



2025

# MEDIA- TIEDOT

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



# Videomainonta

## Instream-videotuotteet

Videomainonta MTV Katsomossa ja MTVuutiset.fi -palveluissa tarjoaa mainosinventaaaria erilaisiin kampanjatarpeisiin turvallisessa ympäristössä (brand safety). MTV tarjoaa monipuoliset mainostuotteet instream-videoympäristöihin.

MTV Katsomossa ja MTVuutiset.fi:ssä esitettävissä tv-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 sponsoroiduissa sisällöissä on myös mahdollinen ohjelmayhteistyötunniste. Hintaindeksi koko vuodelle on 100.

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

**MTV Video Premiumin** avulla voit kohdentaa viestisi muun muassa haluamallesi demografiakohderyhmälle tai GDR:n segmenteille. Saat takuun mainoksen loppuun katsomisesta. Inventaari on MTV Katsomon pääasiallisesti pitkää sisältöä, jossa käyttäjä tunnistetaan kirjautumisella. MTV Video Premiumissa on tuotelupauksena **toistokontrolli**. Yhtä mainosta näytetään samalle käyttäjälle **max. 5 kertaa viikossa**.

**MTV Uutiset Short** on sopiva tuote esimerkiksi suoran aktivoinnin ja laajan peiton hakemiseen. Videoinventaarina on MTVuutiset.fi-palvelun monipuoliset uutisvideosisällöt, joihin huippuluokan uutistoimitus tekee journalistisesti laadukasta sisältöä ympäri vuorokauden.

**MTV Video Reachin** vahvuutena on nimensä mukaisesti laaja peitto kaikissa videoympäristöissä. Inventaari koostuu pääosin MTV:n palveluiden (MTV Katsomo ja MTVuutiset.fi) pitkästä ja lyhyestä sisällöstä. MTV Video Reach -tuotteissa on takuu mainoksen loppuun katsomisesta.

**MTV Video Premium Pause Ad** on staattinen koko ruudun mainos, joka näytetään, kun käyttäjä keskeyttää ohjelman katselun pause-painikkeella. Voit kohdentaa esimerkiksi käyttäen demografiaa tai alueita.

# Instream-videotuotteet, hinnasto 2025

Bruttohinnat, kohdentamaton

CPCV = hinta loppuun asti katsellulle mainokselle, €

TUOTE (KOHDENTAMATON)	6 S	10 S	15 S	20 S	25 S	30 S	35 S	40 S
MTV Video Premium ROS	16,8	28	39,2	44,8	50,4	56	67,2	72,8
MTV Video Reach RON	12,5	25	35	40	–	–	–	–
MTV Uutiset Short ROS	9	15	21	24	–	–	–	–
MTV Video Premium Pause Ad	30*							
MTV Uutiset Pause Ad	25*							

\* CPM



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



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



MTV Video Reach kattaa päätelaiteriippumattomasti kaikki MTV:n verkkopalveluiden selainversiot sekä sovellukset.



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

- MTV Video Premiumissa, MTV Video Reachissa ja MTV Uutiset Shortissa on 100 % loppuunkatselutakuu
- MTV Video Premiumissa myös 60–120 s spottipituudet mahdollisia
- Jakelusopimusten puitteissa kampanjoissa on mukana myös MTV:n kanavasisältöjä Katsomon ulkopuolisissa palveluissa, kuten Telia Playssä

# Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet

## Data ja kohdennusmahdollisuudet

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

## Bisnode-data

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

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

## GDR-data

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

## Kontekstuaalinen kohdennus

Kampanjan voi kohdentaa seuraaviin sisältökategorioihin



Draama  
Tosi-tv

Viihde  
Lifestyle

Uutiset ja dokumentit  
Urheilu

# Instream-videomainonnan kohdennusmahdollisuudet

MTV VIDEO PREMIUM JA MTV VIDEO PREMIUM PAUSE AD		KOHDENNUSLISÄ
Demografiat	miehet, naiset 15–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64, 65–74, 75+	+20 % nuoret 15–24 -20 %
Bisnode-kohdennus	Lapsiperheet: perheessä lapsia, perheessä alle 10 v. lapsia, perheessä 10–17 v. lapsia	+20 %
	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)	Maakunta, kaupunki, kaupunginosa (isot kaupungit), MTV3:n näkyvyysalueet
GDR-kohdennus	<b>Kiinnostusalueet:</b> matkailu kotimaa/ulkomaat, terveys ja hyvinvointi, ruokaintoilijat <b>Ostoai:</b> käytetty auto, uusi auto, elektroniikka, nouto- ja pikaruoka, kauneudenhoito ja kosmetiikka, muoti ja vaatetus <b>Lemmikit:</b> kissanomistajat, koiranomistajat <b>Koti ja asuminen:</b> piha ja puutarha, harkitsee muuttamista, vakuustarve	+10 %
CTV- ja muut päätelaite-kohdennukset	CTV (Connected TV) tarkoittaa MTV:n Video Premiumin ja Pause Adin osalta katselua, joka tapahtuu isolta kuvaruudulta verkon kautta ilman välissä toimivaa operaattoria. Siihen lasketaan mukaan mm. älytelevisiot ja MTV Katsomo-yhteensopivien striimauslaitteiden avulla verkkoon kytketyt televisiot.	+20 %
Kontekstuaalinen kohdennus	<b>Sisältökategoriat:</b> Draama, Tosi-tv, Lifestyle, Viihde, Urheilu, Uutiset ja dokumentit	+20 %

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

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



Mikäli kampanjan tavoitteet sisältävät usean päällekkäisen kohdennuksen, jokaisesta kohdennuksesta maksetaan oma lisähinta aiempien kohdennusten lisäksi (pl. sukupuoli+ikäyhdistelmät)

Kampanjassa suositellaan käytettäväksi samanaikaisesti vain yhtä kohdennusvaihtoehtoa (pl. sukupuoli+ikäyhdistelmät)

# MTV Video Premium, kohdennusten hinnasto 2025

KOHDENNUS	6 s	10 s	15 s	20 s	25 s	30 s	35 s	40 s
ROS	16,8	28	39,2	44,8	50,4	56	67,2	72,8
Global Data Resources +10 %	18,48	30,8	43,1	49,3	55,4	61,6	73,9	80,1
Demografia +20 %	20,16	33,6	47	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Demografia nuoret 15–24v -20 %	13,44	22,4	31,4	35,8	40,3	44,8	53,8	58,2
MTV - Bisnode data +20 %	20,16	33,6	47	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Alueellinen kohdennus +20 %	20,16	33,6	47	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Alueellinen kohdennus - kaupunki / kaupunginosa +25 %	21	35	49	56	63	70	84	91
CTV (ja muut päätelaitekohdennukset) +20 %	20,16	33,6	47,0	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
Kontekstuaalinen kohdennus +20 %	20,16	33,6	47	53,8	60,5	67,2	80,6	87,4
MTV - Bisnode data BtoB, CPM +30 %	21,84	36,4	51	58,2	65,5	72,8	87,4	94,6

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

## MTV Video Reach

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

## MTV Uutiset Short

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

## MTV Video Premium Pause Ad ja MTV Pause Ad

KOHDENNUS	MTV Video premium pause Ad	MTV Pause Ad
	€ / CPM	€ / CPM
ROS	30	25
Geokohdennus (IP) +10 %	-	27,5
Global Data Resources +10 %	33	-
Demografia +20 %	36	-
Demografia nuoret 15–24 v. -20 %	24	-
MTV - Bisnode data +20 %	36	-
Alueellinen kohdennus +20 %	36	-
Alueellinen kohdennus - kaupunki / kaupunginosa +25 %	37,5	-
CTV (ja muut päätelaitekohdennukset) +20 %	36	-
MTV - Bisnode data BtoB, CPM +30 %	39	-