



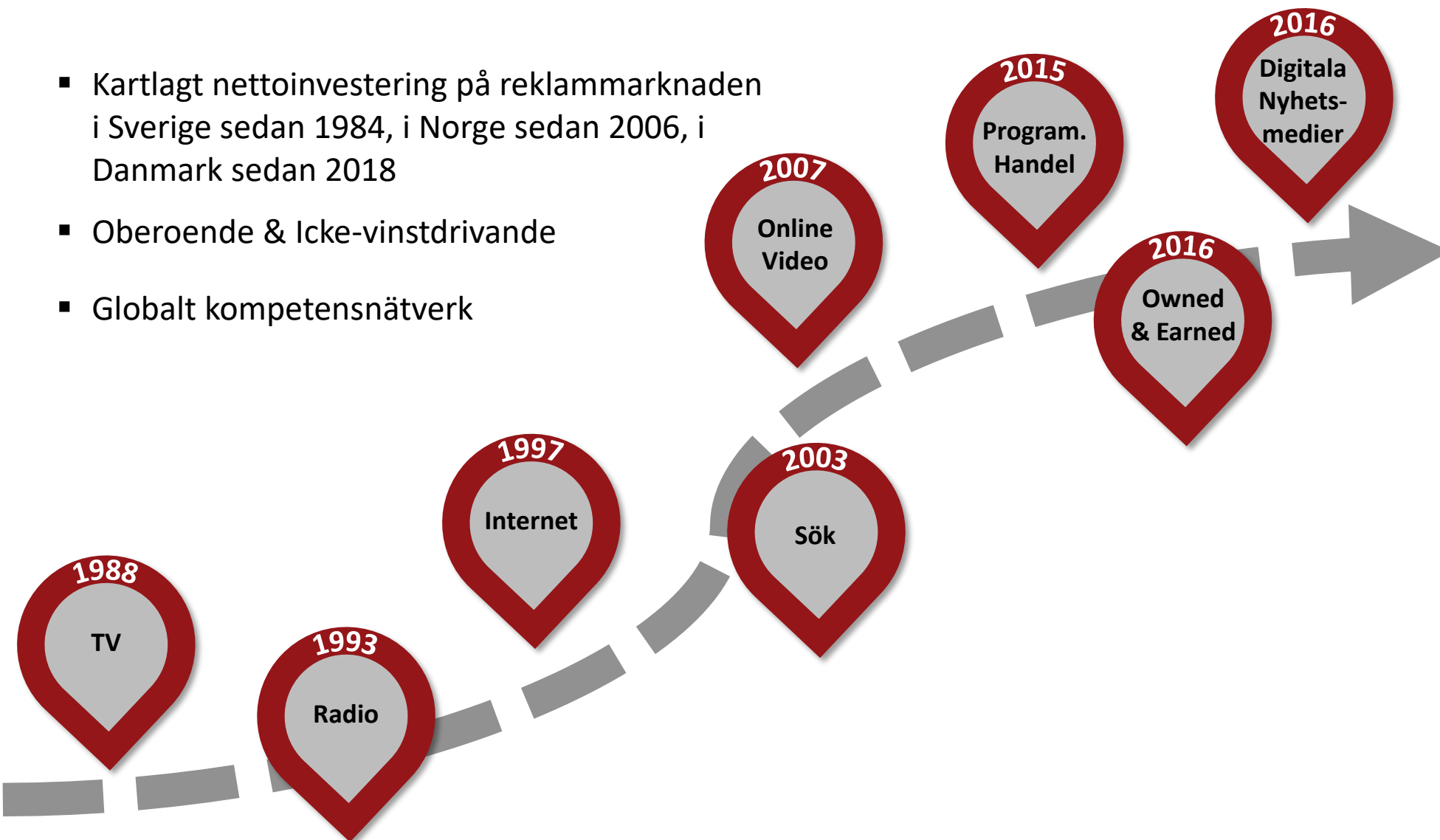
IRM:s prognos:

Stark reklammarknad i 2018-2019

Madeleine Thor, IRM

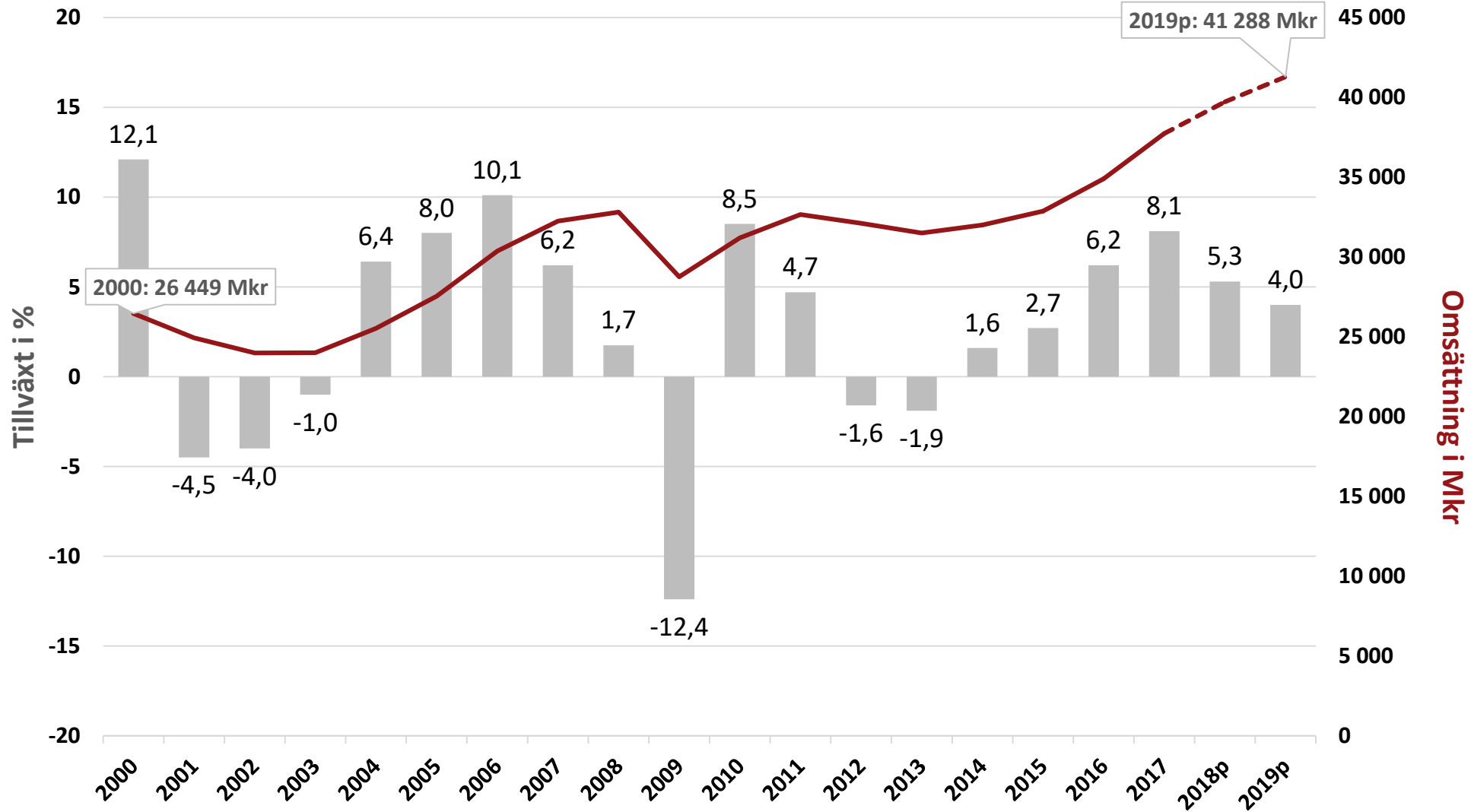
Maj 2018

- Kartlagt nettoinvestering på reklammarknaden i Sverige sedan 1984, i Norge sedan 2006, i Danmark sedan 2018
- Oberoende & Icke-vinstdrivande
- Globalt kompetensnätverk

