



A 2022. évi OOH médiapiaci felmérés eredményei

- Az adatok összegyűjtését és összesítését a **Scores Group - Outdoor Media Audit Kft.** végezte
- Teljes körű adatszolgáltatást nyújtott **17 OOH médiatulajdonos cég** (piaci részesedésük eszközszám és bevétel alapján **cca. 96%**)
- Az OM Audit által nyilvántartott **39 további OOH médiatulajdonos cég** árbevételi adatait az Outdoor Media Audit Kft. kihasználtság vizsgálata és átlagos értékesítési árak alapján, **becsléssel** határozta meg (piaci részesedésük eszközszám és bevétel alapján **cca. 4%**)
- **A pénzügyi adatok net-net árbevételek alapján kerültek összesítésre**

JELEN PÉNZÜGYI BEVÉTEL ÖSSZESÍTÉS A HAZAI OOH ÉS AMBIENT PIAC TELJES VERTIKUMÁT LEFEDI (99%)

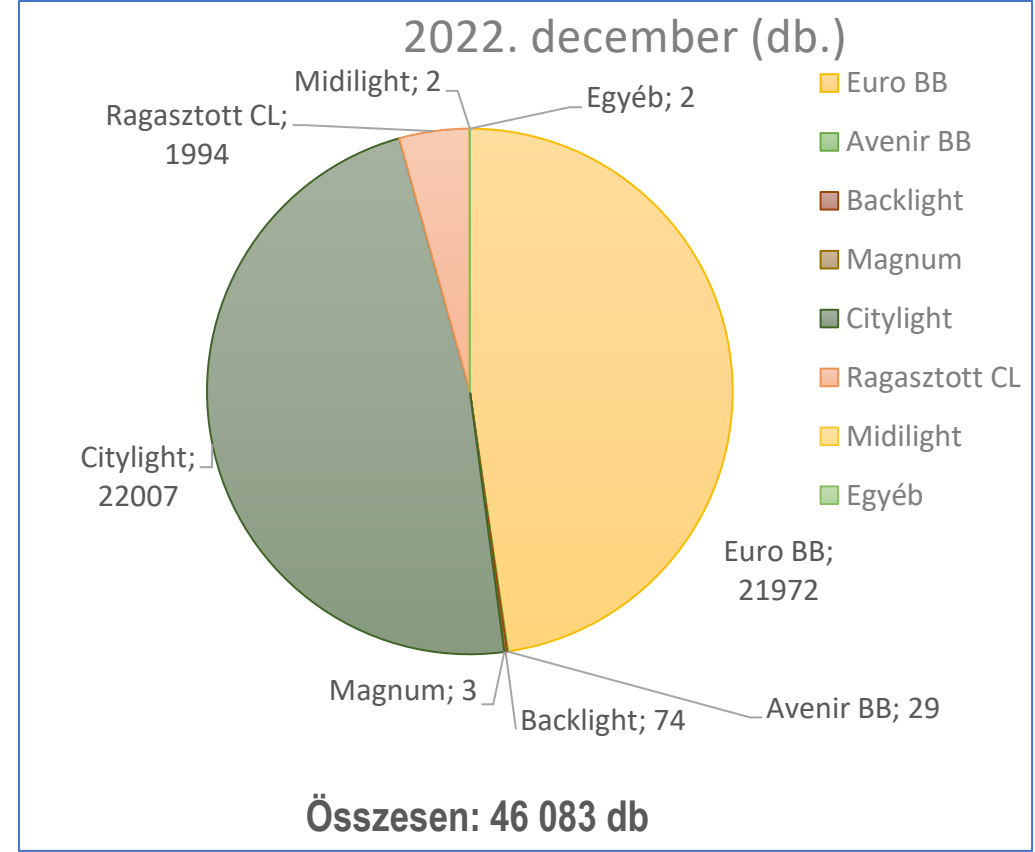
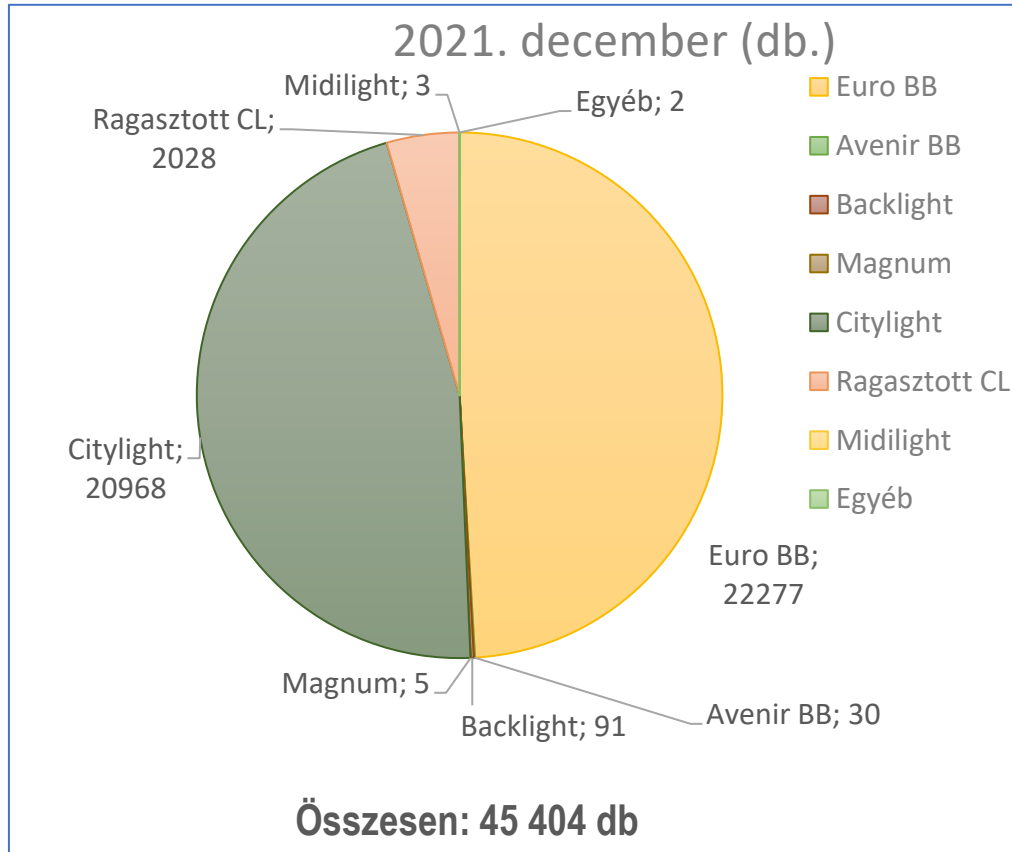
Az MRSZ-OOH szövetség

