

Reklámtorta 2018

2019. február 27.

Gulyás János, elnök - Magyar Reklámszövetség

Hivatal Péter, ügyvezetősi tag – Magyar Reklámszövetség



A 2018. évi Reklámtorta mérete:

259,69 Mrd Ft



A reklámköltés tavaly 7,77%-kal nőtt

A piac növekedése lelassult:

- 2018-ban 7,77 %-kal nőtt a Reklámtorta a 2017-es és 2016-os 11%-ot meghaladó növekedéssel szemben

A növekedés nagyobb arányát a piaci szegmens reklámbevételei adták.

- A korábbi évek masszív és erős állami investíciójának üteme stagnált 2018-ban.

Tovább nőtt a globális szereplők térnyerése a hazai piacon.

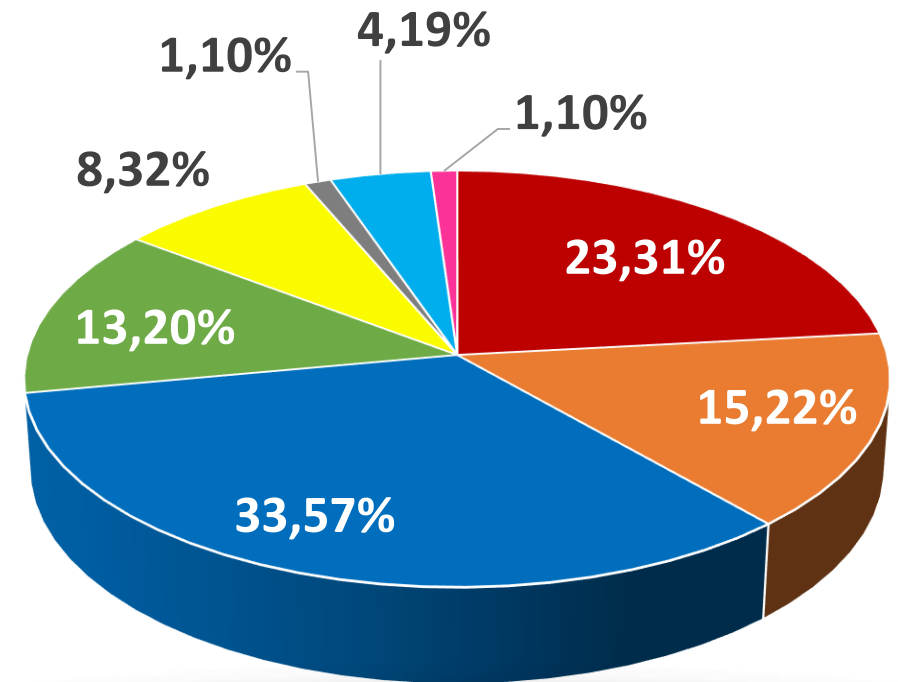
A médiatípusok sorrendje nem változott

A média típusok sorrendjében nem történt változás az előző két évhez képest.

- Az Online változatlanul a legerősebb piaci szereplő

Minden szegmens kivétel nélkül nőtt.

- A legnagyobb növekedést az Outdoor (16,28 %) érte el.
- A második legnagyobb növekedést a mozi (15%), a harmadikat pedig a digitális reklámpiac (13,98 %) produkálta.
- A rádiós reklámpiac (9,51 %) növekedése is kiemelkedő.
- A többi szegmens növekedése 5% alatti.



Reklámköltség 2018 - adatok

	2017	Változás 2016 vs 2017	2018	Változás 2017 vs 2018
Televízió	60,232 Mrd	7,49 %	60,742 Mrd	0,85 %
Sajtó	38,33 Mrd	18,48 %	39,667 Mrd	3,49 %
Internet*	76,755 Mrd	16,38 %	87,485 Mrd	13,98 %
DM*	32,825 Mrd	2,84 %	34,400 Mrd	4,8 %
Outdoor	18,646 Mrd	13,88 %	21,681 Mrd	16,28 %
Ambient	2,798 Mrd	1,93 %	2,869 Mrd	2,54 %
Rádió	9,975 Mrd	4,23 %	10,924 Mrd	9,51 %
Mozi	2,484 Mrd	4 %	2,857 Mrd	15 %
Összesen	240,98 Mrd	11,52%	259,69 Mrd	7,77 %

