

Pressmeddelande

Kontaktperson: Madeleine Thor (IRM) Telefon: 08-663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se
Kontaktperson: Niklas Birgetz (SEFS) Telefon: 08-410 630 50 E-mail: niklas.birgetz@sefs.se Hemsida: www.sefs.se

Investeringen i sponsring och event slår nytt rekord

Det fortsätter att gå bra för sponsring och event och investeringarna nådde nytt all-time high 2015. Sponsringen ökar med 4,8 procent relativt föregående år och omsätter 6,9 miljarder kronor. Event ökade med 1 procent och därmed är omsättningen nu 6,8 miljarder kronor.

Den årliga mätningen av investeringarna i sponsring och event utförs av IRM (Institutet för reklam- och mediestatistik) i samarbete med Sponsrings & Eventföreningen (SEFS).

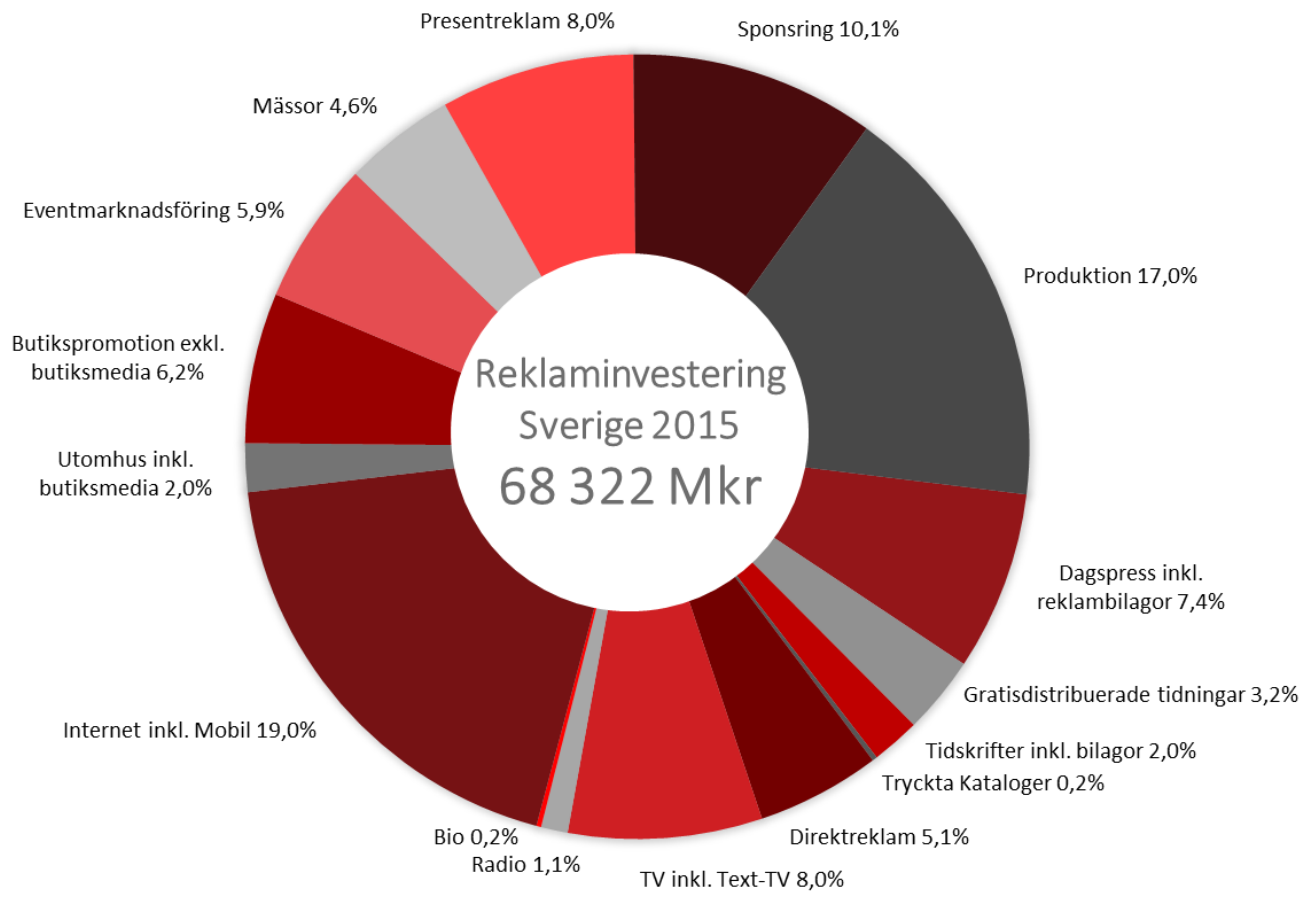
Sponsringsintäkterna uppgår under 2015 till 10 procent av de totala reklaminvesteringarna. Liksom tidigare år domineras sponsringsintäkterna av idrottsorganisationerna, nära tre fjärdedelar av sponsringsinvesteringarna går till idrotten. Men under 2015 så är det den sociala sponsringen som utvecklas allra bäst, med en tvåsiffrig tillväxt relativt föregående år. Detta beror troligen på långsiktiga trender inom socialt ansvarstagande, samtidigt som flyktingsituationen under 2015 också kan ha bidragit.

Rapporten visar vidare att sponsringen är stark regionalt, cirka 60 procent av sponsorinvesteringarna gäller lokala / regionala rättighetsinnehavare och organisationer, och den lokala sponsringen har stärkt sin position jämfört med 2014.

Eventintäkterna delas upp i eventmarknadsföring (genomfört i externt marknadsföringssyfte) och företagsinterna event. Under 2015 utvecklades eventmarknadsföringen bäst, tillväxten uppgick till knappt 4 procent relativt 2014. För företagsinterna events gick det däremot sämre; där noterades en minskning om 3 procent relativt föregående år.

- Sponsring och event fortsätter att växa snabbare än övrig marknadskommunikation, och IRM tror att denna positiva trend fortsätter, kommenterar Madeleine Thor, VD på IRM.
- Att sponsring och event omsätter mer än någonsin och drar ytterligare ifrån den övriga reklammarknaden förutom internet är ett riktigt glädjande styrkebesked, säger Niklas Birgetz, VD på Sponsrings & Eventföreningen. Att dessutom social sponsring ökade med hela 24 % är ett tydligt tecken på hur sponsringen kan bidra till att lyfta fram människors intressen och passion för att göra samhällsnytta.

BILAGA



Källa: IRM