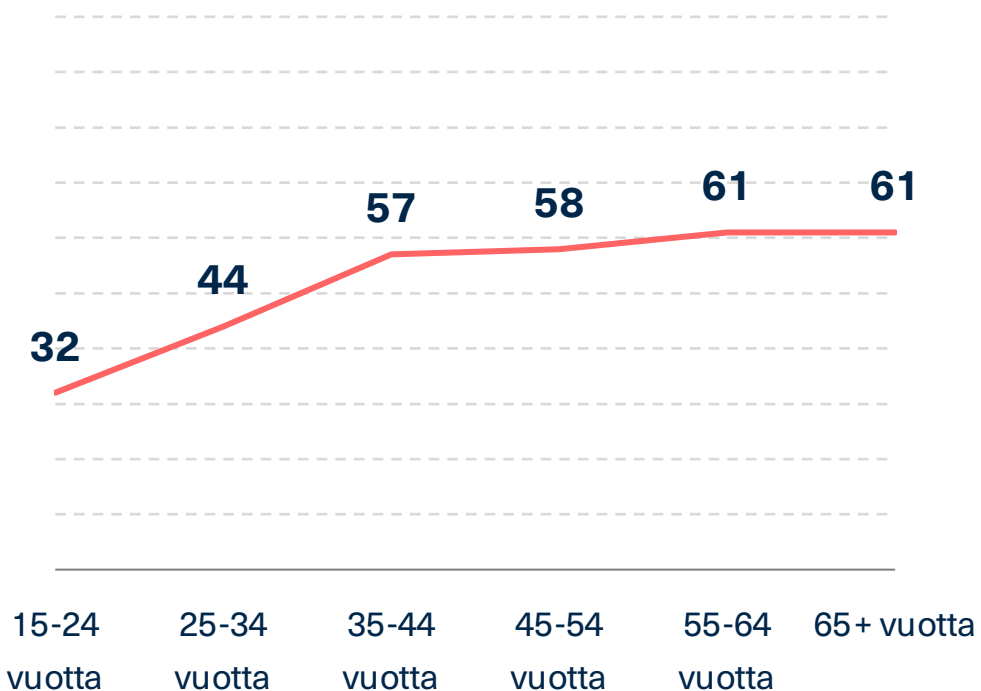
Aikakauslehteen sitoutuminen – printti ja some

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Luen itselleni tärkeät aikakauslehdet kannesta kanteen

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



54 %

yli 15-vuotiaista lukee aikakauslehtensä kannesta kanteen – naisista 59 % ja miehistä 48 %.

Luen itselleni tärkeät aikakauslehdet kannesta kanteen

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

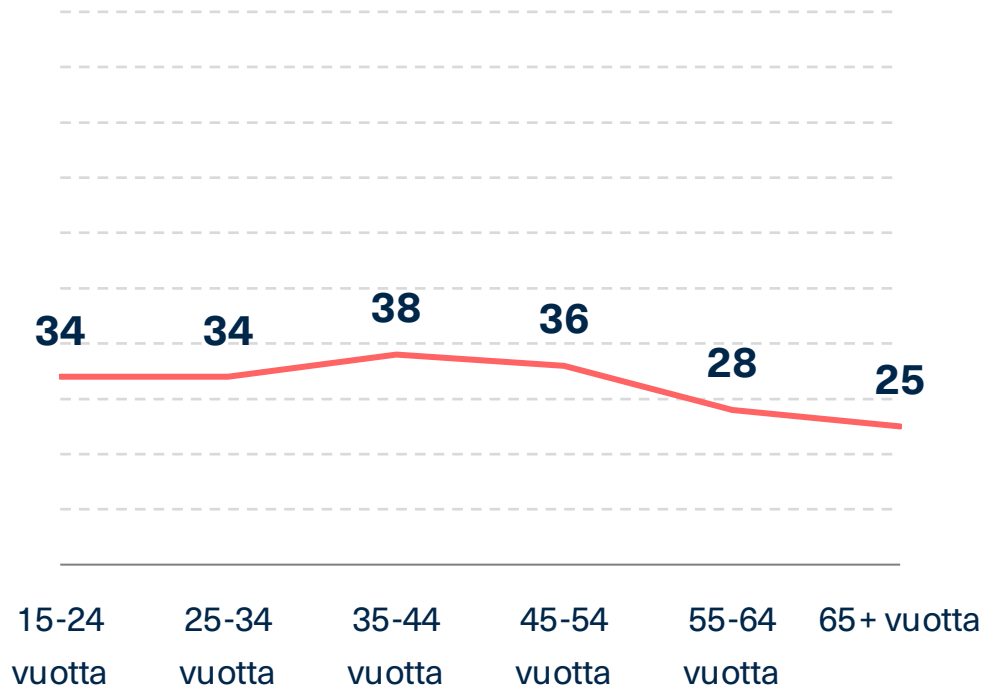
TOP-lehdet	% lukijoista
ET-lehti	69
Kotivinkki	68
Samarbete	67
Viherpiha	67
Mondo	67
Eeva	67
Voi Hyvin	67
Avotakka	66
Maalla	66
Kotiliesi Käsityö	66
ET Terveys	66
Viva	66

54 %

yli 15-vuotiaista lukee
aikakauslehtensä kannesta
kanteen – naisista 59 % ja
miehistä 48 %.

