

Pressemelding

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

Medieinvesteringene i det andre kvartalet i 2015: Markedet viser fortsatt røde tall

For det sjuende kvartalet på rad er det tilbakegang i mediemarkedet. I andre kvartal i 2015 gikk investeringene tilbake med 2,5 prosent i forhold til tilsvarende kvartal i 2014. Omsetningen landet på 4,9 milliarder kroner.

Markedet preges av den sterke overgangen fra trykte til digitale medier, der den digitale oppgangen ikke oppveier den svekkelsen som finner sted i trykte medier. Investeringen i digitale medier økte med 10 prosent i andre kvartal 2015 i forhold til samme kvartal i fjor. Den digitale investeringen tilførte 150 millioner kroner til mediemarkedet i andre kvartal.

- Det er gledelig at veksten i de digitale mediene akselererer – det er første gangen siden det første kvartalet i 2014 at vi ser en tosifret økning og det kan tyde på at kraften er på vei tilbake til markedet, kommenterer Madeleine Thor, daglig leder i IRM.

De trykte mediene utvikles vakt. Trykt dagpresse tapte 17,6 prosent av reklameinvesteringen i det andre kvartalet i 2015 sammenliknet med samme kvartal året før. Og for riksavisene ble det riktig tøft med en tilbakegang på ca. 27 prosent i forhold til andre kvartal i 2014. Dette er den største tilbakegangen som IRM har notert for denne kategorien siden målingene startet i 2006.

- På tross av de tøffe tidene for mange i bransjen finnes det også lysglimt her og der, som for eksempel kino som vender tap til vekst etter fire negative kvartaler, avslutter Madeleine Thor, daglig leder i IRM

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

Bilag

Mediemarkedet Q2 2014 – Q2 2015

Vekst i prosent, løpende priser

