

## SAJTÓKÖZLEMÉNY 2009. március 11.

### Kapcsolat:

Orbán Zsuzsa, Ernst & Young  
Ujszászi Diána, MEME

mobil: 30 / 372 4581, email: [zsuzsa.orban@hu.ey.com](mailto:zsuzsa.orban@hu.ey.com)  
mobil: 20 / 432 1294, email: [titkar@memeinfo.hu](mailto:titkar@memeinfo.hu)

## A legrészletesebb szám adatok az elektronikus médiumok 2009. 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 2009. évi reklámtortáját március 11-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, a Chello Central Europe ügyvezető igazgatója tölti be.

A Műsorszolgáltatók Egyesülete a tagok megbízása alapján közzé teszi a **2009. évi televíziós 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 2009-es évi reklámtorta adatszolgáltatói között a Magyarországon reklámot értékesítő, magyar nyelvű csatornák majdnem mindegyike megtalálható, összesen 44 adó:** A+, Animax, ATV, AXN, Cartoon Network, Comedy Central, Cool,

Discovery Channel, DoQ, Duna TV, Film+, Film+2, Filmmúzeum, Fishing & Hunting, Hallmark Channel, Hálózat, Hír TV, Jetix/Disney Channel, m1 (Magyar Televízió), m2 (Magyar Televízió), MGM, Minimax, magyar MTV, National Geographic Channel, Poén, Reflektor, RTL Klub, Sorozat+, Spektrum, Sport1, Sport2, Sport Klub, Sport Klub+, Story TV, TV2, TV6, TV Deko, TV Paprika, Viasat 3, VIVA, Zone Europa, Zone Romantica, Zone Reality, Zone Club

### **2009-ben a MEME állásfoglalása alapján a rádiók nem kerültek be a felmérésbe.**

A reklámtorta méretének megállapításához az adatokat közvetlenül a MEME tagjai, a televíziós társaságok szolgáltatták. Az adatok összegyűjtését és összesítését az Ernst & Young, a világ egyik vezető könyvvizsgáló, adó- és tranzakciós valamint üzleti tanácsadó vállalata végezte. A beérkezett adatokat az összesítést követően megsemmisítettük.

Az Ernst & Young összesítése alapján 2009-ben a „net-net” televíziós reklámpiac összárbevétele **59 954 millió forint** volt. A televíziós reklámpiac esetében a számított bevételek **16 %-os csökkentést** mutattak 2008-hoz képest.

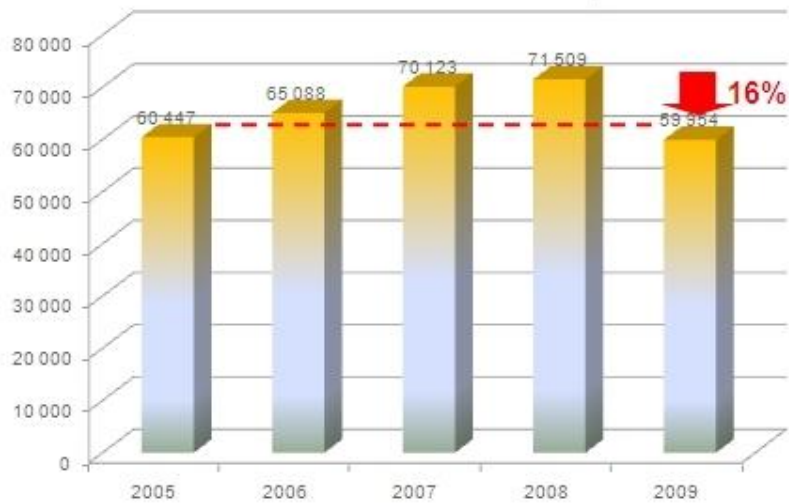
A televíziók esetében további bontásban is közzétették az adatokat: szpot és szponzorációs jellegű bevételekre elkülönítetten, valamint földi sugárzású országos és egyéb televíziók csoportjára bontva:

- Országos, földi sugárzású televíziók reklámbevétele 2009-ben: **48 105 millió forint**
- Egyéb televíziók reklámbevétele 2009-ben: **11 849 millió forint**
- 2009-ben a televíziók reklám szpotokból származó összbevétele: **57 452 millió forint**
- A nem-szpot jellegű (szponzorációs) bevételek **2 502 millió forint**

*“Az Ernst & Young felelősséget vállalt azért, hogy az adatszolgáltatásra felkért 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 Üzletviteli Tanácsadási Szolgáltatások üzletág igazgatója.*

