

**Statistikdokumentation for
Reklamevirksomhed 2016**

1 Indledning

Statistikken bidrager med information om reklamevirksomhed. Derudover anvendes statistikken i nationalregnskabet samt indgår i den løbende brancherevidering af Det Erhvervsstatistiske Register.

Statistikken er en årlig, stikprøve- og spørgeskemabaseret statistik. Den er en del af EU's Structural Business Statistics (SBS).

Undersøgelsen blev første gang gennemført for året 2001 og blev offentliggjort i oktober 2002. Før 2012 hed statistikken *Produktstatistik for reklamevirksomhed*.

2 Indhold

Statistikken belyser omsætning og eksport for reklamevirksomheder ved deres fordeling på serviceydelser. Herudover indsamles information om omsætningens fordeling på kundegrupper og om eksportens fordeling på *lande inden for EU* og til *lande uden for EU*.

2.1 Indholdsbeskrivelse

Statistikken belyser omsætning og eksport for reklamevirksomheder ved deres fordeling på serviceydelser. Herudover indsamles information om omsætningens fordeling på kundegrupper og om eksportens fordeling på *lande inden for EU* og til *lande uden for EU*.

2.2 Grupperinger og klassifikationer

Statistikken for *reklamevirksomhed* omfatter følgende brancher (Dansk Branchekode 2007 (DB07)) :

- Reklamebureauvirksomhed (DB07) 73.11.10
- Anden reklamevirksomhed (DB07) 73.11.90
- Salg af reklameplads i medier (DB07) 73.12.00

En fuldstændig beskrivelse af brancherne findes i [Dansk Branchekode 2007](#).

Statistikken for reklamevirksomhed fra før undersøgelseåret 2007 er udgivet på Dansk Branchekode 2003 (DB03) og omfatter brancherne:

- Reklamebureauvirksomhed (DB03) 74.40.10
- Anden reklamevirksomhed og reklameformidling (DB03) 74.40.90

I den nationale publicering anvendes følgende serviceydelser og kundegrupper:

Serviceydelser:

- Salg af reklameplads i trykte medier på honorar- eller kontraktbasis
- Salg af reklameplads eller -tid i radio og fjernsyn på honorar- eller kontraktbasis
- Salg af reklameplads eller -tid på Internettet på honorar- eller kontraktbasis
- Salg af reklame i forbindelse med events
- Andet salg af reklameplads eller -tid på honorar- eller kontraktbasis
- Totalrådgivning vedr. reklame
- Direct marketing og direct mailing
- Reklamedesign og konceptudvikling

- Anden reklamevirksomhed
- Andre produkter og serviceydelser.

Kundegrupper:

- Den offentlige sektor
- Organisationer og privatpersoner
- Virksomheder inkl. offentligt ejede virksomheder

Der indsamles oplysninger for "salg-eller udlejning af reklameplads/tid med og uden kommission" fordelt på 8 medier:

- Aviser, magasiner og tidsskrifter
- Postomdelte reklamer
- Radio
- TV
- Biografer
- Internet
- Udendørs reklamer, herunder på transportmidler
- Andre medier

Indtil 2008 indgik oplysninger om, hvorvidt virksomheden er ejet af en anden virksomhed og i givet fald, om ejervirksomhedens hjemland er Danmark, et EU-land eller et land uden for EU.

I EU publicering anvendes kundens hjemmested i stedet for kundegrupper

Kundens hjemmested:

- lande inden for EU
- lande uden for EU

2.3 Sektordækning

Statistikken dækker enheder, som er juridisk registreret i Danmark og som har hovedaktivitet inden for *Reklamevirksomhed*.