Seuraan itselleni tärkeitä aikakauslehtiä sosiaalisessa mediassa

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



31 %

yli 15-vuotiaista seuraa itselleen tärkeitä aikakauslehtiä somessa.

Naisten (33 %) ja miesten (30 %) seuraamisella ei käytännössä ole eroa.

Seuraan itselleni tärkeitä aikakauslehtiä sosiaalisessa mediassa

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	42
Fit	42
HS Meidän perhe	41
Alibi	40
Sport	38
Tivi	36
Mondo	36
Juoksija-lehti	35
Maku	35
Aku Ankka	35

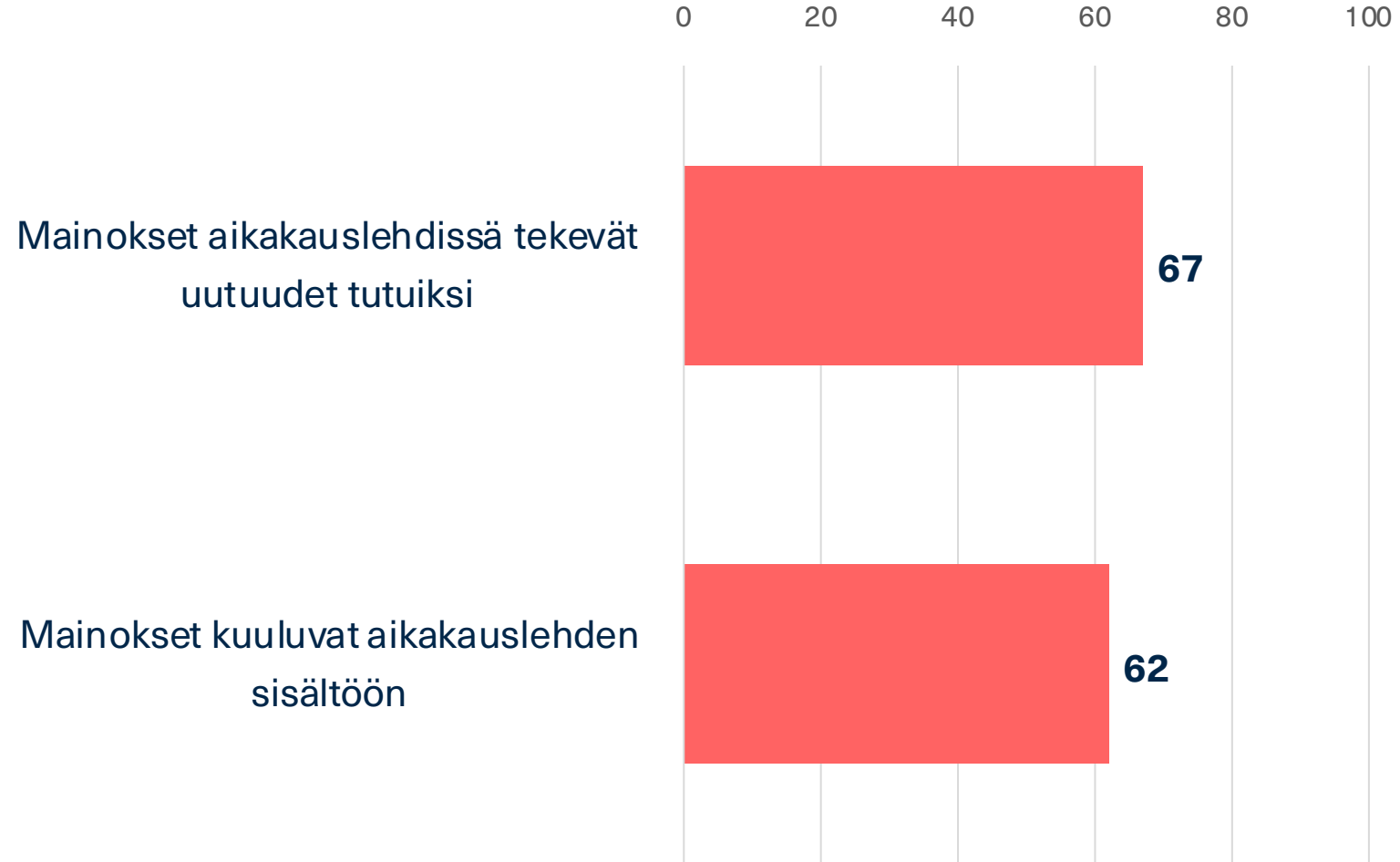
31 %

yli 15-vuotiaista seuraa itselleen tärkeitä aikakauslehtiä somessa.

Naisten (33 %) ja miesten (30 %) seuraamisella ei käytännössä ole eroa.

