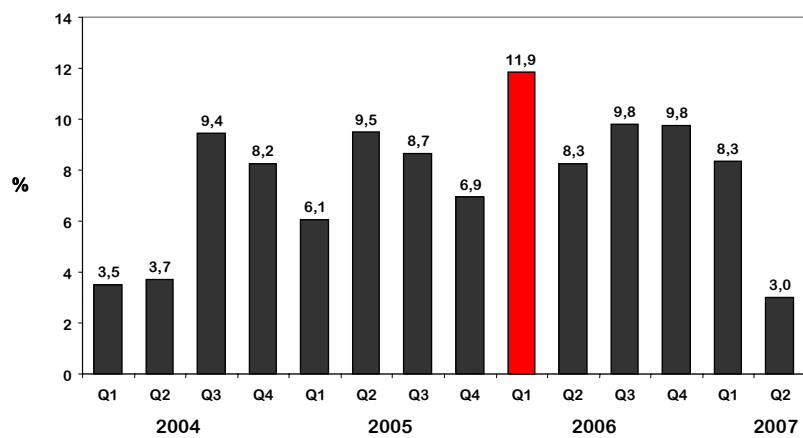


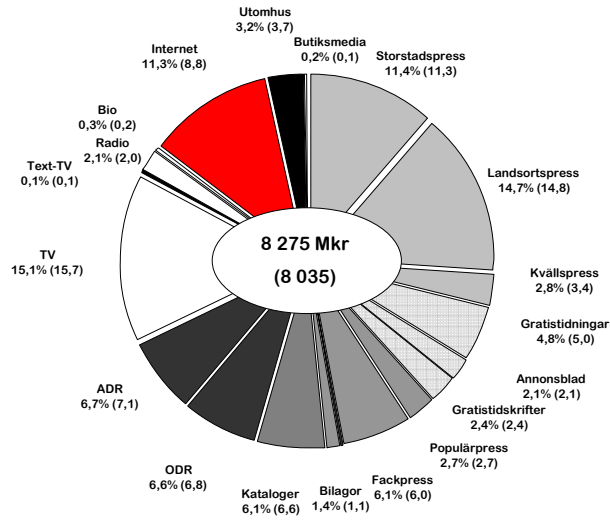
Reklamens utveckling och trender 2008

Elisabeth Trotzig, IRM

Tillväxt i mediemarknaden Q1 2005 – Q2 2007



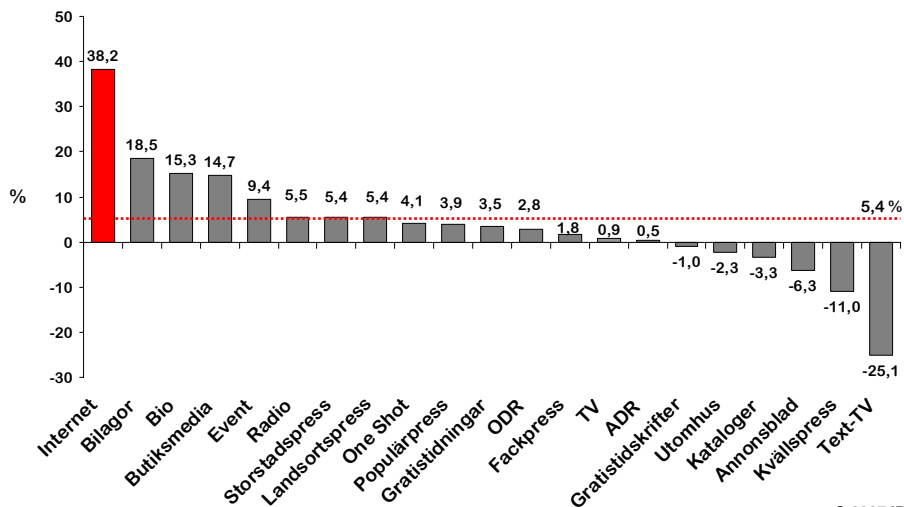
Mediekakan Q2 2007



© 2007 IRM

Tillväxt per mediegrupp H1 2007

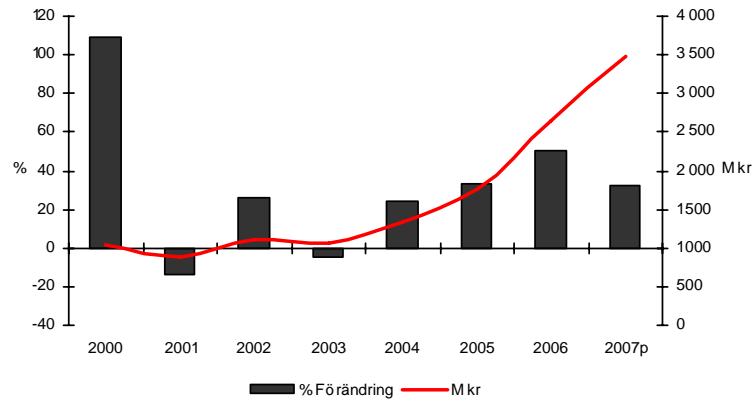
Procentuell förändring, löpande priser



