

# Pressemelding

Kontaktperson: Elisabeth Trotzig Telefon: +46 8 663 04 90 Mobil: +46 70 572 46 16 [www.irm-media.no](http://www.irm-media.no)

## Prognose for 2009: Mediemarkedet stagnerer

Etter flere år med sterk tilvekst for det norske mediemarkedet, begynner nå en svakere konjunktur å gjøre seg gjeldende, og første halvår 2008 er tilveksttakten halvert sammenliknet med samme periode i fjor. I 2008 prognostiseres mediemarkedet å øke med drøyt 2 prosent, og de totale medieinvesteringene beregnes å bli på drøyt 18,9 milliarder kroner i løpet av året. I takt med en avkjølende konjunktur bedømmes mediemarkedet å minske med 1,5 prosent i 2009. En minskning med nærmere 300 millioner sammenliknet med inneværende år.

Samtidig som konjunkturavmatningen reduserer mediebudsjettene, gjennomgår mediemarkedet en omfattende strukturendring. For annonseringen betyr det at migrasjonen fra trykte medier til Internett går stadig fortere, og den vil sannsynligvis akselerere når annonsørene strammer inn på medieinvesteringene kommende år.

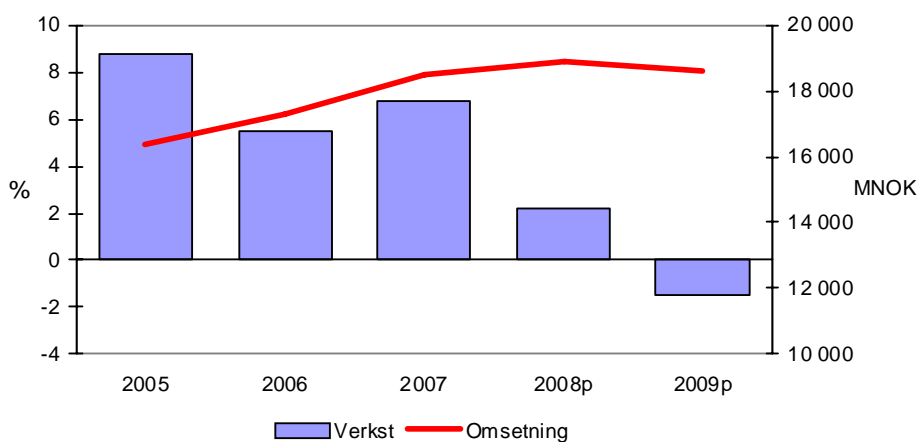
Foruten Internett vurderes radio å tilhøre vinnerne kommende år. Også innstikk og utendørsreklame forventes å trosse det vikende markedet og fremvise økt annonseomsetning i 2009. Teknologiskiftet i TV gir større penetrasjon, og TV-annonseringen vurderes å kunne prestere bedre enn mediemarkedet generelt og prognostiseres en nulltillvekst i 2009. For trykte medier forventes utviklingen å bli tyngre. Annonseringen vurderes å minske i samtlige printmedier i 2009, innstikk unntatt. Størst fall prognostiseres for de trykte katalogene, men nedgangen vurderes å bli merkbar også for dagspressen og magasinene i løpet av året.

**For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Elisabeth Trotzig på + 46 70 572 46 16.**

## Bilag

### Medieomsetning og vekst i mediemarkedet 2005 – 2009p

Prosentvis forandring, utfall 2005-2007, prognose 2008-2009



Kilde: IRM

### Andel pr mediegruppe 2009

Prosentuell andel, fjoråret i parentes