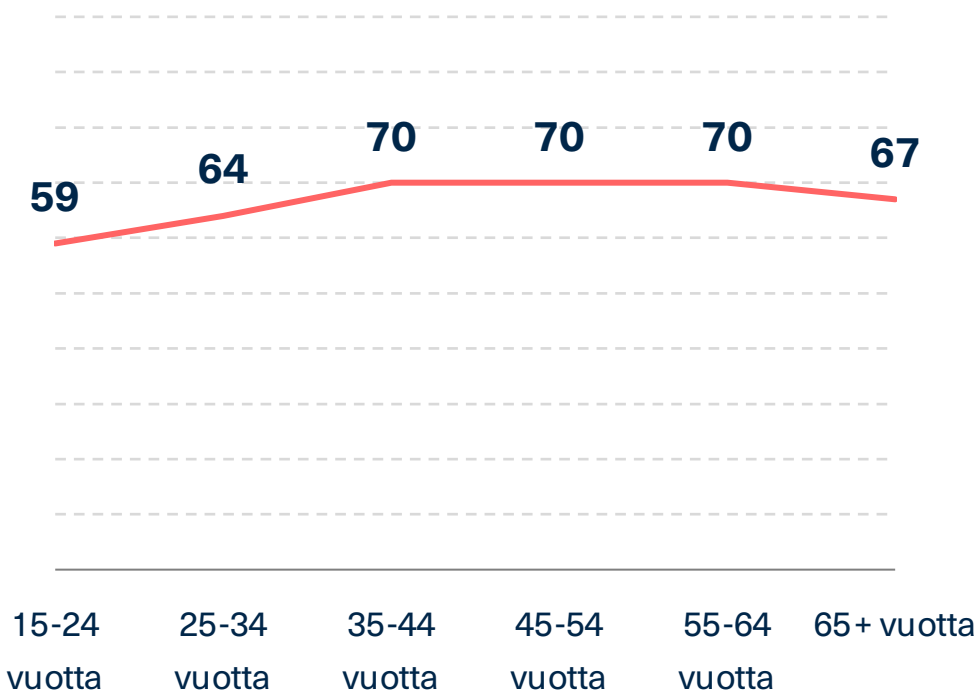
Aikakauslehtimainonta tekee uutuuudet tutuiksi

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Aikakauslehtimainonta tekee uutuuudet tutuiksi

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



67 %

yli 15-vuotiaista sanoo aikakauslehtimainosten tekevän uutuuudet tutuiksi.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 73 % ja miehistä 60 %.

Aikakauslehtimainonta tekee uutuudet tutuiksi

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Fit	79
Kauneus & Terveys	77
Unelmien Talo & Koti	76
Kotiliesi Käsityö	76
Suuri Käsityö	76
Viva	76
Gloria	75
Kotivinkki	75
Trendi	75
Maku	75
Kotilääkäri	75
HS Meidän perhe	75

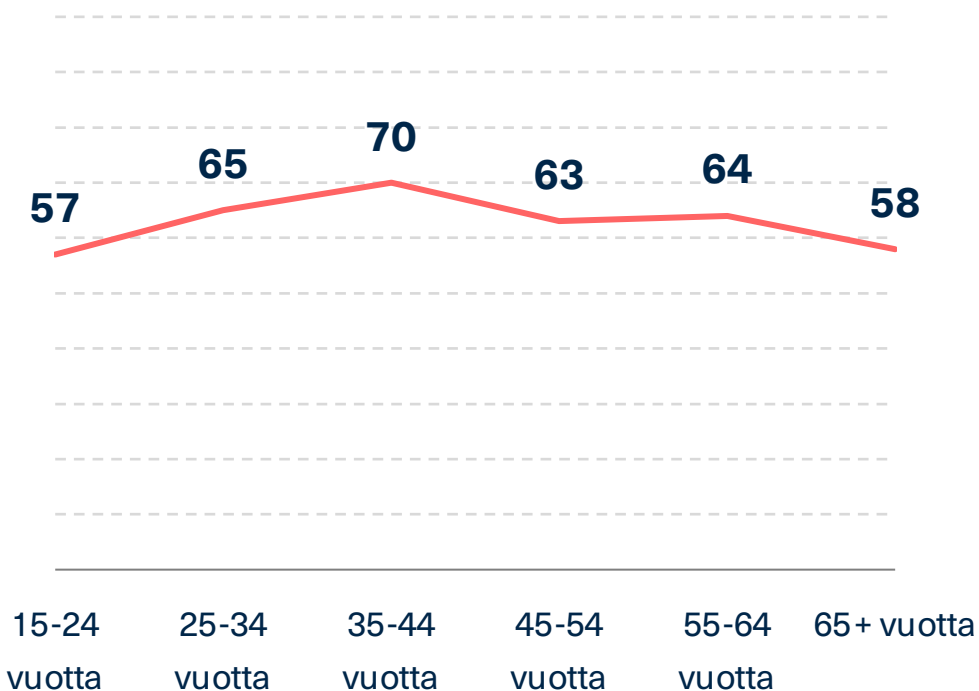
67 %

yli 15-vuotiaista sanoo aikakauslehtimainosten tekevän uutuudet tutuiksi.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 73 % ja miehistä 60 %.

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 63 % ja miehistä 61 %.

