

.SK

Vývoj návštevnosti
slovenského internetu
v roku 2018

Na úvod

Združenie pre internetovú reklamu IAB Slovakia je najväčším digitálnym združením na Slovensku, ktoré spája slovenský online. Aktuálne má 39 členov z radov vydavateľov, online médií, mediálnych agentúr a ďalších významných hráčov v internetovej reklame. Okrem vzdelávania v digitálnom marketingu, vytvárania Kódexov správania a zavádzania štandardov v oblasti internetovej reklamy prináša aj **čísla o slovenskom internete**.

Nižšie uvedené dáta o vývoji návštevnosti slovenských internetových médií vychádzajú z jediného auditovaného merania na Slovensku [AIMmonitor](#), ktoré IAB Slovakia prinieslo na trh už v roku 2006. Toto meranie je realizované výskumnou agentúrou Gemius Slovakia. AIMmonitor okrem online verejne prístupných výsledkov pre celý slovenský trh prináša aj sociodemografické údaje internetových užívateľov na mesačnej báze, ktoré sú prístupné cez spoplatnenú službu GemiusExplorer zazmluvneným partnerom.

Verejne prístupná aplikácia [OLA](#) umožňuje všetkým subjektom prístup k informáciám o návštevnosti, strávenom čase, veľkosti mediálneho priestoru a ďalších ukazovateľoch na úrovni médií, prevádzkovateľov ako aj kategórií podľa zamerania obsahu stránok. Do merania sa môžu [zapojiť](#) aj nečlenské médiá, ktoré na svojich stránkach predávajú reklamný priestor.

Sociodemografické dáta sú aktuálne dostupné len na úrovni reálnych užívateľov zo Slovenska prístupujúcich na stránky cez PC (desktopy), nakoľko nie je k dispozícii mobilný panel, na základe ktorého by sme získali sociodemografiu mobilných užívateľov.

V apríli 2019 bude zrealizovaná aktualizácia súčasnej metodiky a AIMmonitor prejde na OverNight metodiku, ktorá bude poskytovať sociodemografické dáta na dennej báze, čo poteší najmä novozapojené médiá, ktoré môžu vo veľmi krátkom čase sprostredkovať údaje o ich cieľovej skupine svojim obchodným partnerom a mediálnym agentúram. **Naviac, pravdepodobne už v treťom kvartáli roka 2019 bude dostupný aj mobilný panel a sociodemografické dáta mobilných užívateľov.**

1 Koľko Slovákov je online?

1. Koľko Slovákov je online?



85%

V súčasnosti 85% ľudí vo veku od 12 do 79 rokov zo Slovenskej republiky pristupuje na internet. Inými slovami to znamená, že 8 z 10 Slovákov v danom vekovom rozpätí je online.



3%

Medziročne sa reach internetovej populácie zvýšil o 3%. V roku 2018 bolo online o 119 tisíc viac Slovákov.

1. Koľko Slovákov je online?

Tabuľka č.1 Pomer veľkosti internetovej populácie 12+ k celkovej slovenskej populácii 12+

Rok	2018	2017
Populácia na Slovensku 12 +	4,577,220	4,577,220
Internetová populácia 12 +	3,892,644	3,773,378
Reach internetovej populácie na Slovensku	85%	82%

Zdroj: Celková populácia 12 až 79 rokov Štatistický úrad SR k 31.12.2017 / Internetová populácia 12 až 79 rokov, vypočítaná ako priemerná mesačná hodnota za roky 2017 a 2018. Gemius Slovakia.
Poznámka: Reach v roku 2018 je približné číslo nakoľko nie je v čase vydania dostupný údaj o slovenskej populácii za rok 2018 zo Štatistického úradu.

2

Koľko užívateľov chodí
na slovenské weby?

2. Koľko užívateľov chodí na slovenské weby?

AIMmonitor poskytuje ukazovatele ohľadne návštevnosti na dvoch úrovniach z hľadiska **geolokácie**:

- 1. SK**
tento parameter zahŕňa všetkých užívateľov zo Slovenska a práve s týmto ukazovateľom pracujeme pri väčšine analýz dát uvedených nižšie a pri sociodemografických dátach.
- 2. OSTATNÍ**
tí, ktorí chodia na slovenské stránky zo zahraničia.
- 3. VŠETCI**
tento parameter zahŕňa všetkých užívateľov zo Slovenska + ostatní, ktorí chodia na slovenské stránky zo zahraničia.

AIMmonitor poskytuje ukazovatele ohľadne návštevnosti samostatne aj za jednotlivé **platformy (zariadenia)** a to nasledovne:

- 1. PC**
ide o návštevnosť (a iné ukazovatele) na platforme desktopov (počítačov).
- 2. PHONE**
ide o návštevnosť (a iné ukazovatele) na platforme mobilných zariadení.
- 3. TABLET**
ide o návštevnosť (a iné ukazovatele) na platforme tabletov.
- 4. TOTAL**
ide o návštevnosť (a iné ukazovatele) na všetkých platformách spolu (PC + Phone + Tablet)

2.1. Vývoj návštevnosti

Pri vývoji návštevnosti vychádzame z dát AIMmonitora, ktorého reach v roku 2018 dosiahol 96%. To znamená, že 96% z celej slovenskej internetovej populácie navštevuje stránky zapojené do merania AIMmonitor. Medziročne reach narástol o 1%.

Tabuľka č.2 – Pomer veľkosti reálnych užívateľov zo Slovenska k internetovej populácii 12+

Rok	2018	2017
Internetová populácia 12 +	3,892,644	3,773,378
RU SK, TOTAL	3,720,309	3,581,691
Reach AIMmonitor	96%	95%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, RU SK užívatelia zo Slovenska na všetkých platformách vypočítaná ako priemerná mesačná hodnota za roky 2017 a 2018 a internetová populácia 12 až 79 rokov vypočítaná ako priemerná hodnota za roky 2017 a 2018.

V priemere za rok 2018 mesačne navštívilo stránky merané v AIMmonitore **cez 3,7 milióna reálnych užívateľov (nie cookies – pozri rozdiel) zo Slovenska.** V porovnaní s rokom 2017 ide o takmer 4% medziročný nárast ako ukazuje tabuľka číslo 3.

