



Televíziós Reklámtorta 2025

A 2025. évi televíziós reklámpiaci felmérés eredményei

A riportot készítette: **PwC**
2026. március 04.

A televíziós reklámpiac mérete tényadatok alapján került meghatározásra, míg a terjesztési piac bevétele becsült érték

Adatgyűjtés

Adatfeldolgozás és modellezés

TV Reklámtorta

- 2025-ben 76 tévécsatorna vett részt az adatszolgáltatásban
- A piac méretének megállapításához a televíziós társaságok és a MEME tagjai, illetve ezek megbízásai alapján sales house-ok szolgáltatták az adatokat
- Az adatok a kedvezményekkel csökkentett és ügynökségi jutalékok levonása utáni (net-net) bevételeket mutatják
- Az adatgyűjtés az alábbi fő televíziós reklám árbevételi kategóriákra fókuszált: Spot, Non-spot, Árubarter, Állami TCR-ek
- Az adatok nem tartalmazzák a következő árbevételi tételeket: Médiabarter, A szponzorált műsorok esetében finanszírozott produkciós költségek, Egyéb bevételi források (mint például az emelt díjas telefon és SMS szolgáltatásokból, valamint a rendezvényekből és a saját márkás árucikkekből származó bevételek)

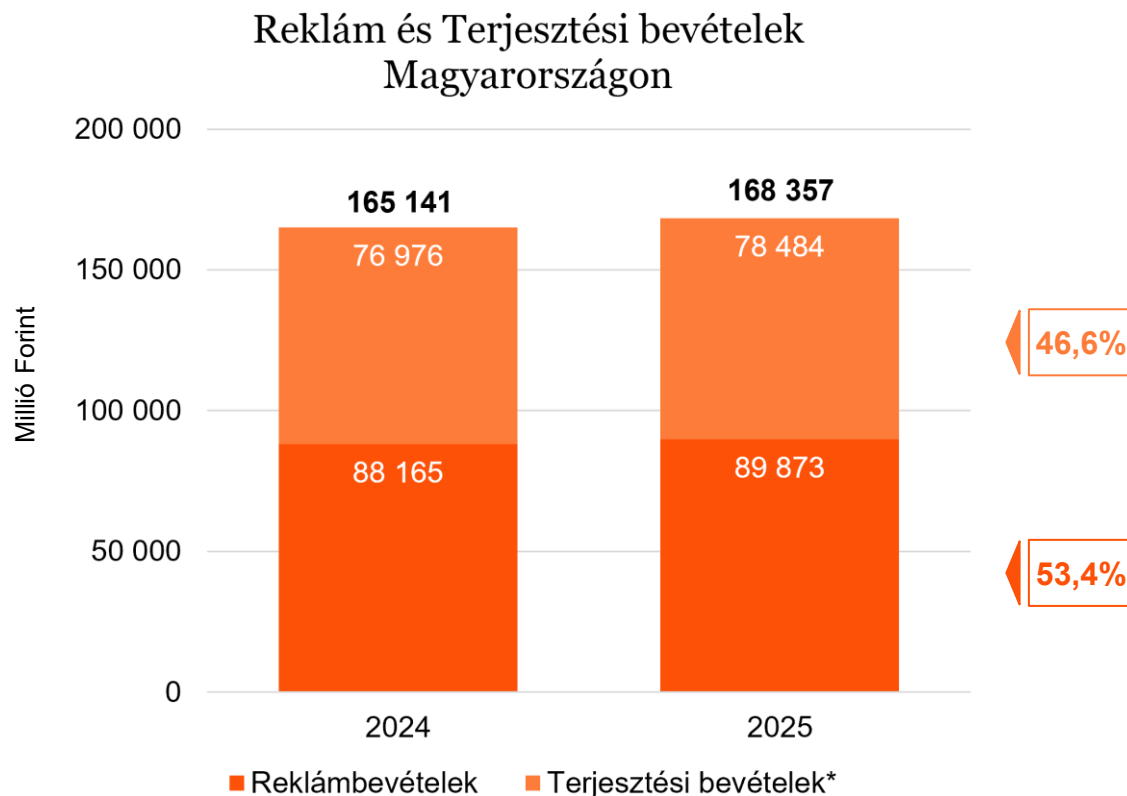
- Az összesített adatok becslést nem tartalmaznak, kizárólag tényadatok
- Az adatokat a PwC Magyarország összesítette és elemezte

