



2026

MEDIA- TIEDOT

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



Mediatiedot 2026

Sisällysluettelo

- **Total TV –mainonta**
 - Valtakunnallinen mainonta
 - Alueellinen mainonta
 - MTV3:n näkyvyysalueet
 - Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö
- **Videomainonta**
 - Instream-mainonta
 - MTV Video Premium ja MTV Video Premium Bumper Ad
 - MTV Uutiset Short, MTV Video Premium Pause Ad ja MTV Uutiset Pause Ad
- **Digitaalinen mainonta**
 - Display-mainonta
 - MTVuutiset.fi display
 - Outstream-videomainonta
 - MTVuutiset.fi display- ja outstream-kampanjoiden kohdennusmahdollisuudet
 - Justtag-kohdennuskategoriat
 - Display- ja outstream-kampanjoiden kohdennusmahdollisuudet
 - Tulospohjainen mainonta
 - Natiivimainonta ja sisältömarkkinointi
 - Ohjelmallinen ostaminen



Total TV -mainonta:

Valtakunnallinen mainonta: MTV Total TV

MTV Total TV on ostotapa, jossa kampanjaan määritellään haluttu kohderyhmä, kontaktimäärä, kampanja-aika ja spottipituus (5 sekunnilla jaollinen). MTV Total TV:ssä koko vuorokaudelle on voimassa yksi CPP- ja CPT-hinta valitulle kohderyhmälle. Ostamisen helpottamiseksi ja nopeuttamiseksi tuotteeseen on valmiiksi paketoitu mukaan kanavat: MTV3, MTV Sub, MTV Ava, STAR Channel, National Geographic ja MTV Katsomo.

MTV Total TV –kampanja on ostettavissa useassa eri kohderyhmässä. Kanavaosuudet vaihtelevat kunkin kohderyhmän luonnollista katselua mukaillen. MTV arvioi, että prime timen ja off prime timen kontaktien suhde paketissa on n. 60 %/40 %, poikkeuksena 3–9 v. lasten kampanjat, joiden kontaktit ohjelmakartasta johtuen ovat 100 % off primessa. MTV Katsomon osalta käytämme toistokontrollia max. 1 mainos / 30 min.

Kontaktitakuun MTV Total TV -tuotteeseen saa ostamalla kampanjaan vähintään 100 TRP:tä ja 3-9-vuotiaiden kohderyhmän kampanjaan vähintään 10 TRP:tä. Takuu myönnetään kampanjaan valitussa ostokohderyhmässä. MTV Total TV -pakettituotteeseen ei voi yhdistää muita ostotapoja. Mainosesitykset kelluvat koko kampanja-ajalla ja lopullisia mainosesitysten lukumääriä, sijoittelua, kanavajakoa tai prime / off -jakoa ei voi määrittellä kampanjassa etukäteen.

Hinnastossa olevat hinnat ovat 30 sekunnin bruttohintoja kausi-indeksillä 100.

MTV Total TV on saatavilla kohderyhmissä:

Koko väestö 3+

25–54

25–64

35–64

45+

Naiset 3+

Miehet 3+

Naiset 25–64

Miehet 25–64

3–9 v. lapset (MTV3 &
MTV Sub)

Valtakunnallisen tv-mainonnan kausi-indeksit ja
pituuskertoimet löydät sivulta 18

Total TV -mainonta: Valtakunnallinen mainonta: MTV Total TV, hinnasto 2026

MTV Total TV -kampanja koostuu mainosesityksistä, joita voidaan ajaa seuraavilla kanavilla:
MTV3, MTV Sub, MTV Ava, STAR Channel, National Geographic ja MTV Katsomo

30 sekunnin
brutt hinnat
indeksikaudella
100

MTV TOTAL TV			
KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	CPT-HINTA €	CPP-HINTA €
Koko väestö 3+	5 472	10,6	581
Naiset 3+	2 764	19,0	524
Miehet 3+	2 708	23,1	626
25–54	2 130	38,5	819
25–64	2 839	23,7	672
Naiset 25–64	1 391	47,4	659
Miehet 25–64	1 448	46,0	666
35–64	2 119	27,0	573
45+	2 695	13,0	351
3–9 v. lapset vkot 1–43*	366	47,3	173
3–9 v. lapset vkot 44–52*	366	56,0	205



CPT (cost per thousand) Kontaktihinta per tuhat katsojaa
CPP (cost per point) Kontaktihinta yhtä TRP-yksikköä kohden
TRP (target rating point) Kampanjan mainoskatkojen keskitatsojamäärien summa
kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2024



Total TV -mainonta:

Valtakunnallinen mainonta: Ohjelmaostaminen

MTV myy valtakunnallista mainosaikaa MTV3-, MTV Sub -, MTV Ava -, STAR Channel - ja National Geographic -kanaville. Ohjelmaostamisessa kampanjaan valitaan halutut ohjelmat, esitysten lukumäärä, esityspäivät, kohderyhmä ja spottipituus (5 sekunnilla jaollinen). Ostojärjestelmässämme on nähtävissä ohjelmilla kiinteät, varaushetkestä voimassa olevat 30 sekunnin bruttohinnat kausi-indeksillä 100.

Kontaktitakuun ohjelmaostamisen kampanjoihin saa ostamalla MTV3-kanavalle vähintään 25 TRP:tä, MTV Sub -kanavalle 10 TRP:tä ja MTV Ava -, STAR Channel - ja National Geographic -kanaville 5 TRP:tä kullekin. Kampanjan kontaktitakuukohderyhmäksi voi valita yhden seuraavista kohderyhmistä:

KOHDERYHMÄT
Koko väestö 3+
Naiset 3+*
Miehet 3+**
25–54
25–64
Naiset 25–64*
Miehet 25–64 **
35–64
45+
3–9 v. lapset***

*) Ei valittavissa National Geographicille

**) Ei valittavissa MTV Avalle

***) Valittavissa vain MTV3:lle ja MTV Subille

Katkoyhteys on käytössä vain valtakunnallisissa ohjelmaostamisen ostotavan kampanjoissa. Katkoyhteydellä tarkoitetaan saman asiakkaan kahden erillisen mainoksen esittämistä samassa mainoskatkossa ja mainoksille voi määritellä esitysjärjestyksen. Katkoyhteysspotista maksetaan normaali, hinnaston mukainen hinta ja mainosesitykset saavat yhteisen kontaktitakuun.

Ohjelmaostamisella varmistat halutun ohjelmayhteyden, kontekstin, jonka yhteydessä mainoksesi esiintyy. Ohjelmaostamisen keinoilla voit myös varmistaa kampanjaasi halutun viikkorakenteen esimerkiksi alku- tai loppupainotuksen.

Ohjelmaostamisen hintoihin vaikuttavat kausi-indeksit ja pituuskertoimet löydät sivulta

18

Määräkatkot ja -paikat:

Määräkatko

Ohjelmaostamisessa voi 3 %:n lisämaksusta määritellä tarkasti mainoksen esityskatkon. Määräkatko on mahdollista ostaa halutulle valtakunnalliselle katkolle.

Katkomääritelmät:

E = etukatko

S1 = ensimmäinen sisäkatko

S2 = toinen sisäkatko jne.

Määräpaikka

Ohjelmaostamisessa voi 6 %:n lisämaksusta määritellä tarkasti mainoksen esityspaikan. Määräpaikka on halutun valtakunnallisen katkon ensimmäinen tai viimeinen mainospaikka, paitsi MTV3-kanavalla, jossa on mahdollista ostaa vain katkon ensimmäinen paikka.

Total TV -mainonta: Alueellinen mainonta: MTV3

MTV myy alueellista mainosaikaa MTV3-kanavalla 17 eri näkyvyysalueelle. Aluemainonnassa mainosesityksen maksimipituus on 20 sekuntia ja mainoksen pituus tulee olla 5 sekunnilla jaollinen (5 s, 10 s, 15 s tai 20 s).

Aluemainonnassa voit ostaa kampanjan ohjelmaostamisella tai kohderyhmäkaupalla tai näiden yhdistelmällä. Kohderyhmäkauppa on ostotapa, jossa kampanjaan määritellään haluttu kontaktimäärä, kampanja-aika ja spottipituus. Mainosesitykset kelluvat koko kampanja-ajalla ja lopullisia lukumääriä, sijoittelua tai määräpäiviä ei voi määritellä kampanjassa etukäteen. Kontaktitakuun saa ostamalla kampanjaan vähintään 50 TRP:tä. Kausi-indeksit ja spottipituuskertoimet vaikuttavat alueellisen mainonnan bruttohintoihin.

Ohjelmaostamisessa ohjelmakohtainen, voimassa oleva valtakunnallinen 30 sekunnin bruttohinta kerrotaan näkyvyysalueen hinnoittelukertoimella. Ohjelman alueelliset kontaktit saadaan kertomalla ohjelman valtakunnalliset koko väestön 3+ kontaktit alueen väestöosuudella. Kohderyhmäkaupan näkyvyysaluekohtaiset CPT- ja CPP-hinnat löydät seuraavalta sivulta. Aluemainontaa myydään yhdessä kohderyhmässä: koko väestö 3+.

Valtakunnallisessa ohjelmaostamisessa käytettävät määräkatko ja -paikka eivät ole osana aluemainonnan tuotevalikkoa.

