Allmänheten om reklam 2020

Brand Marketing Sweden

novus

Sveriges Annonsörer har bytt namn till Brand Marketing Sweden.

Den 25 maj 2026 bytte Sveriges Annonsörer namn till Brand Marketing Sweden.
Det här dokumentet har fått en uppdaterad förstasida och ny logo. I övrigt är dokumentet oförändrat.

Brand Marketing Sweden

brandmark.se

Allmänheten om reklam

Kontakt: Peter Mackhé
Kontakt på Novus: Annelie Önnerud och Peter Blid
Datum: 22 juni 2020

Sveriges Annonsörer

NOVUS

© Novus 2020. All rights reserved.

Bakgrund och Genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Sveriges Annonsörer. Syftet med undersökningen är att ta reda på allmänhetens inställning till reklam. Vissa av frågorna har ställts tidigare och går att jämföra i rapporten. Detta är omgång 2.

MÅLGRUPP

Svenska allmänheten

Ålder:
18-79 år

GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:
1 036 + 1 105
Fältperiod
omg.1 20-27 maj 2020
Omg 2. 4 – 10 juni 2020

Deltagarfrekvens:
Omg 1. 63%
Omg 2. 71%

Deltagarfrekvensen är 71%. Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrida resultatet, utan undersökningen är åsiktsmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen.

En Novus undersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

RESULTAT

Resultaten för allmänheten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen (kön, ålder, utbildning, hushållsinkomst och region). Resultatet är efterstratifierat.

FELMARGINAL

Vid 1 000 intervjuer:
Vid utfall 20/80: +/- 2,5%
Vid utfall 50/50: +/- 3,2%

Vid 5000 intervjuer:
Vid utfall 20/80: +/- 1,1%
Vid utfall 50/50: +/- 1,4%

+/-

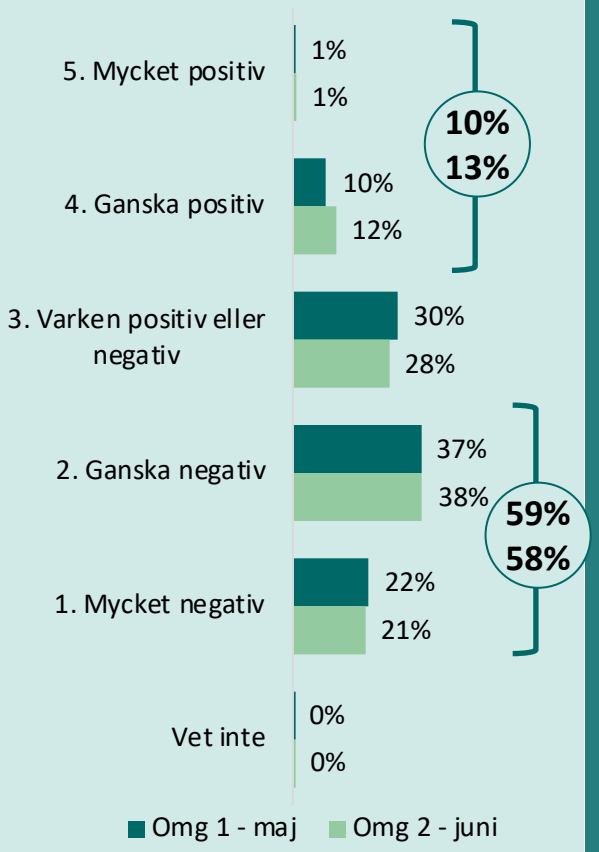
© Novus 2020. All rights reserved.

Resultat

© Novus 2020. All rights reserved.

Få är positiva till reklam

FRÅGA: Vilken är din allmänna inställning till reklam?



BAS: Samtliga omg 1 (n=1036), samtliga omg. 2 (n=1105)

Signifikanta skillnader mot totalen

Omg 1
Mycket/ganska negativ till reklam (59%)
- 50-64 år (65%)

