

Výdaje do display reklamy v říjnu 2011

V říjnu 2011 zadavatelé internetové display reklamy využili reklamní prostor v ceníkové hodnotě více než  AdMonitoring 435 milionů korun. Meziměsíčně došlo k navýšení výdajů o 34,4 milionů korun (8,6 %). Největším zadavatelem v měsíci říjnu byla společnost Tchibo, která nakoupila internetovou reklamu v hodnotě 14,1 milionu korun. Údaje vychází z projektu AdMonitoring, který pro Sdružení pro internetovou reklamu realizuje společnost MEDIARESEARCH.

Podle výsledků výzkumu AdMonitoring, který monitoruje výdaje do internetové display reklamy, zadavatelé v říjnu 2011 nakoupili online reklamu v hodnotě 435,3 milionu korun. Meziměsíčně se jedná o nárůst výdajů o 8,6 %. Ve srovnání s rokem 2010 výdaje o 4,3 % klesly (19,5 mil. Kč).

Na vrcholu žebříčku zadavatelů se už opakovaně umístila společnost Tchibo, která nakoupila internetový reklamní prostor v hodnotě 14,1 milionu korun. Internetovou reklamu v ceníkové hodnotě přes deset milionů zakoupili také Lidl Česká republika (10,4 mil. Kč), Česká spořitelna (10,2 mil. Kč) a AAA Auto (10,2 mil. Kč).

Tabulka níže uvádí TOP 10 provozovatelů (skupina médií nebo mediazastupitel), u kterých zadavatelé reklamu nakupovali. V rámci této skupiny se proinzerovalo více než 412 milionů korun v ceníkových cenách. S výjimkou Allegro AdMarket a Internet info zaznamenaly meziměsíční nárůst investic všichni uvedení provozovatelé.

AdMonitoring uvádí reklamní výdaje na základě ceníkových cen.

Tabulka 1: Top 10 provozovatelů – meziměsíční srovnání

Zdroj: AdMonitoring – SPIR/MEDIARESEARCH, 09-10/2011

Pavla Chlebounová, Asistentka PR

MEDIARESEARCH, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3
Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762
E-mail: pavla.chlebounova@mediaresearch.cz

Viktor Mahrik, Specialista internetových výzkumů

MEDIARESEARCH, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3
Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762
E-mail: viktor.mahrik@mediaresearch.cz

A Step Ahead

Tisková zpráva

MEDIARESEARCH, a.s., Praha, 16. 11. 2011



Doplňující informace:

Společnost MEDIARESEARCH (www.mediaresearch.cz) je významnou výzkumnou agenturou s širokým portfoliem služeb v oblasti realizace marketingových a mediálních výzkumů, zpracování a analýz dat, marketingového poradenství a vývoje software. Je realizátorem tří z nejrozsáhlejších mediálních výzkumů v České a Slovenské republice - Elektronického měření sledovanosti televize (peoplemetry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů v médiích (Admosphere) a na internetu (AdMonitoring) v ČR.

SPIR je profesní sdružení subjektů působících v oblasti internetové reklamy. Zastřešuje subjekty, které spojuje společný zájem - rozvoj internetu a prosazování internetové reklamy v ČR. Je zadavatelem výzkumu NetMonitor a monitoringu reklamních výdajů na internetu AdMonitoring.

AdMonitoring je projekt, jehož cílem je monitorovat reklamní investice do plošné reklamy na internetu. Je postaven na třech pilířích: na deklaracích zapojených médií, na nezávislém (robotnickém) monitoringu internetových médií a na zpětných kontrolách mediálních agentur. Tento projekt je klíčovým nástrojem pro zhodnocení vlastních i konkurenčních internetových kampaní a pro plánování dalších marketingových aktivit. Veřejné výstupy projektu jsou k dispozici ke stažení [zde](#).

A Step Ahead

MEDIARESEARCH, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3, tel.: 222 717 763-4,
fax: 222 717 762, www.mediaresearch.cz
Strana 2/2