



MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

# A 2023. évi sajtópiaci reklámköltés

Kovács Tibor  
MLE elnök

A 2023-as év felmérésének eredményei  
2024 | 03 | 20



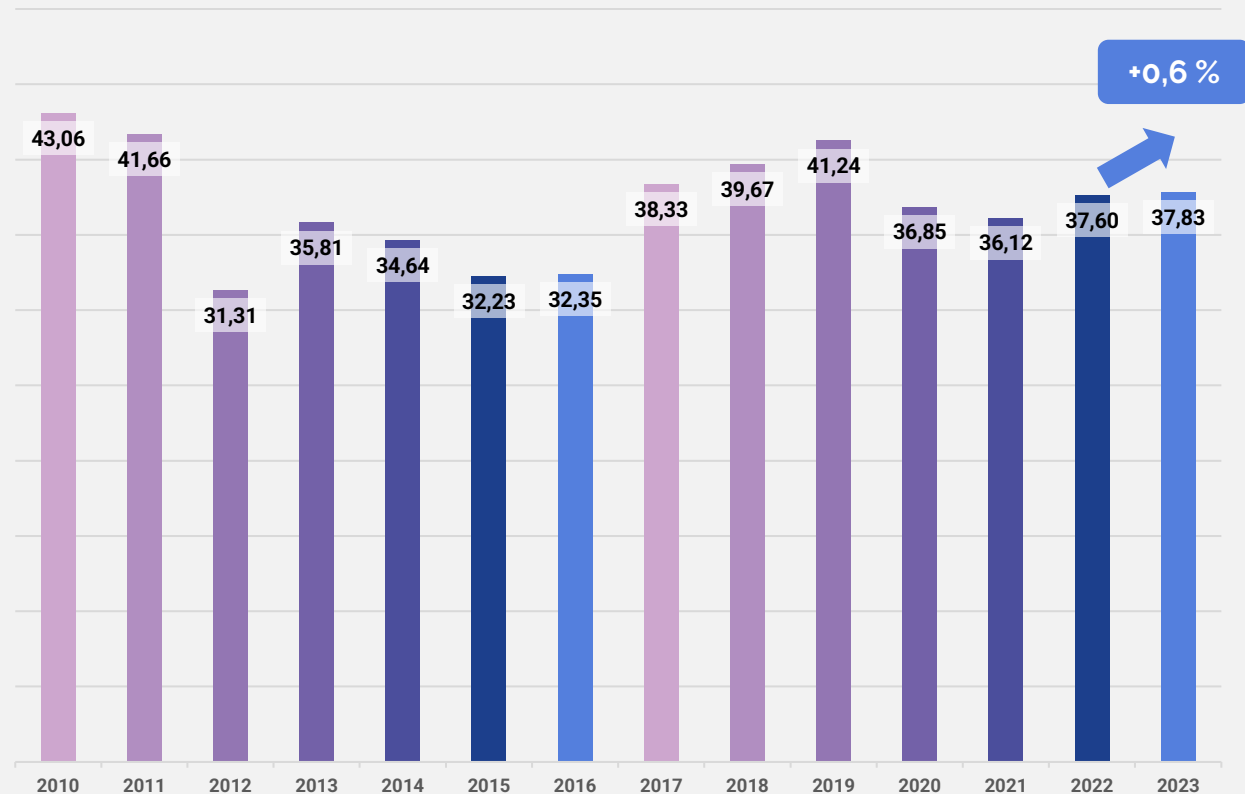
# Nyomtatott Reklámpiac

2010-2023 (Md Ft)

