

REKLAMA V 2025

Pozrime sa na štruktúru výdavkov do reklamy za minulý rok, ktoré vychádzajú z cenníkových cien jednotlivých médií.

Podiel TOP 5 sektorov na výdavkoch do reklamy:

(nárast "25 vs "24)

Sektor Obchodu je na čele rebríčka výdavkov do reklamy už neuveriteľných 7 rokov. Nielen vďaka super/hypermarketom, ale aj internetovým obchodným domom. Navyše posledných 10 rokov stále rastie, aj počas korony. Najväčším prekvapením je zmena v sektore banky, poisťovne a finančné služby, ktoré narástli medziročne o viac ako 30% (!), a posunuli sa tak na druhé miesto. Inak poradie top 5 sektorov zostáva nezmenené.



Výdavky do reklamy v rôznych sektorov sú za TV, noviny, časopisy, rozhlas, internet video a display (bez social), outdoor, instore a kino v celkovej hodnote 5, 8 mld Eur, merané v cenníkových cenách, bez započítavania bonusov.

Pohľad na výdavky do reklamy cez mediatypy:

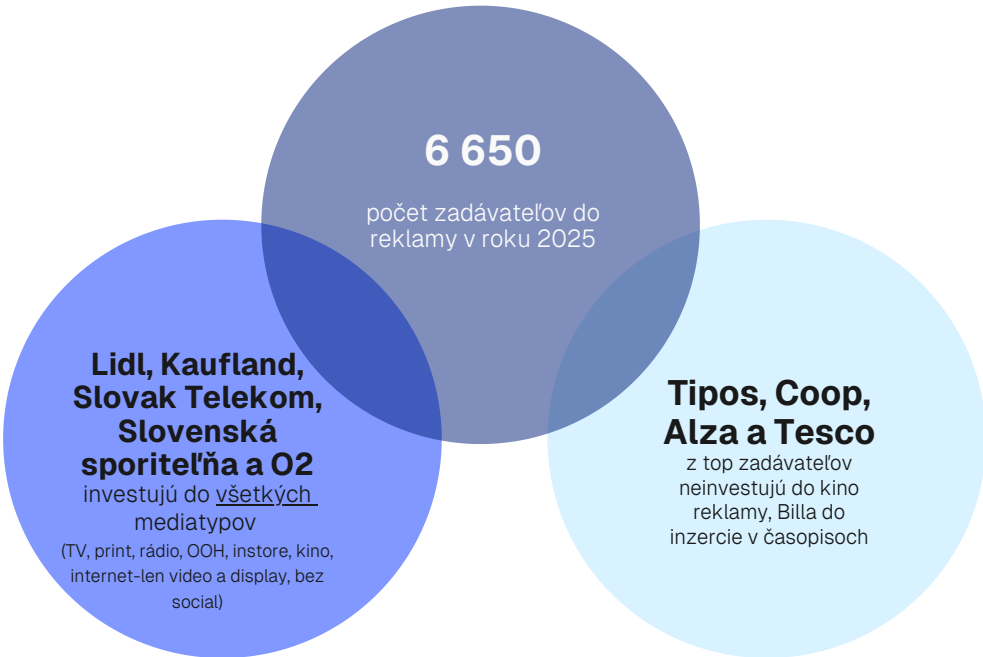
ROK 2025	BRUTTO VÝDAVKY DO REKLAMY	POKLES/NÁRAST
TV	5 291 200 000 €	+ 12% *monitorujeme 25 TV v cenníkových cenách
INTERNET	196 620 000 €	- 11% *cca 300 najnavštevovanejších slovenských webov, len video a display (bez social)
RÁDIO	116 230 000 €	- 1% *monitorujeme 13 rádii
ČASOPISY	76 710 000 €	- 4% *monitorujeme viac ako 90 časopisov
NOVINY	61 130 000 €	- 5% *monitorujeme viac ako 20 denníkov
OUTDOOR	75 680 000 €	+ 5% *monitorujeme 9 spoločností
KINO	7 550 000 €	+ 17% *monitorujeme 2 spoločnosti
INSTORE	3 800 000 €	+ 8% *monitorujeme 3 spoločnosti
SPOLU výdavky do reklamy	5,8 miliárd €	+ 10%

TOP 10 zadávateľov v reklame:

(nárast/pokles "25 vs "24) v TV, printe, OOH, kine, rádiu a na internete bez sociálnych sietí, len video a display

1. LIDL SR (-8%)	2. KAUFLAND SLOVENSKA REPUBLIKA (23%)	3. SLOVAK TELEKOM (25%)	5. COOP JEDNOTA SLOVENSKO (19%)	7. TESCO STORES (13%)	8. O2 SLOVAKIA (20%)
		141 152 566 €	131 960 390 €	125 924 126 €	120 329 558 €
		4. TIPOS (45%)	6. ALZA (22%)	9. BILLA (8%)	10. SLOVENSKA SPORITELNA (35%)
286 677 533 €	231 188 708 €	139 995 127 €	127 822 055 €	119 175 201 €	116 239 741 €

- Rok 2025 je rokom intenzívneho rastu reklamných investícií na Slovensku
- Lidl je jediný inzerent s poklesom výdavkov do reklamy, avšak stále suverénnou jednotkou
- Kaufland rastie rýchlejšie ako Lidl, druhé miesto
- Slovak Telekom tiež výrazne pridáva, vyšplhal sa z 4. na 3. miesto a predbehol P&G, ktoré z top 10 úplne vypadlo
- Víťazmi najintenzívnejšieho rastu sú TIPOS (+45%), Slovenská poriteľňa (+35%) a Telekom (+25%), najvyšší nárast investície do reklamy
- Celkovo top 10 hráčov rástlo priemerne 20% oproti predchádzajúcemu roku, priemer trhu je 10%



6 z 10 top zadávateľov do reklamy patrí do sektoru Obchod. Dvaja sú z telko sektora, jeden lotériový hráč a jeden z bankového sektora. Takže jedlo a nákupy na internete sú stále na čele rebríčka reklám.

Info

Fifty5Blue (ex Kantar) monitoruje výdavky do reklamy aj kreatívne stvárnenie reklamy už viac ako 30 rokov na Slovensku. Všetky ceny vychádzajú z cenníkových (brutto) cien jednotlivých médií. Od roku 2024 monitorujeme aj výdavky do reklamy na internete, čím máme na mysli cca 300 slovenských webov a YT (video a display). Od januára 2026 monitorujeme aj sociálne siete ako FB, IG, Tik-tok, X, Pinterest, LinkedIn. Dáta zo všetkých social platforiem však v tejto PR infografike nie sú spracované. Pripravila tatiana.bohmerova @ fifty5blue.com.