

MATÉSZ® Transzparencia Riport Reklámköltés az auditált lapokban

2014. I. FÉLÉV

ELŐSZÓ

Immár harmadik alkalommal készül el a MATESZ és a Kantar Média riportja a hazai sajtópiacról. A két szervezet adatainak összevetésével megmutatja, hogy a sajtóba áramló reklámköltés milyen arányban célozza az auditált lapok csoportját. Továbbá feltárja a hirdetőik és a médiaügynökségek preferenciáit, és kimutatja, hogy a nyomtatott sajtó reklámbevételeinek mekkora része volt hiteles példányszám-információkra támaszkodó, biztonságos médiabefektetés. Idén a hirdetőik nagysága szerint is vizsgáltuk a költségeket.

A nyomtatott sajtó azon kevés médiatípusok egyike, amelynek a hirdetőik számára reklámhordozóként fontos paramétereit nem csak mérik, hanem egyik legfontosabb mutatóját harmadik fél auditálja is.

A Matesz több mint 20 éve végzi a sajtótermékek példányszámának auditálását és hitelesítését egy közösen kidolgozott iparági szabályrendszer alapján, ezzel biztosítva a példányszám-információk megbízhatóságát és átláthatóságát, végső soron pedig azt az értéket, amelyet bármely auditált lapban megjelenő hirdető kap a pénzéért.

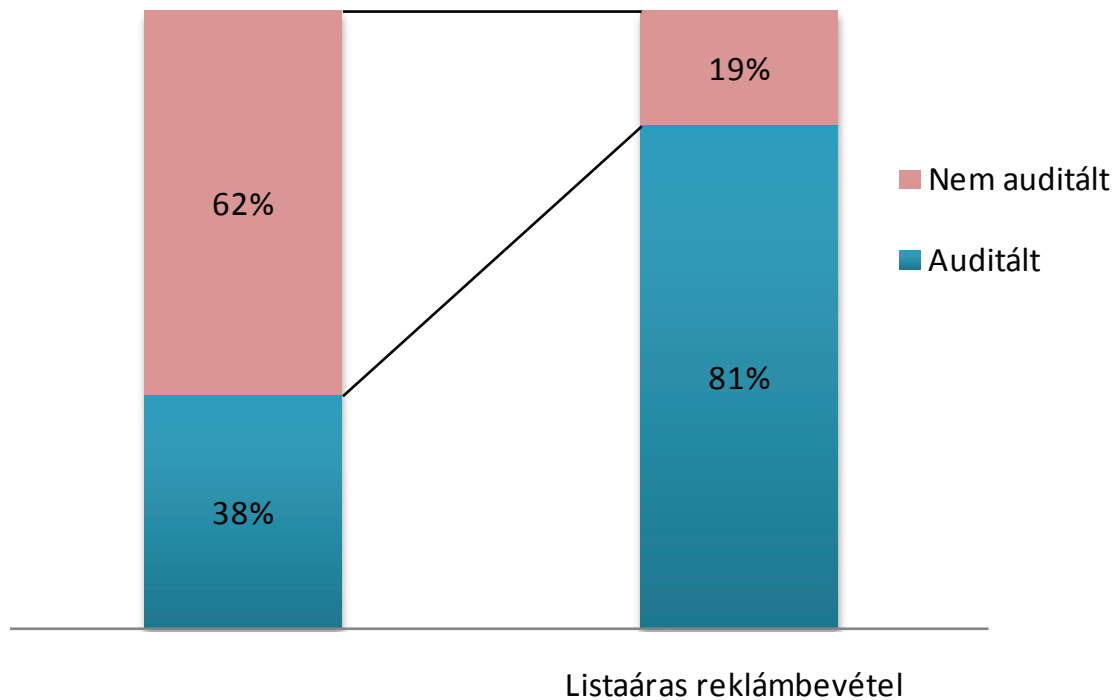
A Kantar Média független mérőcéggént 1991 óta monitorozza a sajtóban megjelenő hirdetéseket, és a kiadók által közreadott árlisták alapján figyeli a sajtóköltségek alakulását.

A RIPIORT LEGFONTOSABB MEGÁLLAPÍTÁSAI

- 1 A MATESZ által auditált sajtótermékek 2014. első félévében a Kantar Media által mért listaáras reklámköltés 81%-át mondhatják magukénak.
- 2 A beazonosított ügynökségi forgalom 86%-a célozza meg az auditált sajtótermékeket.
- 3 A teljes print költséget tekintve a 100 legnagyobb hirdető a költségek 41%-át tudhatja magáénak.
- 4 A 100 legnagyobb hirdető hirdetéseinek 90%-át auditált lapokban helyezi el!
- 5 Az a 4 laptematika, ahol nincs egyetlen auditált lap sem, mindössze a költségek 3%-át tudhatja magáénak.

