

**Mediebyråbarometern för september 2023****Positiv tillväxt för bio och rekord för online video**

**Medieinvesteringarna, förmedlade via Sveriges Mediebyråers medlemmar, backade med 4,4 procent under september, jämfört med samma period föregående år. Bio var den mediekategori som ökade mest under månaden och online video nådde en rekordnivå. Tuffast hade mediekategorin dagspress kväll med en negativ tillväxt om 36,7 procent. Totalt förmedlades under september över 1,3 miljarder kronor.**

Hösten inleddes svalt för medieinvesteringarna som under september backade med 4,4 procent. Medieinvesteringarna har nu minskat tio av de senaste elva månaderna. Ackumulerat, hittills i år, har investeringarna backat med totalt 6,6 procent, motsvarande drygt 700 miljoner kronor. Trots detta uppvisar flertalet kategorier positiv tillväxt; bio, online video, populärpress, online display samt radio. Den mediekategori som ackumulerat, hittills i år, har ökat mest är bio. Detta med en positiv tillväxt om 6,7 procent. Det står även klart att online video nådde en rekordnivå i september, detta med en positiv tillväxt om 17 procent, jämfört med tidigare månader.

- Nedgången i september är lägre än väntat. Dels hade vi ett riksdagsval i september 2022, vilket ger höga jämförelsetal, dels är vi inne i en lågkonjunktur. Noteringen i september är faktiskt högre än både 2021 och 2020. Så trots en nedgång får ändå september 2023 anses som oväntat stark. Givet valet förra året backade typiska "val-medier" under månaden, exempelvis utomhus/trafikreklam, som tidigare månader gått mycket starkt. Även flertalet kategorier inom print uppvisade negativ tillväxt i september, säger Benjamin Holmfred, styrelseordförande Sveriges Mediebyråer.

Den mediekategori som backade mest under september var dagspress kväll som uppvisade en negativ tillväxt om 36,7 procent. Även mediekategorierna dagspress landsort, sök, DR/Annonsblad, fackpress, TV, dagspress storstad, utomhus/trafikreklam och sociala medier uppvisade negativ tillväxt under september. Ackumulerat, hittills i år, är DR/Annonsblad den kategori som har minskat mest. Detta med en negativ tillväxt om 30 procent.

- Mediekategorin TV gör återigen en mycket svag månad. September är all-time-low för TV en septembermånad. Sedan årsskiftet har TV tappat 14 procent, motsvarande 500 miljoner kronor, och det är svårt att se att någon större förändring skulle ske hos annonsörerna. Tvärtom flyttas pengar snabbt till online video som gör all-time-high i september med en positiv tillväxt om 17 procent. Tillsammans med bio är online video den stora vinnaren i september, säger Jochum Forsell, senior partner, Hear Mediebyrå.

**För ytterligare kommentarer vänligen kontakta:**

Benjamin Holmfred, styrelseordförande Sveriges Mediebyråer, tel. 070 168 58 78

Jochum Forsell, senior partner, Hear Mediebyrå, tel. 070 188 14 53

**Mediebyråbarometern, kommande publiceringsdatum hösten 2023:** 14/11 och 12/12.

**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.

*Prenumerera på Mediebyråbarometern Premium och få tillgång till interaktiva grafer och Excel-rapporter med statistik för alla mediaslag. Du får även tillgång till all datahistorik över medieköp sedan 2006.*

Läs mer här: [www.sverigesmediebyraer.se/barometrar/](http://www.sverigesmediebyraer.se/barometrar/)

