



# Pressemeddelelse

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se

## IRM:s prognose for annoncemarkedet 2020-2021: Store tab i sporet af Covid-19 pandemien

**I sidste uge publicerede IRM den årlige prognose for det danske reklamemarked. I sporet af covid-19 prognostiserer IRM det største tab siden finanskrisen. Sammenlagt forventes investeringerne at gå tilbage med 1,2 milliarder DKK i 2020, hvilket svarer til en tilbagegang på ca. 8% i forhold til 2019. Omsætningen estimeres til 12,9 milliarder DKK.**

IRM kortlægger reklameinvesteringerne netto i Skandinavien og har siden 2017 arbejdet på det danske marked med at indsamle og formidle tal om den løbende udvikling og prognoser. IRM:s tal for første halvår 2020 var nedslående, idet de samlede medieinvesteringer gik tilbage med ca. 10%.

- Medieinvesteringerne er meget volatile ved kriser, når vi ser tilbage på den historiske udvikling i Danmark og i andre lande. Reklamer er forholdsvis enkle at fjerne eller reducere for virksomhederne. Derfor var udviklingen i første halvår desværre ikke overraskende, kommenterer Madeleine Thor, VD på IRM.

I prognosen for 2020-2021 understreger IRM, at tallene er mere usikre end ved de tidligere prognoser. Udviklingen for pandemien og samfundets restriktioner bliver også helt afgørende fremover.

- Det er den mest dramatiske tid, jeg har oplevet siden jeg startede på IRM for 8 år siden. Covid-19 har givet os noget nyt at forholde os til, og i arbejdet med denne prognose har vi derfor lavet en mere omfattende analyse af, hvordan investeringerne påvirkes af kriser og også en analyse af, hvordan og hvor hurtigt genopretningen vil komme til at ske, kommenterer Thor.

Og når det drejer sig om genopretningen, er der allerede nogle gode nyheder. IRM:s prognose viser at genopretningen allerede påbegyndes i 2021. IRM:s prognose indikerer, at reklamemarkedet kan få en positiv vækst på omkring 5

procent. Men trods en pæn vækst i 2021, så kommer markedet ikke helt at vende tilbage til niveauet før coronakrisen. IRM's estimat for det samlede danske reklamemarked i 2021, ligger næsten 500 millioner DKK under markedets niveau i 2019.

*IRM er et uafhængigt, selvfinansieret institut, hvis formål er kontinuerligt at undersøge og kortlægge reklame- og mediemarkedet i Norden. Med denne intention gennemfører IRM analyser og prognoser vedrørende disse markeders udvikling. Udarbejdelse af prognosen for det danske marked er sket i samarbejde med Ole E. Andersen, ekstern lektor på CBS..*

