

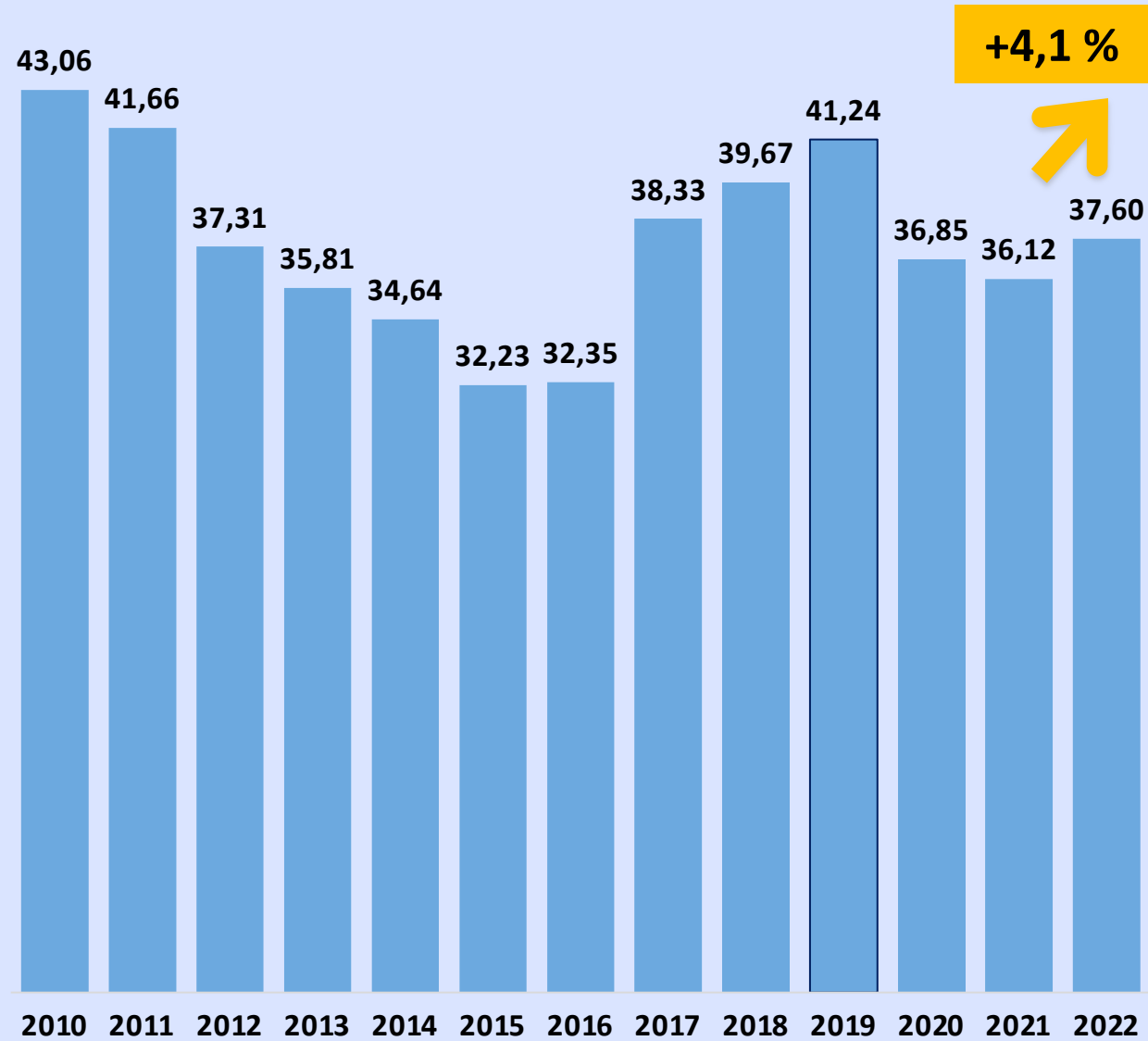
# MÉDIATORTA 2022

## A 2022. évi sajtópiaci reklámköltés felmérésének eredményei

2023. március 20.

