

## Faktablad 1

### Reklameforbrugsundersøgelsen 2010

#### **Om Reklameforbrugsundersøgelsen**

Hvert år publicerer Dansk Oplagskontrol den årlige undersøgelse om reklameforbruget i Danmark, også kaldet *det danske reklamemarked*. Medieejerne og/eller deres foreninger opfordres til – i fuld fortrolighed – at indrapportere den for denne undersøgelse relevante omsætning til Dansk Oplagskontrol. Mediernes egenannoncering indgår ikke i omsætningen.

Dansk Oplagskontrol står for indsamling og bearbejdning af data og for den endelige rapport. Publikationen, *Det danske reklamemarked*, produceres med støtte fra en lang række sponsorer, ekspertpaneler og ledes af en styregruppe med repræsentanter fra medierne.

Undersøgelsen offentliggøres hvert år i maj. I 2011 præsenteres Reklameforbrugsundersøgelsen for 2010, torsdag den 5. maj kl. 14.00 i Pressens Hus, Skindergade 7, 1159 København K.

For mere information om undersøgelsen, kontakt venligst formand for styregruppen Marianne Bugge Zederkof, sekretariatschef Ugeaviserne, t: 20 76 50 99 eller e: mbz@ugeaviserne.dk

Reklameforbrugsundersøgelsen 2010 præsenteres for anden gang alene i en online version på Dansk Oplagskontrols hjemmeside [www.do.dk](http://www.do.dk). Hovedtallene er frit tilgængelige, mens den fulde rapport kan købes via Dansk Oplagskontrol.

#### **Reklameforbrugsundersøgelsen 2010, uddrag**

- Den samlede annonceomsætning i 2010 er opgjort til 12.404 mio. kr. Det er en fremgang på 3,2 % i forhold til 2009 (12.018 mio. kr.). Omsætningen er ekskl. alle former for provision, godtgørelser, rabatter og moms.
- De lokale og regionale ugeaviser bibeholder deres position som det største printmedie på trods af en lille nedgang i omsætning.

De næste sider viser udvalgte tabeller fra Reklameundersøgelsen 2010.

Tabel 1: Annonceomsætningen 2004 – 2010

MIØ, DKK (LØBENDE PRISER)		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Ændring 1%
DAGBLADE	📈	2.854	3.139	3.493	3.229	2.735	2.065	1.946	- 5,8
LOKALE OG REGIONALE UGEAVISER	📈	2.159	2.323	2.467	2.704	2.554	2.143	2.033	- 5,1
MAGASINER/FAGBLADE/TIDSSKRIFTER	📈	1.505	1.616	1.804	1.871	1.849	1.336	1.298	- 2,8
KØBTE MAGASINER	📈	378	404	454	497	468	328	333	1,5
ANDRE MAGASINER	📈	276	307	363	367	382	266	258	- 3,0
FAGBLADE OG TIDSSKRIFTER	📈	851	905	987	1.007	999	742	707	- 4,7
ÅRLIGE PUBLIKATIONER	📈	1.176	945	911	873	829	624	597	- 4,3
OUTDOOR	📈	375	383	405	473	516	491	499	1,6
TV	📈	2.125	2.254	2.471	2.516	2.431	2.059	2.256	9,6
RADIO	📈	211	280	279	285	250	217	232	6,9
BIOGRAF	📈	51	57	55	56	56	53	59	11,3
INTERNET	📈	582	742	1.794*	2.502	2.926	3.030	3.484	15,0
<b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT</b>		<b>11.038</b>	<b>11.739</b>	<b>13.679</b>	<b>14.509</b>	<b>14.146</b>	<b>12.018</b>	<b>12.404</b>	<b>3,2</b>

TABEL 2: Andel af markedet i % 2004 – 2010

ANDELE I PROCENT		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
DAGBLADE	📈	26	27	26	22	19	17	16
LOKALE OG REGIONALE UGEAVISER	📈	20	20	18	19	18	18	16
MAGASINER/FAGBLADE/TIDSSKRIFTER	📈	14	14	13	13	13	11	11
KØBTE MAGASINER	📈	3	3	3	3	3	3	3
ANDRE MAGASINER	📈	3	3	3	3	3	2	2
FAGBLADE OG TIDSSKRIFTER	📈	8	8	7	7	7	6	6
ÅRLIGE PUBLIKATIONER	📈	11	8	7	6	6	5	5
PLAKAT OG TRAFIK/OUTDOOR	📈	3	3	3	3	4	4	4
TV	📈	19	19	18	17	17	17	18
RADIO	📈	2	2	2	2	2	2	2
BIOGRAF	📈	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1
INTERNET	📈	5	6	13	17	21	25	28
<b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>