

MAASEUDUN TULEVAISUUS

Tammikuu 2017

**KANTRI**10 vuotta

**VIRKKUU-  
KOUKUSSA**

Virpi Siiralle  
virkkaus on  
ajatuksen  
apuväline



Ilmastokokin lautasella • Suomi-designia maailmalle • Otoköiden taivi

4/2017

# **KANTRI**

## **Tietoa lukijoista 2017**

*Maaseudun Tulevaisuuden kuukausiliite*

Kantri on Maaseudun Tulevaisuuden kuukausiliite. Kantri kertoo tästä ajasta, maaseudun elämästä, ihmisistä ja ilmiöistä lämpimästi ja terävästi. Se ei kaihda kaivautua pintaa syvemmälle, mutta uskaltaa myös heittäytyä pilke silmäkulmassa pitelemättömän pinnalliseksi.

Sen sisältöön paneudutaan kaikessa rauhassa ja ajan kanssa. Siksi se tarjoaa mainonnalle laadukkaan, myönteisen ympäristön ja ostokykyisen kohderyhmän, jonka perheissä ei kaihdeta isojakaan hankintoja.



# Lukijamäärä

Kantri kuuluu niihin harvoihin lehtiin, joiden lukijamäärä kasvaa. Itse asiassa se on kasvanut jo kolmessa perättäisessä KMT-mittauksessa ja viimeisten 2 vuoden aikana lukijoita on tullut lisää +46 000. Kantrilla on jo 55 000 lukijaa enemmän kuin Kauppalehti Optiolla.

- 245 000 lukijaa
- Naisia 44 % ja miehiä 56 %
- Lapsiperheitä lukijoista 36 %
- 70 % on työikäisiä (18-64 v.)



# Talouden koko

Vähemmän yhden, enemmän kahden hengen talouksia, mutta muuten Kantrin lukijat ovat varsin lähellä muita suomalaisia.



	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
1 hengen talous	14 %	22 %	24 %
2 hengen talous	48 %	42 %	37 %
3 hengen talous	16 %	15 %	15 %
4 hengen talous	13 %	14 %	14 %
5+ hengen talous	9 %	7 %	10 %

Lähde: KMT 2016

# Asuinpaikka

Kantrin lukija asuu maalla tai pienessä kaupungissa.

	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Suur-Helsinki	5 %	45 %	19 %
Muu yli 30 000 as. kaupunki	28 %	36 %	43 %
Alle 30 000 as. kaupunki	27 %	9 %	19 %
Maalaiskunta	40 %	9 %	20 %

Lähde: KMT 2016



# Koti

Myytkö jotain sellaista, mitä tarvitaan omassa talossa, pihassa tai puutarhassa? Kaikelle sellaiselle Kantrin lukijat ovat erittäin kiinnostava ryhmä.



	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Asuu omakotitalossa	79 %	37 %	50 %
Omistusasunto	86 %	79 %	74 %
Vuokra-asunto	9 %	17 %	20 %

Lähde: KMT 2016

# Remonttiaikeet

Isoja remontteja suunnitellaan muita aktiivisemmin.

	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Asunnon/vap.ajan asunnon peruskorjaus seur. 2 v.	35 %	29 %	24 %
Keittiö-/kylpyhuoneremontti seur. 2 v.	17 %	17 %	16 %

Lähde: KMT 2016



# Aikeet pihalla ja puutarhassa

Täällä uudistaminen ei lopu koskaan, vaan uutta hankittavaa riittää vuodesta toiseen.

	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Puutarhatuotteet seur. 12 kk (kasvit, laatat, kasvihuoneet)	48 %	44 %	39 %
Pihan, parvekkeen kalusteiden hankinta seur. 12 kk	21 %	24 %	22 %

Lähde: KMT 2016





# Ammatti

Kantrin lukijat toimivat selvästi useammin erilaisina yrittäjinä ja ovat taloudellisessa vastuussa työstään. Siksi he ovat myös päättäjiä työhön liittyvissä investoinneissa.

