

Pressemelding

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

Norsk Mediestatistikk 3. kvartal 2006:

Veksten ble 1,6%. Total omsetning 3 651 mrd.

Tallene for Norsk Mediestatistikk for 3. kvartal 2006 viser en omsetning på 3 651 mrd kroner, noe som er en vekst på 1,8%. Akkumulert for året er veksten 5,1%. Veksttrenden gjennom året tre kvartaler viser en svakere tendens, men denne skyldes i hovedsak nedgang i adressert reklame og kataloger.

Ikke uventet er veksten størst på nett med 37,6%. Tilbakegang har adressert direkte reklame, kataloger og kino.

Størst vekst i de trykte mediene har fagpressen med 7,8%. Aviser har en vekst på 5,6%. TV har en vekst på 8,5%.

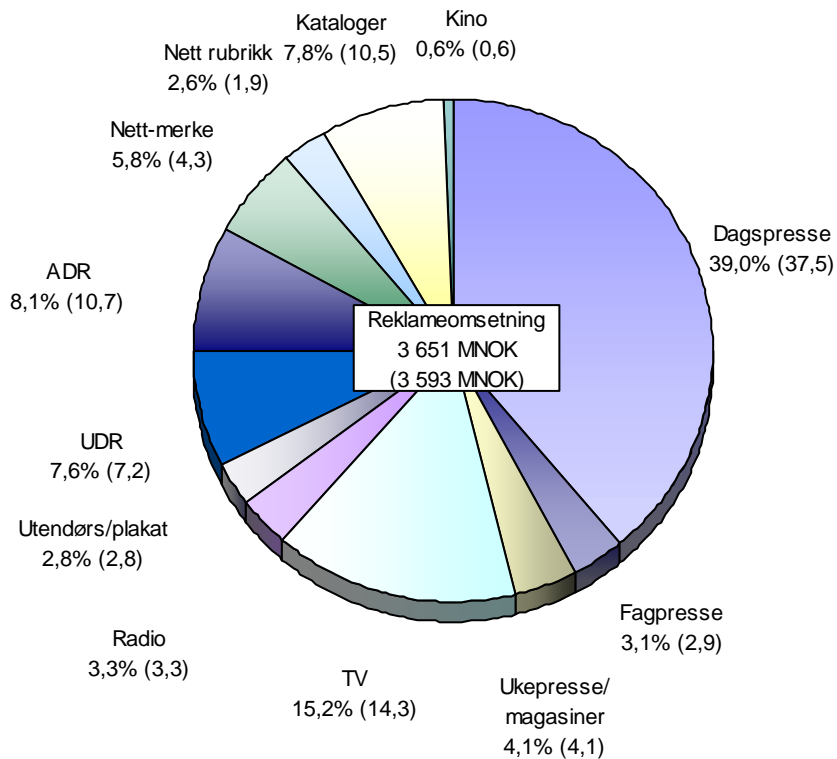
Reklameinvesteringer Q3 2006¹

Millioner kroner, endring i prosent, løpende priser.

	Q3-2006 (MNOK)	± 05 (%)	Akk. 2006 (MNOK)	± 05 (%)
Dagspresse	1 424	5,6	4 828	7,5
Fagpresse	113	7,8	401	7,4
Ukepresse/magasiner	150	2,6	472	3,8
TV ²	556	8,5	2 000	9,4
Radio	119	1,0	360	-0,8
Utendørs/plakat	102	1,4	340	4,4
Direkt reklame	573	-10,6	1 849	-5,8
- Uadressert direkt reklame	278	8,1	859	8,9
- Adressert direkt reklame	295	-23,2	990	-15,6
Internett ³	307	37,6	965	45,6
- Merke vare	213	37,9	679	45,1
- Rubrikk	94	36,9	285	46,8
Kino	21	-7,3	77	0,8
Katalog ⁴	286	-23,8	967	-13,7
Total medieomsetning	3 651	1,6	12 257	5,1

Markedsandeler

Ser vi på markedsandelene i 3.kvartal ser vi følgende bilde:



Dagspressen har størst andel med 39%. Dette er en framgang fra samme periode i fjor. Vi ser at TV har 15,2% andel – også en framgang. Og vi legger merke til at den samlede andel for internettreklamen nå er oppe i 8,4% (6,2%). Det betyr at nettet nå er større enn både ukepresse og fagpresse til sammen.

For fullstendig rapport og kommentarer henvises til nettstedet www.irm-media.no der kvartalsrapporten ligger for nedlasting.

Stockholm/Oslo den 20.november 2006

Elisabeth Trotzig, +46 70 572 46 16

Erik Wilberg, +47 91 32 11 79

1. Tallene baserer seg på innsamlede rapporter fra de enkelte mediekanaler og bransjeorganisasjoner.
2. TVNorge er estimert. Lokal-TV er basert på innsamlet materiale fra 18 kanaler.
3. Kilde: INMA og MBL/NettForum
4. Endret utgivelsesdato; inkluderer ikke onlinekataloger