

Kreatív-, digitális- és médiaügynökségi bevételek

2025

MAK5Z

Magyarországi
Kommunikációs
Ügynökségek
Szövetsége

Ügynökségi bevételek - Módszertan

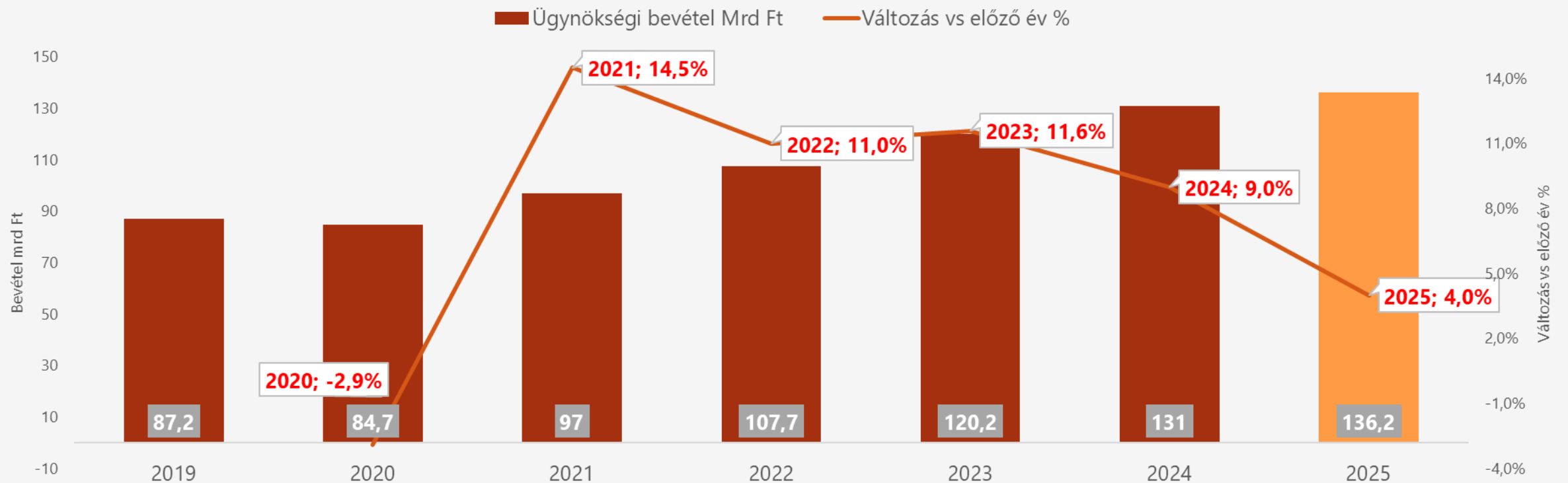
Az adatok összeállítása publikus pénzügyi információk és széleskörű ügynökségi önbevallások figyelembevételével történt, reflektálva az ügynökségi piac egyedi sajátosságaira.

Összesen 190 meghatározó kreatív- és médiaügynökségi piaci szereplő 2024-es pénzügyi beszámolóját elemeztük. Ezt az adatbázist több mint 50 ügynökségtől származó 2025-re vonatkozó részletes üzleti információval egészítettük ki és piaci szakértőkkel pontosítottuk a teljes kép érdekében.

A fenti módszertan alapján a MAKSZ minden év márciusában előzetes adatot biztosít a kommunikációs piacról. A vizsgált év pénzügyi beszámolóinak megjelenését követően, az esetleges eltérések figyelembevételével, a MAKSZ adja ki a végleges adatot. A tavalyi évhez hasonlóan 2024-re vonatkozóan is ellenőriztük az előzetes becslés és a pénzügyi beszámolók közötti eltéréseket; mivel a különbségek minimálisnak bizonyultak, a munkacsoport nem látta indokoltnak az adatok utólagos korrekcióját.

Az elemzés kizárólag az ügynökségi díjakat és az ügynökségeken keresztül megvalósuló gyártási költségeket foglalja magában. Más ügynökségi szolgáltatásokból (pl. rendezvényszervezés, PR) származó bevételeket az adatok nem tartalmaznak.

Ügynökségi bevételek – 2017-2025



Trendek

2025-ben a reklámpiac teljesítménye szorosan követte a makrogazdasági tendenciákat: bár a fogyasztás továbbra is növekedett, de lassuló ütemben, a szektor bővülése a korábbi évekhez képest jelentősen mérséklődött. Míg 2024-ben 9%-os növekedést sikerült elérni – amellyel a piac egy évre meghaladta a fogyasztói árindexet, és felzárkózott a szolgáltatási szektor inflációs szintjéhez –, addig 2025-ben a növekedés ennek felére, 4%-ra lassult. Ez a szint ismét infláció alatti teljesítményt jelent, hasonlóan a 2023-as évhez.

	Fogyasztói árindex	Szolgáltatási szektor infláció	Kommunikációs ügynökségi bevételek növekedése
2023	17,6%	13,2%	11,6%
2024	3,7%	8,9%	9,0%
2025	4,4%	6,7%	4,0%

Az ügynökségi bevételek reálértéke tehát nem nőtt 2025-ben sem a kreatív, sem a média szegmensben.

Trendek

- A profitabilitás fenntartása komoly kihívást jelent a szektor számára: a stagnáló reálbevételek mellett a bér-, működési és alvállalkozói költségek aránytalanul nagyobb mértékben emelkedtek. Ennek következtében a jövedelmezőség az előző évhez képest egyértelműen romlott.
- A csökkenő profitabilitás, valamint a technológiai fejlődés felgyorsulása az ügynökségi modellek alapvető átalakulását indítja el. Ezt a trendet erősítik a globális hálózatok összeolvadásai is, amelyek hatása már Magyarországon is érzékelhető.
- Az ügynökségi szektor jelenleg útkeresési fázisban van.

„A jövő nyertes ügynökségei azok lesznek, amelyek az értéküket érthetőbbé, indokolhatóbbá és könnyebben megvásárolhatóvá teszik – már a folyamat elején, a fontos stakeholderek számára, nem pedig az elvégzett munka utólagos igazolására építve. (...) Ha erről nem kezdünk párbeszédet, az ügynökségek hosszú távon nem tudnak kiemelkedő értéket nyújtani, az ügyfelek pedig lemaradnak..”

Charley Stoney, EACA CEO a The Shift-en elhangzott előadásából: Redesigning the Agency Business Model