	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Johtavassa asemassa	2 %	8 %	4 %
Toimihenkilö	17 %	35 %	25 %
Työntekijä	12 %	7 %	13 %
Maatalousyrittäjä	14 %	1 %	1 %
Muu yrittäjä	11 %	5 %	4 %
Budjetti- tai tulosvastuu	35 %	24 %	18 %

Lähde: KMT 2016



# Ruoka haetaan kaupasta

Moni kaupunkilainen kuvittelee, että maalla asuvat elävät oman tilan tuotteilla. Tosiasia kuitenkin on, että myös maaseudulla ruoka haetaan tänään kaupasta. Kantrin lukijoiden taloudessa rahaa kuluu elintarvikkeisiin ja päivittäistavaroihin ihan samalla tavalla kuin muillakin suomalaisilla.



Talouden rahankäyttö elintarvikkeisiin ja päivittäistavaroihin/kk	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Alle 400 € / kk	54 %	44 %	51 %
401-800 € / kk	41 %	41 %	38 %
801-1000 € / kk	3 %	10 %	7 %
Yli 1000 € / kk	2 %	5 %	3 %

Lähde: Atlas 2016

# Elintarvikkeiden valintaperusteet

	Kantri	HS Kuukausiliite	15-69-v. suomalaiset
Hinta	63 %	70 %	80 %
Tietty tuotemerkki	30 %	25 %	20 %
Kotimaisuus	76 %	56 %	50 %
Alkuperämaa	39 %	27 %	23 %
"Luomusta kannattaa maksaa enemmän."	52 %	44 %	39 %
"Kiinnitän enemmän huomiota merkkiin kuin hintaan."	45 %	35 %	30 %
"Käytän yleensä hyväksi erikoistarjouksia."	71 %	75 %	78 %

Lähde: Atlas 2016



# KANTRI

# Autoilu

Kantrin lukijat omistavat autoja reilusti muita suomalaisia enemmän.

	Kantri	HS Kuukausiliite	18+ v. suomalaiset
Taloudessa 1 auto	31 %	50 %	46 %
Taloudessa 2 autoa	45 %	28 %	32 %
Taloudessa 3+ autoa	18 %	6 %	9 %

Lähde: KMT 2016



# Vauraus

Kantrin lukijalla on turvattu taloudellinen tausta ja mahdollisuus suuriinkin hankintoihin.

	Kantri	HS Kuukausiliite	15-69-v. suomalaiset
Talous omistaa arvopapereita	61 %	63 %	43 %
Metsän omistus			
Ei omista	31 %	77 %	82 %
0-50 ha	51 %	21 %	15 %
51-100 ha	12 %	2 %	2 %
Yli 100 ha	7 %	1 %	1 %

Lähde: Atlas 2016



# KANTRI

# Harrastukset ja vapaa-aika

Suhde luontoon ja ympäristöön näkyy myös vapaa-ajan harrastuksissa.

	Kantri	HS Kuukausiliite	15-69-v. suomalaiset
Luonnossa liikkuminen	61 %	59 %	50 %
Puutarhan / kasvimaan hoito	38 %	35 %	28 %
Käsityöt, askartelu	28 %	22 %	23 %
Kalastus, metsästys	25 %	14 %	15 %
Nikkarointi, kodin puutyöt	21 %	15 %	17 %
Vaeltaminen	13 %	11 %	10 %

Lähde: Atlas 2016



# Elämänvaiheet viimeisten 12 kk:n

Kantrin lukijat elävät aktiivista elämää. Siksi siinä myös tapahtuu paljon – ja enimmäkseen myönteisiä asioita.

