

Közgyűlési beszámoló és a jövő terve

Új MRSZ honlap



Magyar Reklámszövetség

A marketingkommunikáció országos szervezete

Tudj meg többet az MRSZ-ről! > - vagy - Kérdezz tőlünk! >

Válassz témát, vagy keress:

A Szövetségről >

Események >

Reklámjog, szabályozás >

Kutatás >

Sajtó >

Reklám-etika >

Tagozatok >

Oktatás >

A reklám a gazdaságot átszövő hajtóerő

10 forint

47 forint

Infáció csökkentés

Statisztikai növekedés

Társadalmi boldogság

Növekedés foglalkoztatottság

Magyar termékek

Reklámjogi export

Reklámjogi import

Digitális

Sajtó

TV

Rádió

Ambient

DM

Mozi

Külföldi

Impresszum > Jogi nyilatkozat > Adatvédelem > Kapcsolat >



40 éves az MRSZ jubileumi esemény – január 21.



A Magyar Reklámszövetség 40 évvel ezelőtt, 1975 januárjában alakult.

- Az MRSZ először adományozott „Tiszteletbeli Örökös Tag” címet, amelyet Dr. Takács Ildikó és Sas István vehetett át.
- Dr. Fazekas Ildikó, az Önszabályozó Reklám Testület főtitkára, az MRSZ egykori alelnöke a szövetség tevékenységének néhány mérföldkővét felelevenítő beszédében **hangsúlyozta, hogy a szövetség múltja tulajdonképpen a mai Reklámszövetség alapértékeit határozza meg.**
- Hivatal Péter, az MRSZ alelnöke mutatta be a szövetség legújabb, a reklámpiac mai összetett helyzetét felmérő (Ernst & Young) szakmai tanulmányát.
- Urbán Zsolt, az MRSZ elnöke felvázolta a szövetség jövőképét, amelyben a média piac működésének alapvető feltételeiként a kiszámíthatóságot, az önszabályozást és a párbeszédet emelte ki.

