

Pressemeddelelse

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

Stabilisering af reklamemarkedet i 2015

IRM:s nye prognose i samarbejde med ekstern lektor Ole E. Andersen viser, at investeringerne på det danske reklamemarked forventes at blive lidt mindre i 2014 sammenlignet med 2013. I 2015 regner IRM med en stabilisering af markedet.

IRM prognostiserer, at reklamemarkedet går tilbage med 0,6 procent i 2014 sammenlignet med 2013. Det samlede annoncesalg forventes at blive ca. 14,7 milliarder kroner i 2014.

I første halvår 2014 faldt reklameinvesteringerne med 0,3 procent i forhold til første halvår 2013, ifølge IRM:s nordiske halvårsrapport som blev offentliggjort i midten af oktober. Den samlede vurdering er, at udviklingen i markedet i andet halvår 2014 blir en anelse svagere end første halvår.

- De fleste økonomiske eksperter har dæmpet forventningerne til 2014, og det påvirker udviklingen på mediemarkedet, mener Madeleine Thor, direktør på IRM. I 2015 forventes markedet stabilt i forhold til 2014. Baggrunden er en forventning om svagt forbedrede konjunkturer samt en stor vækst for reklamer på digitale medier.

- På modne markeder for digitale reklameformer, som f.eks. Danmark, drives væksten af mobilmarkedsføring, online video samt nye måder for køb af reklameplads, så- kaldt programmatic buying*, udtaler Madeleine Thor. Også søgeordsmarkedsføring vokser kraftigt og bidrager til den digitale vækst, tilføjer Thor.

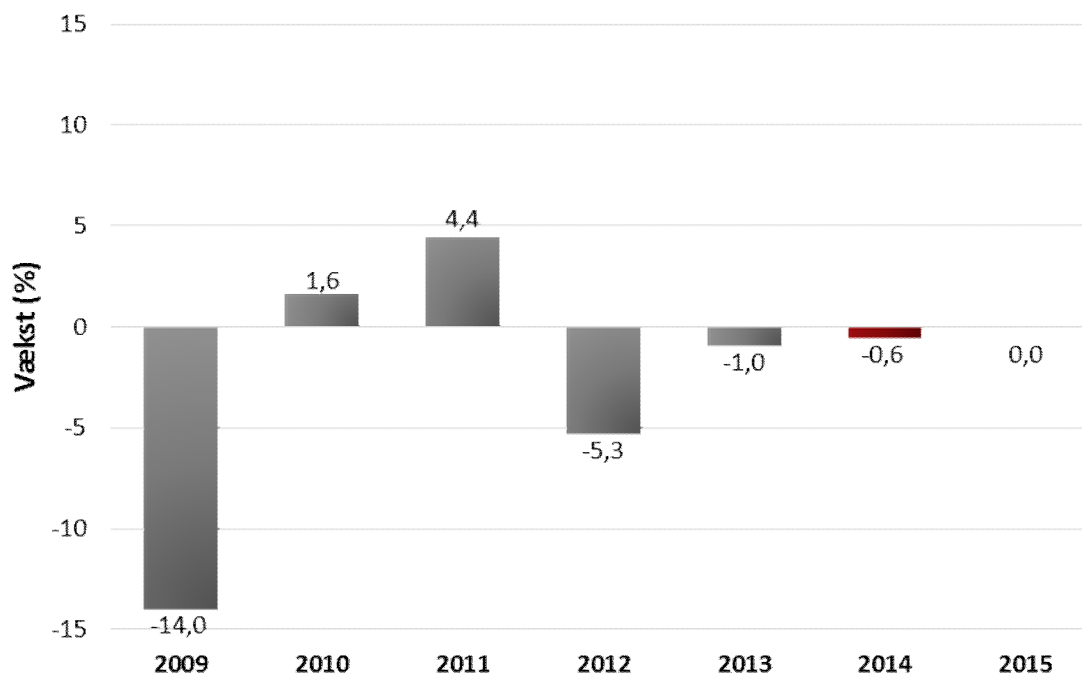
*Forklaring: Programmatic buying er automatiseret køb af målrettede displayannoncer (banner-reklamer)

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

BILAG

Medieomsætning 2009-2015p

Procentvis ændring, løbende priser, resultat 2009-2013, prognose 2014-2015
(Kilde: IRM & Dansk Oplagskontrol)



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 ca. 30 kvalitative interviews med ledende personer i den danske mediabranche.