



ÅRSBERETNING 2023

Krea KOM

Kreativitet & Kommunikation

INDHOLD

Forpersonens forord	3
Highlights fra 2023	6
Bestyrelse, udvalg og sekretariat	7
Udvikling og medlemssammensætning i 2023	8
Et år i udvikling	9
Netværk og nytænkning	10
Sikring af hensigtsmæssige rammer	11
Indflydelsesindustrien som nøglespiller	13
Unikke fordele og tilbud	14

Kan man vækste uden at vækste?

Bestyrelsesformand Kim Boisens forord om 2023

Hvis man skal koge 2023 ned til et enkelt ord, er det nok ikke "vækst", man kommer til at tænke på som det første. For de fleste bureauer var topplinten lige så flad som en Tour-de-France etape i Danmark, og for mange annoncører kunne, bare det at gå i indeks 100 i en måned, være anledning til en lille fest.

Det betød, at kundernes kommunikationsbudgetter – over en bred kam – ikke rigtig rykkede sig ud af stedet sidste år, og hvis de gjorde, var det mest i nedadgående retning. 2023 blev for en del af jer ikke lige det år, I havde håbet på, og for nogle betød det desværre også, at I måtte igennem en eller flere ulykkelige fyringsrunder for at få økonomien til at hænge sammen.

Det skal siges, at sidste år fulgte lige efter af et af de bedste år, branchen længe har haft. Fra 2021 til 2022 steg KreaKom-medlemmernes bruttoavance med hele 19,1%, og medarbejderstaben med 12,5%. Så i et år, hvor kunderne trådte på bremsen, hvor bureauerne havde forberedt sig på en højere fart, og medarbejderne gav den gas på lønforventningerne på grund af inflationen, var det måske heller ikke helt uventet, at 2023 ville ende med skrammer for nogle.

Nu er vi snart tre måneder inde i et nyt år. Og selvom Danmarks Statistik meldte om markant fremgang i dansk økonomi i 4. kvartal af 2023 – og selvom man renser tallene for Danmarks vækstdarling og Europas mest værdifulde selskab, Novo Nordisk, er der stadig ikke mange, som forventer, at de økonomiske forårstegn kommer til at forplante sig i øgede marketingbudgetter i år.

Og så er det, at mange bureauledere sikkert begynder at tænke: Kan man vækste uden at vækste?

Det korte svar må være JA! Vi er jo som branche 100 meter mestre i at gøre det på daglig basis for vores kunder. At hjælpe virksomheder til at få mere effekt, at rådgive brands om, hvordan de vækster i omsætning, markedsandel eller omdømme, uden at de nødvendigvis vækster i kommunikationsbudgetterne.

Så det, tror jeg, bliver en af branchens vigtigste agendaer i år – og måske også de kommende år.

Derfor vil vi i Kreativitet og Kommunikation sætte ekstra fokus på at give jer de bedst mulige værktøjer og rammer til, at I også kan opleve en positiv udvikling i en tid, hvor pitchene er færre, og budgetterne er uforandrede.

Bedre uddannelse. Vi har i 2023 allerede opgraderet mulighederne for efteruddannelse, lederuddannelse, netværkssparring og talentudvikling, og kommer til at styrke disse tilbud yderligere de kommende år.

Gøre vores branche attraktiv for de bedste talenter. Det er helt afgørende, at vi, også fremadrettet, kan tiltrække de dygtigste mennesker til vores branche. High performers er ifølge en McKinsey undersøgelse 400-800% mere produktive end den gennemsnitlige medarbejder. Det arbejder vi i flere spor på – blandt andet i samarbejde med Dansk Erhverv.

Større synlighed af branchens værdi.

Branchen får ikke credit nok for den kæmpe værdi, vi bidrager med til vores kunder hver eneste dag. KreaKom gør allerede en stor indsats for at adressere og korrigere den til tider manglende forståelse for branchens værdiskabelse. At bruge kreative, løsningsorienterede, vidende konsulenter til at hjælpe en med at navigere i en stadigt mere kompleks verden – dét bør være et åbenlyst valg, både for private og offentlige annoncører.

Derfor har det i mange år også været et fokusområde for KreaKom, at dokumentere branchens værdiskabelse, blandt andet igennem Effie Awards Denmark, som jo afløste Advertising Effectiveness Awards i 2022. En survey, som KreaKom gennemførte i slutningen af sidste år, viste at bureauer og annoncører har taget godt imod Effie Awards Denmark, og at halvdelen mener, at Effie Awards Denmark allerede er den mest prestigefyldte marketingpris at vinde i Danmark. Undersøgelsen viste også, at næsten 9 ud af 10 er enige i, at det er vigtigt at have en pris i Danmark, som sætter fokus på den værdi, som gode idéer skaber, og hvad der virker i marketing. Derfor kommer vi også til at øge synlighedsindsatsen af branchens værdiskabelse i år.

Hjælp og inspiration til ny værdisætning af vores ydelser. På vores bureaulederseminar i efteråret havde vi et super inspirerende indlæg, af Tim Williams fra Ignition Group, om hvordan bureauerne med fordel kan gentænke værdisætningen af deres ydelser. Hvordan vi kan komme væk fra at sælge timer til at sælge den værdi, vi skaber for vores kunder. Det blev meget vel taget imod, og udvikling af værktøjer til ny værdisætning er et område, KreaKom vil prioritere højt de kommende år.