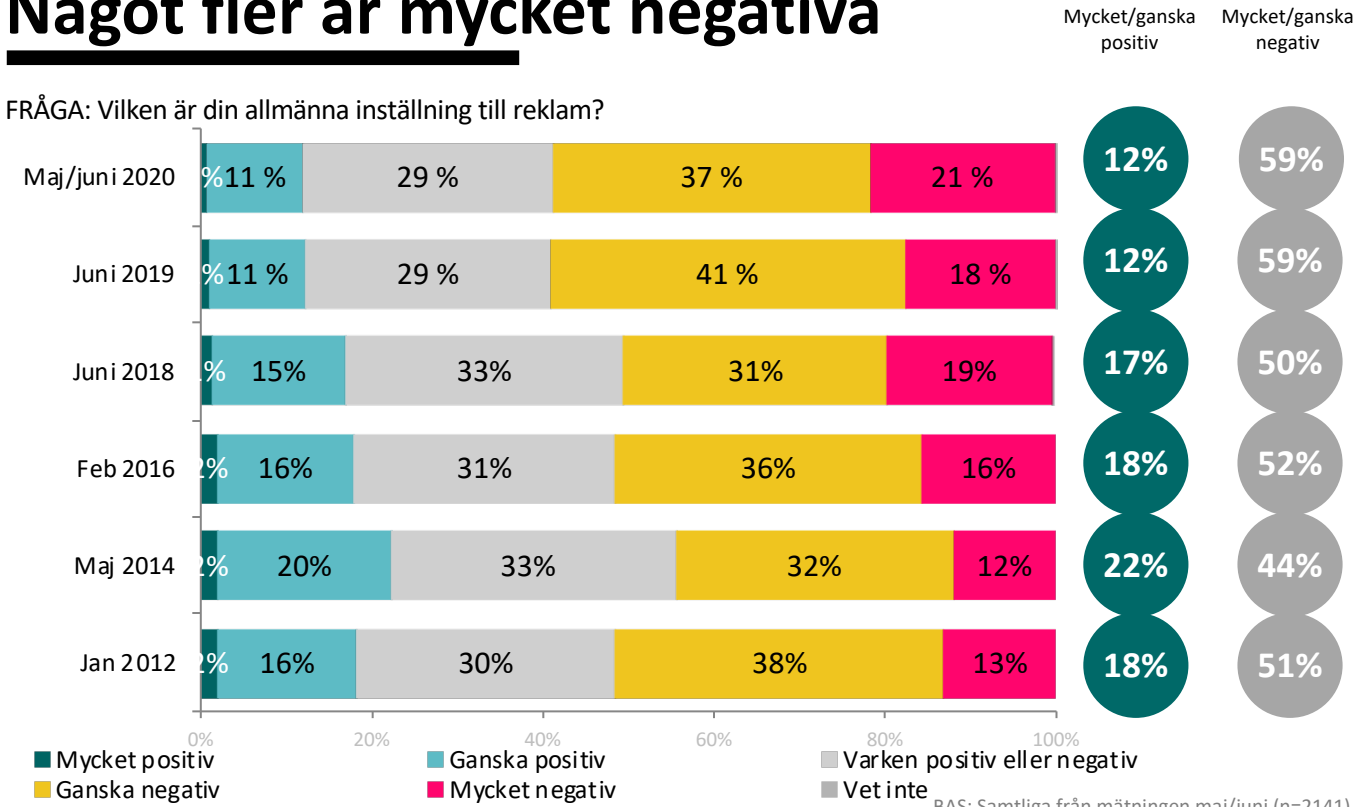
Omg 2
Mycket/ganska positiv till reklam (13%)
- 50-64 år (19%)

Mycket/ganska negativ till reklam (58%)
- Kvinna (62%)
- 65-79 år (65%)

© Novus 2020. All rights reserved.

Man är fortsatt negativ till reklam. Något fler är mycket negativa

FRÅGA: Vilken är din allmänna inställning till reklam?



BAS: Samtliga från mätningen maj/juni (n=2141)