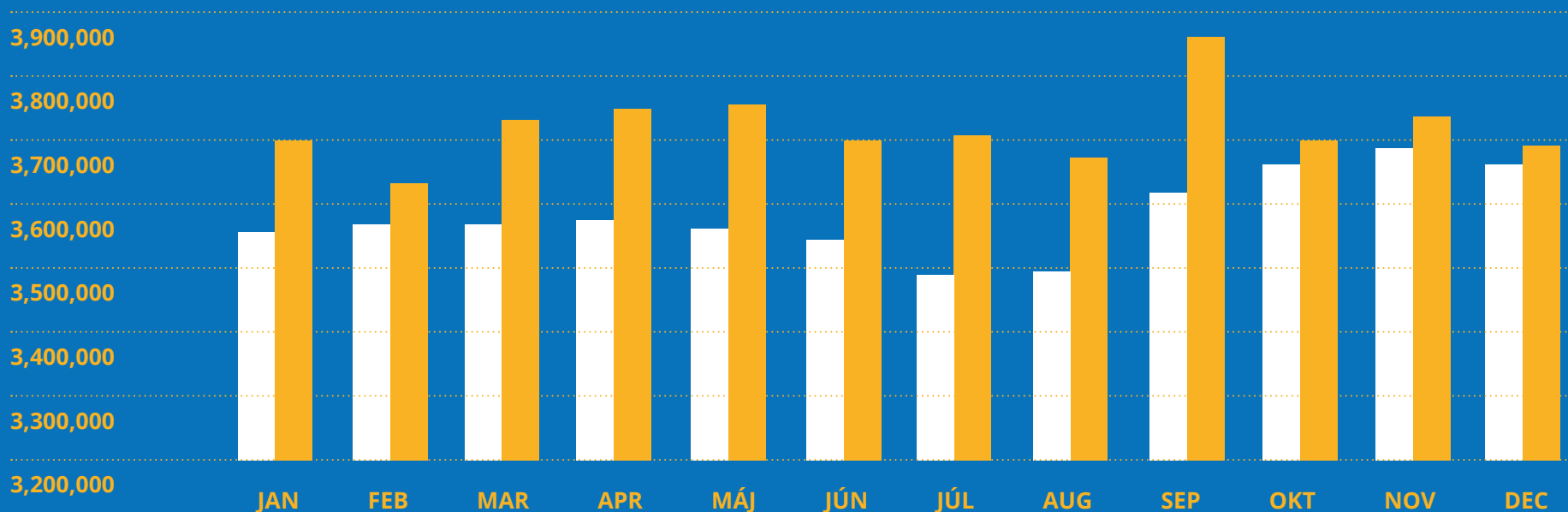
Tabuľka č.3 – Porovnanie počtu reálnych užívateľov zo Slovenska na všetkých platformách

Parameter	Priemer
2017 RU SK, TOTAL	3,581,691
2018 RU SK, TOTAL	3,720,309
Porovnanie 2018/2017	3.87%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, RU SK užívatelia zo Slovenska na všetkých platformách vypočítaná ako priemerná mesačná hodnota za roky 2017 a 2018.

2.1. Vývoj návštevnosti

Graf č.1 – Vývoj návštevnosti užívateľov zo Slovenska na všetkých platformách za roky 2017 a 2018



Na grafe porovnávame návštevnosť za jednotlivé mesiace rokov 2017 a 2018. Z grafu je vidno, že najnavštevovanejším mesiacom v roku 2018 bol mesiac september.

Graf legenda:
■ 2017 RU SK, TOTAL
■ 2018 RU SK, TOTAL

2.1. Vývoj návštevnosti

Priemerná mesačná návštevnosť slovenskými užívateľmi cez PC dosiahla v roku 2018 3,4mil. užívateľov a v medziročnom porovnaní šlo o nepatrný nárast oproti roku 2017 ako ukazuje tabuľka číslo 4. Tento vývoj kopíruje celosvetový trend a častejšie pristupovanie na stránky médií cez mobilné zariadenia.

Tabuľka č.4 – Porovnanie počtu reálnych užívateľov zo Slovenska na PC

Parameter	Priemer / mesiac
2017 RU SK PC	3,369,811
2018 RU SK PC	3,388,245
Porovnanie 2018/2017	0.55%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, RU SK užívatelia zo Slovenska na PC vypočítané ako priemerná mesačná hodnota za roky 2017 a 2018.

Návštevnosť cez mobilné zariadenia nie je možné medziročne porovnávať nakoľko v roku 2017 až do decembra bola v návštevnosti „Mobilu“ zahrnutá aj návštevnosť cez tablety. V decembri došlo k rozdeleniu platformy na „Phone“ a „Tablet“. **Preto na úrovni mobilných ako aj tabletových zariadení medziročne porovnáваме len dáta za mesiac december.**

Tabuľka č.5 Porovnanie počtu reálnych užívateľov zo Slovenska cez mobilné zariadenia

Parameter	december
2017 RU SK PHONE	2,461,790
2018 RU SK PHONE	2,789,421
Porovnanie 2018/2017	13.31%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, RU SK užívatelia zo Slovenska na PHONE december za roky 2017 a 2018.

Tabuľka č.6 – Porovnanie počtu reálnych užívateľov zo Slovenska cez tablety

Parameter	december
2017 RU SK TABLET	907,509
2018 RU SK TABLET	1,181,022
Porovnanie 2018/2017	30.14%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, RU SK užívatelia zo Slovenska na TABLET december za roky 2017 a 2018.

Priemerná mesačná návštevnosť cez mobilné zariadenia v roku 2018 bola vo výške 2,6mil. užívateľov. Priemerná mesačná návštevnosť cez tablety dosiahla v roku 2018 výšku 1,1mil. užívateľov.

2.1. Vývoj návštevnosti




3,4mil.

Počet užívateľov
zo Slovenska na PC



1,1mil.

Počet užívateľov
zo Slovenska na TABLET

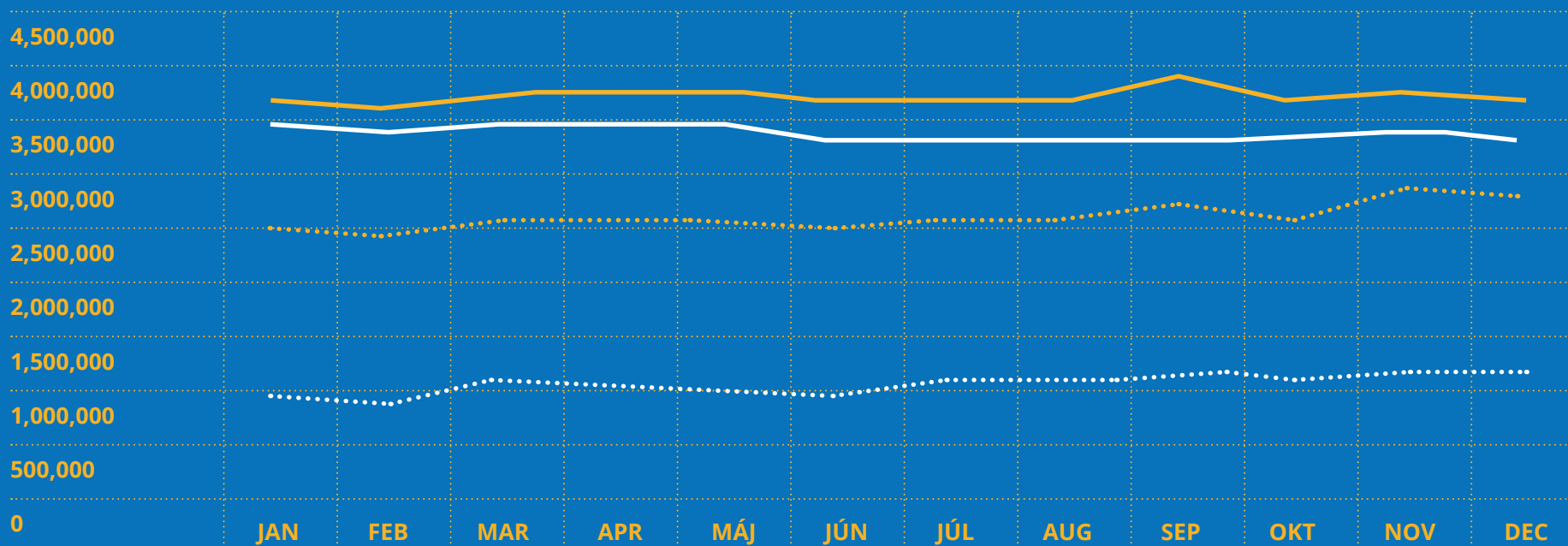


2,6mil.

