

SAJTÓKÖZLEMÉNY  
2008. április 24.

## A legrészletesebb szám adatok az elektronikus médiumok 2007. évi reklámbevételeiről

Idén is új részleteket tudhatunk meg az elektronikus médiumok hirdetési bevételeiről a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (MEME) publikálásában. Az elektronikus média legnagyobb képviselőit tömörítő egyetlen szervezet úttörő módon 2005 óta publikálja az éves elektronikus reklámbevételeket a tagok által nyújtott hiteles adatok alapján. A műsorszolgáltatók eredményeit idén is az Ernst & Young gyűjtötte és összesítette. Az elektronikus médiumok 2007. évi reklámtortáját április 24-én sajtótájékoztatón hozta nyilvánosságra a MEME.

A Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (röviden: Műsorszolgáltatók Egyesülete) 2006-ig Televíziók és Rádiók Országos Reklámtanácsa (TORTA) néven működött. Ez az egyetlen olyan – az összes jelentős elektronikus médiumot tömörítő – szakmai szervezet, amely ténylegesen, aktívan működik. Az egyesület elnöki pozícióját 2005 óta Málnay B. Levente, az MTV Networks Magyarország vezérigazgatója tölti be.

A Műsorszolgáltatók Egyesülete a tagok megbízása alapján közzé teszi a **2007. évi televíziós és rádiós reklámtortát, vagyis az elektronikus médiumok reklámból befolyt, tényleges úgy nevezett „net-net” árbevételét.** 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 egészen 2006-ig nem látott napvilágot.

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 94,3 % 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 2007-es évi reklámtorta adatszolgáltatói között az összes jelentős televízió megtalálható, összesen 29 csatorna: Animax, ATV, AXN, Cartoon Network, Cool,

Discovery, Duna TV, Film+, Filmmúzeum, Fix Tv, Hálózat, Hír TV, m1 (Magyar Televízió), m2 (Magyar Televízió), MGM, Minimax, magyar MTV, National Geographic Channel, PAX TV, RTL Klub, Spektrum, Sport 1, Sport 2, Sportklub, TV2, Tv Deko, Tv Paprika, Viasat 3, VIVA.

A rádiók közül a Danubius, a Juventus, a Sláger és új belépőként a Gazdasági Rádió szolgáltatott adatot.

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 2007-ban a „net-net” televíziós reklámpiac mérete **70 123 millió forint**, a rádiós reklámpiacé pedig **7 579 millió forint** volt. Az adatok a televíziós reklámpiac esetében **7,7 %-os növekedést**, míg a rádiók esetében **4,9%-os csökkenést** jeleznek. Az utóbbi értéket azonban befolyásolja, hogy a Magyar Rádió a 2007-es évre vonatkozóan nincs az adatszolgáltatók között.

A televíziók esetében további bontásban is közzétették az adatokat: szpot és szponzorációs jellegű bevételekre elkülönítetten, valamint földi sugárzású országos és egyéb televíziók csoportjára bontva:

- Országos, földi sugárzású televíziók reklámbevétele 2007-ben: **59 955 millió forint**
- Egyéb televíziók reklámbevétele 2007-ben: **10 168 millió forint**
- 2007-ben a televíziók reklám szpotokból származó összbevétele: **67 195 millió forint**
- A nem-szpot jellegű (szponzorációs) bevételek: **2 928 millió forint**

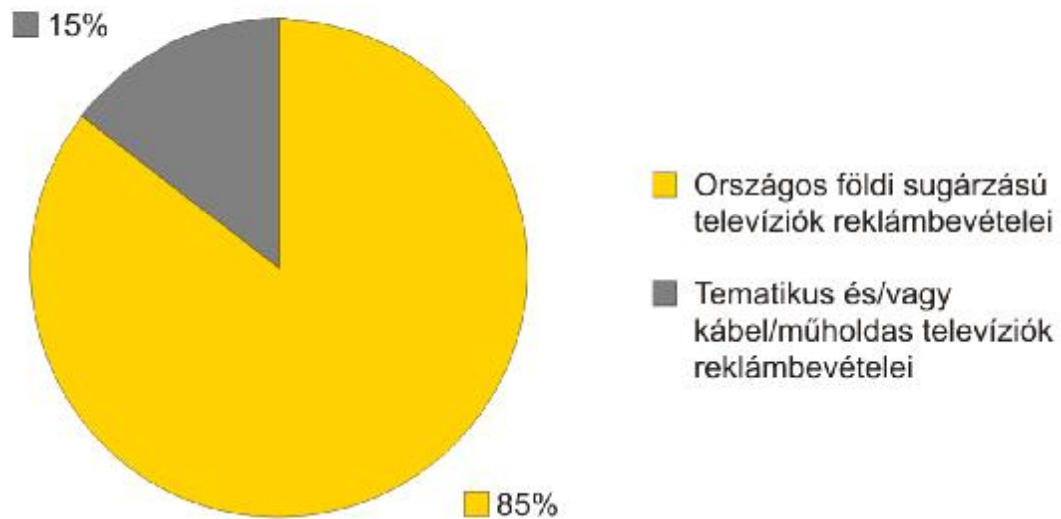
*„Az Ernst & Young felelősséget vállalt azért, hogy az adatszolgáltatásra felkért rádióktól és televízióktól kapott adatokat összesíti, hogy a számok egyenként nem kerülnek kiadásra, valamint azokat az összesítést követően megsemmisíti. A végleges, összevont eredmények a műsorszolgáltatóktól kapott adatokon alapulnak, ám azok valóság alapját nem vizsgáltuk.”* – mondta Nagy István, az Ernst & Young Üzleti Tanácsadási Szolgáltatások üzletágának vezetője.

