



# Journalistik & Reklam

En studie av reklamintäkter hos svenska medier med samhällsjournalistiskt innehåll under åren 2008-2021.

# Uppdrag

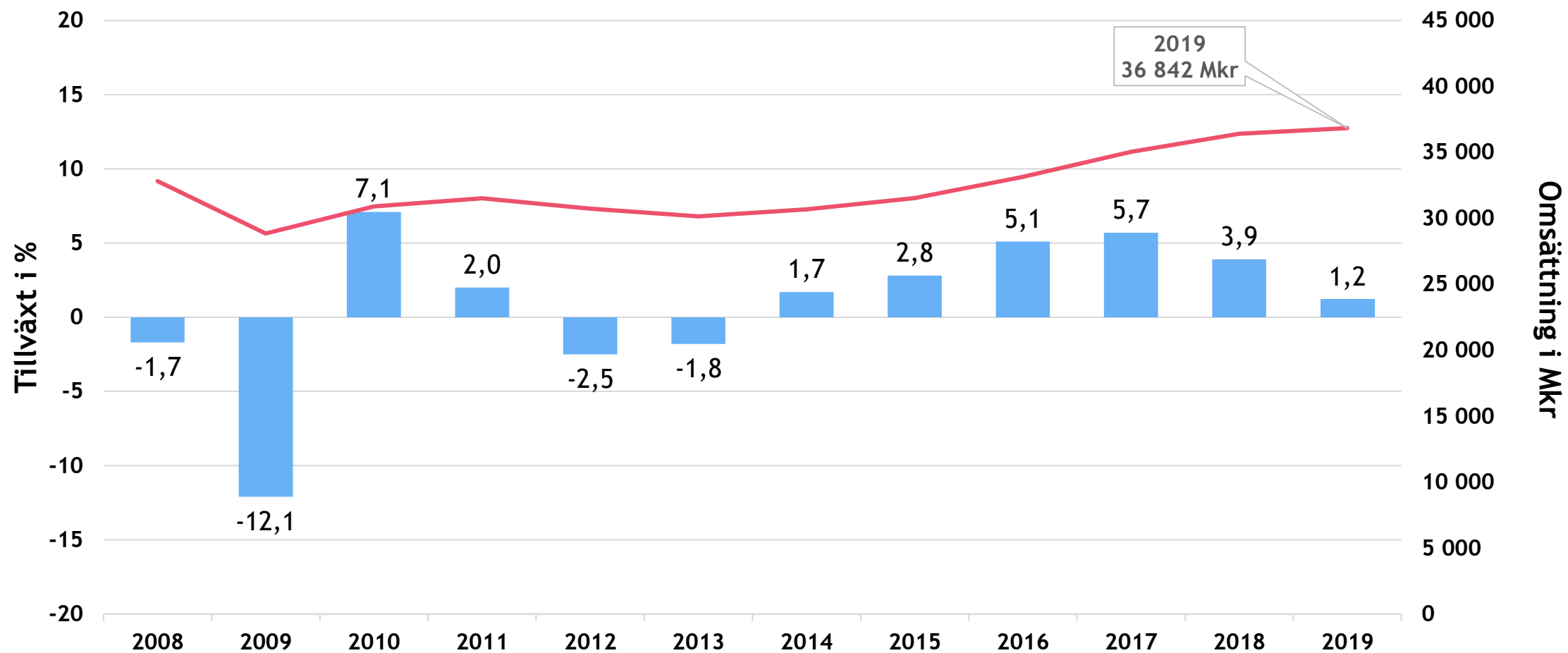
På uppdrag av Institutet för mediestudier har IRM tagit fram en bedömning kring reklamintäkter för medier med nyhetsjournalistiskt innehåll under perioden 2008 till 2021.

- Definition: allmän nyhets- och samhällsjournalistik.
  - Dagspress
  - Tidskrifter
  - TV
  - Internet
  - Oavsett distribution/plattform/annonsformat

