

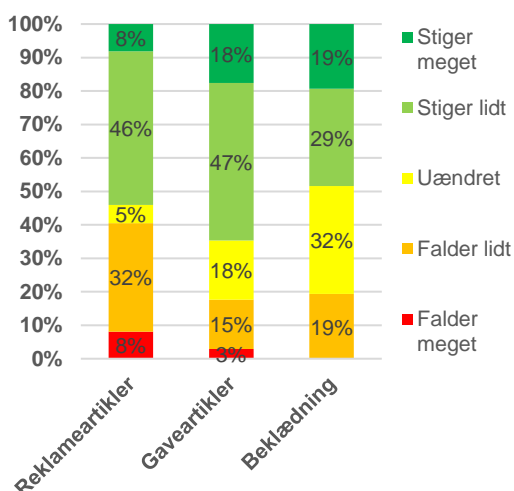
Stigende efterspørgsel på promotion

Efterspørgslen på reklameartikler, gaveartikler og beklædning har her i 2021 oversteget niveauet fra før corona. Det forplanter sig i højere forventninger til omsætningen for størstedelen af promotionbranchen. Kunderne lægger ligesom tidligere meget vægt på bæredygtighed og compliance.

Der er igen kommet gang i efterspørgslen på markedet for reklame- og gaveartikler efter samfundets genåbning og restriktionernes forsvinden. Således forventer 54 pct. af aktørerne inden for promotion, at efterspørgslen på reklameartikler vil stige lidt eller stige meget mere i 2021 sammenlignet med 2019 - det seneste år før udbruddet af corona. Efterspørgslen på gaveartikler forventes at stige endnu mere, idet hele 65 pct forventer, at den stiger lidt eller stiger meget.

Figur 1: Forventninger til efterspørgslen for 2021 sammenlignet med 2019

Spg: "Hvad er dine forventninger til efterspørgslen af følgende varer i 2021 i forhold til 2019?"



Forventningerne til efterspørgslen på beklædning er lidt mere afdæmpede, men dog fortsat positive. 48 pct. forventer, at den stiger lidt eller stiger meget, mens 19 pct. mener, at den vil falde.

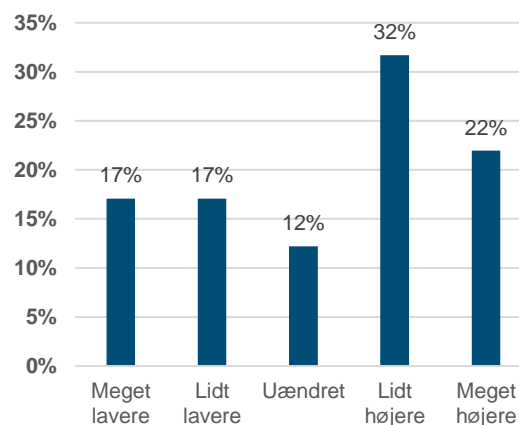
Efterspørgslen synes derfor at have lagt coronaudbruddet bag sig.

Højere efterspørgsel afspejles i omsætning

Forventningen om en stigende efterspørgsel afspejler sig i aktørernes forventning til omsætningen i deres virksomhed. 54 pct. forventer, at deres omsætning vil være lidt højere eller meget højere i 2021 sammenlignet med 2019.

Figur 2: Forventninger til virksomhedens omsætning i 2021 i forhold til 2019

Spg: "Hvad er dine forventninger til din virksomheds omsætning i 2021 i forhold til 2019?"



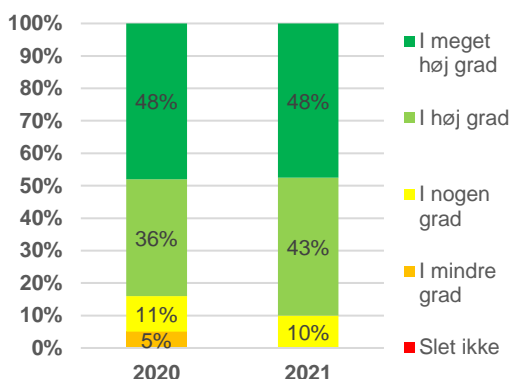
Coronaen har dog ikke helt sluppet sit tag i alle virksomhederne på markedet for promotion. 34 pct. af virksomhederne forventer, at deres omsætning i 2021 ender lidt lavere eller meget lavere end i 2019.

Kunderne lægger vægt på bæredygtighed og compliance

Bæredygtighed er fortsat i høj kurs blandt kunderne. I 48 pct. af besvarelsene svarer aktørerne, at kunderne i meget høj grad lægger vægt på bæredygtighed. Yderligere 43 pct. lægger i høj grad vægt på bæredygtighed.