2.4 Begreber og definitioner

Kundegrupper: I den nationale publicering anvendes følgende kundegrupper:

- Virksomheder -inkl. offentligt ejede virksomheder
- Den offentlige sektor
- Organisationer og privatpersoner

Kundens hjemmested: I EU publicering anvendes kundens hjemmested i stedet for kundegrupper

- Resident
- Ikke-resident, intra-EU
- Ikke-resident, extra-EU

Medier: Der indsamles oplysninger for "salg af reklameplads eller -tid på honorar eller kontraktbasis" fordelt på 8 medier:

- Aviser, magasiner og tidsskrifter
- Postomdelte reklamer
- Radio
- TV
- Biografer
- Internet
- Udendørs reklamer, herunder på transportmidler
- Andre medier

Serviceydelser: Generelt bygger spørgsmålene i skemaet på den europæiske statistiske aktivitetstilknyttede produktklassifikation [CPA 2008](#), dog med en tilpasning til danske forhold. I skemaet anmodes virksomhederne om at oplyse deres omsætning og eksport, hvilke skal fordeles på følgende serviceydelser:

- Salg af reklameplads i trykte medier på honorar- eller kontraktbasis
- Salg af reklameplads eller -tid i radio og fjernsyn på honorar- eller kontraktbasis
- Salg af reklameplads eller -tid på Internettet på honorar- eller kontraktbasis
- Salg af reklame i forbindelse med events
- Andet salg af reklameplads eller -tid på honorar- eller kontraktbasis
- Totalrådgivning vedr. reklame
- Direct marketing og direct mailing
- Reklamedesign og konceptudvikling
- Anden reklamevirksomhed
- Andre produkter og serviceydelser.

Fordelingen af omsætningen og eksporten på serviceydelserne skal angives i 1.000 kr. uden moms.

2.5 Enheder

Enhederne i statistikken er virksomheder, hvor hver virksomhed er bestemt ved den juridiske enhed. I Danmarks Statistiks Erhvervsstatistiske Register bestemmes de juridiske enheder ved deres CVR-nummer.

2.6 Population

Udvalgspopulation/Rammepopulation beskriver populationen, hvorfra stikprøven til reklamevirksomhed er udtrukket. Udvalgspopulation udgøres af virksomheder, som er reelle aktive på udtrækstidspunktet, registreret i Det Erhvervsstatistiske Registersystem. (En virksomhed vurderes til at være reel aktiv, hvis den har løntimer for ansatte lønmodtagere (baseret på eIndkomstRegistret) svarende til mindst 0,5 årsværk og/eller har haft en beregnet indtjening af en vis størrelse.)

Målpopulation beskriver den population som respondenterne (de udvalgte reklamevirksomheder) skal opregnes til. Målpopulation udgøres af virksomheder, som er reelle aktive på opregningstidspunktet, registreret i Det Erhvervsstatistiske Registersystem. Der kan forekomme situationer, hvor nogle virksomheder findes i udvalgspopulationen men ikke i målpopulationen. Dette skyldes virksomheders lukning eller brancheskift mellem dannelsen af udvalgs- og målpopulationen. Ligeledes kan det også forekomme, at der findes flere virksomheder i målpopulationen end i udvalgspopulationen, idet data i målpopulationen er opdateret med nyere oplysninger og dermed kan der evt. komme flere nye enheder i populationen.

Udvalgspopulation 2014 for reklamevirksomhed er opgjort til ca. 4.300 virksomheder. Udvalgspopulationen er yderligere afgrænset således at virksomheder, som har under 5 fuldtidsansatte, er sorteret fra. Det samlede antal i udvalgspopulation 2014 er opgjort til ca. 570 virksomheder. Målpopulation 2014 for reklamevirksomhed er opgjort til ca. 2.500 virksomheder.

2.7 Geografisk dækning

Danmark

2.8 Tidsperiode

Statistikken dækker tidsperioden fra 2007 og frem.

2.9 Basisperiode

Ikke relevant for denne statistik.

2.10 Måleenhed

Måleenheden er 1.000 kr. Der offentliggøres de absolutte fordelinger af omsætning på serviceydelser. Før undersøgelsesåret 2012 var måleenheden procent.