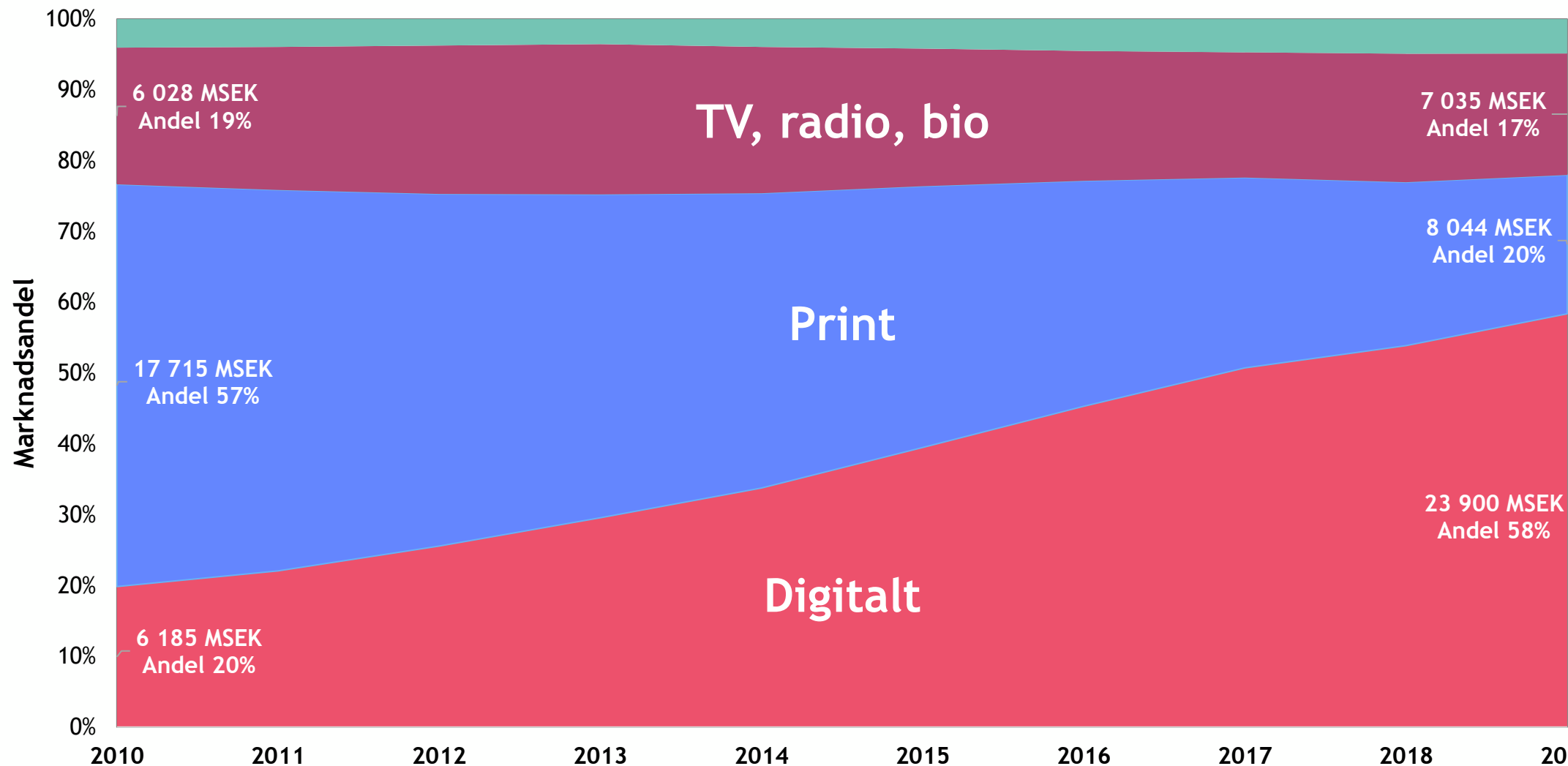
# Introduktion till reklammarknaden

# En avmattning i tillväxten för total reklaminvestering under 2019

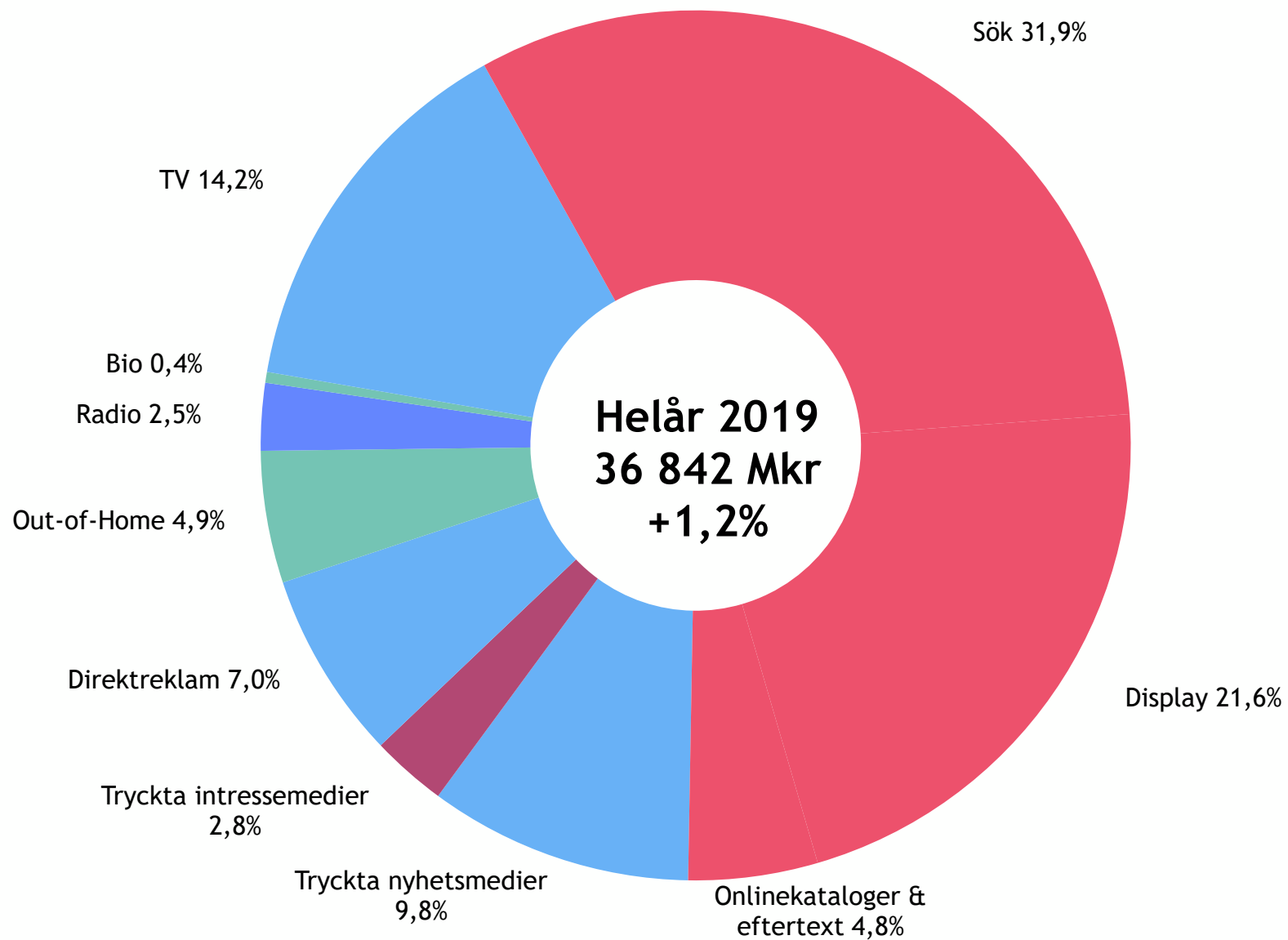
Total Reklaminvestering 2008-2019  
Fasta priser, basår 2008.



