

# REKLÁMTORTA 2015

A 2015. évi televíziós reklámpiaci felmérés eredményei

2016. február 18.



# Reklámtorta 2015

---

- ▶ A Reklámtorta 2015 felmérés az elmúlt évek gyakorlatát követve készült.
- ▶ A piac méretének megállapításához az adatokat közvetlenül a MEME tagjai, a televíziós társaságok szolgáltatták.
- ▶ 56 televízió volt az adatszolgáltatók között.
- ▶ Az adatok összegyűjtését és összesítését az EY végezte.
- ▶ A beérkezett adatokat az összesítést követően megsemmisítettük.

# Adatszolgáltató televíziós csatornák listája: 56 csatorna

- ▶ ATV
- ▶ AXN
- ▶ Cartoon Network
- ▶ CBS Reality
- ▶ Comedy Central
- ▶ Cool
- ▶ Discovery Channel
- ▶ Disney Channel
- ▶ DOQ
- ▶ Duna
- ▶ Duna World
- ▶ FEM3
- ▶ Film Café
- ▶ Film Mánia
- ▶ Film+
- ▶ Film+2
- ▶ FOX
- ▶ Galaxy
- ▶ ID Investigation
- ▶ LifeNetwork
- ▶ M1
- ▶ M2
- ▶ M3
- ▶ M4 Sport
- ▶ Minimax
- ▶ Megamax\*
- ▶ MTV
- ▶ Music Channel
- ▶ Muzsika
- ▶ Nat Geo Wild
- ▶ National Geographic
- ▶ Nickelodeon
- ▶ OzoneNetwork
- ▶ Paramount Channel
- ▶ PRO4
- ▶ PV TV\*
- ▶ RTL II
- ▶ RTL Klub
- ▶ RTL +
- ▶ Sláger TV
- ▶ Sorozat+
- ▶ Spektrum
- ▶ Spektrum Home
- ▶ Sport 1
- ▶ Sport 2
- ▶ SportM\*
- ▶ Sport Klub
- ▶ Story 4
- ▶ Story 5
- ▶ SUPERTV2
- ▶ TV Paprika
- ▶ TV2
- ▶ Universal
- ▶ Viasat3
- ▶ Viasat6
- ▶ Viva

\* Nincs reklámértékesítés

# Ebben az évben is net-net reklám árbevételt számítottunk

---

- ▶ Kedvezményekkel csökkentett, ügynökségi jutalékok levonása utáni „tisztá” árbevétellel számoltunk.
- ▶ Az adatok nem tartalmazzák barter tevékenységből származó bevételt.
- ▶ Az adatok nem tartalmazzák olyan, egyéb bevételi forrásokat, mint például emelt díjas telefon és SMS szolgáltatásokból, valamint a rendezvényekből és a saját márkás árucikkekből származó bevétel.
- ▶ A szponzoráció tartalmazza a termékmegjelenítésből származó bevételt is, a szponzor finanszírozott műsorok esetében a produkciós költségeket azonban nem tartalmazza.
- ▶ Minden adatot millió forintban mutatunk be.

