

## **Internetová reklama v prvom štvrtroku 2009 za 6 miliónov eur.**

**(Bratislava, 27. mája 2009)** – V prvom kvartáli 2009 dosiahla internetová reklama na serveroch členov Asociácie internetových médií hodnotu 6,05 mil. € (182 mil. Sk). V porovnaní s prvým kvartálom predchádzajúceho roka ide o 20%-ný nárast, keď v prvých troch mesiacoch roka 2008 dosiahla internetová reklama hodnotu 5,03 mil. € (151,5 mil. Sk). Najväčší podiel pritom mala tradične bannerová reklama (50,3%), riadková inzercia (23,9%) a katalógová inzercia (17,4%).

Predseda Správnej rady AIM Milan Csaplár prijal pozitívne informáciu o náraste objemu online reklamy oproti tomu istému obdobiu minulého roka. „Niekoľkoročné porovnávanie prvých kvartálov v príjmoch internetovej inzercie nám dávajú predstavu o vývoji trhu a dlhodobo sa nám potvrdilo, že celoročné nárasty sú zvyčajne vyššie,“ hovorí Milan Csaplár a dodáva: „Práve v prvom kvartáli zasiahla hospodárska kríza Slovensko najviac. Zadávateľia začali efektívnejšie hospodáriť so svojimi rozpočtami, ale ako naznačujú čísla, internet patrí medzi atraktívne masmédiá a kríza sa ho dotkla najmenej.“ Predseda Správnej rady AIM rovnako vyjadril spokojnosť s vyše 800%-ným nárastom v rich médiách: „Aj keď celkové odhadované príjmy za multimedialnú reklamu na internete v tomto roku budú niekde na úrovni pod 1 mil. €, všeobecný nárast znamená, že zadávateľia si uvedomili multimedialný faktor internetu. Smelo by som mohol povedať, že sú to prvé náznaky presunu inzertných príjmov z televízneho podielu. Samozrejme v tomto prípade ide o dlhodobý proces.“

V rámci monitorovania inzercie prináša Asociácia internetových médií po prvýkrát aj rozdelenie súčtu príjmov z bannerovej reklamy a rich médií podľa jednotlivých odvetví. Podľa očakávania sa na prvom mieste s takmer 23%-ným podielom umiestnili telekomunikácie. Nasleduje motorizmus (16,8%), ktorému výdatne pomohlo aj promovanie šrotovného. Prekvapením je tretie miesto pre drogistický tovar a parfumériu (10,6%), až za touto kategóriou nasledujú finančný sektor (10,1%). Prvú päťku uzatvára potravinársky tovar (7,8%). „Dúfame, že zverejnením reklamných príjmov podľa odvetví presvedčíme viac zadávateľov o tom, že reklama na internete má svoje opodstatnenie. Veď už tretie a piate miesto pre drogistický a potravinársky tovar vyvracajú predsudky, že na internete sa nedá efektívne propagovať rýchloobratkový tovar,“ hovorí Milan Csaplár.

AIM funguje od mája 2005 ako združenie slovenských médií na internete, ktorého hlavným cieľom je zabezpečiť informovanosť o internete a možnostiach jeho využitia ako reklamného média. V súčasnosti ho tvorí 29 členov. Najnovším riadnym členom je spoločnosť Creative Solutions. AIM pribudol aj prvý pridružený člen – spoločnosť ETARGET SE. Objemy za prvý kvartál roka 2008 nahlásilo 18 členov. Objemy za prvý kvartál roka 2009 nahlásilo 26 členov.

pričom prvé čísla sú za rok 2004. Združenie je aj zadávateľom reprezentatívneho merania slovenského internetu AIMmonitor, ktorý sa realizuje od januára 2007. Jeho merania sa môžu zúčastniť aj nečlenovia združenia.

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.

