

Pressemelding, 1 juni 2017

IRM overtar innsamling og produksjon av den danske reklamemålingen

Partene bak *Reklamemarkedet i Danmark* – Danske Medier Research og Kreativitet & Kommunikation – har valgt å la IRM – Institutet för Reklam- og Mediestatistik overta arbeidet med å samle inn, validere og offentliggjøre danske data om medieinvesteringer.

IRM løser tilsvarende oppgaver i Sverige og Norge og den erfaringen ønsker de danske organisasjonene nå å dra nytte av, og dermed tilby medlemmene flere og hyppigere rapporter med fokus på utviklingen av reklamemarkedet.

Det nye samarbeidet gir blant annet mulighet til å utvide den trykte rapporten med oppbyggingen av en database, som gir abonnentene en unik mulighet til å følge trender og også generere individuelt utformede rapporter.

”I foreningen Dansk Reklameforbrugsundersøgelse gleder vi oss til det samarbeid og den profesjonalitet som IRM vil tilføre til den løpende innsamling, validering og formidling av data om det danske mediemarkedet”, sier lederen Marianne Bugge Zederkof, direktør for Danske Medier Research.

”IRM er utrolig glade og stolte over å kunne presentere et komplett bilde av det Skandinaviske reklamemarkedet. Det gir nye muligheter for utgivere, annonsører og byråer til å følge med i og sammenlikne utviklingen nå som innsamling og presentasjon skjer på en enhetlig måte”, sier Madeleine Thor, daglig leder av IRM.

For ytterligere informasjon:

Marianne Bugge Zederkof, Danske Reklameforbrugsundersøgelse, +45 20765099
Madeleine Thor, IRM, +46 (0) 733585741

Foreningen Dansk Reklameforbrugsundersøgelse ble stiftet i 2015 med mål å ta fram den årlige statistikken over det danske reklamemarkedet. Foreningen består av Danske Medier, Danske Medier Research og Kreativitet & Kommunikation.

IRM er et uavhengig og selvfinansiert institutt med oppgave å kontinuerlig undersøke og kartlegge reklame- og mediemarkedet i Norden. Med dette mål gjennomfører IRM analyser og prognoser rundt reklamemarkedets utvikling.