Terjesztési piac

- 2025-ben a terjesztési adatokat a MEME tagságának egy része szolgáltatta, így a tényadatok nem a teljes piacot fedték le
- A le nem fedett részét a piacnak becsléssel határozta meg a PwC
- A becslés alapját a szolgáltatott tényadatok és a Nielsen közönségmérés publikus nézettségi adatai adták

- A gyűjtött tényadatokat a PwC összesítette majd a nézettségre vetítve kiszámolta az egységnyi közönségarányra jutó terjesztési bevételt
- Az egységnyi terjesztési bevételek meghatározása során figyelembe vételre került a csatornák speciális árazása (pl. sport csatornák, közszolgálati, tematikus csatornák, stb.)
- A terjesztési bevétel becslése a 18-59 TSV+Guest nézettségi adatokat felhasználva történt azokra a szolgáltatókra, ahol nem állt rendelkezésre tényadat
- A terjesztési adatot szolgáltató vállalatoknál a tényadatok kerültek felhasználásra

A magyarországi televíziós reklám és terjesztési piac becsült mérete elérte a 168,36 milliárd Forintot, az ágazat 1,95%-os növekedést ért el a megelőző évhez képest



A teljes becsült piac méret az elmúlt évhez képest 1,95%-kal nőtt

- 2024-ről 2025-re a teljes becsült piac mérete 165,14 milliárdról 168,36 milliárd Forintra nőtt
- Ez az érték a reklámbevételek tényadatai, és a terjesztési bevételek becsült értékéből adódik össze

A terjesztési bevételek becsült értéke kis híján elérte 78,5 milliárd Forintot

- A becsült terjesztési bevételek a teljes piac kb. 46,6%-át teszik ki
- 2025-ben a becsült terjesztési bevételek értéke 78,48 milliárd Forint volt, ez, a korábbi év becsült értékéhez képest 2,0%-kal magasabb

A reklámbevételek közel 2 milliárd Forinttal emelkedtek

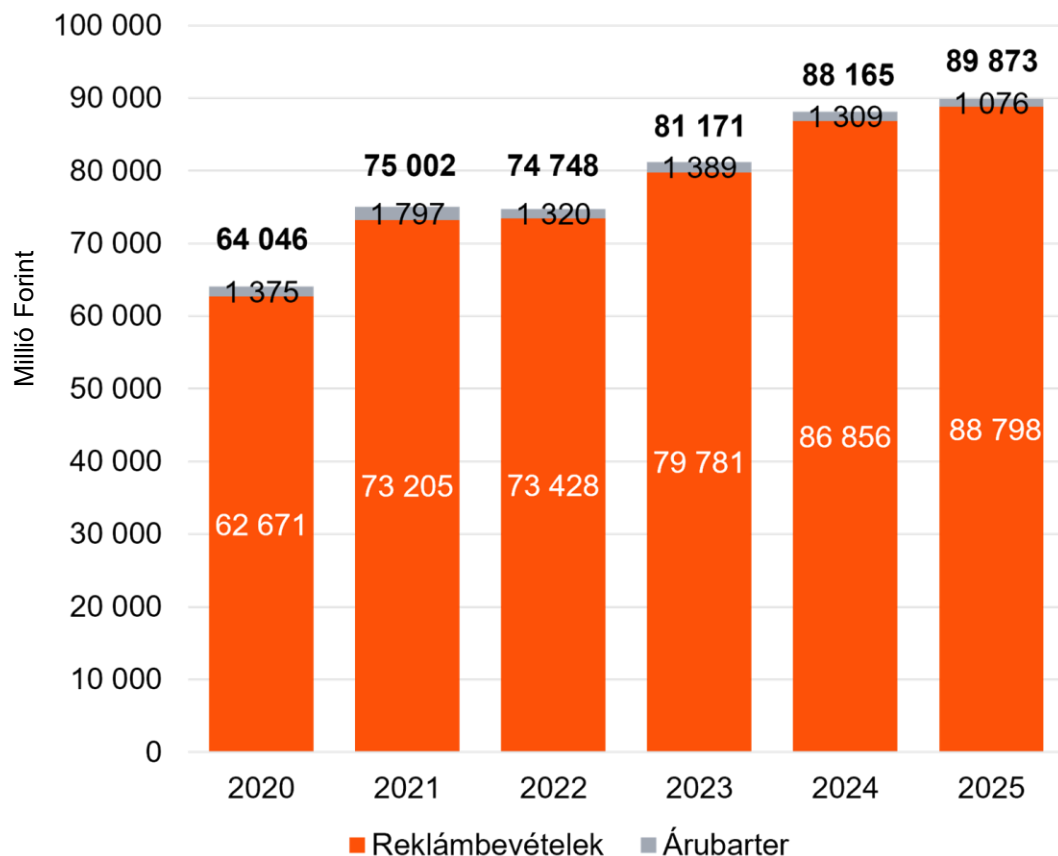
- A televíziós reklámpiac mérete a bevallott tényadatok alapján 2024-ről 2025-re 88,2 milliárdról 89,9 milliárd Forintra nőtt
- Ez egy év alatt 1,9%-os növekedést jelent



