

Pressemelding

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: +46 8 663 04 90 Mobil: + 46 70 218 51 10 www.irm-media.no

Mediemarkedet viser vekst igjen i andre halvår 2010

De Norske reklamemarkedet bedømmes vise svak negativ vekst 2010, men andre halvåret forventes vise vekst.

IRM, som publiserer den meste heldekkende nettostatistikken over det norske reklamemarkedet*, bedømmes utviklingen for helåret 2010 samlet å være svakt negativ, noe som er en tydelig opp revidering av tidligere prognoser. De totale medieinvesteringene beregnes å bli på drøyt 15,5 milliarder kroner i løpet av 2010.

Overflytting fra trykte medier til digitale medier forventes å fortsette. Internett forutsettes vokse markant. Også TV-reklame, innstikk i dagspresse og utendørsreklame bedømmes å vise vekst. Dagspressen, ukepressen, fagpressen, radio, UDR og ADR forventes å miste inntekter.

- Usikkerhet preger reklamemarkedet, noe som betyr at første halvåret bedømmes bli svakt og andre halvåret forventes vise vekst. Bilden på markedet er mer positiv nå enn i sluttet av fjolåret, mener IRMs daglige leder Magnus Anshelm. Videre er nå helt tydelig at Internett viser virkelig styrke på markedet og snur før andre medier, avslutter Anshelm.

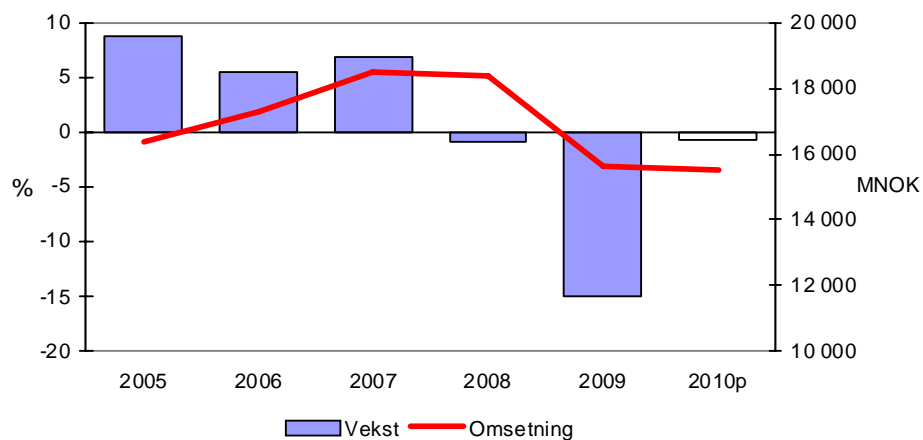
For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Magnus Anshelm på + 46 70 218 51 10.

*MIO-tallene dekker den delen av reklamemarkedet som formidles via mediebyråene, noe som utgjør drøyt 40 prosent av det totale reklamemarkedet. Ut over dette presenterer også AC Nielsen bruttoinntekter (annonseinntekter eksklusive rabatter) for reklamemarkedet.

Bilag

Vekst i mediemarkedet 2005 – 2010p

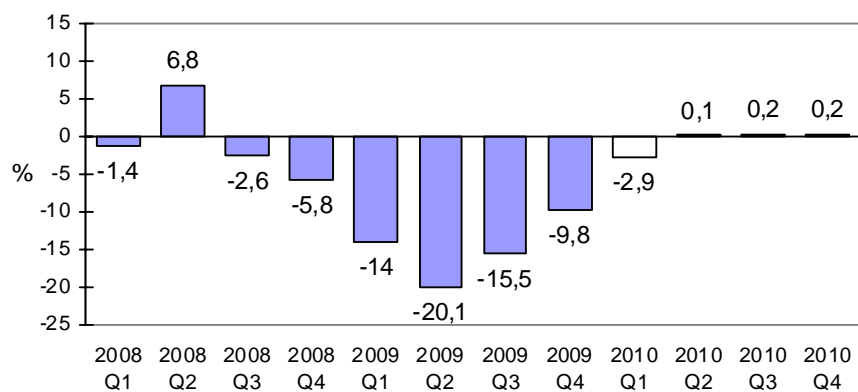
Prosentvis förändring, utfall 2005-2009, prognos 2010



Kilde: IRM

Vekst i mediemarkedet pr kvartal 2008 – 2010p

Prosentvis förändring, utfall 2008 Q1 – 2009 Q4, prognos 2010 Q1 – 2010 Q4



Kilde: IRM