

**Mediebyråbarometern för januari 2021****Tvärnit för medieinvesteringarna under årets första månad**

**Medieinvesteringarna, förmedlade via Sveriges Mediebyråers medlemmar, minskade under årets första månad med 18,4 procent, jämfört med samma period föregående år. En majoritet av mediekategorierna backade under månaden och tuffast hade kategorin utomhus/trafikreklam som backade med hela 58,1 procent. Totalt förmedlades under januari drygt 880 miljoner kronor.**

Under årets första månad minskade medieinvesteringarna med 18,4 procent, jämfört med samma månad föregående år. Det är den svagaste noteringen för en januarimånad sedan 2010. Endast två mediekategorier gick mot strömmen; online video och sociala medier som ökade med 5,8 respektive 1,3 procent.

– Medieinvesteringarna backade kraftigt under januari och uppvisade en negativ tillväxt om 18,4 procent. Efter ett relativt starkt fjärde kvartal, där medieinvesteringarna endast föll med 4,5 procent, är detta mycket förvånande. Siffrorna visar att annonsörer och mediebyråer inleder året mycket försiktigt. Smittspridningen och rådande restriktioner är faktorer som med säkerhet spelar in. Om detta är signifikant för resten av 2021 är för tidigt att sia om – men januari blev en mycket svag månad för medieinvesteringarna, säger Daniel Eriksson, styrelseordförande för Sveriges Mediebyråer.

En majoritet av mediekategorierna uppvisade negativ tillväxt under årets första månad. Den kategori som backade mest under januari var utomhus/trafikreklam med en negativ tillväxt om 58,1 procent – en nivå som motsvarar medieinvesteringarna för kategorin 2010. Även DR/annonsblad, dagspress storstad, dagspress landsort, populärpress, radio, fackpress, online display, dagspress kväll, TV samt sök backade i januari.

– Bortsett från bio är det tryckta medier som drabbas hårdast. Printinvesteringarna rasade från redan låga nivåer och den samlade nedgången landade på 34 procent. Under januari 2021 investerades print för drygt 50 miljoner kronor, motsvarande siffra för bara sju år sedan var 200 miljoner. Även den största kategorin TV föll kraftigt under månaden. TV-köpen har inte varit så här låga sedan 2010. Även de digitala köpen minskade med 8 procent, drivet av online display. Det finns stor anledning för medieägarna att känna oro inför 2021. Annonsörerna är mycket försiktiga vid ingången av året, och annonsvolymen och priser faller snabbt. Om inte myndigheter och vaccineringsprogram mildrar pandemin inom kort kommer många medier att få stora bekymmer, säger Jochum Forsell, senior partner, Hear Mediebyrå.

**För ytterligare kommentarer vänligen kontakta:**

Daniel Eriksson, styrelseordförande Sveriges Mediebyråer, VD Mediebyrå AdOn, tel. 070 957 40 20  
Jochum Forsell, senior partner, Hear Mediebyrå, tel. 070 188 14 53

**Kommande publiceringsdatum: 9/3, 6,4, 11/5**

Prenumerera på Mediebyråbarometern Premium och få tillgång till interaktiva grafer och Excel-rapporter med statistik för alla medieslag. Du får även tillgång till all datahistorik över medieköp sedan 2006. Läs mer här: [www.sverigesmediebyraer.se/barometrar/](http://www.sverigesmediebyraer.se/barometrar/)

**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 som mediebyråerna använder, och håller mycket hög kvalitet. Medlemmarna i Sveriges Mediebyråer hanterar de flesta av Sveriges största annonsörer. Från och med oktober 2006 har fler mediebyråer tillkommit i rapporteringen.

