

Reklámtorta 2019: 63 milliárdos bevétel a hazai televíziós reklámpiacon

Nőtték a hazai televíziós reklámbevételek 2019-ben és már meghaladták a 63 milliárd forintot - derül ki a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (MEME) és az EY tanácsadó cég elemzéséből. A tavalyi négy százalékos növekedés a versenypiaci szereplők nagyobb ráfordításaiból származik, miközben az állami hirdetések részaránya csökkent. A klasszikus, spot jellegű televíziós hirdetések mellett jelentősen növekedtek az egyéb (non-spot jellegű) reklámmegjelenések, például a termékelhelyezés vagy a műsorszponzoráció bevételei. Kimondható viszont, hogy 2020-ban a televíziós reklám piac biztos, hogy jelentős csökkenéssel fog szembenézni, látva a koronavírus okozta eddigi gazdasági folyamatokat.

A tévétársaságok és sales house-ok összesített adatai alapján a 2014 óta folyamatosan növekvő magyarországi televíziós reklámpiac a tavalyi évben az árubarterek figyelembevétele nélkül 4 százalékkal, mintegy két és félmilliárd forinttal tovább bővült. A MEME és az EY immár 15. alkalommal elkészített éves felmérése rámutat, hogy miközben az állami költségből származó tévés reklámbevétel 8 százalékkal csökkent, a nem állami (azaz piaci) hirdetésekéből származó bevételek a tavalyi évben 6 százalékkal nőttek. Az állami megrendelések részaránya a televíziós reklámpiaci költségekben belül így 2018 után újabb 1 százalékos csökkenéssel tavaly 10 százalékra, 6,4 milliárd forintra szűkült, míg a versenypiaci hirdetések a bevételek 90 százalékát biztosították, 56,8 milliárd forint értékben.

Továbbra is a klasszikus tévés spotok a meghatározóak a szektorban, amelyek árbevétele a megelőző év 0,4 százalékos emelkedéshez képest 2019-ben 3 százalékkal bővült. Ugyanakkor az egyéb típusú, non-spot jellegű bevételek a 2018-as 9 százalékos bővülés után tavaly további 16 százalékkal növekedtek, és immár 4,3 milliárd forintos összbevételt képviselnek. A non-spot jellegű hirdetések részaránya a televíziós reklámtortán belül így összességében már 7 százalékra nőtt.

A MEME és az EY tanulmánya idén először a televíziók árubarter ügyletekből származó bevételeit is összesítette. Az árubarter ügyletekből származó bevételek 2019-ben meghaladták az 1,8 milliárd forintot, így a teljes televíziós reklámbevétel árubarterrel együtt 65,07 milliárd forint volt. Az árubarterrel kiegészített teljes 2019-es Televíziós Reklámtortának a 3 százalékát tette ki a spot és non-spot típusú árubarter. A spot és non-spot hirdetések részaránya az árubarterek figyelembevételeivel is 93:7 százalékos megoszlást mutat.

A felmérésről

A Televíziós Reklámtorta 2019 felmérés az elmúlt évek gyakorlatát követve készült. A televíziós reklámpiac méretének megállapításához a tényadatokat közvetlenül a MEME tagjai, a televíziós társaságok, illetve a megbízásuk alapján a sales house-ok szolgáltatták. Az adatok összegyűjtését és összesítését az EY végezte. Az adatszolgáltatásban 74 magyar nyelven sugárzó televízió-csatorna vett részt, melyek a Nielsen adatai alapján a piac 99 százalékát fedik le. Az összegeket minden esetben a kedvezményekkel csökkentett, ügynökségi jutalékok levonása utáni tiszta (net-net) értékekből számolták.

Az összesített adatok nem tartalmaznak becslést és egyéb bevételi forrásokat (pl.: emeltdíjas SMS, rendezvény-bevételek, stb.). 2016-tól a MEME döntése alapján a tagok az állami és nem állami forrásból származó bevételeket külön is feltüntetik. A felmérés idén először a televízió-csatornák árubarter ügyletekből származó bevételeit is összesítette.

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületéről

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (röviden: MEME), szakmai érdekképviselő, mely céljának tekinti az audiovizuális médiumok médiaszolgáltatói kultúrájának emelését, az audiovizuális kereskedelmi tevékenység, valamint a tagok erkölcsi súlyának emelését, szakmai munkájának elősegítését, s az ehhez szükséges szakmai környezet fenntartását, javítását. A MEME 2005 óta végzi a televíziós reklámpiacra vonatkozó felmérést, valós - nem becsült - adatokat szolgáltatva ezáltal a televíziós reklámpiac méretéről, hangsúlyozva a piaci transzparencia fontosságát. További információ: www.memeinfo.hu

Az EY-ről

Az EY egyike a világ vezető könyvvizsgáló, adó-, tranzakciós és üzleti tanácsadást nyújtó vállalatának. Tapasztalatunk és az általunk nyújtott minőségi szolgáltatások segítséget nyújtanak a bizalom megerősítésében a tőkepiacokon és a gazdaságban világszerte. Olyan kivételes vezetők kerülnek ki munkatársaink közül, akik közösen azért dolgoznak, hogy megfeleljenek az ügyfeleinkkel szembeni vállalásaiknak. Ennek érdekében kiemelkedő szerepet játszunk egy jobban működő világ felépítésében munkatársaink, ügyfeleink és a minket körülvevő közösségek számára.

Az EY név a globális szervezetre, illetve az Ernst & Young Global Limited egy vagy több tagjára utal, amelynek mindegyike önálló jogi személy. Az angliai székhelyű Ernst & Young Global Limited (company limited by guarantee) nem foglalkozik ügyfelek részére történő szolgáltatásnyújtással. További információk: www.ey.com

© 2020 Ernst & Young Kft. / Ernst & Young Tanácsadó Kft.

Minden jog fenntartva.

A jelen anyag célja csak általános tájékoztatás, és nem minősül hivatalos könyvvizsgálói, adó- vagy üzleti tanácsadásnak. Kérjük, keresse fel tanácsadóját, ha specifikus információra van szüksége.

ey.com/hu