# Strukturellt skifte till digitalt



# Reklamkakan 2019



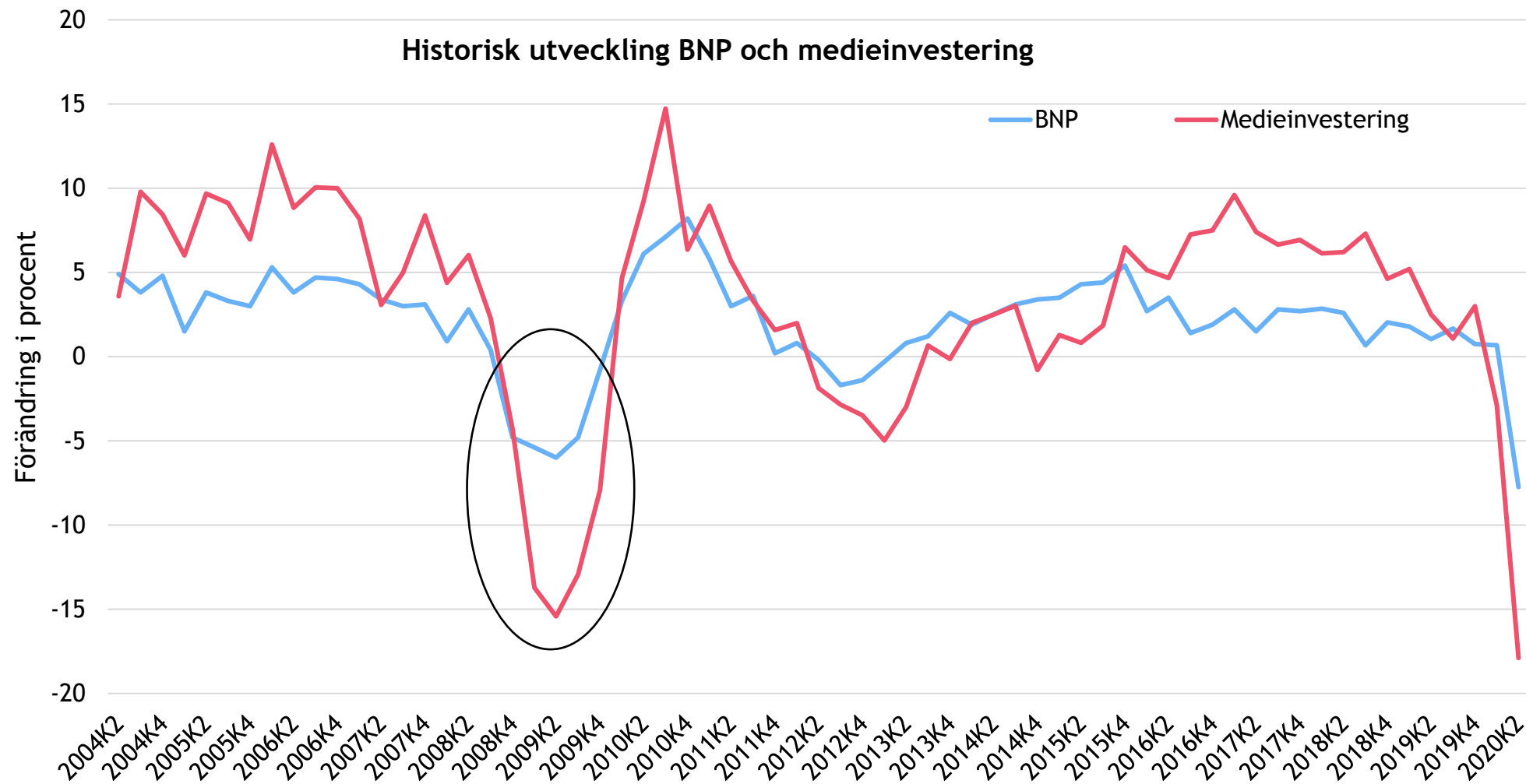
# Mediemarknaden under coronapandemin

# Covid 19 - analys av effekter på medieinvestering

- **Det föreligger fortfarande en osäkerhet kring utvecklingen för ekonomin och för medieinvesteringarna i spåren av virusutbrottet.** IRM:s prognoser är på grund av den ovissa utvecklingen behäftad med osäkerhet, händelseförloppet under krisen är snabbt och oförutsedda händelser kan förändra förutsättningarna för medieinvesteringarna.
- **För att ge en bild av krisen och dess effekter på medieinvestering presenterar IRM en historisk återblick av mediemarknadens utveckling vid tidigare kriser inklusive en genomgång av historisk återhämning.**
- **I prognosarbetet använder IRM följande källor: makroekonomiska modeller som bygger på sambandet mellan BNP och medieinvestering, analys av historisk data och intervjuer med marknadens aktörer.**