Az auditált lapok részesedése a sajtó listaáras reklámbevételeiből

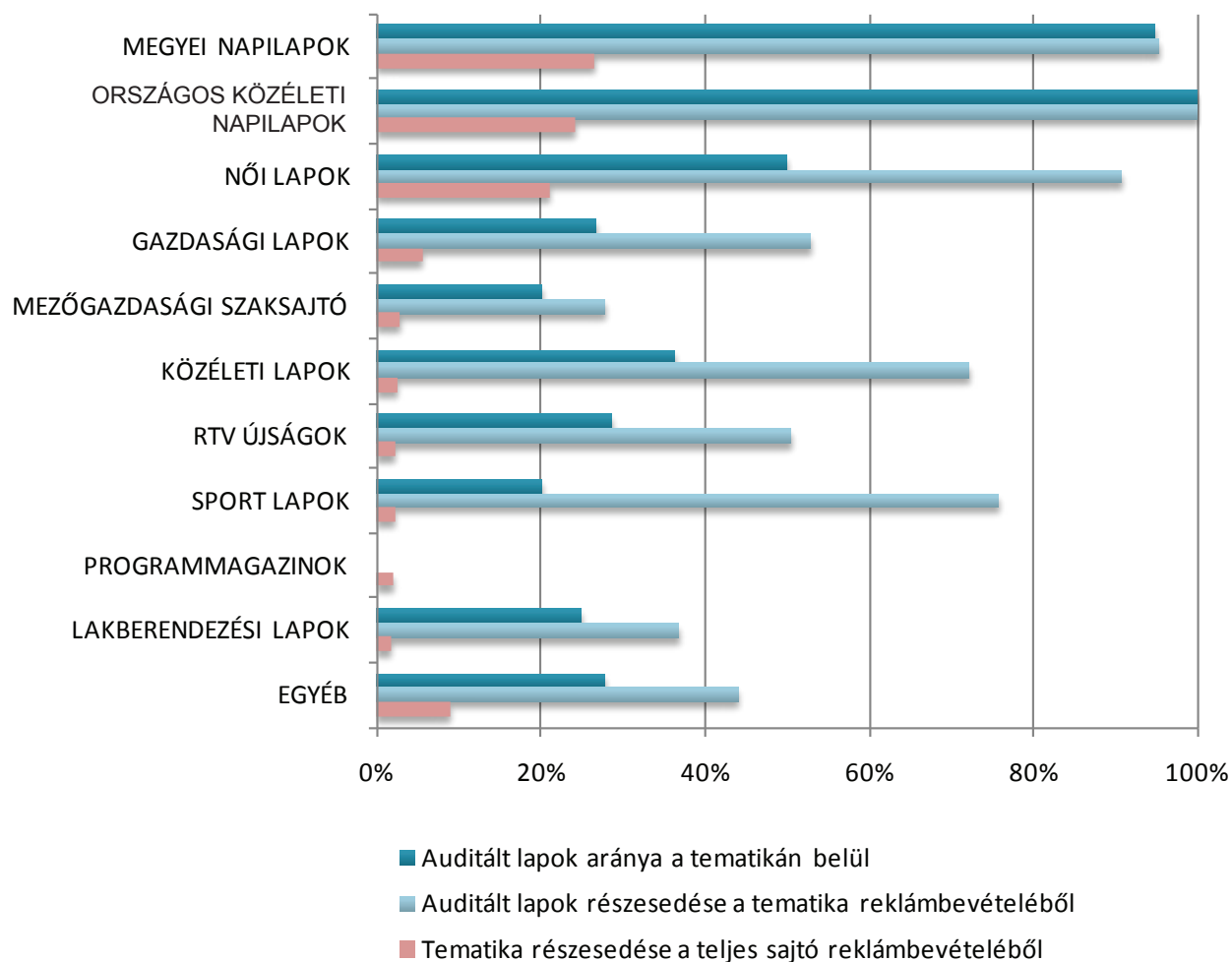
Auditált lapok pozíciója a reklámpiacon 2014.I.félév



2014. első félévében a Kantar Media által figyelt lapokból a MATESZ 99-et auditált. A címek számát nézve az auditált lapok csoportja 38%-ot tesz ki, a listaáras reklámbevételeiből viszont ennél sokkal magasabb, 81%-os a részesedésük.

