MAGYAR
LAPKIADÓK
EGYESÜLETE

MÉDIATORTA 2019

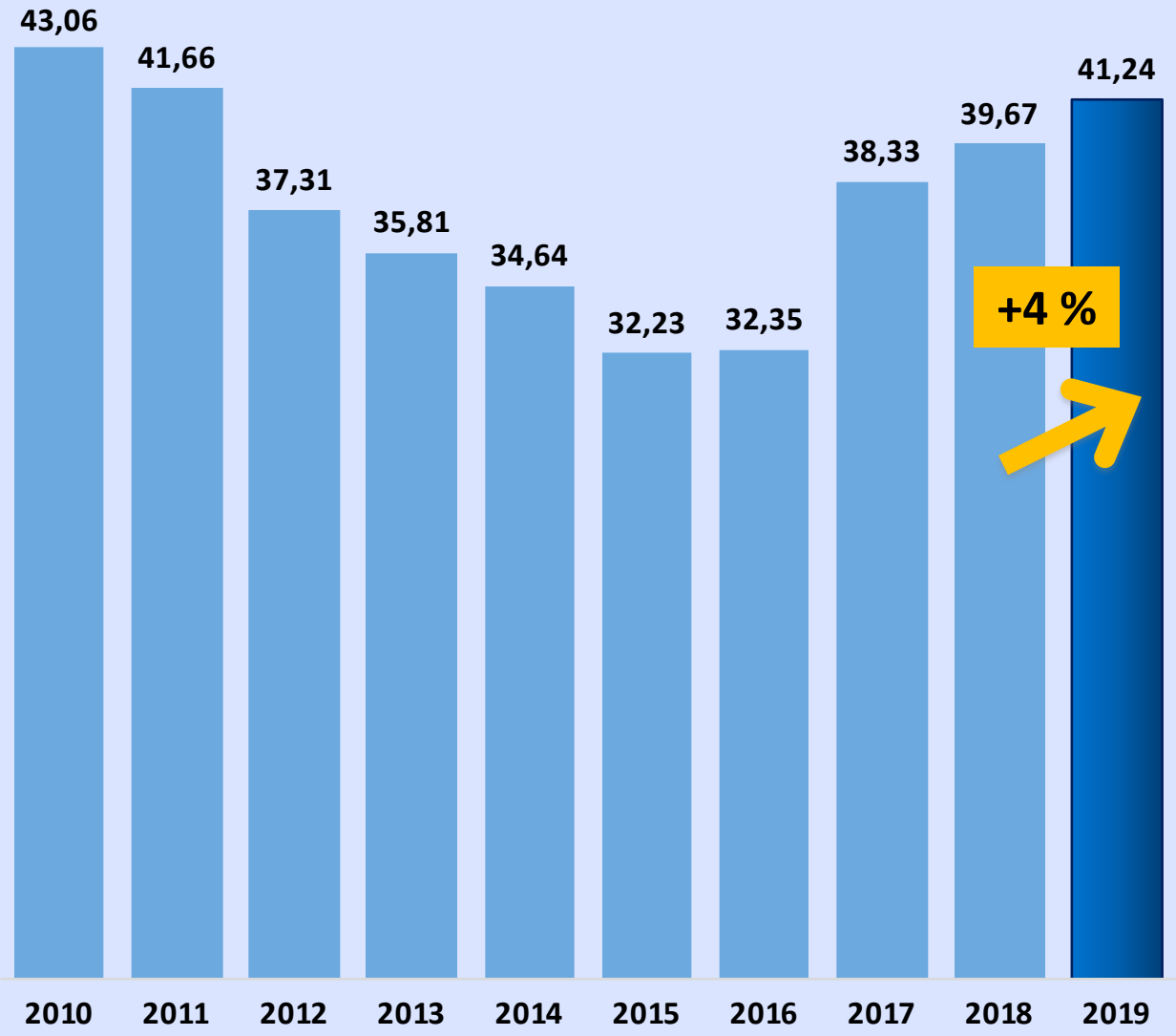
A 2019. évi
sajtópiaci reklámköltés
felmérésének eredményei

2020. május 7.