© 2007 IRM

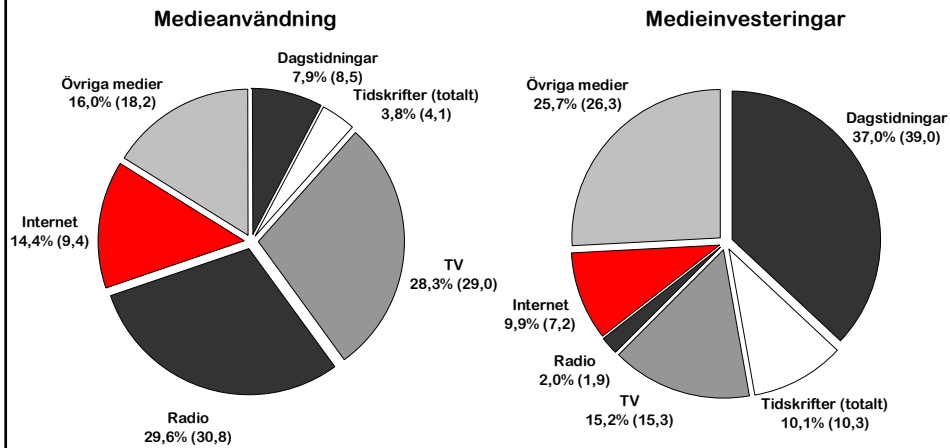
Internetreklamens utveckling, 2000-2007

Löpande priser, Mkr, tillväxt. Utfall 2000-2006, prognos 2007



© 2007 IRM

Mediekonsumtion och spending 2006

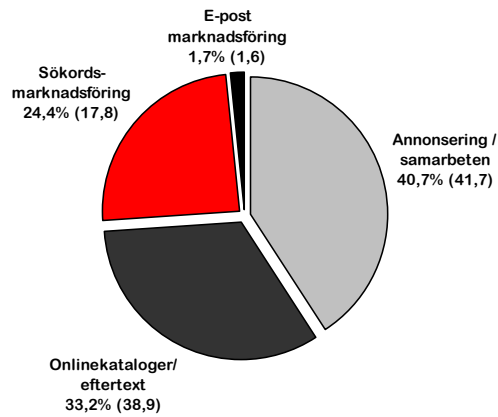


Källa: IRM, Nordicom

© 2007 IRM

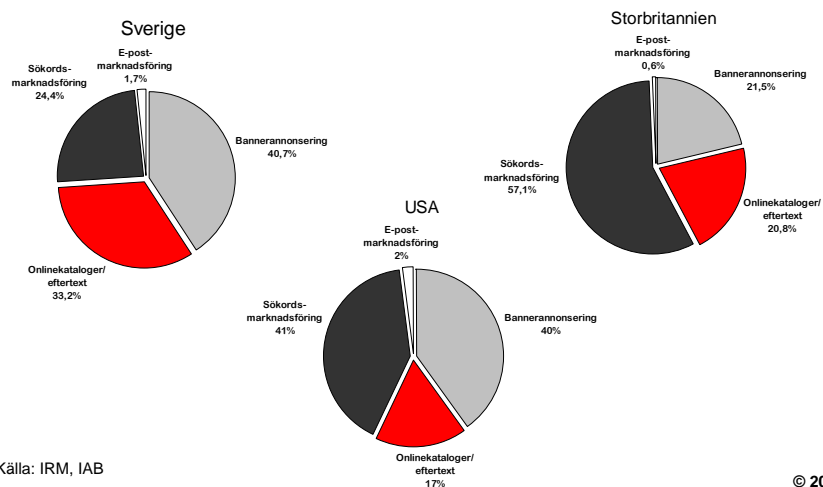
Internetannonseringen fördelat per kategori