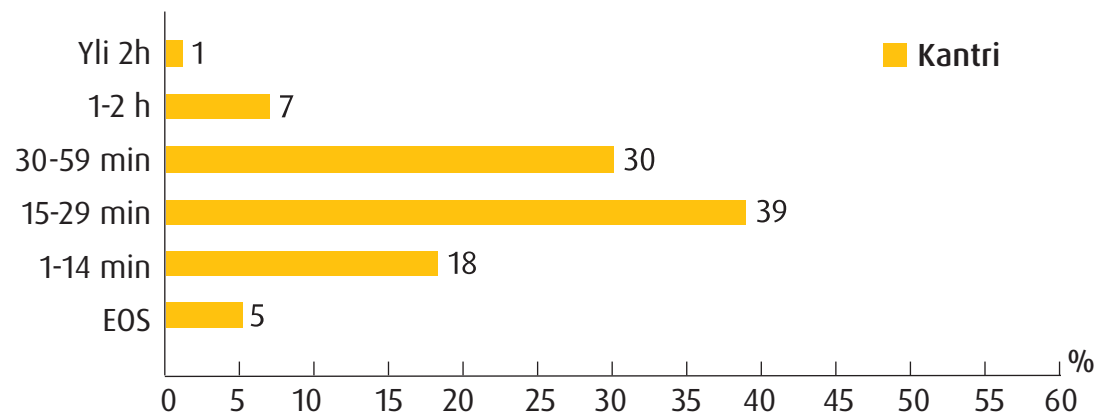
	Kantri	HS Kuukausiliite	Kaikki suomalaiset
Työttömyys, lomautus	9 %	8 %	13 %
Naimisiin meno	2 %	1 %	2 %
Lapsen syntymä	2 %	1 %	2 %
Lapsenlapsen syntymä	8 %	5 %	4 %
Avioero, parisuhteen loppu	0 %	1 %	3 %
Asunnon osto / uudiskohde	1 %	1 %	1 %
Asunnon osto / vanha kohde	1 %	3 %	3 %
Loma-asunnon / mökin hankinta	1 %	1 %	1 %
Auton osto / uusi	5 %	8 %	5 %
Auton osto / käytetty	17 %	7 %	12 %

Lähde: Atlas 2016



# KANTRI

# Lukuaika



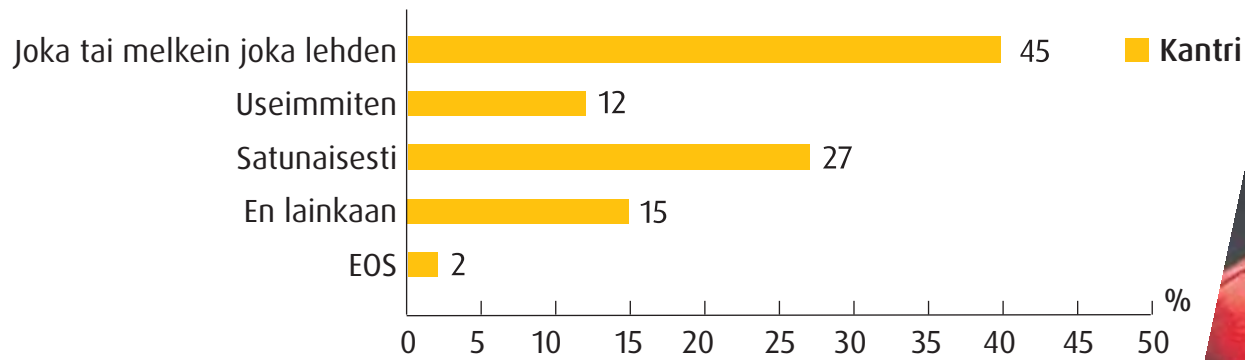
Lähde: Maaseudun Tulevaisuuden ja Kantrin lukijatutkimus 2016, Kantar TNS Oy