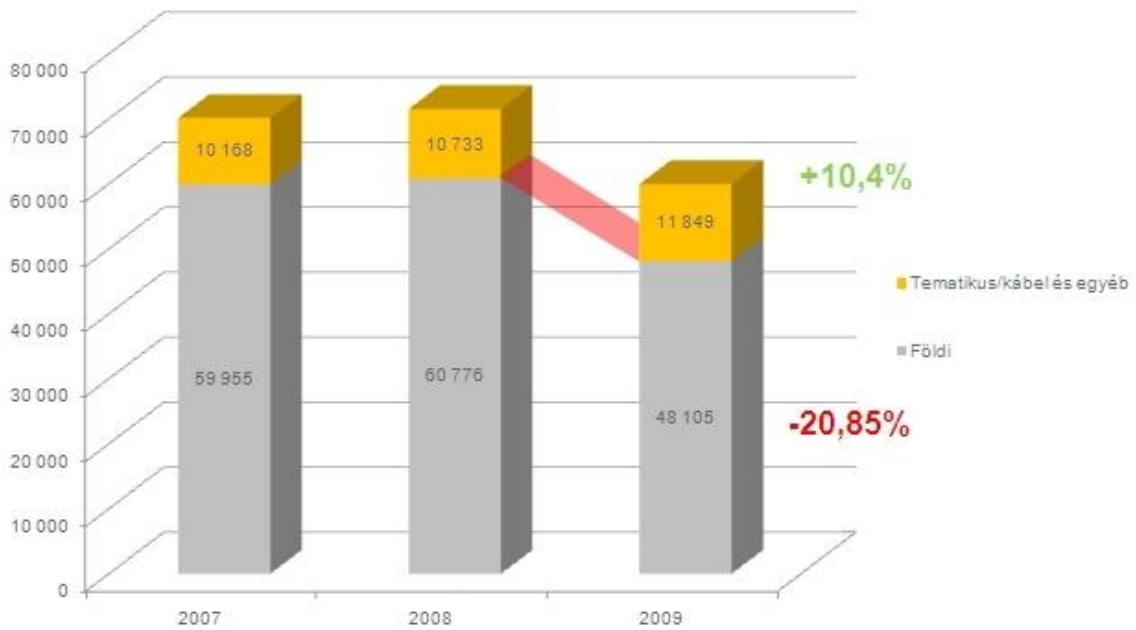
*„Ötödik éve hozták a MEME tagjai az Ernst & Young segítségével nyilvánosságra az elektronikus reklámtorta tényleges adatait. A televíziók esetében a piac reklámat értékesítő, lényeges szereplői az adatszolgáltatók sorában tudhatók, ami mindenképpen segíti a tisztánlátást a piac alakulását, trendjeit illetően. 2009-ben egyértelműen érződött a válság hatása, amit az előző évtől elmaradó reklámbevételi számok igazolnak. – kommentálta az eseményt Málnay B. Levente, a Műsorszolgáltatók Egyesületének elnöke.*

---



Adatok millió forintban

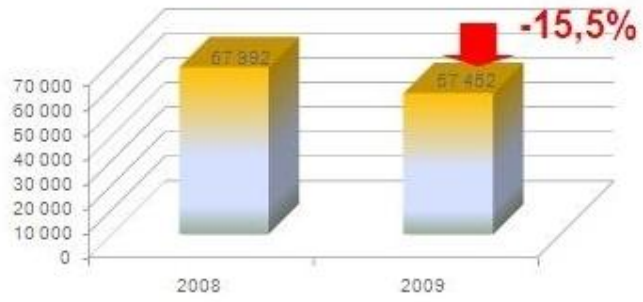
### A televíziós reklámbevételek alakulása 2009-ben



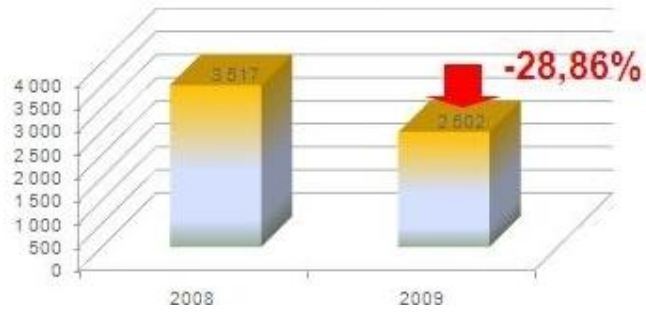
Adatok millió forintban

### Szegmens adatok

### Szpot bevétel



### Szponzorációs bevétel



Adatok millió forintban

### A szpot és a szponzorációs bevételek alakulása