



Kaj se dogaja z oglaševanjem v začetku leta 2009

Sveži podatki in ugotovitve

Irena Setinšek
Janja Božič Marolt

Ljubljana, 22. april 2009



- Ⓜ Podati so pridobljeni z raziskavo MEDIANA IBO:
 - Ⓜ Vsak objavljen oglas je ovrednoten po ceni, navedeni v uradnem ceniku medijske enote, veljavni v tekočem mesecu; agencijski / količinski popusti niso upoštevani,
 - Ⓜ Evidentirana objavljena oglasna sporočila so združena na skupni imenovalec – **BRUTO VREDNOST**, izraženo v EUR
 - Ⓜ Vsakodnevno evidentiranje, snemanje in analiziranje medijev (tv, tisk, plakati, kino, internet, mobilni marketing)
 - Ⓜ Mesečno se v raziskavi Mediana IBO v vseh medijih evidentira preko 51.000 objav, oziroma zbrani so natančni podatki o oglaševanju preko 10.000 blagovnih znamk in 220 medijih

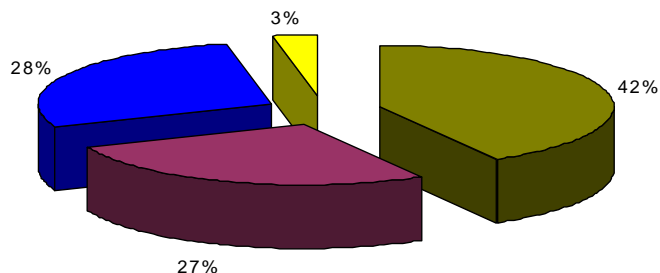


KAJ SE JE DOGAJALO V PRETEKLOSTI?

