



Poro ilo medijskih objav

10.12.2014

Objave v poro ilu:

MED.OVER.NET

2

9.12.2014 www.instore.si Stran/Termin: SLOVENIJA

Naslov: Slovenija: Padec spletnega oglaševanja

Vsebina: V eraj je v Ljubljani potekalanovinarska konferenca v okviru medijske raziskave MOSS – Merjenje obiskanosti spletnih strani, ki pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice poteka že deveto leto.

Avtor:

Rubrika, Oddaja:

Žanr: SPLETNI

Naklada:

Gesla: MED.OVER.NET

9.12.2014 www.marketingmagazin.si Stran/Termin: SLOVENIJA

Naslov: Drasti en padec spletnega oglaševanja v Sloveniji

Vsebina: d leta 2011, ko so naložbe v spletno oglaševanje v Sloveniji znašale rekordnih 32 milijonov evrov, so se te mo no znižale.

Avtor:

Rubrika, Oddaja:

Žanr: SPLETNI

Naklada:

Gesla: MED.OVER.NET

9.12.2014 www.instore.si

Stran/Termin:

Naslov: Slovenija: Padec spletnega oglaševanja

Avtor:

Rubrika/Oddaja:

Žanr: SPLETNI LANEK

Površina/Trajanje: 1.247,40

Naklada:

Gesla: MED.OVER.NET

<http://www.instore.si/newsarticle/newsarticle/Padec-spletnega-oglasovanja>Press CLIPPING d.o.o., tel.: +386 2 25 040 10, e-mail: press@pressclipping.si, www.pressclipping.org
Objave so namenjene interni uporabi v skladu z odločbami ZASP in se brez soglasja imetnika pravic ne smejo prosto razmnoževati in distribuirati!

IN STORE in your country:

SLOVENIJA Torek, 09. 12. 2014

Slovenija: Padec spletnega oglaševanja

09. 12. 2014
 Včeraj je v Ljubljani potekala novinarska konferenca v okviru medijske raziskave MOSS – Merjenje obiskanosti spletnih strani, ki pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice poteka že deveto leto. Primerjali so slovenski in tuje medijske trge itd.



Zoran Savin, predsednik Izvršnega odbora sveta pristopnikov MOSS, **Gregor Nišavič**, direktor podjetja Gemius Adria d.o.o., ki v obdobju 2013-2015 izvaja raziskavo MOSS, in **Gregor Gorenc**, direktor podjetja IGRP adv, ki je na slovenskem oglaševalskem trgu predstavilo možnost načrtovanja spletnih akcij z uporabo metrike iGRP so govorili tudi o tem, kolikšna je penetracija spleta v Sloveniji in zakaj stagnira ter kaj bi bilo potrebno, da spet ujamemo vlak najhitrejših, kakšne so spremembe v slovenski spletni medijski krajini, kakšen je trend obiskov v zadnjem letu in katere posebnosti so opazili. Kakšen je razkorak med penetracijo spletnih uporabnikov ter porabo za spletno oglaševanje?

Od leta 2011, ko so naložbe v spletno oglaševanje v Sloveniji znašale rekordnih 32 milijonov evrov, so se te močno znižale. V letu 2012 so padle za polovico, na 16 milijonov evrov, v letu 2013 pa se počasi povzpele na 19 milijonov. Gre za podatke, ki so jih na včerajšnji novinarski konferenci predstavili v okviru raziskave Merjenje obiskanosti spletnih strani (MOSS), ki jo pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice izvaja podjetje Gemius Adria

Leta 2012 so znašale kar polovico manj, 16 milijonov evrov, v letu 2013 pa so sicer nekoliko porasle, na 19 milijonov evrov, kar pa je še vedno zelo malo v primerjavi z najplodnejšimi leti. Raziskava MOSS spremlja le slovenske spletne medije, medtem ko podatkov, koliko oglaševalci namenijo tujim spletnim medijem, kot sta Google in Facebook, nimajo.

Kot pravijo predstavniki MOSS, je vlaganje v spletno oglaševanje v Sloveniji v zadnjih letih drastično upadlo. Kljub spodbudnemu obdobju od leta 2009 do leta 2011, ko so se naložbe v spletno oglaševanje povzpele z 21 milijonov evrov (v 2009) do rekordnih 32 milijonov evrov (v 2011), so nato močno padle.

Drugod po Evropi spletno oglaševanje cveti – v Veliki Britaniji je leta 2013 znašalo nekaj manj kot 7,4 milijarde evrov, na Danskem 630 milijonov evrov, na Poljskem pa 549 milijonov evrov. Število spletnih uporabnikov stagnira.

