

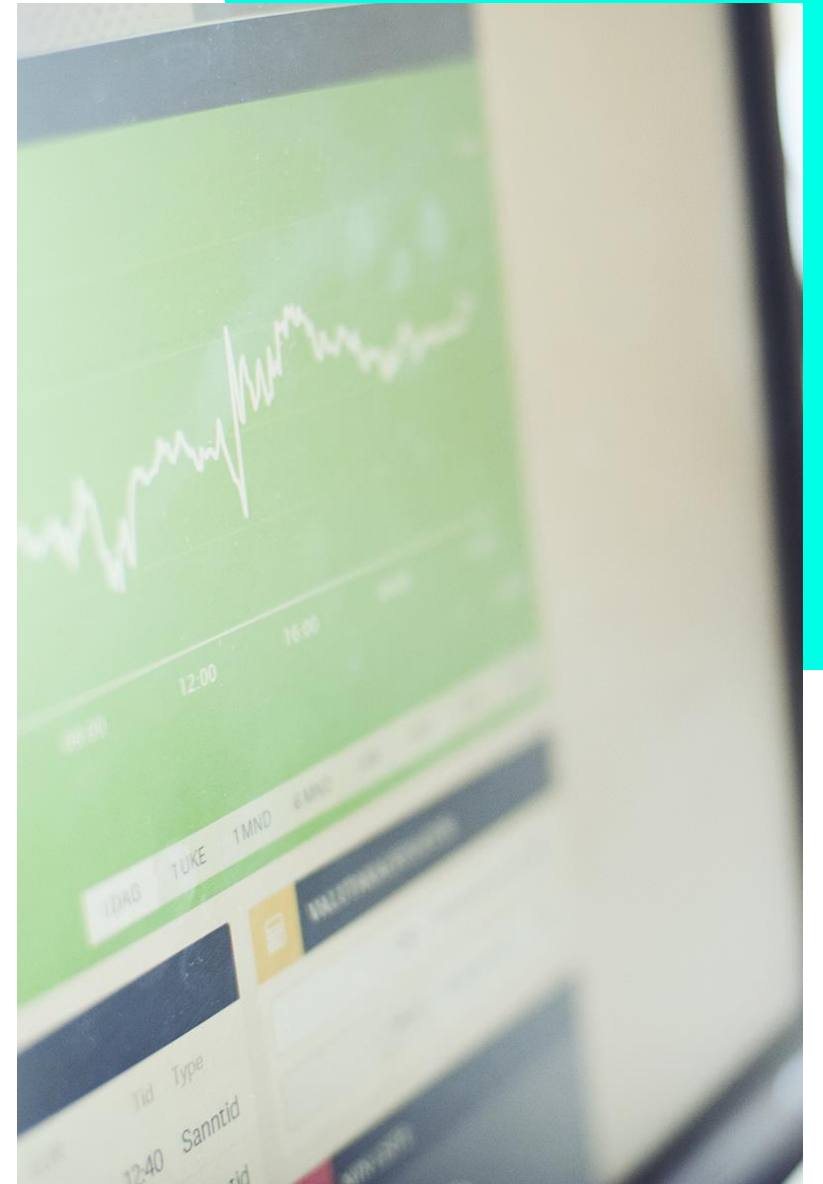
Utvikling av pengespillreklame på TV-kanaler rettet mot norsk publikum

Datagrunnlag fra Nielsen Media Research for perioden
1. august 2018 til 31. juli 2019

