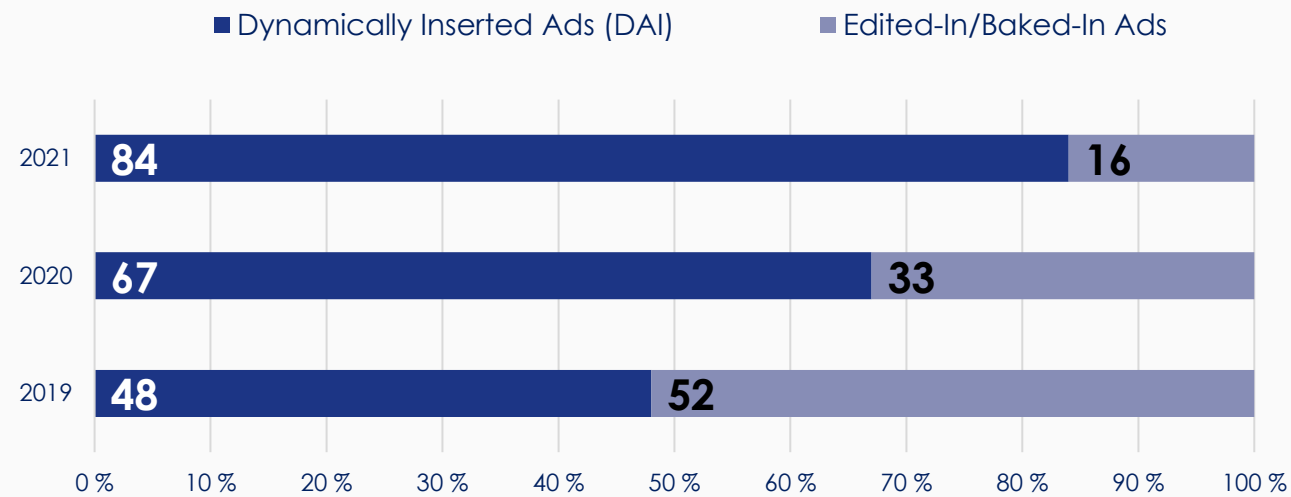


PODCAST-MAINONNASTA VALTAOSA ON SPOTTIMAINONTAA



- Digitaalinen audiomainonta kasvaa maailmalla nopeinta vauhtia muihin digitaalisen mainonnan muotoihin verrattuna.
- USA:n markkinassa spottimainonnan osuus on suurin podcast-mainonnan muoto.

DIGITAALISEN AUDION KUUNTELU

- Kaikista suomalaisista 12 prosenttia kokee digitaalisen audion kuuntelun vievän aikaa etenkin somessa ja verkossa käytetystä ajasta. Nuoremmista ikäryhmissä näin kokee joka neljäs.
- Digitaalinen audio tavoittaa hyvin toimeentulevat. Yli puolet digitaalisen audion kuuntelijoista kokee tulevansa toimeen vähintäänkin melko mukavasti.
- Joka kolmas kokee lisänneensä nettiradion kuuntelua viimeisen vuoden aikana. Joka viides ilmoittaa lisänneensä podcastien kuuntelua.
- Digitaalisen audion kuuntelusta yli 80 prosenttia tapahtuu mobiililaitteella. Suurin osa kännykällä kuuntelevista kuuntelee audiosisältöjä kuulokkeilla. Tällöin kuuntelu on keskittynyttä ja tunnepitoista – kuuntelun tunnekokemus voimistuu 60 prosenttia kuulokkeilla kuunneltaessa.