Bedre og mere fair pitchprocesser. Pitches er en naturlig del af vores allesammens hverdag, men der er ingen grund til at vi skal forære vores rådgivning væk. Sidste år introducerede KreaKom en række nye pitch guidelines, som vi har udviklet sammen med Dansk Annoncørforening, og vi hører allerede, at de bliver brugt flittigt af både virksomheder og bureauer til at skabe bedre og mere fair udvælgelsesprocesser. Lad det være en opfordring herfra til altid at dele og henvise til KreaKoms pitch guidelines i pitchprocesser fremadrettet.

Mindske lovgivningsmæssige benspænd. Også i 2023 havde vi i KreaKom fokus på at mindske de benspænd, lovgivningen giver for jer og jeres kunder – ikke mindst ift. spillovgivningen, som vi ved, at flere af jer er berørt af – og vi monitorerer og påvirker løbende også debatten om lovgivning inden for kunstig intelligens, grøn markedsføring og priskommunikation. Vi har generelt fokus på at bevare den kommercielle ytringsfrihed, og vi har også banket på dørene rundt omkring – i Skatteministeriet, i Digitaliseringsministeriet, hos Forbrugerombudsmanden, i Europarlamentet, ude i kommunerne, og vi er naturligvis til stede i medierne og på Folkemødet ift. forskellige dagsordener – lige fra reklame for fossile produkter til ludomaniproblemer. Det vil vi forsætte ufortrødent med – i tæt samarbejde med Dansk Erhverv.

Bedre netværksmuligheder. I 2023 kom klubhuset i Bredgade virkelig til sin ret. Forskellige brancheinitiativer bruger lokalerne, ligesom klubhuset sætter rammen om vores egne branchenære events – events der ofte er udviklet og afholdt i strategisk partnerskab med andre gode aktører, og generelt oplever vi stor interesse og bred opbakning til vores kursus- og eventtilbud. I 2024 vil vi også øge samarbejdet med Dansk Erhverv, og har flere fælles netværksarrangementer og seminarer på tegnebrættet.

Transaktionelle fordele. Vi har allerede tilføjet flere unikke medieværktøjer og introduceret en lang række nye transaktionelle fordele – ting der giver umiddelbare besparelser på bureauets bundlinje. Herunder særlige rabataftaler på barselsrådgivning, medieovervågning, whistleblowerordning, GDPR-hjælp og på Kantar/Gallups monitorering af danskernes medie- og mærkevareforbrug. Foruden de fordele, I allerede kender til: Full service rådgivning indenfor ansættelses- og arbejdsret, fri adgang til Danmarks dygtigste juridiske rådgivere indenfor vores branche, samt løbende vidensopdatering på en lang række områder fra de dygtige mennesker i Dansk Erhverv.

Mange af de ovenstående initiativer, værktøjer og fokusområder er et resultat af KreaKoms nye strategi, som jo under Charlie Stjerneklars ledelse succesfuldt er blevet formuleret og påbegyndt implementeret. Charlie takkede af som direktør den 1. marts 2024, og jeg vil gerne takke ham for indsatsen og for samarbejdet for nu, og jeg glæder mig til fortsætte samarbejdet og de gode dialoger med Charlie, da han jo heldigvis fortsætter i ledelsen hos et værdsat medlem.



Jeg vil også gerne benytte lejligheden til at takke alle jer, der bakker op om foreningen og vores vigtige formål.

Tak til den hårdtarbejdende bestyrelse, jer der bidrager i de mange udvalg, og til medlemmerne for jeres tillid til mig som bestyrelsesformand. Jeg er stolt af at repræsentere Danmarks mest toneangivende virksomheder, der arbejder i krydsfeltet mellem kreativitet, kommunikation, Public Affairs og innovation.

Tak til det engagerede og dygtige sekretariat, der har leveret vigtige analyser, politisk interessevaretagelse og juridisk rådgivning gennem 2023.

Og så glæder jeg mig, ikke mindst, til at byde velkommen til vores nye direktør, Malene Birkebæk, der starter d. 2. april. Jeg ser meget frem til samarbejdet! Selvom du endnu ikke har sat dig i direktørstolen, er du allerede kommet med en masse ny energi og gode tanker om udviklingen af vores forening. Så selvom vækst ikke er KPI nr. 1 for KreaKom, er jeg helt sikker på, at vi sammen kan flytte foreningen og vores medlemstilbud til et endnu bedre sted i løbet af det næste år...

Kim Boisen,
Bestyrelsesformand
Kreativitet & Kommunikation

2023 Highlights

I 2023 er usikkerheden vokset, og verden er i stigende grad uforudsigelig. Vi ved ikke, hvad 2024 vil bringe, og udfordringerne ser ikke ud til at blive mindre – derfor er der heller ingen tvivl om, at efterspørgslen på kompetent, effektiv og kreativ rådgivning fortsat vil være der. Som brancheforening har vi en rolle i at spille i forhold til at vise både beslutningstagere og den brede offentlighed værdien af vores medlemmers ekspertise; at vores branche og kompetencer er et enormt aktiv i krisetider, fremfor kortsigtede og ”nemme” budgetnedskæringer. Et stærkt brand er en langsigtet investering, som kan være dyrt at negligere.