Podoben padec spletnega oglaševanja sicer beleži tudi Hrvaška, kjer so mu oglaševalci v letu 2011 namenili 26 milijonov evrov, leta 2013 pa le še 15 milijonov evrov.

Tudi število spletnih uporabnikov v Sloveniji v zadnjem letu ne raste več. Od leta 2009 do začetka 2013 se je po podatkih MOSS njihovo število vztrajno povečevalo, od januarja 2013 do oktobra 2014 pa uporaba spleta med uporabniki, starimi od 10 do 75 let, z manjšimi odstopanji stagnira.

V letu 2014 je bilo po podatkih MOSS število spletnih uporabnikov največje v januarju, februarju in juniju, največ prikazov pa so ustvarili v januarju in februarju. Največ časa so na spletu preživeli julija (12 ur in 22 minut) in septembra (12 ur in 46 minut).

Največji obisk med spletnimi stranmi ima 24ur.com, na drugem mestu je Planet Siol.net, od tretjega do petega mesta pa so se po obiskanosti izmenjevale spletne strani www.rtvsl.si, www.bolha.com ter <http://www.najdi.si/>.

Presenečenje oktobra 2014 je spletna stran [Med Over Net](http://www.medover.net), ki je ob vključitvi v raziskavo MOSS oktobra 2014 s 418.065 mesečnimi obiskovalci zasedla 6. mesto

Nazaj

In B2B media d.o.o.
 Brničeva 13
 1231 Ljubljana-Črnuče

Telefon: + 386 (5) 908 32 40
 email: info@instore.si

2012 © - In B2B media d.o.o.
 Developed by RGB Group

IN Store - novice
 V kolikor želite prejemati e-novice, prosimo, izpolnite obrazec. Obvezno izpolnite vsa polja. Pridobljeni podatki so namenjeni izključno interni uporabi z namenom obveščanja o InStore novostih in ponudbah. Vse pridobljene podatke obravnavamo v skladu z Zakonom o varovanju osebnih podatkov.

Ime in priimek:

Funkcija:

Podjetje:

Dejavnost:

e-pošta:

Naslov / Ulica:

Kraj:

Poštna številka:

Telefon/Mobilni:

Pošlji

9.12.2014 www.marketingmagazin.si

Stran/Termin:

Naslov: Drastičen padec spletnega oglaševanja v Sloveniji

Avtor:

Rubrika/Oddaja:

Žanr: SPLETNI LANEK

Površina/Trajanje: 2.494,80

Naklada:

Gesla: MED.OVER.NET

<http://www.marketingmagazin.si/novice/mmarketing/11306/drasticen-padec-spletnega-oglasovanja-v-sloveniji>PIŠKOTKE UPORABLJAMO ZA ZAGOTAVLJANJE NAJBOLJŠE UPORABNIŠKE IZKUŠNJE NA NAŠEM SPLETNEM MESTU - [UREDÍ NASTAVITVE](#)

Sprejmi

Naroči se na
MM

V novi številki:

Marijan Jurenc, generalni direktor podjetja Antenna TV SL:
»Enkrat televizija, vedno televizija«**MM** / MARKETING MAGAZIN

MM

NOVICE

IZBOR MMESECA

STROKOVNO MMNENJE

KOLEDAR

MM » [Novice](#) » [MMarketing](#)

Drastičen padec spletnega oglaševanja v Sloveniji

Objavljeno: torek, 9. december, 2014 v rubriki [MMarketing](#)
Ključne besede: [digitalni marketing](#), [mediji](#), [MOSS](#)

Od leta 2011, ko so naložbe v spletno oglaševanje v Sloveniji znašale rekordnih 32 milijonov evrov, so se te močno znižale. V letu 2012 so namreč padle za polovico, na 16 milijonov evrov, v letu 2013 pa se počasi povzpele na 19 milijonov. Gre za podatke, ki so jih na včerajšnji novinarski konferenci predstavili v okviru raziskave Merjenje obiskanosti spletnih strani (MOSS), ki jo pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice izvaja podjetje Gemius Adria.



