

## Sajtóközlemény

Ludvig Orsolya  
EY  
orsolya.ludvig@hu.ey.com

Varga Imre  
Noguchi Porter Novelli  
+36 1 312 7289  
+3630 433 9092  
ivarga@noguchi.hu

### **Reklámtorta 2015: Tovább növekedtek a televíziós reklámbevételek Magyarországon**

**Budapest, 2016. február 18. csütörtök**

**Össességében tovább emelkedtek a televíziós reklámbevételek 2015-ben Magyarországon. A televíziós reklámtorta az előző évhez képest 3 százalékos növekedéssel 51,5 milliárd forintra bővült. Az egyéb (kábel) csatornák közel harmadával nagyobb reklámbevételt értek el – derül ki az EY és a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületének (MEME) közös éves jelentéséből. A televíziós reklámtorta 2015 eredményeit csütörtökön sajtótájékoztaton ismertették.**

„A televíziós reklámbevételek megoszlásában tavaly is látványos eltolódást figyelhettünk meg a korábbi földfelszíni sugárzású csatornáktól az egyéb (kábel) csatornák irányába.” – mondta Rencz Botond, az EY vezérigazgatója.

A felmérés eredményeit bemutató Bindics Judit, az EY Tanácsadó üzletágának igazgatója hozzátette: „Az egyéb (kábel) televíziók harminc százalékkal tudták növelni reklámbevételeiket 2015-ben, ezzel a tavalyi teljes bevétel 45 százalékát adták. A 2014-ben 10 százalékos, összesen 4 milliárd forintos bővüléshez képest tavaly összességében valamivel több mint másfél milliárd forinttal növekedett a teljes televíziós reklámtorta.”

Az adatok szerint a reklámtorta tavaly 1,56 milliárd forinttal 51,5 milliárd forintra növekedett. A korábbi földi sugárzású adók piacán korábban tapasztalt csekély bővülést 12 százalékos csökkenés követte 2015-ben, aminek eredményeként összbevételekük 28,43 milliárd forintra zsugorodott. Mindeközben tovább nőtt az egyéb (kábel) televíziók részaránya a teljes reklámtortán belül, bevételekük tavaly már mintegy 23,16 milliárd forintot tett ki.

„A reklámköltések tavalyi, újabb növekedése egyértelműen jelzi a hirdetőik töretlen bizalmát a televízió felé, illetve igazolja, hogy a televíziós reklámok hatékonysága megkérdőjelezhetetlen nemcsak a márkaismertség építésében, de a fogyasztásösztönzésben is.” – emelte ki Kovács Krisztián, a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületének elnöke.

A teljes televíziós reklámbevételben belül a nem spot típusú bevételek összege a 2014-ben tapasztalt 29 százalékos emelkedés után tavaly csekély mértékben, 4 százalékkal csökkent, míg a klasszikus reklámspotokból származó bevételek ezzel megegyező arányban nőttek. A nem spot jellegű bevételek összege 2,82 milliárd forintra csökkent 2015-ben, míg a reklámspotokból származó bevételek meghaladták 48,76 milliárd forintot.

---

## A szerkesztők figyelmébe

### A felmérésről

A 2015. évi televíziós reklámpiaci felmérésben 56 televízió csatorna szolgáltatott adatot. A piac méretének megállapításához az adatokat közvetlenül a televíziós társaságok, valamint sales house-ok szolgáltatták.

Az adatok összegyűjtését és összesítését az EY végezte. A beérkezett adatokat a feldolgozást követően a cég megsemmisítette.

A jelentés elkészítésekor idén is a net-net (kedvezményekkel csökkentett, ügynökségi jutalék levonása utáni) reklám árbevételét vették figyelembe. A felmérés nem tartalmazza a barter tevékenységből származó bevételeket, valamint az olyan egyéb forrásokat, mint például az emelt díjas telefon és SMS, a rendezvények, valamint a saját márkás árucikkek. A szponzoráció tartalmazza a termékmegjelenítésből származó bevételt is, a szponzor-finanszírozott műsorok esetében azonban a bevétel nem tartalmazza a produkciós költségeket.

### A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületéről

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (röviden: MEME), szakmai érdekképviselő, mely céljának tekinti az audiovizuális médiumok médiaszolgáltatói kultúrájának emelését, az audiovizuális kereskedelmi tevékenység, valamint a tagok erkölcsi súlyának emelését, szakmai munkájának elősegítését, s az ehhez szükséges szakmai környezet fenntartását, javítását.

A MEME 2005. óta végzi a televíziós reklámpiacra vonatkozó felmérést, valós - nem becsült - adatokat szolgáltatva ezáltal a televíziós reklámpiac méretéről, hangsúlyozva a piaci transzparencia fontosságát.

Az egyesület elnöki tisztségét 2012. áprilisa óta Kovács Krisztián tölti be.

További információ: [www.memeinfo.hu](http://www.memeinfo.hu)

### Az EY-ről

Az EY a könyvvizsgálat, adó-, tranzakciós és üzleti tanácsadás területén világszerte az egyik vezető szolgáltató. Szakértelmünk, tapasztalatunk és az általunk nyújtott minőségi szolgáltatások jelentősen hozzájárulnak a tőkepiacok és általában a gazdaság iránti bizalom erősítéséhez. Kiemelkedő vezetőink együtt dolgoznak, hogy érintett partnereink felé tett vállalásainkat teljesítsük. Munkánk során így érdemben hozzájárulunk egy jobban működő világ építéséhez munkatársaink, ügyfeleink és közösségek számára.

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

© 2016 Ernst & Young Kft. / 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.