



Internettet vinder frem i reklamebranchen

Reklame- og markedsføring i vækst

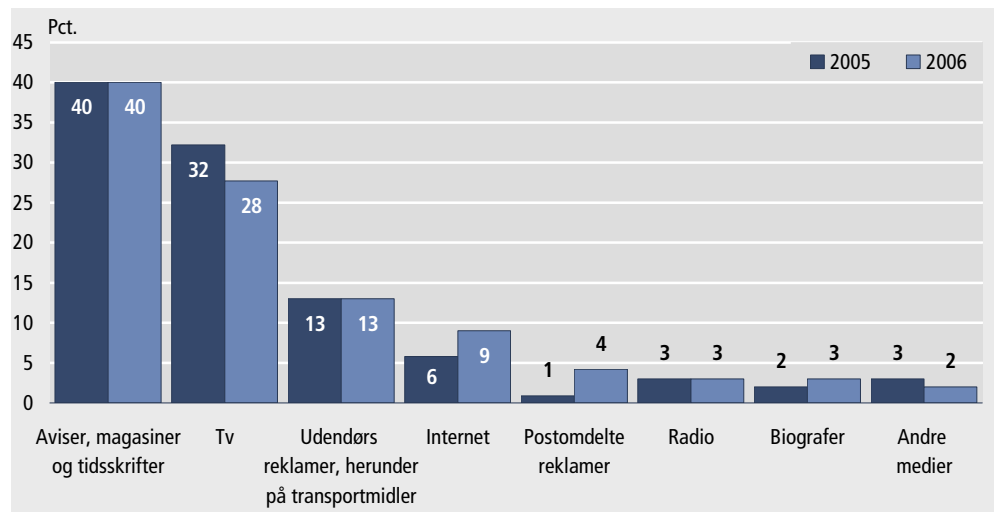
Reklame- og markedsføringsbureauer omsatte i 2006 for ca. 19,2 mia. kr., hvilket er en fremgang i omsætningen på knap 7 pct. Hermed er omsætningen steget 25 pct. siden 2003.

Internettet vinder frem

Internettets andel af omsætningen fra salg af reklameplads/-tid steg med 3 procentpoint fra 2005 til 2006, og udgjorde dermed 9 pct. i 2006. Den største omsætning fra salg af reklameplads/-tid stammer dog fortsat fra reklamer i de trykte medier dvs. aviser, magasiner og postomdelte reklamer.

Figur 1.

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



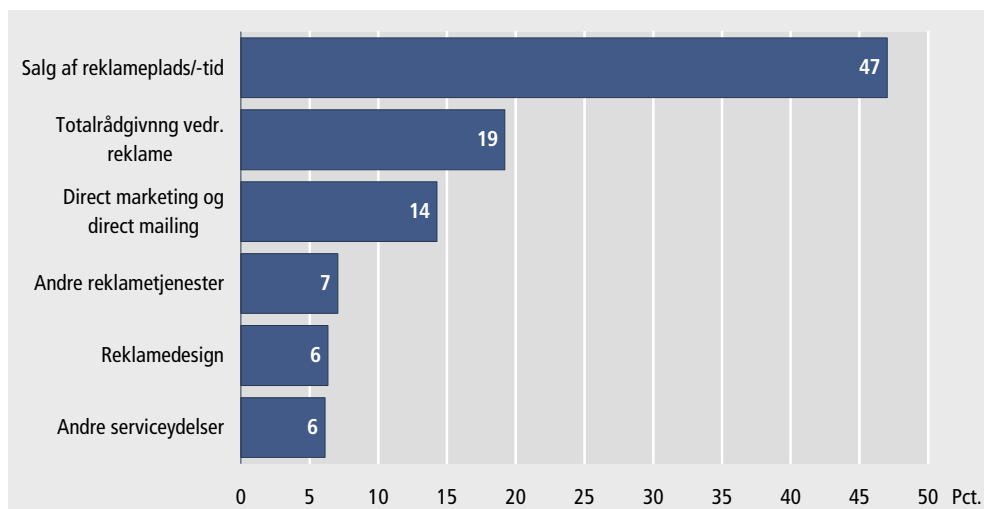
Salg/udlejning af reklameplads/-tid er størst

Omsætningen inden for reklame- og markedsføringsbureauer stammer primært fra salg af reklameplads/-tid i medier og fra forskellige reklame- og markedsføringsrelaterede serviceydelser. Omsætningen inden for salg af reklameplads/-tid var i 2006 9 mia. kr. og udgjorde dermed 47 pct. af branchens samlede omsætning.

Stor omsætning inden for totalrådgivning af reklame

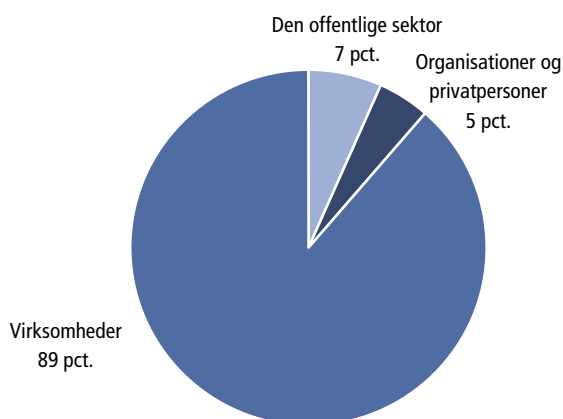
Totalrådgivning inden for reklame, der bl.a. omfatter planlægning af reklamekampanjer, udgjorde 19 pct. af branchens samlede omsætning i 2006, mens reklamedesign (idé udvikling, tekstskrivning, layout til plakater, brochurer mv.) udgjorde 6 pct. af omsætningen. Direct marketing og direct mailing omfatter kontakt til kunder med henblik på salg eller levering af reklamebudskab og udgjorde 14 pct. af branchens omsætning i 2006.

Figur 2. Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på serviceydelser. 2006



Virksomheder er største kundegruppe Med 89 pct. af omsætningen er den største aftager af reklame- og markedsføringsydelser de private virksomheder. Organisationer og privatpersoner tegner sig for 5 pct., mens 7 pct. af omsætningen stammer fra den offentlige sektor.

Figur 3. Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på kundegrupper. 2006



Anm.: Den samlede omsætning afviger fra 100 pct. pga. afrunding.

Mere information

Se mere detaljerede resultater på www.dst.dk/stattabel/967 eller i *Produktstatistik for serviceerhvervene 2006* i serien *Serviceerhverv* (Statistiske Efterretninger).

Kilder og metoder

Se www.dst.dk/varedeklaration/110729 eller serien *Serviceerhverv* (Statistiske Efterretninger).

Næste offentliggørelse

Produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2007 udkommer uge 26 i 2008.

Henvendelse

Simon Lamech, tlf. 39 17 38 81, sla@dst.dk
Ea Lahn Mittet, tlf. 39 17 32 56, elm@dst.dk