

# DET DANSKE REKLAMEMARKED

ANNONCEOMSÆTNINGEN 1. HALVÅR 2011

*AD SPEND 1ST HALF YEAR 2011*

UDARBEJDET AF DANSK OPLAGSKONTROL

# DET DANSKE REKLAMEMARKED

## 1. HALVÅR 2011

### FORORD

Siden 1994 har Dansk Oplagskontrol hvert år gennemført og offentliggjort en undersøgelse af reklameomsætningen i danske medier (reklameforbruget).

Efter ønske fra medieorganisationer, mediebyureauer, forskere o.a. har Dansk Oplagskontrol siden 2009 gennemført og offentliggjort en halvårlig undersøgelse af annonceomsætningen i trykte og elektroniske medier.

Dansk Oplagskontrol takker sponsorerne bag både nærværende og den årlige rapport. Sponsorerne er AFA JC Decaux A/S, Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder, Clear Channel A/S, Dansk Annoncørforening, Grafisk Arbejdsgiverforening, Post Danmark, Team Danmark og TV 2 Danmark.

### DEFINITIONER

Annonceomsætning (Ad Spend) er medias salg af annonceplads fratrukket enhver

form for provision, godtgørelser, rabatter og moms.

### METODE

Medieejerne og/eller deres forening eller deres salgsorganisation(er) er blevet opfordret til at indrapportere omsætningstal for 1. halvår 2011.

### STYREGRUPPE

Sekretariatschef Marianne Bugge Zederkof, Ugeaviserne har fungeret som formand for styregruppen og ekstern lektor, cand.scient.soc Ole E. Andersen, Copenhagen Business School (CBS) har medvirket som særlig sagkyndig.

København, oktober 2011

### Allan Lillelund

Direktør, Dansk Oplagskontrol

# KOMMENTARER TIL DE ENKELTE MEDIEGRUPPER

## DAGBLADE

Gruppen inkluderer såvel betalte hverdags- og søndagsaviser som gratis dagblade. Danske Dagblades Forening er primær kilde.

## LOKALE OG REGIONALE UGEAVISER

Salgsorganisationen De Lokale Ugeaviser samt Søndagsavisen har indrapporteret omsætningstal.

## KØBTE MAGASINER

Dansk Magasinpresses Udgiverforening er primær kilde.

## ANDRE (GRATIS) MAGASINER

Opgørelsen bygger på indrapporterede omsætningstal og evaluering. Omsætningen for 1. halvår 2010 er tilrettet på baggrund af ny indrapportering.

## FAGBLADE OG TIDSSKRIFTER

Foreningen Danske Specialmedier er primær kilde.

## PLAKAT OG TRAFIK/OUTDOOR

Opgørelsen bygger på indrapporterede omsætningstal og evaluering.

## TV

Opgørelsen bygger på indrapporterede omsætningstal og evaluering.

## RADIO

Opgørelsen bygger på indrapporterede omsætningstal og evaluering.

## BIOGRAF

Opgørelsen bygger på indrapporterede omsætningstal fra Dansk Reklame Film.

## INTERNET

Foreningen af Danske Interaktive Medier, FDIM, er eneste kilde. Foreningen kan ikke opgøre halvårs omsætningen på produkterne: Søgeordsannoncering og Permission marketing, som heller ikke kan evalueres.

## GENEREL BEMÆRKNING

En alt-i-alt sammenligning med resultatet for helåret 2010 kan på grund af nævnte begrænsning i opgørelsen af Internet ikke foretages, ligesom mediagruppen Årlige Publikationer ikke er medtaget i nærværende rapport.