2.11 Referencetid

Referencetiden for statistikens årlige tal er hele det angivne år. Virksomhederne indberetter således hele årets omsætning, som svarer til deres regnskabsår. Virksomheder med forskudt regnskabsår indberetter på det seneste regnskabsår.

2.12 Hyppighed

Statistikken udkommer en gang om året.

2.13 Indsamlingshjemmel og EU regulering

Lov om Danmarks Statistik §8 (jf. lovbekendtgørelse nr. 599 af 22. juni 2000).

Europaparlamentets og rådets forordning (EF) nr.295/2008 af marts 2008 om statistik over erhvervsstrukturer (bilag 8).

2.14 Indberetningsbyrde

Der er ikke opgjort respondentbyrde for statistikken for 2016. For yderligere information vedrørende respondentbyrden henvises til Erhvervs- og Selskabsstyrelsen: Måling af virksomhedernes administrative byrder ved indberetning til Danmarks Statistik juni 2004 (AMVAB - basismåling af Lov om Danmarks Statistik)

2.15 Øvrige oplysninger

Statistikken har en [emneside](#).

3 Statistisk behandling

Der indsamles hvert år omsætning/eksport og omsætningsfordeling/eksportsfordeling på en række serviceydelse og kundegrupper fra en stikprøve på ca. 250 reklamevirksomheder, der indberetter via en online blanket. De indberettede data fejlsøges ved fx at sammenligne udviklingen i omsætningen blandt virksomheder, der ligner hinanden.

Det indsamlede data opregnes til populationen ved bl.a. at inddrage oplysninger om den samlede momspligtige omsætning for det pågældende år inden for Reklamevirksomhed.

3.1 Kilder

Statistikken baseres på en stikprøve blandt reklamevirksomheder. Virksomhederne udvælges ud fra oplysninger om deres fuldtidsansatte, baseret på E-indkomst. Antal fuldtidsansatte er opgjort på baggrund af et gennemsnit over antal fuldtidsansatte i hvert af de fire kvartaler i året.

Stikprøven er stratificeret tilfældig udvælgelse og består af samtlige virksomheder med 20 eller flere fuldtidsansatte og et udsnit af virksomheder med 4 - 19 fuldtidsansatte. Virksomheder med under 5 fuldtidsansatte inkluderes ikke i stikprøven mht. respondentbyrde. Stikprøven er således opdelt i 5 størrelsesgrupper på 5-9, 10-19, 20-49, 50-100 og flere end 100 fuldtidsansatte. Hvert år trækkes en ny stikprøve, og udvalgspopulationen udgøres af virksomheder i det Erhvervsstatistiske Registersystem, som er aktive på udtrækningstidspunktet.

3.2 Indsamlingshyppighed

Data indsamles årligt.

3.3 Indsamlingsmetode

Data indsamles via online spørgeskema fra de virksomheder, der indgår i stikprøven. Der anmodes i skemaet om et skøn i 1.000 kr. over omsætningen og eksportens fordeling på en række serviceydelser. Desuden anmodes virksomhederne, om at angive fordeling af omsætningen på kunde grupper og fordeling af den samlede eksport på kundens hjemmested. De to sidste fordelinger skal angives i procent.

Indberetningen er obligatorisk, dvs. virksomhederne skal indberette retvisende data rettidigt. Hvis data ikke er modtaget, rykkes der skriftligt tre gange. Herefter udsendes et anbefalet brev, hvori der oplyses, at fortsat mangelen på indberetning kan medføre politianmeldelse.

Første rykker udsendes 1-2 dage efter indberetningsfristen, med angivelse af en ny frist. Ved rykning anvendes i første række e-mail, såfremt der ikke forefindes en e-mail adresse anvendes brevpost eller telefon. 3. rykker foretages i prioriteret rækkefølge, afhængig af virksomhedernes vigtighed for statistikken.

