

TOP značky, zadávatelia a sektory v reklame 2024

Po dlhšej dobe môže Kantar prezentovať ucelené výsledky top investorov do reklamy na slovenskom mediálnom trhu za mediatyp televízia, rádio, noviny, časopisy, kino, outdoor, instore a INTERNET. Celý minulý rok 2024 sme začali so zlepšeným monitoringom reklamy aj na internete do video a display reklamy, zachytávanej na všetkých relevantných slovenských weboch a Youtube, programaticky či napriamo.

TOP ZNAČKA



1. miesto
313 mio Eur



2. miesto
187 mio Eur



3. miesto
112 mio Eur



4. miesto
111,6 mio Eur



5. miesto
111 mio Eur

Top 5 značiek komunikujúcich na slovenskom mediálnom trhu sú výlučne super/hypermarkety a jeden telekomunikačný operátor. Slovak Telekom vystriedal minuloročný Tipos. Poradie prvej trojky Lidl-Kaufland-Telekom sme mali možnosť naposledy vidieť v rokoch 2019-2020-2021.

TOP ZADÁVATEĽ



1. miesto
313 mio Eur



2. miesto
187 mio Eur



3. miesto
120 mio Eur

Z pohľadu výdavkov top 3 zadávateľov sú na čele LIDL, KAUF LAND, PROCTER & GAMBLE. Tretí najväčší zadávateľ reklamy disponuje rôznymi značkami od liekov, detergentov až po kozmetiku (Jar, Ariel, Lenor, Neurobion, Old Spice...).

TOP SEKTORY

SEKTOR	výdavky do reklamy v tis. Eur v roku 2024
1 OBCHOD	1 065 609
2 LIEKY, LIEČIVÁ	590 992
3 POTRAVINY	562 253
4 BANKY, POISTOVNE, FINANČNÉ SLUŽBY	532 354
5 HRAČKY, ŠPORT, VOĽNÝ ČAS	383 168
Total slovenský mediálny trh v brutto cenách	5 408 447

Celý mediálny trh, ktorý monitorujeme s 27 sektormi, dosiahol vlani sumu 5,4 miliardy Eur v investíciach do reklamy. Poradie top 5 sektorov je rovnaké ako minulého roka. Samotný Obchod s komunikáciou obchodných reťazcov predstavuje viac ako 1 miliardu Eur, čo je 20% celkových výdavkov. Prvých 5 sektorov predstavuje takmer 60% všetkých peňazí v reklame. Sektory Obchod, Lieky a liečivá, Potraviny, Banky, poisťovne a finančné služby a Hračky, šport a voľný čas rástli v porovnaní s rokom 2023 o neuveriteľných 12% - 35%.

MEDIATYPY

MEDIATYPY	výdavky do reklamy v tis. Eur v roku 2024	% podiel na total
1 TV	4 709 463	87%
2 INTERNET*	355 347	7%
3 RADIO	117 483	2%
4 ČASOPISY	79 695	1%
5 OUTDOOR	72 080	1%
6 NOVINY	64 378	1%
7 KINO	6 451	0,1%
8 INSTORE	3 546	0,1%
Total slovenský mediálny trh v brutto cenách	5 408 447	100%

Reklama v TV má stále dominantné postavenie na celkových výdavkoch do reklamy, aj po prirátaní brutto cien z monitoringu reklamy na internete. Sociálne siete okrem YT nie sú zahrnuté vo výdavkoch

* reklama na slovenských weboch a YT, display/video, programatic/direct

Poznámka:
Kantar monitoruje výdavky do reklamy v TV, rádiu, novinách, časopisoch, outdoore, instore, kine, na internete už viac ako 20 rokov na Slovensku. Všetky výdavky sú v cenníkových cenách, teda brutto ceny, bez započítavania zliav z cenníkovej ceny.