

PRESSMEDDELANDE 2013-04-24

Sponsring och event fortsätter växa

Svensk Reklammarknad 2012 visar på ett bra år för sponsrings- och evenemangsindustrin.

Sponsring och event tillhör den del av svensk marknadskommunikation som växer, medan reklammarknadens omsättning minskar. Detta visar Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) i sin senaste rapport *Svensk Reklammarknad 2012*, som ger en översikt över reklamåret.

När IRM presenterar investeringar i marknadskommunikation för eventmarknadsföring och sponsring visar den en fortsatt ökning i investeringar under fjolåret. Eventmarknadsföring ökar med 4,1 procent, vilket motsvarar 3,8 miljarder och sponsring med 4,3 procent, motsvarande 6 miljarder. Den totala omsättningen uppgick därmed till knappt 10 miljarder. I beaktande att detta är exklusive företagsinterna event, som inte inkluderas i mätningarna.

Vid summering av stora reklamkakan, som innehåller köpt reklamplats, visar det sig att marknaden som helhet med övrig marknadskommunikation samt reklamproduktion 2012 omsätter drygt 67 miljarder, vilket är en marginell nedgång i förhållande till 2011.

Mässor, sponsring och event marketing är några av de kategorier som har haft bäst utveckling under 2012, förklarar IRMs VD Madeleine Thor. Denna del av marknadskommunikation tar andelar från köpt medieutrymme.

"Med en omsättning på 10 miljarder är jag övertygad om att sponsring och event ytterligare kommer att stärka sina positioner. Ökningen som skett visar på att allt fler förstår kraften med eventmarknadsföring och sponsring som kommunikationsbärare. Att detta dessutom skett trots tufft konjunkturläge är mycket glädjande."

- Niklas Birgetz, VD, Sponsrings & Eventföreningen

Mer om Sponsrings & Eventföreningen på www.sefs.se

För mer information, vänligen kontakta:

Sponsrings & Eventföreningen, Niklas Birgetz, niklas.birgetz@sefs.se, + 46 (0) 70 782 68 16

Marknadskommunikation 2012

Mkr, löpande priser, netto inklusive reklamskatt, förändring i procent.

	2012	±%
<u>Medieinvesteringar</u>		
Dagspress totalt	6 881	-12,3
Gratisdistribuerade tidningar	2 507	-3,6
Tidskrifter	1 760	-9,4
Annonssilagor	465	-7,1
Tryckta kataloger	493	-28,1
Direktreklam	3 840	-3,5
TV	5 925	4,0
Text-TV	10	-23,4
Radio	672	-11,2
Bio	113	-10,3
Internet	7 674	9,9
Mobilmarknadsföring (distribution)	381	101,2
Utomhusreklam	1 030	-5,7
Butiksmedia	96	-13,3
Summa medieinvesteringar	31 847	-2,1
<u>Övriga investeringar i marknadskommunikation</u>		
Butikspromotion exklusive butiksmedia	3 778	2,4
Eventmarknadsföring	3 761	4,1
Mässor	3 979	13,0
Presentreklam	5 181	-0,8
Sponsring	6 089	4,3
Summa övriga investeringar i marknadskommunikation	22 789	4,1
<u>Produktionskostnader</u>		
Byråproduktion	3 358	-6,2
Produktion webb- och mobilmarknadsföring	707	16,2
Designproduktion	668	5,5
Produktion direktreklam	5 953	-3,5
Produktion bilagor	692	-7,1
Produktion kund/företagstidning	623	-2,5
Summa produktionskostnad	12 055	-3,0
Total marknadskommunikation	66 690	-0,2

Källa: IRM