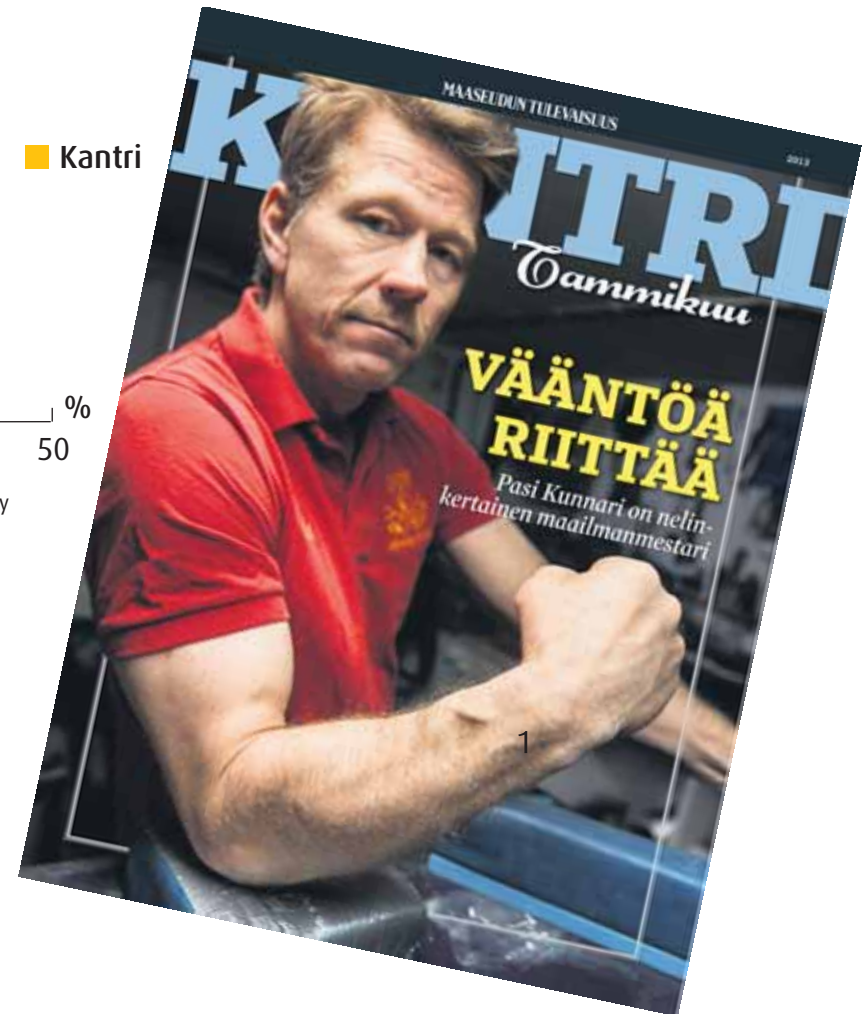


# Luku-uskollisuus

Kuinka usein luet Kantrin?



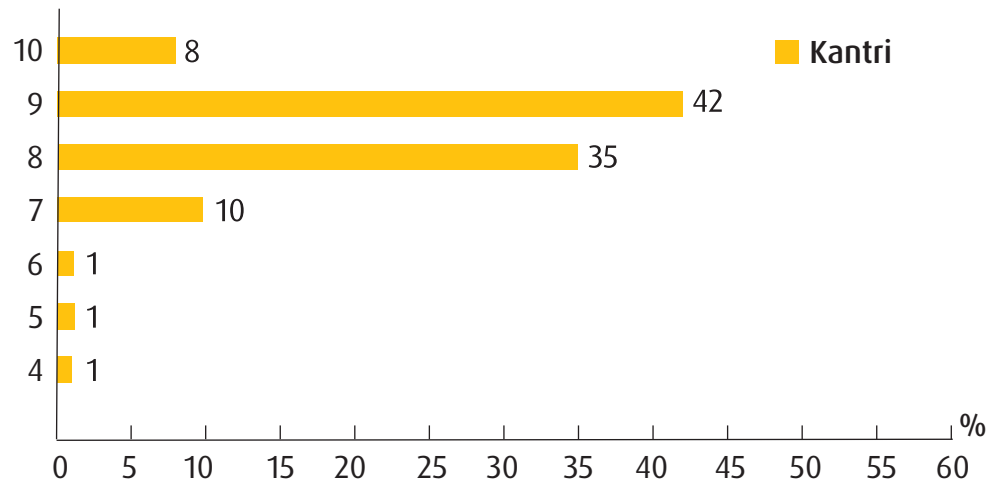
Lähde: Maaseudun Tulevaisuuden ja Kantrin lukijatutkimus 2016, Kantar TNS Oy



