

TELEVÍZIÓS REKLÁMTORTA 2019

A 2019. évi televíziós reklámpiaci felmérés eredményei

2020. február 26.



Televíziós Reklámtorta 2019

- ▶ A Televíziós Reklámtorta 2019 felmérés az elmúlt évek gyakorlatát követve készült. A tavalyi évhez hasonlóan az állami költségek* mértékét ismét megvizsgáltuk.
- ▶ A piac méretének megállapításához a tényadatokat közvetlenül a MEME tagjai, a televíziós társaságok, illetve a megbízásuk alapján a sales house-ok szolgáltatták. (Az összesített adat nem tartalmaz becslést)
- ▶ 74 televíziós csatorna szerepelt az adatszolgáltatásban.
- ▶ Az adatok összegyűjtését és összesítését az EY végezte.
- ▶ A beérkezett adatokat az összesítést követően megsemmisítettük.

* A MEME közgyűlésen elfogadott 5/2017. (április 6.) számú határozat szerint: Állami reklámbevétel alatt értendő a központi költségvetésből származó valamennyi reklámbevétel, valamint minden olyan reklámbevétel, amely olyan vállalkozástól, piaci szereplőtől származik, amelyben az állami tulajdoni részesedés – akár közvetve, akár közvetlenül – legalább az 50 %-os tulajdoni hányadot vagy szavazati jogot eléri.

Adatszolgáltató televíziós csatornák listája: 74 csatorna

- ▶ RTL Klub
- ▶ RTL II
- ▶ Cool
- ▶ Film+
- ▶ RTL Gold
- ▶ Muzsika
- ▶ Sorozat+
- ▶ RTL+
- ▶ Paramount Channel
- ▶ Comedy Central
- ▶ Comedy Central Family
- ▶ Nickelodeon
- ▶ Nick Jr.
- ▶ Nicktoons
- ▶ MTV
- ▶ RTL Spike
- ▶ HISTORY
- ▶ AMC
- ▶ Film Café
- ▶ Film Mania
- ▶ Minimax
- ▶ Spektrum
- ▶ Spektrum Home
- ▶ TV Paprika
- ▶ Sport1
- ▶ Sport2
- ▶ Sláger tv
- ▶ DOQ
- ▶ AXN
- ▶ Viasat3
- ▶ Viasat6
- ▶ Sony Max
- ▶ Sony Movie Channel
- ▶ Disney channel
- ▶ Music Channel
- ▶ Cartoon Network
- ▶ Boomerang
- ▶ Nat Geo Wild
- ▶ National Geographic
- ▶ Duna TV
- ▶ Duna World
- ▶ M1
- ▶ M2/Petőfi
- ▶ M3
- ▶ M4 Sport
- ▶ M5
- ▶ TV2
- ▶ Spíler1
- ▶ Spíler2
- ▶ Super TV2
- ▶ Prime
- ▶ Mozi+
- ▶ Izaura TV
- ▶ Zenebutik
- ▶ FEM3
- ▶ Kiwi TV
- ▶ Lichi
- ▶ Humor +
- ▶ Moziverzum
- ▶ Jocky
- ▶ Story4
- ▶ TV4
- ▶ Film4
- ▶ Galaxy4
- ▶ Viasat History
- ▶ D1TV
- ▶ Discovery Channel
- ▶ Investigation Discovery
- ▶ TLC
- ▶ Travel Channel
- ▶ ATV
- ▶ ATV Spirit
- ▶ Life TV
- ▶ Ozone TV

▶ Az adatszolgáltatásban résztvevő csatornák a televíziós reklámpiac kb. 99 %-át fedik le.

Ebben az évben is net-net reklám árbevételt számítottunk

- ▶ Kedvezményekkel csökkentett, ügynökségi jutalékok levonása utáni „tisztá” árbevétellel számoltunk.
- ▶ Az adatszolgáltatók a 2019-es évre vonatkozóan az árubarter ügyletekből származó bevételeket is lejelentették (médiabarter kivételével). Mivel az árubarterre vonatkozó adatok visszamenőlegesen nem állnak rendelkezésre, ezért összehasonlítható adatokat nem jelenítünk meg.
- ▶ Az adatok nem tartalmaznak olyan, egyéb bevételi forrásokat, mint például emelt díjas telefon és SMS szolgáltatásokból, valamint a rendezvényekből és a saját márkás árucikkekből származó bevétel.
- ▶ A szponzoráció tartalmazza a termékmegjelenítésből származó bevételt is, a szponzor finanszírozott műsorok esetében a produkciós költségeket azonban nem tartalmazza.
- ▶ Minden adatot millió forintban mutatunk be.

Több, mint 65 milliárdos az árubarterrel kiegészített 2019-es Televíziós Reklámtorta

- ▶ Az EY összesítése alapján 2019-ben a televíziós reklámpiac teljes árbevétele, árubarter nélkül:

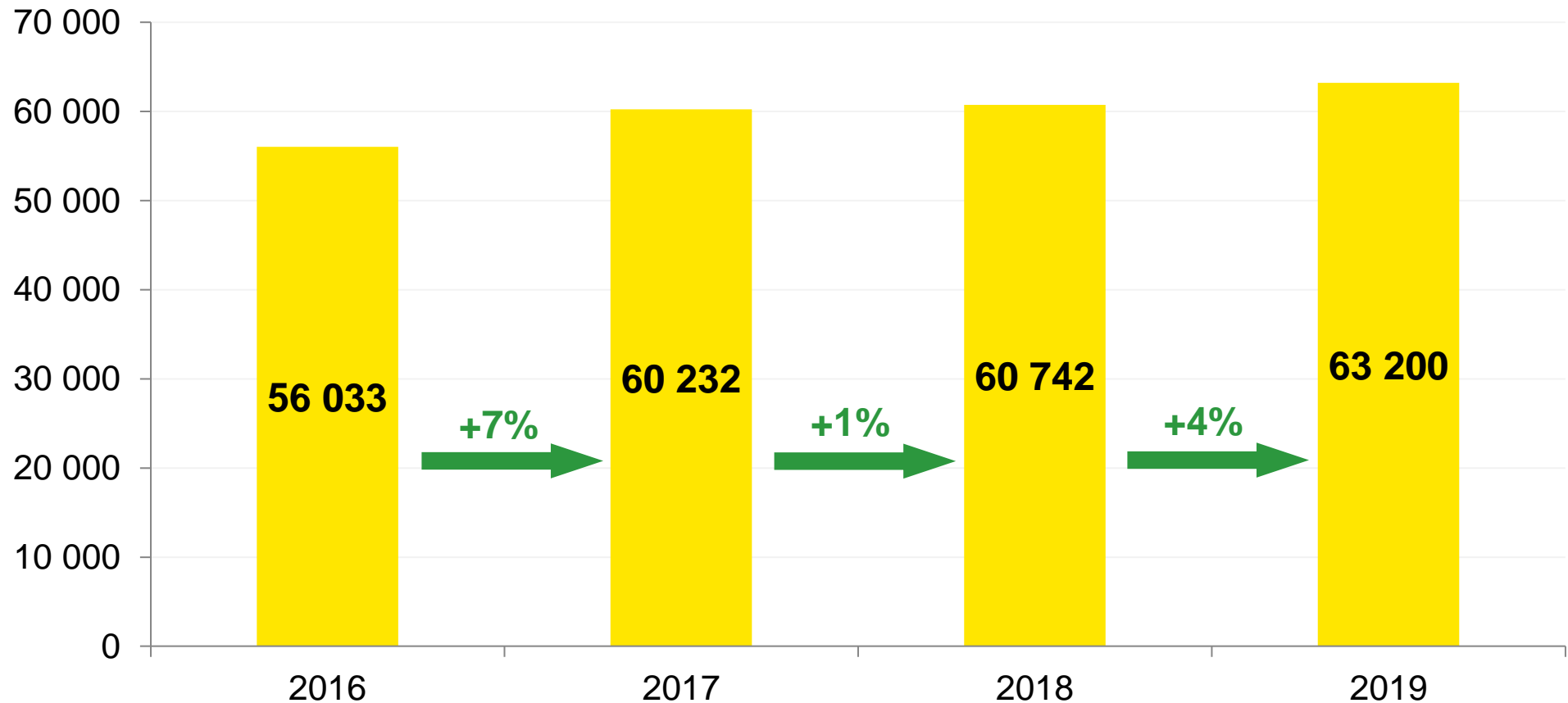
63 200
millió forint

- ▶ 2019-ben az árubarterrel kiegészített reklámpiac teljes árbevétele:

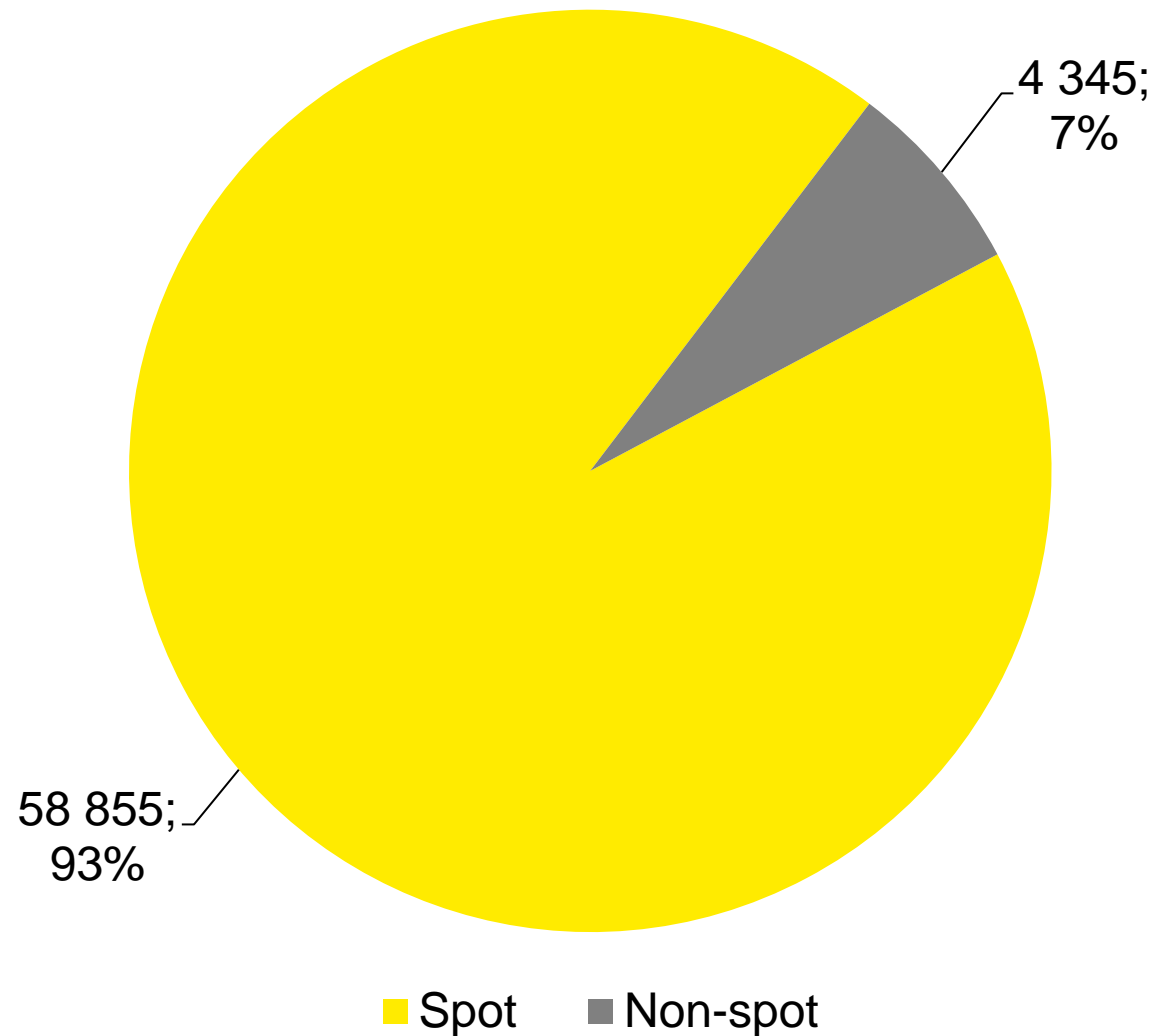
65 073
millió forint

4 százalékkal nőttek a televíziós költsékből származó reklámbevételek árubarter nélkül

Televíziós reklámbevételek összege az elmúlt években
(millió forintban)



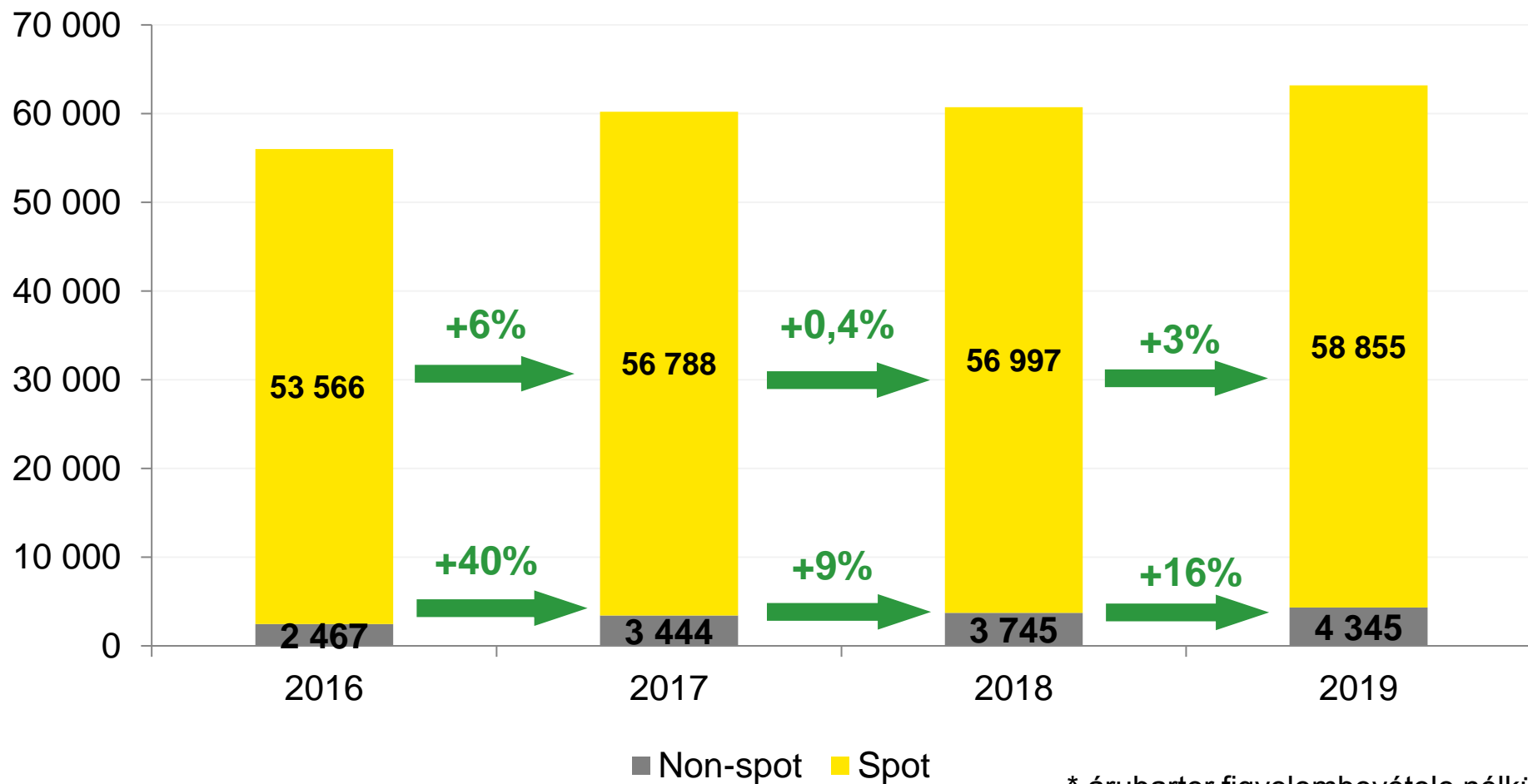
A 2019. évi 63,2 milliárd Ft-os Televíziós Reklámtorta megoszlása* (millió forintban és százalékosan)



* árubarter figyelembevétele nélkül.

