

Pressmeddelande

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: 08-663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Svensk Reklammarknad 2013: Reklaminvesteringarnas andel av BNP minskar

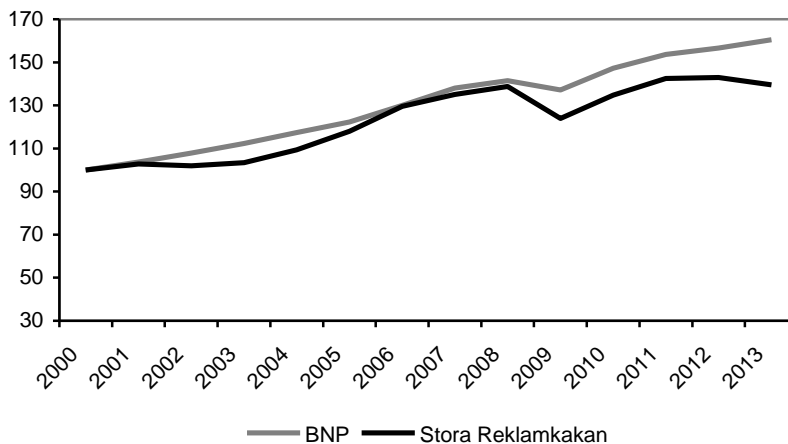
IRM:s senaste rapport "Svensk Reklammarknad 2013" ger en översikt över reklamåret 2013. IRM:s stora reklamkaka, de totala reklaminvesteringarna, inkluderar köp av medieutrymme, investering i övrig marknadskommunikation samt produktionskostnader. Under 2013 uppgick totala reklaminvesteringar i Sverige till nära 65,6 miljarder kronor vilket innebär en tillbakagång på 2,4 procent gentemot 2012.

Det finns ett starkt samband mellan reklaminvesteringarnas utveckling och BNP utvecklingen. När det går bra för företagen får de mer pengar att investera i reklam. Sedan millennieskiftet har reklaminvesteringarna haft en sämre utveckling än BNP och det är tydligt att under de två senaste åren har glappet mellan BNP-utvecklingen och reklaminvesteringen ökat ytterligare.

- Sett över en längre tid så minskar reklaminvesteringarnas andel av BNP förklarar IRMs VD Madeleine Thor. Den strukturella förändringen från print till digitalt kan vara en förklaringsvariabel, annonsörernas utökade kommunikation via egna kanaler en annan.

Indexerad utveckling 2000-2013

Basår 2000. Löpande priser. BNP till marknadspris från användningssidan



Källa: IRM