Az egyes laptematikák részesedése a listaáras reklámbevételekből

Auditált lapok részesedése az egyes laptematikák listaáras reklámbevételeiből, 2014.I.félév



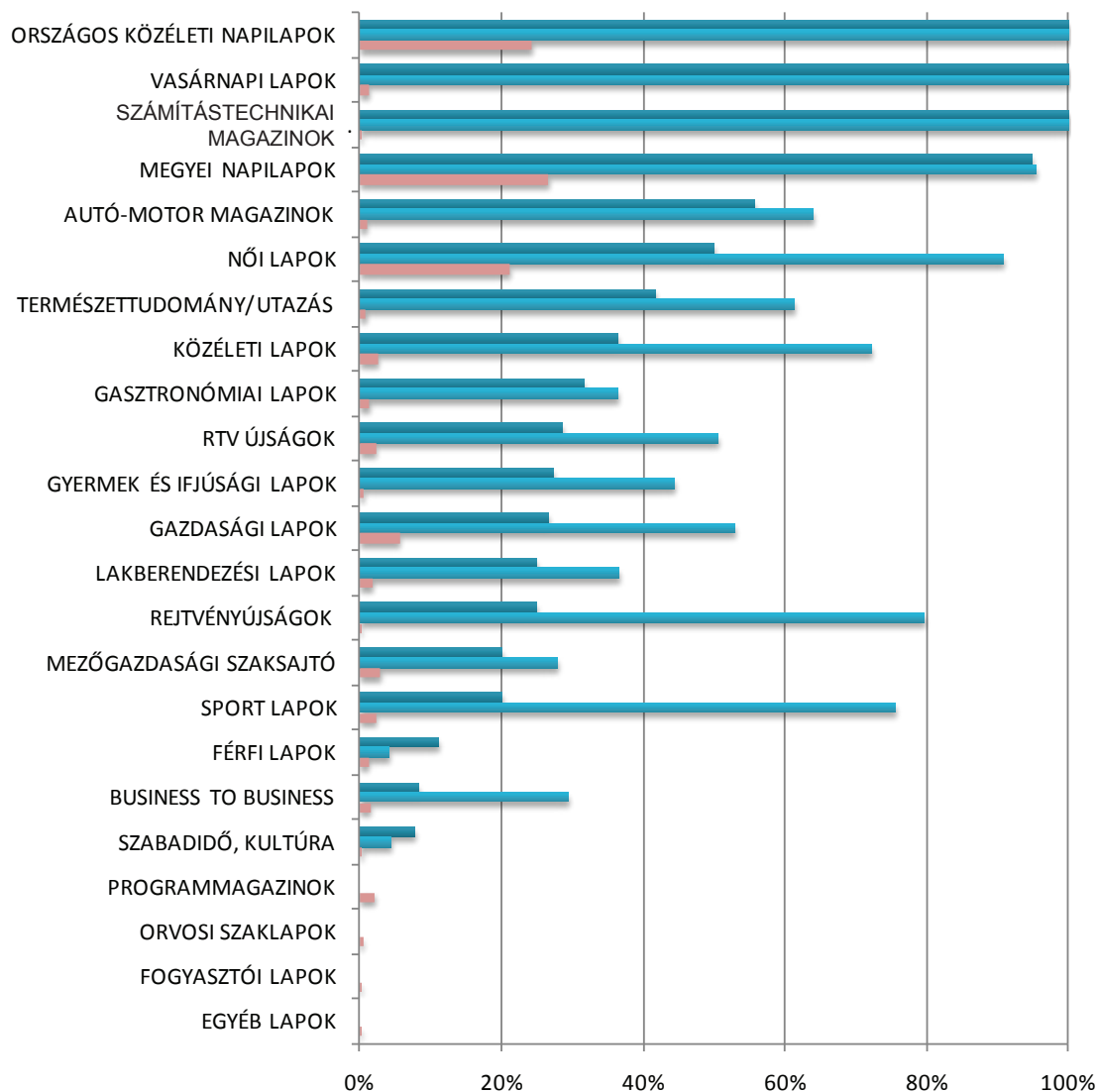
A 23 mért laptematikából 20-ban vannak auditált lapok. Ezekben az első félévben megjelent címek száma 262, ezen belül az auditáltaké 99, tehát a címek 38%-a auditált kiadvány.

A 23 tematikából 3 olyan is van, ahol az auditált lapok aránya 100% (Országos közéleti lapok, Vasárnapi lapok, Számítástechnikai lapok)

A grafikon a 10 legnagyobb reklámbevételező sajtótematikát mutatja, ezek szívják fel a teljes sajtó reklámköltség 91 százalékát.