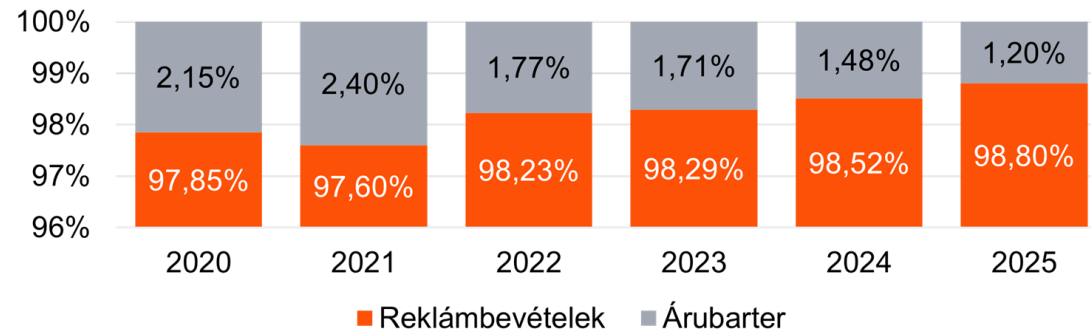
*A terjesztési bevételek becsült adatok! Részletes módszertan a második dián található!

A teljes televíziós reklámpiac mérete 2025-ben 89,9 milliárd Forint volt, amiből az árubarter kategória már csak 1,2%-ot tett ki