I Kreativitet & Kommunikation har vi i 2023 derfor haft fokus på at udvikle, og på at komme udover rampen med fortællingen om vores mange tilbud og muligheder for vores medlemmer – lige fra en af vores absolutte kerneydelser, den specialiserede juridiske rådgivning, til vores mange transaktionelle fordele, vores unikke medieværktøjer, vores vidensdeling og uddannelses tilbud, samt de mange muligheder for faglig og netværksmæssig udvikling og sparring, som et medlemskab af Kreativitet & Kommunikation indebærer. Vi er glade for at præsentere følgende overblik over nogle af højdepunkterne fra året der gik herunder.

- Som et led i strategien om at illustrere branchens betydning, har vi 2023 afviklet Effie Awards Denmark for anden gang. Det foregik på Børsen med stor succes, og det tegner en branche, der er med på den allerøverste internationale hyld.
- I starten af 2023 lancerede vi, sammen med Danske Annoncører, en opdateret pitchvejledning. Den nye vejledning har til formål at skabe de bedste forudsætninger for gode, langvarige samarbejder mellem bureauer og annoncører.
- Vi ser fortsat et øget fokus på bureauansvar fra både kunder, aktører og Forbrugerombudsmanden, i takt med at markedsføring af grønne budskaber fylder mere og har fået større opmærksomhed. Derfor er vi glade for, at mange medlemmer fortsat aktivt har brugt vores juridiske rådgivning.
- Vi har arbejdet videre med vores udvalg, herunder Forum for Bæredygtig Kommunikation. PR/PA-udvalget har arbejdet videre med retningslinjer for god politisk interessevaretagelse, og mediebureauerne arbejder med en fælles branchestandard for CO2-aftryksmåling af annoncer.
- Vi arbejder fortsat på at gøre KreaKom til et samlingspunkt for branchen – både i fysisk og overført forstand. Klubhuset i Bredgade har sat rammen om flere relevante kurser, hvor branchen er blevet opkvalificeret indenfor både AI, både på kreativt og juridisk niveau, EU-lovpakkerne Digital Services Act og Digital Markets Act, prismarkedsføring, GDPR og meget mere. KreaKom og Dansk Erhverv har også lanceret en ny lederuddannelse, hvor flere medlemsbureauer har haft ansatte afsted.
- Vi er gået ind i debatten om spilreklamer og forbud, og generelt systematiseret vores interessevaretagelse, vi sætter fortsat fokus på faldgruberne indenfor markedsføring til børn og unge, og vi bidrager kontinuerligt til playbooks og andre udgivelser om opprioritering af diversitet og inklusion i branchen.
- På kommunikationssiden er vi massivt til stede på de sociale medier, hvilket kun vil fortsætte i 2024. Vi har lanceret portrætserien 'Bureautalks', hvor vi fortæller medlemmernes historier og takes på branchen, og vi repræsenterer indflydelsesindustrien i medierne, i netværk, i ekspertudvalg, på folkemødet i Allinge og andre relevante fora, hvor branchens stemme skal høres.

Kreativitet & Kommunikations bestyrelse, udvalg og sekretariat

Kreativitet & Kommunikations bestyrelse og sekretariat ser frem til, 1. april 2024, at tage imod Malene Birkebæk, som CEO. Birkebæk kommer fra en lederstilling på Danmarks Radio, samt med bred bureaubaggrund, og vi glæder os til hendes lederskab af brancheforeningen.

Kreativitet & Kommunikations bestyrelse har altid udført et stort og værdifuldt stykke arbejde, og 2023 var ingen undtagelse. Det er derfor en fornøjelse, herunder, at præsentere bestyrelsesmedlemmerne – med endnu en stor tak for indsatsen i året der gik.

Forperson Kim Boisen	CEO, Robert/Boisen & Like-minded
Næstforperson Christina Tønnesen	Managing Partner, Mensch
Næstforperson Ulrik Petersen	CEO, dentsu
Bodil Ibsen	Direktør, COO & Partner, Nørgård Mikkelsen
Mille Klink	CEO, Advice
Lotte Jakobsen	CEO, Accenture Song
Rolf Bach Christensen	CEO, Uncle Grey
John Herup	CEO, Orchestra
Stine Monrad Wæsel	CEO, GRACE Public Affairs
Mads Duzenius	CEO, Envision
Marianne Hjaltelin	CEO, Lead Agency (suppleant)
Karina Holm Henriksen	Managing Partner, Make (udtrådt)
Cecilie Andersen (udtrådt))	Managing Director, Publicis Media (suppleant)
Kresten Schultz Jørgensen	CEO, Schultz Jørgensen Kom (suppleant (udtrådt))

Kontroludvalget

Også en stor tak til kontroludvalget for Kreativitet & Kommunikations Garanti- og Sikkerhedsordning for indsatsen i 2023. Kontroludvalget er:

