



MEDIA TIEDOT 2022

ILMIÖIDEN RAKENTAMISEEN



Parasta seuraa

Total TV: televisiomainonta

Kohderyhmähintainen ohjelmaostaminen

Kohderyhmähintainen ohjelmaostaminen on kanavakohtaiseen kohderyhmähinnoitteluun perustuva ohjelmaostamisen tuote.

Halutut ohjelmat, niiden lukumäärä ja esityspäivät sovitaan etukäteen.

Erona kiinteään ohjelmaostamiseen on rajatumpi ohjelmavalikko.

Hinta

Kohderyhmähintaisessa ohjelmaostamisessa on kullekin kohderyhmälle määritelty valtakunnalliset daypart-kohtaiset CPT- ja CPP-hinnat. Hinnastossa olevat hinnat ovat 30 sekunnin bruttohintoja kausi-indeksillä 100. Hinta muodostuu kelluvan kohderyhmäkaupan bruttohinnasta +5 %. Kausi-indeksit löydät sivulta 7.

Kontaktitakuu

Mainostaja saa kampanjoilleen kontaktitakuun mainoskatkoilla kohderyhmäkaupalla myytävissä kohderyhmissä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdoista.

Kohderyhmähintaisen ohjelmaostamisen mediatuotteet

Katkoyhteys

Katkoyhteydellä tarkoitetaan saman asiakkaan kahden erilaisen mainoksen esittämistä samassa mainoskatkossa. Katkoyhteydessä voi määritellä mainosten esitysjärjestyksen. Katkoyhteys on lisämaksuton. Katkoyhteyden mainosesitykset saavat yhteisen kontaktitakuun.

MTV3 kohderyhmähintaisen ohjelmaostamisen hinnat 2022



CPT
(cost per thousand)
Kontaktihinta per tuhat katsojaa

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

GRP
(gross rating point)
Kampanjan mainoskatkojen
keskikatsojamäärien summa
koko väestössä

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

KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	CPT-HINTA, BRUTTO		CPP-HINTA, BRUTTO	
		OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €
25–44	1 413	44,09	69,14	623	977
25–54	2 074	24,83	35,73	515	741
naiset 25–54	1 011	48,17	67,66	487	684
miehet 25–54	1 063	49,29	73,10	524	777
25–64	2 795	16,35	22,86	457	639
35–64	2 090	17,66	25,31	369	529
naiset 35–64	1 034	33,95	47,20	351	488
miehet 35–64	1 056	37,12	54,26	392	573
45–64	1 382	26,05	33,50	360	463
18+	4 492	7,37	11,22	331	504
POP<60	1 768	31,22	43,27	552	765
POP	2 752	9,88	16,75	272	461

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2020

Sub kohderyhmähintaisen ohjelmaostamisen hinnat 2022



CPT
(cost per thousand)
Kontaktihinta per tuhat katsojaa

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

GRP
(gross rating point)
Kampanjan mainoskatkojen
keskikatsojamäärien summa
koko väestössä

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

KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	CPT-HINTA, BRUTTO		CPP-HINTA, BRUTTO	
		OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €
15–44	2 017	23,75	48,83	479	985
25–44	1 413	27,11	53,86	383	761
25–54	2 074	17,55	33,70	364	699
naiset 25–54	1 011	41,05	77,55	415	784
miehet 25–54	1 063	30,95	61,90	329	658
25–64	2 795	12,56	24,04	351	672
35–64	2 090	15,36	28,04	321	586
naiset 35–64	1 034	38,39	67,60	397	699
miehet 35–64	1 056	25,47	50,57	269	534
18+	4 492	9,02	16,30	405	732
POP<60	1 768	23,02	45,42	407	803
POP	2 752	13,66	27,14	376	747

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2020

AVA kohderyhmähintaisen ohjelmaostamisen hinnat 2022



CPT
(cost per thousand)
Kontaktihinta per tuhat katsojaa

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

GRP
(gross rating point)
Kampanjan mainoskatkojen
keskikatsojamäärien summa
koko väestössä

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

KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	CPT-HINTA, BRUTTO		CPP-HINTA, BRUTTO	
		OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €
25–44	1 413	33,26	49,68	470	702
25–54	2 074	17,36	26,52	360	550
naiset 25–54	1 011	27,10	40,95	274	414
25–64	2 795	9,45	16,60	264	464
35–64	2 090	10,77	18,71	225	391
naiset 35–64	1 034	18,67	30,85	193	319
18+	4 492	4,83	10,15	217	456
POP<60	1 768	19,40	31,67	343	560
POP	2 752	7,05	15,99	194	440

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2020

Tv-mainosten pituuskerrointaulukko



Ohjelmille ja kohderyhmäkaupan kontakteille on määritetty 30 sekunnin valtakunnallinen hinta.

Muun pituisten mainosesitysten hinta saadaan kertomalla 30 sekunnin hinta taulukon pituuskertoimella.

Mainosesityksien hinta määräytyy viiden sekunnin porrastuksen mukaisesti, jolloin välisekunneille tehtyjen mainosfilmien hinta lasketaan seuraavan, suuremman viiden sekunnin mukaan (esimerkiksi 16 sekunnin spotti hinnoitellaan 20 sekunnin kertoimella).

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

Myyntikaudet 2022 MTV:n tv-kanavat

(sis. RBS-ohy)

KAUSI (PVM)	KAUSI (VKO)	AVATAAN MYyntIIN
1.1.–27.2.2022	1–8	22.11.2021
28.2.–1.5.2022	9–17	24.1.2022
2.5.–3.7.2022	18–26	28.3.2022
4.7.–28.8.2022	27–34	23.5.2022
29.8.–30.10.2022	35–43	25.7.2022
31.10.–31.12.2022	44–52	26.9.2022

Kausi-indeksit 2022 MTV:n tv-kanavat

Mainosesityksen
indeksi määräytyy
ohjelman esityspäivän
mukaan

KAUSI (PVM)	KAUSI (VKO)	INDEKSI
3.–30.1.2022	1–4	70
31.1.–3.4.2022	5–13	100
4.–24.4.2022	14–16	105
25.4.–29.5.2022	17–21	115
30.5.–26.6.2022	22–25	118
27.6.–17.7.2022	26–28	85
18.7.–7.8.2022	29–31	85
8.8.–4.9.2022	32–35	110
5.9.–2.10.2022	36–39	113
3.–30.10.2022	40–43	107
31.10.–25.12.2022	44–51	100
26.12.–1.1.2023	52	70

Daypart-jaot kanavittain

MTV3, Sub, AVA
(ohjeellinen)

DAYPART	MA–SU
Prime	klo 18:00 – 23:59
Off prime	klo 00:00 – 17:59

