

Pressemelding

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 Mobil: + 46 733 585 741 www.irm-media.no

Reklamemarkedet 2017-2018: Markedet i pluss

De totale reklameinntektene i 2017 var på 19,7 milliarder kroner, det er 2,9 prosent mer enn i 2016. Samlet sett for 2018 forventes reklamemarkedet å omsette for 20,1 milliarder kroner, en økning på 1,7 prosent i forhold til 2017.

Med en samlet økende økonomi og god tro på fremtiden er utsiktene for medieinvesteringene gode til tross for at markedet er midt i omstillingen fra trykte til digitale medier. Investeringene i de digitale kanalene forventes å øke med nærmere 900 millioner kroner i 2018, og dermed antas markedet totalt sett å gå i pluss.

I løpet av 2017 økte investeringen i internettannonsering kraftig etter et svakt 2016. Økningen på 14 prosent i 2017 var også mer i linje med europeisk utvikling i 2016 (europeisk statistikk for 2017 slippes i mai). Internettannonsering fortsetter å øke i 2018. Men veksten forventes ikke være like sterk som i fjor. Blant de digitale kanalene er det sosiale nettverk, online video, digital rubrikk og søk som utmerker seg. Samtlige har god vekst begge årene.

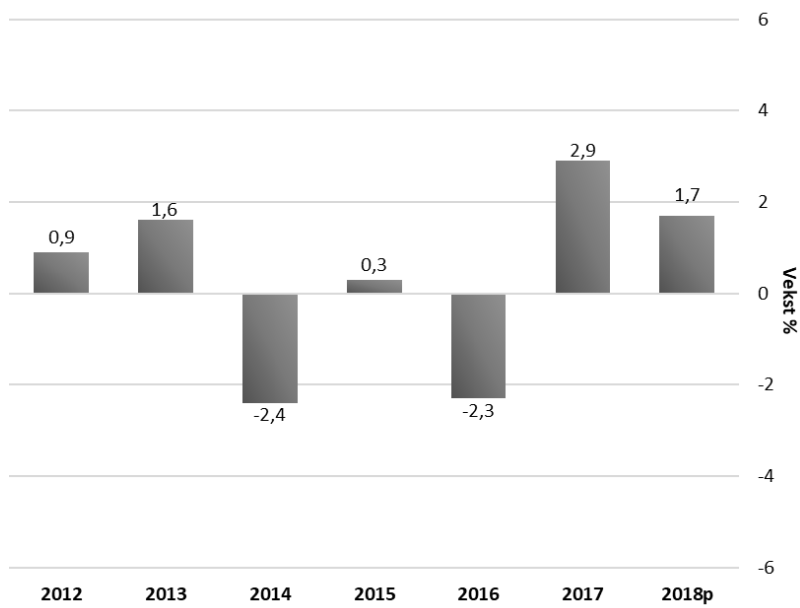
Flere mediegrupper viser en god utvikling: Utendørsreklame og kino har god vekst i 2017-2018. For TV og radio blir det en fortsatt stabil utvikling inn i 2018.

- Mediemarkedet har gått gjennom noen år av tøff strukturell forandring i kombinasjon med svakere konjunktur. Nå er den tøffeste perioden over. I 2017 kom markedet i pluss og trenden fortsetter in i 2018, kommenterer Madeleine Thor, daglig leder i IRM.

Statistikk for medieinvesteringer i 2017 og en prognose for 2018, blir presentert på MBLs talldag 7. mars.

Bilag: Vekst i mediemarkedet 2012 – 2018p

Prosentvis forandring, utfall 2012-2017, prognose 2018



Bilag: Reklamekaken i 2017

Prosentuell andel