Počet užívateľov
zo Slovenska na PHONE

2.1. Vývoj návštevnosti

Graf č.2 – Vývoj ukazovateľa počet Reálnych užívateľov zo Slovenska na platformách Desktop, Phone, Tablet a Total za rok 2018



Podľa vyššie uvedených informácií v rámci dosiahnutých rastov na jednotlivých platformách môžeme konštatovať, že návštevnosť v roku 2018 ťahal rast návštevnosti na mobilných zariadeniach a tabletoch. Najväčšie nárasty sú zaznamenané v mesiacoch september, november a december.

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, RU SK užívatelia zo Slovenska na PC, Phone, Tablet ako aj Total vypočítaná ako priemerná hodnota za rok 2018.

Graf legenda:

- 2018 RU SK, TOTAL
- 2018 RU SK, PC
- ... 2018 RU SK, PHONE
- ... 2018 RU SK, TABLET

3

Akí užívatelia chodia
na slovenské weby
a čo na nich robia?

3.1. Koľko je na slovenskom internete žien a mužov a aké je zastúpenie pohlavia v porovnaní s reálnou populáciou na Slovensku?

Zastúpenie mužov a žien na slovenskom internete, ktorí prístupujú cez PC viac menej kopíruje rozdelenie aj v celkovej populácii Slovenska vo veku 12+. Na stránky AIMmonitora cez PC chodí 73% všetkých slovenských žien vo veku 12+ a 75% slovenských mužov vo veku 12+.

Slovenské médiá merané v AIMmonitor navštevovalo cez platformu PC v roku 2018 viac žien ide však o minimálny rozdiel (1,7%).

Tabuľka č.7 – Demografické zastúpenie podľa pohlavia slovenských návštevníkov na slovenských médiách

Pohlavie	Muž	Žena	Spolu	Podiel Muž	Podiel Žena
Populácia na Slovensku 12 +	2,249,273	2,327,947	4,577,220	49%	51%
RU SK, PC 2018	1,679,709	1,708,535	3,388,245	50%	50%
Reach	75%	73%	74%		

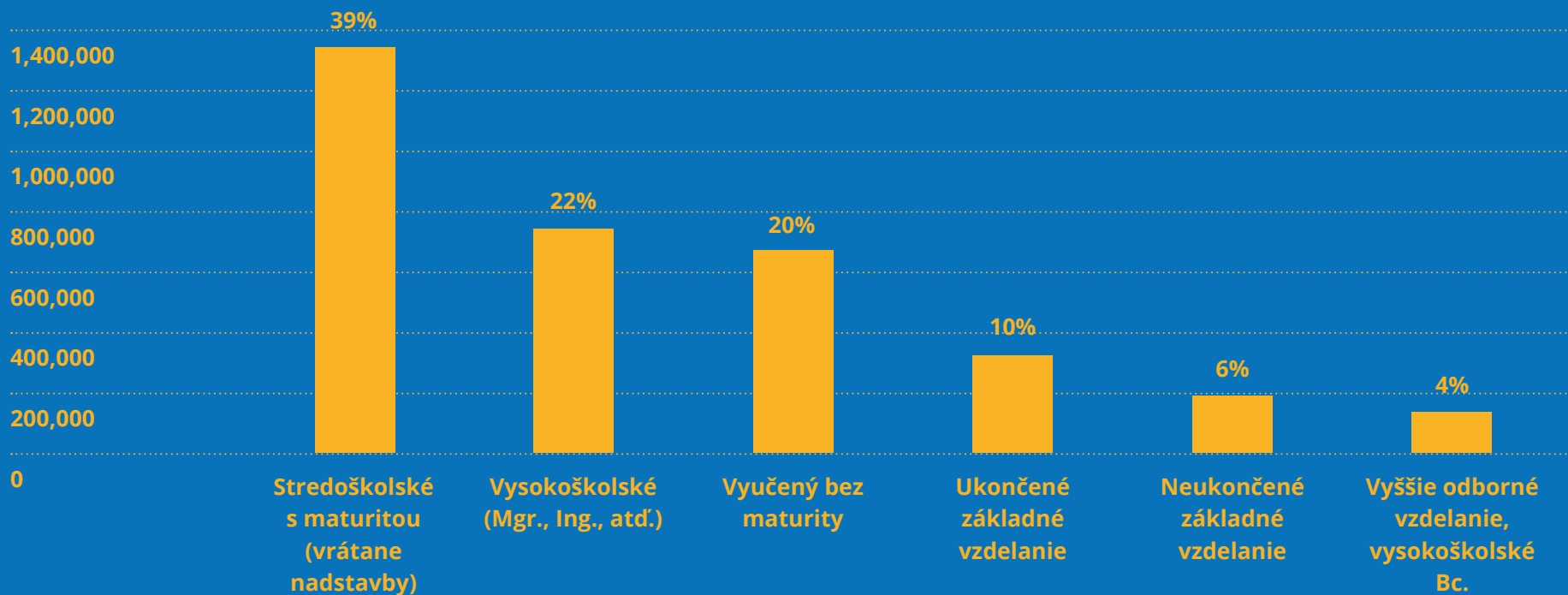
Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, parameter RU SK užívateľa zo Slovenska cez platformu PC priemer za mesiac v roku 2018.
Poznámka: Dáta nevieme poskytnúť naprieč všetkými platformami teda aj za "Phone" nakoľko neexistuje sociodemografický panel pre mobilnú populáciu.



Reach pohlavia (SK,PC) na celkovej populácii podľa pohlavia.

3.2. Aké majú slovenskí návštevníci vzdelanie?

Graf č.3 – Počet a % share internetových užívateľov podľa dosiahnutého najvyššieho vzdelania