Televíziós Reklámbevételek és Árubarter megoszlása



Televíziós Reklámpiaci bevételek és Árubarter megoszlása 2020 és 2025 között

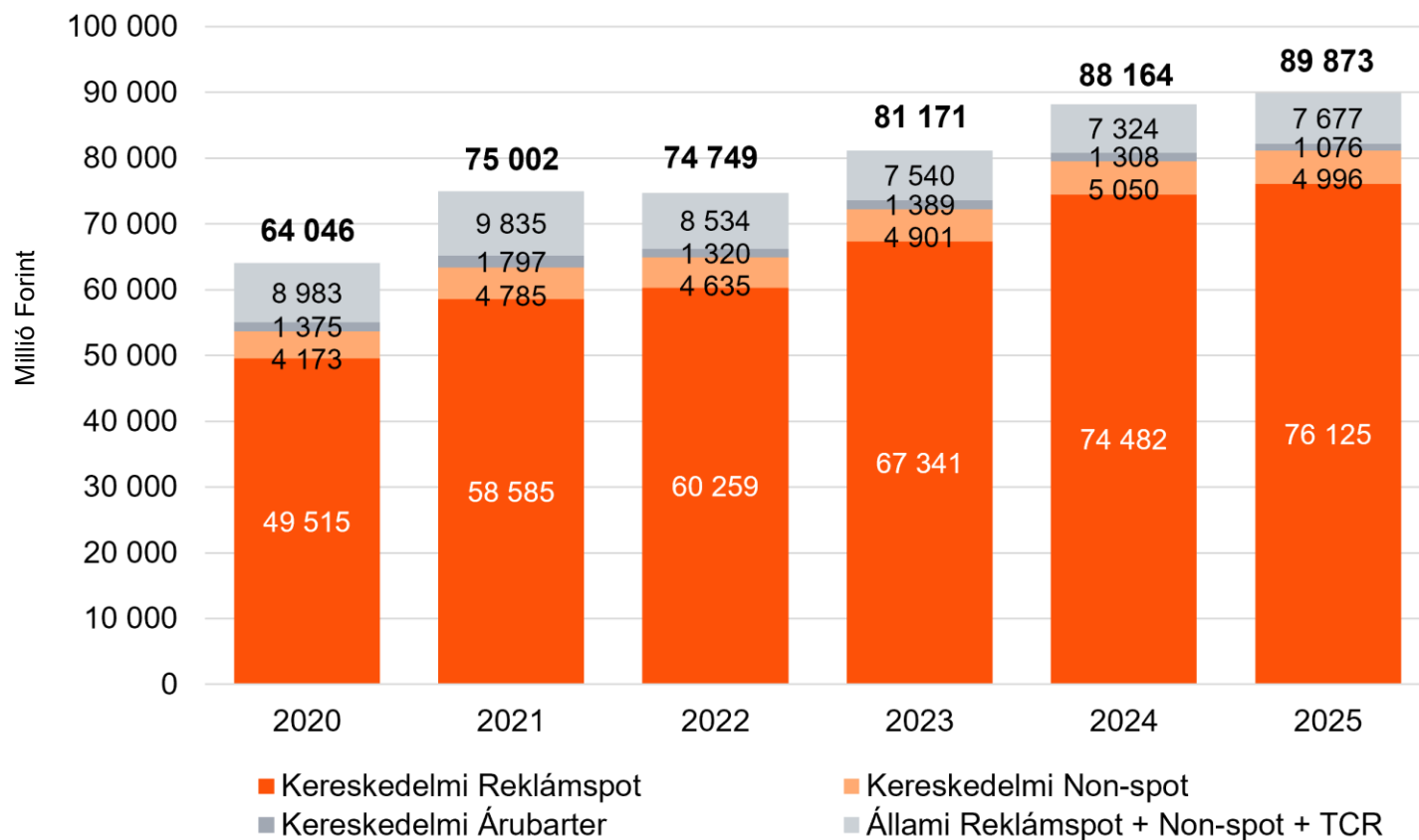


Tovább nőtt a teljes televíziós reklámpiac

- A televíziós reklámpiac teljes bevétele 2025-ben 89,9 milliárd Forint volt, ez az előző évhez képest 1,9%-os növekedést jelent
- 2020 – 2025 között a teljes piac éves átlagos növekedése 7,0% volt
- 2025-ben 1,076 milliárd Forint volt az árubarter, és 88,798 milliárd Forint a reklámbevétel
- Így az árubarter egyre alacsonyabb részarányt, már csak 1,2%-ot képviselt a teljes bevételben a 2025-ös évben
- Az árubarter részarányánál 2021 óta folyamatos csökkenés figyelhető meg

A növekedés motorját 2025-ben a kereskedelmi kategóriák adták, a reklámspotból származó bevételek 1,6 milliárd Forinttal nőttek