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

A NYOMTATOTT REKLÁMPIAC

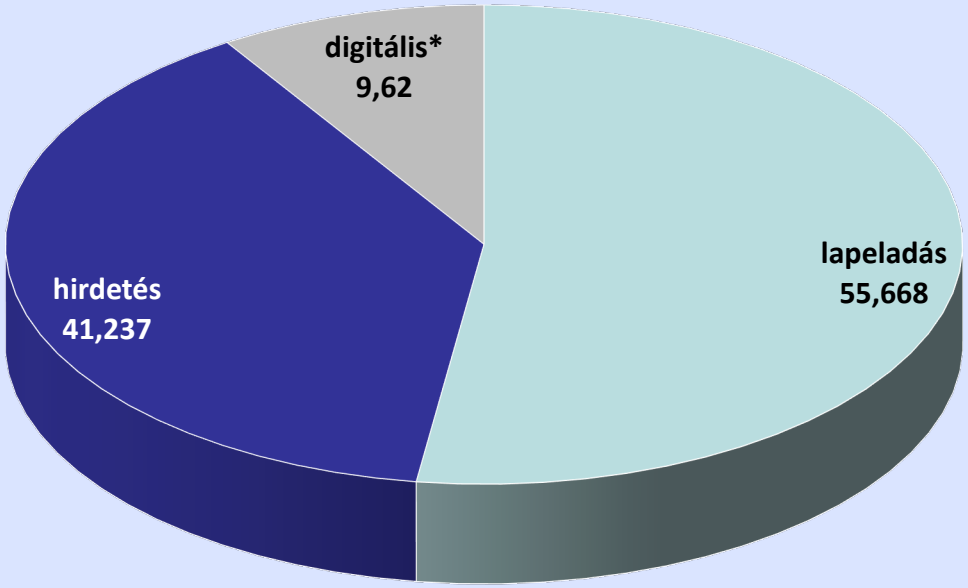
2010-2019 (MdFt)



MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

A SAJTÓ TELJES ÁRBEVÉTELE 2019-BEN (MdFt)

Összesen 106,524 MdFt



★ Az adatszolgáltató lapkiadókhoz köthető online bevételek

MAGYAR
LAPKIADÓK
EGYESÜLETE

KIEGÉSZÍTŐ ADATSOROK

HIRDETÉSEK MEGÍTÉLÉSE A NYOMTATOTT SAJTÓBAN

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

Hitelesebb olvasva egy hirdetés, mint tv-ben. A leírt szó fog meg, ezt szokta meg, ez kézzelfogható.” (Kisalföld)

„A lap alapján vettem meg az Opel Astrát, és a teszteredmények, amiket akkor írtak róla, azokat nagyjából hozta is, így megbízom benne.” (Autó Motor)

„Reklám szempontjából jobb a sajtó, mert látom a hirdetést, vissza tudom keresni, ha érdekel.” (Blikk)

„Kisebb hirdetéseket is átfutom.” (Story)

„Ha hirdetés, akkor az inkább lapban legyen, és ne a tv-ben- mert az nagyon zavaró.” (Kiskegyed)

„Garnier sminklemosót láttam TV-ben, aztán a Cosmoban is láttam, és az adta a végső lökést, hogy tényleg ki is próbáljam.” (Cosmopolitan)

„A sajtóreklám a legkevésbé idegesítő, hitelességben nincs különbség.” (Blikk)

Inspira kutatási riport 2019

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

A NYOMTATOTT SAJTÓ SZEREPE, FUNKCIÓJA

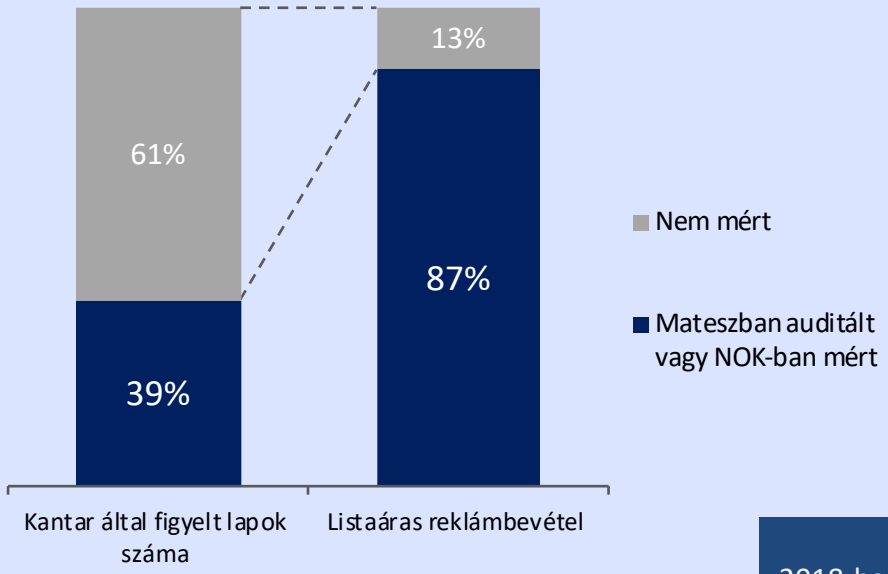
1. Hiteles, megbízható és objektív információt ad a legkülönbözőbb témákban
2. Az olvasó szakértővé válhat, otthonosan mozoghat adott témában, megmozgatja az elmét
3. Konkrét, praktikus, a mindennapokban jól adaptálható információt biztosít az olvasó számára
4. Beszélgetési témát generál, az olvasó maga is információs forrásnak, médiumnak érezheti magát
5. Segít kiszakadni a mindennapokból, feltöltődést biztosít
6. A napi rutin része, biztos pont az olvasó mindennapi tájékozódásában
7. Olvasása presztízs értékkel bír, magaskultúrát és minőséget reprezentál az olvasó számára