Primerjava oglaševanja 1994 in 2008

Leto, 1994

Vključenih 68 medijev

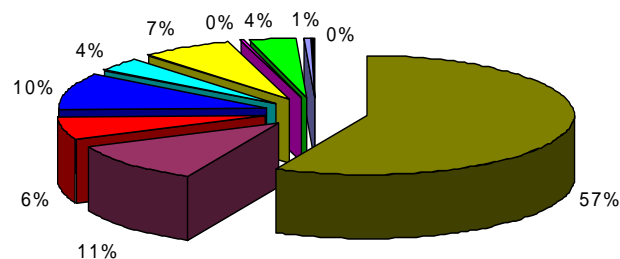


■ TV ■ DNEVNIKI ■ REVJE ■ PLAKATI

Bruto vrednost: 58 mio Eur

Leto, 2008

Vključenih 220 medijev

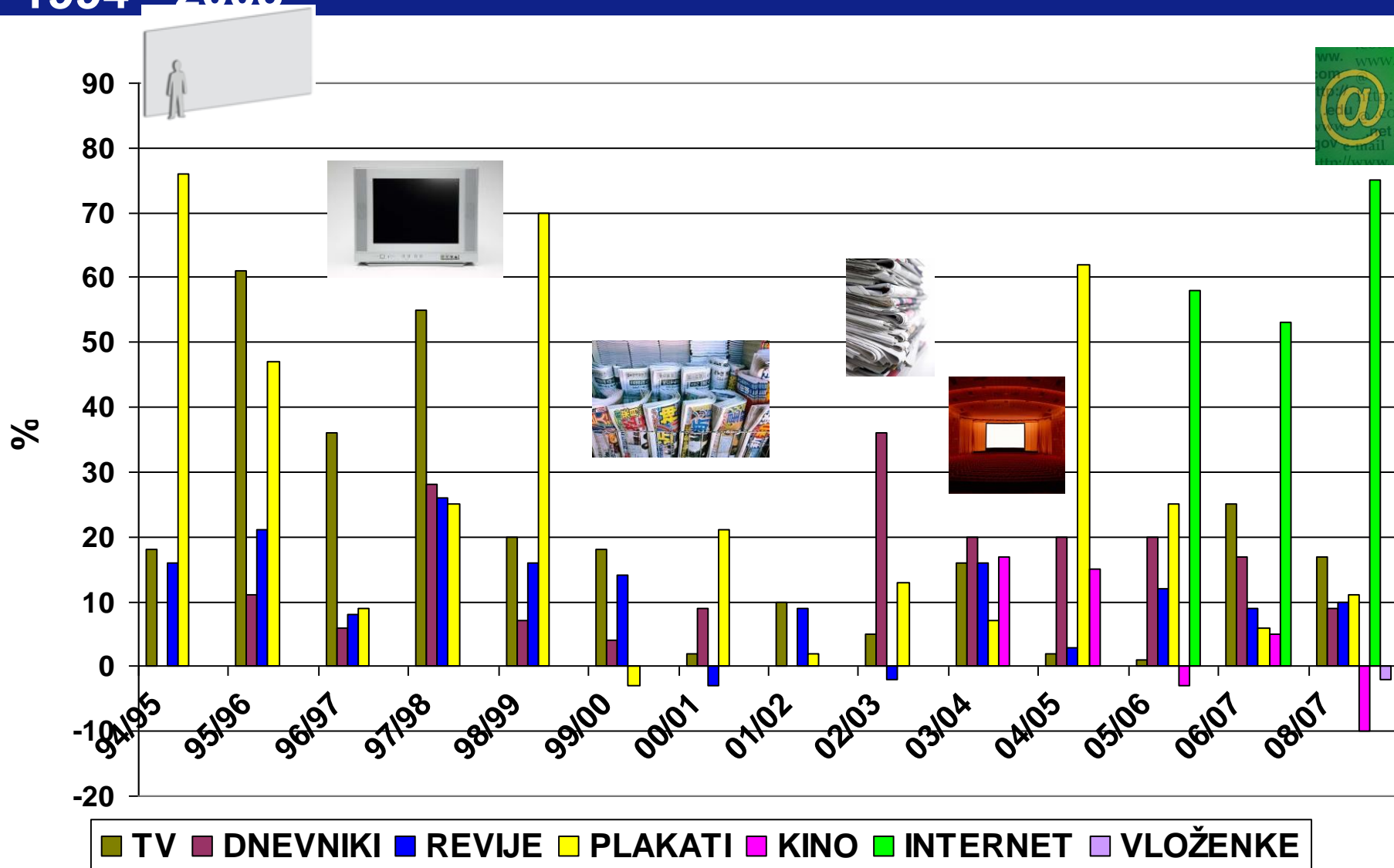


■ TELEVIZIJA ■ DNEVNIKI ■ PRILOGE ■ REVJE
 ■ ČASOPISI ■ PLAKATI ■ KINO ■ INTERNET
 ■ VLOŽENKE ■ MOBILNI MAKETING