3.4 Datavalidering

Det indsendte materiale underkastes en kontrol for fejl. I denne kontrol ses både på den enkelte indberetters omsætning i forhold til tidligere perioder og i forhold til lignende virksomheders indberetninger i den aktuelle periode. Hvis omsætningen/eksporten (og dens fordelinger) er væsentlig anderledes end forventet, rettes en forespørgsel til indberetteren om korrektheden af de indsendte tal. Det må antages, at ikke alle fejl i indberetningerne opdages i forbindelse med fejlsøgningen, hvorfor statistikken kan være behæftet med en vis usikkerhed forbundet med fejlindberetning.

3.5 Databehandling

Opregning af omsætning og eksport fordelt på serviceydelser og kunde grupper foretages på baggrund af de indkomne skemaer og oplysninger om den samlede momspligtige omsætning for det pågældende år fra Det Erhvervsstatistiske Register.

I opregningen korrigeres for skævheder i stikprøven og besvarelsesmønsteret. Til det benyttes et såkaldt ratioestimat, hvor der inddrages oplysninger om den momspligtige omsætning for det pågældende år for hele populationen af reklamevirksomhed. Denne population med de tilhørende oplysninger om den momspligtige omsætning kaldes for opregningspopulationen.

3.6 Korrektion

Ikke relevant for denne statistik.

4 Relevans

Statistikken indgår som et led i oparbejdningen af viden om serviceerhvervene. Statistikken anvendes blandt andet i private virksomheders planlægning, samt til at give et overblik over dele af servicesektorens udvikling og sammensætning.

Statistikken er endvidere et input til Danmarks Statistiks udarbejdelse af nationalregnskabet. Ligeledes bruges statistikken også af det europæiske statistikbureau, Eurostat, til at lave fælleseuropæisk statistik inden for serviceerhverv.

4.1 Brugerbehov

Statistikken indgår som et led i oparbejdningen af viden om serviceerhvervene. Statistikken anvendes blandt andet i private virksomheders planlægning samt give et overblik over dele af servicesektorens udvikling og sammensætning.

Statistikken er endvidere et input til Danmarks Statistiks udarbejdelse af nationalregnskabstal. Ligeledes bruges statistikken også af europæisk statistikbureau, Eurostat, til at lave fælleseuropæisk statistik inden for serviceerhverv.

4.2 Brugertilfredshed

Der indsamles ikke viden om brugertilfredshed for statistikken.

4.3 Fuldstændighed af data

Nogle brancheomsætning samt fordelingen af eksport offentliggøres ikke pga. diskretionerhensyn eller hensyn til datakvaliteten.

Statistikken er omfattet af krav fra EU. Mht. fuldstændighed af disse data er alle disse krav opfyldt.

5 Præcision og pålidelighed

Samlet set vurderes usikkerheden på niveauet for den totale omsætning at være under 1 pct. Usikkerheden varierer mellem serviceydelse. I et par serviceydelser er usikkerheden betydelig højere end usikkerheden for den totale omsætning.

5.1 Samlet præcision

Generelt vurderes kvaliteten af statistikken til at være acceptabel.

For referenceåret 2016 er der 254 enheder i stikprøven, som dækker ca. 93 pct. af reklameirksomhedernes samlede omsætning i udvalgspopulationen. 241 har besvaret spørgeskemaet, dvs. svarprocenten er 95 pct. De brugbare skemaer udgjorde 237 virksomheder. Der er et bortfald på 7 pct., bortfaldet skyldes forkert branchelacering, virksomhedslukning og manglende svar.

De brugbare data opregnes til totalniveau (målpopulationen) for de 6-cifrede brancher inden for reklamevirksomhed ved hjælp af den samlede foreløbige momspligtige omsætning for det pågældende år fra Det Erhvervsstatistiske Register. I opregningen er hver virksomhed tildelt en vægt. Denne modsvarer forholdet population og besvarelser i en given størrelsesgruppe og branche. Opregningen er foretaget ved ratio-estimation.