Rolf Bach Christensen	CEO, Uncle Grey
Michael Holmer	CFO, Omnicom Media Group Denmark
Allan Petersen	CFO, Initiative Universal Media
Casper Haagen Loch Henriksen	CFO, dentsu
Torben Mortensen	Reg. revisor, Beierholm
Suppleant Kenneth Guldborg Juhl-Jakobsen	CFO, Publicis Media Denmark A/S

Administrationen

Den daglige drift varetages af sekretariat i Bredgade:

Maria Vegger Bjerrehuus	Juridisk seniorrådgiver
Cecilie Kunz Paulsen	Juridisk seniorrådgiver
Carsten Lundsryd	Medlems- og forretningschef
Sofie Antorini	Kommunikations- og partnerskabsansvarlig
Martine Seedorff Perregaard	Kommunikationskonsulent
Camilla Næraa	Projektleder
Maibritt Zaar	Regnskabsansvarlig (Ansæt i Dansk Erhverv)

Udvikling og medlems- sammensætning i 2023

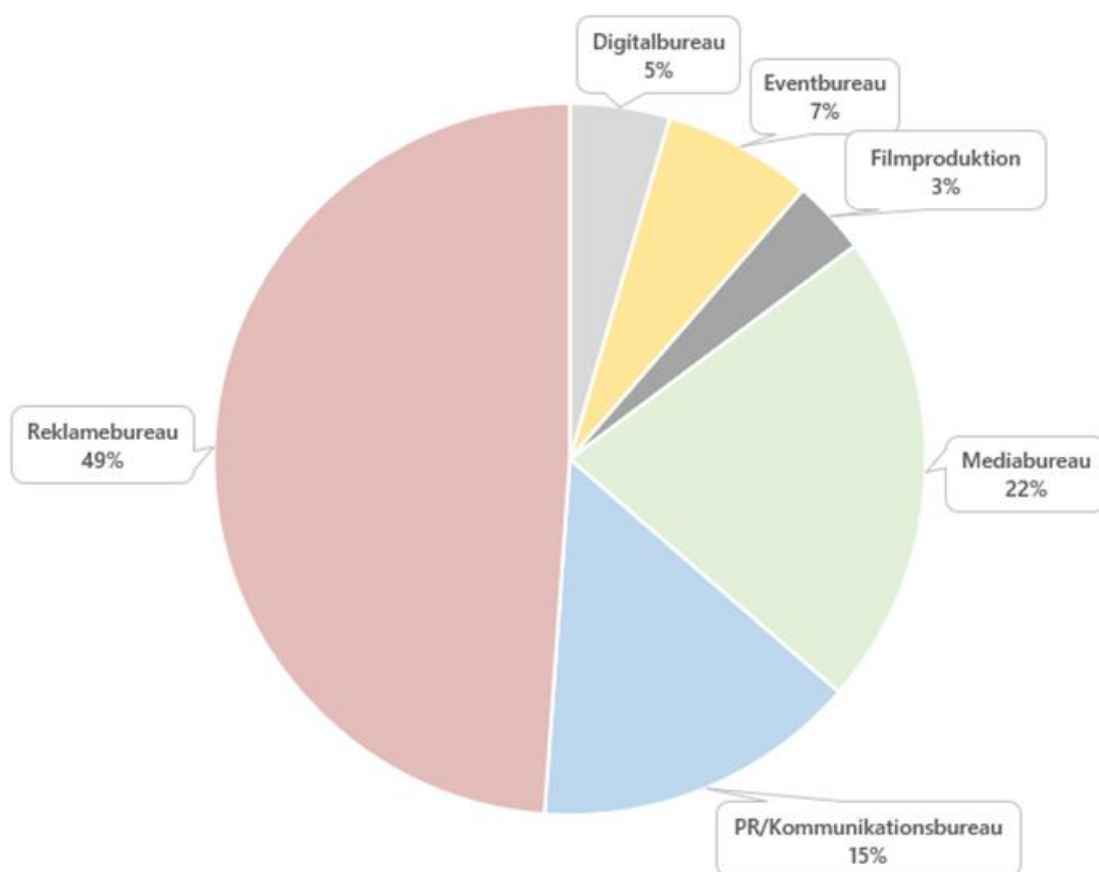
Kreativitet & Kommunikation er brancheforeningen for Danmarks mest toneangivende virksomheder, der arbejder med kreativitet, kommunikation og innovation.

Foreningen organiserer en bred skare af virksomheder, der arbejder professionelt med reklame, media, PR og Public Affairs, kommunikation, events og digitale løsninger.

I løbet af 2023 kunne Kreativitet & Kommunikation byde velkommen til Hindsgaul Kommunikation, Schultz Jørgensen Kom ApS og The Unicorn – part of the Communication Collective.

Foreningens medlems-sammensætning fordeler sig på følgende virksomhedstyper:

Medlemssammensætning 2023



ET ÅR I UDVIKLING

I 2022 vedtog Kreativitet & Kommunikation en ny strategi, og 2023 har foreningen blandt andet brugt på at implementere den, og at skabe fremdrift og udvikling – for foreningen og for branchen. Kreativitet & Kommunikation ser det som en afgørende opgave at understøtte branchens høje niveau og være med til at videreudvikle medarbejdere og lederes kompetencer.