Mainokset kuuluvat aikakauslehden sisältöön

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Mondo	71
Antiikki & Design	70
Arvopaperi	70
Talouselämä	70
Tekniikka&Talous	70
Viisas Raha	70
Fit	70
HS Meidän perhe	70
Image	70
Gloria	69
Trendi	69
Sport	69

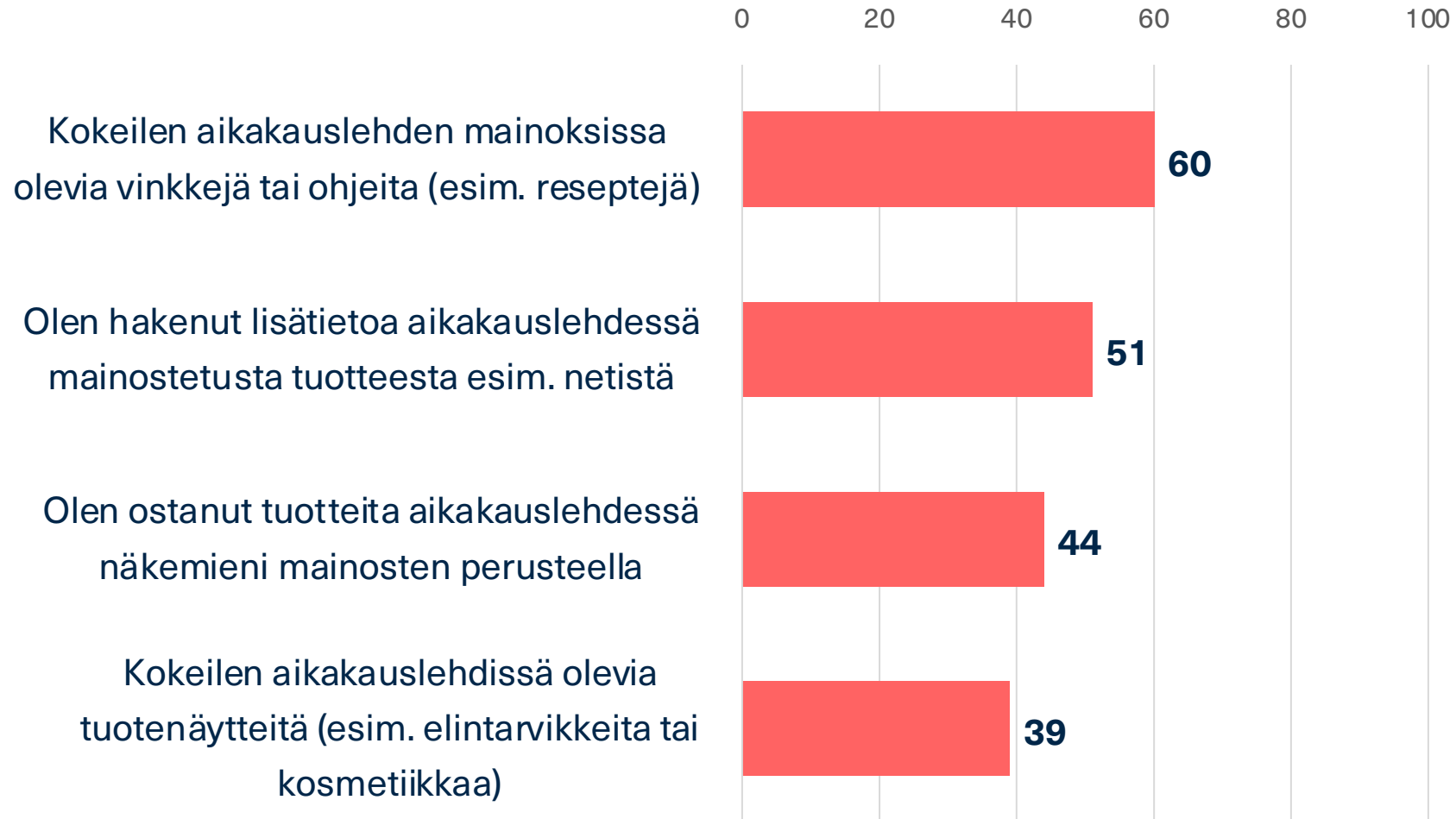
62 %

yli 15-vuotiaista kokee mainosten kuuluvan aikakauslehden sisältöön.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 63 % ja miehistä 61 %.

