



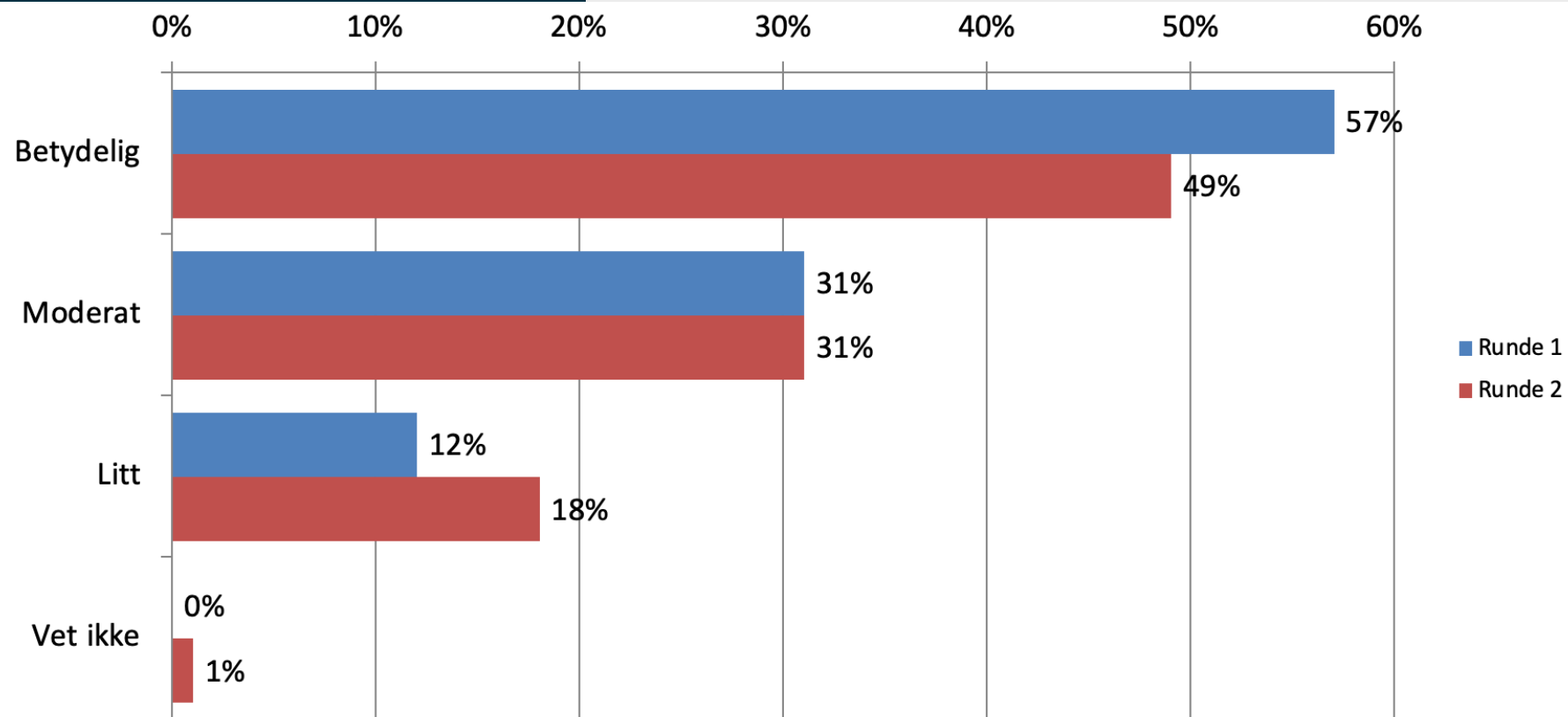
ANFO Korona Tracker
Måling 1: 20-22.mars
Måling 2: 4.-6.april



