

Pressemelding

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

All-time-high på reklamemarkedet 2018-2019

IRM presenterer idag, på MBLs talldag, oversikt over medieinvesteringer i 2018 og en prognose for 2019. Totale reklameinntekter i 2018 ble nesten 20,4 milliarder kroner, noe som innebærer et nytt all-time-high og den gode trenden fortsetter i 2019. Til tross for digital vekst faller de samlede annonseinntektene for de redaktørstyrte mediene.

Totale reklameinntekter økte med 2,7% i 2018 til 20,4 milliarder, noe som innebærer at markedet for første gang når opp til nivåene før finanskrisen. Det forventes fortsatt vekst i 2019 og IRM har revidert opp prognosen til +2,8%, noe som betyr at omsetningen nærmer seg 21 milliarder kroner.

- Det er hyggelig å kunne rapportere om et nytt all-time-high og gode fremtidsutsikter for markedet totalt sett, kommenterer Madeleine Thor, daglig leder i IRM.

Med en samlet økende økonomi og god tro på fremtiden er utsiktene for medieinvesteringene gode, men veksten er ujevnt fordelt. I 2018 viste internett og kino positiv utvikling og oppnådde ny omsetningsrekord mens omsetningen minsket i øvrige kategorier. Bildet er ikke helt ulikt i 2019 – dog forventes utendørs å vise en tydelig økning i år.

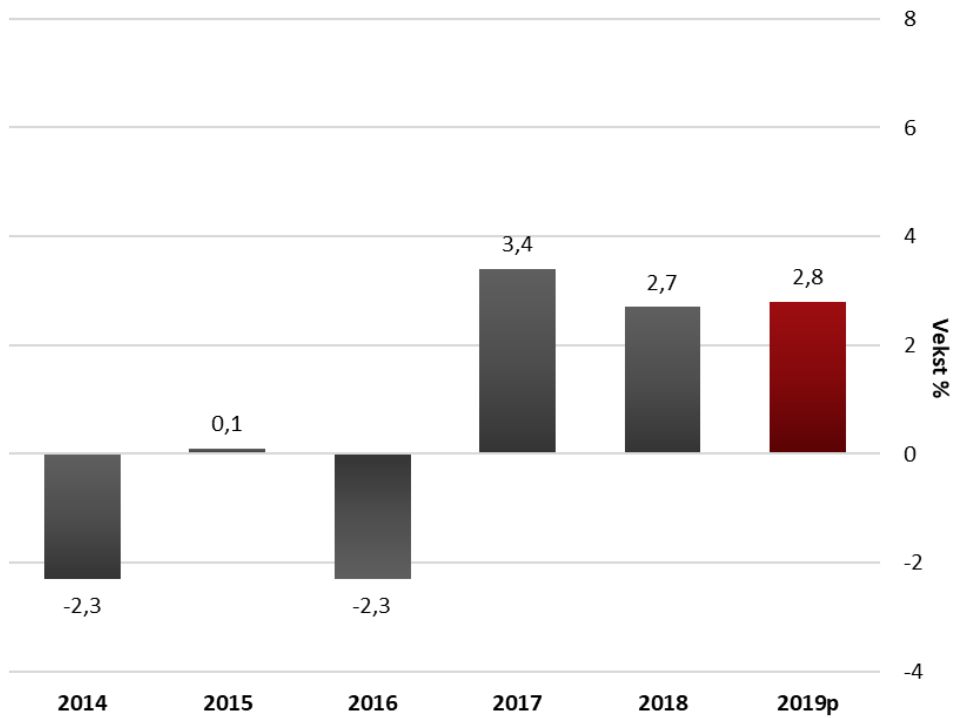
Markedsutviklingen støttes opp av en god digital økning. Internettomsetningen passerte 10 milliarder i 2018 og det innebar at internett nå står for over halvparten av medieinvesteringene.

- Trenden har vært tydelig i mange år og i 2018 passerer vi ytterligere milepæler når det gjelder den digitale annonseringen. Investeringene passerer 10 milliarder kroner, noe som innebærer at internett tar over halvparten av medieinvesteringene. Vi har grunn til å tro at den positive utviklingen fortsetter i 2019, sier Thor.

Mange har god digital tilvekst, de digitale kategorier som øker sine inntekter aller mest i 2018 er sosiale nettverk, online video og søkeordsmarkedsføring.

Bilag: Vekst i mediemarkedet 2014 – 2019p

Prosentvis forandring, utfall 2014-2018, prognose 2019



Bilag: Reklamekaken i 2018

Prosentuell andel