Alueellisten ostotapojen hintoihin vaikuttavat kausi-indeksit ja pituuskertoimet löydät sivulta 18

Total TV -mainonta:

Alueellinen mainonta, hinnasto 2026

Suurille aluemainostajille on saatavilla valmiit räätälöidyt Kasvupaketit, katso lisää [MTV Spotista!](#)



Alueelliset väestöosuudet ja ohjelmaostamisen hinnoittelukertoimet

ALUE	LYHENNE	VÄESTÖOSUUS	HINNOITTELU-KERROIN
Uusimaa	UM	32,33 %	57,00 %
Pirkanmaa	PM	12,00 %	21,10 %
Varsinais-Suomi	VS	8,80 %	15,50 %
Pohjanmaa	PO	6,06 %	11,65 %
Oulu	OU	5,59 %	10,75 %
Keski-Suomi	KS	5,16 %	9,94 %
Pohjois-Savo	PS	4,68 %	9,00 %
Satakunta	SA	3,75 %	7,20 %
Päijät-Häme	PH	3,69 %	7,09 %
Keski-Pohjanmaa	KP	3,14 %	6,03 %
Kymenlaakso	KL	3,02 %	5,82 %
Pohjois-Karjala	PK	2,85 %	5,48 %
Lappi	LA	2,39 %	6,50 %
Etelä-Karjala	EK	2,17 %	5,90 %
Etelä-Savo	ES	2,02 %	5,50 %
Kainuu	KA	1,32 %	3,58 %
Meri-Lappi	ML	1,03 %	2,79 %

Kohderyhmäkaupan 30 sekunnin bruttohinnat per alue, indeksikausi 100

ALUEELLINEN KOHDERYHMÄKAUPPA 3+				
ALUE	LYHENNE	KOKO (000)	CPT-HINTA €	CPP-HINTA €
Uusimaa	UM	1 769	18,5	327,47
Pirkanmaa	PM	657	18,5	121,22
Varsinais-Suomi	VS	482	18,5	89,05
Pohjanmaa	PO	332	20,2	66,93
Oulu	OU	306	20,2	61,76
Keski-Suomi	KS	282	20,2	57,11
Pohjois-Savo	PS	256	20,2	51,71
Satakunta	SA	205	20,2	41,36
Päijät-Häme	PH	202	20,2	40,73
Keski-Pohjanmaa	KP	172	20,2	34,64
Kymenlaakso	KL	165	20,2	33,44
Pohjois-Karjala	PK	156	20,2	31,48
Lappi	LA	131	28,5	37,34
Etelä-Karjala	EK	119	28,6	33,90
Etelä-Savo	ES	110	28,6	31,60
Kainuu	KA	72	28,6	20,57
Meri-Lappi	ML	56	28,6	16,03



CPT (cost per thousand) Kontaktihinta per tuhat katsojaa

CPP (cost per point) Kontaktihinta yhtä TRP-yksikköä kohden

TRP (target rating point) Kampanjan mainoskatkojen keskiarvo summa kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2024

Kunnat ja aluekokonaisuudet näkyvyysalueittain

Akaa	Pirkanmaa	Hämeenlinna	Pirkanmaa	Karstula	Keski-Suomi	Kuopio	Pohjois-Savo
Alajärvi	Pohjanmaa	li	Oulu	Karvia	Pohjanmaa	Kuortane	Pohjanmaa
Alavieska	Keski-Pohjanmaa	lisalmi	Pohjois-Savo	Kaskinen	Pohjanmaa	Kurikka	Pohjanmaa
Alavus	Pohjanmaa	litti	Kymenlaakso	Kauhajoki	Pohjanmaa	Kustavi	Varsinais-Suomi
Asikkala	Päijät-Häme	lkaalinen	Pirkanmaa	Kauhava	Pohjanmaa	Kuusamo	Lappi
Askola	Uusimaa	Ilmajoki	Pohjanmaa	Kauniainen	Uusimaa	Kyyjärvi	Keski-Suomi
Aura	Varsinais-Suomi	Ilomantsi	Pohjois-Karjala	Kaustinen	Keski-Pohjanmaa	Kärkölä	Päijät-Häme
Enonkoski	Etelä-Savo	Imatra	Etelä-Karjala	Keitele	Pohjois-Savo	Kärsämäki	Keski-Pohjanmaa
Enontekiö	Lappi	Inari	Lappi	Kemi	Meri-Lappi	Lahti	Päijät-Häme
Espoo	Uusimaa	Inkoo	Uusimaa	Kemijärvi	Lappi	Laihia	Pohjanmaa
Eura	Satakunta	Isojoki	Pohjanmaa	Keminmaa	Meri-Lappi	Laitila	Varsinais-Suomi
Eurajoki	Satakunta	Isokyrö	Pohjanmaa	Kemiönsaari	Varsinais-Suomi	Lapinjärvi	Uusimaa
Evijärvi	Keski-Pohjanmaa	Janakkala	Pirkanmaa	Kempele	Oulu	Lapinlahti	Pohjois-Savo
Forssa	Pirkanmaa	Joensuu	Pohjois-Karjala	Kerava	Uusimaa	Lappajärvi	Pohjanmaa
Haapajärvi	Keski-Pohjanmaa	Jokioinen	Pirkanmaa	Keuruu	Keski-Suomi	Lappeenranta	Etelä-Karjala
Haapavesi	Keski-Pohjanmaa	Joroinen	Pohjois-Savo	Kihniö	Pirkanmaa	Lapua	Pohjanmaa
Hailuoto	Oulu	Joutsa	Keski-Suomi	Kinnula	Keski-Suomi	Laukaa	Keski-Suomi
Halsua	Keski-Pohjanmaa	Juuka	Pohjois-Karjala	Kirkkonummi	Uusimaa	Lemi	Etelä-Karjala
Hamina	Kymenlaakso	Juupajoki	Pirkanmaa	Kitee	Pohjois-Karjala	Lempäälä	Pirkanmaa
Hankasalmi	Keski-Suomi	Juva	Etelä-Savo	Kittilä	Lappi	Leppävirta	Pohjois-Savo
Hanko	Uusimaa	Jyväskylä	Keski-Suomi	Kiuruvesi	Pohjois-Savo	Lestijärvi	Keski-Pohjanmaa
Harjavalta	Satakunta	Jämijärvi	Pirkanmaa	Kivijärvi	Keski-Suomi	Liekka	Pohjois-Karjala
Hartola	Päijät-Häme	Jämsä	Keski-Suomi	Kokemäki	Satakunta	Lieto	Varsinais-Suomi
Hattula	Pirkanmaa	Järvenpää	Uusimaa	Kokkola	Keski-Pohjanmaa	Liminka	Oulu
Hausjärvi	Päijät-Häme	Kaarina	Varsinais-Suomi	Kolari	Lappi	Liperi	Pohjois-Karjala
Heinola	Päijät-Häme	Kaavi	Pohjois-Savo	Konnevesi	Keski-Suomi	Lohja	Uusimaa
Heinävesi	Pohjois-Savo	Kajaani	Kainuu	Kontiolahti	Pohjois-Karjala	Loimaa	Varsinais-Suomi
Helsinki	Uusimaa	Kalajoki	Keski-Pohjanmaa	Korsnäs	Pohjanmaa	Loppi	Uusimaa
Hirvensalmi	Etelä-Savo	Kangasala	Pirkanmaa	Koski TI	Varsinais-Suomi	Loviisa	Uusimaa
Hollola	Päijät-Häme	Kangasniemi	Etelä-Savo	Kotka	Kymenlaakso	Luhanka	Keski-Suomi
Huittinen	Satakunta	Kankaanpää	Satakunta	Kouvola	Kymenlaakso	Lumijoki	Oulu
Humppila	Pirkanmaa	Kannonkoski	Keski-Suomi	Kristiinankaupunki	Pohjanmaa	Luoto	Keski-Pohjanmaa
Hyrynsalmi	Kainuu	Kannus	Keski-Pohjanmaa	Kruunupyy	Keski-Pohjanmaa	Luumäki	Kymenlaakso
Hyvinkää	Uusimaa	Karjoki	Pohjanmaa	Kuhmo	Kainuu	Maalahti	Pohjanmaa
Hämeenkyrö	Pirkanmaa	Karkkila	Uusimaa	Kuhmoinen	Pirkanmaa	Marttila	Varsinais-Suomi

