

Manifeston Blogibarometri 2014: Blogimaailma jatkaa ammattimaistumistaan – Sopimuskysymykset, verotus ja mainonnan etiikka askarruttavat

Tuoreen Blogibarometri 2014 -tutkimuksen mukaan bloggaaminen jatkaa ammattimaistumistaan. Lähes kaikki tutkimukseen osallistuneet bloggaajat saavat yhteydenottoja yrityksiltä PR- ja markkinointitarkoituksessa. Myös bloggaamisella ansaitsevien bloggaajien määrä on edelleen kasvussa. Ammattimaistumisen myötä sopimuskysymykset, verotus, tekijänoikeudet ja mainonnan etiikka askarruttavat entistä ammattimaisempaa bloggaajajakaartia.

Viestintätoimisto Manifesto julkaisee jo kuudetta kertaa suomalaista blogimaailmaa luotaavan **Blogibarometri** -tutkimuksen. Tutkimukseen vastasi 146 bloggaajaa suosituimmista blogikategorioista touko-kesäkuussa 2014.

"Blogit ovat vakiinnuttamassa paikkaansa mediakentässä ja bloggaaminen on entistä ammattimaisempaa. Bloggaajille ajankohtaisia aiheita ovat muun muassa oman työn hinnoittelu, yhteistyösopimusten laatiminen, tekijänoikeudet, verottajan ohjeet ja blogimainonnan pelisäännöt", kertoo partneri **Mikko Koistinen** tutkimuksen toteuttaneesta viestintätoimisto Manifestosta.

Ruoasta ja juomasta bloggaaminen kasvanut eniten

Vuoden 2014 suosituimmat pääteemat blogeissa ovat ruoka ja juoma (21 %), sisustaminen ja design (20 %) sekä muoti, tyyli ja vaatteet (16 %). Ruoasta ja juomasta bloggaaminen on kasvanut eniten vuoden aikana; vuonna 2013 siitä kirjoitti pääteemanaan vain 10 prosenttia vastaajista.

Noin puolella (48 %) kyselyyn vastanneista bloggaajista on lukijoita kuukaudessa 10 000–50 000. Keskimäärin eniten lukijoita on muoti-, tyyli- ja vaateblogeilla, joista peräti joka kolmannella on 50 000–100 000 lukijaa kuukaudessa. Kaikista suosituin yksittäinen blogi löytyy kuitenkin äitiys-, isyys- ja perhekategoriasta. Suosituimmalla yksittäisellä blogilla on jopa 250 000 seuraajaa kuukaudessa.

Kolme neljästä tienaa blogillaan ja useampi kuin joka kolmas saa säännöllistä palkkaa

Bloggaajista 76 prosenttia tienaa tai saa rahanarvoisia etuja blogillaan. Säännöllistä palkkaa bloggaamisesta saa useampi kuin joka kolmas (37 %) ja satunnaisia rahallisia palkkioita 54 prosenttia vastaajista. Bloggaamisella ansaitsevien määrä on kasvanut vuosi vuodelta.

Yritysten suorat yhteistyötarkoukset ovat myös lisääntyneet. Lähes kaikki bloggaajat (92 %) saavat yhteydenottoja yrityksiltä PR- ja markkinointitarkoituksessa. Yli puolet vastaajista saa ideoita blogiteksteihinsä sisältöyhteistyöstä yhteistyökumppaneiden kanssa.

Ammattimaistumisesta huolimatta harrastaminen koetaan tärkeämmäksi tavoitteeksi kuin ammatillinen kehittyminen tai toimeentulon hankkiminen. Tänä vuonna bloggaajista 64 prosenttia piti harrastamista tärkeänä tavoitteena, kun edellisenä vuonna samoin ajatteli vain 42 prosenttia vastaajista.