Auditált lapok részesedése az egyes laptematikák listaáras reklámbevételéből

Auditált lapok részesedése az egyes laptematikák listaáras reklámbevételéből, 2014.I.félév

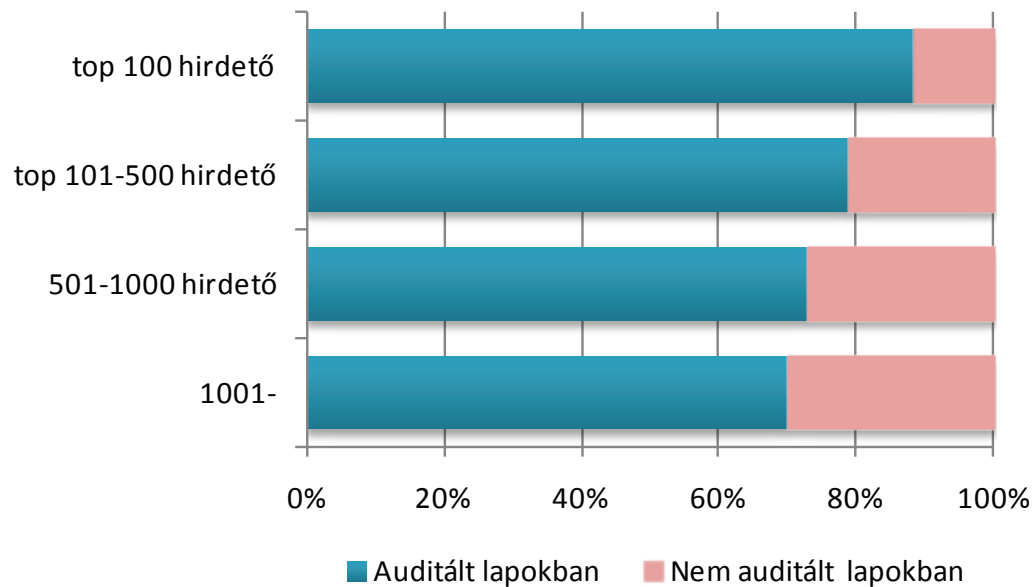


Ebben a félévben négy olyan lapkategória volt, melyben nincs auditált lap – melyek együtt a listaáras reklámköltség mindössze 3%-át mondhatják magukénak.

- Auditált lapok aránya a tematikán belül
- Auditált lapok részesedése a tematika reklámbevételéből
- Tematika részesedése a teljes sajtó reklámbevételéből

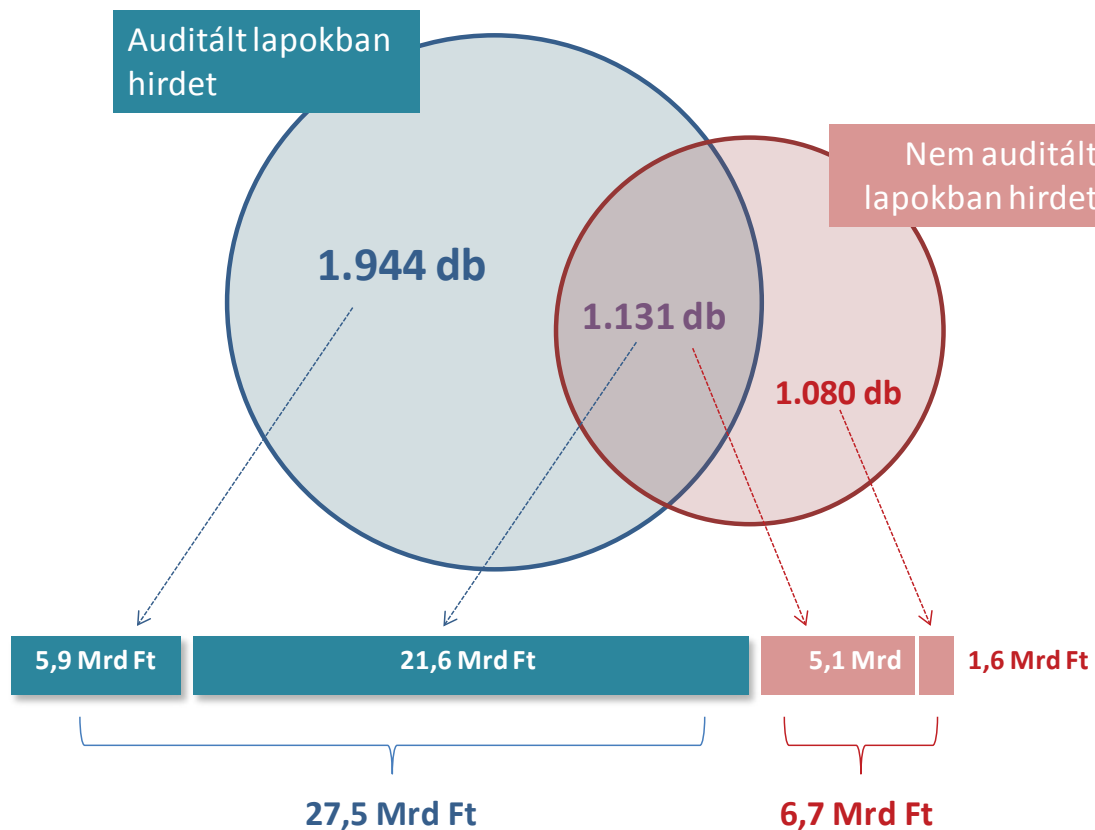
Print költségek megoszlása a hirdetőik nagysága szerint

Print hirdetőik listaáras költségeinek megoszlása a hirdető nagysága szerint



A print költségek 41 százalékát adó top100 hirdető költségeinek 90 százalékát auditált lapokban helyezi el. Minél nagyobb egy hirdető, annál kevésbé nyitott a nem auditált lapokban való megjelenésre.