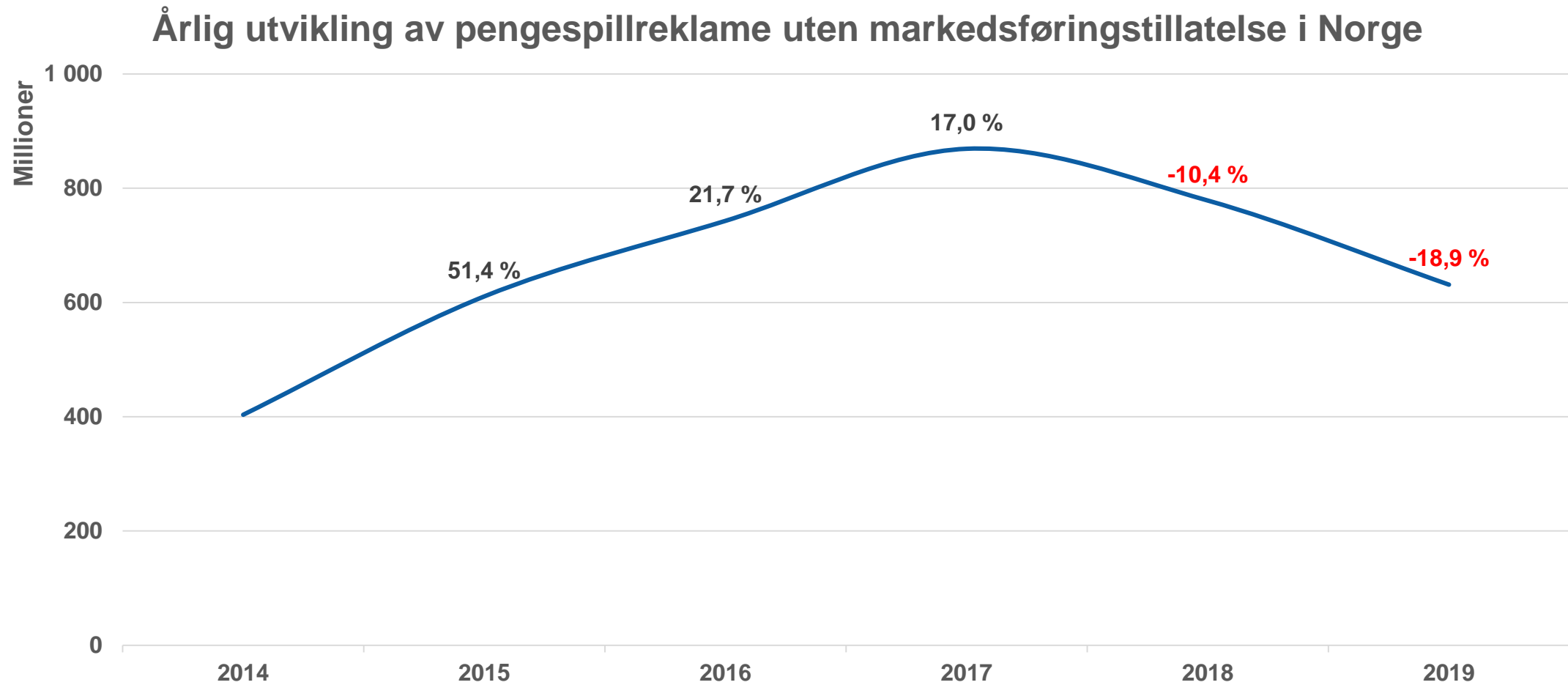


Om undersøkelsen

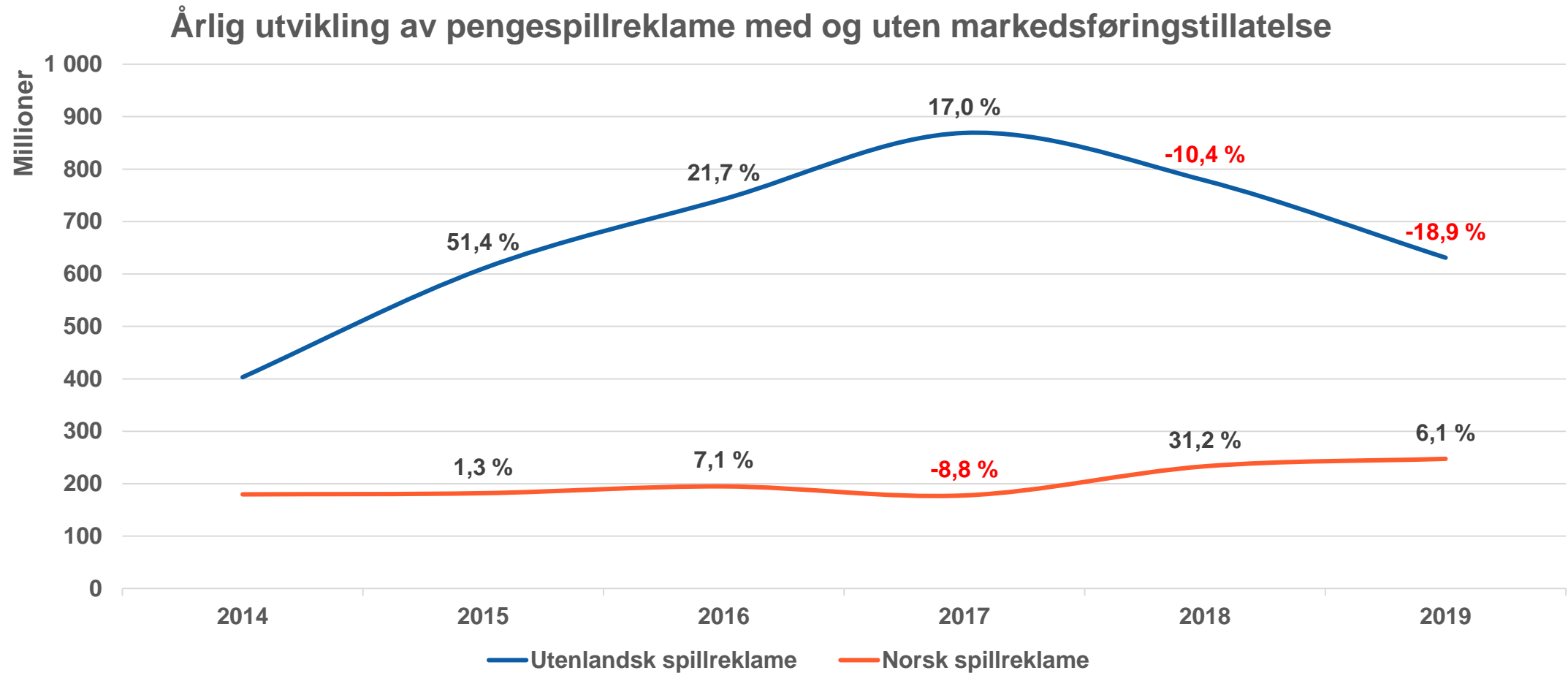
- Medietilsynet har kjøpt reklamestatistikk fra Nielsen Media Research hvor pengespillreklame sendt av de viktigste fjernsynskanaler som er tilgjengelig for norske seere er registrert.
- Statistikken omfatter norske fjernsynskanaler og utenlandske fjernsynskanaler som er rettet mot Norge, altså under et annet lands jurisdiksjon.
- Hovedfunnene er at det totale markedet for pengespillreklame har falt fra forrige måling og at de utenlandske spillselskapenes andel av markedet blir mindre.