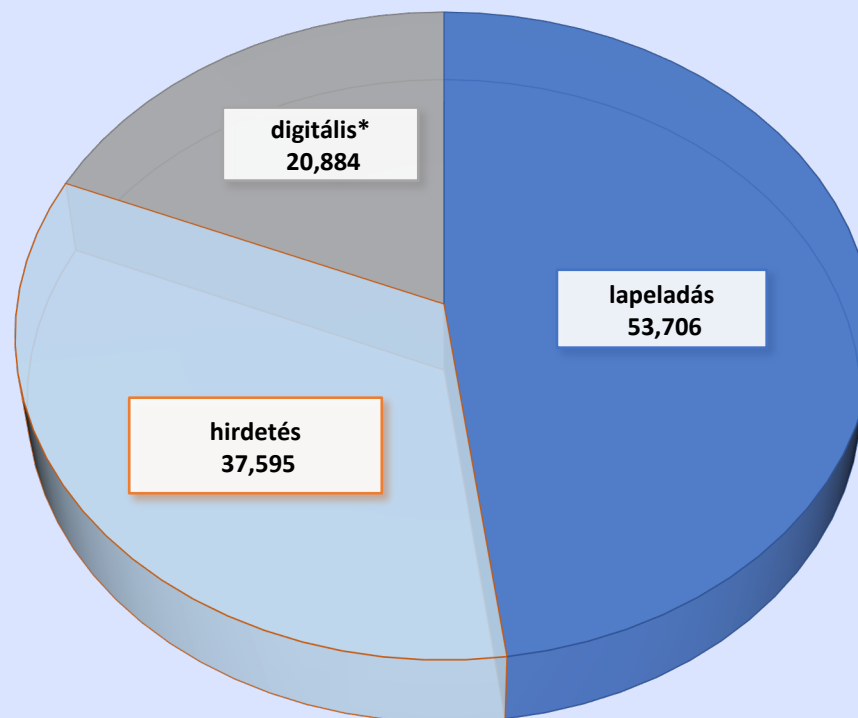
# A NYOMTATOTT REKLÁMPIAC

2010-2022 (Md Ft)



# A SAJTÓ TELJES ÁRBEVÉTELE 2022-BEN (Md Ft)

**Összesen 112,185 Md Ft**



★ Az adatszolgáltató lapkiadókhöz köthető online bevételek

# KIEGÉSZÍTŐ ADATSOROK ÉS IPARÁGI ELŐREJELZÉSEK

## A TARTALOMELŐÁLLÍTÓK LEHETŐSÉGEI, KIHÍVÁSAI

### ➤ Sajtókiadói jogok

Az MLE kezdeményezésére elindult a **közös jogkezelés**, melyben a **teljes hazai piacot képviseli a Reppress**.

A technológiai óriáscégeknek méltányos díjazásban kell részesítenie a felhasznált sajtókiadói tartalmaikért cserébe a kiadókat, a tartalomelőállítás fenntarthatóságának biztosítása érdekében.

### ➤ Európai Médiaszabadságról Szóló Törvénytervezet (EMFA)

Ambiciózus, ugyanakkor rendkívül **összetett és olykor ellentmondásos kezdeményezés**. (Európai médiafelügyelet, beavatkozás a belső kiadói eljárásokba, közmédia állami finanszírozásának kérdései).

- Médiakoncentráció vs. Médiapluralizmus
- Állami hirdetések – semleges, fair, hatékony, transzparens...
- Közmédia helyzete (állami finanszírozás vs. piaci térfoglalás)
- Önszabályozás elősegítése

### ➤ Adatvagyon építés – versenyképesség

**MLE szorgalmazza** egy olyan hazai, **adat alapú, átlátható, szabványos megoldás** kialakítását, amely a hirdetők és médiaszereplők érdeke. A cél, hogy a közvetlen adatgyűjtésnek olyan implementálható standardja jöjjön létre, amely a legteljesebb mértékben lefedi a magyar internet-használó közönséget, és hatékony megoldást ad a kiadók és hirdetők közötti közvetlen kereskedelmi szolgáltatásoknak.