A spot és non-spot költsékből származó reklámbevétel alakulása*

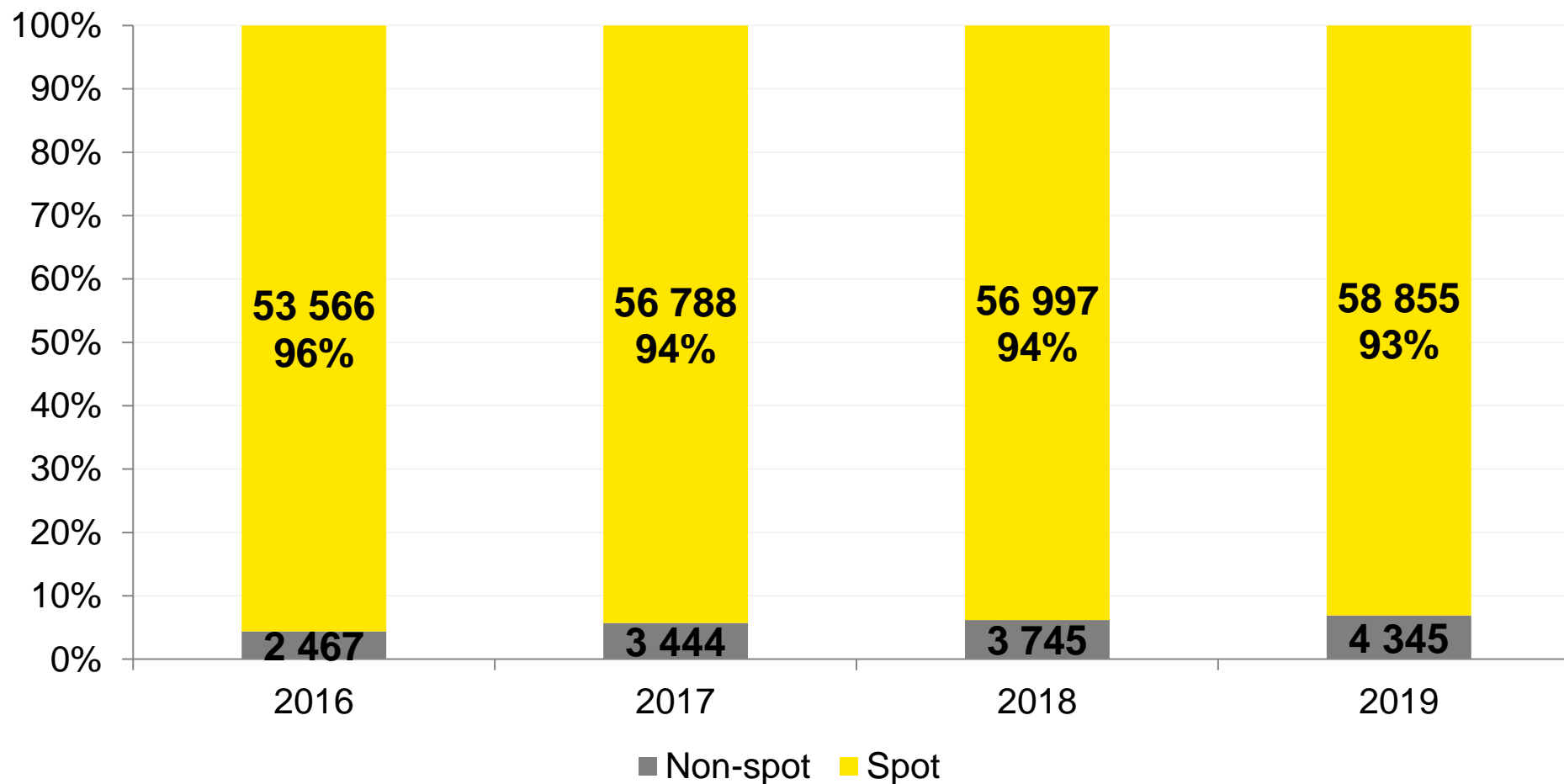
Televíziós reklámbevételek megoszlása reklámspot és non-spot jellegű bevételek között (millió forintban)



* árubarter figyelembevétele nélkül.

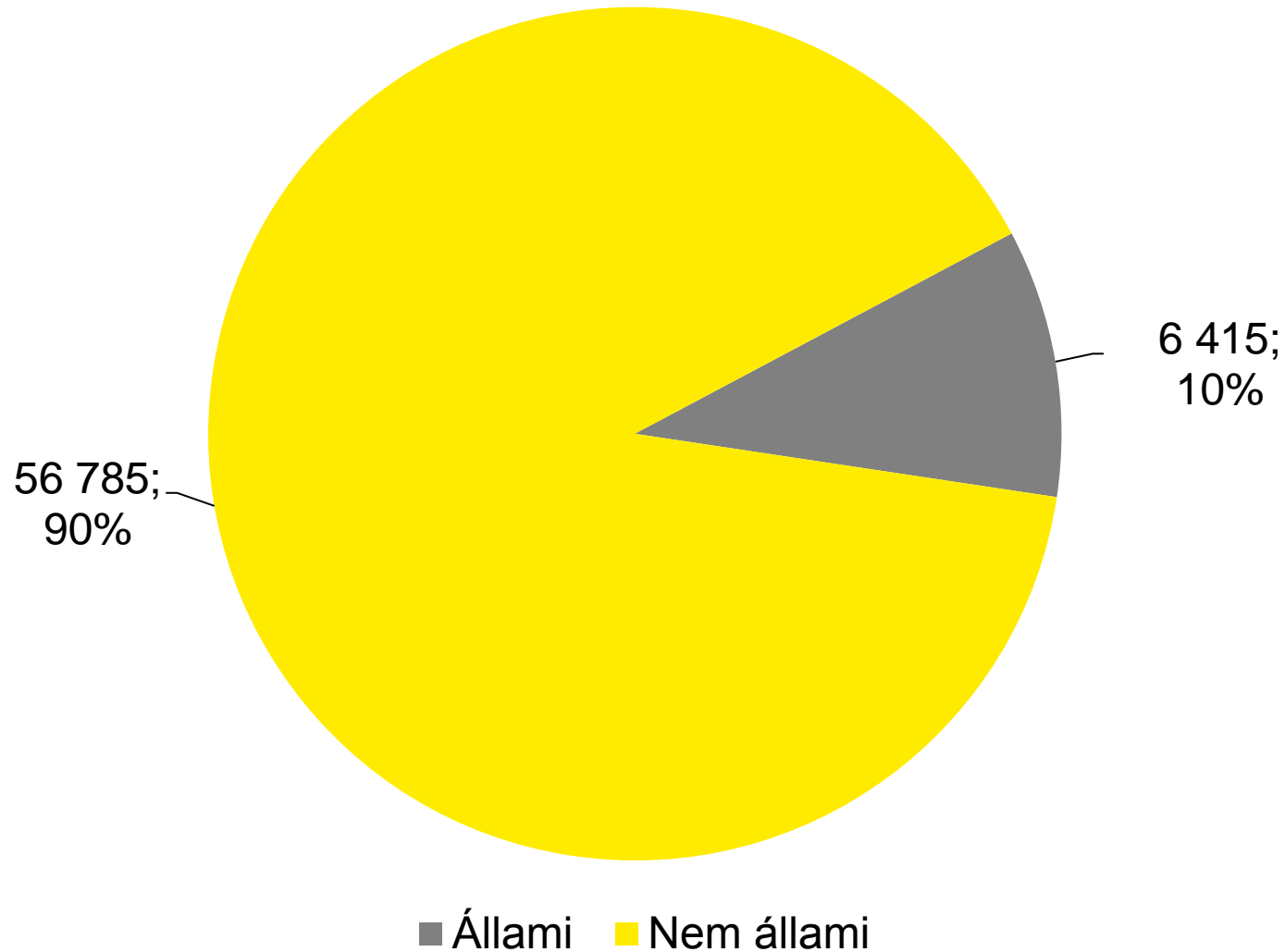
A spotokból származó reklámbevétel részaránya 1%-kal csökkent 2018-hoz képest*

