

Xposio

EFFEKT, RÄCKVIDD OCH ROI
FÖR REKLAM PÅ BILAR

www.Xposio.se



Introduktion

Marknadsföring i det offentliga rummet, så kallad **Out-of-Home (OOH)**-reklam, har i digitaliseringens era fått förnyad betydelse. OOH omfattar allt från traditionella billboards och busskurer till moderna digitala skyltar – och inte minst reklam på fordon. Fordonsreklam (t.ex. reklamfoliering av bilar) utgör en del av **”transit”**-segmentet inom OOH, dvs. annonsering som rör sig tillsammans med fordonstrafiken. I en tid då många konsumenter använder adblockers och skippar digital reklam, erbjuder fordonsreklam ett fysiskt och svårignorerat sätt att nå ut med sitt budskap.

Denna rapport är framtagen av **Xposio**, vi specialiserar oss på reklam på bilar, och hjälper företag att snabbt och enkelt ta del av effektiviteten och den unika marknadsförings knalen fordonsreklam erbjuder. Denna rapport erbjuder en introduktion över OOH- och bil-reklam, rapporten presenterar data-driven evidens kring räckvidd, varumärkespåverkan, kostnad per tusen visningar (CPM), avkastning på investeringen (ROI) samt påverkan på konsumenters köpbeteende. Målet är att ni som företagskund ska känna er trygga i att investering i bilreklam är effektiv, kostnadssmart och kan ge påvisbara resultat.

Ordlista

- **OOH (Out-of-Home)** – Reklam utanför hemmet, dvs. i offentliga miljöer. Hit räknas bland annat utomhusskyltar, kollektivtrafikreklam, reklam på fordon, m.m.
- **Transit advertising (Transitreklam)** – OOH-reklam på transportmedel och fordon (t.ex. bussar, taxibilar, pendeltåg eller privata bilar med reklam).
- **Impressions (Exponeringar)** – Antal visningar av en annons. Inom OOH uppskattas exponeringar vanligtvis utifrån trafikflöden och människor som potentiellt ser annonsen.
- **Reach (Räckvidd)** – Andel av målgruppen (eller antal personer) som nås av reklamen under en viss period. Hög räckvidd innebär att en stor del av befolkningen exponerats för budskapet.

- **Recall** – Mått på hur många som kommer ihåg en annons eller ett varumärke efter exponering. Kallas även reklamminne. Hög recall indikerar starkt genomslag i minnet hos publiken.
- **CPM (Cost per Mille)** – Kostnad per tusen exponeringar av en annons. Används för att jämföra kostnadseffektivitet mellan olika medier. (Mille = tusen på latin.)
- **ROI (Return on Investment)** – Avkastning på investeringen. Inom reklam sammanhang: hur mycket intäkter eller annan nytta en kampanj genererar i förhållande till kostnaden.

Räckvidd och exponering: Hur många ser reklamen?

En av de stora styrkorna med reklam på bilar är den breda räckvidden och mängden exponeringar som en rullande annons kan generera. Undersökningar visar att en enda reklamfolierad bil som rör sig i stadstrafik kan ge **4 722 – 13 760 exponeringar per dag**¹, eller **40 000 – 70 000 exponeringar per dag**² beroende på hur du räknar. För körning nästan enbart på motorväg är genomsnittet ungefär **1 100 visningar per dag**³. Detta innebär att en marknadsföringskampanj kan göra att tiotusentals potentiella kunder ser företagsbudskapet varje dygn. Faktum är att OOH-reklam som fordonsannonser syns överallt där bilen kör eller parkeras, vilket ger kontinuerlig exponering både i rusningstrafik och på parkeringen utanför köpcentret.

En 3 månaders kampanj med 5 stadsbilar skulle då i genomsnitt generera
4,158,450 exponeringar!⁴

Sett till **visningar per kilometer** från StreetMetrics-mätta kampanjer visar t.ex.

- **11,2 visningar/km** i Los Angeles Angels-caset.
- **17,1 visningar/km** i UTI Sacramento.

¹ [Visit Cumberland Valley Case Study 2024](#); [Albertsons One Sheet Case Study 2024](#); [Visit Fort Worth Case Study 2024](#); <https://venturebeat.com/business/firefly-raises-30-million-to-mount-digital-display-ads-on-ride-hailing-cars>

² [Vehicle Wrap Advertising Statistics in the US \[2024\]](#)

³ [Adload Clean California Case Study](#)

⁴ $(3 \times 30) \times (13\,760 + 4\,722)/2 = 4,158,450$ visningar

- **65,7 visningar/km** i statewide-programmet Clean California.

Vad betyder dessa siffror rent praktiskt? Jo, att med fordonsreklam kan ett företag nå en stor del av befolkningen i ett lokalt område utan att behöva köpa dyr annonsplats i traditionella medier. Räckvidden kommer "på köpet" eftersom bilen rör sig där människor rör sig. En enda bil kan ge miljontals visningar över ett år – branschexempel från USA visar upp till **12 miljoner visningar per år** för en bil som körs flitigt i stadsmiljö⁵. Detta gör fordonsreklam särskilt attraktivt för medelstora företag som behöver maximal synlighet inom ett vist geografiskt område.