Da undersøgelsen er stikprøvebaseret, kan opregnede tal være forbundet med en vis statistisk usikkerhed i form af tilfældig variation. Stikprøveusikkerheden er beregnet for alle serviceydelserne i form af varians, 95 pct. konfidensinterval og varianskoefficienten. Usikkerhedsestimaterne kan ses ved det vedhæftede dokument [usikkerhedsestimater REKLAME](#).

I den nationale udgivelse offentliggøres kun foreløbige tal. Til levering til EU er data genberegnet/revideret baseret på data fra Regnskabsstatistik.

5.2 Stikprøveusikkerhed

For referenceåret 2016 er der 254 enheder i stikprøven, som dækker ca. 93 pct. af reklameirksomhedernes samlede omsætning i udvalgspopulationen. 241 har besvaret spørgeskemaet, dvs. svarprocenten er 95 pct. De brugbare skemaer udgjorde 237 virksomheder. Der er et bortfald på 7 pct., bortfaldet skyldes forkert brancheplacering, virksomhedslukning og manglende svar.

Stikprøveusikkerheden er beregnet for alle serviceydelserne i form af varians, 95% konfidensinterval og varianskoefficienten. Usikkerhedsestimaterne kan ses ved det vedhæftede dokument [usikkerhedsestimater REKLAME](#).

5.3 Anden usikkerhed

Under anden usikkerhed hører bl.a. dækningsfejl, målefejl og bortfald.

Dækningsfejl:

Populationen afgrænses ved hjælp af den branche, virksomhederne er registreret med i det Erhvervsstatistiske register, hvilket svarer til den branche, de er registreret med i CVR. Det er som udgangspunkt virksomhederne selv, der registrerer denne branche, og fejlklassifikationer må påregnes. Det betyder, at der kan være virksomheder i populationen, som reelt ikke bør klassificeres som *Reklamevirksomheder*, men også at virksomheder indenfor *Reklamevirksomheder* kan være klassificeret med en forkert reklamebranche.

I forbindelse med fejlsøgning og almindelig kvalitetssikring af statistikken, bliver en række af disse fejl løbende opdaget og rettet. Virksomheder, der fejlagtigt er klassificeret som reklamevirksomheder, giver anledning til overdækning, mens fejlklassificeringer indenfor reklame-servicevirksomhed giver anledning til overdækning i én branche men underdækning i en anden. Disse dækningsfejl opdages primært for virksomheder i stikprøven, men også i nogle tilfælde for virksomheder uden for stikprøven.

Underdækning i form af virksomheder, der er brancheklassificeret helt uden for *Reklamevirksomheder*, selvom de retteligt burde være klassificeret som *Reklamevirksomheder*, er svært at opdage.

Det samlede antal virksomheder i udvalgspopulationen er opgjort til ca. 590, og blandt disse er udvalgt den stikprøve, der ligger til grund for de beregnede tal. Den samlede udtrukne stikprøve for referencesåret 2016 var på 254 virksomheder og udgør dermed ca. 43 pct. af udvalgspopulationen. På grund af den stratificerede udvælgelse, hvor store virksomheder har større sandsynlighed for udvælgelse end de mindre, udgør stikprøven ca. 93 pct. af omsætningen i hele udvalgspopulationen.

Målefejl:

Usikkerhed som følge af bortfald, forkert indberettede tal og misforståelser, er søgt minimeret bl.a. ved gentagne rykninger ved manglende indberetninger, samt ved gennemgribende kontrol af de indberettede tal.

Generelt bygger spørgsmålene i skemaet på den europæiske statistiske aktivitetstilknyttede produktklassifikation [CPA 2008](#), dog med en tilpasning til danske forhold. Det kan være en usikkerhed ved fordelingen af omsætningen og eksporten på serviceydelser, da fordelingen af serviceydelserne ikke helt svarer til virksomhedernes fordeling.

