

Pressemelding

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se Hjemmeside: www.irm-media.no

Norsk Reklamemarked i 2013: Reklameinvesteringenes andel av BNP faller.

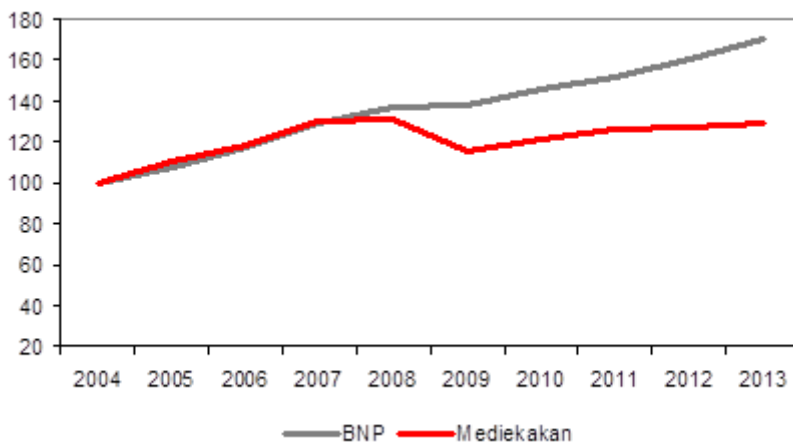
Den siste rapporten fra IRM "Norsk Reklamemarked 2013" gir en oversikt over reklameåret 2013. IRMs store reklamekake - de totale reklameinvesteringene - inkluderer kjøp av medieplass og investeringer i sponing og eventmarkedsføring. I 2013 var de totale reklameinvesteringene i Norge nær 26,1 milliarder kroner, noe som er en økning på 2,1 prosent sammenliknet med 2012.

Det er et sterkt samband mellom mediekjøpenes utvikling og BNP-utviklingen. Når det går bra for bedriftene er det mer penger å investere i reklame og vekst. Men siden finanskrisen i 2009 har medieinvesteringene hatt en lavere utvikling enn BNP, og det er tydelig at i de siste årene har gapet mellom BNP-utviklingen og medieinvesteringene økt ytterligere.

- Sett over en lengre tid så minsker medieinvesteringenes andel av BNP, forklarer Madeleine Thor, daglig leder hos IRM. Den strukturelle forandringen fra print til digitalt kan være en forklaringsvariabel, annonsørenes økte kommunikasjon via egne kanaler en annen.

Indeks 2004–2013

Basis 2004=100. Bruttonasjonalprodukt fastlandet og de totale medieinvesteringene



Källa: IRM

Totale Reklameomsetning 2013

Prosentuell andel