ANFO

I hvilken grad har
din virksomhet
blitt påvirket av koronavirusutbruddet

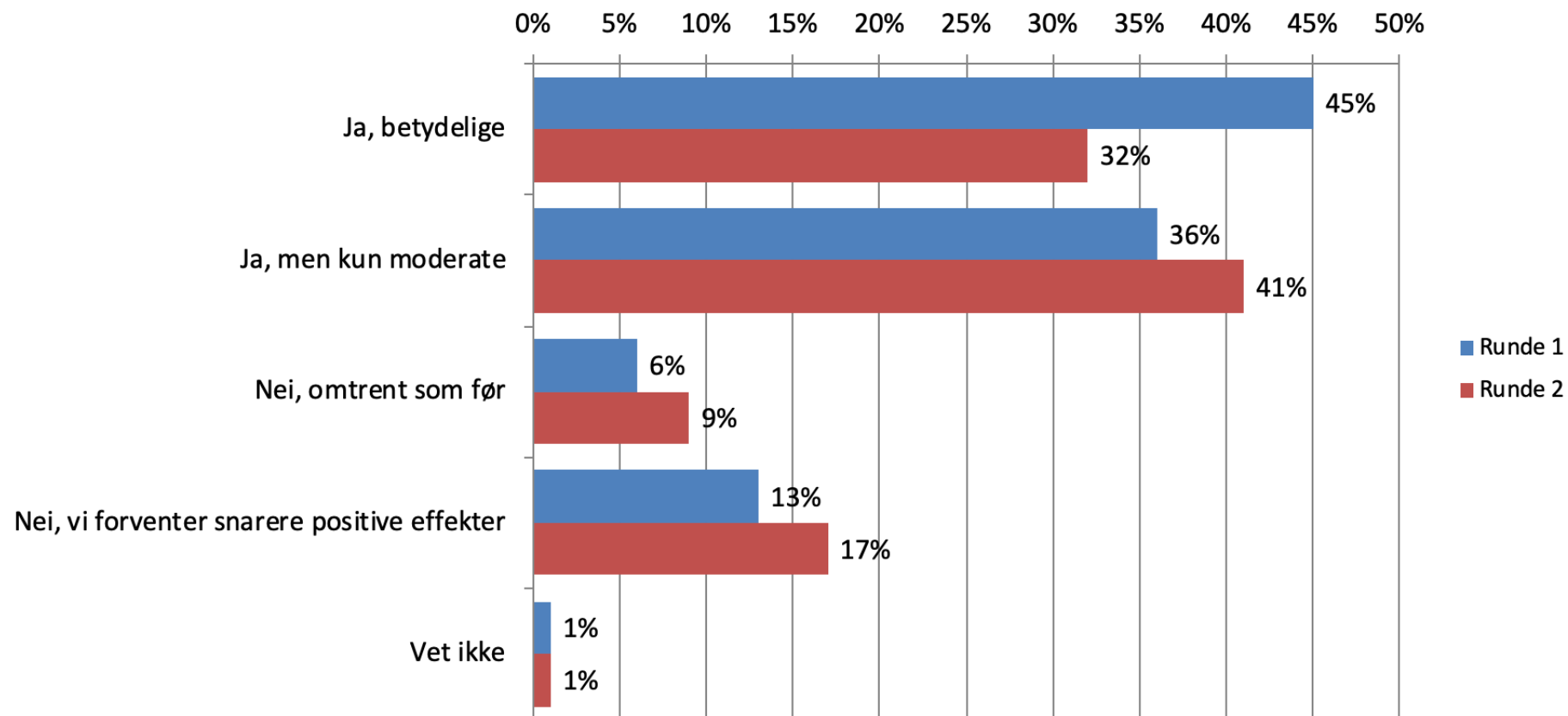
Færre mener de blir
“betydelig” påvirket



Forventer du i nær fremtid negative effekter for din virksomhet på drift, forretningsresultater og økonomiske utsikter?

