



Reklámtorta 2015

A Magyar Reklámszövetség társszövetségeivel együtt az Evolution 2016 konferencián ismertette a 2015-ös reklámköltési adatokat. Az elmúlt évekhez hasonlóan a 2015-ös adatgyűjtés során is a net-net költséket összegezték az egyes médiatípusok szerint, ez alapján a teljes piacra vonatkozóan 194,37 milliárd forintot becsültek, ami 2,81%-os növekedést jelent. A leginkább szembetűnő változás a digitális reklámköltségek előretörése, melyek átvették az első helyet a TV-től. (mediapiac.com)

Szerintünk fontos, mert egyrészt a számok is alátámasztják, hogy kilábalta a válságból a médiapiac, hiszen már harmadik éve nő a reklámköltés. Emellett a digitális terület megállíthatatlan növekedése is bizonyítást nyert, ugyanis már ő adja a torta legnagyobb szeletét.

Jelentősen nőtt a kábeltévék bevétele

A múlt évben közel harmadával nőtt a hazai kábelcsatornák reklámbevétele az EY és a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületének (MEME) közös éves jelentése szerint. A teljes tévés reklámpiac 3 százalékkal bővült 2015-ben az előző évhez képest, és 51,5 milliárd forintos volt. A 2014-es nagy növekedés után tavaly visszaesett a nem spot jellegű bevétel. (mmonline.hu)

Szerintünk fontos, mert a nézői átrendeződést jól láthatóan követi a reklámpénzek mozgása is.



Egyre több tévénéző élvezi az új technológiai lehetőségeket

2015 őszén több mint 3,5 millió háztartás fizetett elő TV-szolgáltatásra Magyarországon. A Nielsen Közönségmérés Alapozó Felmérésének adatai alapján az összes tévés háztartás 77%-ában volt digitális vétel. Az időeltolódásos tévénézést lehetővé tevő DVR/VOD eszközzel rendelkező háztartások aránya 53%, a Smart TV készülékek penetrációja 12% volt. (mediapiac.com)

Szerintünk fontos, mert a háztartások több mint háromnegyedében már elvileg a hirdetők rendelkezésére állnak a digitális tévénézés nyújtotta lehetőségek.



Fizetőssé vált a veol.hu

Veszprém megye történéseiről február eleje óta csak napi 50 forintos díj ellenében olvashatunk a PLT híroldalán. A magyar webes piacon ez a kezdeményezés hatalmas újdonságnak számít. A fizetőssé tétel miatt a veol.hu látogatottsági adataiban nem látszik drámai zuhanás. (mmonline.hu)

Szerintünk fontos, mert kutatások azt mutatják, hogy a magyarok nagyon ódzkodnak fizetni olyan tartalomért, amihez korábban ingyen hozzáférhettek, viszont a digitális médiatulajdonosoknak kulcskérdés, hogy milyen módon tudják monetizálni tartalmaikat. Kíváncsian várjuk a tapasztalatokat.



Tovább terjeszkedne Andy Vajna

A Story TV és mulatók zenét sugárzó csatorna is a TV2 Csoport célkeresztjébe kerülhet, ha sikerül megállapodást kötni a jelenlegi tulajdonosaikkal, ezáltal Andrew G. Vajna tovább terjeszkedhet a hazai televíziós piacon. Emellett a Népszabadság értesülései szerint Vajna műhelyében már több új csatorna alapításán is gondolkodnak. (mmonline.hu)

Szerintünk fontos, mert azt gondoljuk, hogy a TV-piaci átrendeződés, bár talán nem olyan radikálisan mint tavaly, de az idén is folytatódni fog...



Az OTT-tartalmak mellé is megérkeznek a reklámok?

A közeljövőben reklámok sugárzására kényszerülhetnek a - ma még jellemzően reklámmentes - OTT online tartalomszolgáltatások, hogy fedezni tudják a fejlesztéseiket. Az amerikai piacon az előfizetési díjak már nem igen emelhetők, így a televíziók modelljéhez hasonlóan a digitális szolgáltatásoknál (mint amilyen a Netflix, az Amazon Prime vagy az HBO Now) is előtérbe kerülhet a hirdetés-alapú modell. (mediapiac.com)

Szerintünk fontos, mert ha valóban így lesz, az érdekesen átrendezheti a hirdetési piacot. De vajon a fogyasztók mit fognak ehhez



Így Facebookozik a magyar

Átlagosan napi 86 percet tölt a Facebookon az átlagos magyar felhasználó. Hétköznap pár perccel rövidebb, hétvégén valamivel hosszabb ez az idő. A válaszadók 46 százaléka nyilatkozott úgy, hogy van olyan portál, amelyet csak Facebookon keresztül követ, 58 százalék pedig többnyire a közösségi oldalon nézi az anyagokat, és csak ritkán látogatja magát a portált vagy blogot. (mediapiac.com)

Szerintünk fontos, mert a jelek szerint a Facebook az internet jó részének kapuőrévé kezd válni.



Evolution konferencia

Március elején került megrendezésre az Evolution és a Mobile Hungary konferencia, melyen több MEC-s szakértő is előadást tartott.

Ihász Ingrid (Head of Digital) arra hívta fel a figyelmet, hogy nem csak performance, hanem branding jellegű kampányok esetén is jól használható a programmatic.

Csepregi Dániel (Head of Data & Technology) az adatelemzés fontosságát hangsúlyozta a közösségi média kapcsán.

Drienyovszki Éva (Senior Search Specialist) az Instagram-hirdetésekről beszélt, melyeket eredményesen alkalmazhatunk fiatalos célcsoportok elérésére mobilos felületen, egyedi módon.

Szerintünk fontos, mert sok hasznos információt tudhattunk és osztottunk meg a digitális világot érintő aktuális és

szólni?



Mi lesz a Class FM sorsa?

A rádiók közt piacvezető Class FM engedélye novemberben lejár, és már elindultak a találgatások a sorsáról. Bár öt éves hosszabbítás járna neki törvény szerint, bizonyos értesülések szerint a Fideszben már eldőlt, hogy nem folytathatja. (nol.hu)

Szerintünk fontos, mert jelenleg Magyarországon ez a legnagyobb hallgatottságú rádió, és egyben az egyetlen olyan kereskedelmi adó, mely országosan fogható, ám ez sem garancia arra, hogy folytathatja a sugárzást.



Az MEC új ügyfele a Deichmann

Az MEC nyerte a cipő-kiskereskedő magyarországi médiaügynökségi feladataira kiírt tenderét. A meghívásos tenderen különböző ügynökségi csoportok egy-egy ügynöksége közül választotta ki a nyertest az ügyfél. (mediapiac.com)

meghatározó jelenségekről.



A KRKA is az MEC-t választotta

Az MEC meghívásos médiatenderen nyerte el a KRKA Magyarország médiabudget-kezelését 2016. január 1-től.

A KRKA szlovén gyógyszergyár, a világ vezető generikus gyógyszergyártói közé tartozik. (mediapiac.com)

Szerintünk fontos, mert örömkre szolgál, hogy ügyfeleinként üdvözölhetjük a Deichmann-t és a KRKA-t.

MEC Ranked #1 in Hungary
RECMA Qualitative Evaluation March 2015

<http://mecglobal.hu> | Facebook | Levél továbbítása

Copyright © 2016 MEC Hungary, All rights reserved.

Our mailing address is:

MEC Hungary
MOM Park B Tower Alkotás út 53.
Budapest, Bu 1123
Hungary

[Add us to your address book](#)

[unsubscribe from this list](#) | [update subscription preferences](#)