

Pressmeddelande

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: 08-663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Svensk Reklammarknad 2015: IRM presenterar de första siffrorna för svensk native annonsering

IRM:s senaste rapport "Svensk Reklammarknad 2015" ger en översikt över reklamåret 2015. IRM:s stora reklamkaka - de totala reklaminvesteringarna - inkluderar köp av medieutrymme, investering i övriga marknadsaktiviteter samt produktionskostnader. Under 2015 uppgick totala reklaminvesteringar i Sverige till drygt 68,3 miljarder kronor vilket innebär en ökning på 1,9 procent gentemot 2014.

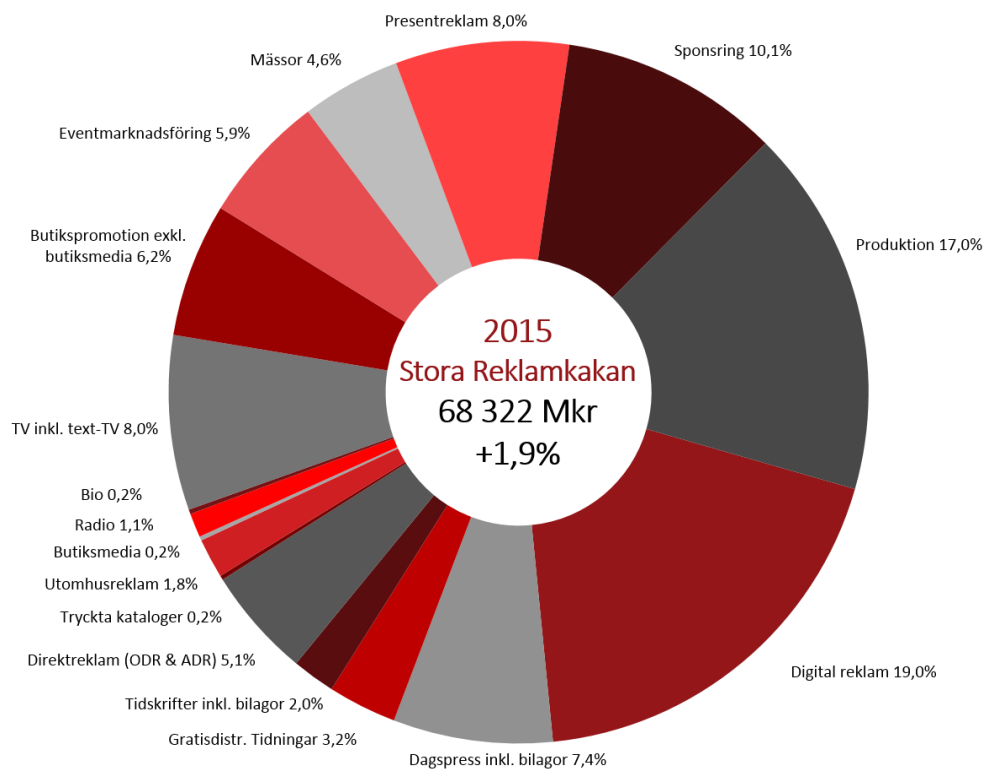
Nytt för i år är att IRM introducerar en årlig mätning av native annonsering i Sverige. I det här fallet definierar IRM native annonsering som köpt reklamplats och produktion inom displayannonsering som är utformad för att efterlikna sajtens eget utseende, funktion och/eller innehåll. Native-annonsering inom sociala nätverk ingår inte. IRM uppger att native annonsering i Sverige omsätter 100 miljoner kronor under 2015, och detta är alltså den första siffra som offentliggörs avseende detta område:

- Det är positivt att vi nu kunnat genomföra den första mätningen av native marknaden i Sverige. Det är ett område som är väldigt intressant för medie-Sverige, och till att börja med avser vi följa utvecklingen på årsbasis, kommenterar Madeleine Thor, VD på IRM.

Sedan förra året så innehåller IRM:s årsrapport en skattning för annonsering i sociala nätverk. Sociala nätverk i Sverige beräknas omsätta 800 miljoner kronor i Sverige under 2015.

- Vi kan konstatera att de sociala nätverken växer snabbt, och så sker på framförallt mobila plattformar, kommenterar Madeleine Thor.

Bilaga: Marknadskommunikation 2015



Källa: IRM