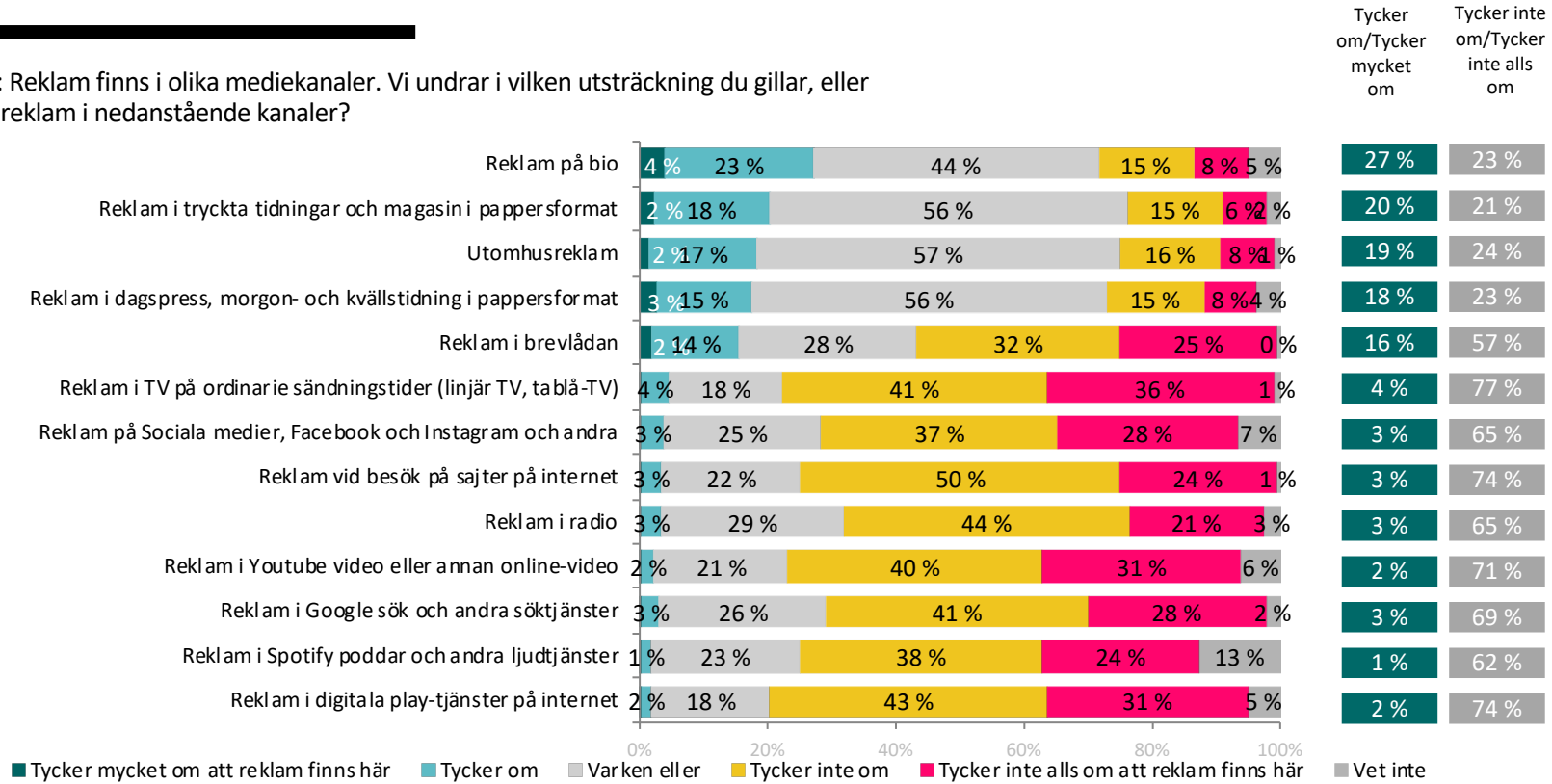
Vi ser en nedåtgående trend när det gäller inställningen till reklam. Något fler som är mycket negativ jämfört med förra mätningen. Förflyttningen har skett från ganska negativ till mycket negativ.

I en mätning från 2005 kan vi se att det är 44% som är positiva till reklam

© Novus 2020. All rights reserved.

Reklam på bio är fortsatt mest omtyckt

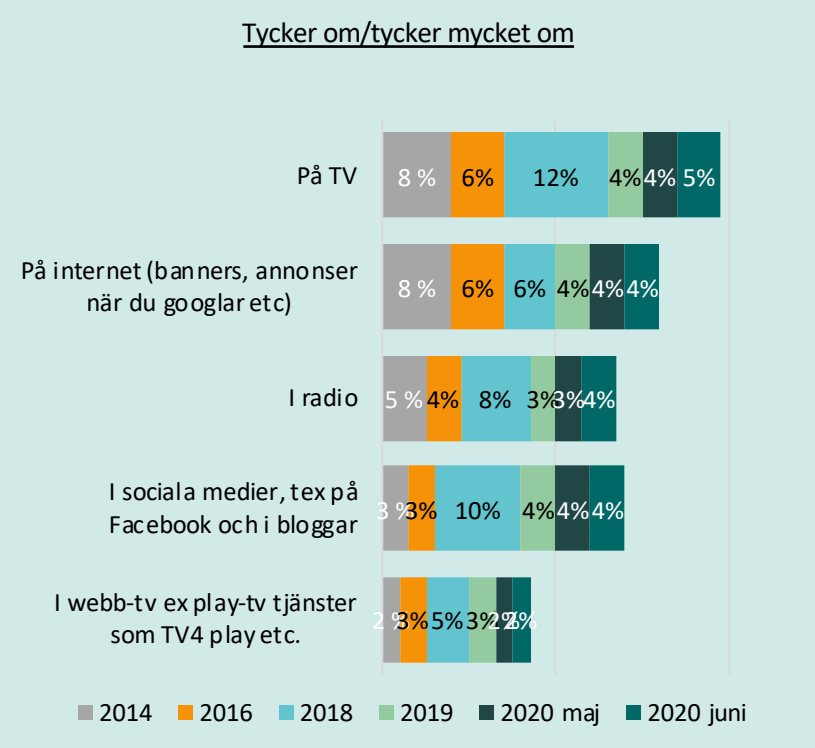
FRÅGA: Reklam finns i olika mediekanaler. Vi undrar i vilken utsträckning du gillar, eller ogillar, reklam i nedanstående kanaler?