A sajtóban összesen hirdetőik megoszlása aszerint, hogy auditált, vagy nem auditált lapokban hirdet.

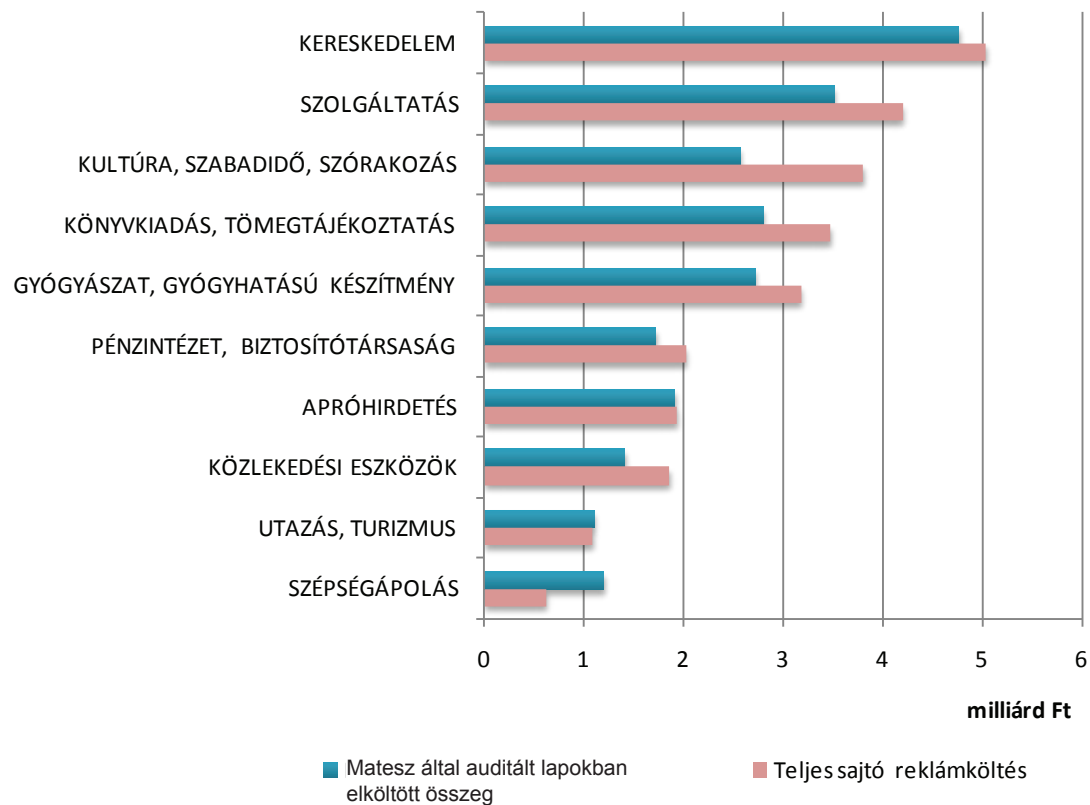


Valamennyi sajtópiaci hirdetőt tekintve jelentősen nagyobb arányban, apróhirdetések nélkül számolva 27,5 milliárd értékben helyeztek el hirdetést auditált lapokban, míg nem auditált lapokban 6,7 milliárd értékben.

Az ábrán a költségek az apróhirdetés szegmens nélkül értendők

Az egyes hirdetői szektorok listaáras költségének megoszlása az auditált és nem auditált lapok között