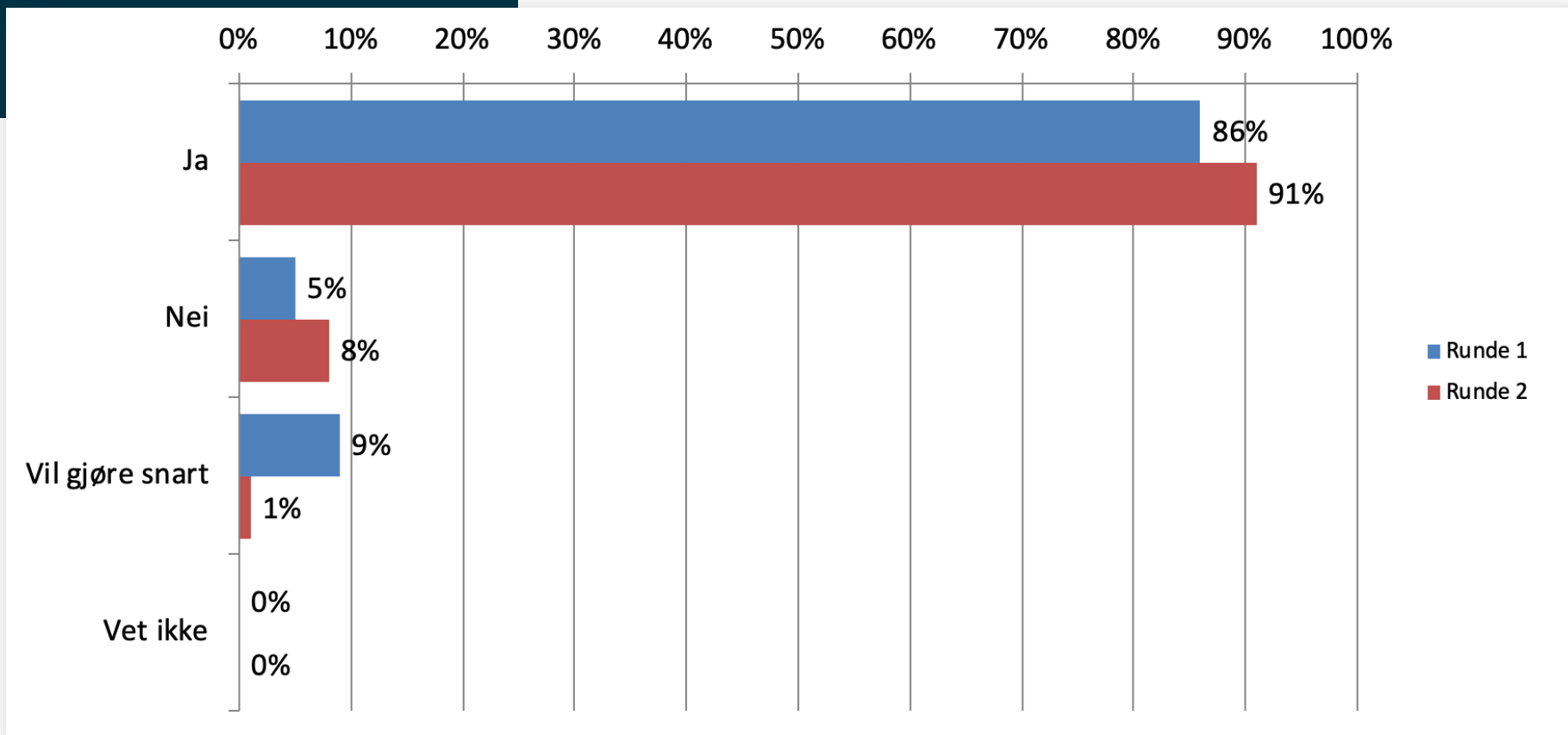
Økt positivitet fra forrige måling

17% forventer positive effekter



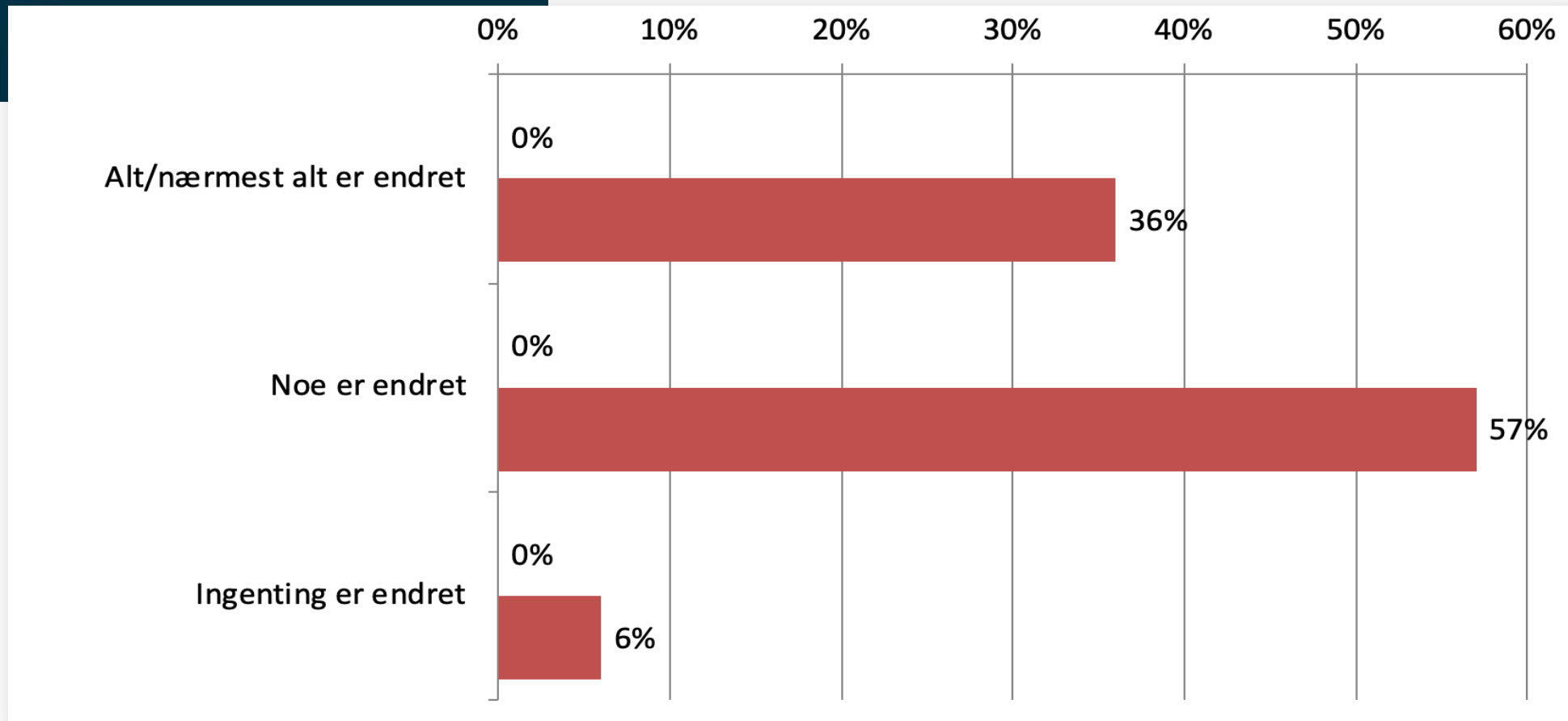
Har dere justert
markedsplaner
og aktiviteter?