Bortfald:

Der var 254 enheder i stikprøven. De brugbare skemaer udgjorde 237 virksomheder, dvs. der er et bortfald på 7 pct.

5.4 Kvalitetsstyring

Danmarks Statistik følger anbefalinger vedrørende organisering og styring af kvalitet, der er givet i Adfærdskodeks for europæiske statistikker (Code of Practice, CoP) og den tilhørende implementeringsmodel Quality Assurance Framework (QAF). Læs mere om disse på [Adfærdskodeks for europæiske statistikker](#). Der er etableret en arbejdsgruppe for kvalitet og en central kvalitetssikringsfunktion, der løbende gennemfører tjek af produkter og processer.

5.5 Kvalitetssikring

Danmarks Statistik følger principperne i Adfærdskodeks for europæiske statistikker (Code of Practice, CoP) og bruger den tilhørende implementeringsmodel Quality Assurance Framework (QAF) ved implementeringen af disse principper. Dette indebærer løbende decentrale og centrale tjek af produkter og processer på baggrund af dokumentation, der følger internationale standarder. Den centrale kvalitetssikringsfunktion rapporterer til arbejdsgruppen for Kvalitet. Rapporteringen indeholder blandt andet forslag til forbedringer, som vurderes, beslutes og implementeres.

5.6 Kvalitetsvurdering

Generelt vurderes kvaliteten af statistikken til at være acceptabel. Der kan være problemer med at sammenligne tallene over længere tid. Fra 2005 til 2006 er der databrud pga. ændringer i spørgeskemaet. I forbindelse med fordelingen af omsætning på fra salg i medier er der databrud i forhold til 2005, da der er introduceret en ny opdeling. Fra 2006 til 2007 er der databrud, pga. introduktion af nye branchekoder (DB07) og ændringer i stikprøven. Fra og med undersøgelsesåret 2007 er stikprøven ændret fra at omfatte samtlige virksomheder med 10 eller flere ansatte, til at omfatte alle virksomheder med mindst 20 ansatte med, et udsnit af virksomheder med 5-19 fuldtidsansatte og ingen virksomheder med under fem fuldtidsansatte

For referenceåret 2016 er der 254 enheder i stikprøven, som dækker ca. 93 pct. af reklameirksomhedernes samlede omsætning i udvalgspopulationen. 241 har besvaret spørgeskemaet, dvs. svarprocenten er 95 pct. De brugbare skemaer udgjorde 237 virksomheder. Der er et bortfald på 7 pct., bortfaldet skyldes forkert branchelacering, virksomhedslukning og manglende svar.

De brugbare data opregnes til totalniveau (målpopulationen) for de 6-cifrede brancher inden for reklamevirksomhed ved hjælp af den samlede foreløbige momspligtige omsætning for det pågældende år fra Det Erhvervsstatistiske Register. I opregningen er hver virksomhed tildelt en vægt. Denne modsvarer forholdet population og besvarelser i en given størrelsesgruppe og branche. Opregningen er foretaget ved ratio-estimation.

Da undersøgelsen er stikprøvebaseret, kan opregnede tal være forbundet med en vis statistisk usikkerhed i form af tilfældig variation. Stikprøveusikkerheden er beregnet for alle serviceydelse i form af varians, 95 pct. konfidensinterval og varianskoefficienten. Usikkerhedsestimaterne kan ses ved det vedhæftede dokument [usikkerhedsestimater REKLAME](#).

I den nationale udgivelse offentliggøres kun foreløbige tal. Til levering til EU er data genberegnet/revideret baseret på data fra Regnskabsstatistik.

5.7 Revisionspolitik

Danmarks Statistik foretager revisioner i offentliggjorte tal i overensstemmelse med [Danmarks Statistiks revisionspolitik](#). De fælles procedurer og principper i revisionspolitikken er for nogle statistikker suppleret med en specifik revisionspraksis.

