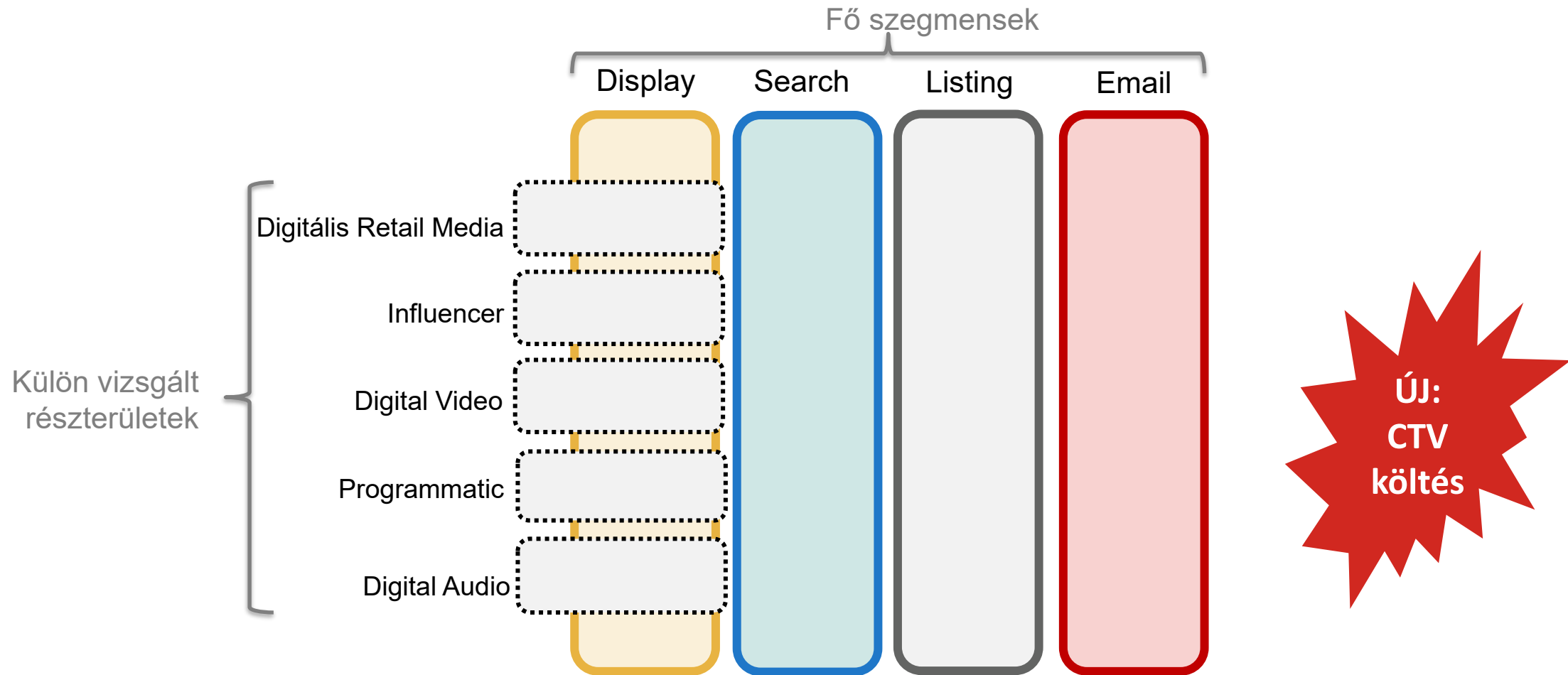




Magyar digitális reklámköltési riport

IAB Hungary Adex struktúra



Nem vizsgált piacok

- Nincsenek a riportban az alábbi digitális reklámköltségek:
 - Olyan hirdetőik költségei digitális médiatulajdonosoknál, ahol a riportban felmért médiacégek, sales house-ok, ügynökségek nem érintettek (pl. egyes lokális online média és lokális hirdetőik)
 - Külföldi hirdetőik reklámköltsége külföldi reklámszolgáltatók bevonásával, külföldi vagy magyar inventory-n célozva magyar fogyasztókat, ahol a riportban felmért médiacégek, sales house-ok, ügynökségek nem érintettek
 - Az un. „nem jelölt” influencer marketing megjelenések ellenértékét
- Az ügynökségi média-szolgáltatások díját NEM tartalmazza



Együttműködő
partnereink

A felmérés nélkülük nem készült volna el

Köszönet az adatszolgáltató piaci szereplőknek és szakmai partnereinknek!



