

PRESSMEDDELANDE

FRÅN SVERIGES ANNONSÖRER



Stockholm 2008-10-21

75 procent undviker reklam i etermedierna

Under första halvåret 2008 frågade SIFO svenska folket, det vill säga alla mellan 15-79 år följande fråga:

”Ibland kan reklam vara intressant och rolig men ibland irriterande. Om du tänker på reklamen i några olika medier och funderar om du inte har något emot reklamen eller om du aktivt försöker undvika reklamen.”

Svaren på detta föll inte ut till mediernas och reklamens fördel. Så många som 3 av 4 personer undviker reklamen i tv, radio och på internet. Och varannan slänger direktreklamen.

Så här många svenskar försöker aktivt undvika reklamen

Tv	74,7%
Morgonpress/Kvällspress	41,6%
Tidskrifter/Magasin	39,2%
Radio	75,0%
Internet	74,7%
Direktreklam	51,2%

– Enligt detta resultat skulle en stor del av medieinvesteringarna i etern gå upp i rök – till ingen nytta. De stora vinnarna är istället printmedierna, det vill säga morgon- och kvällspress, tidskrifter och magasin, där så många som 60 procent anser att reklamen kan bidra och vara av intresse, säger Margareta Kylberg, medierådgivare på Sveriges Annonser.

Läs mer om Sveriges Annonserers på www.annons.se.

Pressbilder Sveriges Annonserer: www.annons.se/press.

För mer information:

Anders Ericson, vd Sveriges Annonserer,

E-post anders.ericson@annons.se, telefon 08-545 252 32 eller 0708-18 75 99.

Margareta Kylberg, medierådgivare Sveriges Annonserer.

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

Sveriges Annonserer är intresseorganisationen som arbetar för effektivare marknads-kommunikation Detta genom att skapa största möjliga effekt på företagets investeringar i marknadskommunikation. Vi ägs av våra medlemmar, landets största annonsörer, vilka står för hälften av de samlade reklam- och medieinvesteringarna i landet.