# 51,6 milliárdos a 2015-ös Reklámtorta

---

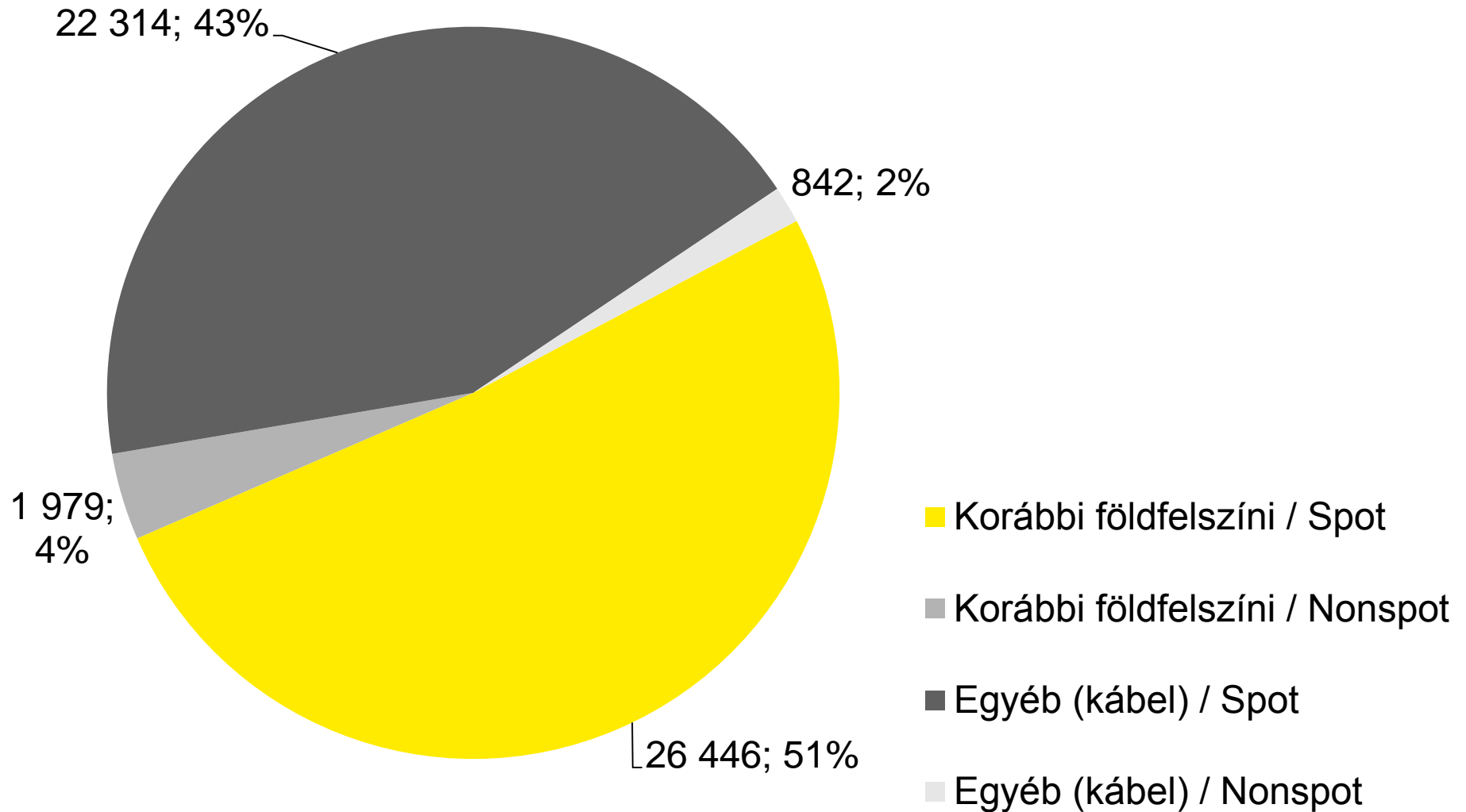
- ▶ Az EY összesítése alapján 2015-ben a televíziós reklámpiac teljes árbevétele:

**51 581**  
**millió forint**

- ▶ Az adatszolgáltatásban résztvevő televíziók a nézettségi adatok alapján a piac körülbelül 99 százalékát fedik le.\*

