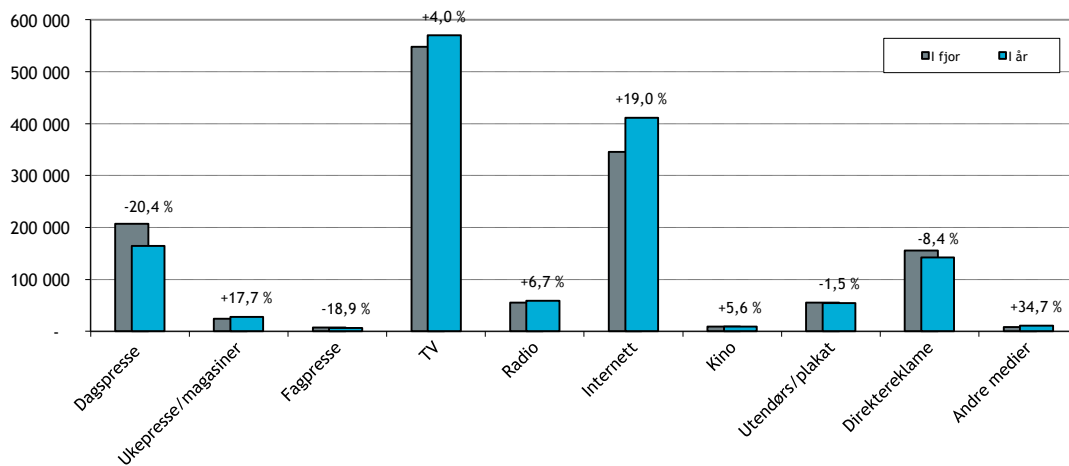


mediebarometeret

Februar 2015

Mediegruppe	Hittil Februar 2015			Gruppens andel	
	I år	I fjor	Endring	Hittil i år	Hittil i fjor
Dagspresse	164 562	206 799	-20,4 %	11,3 %	14,6 %
Riksaviser	52 425	62 015	-15,5 %	3,6 %	4,4 %
Region- og lokalaviser	112 137	144 784	-22,5 %	7,7 %	10,2 %
Ukepresse/magasiner	28 040	23 815	+17,7 %	1,9 %	1,7 %
Fagpresse	6 306	7 773	-18,9 %	0,4 %	0,5 %
TV	569 706	547 912	+4,0 %	39,1 %	38,7 %
Radio	58 556	54 890	+6,7 %	4,0 %	3,9 %
Internett	411 122	345 463	+19,0 %	28,2 %	24,4 %
Display	260 499	226 767	+14,9 %	17,9 %	16,0 %
Mobil	58 562	42 155	+38,9 %	4,0 %	3,0 %
WEB-TV	29 450	24 466	+20,4 %	2,0 %	1,7 %
Søk	62 611	52 075	+20,2 %	4,3 %	3,7 %
Kino	9 347	8 850	+5,6 %	0,6 %	0,6 %
Utendørs/plakat	54 401	55 248	-1,5 %	3,7 %	3,9 %
Direktoreklame	142 177	155 216	-8,4 %	9,8 %	11,0 %
Andre medier	11 316	8 400	+34,7 %	0,8 %	0,6 %
Sum medieomsetning	1 455 533	1 414 366	+2,9 %	100,0 %	100,0 %

Medieomsetning hittil i år



Mediebyråforeningens mediebarometer:

Månedlig reklamestatistikk fra Mediebyråforeningen.
Tallene viser netto utfakturert medieomsetning. (Etter alle rabatter, men før eventuelle provisjoner).

· Følgende mediebyråer rapporterer til statistikken:

Medlemmer av Mediebyråforeningen:
Carat Norge AS, Futatsu AS, IUM AS, Maxus Communications AS, MEC Norway AS, MediaCom AS, MediaPlus AS, Mindshare Norway AS, OMD AS, Phd AS, RED Media Consulting AS og Vizeum Norge AS.

Andre:
In-Sight AS, Starcom og ZenithOptimedia (Vivaki Norway AS)

Spørsmål kan rettes til Mediebyråforeningen ved:
Daglig leder Tonje Gjerstad tlf. 41 63 70 70/tonje.gjerstad@mediebyraaforeningen.no