

Pressemelding

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

Reklamemarkedet falt med 2,7 milliarder i 2009

Reklamemarkedet gikk tilbake med nærmere 15 prosent i 2009 sammenliknet med 2008, noe som betyr at investeringene gikk ned med drøyt 2,7 mrd kroner. I siste kvartal 2009 ser det ut til å være en viss avmatning, men noen vending er det foreløpig ikke snakk om.

Dagspressen, Ukepressen og de trykte Katalogene ble hardest rammet, og mistet rundt 20 prosent av sine reklameinntekter fra 2008. Internett, Fagpressen og Utendørsreklamen er de mediene som har klart seg best i det vanskelige året 2009.

I løpet av fjerde kvartal finner man visse tegn til lysning ettersom det totale reklamemarkedet ikke går tilbake med mer enn ca 10 prosent, sammenliknet med 2008. I fjerde kvartal er det bare rubrikkannonseringen på Internett og Uadressert direktereklame (UDR) som øker inntektene, men det finnes flere medier som viser forbedringer sammenliknet med tidligere kvartaler i 2009.

- Man kan ikke snakke om noen oppgang på reklamemarkedet ennå. Det handler vel snarere om at markedet begynner å nærme seg et bunnivå, og at visse medier er på vei opp av den dype bølgedalen, betoner IRMs daglige leder Magnus Anshelm. Mye taler også for at vi ser begynnelsen til en vending for Internett som etter alt å dømme kommer til å drives ytterligere på av søkeordsmarkedsføringen, fortsetter han. For å kunne gi markedet et sikrere bilde av 2010 kommer vi om ikke lenge med en revidert prognose, avslutter Anshelm.

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

Bilag

Tabell I.

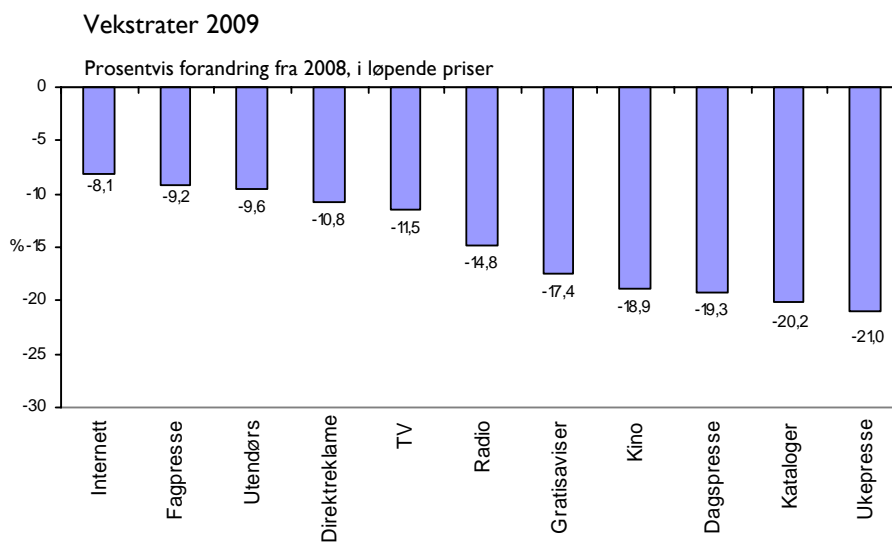
Norsk Mediestatistikk 2009¹

Millioner kroner, netto, innsamlet medieomsetning, endring i prosent, løpende priser. Kilde IRM

	Akk. 2009 (MNOK)	± 08 (%)
Dagspresse inkl. innstikk	5 952	-19,3
Gratisaviser	145	-17,4
Ukepresse/magasiner	509	-21,0
Fagpresse	538	-9,2
Kataloger	571	-20,2
Direktreklame	2 293	-10,8
TV	2 798	-11,5
Radio	495	-14,8
Kino	116	-18,9
Internett ²	1 718	-8,1
Utendørs/plakat	481	-9,6
Total medieomsetning	15 615	-14,9

1. Tallene baserer seg på innsamlede rapporter fra de enkelte mediekkanaler, for datagrunnlaget se www.irm-media.no
2. Kilde: INMA og MBL/NettForum

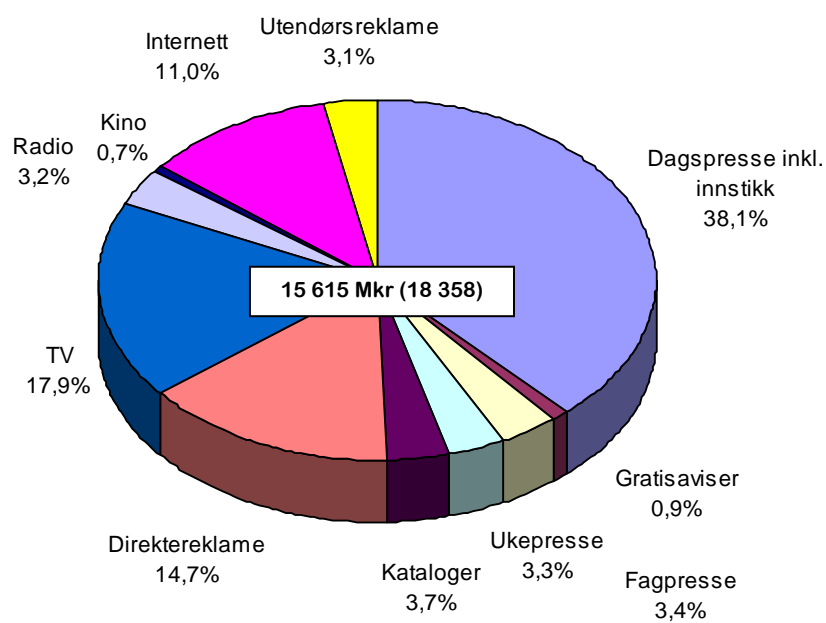
Figur I.



Kilde IRM

Figur 2. Reklamekaken i 2009

Prosentuell andel



Kilde IRM