9 av 10 har justert markedsplanen



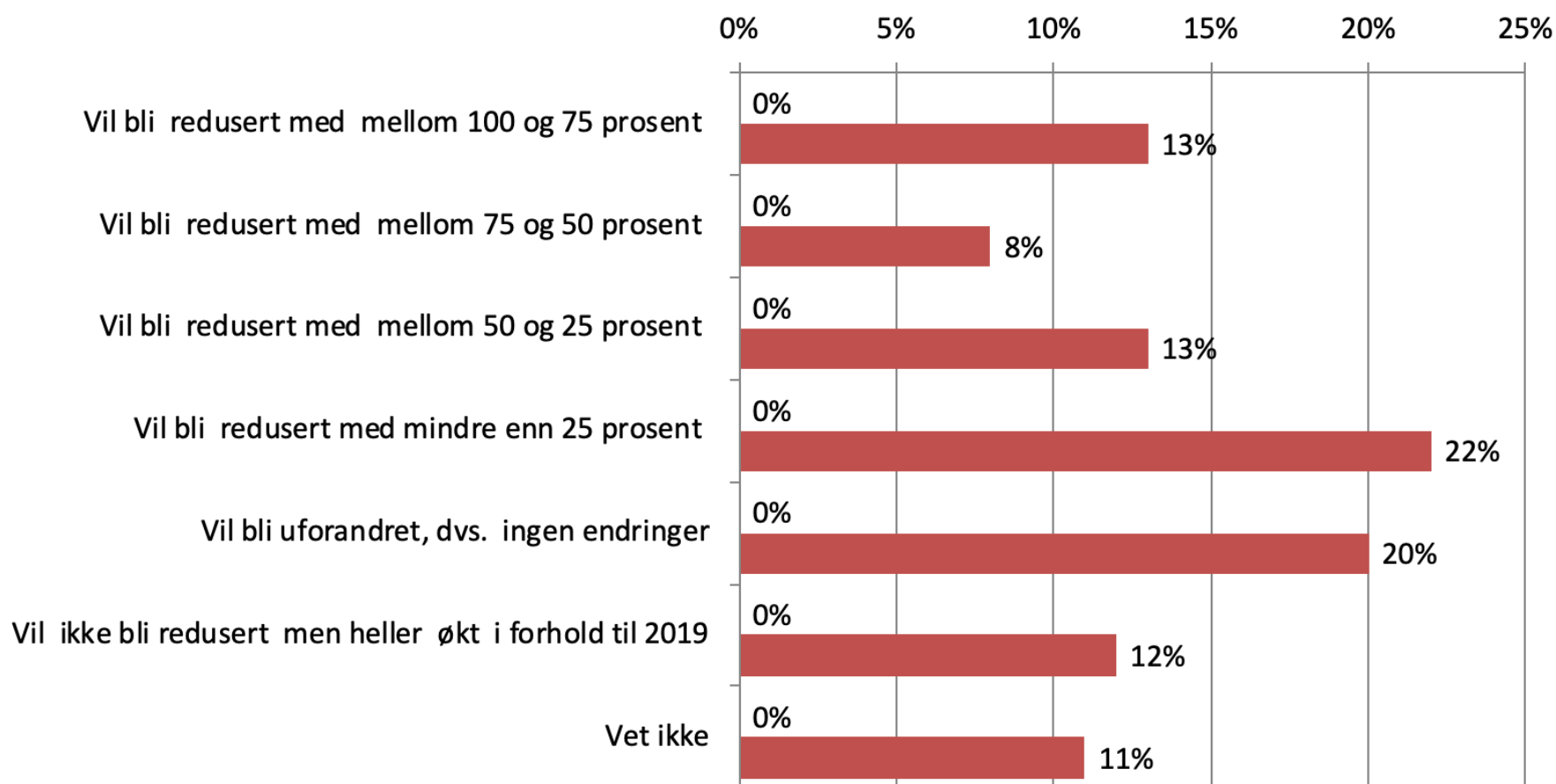
Hvor mye av den totale markedskommunikasjonen har dere endret med tanke på budskap og innhold?
(nytt spm 2.måling)

Kun 6% har *ikke* endret markedsmateriell (innhold og budskap)