+0,6%

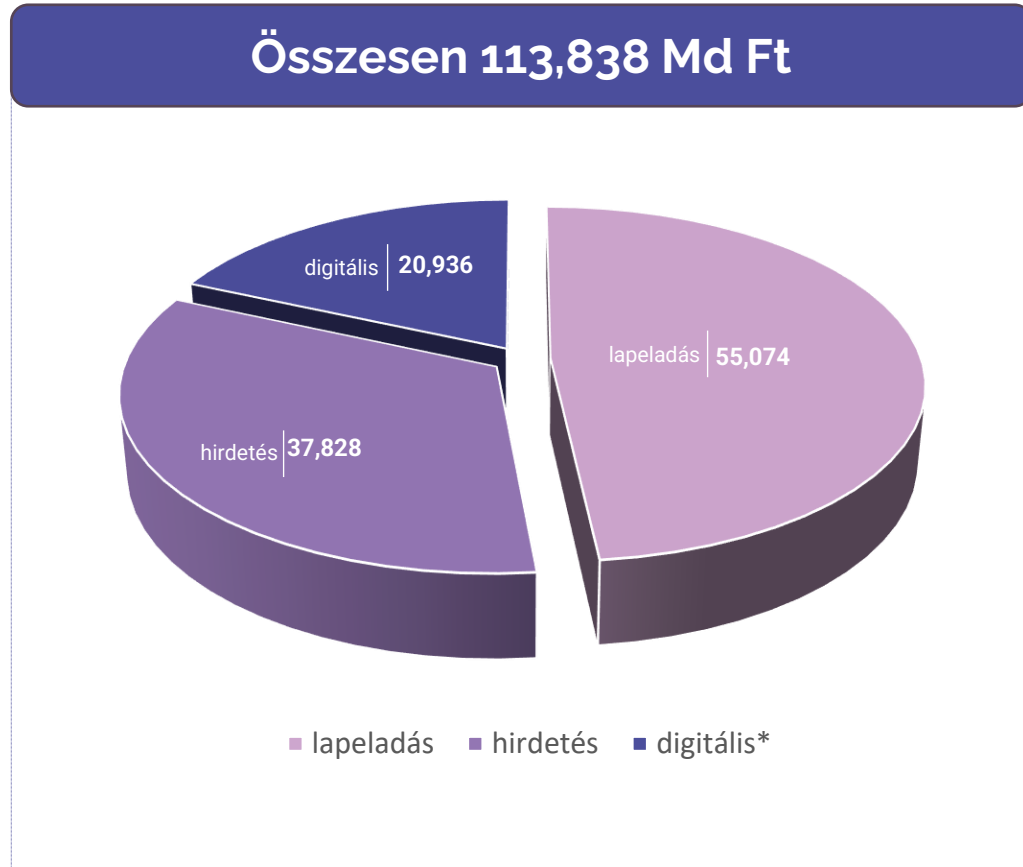
## Szolid Növekedés

2023-ra lassuló növekedés tapasztalható, melynek elsődleges oka, hogy a kiadók több fronton is kihívásokkal kénytelenek szembenézni, beleértve a magas inflációs rátát, az emelkedő nyomdaköltségeket, a hirdetési piacok és az olvasók viselkedésének folyamatos változásait, azzal együtt, hogy a hazai digitális hirdetési bevételek nagy részét a technológiai óriáscégek viszik el.



# A Sajtó Teljes Árbevétele

2023-as évben (milliárd Forint)



\* Az adatszolgáltató lapkiadókhöz köthető online bevételek



## Lapeladás | 55,074 Mrd. Ft

A kiadók a megnövekedett költségek ellensúlyozása érdekében áremelésekkel stabilizálták bevételeiket.



## Hirdetés | 37,828 Mrd. Ft

Továbbra is a hirdetési bevétel az egyik lejelentősebb bevételi forrás, ami a print hirdetések hitelességének is köszönhető.



## Digitális | 20,936 Mrd. Ft

A digitális hirdetési árbevételek növekedése jelentősen lelassult, ami arra enged következtetni, hogy a digitális bevételek nagy részét a technológiai óriáscégek viszik el.