Televíziós reklámpiaci kategóriák árbevétel változásai



Televíziós reklámpiaci kategóriák árbevétel változásai 2024-ről 2025-re



Kereskedelmi Spot kategória
árubarter nélkül: **76 125 millió Ft**

+ 2,2% ↗



Kereskedelmi Non-spot kategória
árubarter nélkül: **4 996 millió Ft**

- 1,1% ↘



Kereskedelmi Árubarter:
1 076 millió Ft

- 17,8% ↘

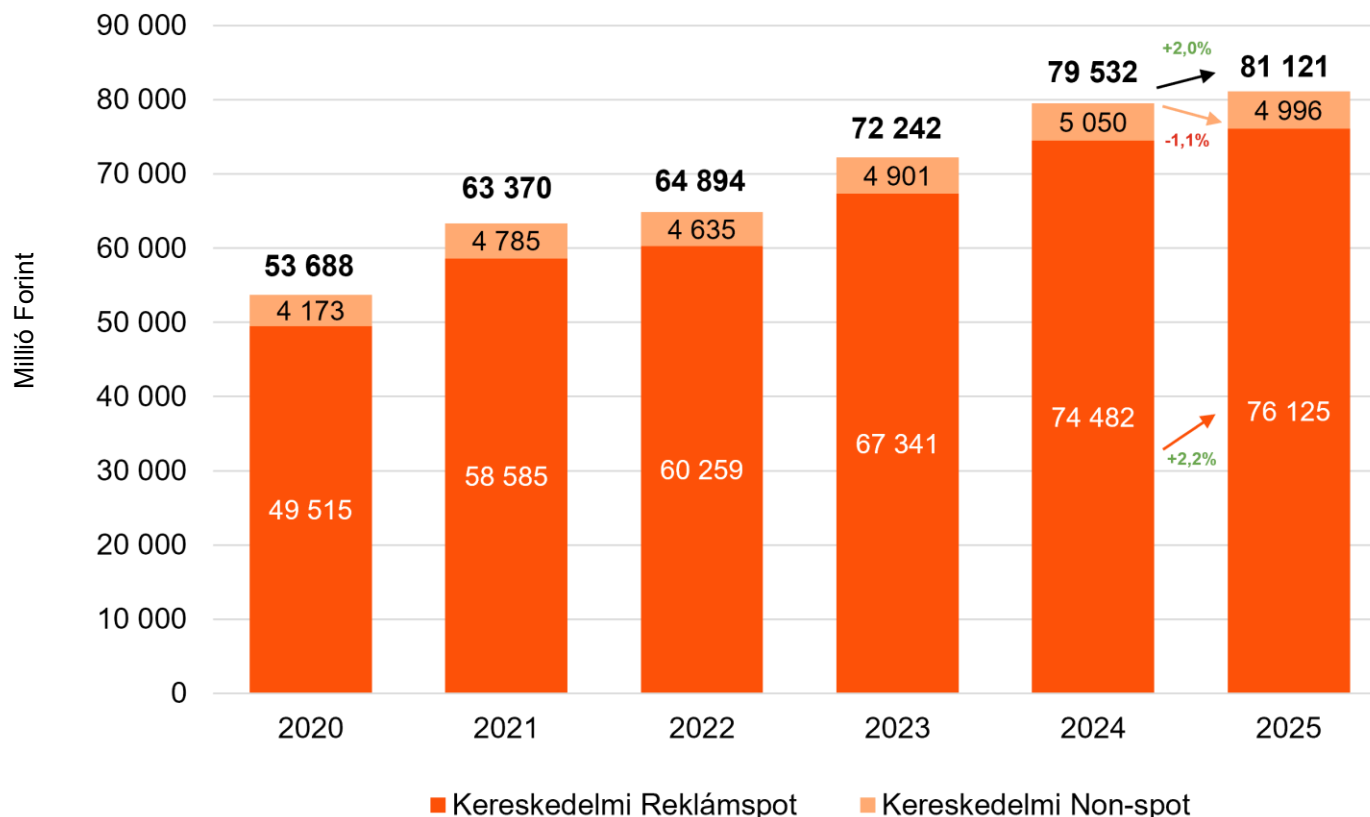


Állami: Spot, Non-spot, TCR:
7 677 millió Ft

+ 4,8% ↗