## A TARTALOMELŐÁLLÍTÓK LEHETŐSÉGEI, KIHÍVÁSAI

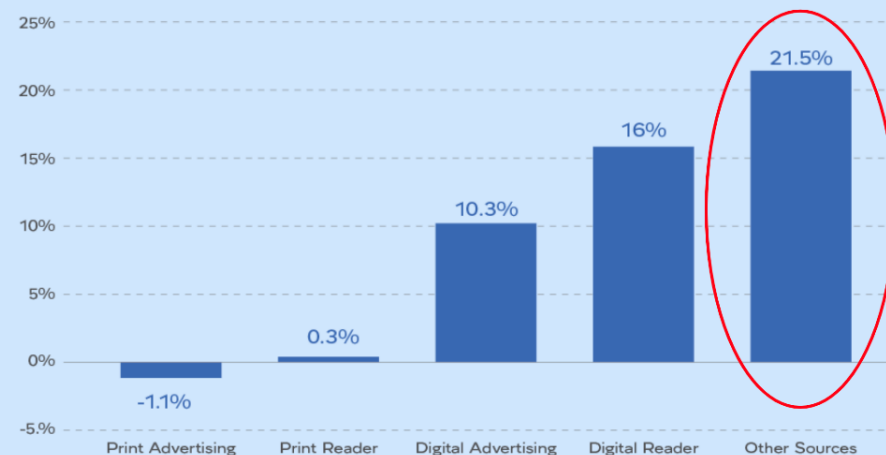
- 2023-ban a legtöbb iparág folyamatos nehézségekkel számol és ez alól a print sem kivétel.
  - Energia, és alapanyagköltség – profitabilitás
  - Infláció – árazás, fogyasztói kosár
  - Munkaerőköltség – kiadói, nyomdai, logisztikai
- A hirdetőik szempontjából a megbízhatóság továbbra is a legerősebb ereje a printnek.
- Nőtt a szegmens innovációs potenciálja: tartalom-, technológia-, üzleti-fejlesztések.
- Megerősödött a digitális termékek felé való fordulás, a kiadók már minőségi tartalom csomagokat állítanak elő, különböző csatornákra optimalizálva.
- Pozitív trend, hogy előfizetői modellek épülnek a digitalizációs átállással együttesen.

## KEZDENEK MEGTÉRÜLNI AZ ÚJ BEVÉTELI FORRÁSOKBA ESZKÖZÖLT BEFEKTETÉSEK

A digitális olvasói bevételek és a digitális hirdetési bevételek továbbra is kétszámjegyű növekedést produkálnak – 16 és 10,3 %-kal. De jelenleg az egyéb forrásokból származó bevételek felelnek a legnagyobb növekedésért (21,5 %).

### Growth led by digital, other sources

Changes in revenue from different sources over the last year



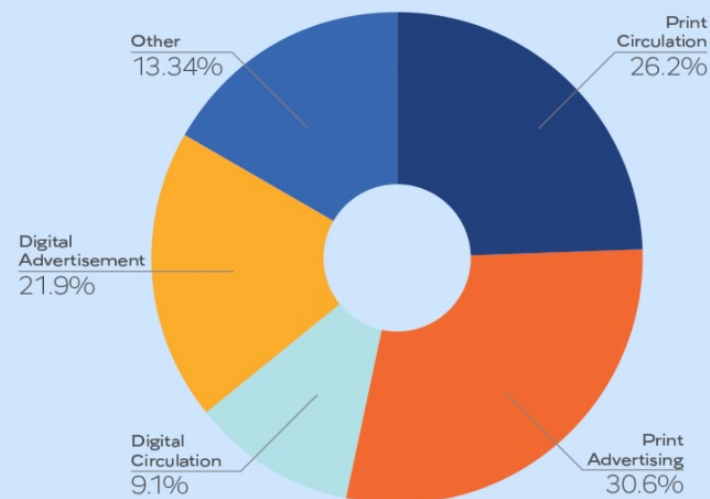
Despite growth in print revenues being flat or down, this is an improvement over recent years... for a part of the business that still brings home most of the revenue. But it is digital revenue and other revenue sources that are enjoying most growth, albeit from a lower base. But good to see this diversification.

