

Informationsindex 2005

17 januari 2006

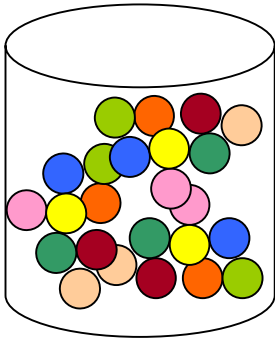
Syftet med projektet är att söka kartlägga de totala investeringarna i information/public relationsaktiviteter som görs inom ramen för svensk informations- och public relationsverksamhet

Metod i princip

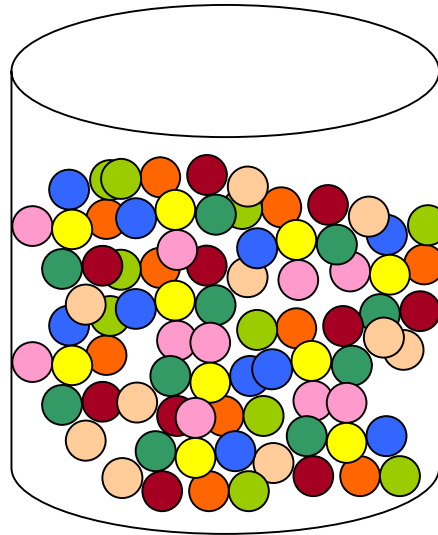
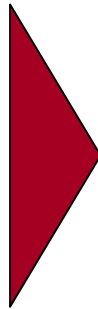
Population –
informationsdirektörer
& chefer i Sverige

Urval – medlemmar i Sveriges
Informationsförening med
“rätt” position

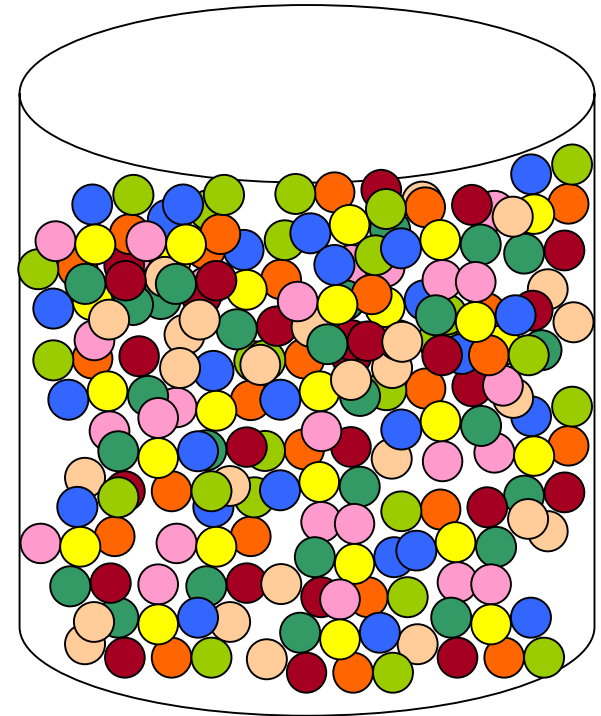
Respondenter –
informationsdirektörer
& informationschefer



297 st



816 st



4030 st

36% (73% av informationsdirektörerna)



PRECIS

Metod i detalj

- Källor för faktisk population: SCB, OM, regeringskansliet
- Onoterade bolag = SCBs företagsstatistik – noterade bolag
- Frågor om totala investeringar (budgetar) samt fördelning
- Medelvärde & schablonprincip för att estimerera informationsinvesteringar
- För noterade bolag med 100-499 anställda har en schablon om 25% av informationsinvesteringar för noterade bolag ansatts
- Företag med färre än 100 anställda och organisationer ingår inte



