

REKLÁMTORTA 2014

A 2014. évi televíziós reklámpiaci
felmérés eredményei

2015. február 19.



EY

Building a better
working world

 **MEME**

Reklámtorta 2014

- ▶ A Reklámtorta 2014 felmérés az elmúlt évek gyakorlatát követve készült.
- ▶ A piac méretének megállapításához az adatokat közvetlenül a MEME tagjai, a televíziós társaságok szolgáltatták.
- ▶ 51 televízió volt az adatszolgáltatók között.
- ▶ Az adatok összegyűjtését és összesítését az EY végezte.
- ▶ A beérkezett adatokat az összesítést követően megsemmisítettük.

Adatszolgáltató televíziós csatornák listája: 51 csatorna

- ▶ ATV
- ▶ AXN
- ▶ Cartoon Network
- ▶ CBS Reality
- ▶ Comedy Central
- ▶ Cool
- ▶ Discovery Channel
- ▶ Disney Channel
- ▶ Duna TV
- ▶ Duna World
- ▶ FEM3
- ▶ Film Café
- ▶ Film Mánia
- ▶ Film+
- ▶ Film+2
- ▶ Fishing and Hunting**
- ▶ FOX
- ▶ LifeNetwork
- ▶ M1
- ▶ M2
- ▶ M3
- ▶ Minimax
- ▶ MTV
- ▶ Musicmix*
- ▶ Music Channel
- ▶ Muzsika
- ▶ Nat Geo Wild
- ▶ National Geographic
- ▶ Nickelodeon
- ▶ OzoneNetwork
- ▶ Paramount
- ▶ PRO4
- ▶ PV TV**
- ▶ RTL II
- ▶ RTL Klub
- ▶ RTL + / Prizma
- ▶ Sláger TV
- ▶ Sorozat+
- ▶ Spektrum
- ▶ Spektrum Home
- ▶ Sport 1
- ▶ Sport 2
- ▶ Story 4
- ▶ Story 5
- ▶ SUPERTV2
- ▶ TV Paprika
- ▶ Tv2
- ▶ Universal Channel
- ▶ Viasat 3
- ▶ Viasat 6
- ▶ Viva

* 2014. júniustól nincs reklámértékesítés

** 2014. május 15-től 2 csatorna együtt: PVTV + F&H

Ebben az évben is net-net reklám árbevételt számítottunk

- ▶ Kedvezményekkel csökkentett, ügynökségi jutalékok levonása utáni „tisztá” árbevétellel számoltunk.
- ▶ Az adatok nem tartalmaznak barter tevékenységből származó bevételt.
- ▶ Az adatok nem tartalmaznak 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.

