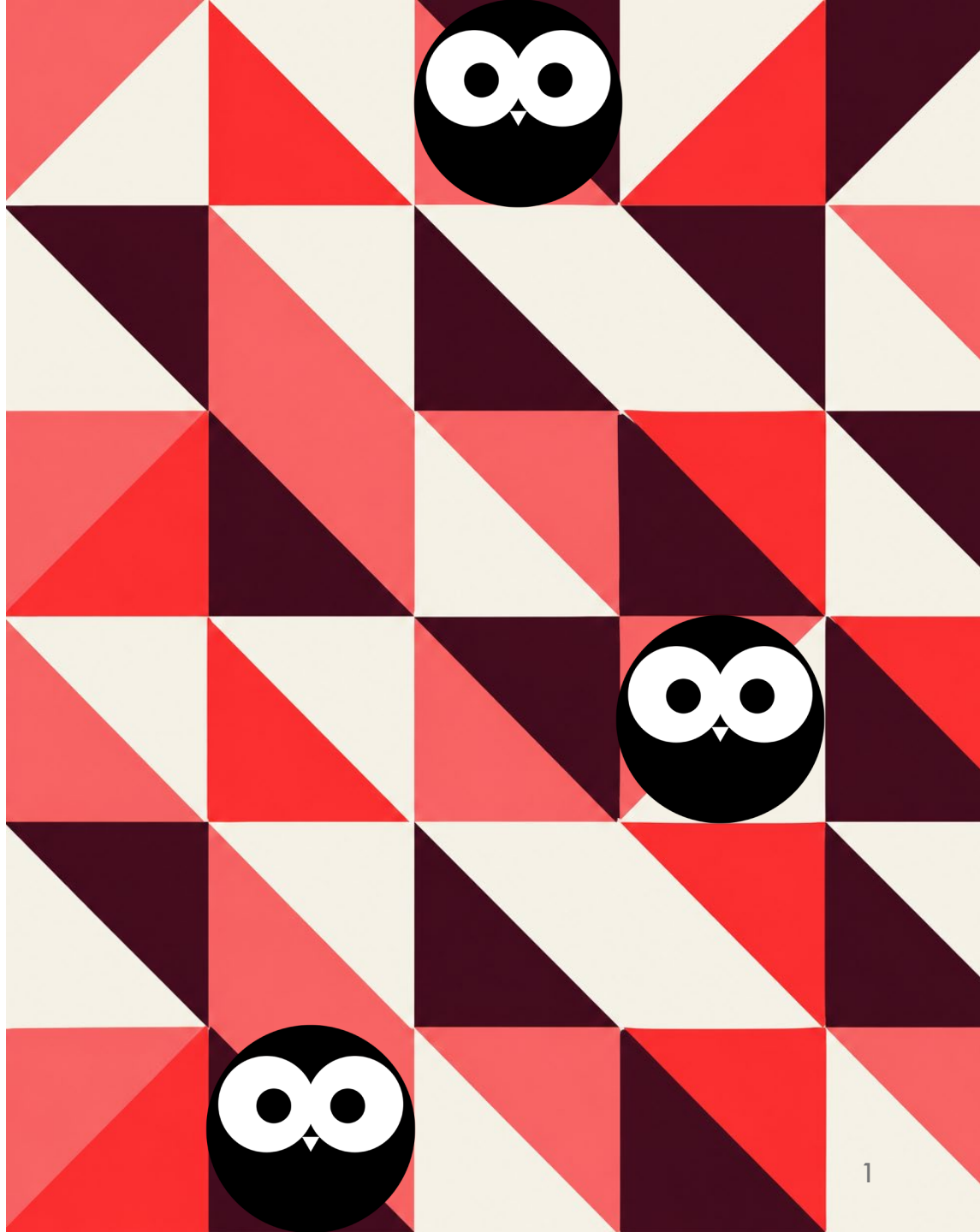
2027

MEDIA-TIEDOT

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



Mediatiedot 2027

Sisällysluettelo

- Total TV -mainonta
  - Valtakunnallinen mainonta 3
  - Alueellinen mainonta 5
  - MTV3:n näkyvyysalueet 6
  - Kelluva Total TV –ohjelmayhteistyö 9
- Videomainonta
  - Instream-mainonta 16
  - MTV Video CTV ja MTV Video All Screens 17
  - MTV Video Premium ja MTV Video Premium Bumper Ad 18
  - MTV Video Premium Pause Ad ja MTV Uutiset Short 19
- Digitaalinen mainonta
  - Display-mainonta 23
  - MTVuutiset.fi displaytuotteet 24
  - Outstream-videomainonta 25
  - Display- ja outstream-kampanjoiden kohdennusmahdollisuudet 27
  - Tulospohjainen mainonta 28
  - Ohjelmallinen ostaminen 29

Total TV -mainonta:

Valtakunnallinen mainonta: MTV Total TV

MTV Total TV -ratkaisussa yhdistyy tv-mainonnan ja videomainonnan parhaat puolet MTV:n ja Disneyn laadukkaiden ja bränditurvallisten sisältöjen yhteydessä.
Total TV -mainonnalla tavoitat isot yleisöt nopeasti, rakennat brändiä ja tunnettuutta sekä herätät ostokiinnostusta ja kasvatat myyntiä.

Laajan tavoittavuuden varmistamiseksi ratkaisussa hyödynnetään MTV:n ja Disneyn kanavavalikkoa: MTV3-, MTV Sub-, MTV Ava-, STAR Channel- ja National Geographic -kanavia sekä MTV Katsomoa. Kanavat ja niiden painotukset mukailevat kunkin kohderyhmän luonnollista katselua. Lapsille suunnatuissa kampanjoissa (3-9-vuotiaat) mainokset näytetään vain MTV3 ja MTV Sub -kanavilla.