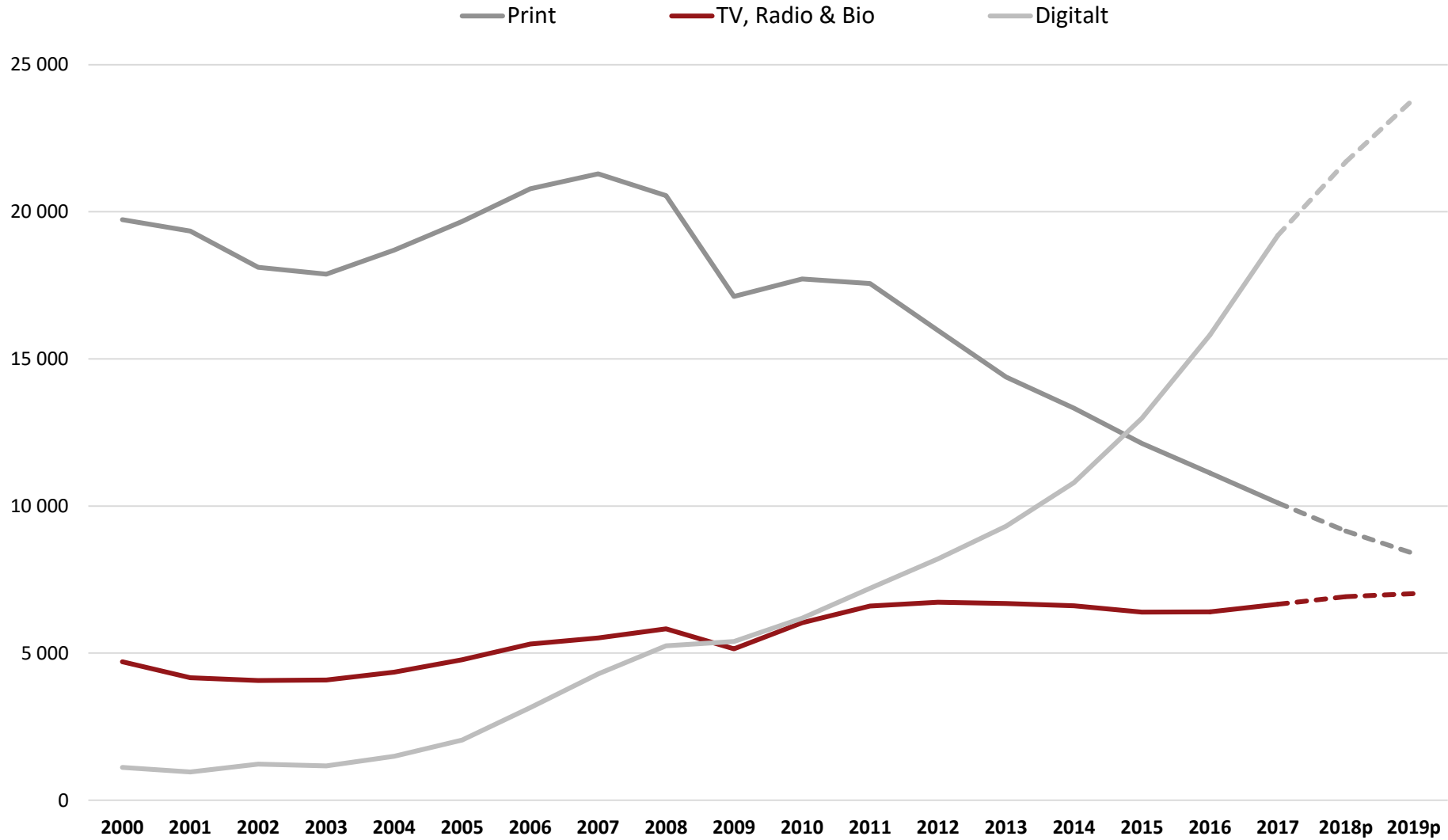


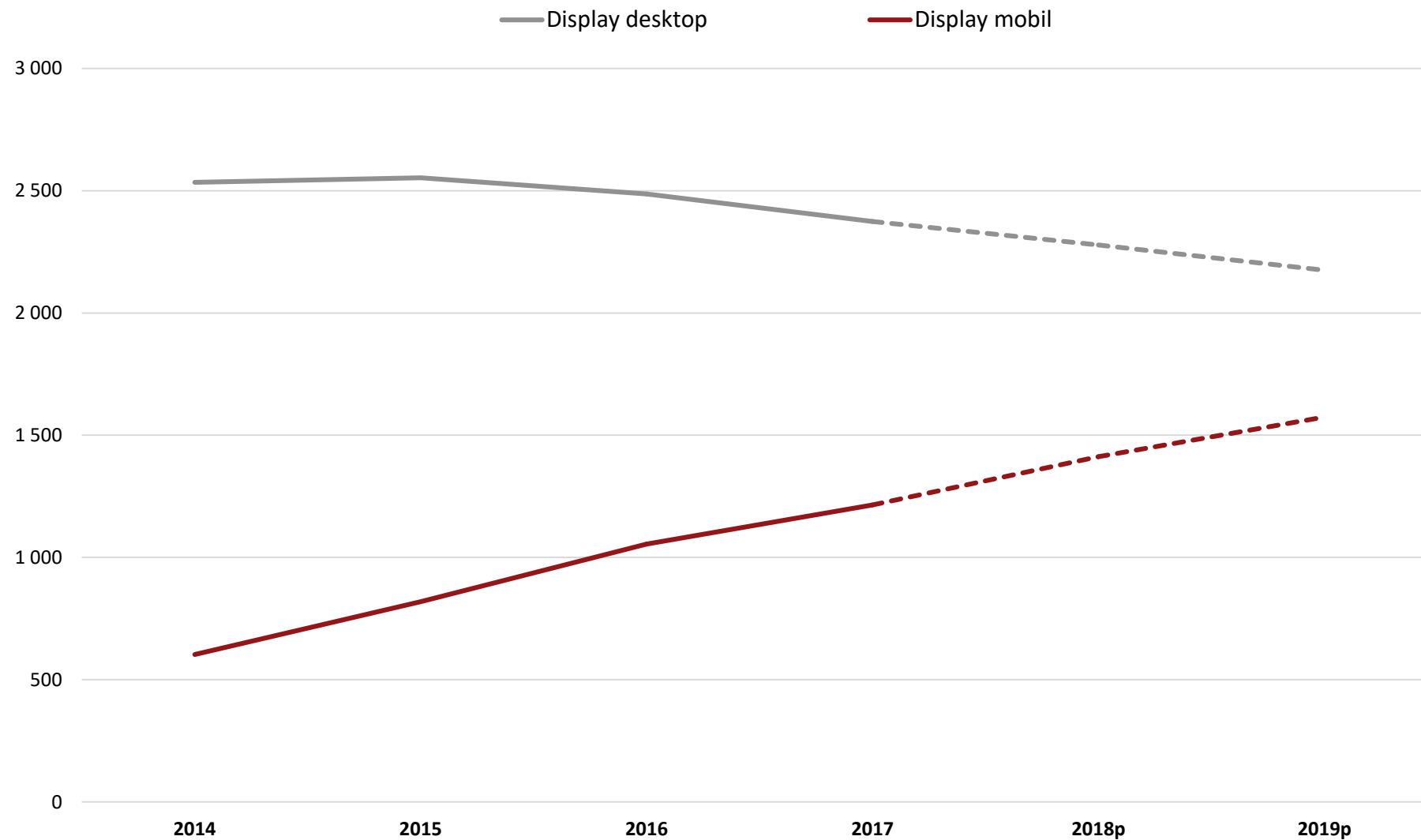
- **Kvantitativ modell:** Verktøget utgår ifrån det starka sambandet mellan BNP och reklaminvesteringarna.
- **Historisk trendanalys.**
- **Kvalitativt underlag:** Intervjuer med marknadens aktörer.