50 milliárdos a 2014-es Reklámtorta

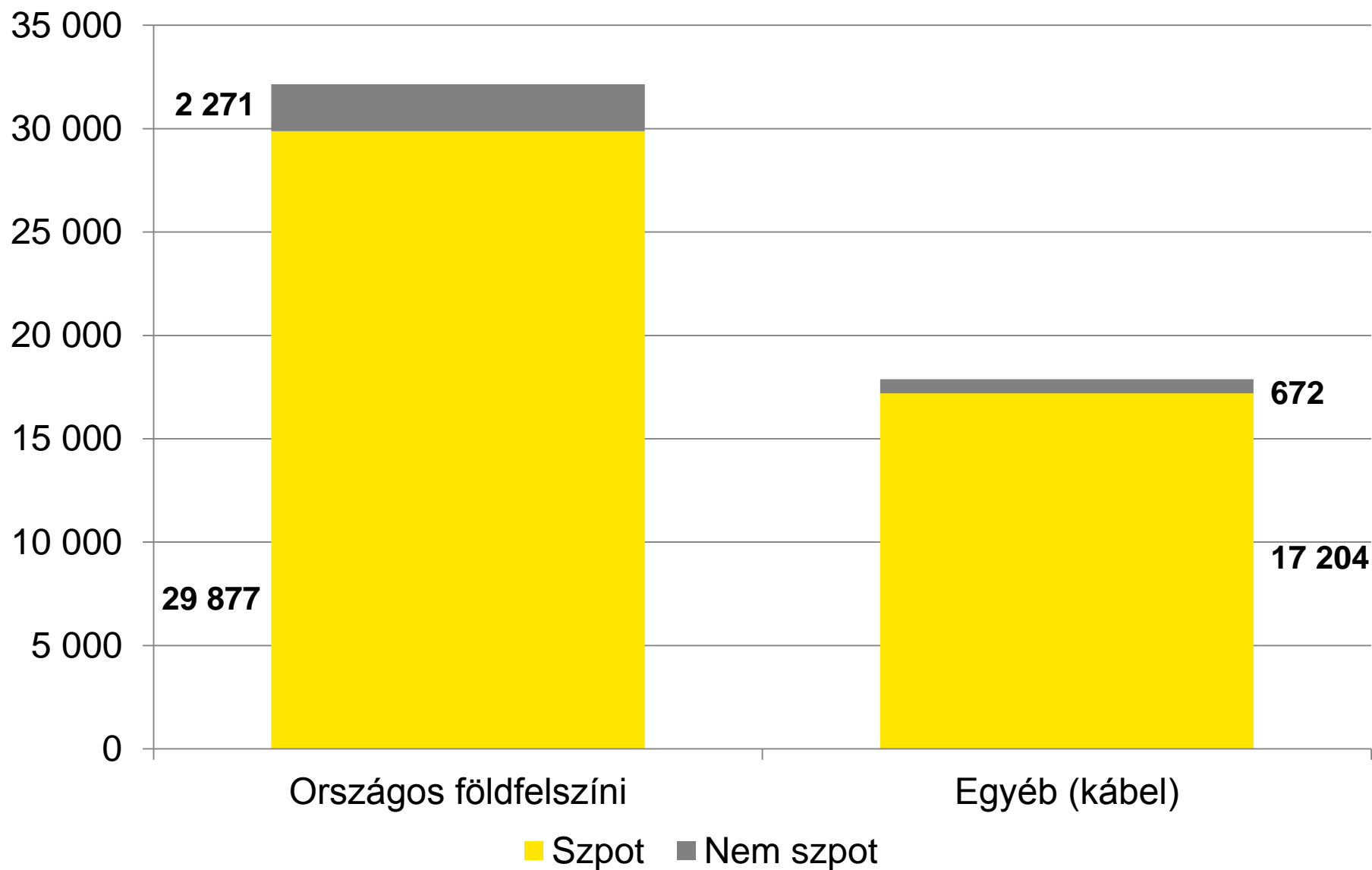
- ▶ Az EY összesítése alapján 2014-ben a televíziós reklámpiac teljes árbevétele:

50 024
millió forint

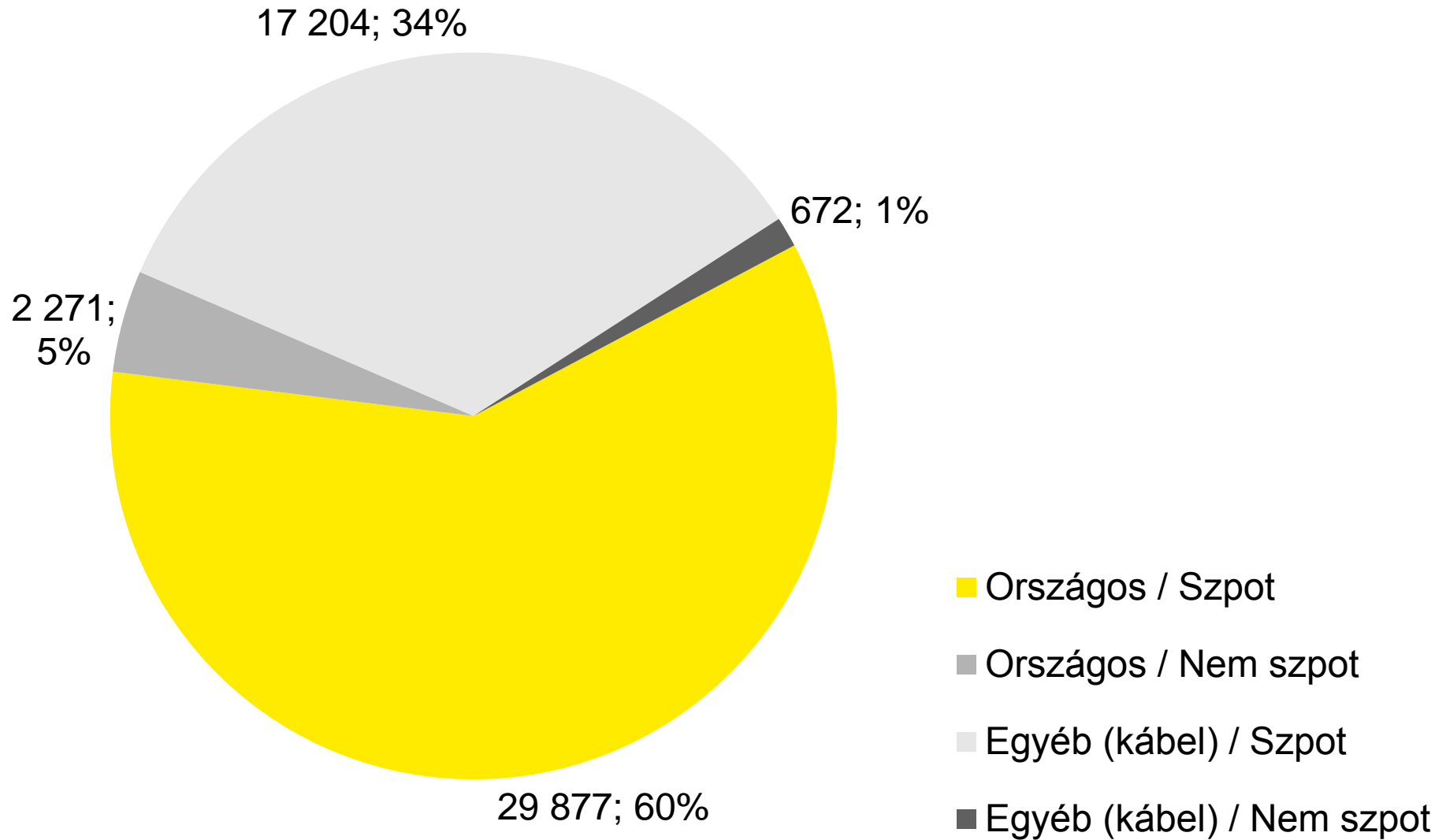
- ▶ Az adatszolgáltatásban résztvevő televíziók a nézettségi adatok alapján a piac körülbelül 99 százalékát fedik le.*

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

A 2014-es Reklámtorta megoszlása (millió forintban)