# KULCSFONTOSÁGÚAK MARADNAK A HAGYOMÁNYOS BEVÉTELI FORRÁSOK

Bár a print bevételek vagy csökkenést (print hirdetések) vagy stagnálást (print olvasói bevételek) mutatnak, az összkép tekintetében a print szerte a világon a kiadók egy igen jelentős csoportja számára alapvető bevételi forrás marad.

## But... print remains very important

What percentage of your total revenue comes from the following sources?



Overall, print revenues continue to account for more than half of all income (55%). While reader revenues -print and digital - are the main sources of income in advanced markets, publishers in developing markets rely more on advertising and other sources of revenues.

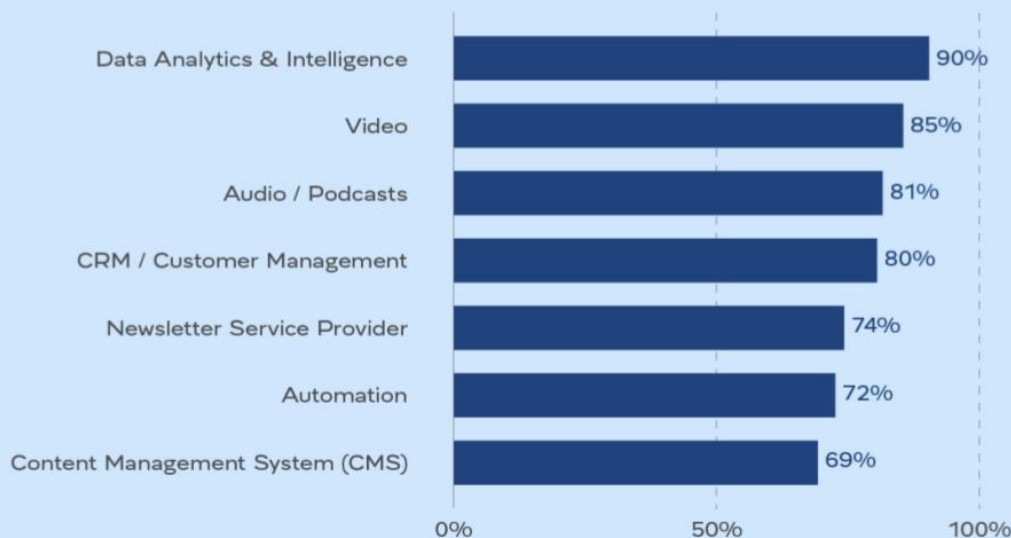


## TOP PRIORITÁS: ELSŐKÉZBŐL SZÁRMAZÓ ADATOK

Egyre inkább egyértelművé válik, hogy a fenntartható üzleti modell szempontjából talán a legfontosabb alap a kiadóknak az olvasóikkal és fogyasztóikkal kialakított kapcsolata, ennek középpontjában pedig egy átfogó adatstratégia áll – elsősorban az elsőkézből származó adatok tekintetében

### Planned tech investments: Data top priority

*To what extent is it important for your organisation to invest in the following?*



# A PRINT HIRDETÉSEKNEK JELENTŐS HATÁSA VAN ÉS MÁŠ CSATORNÁK HATÉKONYSÁGÁT IS FELERŐSÍTIK

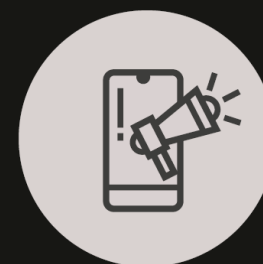
A több platformon megjelenő hírmárkák a többi médium üzleti hatékonyságát is erősen támogatják