Inspira kutatási riport 2019

A MÉRÉSEK KÍNÁLTA HITELESSÉG NÖVELI A PRINT PIACI HIRDETŐK BIZALMÁT

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

Auditált vagy mért lapok pozíciója a reklámpiacon 2018



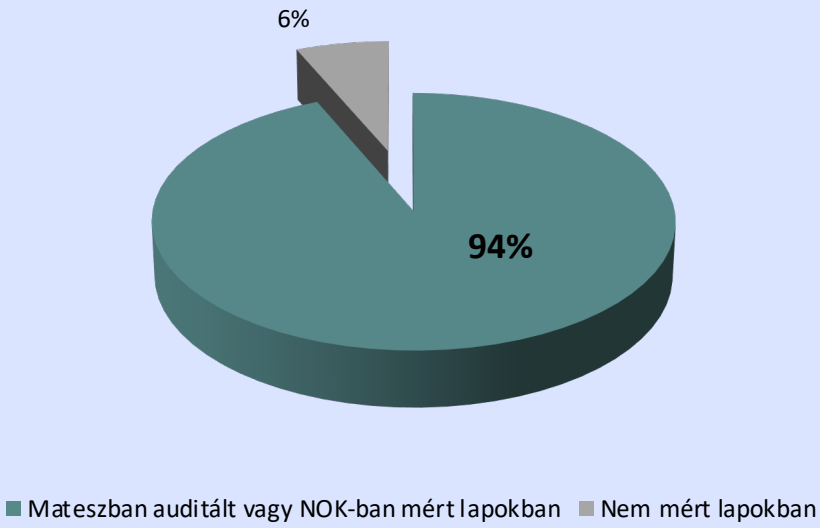
2018-ban a Kantar által figyelt 312 print termékből a NOK vagy a Matesz 123 lapot mért vagy auditált.

A címek 43%-át támogatták méréssel, ami a listaáras reklámbevétel 88%-át (vs 2016: 82%) eredményezte.

Transzparencia Riport 2018, NOK, Matesz, Kantar

A TOP 200 hirdető bizalma növekszik a mért lapok iránt: a költésük 94%-a jelent meg ebben a szegmensben.

A Top 200 print hirdető reklámköltésének megoszlása, 2018



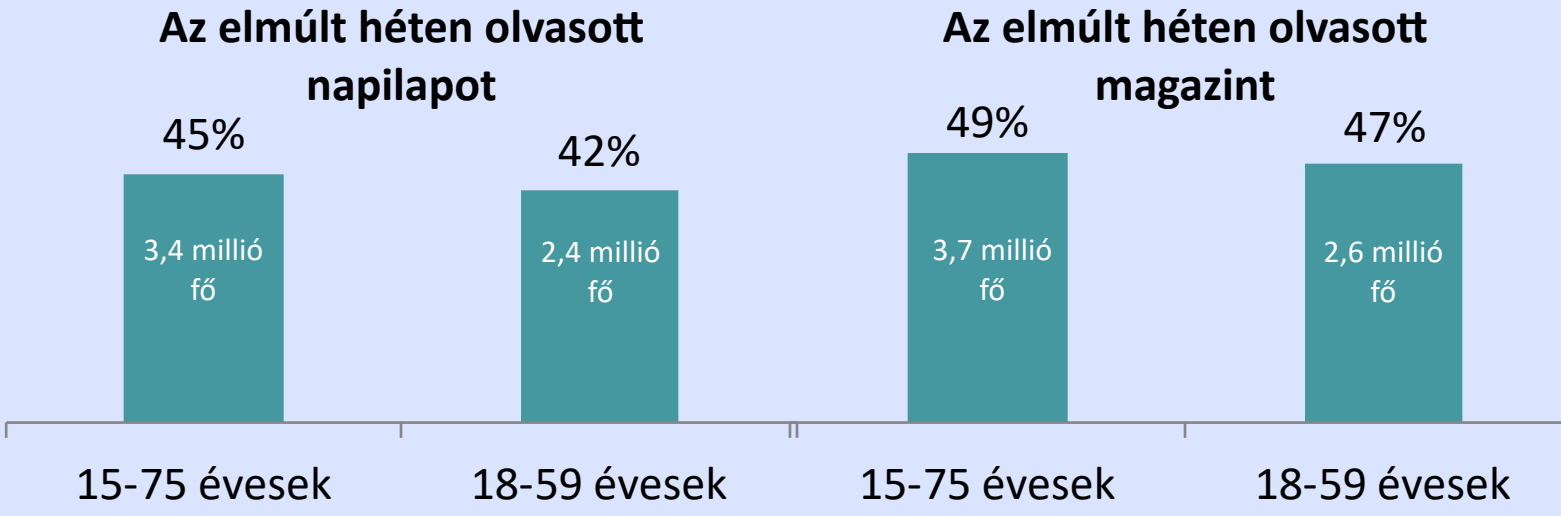
- 2017-ben 5.381 db cég hirdetett aktívan a Kantar által figyelt napilapokban és magazinokban*. Közülük a 200 legnagyobb adta a teljes print reklámköltés több mint 62 százalékát.
- A print piaci költések koncentrálódása fokozódik, amelynek a Matesz vagy NOK méréssel támogatott lapok egyértelműen a nyertesei.
- A Top 200 print piaci hirdető költésének 94%-a (vs 2016: 89%; 2017: 93%) Matesz vagy NOK méréssel támogatott lapban jelent meg.

