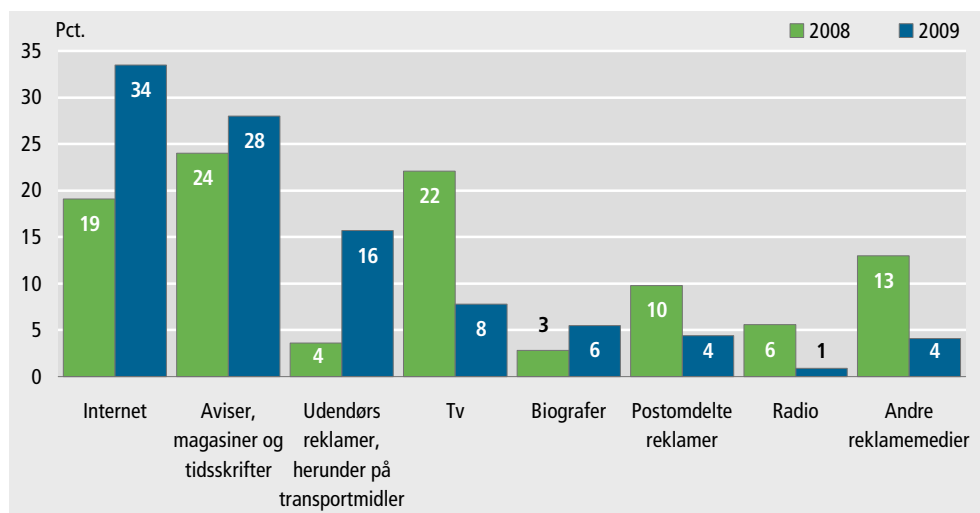


## Internettet er nu det største reklamemedie

Reklame- og markedsføringsbureauers salg af reklameplads og -tid i 2009 har ændret sig betydeligt i forhold til 2008. *Internettet* er blevet det største reklamemedie med lidt over en tredjedel af omsætningen, hvor det i 2008 udgjorde 19 pct. Salget af *udendørsreklamer* og *biografreklamer* steg dog mest. *Udendørsreklamer* steg fra 4 pct. af omsætningen i 2008 til 16 pct. i 2009, mens *biografreklamer* steg fra 3 pct. til 6 pct. af omsætningen.

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



### Salg af reklamer på tv havde størst fald

Salget af reklamer via *tv* faldt mest, nemlig fra 22 pct. af omsætningen i 2008 til 8 pct. i 2009. Salget via *andre reklamemedier* faldt fra 13 pct. til 4 pct. af omsætningen.

### Totalrådgivning er steget mest

Reklame- og markedsføringsbureauer omsatte i alt for 18 mia. kr. i 2009. De tre største serviceydelser *salg af reklameplads/-tid i medier*, *totalrådgivning* og *anden reklamevirksomhed* er nogenlunde lige store, og udgør hver omkring eller lidt over en fjerdedel af omsætningen. *Totalrådgivning*, som bl.a. omfatter planlægning af reklamekampagner, er steget mest og står for 26 pct. af omsætningen i 2009 mod 21 pct. i 2008, mens de to andre serviceydelser ligger nogenlunde uændret.

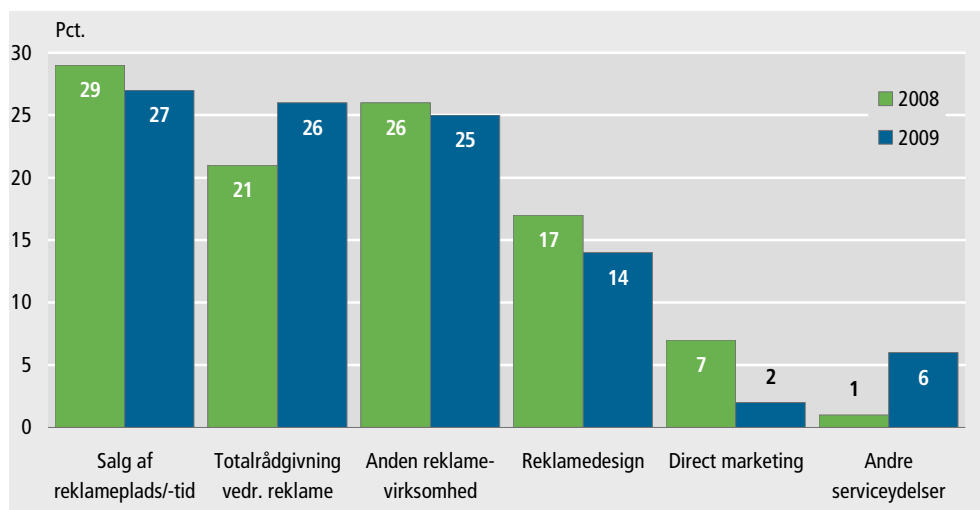
*Anden reklamevirksomhed* omfatter fx opsætning af udendørs reklamer, dekoratørvirksomhed, indretning af vinduesudstillinger og udstillingslokaler, distribution af reklamemateriale eller vareprøver og annonceekspedition.

### Størst fald i omsætning inden for direct marketing

Det største fald ses inden for serviceydelsen *direct marketing*, som faldt fra 7 pct. af omsætningen i 2008 til 2 pct. i 2009. *Direct marketing* omfatter kontakt til kunder med henblik på salg eller levering af reklamebudskab.



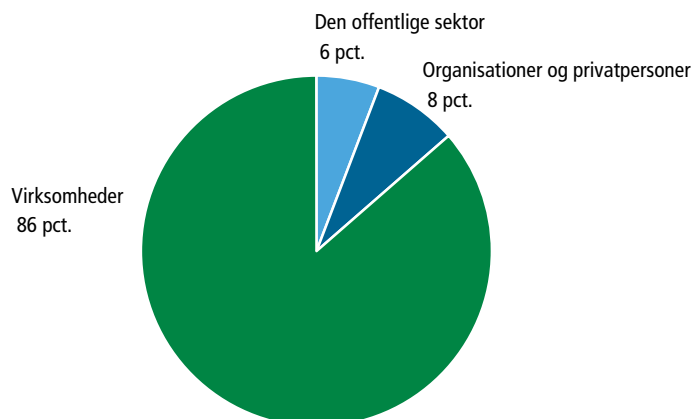
## Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på serviceydelser



### Virksomheder er største kundegruppe

Med 86 pct. af omsætningen er de private virksomheder den største aftager af reklame- og markedsføringsydelser. Organisationer og privatpersoner tegner sig for 8 pct., mens 6 pct. af omsætningen stammer fra den offentlige sektor.

### Reklame- og markedsføringsbureauer, omsætning fordelt på kunde grupper. 2009



Mere information

Se mere detaljerede resultater på [www.dst.dk/stattabel/967](http://www.dst.dk/stattabel/967).

Kilder og metoder

Se [www.dst.dk/varedeklaration/110729](http://www.dst.dk/varedeklaration/110729). I Produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2009 indgår brancherne (DB07): reklamebureauer (731100), anden reklamevirksomhed (731190) og reklameplads i medier (731200).

Næste offentliggørelse

*Produktstatistik for reklame- og markedsføringsbureauer 2010* udkommer uge 40 i 2011.

Henvendelse

Ludmila Glinska, tlf. 39 17 38 81, [lgl@dst.dk](mailto:lgl@dst.dk)  
Ea Lahn Mittet, tlf. 39 17 32 56, [elm@dst.dk](mailto:elm@dst.dk)