

Pressemelding

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

Web-TV lyser opp i et dystert reklamemarked

Reklamemarkedet går tilbake med 3,8 prosent i det andre kvartalet i 2014 sammenliknet med tilsvarende kvartal i 2013 – det viser IRMs siste kvartalsrapport. Omsetningen passerte så vidt 5 milliarder kroner.

Reklamemarkedet begynte i 2014 med en forsiktig nedgang, og i det andre kvartalet aksellererer denne nedgangen. Nedgangen på 3,8 prosent relativt samme kvartal i 2013 er den største som IRM har målt siden lavkonjunktoren som følge av finanskrisen i 2009.

- Nå har vi to kvartaler på rad med negativ vekst på reklamemarkedet, sier Madeleine Thor, daglig leder hos IRM. Vi ser nok ingen vending i løpet av 2014, snarere at trenden fortsetter også i andre halvår.

Men det finnes lysglimt og disse kommer først og fremst i de digitale mediene. Web-TV har tatt over tronen som den kategorien som vokser mest i prosent. Veksten er på hele 95 prosent i det andre kvartalet sammenliknet med tilsvarende kvartal i fjor. Mobilmarkedsføringen, som tidligere lå i teten, får nå nøye seg med en andreplass, og veksten er på 74 prosent sammenliknet med tilsvarende kvartal i fjor.

- Både reklame i web-TV og mobilmarkedsføring har kraftig veksttakt fra lave nivåer, noe som er karakteristisk for nye medier som befinner seg i de tidligere stadier av produktets livssyklus, kommenterer Madeleine Thor. Vi forventer at disse mediene fortsetter den sterke vekstraten også i den nærmeste framtid, avslutter hun.

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

Bilag

Mediemarkedet Q2 2013 – Q2 2014 Vekst i prosent, løpende priser