5.8 Praksis for revisioner

De offentliggjorte fordelinger revideres ikke, da statistikken kun offentliggøres en gang om året.

6 Aktualitet og punktlighed

Statistikken udgives hvert år. Udgivelsestiden, dvs. den tid der går mellem referenceperiodens afslutning (slutningen af året) og offentliggørelsestidspunktet som NYT er ca. 280 dage. Statistikken publiceres normalt uden forsinkelse i forhold til det annoncerede tidspunkt. Der offentliggøres kun foreløbige tal.

Til EU skal data leveres senest 18 måneder efter referencesåret.

6.1 Udgivelsestid for foreløbige og endelige tal

Statistikken udgives hvert år. Udgivelsestiden, dvs. den tid der går mellem referenceperiodens afslutning (ultimo året) og offentliggørelsestidspunktet i NYT er ca. 280 dage. Statistikken publiceres normalt uden forsinkelse i forhold til det annoncerede tidspunkt. Der offentliggøres kun foreløbige tal.

Til EU skal data leveres senest 18 måneder efter referencesåret.

6.2 Publikationspunktlighed

Statistikken publiceres normalt uden forsinkelse i forhold til det annoncerede tidspunkt.

7 Sammenlignelighed

Statistikken er udarbejdet siden 2001, men der kan være problemer med at sammenligne tallene over længere tid. Spørgeskemaet, stikprøveudtagningen og beregningsmetoden er blevet justeret et par gange i den forløbne periode, seneste i 2013, hvor data fra 2012 er genberegnet med ny metode.

7.1 International sammenlignelighed

Der leveres årlig data til EU's statistikbureau, Eurostat, for virksomheder med mindst 20 ansatte (i følge EU's forordning). Her leveres fordeling af omsætning på serviceydelser og fordeling af omsætning efter kundens hjemmested. Data for samtlige EU kan findes på [Eurostats hjemmeside](#).

Det vurderes, at der er god sammenlignelighed på tværs af landene, idet statistikkerne bør være produceret efter fælles retningslinjer og principper.

7.2 Sammenlignelighed over tid

Der kan være problemer med at sammenligne tallene over længere tid. Fra 2005 til 2006 er der databrud pga. ændringer i spørgeskemaet. I forbindelse med fordelingen af omsætning på fra salg i medier er der databrud i forhold til 2005, da der er introduceret en ny opdeling. Fra 2006 til 2007 er der databrud, pga. introduktion af nye branchekoder (DB07) og ændringer i stikprøven. Fra og med undersøgelsesåret 2007 er stikprøven ændret fra at omfatte samtlige virksomheder med 10 eller flere ansatte, til at omfatte alle virksomheder med mindst 20 ansatte med, et udsnit af virksomheder med 5-19 fuldtidsansatte og ingen virksomheder med under fem fuldtidsansatte

Fra og med undersøgelsesåret 2013 er statistikken opregningsmetode ændret, således data opregnes baseret på et nyt datagrundlag for firmarar ud fra Det Erhvervsstatistiske Register. Data er tilbageberegnet for 2012. Hvilket betyder, at resultaterne før år 2012 ikke direkte kan sammenlignes med resultaterne fra 2012 og frem.

I Statistikbanken kan findes data tilbage til 2001, men pga. forskelle i metoder og enheder kan der ikke forventes god sammenlignelighed med den aktuelle serie, der begynder med året 2012.

7.3 Sammenhæng med anden statistik

Data i den nationale offentliggørelse opregnes på baggrund af den foreløbige momspligtige omsætning fra *Firmaernes køb og salg* ("Momsstatistik"). "Momsstatistikken" er en totalopgørelse i omsætningen; hvorimod denne undersøgelse udover den totale omsætning også angiver fordelingen i omsætningen på forskellige serviceydelser

Til Eurostat opregnes statistikken på baggrund af omsætning fra regnskabsstatistikken. Ligesom i "Momsstatistikken" findes fordelingen i omsætningen på forskellige serviceydelser ikke i regnskabsstatistikken men kun i denne undersøgelse.