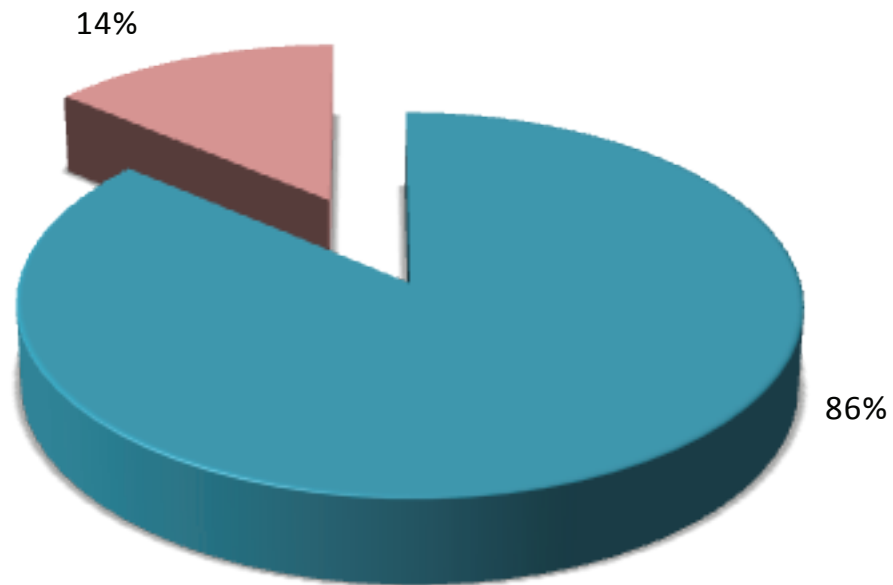
A sajtóban legtöbbet hirdető piaci szektorok listaáras reklámköltsége az auditált lapokban, 2014.I.félév



A 10 legnagyobb sajtóhirdető sektortól származik a teljes print reklámköltség 75 százaléka. Együttes print költségük 87 százalékát az auditált lapok szívják fel, vagyis a legnagyobb hirdető szektorok az auditált lapokat preferálják a nem auditáltakkal szemben.

Az auditált lapok részesedése az ismert ügynökségek által kezelt hirdetési volumenből

Az ismert médiaügynökségeken keresztül érkező print reklámköltés megoszlása, 2014.I.félév



- Ismert ügynökségek listaáras költése az auditált lapokban
- Ismert ügynökségek listaáras költése a nem auditált lapokban

Az azonosíthatóan médiaügynökségek által vásárolt hirdetések 86%-a a Matesz által auditált kiadványok valamelyikében jelent meg. Ez az arány egyértelműen jelzi, hogy az ügynökségek is az auditált lapokat preferálják.

MELLÉKLET – MÓDSZERTAN:

Az elemzés alapját a Kantar Media 2014. első féléves reklámköltési adatai jelentették. Az általuk mért összes lap közül kiválasztottuk azokat, amelyek megjelentek az első félévben, és ezek listáját összevetettük a Matesz-auditban résztvevő sajtótermékek listájával. Utóbbiak közül csak azokat választottuk ki, amelyek a Kantar mérésében szerepelnek, és mindkét adatsorban egyértelműen beazonosíthatók. Az elemzéshez minden esetben a Kantar Media kategorizálási rendszerét használ-

tuk, úgy a lapmatrikák, mint a hirdetői szektorok esetében. Az adott időszakban a Kantar Média által mért összes lapból 262 jelent meg, ezek közül pedig a Matesz 147 auditált lapja közül 99 szerepelt és volt egyértelműen beazonosítható. Ahol auditált lapra hivatkozunk, ott mindig ezt a 99 lapot, vagy ezeknek valamely részhalmazát értjük.

MELLÉKLET – TÁBLÁZATOK

ÚJSÁG/CSATORNA	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	ÖSSZEBEVÉTEL
LISTAÁRAS REKLÁMBEVÉTEL (EZER FT)	29 426 936	6 691 576	36 118 512
LISTAÁRAS REKLÁMBEVÉTEL	81%	19%	100%
KANTAR MEDIA ÁLTAL FIGYELT LAPOK SZÁMA (DB)	99	163	262
KANTAR MEDIA ÁLTAL FIGYELT LAPOK SZÁMA	38%	62%	100%

