

Kreatív-, digitális- és médiaügynökségi bevételek

2024

MAK SZ

Magyarországi
Kommunikációs
Ügynökségek
Szövetsége

Az adatok publikus pénzügyi információk és széleskörű önbevallási adatszolgáltatás alapján készült el, figyelembe véve az ügynökségi piac sajátosságait.

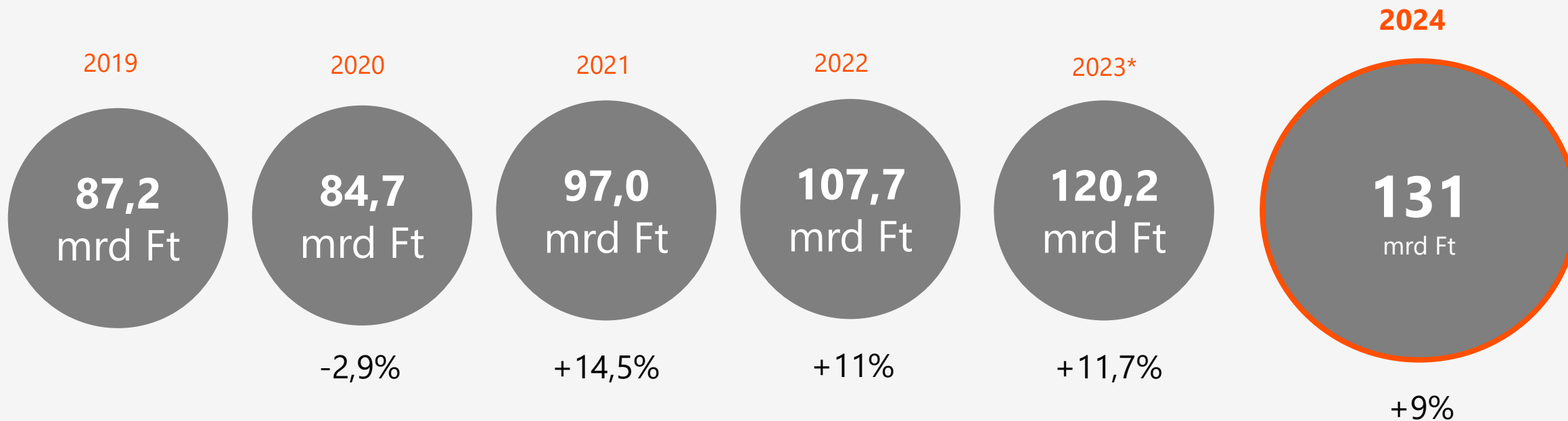
Ehhez 190 meghatározó kreatív- és médiaügynökségi piaci szereplő 2023-as pénzügyi beszámolójának adatát dolgoztuk fel, melyet a több mint 50 ügynökségtől beérkezett 2024-re vonatkozó részletes üzleti információval korrigáltunk és piaci szakértőkkel pontosítottuk a teljes kép érdekében.

A MAKSZ a fenti módszertanból eredően az adott év márciusában előzetes adatot tud biztosítani a kommunikációs tortához. A vizsgált év pénzügyi beszámolóinak megjelenése után újabb elemzést készítünk, mely, ha számottevő eltérést mutat az előzeteshez képest, akkor a Maksz frissíti a számot és ez lesz a végleges adat.

A tavalyi évhez hasonlóan 2023-ra vonatkozóan is az előzetes és a végleges számok közötti eltérés mértéke indokoltá tette egy új, végleges adat publikációját.

- A becslés az ügynökségi díjakat és azokat a gyártási költségeket tartalmazza, melyek ügynökségeken keresztül valósultak meg.
- Az adat más ügynökségi szolgáltatásból származó bevételt nem tartalmaz, így nincs átfedésben az esemény és PR adatokkal

Ügynökségi bevételek



***a korábbi 2023-s 123,2 mrd Ft adat visszamenőleges korrekciójának okai:**

A MAKSZ a fenti módszertanból eredően az adott év márciusában előzetes adatot tud biztosítani a kommunikációs tortához. A vizsgált év pénzügyi beszámolóinak megjelenése után újabb elemzést készítünk, mely, ha számottevő eltérést mutat az előzeteshez képest, akkor a Maksz frissíti a számot és ez lesz a végleges adat. A tavalyi évhez hasonlóan 2023-ra vonatkozóan is az előzetes és a végleges számok közötti eltérés mértéke indokoltá tette egy új, végleges adat publikációját.

- 2024-ben továbbra is **növekedés** tapasztalható a piacon, de a mértéke lassulni látszik.
- Az ügynökségi bevételek **dinamikusan nőttek a piaci hirdetőknél dolgozó médiaügynökségeknél**, elsősorban a média árak növekedésének betudhatóan. Ennél **visszafogottabban nőttek a piacon dolgozó reklámügynökségek és a jelentős mértékben állami megbízásokon dolgozó ügynökségek bevételei**, mind a kreatív, mind a média oldalon.
- Fontos megjegyezni, hogy bár ez reálértéken is növekedő bevételt jelent a szektorban, a bér-, működési és alvállalkozói költségek ennél jelentősen nagyobb arányú átlagos növekedése miatt, a profitabilitás inkább csökkenhetett az előző évhez képest.