



2025

MEDIA- TIEDOT

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



Videomainonta

Instream-videomainonta

MTV tarjoaa laaja-alaisesti videomainontaa sekä omiin palveluihin MTV Katsomoon, MTVuutiset.fi:hin ja MTV3:n digitalisoiduille mainoskatkoille että myös Disney+:n ja SkyShowtimen palveluihin. MTV:n kaikissa (omissa ja jälleenmyymissä) palveluissa hallinnoima videomainosinventari tarjoaa tehokkaat ratkaisut erilaisiin kampanjatarpeisiin turvallisessa ympäristössä (brand safety).

MTV Katsomossa, MTVuutiset.fi:ssä, MTV3-kanavan digitalisoiduilla mainoskatkoilla, Disney+:ssa ja SkyShowtimessa esitettävissä ohjelmissa eli pidemmissä videosisällöissä on useampia mainospaikkoja sekä ennen sisältöä että sen keskellä. Lyhyissä videosisällöissä, ns. klipeissä, esitetään pääsääntöisesti yksi mainos ennen klippiä. MTV Katsomon ja MTV3-kanavan digitalisoitujen mainoskatkojen sponsoroiduissa sisällöissä on myös mahdollisia ohjelmayhteistyötunnisteita.

Jakelusopimusten puitteissa kampanjoissa on mukana myös MTV:n kanavasisältöjä MTV Katsomon ulkopuolissa palveluissa, kuten Telia Playssä.

Hintaindeksi videomainonnassa on 100 koko vuodelle.

MTV Video CTV -ratkaisun vahvuutena on isojen ruutujen ylivoimainen vaikuttavuus, laaja tavoitavuus ja toistokontrollilla optimoitu mainosnäyttöjen toimitus. Päätelaitteista mukana ovat vain isot ruudut. Inventaari koostuu MTV3:n digitalisoitujen mainoskatkojen (HbbTV), MTV Katsomon, Disney+:n ja SkyShowtimen laadukkaista sisällöistä. MTV Video CTV:ssä on takuu mainoksen loppuun katsomisesta ja toistokontrolli.

MTV Video Premiumin avulla voit kohdentaa viestisi muun muassa haluamallasi demografia-kohderyhmälle tai GDR:n segmenteille. Kohdennettu inventaari koostuu pääosin MTV Katsomon pitkästä sisällöstä, jossa käyttäjä tunnistetaan kirjautumisella. Kohdentamattomassa inventaarissa on mukana lisäksi Disney+:n ja SkyShowtimen sisällöt. MTV Video Premiumissa on takuu mainoksen loppuun katsomisesta ja toistokontrolli.

MTV Video All Screens -ratkaisun vahvuutena on laaja tavoitavuus premium-videoympäristöissä ja mukana on nimensä mukaisesti kaikki päätelaitteet. Inventaari koostuu MTV3:n digitalisoitujen mainoskatkojen (HbbTV), MTV Katsomon, Disney+:n ja SkyShowtimen laadukkaista sisällöistä. MTV Video All Screens -ratkaisussa on takuu mainoksen loppuun katsomisesta ja toistokontrolli.

MTV Video Reachin vahvuutena on nimensä mukaisesti laaja tavoitavuus kaikissa videoympäristöissä. Inventaari koostuu pääosin MTV:n palveluiden (MTV Katsomo ja MTVuutiset.fi), Disney+:n ja SkyShowtimen pitkästä ja lyhyestä sisällöstä. MTV Video Reach -ratkaisussa on takuu mainoksen loppuun katsomisesta ja toistokontrolli.

