

Pressemeddelelse 24. april 2019

Det Danske Reklamemarked 2018 – Digital tager næsten 6 ud af 10 annoncekroner

IRM, Kreativitet & Kommunikation og Danske Medier Research offentliggør i dag rapporten *Det Danske Reklamemarked* (reklameforbrugsundersøgelsen), der er den årlige opgørelse af annonceomsætningen. Undersøgelsen viser, at den samlede annonceomsætning for 2018 i Danmark er steget med 1,8 pct. i forhold til 2017.

I lighed med sidste år skal fremgangen bl.a. findes på radio og outdoor, der vokster med henholdsvis 5 pct. og 11 pct. En lignende vækst kan findes på den digitale omsætning.

I 2018 nåede annonceomsætningen for radio nye rekorder. Markedet, drevet af gode lyttertal og en stigende interesse for audio generelt, rundede 400 mio. kr.

I reelle kroner er det endnu engang internet, der ubetinget står for den største fremgang og omsatte for mere end 8 mia. kr. i 2018, ud af i alt 13,9 mia. kr. Der henvises i øvrigt til rapporten Online Markedsstatistik 2018 for detaljer om den digitale vækst.

Skandinavien

Sammenlignet med de øvrige skandinaviske lande er væksten i Danmark beskeden. I Norge steg omsætningen fra 2016 til 2017 med 2,7 pct., mens Sverige fortsat buldrer derudaf med en vækst på 6,1 pct. Tilbagegangen på trykte nyhedsmedier i Sverige og Norge ligger en smule under Danmark, men også her oplever man, at internet tager de to cifrede stigningstakter.

De skandinaviske data stammer fra IRMs årlige medieomsætningsstatistikker. De overordnede tabeller er til rådighed som appendix til *Det Danske Reklamemarked 2018*, der kan rekvireres via Danske Medier Research.

Foreningen Dansk Reklameforbrugsundersøgelse – der forestår undersøgelsen – er stiftet af Danske Medier, Danske Medier Research og Kreativitet & Kommunikation. Indsamlingsarbejdet er igen i år foregået i samarbejde med IRM – Institut for Reklam- og Markedsstatistik, der desuden udarbejder både danske og nordiske prognoser for reklamemarkedet.

For at sikre en høj grad af branchekendskab og validitet af data har der – som i de tidligere år – været gjort brug af eksperter inden for de enkelte

mediegrupper, ligesom ekstern lektor Ole E. Andersen, CBS har medvirket som særlig sagkyndig.

Rapporten kan købes ved at kontakte Direktør Marianne Bugge Zederkof på mbz@danskemedier.dk.

Prisen for medlemmer af Danske Medier/Kreativitet & Kommunikation er 2.695 kr. ex. Moms.

Prisen for ikke-medlemmer er 7.995 kr. ex. moms

Eventuelle spørgsmål kan rettes til

Formand, Foreningen Dansk Reklameforbrugsundersøgelse,

Marianne Bugge Zederkof, +45 20 76 50 99

Direktør Madeleine Thor, IRM, +46 73-358 57 41