

DEN SÅRBARA FINANSIERINGEN

VAD VILL ANNONSÖRERNA?

TILL DENNA PRESENTATION HÖR OCKSÅ ETT SEMINARIUM SOM FINNS TILLGÄNGLIGT PÅ:

<https://youtu.be/gwcidn9hbbc>



Journalistik & Reklam

EN STUDIE AV REKLAMINTÄKTER HOS SVENSKA MEDIER MED NYHETSJOURNALISTISKT INNEHÅLL UNDER ÅREN 2008-2024

Uppdrag

På uppdrag av Institutet för mediestudier har IRM tagit fram en bedömning kring reklamintäkter för medier med nyhetsjournalistiskt innehåll under perioden 2008 till 2024.

Definition: allmän nyhetsjournalistik.

- Dagspress / Gratistidningar. Från och med i år inkluderas bilagor under hela tidsperioden (2008-2024).
- Tidskrifter
- TV
- Internet
- Oavsett distribution/plattform/annonsformat

Totalt cirka 250 stycken titlar/program/hemsidor. De flesta av dessa är hybrider av ovanstående distributionsformat.



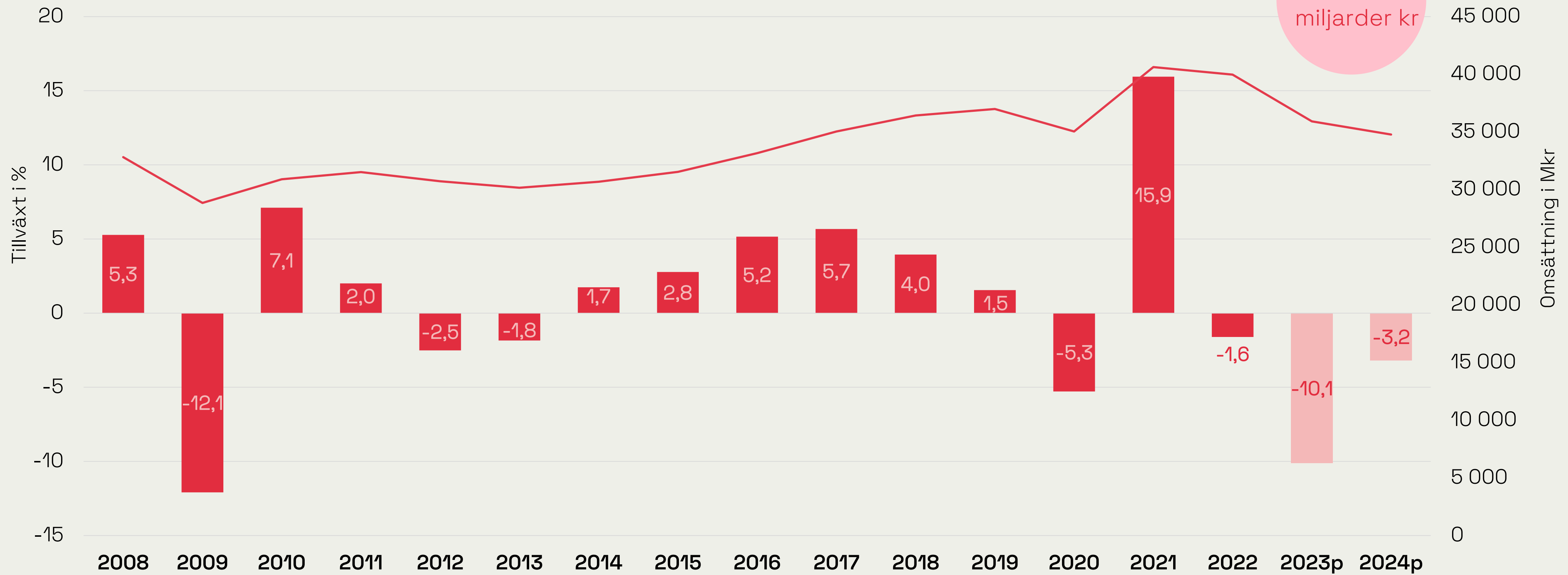
Introduktion till reklammarknaden



Total annonsinvestering 2008 – 2024p

Total annonsinvestering 2008 – 2024p

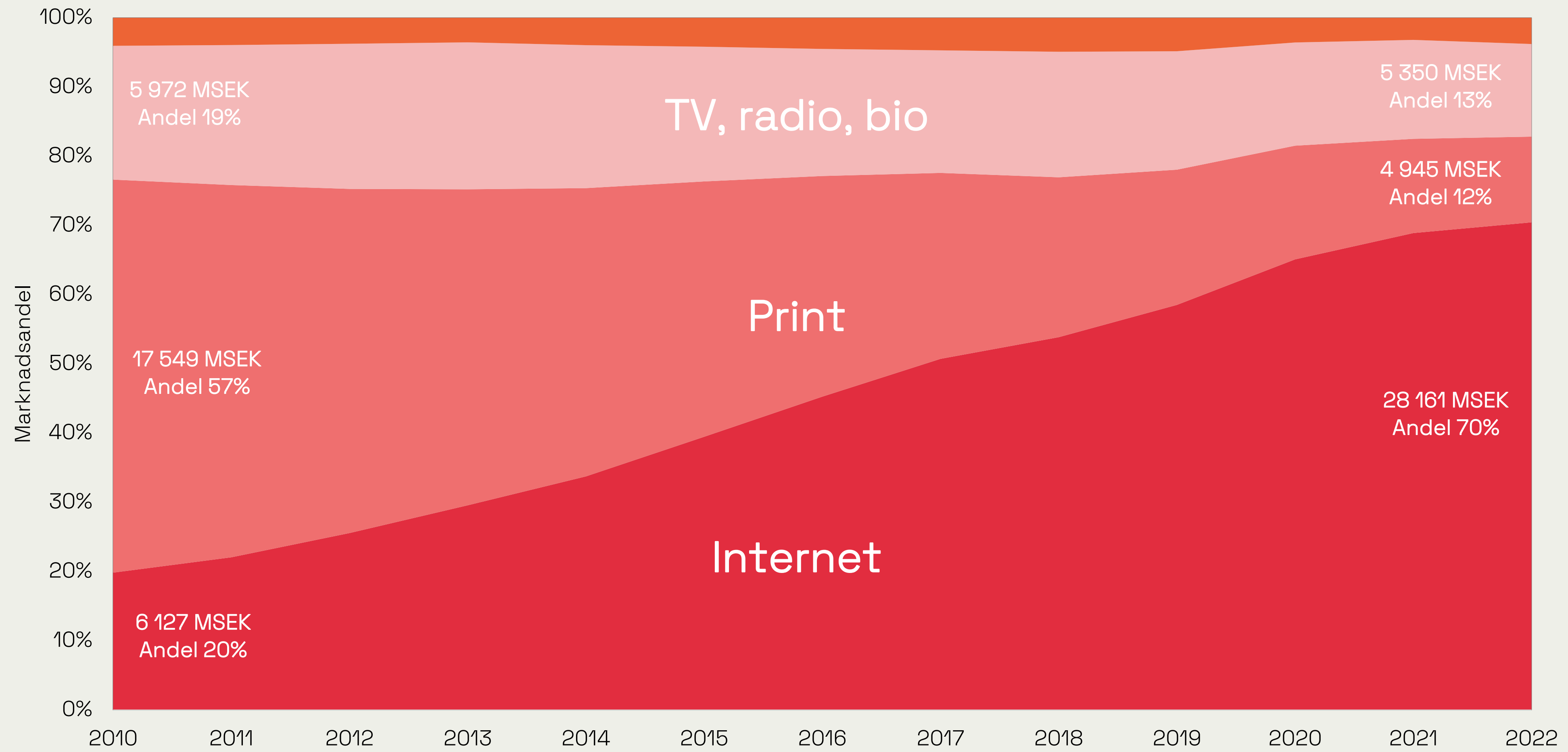
Fasta priser, basår 2008

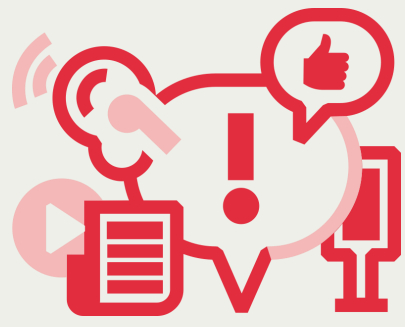


34,8
miljarder kr

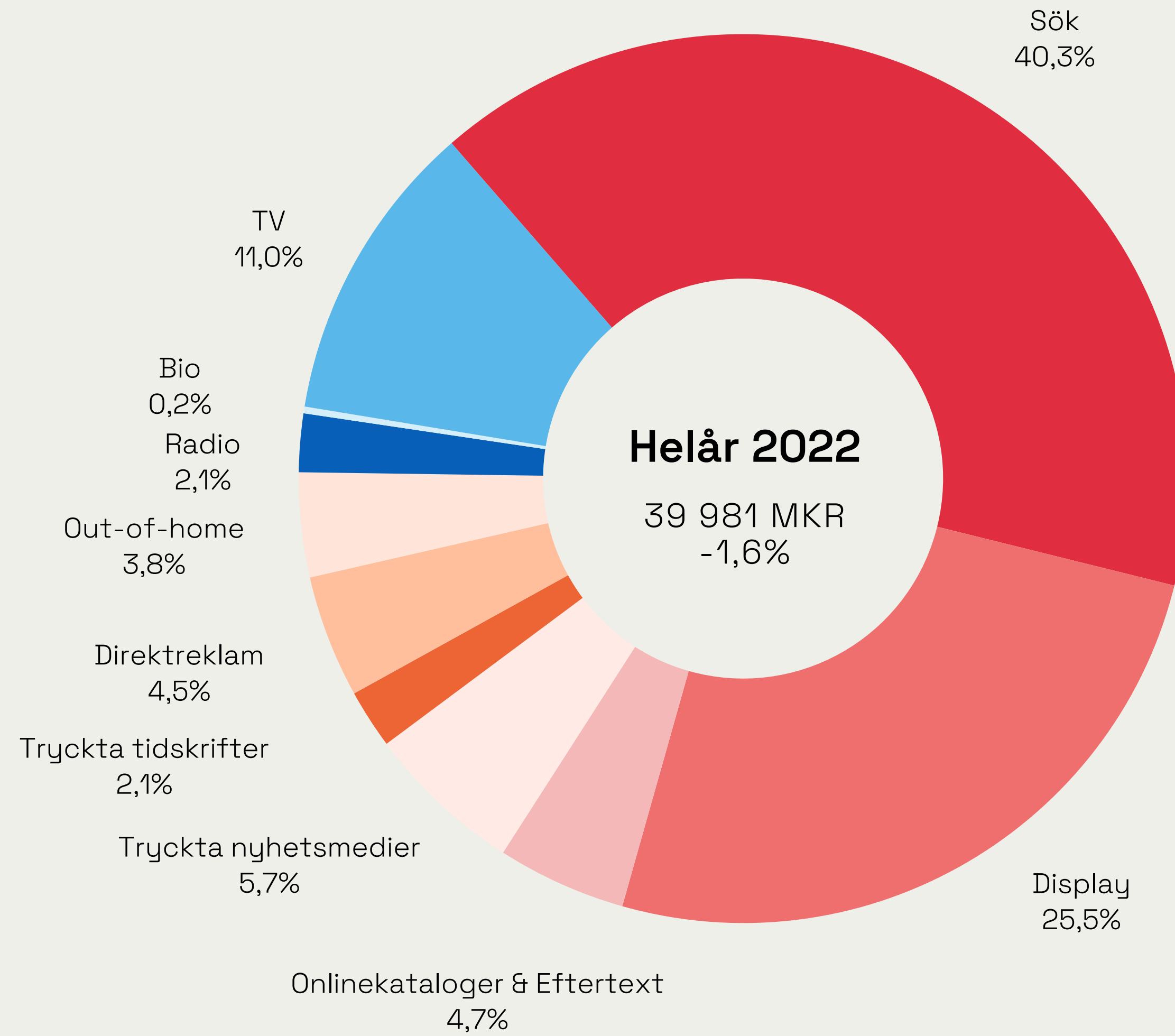


Strukturellt skifte till digitalt



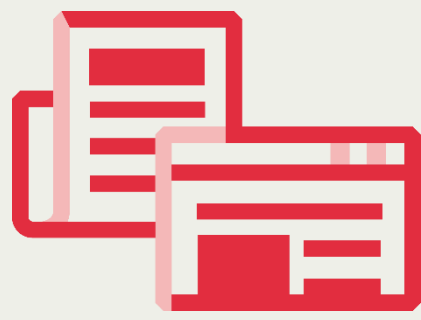


Mediekakan 2022



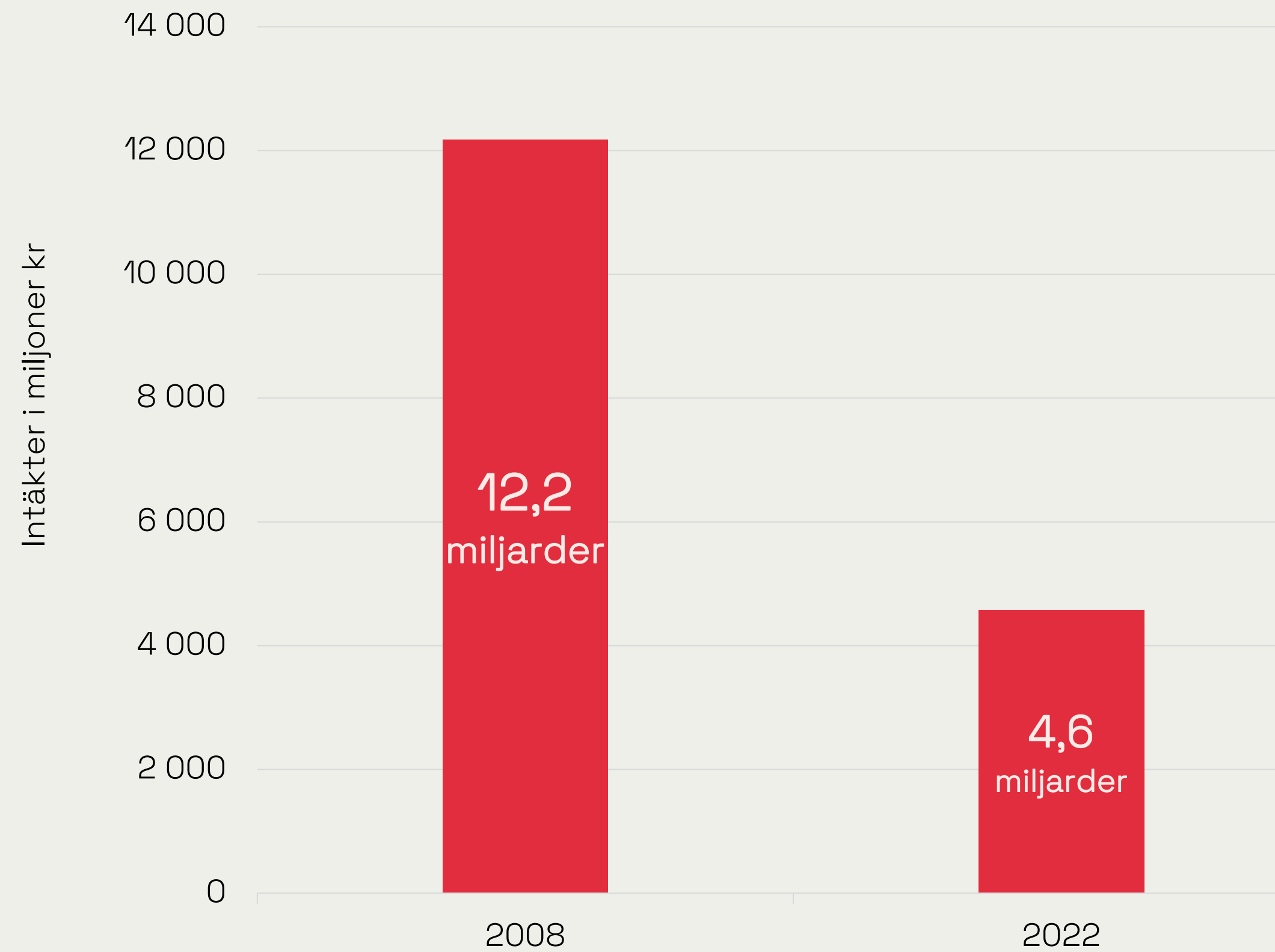


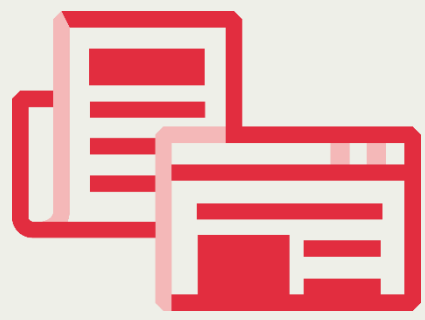
Annonsinvestering i medier med nyhetsjournalistik