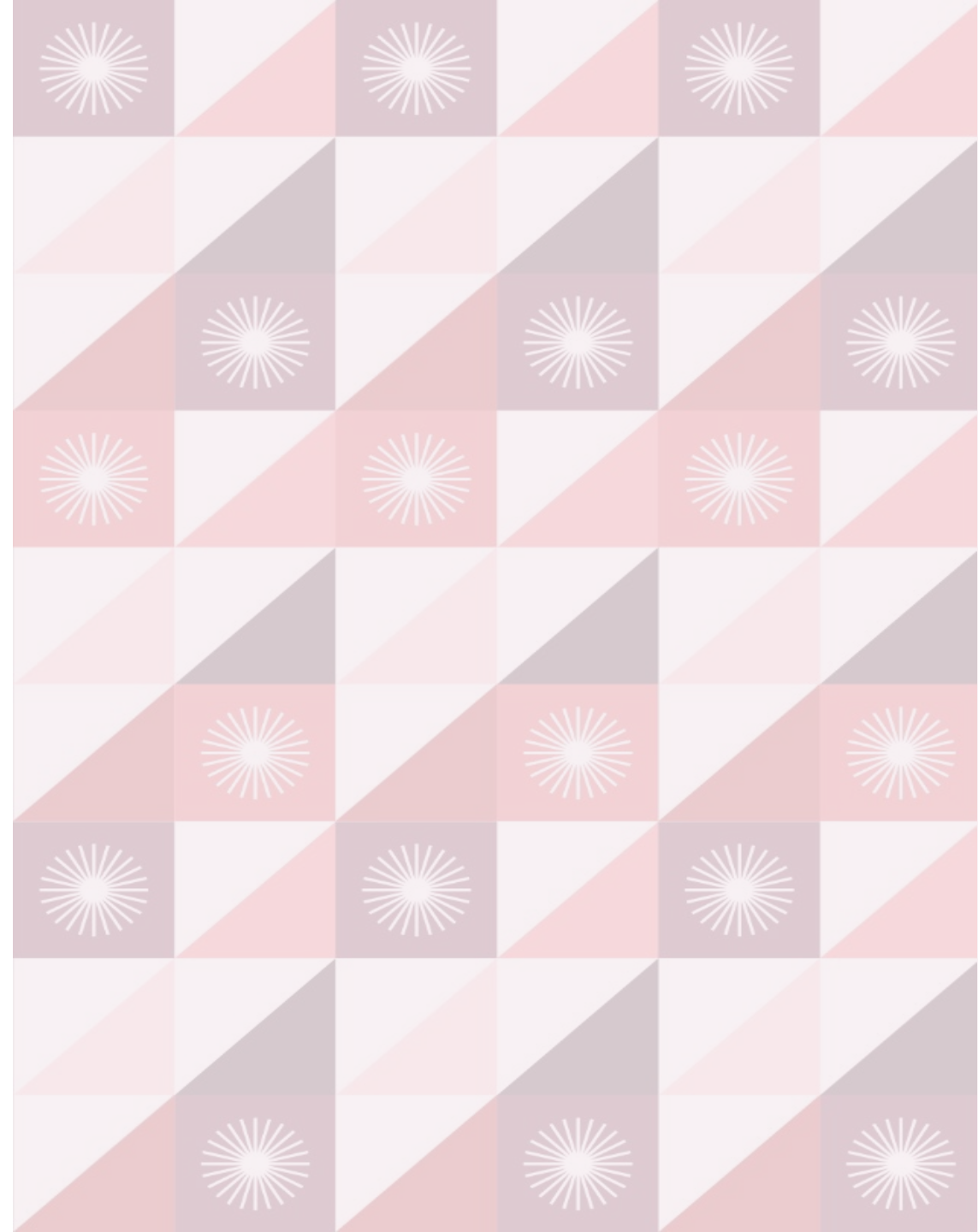
Videomainonta

Instream-videomainonta

MTV Bumper Ad -mainokset ovat lyhyitä ja ytimekkäitä, täydellisiä herättämään kiinnostuksen 6 sekunnissa. Premium Bumper Adin osalta inventaari koostuu pääosin MTV Katsomon, Disney+:n ja SkyShowtimen pitkästä sisällöstä. Reach Bumper Adissa on lisänä vielä MTVuutiset.fi:n instream videoinventaari. Lyhyen muotonsa ansiosta bumper-mainokset sopivat täydellisesti myös mobiililaitteille.