Televíziós reklámbevételek megoszlása reklámspot és non-spot jellegű bevételek között (millió forintban)



* árubarter figyelembevétele nélkül.

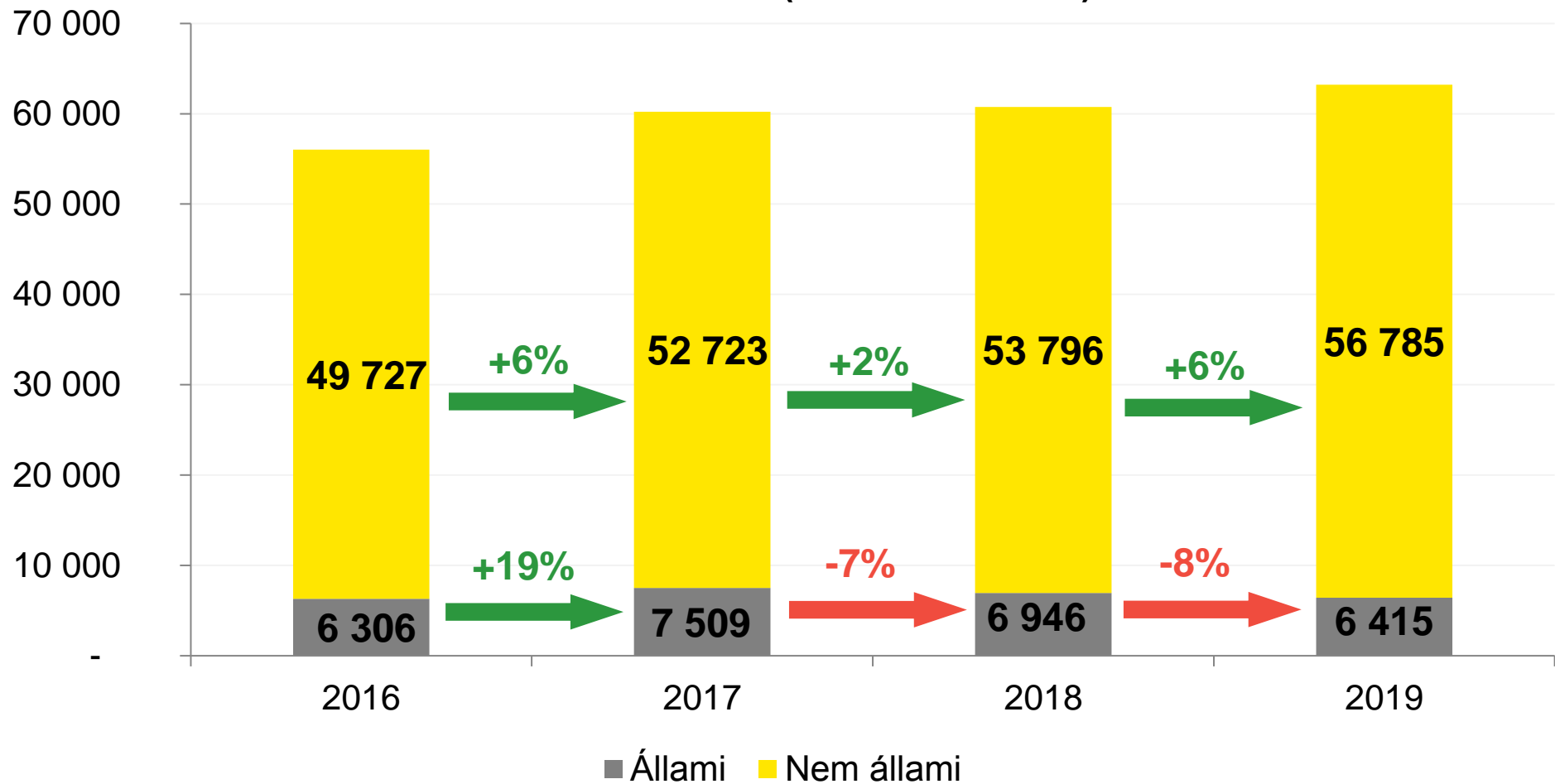
A 2019-es Televíziós Reklámtorta megoszlása (millió forintban és százalékosan)*



* árubarter figyelembevétele nélkül.