Netværk og nytænkning

Sparring i diverse udvalg og fora

I 2023 har Kreativitet & Kommunikation arbejdet målrettet med vores fire udvalg:

Mediebureauudvalget

I KreaKoms mediebureauudvalg – forummet hvor mediebureauerne har mulighed for at bringe strukturelle udfordringer op – har vi i det forgange år bl.a. haft fokus på Radiometer-måling, annoncestatistikker, pitchvejledninger og vejledning til valg af medieauditør.

Arbejdet med Carbon Footprint Initiative blev også søsat i 2023, hvor medier og mediebureauer samarbejder om fælles retningslinjer for opgørelse af CO2-aftryk på annoncemarkedet.

PR- & PA-udvalg

I dette udvalg koncentrerer vi os om at styrke og formidle PR- og PA-branchens rolle i den samlede indflydelsesindustri. I år har udvalget bl.a. samarbejdet med Dansk Industri om udarbejdelsen af en række principper for god politisk interessevaretagelse.

Forum for Bæredygtig Kommunikation

Dette forum har til formål at positionere reklame- og kommunikationsindustrien i debatten om den bæredygtige omstilling – og samler branchens økosystem bestående af bureauer, annoncører, medier og uddannelsessteder.

Kurser, uddannelser og arrangementer

I 2023 har vi udvidet vores kursustilbud- og uddannelsesstilbud betydeligt, og vi oplever nu, hvordan vores hus i Bredgade begynder at blive et fagligt samlingspunkt for branchen.

I 2023 har emner som bæredygtighedsrapportering, grøn markedsføring, kunstig intelligens, KreaKoms nye skabeloner til influencer- og medvirkenkontrakter, GDPR og data og effektivitet (herunder Effie Awards) fyldt meget i vores kurser.

Vi har også lanceret en lederuddannelse målrettet bureaubranchen sammen med Dansk Erhverv, som er kommet godt i gang med to afsluttede hold – og et nyt hold, som starter i 2024.

Desuden har vi indgået partnerskab med Contentlinjen, Reklamelinjen, AD-linjen og Tekstlinjen, hvor medlemmer får 20% på alle uddannelserne.

Bureaulederseminarer

I 2023 afholdt vi to velbesøgte bureaulederseminarer – med fokus på emner som løn- og indtjeningsmodeller i branchen, ESG-kommunikation og regulering med oplæg fra både internationale profiler og brancheprofiler.



Sikring af hensigtsmæssige rammer

Interessevaretagelse udgør en stor del af foreningens virke og ikke mindst det daglige arbejde i sekretariatet.

En af foreningens fornemteste opgaver er at fremme og udvikle branchens position overfor det politiske miljø, og at sikre de bedst mulige udfoldelsesmuligheder for markedsføring og for kommunikations- og indflydelsesindustrien generelt.

Den juridiske interessevaretagelse og policy-arbejdet, både på nationalt og Europapolitisk plan, er et blandingsfelt, hvor vores tilstedeværelse betaler sig – at skabe fokus på branchen og spot på den værdi, medlemsvirksomhederne hver dag skaber for deres kunder og samarbejdspartnere – og for samfundet som helhed.

Foreningen har i 2023 brugt ressourcer på at være bindeled mellem diverse styrelser og interessenter, hvor vi indfører disse i vores medlemsvirksomheders arbejdsvirkelighed.

Vi kommer løbende med input til kommende vejledninger fra både Forbrugerombudsmanden, styrelser og tilsyn.

Politisk interessevaretagelse

I år har emner som miljømæssig markedsføring samt Forbrugerombudsmandens regelsæt hertil og det kommende EU-regulativ om Green Claims fyldt meget.

Det samme har EU's kommende AI-Act, spilreklamer og forbud, politisk reklame, kommerciel ytringsfrihed og kommercielt smagsdommeri, generelle, ubegrundede angreb på markedsføringsbudgetter og meget mere.

Det har vi både som forening og sammen med Dansk Erhverv sat fokus på.

I Kreativitet & Kommunikation har vi både bidraget med høringssvar, pressearbejde- og omtaler, samarbejde med andre brancheforeninger, samt henvendelser til politiske

udvalgsmedlemmer, aktører og beslutningstagere. Konkret betyder dette, at vi gør opmærksom på konsekvenserne af de ændringsforslag, der er blevet stillet, for vores medlemsskare, og vi kommer selvfølgelig også med konstruktive forslag til ændringer.

Christiansborg & høringer

I 2023 har vi løbende været i dialog med både politikere, ministerier og andre stakeholders, for at påpege konkrete problemstillinger.

Det gælder ikke mindst ift. AI's indtog i samfunds- og erhvervsliv, hvor vi har gjort opmærksom på både faldgruber og rettighedsspørgsmål, men samtidig påpeget, hvordan AI er med til at effektivisere virksomhedernes arbejdsgange – og har en stor rolle at spille ift. innovation og nye forretningsmuligheder.

Det er vigtigt, at regulering af AI ikke må gå for vidt og kvæle de muligheder, som kunstig intelligens giver.

I 2023 har vi således svaret på høringer om AI og sikkerhedsrisici, grøn markedsføring, datasikkerhed og ændring i lov om ophavsret.

Kommende vejledninger og afgørelser fra blandt andet Datatilsynet fylder også meget i vores daglige arbejde.