MTV Uutiset Short on sopiva ratkaisu esimerkiksi suoraan aktivointiin ja uutisympäristön haltuunottoon. Videoinventaarina on MTVuutiset.fi-palvelun monipuoliset uutisvideoisisällöt, joihin huippuluokan uutistoimitus tekee journalistisesti laadukasta sisältöä ympäri vuorokauden.

MTV Pause Ad on staattinen koko ruudun mainos, joka näytetään, kun käyttäjä keskeyttää ohjelman katselun pause-painikkeella. Premium Pause Adin voit kohdentaa esimerkiksi käyttäen demografiaa tai GDR-kohdennuksia. Uutiset Pause Adin voit kohdentaa alueellisesti.



Instream-videomainonta, hinnasto 2025

uutuudet: MTV Video CTV ja MTV Video All Screens

Instream-videomainonta, hinnasto 2025

Bruttohinnat, kohdentamaton, CPCV = hinta tuhannelle loppuun asti katsellulle mainokselle, €

RATKAISU (KOHDENTAMATON)	5 S	10 S	15 S	20 S	25 S
MTV Video CTV	18,5	30,8	43,1	49,3	55,4
MTV Video All Screens	16,8	28,0	39,2	44,8	50,4

- MTV Video CTV –ratkaisu muodostuu seuraavista ison ruudun inventaareista: MTV Katsomo, MTV3:n digitalisoidut katkot, Disney+ ja SkyShowtime. Impressiot jaetaan kampanjassa palveluiden inventaarin suhteessa ja mahdolliset rajoitukset huomioiden. Walt Disney Company pidättää oikeuden olla näyttämättä mainosta
- MTV Video CTV:ssa spottipituudet voivat olla vain 5 sekunnilla jaolliset ja suositusmaksimipituus on 25 sek. Pidemmät pituudet ovat erikseen sovittavissa
- MTV Video CTV:ssa on tuotelupauksena 100 % loppuunkatselutakuu ja toistokontrolli: max 5 per käyttäjä tai CTV-laite / vko / palvelu. Toistokontrolli koskee myös videomainontaa MTV3-kanavan digitalisoiduilla katkoilla



CTV on ison ruudun ratkaisu, SmartTV-laitteella.

- MTV Video All Screens –ratkaisu muodostuu seuraavista inventaareista: MTV Katsomo, MTV3:n digitalisoidut katkot, Disney+ ja SkyShowtime. Impressiot jaetaan kampanjassa palveluiden inventaarin suhteessa ja mahdolliset rajoitukset huomioiden. Walt Disney Company pidättää oikeuden olla näyttämättä mainosta. Ratkaisu sisältää kaikki päätelaitteet, sovellukset ja selainversiot
- MTV Video All Screens –ratkaisussa spottipituudet voivat olla vain 5 sekunnilla jaolliset ja suositusmaksimipituus on 25 sek. Pidemmät pituudet ovat erikseen sovittavissa
- MTV Video All Screens –ratkaisussa on tuotelupauksena 100 % loppuunkatselutakuu ja toistokontrolli: max 5 per käyttäjä tai laite / vko / palvelu. Toistokontrolli koskee myös videomainontaa MTV3-kanavan digitalisoiduilla katkoilla



MTV Video All Screens kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV Katsomo-, SkyShowtime- & Disney+ -sovellukset, MTV3:n digitaaliset katkot, selainversiot ja SmartTV-laitteet.

Instream-videomainonta, hinnasto 2025

Bruttohinnat, kohdentamaton. CPCV = hinta tuhannelle loppuun asti katsellulle mainokselle, €

RATKAISU (KOHDENTAMATON)	5 s	6 s	10 s	15 s	20 s	25 s	30 s	35 s	40 s	45 s	50 s	55 s	60 s
MTV Video Premium RON	16,8	-	28,0	39,2	44,8	50,4	56,0	67,2	72,8	84,0	95,2	100,8	112,0
MTV Video Premium Bumper Ad RON	-	16,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MTV Video Reach RON	12,5	-	25,0	35,0	40,0	-	-	-	-	-	-	-	-
MTV Video Reach Bumper Ad RON	-	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MTV Uutiset Short ROS	9,0	9,0	15,0	21,0	24,0	-	-	-	-	-	-	-	-
MTV Video Premium Pause Ad ROS	30,0*												
MTV Uutiset Pause Ad ROS	25,0*												

* CPM



MTV Video Premium RON kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV Katsomo-, SkyShowtime- & Disney+ -sovellukset, selainversiot ja SmartTV-laitteet.



