

Pressemelding

Kontaktperson: Tobias Hedström: +46 8 663 04 90 www.irm-media.no

Vekst i hele 2011 til tross for svakt fjerde kvartal

Reklamemarkedet omsatte for 5.3 milliarder kroner i det fjerde kvartalet i 2011, noe som gir en vekst på 1.7 prosent. Totalt for 2011 er reklameomsetningen 19.2 milliarder kroner. Dette er en vekst på drøyt 4 prosent.

Annonseringen på Internett økte med 11 prosent eller 400 millioner i 2011 sammenliknet med 2010. Markedsandelen for nettannonseringen fortsetter dermed å øke, noe som gir kategorien en markedsandel i 2011 på 23 prosent.

TV-reklamen nådde igjen all time high i 2011. Totalt landet TV-reklamen på 3,4 milliarder kroner, en omsetningsøkning på drøye 11 prosent.

Dagspressen, som har vist svak vekst gjennom året, taper nå i fjerde kvartal 5 prosent av sine annonseinntekter sammenliknet med samme kvartal i 2010. Dette til tross er dagspressen det overlegent største reklamemedium i Norge med en markedsandel på rundt 30 prosent.

- De tegnene vi nå ser med en avdempning og nedgang i reklameveksten fortsetter i de kommende kvartaler, sier Tobias Hedström, IRM:s analysesjef, men mange medier vil fortsetter å vokse også i 2012, avslutter han.

For nærmere informasjon, kontakt analysesjef Tobias Hedström på + 46 8 663 04 90.

Bilag

Markedsandel per mediegruppe 2011 Prosentuell andel