2020 óta folyamatosan nőnek a kereskedelmi spotból származó bevételek, míg a non-spot bevételek 2022 és 2024 között emelkedtek, azonban 2025-ben enyhe visszaesést mutattak

Reklámspot és Non-spot-típusú bevételek összetétele a kereskedelmi bevételeknél, Árubarter nélkül



Kulcsüzenetek a kereskedelmi Spot és Non-spotról



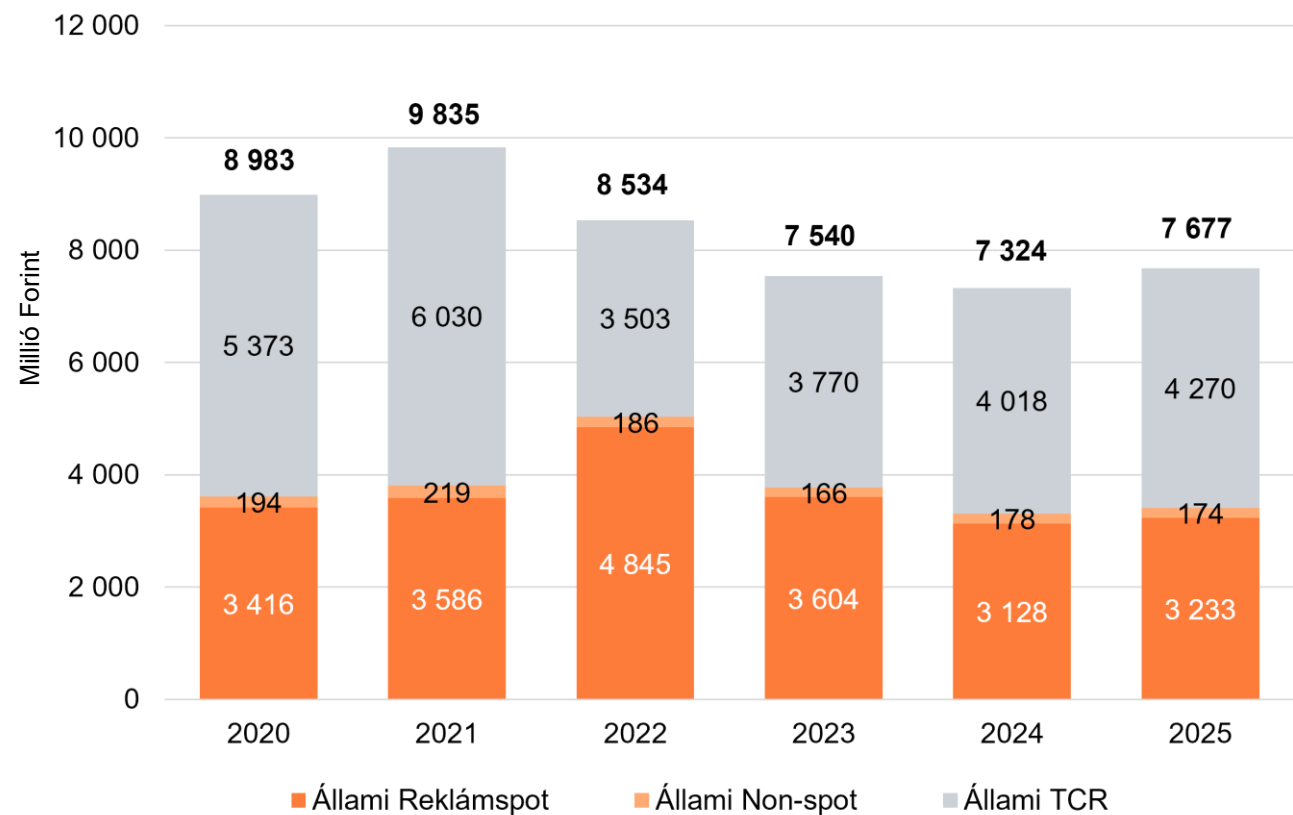
- 2024-ről 2025-re a **Spot** bevételek ismét jelentősen **2,2%-kal** nőttek
- A **Non-spot**-típusú bevételek **1,1%-kal** csökkentek a megelőző évhez képest