MTV Video Premium Bumper Ad RON kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV Katsomo-, SkyShowtime- & Disney+ -sovellukset, selainversiot ja SmartTV-laitteet.



MTV Uutiset Short ROS kattaa päätelaiteriippumattomasti MTVuutiset.fi-selainversiot sekä -sovellukset.



MTV Video Reach RON kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV:n verkkopalveluiden selainversiot sekä sovellukset, MTV Katsomo-, SkyShowtime- & Disney+ -sovellukset, selainversiot ja SmartTV-laitteet.



MTV Video Reach Bumper Ad RON kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV:n verkkopalveluiden selainversiot sekä sovellukset, MTV Katsomo-, SkyShowtime- & Disney+ -sovellukset, selainversiot ja SmartTV-laitteet.



MTV Video Premium Pause Ad ROS kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV Katsomo-sovellukset, selainversiot ja SmartTV-laitteet.



MTV Uutiset Pause Ad ROS kattaa päätelaiteriippumattomasti MTVuutiset.fi-selainversiot sekä -sovellukset.

- MTV Video Premiumissa, MTV Video Reachissa, Bumper Ad –ratkaisuihin ja MTV Uutiset Shortissa on 100 % loppuunkatselutakuu
- MTV Video Premiumin MTV Katsomon inventaarissa myös 60–120 s spottipituudet ovat mahdollisia
- MTV Video Premium RON:ssa, MTV Video Reach RON:ssa ja Bumper Ad RON:ssa on mukana MTV:n palveluiden lisäksi Disney+:n ja SkyShowtimen inventaarit. Mainosnäytöt jakautuvat kampanjoihin palveluiden inventaarin mukaan. Mahdolliset spotti- tai muut rajoitukset voivat edellyttää Disney+ ja/tai SkyShowtimen jättämisen pois kampanjoista
- Mikäli haluat sisällyttää MTV Video Premium RON –kampanjan vain tiettyjen palveluiden inventaarin, käänny MTV:n puoleen
- Jakelusopimusten puitteissa kampanjoissa on mukana myös MTV:n kanavasisältöjä Katsomon ulkopuolisissa palveluissa, kuten Telia Playssä

Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet

Data ja kohdennusmahdollisuudet

MTV:n oma data perustuu MTV-tunnuksella tehtyihin kirjautumisiin palveluissa. Oman datamme lisäksi teemme yhteistyötä Bisnoden sekä Global Data Resourcen kanssa. Näiden avulla rikastamme olemassa olevaa tietoa käyttäjistä ja voimme kehittää monipuolisempia kohdennusmahdollisuuksia. Demografia- ja aluekohdennusdata perustuu MTV-tunnuksiin.

Bisnode-data

Bisnode kerää korkealaatuista tilastollista dataa viranomaislähteistä, kuten Tilastokeskukselta, Verohallinnosta, Digi- ja väestötietovirastosta sekä Maanmittauslaitokselta. Suoraa henkilökohtaista rekisteritietoa ei kuitenkaan käytetä, vaan Bisnode hyödyntää segmenteissään ennustamista sekä tekoälyä.

MTV Katsomon käyttäjien itse antamaa dataa on rikastettu Bisnoden datalla. Jatkuvien päivitysten ansiosta tiedot pysyvät ajantasaisina, joten käyttö on luotettavaa.