Annonsinvestering 2008 vs. 2022

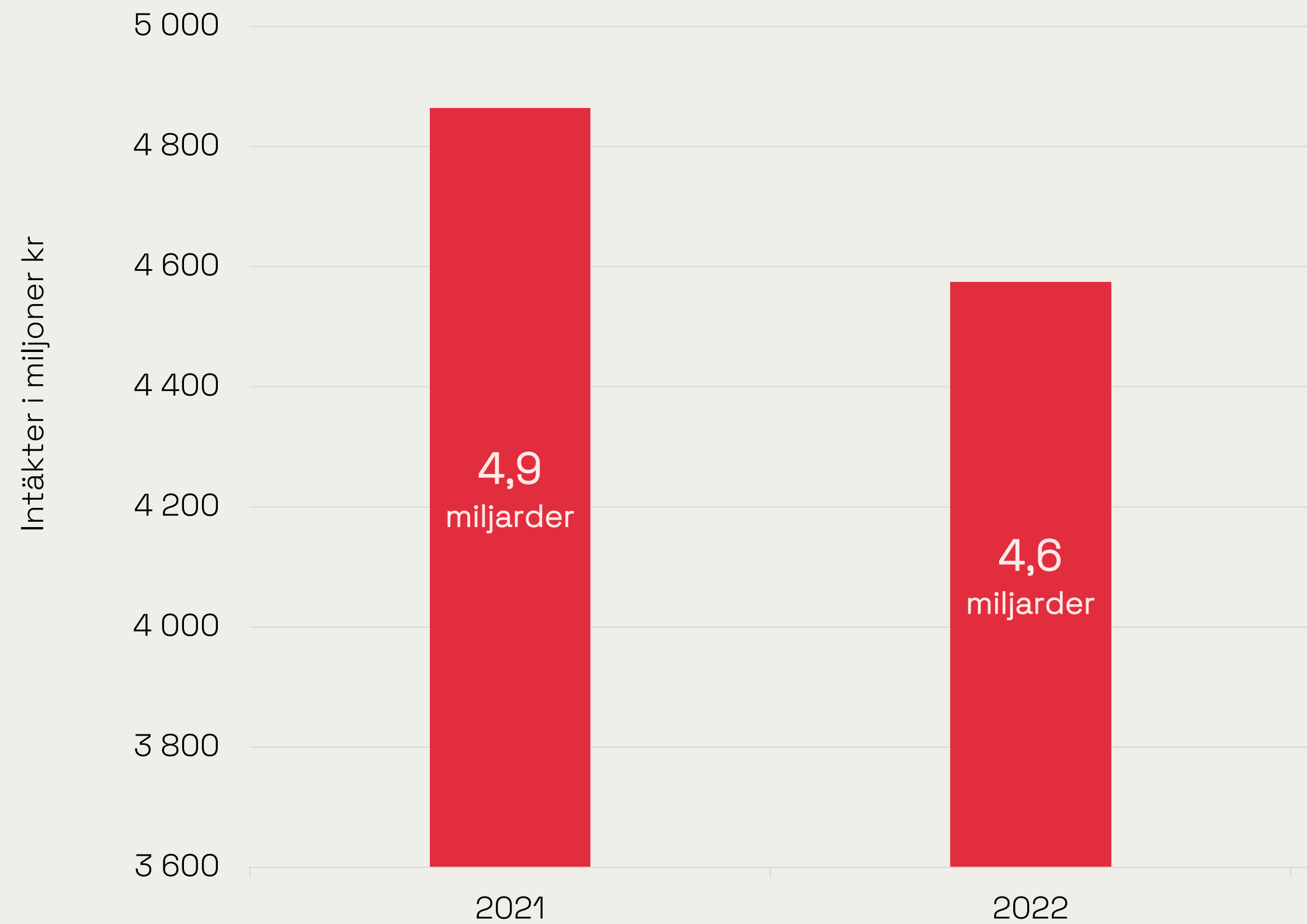
Reklamintäkter hos medier med nyhetsjournalistiskt innehåll
Fasta priser, basår 2008

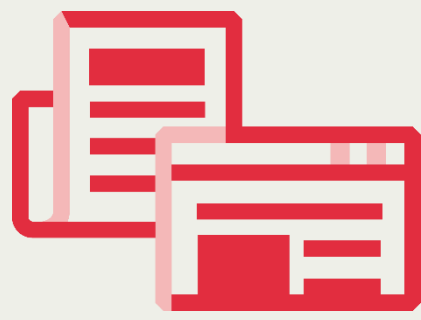




Annonsinvestering 2021 vs. 2022

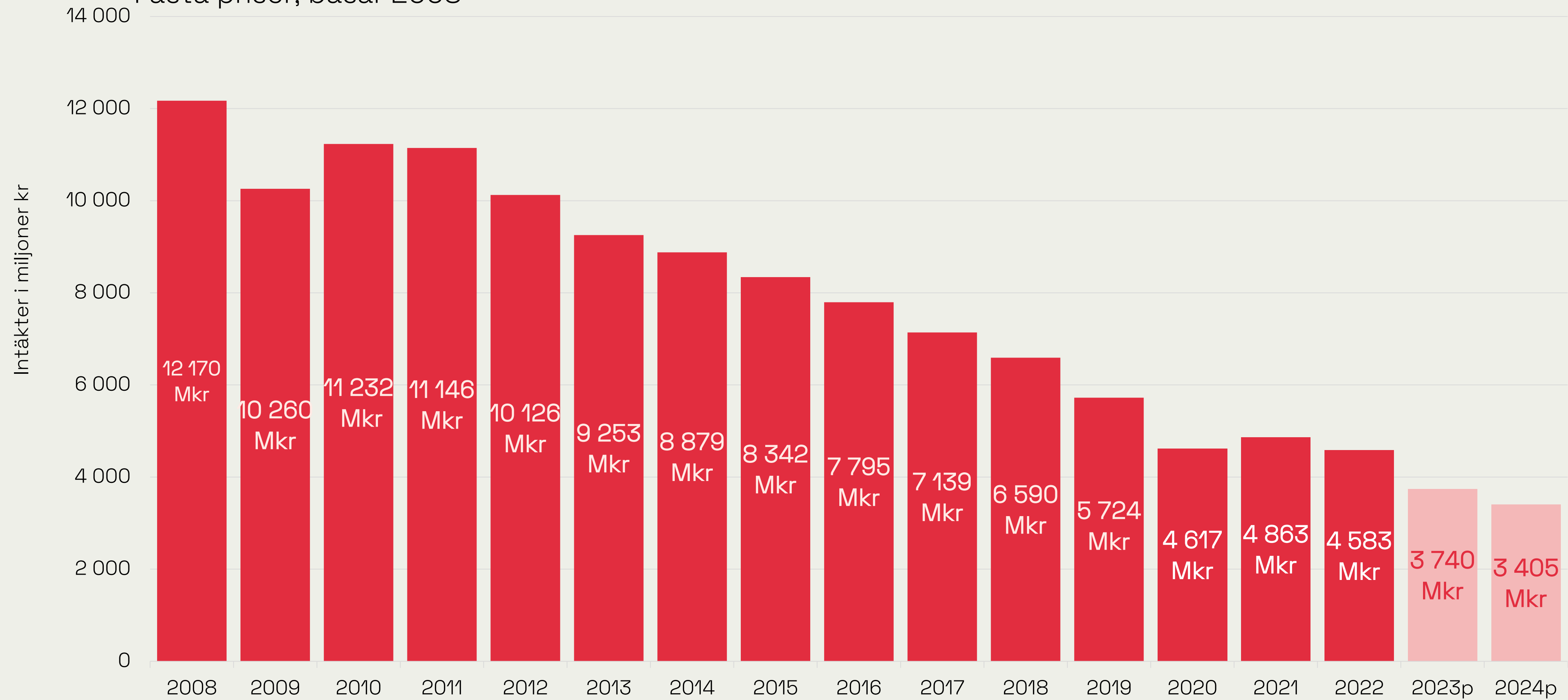
Reklamintäkter hos medier med nyhetsjournalistiskt innehåll
Fasta priser, basår 2008