Figur 3: Kundernes vægt på bæredygtighed

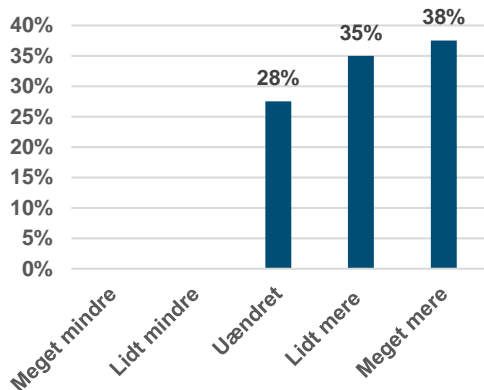
Spg: "I hvilken grad vil kunderne lægge vægt på følgende områder i 2021? – svar for bæredygtighed"



Sammenlignet med sidste års undersøgelse lægges der endnu mere vægt på bæredygtighed. I sidste års undersøgelse var der 5 pct. af besvarelsene, hvor kunderne i mindre grad lagde vægt på bæredygtighed. Det tal er reduceret til 0 i år. Hverken i år eller i sidste års undersøgelse er der nogen, som svarer at kunderne slet ikke lægger vægt på bæredygtighed.

Figur 4: Udvikling i betydningen af compliance

Spg: "Hvor meget vil compliance betyde for kunderne i 2021 i forhold til 2019?"



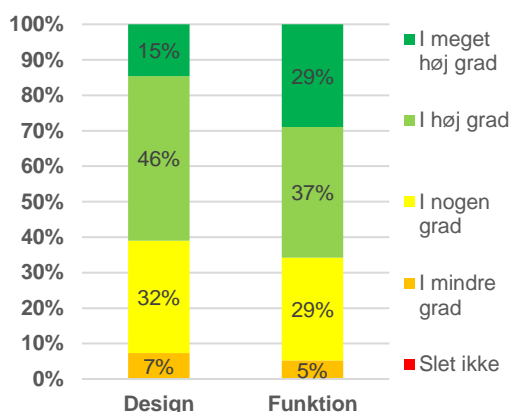
Ligesom kunderne i høj grad lægger vægt på bæredygtighed, vægter de også compliance højt. Således svarer 35 pct. og 38 pct., at compliance betyder henholdsvis lidt mere eller meget mere for kunderne sammenlignet med 2019. Kun i 28 pct. af besvarelsene har compliance uændret betydning for kunderne. I ingen af besvarelsene har compliance mindre betydning end i 2019.

Funktion og design er også vigtigt

Kunderne lægger også vægt på funktion. Således svarer 66 pct., at kunderne i høj grad eller meget høj grad lægger vægt på funktion. Kun 5 pct. svarer, at kunderne i mindre grad lægger vægt på funktion.

Figur 5: Hvad lægger kunder vægt på?

Spg: "I hvilken grad vil kunderne lægge vægt på følgende områder i 2021?"



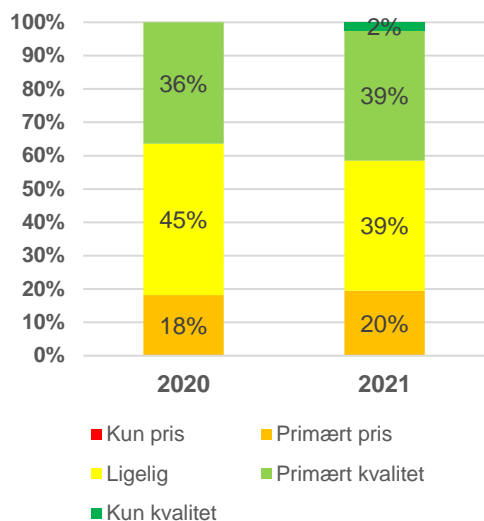
Til sammenligning lægger kunderne en anelse mindre vægt på produkternes design, idet 61 pct. svarer, at kunderne enten i høj grad eller i meget høj grad lægger vægt på design.

Mere fokus på kvalitet

Kvaliteten er også i højsædet, og kunderne prioriterer i højere grad kvalitet frem for pris sammenlignet med sidste år. 41 pct. svarer, at kunderne primært eller kun fokuserer på kvalitet i afvejningen mellem kvalitet og pris.

Figur 6: Kundernes afvejning mellem pris og kvalitet

Spg: "Hvordan vil kundernes afvejning mellem pris og kvalitet være i indeværende år i forhold til 2019?"



Sammenlignet med sidste år vejer kvalitet en anelse højere. Her svarede 36 pct., at kunderne primært vægtede kvalitet frem for pris.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er foretaget på Myvendo Fair 2021 fra 10. til 11. august 2021 blandt personer beskæftiget inden for reklame- og gaveartikler.

Der er i alt 41 besvarelser.