

**Mediebyråbarometern för augusti 2008****Nedgång i medieinvesteringarna**

**Annonsvolymerna som förmedlas av medlemmarna i Sveriges Mediebyråer minskade under sommarmånaderna. Under augusti minskade investeringarna med 5 procent, jämfört med augusti 2007. Sett till helåret har dock annonsvolymerna ökat med cirka 8 procent. Totalt motsvarar de förmedlade volymerna cirka 7,6 miljarder kronor.**

– De stora vinnarna hittills i år är internet och TV samt dagspress landsort. Internet ökar med 3 procent i augusti men visar en total uppgång på 22 procent för helåret, säger Per Rosvall, vd för Sveriges Mediebyråer.

OS har påverkat resultatet för TV under augusti. OS-sändningarna i SVT innebar en lägre tillgång på reklamkontakter hos de övriga TV-kanalerna, vilket i sin tur ledde till lägre investeringar totalt. Detta förklarar till viss del varför investeringarna i TV har gått ned med 5 procent under augusti, men upp 8 procent sett till hela året.

Radio som fram till halvårsskiftet hade ökat 5 procent tappar 46 procent i juli och fortsätter sin nedgång med en minskning på 32 procent i augusti. Därmed har radio backat med 3 procent under 2008 jämfört med 2007.

– Vi ser flera tendenser till att annonsörerna har blivit försiktigare med sina reklaminvesteringar, vilket syns i statistiken för juli och augusti. Till viss del neutraliseras denna tendens för våra medlemmar eftersom deras andel när det gäller annonsering på internet har ökat, säger Per Rosvall.

De medieägare som drabbas hårdast är de som inte tidigt på året har ingått årsavtal med sina annonsörer. Långsiktiga avtal kan visa sig betydelsefulla under perioder när annonsörernas investeringar kan komma att justeras.

Dagspress landsort ökar med 18 procent hittills under 2008, medan dagspress storstad minskar med 3 procent i år. Kvällspress går ner med 21 procent under augusti och har totalt sett minskat med 2 procent i år. Utomhusreklam, som efter ett starkt andra kvartal, minskar med 7 procent i augusti ligger ändå på plus 3 procent under 2008.

**Mediekategorier som har ökat i augusti:**

- Dagspress landsort 7 procent
- Internet 3 procent

**Större mediekategorier som går ner i augusti:**

- Radio -32 procent
- Kvällspress -21 procent
- Veckopress -8 procent
- Utomhus -7 procent
- TV -5 procent

För ytterligare kommentarer vänligen kontakta:

**Per Rosvall**, VD Sveriges Mediebyråer, 08-662 15 23, 070-266 15 23

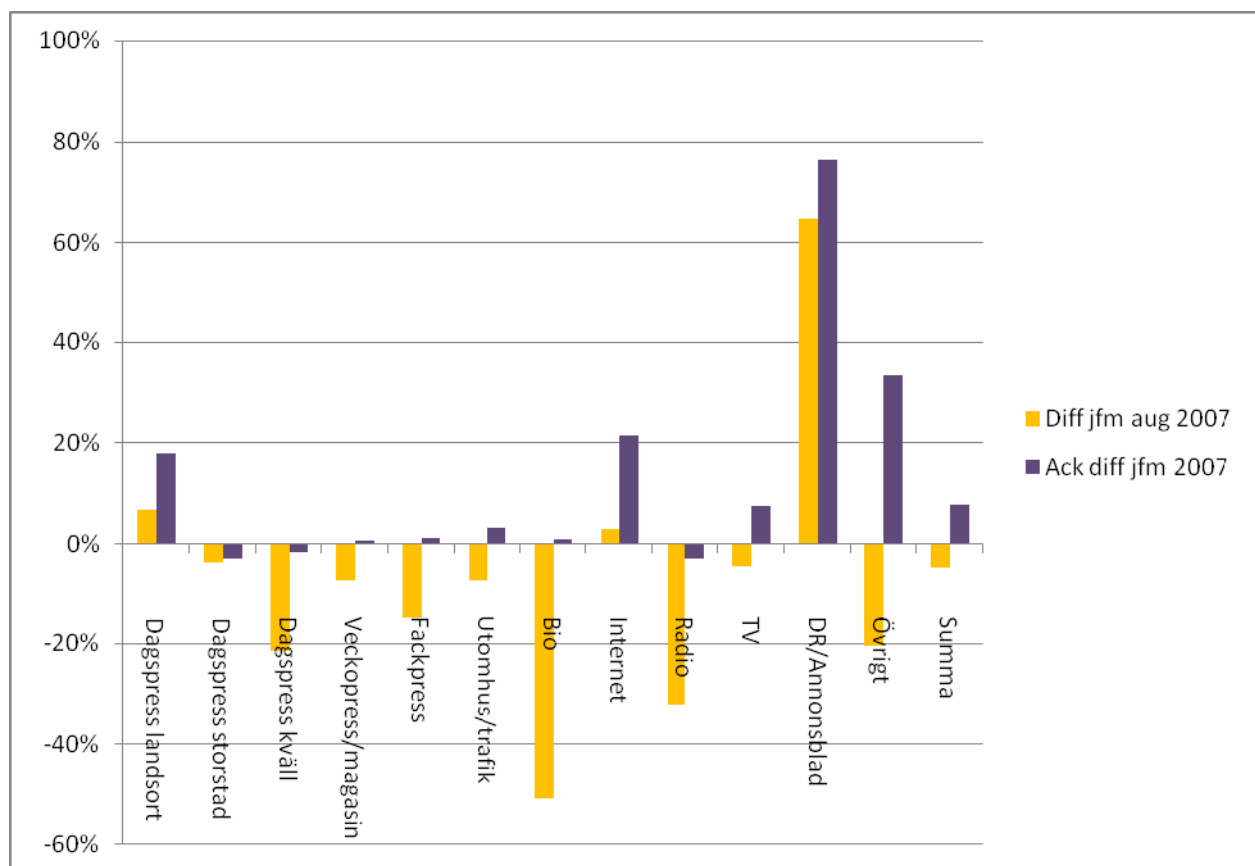
**Martin Hugosson**, MD, OMD Göteborg, tel. 0704-10 59 13

*Se bifogade tabeller nedan.*



**Mediebyråbarometern för augusti 2008**

Mediebyråbarometern	Aug 2008	Aug 2007	diff	Ack 2008	Ack 2007	diff
Dagspress landsort	73 160 218	68 511 683	7%	730 126 901	618 648 513	18%
Dagspress storstad	131 486 155	136 740 681	-4%	1 273 227 000	1 311 825 796	-3%
Dagspress kväll	31 822 857	40 509 254	-21%	374 800 071	380 683 214	-2%
Veckopress/magasin	36 657 877	39 640 387	-8%	385 451 741	382 760 592	1%
Fackpress	18 880 880	22 157 417	-15%	208 554 090	205 851 929	1%
Utomhus/trafik	53 168 427	57 453 786	-7%	491 857 904	476 649 236	3%
Bio	3 391 670	6 879 139	-51%	34 950 034	34 651 399	1%
Internet	74 725 391	72 529 868	3%	893 740 715	734 788 272	22%
Radio	17 295 677	25 467 586	-32%	226 728 453	233 474 896	-3%
TV	269 620 513	282 626 455	-5%	2 663 610 151	2 475 328 964	8%
DR/Annonsblad*	21 117 875	12 812 937	65%	166 487 489	94 428 134	76%
Övrigt	20 058 613	25 216 114	-20%	176 084 364	131 950 140	33%
<b>Summa</b>	<b>751 386 153</b>	<b>790 545 307</b>	<b>-5%</b>	<b>7 625 618 913</b>	<b>7 081 041 084</b>	<b>8%</b>



\*I tabellerna ovan har de mindre kategorierna annonsblad och direktreklam slagits samman under rubriken DR/Annonsblad. Eftersom volymerna när det gäller dessa mediaslag är små för medlemmarna i Sveriges Mediebyråer tas dessa siffror inte med i listan över mediaslag som ökar/minskar mest varje månad.

**Metod:** Sveriges Mediebyråer sammanställer varje månad med start i augusti 2006 hur mycket pengar som investerats i media via medlemsföretagen. Statistiken tas fram av Kalin Setterberg via de ekonomisystem

# Sveriges Mediebyråer

som

använder och håller mycket hög kvalitet. Medlemmarna i Sveriges Mediebyråer hanterar de flesta av Sveriges största annonsörer. From oktober månad 2006 har fler mediebyråer tillkommit i rapporteringen. Sveriges Mediebyråer i samarbete med Kalin Setterberg.

mediebyråerna