

Pressemelding

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

Reklamemarkedet i fjerde kvartal 2016: Endelig på pluss

IRMs kvartalsrapport viser at reklameinvesteringene økte med 1,6% i det siste kvartalet i 2016. Totalt for helåret 2016 gikk reklameinvesteringene tilbake med 2,2%. Markedet omsatte totalt for 19,2 milliarder kroner.

2016 ble ytterligere et svakt år på mediemarkedet, som fikk oppleve nedgang for tredje år på rad. Det siste kvartalet viste dog en liten lysning.

- De siste årene har vært dystre på reklamemarkedet, kommenterer Madeleine Thor, daglig leder hos IRM. Det har vært en ulykkelig kombinasjon av det strukturelle skiftet fra print til digitalt og en svakere konjunktur. Det positive resultatet for fjerde kvartal i 2016 kan indikere at bunnen er nådd.

Til tross for de tøffe tider er det flere medier som vokser og når all-time-high i 2016. Det gjelder så klart den digitale annonseinvesteringen, men også for TV-reklamen, kino og utendørs.

Det fjerde kvartalet i 2016 viser altså en positiv vekst, og innebærer en forbedret veksttakt for de fleste medier. Tapene for mange trykte medier ble noe dempet, samtidig som medier med god vekst fikk et godt kvartal. TV har hentet seg kraftig opp etter et svakt tredje kvartal, og også utendørs avslutter året med sterke tall.

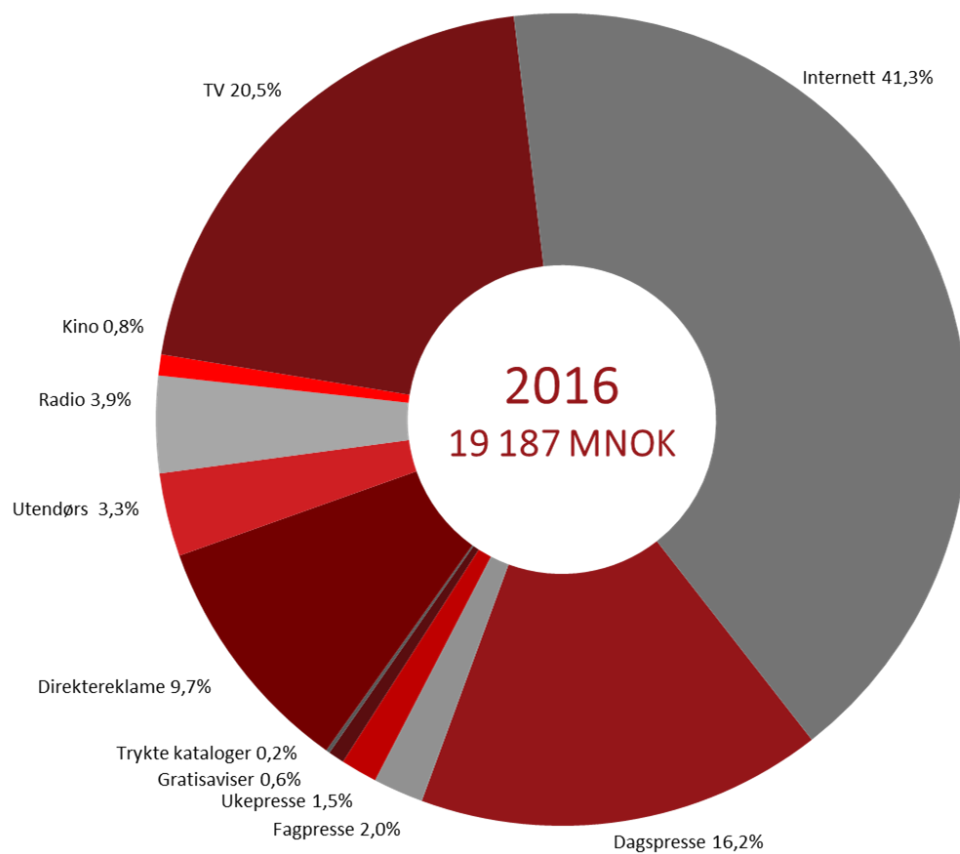
Videre ble det en styrking av veksten i internettreklamen noe som er et godt tegn.

-IRM spår at markedet stabiliseres i 2017, kommenterer Madeleine Thor. At vi ser en vekst digitalt er en grunnleggende forutsetning for en forbedret markedsutvikling.

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

Bilag

Figur 1. Mediekaken 2016



Kilde IRM