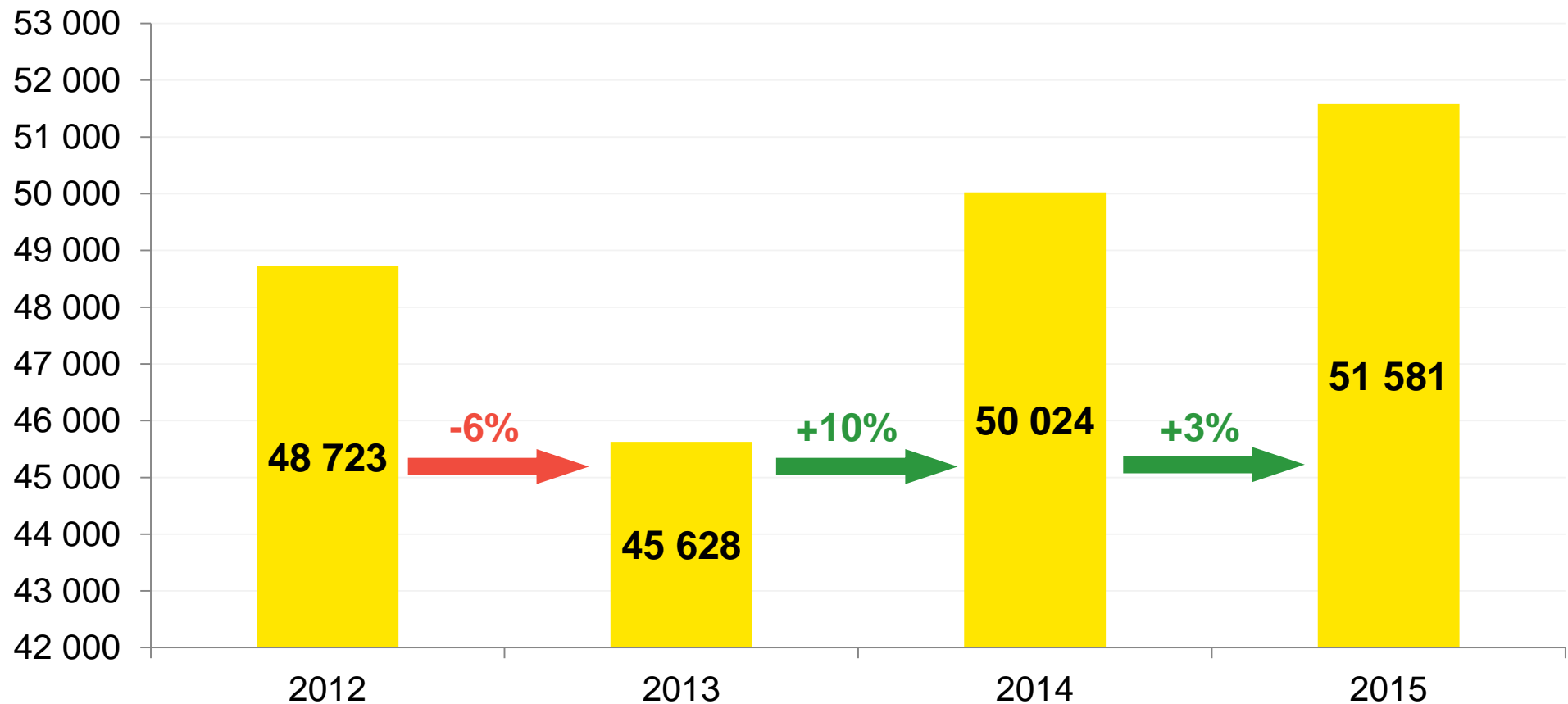
\* MEME által megadott adatok alapján, a 18-49 éves korosztályban, 2-26h időszámban