### Mediekategorier som ökat i september 2023

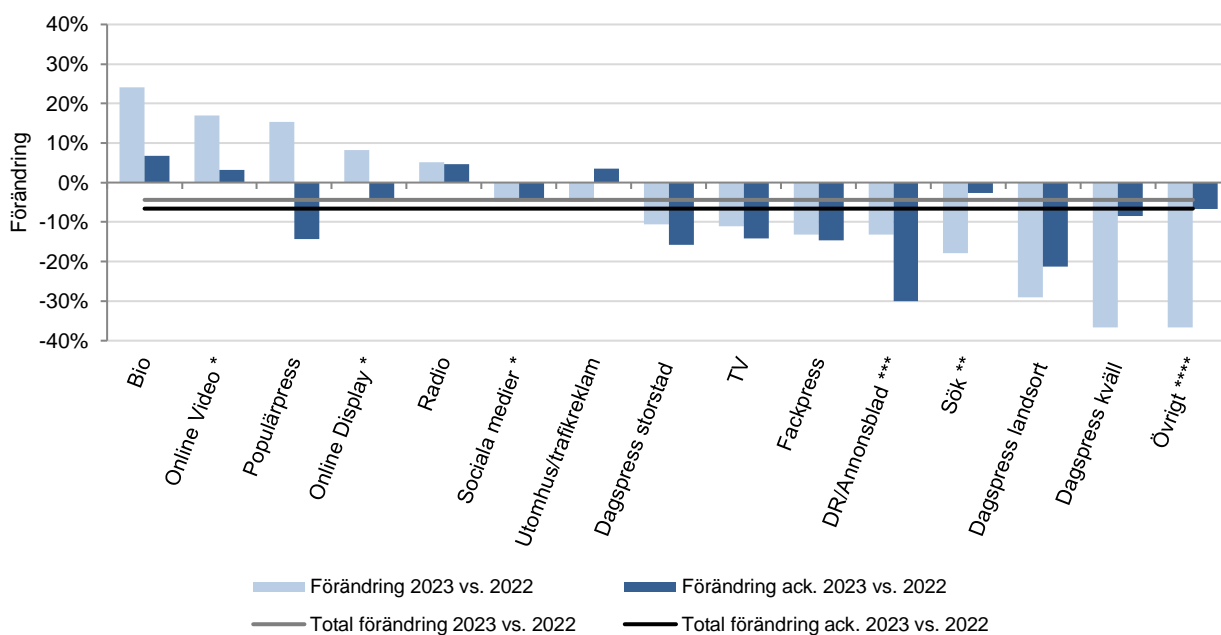
Bio	24,1%
Online Video *	17,0%
Populärpress	15,3%
Online Display *	8,3%
Radio	5,1%

### Mediekategorier som minskat i september 2023

Dagspress kväll	-36,7%
Dagspress landsort	-29,1%
Sök **	-17,8%
DR/Annonsblad ***	-13,2%
Fackpress	-13,2%
TV	-11,0%
Dagspress storstad	-10,6%
Utomhus/trafikreklam	-4,8%
Sociala medier *	-4,8%
Övrigt ****	-36,7%

### Mediebyråbarometern

Sep	Sep 2023	Sep 2022	Diff Sep	Ack 2023	Ack 2022	Ack diff
Dagspress landsort	34 311 131	48 402 032	-29,1%	255 418 617	324 415 238	-21,3%
Dagspress storstad	31 754 006	35 538 517	-10,6%	202 776 500	240 753 527	-15,8%
Dagspress kväll	2 443 031	3 858 844	-36,7%	23 650 629	25 832 904	-8,4%
Populärpress	11 609 303	10 069 145	15,3%	70 282 030	82 031 440	-14,3%
Fackpress	7 279 652	8 382 576	-13,2%	41 503 162	48 652 845	-14,7%
Utomhus/trafikreklam	151 071 568	158 762 531	-4,8%	1 185 430 982	1 145 064 276	3,5%
Bio	11 875 961	9 573 313	24,1%	70 956 623	66 506 570	6,7%
Online Display *	196 775 203	181 734 725	8,3%	1 476 071 812	1 544 762 268	-4,4%
Online Video *	179 523 569	153 411 202	17,0%	1 209 352 816	1 172 700 752	3,1%
Sociala medier *	125 308 629	131 681 579	-4,8%	1 052 359 035	1 103 704 178	-4,7%
Sök **	50 596 848	61 546 859	-17,8%	553 697 143	568 943 349	-2,7%
Radio	65 249 259	62 068 457	5,1%	501 881 953	479 322 158	4,7%
TV	419 027 207	470 855 704	-11,0%	3 016 727 199	3 515 813 172	-14,2%
DR/Annonsblad ***	8 944 722	10 301 608	-13,2%	65 417 545	93 477 025	-30,0%
Övrigt ****	16 872 652	26 643 215	-36,7%	224 067 272	239 919 845	-6,6%
<b>Summa</b>	<b>1 312 642 740</b>	<b>1 372 830 307</b>	<b>-4,4%</b>	<b>9 949 593 317</b>	<b>10 651 899 548</b>	<b>-6,6%</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.