

Pressmeddelande

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: 08-663 04 90 / 0702185110 E-mail: magnus.anshelm@irm-media.se

De regionala reklammarknaderna föll tungt 2009

När IRM idag släpper en specialanalys av Sveriges regionala reklammarknader framkommer det att även de regionala medierna i drabbades hårt av finanskrisens vågor. Medieinvesteringarna i 2009 minskade nämligen med närmare 13 procent, vilket är i nivå med reklammarknaden som helhet.

I Mälardalen minskade medieinvesteringarna med drygt 14 procent, vilket betyder att lågkonjunkturen 2009 slog hårdast där. Norra och östra Sverige klarade sig klart bättre, men även i dessa regioner föll investeringarna med drygt 11 procent mellan 2008 och 2009.

När det gäller antalet reklamkronor per invånare ligger Södra Sverige högst med 1 574 kronor per år. Norrland ligger lägst där det spenderas 1 250 kronor per invånare och år.

Dagspressen dominerar fortfarande i samtliga regionala marknader, trots kraftigt minskande annonsintäkter. Dagspressens huvudkonkurrenter har länge varit gratistidningarna och den oadresserade direktreklam, men under de senaste åren har även den regionala Internetreklamen intagit en stark position.

- Utöver marknadens kraftfulla nedgång det senaste året ser vi nu att de regionala reklammarknaderna börjar ritas om. Tydligast ser man detta genom Internetreklamens inträde på scenen, men att den lokala TV-reklamen ökar sina intäkter vittnar också om en ökande konkurrens på de regionala marknaderna, säger IRM:s VD Magnus Anshelm.

29 april 2010

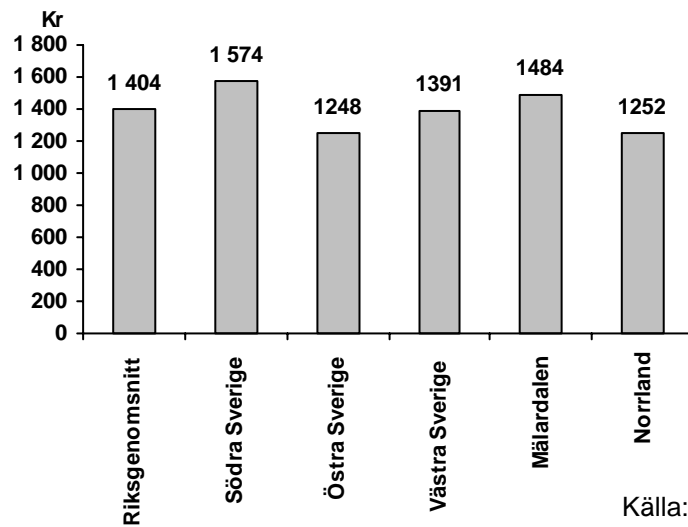
Magnus Anshelm

BILAGA

Regionala medieinvesteringar per invånare 2009

Antal kronor per invånare som annonsörerna köpt medieutrymme för (netto inklusive reklamskatt) i regionalt avgränsade medier.

Regionala reklamintäkter per capita 2009
Löpande priser, kronor



Källa: IRM