Bruto vrednost: 522,5 mio Eur

Gibanje bruto vrednosti oglaševanja

1994 - 2008





KAJ PA LETOS?

**SVETOVALNA-REVIZIJSKA HIŠA DELOITTE:
SLABI ČASI ZA TISK, BOLJŠI ZA TELEVIZIJO**

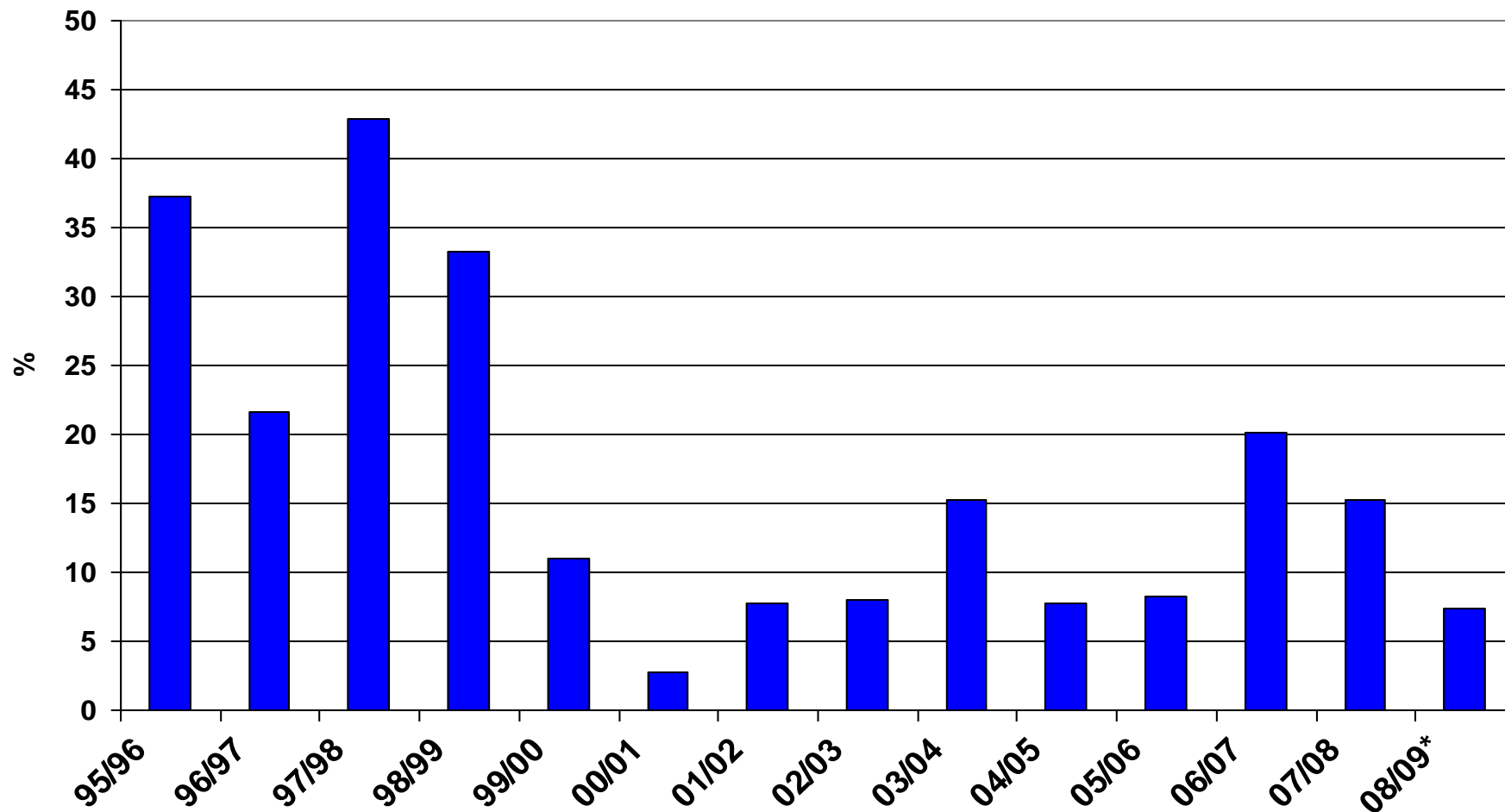
**MEDIJSKA AGENCIJA ZENITHOPTIMEDIA:
V SLOVENIJI 5,4% MANJ OGLAŠEVANJA KOT LANI
MANJ OGLAŠEVANJA V TISKU IN MEDIJIH NA PROSTEM, VEČ NA
INTERNETU, RADIU IN TV**