Transzparencia Riport 2018, NOK, Matesz, Kantar

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

A NYOMTATOTT TARTALMAK OLVASOTTSÁGA

- A 15 -75 éves lakosság közel fele olvas hetente valamilyen napilapot, illetve négy hetente valamilyen hetilapot akár nyomtatott, akár digitálisan (pdf) elérhető formátumban.
- A hirdetési szempontból relevánsnak tartott 18-59 éves célcsoport körében ugyanilyen mértékű a napi- és magazin olvasottság, ami mindkét laptípus esetében 2,5 millió 60 évnél fiatalabb felnőtt elérését jelenti.



Forrás: NOK 2019. I-II. félév

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

A napilap és magazin olvasók az átlagosnál fogékonyabbak a hirdetésekre és magasabb fogyasztói potenciállal rendelkeznek

„Hajlok arra, hogy reklámozott termékeket vegyek”: 19% (vs. 17% teljes minta)

A reklámok, a kívánt tartalom részei – **nincs reklám elutasítottság.**

TGI kommunikációs tipológia: „széles látókörű / kiegyensúlyozott” 23% (vs. 21% teljes minta)

TGI reklámbefogadó: 20% (vs. 17% teljes minta)

„Mindig tisztában vagyok azzal, hogy azt a programot, amin részt veszek, milyen cégek támogatják”: 23% (vs. 21% teljes minta)

Az olvasókról elmondhatjuk, hogy nagyobb tudás, több információ birtokában vannak és **hajlamosak több pénzt költeni.**

Vállalkozó vagy vezető vagy diplomás 21% (vs. 18% teljes minta)

Forrás: Target Group Index (TGI), 2019.

MAGYAR
LAPKIADÓK
EGYESÜLETE

Köszönjük megtisztelő figyelmüket!

MAGYAR
LAPKIADÓK
EGYESÜLETE

FÜGGELÉK

MAGYAR
LAPKIADÓK
EGYESÜLETE

ADATSZOLGÁLTATÓK

Blikk

Central Médiacsoport

DRIZE KIADÓI KFT.

Galenus Gyógyszerészeti Lap- és Könyvkiadó Kft.

Grabowski BESZÉLJÜNK A LÉNYEGRŐL!

hvg

IQ PRESS

KÉPMÁS

MARQUARD MEDIA

MAGYAR MEZŐGAZDASÁG

mediaworks Content first.

PPH MEDIA

Magyar Posta

ringier axel springer

LAPKER

SZUPER INFÓ

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

ADATSZOLGÁLTATÓK

- Blikk Kft.
- Central Médiacsoport Zrt.
- Drize Kiadói Kft.
- Galenus Gyógyszerészeti Lap-és Könyvkiadó Kft.
- Grabowski Kiadó Kft.
- HVG Kiadó Zrt.
- IQ Press Kft.
- Képmás 2002 Kft.
- Magyar Mezőgazdaság Kft.
- Marquard Media Magyarország Kft.
- Mediaworks Hungary Zrt.
- Professional Publishing Hungary Kft.
- Ringier Axel Springer Magyarország 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

MAGYAR LAPKIADÓK EGYESÜLETE

BEVALLÁS 2019-RŐL

- Bevalló kiadók száma: 13 kiadó
- Bevallásban érintett lapok száma 233
- Összes bevallott *(tehát fix)* forgalom: 23, 87 MdFt *(+5,3%)*
- Összességében elmondható, hogy a magyar sajtópiac több mint 3500 címét felölelő bevallás és becslés esetében a bevallott - tehát pontos – bevétel, a teljes összeg közel 57%-át tette ki.

MAGYAR
LAPKIADÓK
EGYESÜLETE

Kiemelt köszönet a szakértői csoport tagjainak:

- Máth András
- Pónácz Zoltán
- Zilahi András

- illetve a Whitereportnak