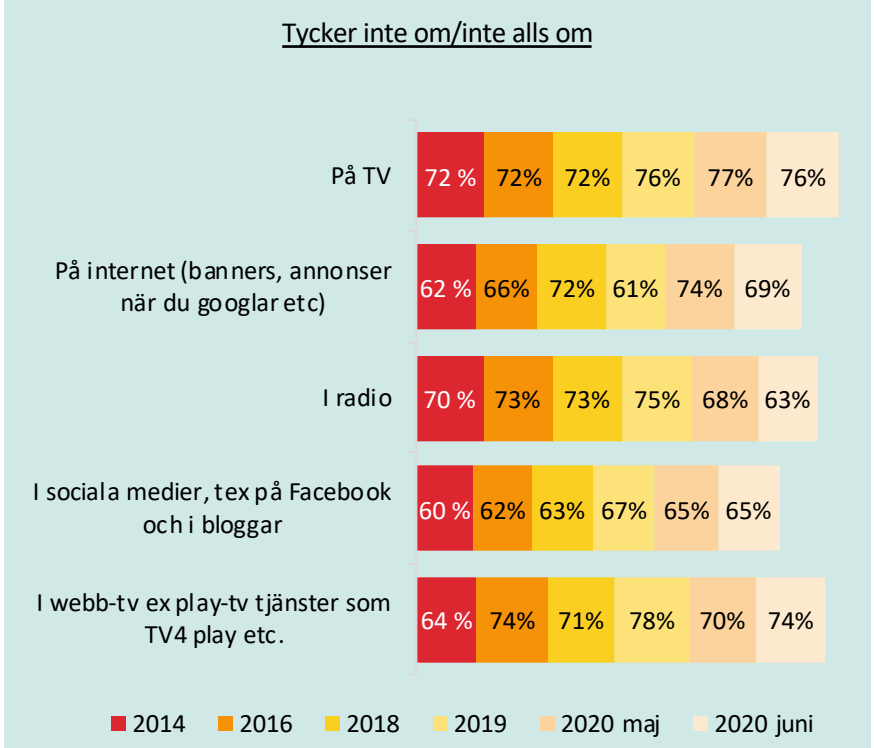


BAS: Samtliga från mätningen maj/juni (n=2141)

© Novus 2020. All rights reserved.