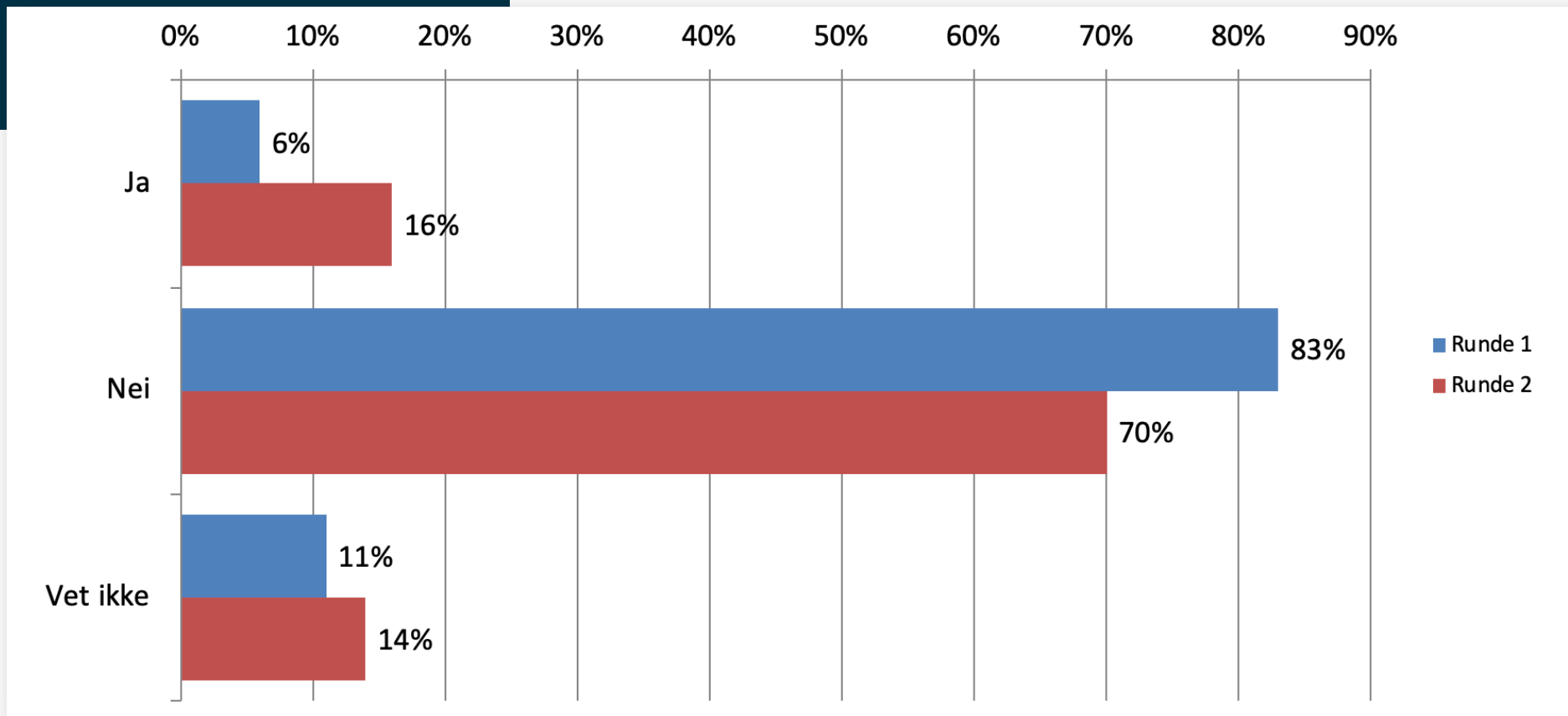
Hvor mye vil deres totale budsjett til markedskommunikasjon endre seg for 2.kvartal 2020 (nytt spm 2.måling)

- **Drastiske kutt**
- **2 av 10 ser for seg kutt over 50% av markedsbudsjettet**
- **4 av 10 – under 25% eller ingen kutt**
- **1 av 10 ser for seg økning**