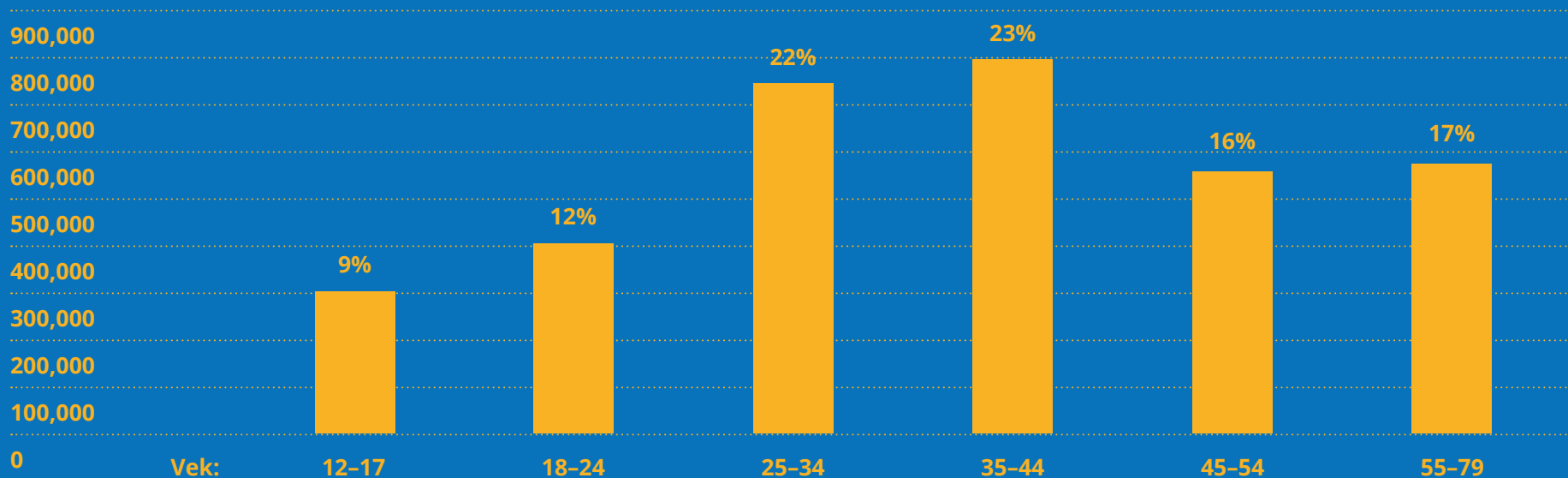


Najväčšiu skupinu internetovej populácie tvoria návštevníci so stredoškolským vzdelaním s maturitou a nadstavbou, spolu tvoria až 39%. Po nich nasledujú užívatelia s vysokoškolským vzdelaním 22% a prvú trojicu uzatvárajú užívatelia vyučení bez maturity 20%.

Zdroj: AIMmonitor - IAB Slovakia - Gemius Slovakia - sociodemografické dáta - parameter vzdelanie, priemerná mesačná hodnota 2018 RU SK na platforme PC. Poznámka: Dáta nevieme poskytnúť naprieč všetkými platformami teda aj za "Mobil" nakoľko neexistuje sociodemografický panel pre mobilnú populáciu.

3.3. Aká je veľkosť internetovej populácie podľa veku?

Graf č.4 – Počet užívateľov v jednotlivých vekových kategóriách v absolútnej hodnote a ich share na celkovej populácii RU SK PC



Vzhľadom na rozdelenie najväčšiu skupinu internetovej populácie tvoria návštevníci vo veku 35 až 44 rokov.

Zdroj: AIMmonitor - IAB Slovakia – Gemius Slovakia – sociodemografické dáta - parameter vek, priemerná mesačná hodnota za rok 2018, reálni užívatelia z SK na platforme PC. Poznámka: Dáta nevieme poskytnúť naprieč všetkými platformami teda aj za "Mobil" nakoľko neexistuje sociodemografický panel pre mobilnú populáciu.

3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?

 **7 hod.**


Mesačne strávený čas užívateľom zo Slovenska cez VŠETKY platformy na slovenských médiách

 **1:35 hod.**

Mesačne strávený čas užívateľom zo Slovenska cez TABLET na slovenských médiách

 **3:38 hod.**

Mesačne strávený čas užívateľom zo Slovenska cez PC na slovenských médiách

 **4:41 hod.**

Mesačne strávený čas užívateľom zo Slovenska cez PHONE na slovenských médiách

3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?

Užívateľ strávil v roku 2018 **mesačne** (cez všetky platformy – PC, Mobil, Tablet) na slovenských médiách **v priemere 7 hodín**. V porovnaní s rokom 2016 sme zaznamenali nepatrný nárast o takmer 4 minúty.

Tabuľka č.8 – Trávenie času užívateľom zo Slovenska cez jednotlivé platformy za 2017 a 2018

Platforma / rok	2018	2017	% rozdiel
Total	7:01:26	6:57:37	0.92%
Tablet	1:35:24	N/A	N/A
Phone	4:41:18	N/A	N/A
PC	3:38:19	4:04:34	-10.73%

Zdroj: AIMmonitor - IAB Slovakia – Gemius Slovakia – sociodemografické dáta - parameter strávený čas, mesačný priemer za rok 2017 a 2018

V medziročnom porovnaní v rámci platforiem môžeme porovnať len hodnotu stráveného času na PC, nakoľko nemáme štatistiky pre hodnotu Mobil za obdobie január až november 2017 keďže vtedy sa do tejto platformy započítaval aj čas strávený cez tablety. Čas strávený na slovenských stránkach cez PC v medziročnom porovnaní klesol a to takmer o 11%. **Cez mobil strávil v roku 2018 užívateľ mesačne o 1 hodinu a 3 minúty viac ako cez počítač.** Najmenej času trávia slovenskí užívatelia konzumovaním obsahu cez tablet.

Tabuľka č.9 – Trávenie času na slovenských médiách podľa pohlavia 2017 a 2018

Pohlavie / Rok	2018	2017	% rozdiel
Muž	4:22:30	4:46:14	-8.29%
Žena	2:54:53	3:21:04	-13.03%

Zdroj: AIMmonitor - IAB Slovakia – Gemius – sociodemografické dáta - parameter strávený čas podľa pohlavia, mesačný priemer za rok 2017 a 2018, reálni užívatelia z SK PC.

3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?



 **1:27 hod.**

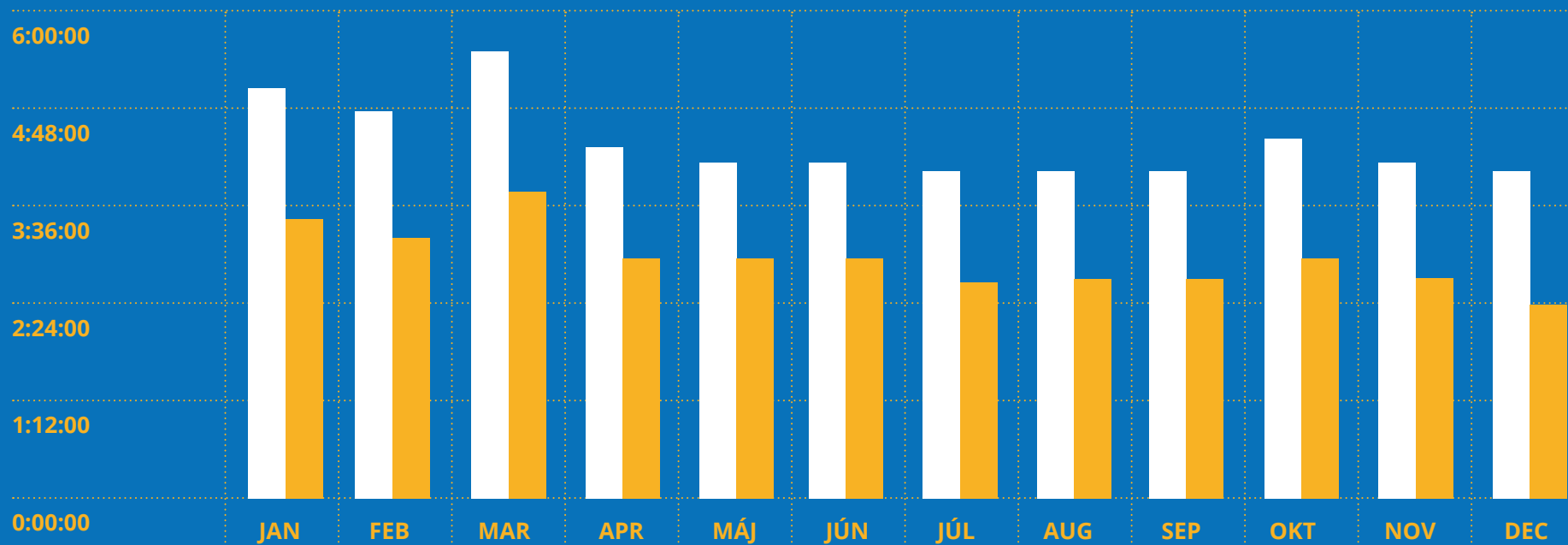
Muži na slovenských stránkach trávajú viac času ako ženy.