- Óriásplakát
- Citylight
- Digital signage
- Hirdetőoszlop
- Indoor
- Jármű
- Közvilágítási oszlopon elhelyezett információs- és reklámtáblák

MRSZ Ambient szövetség

- Digital signage (közoktatási hálózatok, egészségügyi hálózatok, eladáshelyi hálózatok, beauty hálózat, sport és fitness, szórakozóhely, stb.)
- Jármű, egyedi mozgó hirdetések
- Utcai egyedi megjelenések (oszlop, korlát, óra, építési háló, stb.)

FELÜLETSZÁM VÁLTOZÁSOK (2021-2022.)

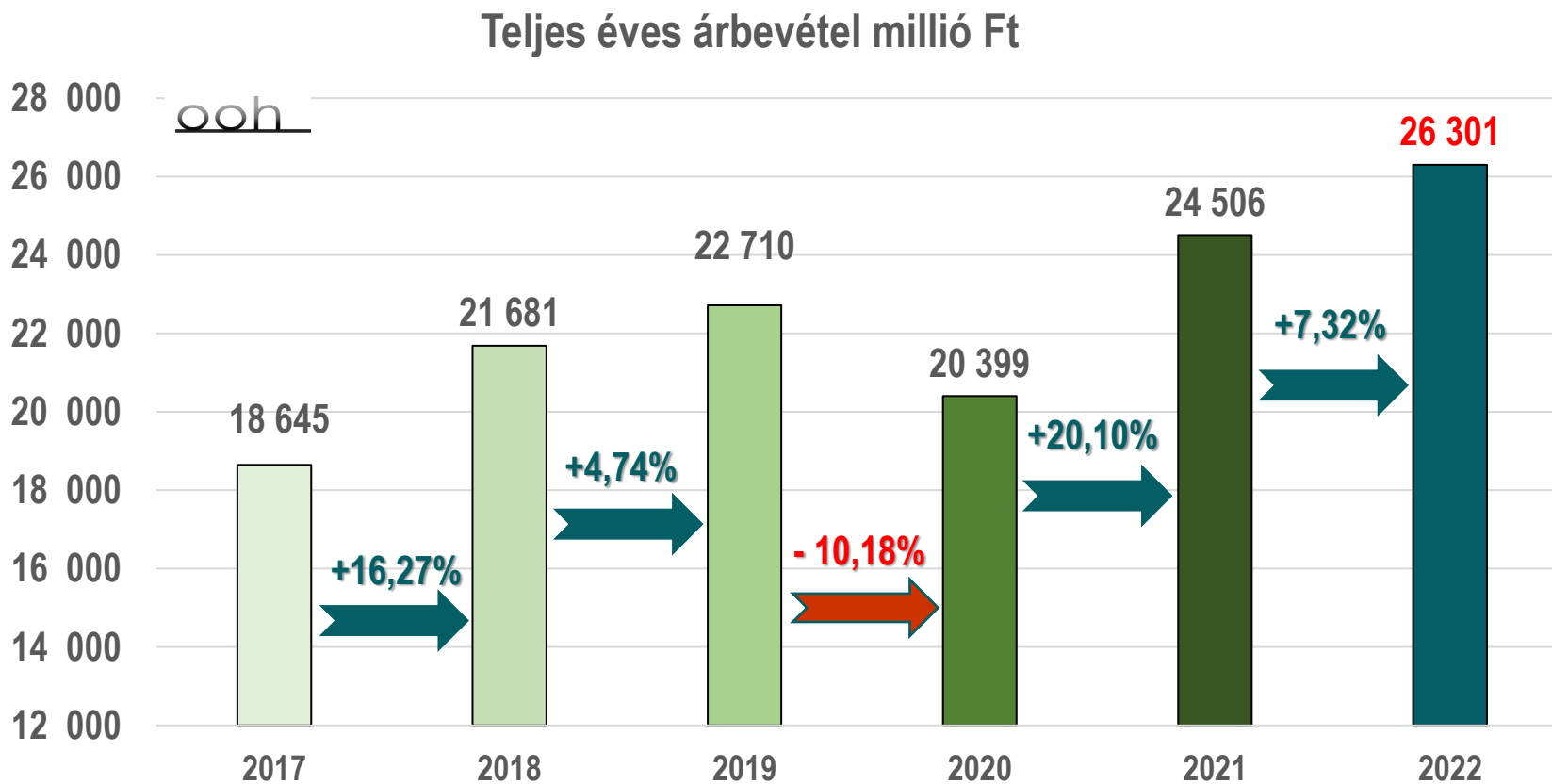


2021-ről 2022-re a felületek összesített darabszáma növekedett. A hagyományos óriásplakátok száma csökkent, míg a CLP és a digitális CLP felületek száma nőtt. Teljes növekedés 1,5% azaz 679 db felület.

