

Pressemeddelelse

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 www.irm-media.dk

Søgeordsmarkedsføring største reklameform i 2014

IRM:s nye prognose i samarbejde med ekstern lektor Ole E. Andersen viser, at investeringerne på det danske reklamemarked forventes at gå tilbage både i 2013 og 2014. Markedet viser dog svage tegn på forbedring, og tilbagegangen ventes at blive mindre i 2014 end i 2013.

IRM prognostiserer at reklamemarkedet falder med 1,9 procent i 2013 og 0,6 procent i 2014. Det samlede annoncesalg bliver på ca. 14,6 milliarder kroner i 2013. Første halvår 2013 viste en lidt mindre afmatning end forrige halvår (2012), og i takt med at samfunds- og husholdningsøkonomien genoprettes, ventes også reklameinvesteringerne at få svagt fornyet styrke.

- Økonomien er alt i alt på rette vej, men det går langsomt. Reklamemarkedet er afhængig af en generelt stærkere økonomi og specielt øget privat forbrug for at gå i plus, mener Madeleine Thor, direktør på IRM.

De strukturelle forandringer på reklamemarkedet forventes at fortsætte og vil medføre, at en endnu større andel af reklameomsætningen bliver investeret i forskellige former for reklamer på Internettet. Som et vigtigt element i den løbende strukturomlægning forventes søgeordsmarkedsføring at blive den største reklamekanal i 2014, dvs. større end eksempelvis TV, lokale ugeaviser og direkte reklame.

- Search har en stærk position internationalt. I England står search i 2012 for næsten 60 procent af reklameinvesteringen på internettet. Tilsvarende tal i Danmark er knapt 40 procent. I prognosen beskriver vi en udvikling, som peger på, at denne andel bliver øget i de kommende år, afslutter Madeleine Thor.

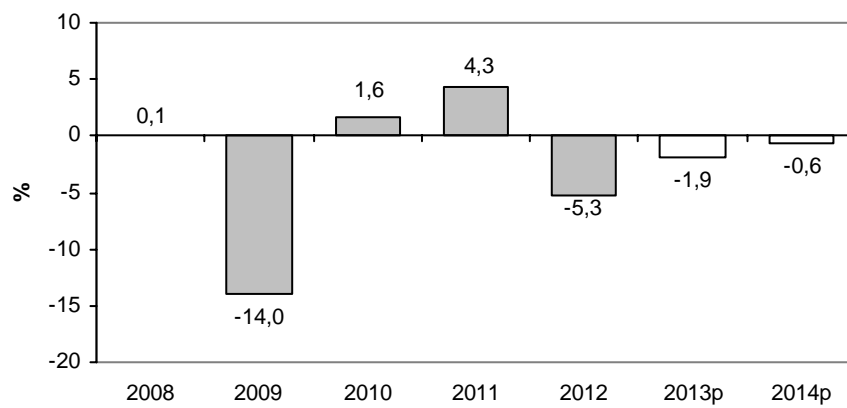
FOR NÆRMERE INFORMATION, KONTAKT IRM'S VD MADELEINE THOR PÅ: +46 8 663 04 90

IRM (Institutet för reklam- och mediestatistik) er et uafhængigt, selvfinansieret institut, hvis formål er kontinuerligt at undersøge og kortlægge reklame- og mediemarkedet i Norden. Med denne intention gennemfører IRM analyser og prognoser vedrørende reklamemarkedernes udvikling. I arbejdet indgår også en sammenfatning af den officielle nettostatistik over reklameinvesteringer i Sverige og Norge. IRM publicerer årligt en prognose for det danske reklame- og mediemarked. Rapporten bygger på statistik fra Dansk Oplagskontrol angående nettoinvesteringer i reklame på det danske marked (reklameforbrugsundersøgelsen) og specifikt indsamlede primære data i form af 26 kvalitative interviews med ledende personer i den danske mediabranche.

BILAG

Totale reklameindtægter, 2008 – 2014p

Procentvis ændring løbende priser, resultat 2008-2012 og prognose 2013-2014



Kilde: Institutet for reklam- og mediestatistik (IRM) og Dansk Oplagskontrol.