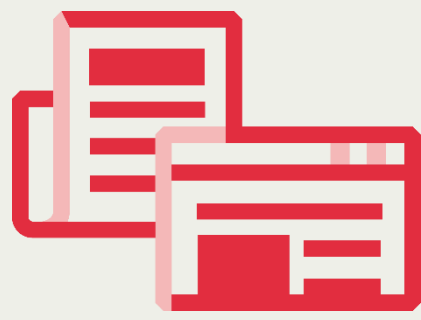




Reklamutveckling 2008-2024p

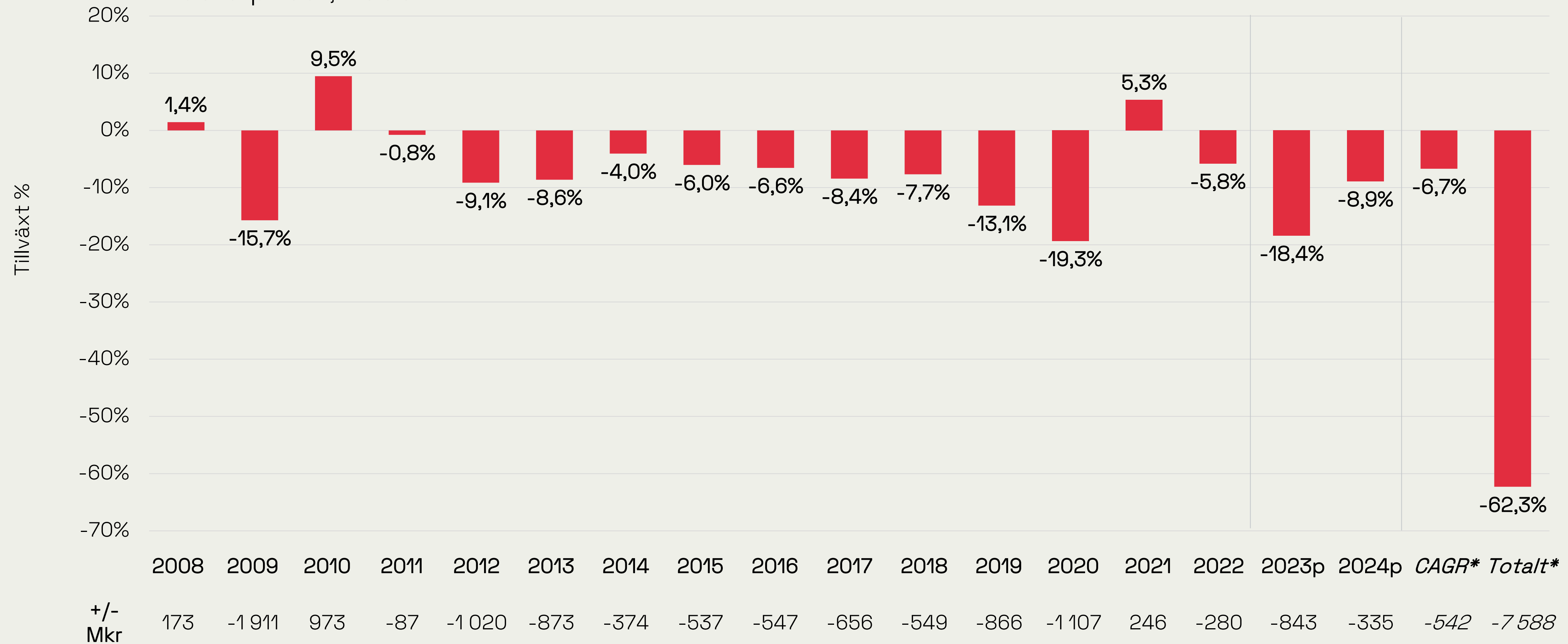
Reklamintäkter hos medier med nyhetsjournalistiskt innehåll 2008-2024p
Fasta priser, basår 2008



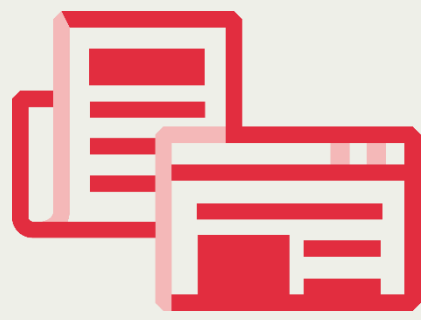


Förändring per år 2008-2024p

Tillväxt i annonsinvestering hos medier med nyhetsjournalistiskt innehåll
Fasta priser, 2008

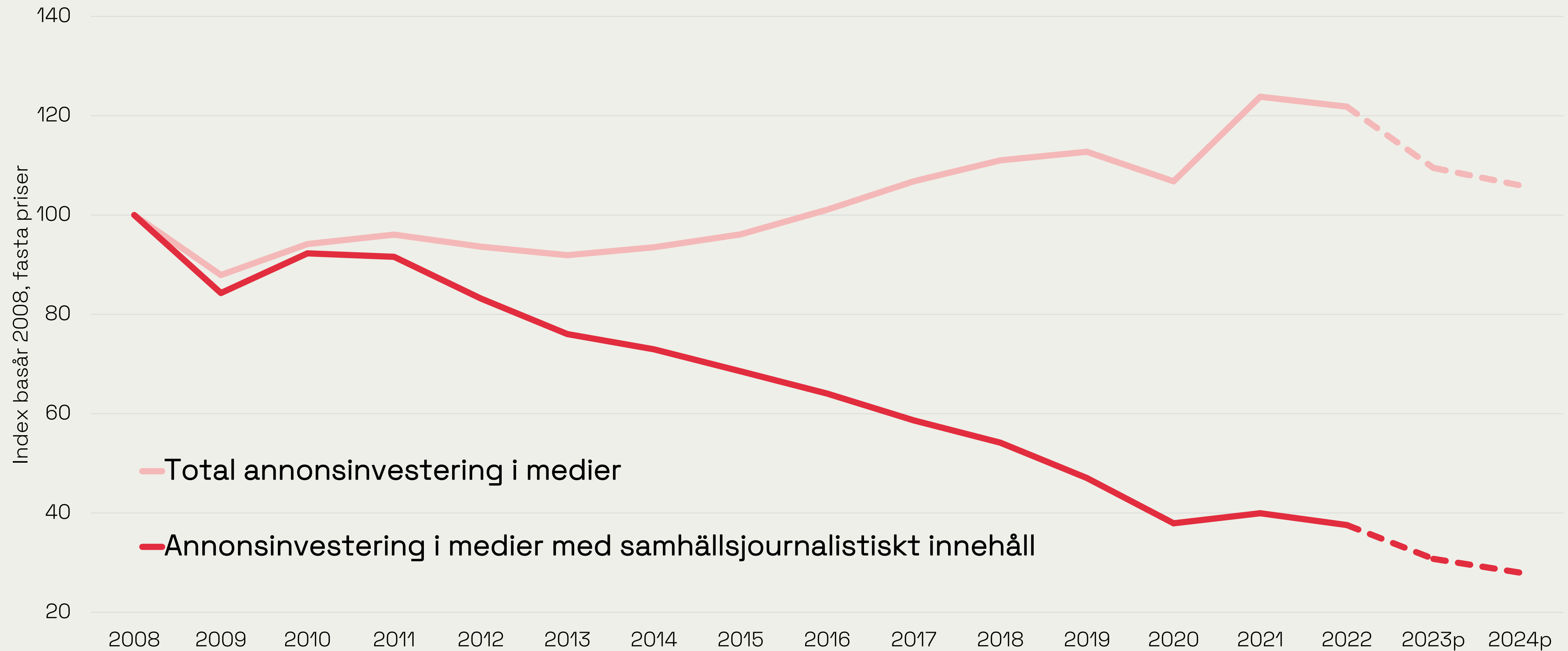


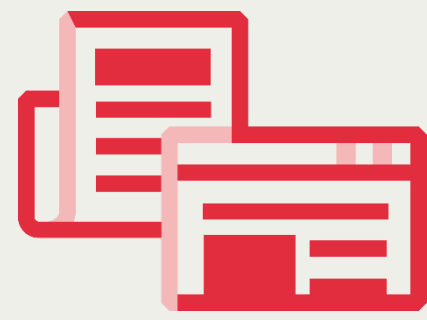
*Endast faktiska utfall inkluderade vilket innebär perioden 2008 – 2022.



