

Pressemeddelelse 11. april 2019

Stærk vækst på den digitale annoncering

Den samlede online annonceomsætning steg mere end 700 mio. kr. i 2018, viser den årlige online markedsstatistik fra Danske Medier og Kreativitet & Kommunikation.

Annonceomsætningen på de digitale medier steg fortsat men med betydelige forskelle i vækstraterne. 'Display', og 'Søgeord' oplevede fortsat tocifrede stigninger. Samtidig voksede 'Markedspladser' og 'Permission Marketing' mindre end den øvrige digitale omsætning.



Rapporten viser, at mobil-annoncering, der alene omfatter annoncering indkøbt specifikt til mobil, for alvor fik fat i markedet og steg med over 30 procent i forhold til 2017.

For det automatiserede salg, også kaldet 'Programmatic', var det særligt mobil og web-tv, der drev væksten i 2018.

Unikt indblik i den samlede digitale annoncering

Rapporten er for første gang udarbejdet i et samarbejde mellem Danske Medier og Kreativitet & Kommunikation og bygger videre på mere end 10 år historiske data hos Danske Medier, der bygger på dataindsamling hos medlemmerne foretaget af Deloitte.

Markedsstatistikken bygger således på indberetning fra medlemmer, mediebyureauernes omsætning, som den er indberettet til Kreativitet & Kommunikation, samt markedsestimater fra branchens aktører og ekspertvurderinger.

Prisen er 795 kr. for medlemmer af Danske Medier og Kreativitet & Kommunikation og 1.795 kr. for ikke medlemmer. Rapporten kan købes ved henvendelse til Thomas Gynild, Danske Medier, tg@dmresearch.dk.

[Link til forrige års rapporter](#)

For yderligere kommentarer eller spørgsmål kontakt:

Thomas Gynild, Analysechef, Danske Medier Research, på tg@dmresearch.dk