**A hírmárkák a TV-t  
61 %-kal teszik  
hatékonyabbá**



**A hírmárkák  
az online videókat  
73 %-kal teszik  
hatékonyabbá**



**A hírmárkák az online  
megjelenéseket  
19 %-kal teszik  
hatékonyabbá**



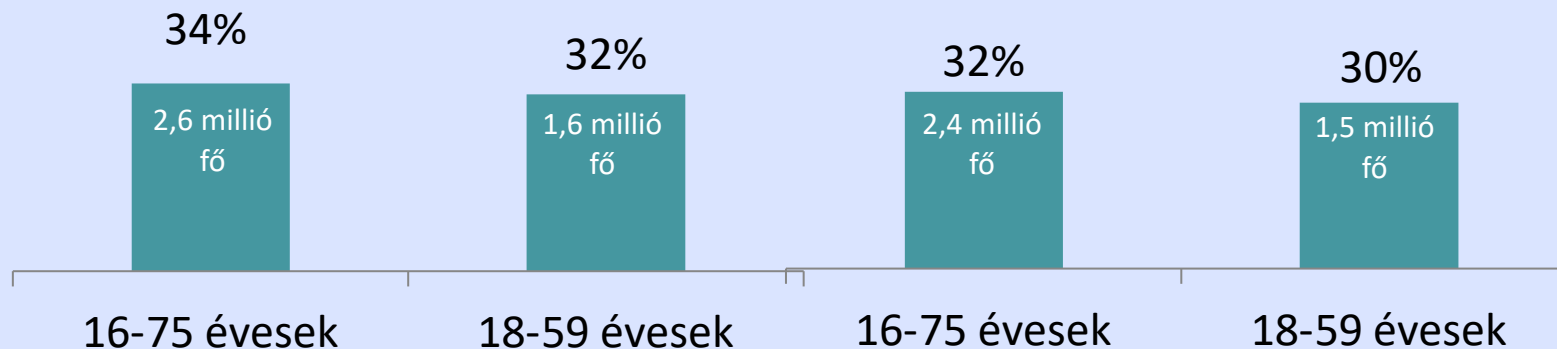
**A hírmárkák a  
közösségi médiát  
majdnem kétszer  
hatékonyabbá teszik**

Forrás: IPA Databank UK esettanulmányok 2012-2020 (az esetek 64 %-a) (kivéve az online videót, amely 2014-2020)

## A NYOMTATOTT TARTALMAK OLVASOTTSÁGA

- Tízből majdnem négyen olvasnak legalább havi szinten nyomtatott napilapot és/vagy magazint (is).
- A hirdetési szempontból relevánsnak tartott 18-59 éves célcsoport körében hasonló mértékű az olvasottság. A print olvasás egyáltalán nem csak az idősebb korosztályokra korlátozódik!

