

Förstudie

Mediebyråttjänster

Bakgrund

Nuvarande ramavtal för mediebyråttjänster löper ut under den 16 februari 2027. Statens inköpscentral vid Kammarkollegiet har därför genomfört en förstudie för att utreda om en ny upphandling ska genomföras.

Ramavtalsområdet är uppdelat på två delområden:

1. Mediestrategi, planering och köp av annonser samt kampanjer
2. Annonseringsverktyg

Av förstudien framgår att det finns ett intresse och behov av ramavtal för mediebyråttjänster bland de avropsberättigade myndigheterna. De nuvarande ramavtalen tillgodoser till stor del de behov som finns av mediebyråttjänster.

Omsättning på nuvarande ramavtal

Tabell 1. Försäljning per år och kvartal 2023–2025

Period	Kvartal 1 (sek)	Kvartal 2 (sek)	Kvartal 3 (sek)	Kvartal 4 (sek)	Totalt (sek)
2023	12 978 442	10 731 765	10 927 574	28 222 053	62 859 834
2024	26 500 220	26 505 898	11 121 536	37 322 432	101 450 086
2025	27 571 676	19 883 284			47 454 960

¹ Statistiken baseras på omsättningen som ramavtalsleverantörerna har redovisat



Sammanfattning av myndighetsenkät

- Av 216 tillfrågade myndigheter var det 139 som besvarade enkäten.
- 62,6%, angav att myndigheten inte har avropat från de statliga ramavtalen för Mediebyråttjänster.
- Fler respondenter har gjort avrop inom delområdet "Mediestrategi, planering och köp av annonser samt kampanjer" än inom delområdet "Annonseringsverktyg".
- 58,3 % av respondenterna har upplevt samarbetet med leverantören/leverantörerna på ramavtalet som "Bra".
- En majoritet upplever att leverantören/leverantörerna har levererat i enlighet med myndighetens önskemål och förväntningar.
- Bland de som har en åsikt kring avropsmodellen föredrar 30 % ett komboavtal, 7,5 % förespråkar enbart rangordning, övriga har ingen åsikt eller föredrar annan modell.
- Flera respondenter uttrycker oro kring prissättningen på ramavtalet, där vissa tjänster anses vara för lågt prissatta.
- Några respondenter lyfter fram vikten av att ställa höga krav på leverantörernas kompetens och kostnadseffektivitet.

Sammanfattning av referensgruppen

- Det råder olika uppfattning kring hur de upplever att ramavtalsområdet fungerar, vissa deltagare är i huvudsak nöjda, medan andra är missnöjda.
- De som är missnöjda lyfter främst fram brister i kvaliteten på tjänsterna som levererats och att överenskomna tidplaner inte hållits.
- Det förekom kritik kring att alla ramavtalsleverantörer inte alltid svarar på förnyade konkurrensutsättningar.
- Det finns önskemål om ett bredare utbud av tjänster. Upphandla "fullservicebyråer" som även inkluderar framtagande av kampanjmaterialet.
- Det är viktigt med kontinuitet avseende leverantör, vilket inte kan garanteras när avrop sker med förnyad konkurrensutsättning.
- Förnyad konkurrensutsättning upplevs som väldigt tidskrävande.



- Prislistan omfattar ett stort antal konsultroller, vissa roller efterfrågas inte och kan tas bort.
- Referensgruppen är positiv till fasta timpriser och att i stället utvärdera på kvalitet.

Sammanfattning av leverantörsmöten och möte med branschorganisation

- Allt annonsutrymme förhandlas per kund. Leverantören lägger upp en strategi för förhandlingen utifrån historik, förutsättningar och volym.
- Vanligast förekommande är att förhandling sker vid varje specifik kampanj/annonstillfälle, vilket innebär att flera av mediebyråers medarbetare behöver ha erfarenhet och bra kontakter hos de olika medierna.
- Kreditriskförsäkring är en försäkring mediebyrå köper som täcker kostnaden om slutkunden inte betalar fakturan, för att undvika kreditförlusten. Kreditriskförsäkringen ligger vanligtvis på cirka 1 % av mediakostnadens nettopris och omfattar mediebyråns samtliga kunder.
- Generellt sätt ser branschen positivt på förbestämda priser i upphandlingar under förutsättning att priserna är på en rimlig nivå. Branschen ser även positivt på att utvärdera kvalitetsparametrar.
- De kollektivavtal som förekommer inom branschen är det Gröna avtalet, Almegas Unionen, Medieföretagen och Unionen Kollektivavtal för tjänstemän.
- Det är inte vanligt med oskäligen arbetsvillkor avseende lön, arbetstid och semester. Däremot kan arbetsmiljön vara dålig på grund av för hög arbetsbelastning. Det förekommer att anställningsavtalen ej omfattar tjänstepension.

Utvecklingsområden och slutsatser

- Förtydliga kring förekommande branschbegrepp i nuvarande ramavtal.
- Antalet konsultroller kan minskas jämfört med nuvarande ramavtal.
- Prismodellen behöver förändras för att minska risken för prisdumpning och taktisk prissättning.
- Avropsmodellen behöver ses över för att bättre kunna möta avropsberättigades behov avseende kontinuitet.