



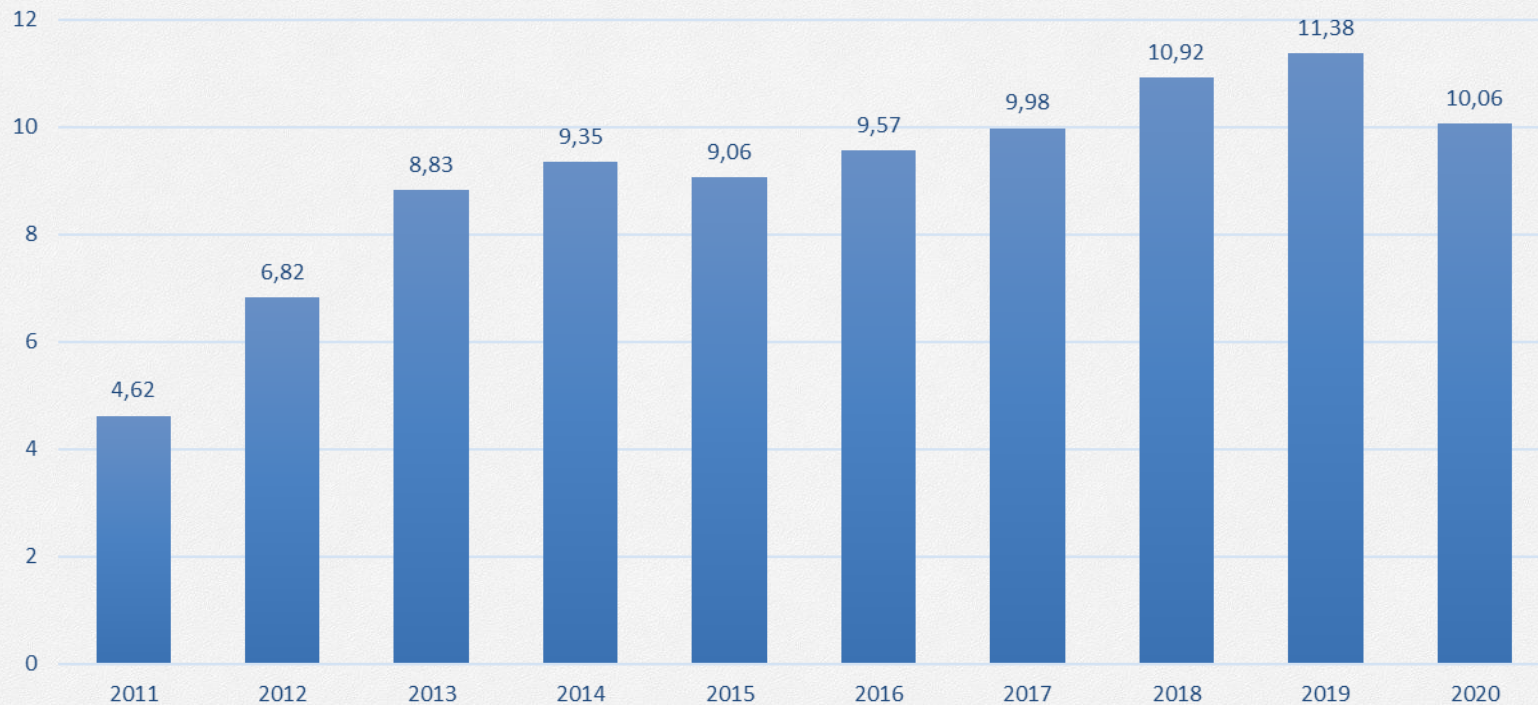
# Rádiós Piac

Bevételi áttekintés: 2020.

RAME - HEROE

# Rádiós piac 2020.

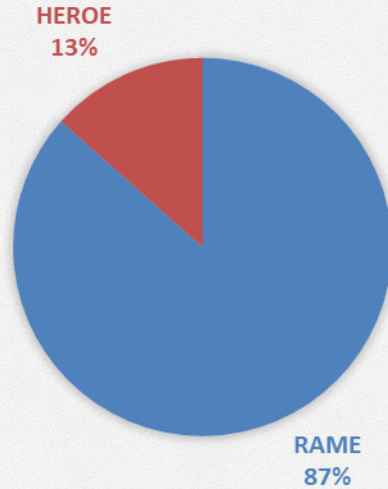
RAME – HEROE összesítés (milliárd)



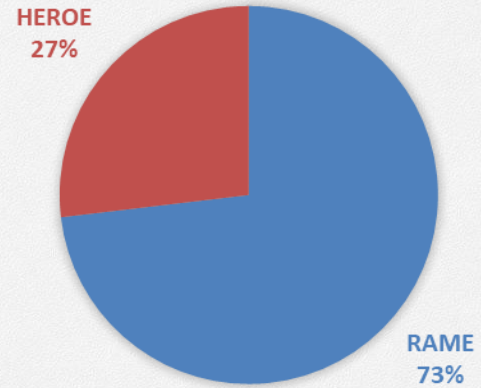
# Spot – Non spot

RAME – HEROE

## SPOT



## NON SPOT



# Rádió 2020-2021.

Mi volt? Mi várható?

## Hallgatottság:

- A hazai rádióállomások előzetes várakozásainak megfelelően, a koronavírus járvány miatt életbe léptetett korlátozások 2020-ban, ha nem is drámaian, de érintették a rádiós hallgatottságot is. A teljes zárás idején megfigyelhető hallgatószám csökkenés egyértelműen a reggeli rádióhallgatói szokások változásával magyarázható, hiszen a normálistól jelentősen eltérő fogyasztói napirendek komolyan átrajzolták a médiafogyasztási szokásokat, így a hosszú ideje változatlan rádiós tartalomfogyasztást is. Jó hír viszont az iparág számára, hogy a hallgatók, mint oly sokszor, most is bizonyították, hogy szeretik a rádiót, mint médiumot, hiszen a korlátozások feloldása után szinte azonnal visszatértek az adatok a megszokott szintre, vagyis az átlag napi és heti hallgatottsági számok is újra járványhelyzet előtti volumenre ugrottak vissza.
- Ez a trend azóta is tart sőt, a 2021-es harmadik hullám ellenére jelenleg is enyhe hallgatottsági emelkedés tapasztalható az átlag napi hallgatók körében, ami komoly bizakodással tölti el a rádiós szakembereket az év, még előttünk álló részével kapcsolatban.

## Árbevétel:

- Kereskedelmi árbevétel tekintetében már jóval nagyobb veszteséget szenvedett el 2020-ban az iparág, hiszen a járványhelyzet miatti lezárások és az ügyfelek érthetően óvatosabb tervezési és kommunikációs stratégiája gyakorlatilag minimálisra csökkentette a rádiós on air promóciókon kívüli non spot aktivitások számát, miközben érthető módon teljes szektorok hibernálták hónapokra az aktivitásaikat és voltak olyan, a rádióban intenzíven kommunikáló iparágak is, amelyek gyakorlatilag megszűntek, vagy minimálisra csökkentették a kommunikációra, így a rádióra fordított költségeiket is (elég csak a kulturális, zenei, rendezvény vagy fesztivál szektort említenünk).
- A 2021-es évben, a hagyományosan rádióban erősen kommunikáló iparágak a nyitással egyidőben várhatóan erőteljesen, intenzíven és igen proaktív módon próbálják majd megszólítani célközönségüket, ami várakozásaink szerint pozitívan hat majd az egyes rádiócsatornák és a teljes iparág bevételi volumenére is.







Köszönöm a figyelmet!

