

Pressemelding

Kontaktperson: Madeleine Thor: +46 8 663 04 90 www.irm-media.no

Reklammarknaden går fortsatt i moll

Reklammarknaden tappar 4,6 procent under det tredje kvartalet relativt samme period i fjol visar IRM:s senaste kvartalsrapport. Omsætningen skrives dermed till 4,2 milliarder kroner.

Reklammarkedet begynte i 2014 med en forsiktig nedgang, och under det andra och tredje kvartalet accelererer nedgangen. Tappet, som oppgår till 4,6 procent relativt samme kvartal 2013, är det største som IRM oppmått sedan lågkonjunkturen 2009.

- Just nu är det riktig tufft på reklammarknaden, sier Madeleine Thor, daglig ledere hos IRM. 2014 kommer sannolikt att omtales som året då det digitale skiftet drabbade mediemarknaden med full kraft, vår bedømming är att tappet kan komme att mildras under 2015, avslutar Thor.

Men det är ikke bare tufft for de traditionelle mediekategoriene, den svage reklamkonjunkturen påvirker også de digitale mediene. Internet inklusive mobilmarknadsføring* viser under det tredje kvartalet en tillvæxt på endast 3 prosent relativt samme kvartal i fjol. Ikke sedan lågkonjunkturen 2009 har en sådan låg siffra noterats for internet.

- Vi noterer tilbakegang i investering for flere digitale annonsformat – merkevare desktop, rubrikk og nettkataloger, sier Thor.

TV, radio, adressert direkteklam, søkordsmarknadsføring, webb-TV og merkevare på mobil/tablet er de kategorier som har nått en positiv tillvæxt under det tredje kvartalet - samtlige øvrige kategorier backar.

For nærmere informasjon, kontakt Madeleine Thor, daglig ledere i IRM på + 46 8 663 04 90

**Observera at annonsering i sociale medier ikke omfattes av undersøkningen*

Bilag

Mediemarkedet Q3 2013 – Q3 2014

Vekst i prosent, løpende priser

