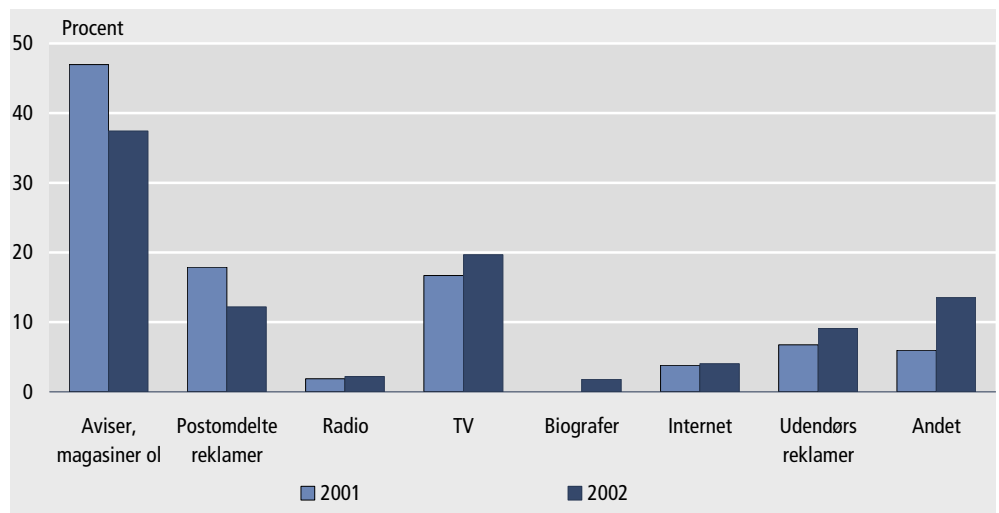


Trykte medier taber reklameterræn

Reklamer i de trykte medier må vige for TV og biografer

De trykte mediers andel af reklamebranchens omsætning er faldet fra 65 pct. i 2001 til 49 pct. i 2002. Til gengæld er omsætningen fra reklamer på TV, udendørs reklamer, biografreklamer og reklamer via andre medier steget i samme periode.

Figur 1. Den samlede omsætning fordelt på medier

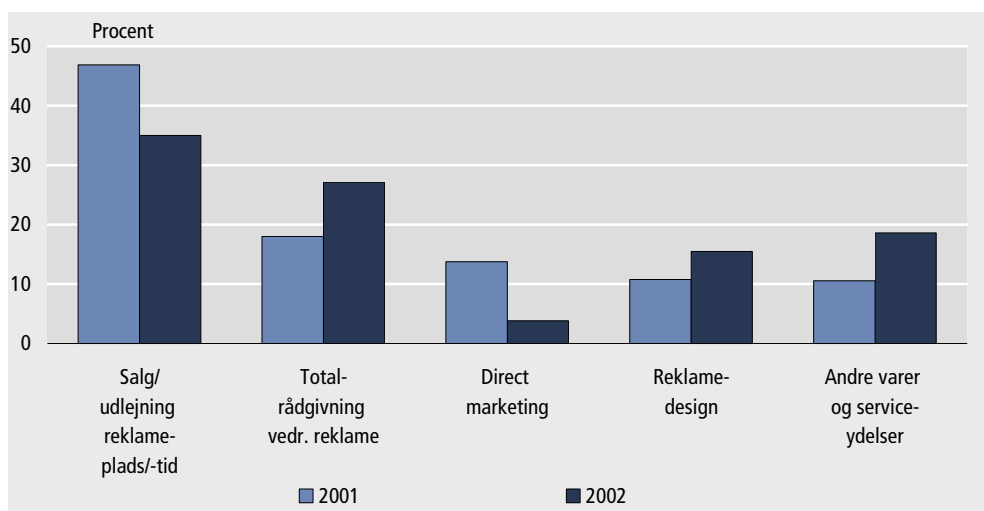


Stigning i totalrådgivning vedrørende reklame

Totalrådgivning vedrørende reklame udgjorde i 2002 27 pct. af branchens omsætning. Det er en stigning på 9 procentpoint i forhold til 2001. Tilsvarende steg reklamedesign fra et niveau på 10 pct. i 2001 til 15 pct. i 2002, mens andre varer og tjenesteydelser steg fra 10 pct. til 19 pct. i samme periode. Stigningerne dækker over, at salg og udlejning af reklameplads/tid faldt fra 47 pct. i 2001 til 35 pct. i 2002, mens direct marketing faldt med 10 procentpoint til at udgøre 4 pct. af omsætningen i 2002.



Figur 2. Den samlede omsætning fordelt på produktgrupper



Fald i omsætningen

Omsætningen inden for reklamebranchen er faldet fra ca. 19 mia. kr. i 2001 til ca. 16 mia. kr. i 2002. Faldet i omsætningen kan blandt andet tilskrives, at en del virksomheder, der tidligere har været placeret under reklamebranchen, nu er flyttet til en anden branche. Dette har betydet en reduktion i branchens samlede omsætning.

Den samlede omsætning fordelt på kundegrupper

	2001	2002
	— mio. kr. —	
I alt	19 141	16 334
	— pct. —	
I alt	100	100
Virksomheder	92	90
Den offentlige sektor	6	6
Organisationer og privatpersoner	2	5

Største kundegruppe er den private sektor

Den primære kundegruppe for reklamevirksomheder er stadig virksomheder i den private sektor. De står i 2002 for 90 pct. af omsætningen. Den offentlige sektor står for 6 pct. af omsætningen, mens organisationer og privatpersoner står for 5 pct. af omsætningen.

Mere information

Mere detaljerede oplysninger findes i artiklen Produktstatistik for serviceerhverv 2002, i serien *Serviceerhverv* (Statistiske Efterretninger).

Kilder og metoder

En beskrivelse af kilder og metoder findes i serien *Serviceerhverv* (Statistiske Efterretninger) og i varedeklarationen på www.dst.dk/varedeklaration under emnegruppen *Serviceerhverv*.

Næste offentliggørelse

Produktstatistik for reklamevirksomhed 2003 forventes offentliggjort i oktober 2004.

Henvendelse

Camilla Andersen, tlf. 39 17 33 67, cas@dst.dk.