

Sajtóközlemény

Császár Zsombor
EY
zsombor.csaszar@hu.ey.com

Varga Imre
Noguchi Porter Novelli
ivarga@noguchi.hu
+3630 433 9092

Reklámtorta 2020: csökkentek a bevételek a hazai televíziós reklámpiacon

Visszaestek a televíziós reklámbevételek 2020-ban Magyarországon 3,8%-kal, így összesen 64,05 milliárd forintot értek el - derül ki a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (MEME) és az EY tanácsadó cég elemzéséből. Amíg a versenypiaci ráfordítások tavaly csökkentek 5,9%-kal, addig az állami hirdetések részaránya nőtt, az állami költség 11,4%-kal haladta meg az előző évit. A koronavírus-járvány okozta gazdasági folyamatok leginkább a klasszikus, spot jellegű televíziós megrendeléseket fogták vissza, az egyéb (non-spot jellegű) reklámmegjelenések, például a termékelhelyezés vagy a műsorszponzoráció iránt viszont tovább nőtt a kereslet.

A tévétársaságok és sales house-ok összesített adatai alapján a magyarországi televíziós reklámpiac az árubarterek figyelembevétele nélkül 3,8 százalékkal, mintegy 2,1 milliárd forinttal csökkent tavaly a 2019-es eredményekhez képest. A MEME és az EY immár 16. alkalommal elkészített éves felmérése rávilágít, hogy miközben az állami költségből származó tévés reklámbevételek 11,4 százalékkal nőttek, a nem állami (azaz piaci) hirdetésekéből származó összegek 5,9 százalékkal estek vissza.

A MEME a transzparencia jegyében, iparági konszenzussal döntött arról, hogy a 2020-as felmérés összeállításánál az elmúlt négy évre visszamenőleg figyelembe veszi az állami társadalmi célú reklámmal (TCR) kapcsolatosan lejelentett hirdetéseket is. Ennek megfelelően, az állami megrendelések részaránya a televíziós reklámpiaci költséken belül tavaly 14 százalékra, közel 9 milliárd forintra bővült, míg a versenypiac a bevételek 86 százalékát tette ki 53,69 milliárd forint értékben.

A klasszikus tévés spotok továbbra is a leghangsúlyosabbak a kereskedelmi költségek esetében, ennek ellenére az eredményük 5,9 százalékos visszaesés mellett 49,52 milliárd forintra szűkült 2020-ban. Ugyanakkor az egyéb típusú, non-spot jellegű reklámok a kereskedelmi költségekben további 4,2 százalékkal növekedtek, és összesen 4,17 milliárd forintos összbevételt hoztak.

A MEME és az EY tanulmánya idén is összesítette a televíziók árubarter ügyletekből származó eredményeket, amelyek 2020-ban 26 százalékkal, 1,38 milliárd forintra csökkentek, így a teljes televíziós reklámbevétel árubarterrel együtt alig haladta meg a 64 milliárd forintot, ami 3,8 százalékos csökkenést jelent az előző évhez képest.

XXX

A felmérésről

A Televíziós Reklámtorta 2020 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 79 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.: emelt díjas 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 a televízió-csatornák árubarter ügyletekből származó bevételeit is összesítette. A 2020-as tanulmány összeállításánál az elmúlt négy évre visszamenőleg figyelembe lettek véve az állami TCR-rel kapcsolatosan lejelentett hirdetési bevételek is.

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületéről

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (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 megtalálható a www.memeinfo.hu oldalon.

Az EY-ről

Az EY egy jobban működő világ felépítésén dolgozik hosszú távú érték teremtésével ügyfeleink, munkatársaink és a társadalom számára, valamint a bizalom erősítésével a tőkepiacokon.

Az adatok és technológiai ismeretek birtokában az EY széles körű tapasztalattal rendelkező csapatai több mint 150 országban garantálják a megbízhatóságot, és támogatják ügyfeleink növekedését, átalakulását és működését.

Az EY csapatai a könyvvizsgálat, a tanácsadás, a jog, a stratégia, az adó és a tranzakciók területén a legjobb kérdésekkel közelítik meg napjaink összetett problémáit, hogy megtalálják az új megoldásokat.

A személyes adatok EY általi gyűjtésére és felhasználására vonatkozó információk, valamint az érintettek adatvédelmi jogszabályok szerinti jogainak leírása az ey.com/privacy címen érhető el. További információkért szervezetünkről kérjük, látogasson el honlapunkra a www.ey.com címen.