

SAJTÓKÖZLEMÉNY 2009. április 17.

Kapcsolat:

Kiss Krisztina, MTV Network

mobil: 30 / 816 4790, email: kiss.krisztina@mtvne.com

Demeter Anna, Ernst & Young

mobil: 30 / 371 5864, email: anna.demeter@hu.ey.com

A legrészletesebb szám adatok az elektronikus médiumok 2008. 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 2008. évi reklámtortáját április 17-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 **2008. évi televíziós és rádiós reklámtortát, vagyis az elektronikus médiumok reklámból befolyt, tényleges, ügynökségi és egyéb kedvezményekkel csökkentett, úgy nevezett “net-net” árbevételét.** A televíziók 2006 előtt 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, árbevétel adat egészen 2006-ig nem látott napvilágot.**

Az elektronikus reklámtorta meghatározásánál a Műsorszolgáltatók Egyesületének tagjai a reklámszpotokból és szponzorációból származó, 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 csak a tényleges pénzmozgást igénylő bevételeket tartalmazza, vagyis a barter-tranzakciókat nem.

A 2008-as évi reklámtorta adatszolgáltatói között a Magyarországon reklámot értékesítő, magyar nyelvű csatornák majdnem mindegyike megtalálható, összesen 31 adó: Animax, ATV, AXN, Cartoon Network, Comedy Central, Cool,

Deko, Discovery, Duna TV, Film+, Filmmúzeum, Hálózat, Hír TV, m1 (Magyar Televízió), m2 (Magyar Televízió), MGM, Minimax, magyar MTV, National Geographic Channel, RTL Klub, Spektrum, Sport1, Sport2, Sport Klub, Story TV, TV2, TV6, TV Deko, TV Paprika, Viasat 3, VIVA.

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

A reklámtorta méretének megállapításához az adatokat a televíziók és a rádiók szolgáltatották. Az adatok összegyűjtését és összesítését az Ernst & Young, a világ egyik vezető könyvvizsgáló, adó- és tranzakciós valamint üzleti tanácsadó vállalata végezte.

Az Ernst & Young összesítése alapján 2008-ban a „net-net” televíziós reklámpiac mérete **71 509 millió forint**, a rádiós reklámpiacé pedig **7 081 millió forint** volt. Az adatok a televíziós reklámpiac esetében **2 %-os növekedést**, míg a rádiók esetében **7%-os csökkenést** jeleznek. Az utóbbi értéket azonban befolyásolhatja, hogy a Magyar Rádió sem a 2007-es, sem a 2008-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 2008-ban: **60 776 millió forint**
- Egyéb televíziók reklámbevétele 2008-ban: **10 733 millió forint**
- 2008-ban a televíziók reklám szpotokból származó összbevétele: **67 992 millió forint**
- A nem-szpot jellegű (szponzorációs) bevételek **3 517 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 igazgatója.*

„Negyedik éve hozták a MEME tagjai az Ernst & Young segítségével nyilvánosságra az elektronikus reklámtorta tényleges adatait. A televíziók esetében gyakorlatilag a piac lényeges szereplői az adatszolgáltatók sorában tudhatók, ami mindenképpen segíti a tisztánlátást a piac méretét és fejlődését illetően. 2008 utolsó negyedében már elkezdte éreztetni hatását a gazdasági válság, amit a korábban várttól elmaradó reklámbevételi számok igazolnak. Az idei évre a médiapiac és a gazdaság számottevő szereplői határozott visszaesést prognosztizálnak. Különösen fontos lenne, hogy a levegőben lógó új médiatörvény érdemben segítse ennek az iparágknak a fejlődését, és ne gátolja különféle más európai országokban nem ismert mértékű

díjakkal, járulékokkal, illetve a reklámszabályoknak az EU direktívában előírt hoz képesti szigorúbbá tételével” – kommentálta az eseményt Málnay B. Levente, a Műsorszolgáltatók Egyesületének elnöke.