Population och respondenter

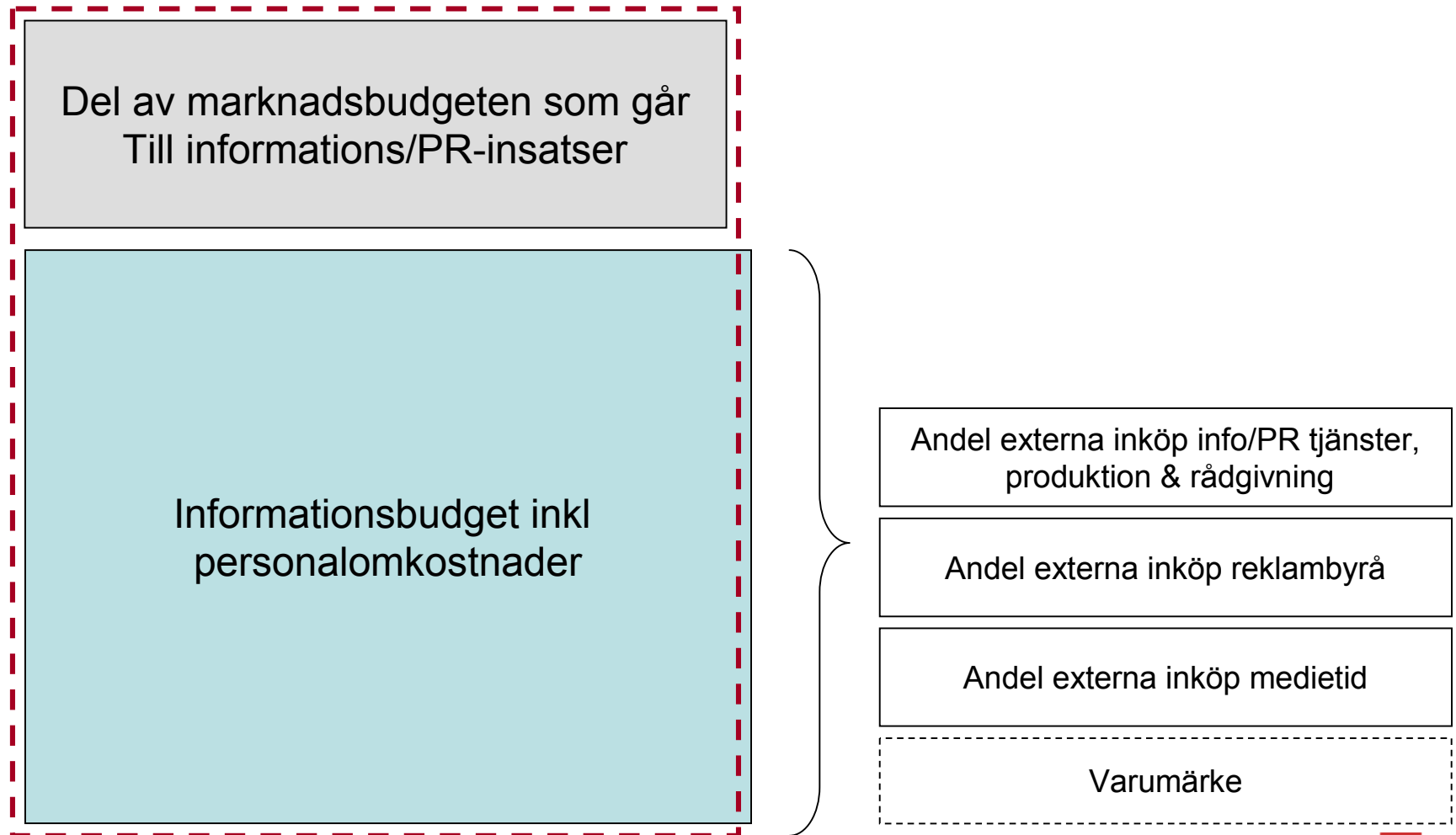
Kategori	Antal	Resp	Källa
Noterade	332	80	OM
Onoterade (500+, 100-499)	3 132	78	SCB - noterade
Kommuner	290	53	SKL
Landsting	20	14	SKL
Stat/myndigheter	256	72	Regeringskans. (2004)
		297	

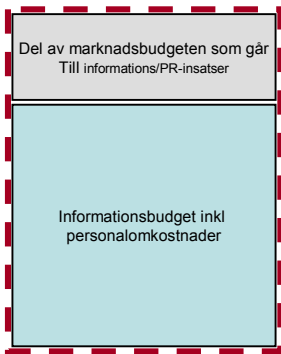
Bortfallsanalys

	<i>Respondenter</i>		<i>Medlemsregister</i>		
	<i>Antal</i>	<i>Andel</i>	<i>Antal</i>	<i>Andel</i>	<i>Diff (Resp-Medl)</i>
<i>Noterat</i>	80	27%	190	26%	1%
<i>Onoterat (Ej konsult)</i>	78	26%	255	35%	-9%
<i>Kommun</i>	53	18%	84	11%	6%
<i>Landsting</i>	14	5%	48	7%	-2%
<i>Statlig myndighet/organ</i>	72	24%	156	21%	3%

