

Pressmeddelande

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

Medieinvesteringarna i det första kvartalet 2015: Året inleds positivt trots tuff jämförelse med förra årets OS-kvartal

IRM (Institutet för reklam- och mediestatistik) presenterar nu utfallet för första kvartalet 2015. Statistiken visar att mediemarknaden återigen växte efter ett svagt fjärde kvartal och tillväxten i det första kvartalet uppgår till 0,7 procent relativt samma kvartal 2014. Investeringarna uppgår nu till knappt 7,5 miljarder kronor.

Kvartalet karaktäriserades av ett blandat utfall för de olika mediegrupperna. Medan de digitala kategorierna överlag fortsatte att växa i oförminskad takt, kämpade många andra kanaler med ett tufft kvartal. Bidragande till detta var också att OS ägde rum i det första kvartalet 2014, något som gör jämförelsetalen förhållandevis högre för många mediegrupper.

Investeringen i digital reklam utgör nu drygt 37 procent av medieinvesteringarna. Digital reklam växte med hela 16,8 procent under det första kvartalet, och därmed blev omsättningen 2,8 miljarder. Det är som tidigare framförallt mobilmarknadsföring, webb-TV-marknadsföring och sökordsmarknadsföring som visar höga tillväxttal. Totalt så tillförs via ökningen i den digitala investeringen drygt 400 miljoner kronor till medieinvesteringarna under det första kvartalet.

TV hade ett starkt första kvartal 2014, understött av OS. Nu under det första kvartalet 2015 faller TV-investeringen och tappet uppgår till 8,4 procent relativt första kvartalet 2014.

- Jag skulle vilja lyfta fram den fantastiska utvecklingen för utomhusreklam. Ökningen uppgår till 27 procent relativt samma kvartal föregående år. Med flera på varandra följande kvartal av fin tillväxt börjar vi kunna skönja indikationer på att annonsörernas preferens för utomhus stärkts, kommenterar Madeleine Thor, VD på IRM

12 maj 2015