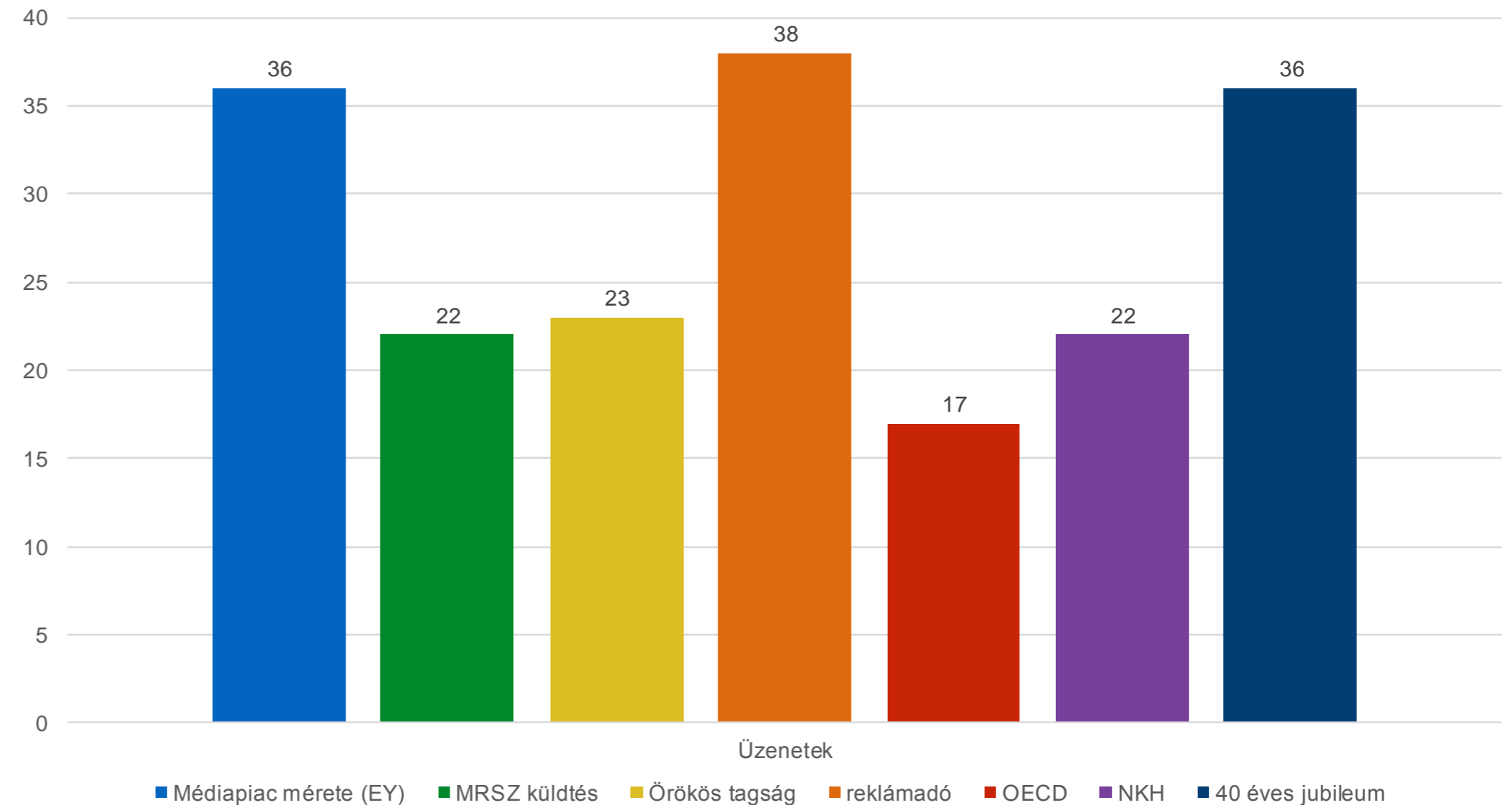


40 éves az MRSZ esemény sajtóvisszhang



- Összesen 40 cikk látott napvilágot.
- Meglepően magas számban kerülnek reflektorfénybe az MRSZ vezetői: összesen 53 alkalommal (egy cikkben akár többen is).
- Szinte valamennyi sajtómegjelenés önállóan az MRSZ híreit dolgozza fel.

MRSZ üzenetek megjelenése a cikkekben



Új Reklámetikai Kódex – február 17.

Az Önszabályozó Reklám Testület és a Magyar Reklámszövetség koordinálásával összesen 22 szervezet részvételével készült el a mai szabályozást kiegészítő, és