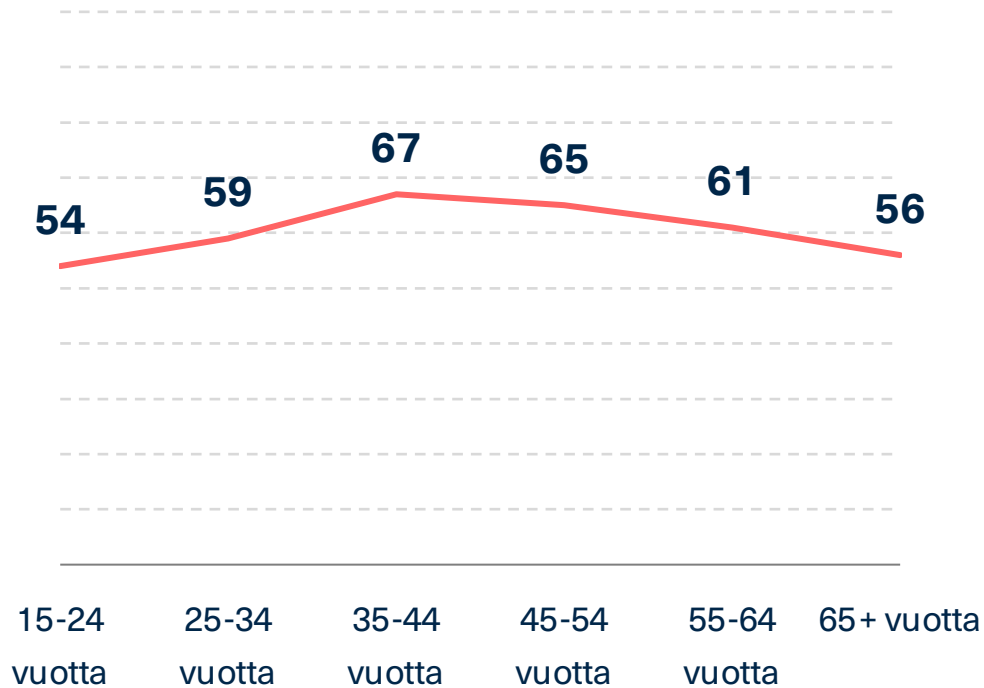
Mainos aikakauslehdessä saa aikaan toimintaa

% 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!

60 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehtimainoksissa olevia vinkkejä tai ohjeita.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 72 % ja miehistä 47 %.

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

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	77
Fit	77
Gloria	75
HS Meidän perhe	75
Suuri Käsityö	73
Sport	73
Koti ja keittiö	72
Kotiliesi Käsityö	71
Kauneus & Terveys	71

Reseptit ja muut ohjeet mainoksissa aktivoivat!

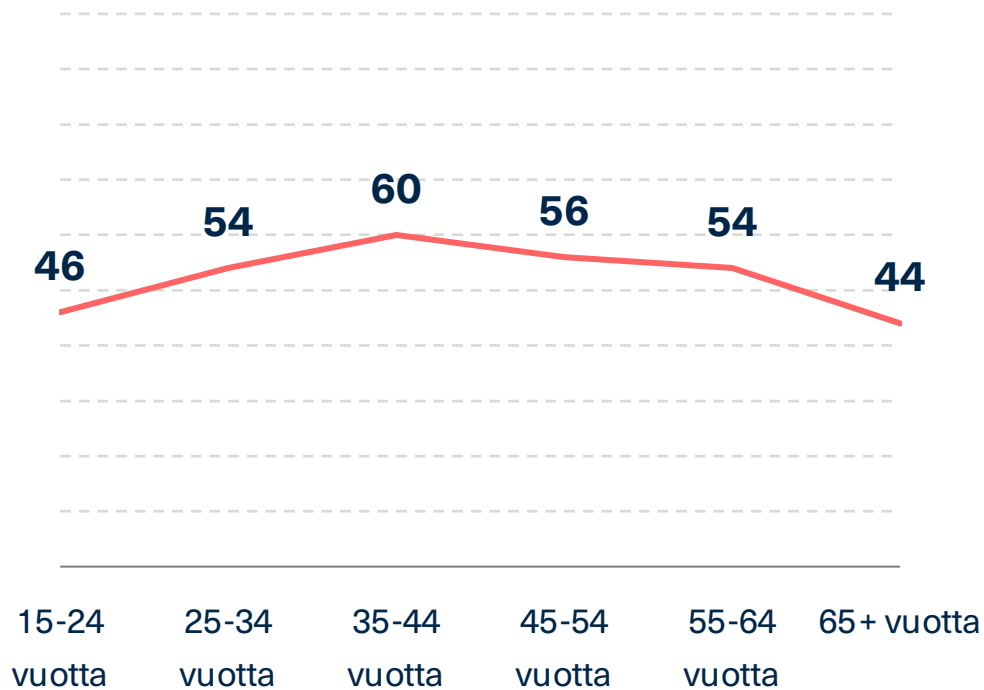
60 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehtimainoksissa olevia vinkkejä tai ohjeita.

Naisista väittämän kanssa on samaa mieltä 72 % ja miehistä 47 %.

Olen hakenut lisätietoa aikakauslehdessä mainostetusta tuotteesta esim. netistä

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



51 %

yli 15-vuotiaista on hakenut tuotteesta lisätietoa aikakauslehtimainoksen ansiosta – sama 51 % sekä naisilla että miehillä.