Resultat – totala informationsinvesteringar

Total informationsinvestering





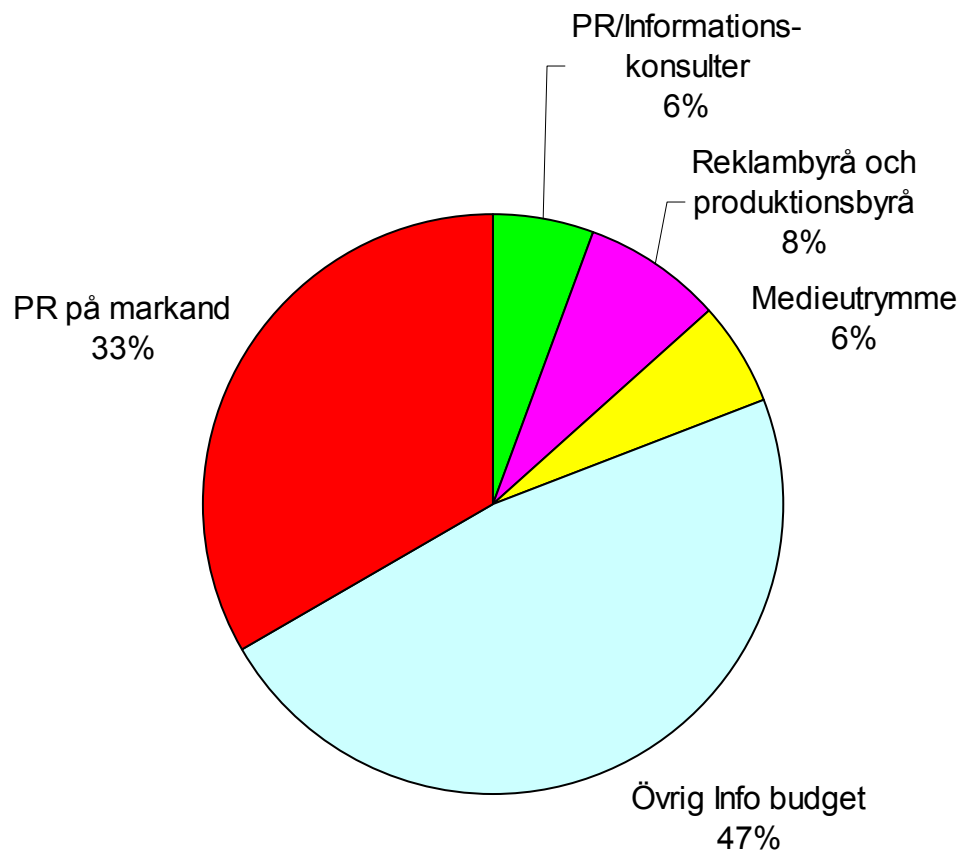
36 000 000 000

...eller 4 000/capita och år

- Ericsson fakturerar 38 400 000 000 SEK /kvartal
- Statens årliga ränteutgifter är 46 000 000 000 SEK/år
- Arla omsätter 20 000 000 000 SEK/år
- Vården i Västra Götaland kostar 36 000 000 000 SEK
- Reklambranschen omsätter: 50 000 000 000 SEK/år (försäljningen)
- Star Wars-prylar har sålts för 36 000 000 000 SEK

Vad används pengarna till?

Total informationsinvestering
Andel ext inköp info/PR tjänster, produktion & rådgivning
Andel ext inköp reklambyrå
Andel ext inköp medietid
PR på marknad



Informationsavdelningarnas budgetar

2005	Antal	Medel	SubTotal
Noterade	332	19 000 000	6 308 000 000
Onoterade 500+	759	9 132 031	6 928 888 095
Onoterade 100-499	2 373	2 283 008	5 417 577 391
Kommuner	290	3 448 696	1 000 121 840
Landsting	20	14 885 381	297 707 619
Stat	256	15 000 000	3 840 000 000
			Total 23 792 294 945

12 000 000 000 i marknadsbudgetarna är informations- & PR-investeringar!

2005	Antal	Medel	SubTotal
Noterade	332	1 612 353	535 301 196
Onoterade 500+	759	8 253 182	6 262 065 307
Onoterade 100-499	2 373	2 063 296	4 896 200 222
Kommuner	290	710 667	206 093 334
Landsting	20	0	0
Stat	256	402 068	102 929 408
		Total	12 002 589 467

PR- och informationstjänster för två miljarder

2005	Antal	SubTotal
Noterade	332	516 242 404
Onoterade 500+	759	712 887 749
Onoterade 100-499	2 373	557 394 563
Kommuner	290	36 859 580
Landsting	20	44 500 000
Stat	256	116 373 248
Total		1 984 257 545

Resultaten innehåller inköp av så väl rådgivande som producerande informations- och PR-tjänster.

