

Pressemeddelelse

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: +46 8 663 04 90 www.irm-media.se

Adæmpet vækst i reklamemarkedet i 2012

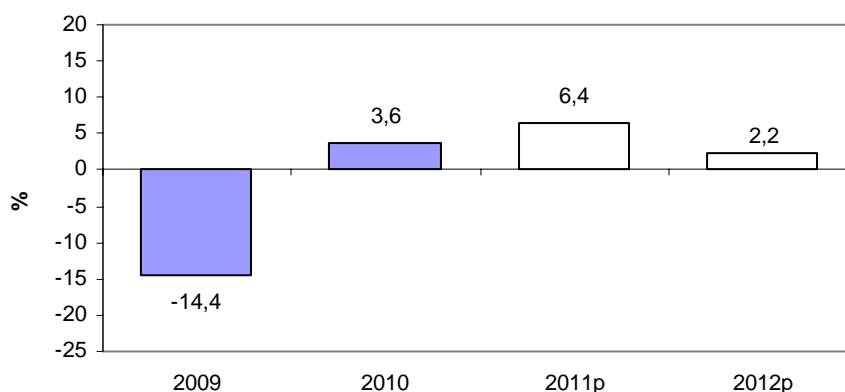
En ny rapport fra IRM (Institutet för reklam- och mediestatistik) viser at det danske reklamemarked forventes at stige 6,4 % i 2011 efter et godt første halvår og en markant afdæmpning i andet halvår. For 2012 forventes en yderligere afmatning med en vækst på 2,2 %. Prognosen for 2012 peger på Internettet, TV-reklame og radioreklame som de store vindere.

IRM:s vurdering er, at reklamemarkedet i 2011 vokser ca. 6,4 procent til en omsætning på godt 12,5 milliarder kroner netto. Det er en stigning, der må siges at være *på trods* af svage økonomiske nøgletal. Både TV- og Internetreklame forventes at vinde markante markedsandele i 2011 og med søgeordsmarkedsføring som den store vinder. Også udendørsreklame (outdoor), radioreklame og bannerreklamer ventes at stige mere end totalmarkedet.

IRM estimerer en markant lavere vækst på 2,2 procent i 2012. En større andel af reklameomsætningen vil blive investeret i forskellige former for reklamer på Internettet. Men dog med lavere stigningstakter end tidligere år. Prognosen peger også på, at TV- og radioreklame ventes at stige relativt mere end andre mediegrupper. Den store taber i 2012 ser ud til at blive andre (gratis) magasiner, der vil fortsætte tilbagegangen, der også blev noteret i 2011. Dagbladene forventes i 2012 at holde omsætningsniveauet fra 2011, men vil således gå svagt tilbage i markedsandel.

Totale reklameindtægter, 2009 – 2012p

Procentvis ændring løbende priser, resultat 2009-2010 og prognose 2011-2012



Kilde: Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) og Dansk Oplagskontrol.

For nærmere information, kontakt VD Magnus Anshelm på + 46 70 218 51 10 eller Ole E. Andersen på +45 2073 3001