Näin ostat:
Määrittelet kampanjalle kohderyhmän, kontaktimäärän, kampanja-ajan ja spottipituuden (5 sekunnilla jaollinen), ja MTV huolehtii kampanjan toteutuksesta. MTV Total TV -ratkaisussa mainosesitykset kelluvat koko kampanja-ajalla. MTV optimoi mainosesitysten sijoittelun, joten esitysten lukumäärää, esitysaikoja tai kanavajakoa ei voi määritellä etukäteen. Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu valitussa kohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löydät myyntiehdoista. MTV Total TV -kampanjaan ei voi yhdistää muita ostotapoja. Varaushetkellä voimassa olevat hinnat löydät ostojärjestelmästämme tai saat ne MTV:n mediamyynnistä.

MTV Total TV –kampanja on ostettavissa seuraavissa kohderyhmissä:

KOHDERYHMÄ	KOHDERYHMÄN KOKO (000)
Koko väestö 3+	5 488
Naiset 3+	2 773
Miehet 3+	2 715
25–54	2 141
25–64	2 840
Naiset 25–64	1 392
Miehet 25–64	1 448
35–64	2 127
45+	2 711
3-9 v. lapset	357

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2025

Total TV -mainonta:

Valtakunnallinen mainonta: Ohjelmaostaminen

Valitse ohjelmaostaminen, kun haluat itse päättää, minkä ohjelmien yhteydessä mainoksesi näkyy. Brändiviestiä tukeva ohjelmaympäristö parantaa mainosviestin perillemenoa, ja saat tavoittelemasi laadukkaat kontaktit valitsemassasi kohderyhmässä.
Ohjelmaostamisella voit myös rakentaa kampanjalle haluamasi viikkorakenteen, esimerkiksi alku- tai loppupainotuksen. Ostotapa on käytössä MTV3-, MTV Sub-, MTV Ava-, STAR Channel- ja National Geographic -kanavilla.

Näin ostat:
Valitset kampanjaan ohjelmat, esitysten lukumäärän, esityspäivät, kohderyhmän ja spottipituuden (5 sekunnilla jaollinen). Ostojärjestelmästämme löydät ohjelmien kiinteät, varaushetkestä voimassa olevat hinnat. Ajantasaiset hintatiedot saat myös MTV:n mediamyynnistä. Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu valitsemassasi ostokohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löydät myyntiehdoista.

Lisävalinnat ohjelmaostamiseen:

- **Katkoyhteys:** Saman asiakkaan kaksi erillistä mainosta esitetään samassa valtakunnallisessa mainoskatkossa, ja voit määritellä niiden esitysjärjestyksen. Katkoyhteysspotista maksat normaalin hinnaston mukaisen ohjelmaostamisen hinnan, ja mainosesitykset saavat yhteisen kontaktitakuun.
- **Määräkatko (+3 % lisähinta):** Voit valita tarkasti, missä valtakunnallisessa katkossa mainos esitetään. Katkomääritelmät: E = etukatko, S1 = ensimmäinen sisäkatko, S2 = toinen sisäkatko jne.
- **Määräpaikka (+6 % lisähinta):** Voit valita mainokselle halutun katkon ensimmäisen tai viimeisen paikan. MTV3-kanavalla on mahdollista ostaa vain katkon ensimmäinen paikka.

Jos haluat laajentaa kampanjasi tavoittavuutta, suosittelemme tv-kampanjan rinnalle haluttuihin ohjelmiin kohdennettua MTV Video Premium -kampanjaa MTV Katsomossa. Instream-videomainonnan mediatiedot löytyvät 16-22.

Ohjelmaostamisen kohderyhmät:

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

MTV Avalle ei voi valita mieskohderyhmiä, eikä National Geographicille naiskohderyhmiä. Lapsikohderyhmän mainokset näytetään vain MTV3- ja MTV Sub -kanavilla.

Total TV -mainonta:
Alueellinen mainonta: MTV3

Kun haluat kohdentaa viestisi paikallisesti ja tavoittaa oman alueesi kohderyhmän laajasti Suomen katsotuimpien sisältöjen yhteydessä, valitse MTV3-kanavan alueellinen mainonta. MTV3-kanavalla voit kohdentaa mainosviestisi 17 eri näkyvyysalueelle.

Jos haluat maksimoida tavoittavuuden alueellasi, suosittelemme tv-kampanjan rinnalle alueellisesti kohdennettua MTV Video Premium -kampanjaa MTV Katsomossa. Instream-videomainonnan mediatiedot löytyvät sivuilta 16-22.

Näin ostat:
Voit käyttää ostotapana kohderyhmäkauppaa, ohjelmaostamista tai niiden yhdistelmää.

- **Kohderyhmäkaupassa** määrittelet kontaktimäärän, kampanja-ajan ja spottipituuden. Mainosesitykset kelluvat koko kampanja-ajalla, ja MTV vastaa niiden sijoittelusta, joten esitysten lukumäärää, esitysaikoja tai esityspäiviä ei voi määritellä etukäteen.
- **Ohjelmaostamisessa** valitset ohjelmat, esitysten lukumäärän, esityspäivät ja spottipituuden.

Aluemainoksen enimmäispituus on 20 sekuntia, ja käytössä ovat 5, 10, 15 ja 20 sekunnin pituudet. Aluemainoskampanja ostetaan 3+ -kohderyhmässä, ja kontaktitakuu myönnetään samassa kohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löydät myyntiehdoista. Varaushetkellä voimassa olevat hinnat löydät ostojärjestelmästämme tai saat ne MTV:n mediamyynnistä. Valtakunnallisen ohjelmaostamisen katkoyhteys, määräkatko ja määräpaikka eivät kuulu aluemainonnan tuotevalikoimaan.