Jämfört med tidigare mätningar

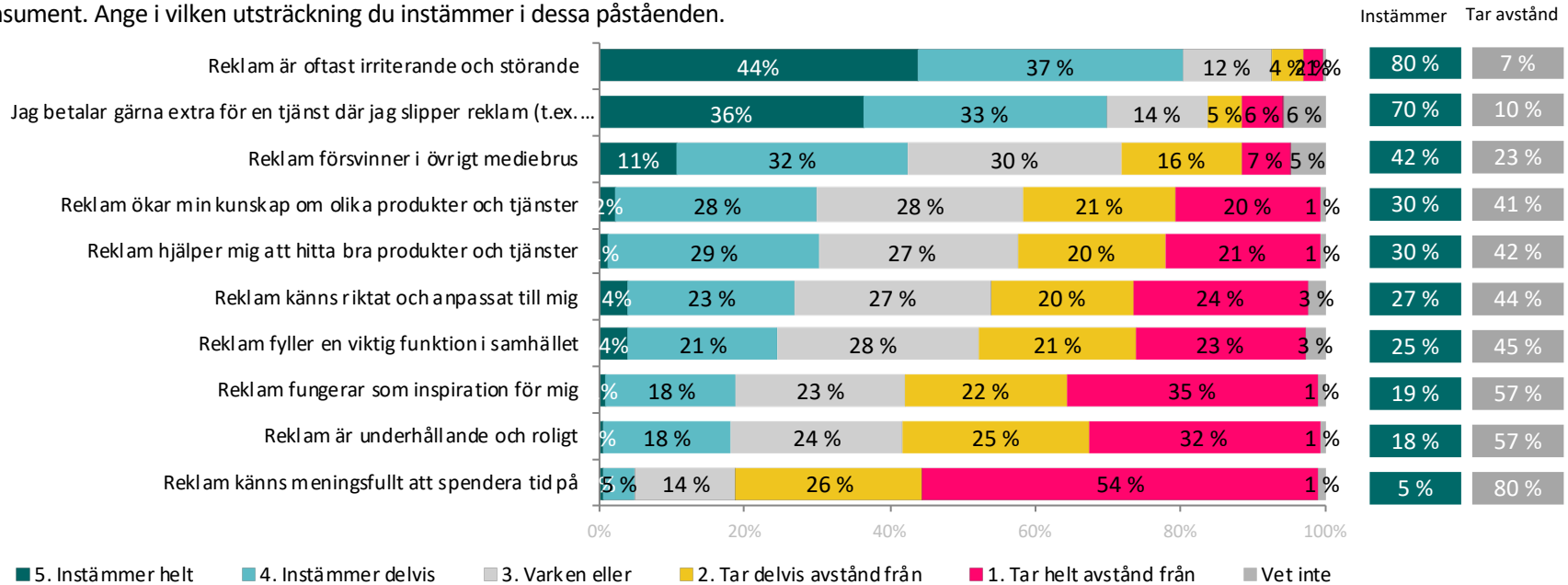




© Novus 2020. All rights reserved.

8 av 10 anser att reklam oftast är irriterande och störande – Maj/juni 2020

FRÅGA: Nedan följer några påståenden om reklamens roll i samhället och för dig som konsument. Ange i vilken utsträckning du instämmer i dessa påståenden.

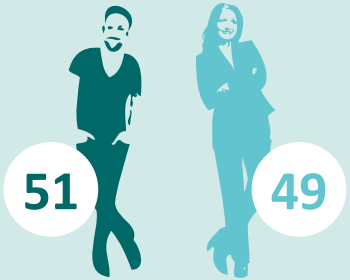


BAS: Samtliga två mätningar maj/juni 2020 (n=2141)

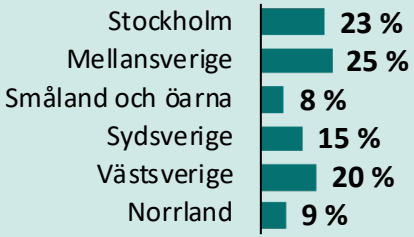
© Novus 2020. All rights reserved.

Bakgrund

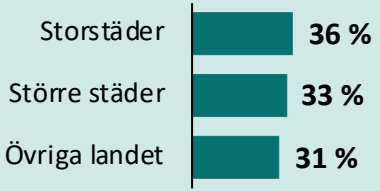
KÖN



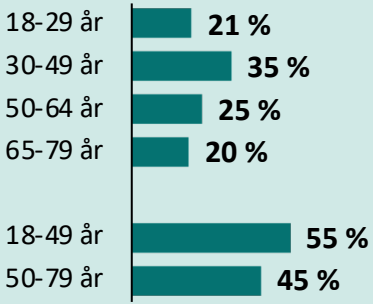
REGION



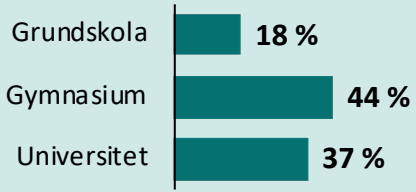
ORT



ÅLDER

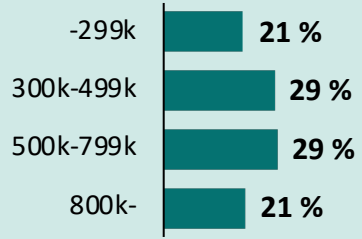


UTBILDNING



BAS: Samtliga två mätningar maj/juni 2020 (n=2141)

HUSÅLLSINKOMST



© Novus 2020. All rights reserved.

Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

Vi vårdar vår panel väl genom s.k. panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.

Undersökningsgenomförande
Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!

© Novus 2020. All rights reserved.

Publiceringsregler

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.

Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR'20
corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.

© Novus 2020. All rights reserved.

Brand Marketing Sweden

brandmark.se