Få større værdi ved at annoncere i danske medier

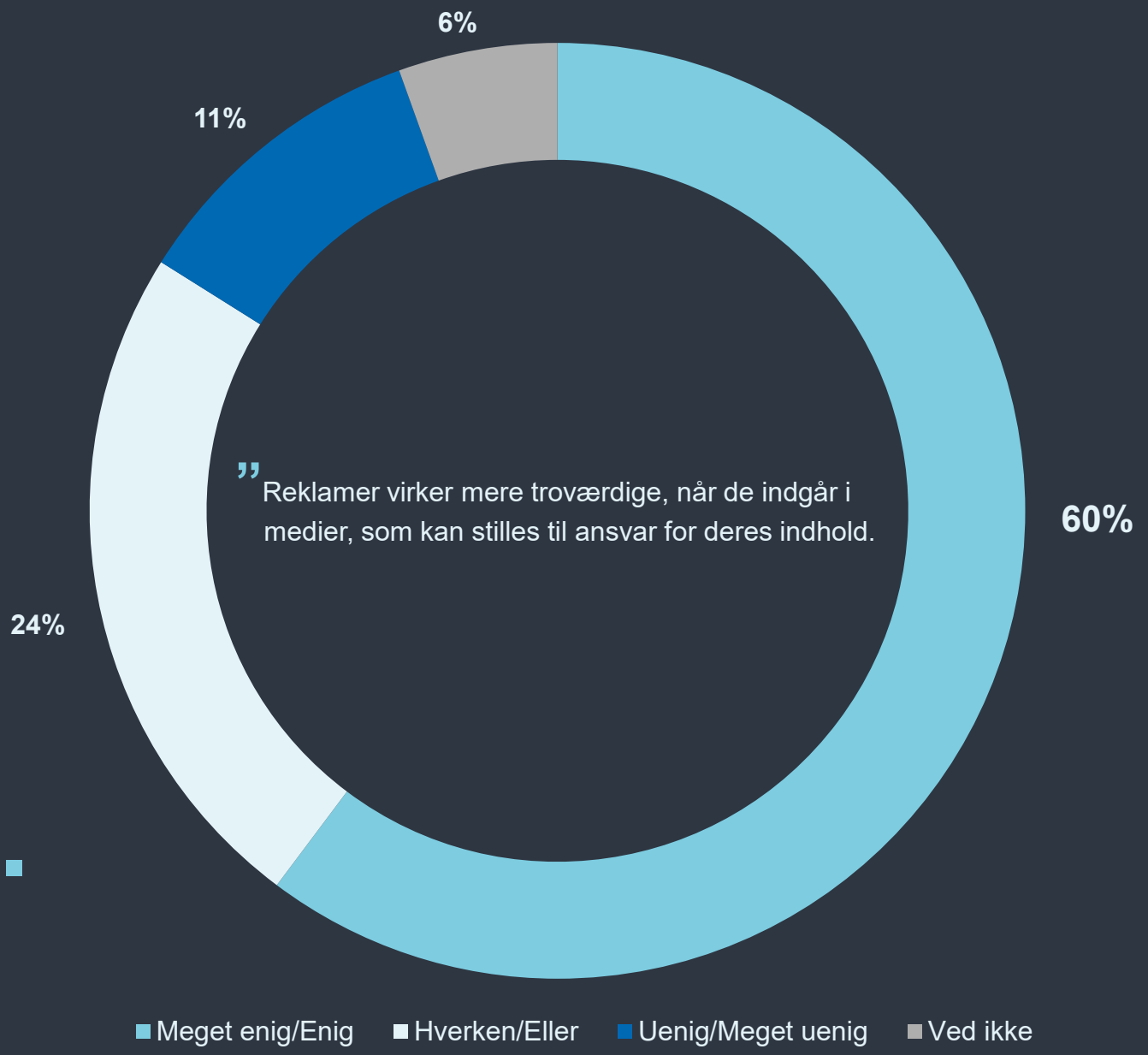


Danske Medier

Danske Medier

Reklamen er mere troværdig, når mediet er det.

60% af danskerne mener, at reklamer er mere troværdige, når de indgår i medier, som kan stilles til ansvar for deres indhold.