**Az elmúlt hónapban olvasott  
napilapot**

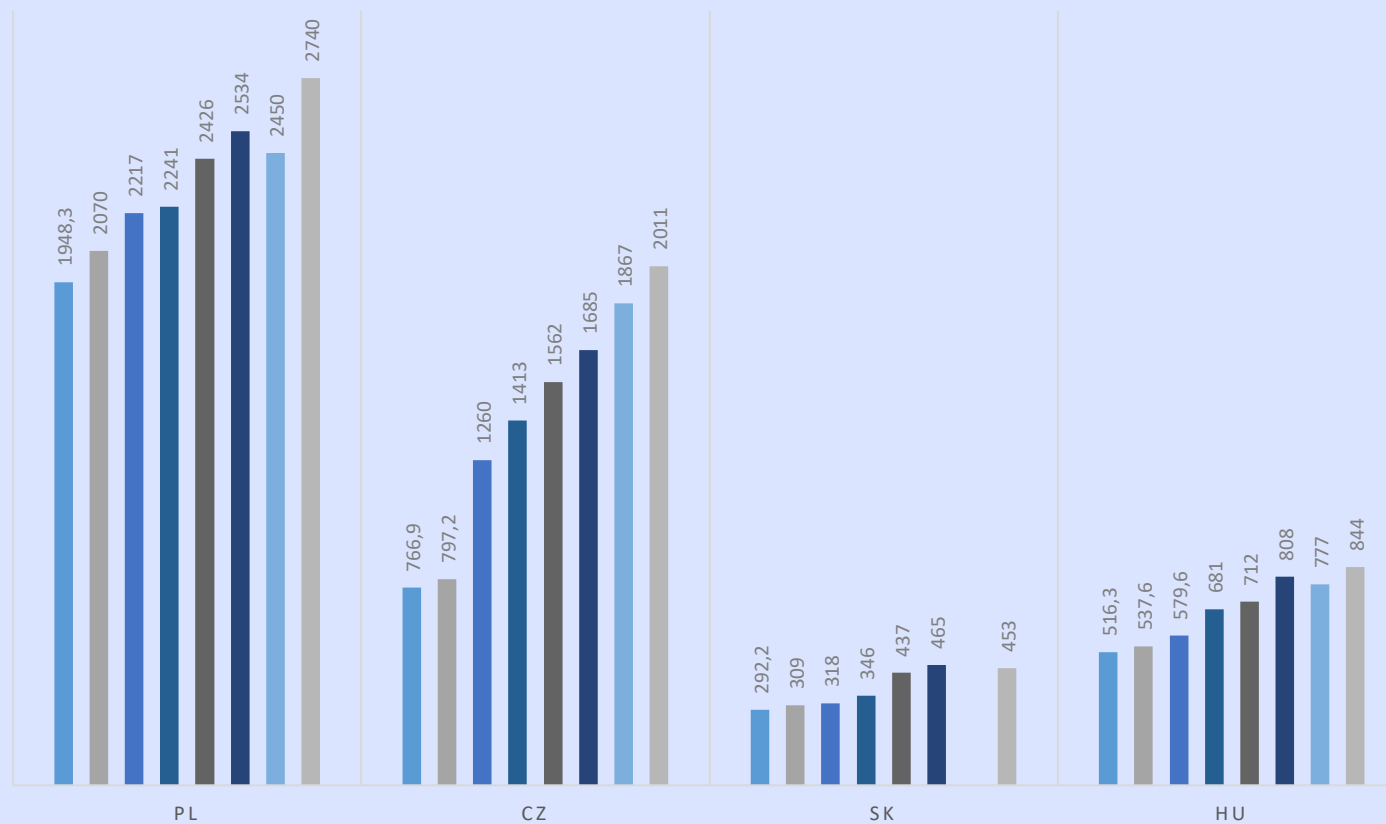


**Az elmúlt hónapban olvasott  
magazint**