IAB-tag médiacégek és sales house-ok negyedéves önbevallása (NORI)



A Pwc Magyarország 15 éve az IAB Hungary szakmai partnere.
Az IAB Hungary megbízásából a piaci adatokat (önbevallások, szakértői becslések, publikus üzleti információk) a PwC Magyarország gyűjtötte össze, elemezte és rendszerezte, valamint a Retail Media felmérést is elkészítette



A MAKSZ az IAB Hungary Adex szakmai partnere.
Médiaszekciója aggregált önbevallási adatszolgáltatást biztosított



Neticle

A Neticle részletes adatait használtuk fel a 2025-ben is az influencer marketing költség megállapításához

Valamint további piaci szereplők is segítették munkánkat adataikkal, információkkal, szakértői becslésekkel



Módszertan

IAB Hungary Adex 2025 módszertan

- **Felmérésünk piaci szereplők önbevallásán**

(IAB-tag médiacégek és sales house-ok, MAKSZ-tag ügynökségek)

- **és szakértői becsléseken alapul**

- Display: önbevallás és szakértői becslések (pl. globális szereplők publikus pénzügyi adatainak felhasználása)
- Search: önbevallás és szakértői becslések (pl. globális szereplők publikus pénzügyi adatainak felhasználása)
- Listing: szakértői becslések
- Email: önbevallás és szakértői becslések

- Külön vizsgált részterületek (video, programmatic, audio, influencer, retail media): önbevallás és szakértői becslések (globális szereplők)



Trendek, adatok

A 2025. évről

- **Videos formátumok népszerűsége töretlen**
 - Minden bizonnyal 2026-ban is megmarad
- **A Retail Media tovább fejlődik**
 - Bővülő kínálat, a mérhetőség és az adathasznosítás a kulcs a növekedéshez
- **CTV, streaming reklámozás a slágertémák között**
 - Első alkalommal be is mutatjuk a költség nagyságrendjét
- **Az AI egyre inkább beépül az iparági mindennapokba**
 - Amit az iparági szervezetek AI Guide-ja is erősíteni kíván

