

DET DANSKE REKLAMEMARKED 2015

Reklameforbrugsundersøgelsen *The Danish Advertising Expenditure Survey*

> FORORD

> ANNONCEOMSÆTNINGEN 2008 - 2015

> ANNONCEOMSÆTNINGEN Andel af markedet i % 2008 - 2015

> ANDEN REKLAME/ANDRE KOMMERCIELLE AKTIVITETER 2008 - 2015

> ANDEN REKLAME/ANDRE KOMMERCIELLE AKTIVITETER Andel af markedet i % 2008 - 2015

> DEFINITIONER OG METODE

> APPENDIX A: ENGLISH SUMMARY

> APPENDIX B: SVENSK REKLAMMARKNAD 2015

> APPENDIX C: DET NORSKE REKLAMEMARKEDET 2015

Udarbejdet af **DANSK REKLAMEFORBRUGSUNDERSØGELSE**

© Rapporten er ophavsretligt beskyttet og må ikke videredistribueres eller deles (hverken som pdf eller link) uden forudgående aftale.

1. udgave

FORORD

For 22. gang publiceres den årlige undersøgelse om reklameforbruget i Danmark, *Det danske reklamemarked*. For andet år er opgaven varetaget af Dansk Reklameforbrugsundersøgelse – der er stiftet af Danske Medier, Danske Medier Research og Kreativitet & Kommunikation.

Indsamlingsarbejdet fra organisationer og brancheforeninger er foretaget af revisionsfirmaet Deloitte. De nedsatte ekspertpaneler foretager dels den nødvendige datavalidering for at sikre at målsætningen nedenfor overholdes og dels en gruppevis estimering i de tilfælde, hvor indberetning mangler.

En række sponsorer gør arbejdet muligt så en særlig tak skal lyde til: PostNord og FK Distribution.

Ekstern lektor, cand.scient.soc. Ole E. Andersen, Copenhagen Business School (CBS) har medvirket som særlig sagkyndig. Han har også deltaget i den styregruppe, der løbende har fulgt rapportens tilbliven. Styregruppens øvrige medlemmer er: Direktør Marianne Bugge Zederkof, Danske Medier Research (formand), analysechef Jonas Henningsen, Kreativitet & Kommunikation, markedschef Henrik Thøgersen, Danske Medier og analysechef Gitte Springborg, FK Distribution. For at tilsikre en høj grad af validitet af data har der været nedsat ekspertpaneler for de enkelte mediegrupper.

MÅLSÆTNING

Disse forhold skal tilgodeses i undersøgelsen:

- Alle relevante media inddrages i analysen
- Resultaterne skal være valide
- Indsamling og evaluering af data skal ske hurtigst muligt
- Definitioner og struktur skal videst muligt være tilpasset internationale forhold

UNIVERS

Opmålingsservice og/eller brancheforeninger.

DEFINITIONER

Annonceomsætning (Ad Spend): Media salg af annonceplads, inkl. indstik, fratrukket enhver form for provision, godtgørelse, rabat og moms.
Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter (Other Advertising): Erhvervslivets øvrige omkostninger til støtte for kendskab til og distribution af varer/mærker, inkl. business-to-business.

METODE

Medieejerne og/eller deres forening eller salgsorganisation(er) er blevet opfordret til – i fuld fortrolighed – at indberette den for denne undersøgelse relevante omsætning til Deloitte. Deloitte's arbejde består i indsamling af disse indberetninger. Det er ekspertpanelerne, der foretager den nødvendige datavalidering for at sikre, at målsætningen ovenfor overholdes

og dels foretager en gruppevis estimering i de tilfælde, hvor indberetninger mangler.

FORTROLIGHED

Indberetning fra hver enkelt dataleverandør behandles fortroligt af Deloitte og ekstern lektor Ole E. Andersen. Kun metode og konsoliderede tal for mediegrupperne evalueres og bedømmes af ekspertpanelerne og styregruppen.