Suorille aluemainostajille on lisäksi saatavilla valmiit, räätälöidyt Kasvupaketit. Lue lisää MTV Spotista.

ALUE	LYHENNE	VÄESTÖOSUUS	VÄESTÖMÄÄRÄ (000)
Uusimaa	UM	32,54 %	1 786
Pirkanmaa	PM	12,02 %	660
Varsinais-Suomi	VS	8,83 %	485
Pohjanmaa	PO	6,05 %	332
Oulu	OU	5,59 %	307
Keski-Suomi	KS	5,13 %	282
Pohjois-Savo	PS	4,66 %	256
Satakunta	SA	3,72 %	204
Päijät-Häme	PH	3,68 %	202
Keski-Pohjanmaa	KP	3,11 %	171
Kymenlaakso	KL	2,99 %	164
Pohjois-Karjala	PK	2,83 %	156
Lappi	LA	2,39 %	131
Etelä-Karjala	EK	2,15 %	118
Etelä-Savo	ES	1,99 %	109
Kainuu	KA	1,30 %	71
Meri-Lappi	ML	1,02 %	56

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2025

Kunnat ja aluekokonaisuudet näkyvyysalueittain

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

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

MTV3:n näkyvyysalueet

MTV Oy ei takaa alueellisessa televisiomainonnassa, että kaikkien näkyvyysalueen kotitalouksien antennit on suunnattu kyseiselle alueelle mainoksia jakavaan Digitan lähettimeen.



Total TV -mainonta:
Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö tuo brändisi näkyviin laadukkaiden draama-, elokuva-, lifestyle-, komedia- ja reality-sisältöjen yhteydessä tv-kanavilla ja MTV Katsomossa. Ohjelmayhteistyötunnisteet esitetään omilla tunnistepaikoillaan ohjelmasisällön välittömässä läheisyydessä, mikä mahdollistaa niille korkean huomioarvon. Ratkaisu sopii erinomaisesti sekä lanseerauksiin että pitkäjänteiseen brändistä muistuttamiseen, kun haluat kattavaa näkyvyyttä kustannustehokkaasti bränditurvallisessa ympäristössä.

Laajan tavoittavuuden varmistamiseksi ratkaisussa hyödynnetään MTV:n ja Disneyn kanavavalikkoa: MTV3-, MTV Sub-, MTV Ava-, STAR Channel- ja National Geographic -kanavia kunkin kohderyhmän luonnollista katseluosuutta mukaillen sekä MTV Katsomoa valitsemallasi prosenttiosuudella. Voit valita kampanjaan myös vain tv-kanavat tai vain MTV Katsomon.

Näin ostat:
Määrittelet kampanjalle kohderyhmän, kontaktimäärän, kampanja-ajan ja tunnisteyhdistelmän (ks. seuraava sivu). Kampanjan enimmäispituus on 4 viikkoa. Tunnisteet kelluvat koko kampanja-ajalla useiden eri ohjelmien yhteydessä, ja MTV vastaa niiden sijoittelusta, joten yksittäisiä ohjelmia, esitysaikoja tai kanavajakoa ei voi määritellä etukäteen. Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu valitsemassasi ostokohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdoista. Varaushetkellä voimassa olevat hinnat löydät ostojärjestelmästämme tai saat ne MTV:n mediamyynnistä.

Ohjelmat:
MTV määrittää Kelluvaan Total TV -ohjelmayhteistyöhön sisällytettävät ohjelmat ja niissä mukana olevien kumppaneiden lukumäärän. Tunnisteita ei sijoitella urheiluun, mainosrahoitteisiin ohjelmiin (AFP) eikä MTV:n määrittelemiin ilmiöohjelmiin. Uutis- ja ajankohtaisohjelmia sekä lastenohjelmia ei voi sponsoroida.

Myöhäisilta (esitysaikarajoitteiselle mainonnalle):
Alkoholin, K-18-ikärajaisten elokuvien ja pelien kaltaiselle mainonnalle sopii Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö myöhäisilta. Tv-kanavilla tunnisteet esitetään klo 22.00–03.59. MTV Katsomossa samaa aikarajoitusta ei ole.

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö on saatavilla kohderyhmissä:
3+
25-64
Naiset 25-64
Miehet 25-64

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö myöhäisilta:
25-64

Total TV -mainonta:

Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö

Mediaelementit ja sijoittelupohjat

MTV määrittelee käytössä olevat sijoittelupohjat eli tunnisteyhdistelmät. Valitset kampanjaan sopivan sijoittelupohjan ja kunkin tunnisteen pituuden. 10 s ja 5 s tunnisteita esitetään kappalemääräisesti samassa suhteessa, eli tunnisteiden välille ei voi määrittää erillistä suhdetta.