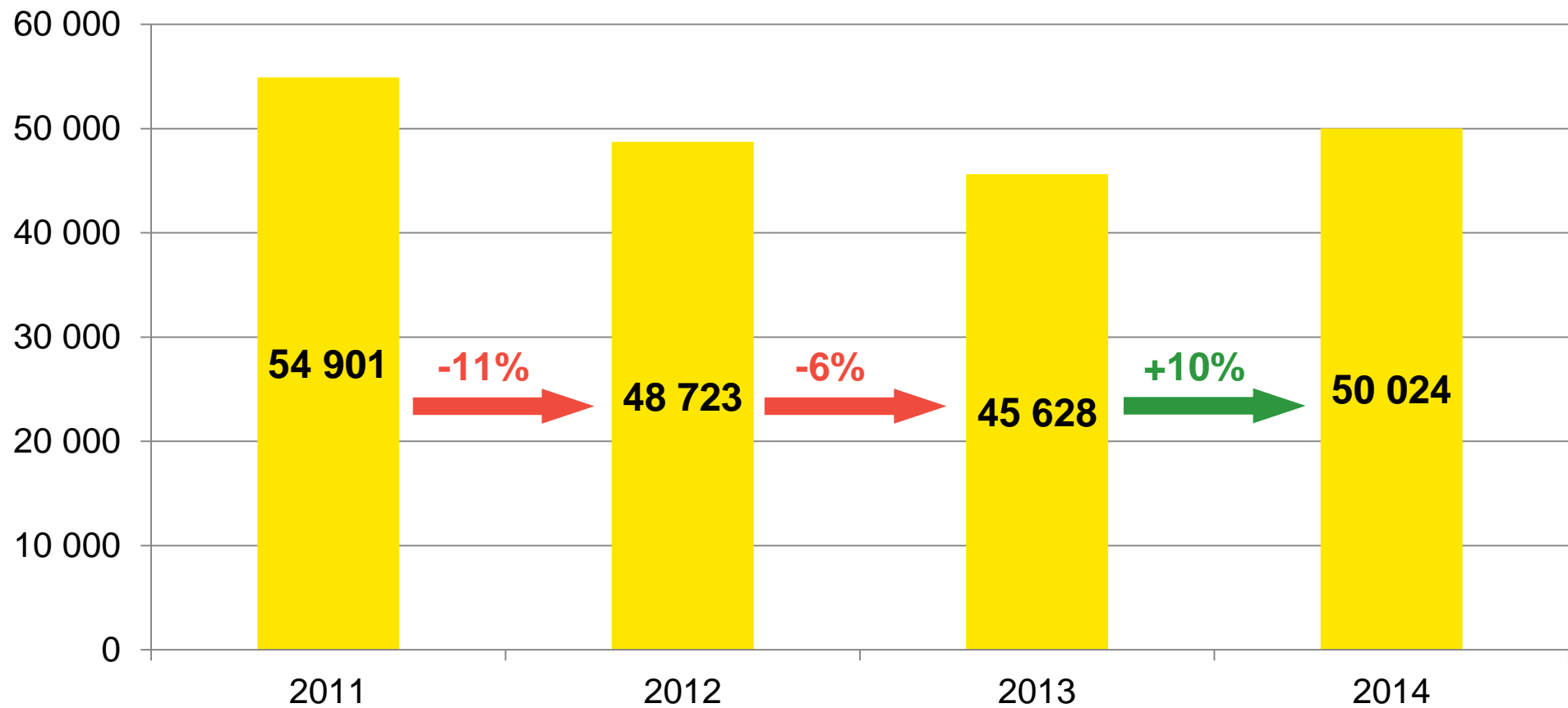


A 2014-es Reklámtorta megoszlása (millió forintban és százalékosan)



