

Pressmeddelande

Kontaktperson: Tobias Hedström Telefon: 08-663 04 90 E-mail: tobias.hedstrom@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Svensk reklammarknad klarade lågkonjunkturen bäst

Den sammanställda statistiken över de nordiska ländernas reklammarknader visar att Sverige var det land som klarade sig bäst under 2009. Tuffast utveckling hade Norge men alla fyra länder uppvisade starkt fallande siffror.

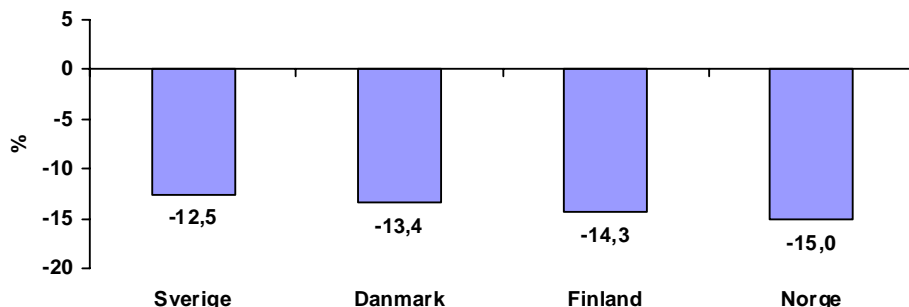
Sverige tappade 12,5 procent av allt köpt medieutrymme under 2009. Det är den sämsta utvecklingen som setts i IRMs statistik som går tillbaka till 1975. Trots detta klarade sig Sverige bättre än de övriga nordiska länderna även om skillnaderna inte är stora. Sämst utveckling uppvisade Norge som tappade 15 procent av medieköpen under 2009 jämfört med 2008. Finland minskade med 14,3 procent och Danmark med 13,8 procent.

23 juni 2010

Tobias Hedström

Utveckling nordiska mediemarknaden 2009

Tillväxt i lokal valuta, procentuell förändring.



Källa: IRM