

Kampanje

# SLIK BLIR REKLAME- MARKEDET I 2015

## De største mediekanalene tar mesteparten av reklamekaka. Markedet faller i 2014 og nedgangen fortsetter neste år.

Etter fire år med vekst i det norske reklame-markedet, faller omsetningen i 2014 med tre prosent. Neste år faller markedet med ytterligere én prosent, viser en helt fersk reklameprognose som IRM la frem på Kampanjes frokostseminar i dag.

- Det betyr at IRM nok en gang senker prognosen, forteller IRM-sjef Madeleine Thor til Kampanje.

Trenden for reklamemarkedet 2014-2015 er ifølge den nye IRM-prognosen slik: Store tap for trykte medier, fortsatt digital vekst og stabilt for tv.

2015 fortsetter altså nedturen i det norske reklamemarkedet, skal vi tro IRM-prognosen.

- Også i 2015 fortsetter fallet i markedet, om enn noe langsommere. Tapet estimeres til knapt én prosent. Vi tror at de trykte kanalene fortsetter å tape og at de digitale kanalene vokser, og investeringen i etermedia er relativt stabil. Med en nedgang på

knapt én prosent i 2015 vil reklameomsetningen totalt ligge nær 19 milliarder kroner, forteller Thor.

- Reklamemarkedet 2013: 19,8 milliarder
- Reklamemarkedet 2014: 19,3 milliarder
- Reklamemarkedet 2015: 19,1 milliarder

Mesteparten av den IRM-målte reklameomsetningen i Norge havner i de tre største reklamekanalene. Dagspressen, de kommersielle tv-kanalene og internett er de tre største reklamekanalene i Norge. I år investerer annonsørene i reklame for godt over 19 milliarder kroner i Norge, som er tre prosent mindre enn i 2013. Av de drøye 19 milliardene går rundt 14 milliarder kroner til de tre største kanalene. Tar man med sosiale medier, så er markedet på over 20 milliarder kroner.

### UTVIKLINGEN FOR DE STØRSTE MEDIE- KANALENE 2014 OG 2015:

**Internett**  
2014: 9 %  
2015: 11 %

**Dagspresse**  
2014: - 16 %  
2015: - 13 %

**Tv**  
2014: 0,0-0,3 %  
2015: 0,0-0,3 %

**Utendørs**  
2014: - 1 %  
2015: - 7 %

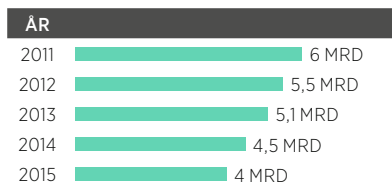
**Radio**  
2014: 8 %  
2015: 1 %

# Kampanje

# DE TRE STORE MEDIKANALENE

## Dagspressen

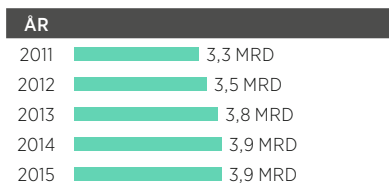
DESEMBER 2014



**DE TRE STORE:** Dette er anslag for dagspressen, tv og internett er de tre største reklamekanalene i Norge. Det norske reklamemarkedet er på drøye 19 milliarder kroner, men det er viktig å huske på at omsetningen i sosiale medier ikke er med i målingene av

## TV

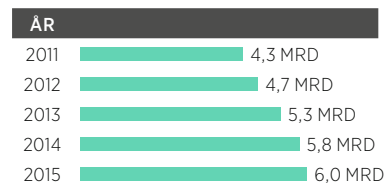
DESEMBER 2014



reklameomsetning i Norge. Regner man med sosiale medier, er omsetningen på over 20 milliarder kroner. Tallene er baser på anslag av reklameomsetningen til de tre største mediekanalene. Det er IRM som sitter på de eksakte

## Internett

DESEMBER 2014



reklametallene for alle mediekkanaler i Norge, med unntak av sosiale medier.

*Kilder: Tallene er anslag fra IRM og anslag fra Mediebyråforeningen, mediebyråer, mediehusrapporter, m.m.*