Varumärkespåverkan och erinran: Stark effekt på minne och attityd

Räckvidd är bara värdefull om budskapet fastnar. En branschsammanställning av 65 OOH-kampanjer (mars–sep 2020) visar att företag som fortsatt att investera i OOH i snitt fick en⁶

- **+51 % i top-of-mind medvetenhet**
- **+51 % i reklamerinran**
- **+3 % i övervägande**
- **+16 % i köparavsikt**

En orsak till att OOH är så effektiv är att **fordonsreklam inte kan stängas av eller ignoreras** på samma sätt som många andra medier – färgglada, folierade bilar med tydliga logotyper och budskap drar ögonen till sig och etsar sig fast. Till skillnad från en annons i ett magasin (som läsaren kan bläddra förbi) eller en sociala media reklam (som konsumenten kan swipa förbi) befinner sig den rullande reklamen **mitt i åskådarens synfält i det dagliga livet**. Detta ger en hög **reklamerinran (recall)** och bygger långsiktig varumärkesmedvetenhet hos publiken⁷.

Kostnadseffektivitet: CPM jämfört med andra medier

För företag som vil marknadsföra sig är **kostnad per tusen visningar (CPM)** en avgörande faktor. Här utmärker sig reklam på bilar som en av de mest kostnadseffektiva kanalerna inom reklam överhuvudtaget.

⁵ [Vehicle Wrap Advertising Statistics in the US \[2025\]](#)

⁶ [The Power of Out Of Home Advertising | OVOL Singapore](#)

⁷ [The Power of Out Of Home Advertising | OVOL Singapore](#)

I USA ligger OOH-reklam på cirka **32–83 kr per 1 000 visningar (CPM)**⁸.

Som jämförelse kostar online-annonsering ungefär **57 kr/CPM på Instagram**, **61 kr/CPM på Facebook**⁹ och **60–100 kr/CPM på TikTok**¹⁰. Tryckta magasin kan nå upp till **201 kr/CPM**, medan en TV-spot kan komma upp till runt **240 kr/CPM**¹¹.

Slutsats: OOH ger en betydligt lägre kostnad per räckvidd än många andra kanaler, vilket gör fordonsreklam till ett kostnadseffektivt val när målet är att maximera exponering till låg CPM.

Varför är fordonsreklam så billigt per kontakt? För du betalar inte per klick, per visning eller per månad. Din bil jobbar åt dig varje gång den rör sig. Parkerar man dessutom fordonet vid en vältrafikerad plats efter dagens körning, fungerar det som en reklamskylt som annars kunnat kosta betydande belopp i hyra.

Påverkan på köpbeteende: Från exponering till kund

Syftet med all marknadsföring är ytterst att påverka beteenden – att få en potentiell kund att agera. Fordonsreklam visar på stark förmåga att driva sådana reaktioner. Studier fann att många konsumenter inte bara lägger märke till bilreklam, utan också låter sig inspireras att agera på budskapen. Till exempel: **nästan en tredjedel (~33 %) av de tillfrågade gick och såg en film efter att ha sett reklam för filmen på en bil**. Motsvarande beteendemönster sågs för andra kategorier: människor som såg en restaurangannons på ett fordon valde att besöka restaurangen, och de som såg reklam för ett event eller konsert övervägde att köpa biljetter¹².

En bidragande orsak till att rörlig OOH reklam är **”word of mouth”-effekten**. En minnesvärd annons på en bil kan lätt bli ett samtalsämne: man berättar för kollegor eller vänner *”Jag såg en annons på en bil för X, det verkade intressant”*. Detta leder till att många som ser OOH-reklam för budskapet vidare muntligen¹³ – och mun-till-mun är känt som en av de mest trovärdiga påverkansfaktorerna i konsumentledet. Fordonsreklam har här en til fördel i att den ofta är lokalt relevant; ser man en hantverkares skåpbil i sitt närområde med tydlig

⁸ [The Power of Out Of Home Advertising | OVOL Singapore](#)

⁹ [Hur mycket kostar det att annonsera på Instagram år 2025?](#)

¹⁰ [How Much Do TikTok Ads Cost: Understanding the Budget for Advertising on TikTok](#)

¹¹ [The Power of Out Of Home Advertising | OVOL Singapore](#)

¹² <https://blog.wrapify.com/2022/08/nielsen-says-out-home-marketing>

¹³ <https://blog.wrapify.com/2022/08/nielsen-says-out-home-marketing>

reklam, kanske man tipsar grannen som behöver just den tjänsten. På så vis sker en organisk spridning av budskapet som förstärkts av att det kom via en bekant.

Tack och nästa steg

Tack för att ni tagit er tid att läsa denna rapport om möjligheterna med reklam på bilar. Vi har gått igenom hur fordonsreklam erbjuder bred räckvidd, stark varumärkespåverkan, kostnadseffektiv exponering och bevisad påverkan på kundbeteende. För många företag innebär detta en chans att sticka ut lokalt och få mer “bang for the buck” i sin marknadsföring.

Är ni redo att låta era egna fordon börja arbeta för er? Kontakta oss gärna för en konsultation – så ser vi till att ni också får uppleva effekten av rullande reklam som syns och säljer. Vi ser fram emot att vara er partner på resan mot ökad synlighet och tillväxt!

Låt oss sätta ert varumärke i rörelse.