Az állami és nem állami költsékből származó reklámbevétel alakulása*

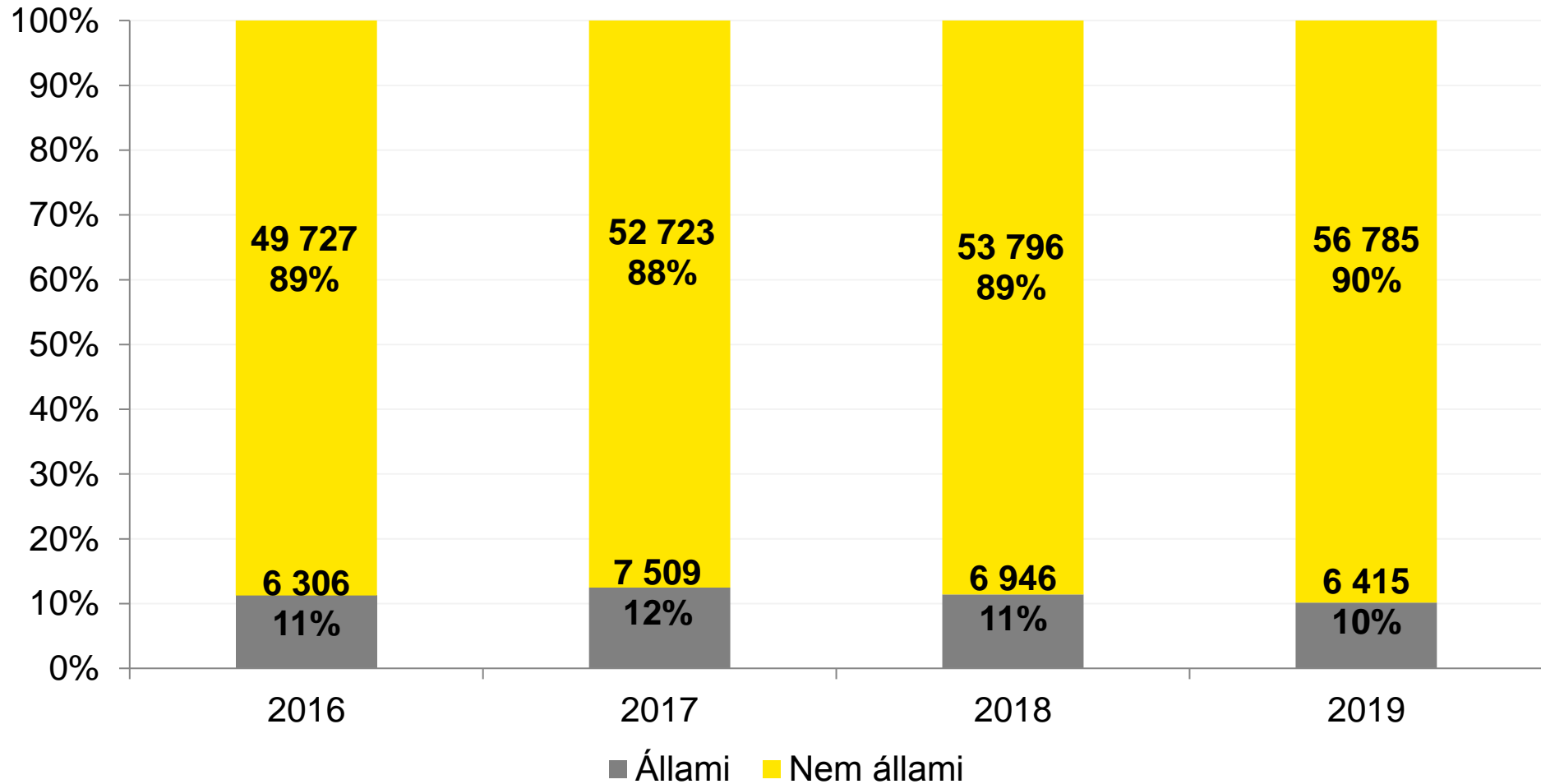
Televíziós reklámbevételek megoszlása az állami és nem állami bevételek között (millió forintban)



* árubarter figyelembevétele nélkül.