Nedgang i utenlandsk pengespillreklame rettet mot norske seere

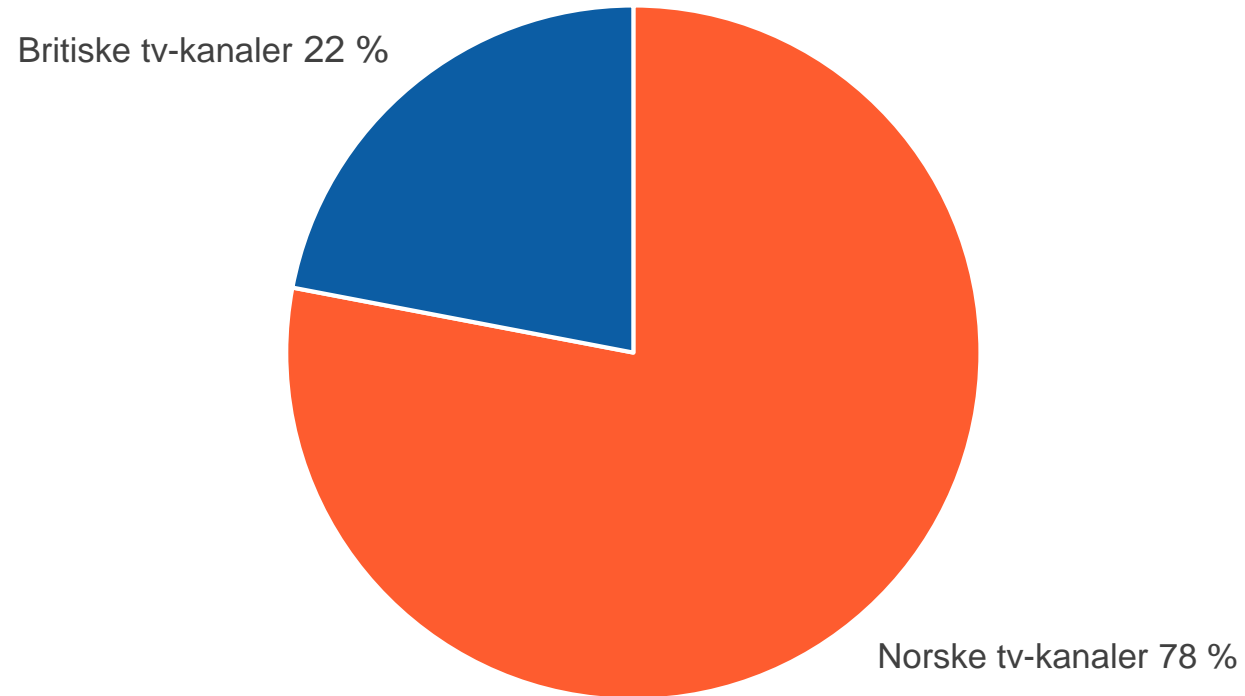


Andelen utenlandsk pengespillreklame faller, mens andelen norsk pengespillreklame øker



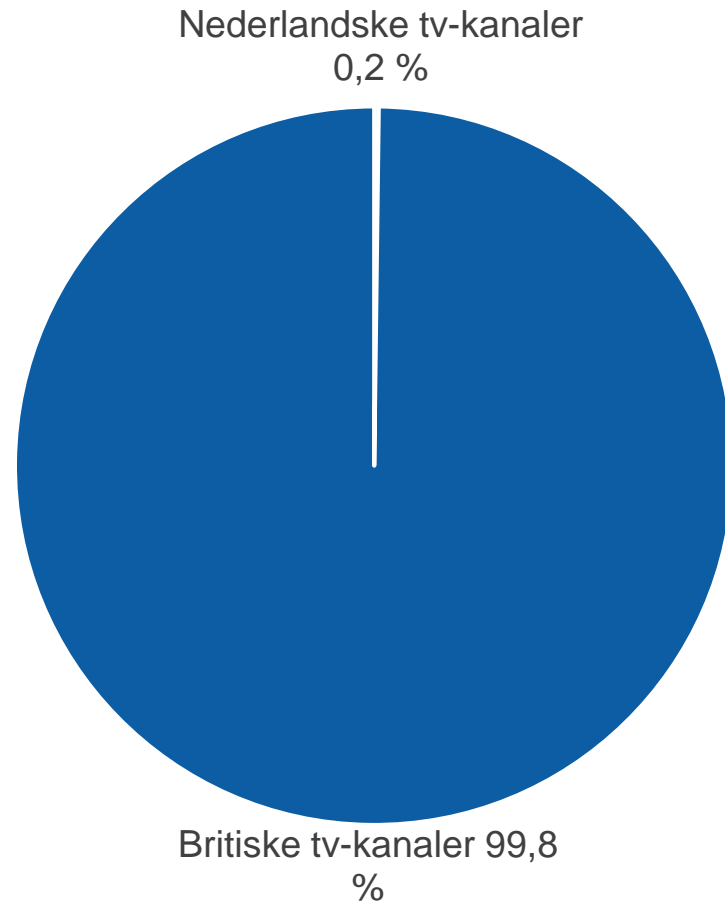
Her plasserer norske pengespillselskaper reklamekronene