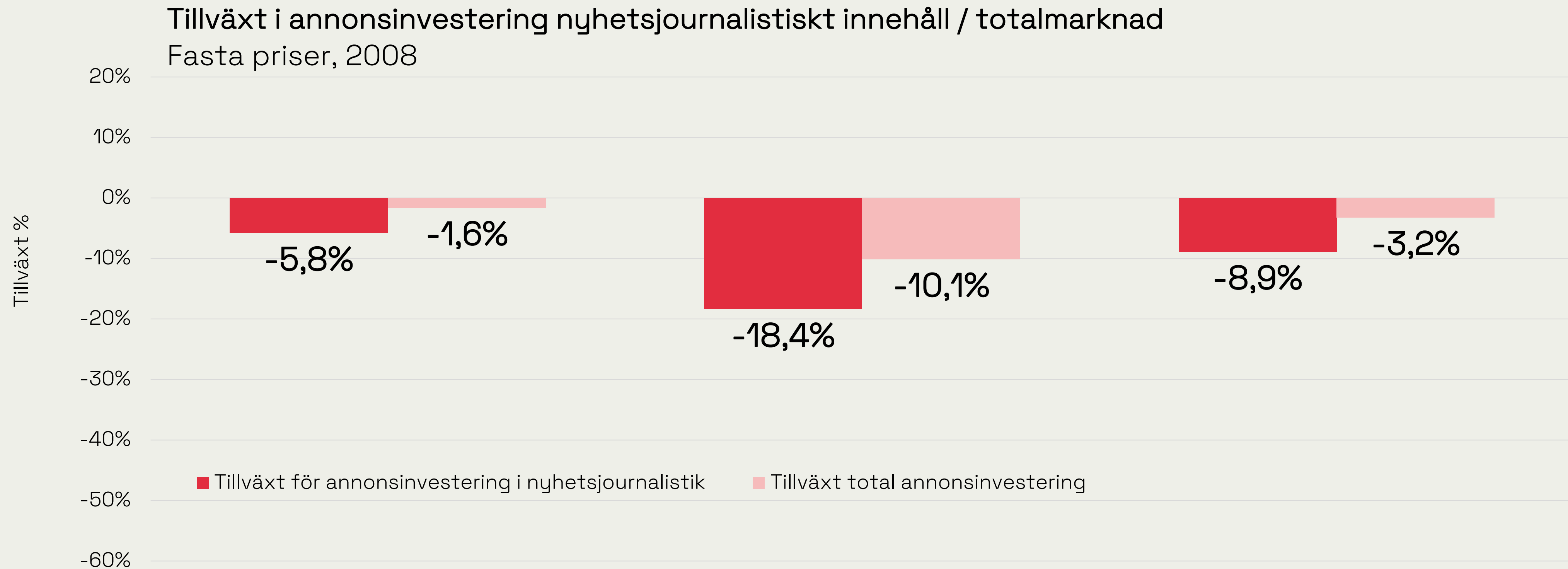
Index 2008-2024p

Index annonsinvestering 2008-2024p
Fasta priser, basår 2008

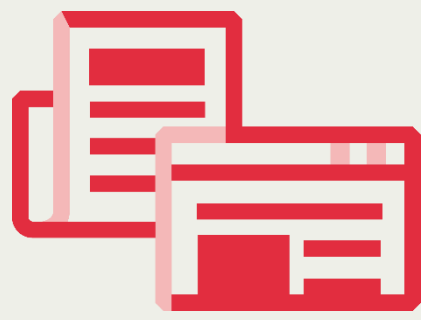




Jämförelse journalistik vs. totalmarknad 2022-2024p



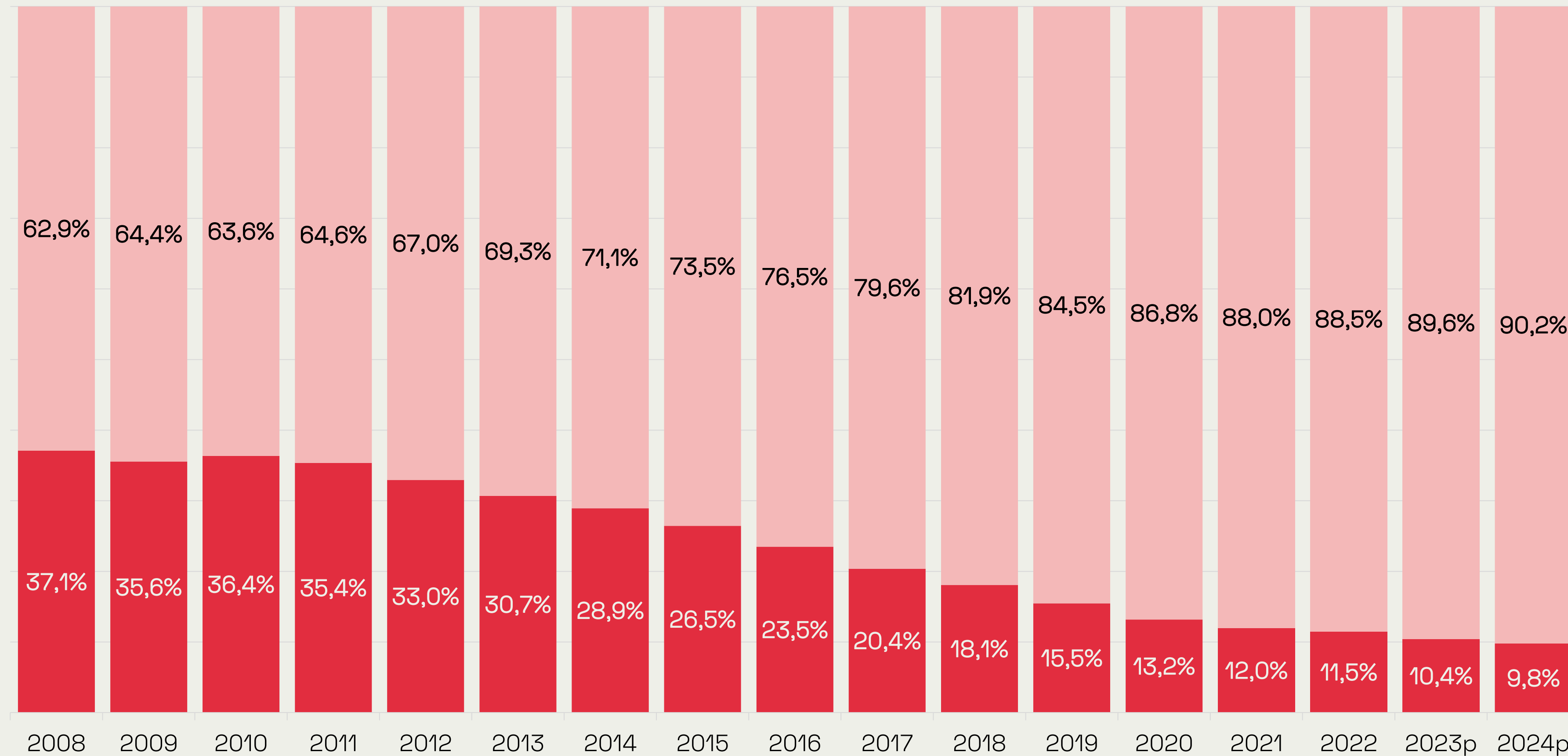
	2022	2023p	2024p
+/- Mkr Journalistik	-280	-843	-335
+/- Mkr Totalmarknad	-643	-4 057	-1 152