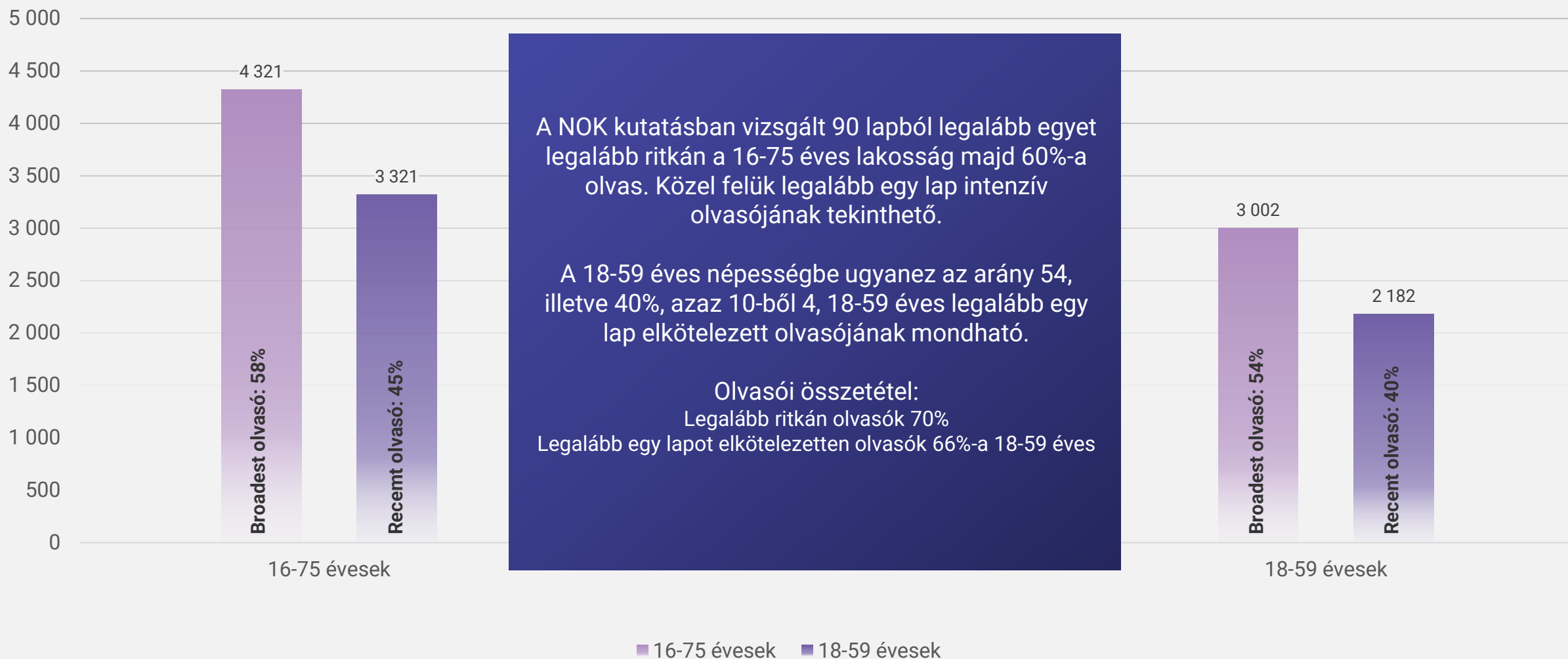


MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

# Kiegészítő Adatsorok és Iparági Előrejelzések

# Nyomtatott Tartalmak Olvasottsága

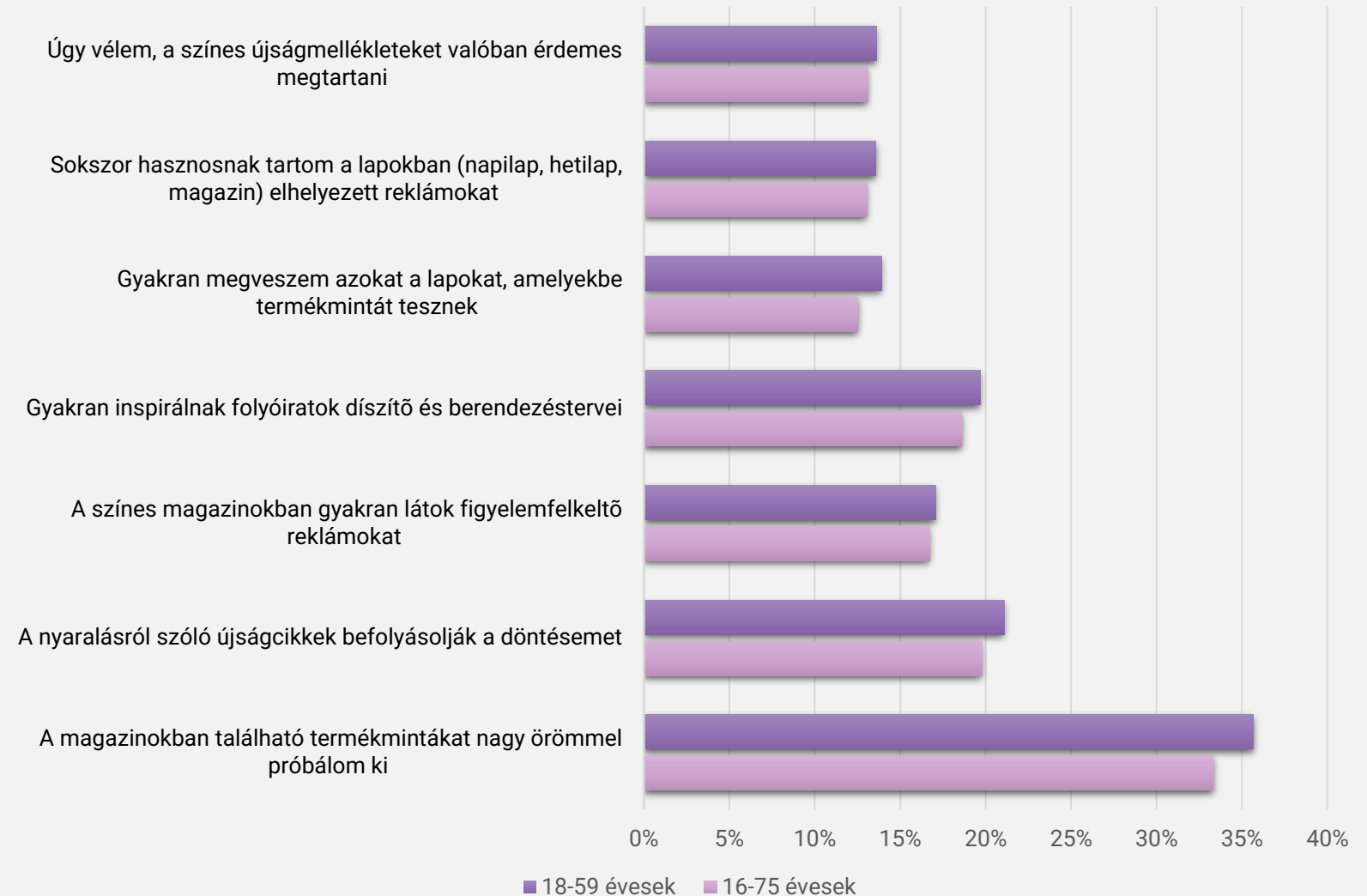
Különböző intenzitású olvasók száma és az olvasók összetétele a NOK kutatás alapján



# Nyomtatott Tartalmak Olvasottsága



A nyomtatott sajtó jelen van a mindennapokban, ez nem csak az olvasottságban, hanem a vele kapcsolatos attitűd állításokban is tetten érhető, ami a hirdetőik számára is fontos lehet (ld: termékminták, döntési pillanatok stb.)



