

Pressemeddelelse

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 www.irm-media.dk

IRM:s gode nyhed: Reklamemarkedet vokser i 2015-2016

Idag præsenteres IRM:s nye prognose i samarbejde med ekstern lektor Ole E. Andersen. Prognosen viser, at investeringerne på det danske reklamemarked forventes at stige i både 2015 og 2016, sammenlignet med foregående år. I alt forventes reklamekøb i medier for ca. 14,9 milliarder kroner i helåret 2015.

Udviklingen i første halvår var god och IRM:s vurdering er, at denne fortsætter gennem efteråret. Den positive tillvækst indebærer en relativt drastisk vending efter de seneste års negative trend.

-Det er glædeligt, at væksten nu er vendt tilbage til reklamemarkedet, kommenterer Madeleine Thor, VD hos IRM. De fleste prognosemagere er relativt enige om en BNP-vækst omkring 1,5% i år og endnu større vækst næste år. Det giver stabile forudsætninger for mediemarkedet i prognoseperioden.

Prognosen viser dog, at omfordelingen af medieinvesteringerne fortsætter, idet print medierne går tilbage, mens de digitale vokser. Men IRM-prognosen leverer trods alt et lyspunkt til printsektoren:

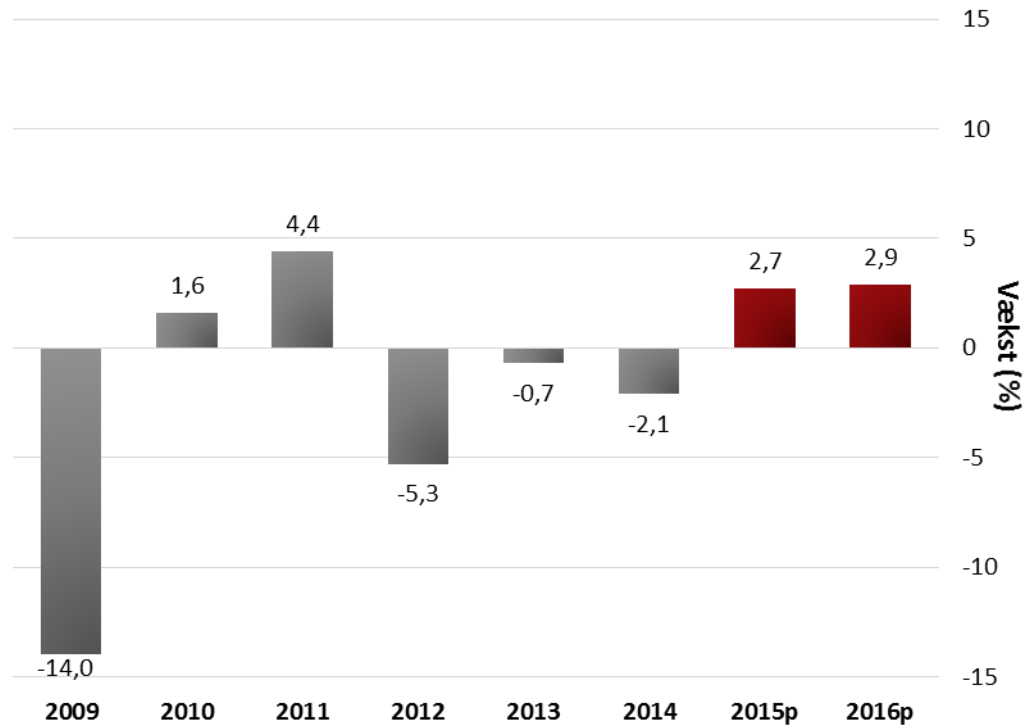
- Vores vurdering er, at tilbagegangen på print bliver mindre end tidligere. Det er en trend som vi også ser internationalt, kommenterer Madeleine Thor. Samtidigt tror vi på fortsat god fremgang for de digitale medier. Vi ser, at den digitale tillvækst styrkes af, at penge strømmer til mobilmarkedsføring og online video (web-tv) samt at programmatisk køb har fået solidt fodfæste og øger kapitaliseringsgraden for displayannonsering.

Andre mediegrupper som vurderes til at få en positiv tilvækst i 2015-2016 er TV, radio, bio og outdoor.

FOR NÆRMERE INFORMATION KONTAKT IRMS VD MADELEINE THOR PÅ +46 8 663 04 90

BILAG

Medieomsætning 2009-2016p



Kilde: IRM og Danske Medier, Procentvis ændring i forhold til året før. Omsætning i løbende priser.

IRM (Institutet för reklam- och mediestatistik) er et uafhængigt, selvfinansieret institut, hvis formål er kontinuerligt at undersøge og kortlægge reklame- og mediemarkedet i Norden. Med denne intention gennemfører IRM analyser og prognoser vedrørende reklamemarkedernes udvikling. I arbejdet indgår også en sammenfatning af den officielle nettostatistik over reklameinvesteringer i Sverige og Norge. IRM publicerer årligt en prognose for det danske reklame- og mediemarked. Rapporten bygger på statistik fra Dansk Oplagskontrol angående nettoinvesteringer i reklame på det danske marked (reklameforbrugsundersøgelsen) og specifikt indsamlede primære data i form af ca. 30 kvalitative interviews med ledende personer i den danske mediabranche.