

Evidencijski broj / Article ID: 16791496
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section: Novosti



Raste oglašavanje u medijima

ZAGREB - Oglašivači su u 2015. u zakup oglasnog prostora u hrvatskim medijima uložili ukupno 1,45 milijardi kuna, što je 3,1 posto više u odnosu na prethodnu godinu, pa je ulaganje u oglašavanje poraslo drugu godinu za redom. To je zaključak analize Hrvatskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje (HURA) pod nazivom 'HURA Media AdEx' (Advertising Expenditure), koje obuhvaća zakup oglasnog prostora kod primarnih komunikacijskih kanala - televizija, novina, magazina, radija, postera i interneta. I prošle je godine najveća vrijednost oglašavanja, 740 milijuna kuna, zabilježena na televizijskim postajama, što predstavlja rast od 3,5 posto u odnosu na 2014. godinu. Udjel oglašavanja na televiziji u ukupnom oglašavanju iznosi 51 posto. U novinskim izdanjima lani je, pak, vrijednost oglašavanja pala za 10,4 posto, na 275 milijuna kuna. Premda se tako nastavio negativni trend oglašavanja u tiskovinama, novine su i dalje drugi po redu medij koji privlači oglašivače, s udjelom od 18,9 posto. Najveći rast oglašavanja, za 43,6 posto, lani je zabilježen na internetu, pri čemu je vrijednost oglašavanja dosegla 168 milijuna kuna. (H)