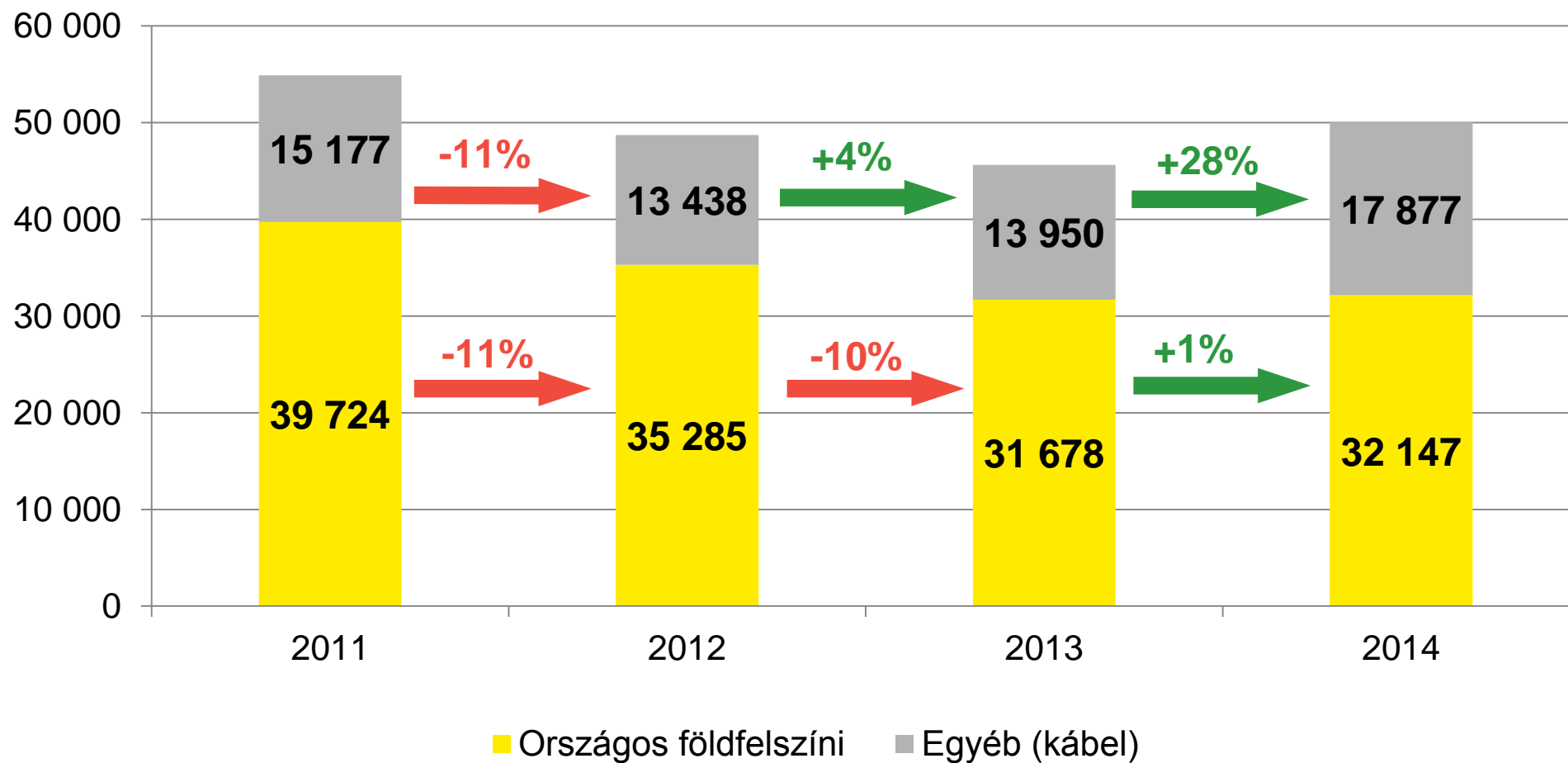
10%-kal nőttek a televíziós reklámbevételek

Televíziós reklámbevételek összege az elmúlt években
(millió forintban)