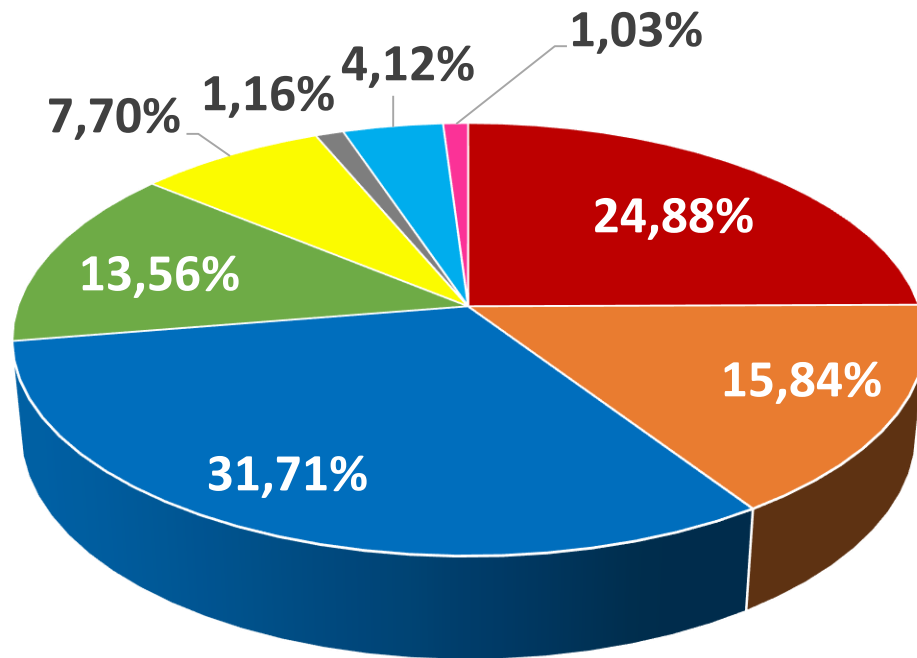
*Az összesített adatok 930 millió Ft átfedést tartalmaznak (email marketing), ezt a reklámköltség teljes összegéből kivontuk.

- **Online:** tovább nőtt a globális szereplők piaci részesedése (55%)
- A **televíziós** reklámok szerény növekedését a piaci bevételek hozták / az állami reklámköltségek 7%-kal csökkentek.
- A **sajtó**ban csökkent a piaci szereplőktől származó reklámbevételek üteme.
- **Az adatvezérelt marketing** erősödése növelte a DM torát.
- **Outdoor:** az áremelkedés jelentette a fő bevételnövekedést, a növekvő adók viszont csökkentették az eredményt.
- A **rádiós piac** kiemelkedő növekedéséhez egy új országos csatorna elindulása is hozzájárult.
- A **mozik** nagyobb nézőszáma vonzotta a hirdetőket.

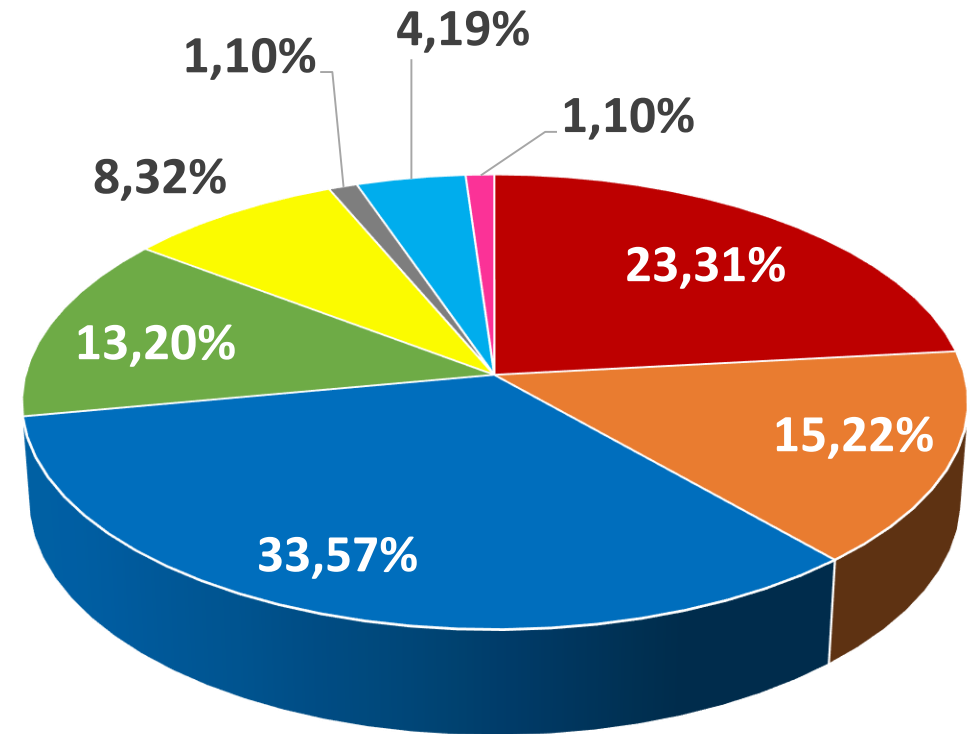
A 2017-es és 2018-as Reklámtorta

Reklámtorta 2017 (240,98 Mrd Ft)

