



## Betydelig fremgang for Internet-reklamer

*Salget af avis-, tidsskrifts- og udendørsreklamer faldt*

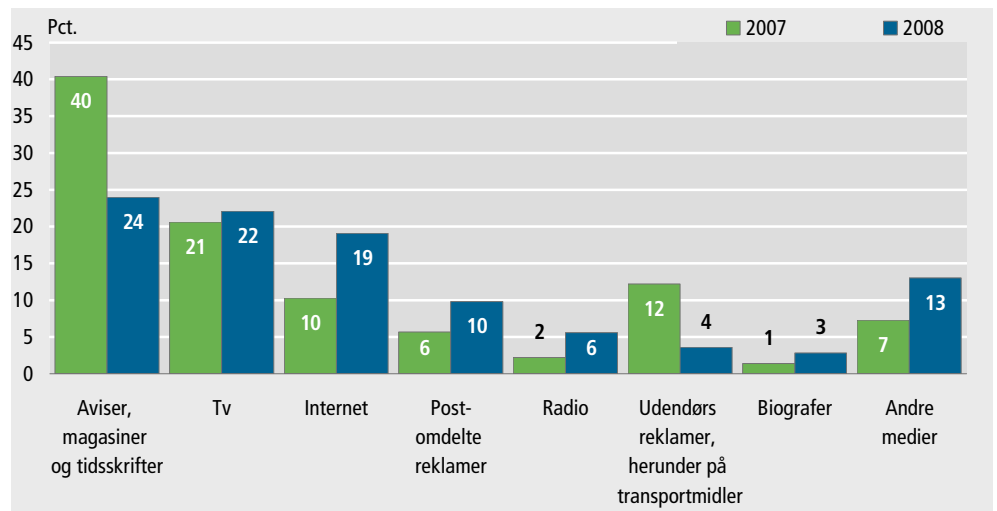
Internet-mediets andel af reklame- og markedsføringsbureauers salg af reklameplads/-tid steg fra 10 pct. af omsætningen i 2007 til at udgøre næsten en femtedel af omsætningen i 2008. Derimod faldt reklamer via *aviser og tidsskrifter* fra 40 pct. af omsætningen i 2007 til at udgøre knap en fjerdedel af omsætningen i 2008 og *udendørsreklamer* fra 12 pct. til 4 pct. af omsætningen.

*De øvrige mediers reklameandel steg*

De øvrige medier havde en højere andel af reklame- og markedsføringsbureauernes omsætning fra salg af reklamer end det foregående år.

Figur 1.

**Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fra salg af reklameplads/-tid fordelt på medier**



*Fald i salg af reklamepladstid*

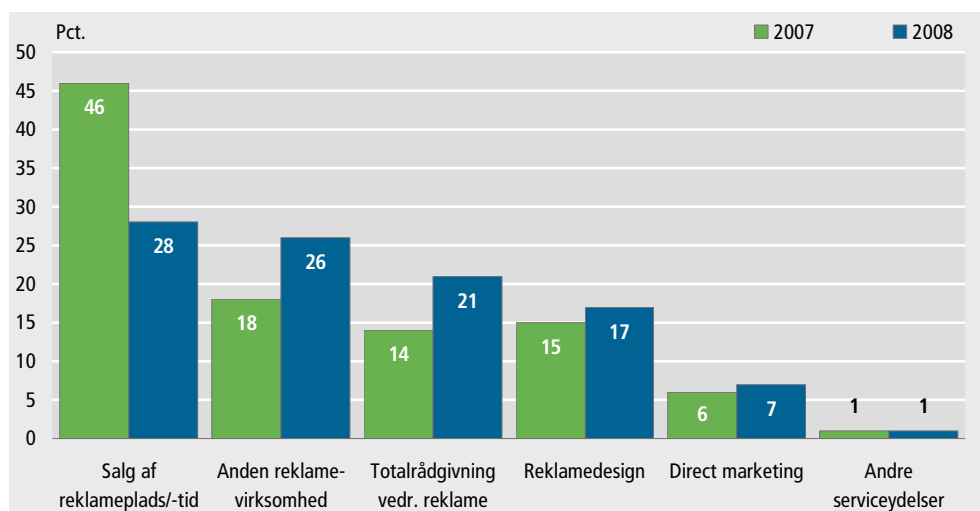
Reklame- og markedsføringsbureauer omsatte i alt for 21 mia. kr. i 2008. Den største omsætning stammer fra serviceydelsen *salg af reklameplads/-tid i medier*, som udgør 28 pct. af branchegruppens samlede omsætning. Denne andel er faldet fra 46 pct. i 2007.

*Andre serviceydelser steg*

*Salg af reklameplads/-tid i medier* er tæt fulgt af serviceydelserne *anden reklamevirksomhed*, som udgør 26 pct. af omsætningen, og *totalrådgivning* inden for reklame, som udgør 21 pct. *Anden reklamevirksomhed* steg fra 18 pct. af omsætningen i 2007, og *totalrådgivning* steg fra 14 pct.

*Anden reklamevirksomhed* omfatter fx opsætning af udendørs reklamer, dekoratørvirksomhed, indretning af vinduesudstillinger og udstillingslokaler, distribution af reklamemateriale eller vareprøver og annonceekspedition. *Totalrådgivning* omfatter planlægning af reklamekampagner mv.

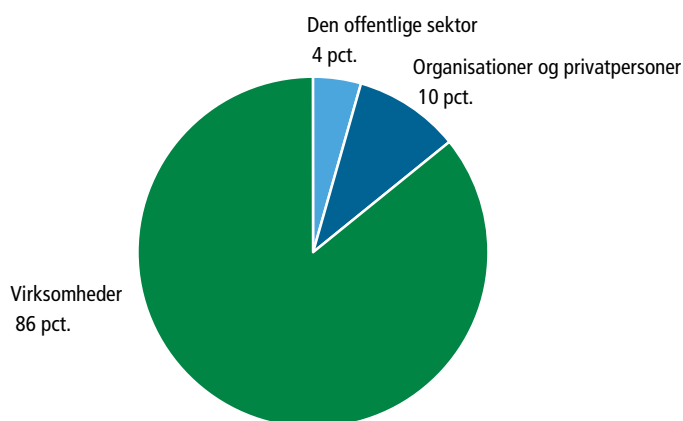
Figur 2. Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på serviceydelser



Virksomheder er største kunde-gruppe

Med 86 pct. af omsætningen er de private virksomheder den største aftager af reklame- og markedsføringsydelser. Organisationer og privatpersoner tegner sig for 10 pct., mens 4 pct. af omsætningen stammer fra den offentlige sektor.

Figur 3. Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på kunde-grupper. 2008



**Mere information**

Se mere detaljerede resultater på [www.dst.dk/stattabel/967](http://www.dst.dk/stattabel/967) eller i abonnementsserien *Serviceerhverv* (Statistiske Efterretninger).

**Kilder og metoder**

Se [www.dst.dk/varedeklaration/110729](http://www.dst.dk/varedeklaration/110729) eller abonnementsserien *Serviceerhverv* (Statistiske Efterretninger). I *Produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2008* indgår brancherne (DB07): reklamebureauer (731100), anden reklamevirksomhed (731190) og reklameplads i medier (731200).

**Næste offentliggørelse**

*Produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2009* udkommer uge 40 i 2010

**Henvendelse**

Ludmila Glinska, tlf. 39 17 38 81, [lgl@dst.dk](mailto:lgl@dst.dk)  
Ea Lahn Mittet, tlf. 39 17 32 56, [elm@dst.dk](mailto:elm@dst.dk)