

Pressemelding

Kontaktperson: Madeleine Thor: +46 7 33 585 741 www.irm-media.no

Norsk Reklamemarked: Reklameinvesteringene faller i 2015, stabilisering i 2016

Tallene for 2015 er klare, og disse ble presentert tidligere i dag sammen med en prognose for 2016, på MBLs talldag av IRM (Institutet för Reklam- og Mediestatistik). Statistikken viser at for andre året på rad så faller den kjøpte reklameplassen i mediene. Nedgangen var på 2,1 prosent i 2015 sammenliknet med 2014, og totalomsetningen ble på 18,7 milliarder kroner. For året 2016 tror IRM på en fortsatt nedgang, men ikke fullt så stor, og man kan skimte en stabilisering av reklamemarkedet.

2015 ble et svakt år på mediemarkedet, som fikk oppleve en nedgang for andre året på rad.

- Det i ser er en ulykkelig kombinasjon av det strukturelle skiftet fra print til digitalt, samtidig som man ser en svakere konjunktur, kommenterer Madeleine Thor, daglig leder hos IRM. Således har vi hatt to dystre år på reklamemarkedet.

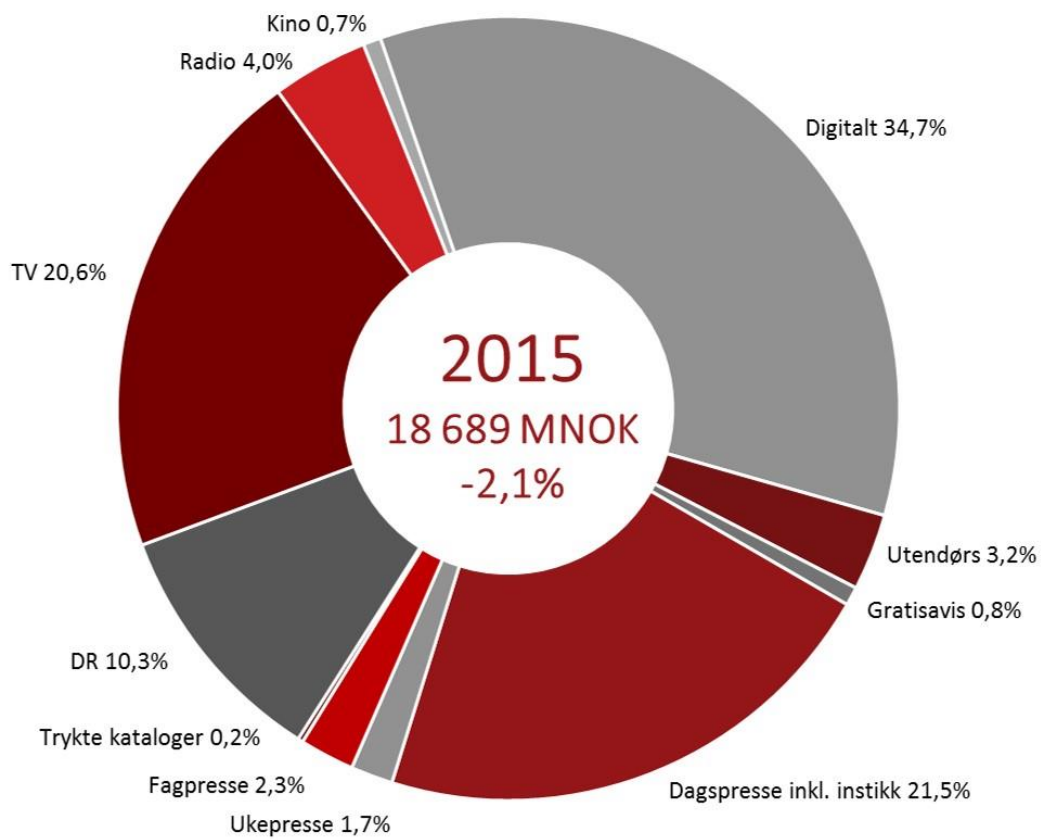
For mange medier er det altså et svakt 2015 man kan se tilbake på, men ikke for alle: De digitale medieinvesteringene når nok en gang en all-time-highe, og investeringene summerte seg til 6,5 milliarder kroner. Det betyr at mer enn hver tredje reklamekrone nå går til de digitale mediene. Ytterligere to medier når all-time-high i 2015. Det er TV og radio som omsetter for 3,9 milliarder respektive 740 millioner kroner.

- Om vi ser framover så tror IRM på en stabilisering i 2016, kommenterer Madeleine Thor. Etter et svakt fjerde kvartal så har vi dog justert ned våre forventinger noe til 2016, og det er framfor alt det første halvåret der vi ser at utsiktene er svakere, avslutter Thor.

For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Madeleine Thor på + 46 7 33 585 741.

Bilag

Figur 1. Mediekaken 2015



Kilde IRM