

29. marts 2017

Pressemeddelelse:

## Digital annoncering nærmer sig syv mia. kr.

**Den digitale annoncering holder fortsat pæn vækstrate. Samlet set steg den med knap 600 mio. kr. i år 2016 svarende til en fremgang på ni pct. i forhold til året før. Det viser den årlige Online Markedsstatistik fra Danske Medier.**

- Annonceomsætningen på de digitale medier stiger fortsat, men der er betydelige forskelle i vækstraterne. Display og Søgeord har oplevet en tocifret stigning, mens Markedspladser og Permission Marketing har haft en mere moderat vækst.

- Rapporten viser yderligere, at automatiseret salg af bannerannoncer fortsat er i massiv vækst og er blevet 13 gange større på fem år.

- Mobil omsætningen, der alene omfatter annoncering specifikt indkøbt til mobil, er vokset med mere end 50 pct. fra 2015 til 2016.

Kigger man på Markedspladser, har der været en permanent pæn fremgang på Job- og Boligmarkederne, mens Øvrige rubrik har haft mere ujævne udviklinger fra år til år. I år oplever denne kategori dog en pæn fremgang på niveau med den generelle digitale annoncefremgang.

### Hovedtabel markedsstatistik

	2015	2016	Ændring 2015-16
Display	2.001.300.000	2.201.905.000	10 pct.
Søgeord	2.740.000.000	3.017.000.000	10 pct.
Markedspladser	1.132.000.000	1.216.500.000	7 pct.
Permission marketing	250.000.000	258.000.000	3 pct.
Øvrigt	14.500.000	24.500.000	69 pct.
Samlet omsætning	6.137.800.000	6.717.905.000	9 pct.

Rapporten er udarbejdet af Danske Medier på baggrund af dataindsamling fra Deloitte.

Markedsstatistikken bygger på indberetning fra medlemmer samt markedsestimater. Rapporten kan købes via Danske Mediers website:

<http://danskemedier.dk/branchefakta/statistik/>

For yderligere spørgsmål kontakt:

Thomas Gynild  
Analysechef, Danske Medier  
Mobil: 2053 3970  
Mail: [tg@dmresearch.dk](mailto:tg@dmresearch.dk)