Masku	Varsinais-Suomi	Perho	Keski-Pohjanmaa	Ruokolahti	Etelä-Karjala	Teuva	Pohjanmaa
Merijärvi	Keski-Pohjanmaa	Petäjavesi	Keski-Suomi	Ruovesi	Pirkanmaa	Tohmajärvi	Pohjois-Karjala
Merikarvia	Satakunta	Pieksämäki	Pohjois-Savo	Rusko	Varsinais-Suomi	Toholampi	Keski-Pohjanmaa
Miehikkälä	Kymenlaakso	Pielavesi	Pohjois-Savo	Rääkkylä	Pohjois-Karjala	Toivakka	Keski-Suomi
Mikkeli	Etelä-Savo	Pietarsaari	Keski-Pohjanmaa	Saarijärvi	Keski-Suomi	Tornio	Meri-Lappi
Muhos	Oulu	Pihtipudas	Keski-Suomi	Salla	Lappi	Turku	Varsinais-Suomi
Multia	Keski-Suomi	Pirkkala	Pirkanmaa	Salo	Varsinais-Suomi	Tuusniemi	Pohjois-Savo
Muonio	Lappi	Polvijärvi	Pohjois-Karjala	Sastamala	Pirkanmaa	Tuusula	Uusimaa
Mustasaari	Pohjanmaa	Pomarkku	Satakunta	Sauvo	Varsinais-Suomi	Tyrnävä	Oulu
Muurame	Keski-Suomi	Pori	Satakunta	Savitaipale	Etelä-Karjala	Ulvila	Satakunta
Mynämäki	Varsinais-Suomi	Pornainen	Uusimaa	Savonlinna	Etelä-Savo	Urjala	Pirkanmaa
Myrskylä	Uusimaa	Porvoo	Uusimaa	Savukoski	Lappi	Utajärvi	Oulu
Mäntsälä	Uusimaa	Posio	Lappi	Seinäjoki	Pohjanmaa	Utsjoki	Lappi
Mänttä-Vilppula	Pirkanmaa	Pudasjärvi	Oulu	Sievi	Keski-Pohjanmaa	Urainen	Keski-Suomi
Mäntyharju	Etelä-Savo	Pukkila	Uusimaa	Siikainen	Satakunta	Uusikaarlepyy	Pohjanmaa
Naantali	Varsinais-Suomi	Punkalaidun	Pirkanmaa	Siikajoki	Oulu	Uusikaupunki	Varsinais-Suomi
Nakkila	Satakunta	Puolanka	Kainuu	Siikalatva	Keski-Pohjanmaa	Vaala	Oulu
Nivala	Keski-Pohjanmaa	Puumala	Etelä-Savo	Siilinjärvi	Pohjois-Savo	Vaasa	Pohjanmaa
Nokia	Pirkanmaa	Pyhtää	Kymenlaakso	Simo	Meri-Lappi	Valkeakoski	Pirkanmaa
Nousiainen	Varsinais-Suomi	Pyhäjoki	Keski-Pohjanmaa	Sipoo	Uusimaa	Vantaa	Uusimaa
Nurmes	Pohjois-Karjala	Pyhäjärvi	Keski-Suomi	Siuntio	Uusimaa	Varkaus	Pohjois-Savo
Nurmijärvi	Uusimaa	Pyhäntä	Keski-Pohjanmaa	Sodankylä	Lappi	Vehmaa	Varsinais-Suomi
Närpiö	Pohjanmaa	Pyhäranta	Satakunta	Soini	Pohjanmaa	Vesanto	Pohjois-Savo
Orimattila	Päijät-Häme	Pälkäne	Pirkanmaa	Somero	Varsinais-Suomi	Vesilahti	Pirkanmaa
Oripää	Varsinais-Suomi	Pöytyä	Varsinais-Suomi	Sonkajärvi	Pohjois-Savo	Veteli	Keski-Pohjanmaa
Orivesi	Pirkanmaa	Raahe	Oulu	Sotkamo	Kainuu	Vieremä	Pohjois-Savo
Oulainen	Keski-Pohjanmaa	Raasepori	Uusimaa	Sulkava	Etelä-Savo	Vihti	Uusimaa
Oulu	Oulu	Raisio	Varsinais-Suomi	Suomussalmi	Kainuu	Viitasaari	Keski-Suomi
Outokumpu	Pohjois-Karjala	Rantasalmi	Etelä-Savo	Suonenjoki	Pohjois-Savo	Vimpeli	Pohjanmaa
Padasjoki	Päijät-Häme	Ranua	Lappi	Sysmä	Päijät-Häme	Virolahti	Kymenlaakso
Paimio	Varsinais-Suomi	Rauma	Satakunta	Säkylä	Satakunta	Virrat	Pirkanmaa
Paltamo	Kainuu	Rautalampi	Pohjois-Savo	Taipalsaari	Etelä-Karjala	Vöyri	Pohjanmaa
Parainen	Varsinais-Suomi	Rautavaara	Pohjois-Savo	Taivalkoski	Kainuu	Ylitornio	Meri-Lappi
Parikkala	Etelä-Savo	Rautjärvi	Etelä-Karjala	Taivassalo	Varsinais-Suomi	Ylivieska	Keski-Pohjanmaa
Parkano	Pirkanmaa	Reisjärvi	Keski-Pohjanmaa	Tammela	Pirkanmaa	Ylöjärvi	Pirkanmaa
Pedersöre	Keski-Pohjanmaa	Riihimäki	Uusimaa	Tampere	Pirkanmaa	Ypäjä	Pirkanmaa
Pelkosenniemi	Lappi	Ristijärvi	Kainuu	Tervo	Pohjois-Savo	Ähtäri	Pohjanmaa
Pello	Lappi	Rovaniemi	Lappi	Tervola	Meri-Lappi	Äänekoski	Keski-Suomi

Total TV -mainonta: Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö on ohjelmayhteistyötunnistenäkyvyyttä, joka toteutetaan kelluvasti useiden eri ohjelmien yhteydessä valitulla kampanja-ajalla. Ostamisen helpottamiseksi ja nopeuttamiseksi tuotteeseen on valmiiksi paketoitu mukaan kanavat: MTV3, MTV Sub, MTV Ava, STAR Channel, National Geographic kunkin kohderyhmän luonnollista katseluosuutta mukaillen sekä MTV Katsomo ostajan valitsemalla %-osuudella. Kelluvaan Total TV -ohjelmayhteistyökampanjaan on vaihtoehtoisesti mahdollista valita mukaan vain yllä mainitut TV-kanavat tai vain MTV Katsomo. Kampanjan maksimipituus on 4 viikkoa.

MTV määrittää Kelluvaan Total TV -ohjelmayhteistyöhön sisällytettävät ohjelmat ja näissä ohjelmissa mukana olevien kumppaneiden lukumäärän. Ohjelmat ovat lähtökohtaisesti ulkomaista ja kotimaista draamaa, elokuvia, lifestyle-ohjelmia, komedioita sekä realitya. Tunnisteita ei sijoitella urheiluun, mainosrahoitteisiin ohjelmiin (AFP) eikä MTV:n määrittelemiin ilmiöohjelmiin. Uutis- ja ajankohtaisohjelmia sekä lastenohjelmia ei saa sponsoroida.

Kampanjaan myönnetään kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa ostokohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdoista. Esitysaikarajoitteisille (esim. alkoholi, K-18 ikärajatut elokuvat ja pelit) mainonnalle on vaihtoehtona Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö myöhäisilta, jossa tunnisteet ajetaan TV-kanavilla klo 22.00-03:59 välisenä aikana, MTV Katsomossa ei ole käytössä samaa aikarajoitusta.

Hinnastosta löytyy kohderyhmittäin Kelluvan Total TV -ohjelmayhteistyön 30 sekunnin brutto-CPP- ja CPT-hinnat indeksikaudella 100 erikseen TV:lle ja MTV Katsomolle sekä näiden yhdistelmille valmiiksi lasketuilla MTV Katsomon osuuksilla. Hinta määräytyy TV-mainosten pituuskerrointaulukon mukaan (5 s kerroin 0,3 ja 10 s kerroin 0,5).

Valtakunnallisen TV-mainonnan kausi-indeksit ja pituuskertoimet löydät sivulta 18.

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö on
saatavilla kohderyhmissä:

3+
25-64
Naiset 25-64
Miehet 25-64

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö
myöhäisilta:
25-64

Kelluvan Total TV -
ohjelmayhteistyön hintoihin
vaikuttavat kausi-indeksit ja
pituuskertoimet löydät sivulta 18

Total TV -mainonta: Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö, hinnasto 2026

30 sekunnin bruttohinnat indeksikaudella 100

KELLUVA TOTAL TV -OHJELMAYHTEISTYÖ					
KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	TV: CPT-HINTA €	TV: CPP-HINTA €	MTV KATSOMO: CPT-HINTA €	MTV KATSOMO: CPP-HINTA €
Koko väestö 3+	5 472	9,0	494	56,0	3 064
25–64	2 839	20,1	571	67,2	1 908
Naiset 25–64	1 391	40,3	560	67,2	935
Miehet 25–64	1 448	39,1	566	67,2	973

Kampanjaan voi valita mukaan pelkän TV:n, pelkän MTV Katsomon tai näiden yhdistelmän ostajan valitsemalla painotuksella.

KELLUVA TOTAL TV -OHJELMAYHTEISTYÖ, VALMIIKSI LASKETUT KOMBINAATIOT													
KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	TV 95 %, VOD 5 % CPT-HINTA €	TV 90 %, VOD 10 % CPT-HINTA €	TV 85 %, VOD 15 % CPT-HINTA €	TV 80 %, VOD 20 % CPT-HINTA €	TV 75 %, VOD 25 % CPT-HINTA €	TV 70 %, VOD 30 % CPT-HINTA €	TV 95 %, VOD 5 % CPP-HINTA €	TV 90 %, VOD 10 % CPP-HINTA €	TV 85 %, VOD 15 % CPP-HINTA €	TV 80 %, VOD 20 % CPP-HINTA €	TV 75 %, VOD 25 % CPP-HINTA €	TV 70 %, VOD 30 % CPP-HINTA €
Koko väestö 3+	5 472	11,4	13,7	16,1	18,4	20,8	23,1	623	751	880	1 008	1 137	1 265
25–64	2 839	22,5	24,8	27,2	29,5	31,9	34,2	638	705	772	838	905	972
Naiset 25–64	1 391	41,6	43,0	44,3	45,7	47,0	48,4	579	598	617	635	654	673
Miehet 25–64	1 448	40,5	41,9	43,3	44,7	46,1	47,5	586	607	627	647	668	688



VOD = MTV Katsomo

CPT (cost per thousand) Kontaktihinta per tuhat katsojaa

CPP (cost per point) Kontaktihinta yhtä TRP-yksikköä kohden

TRP (target rating point) Kampanjan mainoskatkojen keskiarvo summa kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2024

Total TV -mainonta:

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö myöhäisilta, hinnasto 2026

30 sekunnin bruttohinnat indeksikaudella 100.

