

Evidencijski broj / Article ID: 16788729
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section: Aktualno



ISTRAŽIVANJE
OGLAŠAVANJE U MEDIJIMA
RASLO 3,2 POSTO >>6



Media AdEx Rezultati HURA-ina istraživanja pokazuju pozitivne trendove, u 2015. godini oko 1,5 milijuna kuna oglasa u medijima

Oglašavanje u hrvatskim medijima lani raslo za 3,1%

Hrvatsko udruženje agencija za tržišno komuniciranje (HURA) objavilo je rezultate HURA Media AdEx-a (Advertising Expenditure), prema kojima su oglašivači u 2015. godini u zakup oglasnog prostora kod primarnih komunikacijskih, kanala televizija, novine, magazini, radio, poster i internet uložili ukupno 1,452.000 kuna što je 3,1% više u odnosu na prethodnu godinu, čime ulaganje u oglašavanje drugu godinu bilježi porast. Tako-

der već drugu godinu zaredom internetsko oglašavanje bilježi značajan rast, u odnosu na 2014. godinu porast je za čak 43,6%. Porast je zabilježen i u segmentima televizijskog oglašavanja te klasičnog display oglašavanja dok je pad od -10,4% zabilježen u ulaganju u oglašavanje kroz tisak, čime se ovaj negativan trend nastavlja i u odnosu na 2014. godinu. "Rezultati AdEx-a reflektiraju pozitivne pomake u našoj industriji za koje se nada-mo da će se nastaviti i u bu-



Podaci za 2015. pokazuju nastavak dominacije oglašavanja na televiziji
MARKO LUKUNIĆ/PIXSELL

dućnosti. Povećanje investicija oglašivača iznova potvrđuje važnost oglašavanja i dodane vrijednosti koju donosi njihovim tvrtkama i poslovanju. Čak i zabilježeni pad investicija u oglašavanje u tiskovinama je dijelom posljedica povećanja ulaganja u on-line oglašavanje kod istih izdavača", rezultate je prokomentirao Božidar Abramović, član Uprave HURA-e i voditelj medijske sekcije koja je pripremala HURA Media AdEx. Podaci za 2015. godinu pokazuju nastavak dominacije

oglašavanja na televiziji u ukupnom volumenu oglašavanja gdje televizija predvodi s udjelom od 51%, nakon čega slijede oglasi u tisku s 18,9% te internetsko oglašavanje u udjelu od 11,6%.

HURA Media AdEx je pojam koji se odnosi na potrošnju u zakup medijskog prostora u primarnim komunikacijskim kanalima i procjena je ulaganja u oglašavanje kod glavnih TV postaja, izdavača tiskovina i njihovih internet izdanja...
pd