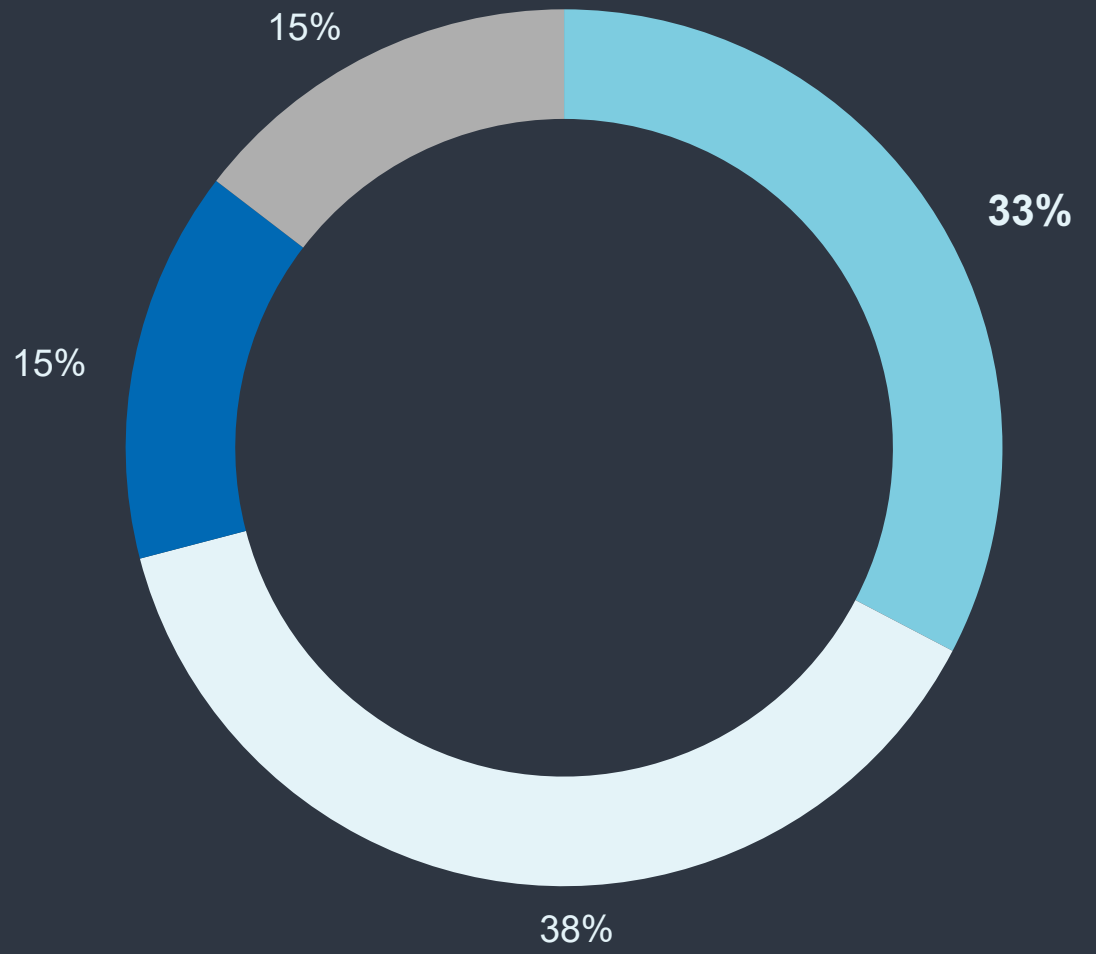


Danske Medier

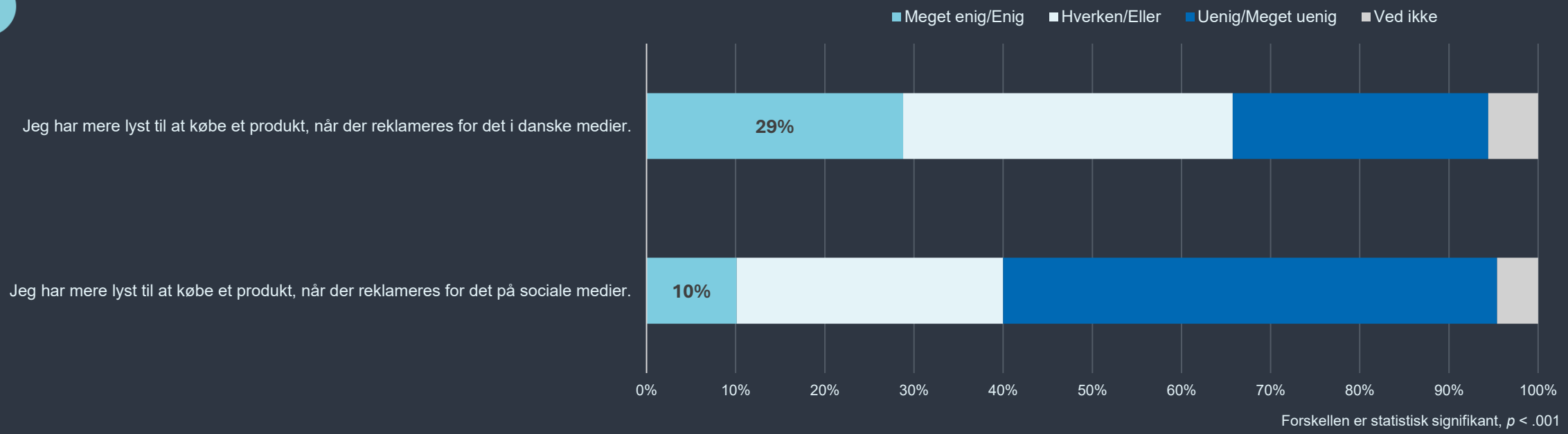
Et kvalitetsprodukt fortjener et kvalitetsmedie. Det ved køberne.