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

Sijoittelupohja, MTV Katsomo:

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

Kun kampanjassa on mukana sekä tv-kanavat että MTV Katsomo, MTV Katsomossa käytettävä tunnistepituus (10 s tai 5 s) määräytyy valitun tv-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) esitetään ennen ohjelman alkua
- **Jatkuu1-tunniste** (5 s) esitetään kiinni ohjelmassa juuri ennen katkolle menoa
- **Jatkuu2-tunniste (**5 s) esitetään kiinni ohjelmassa katkolta ohjelmaan palattaessa
- **Lopputunniste** (5 s tai 10 s) esitetään lopputekstien jälkeen ohjelman päättyessä

Mediaelementit, MTV Katsomo:

- **Alkutunniste** (5 s tai 10 s) esitetään preroll-mainoskatkolla juuri ennen ohjelman alkua
- **Jatkuu-tunniste** (5 s tai 10 s) esitetään midroll-mainoskatkolla kiinni ohjelmassa joko katkon alussa tai lopussa

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:

- Tunnisteissa ei saa käyttää mainonnallisia ilmaisuja, kuten tuotekuvauksia, tuoteominaisuuksien luettelua, myyntiväittämiä, tuotemerkin laatua tai tehokkuutta osoittavia viittauksia, iskulauseita, ostokehotuksia tai muita aktivointeja tai hintoja. Itse tuotteen tai palvelun voi näyttää.

- Tunnisteesta pitää ilmetä kumppanin liittyminen ohjelmaan, esimerkiksi ”yhteistyössä”, ”sponsored by”, ”ohjelman tarjoaa”.

- Internet-osoitteet ovat sallittuja. Puhelinnumeroita ei saa näyttää.

- Tunniste ei voi olla katkomainonnassa käytettävä tv-mainos. Jos tunnisteessa käytetään tv-mainoksesta leikattua tai editoitua materiaalia, kyseistä tv-mainosta ei voi ohjelmayhteistyön aikana esittää mainoskatkokampanjassa.

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.-28.2.2027	53-8	16.11.2026
1.3.-2.5.2027	9-17	18.1.2027
3.5.-27.6.2027	18-25	15.3.2027
28.6.-29.8.2027	26-34	24.5.2027
30.8.-31.10.2027	35-43	2.8.2027
1.11.-31.12.2027	44-52	20.9.2027

MTV Total TV -kampanjat ovat myynnissä koko vuodelle 2027 jo 16.11.2026 alkaen ilman myyntikausirajoitetta.

Total TV -mainonta:
Kampanjoiden ostaminen

Kontaktitakuu

MTV myöntää kontaktitakuun kampanjoille, jotka täyttävät voimassa olevat myyntiehdot ja kontaktitakuurajat. Kontaktitakuulla kampanjalle taataan ostohetken ennustettu kontaktimäärä, ja kampanjalla on kokonaistakuu. Takuu myönnetään asiakkaan valitsemassa ostokohderyhmässä. Takuurajat vaihtelevat ostotavoittain. Ohjelmaostamisessa takuuraja määräytyy kanavakohtaisesti ja se koskee jokaista valittua kanavaa erikseen. Rajat ilmoitetaan kampanjan minimikontaktimääränä suhteessa ostokohderyhmän kokoon. Tarkat perusteet löytyvät myyntiehdoista.

		TAKUURAJA KONTAKTEINA (000)									
OSTOTAPA	TAKUURAJA, % KOHDERYHMÄN KOOSTA	Koko väestö 3+	Naiset 3+	Miehet 3+	25–54	25–64	Naiset 25–64	Miehet 25–64	35–64	45+	3–9 v. lapset
Kohderyhmän koko (000)		**5 488**	**2 773**	**2 715**	**2 141**	**2 840**	**1 392**	**1 448**	**2 127**	**2 711**	**357**
MTV Total TV	50 % (3-9v: 5 %)	2 744	1 387	1 358	1 071	1 420	696	724	1 064	1 356	18
Ohjelmaostaminen: MTV3	25 % (3-9v: 5 %)	1 372	693	679	535	710	348	362	532	678	18
Ohjelmaostaminen: MTV Sub, MTV Ava, STAR Channel, National Geographic	5 %	274	139	136	107	142	70	72	106	136	18
Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö	50 %	2 744	-	-	-	1 420	696	724	-	-	-
Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö myöhäisilta	5 %	-	-	-	-	142	-	-	-	-	-
Kelluva Total TV -ohjelmayhteistyö: MTV Katsomo (kun kampanjassa ei tv-kanavia)	5 %	274	-	-	-	142	70	72	-	-	-

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2025

Total TV -mainonta:
Kampanjoiden ostaminen

Kontaktitakuu MTV3-aluemainonta

MTV3:n aluemainoskampanjalle myönnetään kontaktitakuu 3+ -kohderyhmässä. Takuuraja on 50 % alueen väestömäärästä.

ALUE	VÄESTÖMÄÄRÄ (000)	TAKUURAJA KONTAKTEINA (000)
Uusimaa	1 786	893
Pirkanmaa	660	330
Varsinais-Suomi	485	242
Pohjanmaa	332	166
Oulu	307	153
Keski-Suomi	282	141
Pohjois-Savo	256	128
Satakunta	204	102
Päijät-Häme	202	101
Keski-Pohjanmaa	171	85
Kymenlaakso	164	82
Pohjois-Karjala	156	78
Lappi	131	66
Etelä-Karjala	118	59
Etelä-Savo	109	55
Kainuu	71	36
Meri-Lappi	56	28

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2025

Total TV -mainonta:
Kampanjoiden ostaminen

Pituuskertoimet

Kampanjan hinta riippuu esitettävän spotin pituudesta. Ostojärjestelmästämme näet MTV Total TV:n, ohjelmaostamisen, MTV3:n aluemainonnan sekä Kelluvan Total TV -ohjelmayhteistyön varaushetkellä voimassa olevat hinnat eri mainospituuksille. Ajantasaiset hintatiedot saat myös MTV:n mediamyynnistä.

Mainoksen pituuden tulee olla 5 sekunnilla jaollinen (5 s, 10 s, 15 s jne.). MTV3:n aluemainonnassa spotin enimmäispituus on 20 s, ja Kelluvassa Total TV -ohjelmayhteistyössä käytettävien tunnisteiden pituudet ovat 5 s ja 10 s.