Zo spriemerovaných hodnôt za rok 2018 vyplýva, že **muž strávi v priemere za mesiac na PC konzumáciou obsahu o 1 hodinu a 27 minút viac ako žena.**

V medziročnom porovnaní sa však strávený čas jednotlivými pohlaviami znížil, v prípade žien o 13% a v prípade mužov o 8%. S najvyššou pravdepodobnosťou sa tento čas stráca v prospech sociálnych sietí ako Facebook, ktoré v súčasnosti nahrádzajú tradičné médiá aj v segmentoch ako napríklad spravodajstvo. Dnešnému užívateľovi v návale informácií častokrát stačí hlavný titulok so základnou informáciou, nejde pri čítaní článku do hĺbky.

3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?

Graf č.5 – Vývoj priemerného mesačne stráveného času návštevníkom zo Slovenska podľa pohlavia na platforme PC v roku 2018



Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, parameter priemerný strávený čas muž/žena zo Slovenska cez platformu PC v roku 2018. Poznámka: Dáta nevieme poskytnúť naprieč všetkými platformami teda aj za "Mobil" nakoľko neexistuje sociodemografický panel pre mobilnú populáciu.

Graf legenda:
■ Muži
■ Ženy

3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?

Muži sú na internete aktívnejší. Podľa spriemerovaných údajov za rok 2018, muži mesačne svojim pohybom na internete cez platformu PC vygenerovali 432mil. stránok (PV – page views) čo je o 40% viac ako v prípade žien (priemerne 309mil. stránok). Na jedného muža tak mesačne pripadne 257 stránok a na ženu 180 stránok. Aktivita oboch pohlaví však v medziročnom porovnaní poklesla. U mužov o 2,4% a u žien o 12%.

Tabuľka č.10

Počet vygenerovaných stránok (PV) na slovenských médiách podľa pohlavia 2017 a 2018

Rok	2018	2017	% rozdiel
Muž	431,817,738	442,511,451	-2.42%
Žena	308,746,730	349,631,935	-11.69%

Zdroj: : AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, parameter počet zobrazených stránok (PV) v priemere za mesiac v rozdelení na **pohlavie** cez platformu PC.*Poznámka: Dáta nevieme poskytnúť naprieč všetkými platformami teda aj za "Mobil" nakoľko neexistuje sociodemografický panel pre mobilnú populáciu.*

 **309**
mil. PV

 **432**
mil. PV

Muži konzumujú mesačne o 40% viac obsahu ako ženy.

3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?

Najviac času strávil užívateľ na zoznamovacích serveroch, komunitách a chatoch, následne na stránkach poskytujúcich spravodajské informácie a prvú trojku uzatvárajú vstupné brány médií, tzv. Homepage. V medziročnom porovnaní najväčší nárast zaznamenal automobilový obsah a na druhej priečke skončilo spravodajstvo.

Na nárast spravodajského obsahu mali určite vplyv mnohé významné udalosti roka 2018 ako vražda Jána Kuciaka a jeho snúbenice, následné zmeny vo vláde, organizácia protestov, únos vietnamského podnikateľa, zadržanie Mariána Kočnera, voľby do mestských zastupiteľstiev a ďalšie...



3.4. Koľko strávime na slovenských mediách času?

Tabuľka č.11 – Trávenie času slovenským užívateľom na weboch podľa zamerania obsahu v roku 2018 a jeho vývoj

Poradie	Rok	2018	2017	% rozdiel
1.	Zoznamovacie servery, komunity, chaty, blogy	2:41:20	2:53:52	-7.2%
2.	Spravodajstvo	1:59:04	1:41:42	17.1%
3.	Portálové homepage	1:54:50	1:54:20	0.4%
4.	Obchod, predaj, nakupovanie, inzercia	1:33:48	1:36:27	-2.7%
5.	Freemaily	1:20:16	1:26:04	-6.7%
6.	Ženy a maminy	1:08:08	1:08:30	-0.5%
7.	Šport	1:05:17	0:58:29	11.6%
8.	Magazíny, lifestyle, hobby	0:38:55	0:36:29	6.7%
9.	Služby, mapy, cestovné poriadky	0:33:28	0:30:56	8.2%
10.	Auto moto servery	0:31:52	0:18:57	68.1%
11.	Reality a bývanie	0:27:19	0:24:07	13.3%
12.	Práca a vzdelávanie	0:26:16	0:26:21	-0.3%
13.	TV, rádiá	0:22:36	0:22:14	1.7%
14.	IT servery, mobilná komunikácia, foto, digi, video, SW, HW	0:09:50	0:10:28	-6.0%
15.	Ekonomika, financie, právo	0:08:23	0:09:33	-12.2%
16.	Voľný čas a zábava	0:07:55	0:08:44	-9.4%
17.	Katalógy	0:07:41	0:09:23	-18.2%
18.	Zdravie	0:06:53	0:07:13	-4.6%
19.	Cestovanie	0:03:49	0:04:19	-11.7%

Zdroj:
 AIMmonitor
 – IAB Slovakia –
 Gemius Slovakia,
 parameter TTS/
 RUest – total time
 spend na jedného
 reálneho užívateľa
 mesačne,
 započítaní VŠETCI
 návštevníci zo
 SR aj mimo
 SR, TOTAL - za
 všetky platformy.
 Zoradené podľa
 množstva
 stráveného času
 za rok 2018.

3.5. O aký obsah majú slovenskí užívatelia záujem?

Nižšie uvádzame tabuľku návštevnosti kategórií webov v AIMmonitor, ktorá nám vypovedá o čo majú slovenskí užívatelia najväčší záujem. Najnavštevovanejšie boli obsahové weby spravodajstva, služieb a prvú trojicu uzatvárajú v roku 2018 obchod, predaj a nakupovanie.

Najväčší nárast v návštevnosti zaznamenala kategória voľný čas a zábava (18%), po nej nasleduje cestovanie (15%) a šport (11%).