Olen hakenut lisätietoa aikakauslehdessä mainostetusta tuotteesta esim. netistä

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

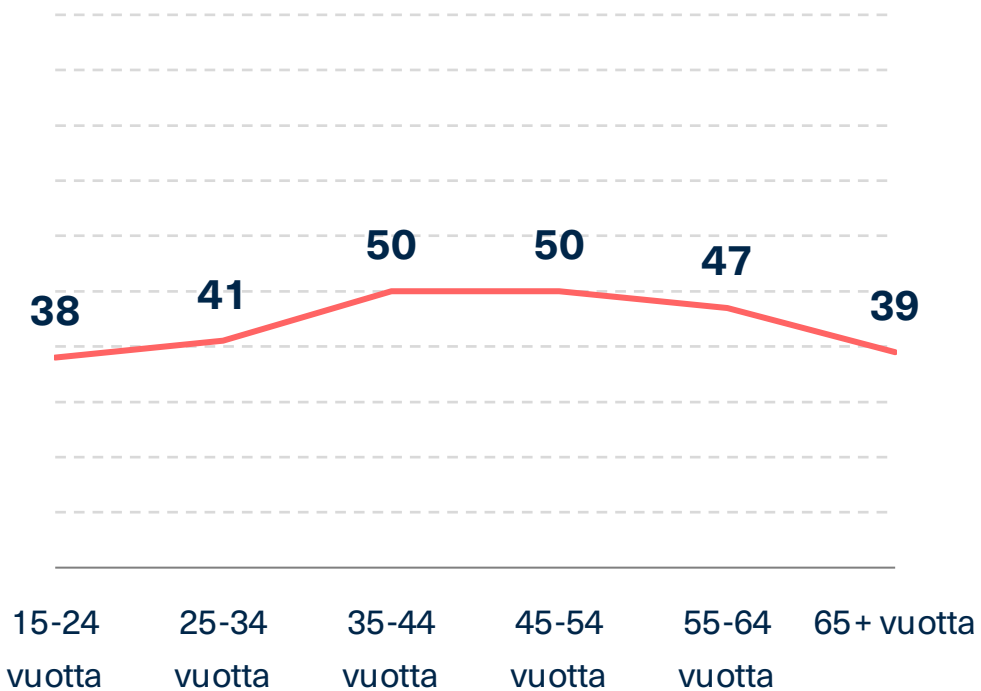
TOP-lehdet	% lukijoista
Alibi	62
Trendi	60
Tekniikka&Talous	59
Fit	59
Kippari	58
Seiska	58
Mikrobitti	57
Vene	57
Kauneus & Terveys	57
HS Meidän perhe	57

51 %

yli 15-vuotiaista on hakenut
tuotteesta lisätietoa
aikakauslehtimainoksen ansiosta
– sama 51 % sekä naisilla että
miehillä.

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 37 %.

Olen ostanut tuotteita aikakauslehdessä näkemieni mainosten perusteella

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

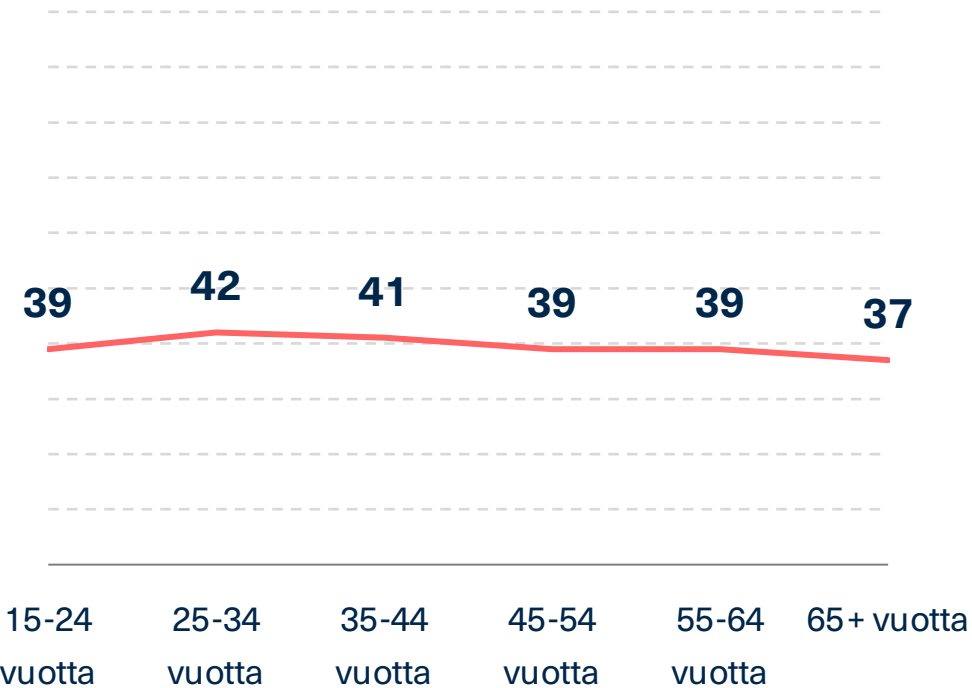
TOP-lehdet	% lukijoista
Fit	58
Sport	57
Trendi	56
HS Meidän perhe	55
Unelmien Talo & Koti	54
Gloria	54
Kotivinkki	54
Kauneus & Terveys	54
Alibi	54
Mondo	53
Maku	53

44 %

yli 15-vuotiaista on ostanut tuotteita aikakauslehtimainosten perusteella – naisista 50 % ja miehistä 37 %.

Kokeilen aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä (esim. elintarvikkeita tai kosmetiikkaa)

% suomalaisista, täysin tai osittain samaa mieltä



Tuotenäytteet houkuttelevat kokeilemaan ja tekevät uutuudet tutuiksi!

39 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä – naisista 56 % ja miehistä 21 %.