a gazdasági, kulturális, társadalmi környezethez illeszkedő új Magyar Reklámetikai Kódex.

- Komoly hangsúlyt kapott a **gyermekvédelem**
- két új terület is helyet kapott a dokumentumban: a **kozmetikai reklámokra vonatkozó alapelvek**, és a fogyasztók digitális érdeklődése, magatartása alapján történő **célzott reklámokra vonatkozó szabályozás**.
- A **2015. június 30-tól hatályos új Kódex** a 2009-től alkalmazott magatartási szabályok gyűjteményét váltja fel.



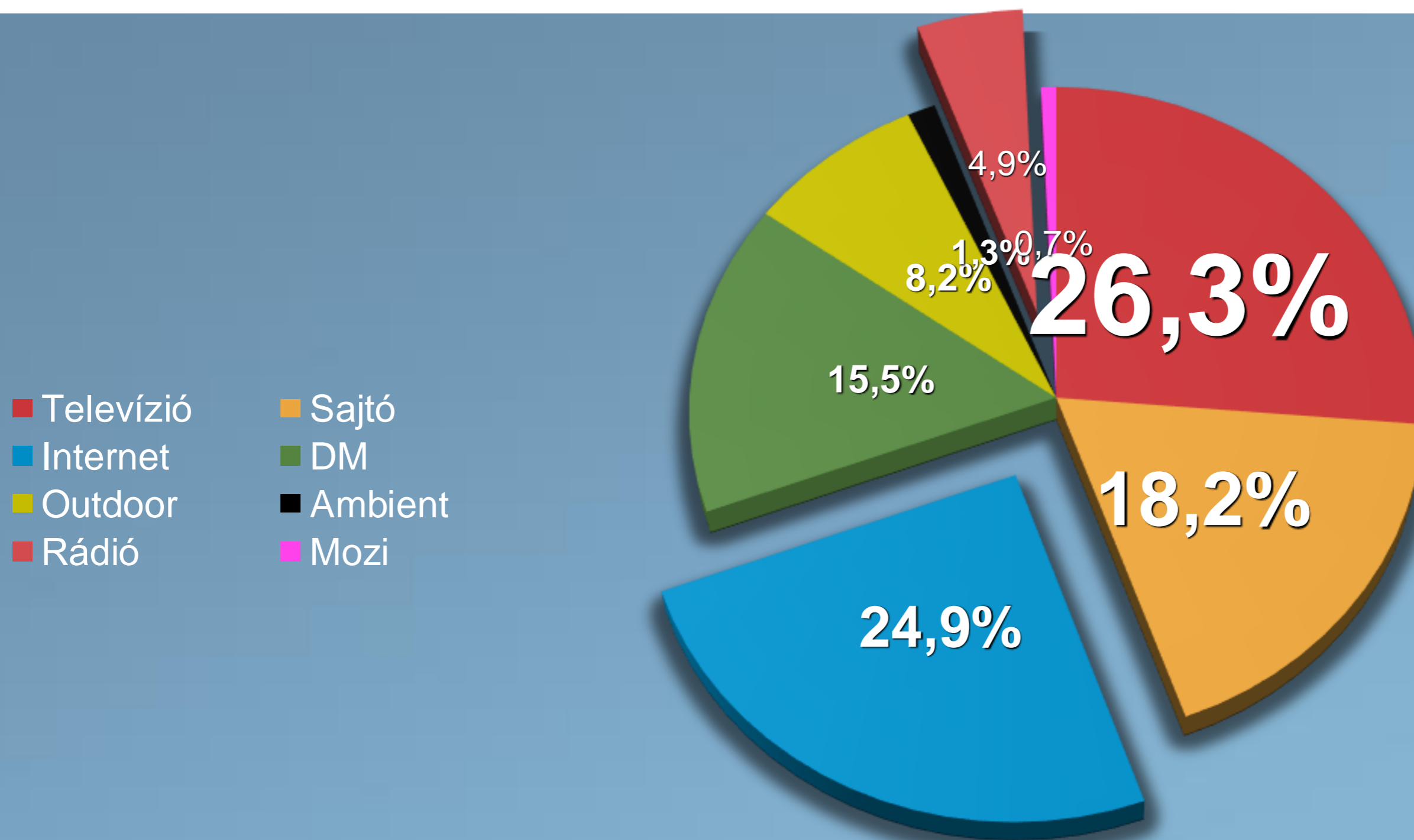
Reklámköltés 2014 – március 3.