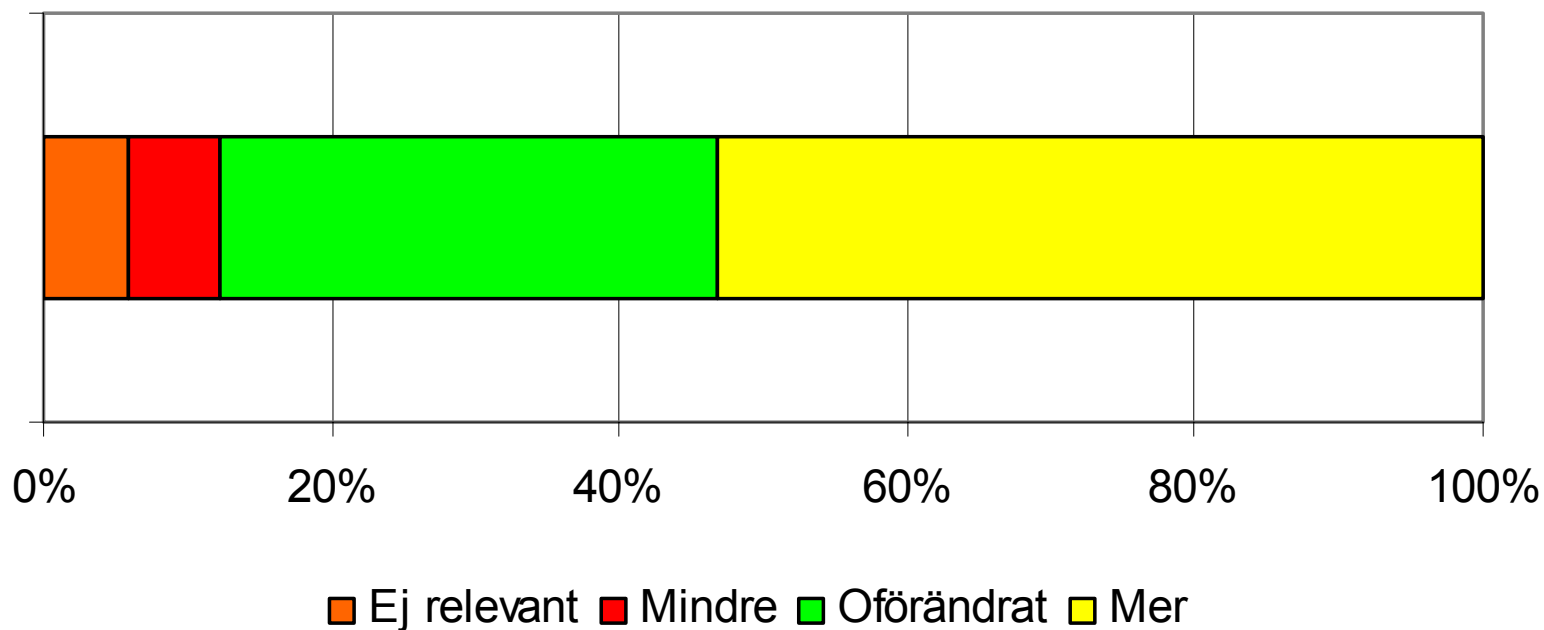
Övriga resultat

Tre av fyra rapporterar till VD eller GD

- Informationsavdelningarna håller i snitt 6,8 anställda
- 70% rapporterar till VD eller Generaldirektör, 3% till marknadsdirektören och 5% till AO dir/förvaltningschef
- 35 procent anser att marknads- och informationsavdelningarna samarbetar om marknadskommunikationen
- 38 procent anser att budgeten för marknadskommunikation minskat de senaste fem åren
- 31 procent anser att man arbetar mer med varumärkesbyggande public relations på bekostnad av utbudsannonsering de senaste 5 åren

