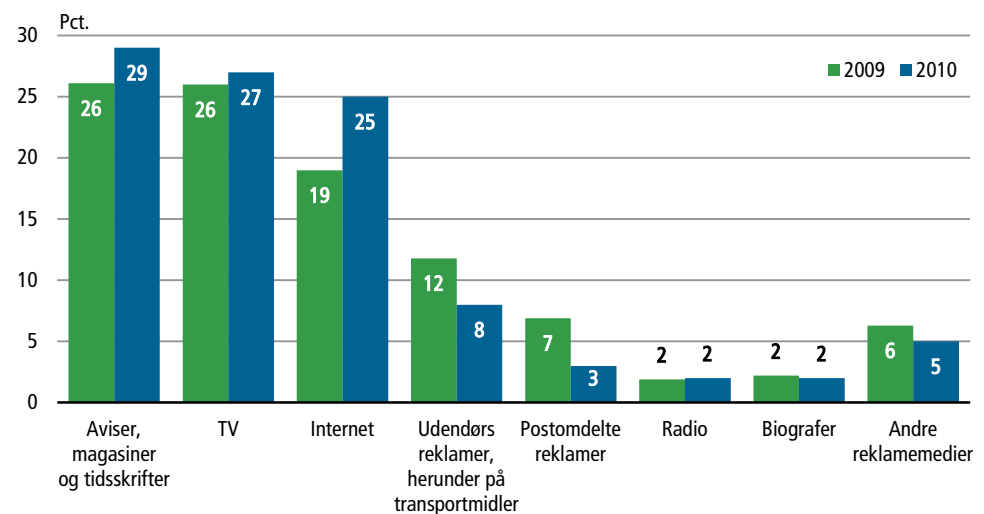


Internetreklame af stigende betydning

Internettets andel af reklame- og markedsføringsbureauers salg af reklameplads og -tid steg fra en femtedel af omsætningen i 2009 til en fjerdedel af omsætningen i 2010. De tre største medier er *aviser, magasiner og tidsskrifter*, *tv* og *internet* med tilsammen 81 pct. af salget af reklameplads og -tid i branchegruppen for reklame- og markedsføringsbureauer i 2010.

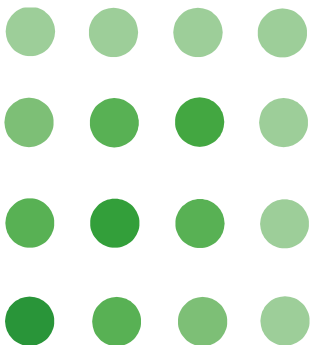
Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fra salg af reklameplads/-tid fordelt på medier



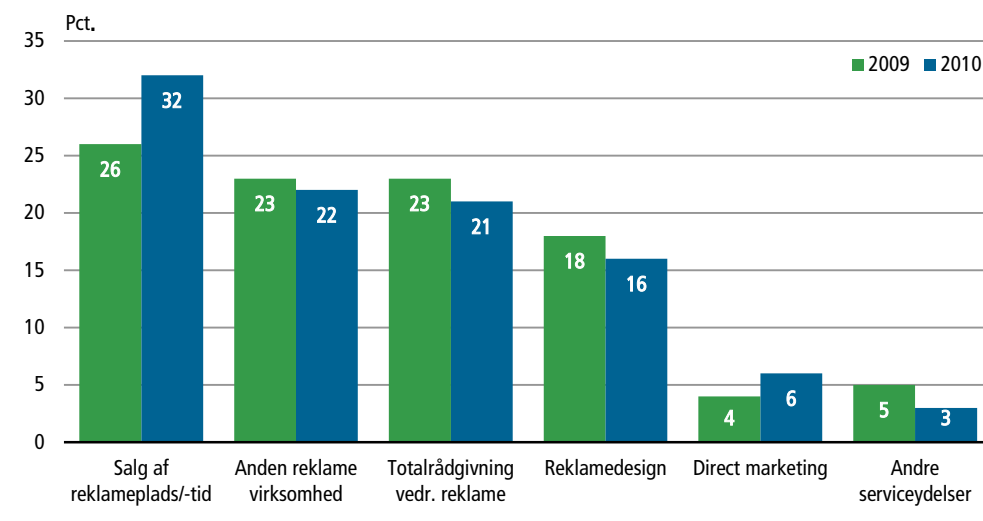
Statistikken opgør ikke den samlede omsætning, men belyser de enkelte serviceydelsers andele af den samlede omsætning. Som følge af omlægning af *Firmaernes køb og salg* (momsstatistikken) er fordelingerne foreløbige (læs mere om kilder og metode på næste side).