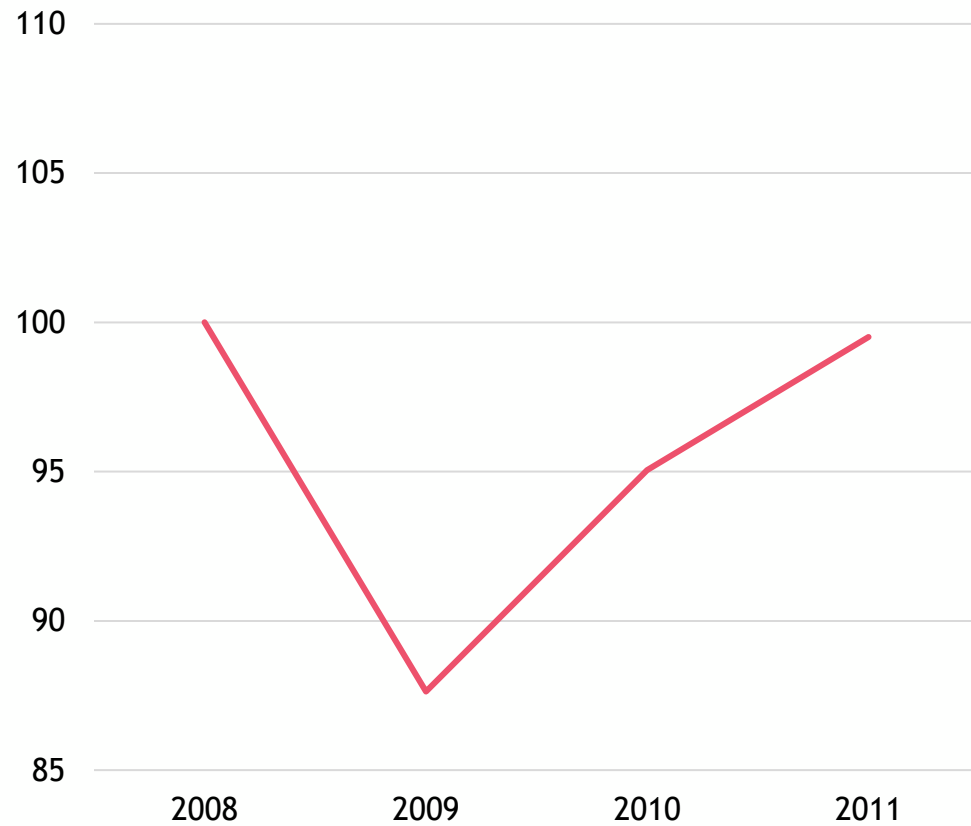


# Covid 19 - analys av effekter på medieinvestering

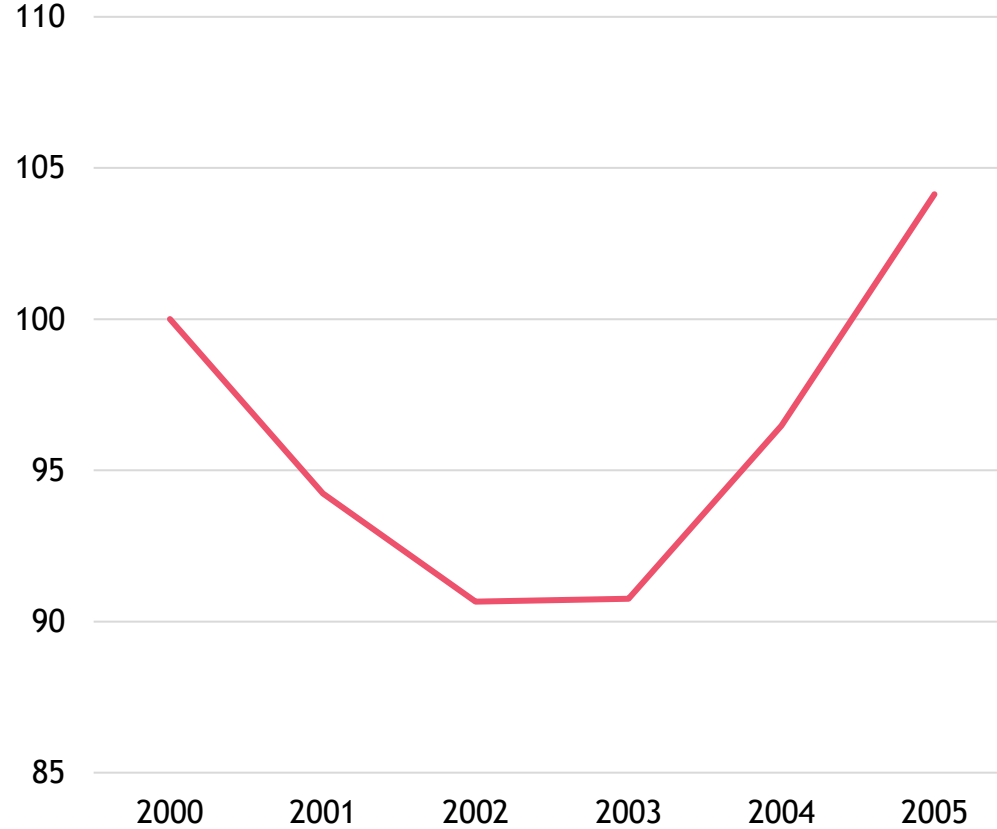


# Covid 19 - analys av effekter på medieinvestering

Återhämtning Finanskrisen 2009  
(index medieinvestering, basår 2008=100)

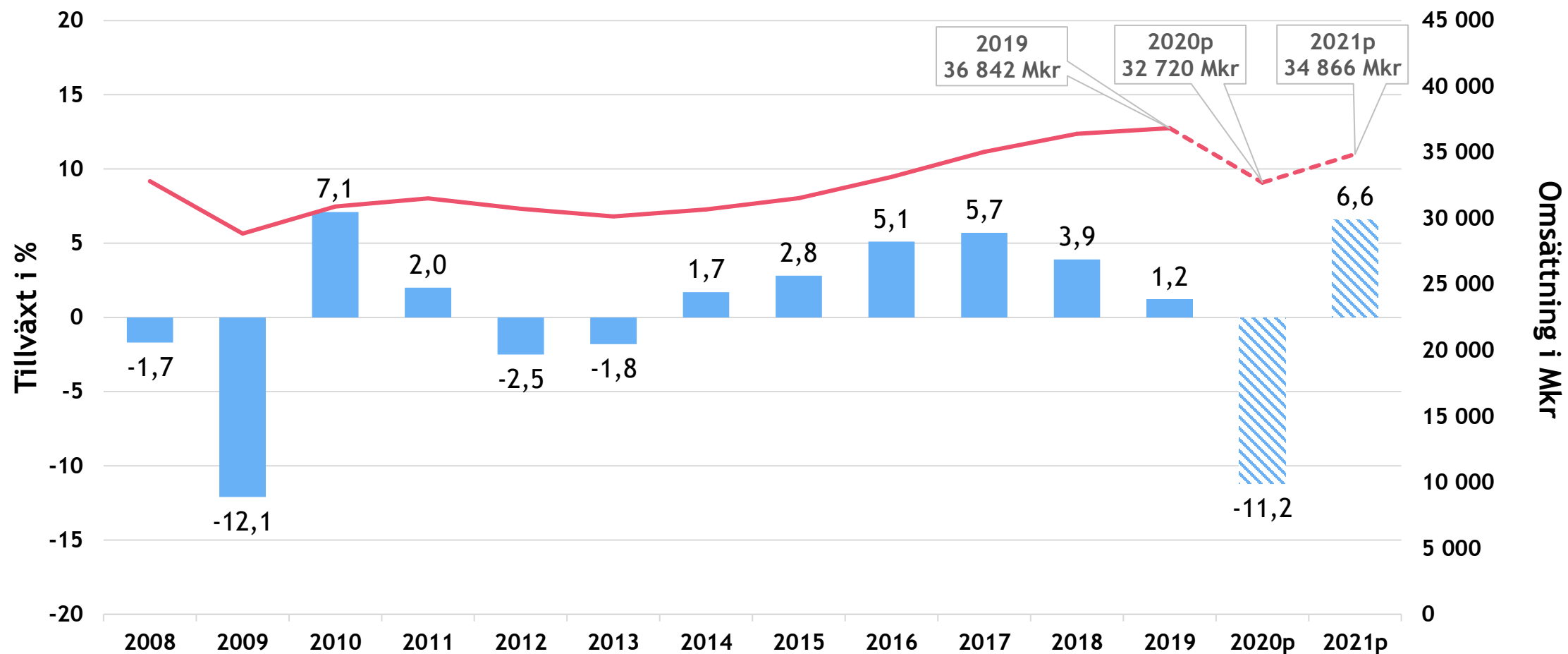


Återhämtning IT-Bubblan  
(index medieinvestering, basår 2000=100)