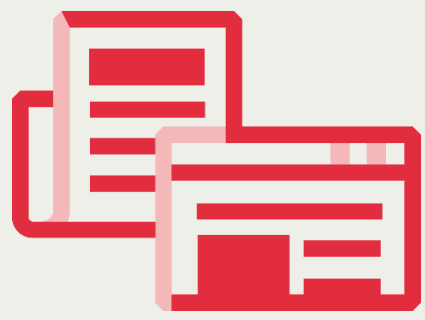


Andelsutveckling 2008-2024p

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

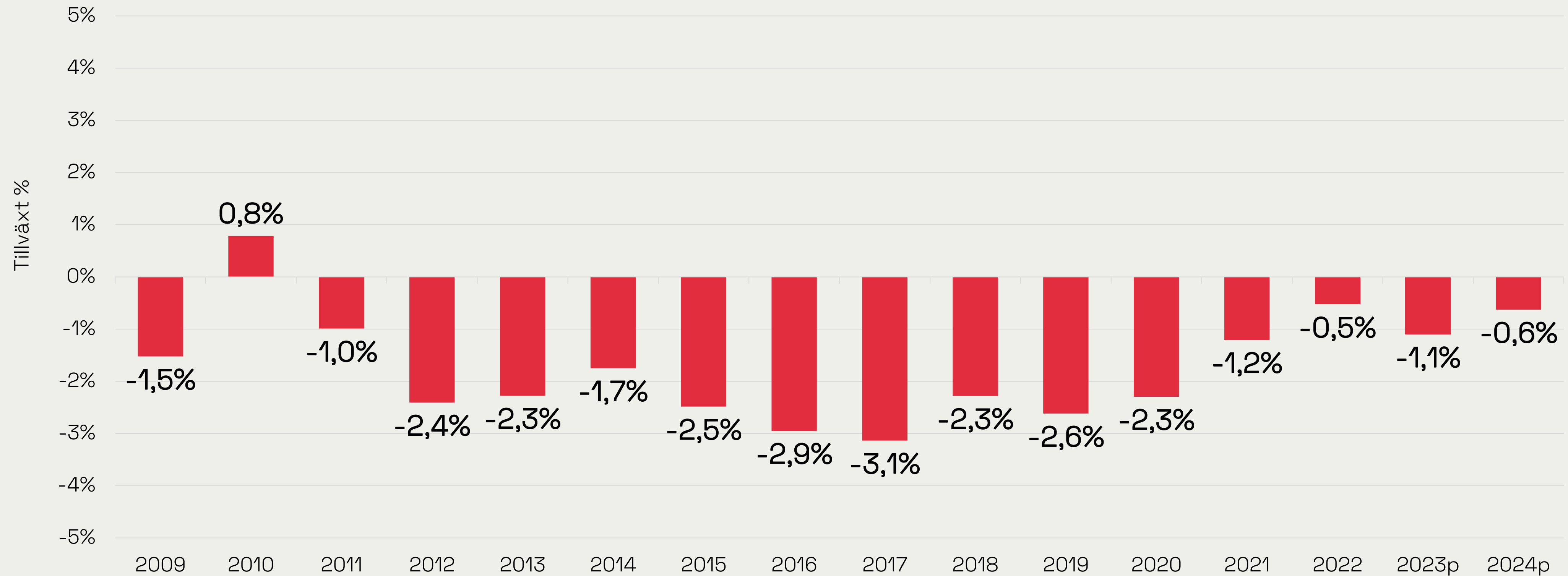
Övrigt
Journalistik





Förändring i andel per år 2009-2024p

Förändring i andel av annonsinvestering hos medier med nyhetsjournalistiskt innehåll
Fasta priser, basår 2008

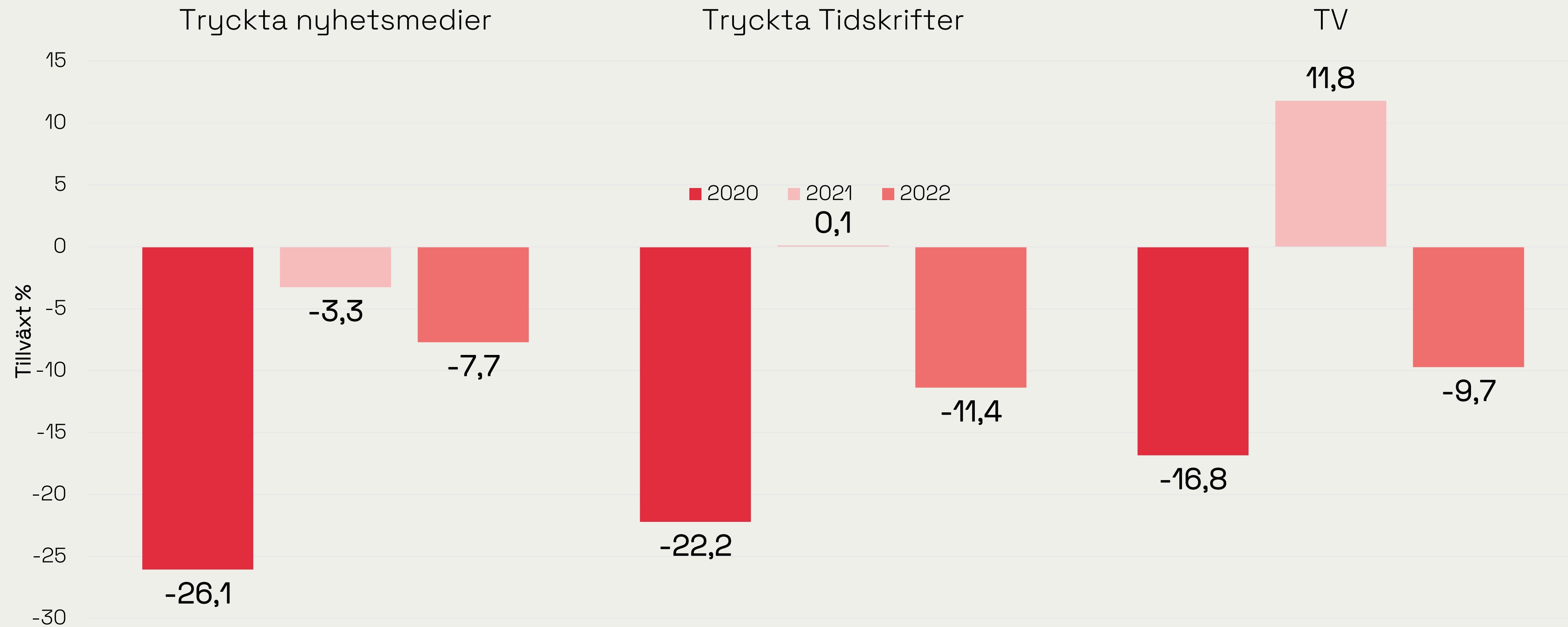




**Utveckling för kategorier där
delar av intäkterna tillfaller journalistik**



Viktiga kategorier för journalistik 2020-2022

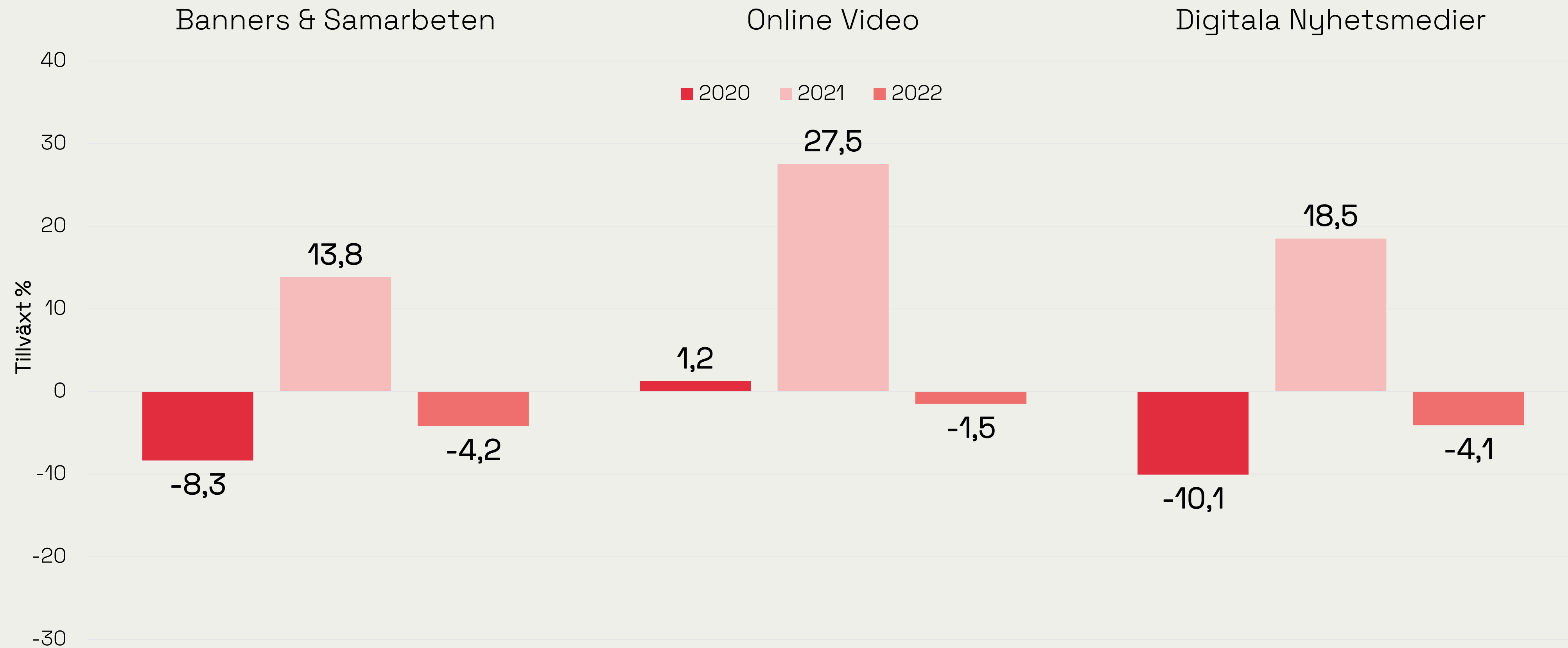


Fasta priser, basår 2008

	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Mkr	2 579	2 495	2 303	558	559	495	4 363	4 878	4 404

