

Udviklingen i annoncestatistik – første halvår 2009



Tallene fra Adfacts viser klart, at det danske annoncemarked har oplevet en negativ udvikling, når man sammenligner første halvår 2009 med første halvår 2008. Som det fremgår af nedenstående tal, har der været tale om et samlet fald på 4,4% mht. hvad annoncørerne har spenderet på annoncer i 2009 i forhold til 2008. De to store mediegrupper Radio og Tv har dog oplevet en vækst på henholdsvis 5% og 4%. Her til skal nævnes, at der er kommet 4 ekstra Tv kanaler (MTV, Voice tv, Tv3 puls, 6'eren) med i 2009 mens antallet af overvågede radio stationer er det samme. Radio2 lukkede, men Nova fm kom til. Fratrækker man de nye Tv kanaler har Tv haft en vækst på kun 2%. Alle tallene er beregnet ud fra bruttopriser.

Omvendt er der på antallet af indrykninger sket en stigning på 8%. Med andre ord et fald i annonce spending men samtidig en stigning i antal indrykninger. Konklusionen på dette kunne være, at der har været tale om markant faldende mediepriser.

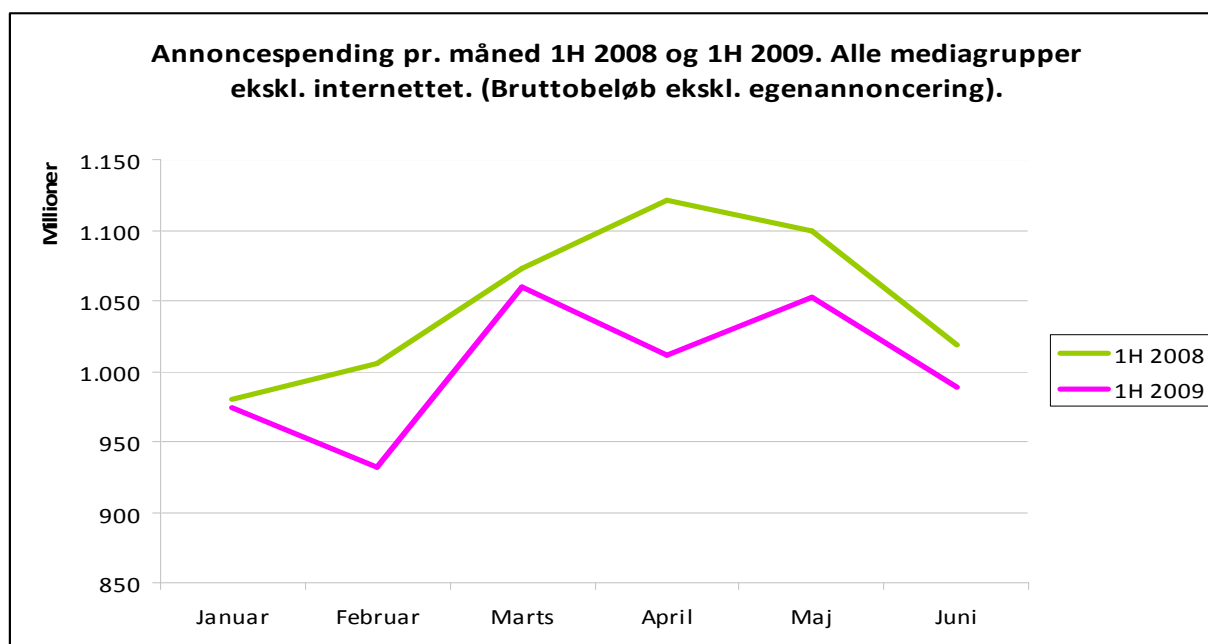
I 2009 har Adfacts fået tilføjet Internettet som en ny vigtig mediegruppe. I nedenstående er dette dog udeladt, da der kun er data for 2009 på Internettet, og det dermed ville give et forkert billede ved sammenligning med 2008.