Az MRSZ és társzövetségeivel együtt idén 15. alkalommal az Evolution 2015 konferencián ismertette a 2014-es reklámköltési adatokat.

- Urbán Zsolt MRSZ elnök és Hivatal Péter MRSZ alelnök bejelentették a 2014-es Reklámtorta számait:
1. A 2014-es reklámtorta nagysága 189,05 milliárd forint
 2. A tavalyi évi 7,77%-os reklámköltés növekedés körültekintő optimizmusra inti a piacot
- - azt követően a társzövetségek vezetői részletezték a televíziós, digitális, nyomtatott, direktmarketing, közterületi és rádiós reklámszeletek háttérét.
 - A bejelentést követően az MRSZ Reklámtorta 2014-2015 önálló szekció keretében egész nap a téma köré csoportosuló előadások és kerekasztal beszélgetések keretében elismert szakemberek folytatnak diskurzust a hazai médiapiac helyzetéről és trendjeiről.



Reklámtorta 2014

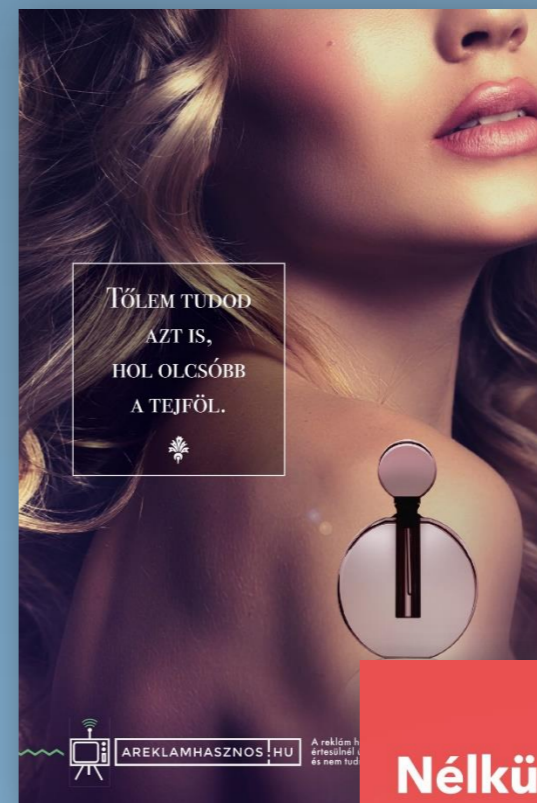


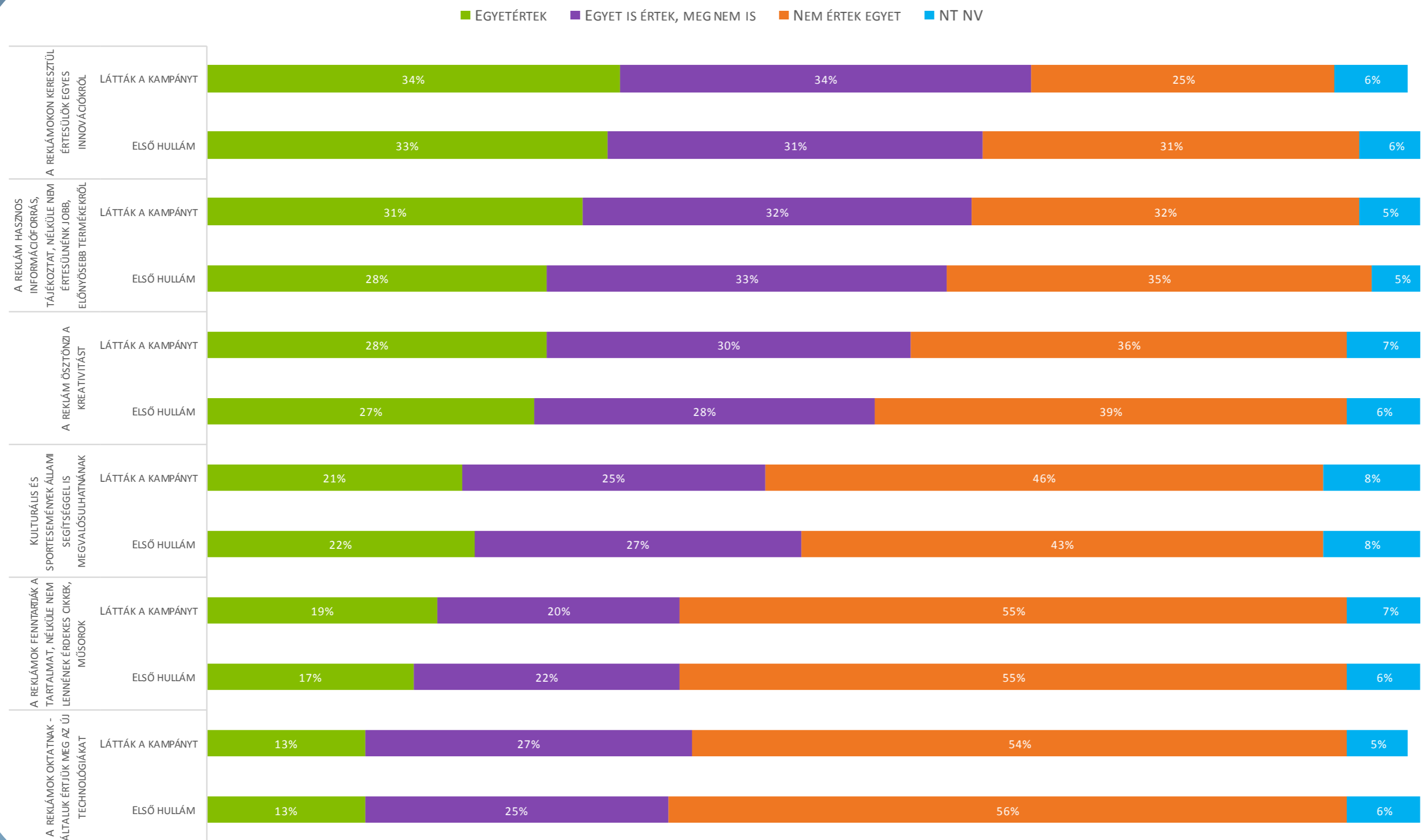
- Televízió
- Internet
- Outdoor
- Rádió
- Sajtó
- DM
- Ambient
- Mozi

Kampány a reklámért (március – május)

Fogyasztói edukációs kampány a reklám elfogadottságának növelése érdekében a MAKSZ-szal közösen:

- Felhívtuk a fogyasztók figyelmét a reklámpiar jelentőségére, a reklámok hasznosságára és a reklámok olyan gyakorlati előnyeire.
- A kampány print, online, tévés és rádiós médiafelületeken fog megjelenni és adott csatornára szabottan magyarázta el közérthetően, miért és hogyan hasznos az adott reklámfelület.
- A projektet a Médiapiac konferencián jelentettük be március 18-án.