Esitysaikarajoitteiselle mainonnalle (tunnisteet ajetaan TV-kanavilla klo 22.00-3:59 välisenä aikana, MTV Katsomossa ei ole käytössä samaa aikarajoitusta)

Kampanjaan voi valita mukaan pelkän TV:n, pelkän MTV Katsomon tai näiden yhdistelmän ostajan valitsemalla painotuksella.

KELLUVA TOTAL TV -OHJELMAYHTEISTYÖ MYÖHÄISILTA

KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	TV: CPT-HINTA €	TV: CPP-HINTA €	MTV KATSOMO: CPT-HINTA €	MTV KATSOMO: CPP-HINTA €
	2 839	21,3	605,00	71,2	2020,24

KELLUVA TOTAL TV -OHJELMAYHTEISTYÖ MYÖHÄISILTA, VALMIIKSI LASKETUT KOMBINAATIOT

KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	TV 95 %, VOD 5 % CPT-HINTA €	TV 90 %, VOD 10 % CPT-HINTA €	TV 85 %, VOD 15 % CPT-HINTA €	TV 80%, VOD 20 % CPT-HINTA €	TV 75 %, VOD 25 % CPT-HINTA €	TV 70%, VOD 30 % CPT-HINTA €	TV 95 %, VOD 5 % CPP-HINTA €	TV 90 %, VOD 10 % CPP-HINTA €	TV 85 %, VOD 15 % CPP-HINTA €	TV 80%, VOD 20 % CPP-HINTA €	TV 75 %, VOD 25 % CPP-HINTA €	TV 70%, VOD 30 % CPP-HINTA €
25-64	2 839	23,8	26,3	28,8	31,3	33,7	36,2	675	746	817	888	958	1029



VOD = MTV Katsomo

CPT (cost per thousand) Kontaktihinta per tuhat katsojaa

CPP (cost per point) Kontaktihinta yhtä TRP-yksikköä kohden

TRP (target rating point) Kampanjan mainoskatkojen keskiarvo summa kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2024

Total TV -mainonta: Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö

Mediaelementit ja sijoittelupohjat

Ohjelmayhteistyön mediaelementtien sijoittelu ohjelmasisällön välittömässä läheisyydessä mahdollistaa tunnisteille korkean huomioarvon.

MTV määrittelee käytössä olevat sijoittelupohjat, eli millaista tunniste yhdistelmää kampanjassa käytetään.

Asiakas valitsee kampanjassa käytettävän sijoittelupohjan, sekä mitä pituutta kussakin tunnisteessa käytetään. 10 s ja 5 s tunnisteiden välille ei voi määrittää erillistä suhdetta, jossa tunnisteita ajetaan, vaan tunnisteita ajetaan kappalemääräisesti samassa suhteessa.

Kelluvassa Total TV –ohjelmayhteistyökampanjassa, jossa on mukana sekä TV-kanavat että MTV Katsomo, MTV Katsomossa käytettävä tunniste pituus (10 s tai 5 s) määräytyy valitun TV:n sijoittelupohjan mukaan seuraavasti:

TV: 10 s + 5 s + 5 s + 10 s tai 10 s + 10 s → MTV Katsomo: 10 s + 10 s

TV: 5 s + 5 s + 5 s + 5 s tai 5 s + 5 s → MTV Katsomo: 5 s + 5 s

Mediaelementit TV

- alkutunniste 5 s tai 10 s, sijainti ennen ohjelman alkua
- jatkuu1-tunniste 5 s, sijainti kiinni ohjelmassa juuri ennen katkolle menoa
- jatkuu2-tunniste 5 s, sijainti kiinni ohjelmassa katkolta ohjelmaan palattaessa
- lopputunniste 5 s tai 10 s, sijainti lopputekstien jälkeen ohjelman päättyessä

Mediaelementit MTV Katsomo

- alkutunniste 5 s tai 10 s, sijainti preroll-mainoskatkolla juuri ennen ohjelman alkua
- jatkuu-tunniste 5 s tai 10 s, sijainti midroll-mainoskatkolla kiinni ohjelmassa joko katkon alussa tai lopussa

Sijoittelupohjat TV

- 1) alkutunniste + jatkuu1 + jatkuu2 + lopputunniste:
10 s + 5 s + 5 s + 10 s tai 5 s + 5 s + 5 s + 5 s
- 2) alkutunniste + lopputunniste:
10 s + 10 s tai 5 s + 5 s

Sijoittelupohjat MTV Katsomo

- 1) alkutunniste + jatkuu-tunniste:
10 s + 10 s tai 5 s + 5 s

Total TV -mainonta:

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö

Kelluvan Total TV -ohjelmayhteistyön tunnisteiden sisältöön liittyvät säännöt

Tunnisteen sisältöä koskevat eri ohjeet kuin katkomainontaa, ja tunnisteiden tulee noudattaa ohjelmayhteistyötunnisteille annettuja ohjeita. Pääkohdat näissä ovat:

- Tunnisteissa ei saa käyttää mainonnallisia ilmaisuja, kuten tuotekuvauksia, tuoteominaisuuksien luettelua, myyntiväittämiä, tuotemerkin laatua tai tehokkuutta osoittavia viittauksia, iskulauseita, ostokehoituksia tai muita aktivointeja, hintoja jne. Itse tuotteen tai palvelun voi näyttää.
- Tunnisteessa pitää ilmetä kumppanin liittyminen ohjelmaan (esim. ”yhteistyössä”, ”sponsored by”, ”ohjelman tarjoaa”).
- Internet-osoitteet ovat sallittuja. Puhelinnumeroita ei saa näyttää.
- Tunniste ei voi olla katkomainonnassa käytettävä televisiomainos. Mikäli tunnisteessa käytetään televisiomainoksesta leikattua tai editoitua materiaalia, on huomioitava, että kyseistä televisiomainosta ei voi ohjelmayhteistyön aikana ajaa mainoskatkokampanjassa.

Hyväksyttämällä tunnisteen sisältö MTV:llä ennen sen toimitusta (Spotgaten kautta) voidaan varmistaa, että sisältö on lainmukainen.

Hyväksyttäminen onnistuu toimittamalla tunnisteen suunnitelma, käsikirjoitus, raakaversio tai valmis tunniste osoitteeseen video@mtv.fi

Total TV -mainonta: Kampanjoiden ostaminen

Myyntikaudet

Ohjelmaostaminen, MTV3:n aluemainonta ja Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö avataan myyntiin kausittain seuraavasti:

KAUSI (PVM)	VIIKOT	AVATAAN MYYNTIIN
1.1.–1.3.2026	1–9	17.11.2025
2.3.–3.5.2026	10–18	19.1.2026
4.5.–19.7.2026	19–29	23.3.2026
20.7.–30.8.2026	30–35	25.5.2026
31.8.–1.11.2026	36–44	27.7.2026
2.11.–31.12.2026	45–53	21.9.2026

MTV Total TV -kampanjat ovat kuitenkin myynnissä koko vuodelle 2026 heti 17.11.2025 alkaen ilman myyntikausirajoitetta.



Total TV -mainonta: Kampanjoiden ostaminen

Kontaktitakuu ja kontaktitakuurajat

MTV myöntää kontaktitakuun kampanjoille, jotka täyttävät voimassa olevat myyntiehdot ja määritellyt TRP-takuurajat. Kontaktitakuulla kampanjalle taataan ostohetken ennustettu kontaktimäärä ja kampanjalla on kokonaistakuu. Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa ostokohderyhmässä. Takuurajat poikkeavat toisistaan MTV Total TV:ssä, MTV3:n aluemainonnassa, kokonaan ohjelmaostamisella ostetuissa kampanjoissa ja Kelluvassa Total TV -ohjelmayhteistyössä. Oheisten taulukoiden mukaan sovelletaan kullekin mainostuotteelle erikseen ilmoitettuja kontaktitakuurajoja.

MTV TOTAL TV, TRP		ALUEMAINONTA, TRP	
MTV Total TV*	100	MTV3	50

*) 3–9 v. lapset kohderyhmässä kontaktitakuun minimiraja on 10 TRP

OHJELMAOSTAMISELLA OSTETUT KAMPANJAT, TRP	
MTV3	25
MTV Sub	10
MTV Ava	5
STAR Channel	5
National Geographic	5

KELLUVA TOTAL TV -OHJELMAYHTEISTYÖ, TRP	
Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö**	80
Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö myöhäisilta**	15

***) Pelkän videon sisältävässä kampanjassa kontaktitakuun minimiraja on 10 TRP ja myöhäisillan kampanjoissa 5 TRP

Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdoista

Total TV -mainonta: Kampanjoiden ostaminen

Kausi-indeksit

Mainosesityksen kausi-indeksi määräytyy ohjelman esityspäivän mukaan. Kausi-indeksit koskevat MTV Total TV:tä, MTV3:n aluemarkinointia, ohjelmaostamista ja Kelluvaa Total TV -ohjelmayhteistyötä sekä kaikkia kampanjoissa mukana olevia kanavia ja palveluita. Kampanjoihin sovelletaan kausi-indeksejä oheisen taulukon mukaisesti.