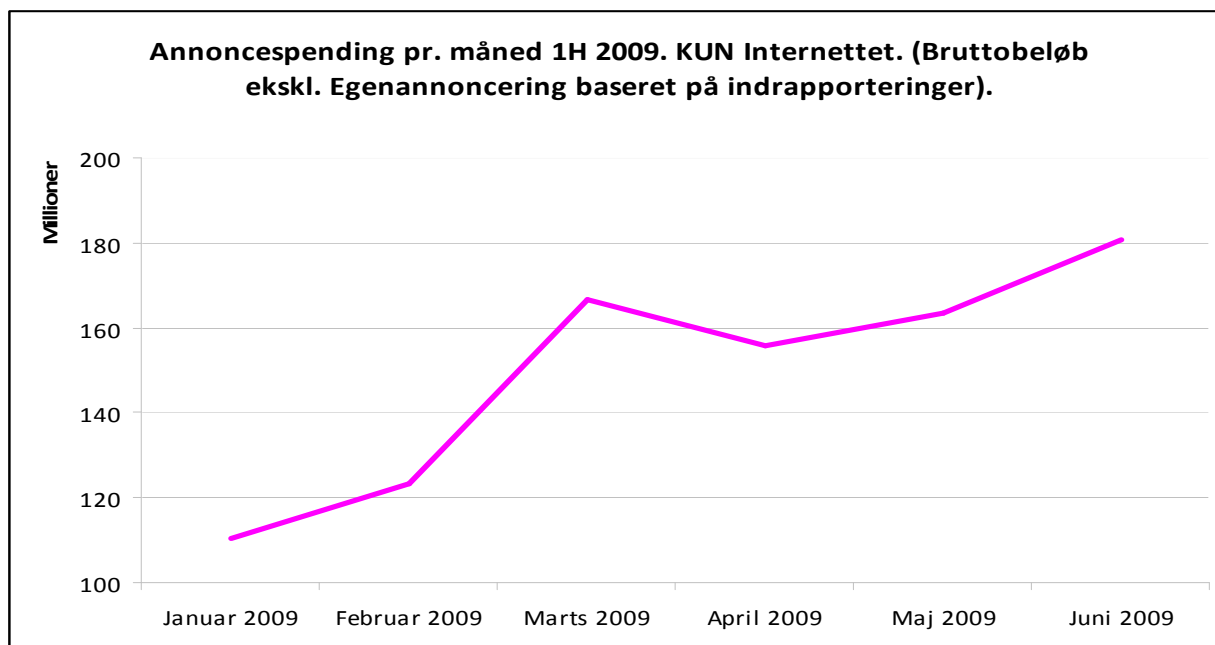
Mediegruppe	Spending i DKK (Brutto)		
	1H 2008	1H 2009	Ændring i %
BIOGRAF	kr 36.102.554	kr 32.713.383	-9,4%
DAGBLADE	kr 2.305.006.144	kr 2.101.882.650	-8,8%
FAGBLADE	kr 69.959.981	kr 54.287.966	-22,4%
HUSSTANDSOMDELTE	kr 89.914.282	kr 72.316.313	-19,6%
KUPONHÆFTER	kr 50.005.000	kr 23.222.000	-53,6%
MAGASINER	kr 490.162.556	kr 411.905.191	-16,0%
OUTDOOR	kr 330.544.260	kr 298.696.399	-9,6%
RADIO	kr 126.520.857	kr 132.510.271	4,7%
SØNDAGSAVISER	kr 454.477.485	kr 464.630.754	2,2%
TV	kr 2.209.542.631	kr 2.294.173.272	3,8%
UGEBLADE	kr 134.309.909	kr 132.267.919	-1,5%
TOTAL	kr 6.296.545.660	kr 6.018.606.117	-4,4%

