

Pressmeddelande

10 maj

## Svenskarna uppskattar roliga och personliga annonser

**En färsk undersökning från Adobe visar att en klar majoritet av svenskarna faktiskt är positiva till riktade annonser. Men vi saknar en sak – humorn.**

En ny undersökning från Advanis på uppdrag av Adobe visar att så många som två av tre svenskar faktiskt gillar att få annonser riktade mot sig på nätet. Av de som ställer sig positiva anser dock 61 procent att annonserna behöver bli bättre, för att inte kännas läskiga och påträngande.

Undersökningen visar även att 40 procent föredrar annonser som är personliga och bygger på deras intressen, shoppingvanor och andra preferenser.

### Humor saknas

En ingrediens som svenskarna efterfrågar i annonserna är humor. Var femte svensk svarar att roligare innehåll är det som kan förbättra annonserna bäst. Än fler (26%) uppger att de lockas till annonser som får dem att skratta.

– Medan svenskarna gillar riktade annonser är andra européer i överlag tveksamma till dessa. Däremot har vi en sak gemensamt, och det är att vi föredrar roliga annonser. Utmaningen för företagen i deras marknadsföring är att hitta det magiska tricket och enligt många personer i undersökningen är svaret humorn, säger Imran Afzal, nordisk marknadschef för Adobe Marketing Cloud.

### Annonsplattformen viktig för att nå fram

I undersökningen framkommer det även att de annonser som svenskarna gillar mest är de som syns på sökmotorer och i sociala medier. Var fjärde svensk svarar att annonser via sökmotorer och sociala medier känns mest relevanta för dem. Hela 41 procent tycker dessutom att Facebook levererar de bästa annonserna. Mindre positiva är svenskarna till rörliga bildannonser, särskilt videoannonser i mobilen, som 63 procent tycker är helt irrelevanta för dem.

### Statistik från undersökningen:

- 62 procent av svenskarna gillar riktade annonser
- 61 procent tycker dock att annonsinnehållet behöver bli bättre
- 40 procent föredrar personliga annonser som bygger på intressen
- 20 procent av svenskarna gillar roliga annonser
- 26 procent tycker att annonser som syns på sökmotorer är de mest relevanta
- 24 procent tycker att annonser i sociala medier är relevanta, där 41 procent gillar annonser på Facebook mest, 9 procent föredrar Google och 7 procent gillar bäst annonser på YouTube
- 63 procent tycker att videoannonser i mobilen är irrelevanta för dem

### Om undersökningen:

Cirka 1 000 svenskar, i åldrarna 18 år och uppåt, medverkade i ADI Advertising Report 2017. Undersökningen genomfördes av Advanis på uppdrag av Adobe den 1-17 februari 2017.

**För ytterligare information, vänligen kontakta**

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, [jschyum@adobe.com](mailto:jschyum@adobe.com)

Olle Dahlqvist, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 58 94 63 , [adobe@spotlightpr.se](mailto:adobe@spotlightpr.se)

***Om Adobe***

*Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. Läs mer på [www.adobe.com](http://www.adobe.com)*