- IRM försöker i den mån det går **beräkna prognoserna** som ligger nära i tiden. För flera kategorier med ett fåtal stora aktörer är detta möjligt.

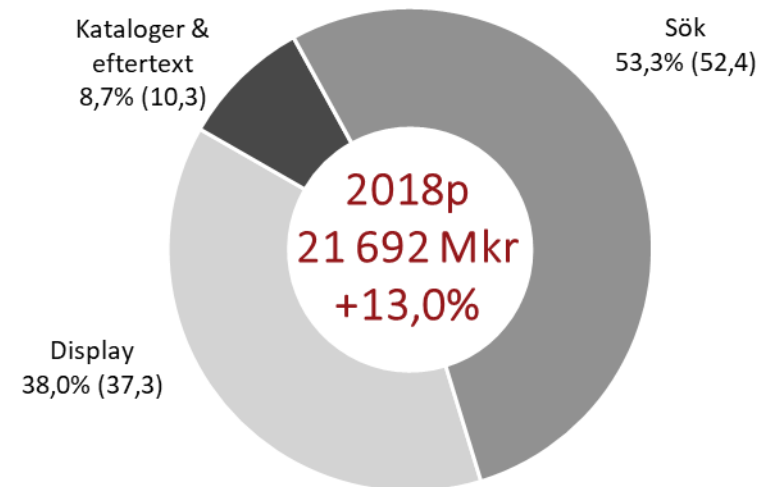
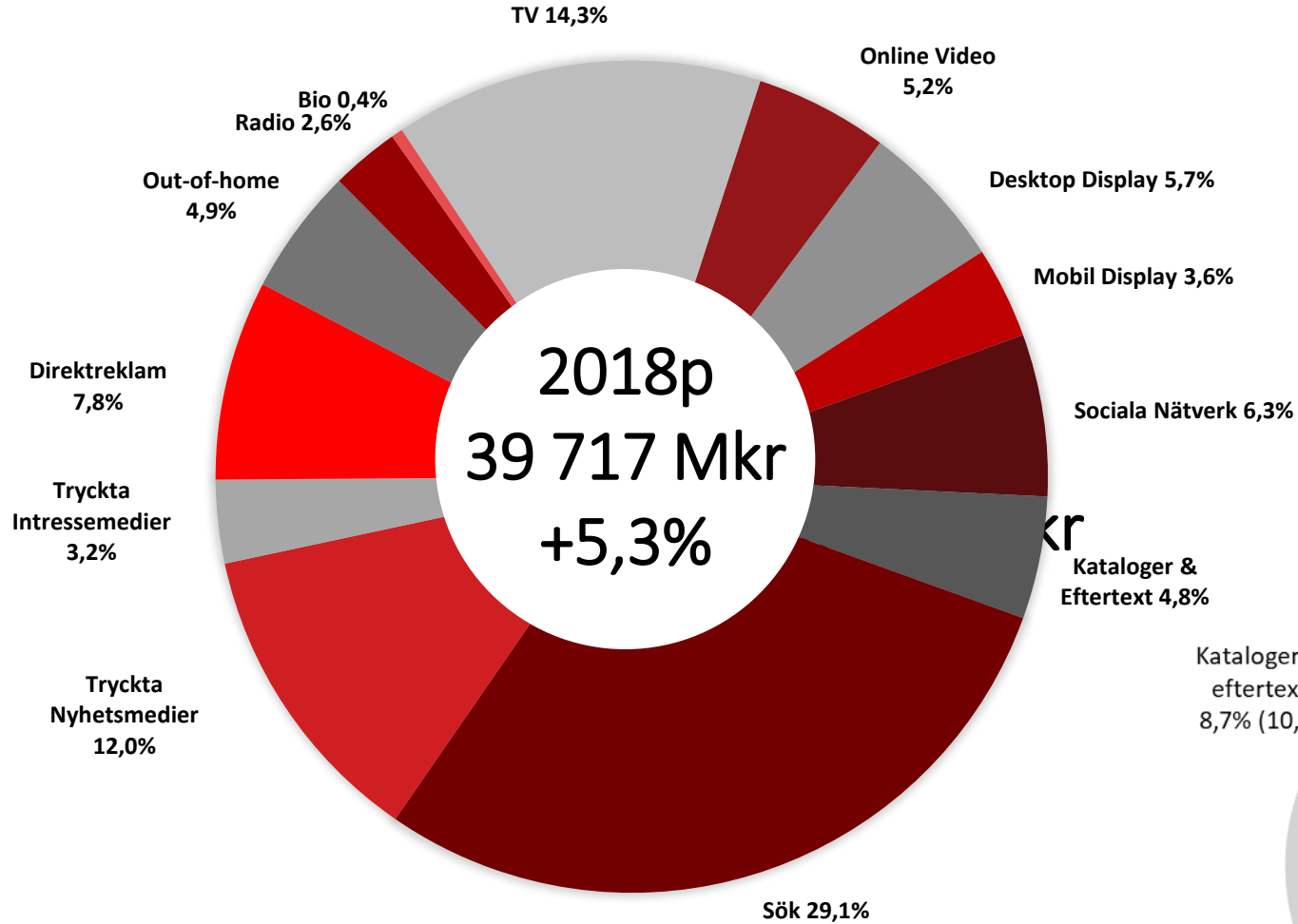
Reklaminvesteringar: Tillväxt & omsättning 2000-2019p