---

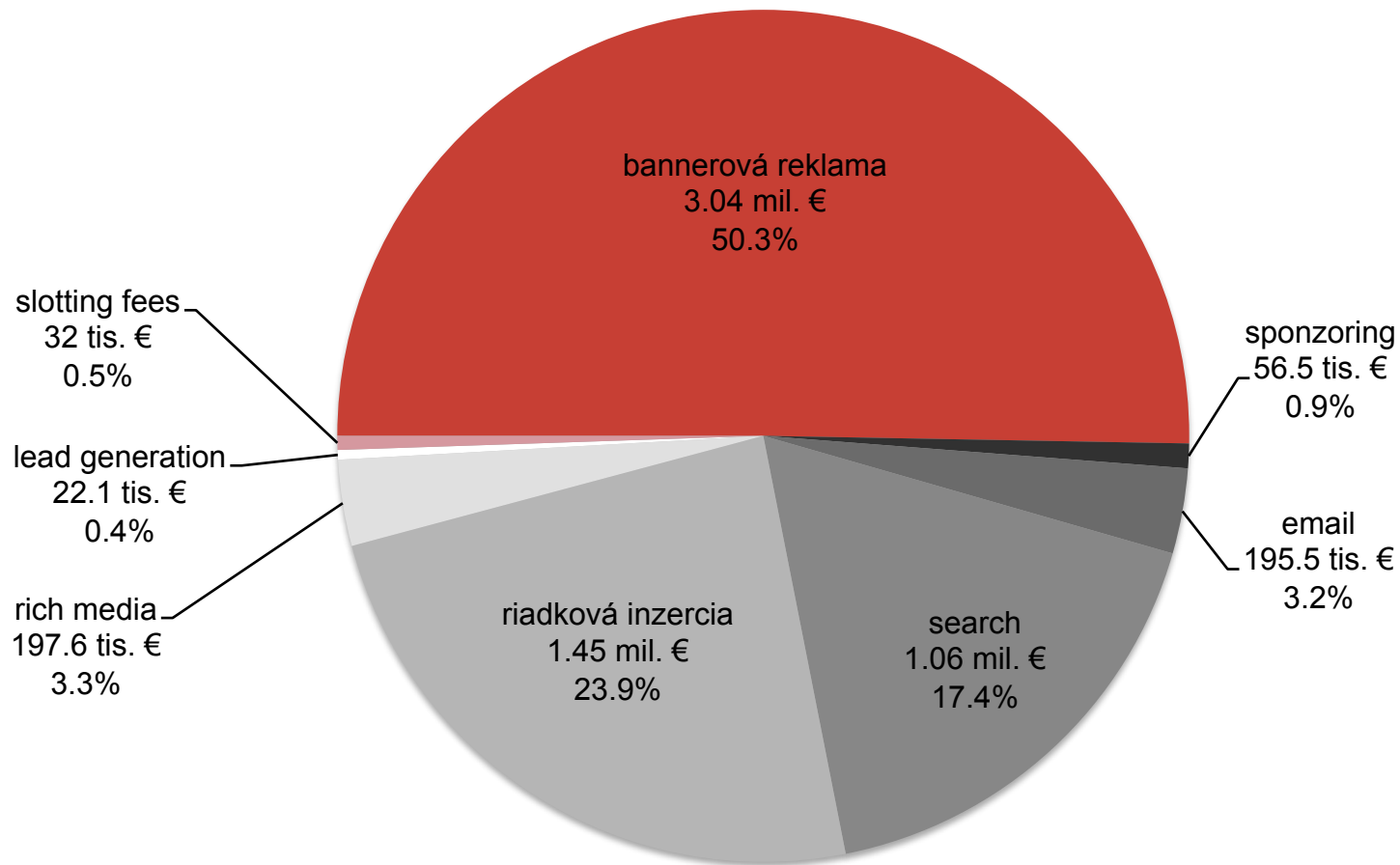
*Prílohy TS: Graf 1: Internetová reklama v 1. kvartáli 2009  
Graf 2: Reklamné typy v 1. kvartáloch 2008 a 2009  
Graf 3: Podiel odvetví v bannerovej reklame a rich media 1.kvartál 2009*

Pre ďalšie informácie kontaktuje:

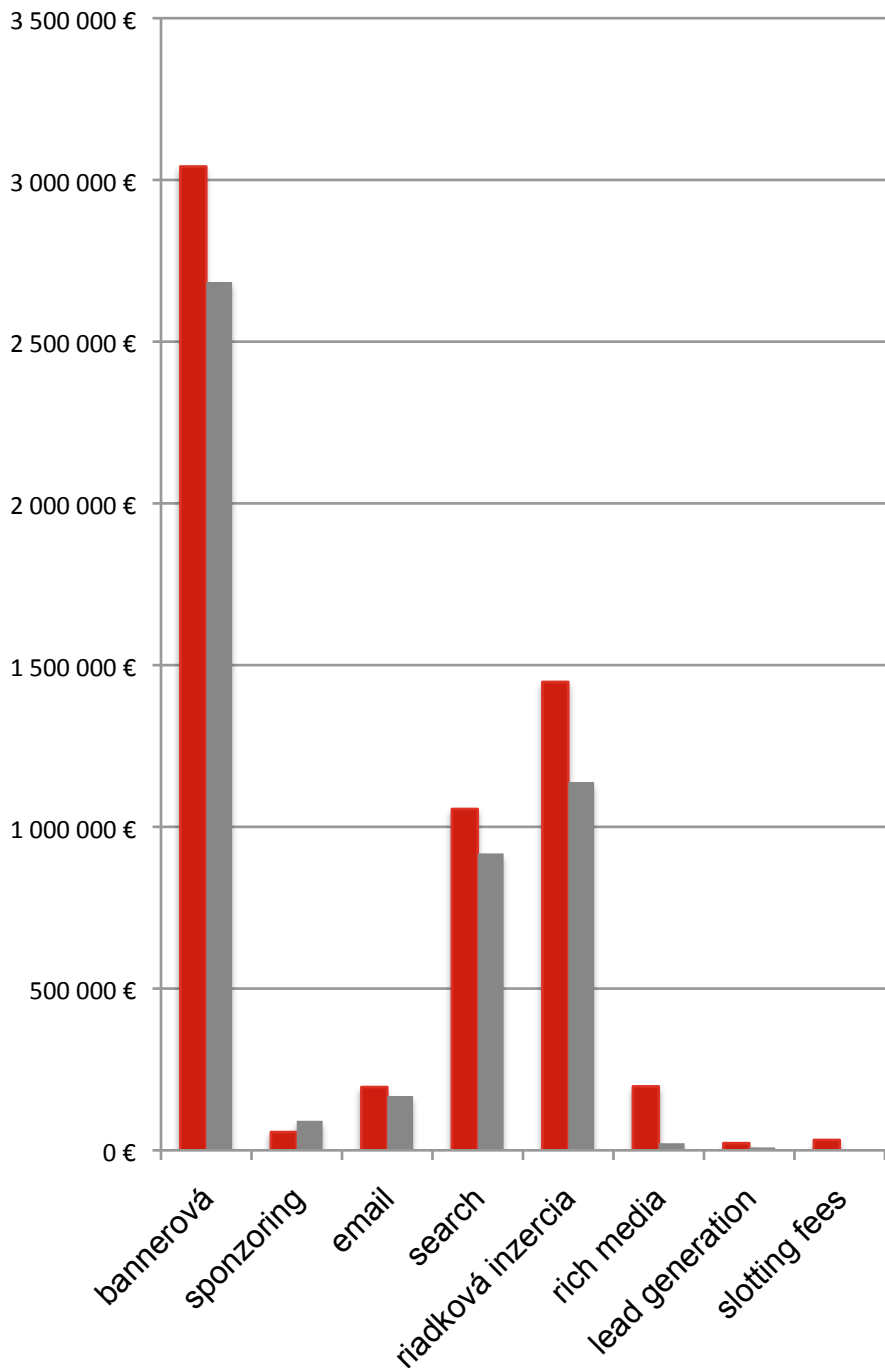
**Mgr. Veronika Pizano** – výkonná manažérka AIM  
e-mail : [veronika.pizano@aimsr.sk](mailto:veronika.pizano@aimsr.sk) tel.: +421 948 112 100

**Mgr. Milan Csaplár** – predseda Správnej rady AIM  
e-mail : [milan.csaplar@aimsr.sk](mailto:milan.csaplar@aimsr.sk)

# INTERNETOVÁ REKLAMA V 1. KVARTÁLI 2009



# REKLAMNÉ TYPY V 1. KVARTÁLOCH 2008 A 2009



# PODIEL ODVETVÍ V BANNEROVEJ REKLAME A RICH MEDIA

## 1. KVARTÁL 2009