Andel bruttoreklamekroner fordelt etter tv-kanalenes senderland

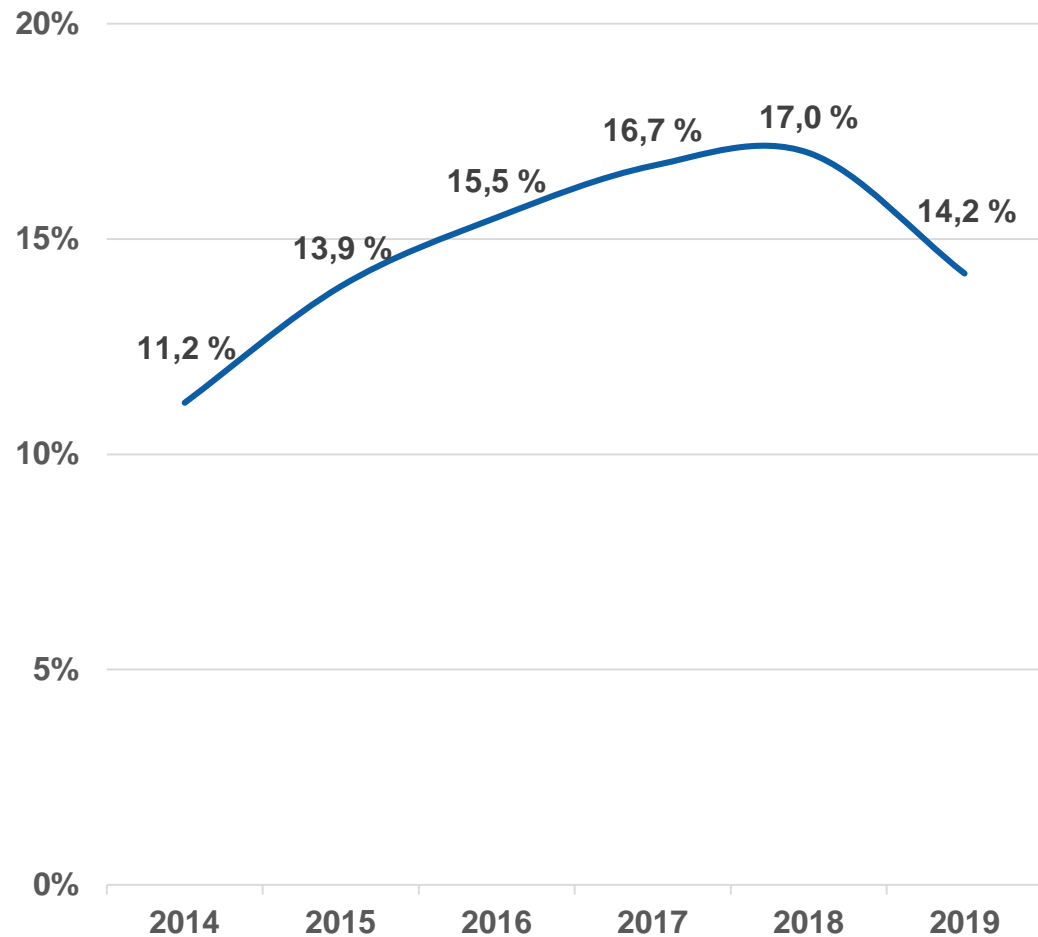


Her plasserer utenlandske pengespillselskaper reklamekronene

Andel bruttoreklamekroner fordelt etter tv-kanalenes senderland



Inntekter fra pengespill faller, men annen annonsering kompensere for fallet



- Andelen av de utenlandske kanalenes inntekter som kommer fra pengespillreklame falt for første gang
- Likevel har ikke de utenlandske kanalene en vesentlig reduksjon i totale reklameinntekter (12.320 millioner bruttokroner i denne perioden mot 12.464 millioner bruttokroner i forrige periode).
- Inntektene fra annen annonsering kompensere dermed for frafallet av inntektene fra pengespill.