**MEDIA POOL:
TELEVIZIJA BO OHRANILA PRIMAT, MOČNEJE V KOLAČU BO
ZRASEL INTERNET, TISK BO PADEL Z IZJEMO REVIJ**

**MEDIA PUBLIKUM:
UPAM TISKANIH MEDIJEV OD 25-30%, TV OD 15-20%, ZUNANJEGA
OGLAŠEVANJA OD 20-30%. INTERNET BO DOŽIVEL ZMERNO
RAST**

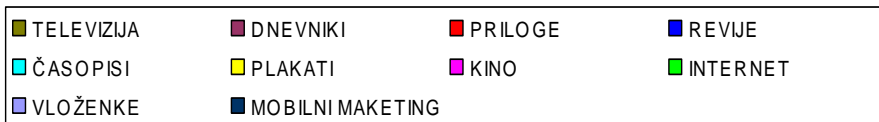
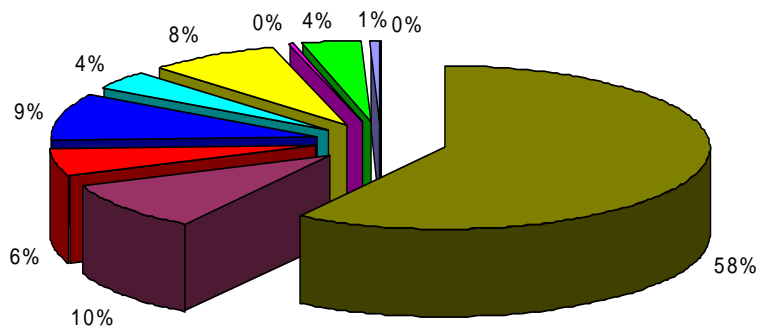