København april 2016

Marianne Bugge Zederkof
Direktør, Dansk Medier Research

> Forord

> TABEL 1: Annonceomsætningen 2008 – 2015

Dagblade

Dagblade, andele

Lokale og regionale ugeaviser

Købte magasiner

Andre magasiner

Fagblade og tidsskrifter

Købte magasiner - Andre magasiner - Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer

Outdoor

TV

Radio

Biograf

Internet

> TABEL 2: Andel af markedet i % 2008 – 2015

Andel af markedet i %

> TABEL 3: Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter 2008 – 2015

Husstandsdelte tryksager

Direct Mails

Andre tryksager

> TABEL 4: Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger 2008 – 2015

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> Definitioner og Metode

Dagblade, Lokale og regionale ugeaviser, Købte magasiner,

Andre magasiner/Gratis forbrugermagasiner
Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer, Outdoor

TV, Radio

Biograf, Internet, Husstandsdelte tryksager

Direct Mail, Andre tryksager

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> APPENDIX A: English Summary

Ad Spend 2008 - 2015

Share of Advertising Expenditure 2008 - 2015

Other Advertising/Other Commercial Activities 08 -15

Unallocated production and administration costs
2008 – 2015

> APPENDIX B: Svensk Reklammarknad 2015

> APPENDIX C: Det norske reklamemarkedet 2015

TABEL 1: Annonceomsætningen 2008 – 2015

Mio. DKK (løbende priser)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ændring i %
> Dagblade	2.735	2.065	1.946	1.908	1.699	1.509	1.349	1.239	-8,1
> Lokale og regionale ugeaviser	2.554	2.143	2.033	2.059	1.960	1.878	1.763	1.657	-6,0
> Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter	1.849	1.336	1.298	1.281	1.165	1.077	1.083	996	-8,1
Købte magasiner	468	328	333	346	321	323	315	286	-9,3
Andre magasiner	382	266	258	250	221	192	187	165	-11,6
Fagblade og tidsskrifter	999	742	707	685	623	562	581	545	-6,2
> Årlige publikationer	829	624	468	310	192	145	127	101	-20,4
> Outdoor	516	491	499	537	452	409	394	405	2,8
> TV	2.431	2.059	2.256	2.517	2.350	2.251*	2.170	2.203	1,5
> Radio	250	217	232	270	278	288	307	329	7,2
> Biograf	56	53	59	59	67	80	85	97	13,1
> Internet	3.085	3.147	3.624	4.144	4.543	4.924	5.458	6.138	12,5
Annonceomsætning i alt	14.305	12.135	12.415	13.085	12.706	12.561	12.736	13.165	3,4

* Omsætningen for 2013 er tilrettet på baggrund af ny indberetning

Annonceomsætningen i 2015 er opgjort til 13.165 mio. kr. ekskl. alle former for provision, godtgørelser, rabatter og moms og viser en fremgang på 3,4 % i forhold til 2014.

> Forord

> TABEL 1: Annonceomsætningen 2008 – 2015

Dagblade
Dagblade, andele
Lokale og regionale ugeaviser
Købte magasiner
Andre magasiner
Fagblade og tidsskrifter
Købte magasiner - Andre magasiner - Fagblade og tidsskrifter
Årlige publikationer
Outdoor
TV
Radio
Biograf
Internet

> TABEL 2: Andel af markedet i % 2008 – 2015

Andel af markedet i %

> TABEL 3: Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter 2008 – 2015

Husstandsdelte tryksager
Direct Mails

Andre tryksager

> TABEL 4: Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger 2008 – 2015

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> Definitioner og Metode

Dagblade, Lokale og regionale ugeaviser, Købte magasiner,

Andre magasiner/Gratis forbrugermagasiner
Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer, Outdoor

TV, Radio

Biograf, Internet, Husstandsdelte tryksager

Direct Mail, Andre tryksager

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> APPENDIX A: English Summary

Ad Spend 2008 - 2015

Share of Advertising Expenditure 2008 - 2015

Other Advertising/Other Commercial Activities 08 -15

Unallocated production and administration costs 2008 – 2015

> APPENDIX B: Svensk Reklammarknad 2015

> APPENDIX C: Det norske reklamemarkedet 2015

TABEL 2: Andel af markedet i % 2008 – 2015

Andele i procent	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
> Dagblade	19	17	16	15	13	12	11	9
> Lokale og regionale ugeaviser	18	18	16	16	15	15	14	13
> Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter	13	11	11	10	9	9	9	8
Købte magasiner	3	3	3	3	2	3	2	2
Andre magasiner	3	2	2	2	2	2	1	1
Fagblade og tidsskrifter	7	6	6	5	5	5	5	4
> Årlige publikationer	6	5	4	3	2	1	1	1
> Outdoor	4	4	4	4	4	3	3	3
> TV	17	17	18	19	18	18*	17	17
> Radio	2	2	2	2	2	2	2	2
> Biograf	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	1
> Internet	21	26	29	31	36	39	43	47
Annonceomsætning i alt	100	100	100	100	100	100	100	100

* Omsætningen for 2013 er tilrettet på baggrund af ny indberetning

> Forord

> TABEL 1: Annonceomsætningen 2008 – 2015

Dagblade

Dagblade, andele

Lokale og regionale ugeaviser

Købte magasiner

Andre magasiner

Fagblade og tidsskrifter

Købte magasiner - Andre magasiner - Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer

Outdoor

TV

Radio

Biograf

Internet

> TABEL 2: Andel af markedet i % 2008 – 2015

Andel af markedet i %

> TABEL 3: Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter 2008 – 2015

Husstandsdelte tryksager

Direct Mails

Andre tryksager

> TABEL 4: Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger 2008 – 2015

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> Definitioner og Metode

Dagblade, Lokale og regionale ugeaviser, Købte magasiner,

Andre magasiner/Gratis forbrugermagasiner

Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer, Outdoor

TV, Radio

Biograf, Internet, Husstandsdelte tryksager

Direct Mail, Andre tryksager

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> APPENDIX A: English Summary

Ad Spend 2008 - 2015

Share of Advertising Expenditure 2008 - 2015

Other Advertising/Other Commercial Activities 08 -15

Unallocated production and administration costs 2008 – 2015

> APPENDIX B: Svensk Reklammarknad 2015

> APPENDIX C: Det norske reklamemarkedet 2015

TABEL 3: Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter 2008 – 2015

Mio. DKK (løbende priser)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ændring i %
> Husstandsdelte tryksager	3.090	2.884	2.799	2.634	2.376	2.007	1.750	1.661	-5,1
> Direct mails	1.759	1.488	1.439	1.556	1.226	1.418	1.062*	1.120	5,4
> Andre tryksager	1.856	1.695	1.561	1.399	1.290	958	1.018	975	-4,2

* Ekspertgruppen vurderer, at 2014 har været estimeret for lavt. Det betyder, at stigningen fra 2014 til 2015 skyldes et for lavt estimat i 2014 og derfor næppe er en reel afspejling af udviklingen.

> Forord

> TABEL 1: Annoncesættningen 2008 – 2015

Dagblade

Dagblade, andele

Lokale og regionale ugeaviser

Købte magasiner

Andre magasiner

Fagblade og tidsskrifter

Købte magasiner - Andre magasiner - Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer

Outdoor

TV

Radio

Biograf

Internet

> TABEL 2: Andel af markedet i % 2008 – 2015

Andel af markedet i %

> TABEL 3: Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter 2008 – 2015

Husstandsdelte tryksager

Direct Mails

Andre tryksager

> TABEL 4: Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger 2008 – 2015

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> Definitioner og Metode

Dagblade, Lokale og regionale ugeaviser, Købte magasiner,

Andre magasiner/Gratis forbrugermagasiner
Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer, Outdoor

TV, Radio

Biograf, Internet, Husstandsdelte tryksager

Direct Mail, Andre tryksager

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> APPENDIX A: English Summary

Ad Spend 2008 - 2015

Share of Advertising Expenditure 2008 - 2015

Other Advertising/Other Commercial Activities 08 -15

Unallocated production and administration costs
2008 – 2015

> APPENDIX B: Svensk Reklammarknad 2015

> APPENDIX C: Det norske reklamemarkedet 2015

TABEL 4: Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger 2008 – 2015

Mio. DKK (løbende priser)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Ændring i %
> Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger	4.927	4.567	4.689	4.951	4.854	4.771	4.714	4.643	-1,5

> Forord

> TABEL 1: Annonceomsætningen 2008 – 2015

Dagblade

Dagblade, andele

Lokale og regionale ugeaviser

Købte magasiner

Andre magasiner

Fagblade og tidsskrifter

Købte magasiner - Andre magasiner - Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer

Outdoor

TV

Radio

Biograf

Internet

> TABEL 2: Andel af markedet i % 2008 – 2015

Andel af markedet i %

> TABEL 3: Anden reklame/Andre kommercielle aktiviteter 2008 – 2015

Husstandsdelte tryksager

Direct Mails

Andre tryksager

> TABEL 4: Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger 2008 – 2015

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> Definitioner og Metode

Dagblade, Lokale og regionale ugeaviser, Købte magasiner,

Andre magasiner/Gratis forbrugermagasiner
Fagblade og tidsskrifter

Årlige publikationer, Outdoor

TV, Radio

Biograf, Internet, Husstandsdelte tryksager

Direct Mail, Andre tryksager

Ufordelte produktions- og administrationsomkostninger

> APPENDIX A: English Summary

Ad Spend 2008 - 2015

Share of Advertising Expenditure 2008 - 2015

Other Advertising/Other Commercial Activities 08 -15

Unallocated production and administration costs
2008 – 2015

> APPENDIX B: Svensk Reklammarknad 2015

> APPENDIX C: Det norske reklamemarkedet 2015