# Stort tapp för total reklaminvestering i IRM:s prognos för 2020

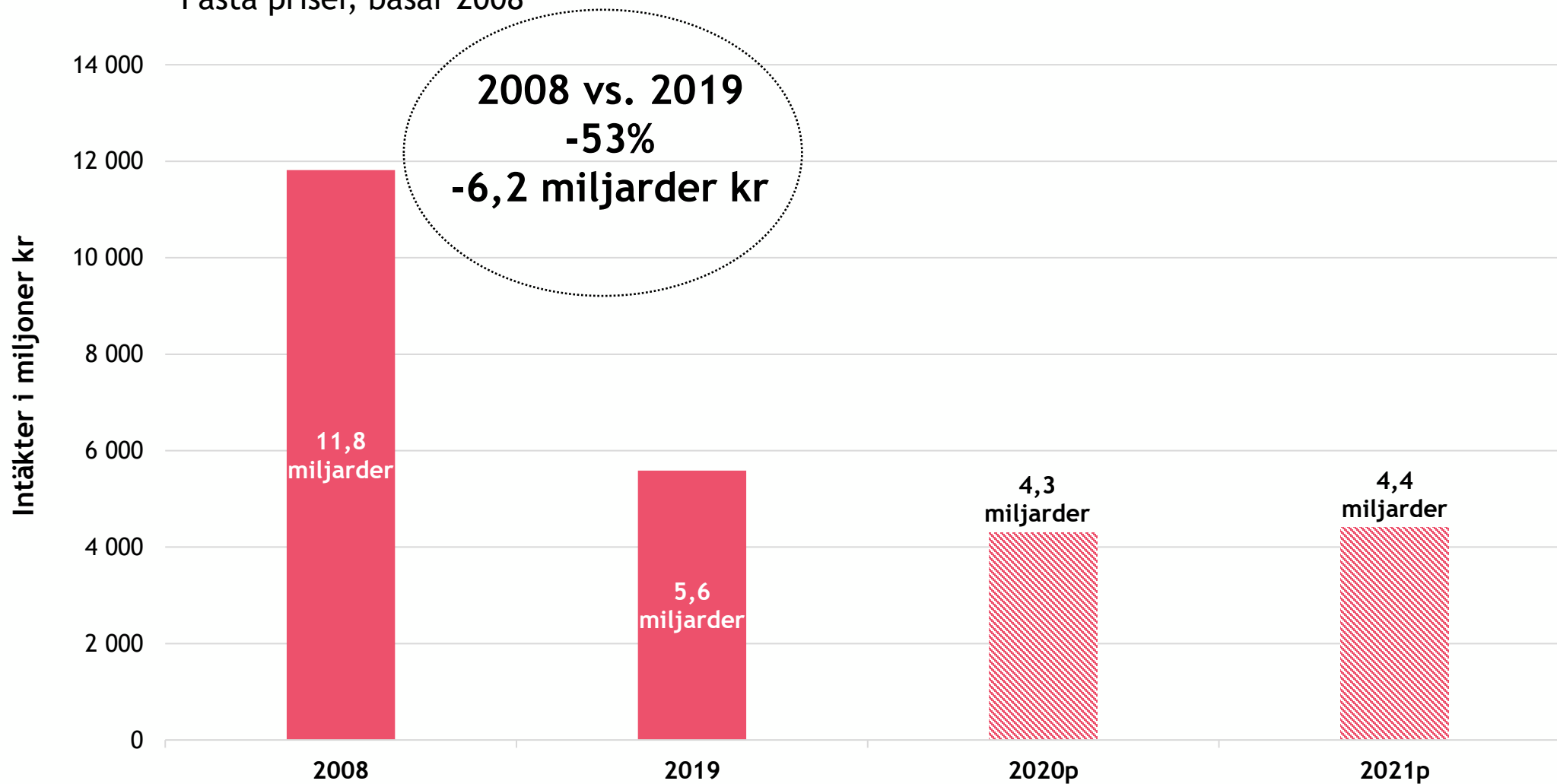
Reklaminvestering 2008-2021p  
Fasta priser, basår 2008.



