

# Pressemelding

Kontaktperson: Madeleine Thor: +46 7 33 585 741 [www.irm-media.no](http://www.irm-media.no)

## Norsk Reklamemarked i 2014: Reklameinvesteringene faller

**Tallene for 2014 klare, og ble presentert tidligere i dag på MBLs talldag av IRM (Institutet för Reklam- og Mediestatistik). Statistikken viser at den kjøpte reklameplassen minsket med 3,3 prosent i 2014 sammenlignet med 2013, og havnet på 19 milliarder kroner.**

IRMs kvartalsrapport for det fjerde og siste kvartalet i 2014 publiseres i dag, og er dyster lesning for de aller fleste på reklamemarkedet. Samtlige mediekategorier taper inntekter i helåret 2014, med unntak av de digitale mediene og radio. TV-mediet noterer uforandrede inntekter.

- Oppgangen for digitale kanaler kompenserer ikke fullt ut for annonsetapet for trykte medier, og det er derfor reklameinvesteringene faller, sier IRMs daglige leder Madeleine Thor.

For de digitale kategoriene noterer mobilmarkedsføring og web-TV, som tidligere år, den største veksten prosentvis sett. Veksten er på henholdsvis 53 og 72 prosent sammenlignet med tidligere år. Også søkeordsmarkedsføring viser en vekst, 19 prosent sammenlignet med foregående år.

- På tross av et tøft år i reklamemarkedet, kan vi konstatere at tapet ble noe mindre under det siste kvartalet, sier Thor. Det er i tråd med IRMs forventninger for 2015, som indikerer fortsatt men dempet tap i reklameinvesteringene, avslutter Thor.

**For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Madeleine Thor på + 46 7 33 585 741.**

## Bilag

Figur 1. Mediekaken 2014