Foto: SOZ

Kot pravijo predstavniki MOSS, je vlaganje v spletno oglaševanje v Sloveniji v zadnjih letih drastično upadlo. Kljub spodbudnemu obdobju od leta 2009 do leta 2011, ko so se naložbe v spletno oglaševanje povzpele z 21 milijonov evrov (v 2009) do rekordnih 32 milijonov evrov (v 2011), so nato močno nazadovale. Leta 2012 so znašale kar polovico manj, 16 milijonov evrov, v letu 2013 pa so sicer nekoliko porasle, na 19 milijonov evrov, kar pa je še vedno zelo malo v primerjavi z najplodnejšimi leti. »Razkorak je zaskrbljujoč predvsem s stališča razvoja gospodarstva na področju

[MMarketing](#)[MMediji](#)[PR](#)[Oblikovanje](#)[PreMMiki](#)[Dogodki](#)

KOLEDAR DOGODKOV

09
DEC

Delavnica »Vse, kar ste želeli vedeti o govoricah telesa«



digitalnih tehnologij. Stagnacija in upad vlaganj vodita v zamujene priložnosti,« pravijo predstavniki MOSS. Pri tem je treba poudariti, da raziskava MOSS spremlja le slovenske spletne medije, medtem ko s podatki, koliko oglaševalci namenijo tujim spletnim medijem, kot sta Google in Facebook, ne razpolaga.

Podoben padec spletnega oglaševanja sicer beleži tudi Hrvaška, kjer so mu oglaševalci v letu 2011 namenili 26 milijonov evrov, leta 2013 pa le še 15 milijonov evrov. Drugod po Evropi spletno oglaševanje cveti – v Veliki Britaniji je leta 2013 znašalo nekaj manj kot 7,4 milijarde evrov, na Danskem 630 milijonov evrov, na Poljskem pa 549 milijonov evrov.

Število spletnih uporabnikov stagnira

Tudi število spletnih uporabnikov v Sloveniji v zadnjem letu ne raste več. Od leta 2009 do začetka 2013 se je po podatkih MOSS njihovo število vztrajno povečevalo, od januarja 2013 do oktobra 2014 pa uporaba spleta med uporabniki, starimi od 10 do 75 let, z manjšimi odstopanji stagnira. Število uporabnikov med 10. in 75. letom je januarja 2013 prvič preseгло 1,4 milijona in se je, z manjšim padcem poleti 2013, obdržalo vse do danes, ni pa naraščalo, kar je v nasprotju z vztrajno rastjo med 2009 in januarjem 2013, ko je znašala 31 odstotkov.

Po podatkih Eurostata je v Sloveniji lani do spleta vsaj enkrat dostopilo 74 odstotkov celotnega prebivalstva, kar je 4 odstotke več kot leta 2012, a precej manj kot v državah Severne Evrope, kjer splet uporablja preko 90 odstotkov prebivalstva. Slovenija se s takšno spletno penetracijo nahaja na sredini lestvice skupaj s Češko, Madžarsko in Španijo ter od povprečja Evropske unije (EU 28), ki znaša 77 odstotkov, odstopa za 3 odstotne točke. Na dnu lestvice so Romunija, Bolgarija, Grčija in Italija (približno 60 odstotkov), na vrhu pa so Danska, Luksemburg, Švedska, Norveška in Islandija, kjer do spleta dostopa preko 95 odstotkov populacije. Hrvaška za Slovenijo zaostaja za 6 odstotkov, a v zadnjih letih beleži izredno visoko rast.

V letu 2014 je bilo po podatkih MOSS število spletnih uporabnikov največje v januarju, februarju in juniju, največ prikazov pa so ustvarili v januarju in februarju. Največ časa so na spletu preživeli julija (12 ur in 22 minut) in septembra (12 ur in 46 minut). Največji obisk med spletnimi stranmi ima 24ur.com, na drugem mestu je Planet Siol.net, od tretjega do petega mesta pa so se po obiskanosti izmenjevale spletne strani www.rtvsllo.si, www.bolha.com ter www.najdi.si. Presenečenje oktobra 2014 je spletna stran [Med Over Net](http://MedOverNet), ki je ob vključitvi v raziskavo MOSS oktobra 2014 s 418.065 mesečnimi obiskovalci zasedla 6. mesto.

SORODNI ČLANKI

[Še nekaj dni do 16. konference medijskih trendov SEMPL](#)

[Največ slovenskih spletnih uporabnikov ima končano štiriletno srednjo šolo](#)

[Digitalno oglaševanje bo v dveh letih prehitelo televizijsko](#)

[V domačih spletnih trgovinah kupuje 70 odstotkov Slovencev](#)

[Ameriški oglaševalci lani spletu prvič namenili več denarja kot televiziji](#)

10
DEC

5. Podjetniški forum

10
DEC

Effie Slovenija: Digitalna izkušnja = vse ali nič

16
DEC

Cristal Festival: Kreativnost in inovativnost