GDR-data

Global Data Resourcen data perustuu korostumiin ja todennäköisyyksiin postinumeropohjaisesti. Kohdennukset sisältävät postinumerot, josta etsitty korostuma on löytynyt. GDR on käyttänyt esimerkiksi Digi- ja väestötietoviraston julkista rekisteriä sekä Kantar Mindia segmentoidakseen Suomen asuinalueet.

Kontekstuaalinen kohdennus

Kampanjan voi kohdentaa seuraaviin sisältökategorioihin



Draama
Tosi-tv

Viihde
Lifestyle

Uutiset ja dokumentit
Urheilu

Ohjelmakohdennus ja määräpaikat

Kampanja-ajalla ohjelmat kampanjaan voi valita MTV:n ohjelmistossa olevista sisällöistä. Lisäksi halutessaan voi kohdentaa myös katkon ensimmäiseen tai viimeiseen paikkaan.

Päätelaitekohdennus

Kampanjan voi kohdentaa isoille ruuduille, mobiili- tai desktopkäyttäjille.

Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet

MTV VIDEO PREMIUM, MTV VIDEO PREMIUM BUMPER AD JA MTV VIDEO PREMIUM PAUSE AD		KOHDENNUSLISÄ
Demografiat	Sukupuoli+ikäyhdistelmät Miehet, naiset 15–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64, 65–74, 75+	+20 % (nuoret 15–24: -20 %)
Bisnode-kohdennus	Lapsiperheet: perheessä lapsia, perheessä alle 10 v. lapsia, perheessä 10–17 v. lapsia Kotitalouden/henkilön tulotaso: hyvätuloiset, keskituloiset, muut Kotitalouden/henkilön pääomatulot: huomattavat pääomatulot, jonkin verran pääomatuloja, ei pääomatuloja Autoilu: auton hallinta, ei autoa hallinnassa Yrityspäätäjät: yrityksen päätöksentekijä	+20 % Bisnode B2B +30 %
Aluekohdennus (perustuu postinumeroon)	MTV3:n näkyvyysalueet, maakunta, kaupunki, kaupunginosa (isot kaupungit)	MTV3:n näkyvyysalue +20 % Kaupunki tai kaupunginosa +25 %
GDR-kohdennus	Kiinnostusalueet: matkailu kotimaa/ulkomaat, terveys ja hyvinvointi, ruokaintoiliijat Ostoaie: käytetty auto, uusi auto, elektroniikka, nouto- ja pikaruoka, kauneudenhoito ja kosmetiikka, muoti ja vaatetus Lemmikit: kissanomistajat, koiranomistajat Koti ja asuminen: piha ja puutarha, harkitsee muuttamista, vakuutustarve	+10 %
Kontekstuaalinen kohdennus	Sisältökategoriat: Draama, Tosi-tv, Lifestyle, Viihde, Urheilu, Uutiset ja dokumentit	+20 %
Ohjelmakohdennus	Kampanja-ajalla ohjelmistossa olevat MTV:n sisällöt	+20%
Päätelaite-kohdennukset	Isot ruudut, mobiili, desktop	+10 %
Määräpaikka	Katkon ensimmäinen tai viimeinen määräpaikka	+20 %

MTV VIDEO REACH, MTV VIDEO REACH BUMPER AD		KOHDENNUSLISÄ
Kontekstuaalinen kohdennus	Sisältökategoriat: Draama, Tosi-tv, Lifestyle, Viihde, Urheilu, Uutiset ja dokumentit	+10 %
Aluekohdennus (IP-osoite)	IP-lokaatioon perustuva aluekohdennus, esim. MTV3-kanavan näkyvyysaluejako	+10 %

MTV UUTiset SHORT		KOHDENNUSLISÄ
Aluekohdennus (IP-osoite)	IP-lokaatioon perustuva aluekohdennus, esim. MTV3-kanavan näkyvyysaluejako	+10 %