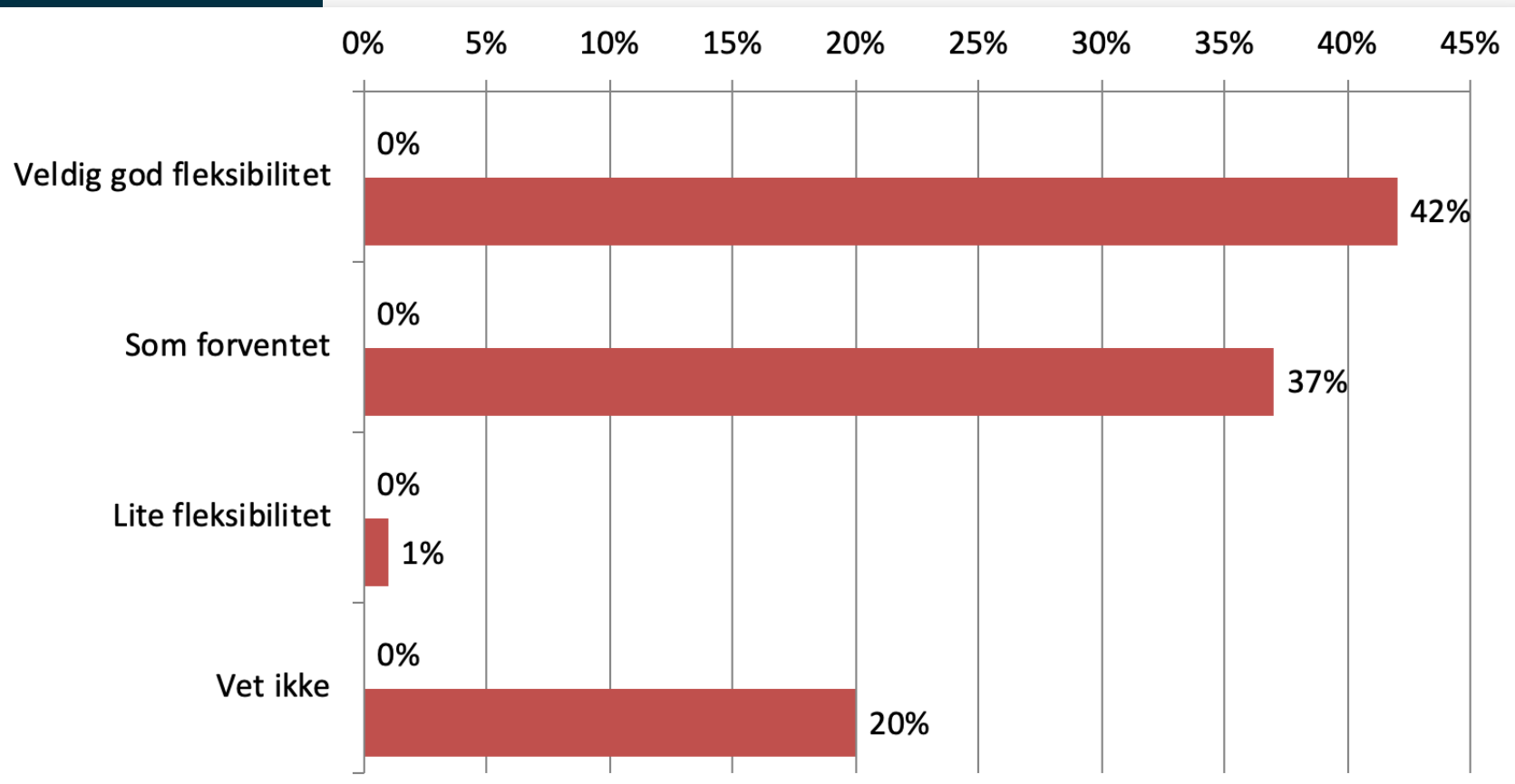
Har dere flyttet reklamekroner fra internasjonale medieplattformer til norske mediehus?

Flere har flyttet reklamekroner til norske mediehus



I hvilken grad har dere opplevd fleksibilitet fra mediehusene med tanke på avbooking og endringer i den siste tiden?
(nytt spm 2.måling)

Mediehusene har utvist stor fleksibilitet



Til SOME



ANFO Korona-tracker
Måling 1: 20-22.mars
Måling 2: 4.-6.april

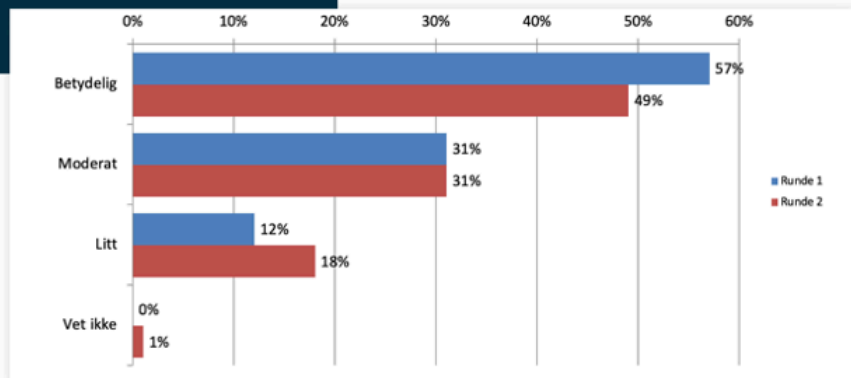
Resultatene kan fritt brukes når "ANFO Korona-tracker" angis som kilde



