

Pressmeddelande

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: 08-663 04 90 E-mail: magnus.anshelm@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Tillväxt 2012 trots klar dämpning

Den reviderade prognosen från IRM pekar på att reklammarknaden kommer att omsätta nästan lika mycket 2011 och 2012 som under rekordåret 2008. Tillväxten bedöms landa på 4,8 procent under 2011 och på 0,3 procent för 2012 jämfört med de föregående åren.

Den avmattning av tillväxten på reklammarknaden som syntes under tredje kvartalet i år bedöms hålla i sig under fjärde kvartalet. För att sedan övergå i nolltillväxt under nästa år. Trots detta bedöms omsättningen landa på drygt 32 miljarder kronor både 2011 och 2012. Båda dessa år förväntas reklammarknaden i stort sett tangera rekordnivåerna från 2008.

Prognosen bygger på att Sveriges bruttonationalprodukt (BNP) kommer att landa mellan 0 och 1 procent under 2012. Sker något dramatiskt i Eurozonen, så kommer Sveriges samhällsekonomi påverkas i mycket hög grad. Detta kommer i så fall att innebära att medieinvesteringarna minskar nästa år. Läget är minst sagt svårprognostiserat.

Kraften i de långsiktiga strukturella förändringarna, där digitala medier och TV ökar sina andelar samtidigt som tryckta medier minskar sina andelar, bedöms öka när investeringarna i medieutrymme minskar under 2012.

Även mobilreklamen bedöms växa starkt under 2011 och 2012. Dagspressen och flertalet andra tryckta medier beräknas minska sina annonsintäkter under 2012.

- Den dämpning av tillväxten som visade sig under tredje kvartalet bedöms hålla i sig året ut innan reklammarknaden övergår i en svagare tillväxt 2012. Displayannonseringen och sökordsmarknadsföringen på Internet fortsätter att öka tillsammans med TV och några medier till, medan de allra flesta tryckta medier bedöms tappa intäkter, berättar IRM:s VD Magnus Anshelm.
- Det vi nu ser är en polarisering mellan Internet och TV som bedöms öka sina reklamintäkter och de tryckta medier som beräknas tappa annonsintäkter det kommande året, säger IRM:s VD Magnus Anshelm i ett uttalande.

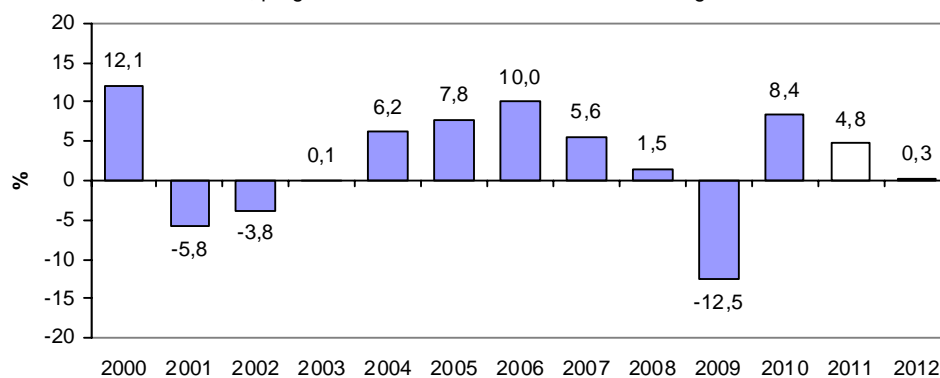
6 december 2011

Magnus Anshelm

Figur

Utveckling mediemarknaden 2000-2012

Utfall 2000-2010, prognos 2011 och 2012. Procentuell förändring.



Källa: IRM