Gibanje bruto vrednosti skupaj 1997 - 2009



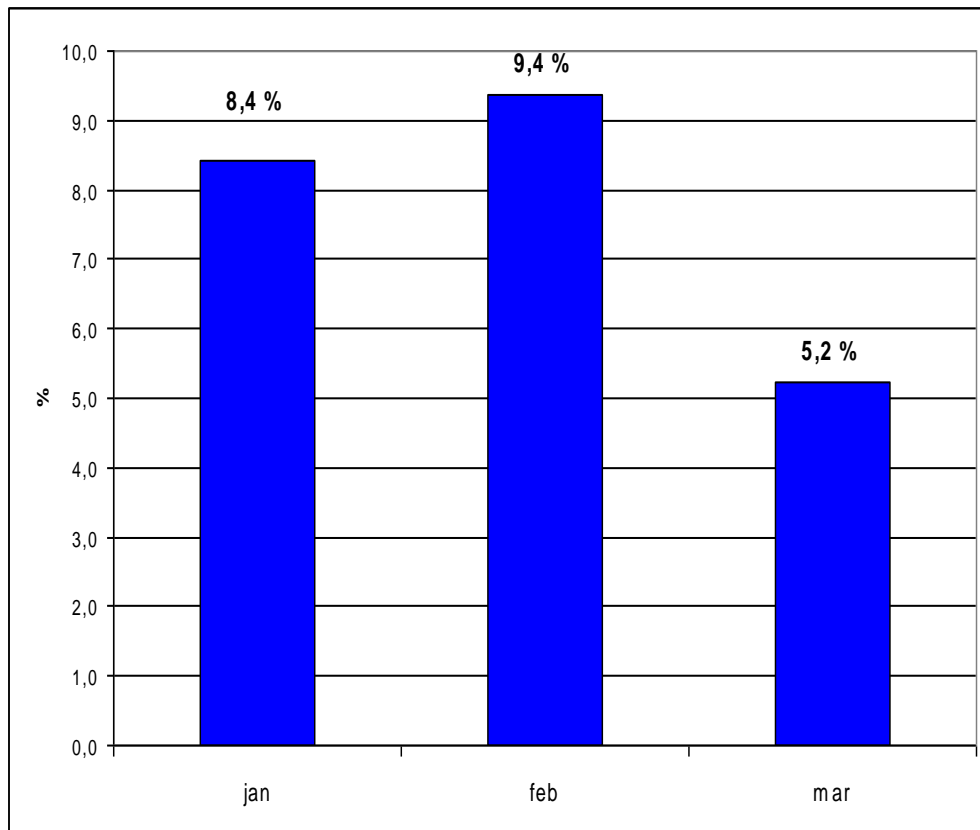
* Primerjava za prve tri mesece

Jan - Mar, 2009

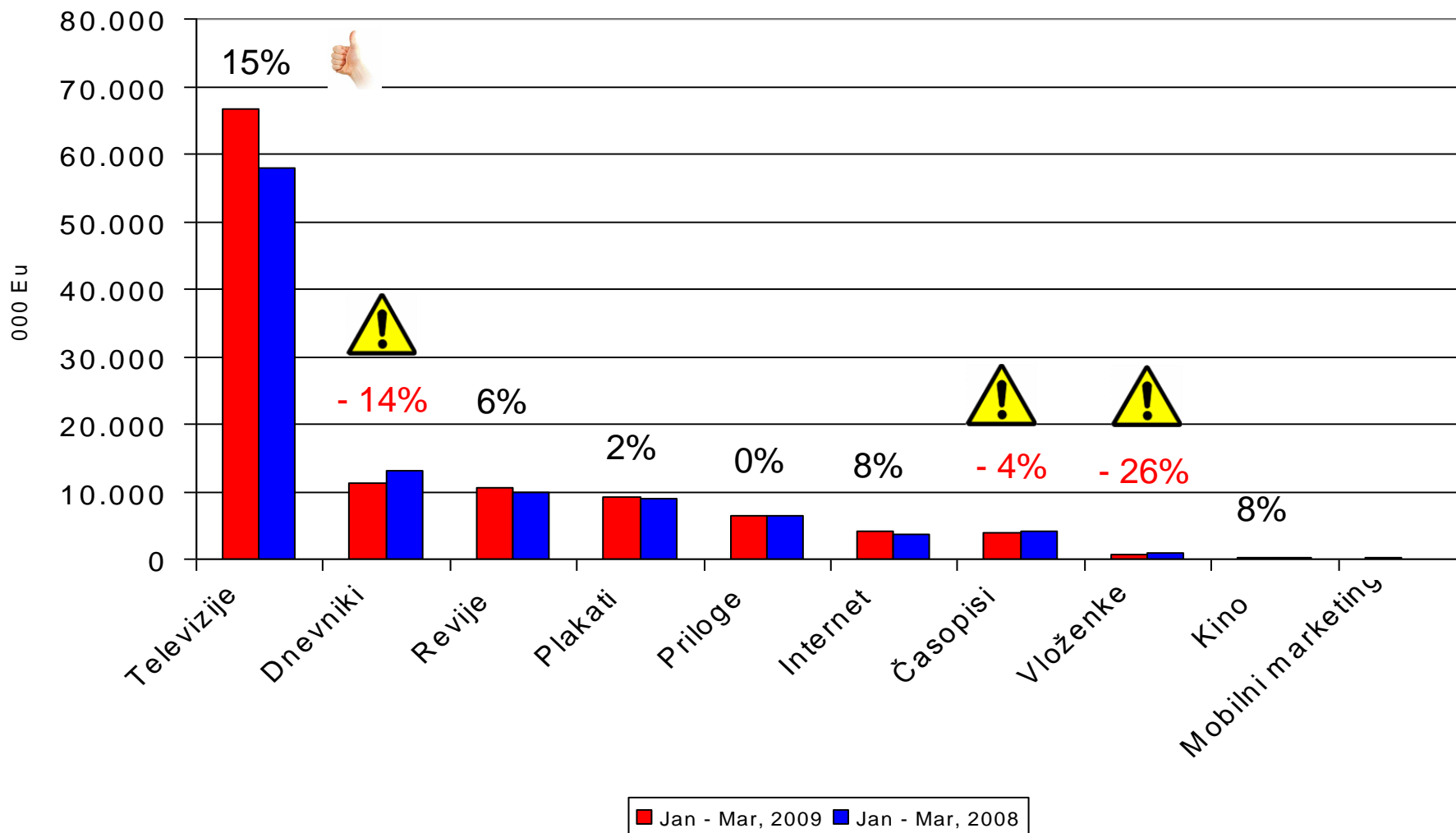


Bruto vrednost: 113 mio Eur
7 % rast

Rast bruto vrednosti po mesecih



Primerjava bruto vrednosti oglaševanja



Letos 1514 objav oglasov na dan – 93 več kot lani!

Televizija

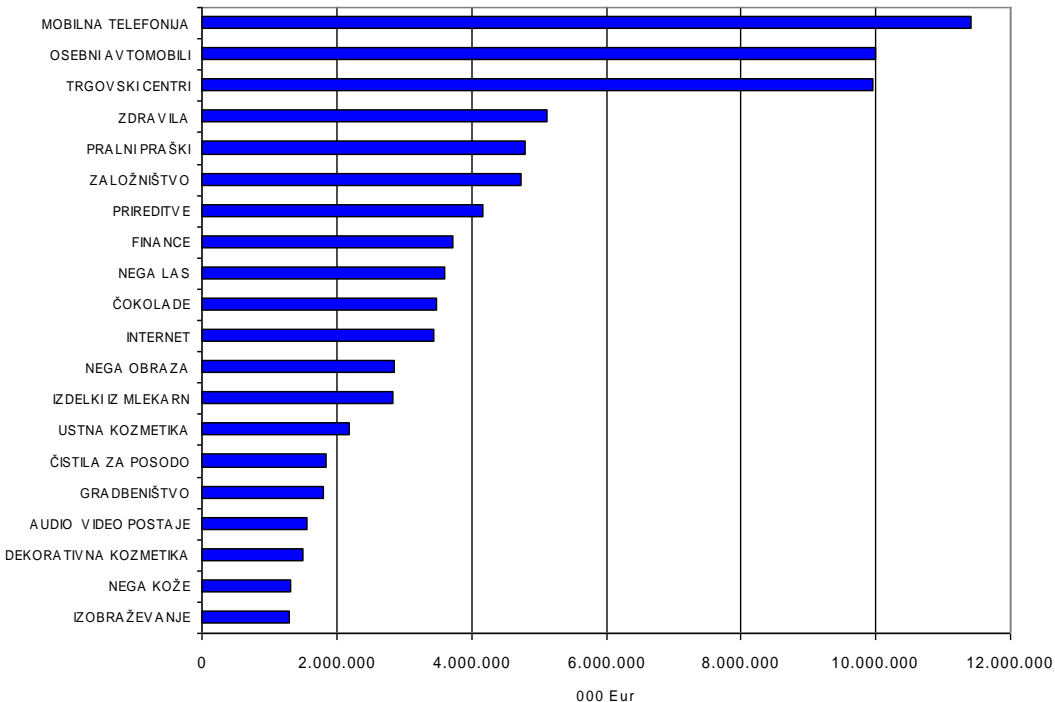
- Ⓜ 15 % rast BVO
- Ⓜ Rast: Kanalu A (24 %), Pop tv (20 %), TV Slo 1 (16 %)
- Ⓜ Padec: TV 3 (12 %), TV Slo 2 (5 %)
- Ⓜ Interno oglaševanje: v letu 08 0,3 %, v letu 09 2 % - PRO PLUS
- Ⓜ Letos za 1 uro več oglasov na dan (lani 7 ur, letos 8 ur na dan)

Tiskani mediji

- Ⓜ 5 % manj BVO
- Ⓜ Rast: revije - več edicij, MM,L&Z. Manj BVO Šport, National Geographic
- Ⓜ Padec: dnevniki: Primorske novice, Finance. Več BVO le Žurnal24 in Indirekt
- Ⓜ Interno oglaševanje: v letu 08 11 %, v letu 09 12 %
- Ⓜ Letos za 34 m² manj oglasov (lani 632 m², letos 598 m²)



