

## Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (MEME)

### Sajtóközlemény

#### A 2025-ös televíziós piaci reklámtorta felmérés eredményei

**A televíziós reklámpiac 2025-ben 89,9 milliárd Forintot megközelítő árbevételt realizált, amely 1,9%-os növekedést jelentett a 2024-es év 88,2 milliárd Forintos összbevételi szintjéhez képest. A reklámpiaci szegmens hajtóerejét 2025-ben is a kereskedelmi reklámbevételek adták.**

**A hagyományos televíziós reklámokat leginkább megtestesítő “Kereskedelmi Spot” reklámkategória 2025-ben is stabil évet zárt: 2,2%-kal növekedett az előző évhez képest, továbbra is megbízhatóságot és jó tervezhetőséget biztosítva a hazai hirdetőik számára. A kategória összbevétele 2025-ben 76,1 milliárd Forint fölé emelkedett.**

**Az innovatív, új típusú televíziós reklámeszközöket képviselő “Kereskedelmi Non-spot” reklámkategória 2025-ben enyhe visszaesést mutatott: az ilyen hirdetési eszközökből származó árbevétel 5,0 milliárd forint körül alakult, ami mérsékelt 1,1%-os csökkenést jelentett a tavalyi évhez képest.**

**2025-ben az állami forrásokból származó megrendelésállomány összértéke megközelítőleg 7,7 milliárd forintra emelkedett, ami 4,8%-os növekedést jelentett a megelőző évhez képest. A növekedésen belül meghatározó szerepet játszottak az „Állami TCR”-típusú bevételek, melyek 6,3%-kal bővültek.**

**Az árubarter ügyletekből származó bevételek tovább csökkentek: 2020-ban még a teljes hazai televíziós reklámpiaci bevételek mintegy 2,1%-át tették ki, addig 2025-re arányuk 1,2%-ra mérséklődött.**

A hazai televíziós reklámágazat 2025-ben több, mint 89 milliárd Ft reklámból származó árbevételt realizált. A televíziós reklámpiac hagyományos erősségei – a széleskörű elérés, a magas megtérülés és a megbízhatóság – továbbra is meghatározóak a hirdetőik számára, hozzájárulva az ágazat stabilitásához és válságállóságához. 2025-ben a „Spot” típusú reklámeszközök mind a kereskedelmi, mind az állami megrendelések tekintetében tovább erősödtek.

A „Kereskedelmi Spot” kategória az előző évhez képest 2,2%-kal erősödött. E kategória további erősödése kifejezi az ágazat stabilitását, valamint a hirdetőik töretlen bizalmát a televíziós reklámozás hatékonyságával, illetve a televíziós hirdetések kedvező megtérülésével kapcsolatban.

A televíziós reklámozás terén napjainkban a „Non-spot”-típusú reklámeszközök változatos és kreatív megoldásaikkal hatékonyan bővítik a hirdetőik számára rendelkezésre álló eszköztárat. Bár 2025-ben a kategória összárbevétele mérsékelten, 1,1%-kal csökkent, a non-spot eszközök továbbra is fontos szerepet töltenek be a reklámpiacon.

A „Non-spot”-típusú eszközök a jövőben is kiemelt figyelmet érdemelnek. Olyan értékes hirdetési eszközökről van szó, melyek modern és rugalmas megoldásaikkal tovább erősíthetik nem csupán a televíziós reklámpiac hagyományosan kiemelkedő elérést biztosító és márkaismertség-erősítő képességét, hanem a hirdetések targetálását is javítják. Mindezek mellett a „Non-spot” eszközök a minél kreatívabb televíziós reklámkampányok lebonyolítását is hatékonyan ösztönzik.

Az állami forrásokból származó megrendelések alakulása 2025-ben fordulatot hozott az előző évhez képest. Míg 2024-ben az állami költsékből származó bevételek csökkenést jeleztek, addig 2025-ben az ágazat az ilyen forrásból származó költsékből 7,7 milliárd forint bevételt realizált. Ez az érték a megelőző év 7,3 milliárd forintos volumenéhez képest 4,8%-os növekedést jelentett.

A 2025-ös évben, az árubarter-típusú bevételek tekintetében tovább folytatódott az elmúlt években megfigyelhető csökkenő tendencia. A televíziós reklámpiaci árbevétel összetételben az árubarter bevételek részaránya 1,2%-ot tett ki, szemben a 2020-as 2,1%-os részaránnyal. Az árubarter jellegű bevételek részarányának folyamatos csökkenése a piaci növekedés megmaradása mellett pozitív jelenséggént is értékelhető: a televíziós reklámpiac természetes folyamatos szerkezetváltásának eredménye, ami a kiszámíthatóság felé mutat.

## **Terjesztési bevételek**

Az előző évekhez hasonlóan 2025-ben is, a MEME megbízásából a PwC Magyarország ismét felmérte és megbecsülte a terjesztési bevételek alakulását a magyar piacon. A becslés alapját részben a MEME tagságának adatszolgáltatása, részben a PwC és a bevont szakértők által kialakított becslési módszertan képezte.

A felmérés eredményei alapján a terjesztési bevétel 2024-ben 77,0 milliárd forintot tett ki, míg 2025-ben már 78,5 milliárd forint volt, ami éves szinten 2,0%-os növekedésnek felel meg. Ennek eredményeként a terjesztési bevételek a teljes televíziós piacnak (reklám és terjesztés együtt) mintegy 46,6%-át tették ki 2025-ben.

Összefoglalásként megállapítható, hogy a 2025-ös magyarországi televíziós reklámpiaci felmérés alapján a televíziós szegmens motorját jelentő kereskedelmi kategóriák továbbra is meghatározó szerepet töltenek be. Míg a Spot-típusú eszközök értékesítése tovább növekedett, addig a Non-spot kategóriában enyhe csökkenés volt megfigyelhető.

A televíziós szektor továbbra is pozitív hatást gyakorol a teljes hazai médiapiac teljesítményére, stabil és válságálló működést mutat. Ugyanakkor eszköztárában és működésében folyamatosan törekszik a fejlődő hirdetői és reklámfogyasztói igények minél rugalmasabb és modernebb hirdetési formátumokkal történő kiszolgálására.

## **A felmérésről**

### **Reklámpiac felmérés**

A korábbi évek gyakorlatát megőrizve, a 2025-ös televíziós reklámtorta felméréshez kötődő adatgyűjtés három fő televíziós reklámpiaci bevétel típusra koncentrált: "Spot", "Non-spot" és "Árubarter" típusú bevételekre. A jelentés az elmúlt éveknek megfelelően tartalmazza az állami "TCR"-ekhez kapcsolódó bevételeket is.

Az adatszolgáltatásban összesen 76 tévécsatorna vett részt.

A piac méretének megállapításához a MEME tagsága, valamint ezek megbízásai alapján televíziós reklámidő kereskedőházak (sales house-ok) szolgáltatták a vonatkozó tényadatokat. A felmérés szakértői becslést nem, kizárólag tényadatokat tartalmaz.

Az adatokat a PwC Magyarország elemezte és összesítette.

### **Terjesztési piaci felmérés**

A 2024-es év után 2025-ben is, a MEME megbízásából a PwC Magyarország felmérte és megbecsülte a televíziós terjesztési piac bevételeit a magyar piacon, amelynek alapját részben a MEME tagságának adatszolgáltatása, részben a PwC és a szakértők által készített becslési módszertan határozta meg.