

Tisková zpráva

Trh online reklamy stabilně roste: v roce 2024 o 7,5 % na 64 miliard korun

Praha, 28. dubna 2025 – Online reklama v roce 2024 dosáhla 64 miliard korun, což představuje meziroční nárůst o 7,5 %. Nejvíce k tomuto výsledku přispěla display reklama (+9,5 %) a programatický nákup display reklamy (+11 %), mírný růst zaznamenala i reklama ve vyhledávání (+3 %). Odhad růstu pro rok 2025 je 6,7 %.

Vývoj celkových výdajů do internetové inzerce

Zadavatelé v roce 2024 investovali do internetové reklamy rekordních 64 miliard korun v kombinaci ceníkových a čistých cen. Jde o historicky nejvyšší částku, která znamená meziroční nárůst o 7,5 % a potvrzuje dlouhodobý růstový trend v online inzerci.

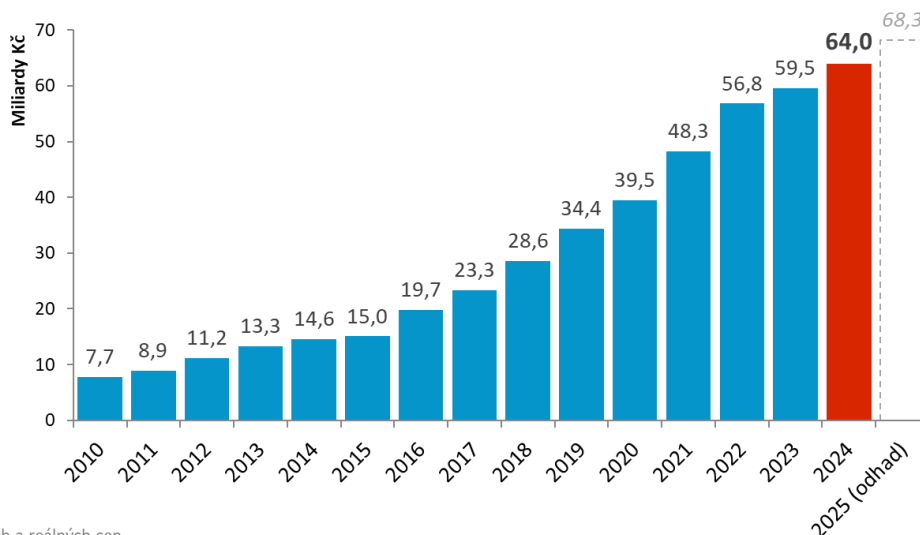
„Stabilní růst investic do online reklamy je pozitivní zprávou pro celý digitální ekosystém. Díky kvalitnímu obsahu a efektivním obchodním modelům se daří udržet důvěru zadavatelů v online jako nejdůležitější mediatyp,“ říká Michal Hanák, předseda představenstva SPIR.

Pro rok 2025 se očekává podobné tempo, odhadovaný růst o 6,7 % by mohl přinést celkové investice ve výši 68,3 miliardy Kč. Účastníci výzkumu však tradičně volí spíše opatrné prognózy.

Vývoj celkových výdajů do internetové inzerce v mld. Kč



Zdroj: SPIR, Median, březen 2025



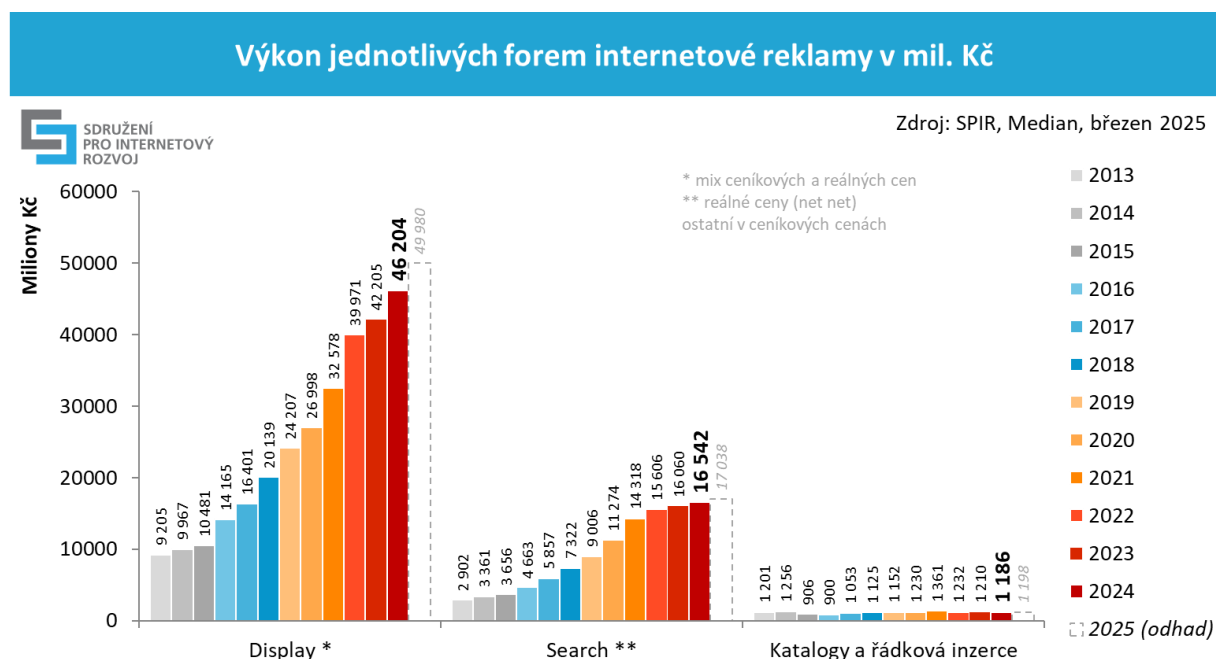
Graf 1: vývoj celkových výdajů do internetové inzerce v mld. Kč

Výkon jednotlivých forem internetové reklamy

Největší část investic směřovala i v roce 2024 do celoplošné (display) reklamy, která dosáhla objemu 46,2 miliardy Kč v kombinovaných cenách. Tento formát zahrnuje jak reklamu v obsahových sítích (např. Seznam Sklik, Google Ads nebo Facebook), tak RTB a nativní formáty.

Na druhém místě zůstává reklama ve vyhledávání s celkovými investicemi 16,5 miliardy Kč v reálných cenách. Katalogové zápisy a řádková inzerce přinesly médiím tržby 1,2 miliardy Kč v ceníkových cenách.

Display reklama meziročně vzrostla o 9,5 %, vyhledávání si polepšilo o 3 %. Naproti tomu katalogy a řádková inzerce zaznamenaly 2% pokles. Celkový růst internetové reklamy v roce 2024 tak činil 7,5 %.



Graf 2: Vývoj jednotlivých forem internetové reklamy v mil. Kč

Metodika

Výzkum proběhl v lednu a únoru 2025 za účasti internetových médií, reklamních sítí, digitálních a specializovaných agentur i přímých zadavatelů. Metodika a další podrobnosti jsou k dispozici na www.inzertnivykony.cz

Kontakty pro média

Petr Kolář – technické dotazy

Analytik

 603 749 847

 petr.kolar@spir.cz

Tereza Tůmová – ostatní dotazy

Výkonná ředitelka SPIR

 739 465 233

 tereza.tumova@spir.cz