# A 2015-ös Reklámtorta megoszlása (millió forintban és százalékosan)



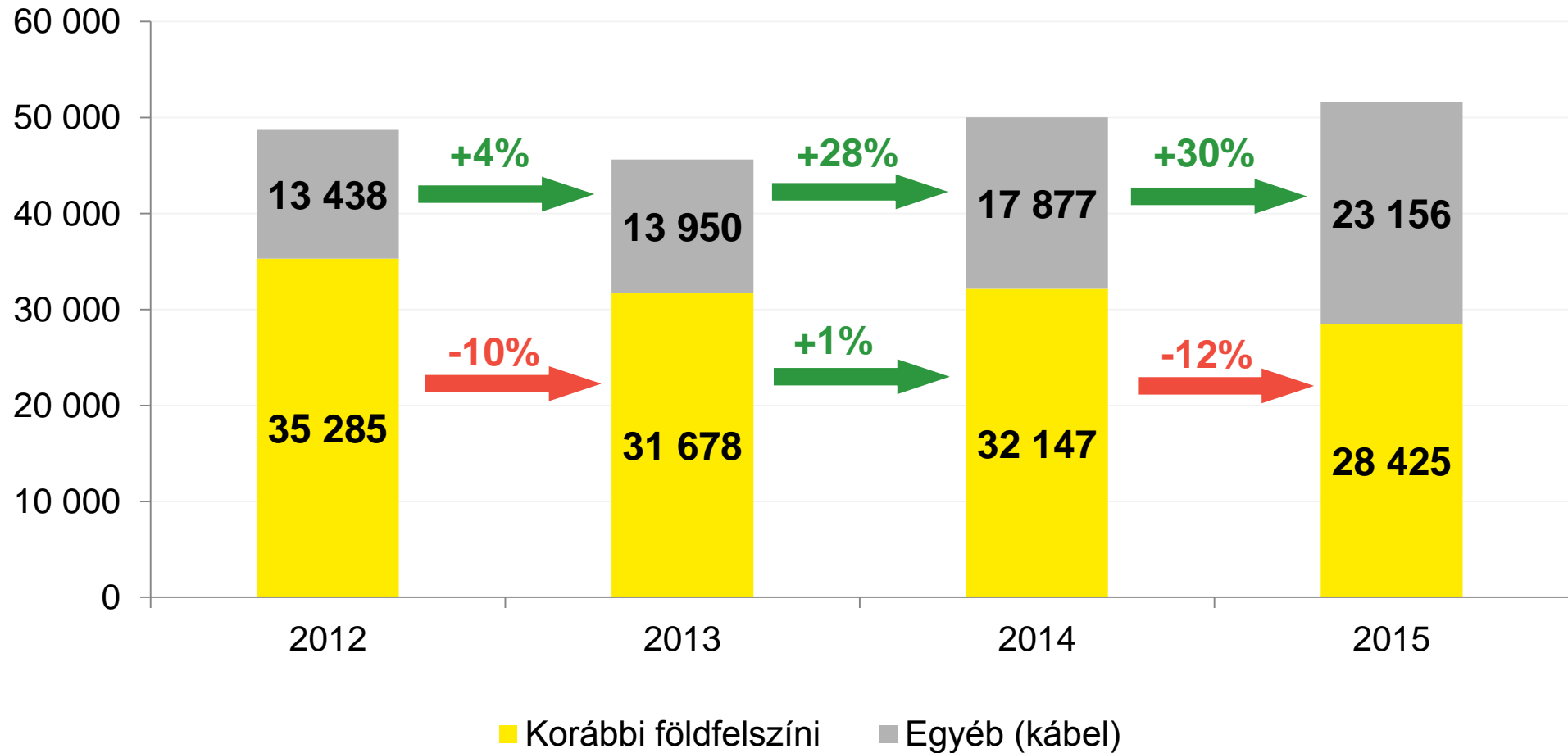
# 3 %-kal nőttek a televíziós reklámbevételek

Televíziós reklámbevételek összege az elmúlt években  
(millió forintban)



# 30 százalékos bővülés az egyéb (kábel) csatornáknál

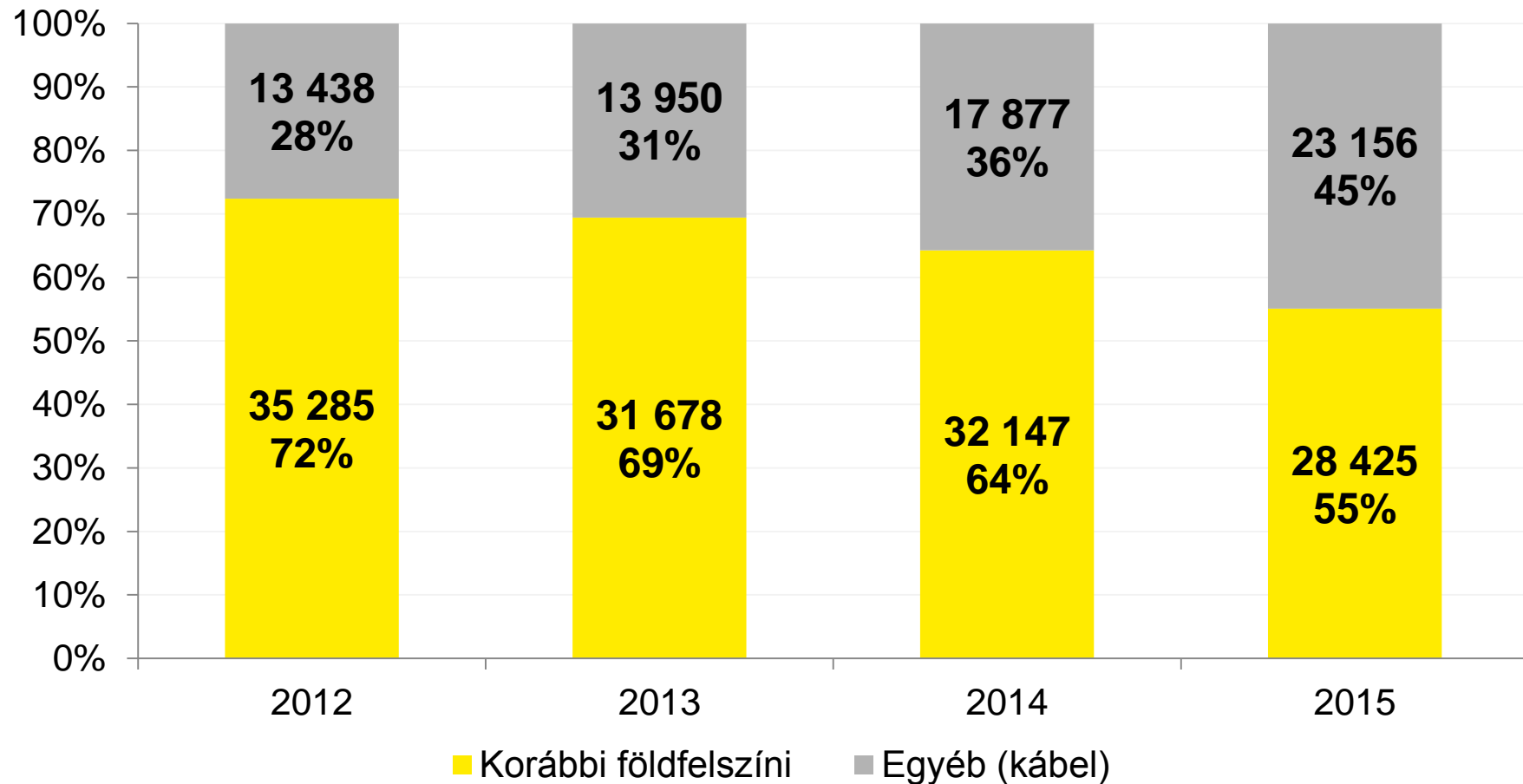
Televíziós reklámbevételek megoszlása a korábbi országos földfelszíni sugárzású és az egyéb (kábel) csatornák között (millió forintban)