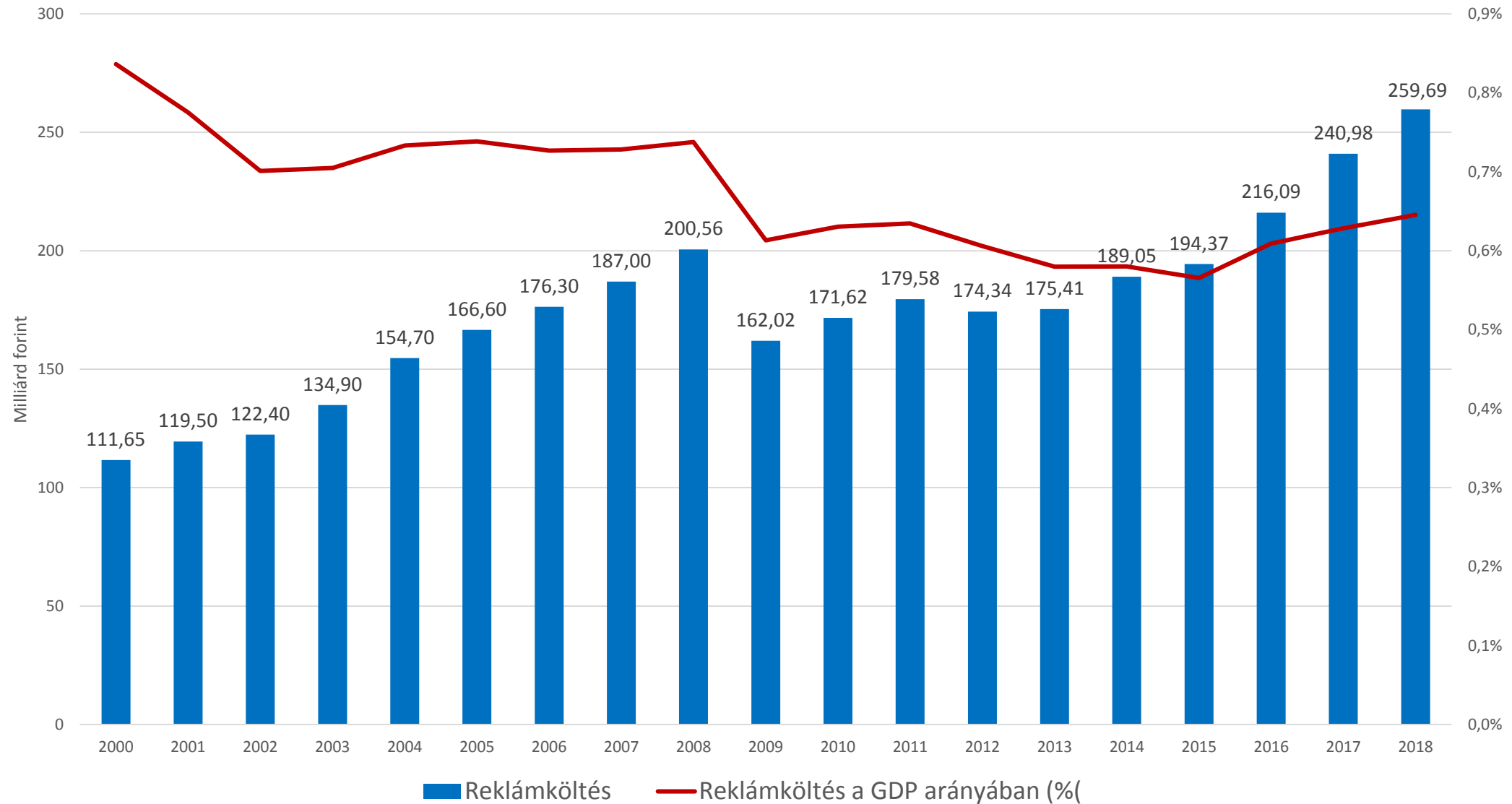
Reklámtorta 2018 (259,69 Mrd Ft)



- Televízió
- Sajtó
- Internet
- DM
- Outdoor
- Ambient
- Rádió
- Mozi



Reklámköltség a GDP arányában (2000-2018)



Köszönjük a figyelmet!