KAUSI (PVM)	KAUSI (VKO)	INDEKSI
1.1.–25.1.2026	1–4	80
26.1.–15.3.2026	5–11	110
16.3.–29.3.2026	12–13	100
30.3.–21.6.2026	14–25	130
22.6.–2.8.2026	26–31	85
3.8.–20.12.2026	32–51	125
21.12.–31.12.2026	52-53	80

MTV Oy pidättää oikeuden kausi-indeksimuutoksiin

Pituuskertoimet

Kaikkien ostotapojen ohjelmille tai kontakteille on määritelty 30 sekunnin valtakunnallinen hinta. Muun pituisten mainosesitysten hinta saadaan kertomalla 30 sekunnin hinta oheisen taulukon pituuskertoimilla.

Mainosesitysten hinta määräytyy viiden sekunnin porrastuksen mukaisesti ja mainoksen pituus tulee olla 5 sekunnilla jaollinen (5 s, 10 s, 15 s jne).

SEKUNTIA	KERROIN	SEKUNTIA	KERROIN	SEKUNTIA	KERROIN
5	0,3	45	1,5	85	2,8
10	0,5	50	1,7	90	3
15	0,7	55	1,8	95	3,2
20	0,8	60	2	100	3,3
25	0,9	65	2,2	105	3,5
30	1	70	2,3	110	3,7
35	1,2	75	2,5	115	3,8
40	1,3	80	2,7	120	4

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 videomainosinventaaari 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 100 on käytössä videomainonnassa koko vuoden.

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 All Screens -ratkaisun vahvuutena on laaja tavoitavuus premium-videoympäristöissä ja mukana on nimensä mukaisesti kaikki päätelaitteet. Inventaaari 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 Premiumin avulla voit kohdentaa viestisi muun muassa haluamallasi demografiakohderyhmälle tai GDR:n segmenteille. Kohdennettu inventaaari koostuu pääosin MTV Katsomon pitkästä sisällöstä, jossa käyttäjä tunnustetaan kirjautumisella.

Kohdentamattomassa inventaarissa on mukana lisäksi Disney+:n ja SkyShowtimen sisällöt. MTV Video Premiumissa on takuu mainoksen loppuun katsomisesta ja toistokontrolli.

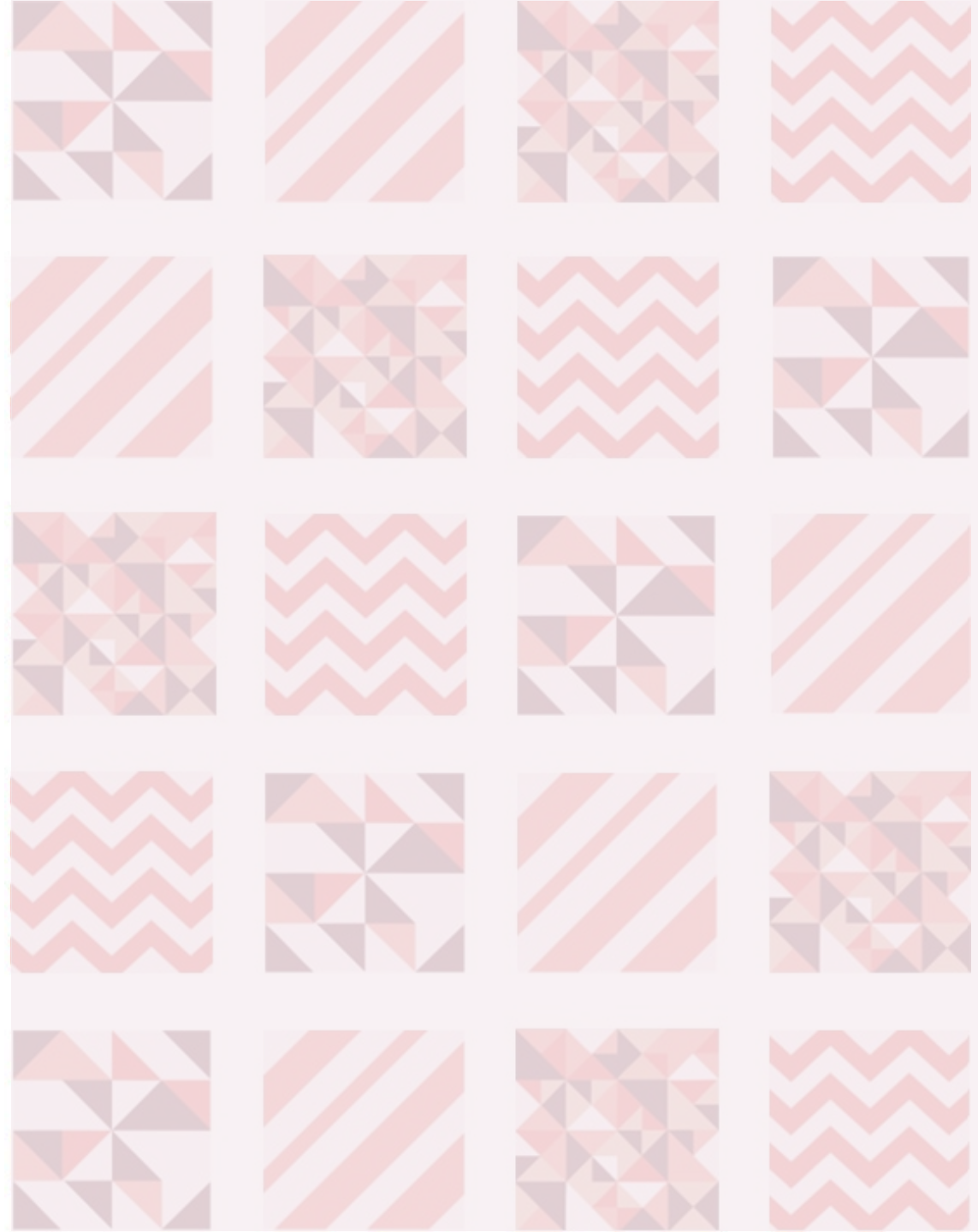
MTV Video Premiumissa voit ostaa erikseen halutessasi kohdennettua inventaaria MTV Katsomoon ja kohdentamatonta inventaaria sekä Disney+:aan että SkyShowtimeen.

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. 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 uutisvideosisällöt, 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. MTV Uutiset Pause Adin voit kohdentaa alueellisesti.



Videomainonta:

Instream-videomainonta, hinnasto 2026

MTV Video CTV ja MTV Video All Screens

Instream-videomainonta, hinnasto 2026

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

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

- MTV Video CTV –ratkaisu muodostuu seuraavista ison ruudun inventaareista: MTV Katsomo, MTV3:n digitaalisoidut 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
- 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



CTV on ison ruudun ratkaisu, SmartTV-laitteella.



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

Videomainonta: Instream-videomainonta, hinnasto 2026

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 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 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, Bumper Ad –ratkaisussa 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 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 Disney+ tai SkyShowtimen inventaarin, käänny MTV:n puoleen. Frekukontrollit vaihtelevat palveluittain.
- Jakelusopimusten puitteissa kampanjoissa on mukana myös MTV:n kanavasisältöjä Katsomon ulkopuolisissa palveluissa, kuten Telia Playssä.

Videomainonta:

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.

Videomainonta: 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+ ja 18+	+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	Harrastukset ja kiinnostuksen kohteet: terveydestä ja hyvinvoinnista kiinnostuneet, kokeilunhaluiset ruokaintoilijat ja ulkoilusta kiinnostuneet. Kuluttaminen ja ostoaikheet: kauneudenhoitotuotteita ja kosmetiikkaa ostavat, nouto- ja pikaruokaa ostavat, ulkomaanmatkailijat, kotimaanmatkailijat, käytetyn auton ostamista harkitsevat, vakuutuksia harkitsevat, elektroniikan ostamista harkitsevat, muotia ja vaatteita shoppailevat ja uuden auton ostamista harkitsevat. Kotitaloutta kuvailevat: koiran omistajat, kissan omistajat, taloudet, joilla on oma piha tai puutarha, taloudet, jotka harkitsevat muuttamista.	+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 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 Pause Ad on mahdollinen ainoastaan MTV Katsomossa.



Huom! MTV Katsomossa, Disney+:ssa ja SkyShowtimessa voi mainontaa kohdentaa 18+ -kohderyhmälle +20% kohdennuslisällä

Videomainonta:

MTV Video Premium ja MTV Video Premium Bumper Ad, kohdennusten hinnasto 2026

Brutt hinnat, 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. Kohdennukset koskien MTV Video CTV ja MTV Video All Screens -tuotteita, joissa on mukana myös Disney+ ja SkyShowtime inventaaria on esitelty seuraavalla sivulla.