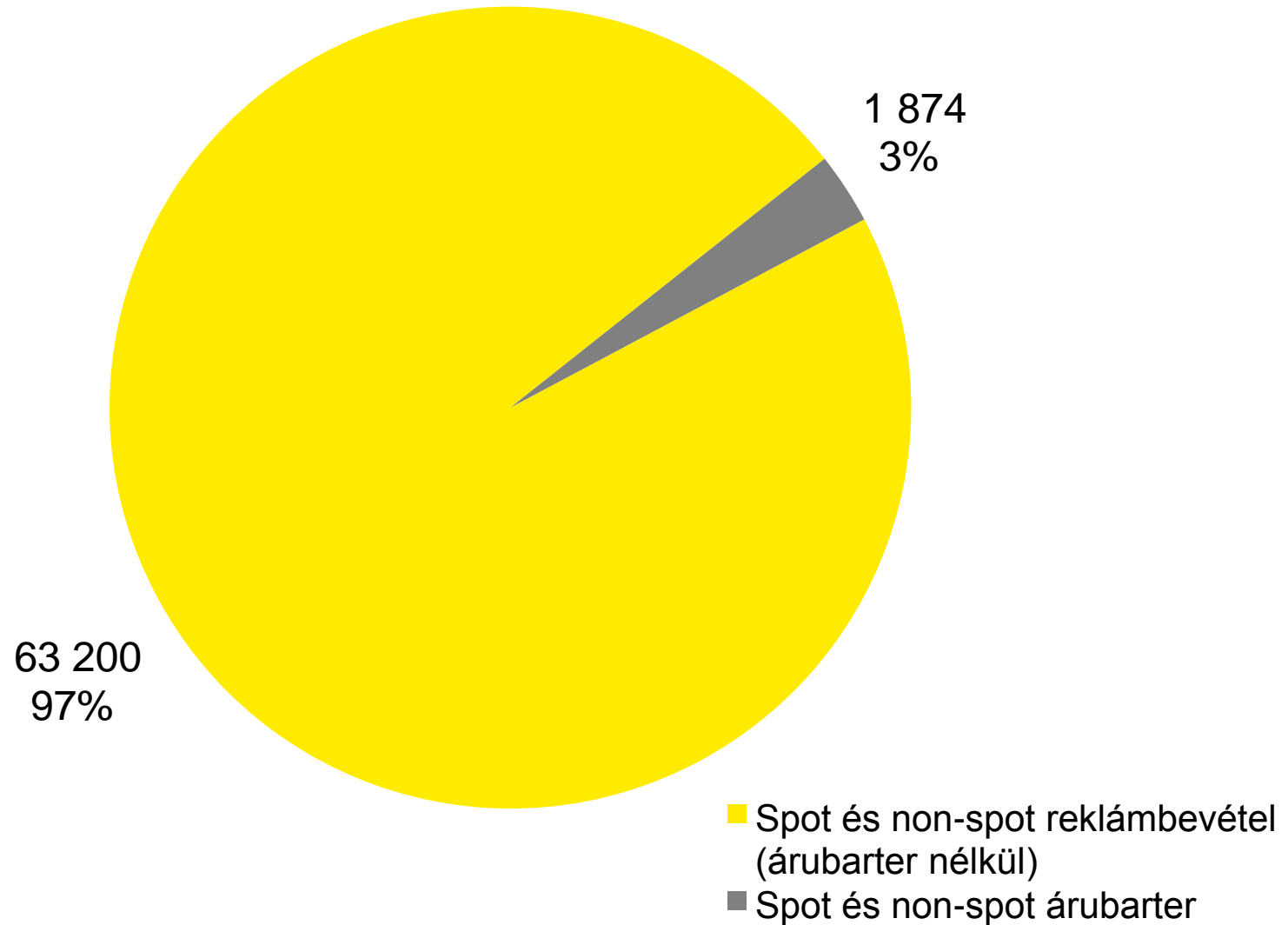
Az állami költsékből származó reklámbevétel részaránya 1%-kal csökkent 2018-hoz képest*

Televíziós reklámbevételek összege az elmúlt években állami és nem állami megbontásban (millió forintban)

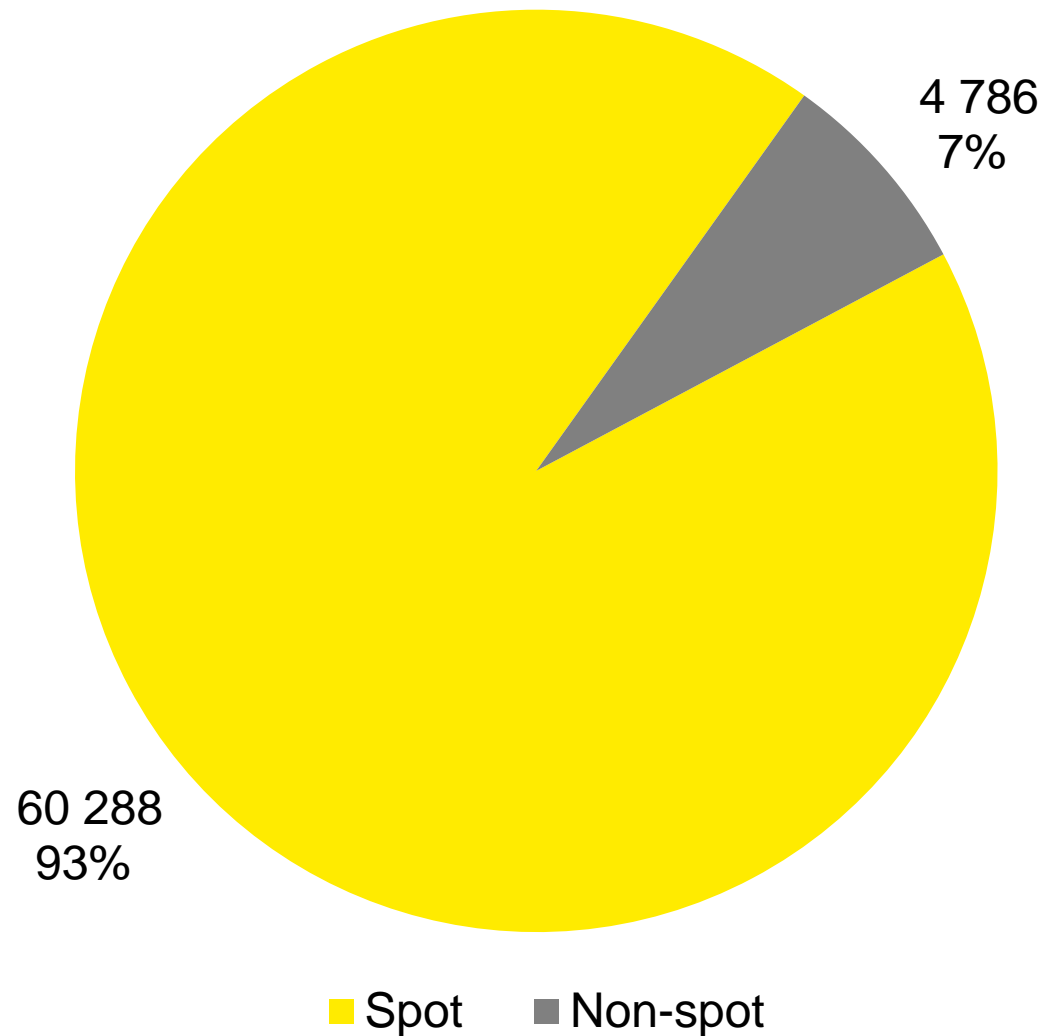


* árubarter figyelembevétele nélkül.