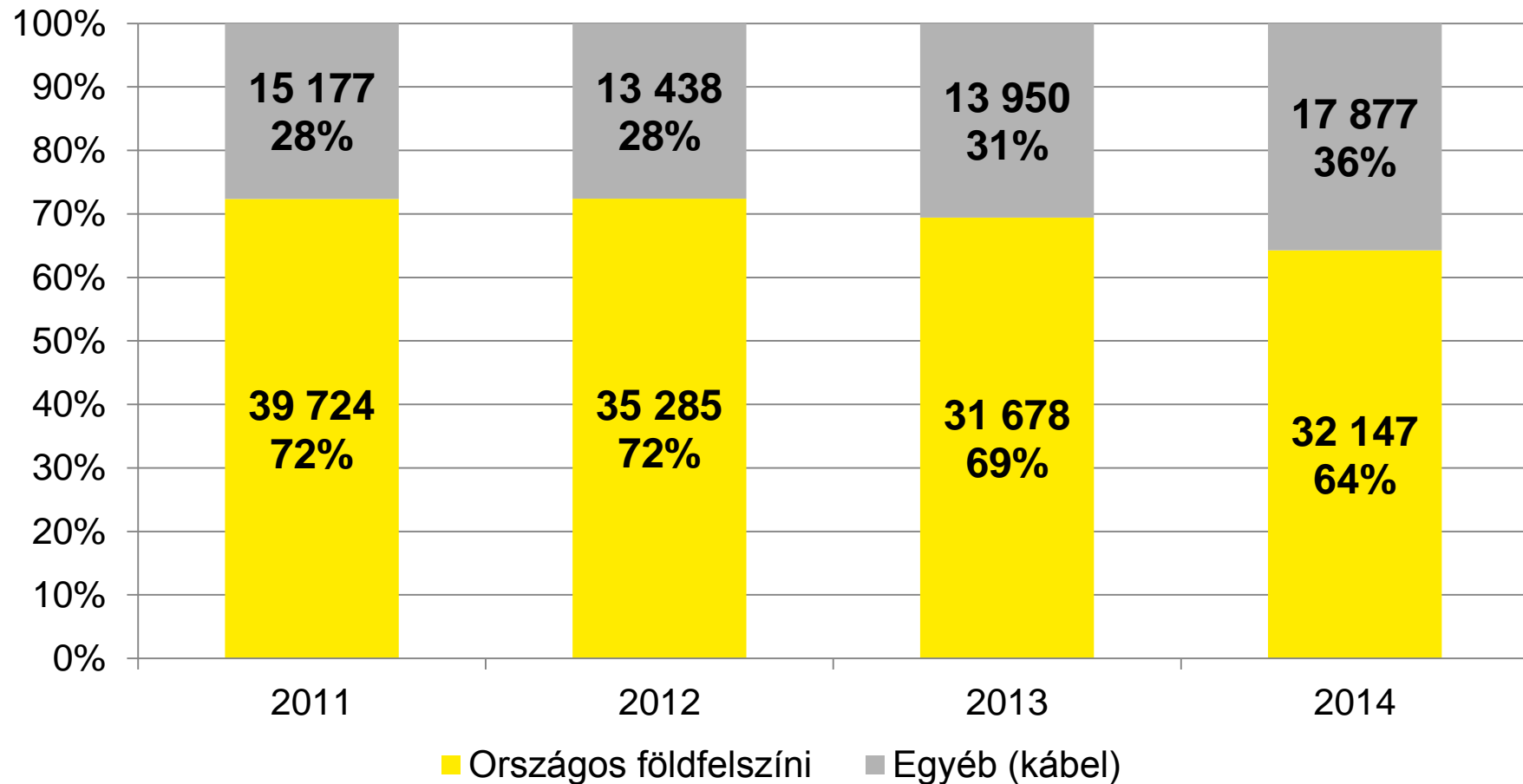
28 százalékos bővülés a nem földi sugárzású adóknál

Televíziós reklámbevételek megoszlása az országos földfelszíni sugárzású és az egyéb televíziók között (millió forintban)



