

Pressmeddelande

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se

Reklaminvestering i Norden: Danska marknaden går starkast

Nu har IRM publicerat "The Nordic Advertising Market Jan-June 2015". Rapporten beskriver utvecklingen på de nordiska reklammarknaderna under första hälften av 2015. De samlade reklamköpen i nordisk media uppgick då till 4,5 miljarder euro under första halvåret 2015, en tillbakagång med 2,5% relativt föregående år.

Tappet som IRM noterar för reklammarknaden ska tolkas med försiktighet. Marknaden är påverkad av valutakursförändringar. En fast växelkurs ger istället en ökning om 0,2%.

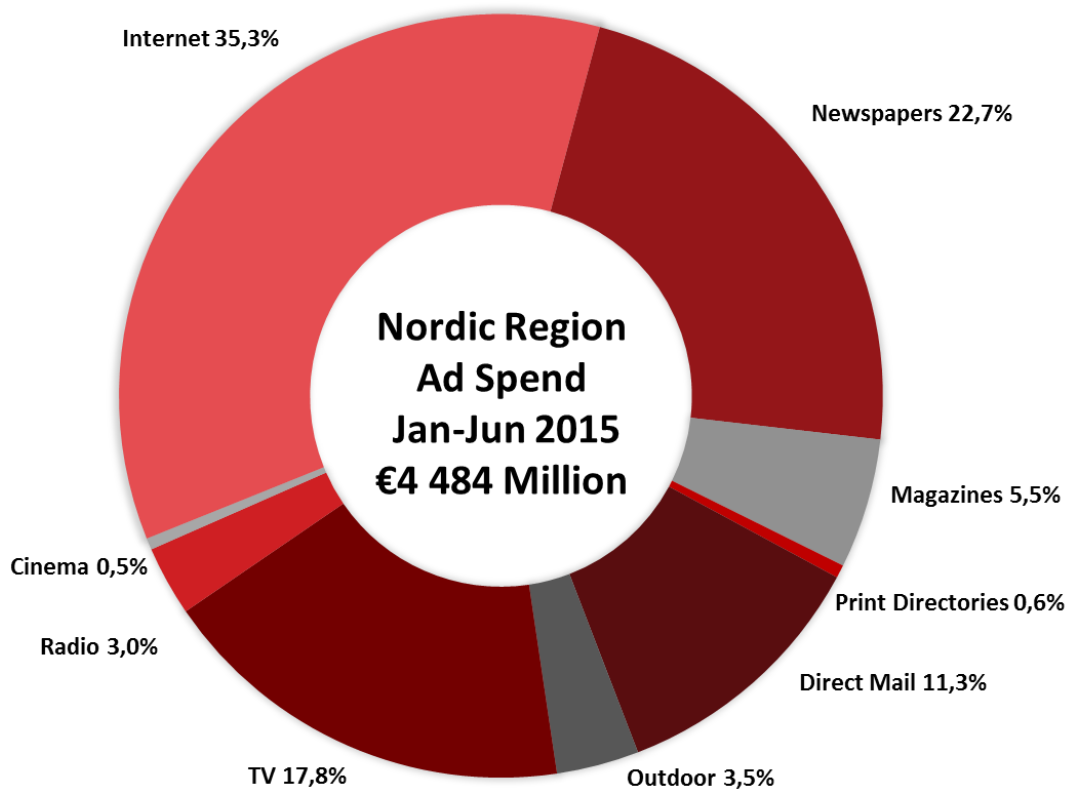
Den danska reklammarknaden har upplevt en totalomvändning från en tillväxt på -2,1% under 2014 till en ökning om 2,7% under första halvåret 2015. I lokal valuta noterar Sverige en tillväxt om 1,5% medan tillbakagången fortsatte i Norge och Finland.

Internet är sedan 2013 den största reklamkategorin totalt. 35% av reklaminvesteringen i Norden tillfallet digitala kanaler. Starkast marknadsandel har Internet i Danmark, där står den digitala reklamen för över 40% av den totala medieinvesteringen.

- Norden känner fortsatt av förflyttningen från tryckta till digitala medier, men i takt med att de tryckta mediernas andel krympt blir påverkan på totalmarknaden mindre. Den danska marknaden har legat först i skiftet till digitalt så det kan ses som lovande att utvecklingen nu är god där, kommenterar Madeleine Thor, IRM:s VD.

Anm: IRM har tillsammans med Danske Medier i Danmark och TNS-Gallup i Finland tagit fram statistik över den Nordiska mediemarknadens utveckling.

Bilaga: Nordiska reklamkakan H1 2015
Miljoner Euro, löpande priser



Källa: IRM