# A REKLÁMPIAC MÉRETE A V4-EKNÉL (in mioEUR)

## TOTAL AD SPEND IN MIOEUR

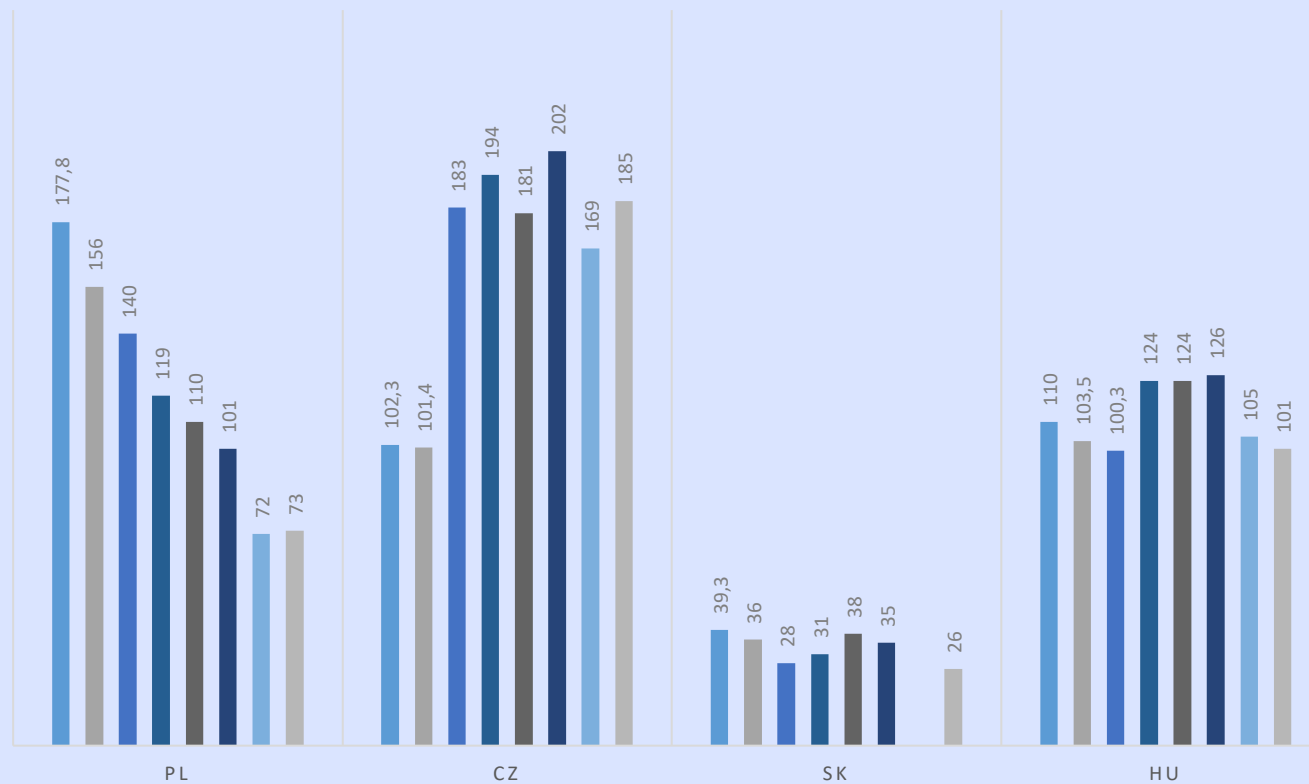
■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021