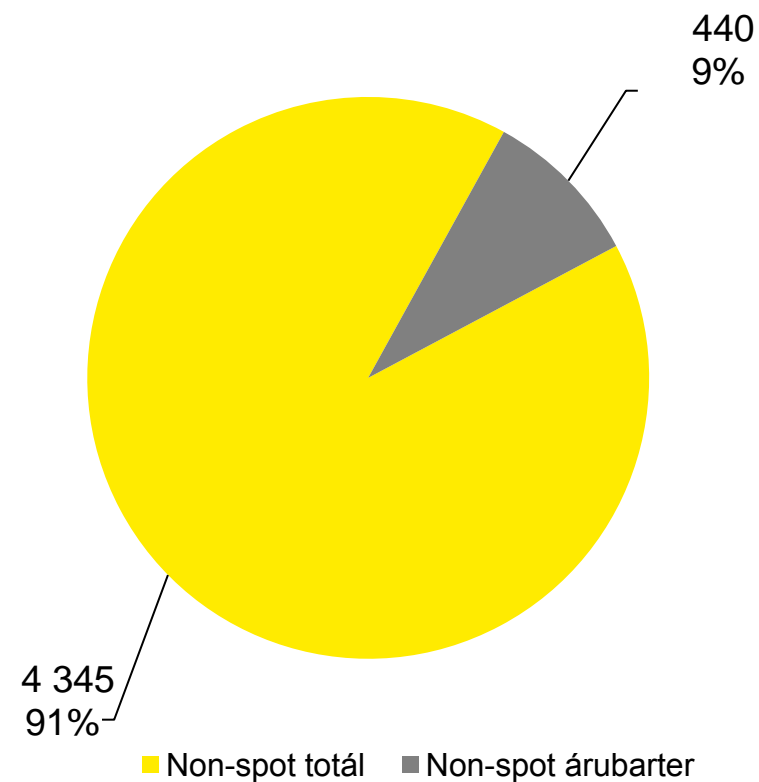
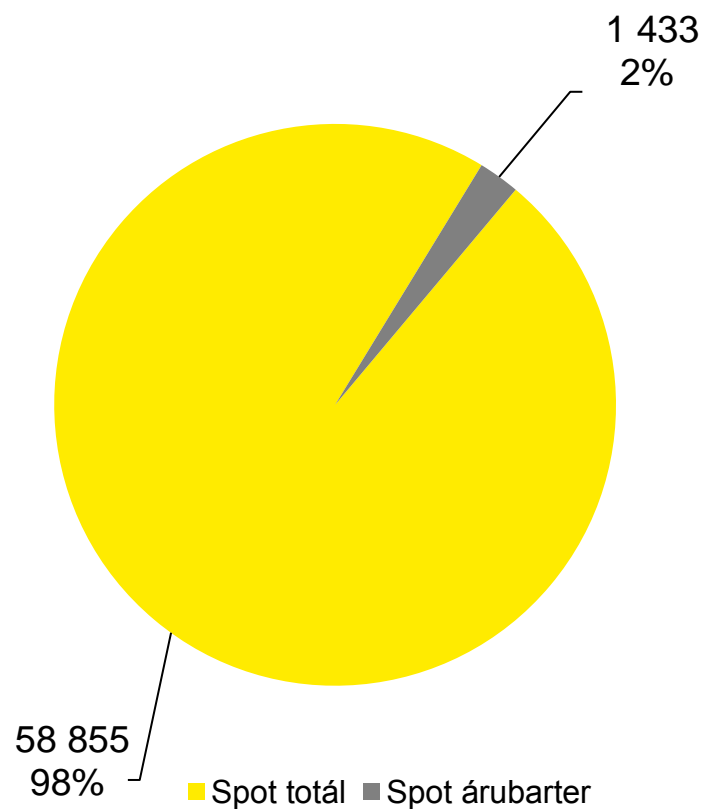
A 65,07 milliárdos, árubarterrel kiegészített 2019-es Televíziós Reklámtorta megoszlása (millió forintban és százalékosan) (I.)



A 65,07 milliárdos, árubarterrel kiegészített 2019-es Televíziós Reklámtorta megoszlása (millió forintban és százalékosan) (II.)



Árubarter ügyletekből származó bevételek alakulása a 2019-es évben a spot és non-spot költségek viszonyításában (millió forintban és százalékosan)



Összefoglaló

- ▶ A televíziós reklámbevételek 2019-ben meghaladták a 63 milliárd forintot, árubarter nélkül. Ebből 6.4 milliárd forint volt az állami költésből származó reklámbevétel.
- ▶ Idén először az árubarter ügyletek is az elemzés tárgyát képezték. Az árubarter ügyletekből származó bevételek 2019-ben meghaladták az 1,8 milliárd forintot, így a teljes televíziós reklámbevétel árubarterrel együtt 65,07 milliárd forint.
- ▶ Árubarter figyelembevétele nélkül tavalyhoz képest nőttek a reklámbevételek. A növekedés mértéke 2019-ben 2,5 milliárd forint volt, ami 4 százalékos emelkedésnek felel meg. A nem állami (azaz piaci) hirdetésekéből származó bevételek 6 százalékkal nőttek, míg az állami hirdetésekéből származó bevételek 8 százalékkal csökkentek.
- ▶ A tavalyi 9 százalékos emelkedés után a non-spot bevételek további 16 százalékkal emelkedtek 2019-ben. A spot jellegű bevételek összege a tavalyi 0.4%-os növekedés után idén 3 százalékkal nőtt.

**Köszönjük
megtisztelő
figyelmüket!**

Az EY-ról

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 információkért kérjük, látogasson el honlapunkra a www.ey.com címen.

© 2020 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