3.5. O aký obsah majú slovenskí užívatelia záujem?

Tabuľka č.12 –Kategoríe webov zoradené podľa priemernej mesačnej návštevnosti za rok 2018 a ich vývoj

Poradie	Kategória	priemer 2018	priemer 2017	% rozdiel
1.	Spravodajstvo	3,335,881	3,272,293	1.9%
2.	Služby, mapy, cestovné poriadky	2,566,910	2,464,331	4.2%
3.	Obchod, predaj, nakupovanie, inzercia	2,456,786	2,437,486	0.8%
4.	Portálové homepage	2,311,397	2,371,865	-2.5%
5.	Ženy a maminy	2,292,063	2,279,269	0.6%
6.	Magazíny, lifestyle, hobby	2,284,093	2,285,382	-0.1%
7.	TV, rádiá	1,768,931	1,691,864	4.6%
8.	Šport	1,688,343	1,526,694	10.6%
9.	Ekonomika, financie, právo	1,483,841	1,361,778	9.0%
10.	IT servery, mobilná komunikácia, foto, digi, video, SW, HW	1,392,470	1,371,298	1.5%
11.	Katalógy	1,302,377	1,393,091	-6.5%
12.	Auto moto servery	1,263,964	1,197,497	5.6%
13.	Zdravie	1,252,345	1,219,561	2.7%
14.	Zoznamovacie servery, komunity, chaty, blogy	1,245,162	1,319,239	-5.6%
15.	Práca a vzdelávanie	1,207,216	1,181,055	2.2%
16.	Reality a bývanie	1,198,065	1,142,384	4.9%
17.	Voľný čas a zábava	1,181,720	1,003,338	17.8%
18.	Freemaily	1,097,998	1,152,636	-4.7%
19.	Cestovanie	449,081	391,148	14.8%

Zdroj :
 AIMmonitor
 – IAB Slovakia –
 Gemius Slovakia,
 parameter RU
 Všetci – všetci
 návštevníci zo
 SR aj mimo SR,
 TOTAL - za všetky
 platformy.
 Zoradené podľa
 priemernej
 mesačnej
 návštevnosti
 za rok 2018.

3.5. O aký obsah majú slovenskí užívatelia záujem?

Jednotkou slovenského internetu v rámci médií bol v roku 2018 **azet.sk**,

ktorý patrí prevádzkovateľovi Ringier Axel Springer SK (RAS). Na druhom mieste bolo **sme.sk**, ktoré patrí do portfólia prevádzkovateľa Petit Press a prvú trojicu uzatvára **zoznam.sk** (Zoznam).

Na štvrtom mieste skončili **aktuality.sk** patriace tiež do portfólia RAS. Médium **Hnonline.sk** sa v roku 2017 do prvej desiatky nedostalo, avšak akvizíciou cestovných poriadkov si v rámci návštevnosti v roku 2018 výrazne polepšilo a skončilo tým pádom s najvyšším nárastom. Druhý najvyšší nárast zaznamenala **heureka.sk** (8,3%) a za ňou **pluska.sk** (8,1%), tento nárast bol ovplyvnený zmenou celkového portfólia prevádzkovateľa News and Media Holding. Pod **pluska.sk** prešli v roku 2018 napríklad weby **autobild.sk**, **adam.sk**, **eva.sk**, **casprezeny.sk** a tiež **zivot.sk**, ktorý bol predtým meraný ako samostatná doména. **Sme.sk** dosiahlo medziročne rast 7,4%.



3.5. O aký obsah majú slovenskí užívatelia záujem?

Tabuľka č.13 – Rebríček najnavštevovanejších médií v roku 2018 podľa priemernej mesačnej návštevnosti a vývoj ich návštevnosti

Poradie	Médium	2018	2017	% rozdiel
1.	azet.sk	2,610,359	2,712,485	-3.8%
2.	sme.sk	2,410,222	2,244,021	7.4%
3.	zoznam.sk	2,390,543	2,395,784	-0.2%
4.	aktuality.sk	2,109,989	2,073,477	1.8%
5.	heureka.sk	1,913,581	1,766,666	8.3%
6.	pluska.sk	1,678,778	1,553,213	8.1%
7.	hnonline.sk	1,635,757	996,311	64.2%
8.	cas.sk	1,628,571	1,692,221	-3.8%
9.	bazos.sk	1,572,443	1,577,506	-0.3%
10.	topky.sk	1,537,357	1,535,060	0.1%

Zdroj: : AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, parameter RU Všetci a TOTAL – započítaní všetci návštevníci zo SR aj mimo SR, za všetky platformy. Vypočítané ako priemerná hodnota za roky 2017 a 2018.

4

Aké veľké inventory dokážu vytvoriť slovenské médiá?

4.1. Veľkosť inventory

Inventory je dané počtom zrealizovaných zobrazených stránok (PV) na jednotlivých slovenských médiách zaradených do merania AIMmonitor. Udáva aj potenciálnu veľkosť reklamného priestoru v prípade predaja reklamy na zobrazenia. V nasledovných tabuľkách a grafoch uvádzame vývoj ukazovateľa PV, ktoré boli zobrazené užívateľmi zo Slovenska.

Tabuľka č.14 – Porovnanie priemernej mesačnej hodnoty počtu zobrazení užívateľmi zo Slovenska za roky 2017 a 2018 na všetkých platformách

Parameter	Priemer/mesiac
2017 PV SK TOTAL	1,552,874,066
2018 PV SK TOTAL	1,729,805,657
Porovnanie 2018/2017	11.39%

Zdroj: : AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, parameter PV SK a TOTAL – započítaní návštevníci zo SR, za všetky platformy. Vypočítané ako priemerná hodnota za roky 2017 a 2018.



4.1. Veľkosť inventory

Celkové slovenské inventory v roku 2018 vzrástlo o 11%, pričom za týmto rastom stojí najmä rast mobilného inventory. V rámci platformy PHONE a TABLET vieme medziročne porovnať len dáta za december. Len v decembri pri medziročnom porovnaní došlo k rastu mobilného inventory až o 29%. Počet vygenerovaných PV stúpa aj na tabletoch, medziročne o 17%. Tak ako pri strávenom čase aj pri počte PV desktopové zariadenia zaznamenali v roku 2018 pokles a to vo výške 6,5%.



Len v decembri pri medziročnom porovnaní došlo k rastu mobilného inventory až o 29%.

