

Sajtóközlemény – azonnal közölhető!

## Tizedével nőtt az online és mobil hirdetési piac

2013. február 1.

A tavalyi negyedik negyedévben erősödött az előző három hónap tendenciája és az IAB Adex NORI mutató alapján a magyar online és mobil hirdetési piac erősödő dinamikával növekedett.

Noha az októbertől decemberig tartó időszakban a konjunktúra mutatók a recesszió mélyülését jelzik, az IAB NORI felmérésben szereplő társaságok online és mobil bevétele az egy évvel korábbit **10,1 százalékkal** haladta meg.

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.

időszak	NORI
2012 q1	3,1%
2012 q2	0,5%
2012 q3	6,7%
2012 q4	10,1%

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

---

#### **További információ:**

Rónai Balázs, IAB Hungary Médiaszekció vezető

Email: [bronai@napi.hu](mailto:bronai@napi.hu)

Mobil: +36 20 925 3109

SOMOGYI Endre, IAB Hungary ügyvezető

Email: [endre@iab.hu](mailto:endre@iab.hu)

Mobil: +36 20 333 29333

[www.iab.hu](http://www.iab.hu)

[twitter.com/IABHungary](https://twitter.com/IABHungary)

#### **IAB Hungary-ról:**

Az IAB Hungary a Magyar Reklámszövetség keretein belül 2008 novemberében létrejött szakmai szervezet, mely a nemzetközi Interactive Advertising Bureau (IAB) hazai képviselője, az IAB Europe tagja. A szervezetet 46 cég alapította, köztük ügynökségek, kiadók, kutatócégek, hirdetőik és egyéb az online hirdetési piacon tevékenykedő szolgáltató cégek. A szervezetnek jelenleg 67 tagja van.

- A szervezet célja az online, interaktív, digitális marketing és reklámeszközök és megoldások ismertségének, használatának és elfogadottságának növelése.
- A digitális marketing iparág fejlesztése, a digitális média további erősítése.
- Szakmai érdekképviselet és érdekvérvényesítés hazai és nemzetközi fórumokon, üzleti, társadalmi és kormányzati szervezetekben.
- Egy iparági „közös hang” megteremtése, a piaci szereplők, szakmai szervezetek, szakmai sajtó, szakhatóságok irányába való folyamatos, hiteles kommunikáció.