33% er meget enige eller enige i, at produkter fremstår af højere kviltet, når der reklameres for dem i danske medier i forhold til på sociale medie-platforme.
Kun 16% er uenige eller meget uenige.

> "Produkter, der reklameres for i danske medier, fremstår af højere kvalitet end produkter, der reklameres for på sociale medier.



Danske Medier

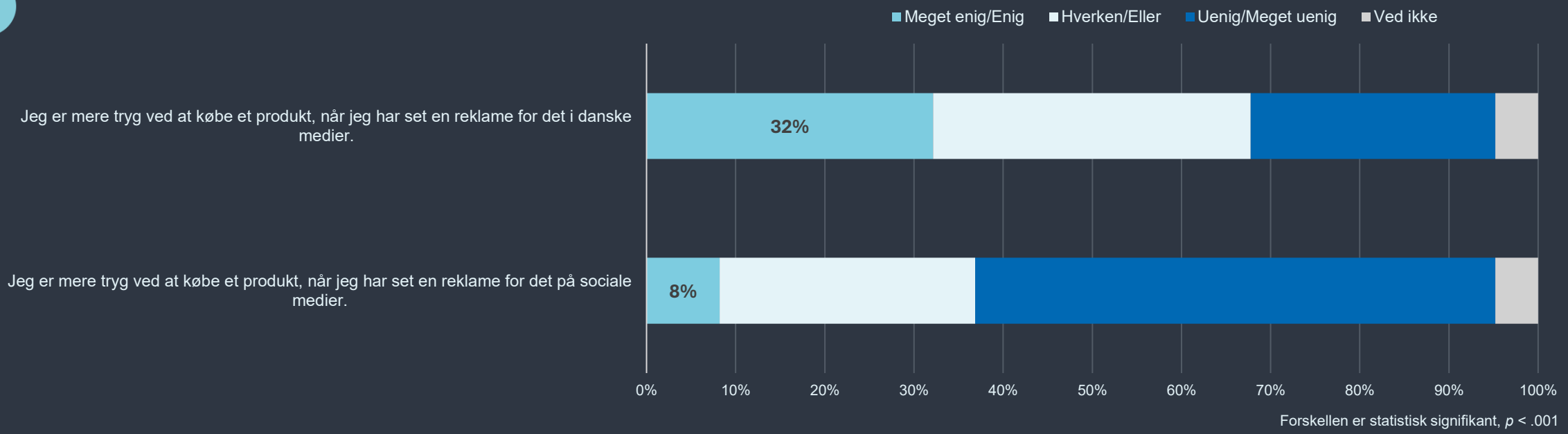


Forskellen er statistisk signifikant, $p < .001$

Danske medier slår sociale medier i at skabe købelyst.

Næsten 2/3 flere danskere har mere lyst til at købe et produkt, når de har set en reklame for det i danske medier sammenlignet med når de har set en reklame for det på sociale medier.

Danske Medier



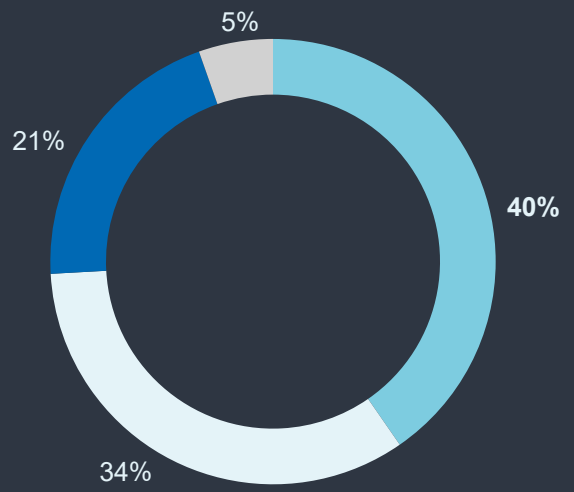
Forskellen er statistisk signifikant, $p < .001$

Et køb kræver tryghed. Det skaber danske medier.