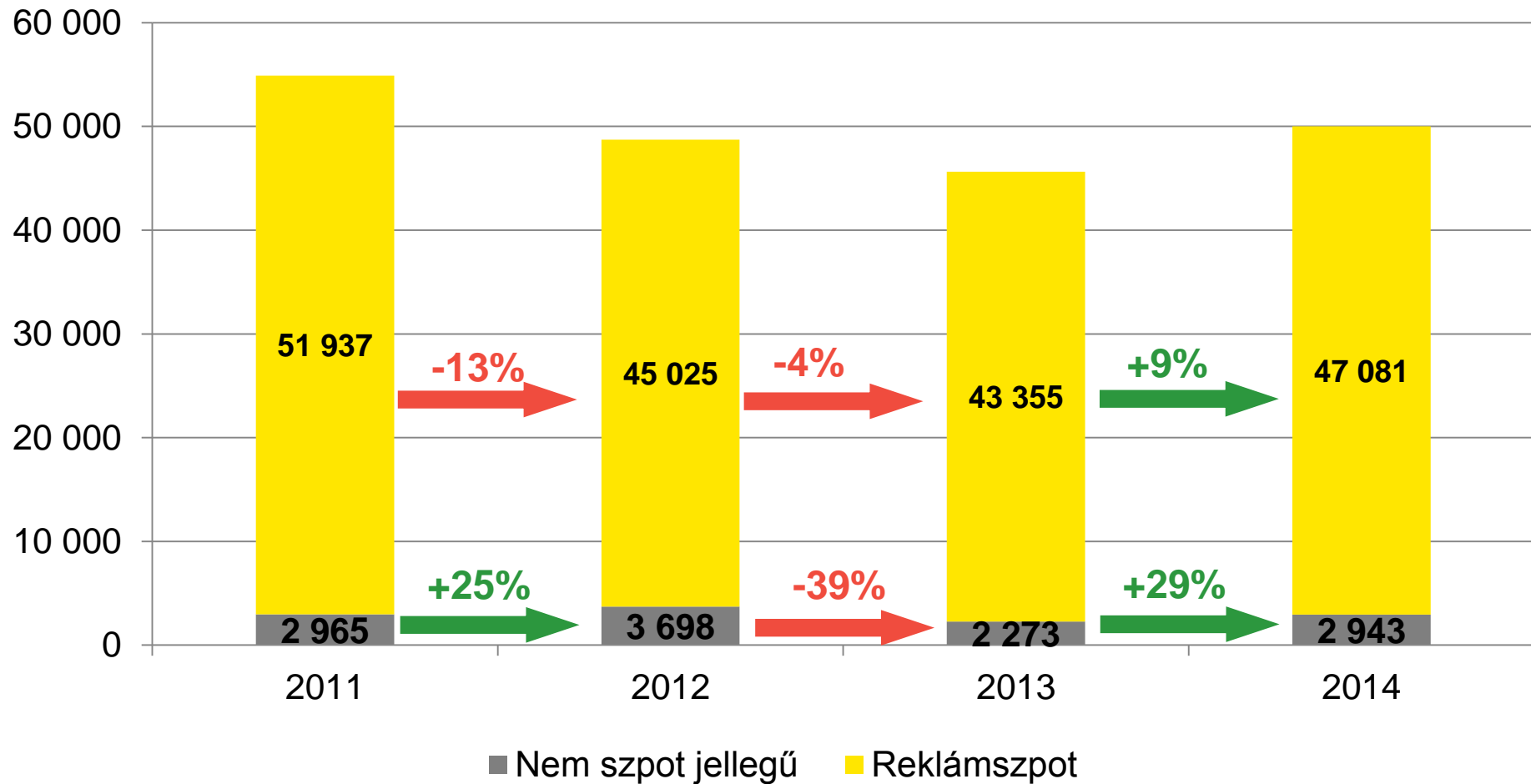
Nőtt a nem földi sugárzású adók reklámbevételeinek aránya

Televíziós reklámbevételek megoszlása az országos földfelszíni sugárzású és az egyéb televíziók között (millió forintban)