TELJES ÉVI REKLÁMBEVÉTEL 2017-2018-2019-2020-2021-2022

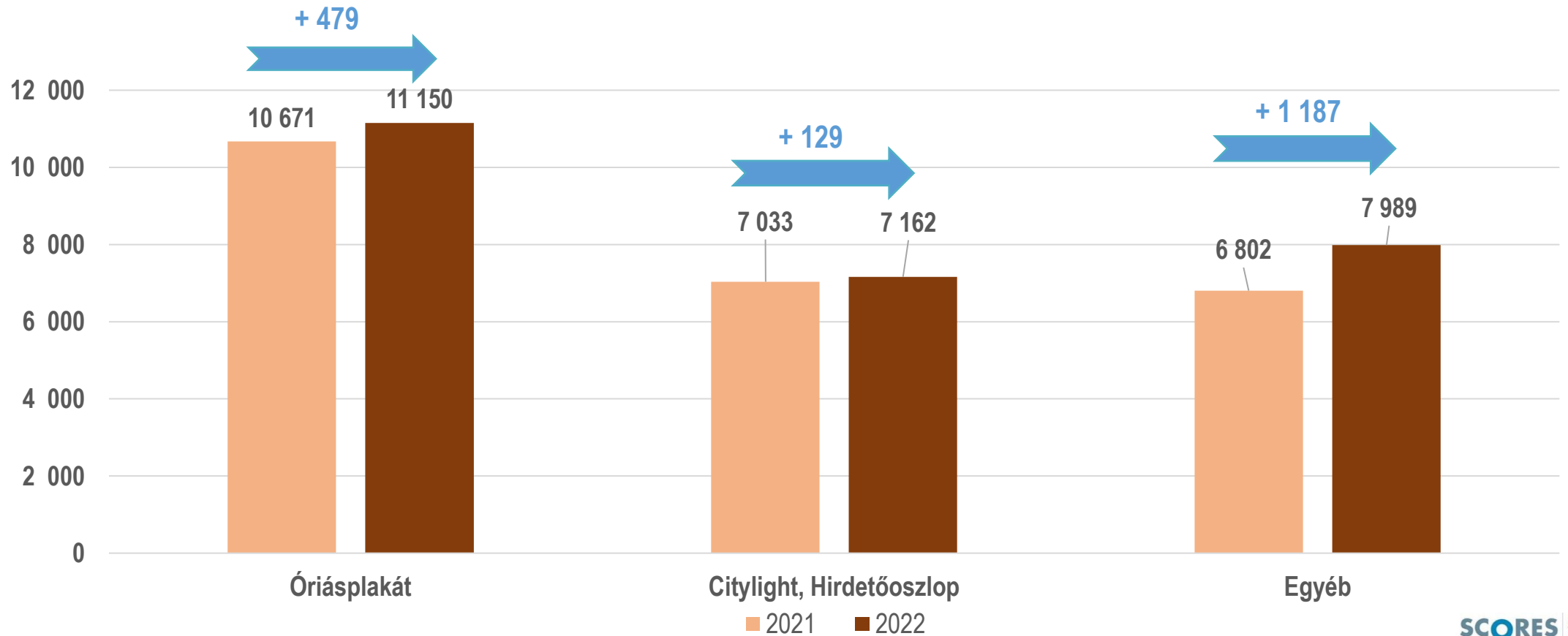
A 2022. évi OOH net-net reklámbevétel **26.300.783.000 Ft.**

A 2022. évi OOH net-net reklámbevétel **1 795 millió Ft-tal növekedett (7,32% növekedés) 2021-hoz képest**



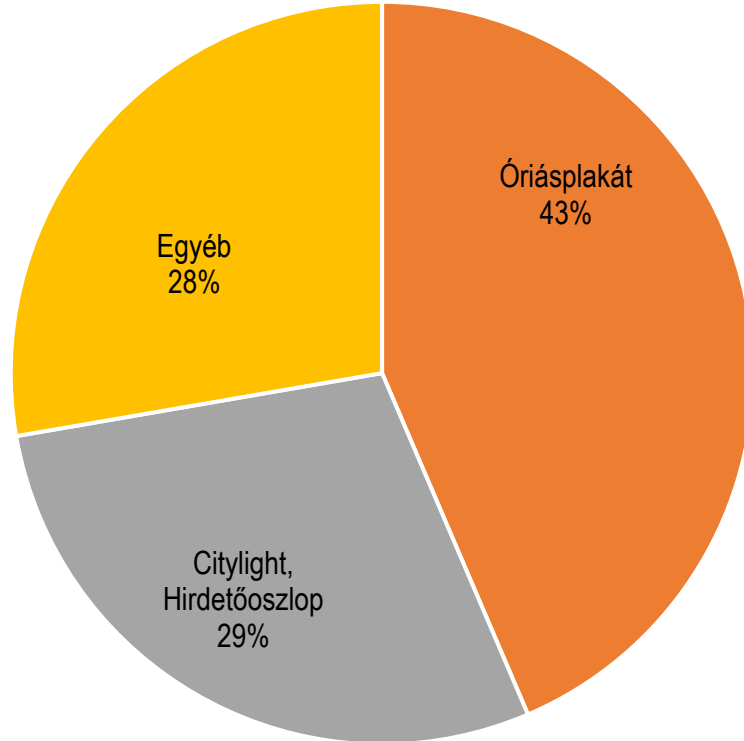
A OOH REKLÁMBEVÉTELE ESZKÖZTÍPUSONKÉNT

A OOH média reklámbevétele eszköztípusonként (millió Ft-ban)