# A tartalomelőállítók lehetőségei és kihívásai



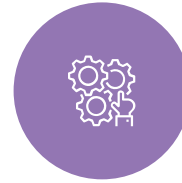
## Sajtókiadói jogok

A szellemi tulajdonjogok érvényesítése továbbra is kihívást jelent, így a sajtókiadói jogok megerősítése kulcsfontosságú. Hosszú idő telhet el anélkül, hogy a kiadók jogos igényüket méltányos mértékben tudják érvényesíteni, melynek köszönhetően a piac még rosszabb állapotba kerülhet.



## DMA, DSA

Az MLE teljes körű információs csomagot dolgozott ki a felkészülésre. A hirdetési piacra is komoly hatással lesznek a fenti törvények, mert minden felhasználó számára világossá kell tenni egy-egy hirdetés esetén, hogy ki a hirdető és pontosan miért találkozott az adott felhasználó az adott hirdetéssel.



## AI kihívások

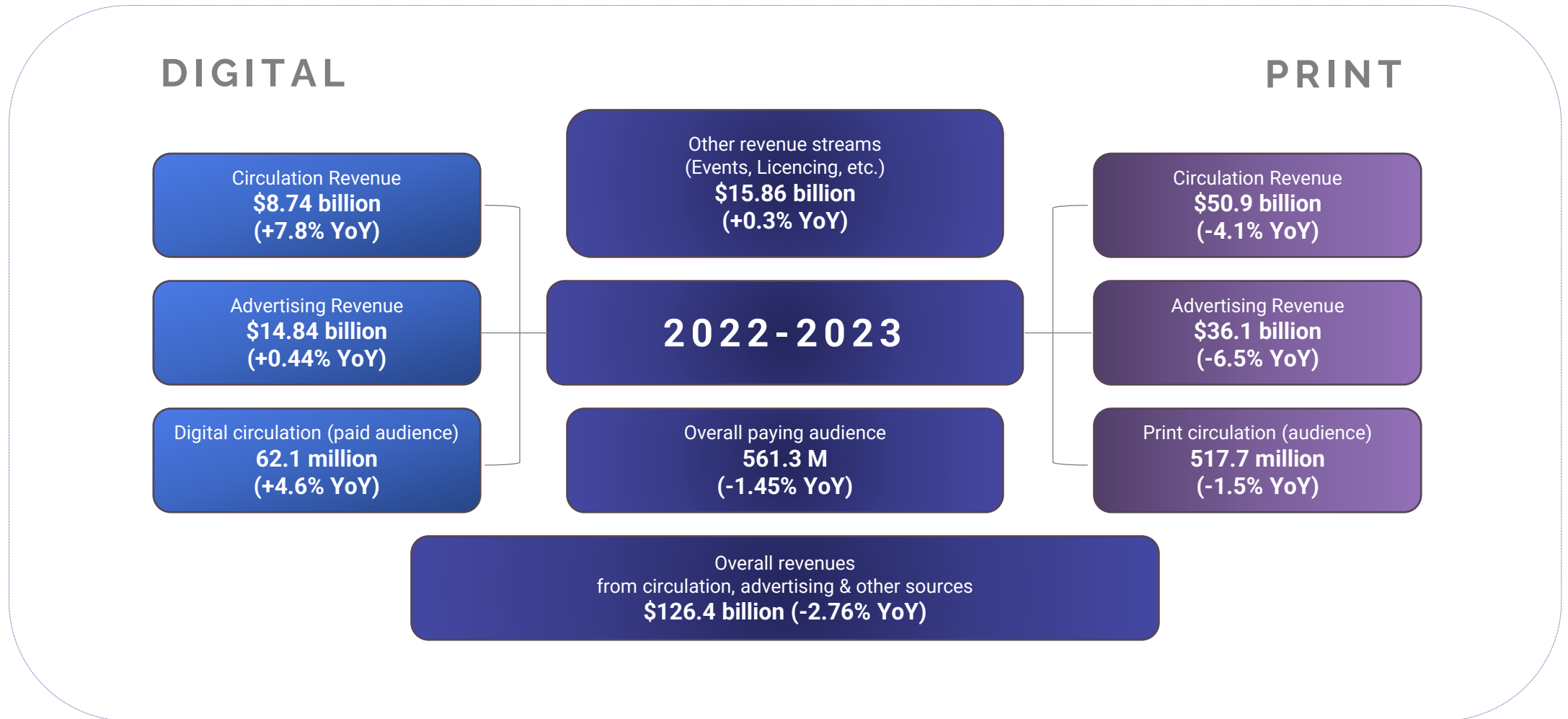
A mesterséges intelligencia által generált kihívások a kiadók és a kreatív iparágak számára ugyan nagy lehetőségeket rejt magában, de elszámoltathatóságot igényel. A szakmának fontos, hogy megfelelő kereteket szabjanak a döntéshozók a technológiai óriások mesterséges intelligencia használatának és fejlesztésének, amely képes kezelni a technológia által támasztott kihívásokat és a felhasznált tartalmak jogtulajdonosainak érdekeit is.