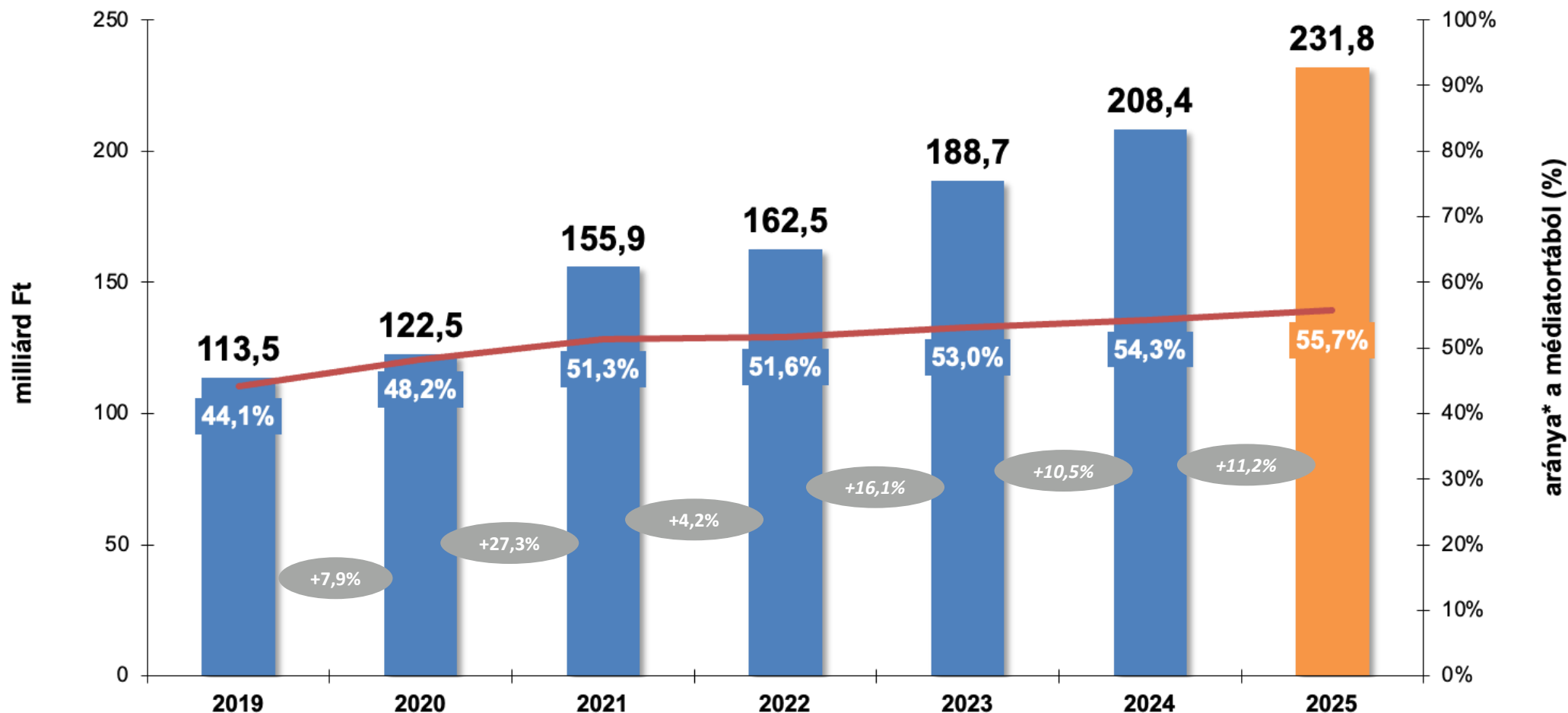
Digitális reklámköltés 2025

231,8 Mrd Ft

+ 11,2% YoY

Digitális reklámpiac 2019-2025

A körülményekhez képest stabil növekedés



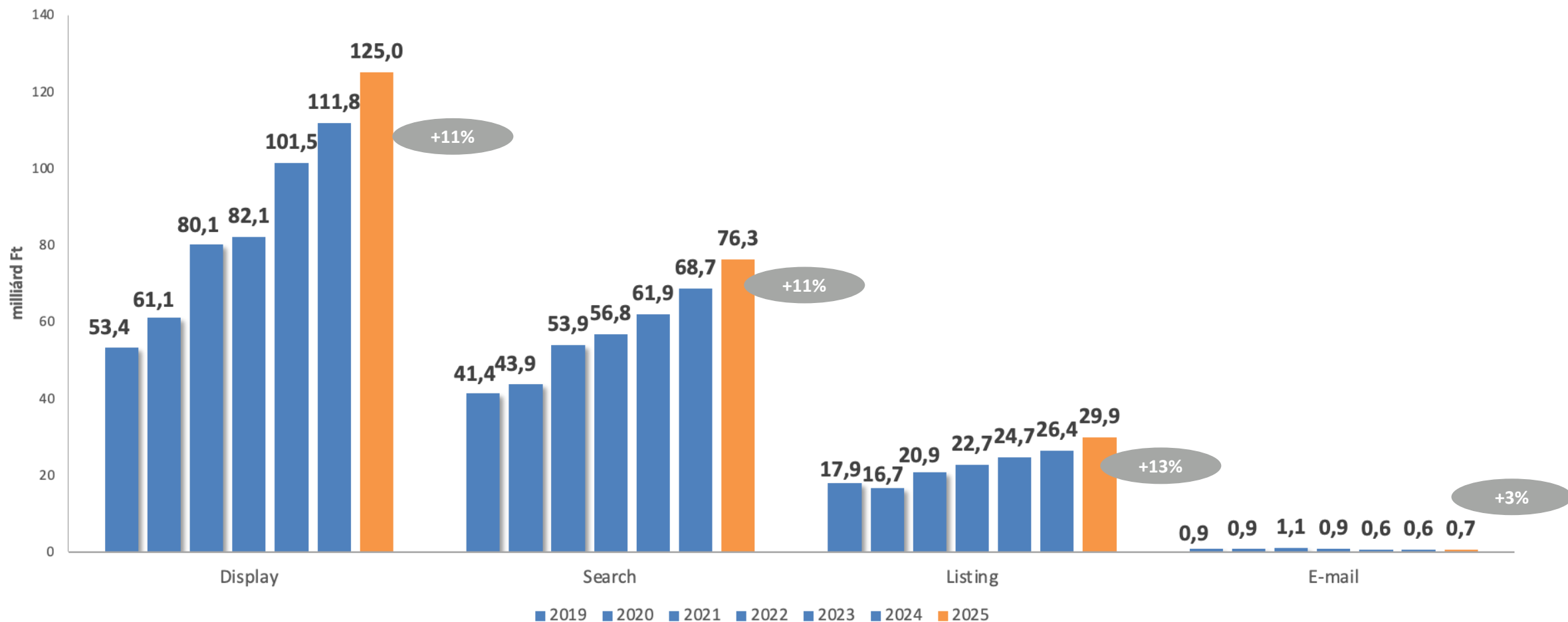
Megjegyzés: 2023-tól mérjük fel az influencers marketing, 2024-től kezdődően a Digitális Retail Media, 2025-től pedig a CTV költést