Vi har et særligt fokus på afgørelser vedrørende tech-plattformene, og hvad det betyder for medlemmernes brug af samtykke, cookies, persondata og adfærdsbaseret markedsføring.

Gennem EACA, ICCO og Dansk Erhverv får vi løbende opdateringer på kommende EU-lovgivning, igangværende processer mm., som vi bruger i vores nationale politiske interessevaretagelse.



Presse og kommunikation

Kommunikations- og pressearbejdet ligger i naturlig forlængelse af hele foreningens interessevaretagelse – både den juridiske, politiske og europæiske.

I 2023 har vi fortsat vores systematiske presseindsats og kommunikationsstrategi fra 2022, vi har udviklet vores CVI, ligesom vi fortsat arbejder med vores webunivers.

Foreningen er stadig massivt til stede på sociale medier, og vi har haft debatindlæg i samtlige landsdækkende aviser, om lovgivning, herunder reklame for fossile produkter, temaer og bespænd, der fylder i industrien, og som er relevante for vores medlemmers betingelser for at drive forretning.

Repræsentation

Vi er repræsenteret i en række udvalg og bestyrelser, hvor vi opnår indflydelse på vegne af branchen, bl.a. under Dansk Erhverv:

- Rådgivningsudvalget
- Netværk for branchedirektører
- Det Kreative Panel
- Politisk Koordinationsudvalg
- Mediepolitisk Udvalg

Vores juridiske rådgivere og forretningschef repræsenterer os desuden i:

- Kulturministeriets Dialogforum
- EU's specialudvalg for konkurrenceevne, vækst og forbrugerspørgsmål
- Sø- og Handelsretten
- Alkoholreklamenævnet
- Løbende forhandlinger med Forbrugerombudsmanden
- Index Danmark, metodeudvalg
- Opgørelser over reklameforbruget i Danmark v./IRM – Advisory Board
- Carbon Footprint Initiative – Advisory Board
- Dansk Erhvervs arbejdsgruppe indenfor AI og ophavsret.



Indflydelsesindustrien som nøglespiller

Vi cementerer indflydelsesindustrien og bureauernes rolle som nøglespillere i samfundet, og værdien i at skabe omkostningseffektiv kommunikation, der flytter holdninger, adfærd og markedsandele. Det gør vi både via branchemedierne, de nationale medier, sociale medier, Folkemøde-debatter, events, partnerskaber og lignende.

Vores medlemmers kreative og effektive arbejde skaber fundamentet for stærk kommunikation om branchens værdi – og værdiskabelse. Herudover arbejder vi aktivt på at gøre vores medlemmer synlige til konferencer og events som oplægsholdere og thought leaders.

En branche der står sammen

Hos Kreativitet & Kommunikation arbejder vi målrettet på at være et samlingssted for vores medlemmer – både i konkret og fysisk forstand, men også i mere abstrakt forstand. Vi arbejder ikke kun for medlemmerne – vi arbejder for branchen generelt.

Med klubhuset i Bredgade 19E har vi skabt et rum, hvor vi kan samle erfaringer på tværs af medlemstyper og emner, og vi er med til at sikre, at hele medlemsskaren – og branchen i bred forstand – fortsat er en relevant medspiller i de vigtigste diskussioner. Her bidrager bl.a. vores netværk og udvalg med stærke faglige input.

At have begreb om værdi

Hvad det sige at være en indflydelsesindustri og en branche, som kan flytte holdninger, adfærd og markedsandele? Det er et af de emner, som fylder allermost, når vi i Kreativitet & Kommunikation for eksempel deltager i Folkemødet i Allinge. Her diskuteres branchens værdiskabelse og ansvar, og hvordan indflydelsesindustrien bidrager til samfundet på både de små og store dagsordenener.

I 2023 har vi også positioneret danske bureauer i en udgivelse fra Creative Denmark, som er en offentlig-privat instans med bred opbakning fra en række ministerier og de største danske

erhvervsorganisationer. Udgivelsen blev udgivet under Climate Week i New York, hvor vi kastede lys over, hvordan de danske, kreative bureauer spiller en central rolle i at flytte forbrugerne til at tage mere bæredygtige valg.

Branchens værdiskabelse fylder generelt i vores pressearbejde med konkrete cases fra vores medlemmer, på konferencer, via Effie Awards Denmark®, via bestyrelser, advisory boards og paneler, samt via strategiske partnerskaber, både i erhvervs- og foreningslivet.

Vi har sendt repræsentanter fra de danske PR/PA-bureauer til at dyste i den internationale konkurrence, PR World Cup 2023, og vi bliver løbende inddraget, når der skal udvælges danske repræsentanter til at sidde i juryer ved internationale konkurrencer.

Effie Awards Denmark 2023

I 2021 blev Kreativitet & Kommunikation godkendt som officiel dansk Effie-partner, hvilket betyder, at Effie Awards Denmark® er blevet afviklet for anden gang i 2023. Effie Awards Denmark hædrer den markedsføring og kreativitet, som påviseligt er bedst til at flytte både holdninger, præferencer og markedsandele, og prisuddelingen løb af stablen 16. november 2023.