Hinnat eri mainospituuksille noudattavat oheista pituuskerrointaulukkoa, jossa 30 sekunnin kerroin on 1.

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

Esimerkiksi 20-sekuntisen mainoksen hinta saadaan kertomalla 30-sekuntisen mainosesityksen hinta kertoimella 0,8.

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 videomainosinventaari tarjoaa tehokkaat ratkaisut erilaisiin kampanjatarpeisiin laadukkaassa ja turvallisessa ympäristössä (brand safety).

MTV Katsomossa, MTVuutiset.fi:ssä, MTV3-kanavan digitalisoiduilla mainoskatkoilla, Disney+:ssa ja SkyShowtimessa esitettävissä ohjelmissa eli pidemmissä videosisällöissä on useampia mainos-paikkoja 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.

Varaushetkellä voimassa olevat videomainonnan hinnat on nähtävissä ostojärjestelmästämme tai ottamalla yhteyttä MTV:n mediamyyntiin.

Videomainonta:

Instream-videomainonta: MTV Video CTV ja MTV Video All Screens

MTV Video CTV

- MTV Video CTV -ratkaisun vahvuutena on isojen ruutujen ylivoimainen vaikuttavuus, laaja tavoittavuus ja toistokontrollilla optimoitu mainosnäyttöjen toimitus.
- MTV Video CTV –ratkaisu muodostuu seuraavista ison ruudun laadukkaista sisällöistä: MTV Katsomo, MTV3:n digitalisoidut katkot (Hbbtv), Disney+ ja SkyShowtime. Impressiot jaetaan kampanjassa palveluiden inventaarin suhteessa ja mahdolliset rajoitukset huomioiden. Walt Disney Company pidättää oikeuden olla näyttämättä mainosta.
- MTV Video CTV:ssä spottipituudet voivat olla vain 5 sekunnilla jaolliset ja suositusmaksimipituus on 20 sek. Pidemmät pituudet ovat erikseen sovittavissa saatavuuden niin salliessa.
- MTV Video CTV:ssä 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

- MTV Video All Screens -ratkaisun vahvuutena on laaja tavoittavuus premium-videoympäristöissä ja mukana on nimensä mukaisesti kaikki päätelaitteet.
- MTV Video All Screens –ratkaisu muodostuu seuraavista laadukkaista sisällöistä: MTV Katsomo, MTV3:n digitalisoidut katkot (Hbbtv), 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 20 sek. Pidemmät pituudet ovat erikseen sovittavissa saatavuuden niin salliessa.
- 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.

Videomainonta:

Instream-videomainonta: MTV Video Premium RON & MTV Video Premium Bumper Ad RON

MTV Video Premium RON

- MTV Video Premium-ratkaisun vahvuutena on liikkuvan kuvan vaikuttavuus laadukkaan ohjelmasisällön yhteydessä, laajat kohdennusmahdollisuudet ja toistokontrollilla optimoitu mainosnäyttöjen toimitus.
- MTV Video Premiumin avulla voit kohdentaa viestisi muun muassa haluamallesi demografiakohderyhmälle tai esimerkiksi 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 tuotelupauksena 100 % loppuunkatselutakuu.
- MTV Video Premiumin MTV Katsomon inventaarissa myös 60–120 s spottipituudet ovat mahdollisia.



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

MTV Video Premium Bumper Ad RON

- MTV Video Premium Bumper Ad –ratkaisun vahvuus on kyky herättää kiinnostus lyhyiden ja ytimekkäiden mainosten avulla 6 sekunnissa. MTV Video Premium Bumber Adin osalta inventaari koostuu pääosin MTV Katsomon, Disney+:n ja SkyShowtimen pitkästä sisällöstä.
- Lyhyen muotonsa ansiosta bumper-mainokset sopivat täydellisesti myös mobiililaitteille.
- MTV Video Premiumissa Bumber Adissä on tuotelupauksena 100 % loppuunkatselutakuu.



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

- MTV Video Premium RON:ssa ja MTV Video Premium 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, voit ostaa nämä suoraan ostojärjestelmämme kautta, muussa tapauksessa käänny MTV:n puoleen. Frekvenssikontrollit vaihtelevat palveluittain.
- Jakelusopimusten puitteissa kampanjoissa on mukana myös MTV:n kanavasisältöjä Katsomon ulkopuolisissa palveluissa, kuten esimerkiksi Telia Playssä.

Videomainonta:

Instream-videomainonta: MTV Video Premium Pause Ad ja MTV Uutiset Short & aluekohdennus

MTV Video Premium Pause Ad

- MTV Video Premium Pause Ad –ratkaisun vahvuus on kuluttajan jakamattoman huomion saaminen ja mahdollisuus oston aktivointiin.
- MTV Video Premium Pause Ad on staattinen koko ruudun mainos, joka näytetään, kun käyttäjä keskeyttää ohjelman katselun pause-painikkeella. MTV Video Premium Pause Adin voit kohdentaa esimerkiksi käyttäen demografiaa tai GDR-kohdennuksia.
- MTV Video Premium Pause Ad on mahdollinen ainoastaan MTV Katsomossa.



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

MTV Uutiset Short

- MTV Uutiset Short -ratkaisun vahvuus on mahdollistaminen suoraan aktivointiin ja uutisympäristön haltuunottoon.
- Videoinventaarina on MTVuutiset.fi-palvelun monipuoliset uutisvideosisällöt, joihin huippuluokan uutistoimitus tekee journalistisesti laadukasta sisältöä ympäri vuorokauden.
- MTV Uutiset Short on mahdollista kohdentaa alueellisesti MTV3-kanavan näkyvyysaluejaon mukaisesti.
- MTV Uutiset Shortissa on tuotelupauksena 100 % loppuunkatselutakuu ja maksimipituus on 20 sek.