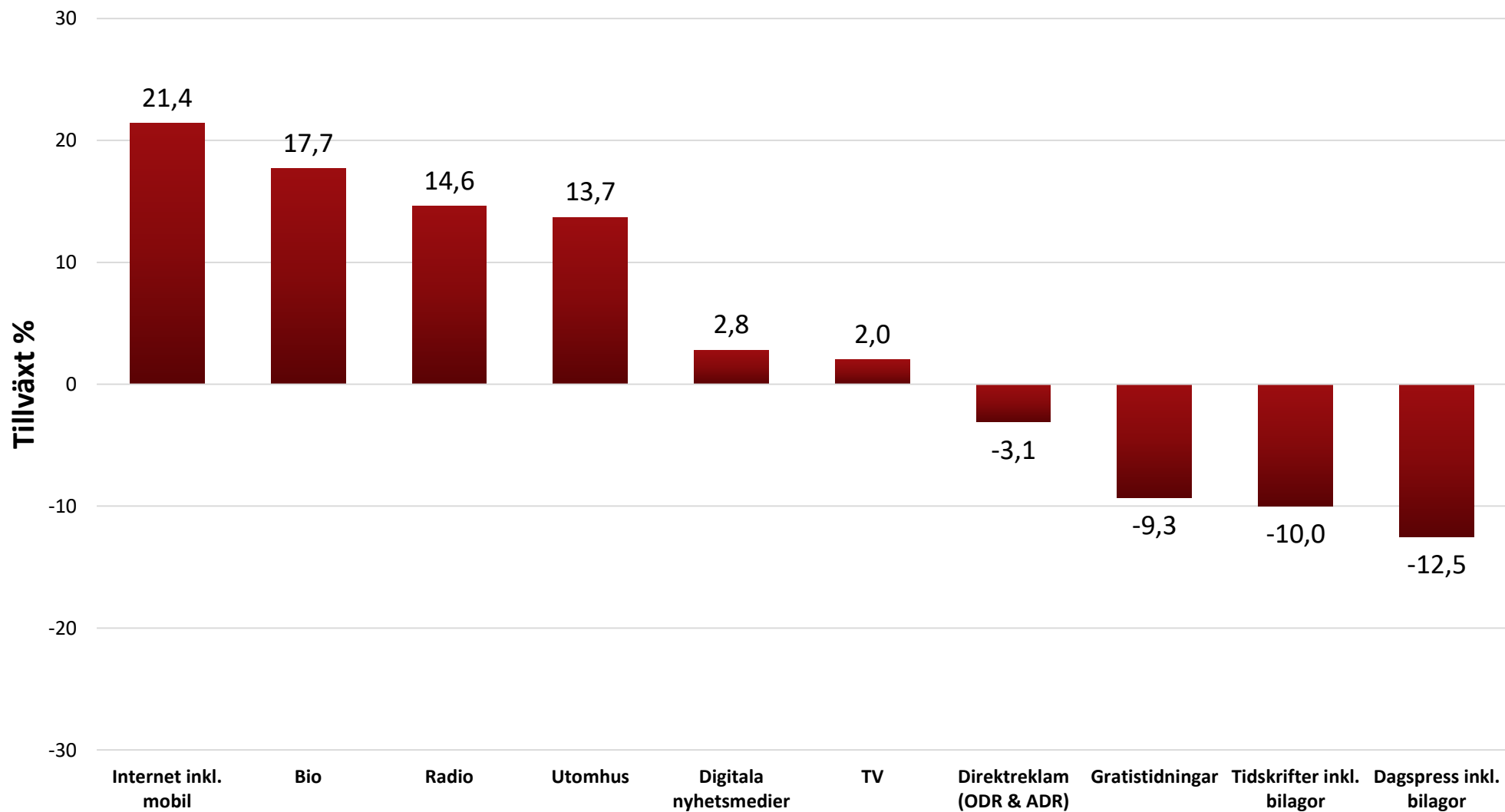


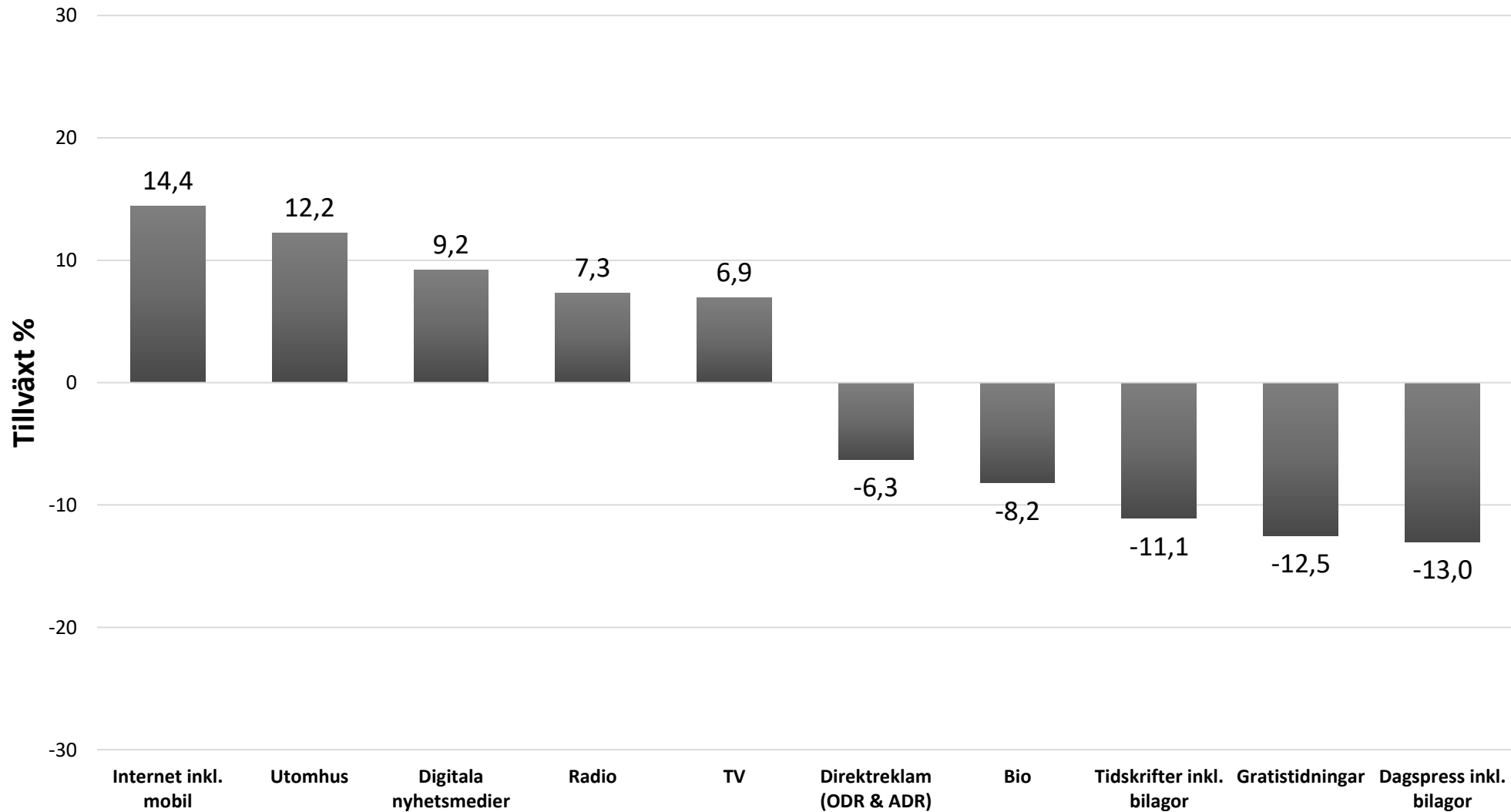
Skifte från print till digitalt

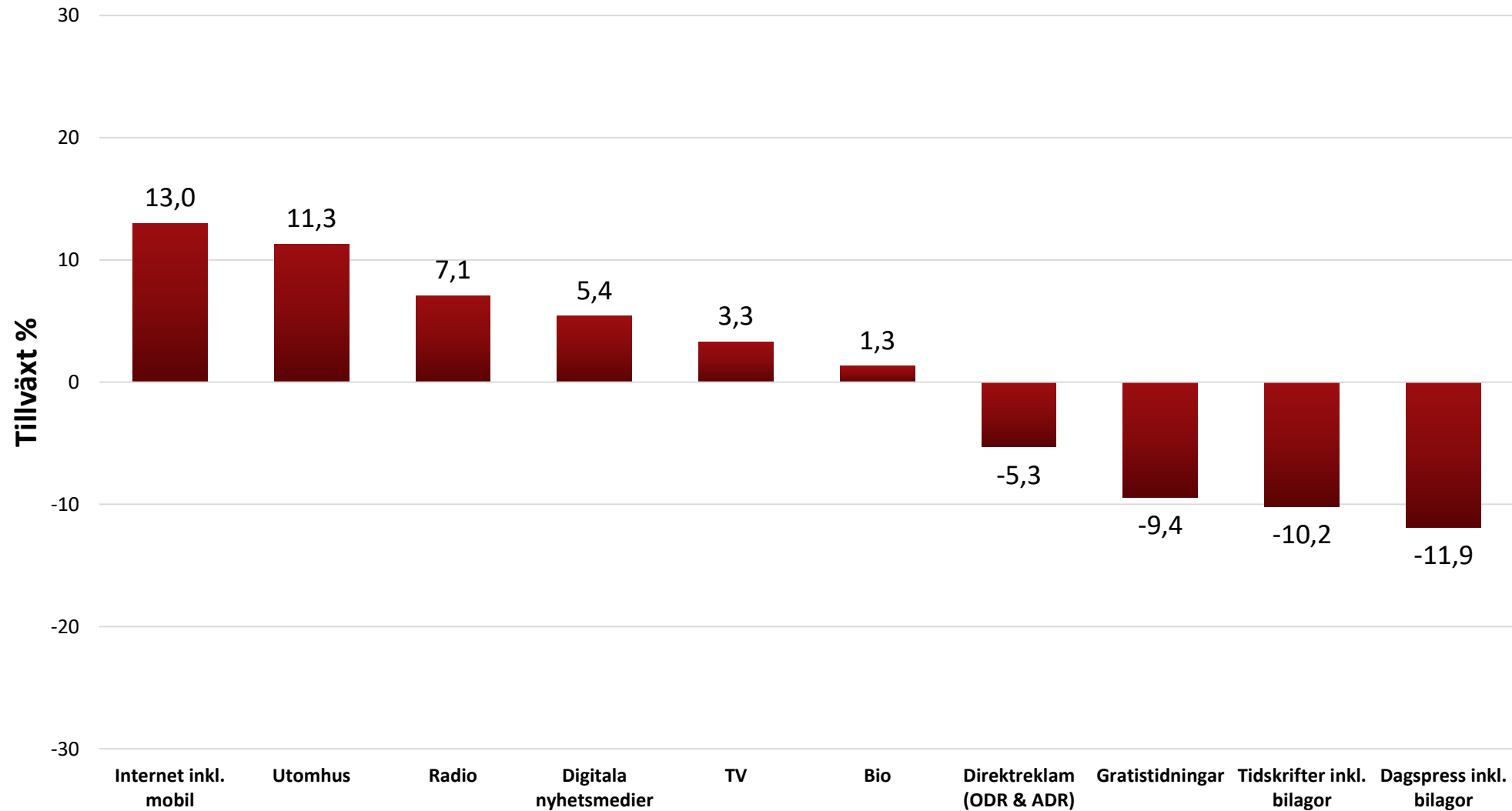


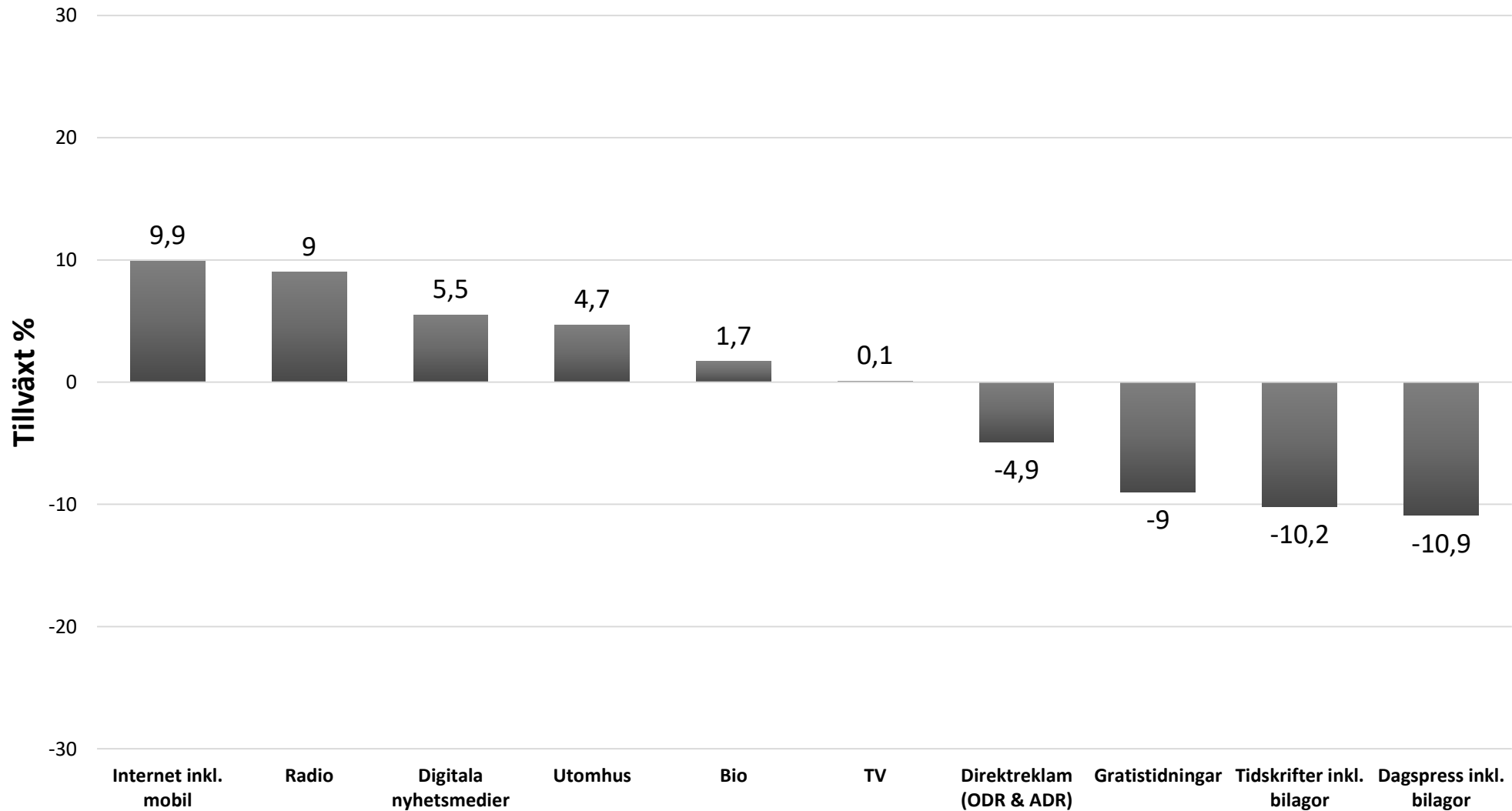


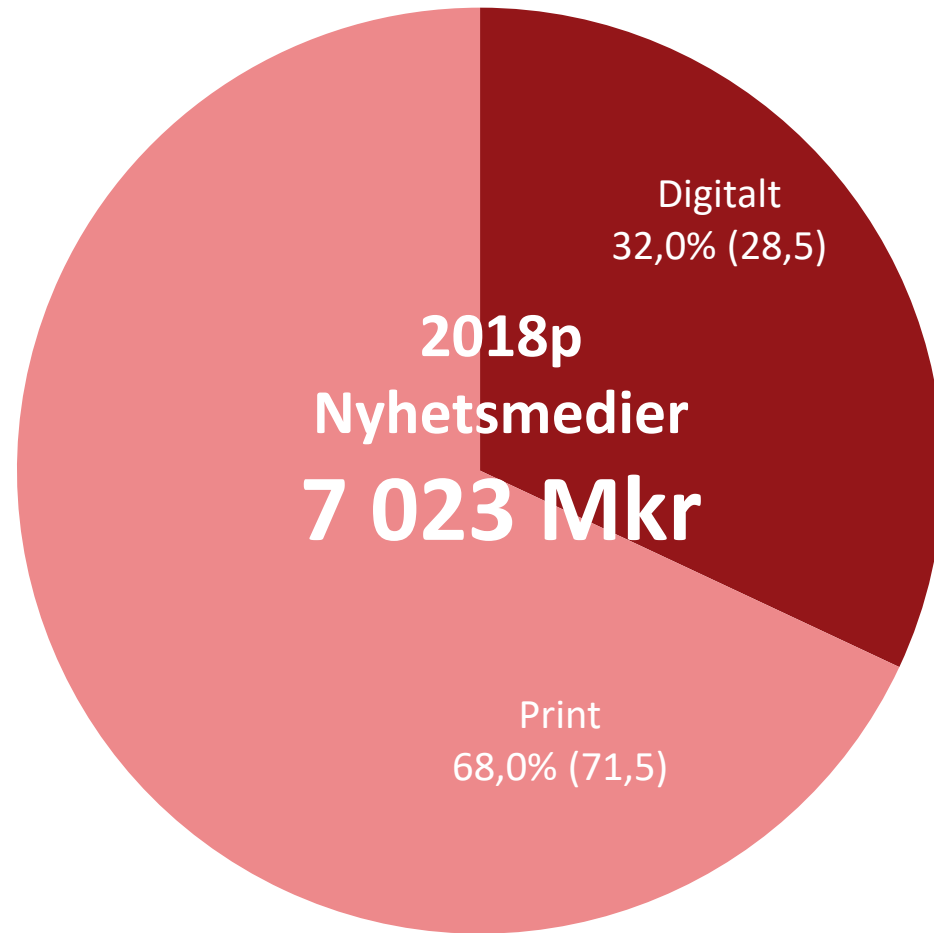


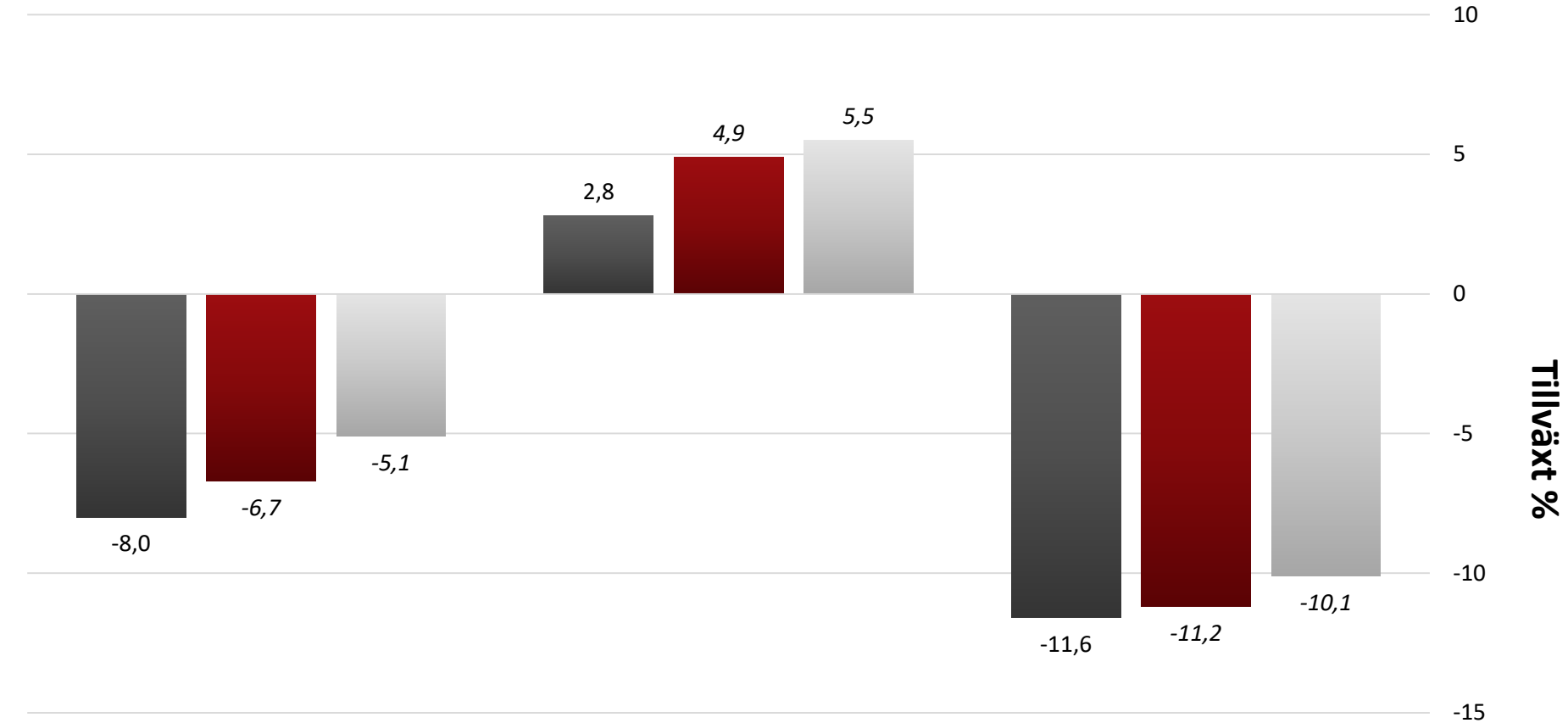






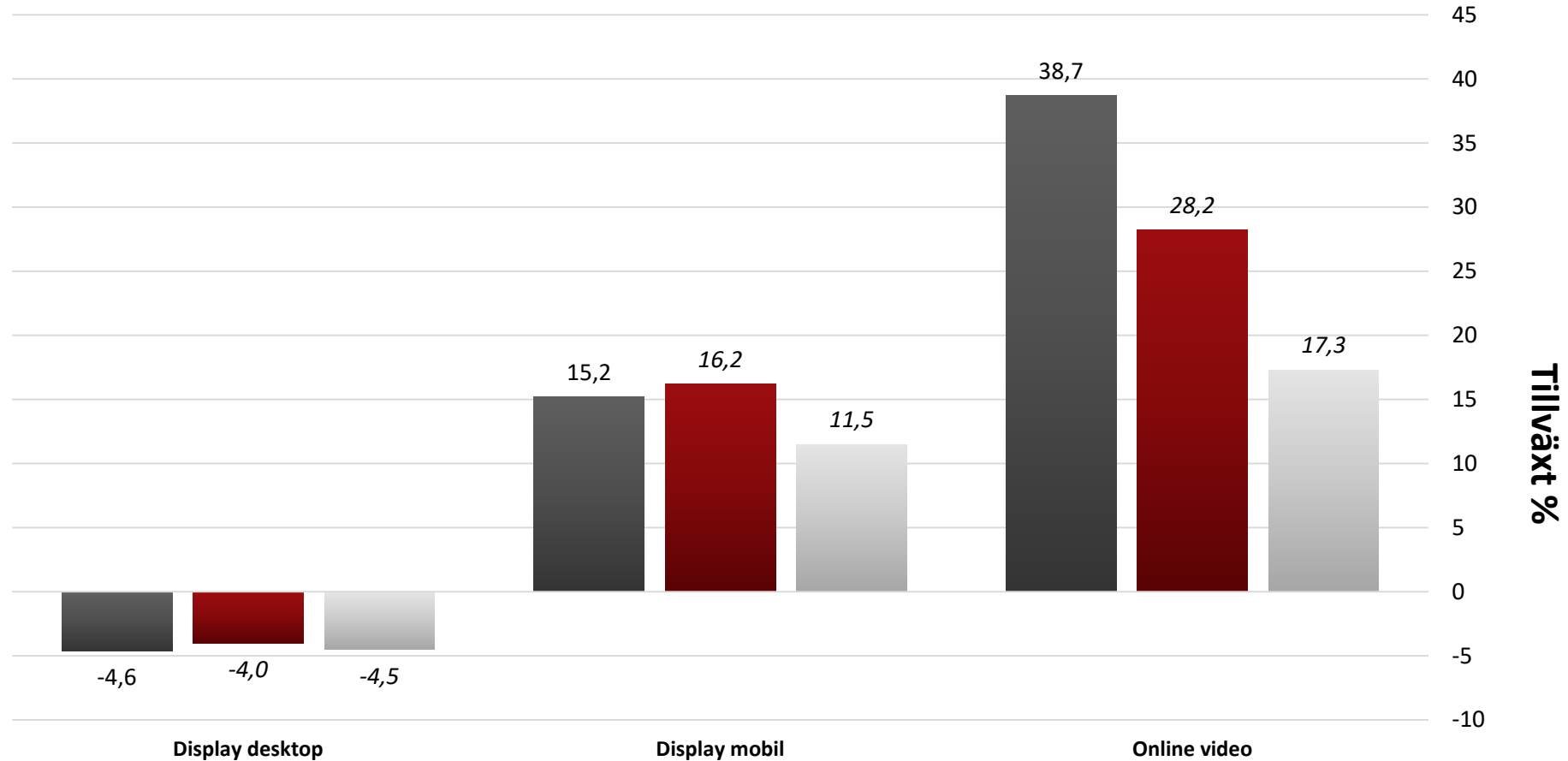




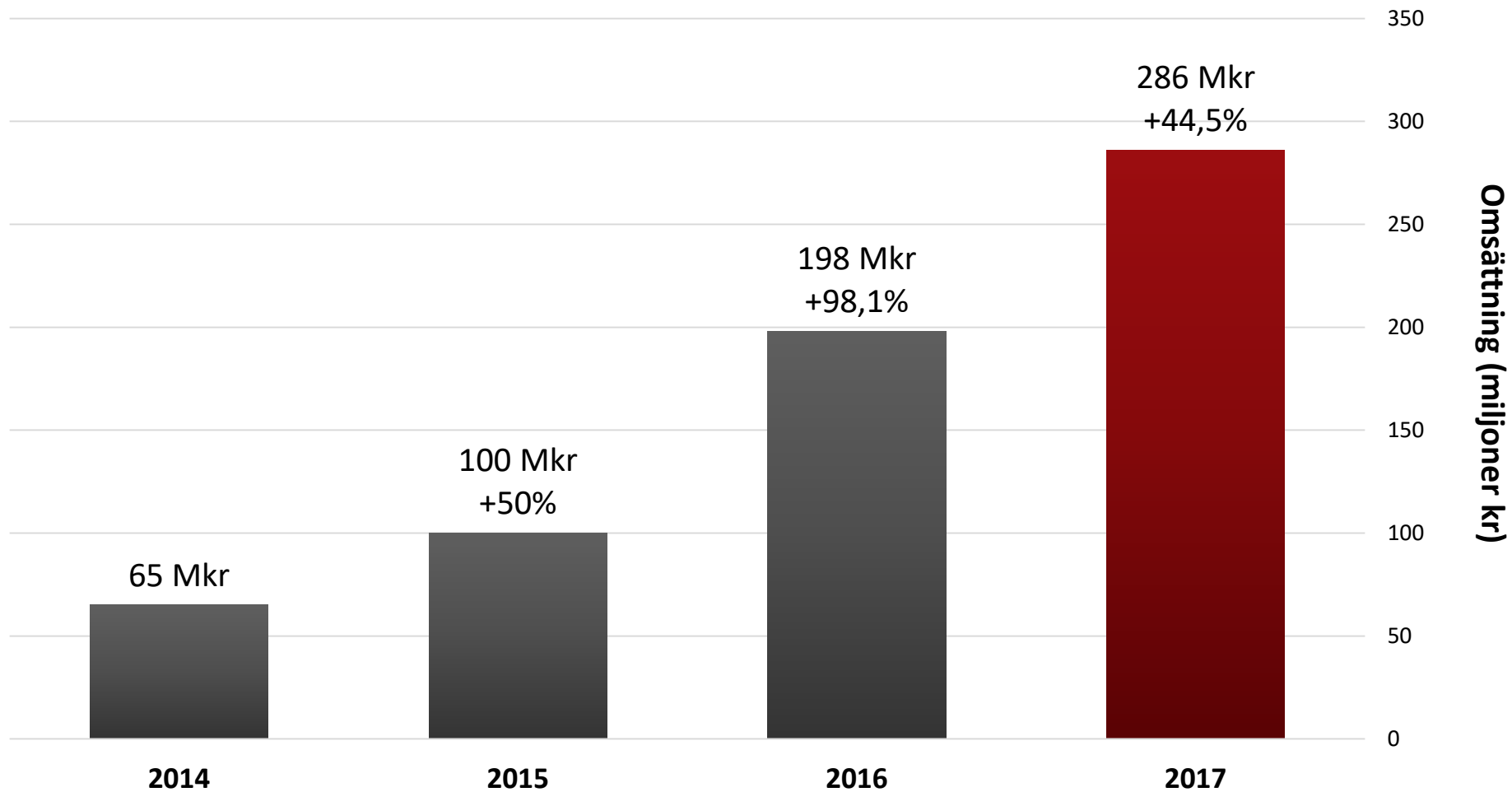


	Nyhetsmedier			Digitala Nyhetsmedier			Tryckta Nyhetsmedier		
	2017	2018p	2019p	2017	2018p	2019p	2017	2018p	2019p