TOP 20 SKUPIN
JAN – MAR, 2009



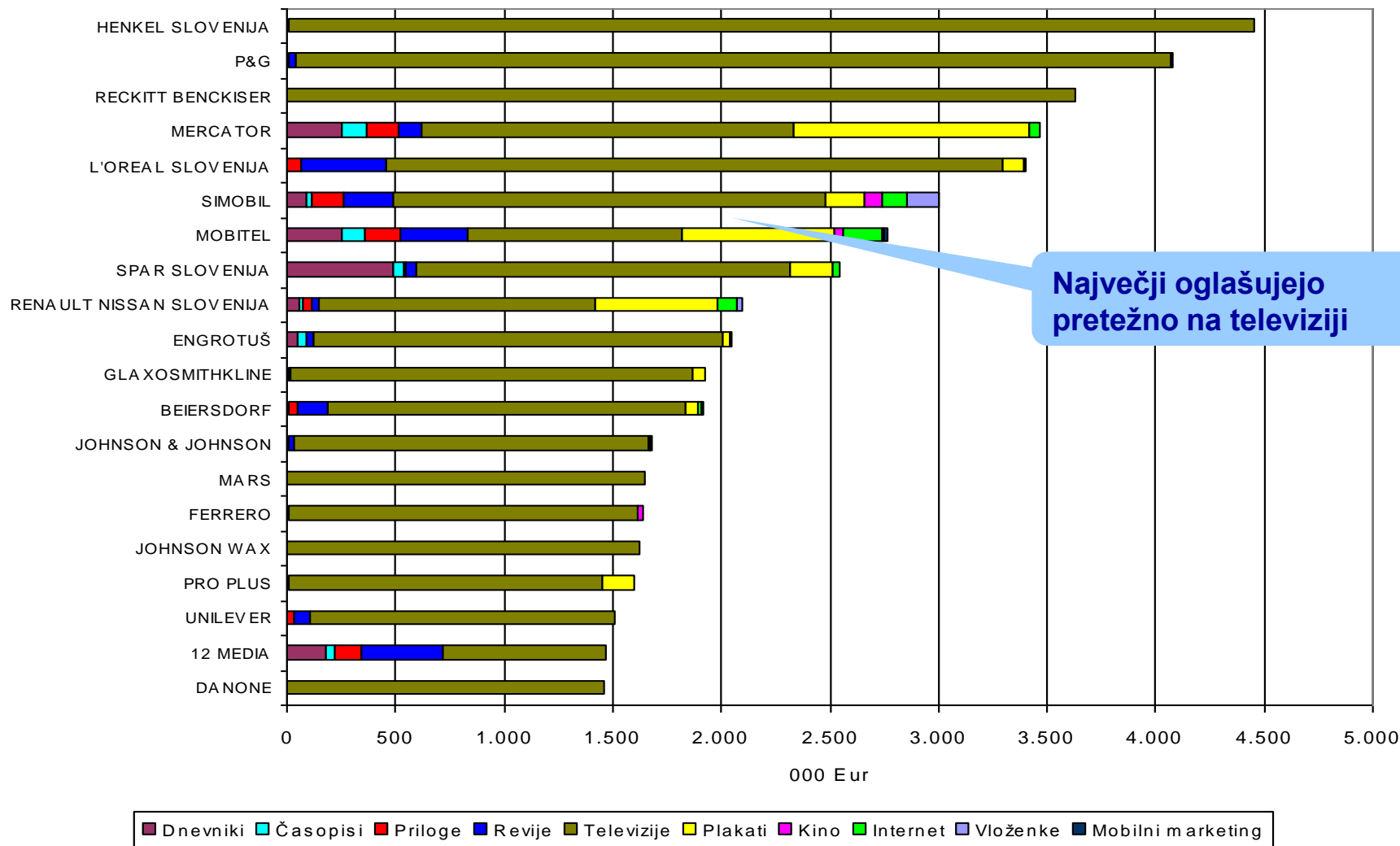
SKUPINE	PADEC %
MEDICINSKI / TEHNIČNI ARTIKLI	-6
ČISTILA ZA GOSPODINJSTVO	-7
ZALOŽNIŠTVO	-12
BREZALKOHOLNE PIJAČE	-17
RIBJE KONZERVE	-22
VRTNARSTVO	-23
SOCIALNE USTANOVE / AKCIJE	-27
ELEKTRO GOSP.AP./AVDIO VIDEO	-29
IGRALNICE IN LOTERIJE	-30
OBLAČILA	-33
AUDIO VIDEO POSTAJE	-34
FINANCE	-35
BONBONI	-39
KOZMETIKA ZA OTROKE	-55
RAČUNALNIŠTVO	-56

SKUPINE	RAST %
VLADNI ZBORNIČNI PROJEKTI	222
DEODORANTI	203
IZDELKI IN STORITVE ZA ŽIVALI	195
ŽVEČILNI GUMIJI	195
SALONI POHIŠTVA	141
INTERNET	132
PIŠKOTI / PECIVO / TORTE	103
PARFUMI	91
NEGA KOŽE	90
IZDELKI IZ MLEKARN	78
KOPALNE SOLI / KOPELI / MILA	77
MAŠČOBE / OLJE / MASLO / MARC	71
DEKORATIVNA KOZMETIKA	71
ČISTILA ZA POSODO	67
DRUŽBE ZA UPRAVLJ. Z NEPREM	57