- Mikäli kampanjan tavoitteet sisältävät usean päällekkäisen kohdennuksen, jokaisesta kohdennuksesta maksetaan oma lisähinta aiempien kohdennusten lisäksi (pl. sukupuoli+ikäyhdistelmät)
- Kampanjassa suositellaan käytettäväksi samanaikaisesti vain yhtä kohdennusvaihtoehtoa (pl. sukupuoli+ikäyhdistelmät)
- Kohdennukset ovat mahdollisia vain MTV:n omissa palveluissa. Disney+ ja SkyShowtime jäävät siis pois kohdennuksia sisältävistä kampanjoista

MTV Video Premium ja MTV Video Premium Bumper Ad, kohdennusten hinnasto 2025

Bruttohinnat, CPCV = hinta tuhannelle loppuun asti katsellulle mainokselle, €

KOHDENNUS*	5 s (Bumper Ad 6 s)	10 s	15 s	20 s	25 s	30 s	35 s	40 s
RON	16,8	28,0	39,2	44,8	50,4	56,0	67,2	72,8
Global Data Resources +10 %	18,5	30,8	43,1	49,3	55,4	61,6	73,9	80,1
Demografia +20 %	20,2	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Demografia nuoret 15–24v -20 %	13,4	22,4	31,4	35,8	40,3	44,8	53,8	58,2
MTV - Bisnode data +20 %	20,2	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
MTV - Bisnode data BtoB +30 %	21,8	36,4	51,0	58,2	65,5	72,8	87,4	94,6
Alueellinen kohdennus - MTV3:n näkyvyysalue +20 %	20,2	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Alueellinen kohdennus - kaupunki / kaupunginosa +25 %	21,0	35,0	49,0	56,0	63,0	70,0	84,0	91,0
Kontekstuaalinen kohdennus +20 %	20,2	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Ohjelmakohdennus, MTV:n sisällöt +20%	20,2	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Päätelaitekohdennus - big screen / mobiili / desktop +10 %	18,5	30,8	43,1	49,3	55,4	61,6	73,9	80,1
Määräpaikka - katkon ensimmäinen / viimeinen paikka +20%	20,2	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4

*Kohdennukset ovat mahdollisia vain MTV Katsomon inventaarissa. Disney+ ja SkyShowtime jäävät pois kohdennuksia sisältävistä kampanjoista.



MTV Video Reach, MTV Video Reach Bumper Ad, MTV Uutiset Short, MTV Video Premium Pause Ad ja MTV Uutiset Pause Ad, kohdennusten hinnasto 2025

Brutt hinnat, CPCV = hinta tuhannelle loppuun asti katsellulle mainokselle, €

MTV Video Reach, MTV Video Reach Bumper Ad

KOHDENNUS*	5 s (Bumper Ad 6 s)	10 s	15 s	20 s
RON	12,5	25	35	40
Kontekstuaalinen +10 %	13,8	27,5	38,5	44,0
Geokohdennus (IP) +10 %	13,8	27,5	38,5	44,0

MTV Uutiset Short

KOHDENNUS	5 s (Bumper Ad 6 s)	10 s	15 s	20 s
ROS	9	15	21	24
Geokohdennus (IP) +10 %	9,9	16,5	23,1	26,4

MTV Video Premium Pause Ad ja MTV Uutiset Pause Ad

KOHDENNUS	MTV Video Premium Pause Ad	MTV Uutiset Pause Ad
	€ / CPM	€ / CPM
ROS	30	25
Geokohdennus (IP) +10 %	-	27,5
Global Data Resources +10 %	33	-
Demografia +20 %	36	-
Demografia nuoret 15–24 v. -20 %	24	-
MTV - Bisnode data +20 %	36	-
MTV - Bisnode data BtoB +30 %	39	-
Alueellinen kohdennus - MTV3:n näkyvyysalueet +20 %	36	-
Alueellinen kohdennus - kaupunki / kaupunginosa +25 %	37,5	-
Päätelaitekohdennus - big screen / mobiili / desktop +10 %	33	-

- Kohdennukset ovat mahdollisia vain MTV:n omissa palveluissa. SkyShowtime ja Disney+ jäävät siis pois kohdennuksia sisältävissä kampanjoissa.
- Pause Ad mahdollinen ainoastaan MTV:n omissa palveluissa