# A SAJTÓPIACI KÖLTÉSEK A V4-EKNÉL

## ADVERTISING EXPENDITURE PRESS (NEWSPAPERS + MAGAZINES) IN MIOEUR

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021

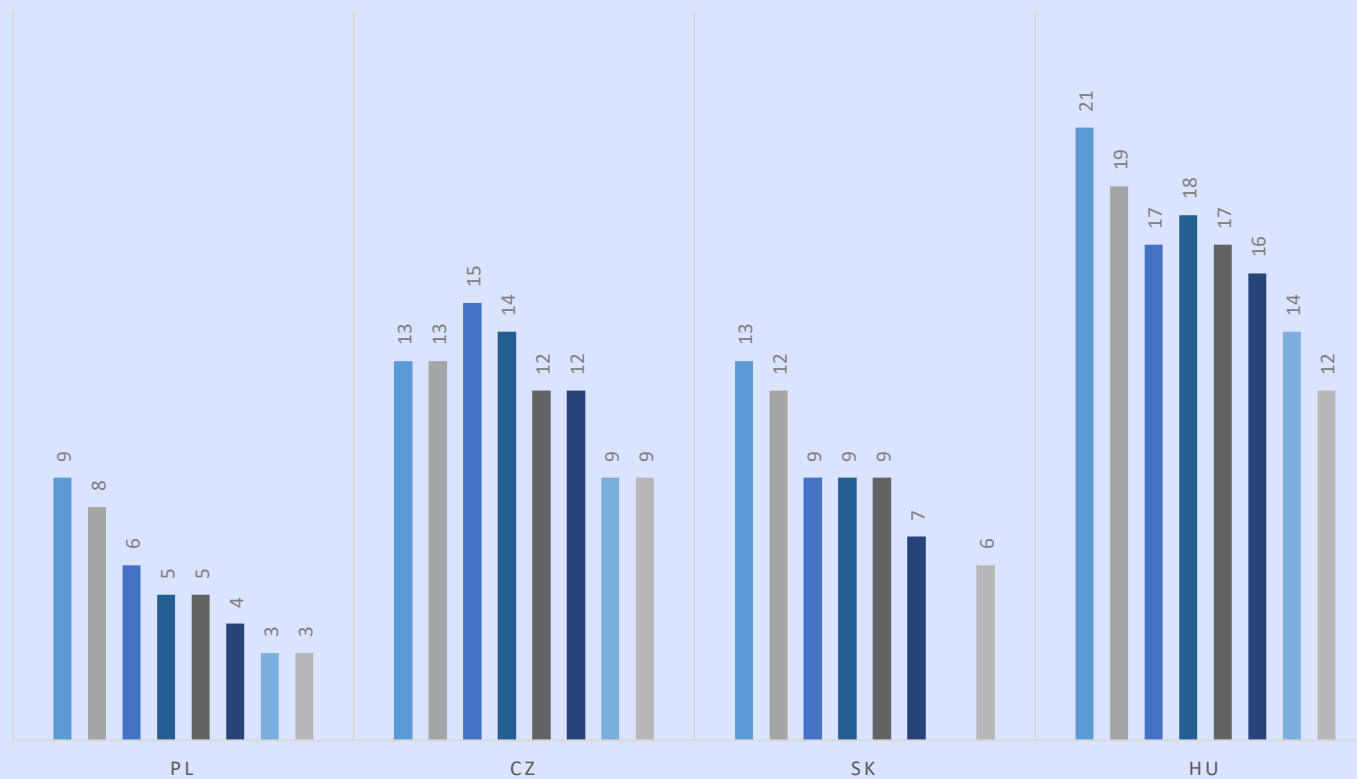


Forrás: Cannual Report

# A SAJTÓ RÉZSESEDÉSE A REKLÁMPIACBÓL A V4-EKNÉL

## PRINT% IN TOTAL

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021

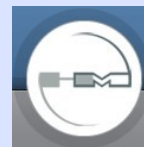


**Köszönjük megtisztelő figyelmüket!**

# FÜGGELÉK



## ADATSZOLGÁLTATÓK



## ADATSZOLGÁLTATÓK

- Blikk Kft.
- Central Média csoport Zrt.
- Drize Kiadói Kft.
- Galenus Gyógyszerészeti Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Grabowski Kiadó Kft.
- Heiling Média Kiadó és Szolgáltató Kft.
- IQ Press Lapkiadó Kft.
- Képmás 2002 Kft.
- Magyar Mezőgazdaság Kft.
- Marquard Media Magyarország Kft.
- Mediaworks Hungary Zrt.
- Professional Publishing Hungary Kiadó Kft.
- Ringier Hungary Kft.
  
- Magyar Posta Zrt.
- Lapker csoport

# A REKLÁM-ÁRBEVÉTEL SZÁMÍTÁSA

A korábbi évek gyakorlatának megfelelően a bevallás alapja a **net2** (*NET2*) reklámbevétel, vagyis a nettó kedvezményekkel csökkentett (*az ügynökségi jutalékkal csökkentett, de az ügynökségi bónusszal nem csökkentett*) bevétel.

- Beletartoznak:
  - hirdetési (*display*) bevételek
  - barter bevételek számlaértéke
  - szponzorációs bevételek
  - egyedi, speciális megjelenések (*cikkek, árumegjelenítések*)
- Nem tartoznak bele:
  - más ISSN, ISBN számon kiadott termékek
  - kereskedelmi bevételek (*pl mellékletek, CD-k, lapárbevétel*)
  - adott termék neve alatt futó események

## BEVALLÁS 2022-RŐL

- Bevalló kiadók száma: 13 kiadó
- Bevallásban érintett lapok száma 199
- Összes bevallott *(tehát fix)* forgalom: 23, 292 Md Ft
- Összességében elmondható, hogy a magyar sajtópiac több mint 3500 címét felölelő bevallás és becslés esetében a bevallott - tehát pontos – bevétel, a teljes összeg közel 56%-át tette ki.