Instagramin hyödyntäminen kasvanut selvästi

Bloggaajat hyödyntävät sosiaalisen median kanavia aktiivisesti bloginsa markkinoinnissa. Suosituin kanava on Facebook, jota hyödyntää 79 prosenttia vastaajista. Toiseksi suosituin kanava on kuvapalvelu Instagram, jonka käyttö on kasvanut jatkuvasti viime vuosien aikana. Nyt 65 prosenttia vastaajista kertoo hyödyntävänsä Instagramia, edellisenä vuonna vain 44 prosenttia.

Seuraavaksi käytetyimmät sosiaalisen median kanavat ovat Pinterest (41 %) ja Twitter (40 %). YouTube ja muiden videopalvelujen käyttö on vähentynyt vuodesta 2013.

Sopimuskysymykset, tekijänoikeudet ja blogimainonnan pelisäännöt askarruttavat

Tutkimukseen vastanneista 22 prosenttia on siirtänyt bloginsa kuluneen vuoden aikana johonkin blogiportaaliin tai -yhteisöön. Bloggaajat siirtyvät blogiportaaleihin pääasiassa lisänäkyvyyden, palkkioiden, yhteisöllisyyden sekä sivuston tarjoaman tuen vuoksi.

Kuitenkin osa bloggaajista on vaihtanut pois blogiportaalista tai -yhteisöstä tyytymättömyyden vuoksi. Pääsyyt tyytymättömyyteen ovat olleet liian rajoittava yhteistyösopimus, korvauksen riittämättömyys suhteessa työmäärään tai kokemus siitä, ettei portaali enää sovi oman blogin imagoon.

Tutkimuksen mukaan lähes 80 prosenttia bloggaajista kertoi kaipaavansa tukea oman työn hinnoitteluun osana yhteistyösopimuksia. Lisäksi puolet vastaajista haluaisi ylipäänsä enemmän tietoa yhteistyösopimusten tekemisestä. Opastusta ja tietoa kaivattiin myös mm. tekijänoikeuksista (35 %) sekä blogimainonnan pelisäännöistä (26 %).

Manifeston Blogibarometri toteutettiin myös kansainvälisesti

Blogibarometri-tutkimus toteutettiin kevään aikana useissa Euroopan maissa Suomen lisäksi. Tutkimus toteutettiin Manifeston edustamassa kansainvälisessä IPREX-ketjussa Espanjassa, Irlannissa, Iso-Britanniassa, Italiassa, Pohjois-Irlannissa, Saksassa, Sloveniassa ja Tšekissä. Tutkimukseen vastasi yhteensä noin 1 200 bloggaajaa.

Kansainvälisten tulosten perusteella Suomi ja Iso-Britannia ovat bloggaajasuhteiden eturintamassa. Näissä maissa bloggaajasuhteet ovat selvästi vakiinnuttaneet paikkansa yritysten viestintävalikoimassa ja bloggaajin pidetään säännöllisesti yhteyttä.

Suomalaisen blogikulttuurin takana ovat nuorehkot naiset. Suomalaiset bloggaajat ovat keskimäärin 31-vuotiaita, kun eurooppalaiset kollegat

ovat keskimäärin 37-vuotiaita. Naisten osuus on Suomessa selvästi suurempi kuin muissa maissa. Suomessa blogeja on myös pidetty pidempään.

Ruoka- ja juomablogien määrä on Suomessa selvästi suurempi kuin muualla Euroopassa. Sen sijaan matkailublogit eivät, ainakaan vielä, ole meillä yhtä merkittävässä asemassa kuin muualla.

Lisätietoja:

Mikko Koistinen, partneri, Manifesto, mikko.koistinen(at)manifesto.fi, p. 040 565 5564

Tiina Nikulainen, viestintäkonsultti, Manifesto, tiina.nikulainen(at)manifesto.fi, p. 044 331 3346

Manifesto on vuonna 2000 perustettu viestintätoimisto, joka on bloggaajasuhteiden ja blogitutkimuksen edelläkävijä Suomessa. Manifesto on toteuttanut lifestyleblogikenttää kartoittavaa Blogibarometria vuodesta 2009 lähtien, minkä lisäksi se julkaisi tammikuussa 2014 ensimmäisen yritysblogeja koskevan tutkimuksen.

www.manifesto.fi