ANFO

I hvilken grad har din virksomhet blitt påvirket av koronavirusutbruddet

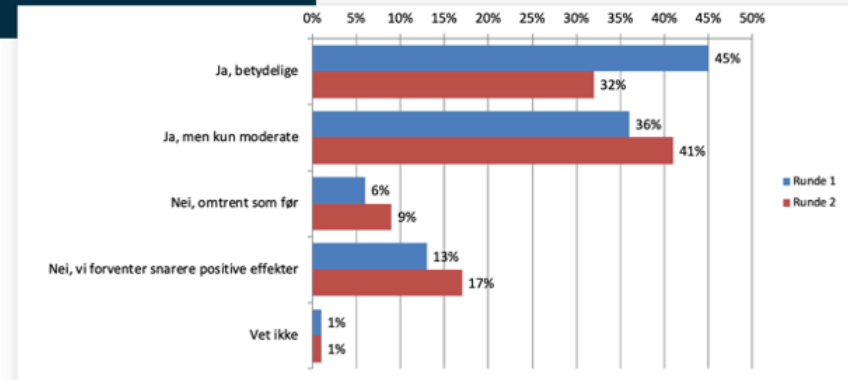
Færre mener de blir "betydelig" påvirket



Forventer du i nær fremtid negative effekter for din virksomhet på drift, forretningsresultater og økonomiske utsikter?

Økt positivitet fra forrige måling

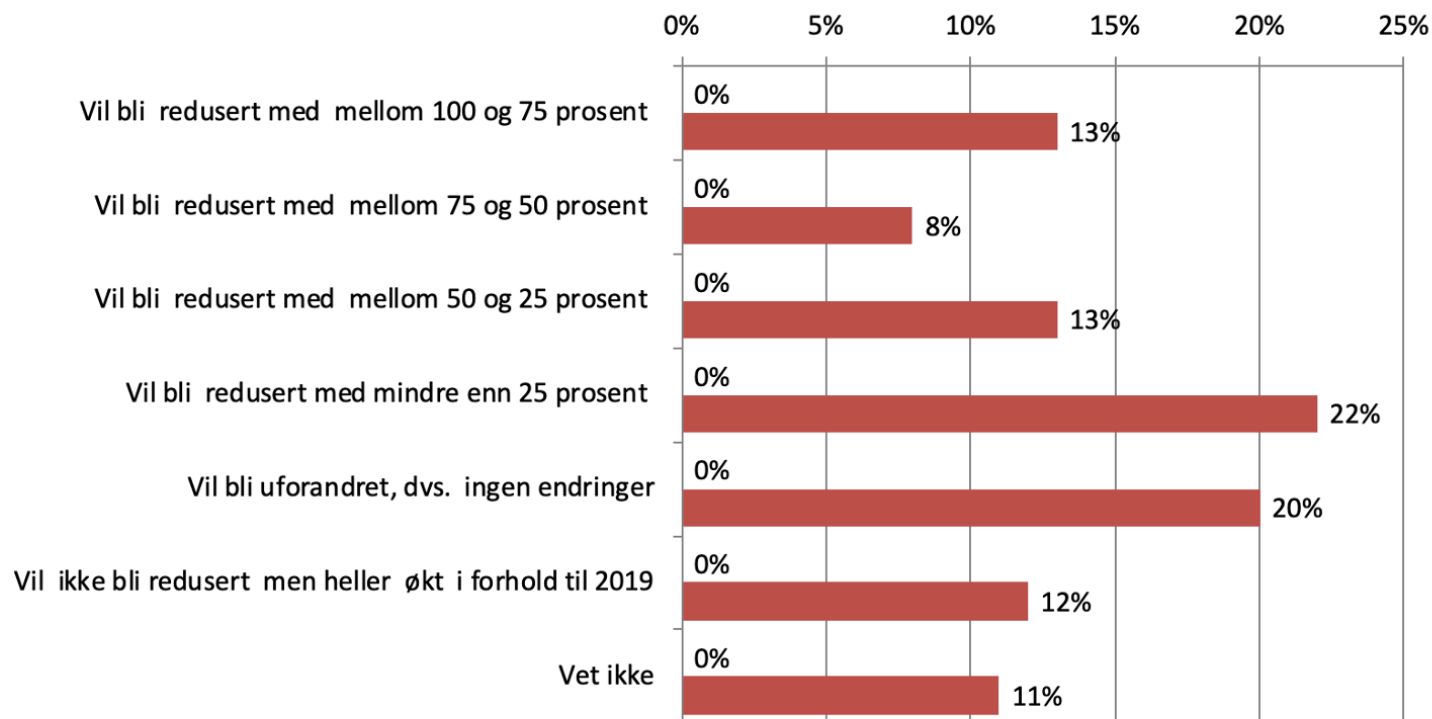
17% forventer positive effekter



Resultatene kan fritt brukes når "ANFO Korona-tracker" angis som kilde.