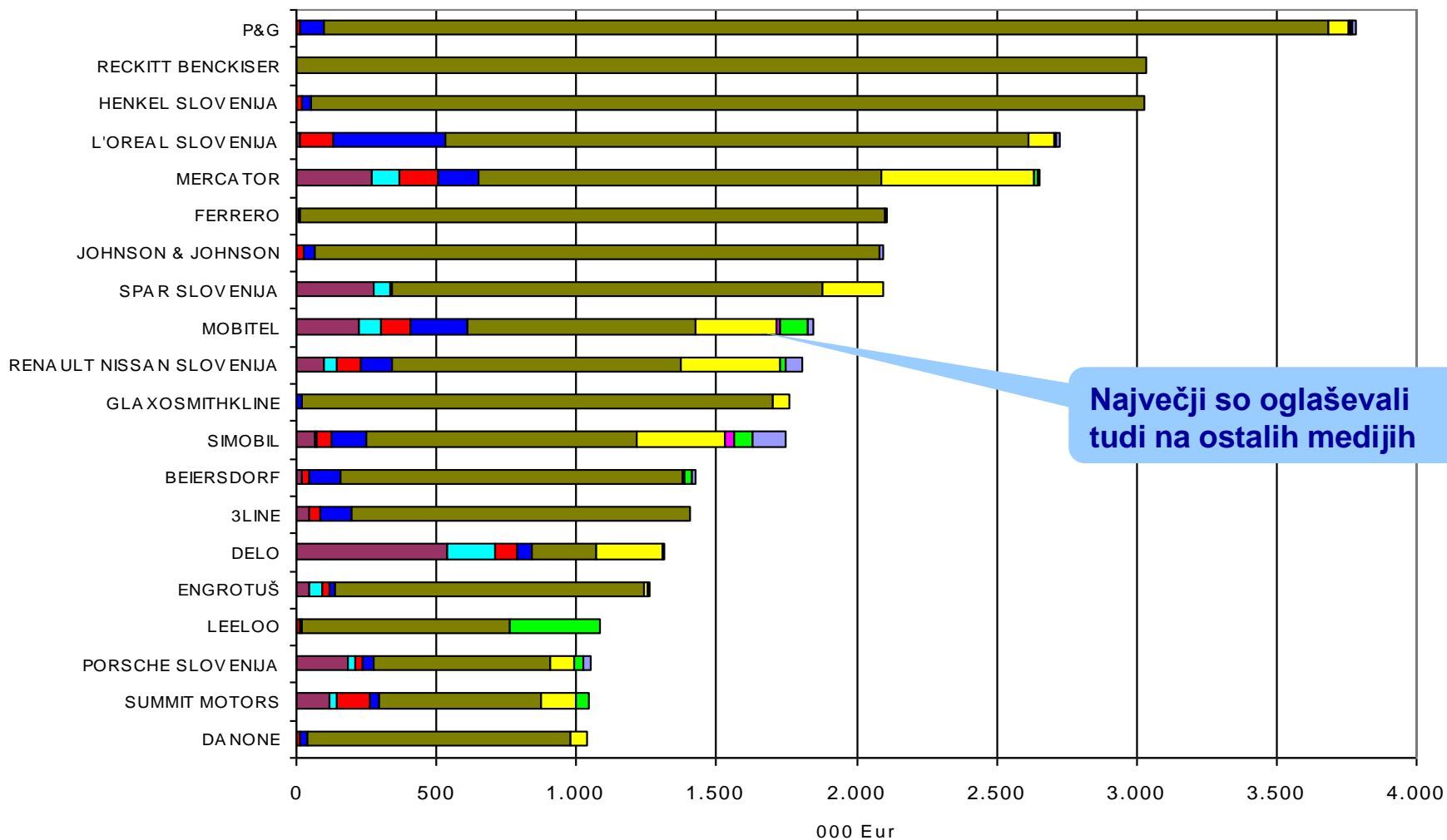
Največji oglaševalci

Jan – Mar, 2009



Največji oglaševalci

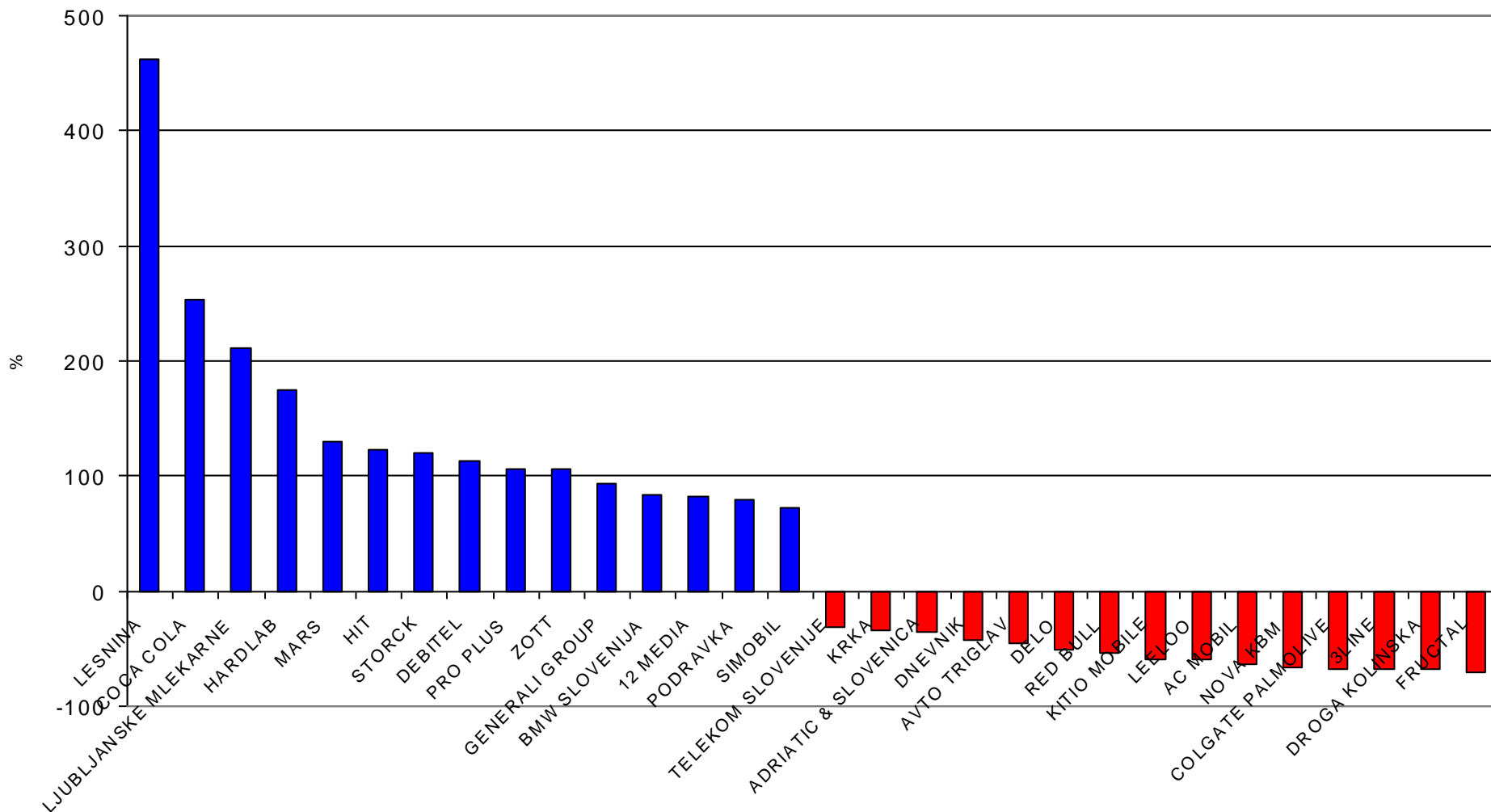
Jan – Mar, 2008



Največji so oglaševali tudi na ostalih medijih



Rast / padec oglaševanja največjih oglaševalcev ¹⁵



- Ⓜ Največji oglaševalci so pretežno tujci, predvsem z oglaševanjem kozmetike, čistil, mlečnih izdelkov, cola pijač.
- Ⓜ Multinacionalke se vračajo na televizijo → povečujejo BVO



R Rast BVO beležimo pri:

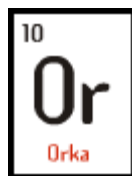
R trgovcih



R mobilnih operaterjih



R in



R Padec BVO beležimo pri:

R farmacevtih



član skupine Sandoz

R financah



ZAVAROVALNICA TRIGLAV, o.p.

R igrah na srečo



R in

DROGA KOLINSKA

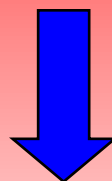





DEJANSKA SLIKA OGLAŠEVANJA

BRUTO VREDNOST:

113 MIO EUR



OCENA NETO VREDNOSTI:

50 MIO EUR  **manjša rast
oglaševanja**

**ALI JE MOGOČE, DA NEKATERI
MEDIJI OBJAVLJAJO VEČ, ZA
MANJ DENARJA ?**



Hvala za pozornost!

www.mediana.si

E mediana@mediana.si

Inštitut za raziskovanje trga in medijev, **MEDIANA**
Institute for Market and Media Research, **MEDIANA**

**Mediana**
Beyond numbers