Videomainonta:

Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet ja -hinnasto

MTV VIDEO CTV JA MTV VIDEO ALL SCREENS		KOHDENNUSLISÄ
GDR-kohdennus	<p><u>Harrastukset ja kiinnostuksen kohteet:</u> Striimaajat, terveydestä ja hyvinvoinnista kiinnostuneet, sijoittamisesta ja säästämisestä kiinnostuneet, pelaamisesta kiinnostuneet, kokeilunhaluiset ruokaintoilijat ja ulkoilusta kiinnostuneet.</p> <p><u>Kuluttaminen ja ostoaikeet:</u> Kauneudenhoitotuotteita ja kosmetiikkaa ostavat, vakuutuksia harkitsevat, nouto- ja pikaruokaa ostavat, elektroniikan ostamista harkitsevat, ulkomaanmatkailijat, muotia ja vaatteita shoppailevat, kotimaanmatkailijat, uuden auton ostamista harkitsevat, käytetyn auton ostamista harkitsevat, sähkön kulutuksesta ja vaihtoehtoista kiinnostuneet.</p> <p><u>Kotitaloutta kuvailevat:</u> Kotitalouden tulotaso 30-69K, koiran omistajat, kotitalouden tulotaso +70K, kissan omistajat, lapsiperheet, taloudet, joilla on oma piha tai puutarha, taloudet, joilla on asuntolainaa, taloudet, jotka harkitsevat muuttamista ja yrityspäätäjät.</p>	+10 %

KOHDENNUS: Harrastukset ja kiinnostuksen kohteet, kuluttaminen ja ostoaikeet tai taloutta kuvailevat	5 S	10 S	15 S	20 S	25 S
MTV Video CTV	20,4	33,9	47,4	54,2	60,9
MTV Video All Screens	18,5	30,8	43,1	49,3	55,4



- Kaikki nämä kohdennusvaihtoehdot ovat toistaiseksi saatavilla vain MTV Video CTV- ja MTV Video All Screens -tuotteissa

Videomainonta:

MTV Uutiset Short ja MTV Uutiset Pause Ad, kohdennusten hinnasto 2026

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 Uutiset Pause Ad

KOHDENNUS	MTV Uutiset Pause Ad
	€ / CPM
ROS	25
Geokohdennus (IP) +10 %	27,5

Digitaalinen mainonta: Display-mainonta

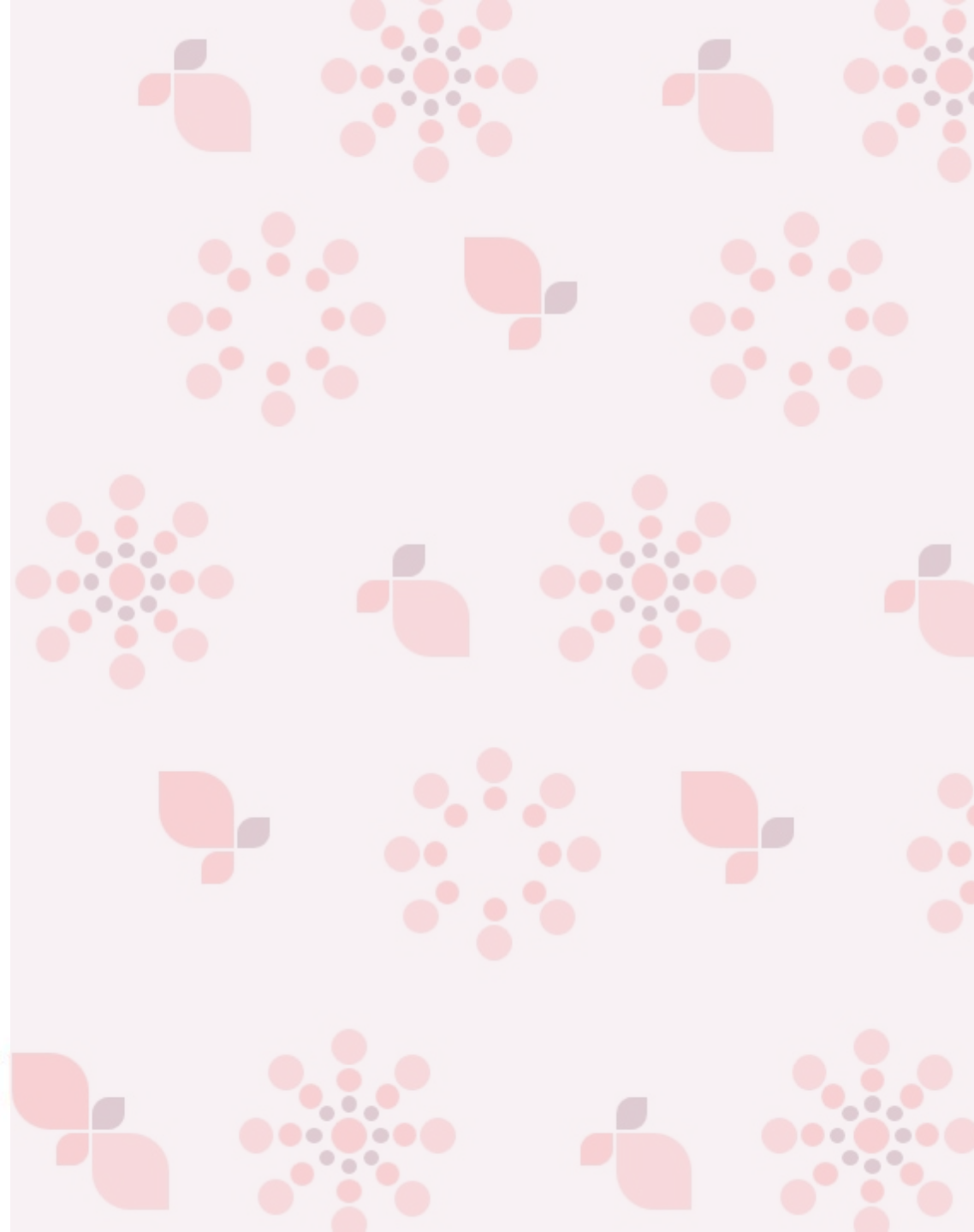
MTV tarjoaa monipuoliset ratkaisut display-mainontaan. MTV:n display-inventaari koostuu MTVuutiset.fi -sivustosta sekä MTV Uutiset -sovelluksesta.

Mainostaja maksaa vain nähdystä näytöistä (viewable impressions). Nähty (inscreen/viewable) mainosnäyttö on IAB Finlandin standardin mukainen: vähintään 50 % bannerista on näkynyt vähintään yhden sekunnin ajan käyttäjän selaimella.

Poikkeuksen muodostavat suuret mainosmuodot, jotka vievät jo kokonsa puolesta suuren osan selaimen pinta-alasta. Määritelmän mukaan suurikokoisten mainosten pinta-alasta 30 % tai enemmän tulee olla näkyvillä vähintään yhden sekunnin ajan. Suurikokoinen mainos on IAB Finlandin määritelmän mukaan vähintään 242 500 pikseliä (koskee kokoja 980x400 px / 980x552 px / 468x600 px / 620x891 px).

Display-mainosten tiedostotyyppit ovat .gif, .jpeg, .png ja HTML5.

Hintaindeksi 100 on käytössä display-mainonnassa koko vuoden.



Digitaalinen mainonta: MTVuutiset.fi display, hinnasto 2026



Katso live-esimerkit mainospaikoista ja mainosten kokovaihtoehdoista [täältä](#)

CPMv = hinta tuhannelle nähdyille näytölle

TUOTE	MAINOSKOOT	CPMv €	DEMOGRAFIAT € CPMv +20 %*	KONTEKSTUAALINEN KOHDENNUS € CPMv +20 %	ALUEKOHDENNUS (IP-OSOITE) € CPMv +10 %
Cross-device: PARAATI	980x400 300x300	21	25,2	25,2	23,1
Cross-device: MAKSIPARAATI	980x552 300x600	22	26,4	26,4	24,2
Cross-device: KOKOSIVU	620x891 300x600	21	25,2	25,2	23,1
Cross-device: TUPLABOKSI	468x600 300x600	18	21,6	21,6	19,8
Cross-device: JÄTTIBOKSI	468x400 300x300	8	9,6	9,6	8,8
ADNAMI Midscrollit (& Reel Expander) Mobiili/Desktop/Cross-device		19,8/29,7/24,2	23,8/35,6/29	23,8/35,6/29	21,8/32,7/26,6
ADNAMI Topscroll Mobiili/Desktop/Cross-device		19,8/29,7/24,2	23,8/35,6/29	23,8/35,6/29	21,8/32,7/26,6
Desktop: ADNAMI SKIN-FORMAATIT: Fluid, Pushdown, Seamless, Sliding		34,1	40,9	40,9	37,5
Videobanneri SeenThis	kuvasuhde 16:9 tai 9:16	23,1/19,8	27,7/23,8	27,7/23,8	25,4/21,8

Videobannerin lisähinta +10 % (pl. Adnami-formaatit sekä jo hinnastossa näkyvä SeenThis-tuote). * Osa erikoiskohdennuksista CPMv +30 %, esim. B2B-päätäjät ja ostoaikheet

Digitaalinen mainonta: Outstream-videomainonta

MTV Uutiset Artikkelivideo - sekä MTV Uutiset Vertikaalivideo -tuotteet näkyvät MTVuutiset.fi:n artikkelisisällöissä, ja valtaosa inventaarista on selainpohjaista mobiilia sekä tabletteja.

Videomainoksen maksimipituus on 120 sekuntia, mutta suosittelemme käyttämään lyhyttä (5–20 s) toteutusta. Koska video käynnistyy ilman ääniä, suosittelemme tekstityksen käyttämistä. Mainosnäyttö eli impressio lasketaan mainosvideon aloituksesta.