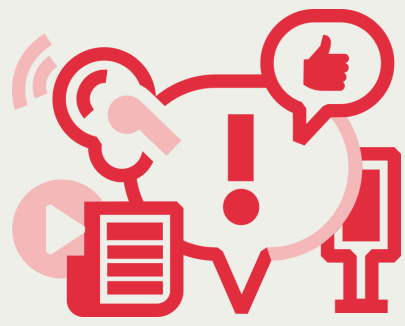


Viktiga kategorier för journalistik 2020-2022

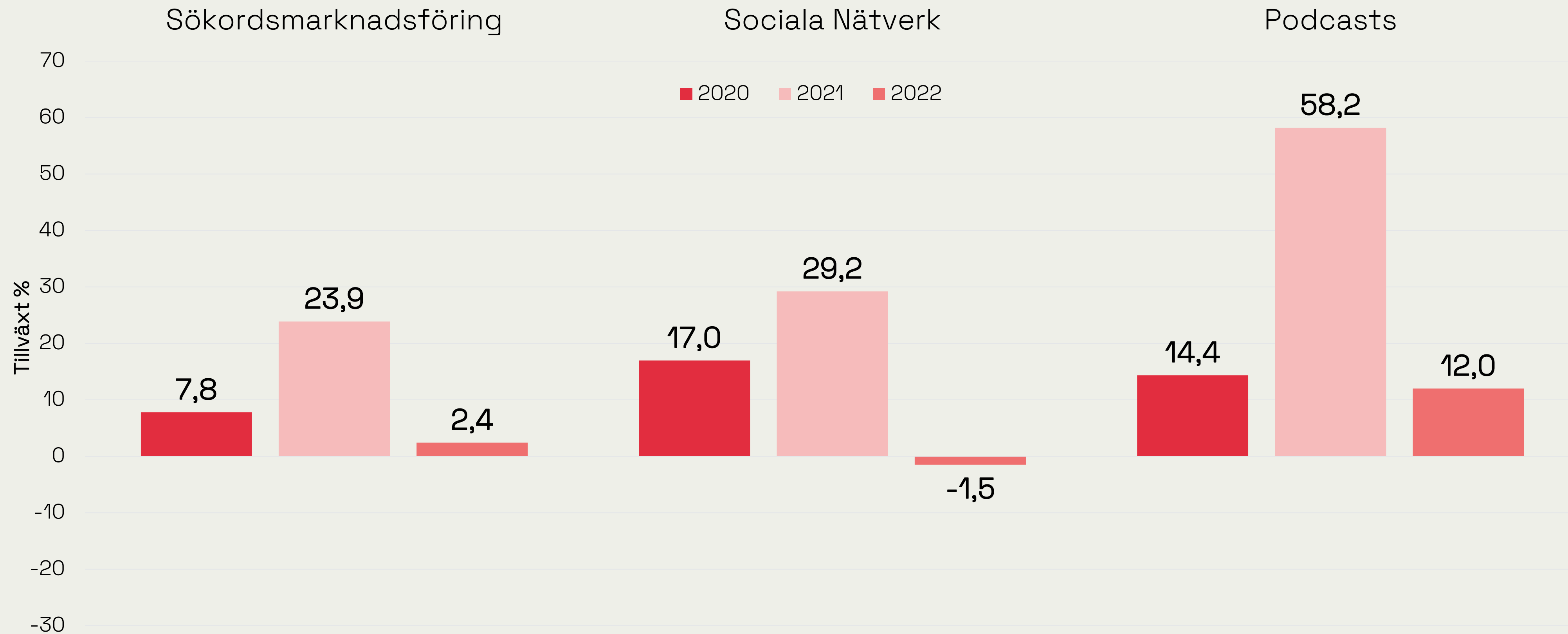


Fasta priser, basår 2008

	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Mkr	2 986	3 399	3 257	1 776	2 265	2 230	1 662	1 969	1 889



