

Pressemelding

Kontaktperson: Elisabeth Trotzig Telefon: +46 8 663 04 90 Mobil: +46 70 572 46 16 www.irm-media.no

TALLENE FRA NORSK MEDIESTATISTIKK ER KLARE:

+ 8,6 % i første kvartal 2006. Samlet sum 4,1 milliarder.

Da er historiens første tall fra Norsk Mediestatikk klare. Et samarbeid mellom svenske IRM (Institutet för reklam & mediestatistik) og medieaktørene Schibsted, A-pressen, Orkla Media, Posten, Mediebedriftenes Landsforening og Fagpressens Informasjonskontor har nå gjort sitt til at den norske medie- og kommunikasjonsbransjen nå får tall for netto annonsering å forholde seg til.

IRM har nå endelig lyktes med å samle de norske medieaktørene for å få realisert en netto annonsestatistikk i Norge.

I Sverige har IRM levert annonsetall på kvartalsnivå i flere år. I Norge har denne typen innsamlede tall ikke eksistert før, men kun bruttotall fra ACNielsen (før rabatter) og annonsetall fra Mediebyråenes Interesseorganisasjon (kun reklamekroner formidlet via mediebyråene).

Med Norsk Mediestatistikk får Norge nå nettotall fra mediene selv, det vil si etter rabatter og all annonsering som både går direkte fra annonsør til medium samt annonsering som går via mediebyråene.

- Dette er en stor dag for oss. Vi har lenge ønsket å komme på det norske markedet med tall for reklameinvesteringer i norske medier. Etter svært god respons fra store norske og viktige medieaktører, er netto medietallene nå endelige klare for første kvartal 2006, sier daglig leder Elisabeth Trotzig i IRM.

Med dette får Norge nye og mer korrekte tall for annonsering i norske medier. Statistikken vil vise faktisk fakturert netto reklamesalg fra mediekanaler som aviser, fagpresse, ukepresse, tv, radio, utendørs, direktereklame, internett, og kataloger.

Tallene offentliggjøres hvert kvartal. Det vil si netto reklameomsetning fordelt på de ulike mediekanalene samt vekst/reduksjon i de ulike kanalene sammenlignet med relevante perioder.

Statistikken vil bli publisert kvartalsvis i Norge, det vil si i mai, september, november og februar måned. Statistikken vil bli å finne på www.irm-media.no. Helårsstatistikken vil være gratis. Analyser og rapporter tilknyttet tallene, vil være for salg.

For norske medieinvesteringer for første kvartal 2006, se vedlagte tabell eller www.irm-media.no.

For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Elisabeth Trotzig på + 46 705724616.

Innsamlet medieomsetning i Norge 1 kvartal 2006.

Millioner kroner, endring i prosent, løpende priser.

Mediegruppe	Q1 2006	±%	Q1 2005
Dagspresse	1 594	11,4	1 431
Fagpresse	143	11,8	128
Ukepresse/magasiner	146	0,9	145
TV	670	10,8	605
Radio	113	4,7	108
Utendørs/plakat	109	6,3	103
Direkt reklame	652	0,4	649
- Uadressert direkt reklame	282	13,0	249
- Adressert direkt reklame	371	-7,4	400
Internett	319	54,5	207
- Merke vare	228	54,3	148
- Rubrikk	91	55,1	58
Kataloger	364	-11,1	410
Total medieomsetning	4 112	8,6	3 785

Kilde: IRM (Tallene baserer seg på innsamlede rapporter fra de enkelte mediekanaler)