- A **kereskedelmi bevételek** árubarter nélkül az elmúlt évben összesítetten **2,0%-os** növekedést értek el
- Az ágazati **kereskedelmi bevételek** 2020 és 2025 között évente átlagosan mintegy **8,6%-kal** nőnek

Az állami költsékből származó bevételek tavaly óta összesen 350 millió Forinttal nőttek, többek között az Állami TCR bevételek 6,3%-os növekedésének köszönhetően

Állami költsékből származó bevételi kategóriák változása

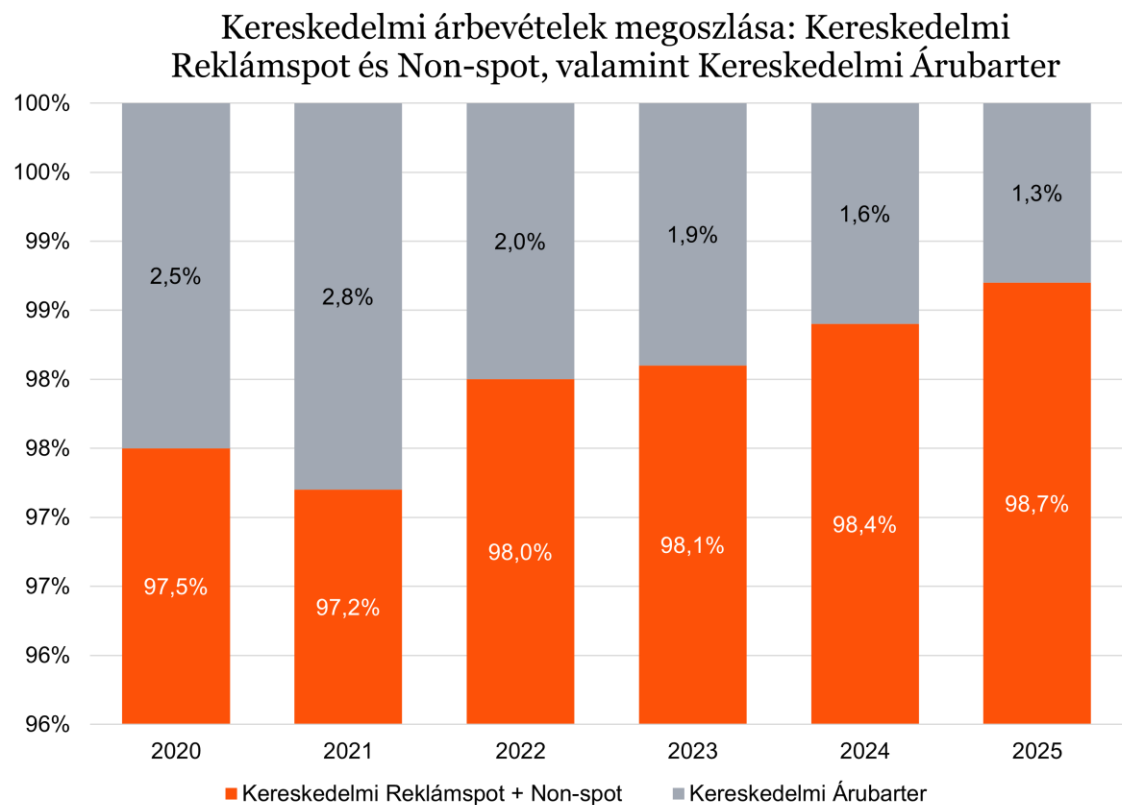


Állami költsékből származó bevételek változásai kategóriák szerinti bontásban

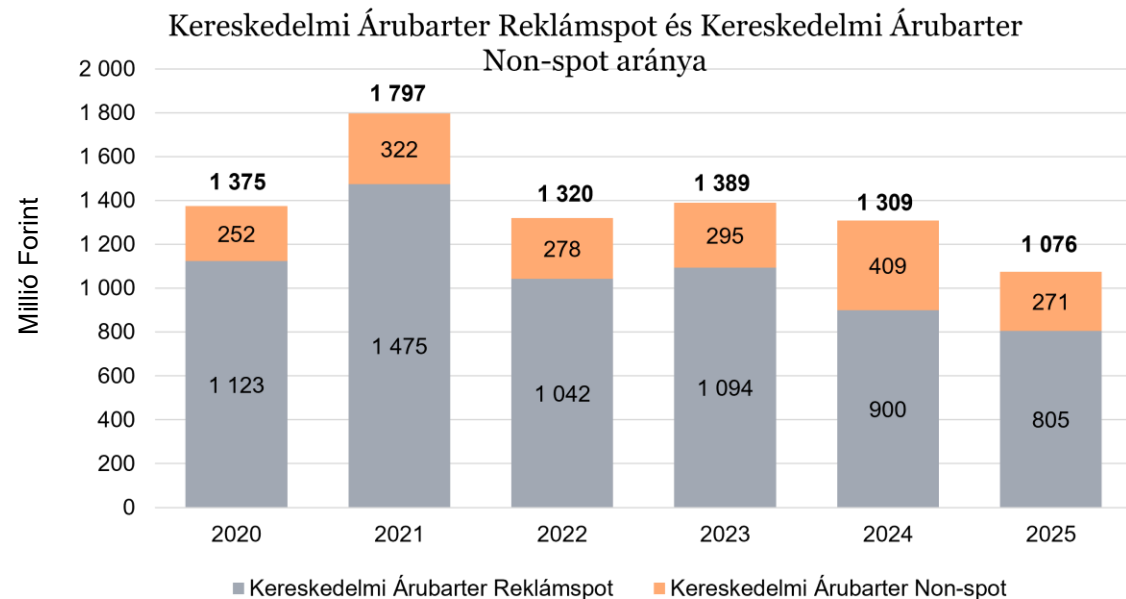
	2025/2024	2025/2020
Állami költsékek spot	3,4%	-5,4%
Állami költsékek non-spot	-2,1%	-10,2%
Állami TCR	6,3%	-20,5%
Teljes állami költségből származó bevétel	4,8%	-14,5%

- Az állami spot költsékből származó bevételek 2025-ben 3,4%-ot nőttek
- A 2025-ös évben csökkenést az elmúlt évhez viszonyítottan egyedül a non-spot kategória mutatott, a visszaesés mértéke enyhe, 2,1% volt
- Stabil, 6,3%-os növekedés volt megfigyelhető 2025-ben az állami TCR költsékből származó reklámbevételek terén
- Az állami költsékből származó árbevételek az előző évhez képest 4,8%-os növekedést mutattak, ugyanakkor a 2020-as szinthez viszonyítva 14,5%-os visszaesés volt tapasztalható

Az árubarter aránya évről-évre csökken a televíziós kereskedelmi árbevételekben



- A kereskedelmi árubarter aránya a teljes ágazati kereskedelmi árbevételeinek 2020-ban még 2,5% adta, míg 2025-ben ez az érték 1,3%-ra mérséklődött



- Az árubarterből származó árbevétel 2024-ről 2025-re 17,8%-kal csökkent
- Mind az Árubarter Spot kategóriában, mind az Árubarter Non-spot kategóriában csökkenés volt megfigyelhető: előbbinél a bevétel 900 millióról 805 millió Forintra, utóbbinál 409 millióról 271 millió Forintra csökkent, ami mind a két vizsgált kategória esetében szignifikáns visszaesést mutatott
- A 2020 óta eltelt időszakban összesen 22%-ot csökkent a Kereskedelmi Árubarter kategória

