

SAJTÓKÖZLEMÉNY

2006. június 20.

Először tényleges adatok a 2005-ös elektronikus reklámpiacról

Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete néven folytatja a továbbiakban tevékenységét az eddig Televíziók és Rádiók Országos Reklámtanácsa (TORTA) néven ismert szervezet. A névváltoztatás háttérében az áll, hogy az elektronikus média legnagyobb képviselőit tömörítő szervezet a jövőben valódi érdekérvényesítő szerepet kíván betölteni. A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (röviden: Műsorszolgáltatók Egyesülete) közzé teszi a 2005. évi televíziós és rádiós reklámtorta adatait, az Ernst & Young által összegyűjtött és összesített számok alapján.

A Televíziók és Rádiók Országos Reklám Tanácsa (TORTA) névváltozáson esett át és a továbbiakban *Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete* néven működik. A névváltoztatás fő oka, hogy a szervezet immár a reklámon túlmutató, szélesebb körű érdekérvényesítő tevékenységet folytat. A Műsorszolgáltatók Egyesülete az egyetlen olyan – az összes jelentős elektronikus médiumot tömörítő – szakmai szervezet, amely ténylegesen, aktívan működik. Az egyesület elnöki pozícióját 2005. óta Málnay B. Levente, a VIVA TV vezérigazgatója tölti be.

A Műsorszolgáltatók Egyesülete a tagok megbízása alapján közzé teszi a **2005. évi televíziós és rádiós reklámtortát, vagyis az elektronikus médiumok reklámból befolyt, tényleges árbevételeinek számszerűsítését**. A kezdeményezés egyedülálló, hiszen a televíziók korábban tényleges bevételi adatot hivatalosan nem közöltek, így csupán becslések láttak napvilágot. Publikáltak bruttó bevételt (TNS Media Intelligence, korábbi nevén Mediagnózis), továbbá becsléseket (MRSZ), de a tényleges bevételeket bemutató, **a műsorszolgáltatók által közzétett** úgy nevezett „net-net” (ügynökségi és egyéb kedvezményekkel csökkentett) árbevétel adat ez idáig még nem látott napvilágot. A 2005-ös évi reklámtorta adatszolgáltatói között az összes jelentős televízió megtalálható: ATV, Cartoon Network, Cool, Discovery, Duna TV, Film+, FIX TV, Hálózat TV, Hír TV, Magyar Televízió, Minimax, National Geographic Channel, PAX TV, RTL Klub, Spektrum, Sport1, Sport2, TV2, Viasat 3, VIVA. Ezen felül a legnagyobb kereskedelmi rádiók is csatlakoztak a kezdeményezéshez: Danubius Rádió, Juventus Rádió, Sláger Rádió.

A reklámtorta méretének megállapításához az adatokat a televíziók és a rádiók szolgáltatták. Az adatok összegyűjtését és összesítését az Ernst & Young, a világ egyik vezető könyvvizsgáló, adó- és tranzakciós tanácsadó vállalata végezte. Az Ernst & Young összesítése alapján **2005-ben a „net-net” televíziós reklámpiac mérete 60 447 millió forint, a rádiós reklámpiacé pedig 7 789 millió forint** volt.

“ Az adatszolgáltatásra felkért televíziók és rádiók döntő többségben megadták számunkra a kért információkat és az összesítésünk az általuk megadott adatokon

alapul. A megbízásunk biztosítja, hogy az egyes televíziók és rádiók adatai más célra nem kerülhetnek felhasználásra, az átadott adatokat az összesítést követően megsemmisítettük” – nyilatkozta Keserű Csaba, az Ernst & Young Tranzakációs Tanácsadási Szolgáltatások üzletágának igazgatója.

Az elektronikus reklámtorta meghatározásánál a Műsorszolgáltatók Egyesületének tagjai a reklámszpotokból és szponzorációból származó „net-net” (ügynökségi és egyéb kedvezményekkel csökkentett) bevételeket vették figyelembe. Így a reklámtorta nem tartalmaz olyan egyéb bevételi forrásokat, mint az emelt díjas telefon és SMS, valamint a rendezvények és a „merchandise eszközök” (saját márkás árucikkek). A reklámtorta továbbá csak a tényleges pénzmozgást igénylő bevételeket tartalmazza, vagyis a barter-tranzakciókat nem.

A napvilágot látott számok a teljes TV-piac eredményét tükrözik: az AGB mérése szerint az adatszolgáltató televíziók összesített átlagos SHR (share) adata 92,9% a 4 év feletti korosztályban, videóval és HBO-val kiegészítve. Ez utóbbiak azért szerepelnek az adatok között, mert nincs külön, a tortából „hiányzó” reklámbevételük. A rádiók esetében szintén közzétették bevételi adataikat a legjelentősebb piaci szereplők.

A Műsorszolgáltató Egyesület célkitűzése szerint a jövőben minden év második negyedévében teszi majd közzé a reklámbevételi adatokat.

„Egyesületünk nagy lépést tesz meg azzal, hogy ennyi év „hallgatás” után nyilvánossá teszi a valós reklámbevételi adatokat. Az elektronikus média jelentős piaci szereplői között először született ilyen fontos ügyben egyetértés. Ez remélhetőleg a jövőben további területekre is kiterjed majd” – kommentálta az eseményt Málnay B. Levente, a Műsorszolgáltatók Egyesületének elnöke.

További információ

Baranyai Szabolcs: (1) 877 15 20