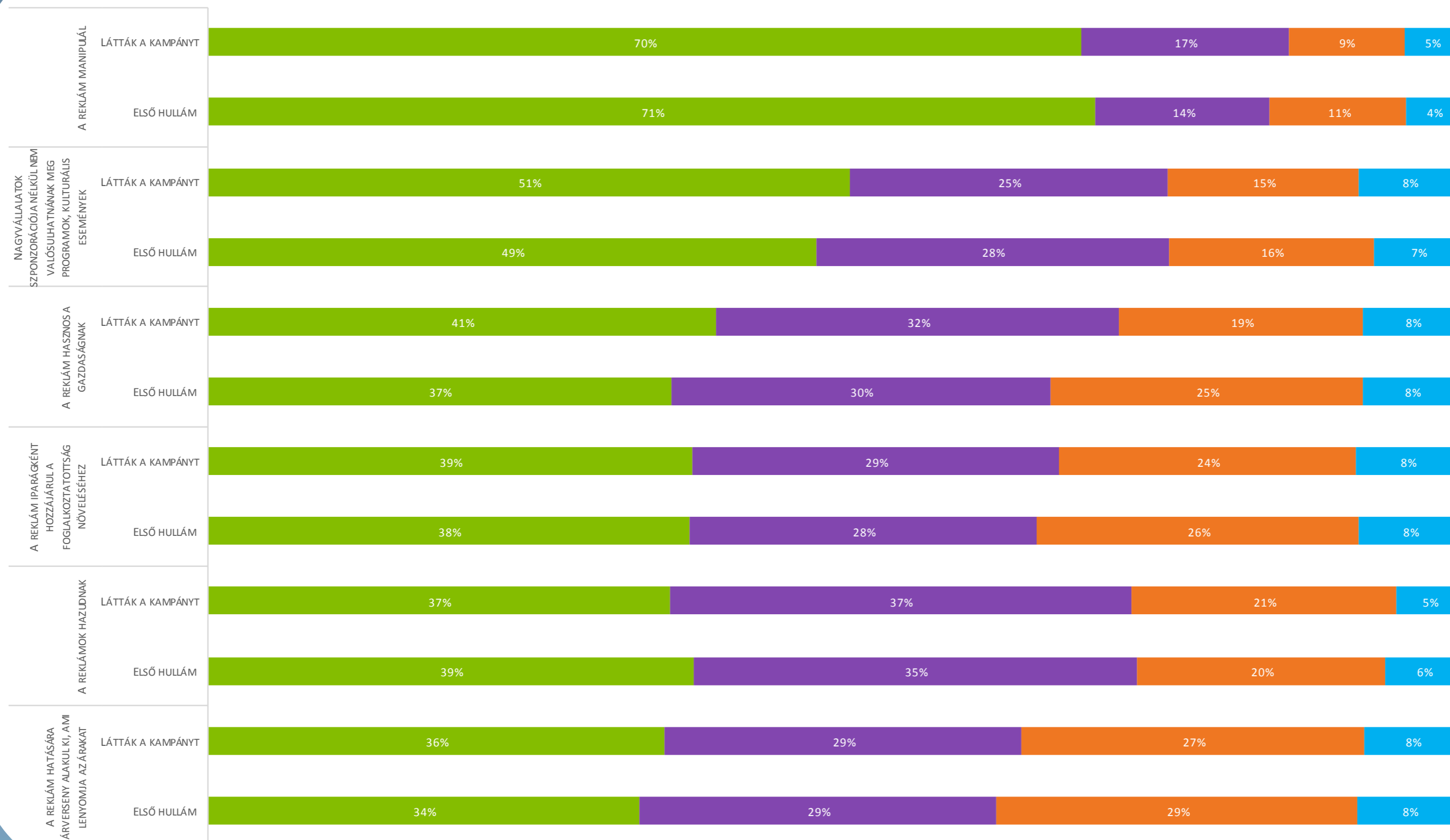


Azok, akik a kampányt látták, pozitívabb véleménnyel rendelkeznek a reklámokkal kapcsolatban.

(Ők inkább elismerik a reklámok hasznos mivoltát, a tartalomfenntartó szerepét.)



■ EGYETÉRTEK ■ EGYET IS ÉRTEK, MEG NEM IS ■ NEM ÉRTEK EGYET ■ NT NV



Azok, akik a kampányt látták, kevésbé gondolják hazugnak a reklámokat,

és elismerik a gazdaságra gyakorolt jótékony hatását.

A válaszadók 32% egyértelműen tudta, hogy a kampány megbízója az MRSZ.



TOP 50 Gála – május 7.

A Reklámszövetség a Marketing és Médiával idén második alkalommal közös szervezésben rendezte meg a TOP 50 Díjátadó Gálát:

- A szakma színe java, több mint 200 fő jelent meg.
- A gála pénzügyileg is eredményt hozott.
- A gálát a szponzorok által vásárolt támogatói jegyek megvételéből fedeztük.

MARKETING & MEDIA™ TOP 50 GÁLA A LEGBEFOLYÁSOSABB EMBEREK A MAGYAR MÉDIAIPARBAN

Kedves Barátunk!

Köszönjük, hogy részt vettél és velünk ünnepeltél a Marketing&Media és a Magyar Reklámszövetség által közösen szervezett M&M Top 50 Díjkiosztó Gáláján, a díjazottaknak ezúton is gratulálunk!



Az eseményről készített képek jövő héttől elérhetőek a <http://www.mmonline.hu> oldalon a Multimédiatár menüpont alatt.