Tabuľka č.15 – Porovnanie mesačných PV (SK) za rok 2017 a 2018 za platformu PC

Parameter	Priemer/mesiac
2017 PV SK PC	792,204,032
2018 PV SK PC	740,798,537
Porovnanie 2018/2017	-6.49%

Tabuľka č.16 – Porovnanie mesačných PV (SK) za december 2017 a 2018 za platformu Phone

Parameter	december
2017 PV SK PHONE	703,092,601
2018 PV SK PHONE	909,377,598
Porovnanie 2018/2017	29.34%

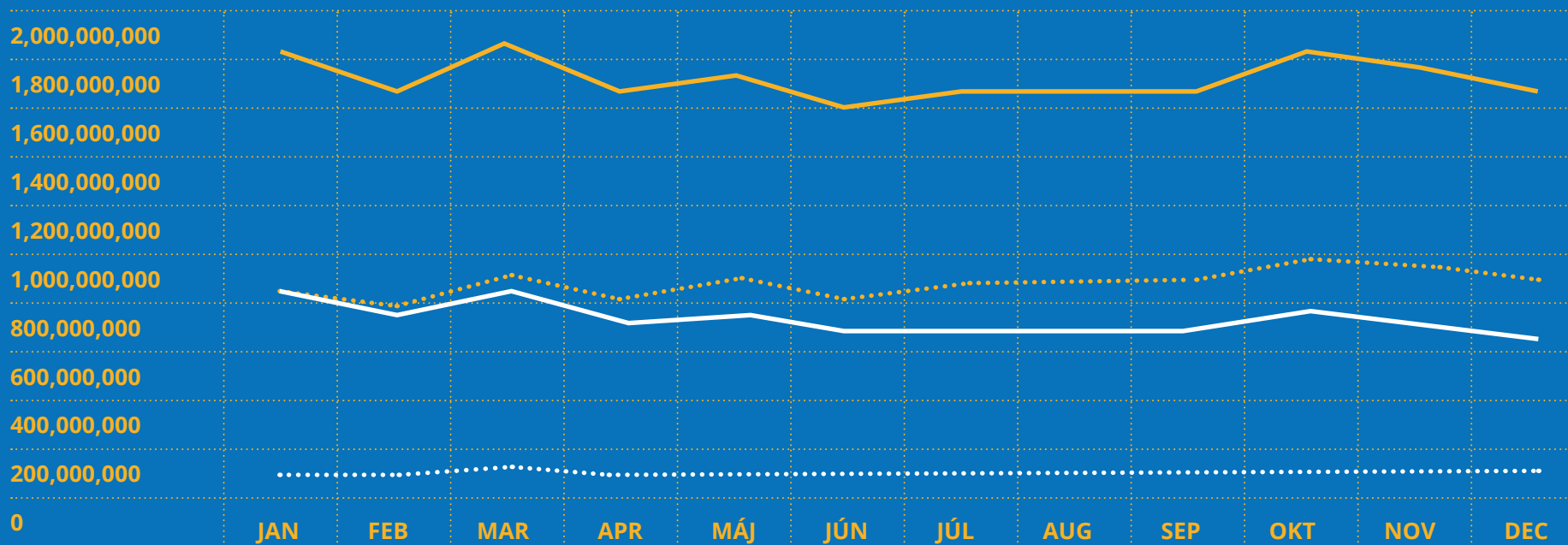
Tabuľka č.17 – Porovnanie mesačných PV (SK) za december 2017 a 2018 za platformu Tablet

Parameter	december
2017 PV SK TABLET	95,080,477
2018 PV SK TABLET	111,557,809
Porovnanie 2018/2017	17.33%

Zdroj:
AIMmonitor
– IAB Slovakia –
Gemius Slovakia,
parameter
PV zobrazené
užívateľmi zo
Slovenska za
všetky platformy
ako aj jednotlivy
na PC, Phone
a Tablet.

4.1. Veľkosť inventory

Graf č.6 – Vývoj priemerných mesačných PV vygenerovaných návštevníkmi zo Slovenska v roku 2018 na platformách PC, Phone, Tablet a Total.



Množstvo zobrazení slovenských stránok vygenerované slovenskými návštevníkmi rástlo najviac v mesiacoch január, marec a október. Tento trend kopíruje aj krivka vygenerovaných PV cez mobilné zariadenia.

Zdroj: : AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius, parameter priemerné mesačné PV zobrazené užívateľmi zo Slovenska na platformách PC, Mobil, Tablet a TOTAL v roku 2018.

Graf legenda:
— 2018 PV SK, TOTAL
— 2018 PV SK, PC
... 2018 PV SK, PHONE
- - - 2018 PV SK, TABLET

4.2. Odkiaľ prichádzajú užívatelia na slovenské médiá?

V nasledovnej tabuľke uvádzame, čo bolo zdrojom návštevnosti slovenských médií – čo tvorilo najvyšší traffic slovenských stránok. Najviac návštev slovenských médií bolo tvorených napriamo (41%) – t.j. zadaním webovej adresy média do prehliadača a cez vyhľadávanie (27%). Prístupom z iných stránok médií bolo tvorených 17% návštevnosti a cez sociálne médiá získavali slovenské stránky 14% svojej návštevnosti. Medziročne práve táto návštevnosť stúpila až o 13% čo je zapríčinené či už organickými alebo platenými príspevkami slovenských médií na sociálnych sieťach, prevažne pôjde o Facebook a Instagram.



Tabuľka č.18 – Zdroj návštevnosti a medziročné porovnanie mesiac december 2018/2017

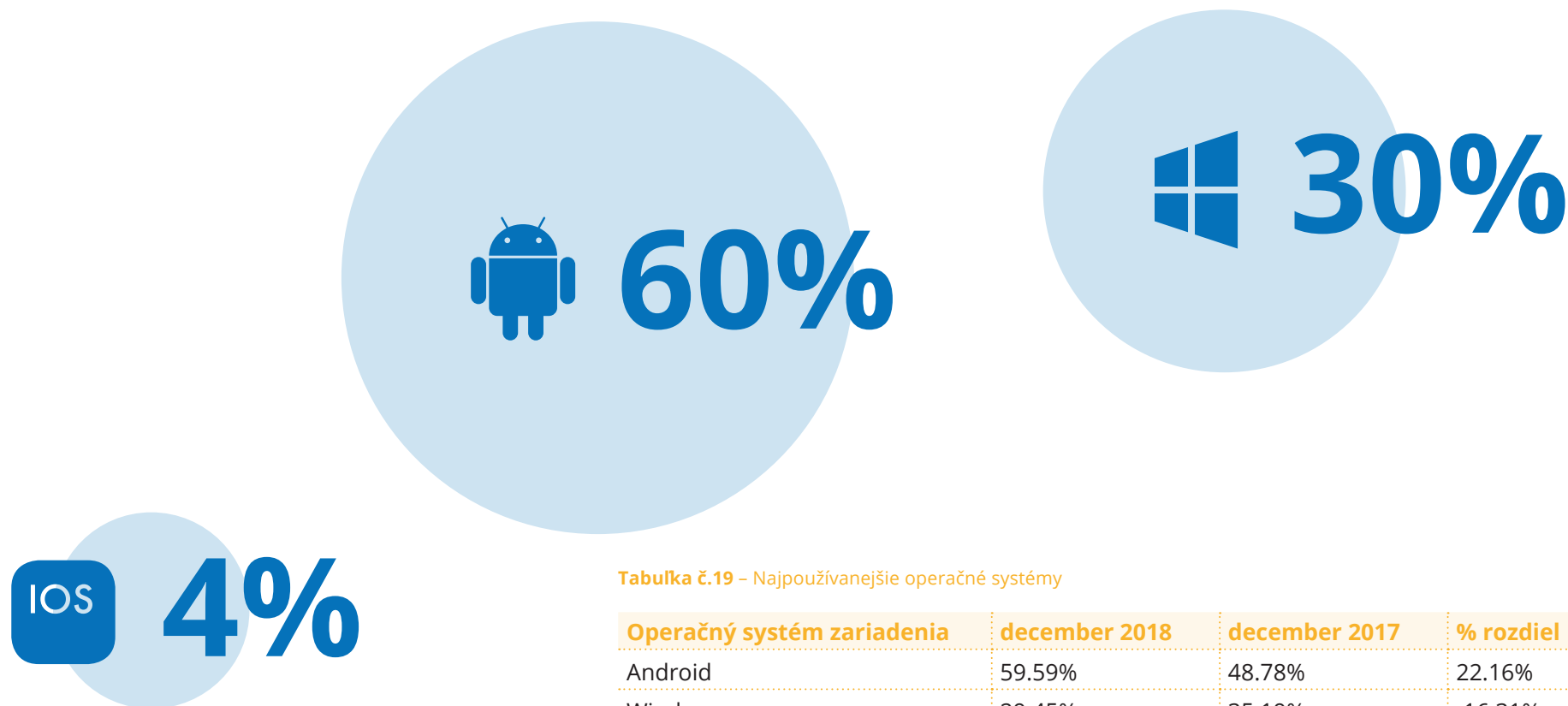
Zdroj návštevnosti	Podiel december 2018	Podiel december 2017	% rozdiel
Direct referrer	40.82%	43.78%	-6.76%
Search engine	27.22%	26.53%	2.60%
Web page	17.37%	16.79%	3.45%
Social site	14.50%	12.84%	12.93%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia
– Gemius Slovakia, koncomesačná správa december 2017 a 2018.