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

MTV UUTISET SHORT		KOHDEN-NUSLISÄ
Alue-kohdennus (IP-osoite)	IP-lokaatioon perustuva aluekohdennus, esim. MTV3-kanavan näkyvyysaluejako	+10 %

Videomainonta:

Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet

Data ja kohdennusmahdollisuudet

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

Dun & Bradstreet (Bisnode)-data

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

Myynnissä olevissa kohdennuksissa MTV Katsomon käyttäjien itse antamaa dataa on rikastettu Dun & Bradstreetin 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	Viihde	Uutiset ja dokumentit
Tosi-tv	Lifestyle	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 desktop-käyttäjille.

Videomainonta:
Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet: MTV Video Premium, MTV Video Premium Bumper Ad & MTV Video Premium Pause Ad

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 %)
Dun & Bradstreet (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 **Yrityspäättäjät:** yrityksen päätöksentekijä	+20 % B2B +30 %
Aluekohdennus (perustuu postinumeroon)	MTV3:n näkyvyysalueet tai kaupunki	MTV3:n näkyvyysalue +20 % Kaupunki +25 %
GDR-kohdennus	**Harrastukset ja kiinnostuksen kohteet:** terveydestä ja hyvinvoinnista kiinnostuneet, kokeilunhaluiset ruokaintoilijat ja ulkoilusta kiinnostuneet. **Kuluttaminen ja ostoaikeet:** kauneudenhoitotuotteita ja kosmetiikkaa ostavat, nouto- ja pikaruokaa ostavat, ulkomaanmatkailijat, kotimaanmatkaijat, 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 %

- 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 omassa palvelussa: MTV Katsomossa. Disney+ ja SkyShowtime jäävät siis pois kohdennuksia sisältävistä kampanjoista
- Tarkempi kuin kaupunkitasoinen kohdentaminen on mahdollista vain Helsingissä, Espoossa ja Vantaalla: ostettavissa ohjelmallisesti, saat lisätietoja myös MTV:n mediamyynnistä.

Huom! MTV Katsomossa, Disney+:ssa ja SkyShowtimessa voi kohdentaa ikärajoitettua mainontaa (mm. alkoholi, elokuvat ja pelit) +20 % kohdennuslisällä

Videomainonta:

Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet: MTV Video CTV ja MTV Video All Screens

KOHDENNUS		KOHDENNUSLISÄ
GDR-kohdennus	Harrastukset ja kiinnostuksen kohteet: Striimaajat, terveydestä ja hyvinvoinnista kiinnostuneet, sijoittamisesta ja säästämisestä kiinnostuneet, pelaamisesta kiinnostuneet, kokeilunhaluiset ruokaintoilijat ja ulkoilusta kiinnostuneet. Kuluttaminen ja ostoaikeet: 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 vaihtoehdoista kiinnostuneet. Kotitaloutta kuvailevat: 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 yrityspäättäjät.	+10 %

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

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 nähdyistä 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 tiedostotyypit ovat .gif, .jpeg, .png ja HTML5.

Digitaalinen mainonta:
MTVuutiset.fi display-tuotteet



Katso live-esimerkit mainospaikoista ja mainosten kokovaihtoehdoista täältä

TUOTE	MAINOSKOOT	DEMOGRAFIA-KOHDENNUS	KONTEKSTUAALINEN KOHDENNUS	ALUEKOHDENNUS (IP-OSOITE)
Cross-device: PARAATI	980x400 300x300	CPMv +20 % Osa erikoiskohdennuksista CPMv +30 %, esim. B2B-päättäjät ja ostoaikeet	CPMv +20 %*	CPMv +10 %
Cross-device: MAKSIPARAATI	980x552 300x600			
Cross-device: KOKOSIVU	620x891 300x600			
Cross-device: TUPLABOKSI	468x600 300x600			
Cross-device: JÄTTIBOKSI	468x400 300x300			
ADNAMI Midscrollit (& Reel Expander) Mobiili/Desktop/Cross-device				
ADNAMI Topscroll Mobiili/Desktop/Cross-device				
Desktop: ADNAMI SKIN-FORMAATIT: Fluid, Pushdown, Seamless, Sliding				
Videobanneri SeenThis	kuvasuhde 16:9 tai 9:16			

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.

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 käynnistyvä 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
ROS
Aluekohdennus (IP-osoite) CPM +10 %
Demografiakohdennus CPM +20 % ikä, ikä+sukupuoli, kiinnostuskohteet, lapsiperheet, tulotaso
Kontekstuaalinen CPM +20 % osio- tai aihetagikohdennus

Digitaalinen mainonta:

MTVuutiset.fi display- ja outstream-kampanjoiden kohdennusmahdollisuudet

Selain- ja päätelaiteriippumattomat kohderyhmät

<table>
<tr><th colspan="3">DEMOGRAFIAT</th><th colspan="3">KIINNOSTUKSEN KOHTEET</th></tr>
<tr><td>Sukupuoli</td><td colspan="2">Mies / Nainen</td><td colspan="3" rowspan="2">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</td></tr>
<tr><td>Ikä</td><td>18–24
25–34
35–44
45–54
55–64
65+</td><td>Sukupuoli & ikä:
N18-44 / M18-44
N18+ / M18+
N44+ / M44+</td></tr>
<tr><td>Kotitalouden tulotaso</td><td colspan="2">12 000–20 000 / vuosi
20 000–45 000 / vuosi
45 000–70 000 / vuosi
Yli 70 000 / vuosi</td><td>KONTEKSTUAALINEN, OSIOITTAIN</td><td>KONTEKSTUAALINEN, AIHETAGEITTAIN</td><td>ALUEKOHDENNUS</td></tr>
<tr><td>Lapsia taloudessa</td><td>Kyllä / Ei</td><td>Lasten iät: Alle 2v, 3-6v, 7-12v, 13-17v</td><td>• Etusivu
• Uutiset ja sää
• Urheilu
• Viihde
• Lifestyle
• Makuja</td><td>Esimerkiksi:
• Koti ja asuminen
• Jalkapallo
• Kiekkoleijonat
• Terveys ja hyvinvointi
• Reseptit
• Kasvisruoat
• Autot
• Digi</td><td>• Kaupunki
• Maakunta</td></tr>
</table>

Voit myös kysyä meiltä kiinnostus-segmenttejä tarpeesi mukaan, tai käydä tutustumassa saatavilla oleviin segmentteihin täällä

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 päätelaiteriippumattomia, 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 ostoaiesegmenttejä sekä harrastuksiin ja kiinnostuksiin perustuvia segmenttejä. Katso koko segmenttilistaus täältä.

Aluekohdennus

IP-osoitteisiin perustuva aluekohdennus tehdään MTVuutiset.fi:ssä yleensä maakuntakohtaisesti, 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
Uutiset ja sää
Urheilu
Viihde
Lifestyle
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
viikonpäivä
päätelaite
selainmalli
puhelinmerkki
käyttöjärjestelmä
retargeting

Digitaalinen mainonta:
Tulospohjainen mainonta

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

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

MTV Klikkinatiivi

Jos tarvitset lisää kiinnostunutta liikennettä sivustollesi, saatavilla on klikkipohjaisesti (CPC) hinnoiteltu natiivinostotuote, MTV Klikkinatiivi. MTV Klikkinatiivi on ulkonäöltään samanlainen kuin natiiviartikkelin nosto, ja sillä voidaan ohjata käyttäjä joko asiakkaan omille kohdesivuille tai muualle rakennettuun natiiviartikkeliin. MTV Klikkinatiivi -noston voi kohdentaa MTVuutiset.fin osioihin tai alueellisesti

Tulospohjaisessa mainonnassa ei ole näyttö- tai klikkitakuuta. Laskutusperusteena on toteutuneet mainosklikit kampanjan aikana. Määrittelemääsi maksimibudjettia ei ylitetä. Kampanjatulokset todennetaan MTV:n mainonnanhallintajärjestelmällä (Adform PPAS). Jakelussa ovat mukana mtvuutiset.fi:n verkkosivusto sekä sovellukset.

Tulospohjaisen kampanjan
suunnittelussa
ota yhteyttä
digitrafiikki@mtv.fi

Digitaalinen mainonta:
Ohjelmallinen ostaminen - instream

Kaikki MTV:n videomainonnan ratkaisut ovat saavutettavissa ohjelmallisesti. Ostotapa voidaan valita joustavasti kampanjan tavoitteiden ja tarpeiden mukaan. Ohjelmallinen ostaminen tapahtuu diilien (deals) välityksellä.
Diilien hinnoitteluun vaikuttavat käytettävä palvelu tai tuote, mainoksen pituus sekä mahdolliset kohdennukset. Lisätietoja: programmatic@mtv.fi.

Saatavilla olevat diilityypit ovat PMP (Private Marketplace, non-guaranteed) ja Programmatic Guaranteed (PG). Programmatic Guaranteed on verrattavissa suoraostoon ja soveltuu kampanjoihin, joissa halutaan varmistaa kampanjalle tietty näyttömäärä.

Suosittelemme palvelukohtaisia diilejä, sillä ne tarjoavat mainostajalle täyden kontrollin sekä parhaat mahdollisuudet kampanjoiden optimointiin. Lisäksi ne mahdollistavat datan hyödyntämisen kunkin palvelun erityispiirteet huomioiden ja varmistavat, että aineistovaatimukset vastaavat aina kyseisen ympäristön vaatimuksia.

Palvelukohtaiset diilit ovat saatavilla seuraaviin ympäristöihin:

- MTV Katsomo
- MTV3-kanavan digitalisoidut mainoskatkot
- Disney+
- SkyShowtime
- MTV Uutiset instream

Palvelukohtaisten diilien lisäksi tarjoamme valmiiksi rakennettuja pakettiratkaisuja vaihtoehtoiseksi tai täydentäväksi ostotavaksi.

Mainospituudet:

MTV Katsomo, Disney+ ja SkyShowtime:
suositus 5–30 sek, pidemmät mainokset max. 120 sek asti mahdollisia

MTV Uutiset Short:
5–20 sek

MTV3-kanavan digitalisoidut mainoskatkot
5 sekunnilla jaolliset pituudet, max. 20 sek

Digitaalinen mainonta:
Ohjelmallinen ostaminen - instream

MTV Video Premium

MTV Video Premium voi sisältää MTV Katsomo, Disney+ ja SkyShowtimen inventaarit ja mainontaa esitetään pitkän ja lyhyen sisällön yhteydessä pre- ja midroll -paikoilla.

Kohdentamattomissa sekä GDR-kohdennetuissa diileissä voi olla mukana Disney+:n ja SkyShowtimen inventaari. Muut kohdennukset rajaavat näkyvyyden MTV Katsomoon.

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 ulkopuolisissa palveluissa, kuten Telia Playssä.

Disney+ ja/tai SkyShowtime voidaan rajata pois diileistä palvelukohtaisten mainos- ja tuoterajoitusten vuoksi.

