

Pressemelding

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: +46 8 663 04 90 www.irm-media.no

Reklamemarkedet fortsetter kraftig nedover

Den nedgangen som begynte når finanskrisen nådde reklamemarkedet i oktober ifjor fortsetter å øke i styrke. Første kvartal minsket annonseringen med 13,9 prosent. Dette medfører at mediebedriftenes annonseinntekter gikk ned med hele 626 millioner kroner sammenliknet med tilsvarende periode i 2008.

- Nedgangen forsterkes av at annonseringen har ligget på meget høye nivåer både i 2007 og 2008. Faktum er at det bare er tre første kvartaler noen sinne som omsetningen har ligget på høyere nivåer, sier Magnus Anshelm, daglig leder på IRM.

Mest følsomme for lavkonjunktur og finanskrisen er uten tvil dagspressen. Dette gjeder spesielt de største avisene som rammes av kraftig nedgang både på rubrikkannonseringen og på merkevareannonseringen. I ukepressen forsterkes nedgangen av at opplagene er falt for flere av de større ukebladene.

- Den store vinneren i første kvartal er utendørsreklamen, dere inntektene økte med nærmere 4 prosent til tross for at det totale reklamemarkedet har hatt en kraftig nedgang. Man kan også konstatere at TV-reklamen klarer seg forholdsvis bra med en nedgang på 1,1 prosent. Dette kan sammenliknes med IRM:s prognose fra marts som viste tilbakegang med 2 prosent, fortsetter Magnus Anshelm.

For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Magnus Anshelm på + 46 70 218 51 10.

Bilag

Andel pr mediegruppe Q1-2009

Prosentuell andel, foregående år i parentes.