Hintaindeksi 100 on käytössä outstream-videomainonnassa koko vuoden.

Artikkelivideo 16:9 on päätelaiteriippumaton videomainosmuoto, jossa video käynnistyy automaattisesti ja ilman ääntä, kun käyttäjä on mainoksen kohdalla. Käyttäjä voi itse valitessaan käynnistää äänet.

Vertikaalivideo 9:16 on pystysuunnassa automaattisesti ilman ääniä käynnistytävä mobiilin videomainosmuoto. Käyttäjä voi itse valitessaan käynnistää äänet. Suurin osa mobiilikulutuksesta tapahtuu puhelimen ollessa pystyasennossa, ja vertikaalivideo hyödyntää mobiililaitteen koko näytön.

MTV UUTISET OUTSTREAM Vertikaalivideo 9:16 Artikkelivideo 16:9	CPM €
ROS	13
Aluekohdennus (IP-osoite) CPM +10 %	14,3
Demografiat CPM +20 % ikä, ikä+sukupuoli, kiinnostuskohteet, lapsiperheet, tulotaso	15,6
Kontekstuaalinen CPM +20 % osiot tai aihetagikohdennus	15,6

Digitaalinen mainonta: MTVuutiset.fi display- ja outstream-kampanjoiden kohdennusmahdollisuudet

Selain- ja päätelaiteriippumattomat kohderyhmät

DEMOGRAFIAT			KIINNOSTUKSEN KOHTEET		
Sukupuoli	Mies / Nainen		Esimerkiksi: Ruoka ja viini, Terveys ja hyvinvointi, Lemmikit, Muoti ja kauneus, Ulkoilu ja eräily, Vimpaimet ja tietotekniikka, Kulttuuri ja taiteet, Autot ja moottoripyörät, Matkailu, Ympäristöystävällisyys		
Ikä	18–24 25–34 35–44 45–54 55–64 65+	Sukupuoli & ikä: N18-44 / M18-44 N18+ / M18+ N44+ / M44+			
Kotitalouden tulotaso	12 000–20 000 / vuosi 20 000–45 000 / vuosi 45 000–70 000 / vuosi Yli 70 000 / vuosi		<ul style="list-style-type: none"> • Etusivu • Uutiset ja sää • Urheilu • Viihde • Lifestyle • Autot • Digi • Makuja • Koti 	Esimerkiksi: <ul style="list-style-type: none"> • Tietoturva • Jalkapallo • Kiekkoleijonat • Terveys ja hyvinvointi • Reseptit • Kasvisruoat 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaupunki • Maakunta
Lapsia taloudessa	Kyllä / Ei	Lasten iät: Alle 2v, 3-6v, 7-12v, 13-17v			



Voit myös kysyä meiltä kiinnostus-segmenttejä tarpeesi mukaan

Digitaalinen mainonta: Justtag-kohdennuskategoriat



Esimerkkejä kategorioista, katso koko listaus [täältä](#)

DEMOGRAFIA	OSTOAI	KIINNOSTUKSENKOHTEET JA VIHDE	PERHE JA KOTI
Ikä Koulutus Sukupuoli Perhe & siviilisäätö Elämänvaihe	Perhe Harrastukset Koti & puutarha Musiikki & audio Lemmikit Muoti Shoppailu Teknologia Pelit	Ura Tapahtumat ja nähtävyydet Taide Ruoka ja juoma Terveelliset elämäntavat Harrastukset	Perheen koko Kotitalouden koko Puutarha Urheilu
YRITYS- JA KOTITALOUSASIAT	URHEILU JA TERVEYS	MATKUSTUS	AUTOTEOLLISUUS
B2B-päätäjät Henkilökohtainen talous Kiinteistöt Ura	Terveelliset elämäntavat Harrastukset ja kiinnostuksenkohteet Urheilu ja urheilulajit	Matkan ostaminen Geneerinen matkustus Matkakohteet	Autoteollisuus Auton omistajat Ostoaie



Justtag-datasegmentit toimivat sekä 1. - että 3. osapuolen evästeiden kanssa, eli ovat selain- sekä päätelaiteriippumattomia! Uuden teknologian takana on yritys Justtag Nordics, joka on erikoistunut evästeettömään kohdennukseen, sekä datan yhdistämiseen eri lähteistä

Digitaalinen mainonta:

Display- ja outstream-kampanjoiden kohdennusmahdollisuudet

MTV:n oma data

Demografiadata perustuu MTV-tunnuksella kirjautumiseen. Kiinnostusdata perustuu kävijöidemme artikkelikulutukseen erilaisissa sisällöissä eri aikoina. MTV:n omaa dataa voidaan käyttää suoraostokampanjoissa ja ohjelmallisissa diileissä.

Justtag-data

Justtag-segmentit ovat selain- sekä päätelaite-riippumattomia, sillä ne toimivat myös ilman kolmannen osapuolen evästeitä. Segmenttien takana on yritys Justtag Nordics, jonka erikoisosaamiseen kuuluu evästeettömässä ympäristössä kohdentaminen. MTVuutiset.fi on yksi Justtagin suurimpia datakumppaneita Suomessa. Datakohdennuksia voi käyttää kohdentamiseen suoraostoissa. Data sisältää esimerkiksi vahvoja B2B- ja ostoaieselementtejä sekä harrastuksiin ja kiinnostuksiin perustuvia segmenttejä.

Aluekohdennus

IP-osoitteisiin perustuva aluekohdennus tehdään MTVuutiset.fi:ssä yleensä MTV3:n näkyvyysalueille, mutta myös tarpeen mukaan muokattuina asiakkaan alueelliseen tarpeeseen.

Kontekstuaalinen kohdennus

Kontekstuaalinen kohdennus on MTV:n kohdennusmahdollisuuksista suosituimpia. MTVuutiset.fi kontekstuaaliset kohdennukset tehdään useimmiten pääkategorioihin



Etusivu

Viihde

Digi

Uutiset ja sää

Lifestyle

Koti

Urheilu

Autot

Makuja

Pääsisältökategorioita tarkempana kohdennuksena tarjoamme myös aihetageihin perustuvan kohdentamisen. Jokainen artikkeli on uutistoimituksessa tägitetty usean eri aiheen alle, ja voimme kohdentaa mainontaa mille tahansa annetuista aiheista pois lukien brand safety - automaation alle lukeutuvat aiheet (esim. henkirikokset, lento-onnettomuudet). Voimme räätälöidä aihetageihin perustuvat kohdennukset jokaisen mainostajan kohderyhmä huomioiden.

Muut kohdennusmahdollisuudet

MTVuutiset.fi tarjoaa mainostajalle muistakin medioista tutut kohdennukset



aika

selainmalli

käyttöjärjestelmä

viikonpäivä

puhelinmerkki

retargeting

päätelaite

Digitaalinen mainonta: Tulospohjainen mainonta – MTV Klikki

Tulospohjainen mainonta on taktista ja sen tavoitteena on yleensä esimerkiksi sivuston kävijäliikenteen tai verkkokaupan myynnin lisääminen. Asiakasta laskutetaan ainoastaan tuloksista, eli toteutuneista klikeistä. Palveluidemme Brand Safety -asetukset takaavat asiakkaillemme turvallisen mainosympäristön ostotavasta riippumatta.

MTV Klikki -kampanjalla verkkosivustojemme erittäin laaja tavoitavuus saavutetaan nopeasti sekä päätelaiteriippumattomasti. Kohdentamalla paikallisesti voi tavoitella tarkemmin oman toiminta-alueen asiakkaita. Myös kontekstuaalinen kohdennus on mahdollista Uutisten, Urheilun, Viihteen ja Lifestylen osalta.

Tulospohjaisessa mainonnassa ei ole näyttö- tai klikkitakuuta. Laskutusperusteena on toteutuneet mainosklikit kampanjan aikana. Määrittelemäsi maksimibudjettia ei ylitetä. Kampanjatulokset todennetaan MTV:n mainonnanhallintajärjestelmällä (Adform PPAS). Tulospohjainen mainonta hyödyntää koko MTV:n displayn mainospaikkoja ja sivustoja. Jakelussa ovat mukana mtvuutiset.fi:n verkkosivusto sekä sovellukset.

MTV Klikki -kampanjan
suunnittelussa
ota yhteyttä
digitrafiikki@mtv.fi

Digitaalinen mainonta: Natiivimainonta ja sisältömarkkinointi

Natiivimainonta on yksi sisältömarkkinoinnin muodoista. Se tarkoittaa julkaisualustaan luontevasti sopivaa sisältöä, jota tehdään kaupallisista tarpeista ja lähtökohdista käsin. Natiivimainonnassa hyödynnetään julkaisu- tai jakelumedian keinoja ja sisällöntuotannon kerrontamuotoja, jolloin sisältö istuu luontevasti mediaan ja puhuttelee kuluttajia.

Asiakkaan artikkelin julkaisu suuressa uutismediassa lisää sisällön uskottavuutta. MTV Natiiviarikkeliin lisättävät hyperlinkit sekä artikkelin SEO-optimointi parantavat sekä artikkelin että asiakkaan sivujen hakukonelöydettävyyttä. MTV Natiiviarikkeli - tuotteelle taataan lukijamäärä ja artikkeleita nostatetaan, kunnes lukijamäärä on saavutettu. Artikkelin lukijoita retargetoidaan jälkikäteen MTVuutiset.fi:ssä.