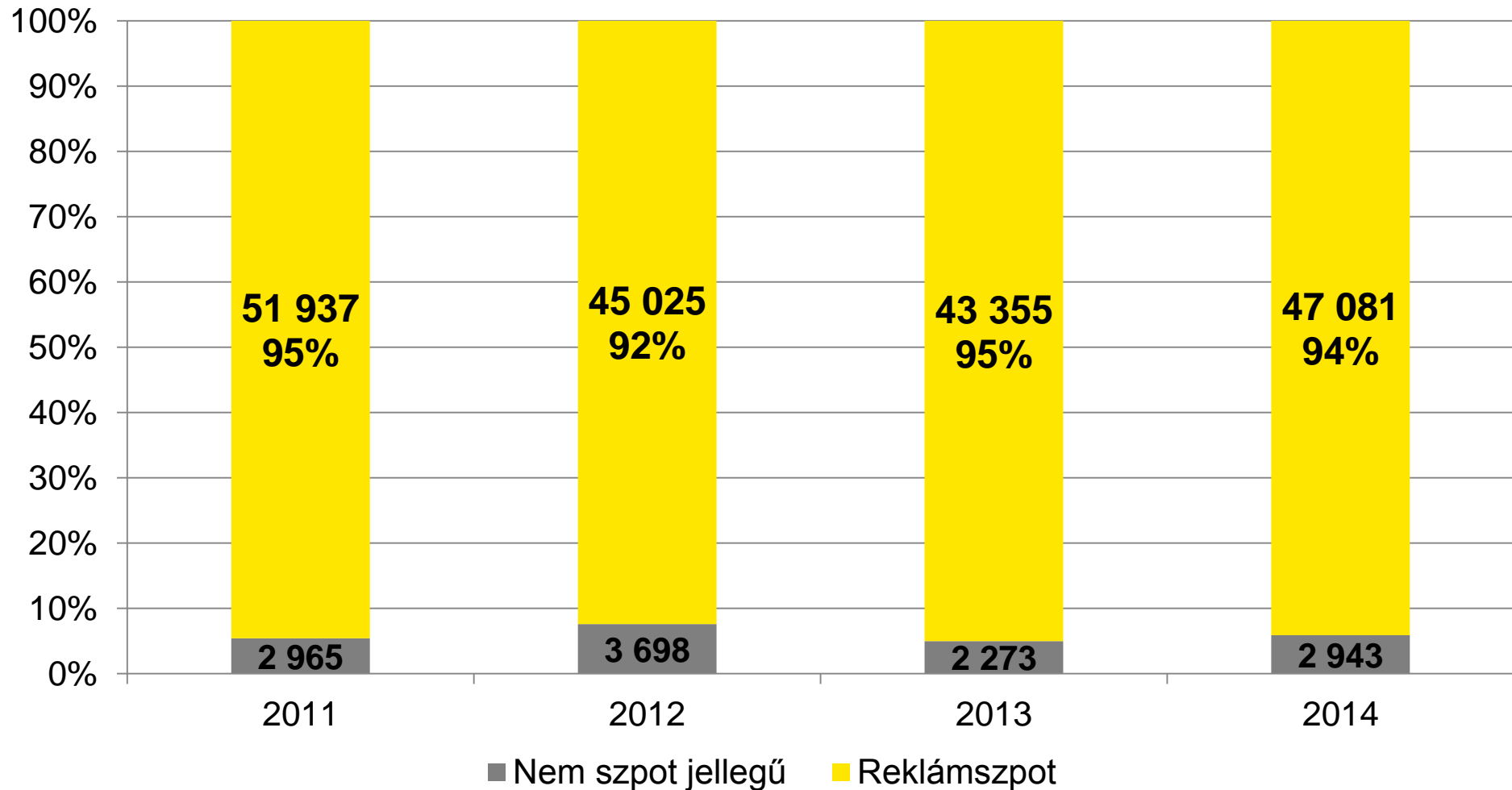
29 százalékkal növekedtek a nem szpot jellegű reklámbevételek az előző évhez képest

Televíziós reklámbevételek megoszlása reklámszpot és nem szpot jellegű bevételek között (millió forintban)



Csökkent a szpotokból származó reklámbevétel részaránya a teljes Reklámtortán belül

Televíziós reklámbevételek megoszlása reklámszpot és nem szpot jellegű bevételek között (millió forintban)



Összefoglaló

- ▶ A televíziós reklámbevételek 2014-ben meghaladták az 50 milliárd forintot.
- ▶ Tavalyhoz képest összességében nőttek a reklámbevételek. A növekedés mértéke 2014-ben 4 396 millió forint volt, ami 10 százalékos emelkedésnek felel meg.
- ▶ A 2014-es reklámbevételek 64 százalékát a földi sugárzású televíziók bevételei, 36 százalékát pedig az egyéb televíziók bevételei adják.
- ▶ A televíziós reklámbevételek megoszlását tekintve a földfelszíni sugárzású és kábelcsatornák között eltolódás figyelhető meg az egyéb típusú csatornák javára, amelyek összességében jelentősen, 28 százalékkal növelni tudták reklámbevételeiket.
- ▶ A nem szpot jellegű bevételek összege a tavalyi 39 százalékos csökkenés után idén jelentősen, 29 százalékkal emelkedett.

**Köszönöm
megtisztelő
figyelmüket!**

Az EY-ról

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 címen.

© 2015 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