TEMATIKA	REKLÁMBEVÉTEL (EZER FT)			CÍM (DB)			AUDITÁLT LAPOK ARÁNYA A TEMATIKÁN BELÜL	TEMATIKA RÉ- SZESEDÉSE A TELJES SAJTÓ REKLÁMBEVÉ- TELÉBŐL	AUDITÁLT LAPOK RÉ- SZESEDÉSE A TEMATIKA REKLÁMBEVÉTE- LÉBŐL
	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	TOTÁL	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	TOTÁL			
ORSZÁGOS KÖZÉLETI NAPILAPOK	8,718,971	0	8,718,971	7	0	7	100%	24%	100%
VASÁRNAPI LAPOK	459,728	0	459,728	3	0	3	100%	1%	100%
SZÁMÍTÁSTECHNIKAI MAGAZINOK	94,389	0	94,389	4	0	4	100%	0%	100%
MEGYEI NAPILAPOK	9,128,029	448,743	9,576,772	18	1	19	95%	27%	95%
AUTÓ-MOTOR MAGAZINOK	217,565	122,472	340,037	5	4	9	56%	1%	64%
NŐI LAPOK	6,889,915	709,812	7,599,727	24	24	48	50%	21%	91%
TERMÉSZETTUDOMÁNY/UTAZÁS	196,053	123,305	319,358	5	7	12	42%	1%	61%
KÖZÉLETI LAPOK	664,404	256,379	920,783	4	7	11	36%	3%	72%
GASZTRONÓMIAI LAPOK	175,742	308,307	484,049	7	15	22	32%	1%	36%
RTV ÚJSÁGOK	409,062	402,201	811,263	4	10	14	29%	2%	50%
GYERMEK ÉS IFJÚSÁGI LAPOK	85,395	106,796	192,191	3	8	11	27%	1%	44%
GAZDASÁGI LAPOK	1,059,588	946,020	2,005,608	4	11	15	27%	6%	53%
LAKBERENDEZÉSI LAPOK	233,074	402,570	635,644	4	12	16	25%	2%	37%
REJTVÉNYÚJSÁGOK	19,600	5,040	24,640	1	3	4	25%	0%	80%
MEZŐGAZDASÁGI SZAKSAJTÓ	290,470	754,953	1,045,423	2	8	10	20%	3%	28%
SPORT LAPOK	610,916	197,461	808,377	1	4	5	20%	2%	76%
FÉRFI LAPOK	17,448	409,375	426,823	1	8	9	11%	1%	4%
BUSINESS TO BUSINESS	150,777	363,066	513,843	1	11	12	8%	1%	29%
SZABADIDŐ, KULTÚRA	5,810	123,857	129,667	1	12	13	8%	0%	4%
PROGRAMMAGAZINOK	0	754,195	754,195	0	5	5	0%	2%	0%
ORVOSI SZAKLAPOK	0	142,794	142,794	0	8	8	0%	0%	0%
FOGYASZTÓI LAPOK	0	66,755	66,755	0	2	2	0%	0%	0%
EGYÉB LAPOK	0	47,475	47,475	0	3	3	0%	0%	0%
TOTAL	29,426,936	6,691,576	36,118,512	99	163	262	38%	100%	81%

	AUDITÁLT LAPOKBAN MATESZ LAPOKBAN ELKÖLTÖTT ÖSSZEG	NEM AUDITÁLT LAPOKBAN	TELJES SAJTÓ REKLÁMKÖLTÉS
SZEKTOR	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	TOTÁL
KERESKEDELEM	4,758,091	272,633	5,030,724
SZOLGÁLTATÁS	3,512,381	682,422	4,194,803
KULTÚRA, SZABADIDŐ, SZÓRAKOZÁS	2,562,279	1,240,794	3,803,073
KÖNYVKIADÁS, TÖMEGTÁJÉKOZTATÁS	2,806,503	664,247	3,470,750
GYÓGYÁSZAT, GYÓGYHATÁSÚ KÉSZÍTMÉNY	2,720,695	455,298	3,175,993
PÉNZINTÉZET, BIZTOSÍTÓTÁRSASÁG	1,725,521	294,802	2,020,323
APRÓHIRDETÉS	1,906,084	24,540	1,930,624
KÖZLEKEDÉSI ESZKÖZÖK	1,415,606	439,351	1,854,957
UTAZÁS, TURIZMUS	1,100,756	356,049	1,085,463
SZÉPSÉGÁPOLÁS	1,206,994	209,832	618,864
ÖLTÖZKÖDÉS ÉS KIEGÉSZÍTŐK	1,051,930	165,077	1,217,007
MEZŐGAZDASÁG	517,834	565,750	1,083,584
TÁVKÖZLÉS	849,306	91,946	941,252
ÉLELMISZER	529,941	184,409	714,350
OKTATÁS, KÉPZÉS	441,690	170,301	611,991
LAKBERENDEZÉS ÉS LAKÁSFELSZERELÉS	350,701	216,460	567,161
KÖRNYEZETVÉDELEM, KÖZMŰELLÁTÁS	475,137	29,033	504,170
ÉPÍTŐIPAR	313,496	152,198	465,694
ITAL	221,299	101,964	323,263
INFORMATIKA, IRODATECHNIKA	178,916	120,103	299,019
INGATLAN	201,233	59,168	260,401

(folytatás)

(folytatás a köv. oldalon)