## Mediekategorier som ökat i januari 2021

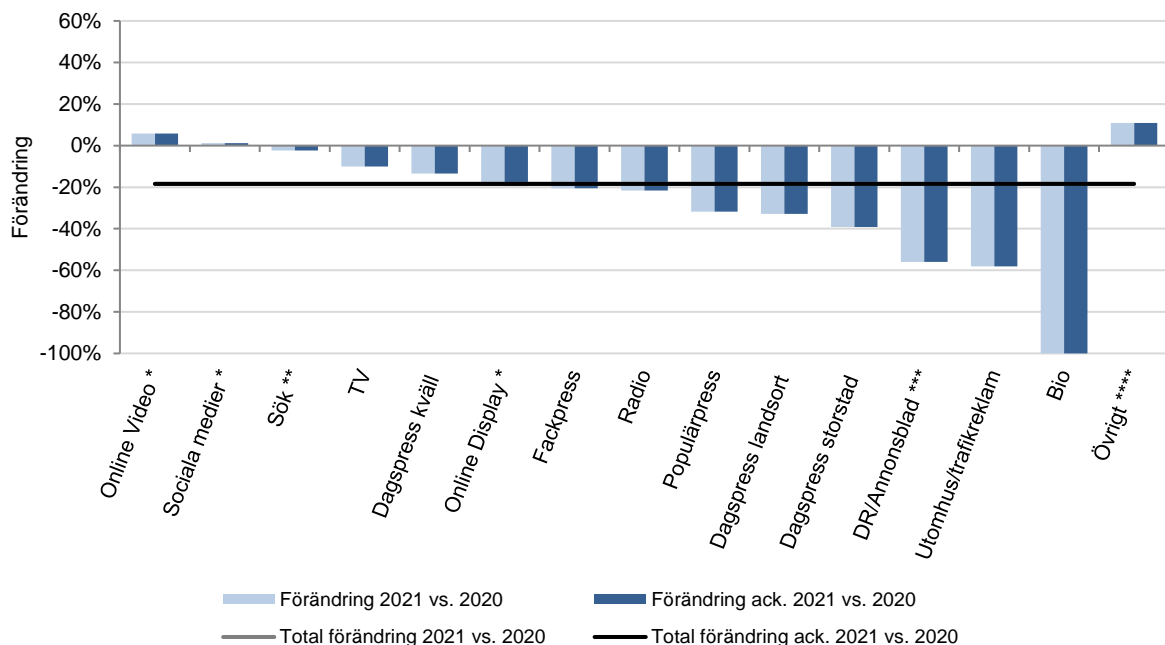
Online Video \*  
Sociala medier \*

## Mediekategorier som minskat i januari 2021

5,8% Bio  
1,3% Utomhus/trafikreklam  
DR/Annonsblad \*\*\*  
Dagspress storstad  
Dagspress landsort  
Populärpress  
Radio  
Fackpress  
Online Display \*  
Dagspress kväll  
TV  
Sök \*\*  
Övrigt \*\*\*\*

## Mediebyråbarometern

Jan	Jan 2021	Jan 2020	Diff jan	Ack 2021	Ack 2020	Ack diff
Dagspress landsort	28 425 300	42 352 180	-32,9%	28 425 300	42 352 180	-32,9%
Dagspress storstad	19 354 719	31 820 417	-39,2%	19 354 719	31 820 417	-39,2%
Dagspress kväll	3 092 456	3 572 822	-13,4%	3 092 456	3 572 822	-13,4%
Populärpress	3 575 236	5 242 049	-31,8%	3 575 236	5 242 049	-31,8%
Fackpress	2 220 745	2 792 001	-20,5%	2 220 745	2 792 001	-20,5%
Utomhus/trafikreklam	49 258 109	117 516 739	-58,1%	49 258 109	117 516 739	-58,1%
Bio	0	12 973 484	-100,0%	0	12 973 484	-100,0%
Online Display *	167 582 724	207 944 855	-19,4%	167 582 724	207 944 855	-19,4%
Online Video *	78 127 195	73 852 786	5,8%	78 127 195	73 852 786	5,8%
Sociala medier *	94 654 057	93 466 631	1,3%	94 654 057	93 466 631	1,3%
Sök **	70 551 882	72 206 217	-2,3%	70 551 882	72 206 217	-2,3%
Radio	34 314 542	43 763 230	-21,6%	34 314 542	43 763 230	-21,6%
TV	296 603 716	329 989 979	-10,1%	296 603 716	329 989 979	-10,1%
DR/Annonsblad ***	9 177 027	20 851 313	-56,0%	9 177 027	20 851 313	-56,0%
Övrigt ****	24 668 813	22 235 960	10,9%	24 668 813	22 235 960	10,9%
<b>Summa</b>	<b>881 606 521</b>	<b>1 080 580 664</b>	<b>-18,4%</b>	<b>881 606 521</b>	<b>1 080 580 664</b>	<b>-18,4%</b>



### Noter:

\*Tidigare kategorin "Internet" särredovisas från och med januari 2018, inklusive jämförelsesiffror 2017, i tre kategorier "Online Display", "Online Video" och "Sociala medier"

\*\*Kategorin "sök" är ny fr.o.m. november 2009 och redovisar investeringar gjorda i sökordsmarknadsföring så som sponsrade länkar och ord. Sök var tidigare inbakad i kategorin internet.

\*\*\*I tabellen ovan har medier som tidigare ingick i framför allt kategorin "övrigt", men även i underkategorin "bilagor" (ingick tidigare i de tre dagspresskategorierna) fr.o.m. 1 april 2009 klassificerats om i redovisningssystemet till den nya gemensamma kategorin "DR/Annonsblad". De ackumulerade investeringarna följer med till den nya kategorin.

\*\*\*\*Övrigt avser bland annat strategisk rådgivning och events samt annonsering som inte faller inom någon av de andra kategorierna.

avser bland annat strategisk rådgivning och events samt annonsering som inte faller inom någon av de andra kategorierna.