Köszönjük a támogatóinknak:
AMC Networks Central Europe, Atmedia, CM Sales, Google, LAPCOM Kiadó, Marquard Média Magyarország, Mediaworks, Metropol, Pannon Lapok Társasága, Ringier Axel Springer, RTL Magyarország



IAB Hungary – Interactive Advertising Bureau



Az IAB Hungary:

- Biztosítja a digitális reklámszakma számait
 - Adex riportok
- Oktatja a digitális iránt érdeklődőket
 - Digitális Mesterkurzusok, tematikus napok
- Platformot biztosít a digitális ipar dialógusai számára
 - munkacsoportok: programmatic, mobil, oktatás, adex, policy, kutatás
 - workshopok: natív és viewability
 - IAB Hirdetői Klub: hirdetők exkluzív klubja
 - elindult az **IABHuBlog.com**
- Védi a digitális reklámpiac érdekeit hazai és nemzetközi szinten
 - reklámadó, internetadó, OBA, adatvédelem



Kommunikáció, népszerűség



A szakma szerint torzítja a reklámadó a piaci versenyt

Reklám. Negyvenéves fennállását ünnepli az ágazat országos szervezete

Negyvenéves lett idén a Magyar Reklámszövetség (MRSZ).

lékát 100 médiaszolgáltató adja. A szolgáltatók árbevétele az elmúlt években jelentősen, 15 százalékkal csökkent, sokuk az üzemi eredmények szintjén veszteséges volt. A kisebb bevétellel rendelkező cégek esetében a visszaesés még drámaibb.

A tanulmánynak a reklám-

címén Ausztriában öt százalékot kell fizetni (emiat 17,5 százalékkal csökkent is a piaci szereplők száma), míg Görögországban a 21,5 százalékos adóterhet a munkavállalók juttatásaira fordítják.

Az MRSZ álláspontja szerint a magyar reklámadó egyértelműen torzítja a piacot.



Magyarország élőben - Kinek jó és kinek rossz a tervezett új reklámadó?

40 éves a Magyar Reklámszövetség

2015. január 21. 18:22

NYOMTATÁS

A Magyar Reklámszövetség (MRSZ) 1975 januárjában alakult meg. A jubileumi alkalomból az MRSZ először adományozott Tiszteletbeli Örökös Tag címet, amelyet Dr. Takács Ildikó és Sas István vehetett át. Múltról, jelenről és jövőről is beszéltek az ünnepi eseményen és bemutattak egy, a reklámpiacot felmérő tanulmányt

ORIGO HÍREK PÉNZ MÉDIA SPORT TECH TUDOMÁNY AUTÓ KULT UTAZÁS GASZTRÓ KÉP

Kiugró állami költségek a reklámpiacon

ORIGO | 2015.03.03. 11:49 7 KOMMENT

7,7 százalékkal többet költöttek tavaly a reklámra a cégek. A 2014-es teljes reklámtorta a 2013-as 175,5 milliárd forintról 189,05 milliárd forintra emelkedett – közölte a Magyar Reklámszövetség. Az állam tavaly 35 százalékkal többet költött reklámra, mint 2013-ban. Az adatokból az is jól látszik, hogy 2015-ben végre megállhat a lappiac zsugorodása.

TANULMÁNY

Nehézségekkel küzd a médiapiac

Napi Gazdaság

A magyarországi médiapiac mérete a gazdasági válság kibontakozása óta folyamatosan csökken – ez az egyik megállapítása a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) megbízásából az EY által készített tanulmánynak – ismertette Hivatal Péter, az MRSZ alelnöke. Jelenleg több mint ezer médiaszolgáltató működik Magyarországon, ugyanakkor az árbevétel 90 százaléka 100 cégnél generálódik. Ezen vállala-

között több mint 15 százalékkal csökkent. A szervezet szerint a reklámadón túl számos más kormányzati intézkedés – például a vasárnapi nyitva tartás, a termékelügyeleti díj – teszi kiszámíthatatlanná az ágazat működését, miközben idén új szereplő jelent meg a médiapiacra, a Nemzeti Kommunikációs Hivatal (NKH). Idén adták át először az MRSZ tiszteletbeli örökös tagja címet, amelyet Takács Ildikónak és Sas Istvánnak Nagy Bálint, az MRSZ

Reklámszövetség: egyedülálló a sávos reklámadó

10 , forrás: MTI, szerző: MD

ersenyt a magyarországi médiapiacra, gátolja a t, negatívan hat a tartalomszolgáltatás mennyiségére lyozta Hivatal Péter, a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) esten, a szövetség alapításának 40 éves évfordulója eményen.

