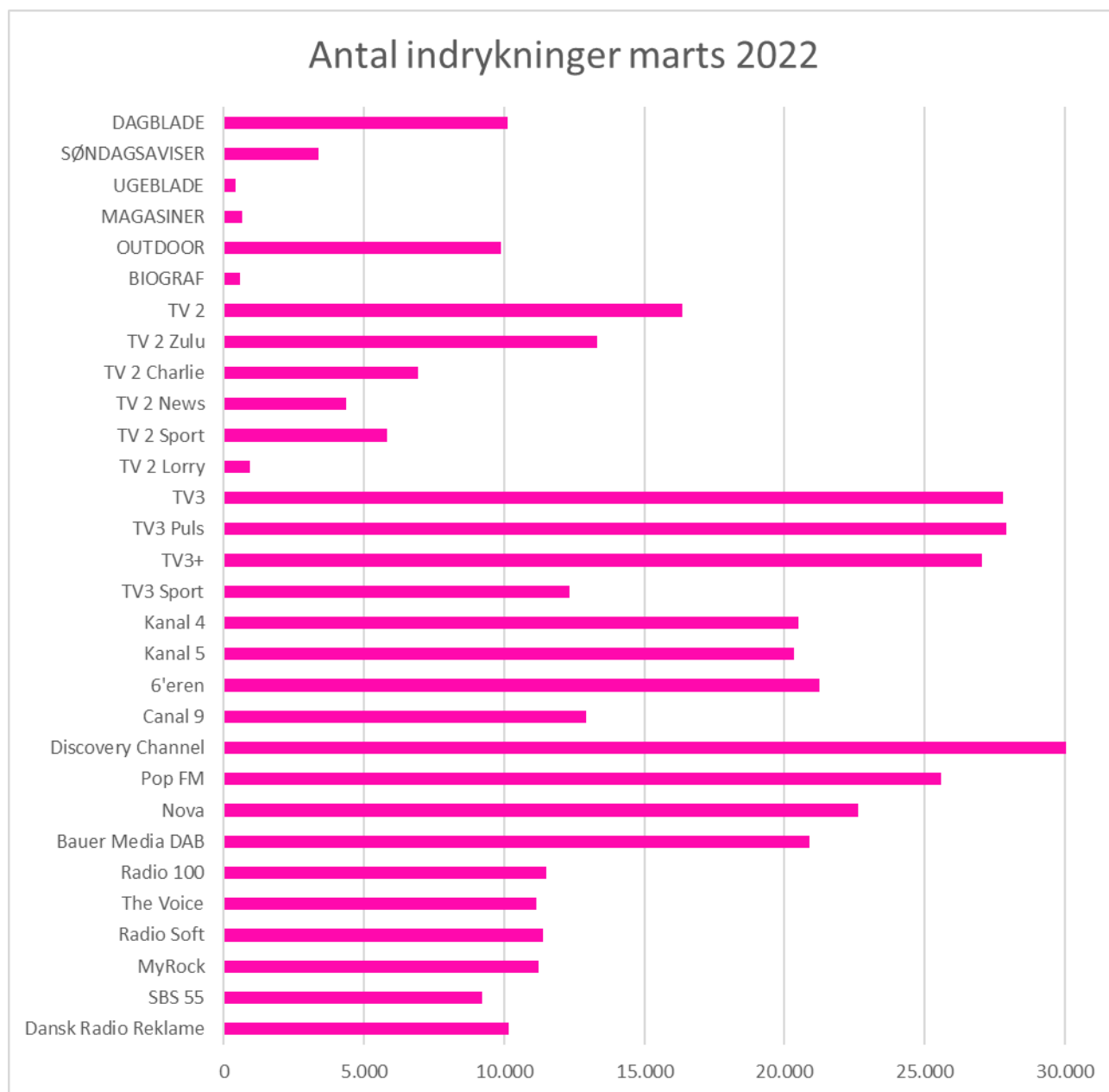


Medieindrykninger på annoncemarkedet i marts 2022 fordelt på mediegrupper og med split på TV og Radio

Kantar Media Intelligence/Gallup Adfacts registrerer annoncer i mere end 550 danske medier.



Copyright Kantar Media Intelligence/Gallup Adfacts 2022

Indrykninger giver ikke mening for internet (Desktop display og video, Mobil display og video samt Search), hvorfor der ikke vises indrykninger for disse mediegrupper.

Spending TOP 10 PRODUKTER i marts 2022

Top listen viser de 10 navngivne produkter/brands, som der er brugt flest annoncekroner på at promovere i den pågældende måned inden for mediegrupperne TV, print, biograf, radio, outdoor og internet.

Medieforbruget er baseret på mediernes listepriser. Der er således tale om bruttopriser og dermed ikke taget højde for eventuelle rabatter mellem annoncør og medie.

I medieforbruget i Top-10 listen indgår såvel producent- som forhandlerannoncering.

| Brand | Spending |
|------------------------------------|------------|
| AIRTOX PERSONLIGT SIKKERHEDSUDSTYR | 13.908.691 |
| DISNEY+ VIDEO ON DEMAND | 10.424.138 |
| TELIA TELEKOMMUNIKATION | 9.718.114 |
| AMAZON PRIMEVIDEO VIDEO ON DEMAND | 8.580.139 |
| DSB TOG | 7.356.907 |
| EUROJACKPOT BOOKMAKING & TIP | 6.608.793 |
| IPNORDIC TELEKOMMUNIKATION | 6.322.165 |
| REJSEPLANEN.DK LANDTRANSPORT | 5.930.232 |
| DISCOVERY+ VIDEO ON DEMAND | 5.894.024 |
| LOTTO BOOKMAKING & TIP | 5.802.691 |

Copyright Kantar Media Intelligence/Gallup Adfacts 2022