

# Faktaformulär – Branschanalysen Byråboken

Detta är en elektronisk pdf som du kan fylla i på datorn. Spara som byråns namn och maila oss tillbaka.

Företagets namn (enligt PRV): .....

Kortnamn (används i tabeller etc): .....

Postadress: .....

Postnummer: ..... Ort: .....

Tel: ..... Fax: .....

E-post: ..... Hemsida: .....

Startår: ..... Org.nr: ..... Aktiekapital: ..... tkr

VD/Byråledare: .....

**Byråns verksamhetskategori. Den kategori som bäst speglar huvudsysselsättningen.**

Endast ett **(1)** val möjligt.

- Reklambyrå  Integrerad byrå  Designbyrå  Varumärkesbyrå  Webbyrå  SP/Action Marketingbyrå  
 DM-byrå  Eventbyrå  Produktionsbyrå  Mediebyrå  PR/IR-byrå  Uppdragspublicist

**Har byrån bytt namn senaste året, skriv gamla namnet här:**

.....

**Ingår byrån organisatoriskt i en koncern eller ett kommunikationsnätverk?**

- Nej  Ja, i så fall, vilken/vilket:

.....

**Ingår byrån i ett frivilligt kommunikationsnätverk?**

- Nej  Ja, i så fall, vilken/vilket:

.....

**Medlem i Sveriges Kommunikationsbyråer**

## Siffror gällande branschanalysen – gäller endast marknadskommunikation.

I branschanalysen vill vi jämföra siffror som gäller **marknadskommunikation**. Därför ska ni bara ange siffror som avser följande verksamheter: annonsering, utomhusreklam, övrig tryckt reklam, DR, radioreklam, tv-reklam och reklamfilm, Internetbaserad reklam (banners, kampanjsajter, sociala medier, sökordsmarknadsföring m m), mobilreklam, grafisk design och förpackningar, event marketing, sponsring, sales promotion/action marketing, kundtidningar, medieförmedling/-rådgivning, mässor, PR, varumärkesplattformar och övrig marknadskommunikation. Siffror för följande aktiviteter får inte tas med: e-handelslösningar och generella IT-uppdrag, produktdesign, organisationskonsulting, uthyrning av lokaler, finansiell verksamhet, aktiehandel, andra extraordinära intäkter, övrig verksamhet.

### Vad är en byrå i vår analys?

Som **en** byrå räknas en juridisk enhet som leds av **en** VD. En byrå kan bestå av enheter på flera platser, om de har **samma** VD. En byrå kan ingå i en koncern eller vara självständig.

### Vad är inte en byrå i vår analys?

En koncern/nätverk, bestående av flera byråer som är egna juridiska enheter och har egna VD:ar, räknas **inte** som **en** byrå. Koncerner kommer att få ett speciellt frågeformulär gällande den statistiska analysen.

### Räkenskapsår.

Om du inte anger brutet räkenskapsår utgår vi från att ert räkenskapsår är kalenderår 2010.

Ange annars **brutet räkenskapsår** här (hela perioden fr o m år-mån-dag t o m år-mån-dag):

..... - ..... - ..... **t o m 2010-** ..... - .....

Siffrorna skall gälla det räkenskapsår som avslutas under 2010, **inga siffror för 2011 accepteras**. För räkenskapsår längre el. kortare än 12 månader ska ni räkna om siffrorna till 12 månader. **Siffrorna omräknade till 12 månader** .

I statistiken anger vi ert brutna räkenskapsår samt om siffrorna är omräknade till 12 månader.

### Omsättning marknadskommunikation 2010:

..... tkr

Byråns totala fakturering 2010 inom marknadskommunikation, definierat enl. ovan.

Summan anges exkl moms, efter avdrag av ev. kassarabatter och årsbonus. Summan anges i tkr.

### Byråintäkt marknadskommunikation 2010:

..... tkr

Byråns fakturerade arvoden inom marknadskommunikation enl. ovan,

plus pålägg på inköp för kunders räkning samt ev. provisioner. Praktiskt är det oftast enklast att ta

Omsättning marknadskommunikation 2010 och dra ifrån kostnaderna för inköp för kunders räkning.

### Antal fast heltidanställda för marknadskommunikation 2010:

..... st

Se ovan vad som får räknas in i marknadskommunikation.

Ange summa personer omräknade till genomsnitt fast heltidanställda under året.

### Byråintäkt marknadskommunikation fördelad på marknader

Ange i procent, (summan ska bli 100 procent) så noga ni kan, hur er byråintäkt fördelar sig på angivna marknader.

• Producentvaror: ..... % .      • Konsumentvaror: ..... % .

• Tjänster: ..... % .      • Samhällsinformation: ..... % .

(i samhällsinformation ingår marknadskommunikation för offentlig sektor, fackföreningar, ideella organisationer m m.)

Uppgiftslämnare: ..... Datum och ort: .....

E-post uppgiftslämnare: ..... Telefon uppgiftslämnare: .....

Har du frågor runt analysen och datainsamlingen, ring Marie Arvinus, Arvinus Förlag 08-32 00 15.

Postas/mailas **OMGÅENDE** till: Arvinus Förlag, Anette Helge, Box 6040, 102 31 Stockholm. anette@arvinus.se