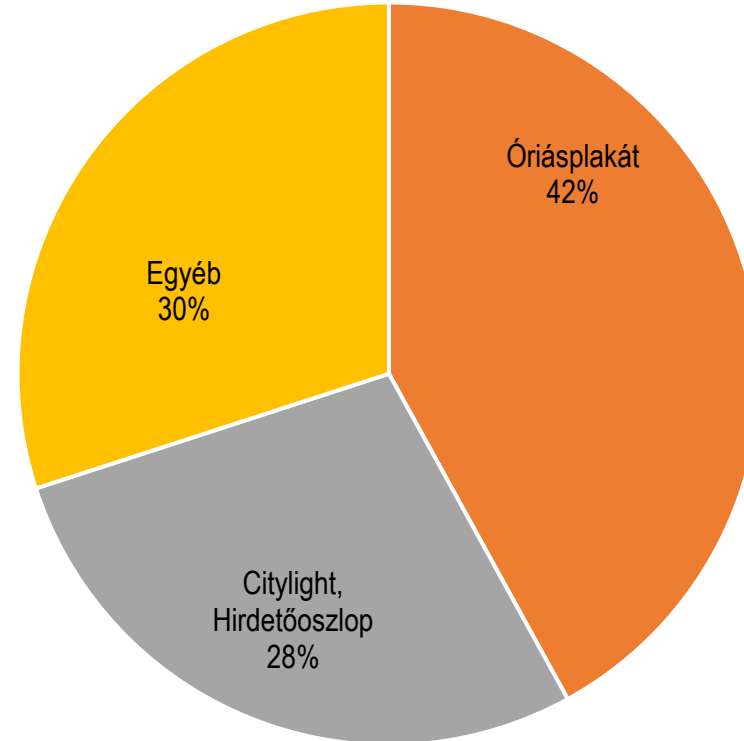


OOH BEVÉTELEINEK MEGOSZLÁSA ESZKÖZTÍPUSONKÉNT

2021.