5

Systemové parametre

5.1. Operačné systémy

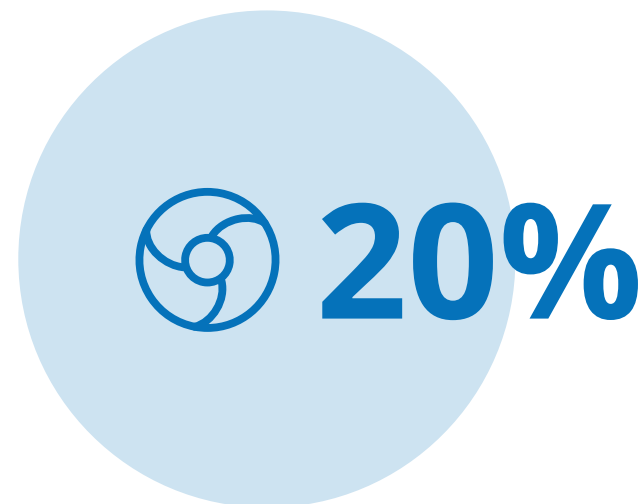
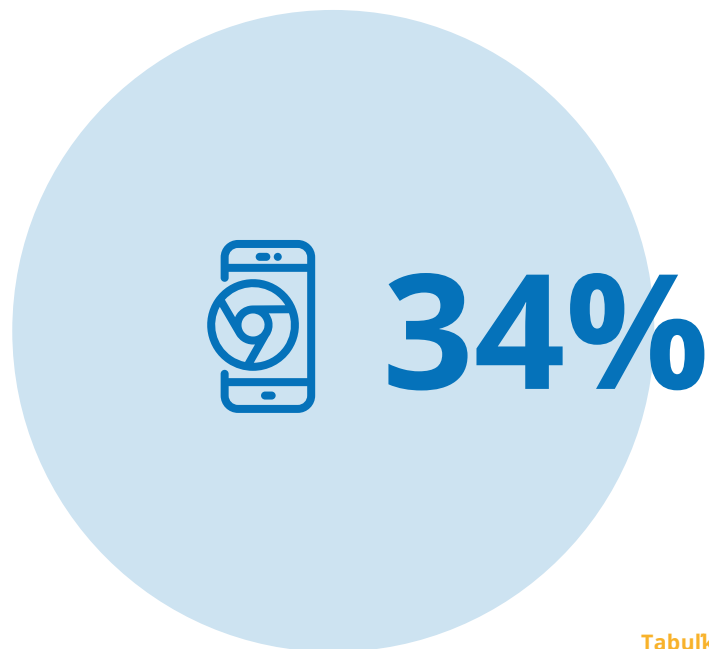


Tabuľka č.19 – Najpoužívanéjšie operačné systémy

Operačný systém zariadenia	december 2018	december 2017	% rozdiel
Android	59.59%	48.78%	22.16%
Windows	29.45%	35.19%	-16.31%
iOS	3.84%	12.57%	-69.45%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, koncomesačná správa december 2017 a 2018, jednotlivé verzie operačných systémov boli sčítané pre lepšiu prehľadnosť.

5.2. Prehliadače



Tabuľka č.20 – Najpoužívanéjšie prehliadače stránok za december 2018

Browser	Podiel
Chrome Mobile	34.14%
Chrome	20.01%
Facebook in-app Browser	8.41%
Firefox	5.54%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, koncomesačná správa december 2018, jednotlivé verzie prehliadačov boli sčítané pre lepšiu prehľadnosť.

5.3. Mobilné zariadenia



30%



25%



8%

Tabuľka č.21 – Najpoužívanéjšie značky mobilných zariadení za december 2018 a 2017

Typ zariadenia	Podiel 2018	Podiel 2017	% rozdiel
Samsung	29.84%	27.96%	6.72%
Huawei	25.65%	17.28%	48.44%
Device - unrecognized	10.17%	7.76%	31.06%
Apple	7.96%	20.06%	-60.32%
Xiaomi	6.98%	2.99%	133.44%
Lenovo	6.65%	9.58%	-30.58%

Zdroj: AIMmonitor – IAB Slovakia – Gemius Slovakia, koncomesačná správa december 2018 a 2017, zoradené podľa veľkosti zastúpenia v roku 2018.

6

Napredovanie

6.1. Z AIMmonitor bude IABmonitor

Do AIMmonitoru v roku 2018 vstúpilo 23 nových domén, z toho 15 členských. Aktuálne je v AIMmonitore zapojených 46 prevádzkovateľov a meraných je spolu 106 domén.

Prehľad o aktuálnych členských a nečlenských doménach a ich prevádzkovateľoch zapojených v AIMmonitore je k dispozícii na [webe](#) združenia IAB Slovakia.

V apríli 2019 bude zrealizovaná aktualizácia súčasnej metodiky a AIMmonitor prejde na OverNight metodiku, ktorá bude poskytovať sociodemografické dáta na dennej báze, čo poteší najmä novozapojené médiá, ktoré môžu vo veľmi krátkom čase sprostredkovať údaje o ich cieľovej skupine svojim obchodným partnerom a mediálnym agentúram. Navyiac, pravdepodobne už v treťom kvartáli roka 2019 bude dostupný aj mobilný panel a sociodemografické dáta mobilných užívateľov.

O zmenách a aktualizácii metodiky ako aj jej pridaných hodnotách v rámci výstupných dát budeme podrobne informovať na stránke iabslovakia.sk koncom marca.

V súvislosti s prechodom na OverNight sa názov merania AIMmonitor mení na IABmonitor.





Interactive Advertising Bureau Slovakia
Zochova 754/6-8, 811 03 Bratislava
www.iabslovakia.sk

Spracované ku 28.2.2019.