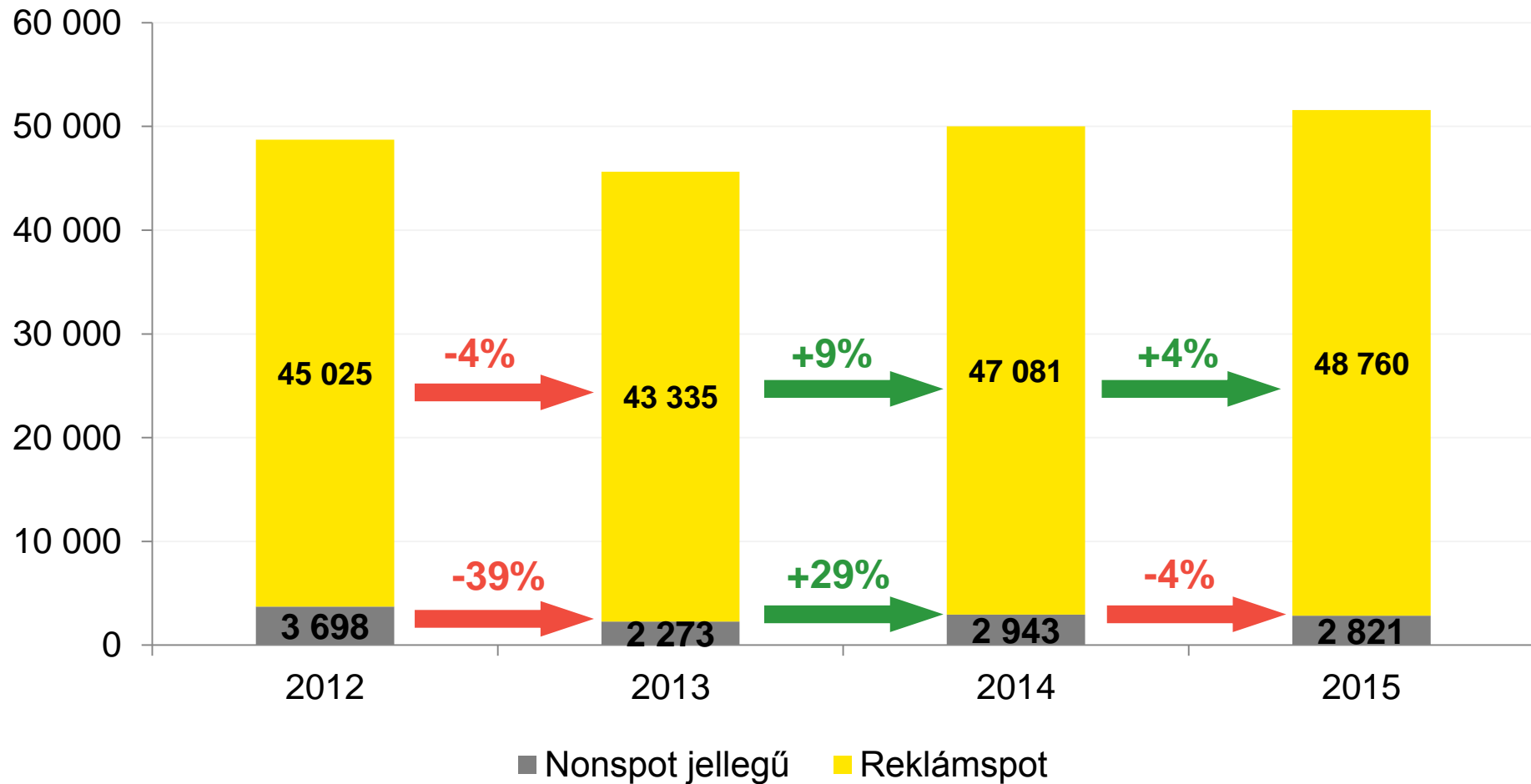
# Nőtt az egyéb (kábel) csatornák reklámbevételeinek aránya