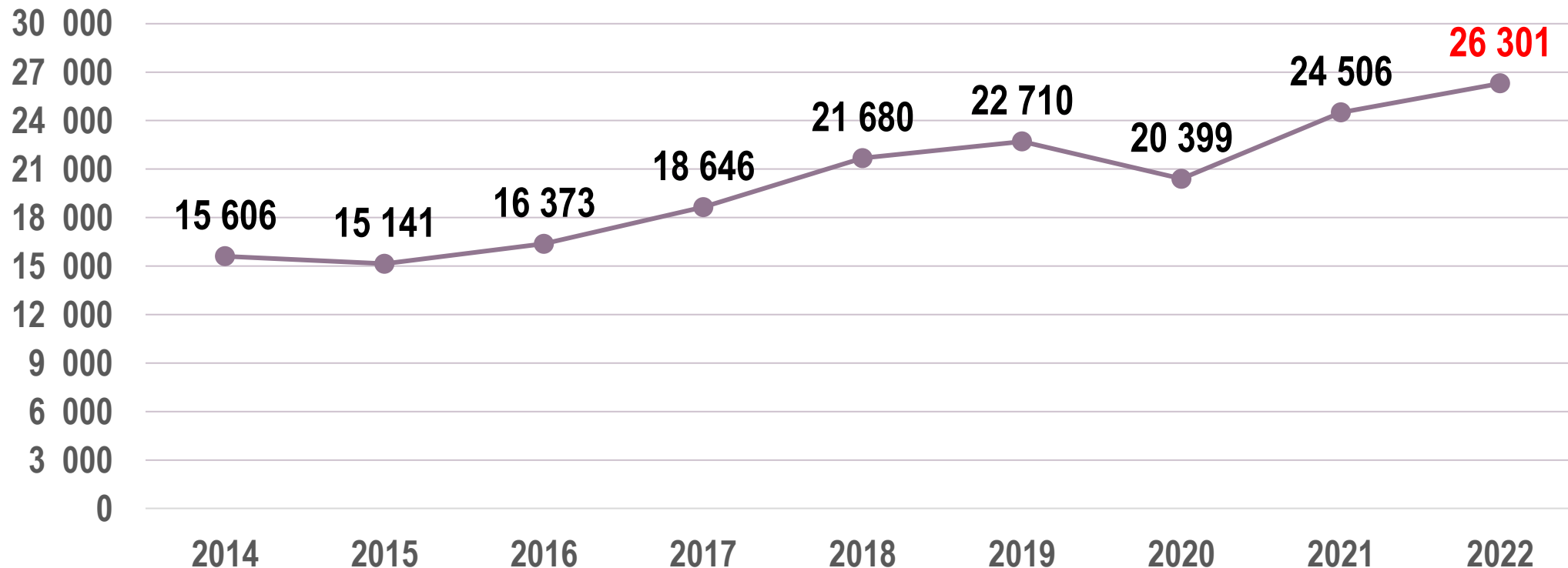


2022.



Árbevételi trend

Teljes OOH bevétel 2014-2022. (millió Ft-ban)



MI JELLEMEZTE A 2022-ES ÉVET?

A hagyományos óriásplakátok száma csökkent, míg a CLP és a digitális CLP felületek száma nőtt. 2022. az első év, amikor már nem a hagyományos közterületi óriásplakát a legnagyobb számú OOH eszköz. Ha minimálisan is, de a CLP és a DCLP felületek vették birtokba ezt a pozíciót. Összeségében 2021-ről 2022-re növekedett a közterületi felületek száma, mintegy 679 db felülettel (1,5%).

A 2022-es újra egy fordulatos év.

A COVID19 vírusjárvány után, nagyon erősen indult a 2022-es év.

A háború hatására Q2-től jelentős visszaesés történt az egész piacon, mely csak Q4-re korigált vissza.

- 2019-ről 2020-ra a hazai OOH piacot sem kímélte az egész kommunikációs iparágat érintő bevétel csökkenés, mely összeségében meghaladta a 10%-ot. A pozitív változások már 2020. Q4-ben láthatóak voltak az OOH szegmensben, mely kitartott az egész 2021-es évben.
- 2021-ben a hazai OOH 20% meghaladó mértékben tudta a bevételeit növelni 2020-hoz képest. Kiemelkedő teljesítmény, hogy a 2021-es bevételek a 2019-es szintet is meghaladták.
- 2022. év elején folytatódott az erős növekedés. Q2-től jelentős visszaesés következett a teljes piacon, mely csak Q4-ben korrigált valamelyest vissza.
- Összességében sikerült év/év alapon piaci növekedést realizálni, de nem mondhatjuk, hogy pozitív az összkép. Az elszálló költségeket és inflációt is figyelembe véve bár a nominális növekedés jelentős, ez már reálértéken sajnos nem mondható el.

A legnagyobb OOH hirdetői szektorok 2022-ben:

- Szolgáltatás
- Pénzintézet
- Gépjármű
- Kereskedelem
- Távközlés és Informatika
- OTC
- Élelmiszer
- Kultúra, szabadidő, szórakozás

MIT VÁRUNK 2023-TÓL

Azt kívánjuk, hogy 2023. egy kiszámítható sikeres év legyen!

A realitásoknál maradva, látható, hogy az idei év is kihívások elé támasztja az egész iparágat és az OOH szektort. Valószínűleg nem lesz gyors visszarendeződés és sokkal tovább velünk maradnak a válságok hatásai.

Ezzel együtt kijelenthetjük, hogy az iparág jól vizsgázott válságkezelésből!

