

Objem internetovej reklamy v treťom kvartáli 2009

(Bratislava, 11.11.2009) – Objem internetovej reklamy v treťom kvartáli tohto roka dosiahol na serveroch členov Asociácie internetových médií (AIM) 5,08 mil. €. V medziročnom porovnaní ide o pokles objemu o 8,8%, keď v treťom kvartáli 2008 objem reklamy dosiahol hodnotu 5,58 mil. €. Pri porovnaní prvých troch štvrťrokov 2008 a 2009 zaznamenáva internetová reklama nepatrný nárast o 1%.

Nadpolovičný podiel s 51% si zachovala bannerová reklama (2,6 mil. €), na druhom mieste s 23% nasleduje riadková inzercia (1,2 mil. €) a na treťom vyhľadávanie s 16% (0,8 mil. €). V medziročnom porovnaní veľké nárasty zaznamenali rich media (+252%) a lead generation (+139%), naopak prepad zaznamenáva bannerová reklama.

V oblasti rozdelenia súčtu príjmov z bannerovej reklamy a rich médií podľa jednotlivých odvetví patrí štvrtinový podiel telekomunikáciám s 25,4%, druhá priečka patrí financiám s 18,3% a na treťom mieste je motorizmus s 13,3%. Štvrté miesto patrí potravinárskemu tovaru s 9,4% a na piatom mieste sú po prvýkrát s 8,7% iné rôzne služby, ktoré zahŕňajú napríklad politickú reklamu alebo reklamu na vzdelávanie.

AIM funguje od mája 2005 ako asociácia slovenských médií na internete, ktorej hlavným cieľom je zabezpečiť informovanosť o internete a možnostiach jeho využitia ako reklamného média. V súčasnosti ju tvorí 31 členov. Najnovším riadnym členom je spoločnosť Travel.sk. Objemy za tretí kvartál roka 2008 nahlásilo 21 členov. Objemy za druhý kvartál roka 2009 nahlásilo 28 členov.

Asociácia nahlasuje objemy internetovej reklamy svojich členov od svojho založenia, pričom prvé čísla sú za rok 2004. AIM je aj zadávateľom reprezentatívneho merania slovenského internetu AIMmonitor, ktorý sa realizuje od januára 2007. Jeho merania sa môžu zúčastniť aj nečlenovia asociácie.

Uvedené objemy internetovej reklamy vyjadrujú media-net hodnotu reklamy na členských internetových serveroch AIM. Znamená to, že ide o vyfaktúrovanú hodnotu vrátane agentúrnych provízií mediálnych a reklamných agentúr. V prípade, ak by sa mala určiť gross hodnota, musela by sa k uvedeným hodnotám pripočítať poskytnutá zľava internetových médií ako aj hodnota nepredaného a bartrovaného reklamného priestoru.

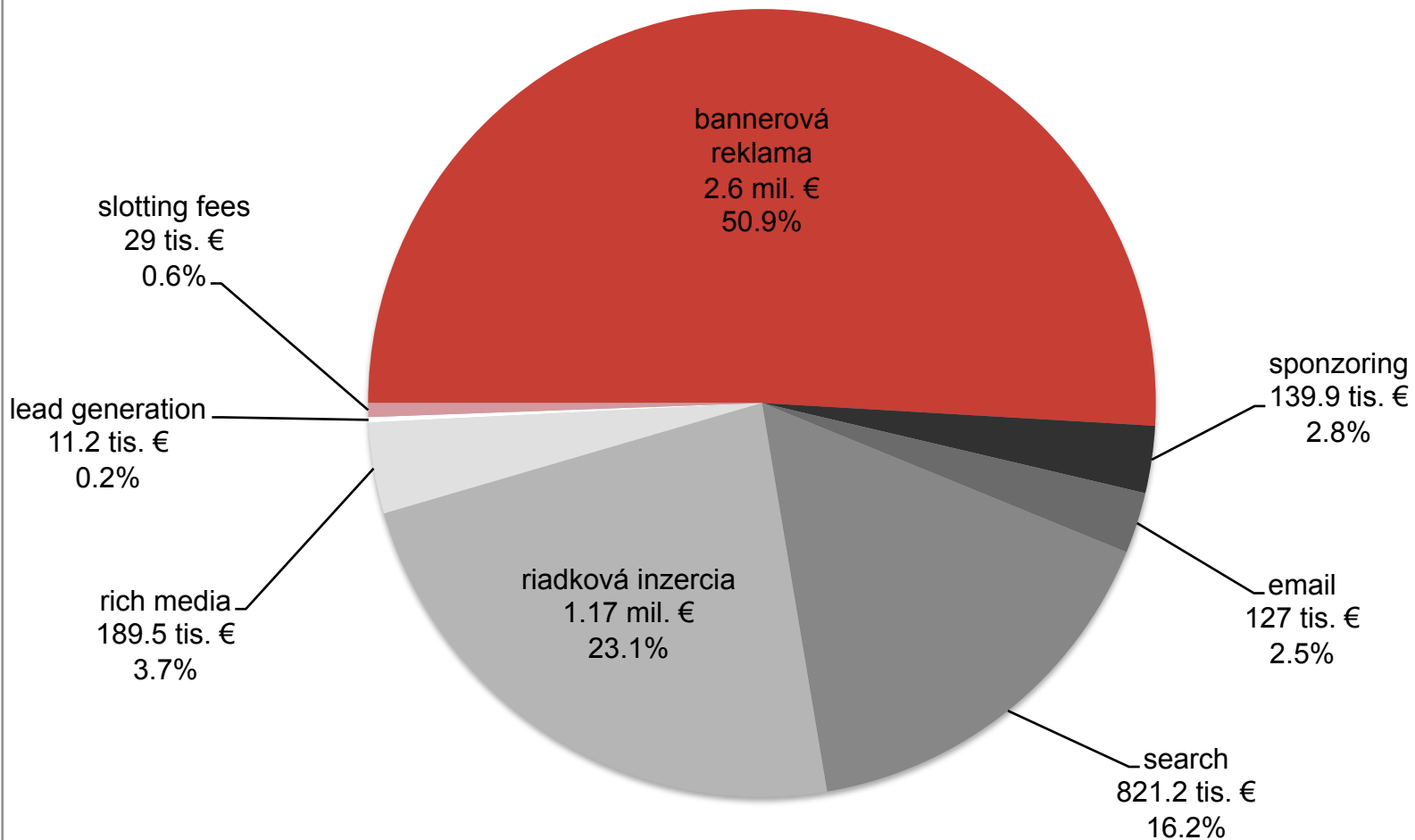
Prílohy TS: *Graf 1: Internetová reklama v 3. kvartáli 2009*
 Graf 2: Reklamné typy v 3. kvartáloch 2008 a 2009
 Graf 3: Podiel odvetví v bannerovej reklame a rich media 3.kvartál 2009