MTV Video CTV

MTV Video CTV -ratkaisun vahvuutena on isojen ruutujen ylivoimainen vaikuttavuus ja laaja tavoittavuus.

Päätelaitteista mukana ovat isot ruudut
MTV Katsomo, Disney+ ja SkyShowtime –palveluista.

Osana CTV-kokonaisuuttamme voit ohjelmallisesti ostaa myös MTV3-kanavan digitalisoituja mainoskatkoja.

CTV-näkyvyyksiin on mahdollista liittää myös kohdennuksia, palvelukohtaiset mahdollisuudet listattuna seuraavalla sivulla.

MTV Uutiset Short

MTV Uutiset Shortissa mainosjakelu koostuu mtvuutiset.fi:n verkkosivustosta sekä sovelluksista, pääsääntöisesti preroll-mainospaikoista.

Digitaalinen mainonta:
Ohjelmallinen ostaminen – instream-kohdennusvaihtoehdot

DEMOGRAFIAT (yhdistettävissä MTV Katsomo -diileihin)	
Sukupuoli	Mies / Nainen
Ikä	+18 15–24 25–34 35–44 45-54 55-64 65-74 75+

MTV – DUN & BRADSTREET (yhdistettävissä MTV Katsomo -diileihin)	
Talous	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
B2B	Yrityksen päätöksentekijä

MTV – GDR (yhdistettävissä kaikkiin instream-diileihin)	
Harrastukset ja kiinnostuksen kohteet	Terveydestä ja hyvinvoinnista kiinnostuneet Kokeilunhaluiset ruokaintoilijat Pelaamisesta kiinnostuneet Ulkoilusta kiinnostuneet Sijoittamisesta ja säästämisestä kiinnostuneet Striimaajat
Kuluttaminen ja ostoaikeet	Ulkomaanmatkailijat Kotimaanmatkailijat Käytetyn auton ostamista harkitsevat Uuden auton ostamista harkitsevat Elektroniikan ostamista harkitsevat Nouto- ja pikaruokaa ostavat Kauneudenhoitotuotteita ja kosmetiikkaa ostavat Muotia ja vaatteita shoppailevat Sähkön kulutuksesta ja vaihtoehdoista kiinnostuneet Vakuutuksia harkitsevat
Taloutta kuvailevat	Kotitalouden tulotaso 30-69K Kotitalouden tulotaso +70K Lapsiperheet Taloudet, joilla on asuntolainaa Yrityspäättäjät Koiran omistajat Kissan omistajat Taloudet, joilla on oma piha tai puutarha Taloudet, jotka harkitsevat muuttamista

SISÄLTÖJEN KULUTUKSEEN PERUSTUVAT (yhdistettävissä MTV Katsomo -diileihin)	
Kontekstuaalinen	Viihde Lifestyle Urheilu Tosi-tv Koti ja asuminen Ruoka Uutiset ja dokumentit Draama
Kiinnostus	Urheilu Jääkiekko ralli
Määräpaikka	Katkon ensimmäinen Katkon viimeinen

Digitaalinen mainonta:

UUTTA: Ohjelmallinen ostaminen – Pause Ad

MTV Video Premium Pause Ad käyttäjäystävällinen mainosmuoto mikä tavoittaa käyttäjän tilanteessa, jossa MTV Katsomon käyttäjä on pausettanut sisällön ja huomio on luonnollisesti ruudussa. Tämä luo mainokselle häiriöttömän, premium-hetken ilman kilpailevaa huomioita tai mainontaa.

Mainos ei keskeytä katselukokemusta, vaan integroituu siihen saumattomasti. Mainostajan viesti ja brändi pysyy esillä niin kauan kuin sisältö on pausella.

MTV Pause Ad toistaiseksi ostettavissa ainoastaan The Trade Deskin ostojärjestelmällä (DSP), PMP ja Programmatic guaranteed -diilien välityksellä. Jakelussa mukana MTV Katsomo.

MTV videomainonnan kohdennukset liitettävissä Pause Ad -diileihin.



Pause ad on helppo toteuttaa, tarvitset ainoastaan still-kuvan vaaditussa pikselikoossa.

Desktopissa ja mobiilissa mainos on klikattava.

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.

Kohdennukset: kiinnostuksen kohteet, aihetagi- ja sisältökohdennus, Justtag-datamarkkinapaikan segmentit, katso koko listaus täältä

MTV Uutiset natiivi on päätelaiteriippumatonta mainontaa, jossa mainos ohjaa joko MTVuutiset.fissä tai mainostajan omalla sivustolla sijaitsevaan natiiviartikkeliin.

Natiivimainos on ostettavissa ainoastaan diilien välityksellä. Kohdennusvaihtoehdoilla tavoitat juuri oikeat kohderyhmät.

Kohdennukset: kiinnostuksen kohteet, aihetagi- ja sisältökohdennus.

Digitaalinen mainonta:
Ohjelmallinen ostaminen – display

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

Display-diilien hinnat muodostuvat käytetyistä formaateista sekä kohdennuksista.

Diilien välityksellä voit ohjelmallisesti hyödyntää MTV:lle sertifioituja Adnami-formaatteja, kysy lisää: programmatic@mtv.fi

Kohdennukset: kiinnostuksen kohteet, aihetagi- ja sisältökohdennus, Justtag-datamarkkinapaikan segmentit, katso koko listaus täältä

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	250			160x600	250	300x250	250
300x431	250					140x350	250		

Huomioithan myös, että aineistojen kilotavurajoitukset ovat käytössä myös ohjelmallisessa ostamisessa.
Lisätietoja programmatic@mtv.fi