# Reklaminvestering i medier med nyhetsjournalistik

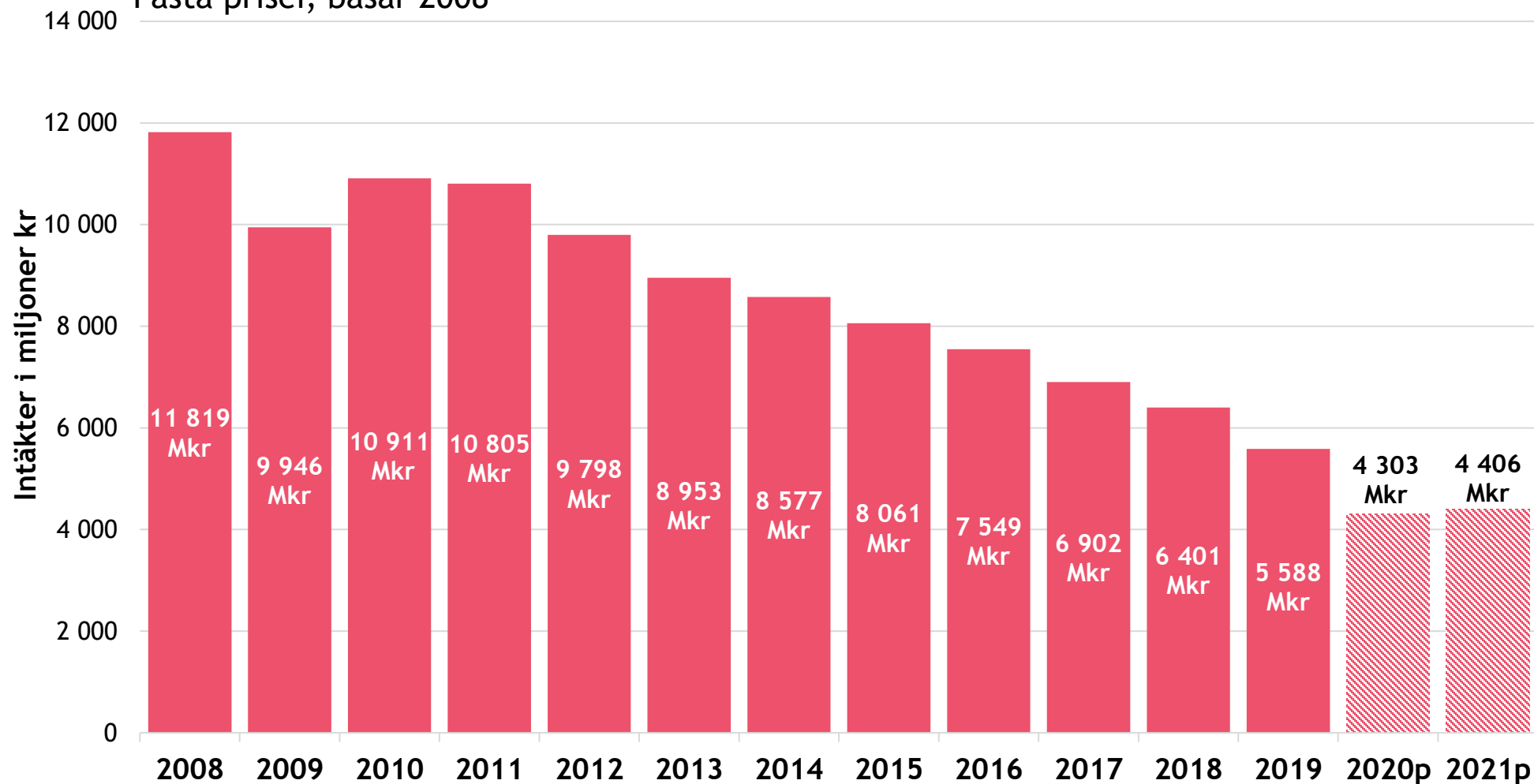
# En halvering av intäkterna mellan 2008 och 2019

Reklamintäkter hos medier med samhällsjournalistiskt innehåll  
Fasta priser, basår 2008



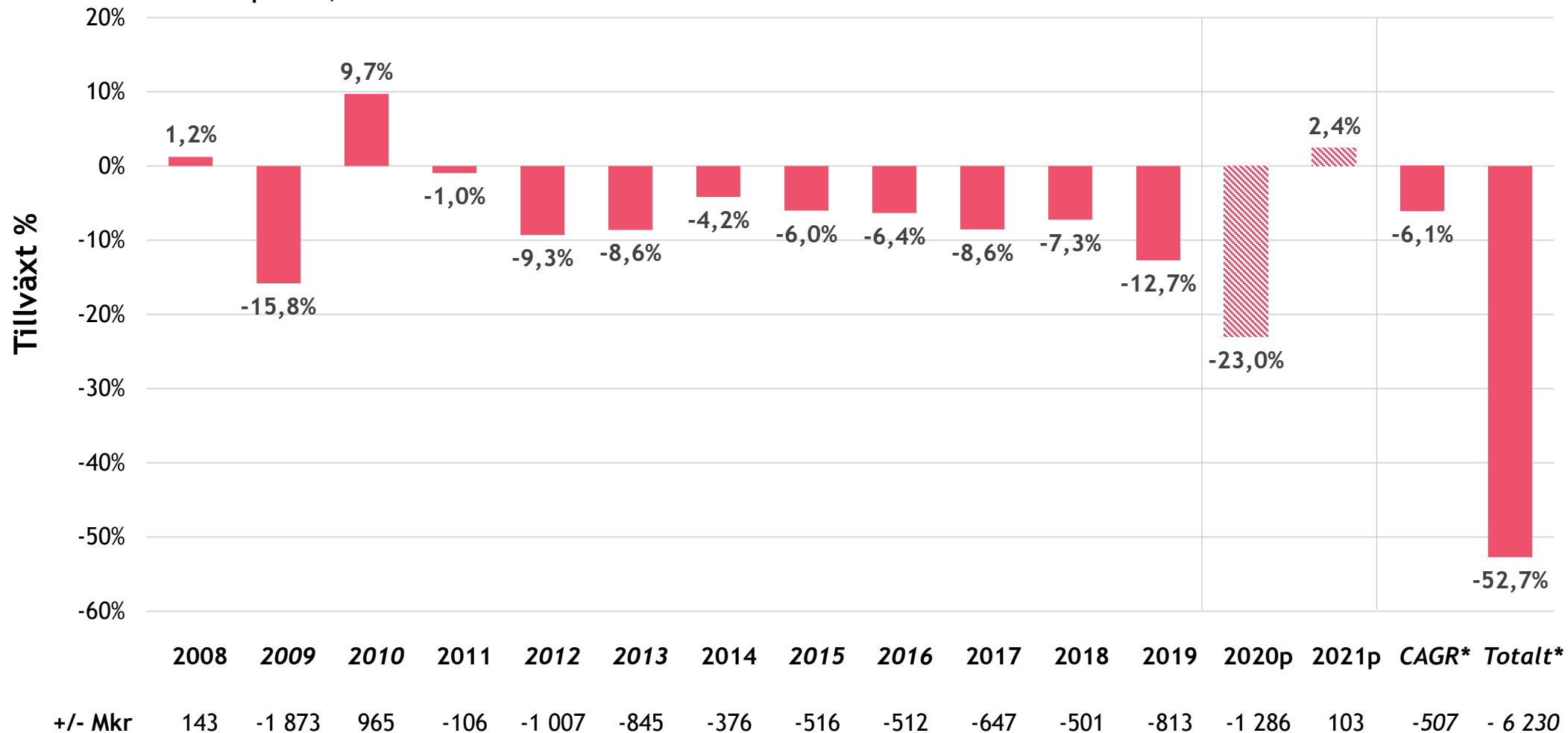
# Stora tapp 2019-2020, men en stabilisering väntar 2021

Reklamintäkter hos medier med samhällsjournalistiskt innehåll 2008-2021p  
Fasta priser, basår 2008