ényen nyilvánosságra hozták az EY tanácsadó cég által az kérésére készített tanulmányt, amely szerint a médiapiac gazdasági válság kibontakozása után folyamatosan Magyarországon. Az egész piac megszenvedte a válságot – ki Hivatal Péter.

szerint több mint ezer médiaszolgáltató működik szágon, ugyanakkor a bevételek 90 százalékát 100 gáltató adja – ismertette. Az utóbbi vállalatok összesített

Kiemelt hírek

- 1 Whitney Houston lányát kómában tartják
- 2 Rogán: A nemmel szavazó ellenzéki képviselők majdnem

Kreatív

KÖRKÉRDÉS DATABÁNYA REKLÁM MÉDIA MARKETING PR KARRIER INTERAKTÍV

CANNES LIONS GOLDEN DRUM M+ LISTA

A Best értékesített példányszáma

*Forrás: Matesz Gyorsjelentés 2015. I. né. (78.030 db) / 2014. I. né. (71,668 db) értékesített

Ajánlom 3 Tweet 0 tumblr. g+

Aláírták az új Reklámetikai Kódexet

2015. február 17. 13:21 NYOMTATÁS

Az Önszabályozó Reklám Testület és a Magyar Reklámszövetség koordinálásával összesen 22 szervezet részvételével több hónapos munka eredményeként megszületett a mai szabályozást kiegészítő, és a gazdasági, kulturális, társadalmi környezethez illeszkedő új Magyar Reklámetikai Kódex.