7.4 Intern konsistens

Ikke relevant for denne statistik.

8 Tilgængelighed

Den seneste NYT-artikel kan findes [her](#). De nyeste tal kan findes i [Statistikbanken](#).

Statistikken har en [emneside](#).

EU-data for statistikken offentliggøres på [EUROSTAT's hjemmeside](#).

8.1 Udgivelseskalender

Udgivelsestidspunktet fremgår af udgivelseskalenderen. Datoen bekræftes i ugerne forinden.

8.2 Udgivelseskalender - adgang

Udgivelseskalenderen kan findes på følgende link: [Udgivelseskalender](#).

8.3 Udgivelsespolitik - brugeroplysning

Statistikker offentliggøres altid kl. 08:00 på dagen, der er annonceret i udgivelseskalender. Ingen uden for Danmarks Statistik ser statistikken før offentliggørelsestidspunktet.

8.4 NYT/Pressemeddelelse

Fra og med referencesår 2013 udgiver der ikke en særskilt Nyt-artikel for *Reklamevirksomhed*. I stedet udgives årligt en Nyt-artikel for de undersøgte brancher inden for Serviceerhverv, som omfatter følgende branchegrupper:

- It-servicevirksomhed
- Reklamevirksomhed
- Vikarbureauer og anden personaleformidling
- Juridisk bistand
- Revisions- og bogføringsvirksomhed
- Anden virksomhedsrådgivning
- Arkitektvirksomhed
- Markedsanalyse og offentlig meningsmåling
- Teknisk afprøvning og analyse
- Rådgivende ingeniørvirksomhed.

Den seneste NYT-artikel kan findes [her](#).

8.5 Publikationer

Før 2010 indgik statistikken i Statistisk Årbog.

8.6 Statistikbanken

I den nationale publicering offentliggøres fordelingen af omsætning efter serviceydelser i [Statistikbanken](#).

I den europæiske publicering offentliggøres fordelingen af omsætning efter serviceydelser og kundens hjemmested på [Eurostats hjemmeside](#).

8.7 Adgang til mikrodata

Der er ikke adgang til det bagvedliggende mikrodata/grundmateriale. Grundmateriale (i skemaform og elektronisk form) gemmes i en årrække.

8.8 Anden tilgængelighed

Der er ikke anden tilgængelighed udover NYT, Statistikbanken og emneside fra Danmark Statistik samt EU's Statistikbank.

8.9 Diskretioneringspolitik

I udarbejdelsen af statistikken følges Danmarks Statistiks [Datafortrolighedspolitik](#).

8.10 Diskretionering og databehandling

I udarbejdelsen af statistikken følges Danmarks Statistiks [Datafortrolighedspolitik](#).

8.11 Reference til metodedokumenter

Opgørelsesmetoden er kun beskrevet her i statistikdokumentationen.

8.12 Dokumentation af kvalitetssikring

Resultater fra vurdering af beskrivelse af produkter og udvalgte processer foreligger i detaljeret form for hver statistik samt summarisk i rapporter til arbejdsgruppen for kvalitet.

9 Administrative oplysninger

Administrativt er statistikken placeret i kontoret Erhvervslivets Udvikling. Den statistikansvarlige er Mahtab Keshavarz, tlf. 39 17 31 15, e-mail: mke@dst.dk

9.1 Organisation

Danmarks Statistik

9.2 Kontor, afdeling

Erhvervslivets Udvikling, Erhvervsstatistik

9.3 Kontaktpersonens navn

Mahtab Keshavarz

9.4 Kontaktpersonens funktion

Statistikansvarlig

9.5 Adresse

Sejrøgade 11, 2100 København Ø

9.6 E-mailadresse

mke@dst.dk

9.7 Telefonnummer

39 17 31 15

9.8 Faxnummer

39 17 39 99