Salg af reklame er steget mest

De tre største serviceydelser *salg af reklameplads og -tid i medier*, *totalrådgivning* og *anden reklamevirksomhed* står tilsammen for 75 pct. af den samlede omsætning. *Salg af reklameplads og -tid* er steget mest fra 2009 til 2010 med seks procentpoint. *Totalrådgivning* og *reklamdesign* er begge faldet med 2 procentpoint fra 2009 til 2010.



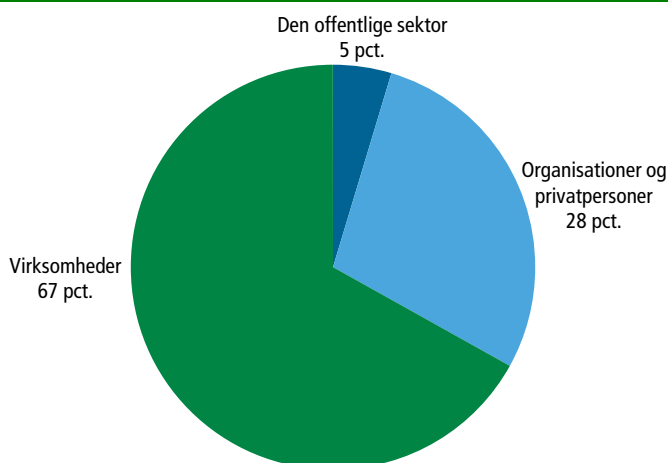
Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på serviceydelser



Virksomheder er største kundegruppe

Med 67 pct. af omsætningen er virksomheder den største aftager af reklame- og markedsføringsydelser. Organisationer og privatpersoner tegner sig for 28 pct., mens 5 pct. af omsætningen stammer fra den offentlige sektor.

Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på kundegrupper. 2010



Mere information
Kilder og metoder

Se mere detaljerede resultater på www.dst.dk/stattabel/967.

Se www.dst.dk/varedeklaration/110729. I produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2010 indgår brancherne (DB07) reklamebureauer (731100), anden reklamevirksomhed (731190) og reklameplads i medier (731200).

Denne udgivelse indeholder ingen oplysninger om omsætning. Årsagen er, at produktstatistikken, som er en spørgeskemabaseret statistik, opregnes til omsætningen i *Firmaernes køb og salg* (momsstatistikken). Danmarks Statistik er imidlertid blevet opmærksom på, at momsindberetningerne for 2010 og 2011 afviger væsentligt fra opgørelser i andre statistikker, hvad angår eksportoplysninger. Indtil Danmarks Statistik har fuldt overblik over konsekvenserne af ændringerne, vil der ikke blive offentliggjort tal for den samlede omsætning. Tallene i denne udgivelse skal derfor betragtes som foreløbige. De endelige tal for 2010 offentliggøres ikke, før Danmarks Statistiks udredningsarbejde med statistikken for *Firmaernes køb og salg* er færdigt.

Produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2011 udkommer uge 40 i 2012.

Næste offentliggørelse
Henvendelse

Berit Taul, tlf. 39 17 38 81, bpd@dst.dk
Ea Lahn Mittet, tlf. 39 17 32 56, elm@dst.dk