

Pressmeddelande

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: 08-663 04 90 E-mail: magnus.anshelm@irm-media.se Hemsida: www.irm-media.se

Den internationella reklammarknaden 2008

IRM:s årliga analys över reklammarknaden i 22 olika länder visar att omsättningen föll redan under 2008. Totalt sett investerade annonsörerna 286 miljarder Euro under 2008, vilket är en minskning 7,6 procent eller 24 miljarder Euro. Detta kan jämföras med de nordiska marknaderna som visade en nedgång på 1,5 procent, medan den norska reklammarknaden som minskade med 145 miljoner kronor eller 0,5 procent.

Att reklammarknaderna i de flesta länder viker nedåt under 2009 är numera allmänt känt, men denna analys visar att vissa länder uppvisade kraftiga fall redan under 2008. I Spanien, som redan 2008 hade en samhällsekonomi i kris, föll medieinvesteringarna med hela 9,3 procent och i USA, där minskningen inleddes 2007, minskade omsättningen på reklammarknaden med 6,3 procent. Även Japan, Storbritannien och Irland hade fallande medieinvesteringar redan 2008.

Det finns emellertid flera länder reklammarknader, där tillväxten fortfarande var kraftig under 2008. Allra högst mest ökade investeringarna i Belgien med en tillväxt på 13,6 procent jämfört med 2007. Även Polen, Österrike, Ungern och Italien visade kraftig tillväxt på reklammarknaden 2008. De flesta av dessa länders reklammarknader har drivits av en snabbt växande marknad för Internetreklam, som har tvåsiffriga tillväxttal.

- Vår analys visar tydligt att de nordiska reklammarknaderna stod emot nedgången under 2008 relativt väl och att den norska reklammarknaden minskade något genom att omsättningen vek nedåt under andra halvåret, säger Magnus Anshelm, VD på IRM. Sedan dess har dock reklammarknaden i Norge minskat med drygt 17 procent, men mycket talar för nedgången varit minst lika stor på de flesta reklammarknader. Varken Norge, Europa, USA eller Japan har varit opåverkade av lågkonjunkturen och dess effekter på reklammarknaden, avslutar Magnus Anshelm.

13 oktober 2009

Magnus Anshelm

BILAGA

Tabell

10 största reklammarknaderna

Mdr euro, 2008, inkl. Europa, Nordamerika och Japan

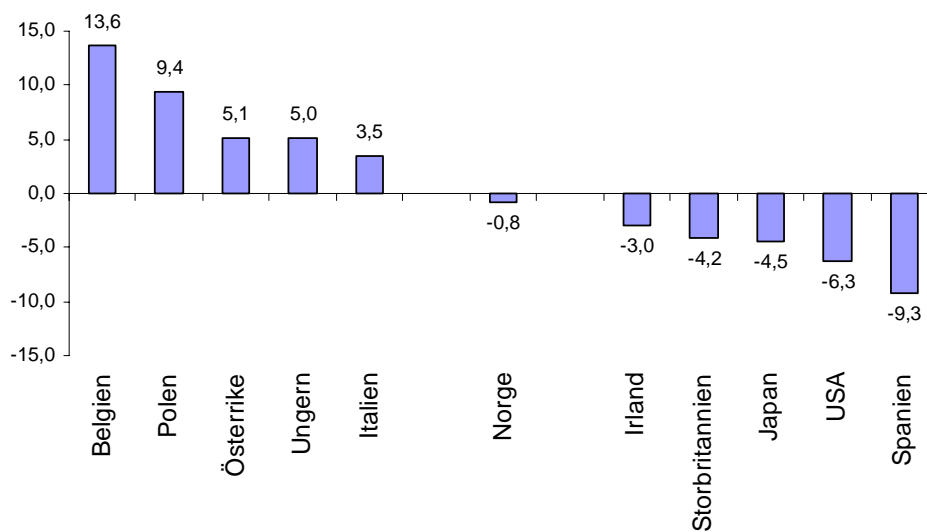
	<u>Land</u>	<u>Mdr Euro</u>
1	USA	130,8
2	Japan	31,9
3	Tyskland	24,0
4	Storbritannien	21,8
5	Frankrike	12,8
6	Italien	10,9
7	Spanien	10,3
8	Kanada	10,0
9	Holland	4,6
10	Sverige	3,9
16	Norge	2,2

Bild

Vinnare och förlorare

Tillväxt i lokal valuta, 2008, inkl. Europa, Nordamerika och Japan

5 högsta, 5 lägsta samt Norge



Källa: IRM, WARC