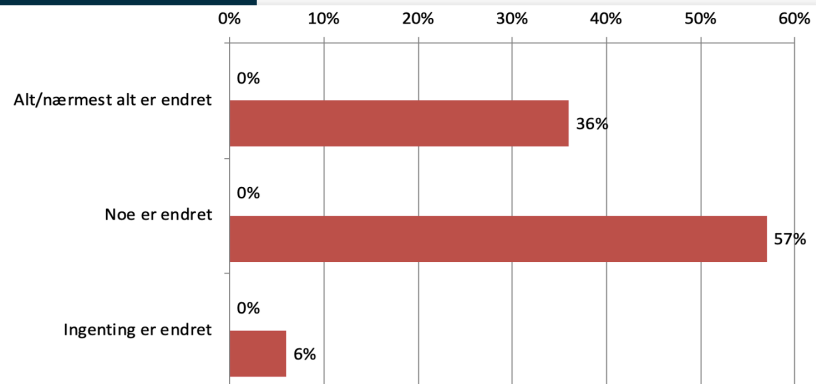
Hvor mye vil deres totale budsjett til markedskommunikasjon endre seg for 2.kvartal 2020
(nytt som 2.måling)

- **Drastiske kutt**
- **2 av 10 ser for seg kutt over 50% av markedsbudsjettet**
- **4 av 10 – under 25% eller ingen kutt**
- **1 av 10 ser for seg økning**



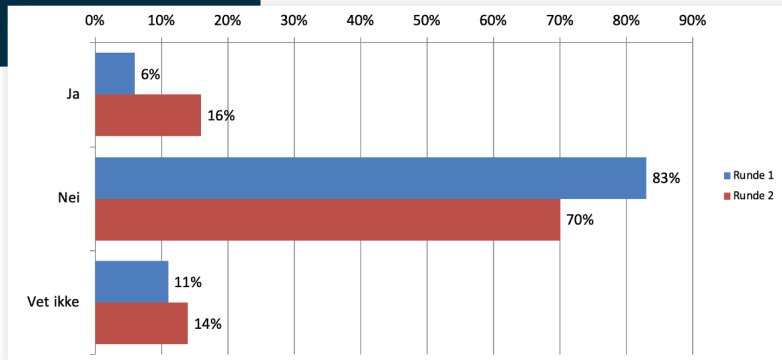
Hvor mye av den totale markedskommunikasjonen har dere endret med tanke på budskap og innhold?
(nytt spørsmål 2.måling)

Kun 6% har ikke endret markedsmateriell (innhold og budskap)



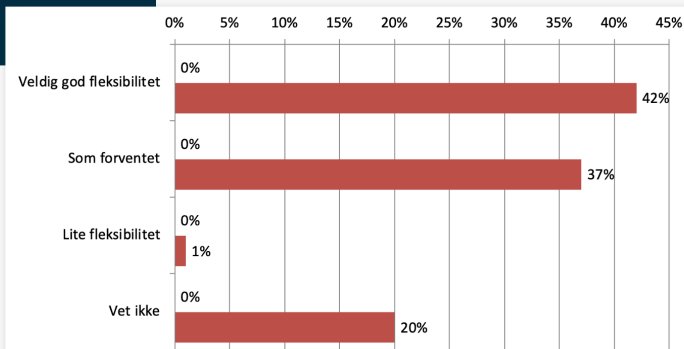
Har dere flyttet reklamekroner fra internasjonale medieplattformer til norske mediehus?

Flere har flyttet reklamekroner til norske mediehus



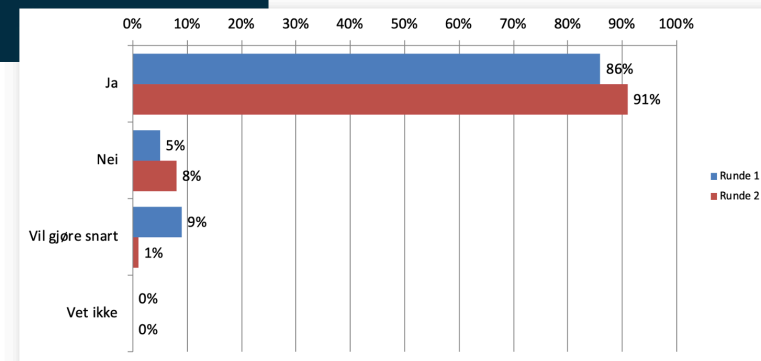
I hvilken grad har dere opplevd fleksibilitet fra mediehusene med tanke på avbooking og endringer i den siste tiden?
(nytt spørsmål 2.måling)

Mediehusene har utvist stor fleksibilitet



Har dere justert markedsplaner og aktiviteter?

9 av 10 har justert markedsplanen





Måling 1

Online survey (QuenchTec)

20.-23. mars

112 annonsører

Måling 2

Online survey (QuenchTec)

3-6.april

108 annonsører

Resultatene kan fritt brukes når “**ANFO Korona Tracker**” angis som kilde



ANFO



Om undersøkelsen

Undersøkelsen er gjennomført av ANFO

Utvalget er hentet fra ANFOs database

Datainnsamlingen er foretatt i perioden
1.måling **20.-23.mars 2020**
2.måling **3.-6. april 2020**

Vil bli gjennomført hver 14.dag fremover

For spørsmål om undersøkelsen kontakt:
Håvard eller Jan Morten i ANFO

Bilder: Getty Images



ANFO