Televíziós reklámbevételek megoszlása a korábbi országos földfelszíni sugárzású és az egyéb (kábel) csatornák között (millió forintban)



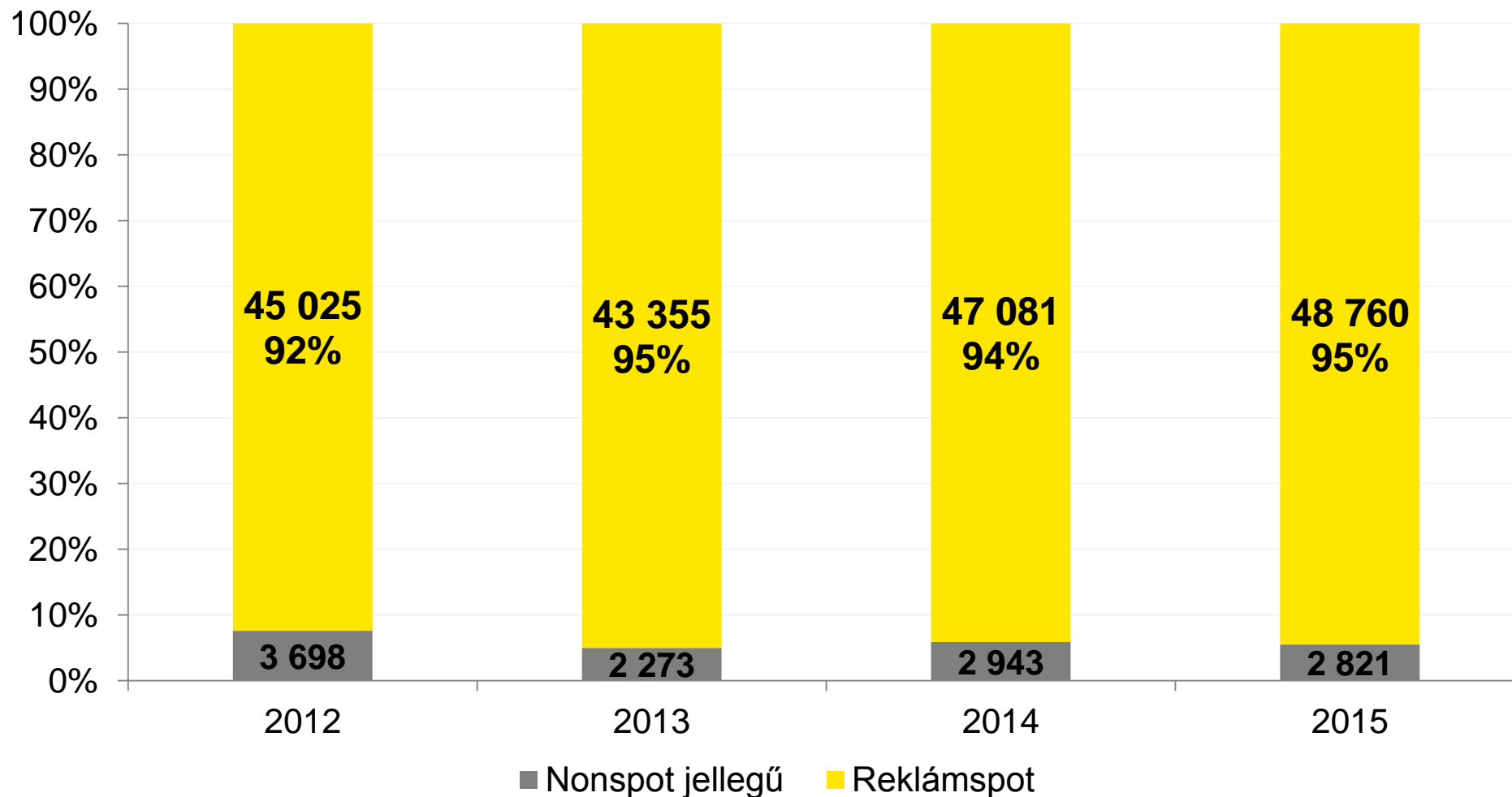
# 4 százalékkal csökkentek a nonspot jellegű reklámbevételek az előző évhez képest

