

# Pressmeddelande

## Hushållens medieutgifter blir alltmer digitala

Idag presenterar IRM och MMS gemensamt rapporten "Hushållens medieutgifter 2014". Rapporten visar att de totala medieutgifterna för ett genomsnittshushåll i Sverige uppgår till nära 17 000 kr per år. Hushållens medieutgifter totalt är stabila 2014 i förhållande till föregående undersökning som genomfördes 2011.

Den största utgiften för hushållen är access-kostnader som betalas för att få tillgång till media och för att kommunicera. Mobilabonnemanget utgör den största utgiften, följt av internetabonnemanget. Därefter kommer kostnaden för TV, som i rapporten delas upp i Radio- och TV-licensen och utgifter för betal TV. Den femte största utgiften utgörs av kostnaden för morgontidningen.

- Under de senaste tre åren sker en förflyttning från fast till mobil uppkoppling. Hushållen vill nå innehåll och kommunikation var de än befinner sig, säger Madeleine Thor, vd på IRM.

Trots att hushållens medieutgifter är stabila så sker alltså en omfördelning mellan medieslagen. Och det är de digitala alternativen som växer kraftigt.

- Vår konsumtion av media blir alltmer digital och det avspeglas i våra utgifter. Digitala tjänster som till exempel digitala tidningar, e-böcker och digitala tilläggstjänster i spel växer kraftigt men från låga nivåer, säger Madeleine Thor, vd på IRM.

Ett annat område som växer kraftigt är streamade abonnemangstjänster för musik och TV.

- Den största förändringen som vi ser i förhållande till den undersökning som vi genomförde 2011 är att streamade abonnemangstjänster för musik och film och TV växer explosionsartat. Samtidigt visar undersökningen att nedladdade tjänster för dessa medieområden förlorar i popularitet, säger Magnus Anshelm, vd på MMS.

Studien introduceras idag med ett seminarium på MEG, där Madeleine Thor och Magnus Anshelm presenterar resultaten, varefter en paneldebatt på temat "Mediekonsumenten – annonsmarknadens nya maktfaktor?" hålls under ledning av moderator Axel Andén, Medievärlden. Paneldeltagare är Cecilia Beck-Friis, VVD TV4 Group, Camilla Wallander, VD Berghs, Jan Helin, Tidningschef Aftonbladet och Jessica Bjurström, VD Komm.

Kontaktuppgifter:

Madeleine Thor, IRM

0733 585 741

[madeleine.thor@irm-media.se](mailto:madeleine.thor@irm-media.se)

Magnus Anshelm, MMS

070 218 5110

[magnus.anshelm@mms.se](mailto:magnus.anshelm@mms.se)

*Om undersökningen: Undersökningen genomfördes gemensamt av Institutet för Reklam- och Mediostatistik (IRM) och Mediamätningar i Skandinavien (MMS). Enkäten genomfördes online via slumpmässig telefonrekryterade deltagare under perioden 28 januari – 12 februari 2014. Totalt genomfördes 4 000 intervjuer. Resultaten viktades för att säkerställa representativitet i förhållande till hushållen i Sverige.*