## Az EU politikai hirdetésekkel kapcsolatos szabályozása

Az új szabályok 2025. harmadik negyedévében lépnek majd életbe és minden vállalatot, amely politikai hirdetéseket jelenít meg.

# Nemzetközi kitekintés



Source WPT analysis of WPT Outlook survey and historical data. \* Figures based on daily weekly publications.  
WPT jelentés WAN-IFRA



# Új bevételi források szükségeseek

A digitális hirdetések soha nem fogják kifizetni a számlákat

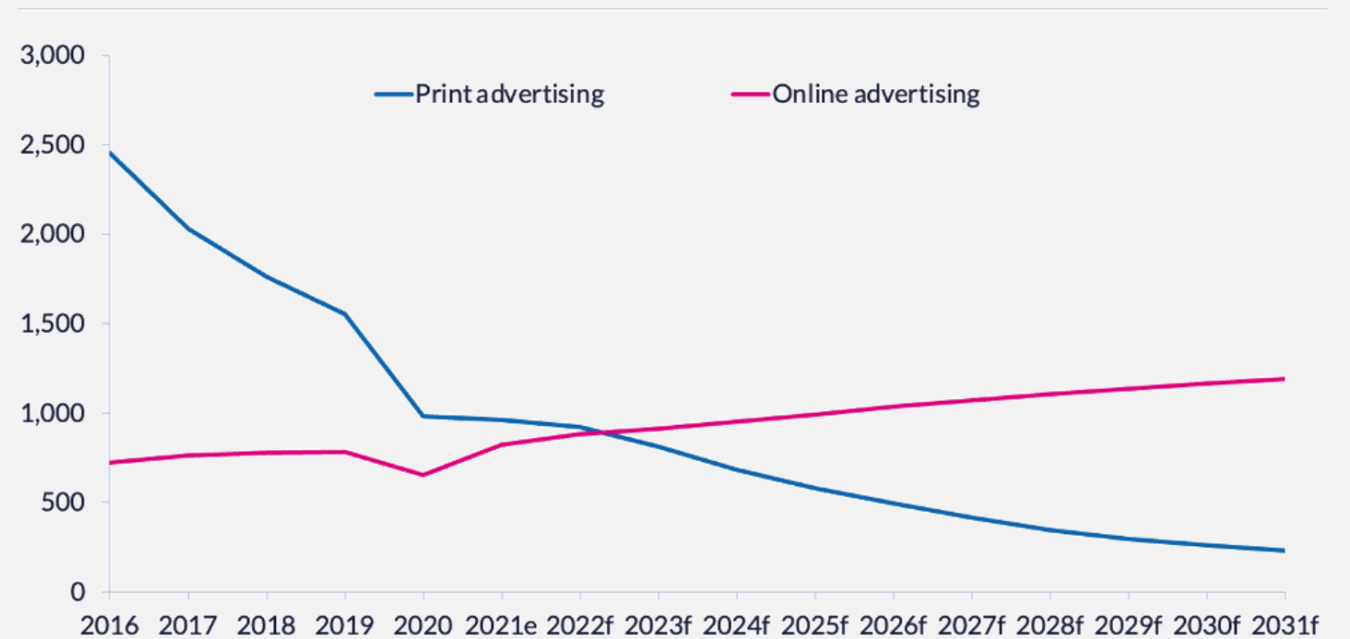


A fordulópont a magazinokban és hírekben való hirdetések esetében

A sajtó print és online hirdetési előrejelzései, összesen (millió fontban)

## Magazines and News advertising tipping point

Press print and online advertising forecasts, overall (£m)



£m at constant 2021 prices.  
(Source: Enders Analysis)

# Kulcsfontosságú iparági trendek

Változó médiapiaci  
és monetizációs  
modellek

Az elmúlt 20 évben a  
tartalmak és  
szolgáltatások körének  
hatalmas bővülését  
tapasztalhattuk.



Mindezekhez jön még 2  
kritikus fontosságú új  
platform is – a mobil és  
a közösségi média