Kokeilen aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä (esim. elintarvikkeita tai kosmetiikkaa)

% lukijoista, täysin tai osittain samaa mieltä

TOP-lehdet	% lukijoista
Trendi	63
Fit	60
HS Meidän perhe	59
Gloria	56
Kotiliesi Käsityö	55
Suuri Käsityö	55
Kauneus & Terveys	55
Koti ja keittiö	54
Askel	54
Viva	54

Tuotenäytteet houkuttelevat kokeilemaan ja tekevät uutuudet tutuiksi!

39 %

yli 15-vuotiaista kokeilee aikakauslehdissä olevia tuotenäytteitä – naisista 56 % ja miehistä 21 %.

2.

*Suhtautuminen mainontaan eri
kanavissa*

76 % yli 15-vuotiaista suomalaisista suhtautuu aikakauslehtimainontaan myönteisesti.

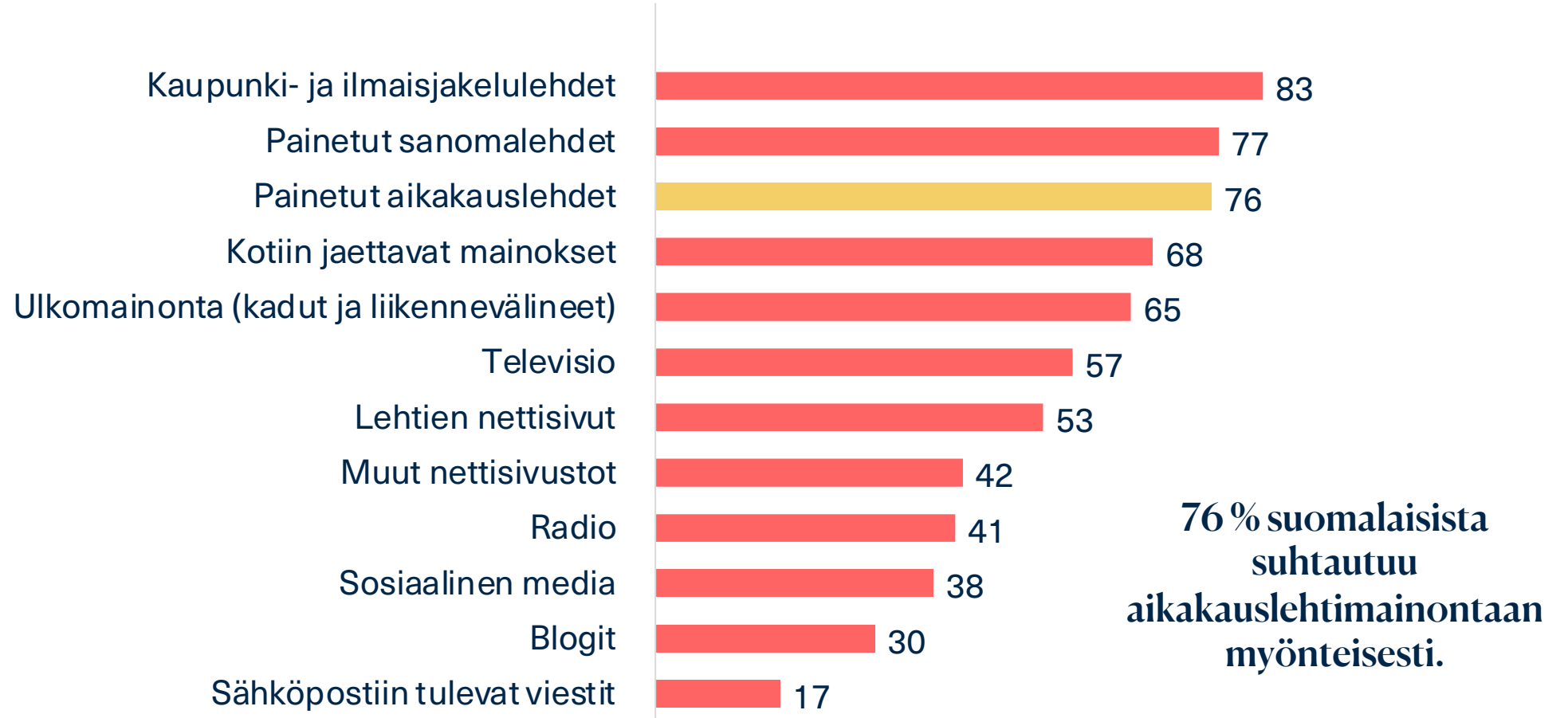
Naiset (79 %) suhtautuvat hieman miehiä (73 %) myönteisemmin.