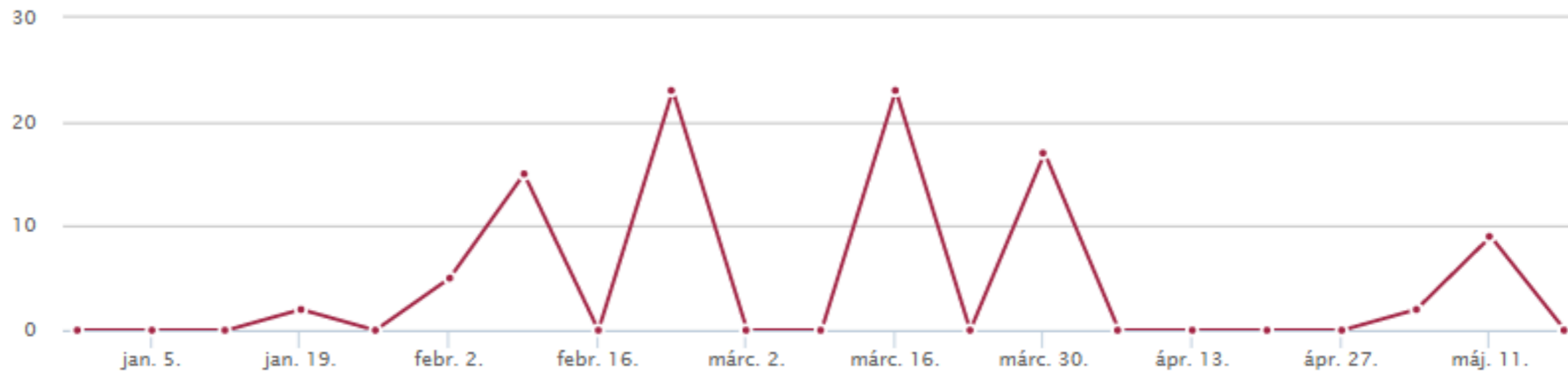
Cikkek megoszlása



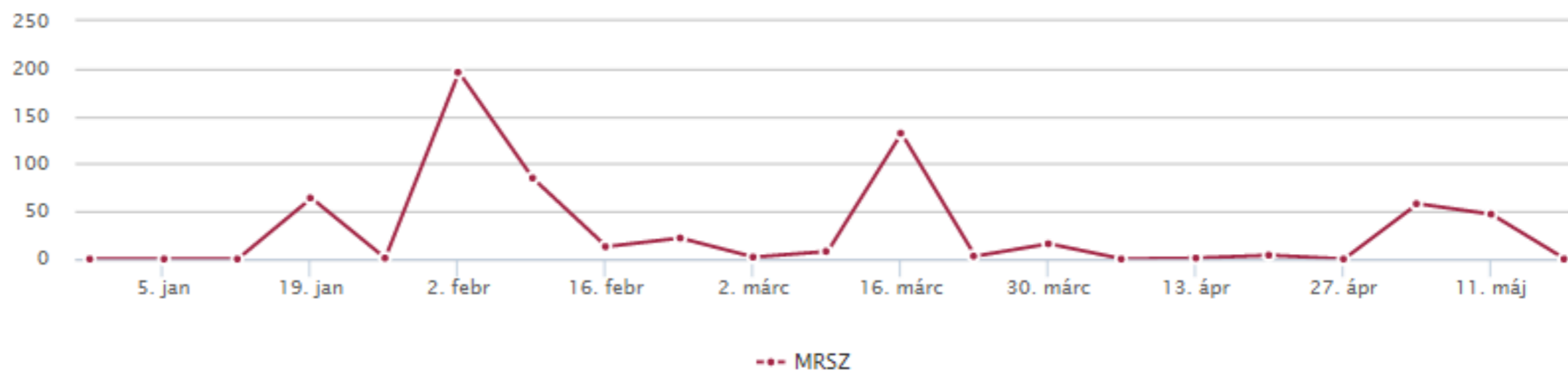
Interakciók megoszlása



Átlagos APR



Összes interakció



ÖSSZES INTERAKCIÓ

ÁTLAGOS INTERAKCIÓ

CIKKEK SZÁMA

MRSZ

652

5

144



Pénzügyi beszámoló

Pénzügyi adatok



	2011	2012	2013	2014	2015 (terv)
Tagdíj bevétel	30.604e Ft	26.251e Ft	25.535e Ft	28.319e Ft	29.679e Ft
Egyéb bevétel	2.795e Ft	2.535e Ft	7.970 e Ft	7.249e Ft	11.400e Ft
Összes ráford.	34.662e Ft	33.653e Ft	31.398e Ft	29.604e Ft	32.813e Ft
Saldo	-1.263e Ft	-4.867e Ft	2.107e Ft	5.964e Ft	8.266e Ft



Kilépő tagjaink

- 1) Molino Reklámügynökség
- 2) Live Info International Kft.
- 3) Landmedia Kft. (felszámolás alatt)
- 4) Lobby Partners kft.
- 5) Mobil Plus Media Kft.
- 6) Lowe GGK
- 7) Mindroom
- 9) Replise Hungary Kft.

Új tagjaink



- 1) MÉDIAFILED-TM Company Kft.
- 2) NETADDEX Zrt.
- 3) CRIMTAN Hungary Értékesítő Kft.
- 4) Next Wave Europe Kft.
- 5) Pánszky Ügyvédi Iroda
- 6) Nagy-Baranyi Nóra
- 7) M-Csoport
- 8) ACG Reklámügynökség
- 9) Sziget Kulturális Menedzser Iroda

Várható belépések:

Young & Rubicam, MOL, Telenor



A jövő terveit

- A május 3-án megjelent reklámadó módosító tervezetre május 8-án leadtuk az NGM-nek észrevételünket.
- A sajtóban több alkalommal (sajtóközlemények, interjúk) felléptünk a reklámadó ellen.
- Európai Bizottság számára megküldtük észrevételünket.

A kormányzat hivatalos sajtónyilatkozatai alapján a reklámadó nem kapott helyet a jövő évi költségvetésben.

Bónusz eltörlés

Indokolatlan, szakmailag megalapozatlan és az egész magyar gazdaság számára rendkívüli mértékben veszélyes a kormány ilyen mértékű beavatkozása a reklámpiac működésébe.

- Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetségével közös sajtóközleményt adtunk ki.
- **Média Hungary-n előadás „A híres bónusz” címmel:** az ügynökségi piac finanszírozhatatlanná válik, megnő a pénzügyi kockázata a média oldalnak, hatalmas adminisztrációs teher hárul a hirdetőkre és a média vállalatokra.
- A médiaügynökségi bónusz eltörlése súlyosabb károkat okoz, mint a reklámadó, de a két intézkedés együtt hatványozottan visszavetheti a reklám gazdaságra gyakorolt pozitív hatását.

Jövőkép: kiszámíthatóság, önszabályozás, párbeszéd



„A hatékony média piaci működésének alapvető feltétele a kiszámítható, a piac egészséges működését támogató szabályozás, a magas szintű önszabályozás és a felek – állami és piaci szereplők – közti párbeszéd egyensúlya.”



Jövőkép: tudatos stratégia

- ✓ **Iparági összefogás** (egyres kommunikációs szövetségekkel még szorosabb együttműködés kialakítása, érdekérvényesítés, aktív elnökségi és szekciós munka)
- ✓ **Kommunikáció hatékonyságának erősítése** (belső, külső)
- ✓ **A tagság bővítése** (szolgáltatói, hirdetői és non-profit)
- ✓ **Szakmai tudástárak bővítése** (hazai és nemzetközi adatok alapján)
- ✓ **Edukáció** (fogyasztói, jogalkotói és szakmai)
- ✓ **Kitartás...**

Tisztújító Közgyűlés



2015. december 3. 15:30

Operaház



Köszönjük a figyelmet!