**KANTRI**

# Arvosana sisällölle

Arvioi Kantrin sisällön laatu asteikolla 4-10



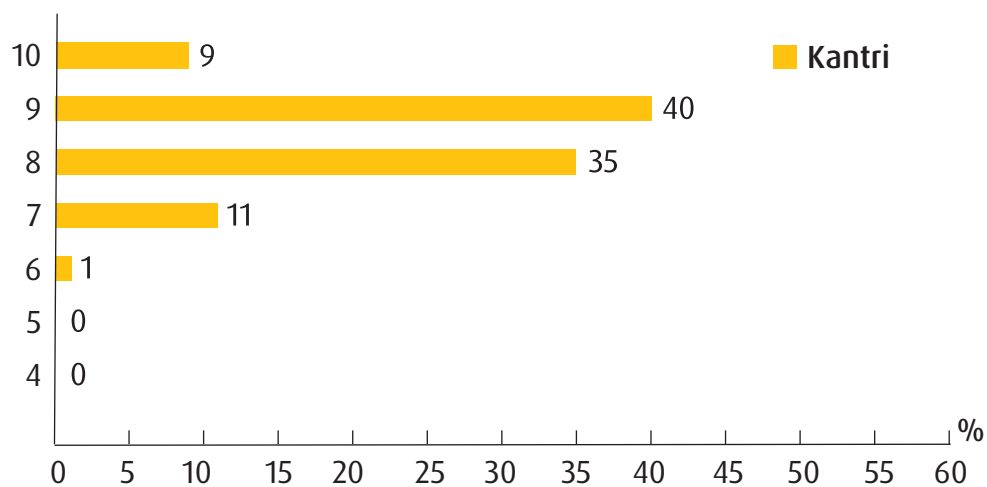
Lähde: Maaseudun Tulevaisuuden ja Kantrin lukijatutkimus 2016, Kantar TNS Oy