Pre ďalšie informácie kontaktuje:

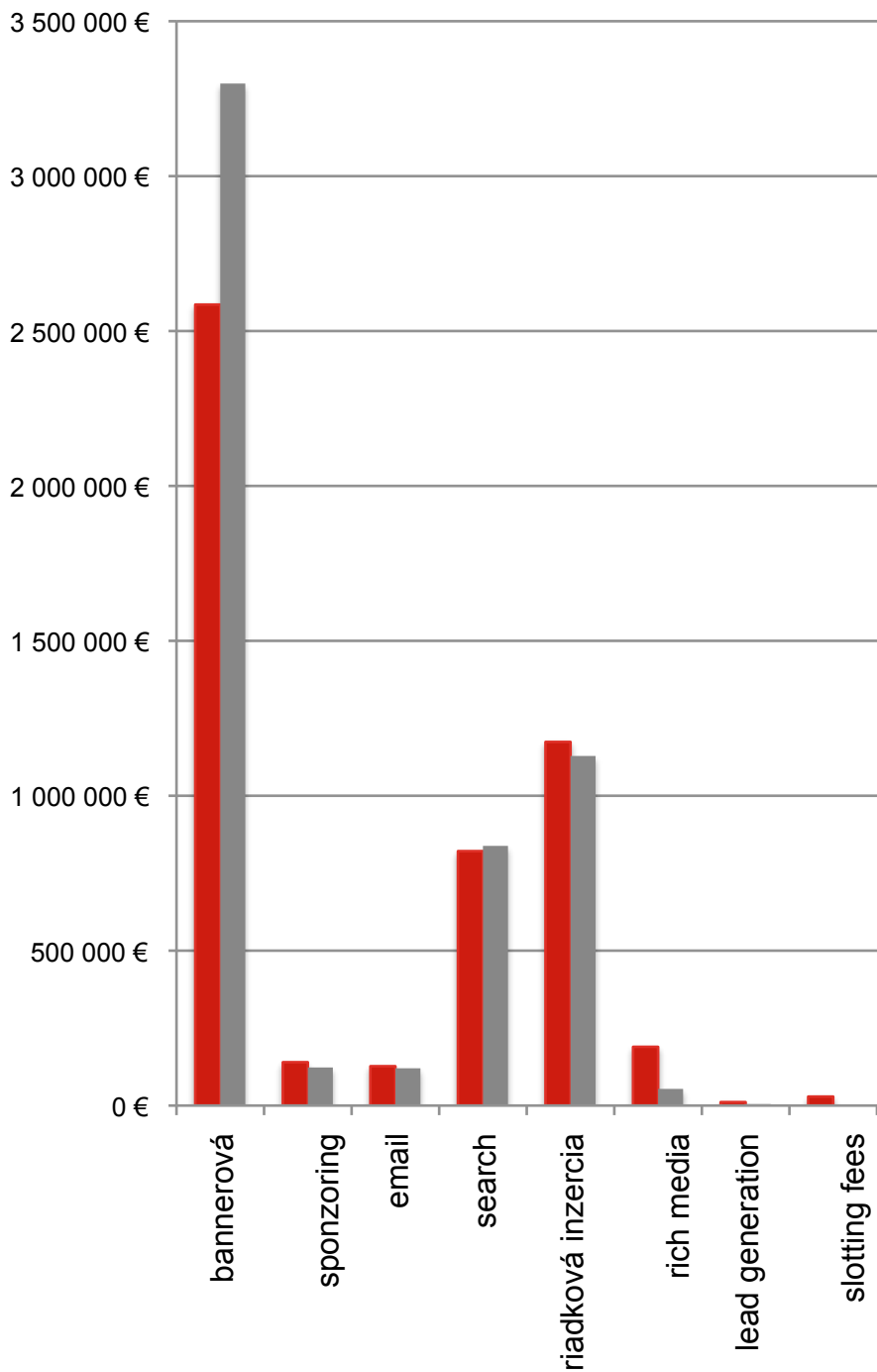
Mgr. Veronika Pizano – výkonná manažérka AIM
e-mail : veronika.pizano@aimsr.sk tel.: +421 948 112 100

Mgr. Milan Csaplár – predseda Správnej rady AIM
e-mail : milan.csaplar@aimsr.sk

INTERNETOVÁ REKLAMA V 3. KVARTÁLI 2009



REKLAMNÉ TYPY V 3. KVARTÁLOCH 2008 A 2009



PODIEL ODVETVÍ V BANNEROVEJ REKLAME A RICH MEDIA 3. KVARTÁL 2009