# IRM:s prognos indikerar -1,3 miljarder kr för medier med journalistik 2020

## Tillväxt i reklaminvestering hos medier med samhällsjournalistiskt innehåll Fasta priser, 2008

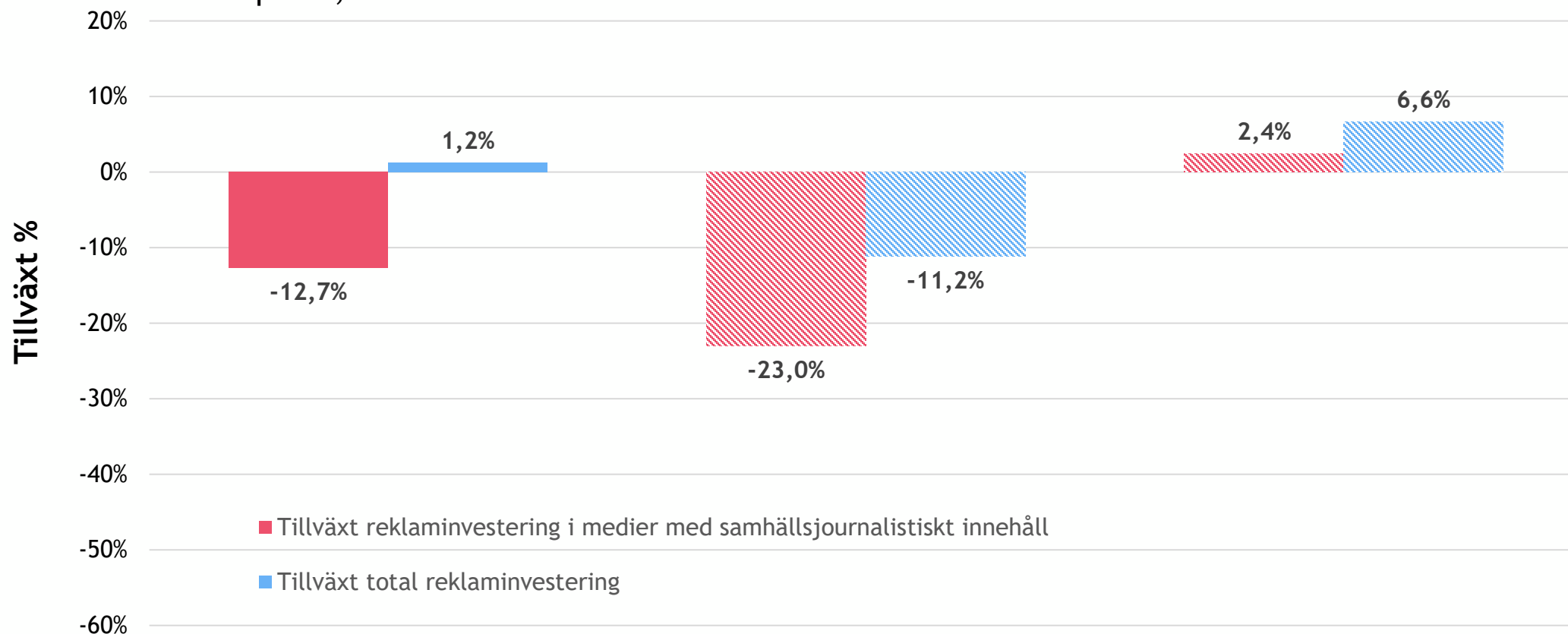


\*Endast faktiska utfall inkluderade vilket innebär perioden 2008 - 2019.

# Jämförelse journalistik vs. totalmarknad 2019-2021p

## Tillväxt i reklaminvestering samhällsjournalistiskt innehåll / totalmarknad

Fasta priser, 2008

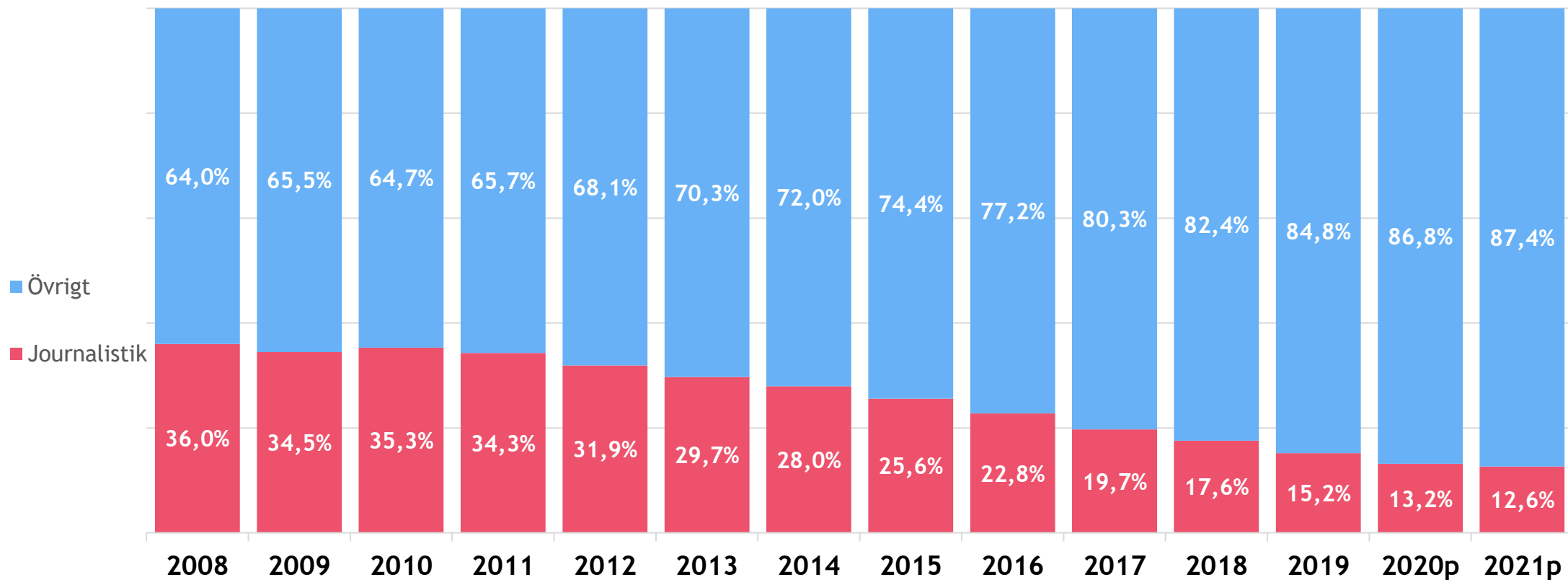


	2019	2020p	2021p
+/- Mkr Journalistik	-813	-1 286	103
+/- Mkr Totalmarknad	423	-4 122	2 146



