

PRESSMEDDELANDE

FRÅN SVERIGES ANNONSÖRER



Stockholm 2008-11-27

Annonsörerna satsar på internet och PR

I en undersökning, genomförd i november 2008, frågade branschorganisationen Sveriges Annonörer sina medlemmar om nästa års investeringar i marknadskommunikation. Hela 46 procent säger att investeringarna blir oförändrade och 22 procent planerar att satsa mer. Dock är den planerade ökningen blygsam, en majoritet säger att ökningen blir upp till 9 procent.

– Det råder stor osäkerhet vad gäller medieplaneringen inför nästa år. Endast två riktigt tydliga vinnare syns i undersökningen och det är internet och PR. Det känns inte helt överraskande med tanke på Internets extrema mätbarhet och PR som en "nyupptäckt" kommunikationskanal, säger Margareta Kylberg, medierådgivare på Sveriges Annonörer.

För vilka av följande medieslag avser ni att öka eller minska investeringarna i för 2009 jämfört med 2008?

	Dags- press	Kvälls- press	Populär- press	Fack- press	Mobil- marknads- föring	TV	Radio
Öka	9,5%	0,7%	5,8%	13,1%	21,9%	13,9%	8,8%
Bibehålla	44,5%	34,3%	37,2%	43,8%	17,5%	27,7%	31,4%
Minska	21,2%	19,7%	18,2%	20,4%	7,3%	22,6%	16,8%
Vet inte	24,8%	45,3%	38,7%	22,6%	53,3%	35,8%	43,1%

	Utomhus	Bio	Oadr. direkt- reklam	Adr. direkt- reklam	Internet	Sponsring & event	PR
Öka	9,5%	2,9%	5,1%	28,5%	61,3%	21,2%	38,0%
Bibehålla	36,5%	29,9%	27,7%	34,3%	28,5%	37,2%	39,4%
Minska	17,5%	11,7%	13,1%	10,2%	2,9%	22,6%	5,8%
Vet inte	36,5%	55,5%	54,0%	27,0%	7,3%	19,0%	16,8%

Pressbilder Sveriges Annonörer: www.annons.se/press

För mer information, kontakta:

Margareta Kylberg, medierådgivare, Sveriges Annonörer,

E-post margareta.kylberg@annons.se telefon 08-545 252 37 eller 0705-24 57 55

Anna Lindström, pressansvarig, Sveriges Annonörer,

E-post anna.lindstrom@annons.se telefon 08-545 252 38 eller 0763-40 99 20

Sveriges Annonörer är intresseorganisationen som arbetar för effektivare marknadskommunikation. Detta genom att skapa större effekt på medlemmarnas investeringar i reklam och övrig kommunikation, öka kunskapen och representera deras intressen. Vi ägs av våra medlemmar, landets största annonsörer, vilka står för hälften av de samlade reklam- och medieinvesteringarna i landet.