Med Effie Awards Denmark fortsætter vi med at inspirere danske virksomheder og vise dem, hvilke fantastiske resultater man kan opnå ved at tænke ud af boksen, når det gælder markedsføringsstrategi, innovativ medieaktivering og kreativitet.

Samtidig får branchens også et udstillingsvindue til at profilere sig internationalt, hvor flere danske bureauer bl.a. var shortlistet og vandt priser til Effie Awards Europe.

Unikke fordele og tilbud

Vores medlemmer har adgang til en række unikke og relevante fordele og rabatter. I 2023 har vi tilføjet flere medieværktøjer til porteføljen, transaktionelle fordele, kurser og arrangementer, samt mere efteruddannelse.

Markedets bedste juridiske rådgivning

Vores juridiske rådgivere er bureauernes medspiller i det praktiske og kreative arbejde. De er dagligt i dialog med mange forskellige bureauer, hvor de hjælper dem fra idé til eksekvering, og afhjælper juridiske benspænd – hvad enten det er kreativt, kontraktuelt, rettmæssigt eller lignende.

Grøn markedsføring, AI, persondata og andre varme emner har fyldt meget i branchen i 2023. Vi har set – og ser fortsat – et øget fokus på bureauansvar fra både kunder, aktører og Forbrugerombudsmanden. Vores jurister hjælper medlemmerne med at leve op til deres ansvar på bureauerne.

I 2023 fik mange medlemmer besøg af vores jurister ude på bureauet. Det giver de ansatte et større kendskab til rådgivningen, og de får reel indsigt i, hvornår og hvordan de konkret kan bruge KreaKom i deres arbejde.

Skriv til os, hvis de også skal komme og besøge jer.

Viden og indsigt

Kreativitet & Kommunikation gennemfører løbende en række analyser, statistik, og indsamler branchetal med relevans for medlemmerne, som synliggør branchens værdiskabelse.

Kreativitet & Kommunikation har, sammen med Danske Medier Research, indgået samarbejde IRM, Institutet for Reklam- og Mediestatistik, som udarbejder årlige og kvartalsvise opgørelser over reklameforbruget i Danmark.

IRM's tal og markedsandele på platformene bliver spejlet i blandt andet Kreativitet & Kommunikations MediaIndex, som opgør reklameforbruget allokeret gennem mediebureauerne.

I 2023 har vi fået nye medieværktøjer på hylderne, blandt andet et partnerskab med ADNAMI, som er et værktøj, der skal optimere workflowet mellem reklamebureauer og mediebureauer i udvikling, optimering og deling af bannere.

Kreativitet & Kommunikation står bl.a. for, i samarbejde med Danske Medier, Nielsen og Kantar Gallup, følgende analyser og indsigter:

Mediaindex 2023

Kreativitet & Kommunikations Mediaindex er en opgørelse over omsætningen hos medier i Danmark og er baseret på indberetninger fra mediabureauerne, som varetager hovedparten af al indrykning i Danmark.

Opgørelsen er den eneste på markedet, der opgør efterspørgselssiden i branchen, og giver dermed det stærkeste grundlag for at afdække det danske reklamemarked i bredden og i dybden.

Mediabureauernes samlede medieinvesteringer faldt med 2 procent i 2023 sammenlignet med 2022.

Totalomsætningen på digitale medier holder sig nogenlunde stabil, mens øvrige hovedkategorier oplevede tilbagegang i løbet af 2023.

Kategorierne TV, Dagblade, Magasiner & Ugeblade samt Fagblade og tidsskrifter registrerer alle dobbeltcifrede tilbagegange. Radio, Biograf og Outdoor holdt sig til etcifrede tilbagegange.

Index Danmark – Danmarks største media- og marketinginformationssystem. Index Danmark/Gallup har siden 1996 indsamlet og rapporteret danskernes vaner og adfærd ved brug af branchens 'golden standard' dataindsamlings-metoder.

Samtidig videreudvikles Index'et løbende, baseret på de tendenser, der ses i befolkningen, og de forandringer der sker i lignende målinger i landene omkring os.

TV-meter systemet med officielle seertal for TV-stationerne. Gennem Kreativitet & Kommunikation har medlemmerne adgang til den officielle måling af seertal i Danmark. Målingen overgik pr. 1. januar 2022 hos Nielsen, efter i mere en 25 år at have ligget hos Kantar/Gallup. Streaming på streamingplatforme er her omfattet, og samtidig er husstandspanelet, der danner baggrund for målingen, udbygget med ca. 30 procent, så det omfatter min. 1.570 husstande.

Radio-meter systemet med officielle lyttertal fra Radio-meter og Lokalradio Index. Medlemmer har adgang til den officielle måling af radiolytning – Radiometer – hvor radiolytningen på minut-, program- og spotniveau måles via et panel, der alle er udstyret med elektroniske målere. Radiomåling har været til udbud i 2023 og det var den eksisterende udbyder, Kantar Gallup, der vandt udbuddet – og radiomåling fortætter således hos Kantar Gallup fremadrettet, startende fra 1.1.2024.

Specialudtræk på de Kreative Erhverv fra Danmarks Statistik. Kreativitet & Kommunikation monitorerer løbende de Kreative Erhverv gennem data fra Danmarks Statistik og laver specialudtræk for den kreative branche.