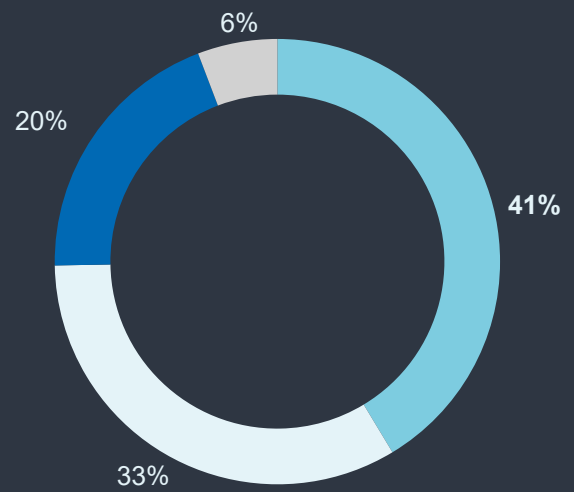
Fire gange så mange af danskerne er trygge ved at købe et produkt, når de her set en reklame for det i danske medier, end når de har set en reklame i et socialt medie.

Danske Medier

”Reklamer i danske medier giver mig større tillid til virksomheden bag end reklamer på sociale medier.



”Jeg stoler mere på budskabet i reklamer, der indgår i danske medier end reklamer på sociale medier.

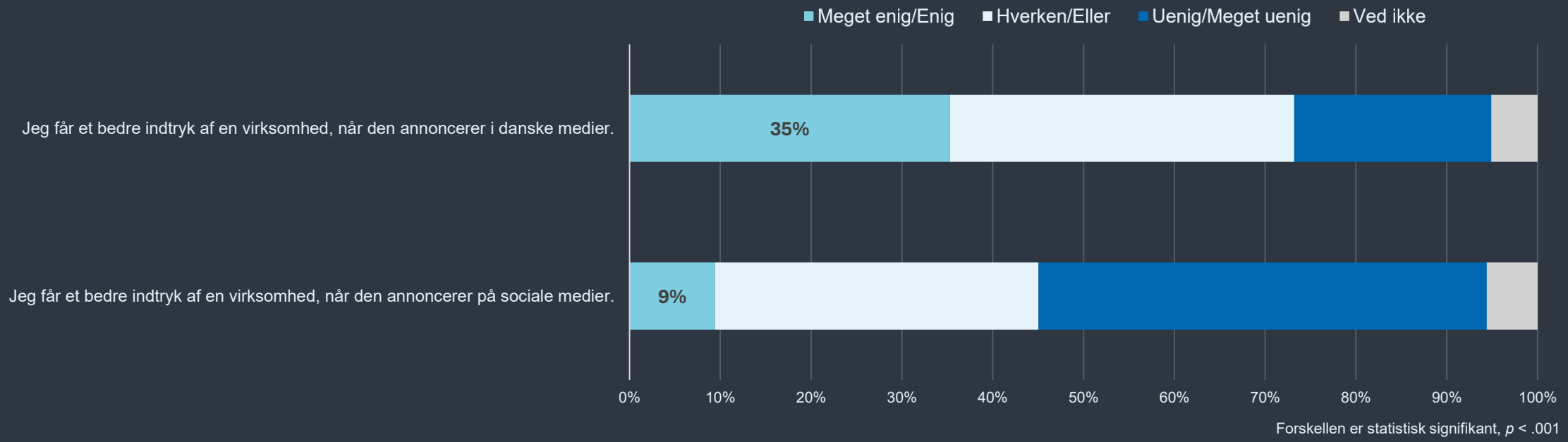


Meget enig/Enig | Hverken/Eller | Uenig/Meget uenig | Ved ikke

Tilliden til danske medier smitter af på virksomheden. Og reklamen.

Miljøet, en annonce indgår i, smitter af på selve annoncen. En placering i et dansk medie øger ikke blot den potentielle kundes opfattelse af selve annoncen, men også virksomheden der står bag.

Danske Medier



Forskellen er statistisk signifikant, $p < .001$

Hvis du gerne vil give et godt indtryk, bør du annoncere i danske medier.

Langt flere danskere får et mere positivt indtryk af virksomheden bag en annonce, hvis annoncen er placeret i danske medier. Modsat synes ganske få, at annoncer i sociale medier giver et bedre indtryk af annoncøren.

Danske Medier

Sådan gjorde vi

Undersøgelsen er repræsentativ for den danske befolkning

I juni 2026 gennemførte analyseinstituttet Fifty5Blue (tidl. Kantar Media) en spørgeskemaundersøgelse blandt 1.063 danskere på opdrag fra Danske Medier.

Svarene er vægtet, så de er repræsentative for den danske befolkning.

Danske medier er for respondenterne defineret som medier på tværs af platforme som web, print, tv, radio og podcast.

Tallene i analysen er afrundet til nærmeste hele procent.



Kontakt



Niels Marslev

Chef for kommerciel udvikling og analyse

nima@danskemedier.dk
+45 2594 4493



Benjamin Bo Christensen

Analysekonsulent

bbc@danskemedier.dk
+45 4414 0330

Danske Medier