Televíziós reklámbevételek megoszlása reklámspot és nonspot jellegű bevételek között (millió forintban)



# 1 százalékkal növekedett a spotokból származó reklámbevétel részaránya a teljes Reklámtortán belül

Televíziós reklámbevételek megoszlása reklámspot és nonspot jellegű bevételek között (millió forintban)



# Összefoglaló

---

- ▶ A televíziós reklámbevételek 2015-ben meghaladták az 51,5 milliárd forintot.
- ▶ Tavalyhoz képest összességében nőttek a reklámbevételek. A növekedés mértéke 2015-ben 1 557 millió forint volt, ami 3 százalékos emelkedésnek felel meg.
- ▶ A 2015-es reklámbevételek 55 százalékát a korábbi földfelszíni sugárzású televíziók bevételei, 45 százalékát pedig az egyéb (kábel) televíziók bevételei adják.
- ▶ A televíziós reklámbevételek megoszlását tekintve a korábbi földfelszíni sugárzású és egyéb (kábel) csatornák között eltolódás figyelhető meg az egyéb típusú csatornák javára, amelyek összességében jelentősen, 30 százalékkal növelni tudták reklámbevételeiket.
- ▶ A nonspot jellegű bevételek összege a tavalyi 29 százalékos emelkedés után idén csekély mértékben, 4 százalékkal csökkent.

**Köszönöm  
megtisztelő  
figyelmüket!**

## Az EY-ről

Az EY egyike a világ vezető könyvvizsgáló, adó-, tranzakciós és üzleti tanácsadást nyújtó vállalatainak. Tapasztalatunk és az általunk nyújtott minőségi szolgáltatások segítséget nyújtanak a bizalom megerősítésében a tőkepiacokon és a gazdaságban világszerte. Olyan kivételes vezetők kerülnek ki munkatársaink közül, akik közösen azért dolgoznak, hogy megfeleljenek az ügyfeleinkkel szembeni vállalásaiknak. Ennek érdekében kiemelkedő szerepet játszunk egy jobban működő világ felépítésében munkatársaink, ügyfeleink és a minket körülvevő közösségek számára.

Az EY név a globális szervezetre, illetve az Ernst & Young Global Limited egy vagy több tagjára utal, amelynek mindegyike önálló jogi személy. Az angliai székhelyű Ernst & Young Global Limited (company limited by guarantee) nem foglalkozik ügyfelek részére történő szolgáltatásnyújtással. További információkért kérjük, látogasson el honlapunkra a [www.ey.com](http://www.ey.com) címen.

© 2016 Ernst & Young Tanácsadó Kft.

Minden jog fenntartva.

A jelen anyag célja csak általános tájékoztatás, és nem minősül hivatalos könyvvizsgálói, adó- vagy üzleti tanácsadásnak. Kérjük, keresse fel tanácsadóját, ha specifikus információra van szüksége.

[ey.com/hu](http://ey.com/hu)