Fő szegmensek

Display – Search – Listing – Email

mind a 4 szegmens bővült 2025-ben is



Megjegyzés: 2023-tól mérjük fel az influencers marketing, 2024-től kezdődően a Digitális Retail Media, 2025-től pedig a CTV költséket



Globális - lokális

Globális – lokális átrendeződés

A lokális szereplők reklámbevétele 10,9%-kal, a globálisoké 11,4%-kal bővült



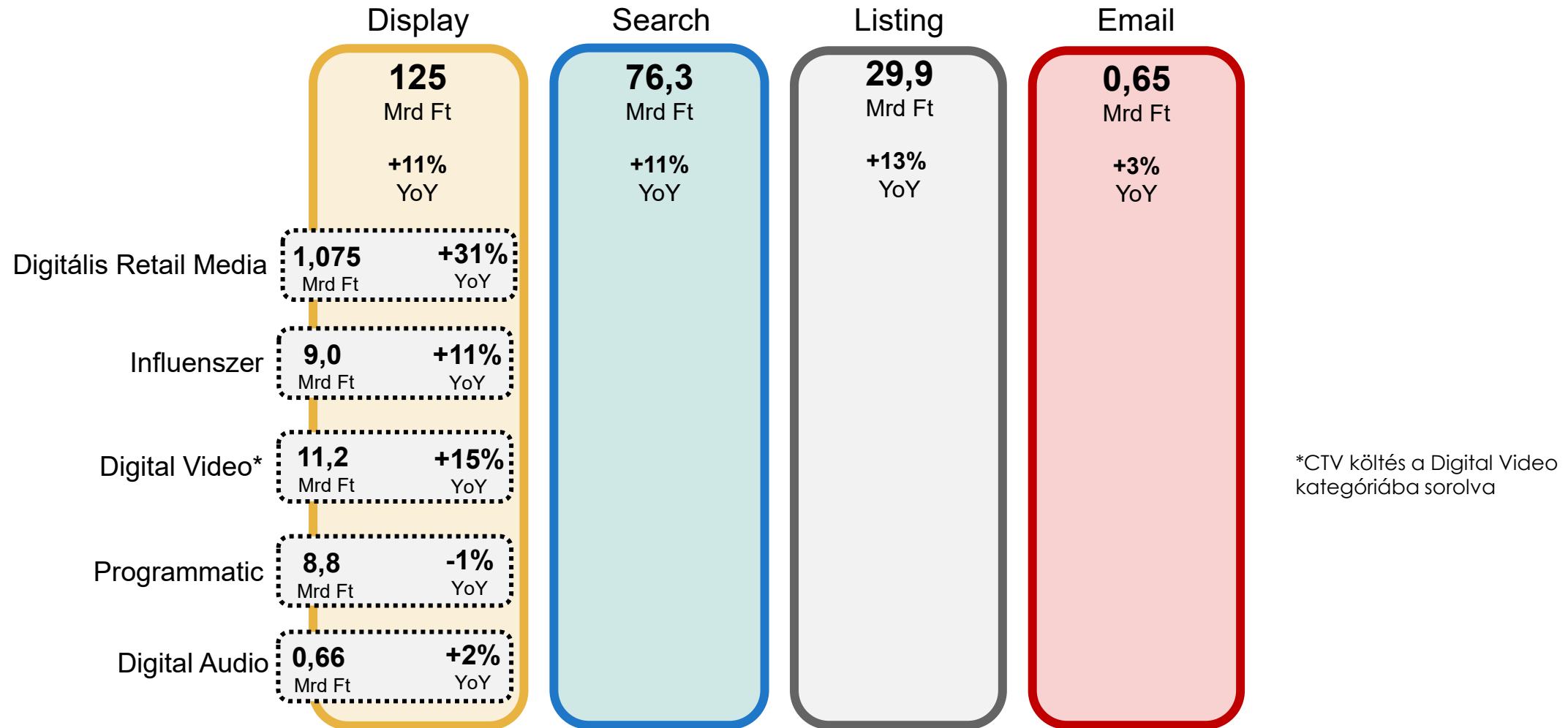
Megjegyzés: 2023-tól az influencers marketing, 2024-től a Digitális Retail Media, 2025-től pedig a CTV költség a lokális részben van



Összefoglalva

IAB Hungary Adex 2025

231,8 mrd Ft, +11,2% YoY



IAB Hungary

A digitális média és marketing piac szakmai szervezete

IAB ADEX CAFÉ

2026. 03. 24. 14.30-17.00
(online)

- makrogazdasági kilátások
- digitális reklámköltés részletek
- 2026. évi előrejelzés
- szakértői kerekasztal