Fejünk felett lebeg a  
hirdetés-alapú üzleti  
modell korának vége is

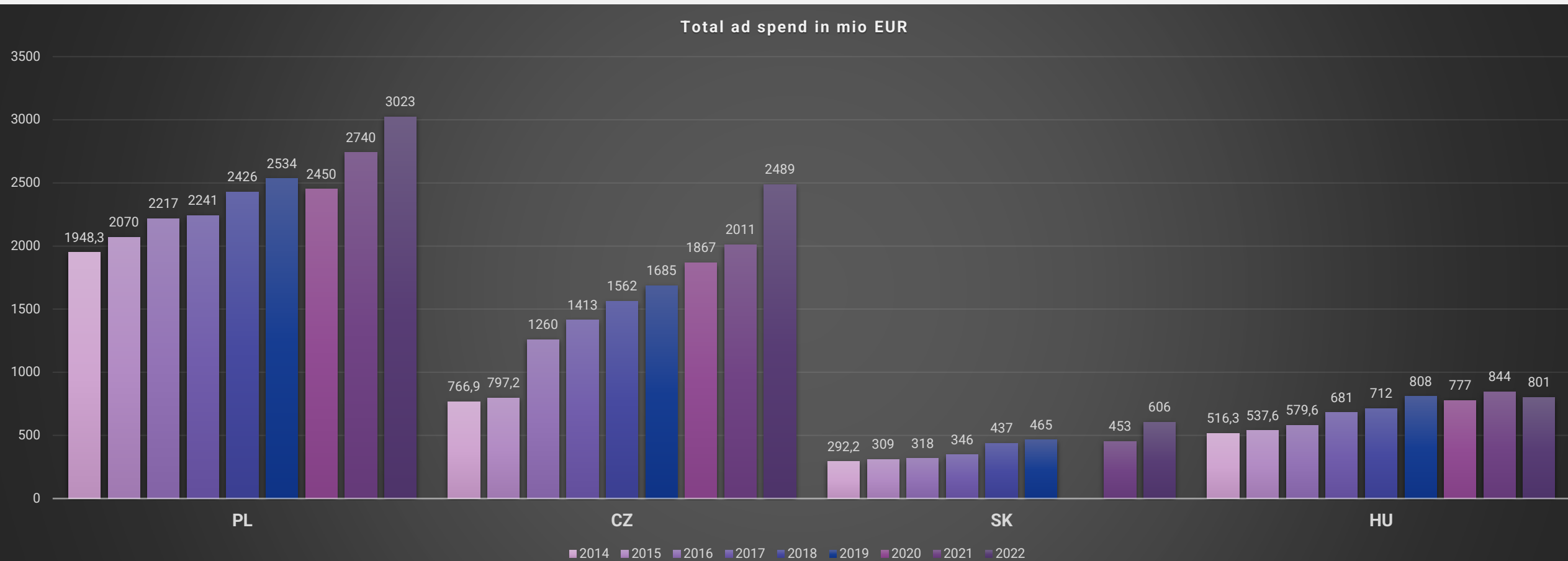


# Az iparági értékteremtési lánc keretrendszere



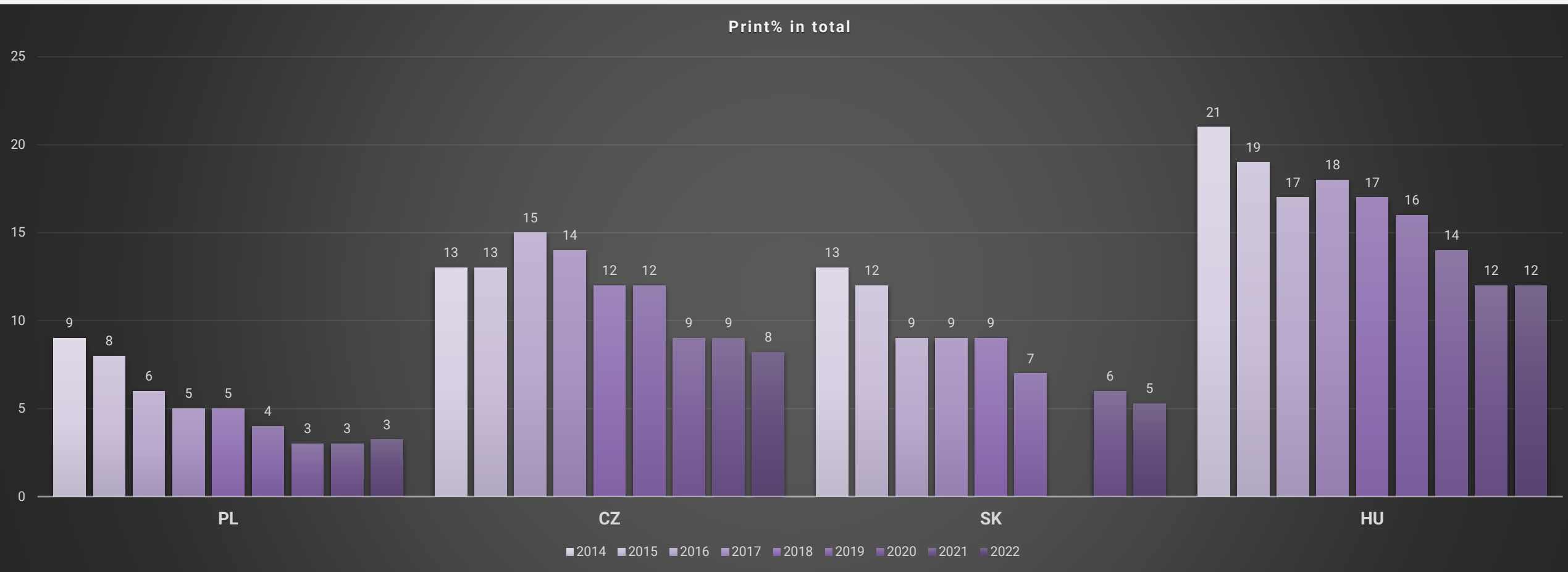
# Reklámpiac mérete a V4-eknél

(in mio EUR)



Forrás: Annual Report

# A sajtó reklámpiaci részesedése a V4-eknél



Forrás: Annual Report



MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

# Köszönjük megtisztelő figyelmüket!

Kovács Tibor  
MLE elnök

A 2023-as év felmérésének eredményei  
2024 | 03 | 20