# Minskande andelar för medier med journalistik 2008-2021p

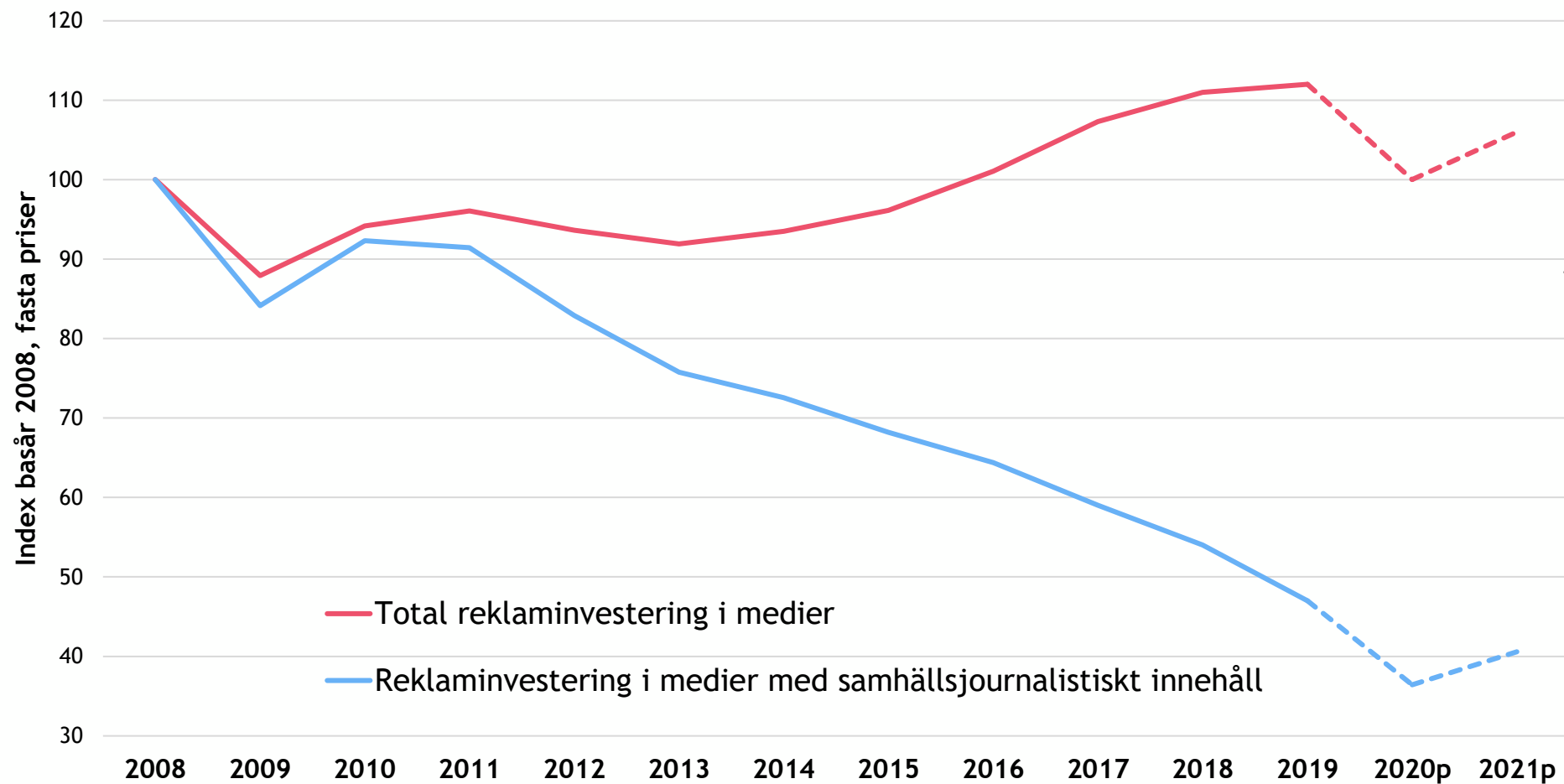
Andelsutveckling för reklamintäkter hos medier med samhällsjournalistiskt innehåll  
Fasta priser, basår 2008



# Index 2008 - 2021p: Gapet frotsätter att öka

## Index Reklaminvestering 2008-2021p

Fasta priser, basår 2008



**Gapet mellan total reklaminvestering och investering i medier med samhällsjournalistiskt innehåll ökade ytterligare 2019. I IRM:s prognos förväntas även ett djupare fall och en svagare återhämtning för investeringen i medier med samhällsjournalistiskt innehåll än den totala reklaminvesteringen.**

# Sammanfattning

**Medieinvesteringarna har haft god tillväxt under många år drivet av en stark digital tillväxt.** Strukturförändringen från print till digitalt har inneburit en stor omställning på marknaden under de senaste tio åren.

**Medieinvesteringarna är volatila vid kriser.** I spåren av Covid-19 är en större nedgång att förvänta. Utfallet från det andra kvartalet visar ett tapp utan motstycke när investeringen minskar med 18% relativt samma period i fjol.

**Investeringen i medier med nyhetsjournalistik har minskat med drygt 6,2 miljarder kr under perioden 2008-2019.** Det innebär att intäkterna till nyhetsjournalistiken har halverats under perioden.

**IRM:s prognos för 2020 visar att total medieinvestering faller med 11% relativt 2019.** Investeringarna i medier med nyhetsjournalistik faller ännu mer, med 23%. Under 2021 skönjs dock en stabilisering för medier med nyhetsjournalistik.



# *Tack*

-  Madeleine Thor
-  08-663 04 90
-  [madeleine.thor@irm-media.se](mailto:madeleine.thor@irm-media.se)
-  [www.irm-media.se](http://www.irm-media.se)