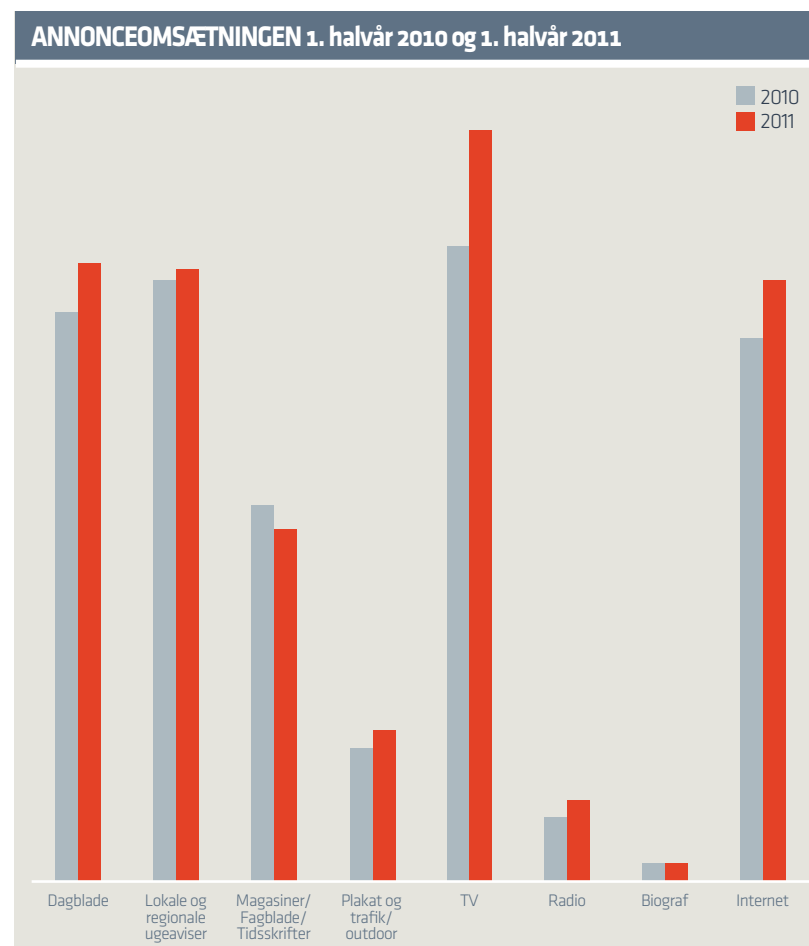
# ANNONCE- OMSÆTNINGEN

1. HALVÅR 2010 OG 1. HALVÅR 2011

# TABEL 1

## Annonceomsætningen 1. halvår 2010 og 1. halvår 2011 (mio. kr. løbende priser)

| MEDIE                                  | 1. halvår 2010 | 1. halvår 2011 | ændring i % |
|--|----------------|----------------|-------------|
| DAGBLADE                               | 985            | 1.016          | + 3         |
| TEKST                                  | 606            | 641            | + 6         |
| RUBRIK                                 | 353            | 345            | - 2         |
| INDSTIK                                | 26             | 30             | + 15        |
| LOKALE OG REGIONALE UGEAVISER          | 1.034          | 1.057          | + 2         |
| MAGASINER/FAGBLADE/TIDSSKRIFTER        | 632            | 610            | - 3         |
| KØBTE MAGASINER                        | 155            | 166            | + 7         |
| ANDRE (GRATIS) MAGASINER               | 140            | 134            | - 4         |
| FAGBLADE OG TIDSSKRIFTER               | 337            | 310            | - 8         |
| PLAKAT OG TRAFIK/OUTDOOR               | 227            | 262            | + 15        |
| TV                                     | 1.106          | 1.331          | + 20        |
| RADIO                                  | 109            | 138            | + 27        |
| BIOGRAF                                | 28             | 29             | + 4         |
| INTERNET                               | 936            | 1.040          | + 11        |
| BANNERE OG PARTNERSKABER               | 538            | 618            | + 15        |
| JOBANNONCER                            | 103            | 121            | + 17        |
| MARKEDSPADSER                          | 277            | 295            | + 6         |
| SØGEORDSANNONCERING                    | N.A            | N.A            |             |
| PERMISSION MARKETING OG DIVERSE        | N.A            | N.A            |             |
| DIVERSE                                | 18             | 6              | - 67        |
| <b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT MIO. KR.</b> | <b>5.057</b>   | <b>5.483</b>   | <b>+ 8</b>  |



# ANDEL AF ANNONCEMARKEDET

1. HALVÅR 2010 OG 1. HALVÅR 2011

## TABEL 2

Andel af annoncemarkedet 1. halvår 2010 og 1. halvår 2011 i %

| MEDIE                           | 1. halvår 2010 | 1. halvår 2011 |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| DAGBLADE                        | 19             | 19             |
| TEKST                           | 12             | 12             |
| RUBRIK                          | 7              | 6              |
| INDSTIK                         | <1             | 1              |
| LOKALE OG REGIONALE UGEAVISER   | 20             | 19             |
| MAGASINER/FAGBLADE/TIDSSKRIFTER | 13             | 11             |
| KØBTE MAGASINER                 | 3              | 3              |
| ANDRE (GRATIS) MAGASINER        | 3              | 2              |
| FAGBLADE OG TIDSSKRIFTER        | 7              | 6              |
| PLAKAT OG TRAFIK/OUTDOOR        | 4              | 5              |
| TV                              | 22             | 24             |
| RADIO                           | 2              | 3              |
| BIOGRAF                         | 1              | <1             |
| INTERNET                        | 19             | 19             |
| BANNERE OG PARTNERSKABER        | 11             | 11             |
| JOBANNONCER                     | 2              | 2              |
| MARKEDSPLADSER                  | 6              | 6              |
| SØGEORDSANNONCERING             | N.A            | N.A            |
| PERMISSION MARKETING            | N.A            | N.A            |
| DIVERSE                         | <1             | <1             |
| <b>ANNONCEMARKEDET I ALT %</b>  | <b>100</b>     | <b>100</b>     |

