



Viestimille 7.6.2011

Kyllä kansa tietää, eli

## SUOMALAISET YMMÄRTÄVÄT MIKSI MAINONTAA TARVITAAN

Mainonta on suomalaisille paitsi positiivinen myös hyvin ymmärretty asia. Mainonnan Neuvottelukunnan juuri teettämän tutkimuksen mukaan suomalaiset tietävät, että mainonta tarjoaa tuotetietoja, on kyse sitten hintaviestinnästä tai tuotteen käyttövinkeistä. Myös mainonnan rooli sekä tiedonvälityksen edistäjänä että kulttuurin ja urheilun tukijana on suomalaisille selvä. Suomalaisten medialukutaito onkin tältä osin varsin hyvässä kunnossa.

### Suomalaiset tietävät miksi mainontaa tehdään

Myönteisimpiä asioita mainonnassa ovat suomalaisten mielestä viestit tuotteiden ja palvelujen hinnoista, tarjouksista ja tuotetiedoista. Uutuuksista kertominen mainonnassa on myös suomalaisten mielestä myönteistä.

Mainonnan rooli monipuolisemman mediakentän ylläpitäjänä on selvää useammalle kuin joka toiselle. Ilman mainosrahoitteisuutta mediakenttä ei olisikaan yhtä rikas kuin se tällä hetkellä on. Suomalaiset ovat tiedostaneet hyvin myös mainonnan työllistävän vaikutuksen sekä sen, että mainonta lisää kilpailua markkinoilla, mikä johtaa usein kuluttajan kannalta halvempiin hintoihin.

### Mainonta on osa populaarikulttuuria

Suomalaisista lähes kaksi kolmesta pitää mainontaa osana populaarikulttuuria. Mainonta onkin ollut monen ilmiön yhtenä ilmentymänä tai alkuunpanijana.

- Mainontaa on jo pitkään totuttu pitämään viihteenä ja viihteen merkitys populaarikulttuurin osana kasvaa koko ajan. Myös taiteelliset näkökulmat ovat mainonnassa olleet aina tärkeitä, ja viime aikoina estetiikan merkitys on vielä lisääntynyt, sanoo Terhi-Anna Wilska, kulutustutkija ja sosiologian professori Jyväskylän yliopistossa.

Mainonta on suomalaisten mielestä paitsi osa kulttuuria myös tärkeä kulttuurin ja urheilun tukija mm. sponsorointina erilaisissa tilaisuuksissa. Suomalaiset mieltävät siis sponsoroinnin mainonnaksi ja kaupalliseksi viestinnäksi.

### Yksinkertaisuus on mainonnassakin kaunista

Enemmän kuin joka toinen suomalainen kokee, että mainonta helpottaa heitä tuotevalintojen tekemisessä. Suomalaisiin vetoaa parhaiten yksinkertainen mainonta, joka tarjoaa tietoa. Liian

kikkailevasta mainonnasta, jossa tuote jää mainosidean jalkoihin, ei pidetä. Suomalaisille on tärkeää, että mainos erottuu muista mainoksista myönteisesti.

### **Mainontaan suhtautuminen myönteistä**

Suomalaisista 67 prosenttia pitää mainontaa myönteisenä asiana ja se on hyväksyttävää 63 prosentin mielestä. Taloudellisen taantumien aikaan myönteisesti suhtautuvien määrä on tavannut laskea, mutta suhtautuminen on tyypillisesti muuttunut myönteisemmäksi aina talouden nousun päästyä vauhtiin.

Joka kolmas suomalainen pitää mainontaa itselleen tarpeellisena ja luonnollisena osana elämäänsä ja joka viides kokee, että mainonta on tärkeä osa median sisältöä.

### **Lisätietoja:**

Mainonnan Neuvottelukunta, puheenjohtaja, Mainostajien Liiton toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, p. (09) 6860 8417, 040 508 0607

Suomalaisten suhtautuminen mainontaan -tutkimuksen tilaaja on Mainonnan Neuvottelukunta. Tutkimusta on tehty yli kolmenkymmenen vuoden ajan. Tänä vuonna tiedonkeruu toteutettiin 6.-14.4.2011 TNS Gallup Forum -vastaajakannassa. Kyselyyn vastasi yhteensä 1082 vastaajaa (ikäryhmä 15+). Tutkimuksen tulokset painotettiin väestöä vastaaviksi iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan.

Mainonnan Neuvottelukunta (MNK) on markkinointialan järjestöjen epävirallinen yhteistyöfoorumi. Se edistää mainonnan ja markkinointiviestinnän asemaa Suomessa muun muassa tutkimuksen ja tiedottamisen avulla.

Mainonnan Neuvottelukunnan jäseniä ovat seuraavat media-, mainos- ja markkinointiliitot:

Aikakausmedia, Asiakkuusmarkkinointiliitto, IAB Finland, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, MTV Media, Nelonen Media, Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto, RadioMedia, Sanomalehtien Liitto

Mainonnan Neuvottelukunnan puheenjohtajuus kiertää jäsenistön keskuudessa. Vuonna 2011 puheenjohtajana on Mainostajien Liitto.

[www.mainonnanneuvottelukunta.fi](http://www.mainonnanneuvottelukunta.fi)