Erityisesti aikakauslehtimainonnasta pitävät 45–54 vuotiaat, joista 80 % suhtautuu 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.**

23 %:lla

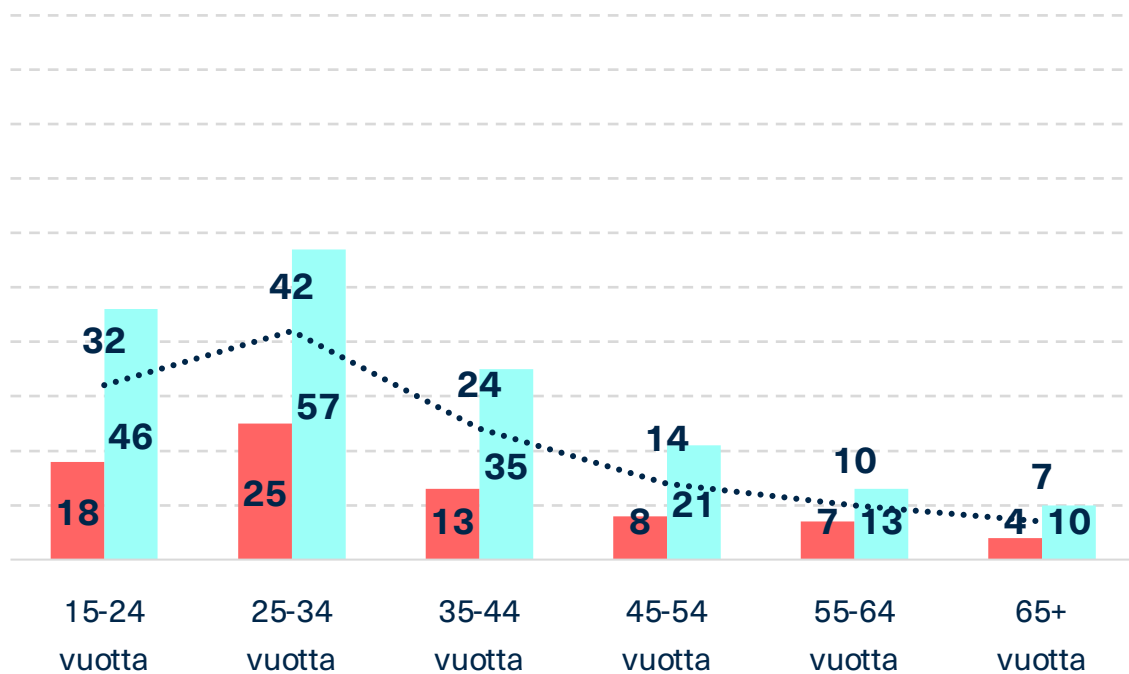
on mainoskielto ovesa.



Adblockerin tai vastaavan käyttö

% suomalaisista, ikäryhmittäin

Nainen Mies Kaikki



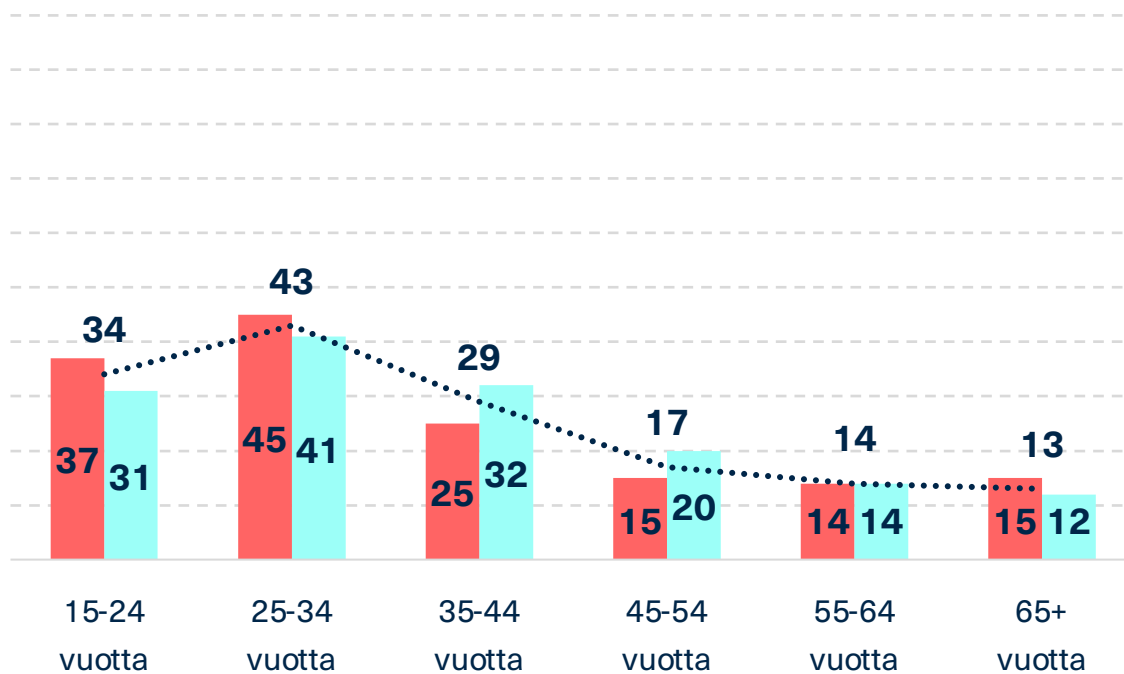
Alle 35-vuotiaat estävät mainontaa huomattavasti vanhempia ikäluokkia useammin.

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

Mainoskielto ovesa

% suomalaisista, ikäryhmittäin

Nainen Mies Kaikki



Yleisemmin painetun suoramainonnan kieltävät 25–34 vuotiaat (43 %).

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

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



AIKAKAUSMEDIA

Aikakausmedia.fi | Mediakortit.fi



@aikakausmedia