

Pressmeddelande
Stockholm 2026-08-14

Mediebyråbarometern för juni och juli 2026

Medieinvesteringarna slog rekord under sommaren

Medieinvesteringarna, förmedlade via Sveriges Mediebyråers medlemmar, ökade med 7 procent under juni och juli jämfört med samma period 2025. Totalt förmedlades drygt 1,9 miljarder kronor – den högsta noteringen för juni och juli sedan mätningarna startade för 19 år sedan.

Den starka utvecklingen för medieinvesteringarna fortsatte under sommaren. Flera mediekategorier nådde rekordnivåer för perioden, däribland utomhus/trafikreklam, sociala medier, online video, online display och radio. Även TV ökade, med 9 procent, vilket bland annat kan kopplas till fotbolls-VM.

– Medieinvesteringarna ökade med 7 procent under sommaren, vilket gör juni och juli 2026 till den starkaste sommarperioden sedan mätningarna startade. Ackumulerat för året är investeringarna 7,4 procent högre än 2025, vilket visar att annonskonjunkturen är mycket stark. Uppgången drivs både av den starka annonsmarknaden och av fotbolls-VM samt det kommande riksdagsvalet. Rörlig bild ökade med 11 procent och digitala kanaler med 5,5 procent, medan print och audio minskade, säger Anna Granditsky, vd, Sveriges Mediebyråer.

Sök hade den svagaste utvecklingen under sommaren och minskade med 29 procent. Även DR/annonsblad, tidskrifter, dagspress och podcast backade.

– Flera mediekategorier nådde all-time-high under sommaren. Utomhus/trafikreklam, sociala medier, online video, online display och radio slog samtliga tidigare noteringar. TV nådde inte rekordnivåer, men gynnades tydligt av fotbolls-VM och ökade med 9 procent. Podcast minskade däremot med 9,4 procent under sommaren. Den ackumulerade utvecklingen är dock fortsatt stark, med en positiv tillväxt om 23,2 procent – vilket är den största ökningen av samtliga mediekategorier, säger Jochum Forsell, senior partner, Hear Mediebyrå.

För ytterligare kommentarer vänligen kontakta:

Anna Granditsky, VD Sveriges Mediebyråer, tel. 073 516 83 08
Jochum Forsell, senior partner, Hear Mediebyrå, tel. 070 188 14 53

Mediebyråbarometern, kommande publiceringsdatum 2026: 15/9, 13/10, 10/11, 15/12.

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. Efterregistreringar kan förekomma. Eventuella uppdateringar redovisas löpande via abonnemangstjänsten Mediebyråbarometern Premium.

Mediekategorier som ökat i juni - juli 2026

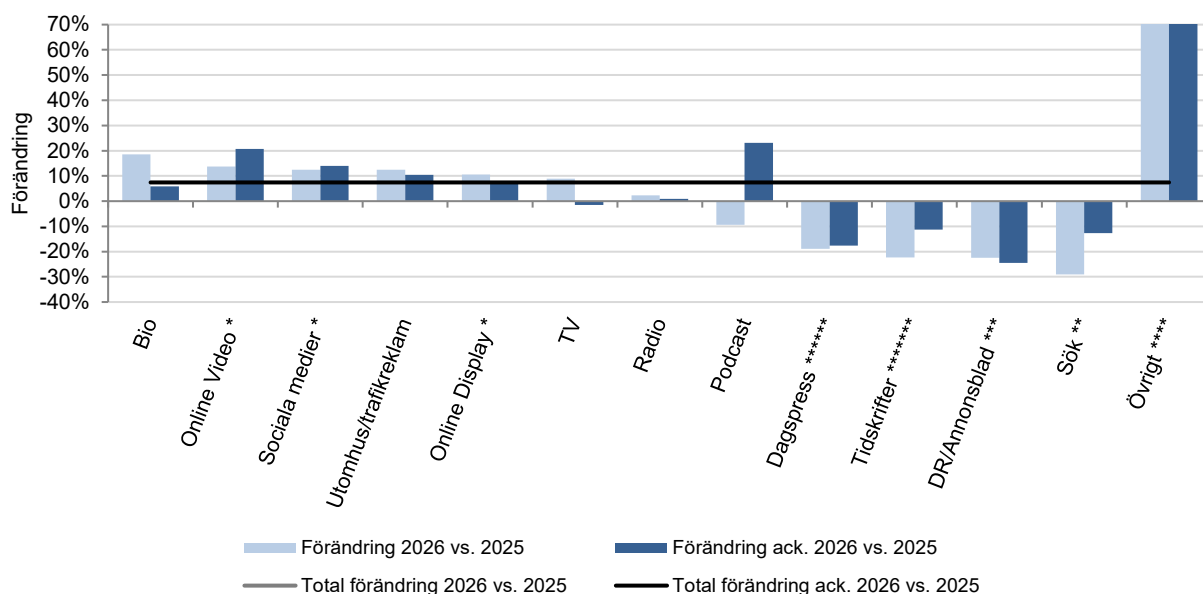
Bio
Online Video *
Sociala medier *
Utomhus/trafikreklam
Online Display *
TV
Radio
Övrigt ****

Mediekategorier som minskat i juni - juli 2026

19% Sök **
14% DR/Annonssblad ***
12% Tidskrifter *
12% Dagspress *
11% Podcast
9%
2%
92%

Mediebyråbarometern

Jun - Jul	Jun - Jul 2026	Jun - Jul 2025	Diff Jun - Jul	Ack 2026	Ack 2025	Ack diff
Dagspress *****	42 002 312	51 758 244	-18,8%	224 571 297	272 733 269	-17,7%
Tidskrifter *****	11 169 610	14 383 271	-22,3%	60 663 283	68 402 228	-11,3%
Utomhus/trafikreklam	252 796 898	224 859 240	12,4%	1 129 874 153	1 022 748 272	10,5%
Bio	14 542 060	12 261 282	18,6%	57 175 551	53 988 537	5,9%
Online Display *	366 855 652	331 870 141	10,5%	1 516 930 602	1 411 450 139	7,5%
Online Video *	302 779 843	266 169 454	13,8%	1 412 221 464	1 169 344 178	20,8%
Sociala medier *	289 300 128	257 248 984	12,5%	1 178 697 017	1 034 257 228	14,0%
Sök **	115 942 240	163 521 966	-29,1%	452 496 249	517 854 655	-12,6%
Radio	99 317 568	97 037 181	2,4%	400 921 241	397 167 196	0,9%
Podcast	44 543 846	49 170 945	-9,4%	186 673 805	151 550 127	23,2%
TV	384 023 745	352 515 384	8,9%	1 769 919 351	1 797 138 852	-1,5%
DR/Annonssblad ***	4 597 345	5 927 043	-22,4%	21 830 563	28 905 540	-24,5%
Övrigt ****	59 495 594	31 034 228	91,7%	267 043 919	153 389 198	74,1%
Summa	1 987 366 841	1 857 757 364	7,0%	8 679 018 494	8 078 929 420	7,4%



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 sökmotor marknadsföring 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/Annonssblad". 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.

*****Podcast är en ny mediekategori fr.o.m. 1 januari 2024.

*****Konsolidering av print. Dagspress avser, fr.o.m.1 januari 2024, tidigare "landsort", "storstad" och "kväll".

*****Konsolidering av print. Tidskrifter avser, fr.o.m.1 januari 2024, tidigare "populärpress" och "fackpress".