

Pressemelding

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

Nå er internett størst

I det tredje kvartalet 2013 var internett for første gang den største reklamekanalen i Norge - og omsatte for i underkant av 1,3 milliarder NOK. Salg av internettannonser brakte dermed inn 140 millioner mer enn dagspresseannonseringen gjorde i tredje kvartal.

-I mange år har IRMs tall vist hvordan internett siger innpå dagspressen, og i tredje kvartal 2013 skjedde altså skiftet, sier Madeleine Thor, daglig leder i IRM. Internett er ikke en eneste kanal, men flere, legger hun til. Størst er Merkevare og den nest største er Søk.

-Flyttingen av penger fra trykte til digitale medier er et speil på forbrukernes adferd, legger hun til.

Reklamemarkedet omsatte totalt for 4,4 milliarder kroner i tredje kvartal 2013. Dette er en vekst på 4,9 prosentenheter, i følge IRMs rapport *Norsk Mediestatistikk kvartal 3, 2013*.

-For andre kvartal på rad er det vekst i annonseinntektene. Veksten er dog kunstig høy fordi vi nå også har inkludert mobilmarkedsføring og web-TV i statistikken, og at det ikke finnes en fullstendig sammenliknbar statistikk for disse medier fra 2012, forklarer Madeleine Thor.

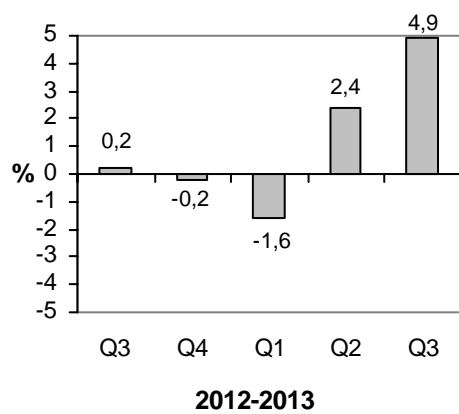
-Men hvis vi justerer for denne effekten, så er det allikevel vekst i tredje kvartal, sier Madeleine Thor.

Blant øvrige vinnere i kvartalet, finner vi utendørs som øker sine inntekter med 16 prosent sammenliknet med tredje kvartal 2012. Også TV og uadressert direkteklame økte, mens de øvrige medier har nedgang.

For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Madeleine Thor på + 46 8 663 04 90

Bilag

Figur Mediemarkedet Q3 2012– Q3 2013
Vekst i prosent, løpende priser



Kilde: IRM