Kategorier som tar andelar 2020-2022

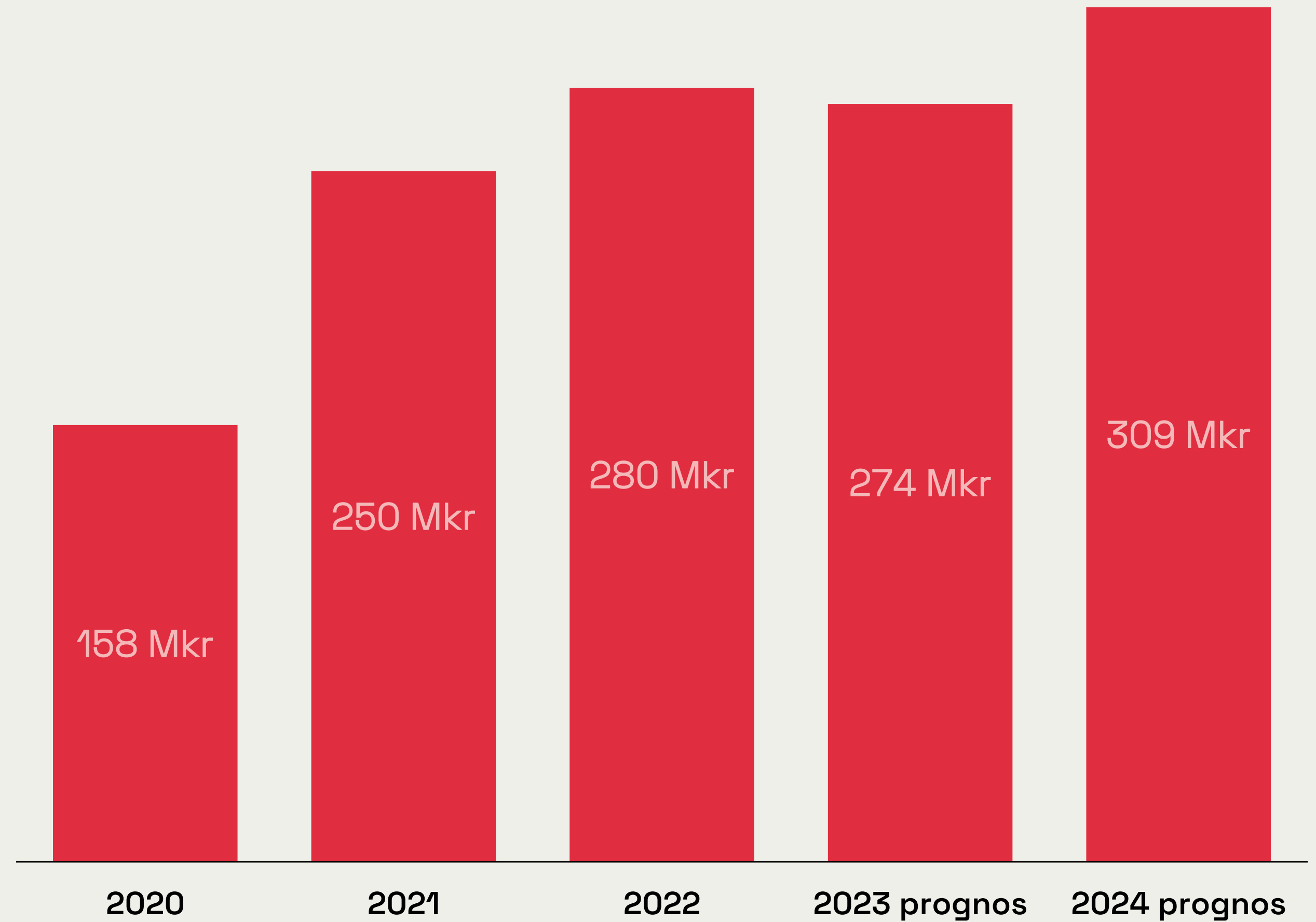


Fasta priser, basår 2008

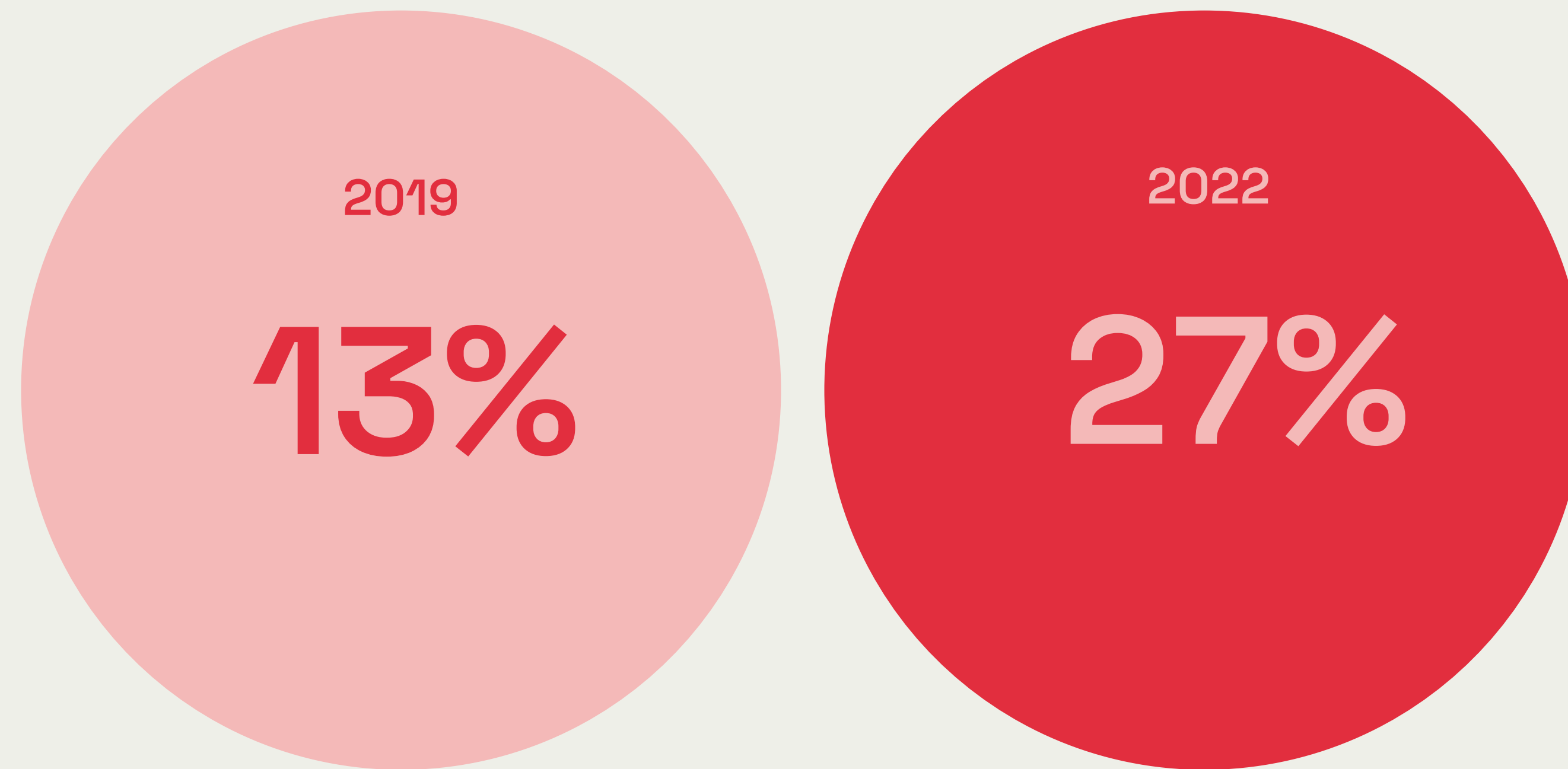
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Mkr	12 684	15 713	16 092	3 473	4 487	4 420	158	250	280

Annonsmarknaden för podcasts

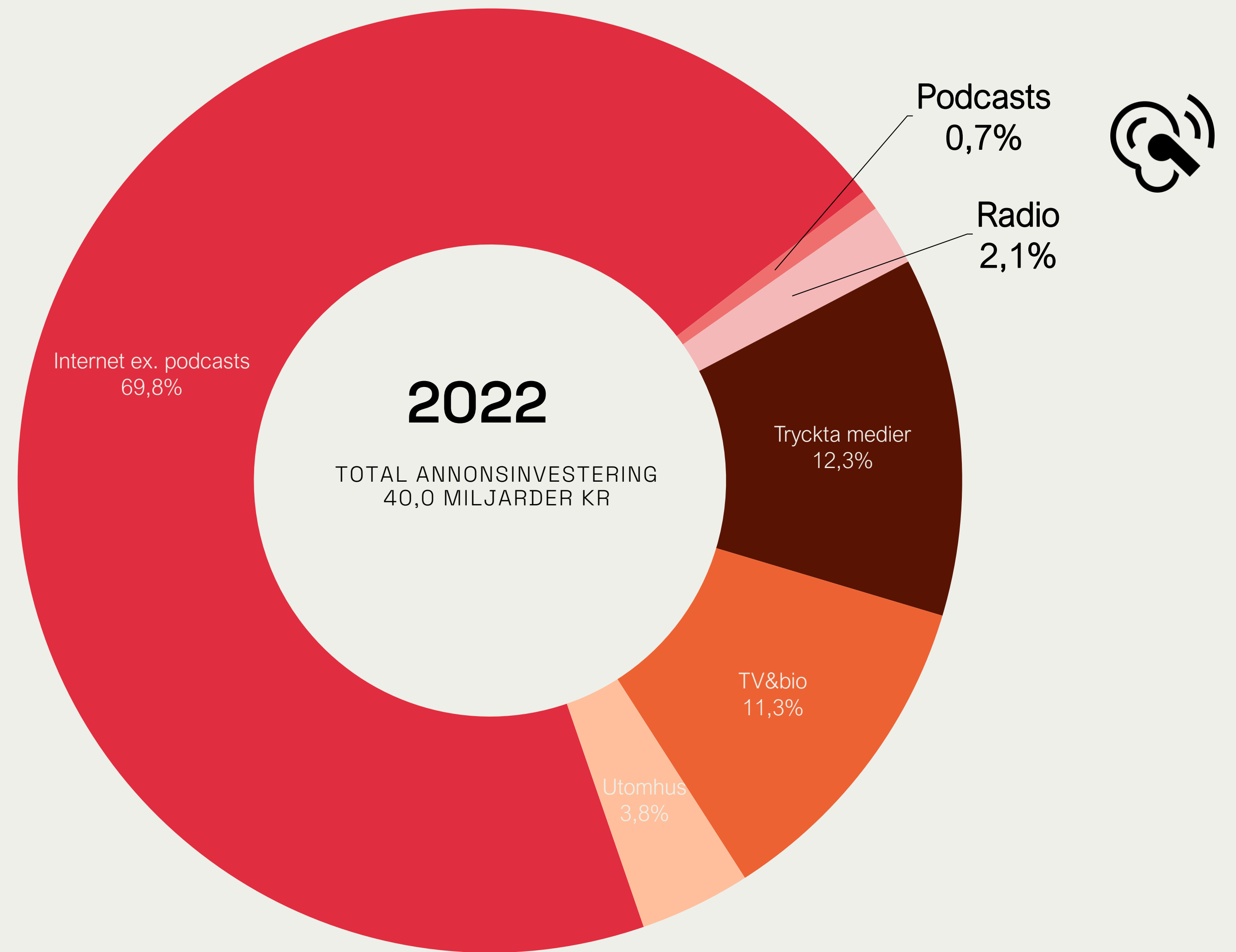
Fasta priser, basår 2008



Podcasts har fördubblat sin andel av ljudmedier på 4 år



Så fördelar annonsörerna sina investeringar 2022



Tack!

Per Henckel & Madeleine Thor
08-663 04 90
info@irm-media.se
www.irm-media.se