

Välgörenhet utgör budskapet i 10% av Kulturreklams utomhusytor

För nionde året i rad upplåter Kulturreklam en stor andel av sina reklamtyor åt exponering av välgörenhet. Under fjolåret 2021 hade ca 10% av Kulturreklams totala antal exponeringar ett välgörenhetsbudskap som kommunicerades. Situation Sthlm är den mest frekventa avsändaren.

Kulturreklam erbjuder utomhusreklam i drygt 5 000 reklamtyor, huvudsakligen i Stockholm. Reklamtyorna upplåts för aktörer och budskap med koppling till kultur, idrott, föreningsliv, samhällsinformation och välgörenhet. Under pandemin tillåts alla aktörer synas i Kulturreklams ytor.

Kulturreklam har sedan ett par år tillbaka en uttalad målsättning att upplåta minst fem procent av sina reklamtyor till välgörenhet. Under 2019 hade 7,5% av budskapen i Kulturreklams kanaler en välgörenhetsorganisation som avsändare, under 2020 dubblerades denna siffra till 15%, 2021 var siffran knappt 10% det vill säga tillbaka på mer normal prepandemisk nivå men fortfarande hög – både i sig själv och i förhållande till målsättningen.

– Vi är glada och stolta att kunna fortsätta erbjuda förmånlig utomhusreklam för olika välgörenhets- och biståndsorganisationer i så pass stor omfattning som vi gör. Det är viktigt i sig och för oss som företag, säger **Carl Jurell, VD på Kulturreklam**.

– Samarbetet med Kulturreklam betyder väldigt mycket för Situation Sthlm. Det finns nästan ingen annan plats som kommer lika nära både säljarna och köparna. Situation Sthlms budskap hos Kulturreklam har blivit något av en institution på Stockholms gator, precis som tidningen Situation Sthlm och säljarna, säger **Pia Stolt, VD på Situation Sthlm**.

För mer information: Carl Jurell, 0733-82 81 03 – carl@kulturreklam.se

Kulturreklam är ett företag som erbjuder utomhusreklam i ca 5 000 olika kontaktytor i Stockholms utomhusmiljö, fördelat på fem olika mediakanaler: Kulturtavlor på lyktstolpar, Affischramar på elskåp, Stortavlor på husfasader, Evenemangsbanér på lyktstolpar och Kulturramar i tunnelbanan. Dessa ytor och kanaler upplåts åt aktörer och budskap med koppling till kultur, idrott, föreningsliv, välgörenhet och samhällsinformation. Under Covid19-pandemin är de flesta av Kulturreklams annonsytor tillgängliga för alla typer av aktörer och avsändare.