	AUDITÁLT LAPOKBAN MATESZ LAPOKBAN ELKÖLTÖTT ÖSSZEG	NEM AUDITÁLT LAPOKBAN	TELJES SAJTÓ REKLÁMKÖLTÉS
SZEKTOR	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	TOTÁL
ENERGIAHORDOZÓ, ENERGIAFORRÁS	169,287	40,012	209,299
IPARI PRESTIZSREKLÁM	159,913	21,855	181,768
HÁZTARTÁSI CIKK	103,002	19,801	122,803
HÁZTARTÁSI GÉP ÉS KISGÉP	63,682	55,737	119,419
ELEKTROTECHNIKA,ELEKTRONIKA	21,097	11,128	32,225
IRODAESZKÖZ, -GÉP, -FELSZERELÉS	24,318	3,330	27,648
ANYAGMOZGATÁS, RAKTÁROZÁS	9,627	6,360	15,987
CSOMAGOLÓIPAR	11,012	3,704	14,716
FŰTÉS,HŰTÉS,LÉGTECHNIKA,NAGYKONYHA	4,618	6,786	11,404
FÉMIPAR	3,817	7,231	11,048
KARBANTART., BIZT.TECHN., MUNKAVÉD.	2,957	4,740	7,697
VEGYIPAR, MŰANYAGIPAR	2,464	3,993	6,457
NYOMDÁSZAT,KÖNYVKÖTÉS	2,564	1,648	4,212
ÉLELMISZERIPAR	550	3,445	3,995
GÉPIPAR	846	3,076	3,922
MÉTERÁRU ÉS RÖVIDÁRU	200	2,353	2,553
DOHÁNY- ÉS TRAFIKÁRU	589	0	589
VÉGÖSSZEG	29,426,936	6,691,576	36,118,512

ISMERT ÜGYNÖKSÉGEKEN KERESZTÜL ÉRKEZŐ PRINT KÖLTÉS	LISTAÁRTAS REKLÁMKÖLTÉS (FT)	RÉSZESEDÉS
TOTAL	12 070 836	100%
AUDITÁLT LAPOKBAN	10 400 007	86%
NEM AUDITÁLT LAPOKBAN	1 670 829	14%

TEMATIKA	REKLÁMBEVÉTEL (EZER FT)			CÍM (DB)			AUDITÁLT LAPOK ARÁNYA A TEMATIKÁN BELÜL	TEMATIKA RÉ- SZESEDESE A TELJES SAJTÓ REKLÁMBEVÉ- TELÉBŐL	AUDITÁLT LAPOK RÉSZESEDESE A TEMATIKA REKLÁMBEVÉTE- LÉBŐL
	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	TOTÁL	AUDITÁLT	NEM AUDITÁLT	TOTÁL			
MEGYEI NAPILAPOK	9,128,029	448,743	9,576,772	18	1	19	95%	27%	95%
ORSZÁGOS KÖZÉLETI NAPILAPOK	8,718,971	0	8,718,971	7	0	7	100%	24%	100%
NŐI LAPOK	6,889,915	709,812	7,599,727	24	24	48	50%	21%	91%
GAZDASÁGI LAPOK	1,059,588	946,020	2,005,608	4	11	15	27%	6%	53%
MEZŐGAZDASÁGI SZAKSAJTÓ	290,470	754,953	1,045,423	2	8	10	20%	3%	28%
KÖZÉLETI LAPOK	664,404	256,379	920,783	4	7	11	36%	3%	72%
RTV ÚJSÁGOK	409,062	402,201	811,263	4	10	14	29%	2%	50%
SPORT LAPOK	610,916	197,461	808,377	1	4	5	20%	2%	76%
PROGRAMMAGAZINOK	0	754,195	754,195	0	5	5	0%	2%	0%
LAKBERENDEZÉSI LAPOK	233,074	402,570	635,644	4	12	16	25%	2%	37%
EGYÉB	1,422,507	1,819,242	3,241,749	31	81	112	28%	9%	44%
BUSINESS TO BUSINESS	150,777	363,066	513,843	1	11	12	8%	1%	29%
GASZTRONÓMIAI LAPOK	175,742	308,307	484,049	7	15	22	32%	1%	36%
VASÁRNAPI LAPOK	459,728	0	459,728	3	0	3	100%	1%	100%
FÉRFI LAPOK	17,448	409,375	426,823	1	8	9	11%	1%	4%
AUTÓ-MOTOR MAGAZINOK	217,565	122,472	340,037	5	4	9	56%	1%	64%
TERMÉSZETTUDOMÁNY/UTAZÁS	196,053	123,305	319,358	5	7	12	42%	1%	61%
GYERMEK ÉS IFJÚSÁGI LAPOK	85,395	106,796	192,191	3	8	11	27%	1%	44%
ORVOSI SZAKLAPOK	0	142,794	142,794	0	8	8	0%	0%	0%
SZABADIDŐ, KULTÚRA	5,810	123,857	129,667	1	12	13	8%	0%	4%
SZÁMÍTÁSTECHNIKAI MAGAZINOK	94,389	0	94,389	4	0	4	100%	0%	100%
FOGYASZTÓI LAPOK	0	66,755	66,755	0	2	2	0%	0%	0%
EGYÉB LAPOK	0	47,475	47,475	0	3	3	0%	0%	0%
REJTVÉNYÚJSÁGOK	19,600	5,040	24,640	1	3	4	25%	0%	80%
TOTAL	29,426,936	6,691,576	36,118,512	99	163	262	38%	100%	81%