Összefoglaló

- A Televíziós Reklámtorta 2025 felmérés az előző évhez hasonlóan a hazai televíziós ágazat reklámpiaci árbevételeinek és terjesztési bevételeinek vizsgálatát tűzte ki célul:
 - A televíziós reklámpiaci árbevételi adatokat a korábbi éveknek megfelelően továbbra is kizárólag a MEME tagsága szolgáltatta
 - A terjesztési adatokra vonatkozóan a PwC készített becslést a beérkezett tényadatok és a Nielsen közönségmérés publikus adatai alapján
- 2025-ben a teljes televíziós reklám- és terjesztési piac mérete elérte a 168,36 milliárd Forintot, melyből 89,9 milliárd Forintot tettek ki a televíziós reklámpiaci bevételek
- Továbbra is a kereskedelmi Spot-jellegű bevételek hajtják a folyamatos ágazati növekedést: 2025-ben az előző évhez képest 2,2%-os növekedéssel, összesen immár 76,1 milliárd Forintos árbevételt realizáltak az ágazat szereplői
- 2025-ben az előző évvel ellentétben a Non-spot jellegű bevételek enyhén csökkentek, 5,05 milliárdról 5,00 milliárd Forintra mérséklődtek
- Az állami költsékből származó ágazati bevételek 2025-ben stabil, 4,8%-kal nőttek az előző évhez képest
- A kereskedelmi árubarter ügyletekből származó árbevételek aránya továbbra is folyamatosan csökken: 2025-ben már csak a televíziós kereskedelmi reklámpiac bevételeinek 1,3%-át tették ki az ilyen típusú bevételek



Köszönjük!

© 2025 PricewaterhouseCoopers Magyarország Kft. szerzői műve. Minden jog fenntartva. A PwC előzetes hozzájárulása nélkül a dokumentum további forgalmazása, terjesztése, annak részben vagy egészben történő megosztása, harmadik személy részére történő hozzáférhetővé tétele, illetve nyilvánosságra hozatala nem engedélyezett.

Ebben a dokumentumban a “PwC” kifejezés a PricewaterhouseCoopers Magyarország Kft.-re utal.

A PwC az önálló és független jogi személyekből álló PricewaterhouseCoopers International Limited hálózatának tagja. A PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) önálló és független jogi személyekből álló hálózat. Minden egyes tagvállalat a PwC hálózatban önálló és független jogi személy, és egyikük sem jár el a PwCIL vagy egy másik tagvállalat képviselőjeként. A PwCIL nem nyújt szolgáltatást ügyfeleknek. Sem a PwCIL, sem bármely tagvállalat nem felelős egy másik tagvállalat tevékenységéért vagy mulasztásaiért, nem befolyásolja más tagvállalatok szakmai döntéseit, és nem vállal kötelezettségeket a többi tagvállalat tekintetében.

A felmérés a következő televíziós csatornák üzemeltetőinek reklámból származó árbevételi adataira terjedt ki

- RTL
- RTL KETTŐ
- Cool
- Film+
- RTL Gold
- Muzsika
- Sorozat+
- RTL HÁROM
- Paramount Channel
- Comedy Central
- Comedy Central Family
- Nickelodeon
- Nick Jr.
- Nicktoons
- MTV
- HISTORY
- AMC
- Film Café
- Film Mania
- Minimax
- JimJam
- Spektrum
- Spektrum Home
- TV Paprika
- Sport1
- Sport2
- Viasat3
- Viasat6
- AXN
- Viasat2
- Viasat Film
- Cartoon Network
- Boomerang
- Disney Channel
- Nat Geo Wild
- National Geographic
- Music Channel
- Duna TV
- Duna World
- M1
- M2/Petőfi
- M4 Sport
- M4 Sport+
- M5
- TV2
- FEM3
- IZAURA
- JOCKY TV
- MOZI+
- MOZIVERZUM
- PRIME
- SPILER1 TV
- SPILER2 TV
- Super TV2
- TV2 COMEDY
- TV2 KIDS
- TV2 SÉF
- ZENEBUTIK
- Arena4
- Film4
- Galaxy4
- Match4
- Max4
- Story4
- TV4
- Viasat Explore
- Viasat History
- Discovery Channel
- ID
- TLC
- Travel Channel
- Eurosport 1
- ATV
- ATV Spirit
- Life TV
- Ozone TV