AMBIENT

Az MRSZ Ambient Média tagozata által összesített 2022-es ambient reklámköltés (tagok által közölt és becsült adatok alapján)

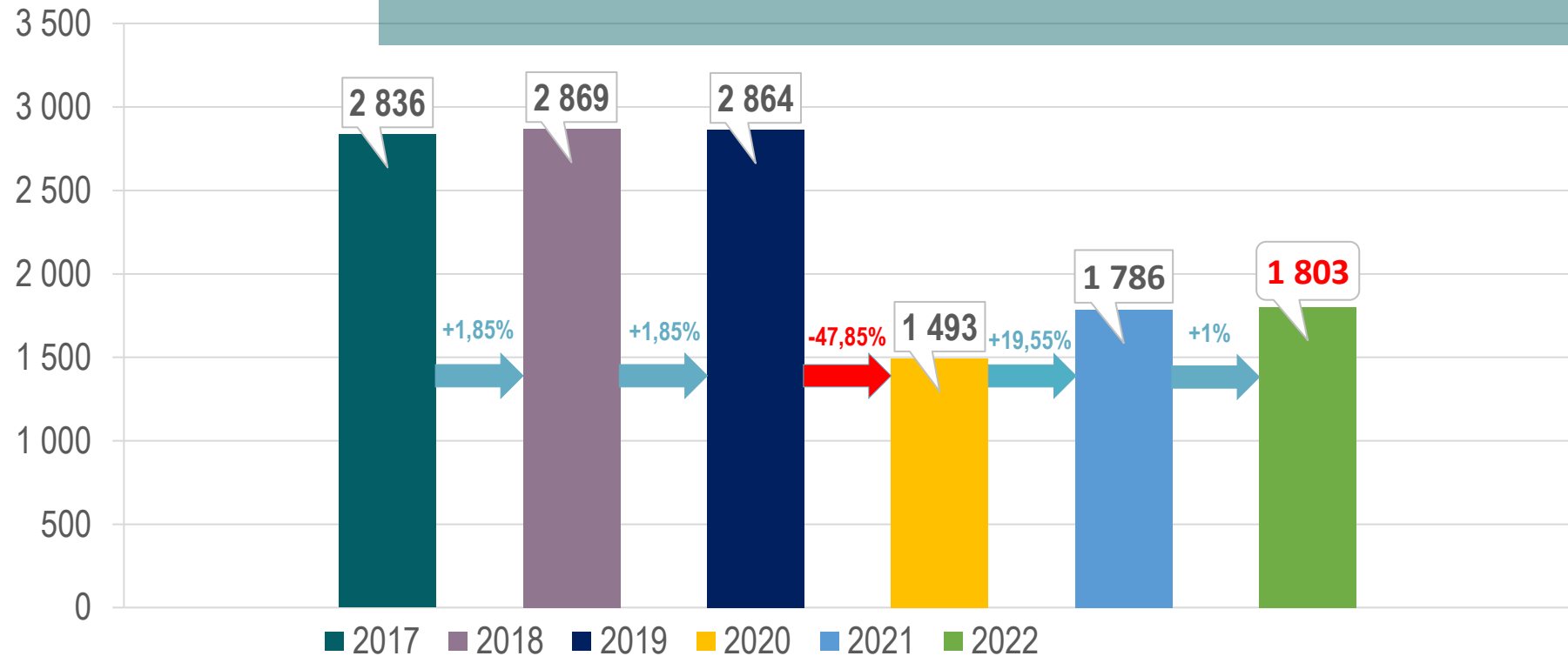
Net-net 1 803 millió Ft

Az összeg nem tartalmazza az OOH-ban szereplő eszközök bevételi adatait:

- közlekedési járművek (busz-metró-villamos)
- oszlop, óra és közvilágítási oszlopon elhelyezett információs- és reklámtáblák
- LED falak és digitális közterületi eszközök

Az összeg net-net reklámköltés, nem tartalmaz barter és egyéb szponzorációs elemeket

Ambient bevételi trend



- A korábban dinamikusán fejlődő ambient piacon az ügyfelek költségei 2020-ra minden előzetes várakozásnál is jobban csökkentek. A 2021-es év megmutatta, hogy a szegmens túl van a mélyponton és mintegy 20%-os növekedéssel az egyik legnagyobb fejlődést mutatta a hazai reklámpiacon.
- A növekedés 2022-ben jelentősen lassult: infláció, költségek növekedése, budgetek csökkentése miatt.
- Fontos kiemelni, hogy az Ambient piac 2022-ben sem érte el a válság előtti (2019.) méretét, sem reálértékben, sem nominálisan.

ooh

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!