*„Az idei a harmadik év, amely során a MEME tagjai az Ernst & Young segítségével nyilvánosságra hozták az elektronikus reklámtorta tényleges adatait. A televíziók esetében most már gyakorlatilag a piac összes lényeges szereplője az adatszolgáltatók sorába lépett, ami mindenképpen segíti a tisztánlátást. Az iparág megítélése illetve fejlődése szempontjából ez az adatszolgáltatás nagy jelentőséggel bír. Örülök, hogy a Műsorszolgáltatók Egyesülete sikeresen vállalta fel ezt a feladatot.”* – kommentálta az eseményt Málnay B. Levente, a Műsorszolgáltatók Egyesületének elnöke.

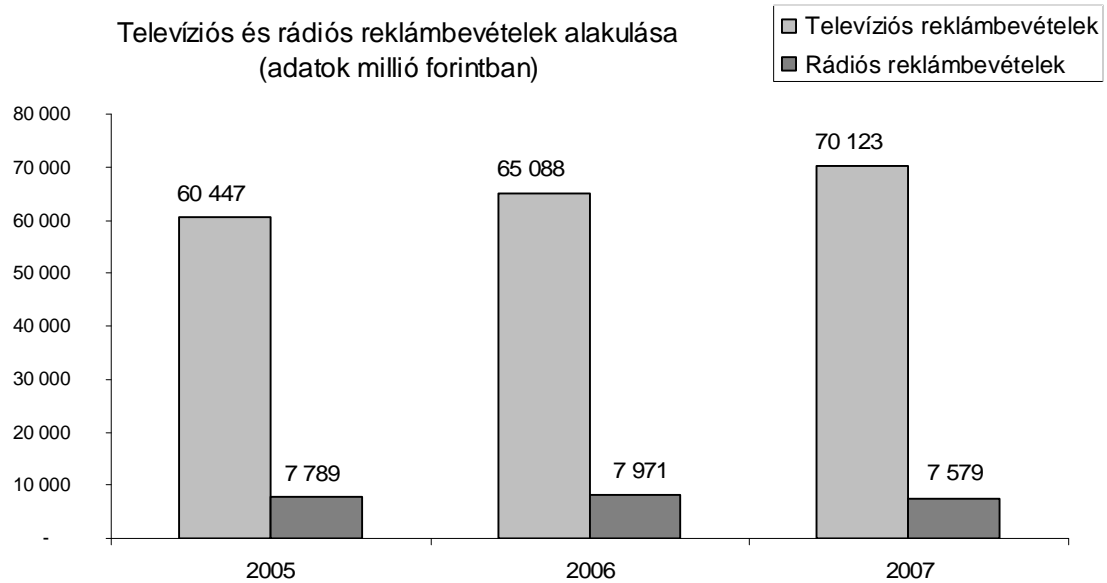
---

## A szerkesztők figyelmébe:

Televíziós reklámbevételek megoszlása 2007-ben



Televíziós és rádiós reklámbevételek alakulása  
(adatok millió forintban)



---

## További információ:

Kámán Ildikó, Mobil: 30 / 816 4721, eMail: [kaman.ildiko@mtvne.com](mailto:kaman.ildiko@mtvne.com)

Demeter Anna, Ernst & Young, Mobil: 30 / 371 5864, eMail: [anna.demeter@hu.ey.com](mailto:anna.demeter@hu.ey.com)