**KANTRI**

# Arvosana kuvitukselle ja ulkonäölle

Arvioi Kantrin kuvituksen ja ulkonäön laatu asteikolla 4-10



Lähde: Maaseudun Tulevaisuuden ja Kantrin lukijatutkimus 2016, Kantar TNS Oy

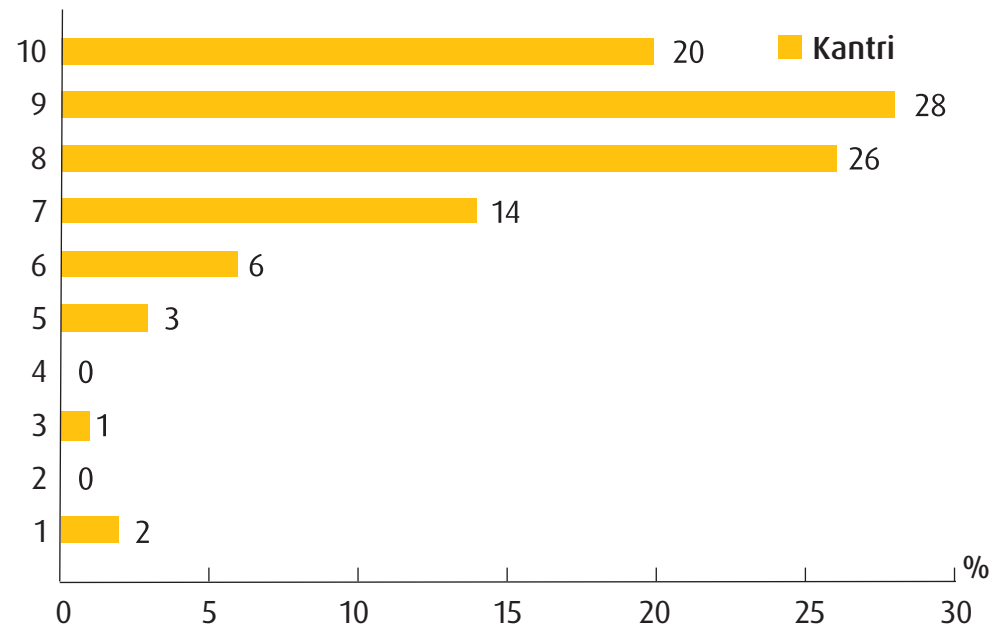


# KANTRI

# Suositteluhalukkuus

Suosittelisitko Kantria naapureille ja tuttaville?

10 = Varmasti suosittelisin 1 = En varmasti suosittelisi



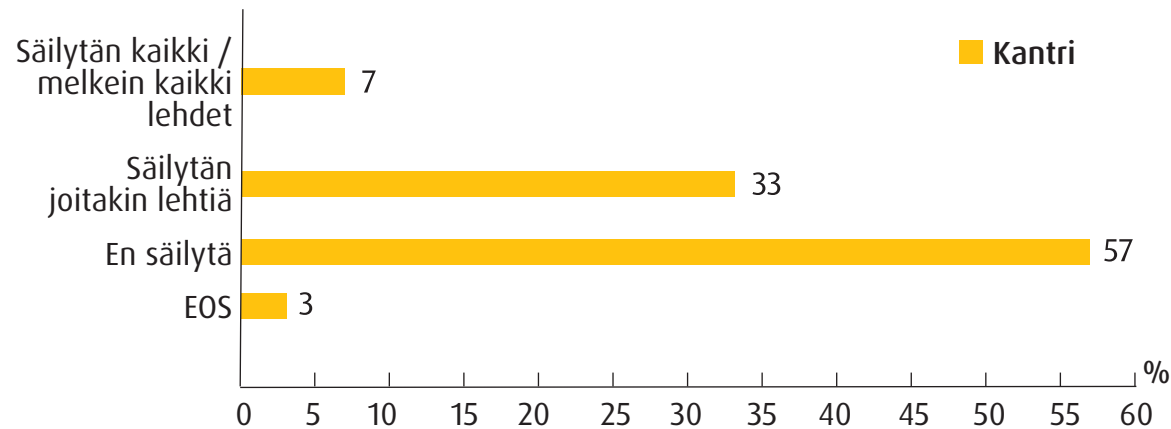
Lähde: Maaseudun Tulevaisuuden ja Kantrin lukijatutkimus 2016, Kantar TNS Oy



**KANTRI**

# Lehden säilyttäminen

Säilytätkö Kantrin luettuasi sen?



31% lukijoista laittaa Kantrin kiertoon tuttaville/sukulaisille luettuaan sen.

Lähde: Maaseudun Tulevaisuuden ja Kantrin lukijatutkimus 2016, Kantar TNS Oy



# Yhteenveto

Kaikki mittarit osoittavat positiivista kehitystä.

- Iso 245 000 lukijan kohderyhmä
- Lehti tunnetaan entistä paremmin ja luetaan entistä tarkemmin
- Tyytyväisyys lehteen on kasvanut jatkuvasti
- Myönteinen kehitys kattaa kaikki Kantrin lukijaryhmät
- Erityisen tyytyväisiä lehteen ovat naiset
- Ja kaikkein tyytyväisimpiä ja innokkaimpia Kantrin lukijoita ovat nuoret alle 40-vuotiaat naiset
- Kantri tarjoaa mainonnalle laadukkaan, myönteisen ympäristön ja kulutuskykyisen, halukkaan kohderyhmän

