

Pressmeddelande

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: 08-663 04 90 Mobil: 070 218 51 10 E-mail: magnus.anshelm@irm-media.se

Svensk reklammarknad bäst i klassen

Under det första halvåret 2010 växte den svenska reklammarknaden med 7 procent jämfört med motsvarande period i fjol. Detta är en betydligt starkare tillväxt än för våra nordiska grannar under samma period.

Samtliga reklammarknader i Norden drabbades hårt av finanskrisen och den efterföljande lågkonjunkturen. Sedan dess har den svenska marknaden repat sig mycket snabbt och läget har liknats vid ett tropiskt högtryck. På norska marknaden ser vi istället att året inletts lite avvaktande, något som även gäller den finska marknaden. I Danmark hade inte tillväxten återvänt ännu under första halvåret. Det finns emellertid tecken på att vändning nu under tredje kvartalet även på den danska marknaden.

Trots att vändningen på svenska reklammarknaden är mer kraftfull än i övriga Norden, så är medieinvesteringarna per invånare större i både Norge och Danmark.

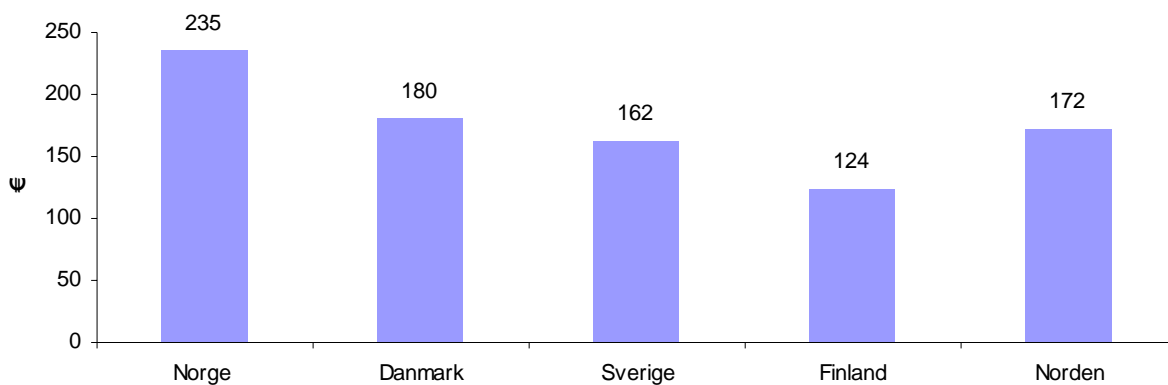
- Att den svenska reklammarknaden har vänt med oerhörd kraft är väl känt, men nu ser vi att styrkan i vändningen är mycket större än i övriga Norden, säger IRM:s VD Magnus Anshelm. Han pekar vidare på att den svenska reklammarknaden har fortsatt att växa mer än andra länder även under hösten.

18 november 2010

Magnus Anshelm

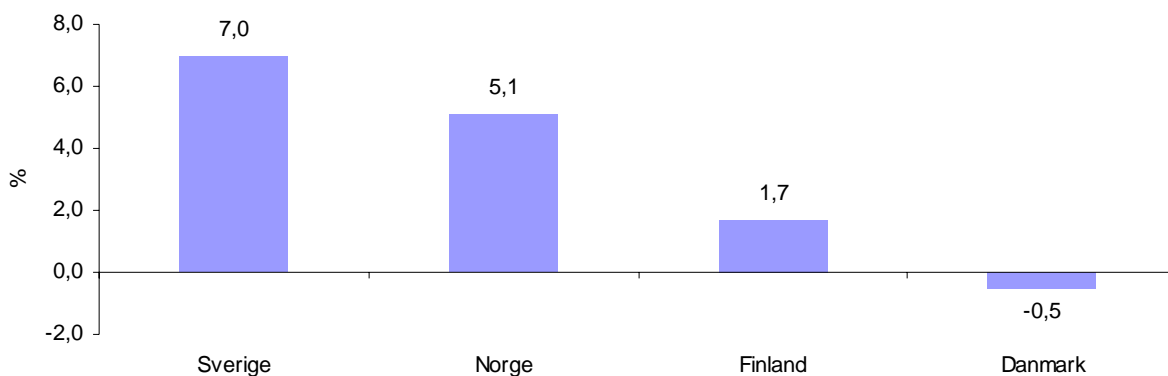
Anm: IRM har tillsammans med Dansk Oplagskontrol i Danmark och TNS-Gallup i Finland tagit fram statistik över mediemarknaden utveckling under första halvåret 2010.

FIGUR MEDIEINVESTERINGAR PER CAPITA HALVÅR 2010
EURO PER INVÅNARE



Källa:IRM

FIGUR REKLAMMARKNADEN TILLVÄXT HALVÅR 2010
FÖRÄNDRING I PROCENT JÄMFÖRT MOTSVARANDE PERIOD FÖREGÅENDE ÅR, FÖRÄNDRING I RESPEKTIVE LOKAL VALUTA



Källa:IRM