Mkr	7 524	7 023	6 663	2 141	2 245	2 370	5 382	4 777	4 293

Tillväxt per mediekanal 2018-2019p



Mkr	2017	2018p	2019p	2017	2018p	2019p	2017	2018p	2019p
	2 374	2 278	2 175	1 215	1 412	1 574	1 605	2 058	2 413



* Native-annonsering avser köpt reklamplats och produktion inom displayannonsering som är utformad för att efterlikna sajts eget utseende, funktion och/eller innehåll. Begränsas till medieaktörer. Native-annonsering inom sociala nätverk ingår ej.

- **Reklammarknadens tillväxt toppade** under 2017, med en tillväxt om 8 procent relativt föregående år. I Q1 2018 fortsätter den goda utvecklingen, som dock blev något lägre +5,7%. Rörlig bild flyttade fram sina positioner under Q1 2018, och visar starka tillväxttal.
- Även den **digitala tillväxten toppade under 2017** och driver marknaden. Sverige har en väldigt stark tillväxt vid en jämförelse med motsvarande marknader. Tydlig **förflyttning från desktop till mobil** i Sverige och världen.
- **Strukturförändringen från tryckt till digitalt fortsätter**, minskande tapp för tryckta medier kan komma att dröja.
- **Digitala nyhetsmedier växer, men påverkas negativt av tappet för displayannonseringen på desktop** vilket reducerade tillväxttakten under 2017. 2018 börjar starkt men det skulle kunna bli så att vi nu ser ett hack i kurvan under sommaren som en följd av GDPR.
- **Native-annonsering växer kraftigt** men från låga nivåer.

www.irm-media.se

madeleine.thor@irm-media.se

08-663 04 90

