

Pressmeddelande

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

Reklammarknaden växte 2,4 miljarder 2010

Efter att omsättningen på reklammarknaden minskade med drygt 4 miljarder kronor under 2009 var återhämtningen mycket kraftfull i fjol. Reklamintäkterna ökade med drygt 2,4 miljarder kronor eller 8,6 procent jämfört med 2009. Detta betyder att den svenska reklammarknaden vände uppåt med full kraft direkt efter att Finanskrisens effekter avtagit.

Den svenska ekonomins snabba vändning har utan tvekan varit motorn i reklammarknadens uppgång. Internet- och TV-reklamen har varit marknadens verkliga draglok. Båda dessa reklammedier nådde All Time High 2010. Man kan verkligen tala om ett fullständigt unikt år för TV-reklamen. Företagens efterfrågan på TV-reklam har aldrig varit större och kanalerna har varit utsålda stora delar av året. TV-bolagens reklamintäkter har sammantaget ökat med 18,3 procent jämfört med 2009. När det gäller Internetreklamen har omsättning, trots stor prispress, ökat med 14,5 procent jämfört med 2009. Det är emellertid främst sökordsmarknadsföringen som drivit på intäktsökningarna för Internetreklamen.

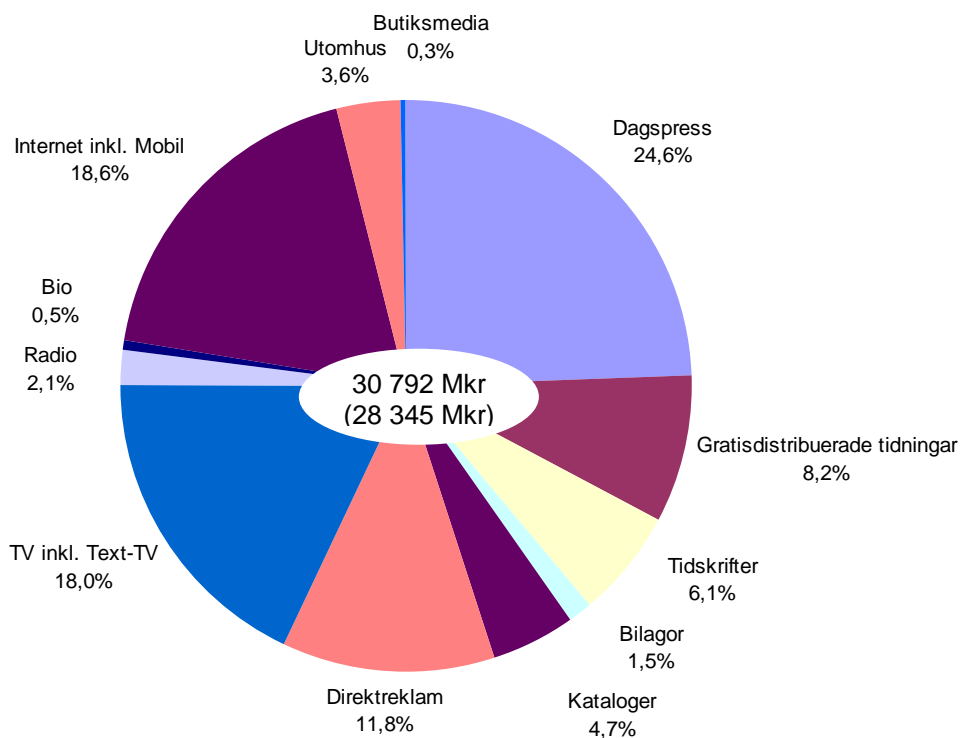
Även morgonpressen och kvällspressen, som tappade närmare 20 procent av sina annonsintäkter under 2009, visade styrka under 2010. Morgonpressens intäkter ökade med nära 10 procent och kvällspressen ökade med drygt 17 procent. Utöver dessa medier visade dessutom bland annat utomhusreklamen, gratistidningarna, populärpressen, fackpressen, radion, butiksmidierna och mobilmarknadsföringen stor tillväxt under 2010. Det är enbart de tryckta katalogerna och text-TV som visar en tydlig nedgång.

- Den svenska reklammarknaden gjorde, i likhet med Sveriges ekonomi, en comeback under 2010 som saknar motstycke. Att reklammarknaden växte med nära 9 procent redan året efter Finanskrisen visar att den underliggande tillväxten är mycket stark, säger IRM:s VD Magnus Anshelm. Han betonar vidare att TV-reklamen når All Time High trots ökad konkurrens från Internetreklam och sökordsmarknadsföringen som växer kraftfullt.

15 februari 2011

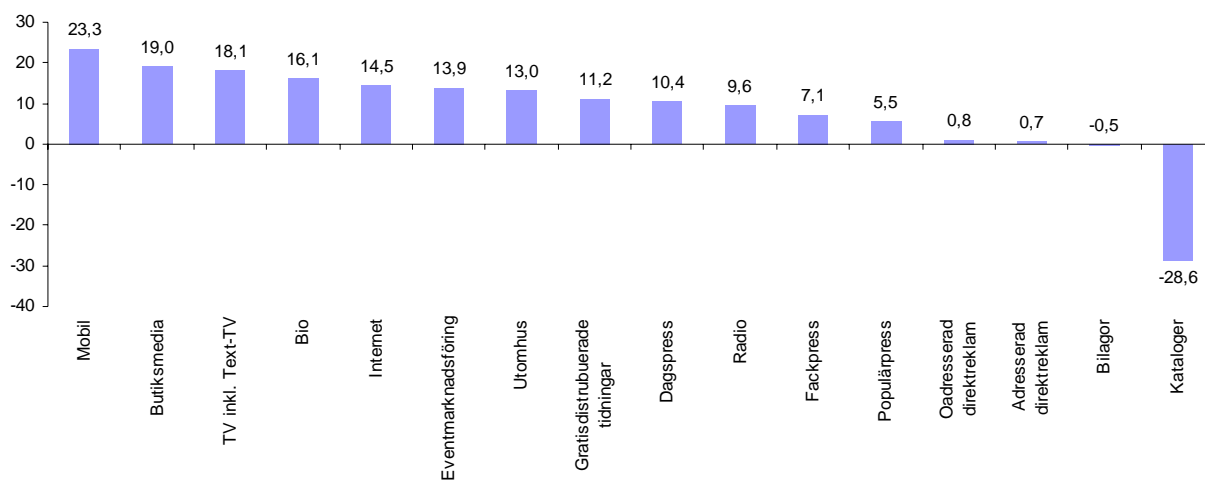
Magnus Anshelm

FIGUR MEDIEKAKAN ACKUMULERAT 2010
ANDEL I PROCENT



Källa:IRM

FIGUR TILLVÄXT ACKUMULERAT 2010
Tillväxt per mediekategori, procentuell förändring jämfört med 2009



Källa:IRM