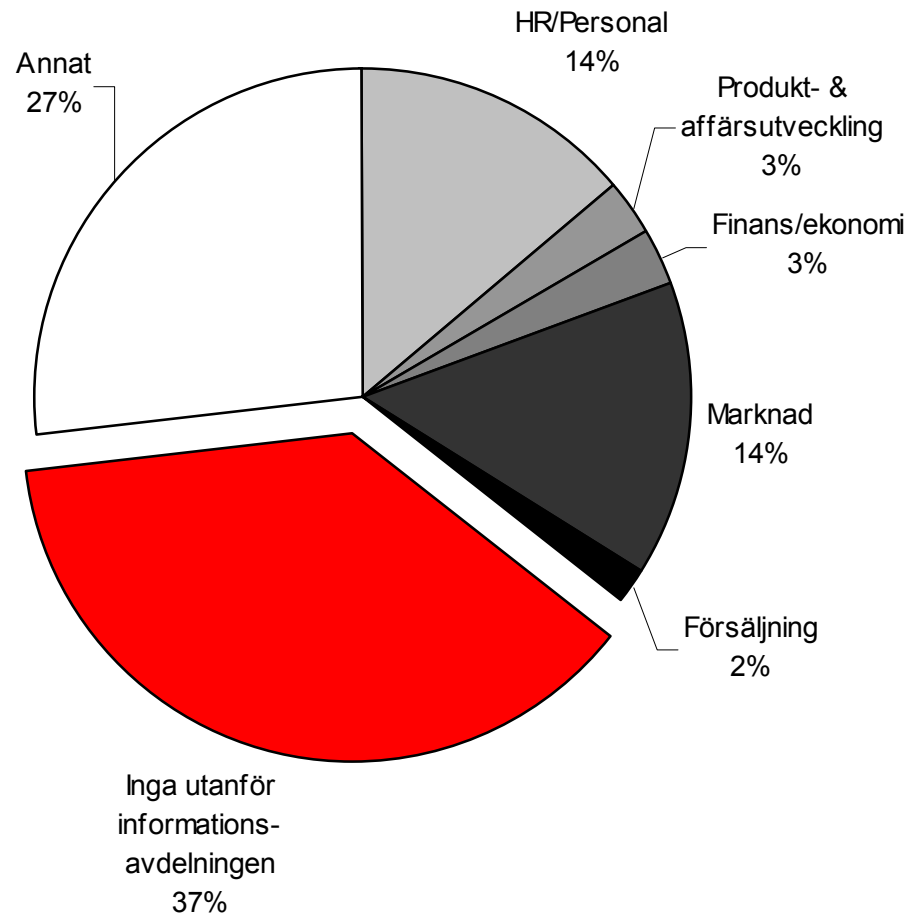
Inflytandet över medlen ökar!

q14 Hur har ditt inflytande över hur företaget använder sin totala kommunikationsbudget ändrats de senaste 5 åren?



63% uppger att de använder andra budgetar

q17 Kostnaderna för inormationsarbete uppstå nödvändigtvis inte inom informationsavdelningen



Resultaten i jämförelse

	UK, (2005) PR förening	Italien,(2003) PR förening	Benchmark- studien	Timbro (2005)
Under Söknings- område	Omsättning i informations/PR branschen i UK	Omsättning i informations/PR branschen i Italien	Stora företag och organisationers investeringar i information	Statliga myndigheters investering i opinionsbildning
Mätmetod	Total industriomsättning/totalt ant anställda x ant anställda inom PR	Uppskattat industri-index/capita	Skattning baserat på 16 respondenters (informationsdir. & chefer) budgetar	Enkät till samtliga myndigheter där de skattat sina investeringar
Resultat	91 miljarder 1516 SEK/capita	111 miljarder 1725 SEK/capita	6 miljarder	2 miljarder

Sammanfattning

36 miljarder – informationsindustrin större än vi trott

Information genomsyrar hela verksamheten och finns i andra budgetar än marknad och information

Klar majoritet av informationschefer och informationsansvariga rapporterar till VD eller GD

PR- och informationskonsultbranschen – 2 miljarder

Orsaker och förklaringar?

Några förklarande hypoteser...

- Globalisering och ett rundare Sverige
 - Världen kommer till Sverige
 - Offentlig sektor, medelstora företag, rikstäckande varumärken
- Teknik- och medieexplosion
 - Transparens, omedelbarhet, jämförbarhet
- Ständig och hård granskning
 - Compliance, CSR
- "Intressentrosen" pensioneras
 - Fler och aktiva stakeholders
- Varumärkesansvaret mer än reklam
 - Alternativ till köpta kanaler
 - Små och exakta målgrupper
 - Ständig närvaro – "word of mouth", "guerilla"