Mediagruppe	Antal indrykninger (Insertions)		
	1H 2008	1H 2009	Ændring i %
BIOGRAF	4.158	4.188	0,7%
DAGBLADE	81.295	71.039	-12,6%
FAGBLADE	2.526	1.995	-21,0%
HUSSTANDSOMDELTE	7.807	6.177	-20,9%
KUPONHÆFTER	446	169	-62,1%
MAGASINER	11.126	9.450	-15,1%
OUTDOOR	52.314	40.952	-21,7%
RADIO	176.420	184.059	4,3%
SØNDAGSAVISER	8.867	8.068	-9,0%
TV	599.881	697.338	16,2%
UGEBLADE	3.001	2.878	-4,1%
TOTAL	947.841	1.026.313	8,3%

Den samlede udvikling i alle media grupper ekskl. Internet har for årets første 6 måneder været lidt varierende, hvilket er illustreret i grafen nedenfor. Ud fra denne ses det, at niveauet lå lavest i februar, og de efterfølgende måneder har vist sig at være noget højere. Niveauet ligger dog generelt lavere end 1H 2008.

Graf nr. 2 viser udviklingen indenfor internettet alene, hvilket viser en konstant stigning, kun afbrudt af et mindre fald i april måned.





De tre største koncerner i første halvår 2009 var TDC, Dansk Supermarked og Telenor. Som det ses af nedenstående har SAS spenderet næsten tre gange så meget på annoncer i 2009 som i 2008. 60% af Top 15 koncernerne har forbrugt flere annonsekroner i første halvår 2009 i forhold til samme periode i 2008. Bemærk at al dette er uden Internet spending.

Rank	Koncern	Spending i DKK (Brutto)		
		1H 2009	1H 2008	Ændring i %
1	TDC	kr 171.030.744	kr 167.711.864	2%
2	DANSK SUPERMARKED	kr 133.496.107	kr 131.643.377	1%
3	TELENOR	kr 98.356.841	kr 110.505.320	-11%
4	TELIA SONERA	kr 93.589.853	kr 110.797.715	-16%
5	FDB	kr 72.427.201	kr 42.601.780	70%
6	MODERN TIMES GROUP	kr 70.201.253	kr 42.697.236	64%
7	DANSKE SPIL	kr 69.137.426	kr 67.305.002	3%
8	SAS	kr 63.027.052	kr 22.080.043	185%
9	L'OREAL	kr 62.601.981	kr 48.673.839	29%
10	NYKREDIT REALKREDIT	kr 61.475.089	kr 75.418.519	-18%
11	DANSKE BANK	kr 54.063.639	kr 75.088.124	-28%
12	CARLSBERG	kr 46.868.802	kr 67.428.285	-30%
13	SEMLER GRUPPEN	kr 46.773.411	kr 78.074.538	-40%
14	ALLER PRESS	kr 46.760.588	kr 43.206.750	8%
15	CENTRALKØB	kr 44.947.272	kr 22.931.935	96%

Listen over Top 15 annoncører for første halvår 2009 ser helt anderledes ud, hvis det udelukkende er Internettet, som man ser på. Hér er NORWEGIAN AIR SHUTTLE, APOLLO REJSER samt HOTELS.COM de tre største annoncører.

Rank	Advertiser	Spending i DKK (Brutto)	
1	NORWEGIAN AIR SHUTTLE	kr	64.716.771
2	APOLLO REJSER	kr	40.370.204
3	HOTELS.COM	kr	28.662.257
4	TELIA	kr	27.104.581
5	E-KONTAKT	kr	24.826.454
6	SAS	kr	20.761.054
7	DANSKE SPIL	kr	19.552.153
8	DANSKE BANK	kr	19.340.985
9	CALL ME	kr	16.912.471
10	POKERSTARS.COM	kr	15.978.794
11	BET365.COM	kr	14.402.140
12	TV 3	kr	11.483.201
13	HK	kr	11.362.465
14	EXPERT	kr	11.226.254
15	3	kr	10.156.031

For god ordens skyld understreges det, at alle annoncere registreringer fra TNS Gallup Media Intelligence / Adfacts er baseret på bruttopriser, hvorfor der ikke er taget højde for hverken læsertal eller indkøbsrabatter.