

Pressmeddelande

Kontaktperson: Tobias Hedström Telefon: 08-663 04 90 E-mail: tobias.hedstrom@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Social sponsring ökade 20 procent under 2010

Idrotten dominerar bland sponsringsinvesteringarna även under 2010. Totalt fick idrotten tre av fyra kronor och omsatte totalt nära 4 miljarder kronor. Starkast tillväxt hade dock den sociala sponsringen som ökade med drygt 20 procent under 2010.

Största kategorin är idrottssponsringen som utgjorde 73 procent av de investerade pengarna under 2010. Näst störst är den social/humanitär sponsring som stod för nära 16 procent och strax därefter kultursponsringen som under 2010 utgjorde nära 12 procent av de totala sponsringsinvesteringarna.

Det är dock stora skillnader i hur de olika kategorierna har utvecklats under året. Bäst utvecklades den social/humanitär sponsringen som ökade mer än 20 procent, därefter kultursponsringen med en tillväxt på 4 procent medan idrottssponsringen minskade marginellt under 2010 jämfört med 2009.

Sponsringens fortsätter att vara en stark marknadsföringskanal och den omsatte under 2010 mer pengar än TV-reklamen.

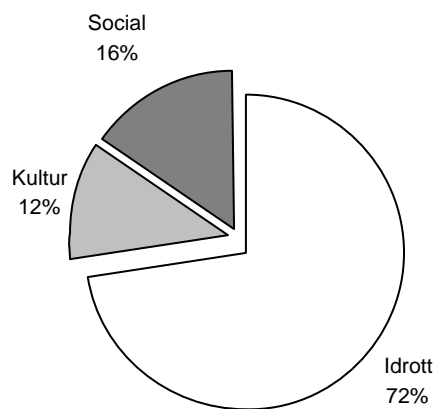
- Vi ser en trend i att hitta synergier mellan olika sponsringsområden. Idrottssponsring handlar ofta om exempelvis ungdomsverksamhet, vilket har en naturlig koppling till CSR-frågor. Hållbarhet och ansvarstagande blir mer och mer en hygienfaktor för många företag och då är sponsring en svårslagen kanal, säger Maria Guggenberger, VD på Sponsrings & Eventförningen.

*19 april 2011
Tobias Hedström*

Bilaga

Sponsring 2010

Procentuell andel



Källa: IRM