



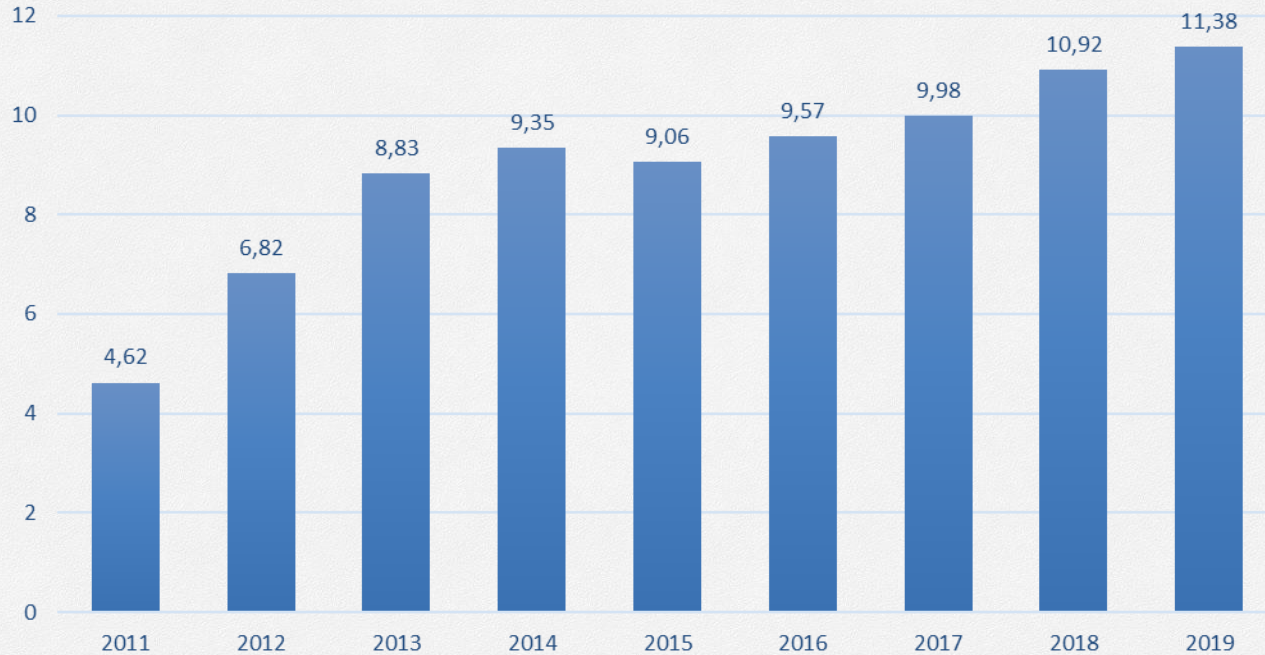
Rádiós Piac

Bevételi áttekintés: 2019.

RAME - HEROE

Rádiós piac 2019.

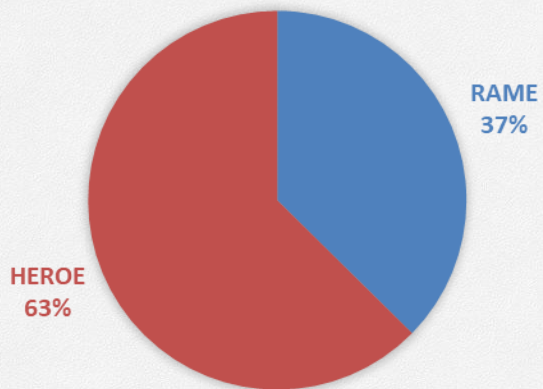
RAME – HEROE összesítés (milliárd)



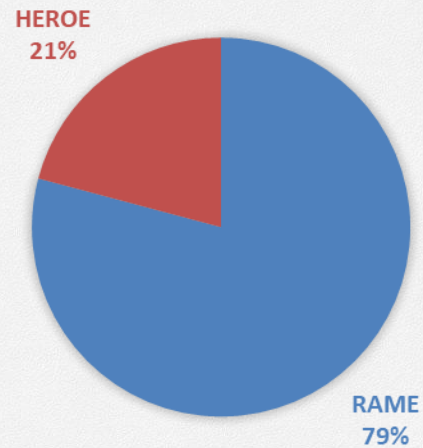
Spot – Non spot

RAME – HEROE

SPOT



BARTER/NON SPOT/GYÁRTÁS



Rádió 2020.

Mi várható?

Hallgatottság:

- A rádiók hallgatóságában minimális csökkenést várunk a koronavírus járvány ideje alatt, ugyanis a reggel munkába induló és onnan hazafelé tartó, autóban rádiót hallgatók alacsonyabb számban vannak jelen a korlátozások idején (reggeli és délutáni drive time), azonban mindezt valamennyire pótolhatja, az otthoni környezetben megnövekedett rádióhallgatási idő.

Árbevétel:

- Ebben a tekintetben már jóval nagyobb kiesésre számítunk. Az elmúlt évtizedek tapasztalatai alapján, az év egyik hirdetői csúcspontjának számító, március-június időszakban realizálódik az éves bevételek 30-35%-a, ezért az ezekben a hónapokban történő 60% körüli kiesés nagymértékben befolyásolja az éves totál teljesítményt.
- Félő, hogy a másik nagy volumenű bevételi időszakot (szeptember-december) is érinti majd a járvány második hulláma és az emiatt várhatóan elmaradó költségek sok esetben, már a kisebb rádiós szereplők életben maradását veszélyeztethetik.
- A turisztikai, banki és autós szektor (a felsorolás közel sem teljes) szinte totális leállása óriási kieséseket okoz a hirdetési piacon. Hiába nő egyes médiatípusok elérése, a cégek marketingre és kommunikációra szánt kiadásait csökkentették elsőként a járványhelyzetre és az ebből fakadó bizonytalanságokra hivatkozva. Mivel sem a válság súlyosságát sem az elhúzóidő idejét ma még szinte lehetetlen megbecsülni ezért sok vállalat jelentősen visszafogta, illetve azonnal átcsoportosította a marketing és kommunikációs büdzséit.
- Az iparág várható éves bevételkiesését most még megjósolni sem nagyon lehet, hiszen mint minden, ez is a járvány további kimenetelétől függ, de az már most látszik, hogy a rádiós piac egyik, ha nem az eddigi legnehezebb éve lesz a 2020-as.





Köszönöm a figyelmet!