Nøgletalsrapport over Kreativitet & Kommunikations medlemmer.

Warc – Global Ad Trends World Advertising Research Center indhenter data omkring *ad spending* fra hele verden og udarbejder rapporter, der viser tendenser og trends.

Online Markedsstatistik – årlig opgørelse over den digitale annonceomsætning i Danmark.



Kontante fordele

I 2023 har det været en prioritet for Kreativitet & Kommunikation at videreføre samt udvide vores katalog af transaktionelle fordele.

Juridisk rådgivning: Vores dygtige, højt specialiserede juridiske rådgivere sidder klar til at hjælpe jer med alt det komplicerede, og vi kommer også meget gerne ud og fortæller om vores juridiske ydelser.

Whistleblowerordning: Kreativitet & Kommunikation tilbyder, i samarbejde med Nordic Whistle, en whistleblowerordning, der giver medlemmer unik mulighed for at tegne en nem og sikker whistleblowerordning til en favorabel pris.

Rabat på indsendelser til Effie Awards

Denmark: Som medlem af Kreativitet & Kommunikation får du rabat på dine indsendelser til Effie Awards Denmark.

Medieovervågning: Retriever giver fordelagtige priser på medieovervågning. Med medieovervågning kan man holde øje med omtaler; hvad medierne har skrevet om jer, jeres branche, kunder eller konkurrenter. Retriever leverer hver morgen et overblik via mail for de emneområder, der er særligt interessante for jer.

Barselsrådgivning: VÆRDBAR yder rådgivning om strategisk håndtering af barsel. Reglerne om øremærket barsel betyder, at barselshåndtering er et nyt konkurrenceparameter. Vi har lavet en aftale, der giver vores medlemmer fordelagtige priser på VÆRDBAR's ydelser.

Europas førende Consent Management Platforms, Cookie Information. Med Cookie Information overholder hjemmesider GDPR, uden at man mister data fra Google Ads og Analytics.

Rabatportal Visma Logbuy: Alle medlemmer af Kreativitet & Kommunikation får adgang til Visma LogBuys B2B & B2C rabatunivers. Her findes mere end 2800 rabataftaler på alt fra elektronik, firmajulegaver, kontorartikler, rejser, restaurantbesøg, tøj, boligtilbehør og meget mere. Alle ansatte hos vores medlemsbureauer får også adgang til rabatportalen. Og du har muligheden for at tilbyde dine medarbejdere adgang.

Kantar/Gallup: Kreativitet & Kommunikation har sammen med Danske Medier indgået aftale med Kantar/Gallup ift. den løbende monitorering af danskernes medie- og mærkevarerforbrug, samt livsstil, adfærd, sociodemografi, interesser, aktiviteter og holdninger, og kan derfor tilbyde adgang til særligt fordelagtige priser.

GDPR-hjælp: Sammen med Bech Bruun har vi lavet et skræddersyet værktøj til kommunikationsbranchen til GDPR-compliance, som kan fås til en særdeles fordelagtig pris.

Gratis mødefaciliteter: KreaKoms medlemmer kan benytte vores flotte og funktionelle mødelokaler i klubhuset i Bredgade 19E i det indre København.

ESG-rapportering: KreaKom har indgået samarbejde med ESG-rapporteringsplatformen Valified, som kan hjælpe dig og dit bureau med at blive skarpe på bæredygtighed, i takt med at forventninger og krav vokser og udvikler sig på dette område

Medlemskabet af Dansk Erhverv: Som medlem af Kreativitet & Kommunikation er man også medlem af Dansk Erhverv - full service. Her får man adgang til al rådgivning indenfor ansættelses- og arbejdsret, HR og arbejdsmiljø, samt adgang til den økonomisk attraktive DA-barselsfond og fordelagtige pensionsordning.

ADNAMI: Nu optimeres flowet mellem reklame- og mediebyureauer. Med ADNAMI's bannertool kan KreaKom-medlemmer, gratis, bygge bannere, og spare en masse fakturerbar tid og skabe smidigere arbejds gange

Rabat på arrangementer hos Klub i København K: KreaKom har indgået partnerskab med Klub – et kontorlejerfællesskab – bl.a. på kuvertpriserne, så nu kan vores medlemmer bruge disse faciliteter, om der så er tale om en fest, et mindre møde, eller noget helt tredje

Zoios trivselsmåling: Nu kommer trivsel på formel, i den forstand, at du, via dit KreaKom-medlemskab, får adgang til People & Culture-dataplatformen Zoios, som hyppigt foretager trivselsundersøgelser for dig.

20% på Contentlinjen, Reklamelinjen, AD-linjen og Tekstlinjen: Som brancheforening giver vi tilskud, når dine talenter skal opkvalificeres og inspireres på nogle af branchens bedste uddannelser

Tilskud til strategiuddannelsen: KreaKom støtter, hvis du vil på Masterclass i Strategy & Insight, som er en tremåneders strategiuddannelse

Rabat på KreaKom og Dansk Erhvervs lederuddannelse, målrettet både nye og mere erfarne ledere i branchen, som trænger til input og ny inspiration.



Krea KOM

Kreativitet & Kommunikation

Bredgade 19E
1260 København K
Tlf. +45 33 13 44 44
www.kreakom.dk