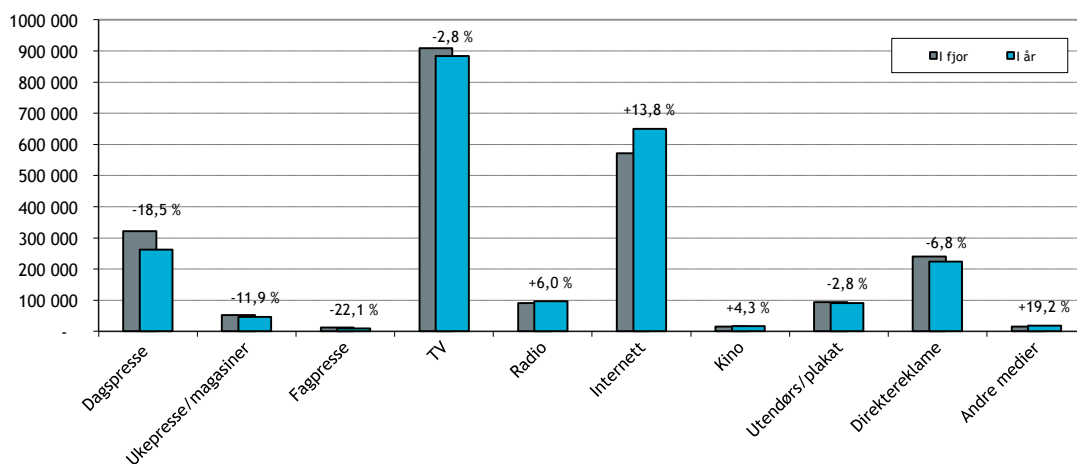


mediebarometeret

Mars 2015

Mediegruppe	Hittil Mars 2015			Gruppens andel	
	I år	I fjor	Endring	Hittil i år	Hittil i fjor
Dagspresse	261 736	321 303	-18,5 %	11,4 %	13,8 %
Riksaviser	77 801	99 504	-21,8 %	3,4 %	4,3 %
Region- og lokalaviser	183 935	221 799	-17,1 %	8,0 %	9,6 %
Ukepresse/magasiner	45 747	51 903	-11,9 %	2,0 %	2,2 %
Fagpresse	9 167	11 762	-22,1 %	0,4 %	0,5 %
TV	883 279	908 373	-2,8 %	38,5 %	39,1 %
Radio	96 714	91 271	+6,0 %	4,2 %	3,9 %
Internett	650 534	571 541	+13,8 %	28,3 %	24,6 %
Display	420 506	370 524	+13,5 %	18,3 %	16,0 %
Mobil	99 964	76 270	+31,1 %	4,4 %	3,3 %
WEB-TV	47 823	43 886	+9,0 %	2,1 %	1,9 %
Søk	82 241	80 861	+1,7 %	3,6 %	3,5 %
Kino	16 202	15 530	+4,3 %	0,7 %	0,7 %
Utendørs/plakat	91 019	93 652	-2,8 %	4,0 %	4,0 %
Direktoreklame	223 743	240 051	-6,8 %	9,7 %	10,3 %
Andre medier	18 010	15 105	+19,2 %	0,8 %	0,7 %
Sum medieomsetning	2 296 151	2 320 491	-1,0 %	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, IUM AS, Maxis 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