MTV Natiiviarikkeli-tuotteen lisäksi meillä on kaksi spesifimpään tarpeeseen tarkoitettua natiiviratkaisua:

- Jos tarvitset lisää kiinnostunutta liikennettä sivustollesi, saatavilla on klikkipohjaisesti (CPC) hinnoiteltu natiivinostotuote, MTV Klikkinatiivi. MTV Klikkinatiivi on ulkonäöltään samanlainen kuin natiiviarikkelin nosto, ja sillä voidaan ohjata käyttäjä joko asiakkaan omille kohdesivuille tai muualle rakennettuun natiiviarikkeliin. MTV Klikkinatiivi -noston voi kohdentaa MTVuutiset.fin osioihin tai alueellisesti
- Jos tarpeesi on vain hankkia lisää SEO-hyötyä sivustollesi, voit ostaa meiltä valmiin artikkelin julkaisun tuotteella MTV Julkaisunatiivi

Natiivimainonta ei ole piilomainontaa, vaan sen pitää olla aina tunnistettavissa mainokseksi. Sisällön merkitseminen mainonnaksi on myös asiakkaan edun mukaista, sillä yrityksen kannattaa olla tunnistettavissa kiinnostavan ja laadukkaan sisällön yhteydessä, joka puolestaan luo positiivisia mielleyhtymiä yritykseen tai brändiin.

Kysy lisää
natiivimainonnasta joko
MTV:n yhteyshenkilöltäsi tai
digitrafiikki@mtv.fi

Digitaalinen mainonta:

Natiivimainonta ja sisältömarkkinointi, hinnasto 2026

MTV NATIIVIARTIKKELI		
Kampanja	Lukijamäärä	Brutto €
Yksi artikkeli	4 000 lukijaa	5 200
Kolme artikkelia	12 000 lukijaa	15 600
Viisi artikkelia	20 000 lukijaa	26 000
12 artikkelia	48 000 lukijaa	62 400

MTV Natiiviartikkeli -tuotteen bruttohinnosta myönnetään suora-asiakasalennus -12 % tai mediatoimistoalennus -15 %. Lisäksi yli kahden artikkelin kampanjasta myönnetään -20 % lisäalennus. 12 artikkelin kampanjassa lisäalennus on -40 %. Nettohintaan lisätään tuotantokulu 1 000 € netto, mikäli artikkelin sisältö on MTV:n kirjoittama.

Artikkeli, lukijat CPR 1,3 €



CPR (cost per reader)
Yhden lukijan hinta

Muut natiivituotteet:

MTV Klikkinatiivi

MTV Julkaisunatiivi

Kysy lisää natiivimainonnasta joko
MTV:n yhteyshenkilöltäsi tai

digitrafiikki@mtv.fi

Digitaalinen mainonta: Ohjelmallinen ostaminen - instream

MTV:n videotuotteet ovat ostettavissa ohjelmallisesti, diilien välityksellä. Diilien hintoihin vaikuttavat käytettävä tuote, mainoksen pituus ja kohdennukset. Lisätietoa programmatic@mtv.fi.

MTV Video Premium

MTV Video Premiumin mainokset näytetään MTV Katsomon pitkän ja lyhyen sisällön yhteydessä pre- ja midroll -paikoilla. Kohdentamattomissa diileissä on mukana myös SkyShowtimen inventaari. MTV Katsomossa käyttäjät tunnistetaan sisäänkirjautumisella, joten voimme tarjota ohjelmallisesti toteutettaville kampanjoille monipuolisia ensimmäisen osapuolen kohdennusvaihtoehtoja päätelaiteriippumattomasti. Jakelusopimusten puitteissa kampanjoissa on mukana myös MTV:n kanavasisältöjä Katsomon ulkopuolissa palveluissa, kuten Telia Playssä.

MTV Video Short

MTV Video Shortissa mainosjakelu koostuu mtvuutiset.fi:n verkkosivustosta sekä sovelluksista.

Inventory source Premium, Reach ja Short –diilit	FreeWheel
Diilivaihtoehdot	Private deals (non-guaranteed) Programmatic guaranteed
Maksimi spottipituudet	MTV Video Premium 40 s MTV Video Short 20 s MTV Video CTV 25 s
Lisämaksulliset kohdennusvaihtoehdot	MTV Video Premium Demografiakohdennus Bisnode GDR Kiinnostus (urheilu, jääkiekko, ralli) Päätelaitetekohdennus

Digitaalinen mainonta: Ohjelmallinen ostaminen - instream

MTV:n videotuotteet ovat ostettavissa ohjelmallisesti, diilien välityksellä. Diilien hintoihin vaikuttavat käytettävä tuote, mainoksen pituus ja kohdennukset. Lisätietoa programmatic@mtv.fi.

MTV Video CTV

MTV Video CTV -ratkaisun vahvuutena on isojen ruutujen ylivoimainen vaikuttavuus ja laaja tavoitavuus. Päätelaitteista mukana ovat vain isot ruudut.

Tämän tuotteen avulla voit ostaa MTV3:n digitalisoituja mainoskatkoja (HbbTV) ohjelmallisesti. Lisäksi mukana voi olla myös MTV Katsomon ja SkyShowtimen ison ruudun inventaarit.

MTV Katsomossa on mahdollista hyödyntää ison ruudun kohdennuksen lisäksi muita lisämaksullisia kohdennusvaihtoehtoja.

Inventory source Premium, Reach ja Short –diilit	FreeWheel
Diilivaihtoehdot	Private deals (non-guaranteed) Programmatic guaranteed
Maksimi spottipituudet	MTV Video Premium 40 s MTV Video Short 20 s MTV Video CTV 25 s
Lisämaksulliset kohdennusvaihtoehdot	MTV Video Premium Demografiakohdennus Bisnode GDR Kiinnostus (urheilu, jääkiekko, ralli) Päätelaitetekohdennus

Digitaalinen mainonta: Ohjelmallinen ostaminen – outstream ja natiivi

MTV Uutiset outstreamilla saat kustannustehokkaasti lisäpeittoa ohjelmallisesti toteutettaviin videokampanjoihin. Tämä videomainonnan muoto sopii hyvin myös pidempien mainoksien esittämiseen MTVuutiset.fi:n verkkosivustolla sekä sovelluksissa.

Formaatit Artikkelivideo (16:9) sekä Vertikaalivideo (9:16). Artikkelivideo toimii MTVuutiset.fi-selainversiossa (desktop ja mobiili), Vertikaalivideo ainoastaan mobiiliselaimissa.

Outstream-diilien hinta muodostuu videoformaatin lisäksi käytettävistä kohdennuksista.

Inventory source	Diilit Adform Avoin huutokauppa, mm. Adform, Magnite, Xandr
Huutokaupamalli	First price auction
Lisämaksulliset kohdennusvaihtoehdot	Demografia, kiinnostuksen kohteet, aihetagi- ja sisältökohdennus, Justtag-datamarkkinapaikan segmentit

MTV Uutiset natiivi on päätelaite riippumaton mainontaa, jossa mainos ohjaa joko MTVuutiset.fi:ssä tai mainostajan omalla sivustolla sijaitsevaan natiiviartikkeliin.

Natiivimainos on ostettavissa ainoastaan diilien välityksellä. Monipuolisilla kohdennusvaihtoehdoilla tavoitat juuri oikeat kohderyhmät.

Inventory source	Diilit Adform tai Xandr
Huutokaupamalli	First price auction
Lisämaksulliset kohdennusvaihtoehdot	Demografia, kiinnostuksen kohteet, aihetagi- ja sisältökohdennus

Digitaalinen mainonta: Ohjelmallinen ostaminen – display

MTV tarjoaa monipuolisia ratkaisuja ohjelmalliseen display-mainontaan. MTV:n display-inventaari koostuu MTVuutiset.fi -sivustosta sekä MTV Uutiset -sovelluksesta.

Display-diilien hinnat muodostuvat käytetyistä formaateista sekä kohdennuksista.

Huomioithan, että mainosmuodoissa voi olla pieniä eroavaisuuksia myyntikanavasta riippuen. Osoitteesta programmatic@mtv.fi saat tarkempia tietoja.

Huomioithan myös, että aineistojen kilotavurajoitukset ovat käytössä myös ohjelmallisessa ostamisessa.

Inventory source	Diilit Adform, tai Xandr Avoin huutokauppa, Adform, Magnite, Xandr ja PubMatic
Huutokaupamalli	First price auction
Lisämaksulliset kohdennusvaihtoehdot	Demografia, kiinnostuksen kohteet, aihetagi- ja sisältökohdennus, Justtag-datamarkkinapaikan segmentit

Ohjelmallisesti ostettavissa olevat perusmainosmuodot

KOKOSIVU		VAAKAPAIKAT		BOKSI		SUURTAULUT		MOBIILI	
koko px	max kt	koko px	max kt	koko px	max kt	koko px	max kt	koko px	max kt
620x891	250	980x600	250	468x400	250	300x600	250	320x320	250
300x600	250	980x400	250	300x250	250	250x600	250	300x300	250
320x480	250	980x120	100			160x600	100	300x250	250
300x431	250					140x350	100		

Ohjelmallisessa ostamisessa voit hyödyntää myös esim. Adnamin tai SeenThis -formaatteja. Lisätietoja ratkaisusta programmatic@mtv.fi