

Növekedést mutat a harmadik negyedéves NORI

2012. november 26. – A harmadik negyedévben magához tért a hazai online és mobil reklámpiac - ezt mutatja az IAB Adex NORI online reklámpiaci index.

A magyar gazdaságot súlytó recesszió és a médiapiac más területeit érintő visszaeséssel szemben 2012 harmadik negyedévében **6,7 százalékkal növekedett** a felmérésben résztvevő cégek online és mobil reklámbevétele 2011 azonos időszakához képest.

Az IAB Hungary Médiaszekció tagjainak önkéntes adatbevallásából a PwC Magyarország Kft. közreműködésével összeállított IAB Adex NORI index negyedéves összehasonlításban, év/év alapon nyújt tájékoztatást a magyar online és mobil reklámpiacról érintett részéről. A NORI a search és listings típusú bevételek kivételével tartalmaz minden online és mobil hirdetési formából származó reklámbevételt a résztvevő cégek vonatkozásában. A bevallásban résztvevő médiatulajdonosok és sales house-ok száma és mérete alapján kijelenthetjük, hogy a NORI átfogó képet mutat a magyar online és mobil reklámpiac aktuális teljesítményéről.

A felméréshez újabb piaci szereplők csatlakoztak, emiatt a PwC újraszámolta a NORI első és második negyedéves értékét is.

időszak	NORI
2012 q1	3,1%
2012 q2	0,5%
2012 q3	6,7%

A kutatást a PwC az alábbi cégek önbevallásai alapján készítette:

- Adaptive Media
- Axel Springer Magyarország
- CEMP Sales House
- Est Media Group
- EVO Media
- Expressz Magyarország
- Generalmedia
- Gmedia
- Hírek Média
- Híreső
- HVG Online
- HWSW
- Infinety
- Inform Media Online
- Madhouse
- MTM-SBS
- Net Média
- MTVA Online
- Optimusz Direkt Marketing
- Origo Média Group
- Ringier Online
- R-Time
- Sanoma Media Budapest
- Thinkdigital