Första halvår 2007, samma period föregående år inom parentes



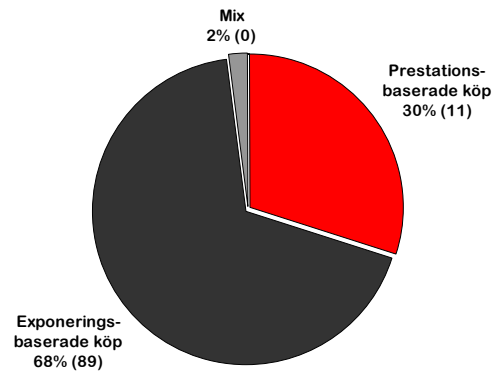
Internetreklamens fördelning

Internet per annonskategori (%) första halvåret 2007



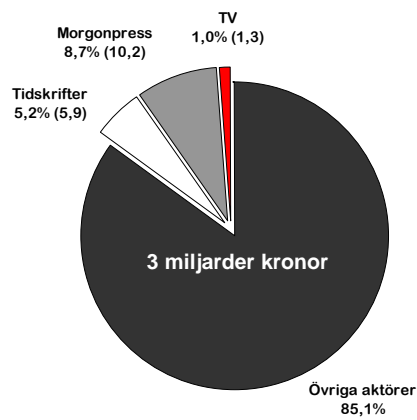
Betalningsmodeller 2006

Procentuell andel, 2004 inom parentes

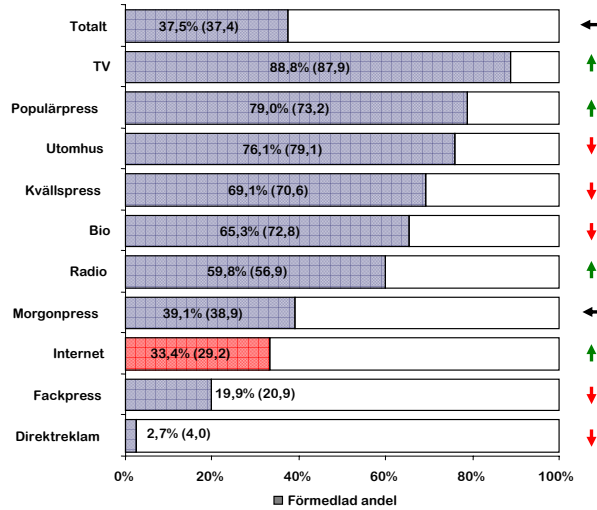


Etablerade mediers andel av Internetannonseringen 2006

Procentuell andel, föregående år inom parentes



Andel förmedlad annonsering första halvåret 2007

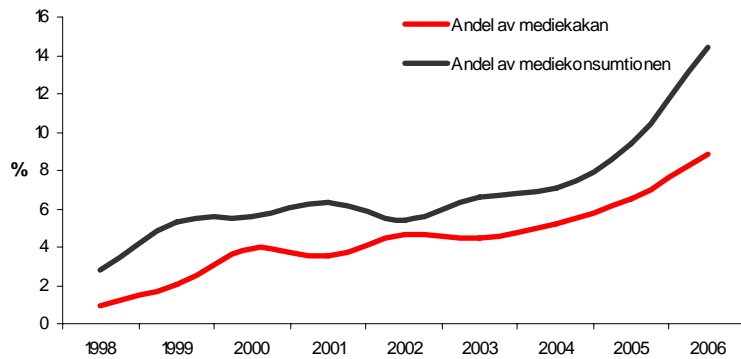


Källa: IRM, Sveriges mediebyråer

© 2007 IRM

Mediekonsumtion och medieinvesteringar på Internet

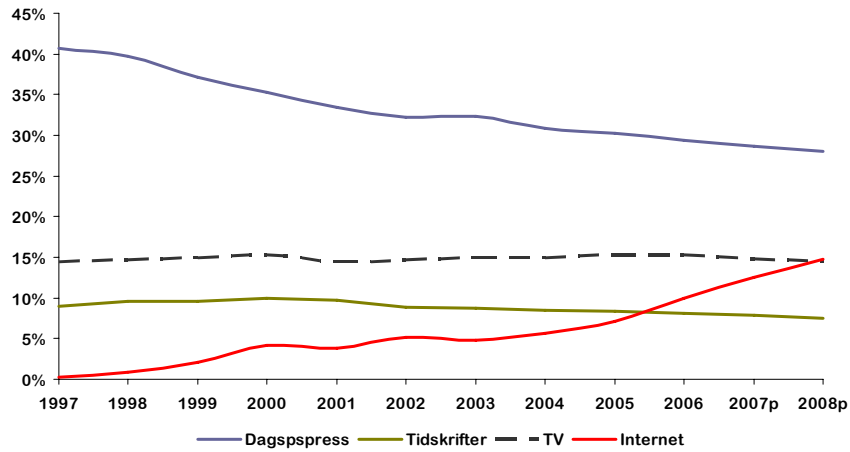
Andel i procent, 1998-2006



© 2007 IRM

Andel av mediekakan 1997-2008

Utfall 1997-2006, prognos 2007-2008



© 2007 IRM

www.irm-media.se

www.irm-media.no

© 2007 IRM