

# Pressmeddelande

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

## 17% av investeringen i display och webb-TV är programmatisk 2015

**Nu har IRM:s årliga mätning av programmatisk handel i Sverige lanserats. Rapporten visar att investeringen i programmatiska annonsköp uppgår till 730 miljoner kronor under 2015, det är en ökning med 134 procent relativt 2014.**

- För andra året så kan IRM presentera en mätning av de programmatiska annonsinvesteringarna. Jag skulle vilja karaktärisera 2015 som genombrottsåret för programmatiska annonsköp. Det är inte längre en liten företeelse som några få initierade sysslar med, utan något som alla i mediebranschen förhåller sig till, kommenterar Madeleine Thor, VD IRM.

Rapporten fokuserar på två underkategorier inom digital reklam: display- och webb-TV-annonsering. Tillsammans utgör dessa 4,2 miljarder kr eller 33% av den digitala kakan. De programmatiska investeringarna uppgår till 730 miljoner kr, vilket motsvarar 17% av den totala omsättningen inom display och webb-TV.

- Ur ett internationellt perspektiv så är vi relativt sena i utvecklingen, menar Thor. Investeringarna i programmatisk annonshandel väsentligt större på de stora europeiska marknaderna. På vissa marknader står programmatisk handel redan för över 50% av den samlade investeringen i display och webb-TV, förklarar hon.

Styrkan med programmatisk handel är att reklamförsäljare med hjälp av data bättre kan hjälpa annonsörer att hitta sina målgrupper. En bättre målgruppsstyrning och annonsmiljö betingar högre priser, därför väntas programmatisk handel ge positivt tillskott för total reklaminvestering.

**Bilaga: Programmatisk andel 2015**

