

Pressmeddelande

Kontaktperson: Tobias Egge Telefon: 08-663 04 90 E-mail: tobias.egge@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Hushållens medieutgifter ökar kraftigt

IRM (Institutet för reklam och mediestatistik) har för fjärde gången presenterat en rapport om de svenska hushållens medieutgifter.

Kartläggningen visar att utgifterna har ökat kraftigt, med omkring 20 procent på tre år.

IRM tillfrågade i studien drygt 4000 hushåll om deras utgifter för media, t ex tidningsprenumerationer, bokinköp, TV/film/sport abonnemang, dator- och tv-spel samt accesskostnader i form av internet- och mobildata.

Undersökningen visar att det genomsnittliga hushållet nu spenderar ca 20 500 kr jämfört med knappt 17 000 kr år 2014. Det är en kraftig ökning på omkring 20 procent. De utgifter som växer snabbast är digitala tjänster såsom strömmade abonnemang av film, TV och musik, samt digitala prenumerationer för nyheter och böcker. Störst påverkan i kronor på de ökade kostnaderna får internet- och mobilabonnemang som nu också tar en större del av hushållets medieutgiftsbudget, ca 40 procent.

- Det är anmärkningsvärt att utgifterna ökar så pass, kommenterar Tobias Egge, Chefsanalytiker på IRM. Tidigare studier har visat på en blygsam årsgenomsnittlig förändring men nu ligger den omkring 6 procent årligen.
- Att utgifter för streamingabonnemang ökat kraftigt såg vi redan 2014, men nu får det ännu större genomslag. Och denna utveckling blir alltmer tydlig då hushållen ökar sina utgifter för tillgången till dessa tjänster på nätet, avslutar Egge.

5 december 2017

Om IRM

IRM ett oberoende, självfinansierat institut utan vinstintresse med uppdrag att kontinuerligt kartlägga reklam- och mediemarknaden samt presentera den officiella nettomätningen av annonsförsäljning i

Sverige och Norge. Fr.o.m. 2018 genomför IRM även den danska reklammätningen. Denna studie är genomförd i samarbete med Sveriges Television, Sveriges Radio, Göteborgs Universitet och MMS.