

Pressmeddelande

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

Tilltagande högtryck på reklammarknaden

Den senaste prognosen från IRM visar att tillväxten på reklammarknaden ökar under resten av året. Det är främst TV-reklamen och Internetreklamen som driver marknaden med tillväxtsiffror på över 10 procent jämfört med krisåret 2009.

Företagens medieinvesteringar ökade med 3,6 procent årets första kvartal och inget tyder nu på att tillväxten kommer att stanna på denna nivå. IRM:s prognos för 2010 pekar istället på att tillväxten för helåret hamnar på 5 procent, vilket betyder att företagen investerar 1,4 miljarder mer i medieutrymme jämfört med 2009. Medieinvesteringarna landar dock klart under 2008, som var ett rekordår för mediebranschen i Sverige.

TV-reklamen, som bedöms öka med drygt 14 procent, gör ett nytt rekordår 2010 med intäkter över 5 miljarder kronor. Även sökordsmarknadsföringen och displayannonseringen på Internet når rekordnivåer och ökar intäkterna med tvåsiffriga tal under 2010. Andra medier som bedöms nå hög tillväxt är kvällspress, gratistidningar butiksmedier, radio och bioreklam. Morgonpressen bedöms klara av att öka sina annonsintäkter efter två år av kraftigt fallande annonsomsättning.

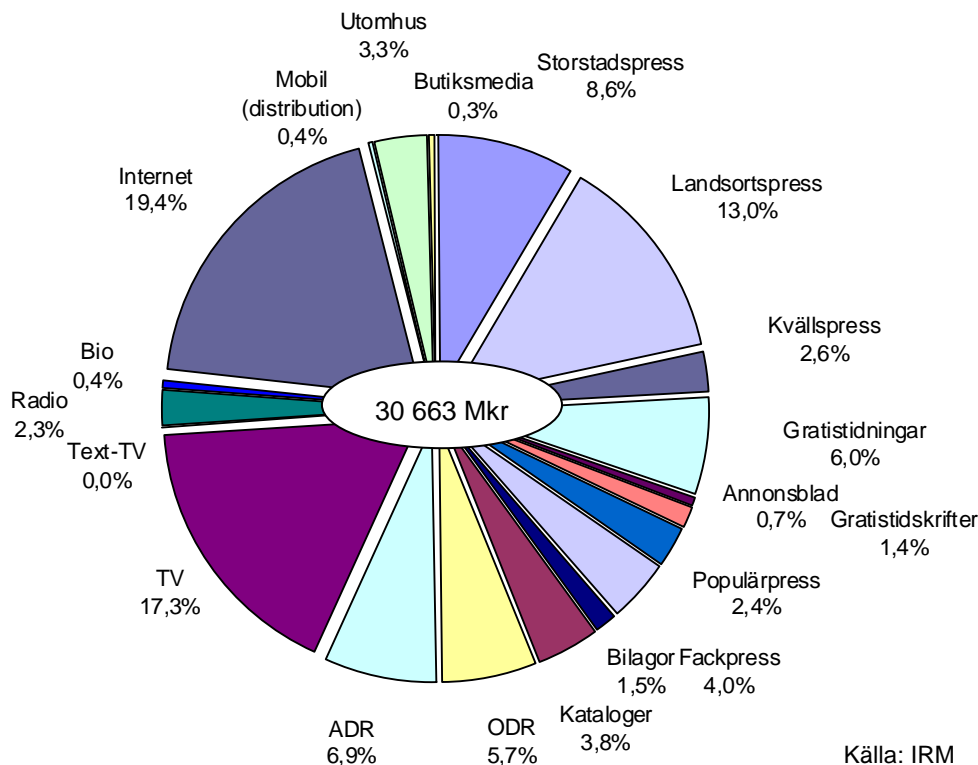
- Den rekyl som vi nu ser på reklammarknaden efter krisåret 2009 är tveklöst mer kraftfull än väntat, men det är också tydligt att Sveriges ekonomi vänt uppåt tidigare är någon kunnat ana, säger IRM:s VD Magnus Anshelm. Vi har en situation, där flera medier är fullbokade även över sommaren. Detta är mycket ovanligt och tyder på att efterfrågan inte kommer att minska förrän tidigast efter Riksdagsvalet i september, fortsätter Magnus Anshelm.

9 juni 2010

Magnus Anshelm

BILAGA

Figur 1 Mediekakan, prognos 2011
Procentuell andel



Figur 2 Utveckling mediemarknaden 2000-2011
Utfall 2000-2009, prognos 2010-2011. Procentuell förändring.

