

Pressmeddelande 2009-09-30

Kampen om barnfamiljernas uppmärksamhet: Barnfamiljer spenderar nästan 14 miljarder på hemmet, prylar, kläder och mat (rättelse från tidigare utskick)

På fredag börjar Underbara barnmässan i Älvsjö i Stockholm. Här slåss tusentals företagare om barnfamiljernas uppmärksamhet för det är inom den här gruppen som det finns pengar att tjäna. Statistik som Svensk Direktreklam har beställt från Sifo Orvesto konsument visar att barnfamiljer, familjer med barn upp till 14 år, har det bättre ställt och konsumerar långt över snittet i riket.

Sifo Orvesto Konsumenters statistik visar att barnfamiljer skiljer sig på många sätt från den genomsnittliga svensken. Med barnfamiljer menas familjer med barn upp till 14 år och de står för 28 procent av riket. Det typiska för denna målgrupp är att de befinner sig i åldern 30-49 år, flertalet är gifta eller samboende, de bor i villa, hushållsekonomin är god och utbildningsnivån är högre än för genomsnittet i Sverige. Totalt spenderar de 13,6 miljarder per år på hemmet, prylar, kläder och mat.

- Det är inte svårt att förstå att detta är en målgrupp som många vill åt. Produkter avsedda för barn och familjelivet har fullständigt exploderat de senaste åren. Konkurrensen är hård och det är många som kämpar om att nå målgruppen, säger Göran Kontin marknadschef på Svensk Direktreklam.

Barnkläder och sportutrustning ligger i topp när det gäller konsumtion. Investeringar i elektronik är också betydligt större bland barnfamiljerna än genomsnittet. Förutom konsumtion av prylar och kläder lägger barnfamiljer också betydligt mer pengar på allt som hör till hemmet, semesterresor och underhållning.

Statistiken visar även att barnfamiljer läser oadresserad direktreklam mer än genomsnittet i landet: 51 procent läser oadresserad direktreklam mer än 1-2 gånger i veckan, 70 procent bläddrar igenom och läser det som är intressant och hela 32 procent av barnfamiljerna räknas som "heavy users" av mediet.

	Barnfamiljer SEK/år	Genomsnitt i landet SEK/år	Procentuell skillnad
Kläder och sportutrustning	10 186	6 984	+45%
Elektronik till hemmet	2 540	1 811	+40%
Underhållning i hemmet	2 871	1 490	+93%
Heminredning och byggvaror	8 898	6 072	+46%
Distanshandel	2 606	1 943	+34%
Livsmedel	4 240/månad	3 453/månad	+23%

Källa Sifo Orvesto Konsument 2008

För ytterligare information:

Göran Kontin, marknadschef Svensk Direktreklam
Telefon: 0708-15 80 18 e-post: goran.kontin@sdr.se

Om Svensk Direktreklam

Svensk Direktreklam AB är Sveriges största privata direktreklamföretag och sysselsätter närmare 400 anställda på 42 franchiseföretag. 10 000 deltidanställda utdelare gör företaget till Sveriges största ungdomsarbetsgivare. Företaget har mer än 30 års erfarenhet av direktreklam och distribuerar årligen över en miljard trycksaker till Sveriges konsumenter. Företaget arbetar i hela värdekedjan kring direktreklam, från kampanjmål, målgruppsurval, idé, utformning, tryck och distribution av reklamtrycksaker, action marketing till uppföljning och mätning av reklamens effekter. Direktreklam är ett av Sveriges starkaste media med ett genomsnittligt observationsvärde inom sällanköps handeln på 55 procent. Svensk Direktreklam är postoperatör sedan 1994 och hanterar oadresserad reklam. Svensk Direktreklam är miljöcertifierade enligt ISO 14001 och omsätter cirka 550 Mkr. SDR-koncernens totala omsättning, inkl action marketing och gratisdistribuerade lokaltidningar, uppgår till ca 750 Mkr.