

Szerintünk fontos - MEC média hírlevél



## “SZERINTÜNK FONTOS” MEC MÉDIA HÍRLEVÉL



### Elfogadhatja az EU a reklámadót

Az Európai Bizottság idén márciusban mélyreható vizsgálatot kezdeményezett a reklámadóval kapcsolatban. A vizsgálat ideje alatt megtiltotta Magyarországnak a reklámadó progresszív kulcsainak alkalmazását. Most azonban úgy tűnik, hogy a nyáron módosított



### Így alakultak a listaáras reklámköltések 2008 óta

A reklámpiac a tavalyi évre kilábalt a válságból, viszont 2008 vége óta jelentős változások történtek a hirdetői piacon. Két csoport reklámköltése és reklámpiaci súlya látványosan megnőtt, az egyik a gyógyászati, gyógyszeripari hirdetők köre, a másik pedig a

reklámadókulcs már megfelel  
Brüsszelnek.

**Szerintünk fontos, mert a reklámadó egységesen 5,3%-kal csökkenti a médiatulajdonosok bevételét, ami miatt médiainflációs nyomás alakulhat ki.**



## Bíznak a fogyasztók a reklámokban

A reklámok iránti bizalmat a Nielsen hatvan ország 30 ezer internet használója körében online mérte fel. Annak ellenére, hogy a média egyre inkább elaprózódik, megállapítható, hogy az online formátumok terjedése nem rombolja a hagyományos (offline) csatornák iránti bizalmat. Tévét, újságok és magazinok továbbra is a fogyasztók többsége által hitelesnek tekintett reklámhordozók maradnak.

**Szerintünk fontos, mert bár sokat beszélünk mostanában a reklámkerülésről, azért úgy tűnik, hogy még korai lenne temetni a hirdetéseket.**

kereskedelmi szektor.

**Szerintünk fontos, mert egyrészt alátámasztja a válságból való kilábalást, másrészt jól rámutat, hogyan változott a különböző iparágak reklámköltése és -részesedése.**



## Az r-time-hoz kerülnek a Viacom csatornái

Az r-time nyerte a Viacom International Media Networks magyarországi hirdetés-értékesítési tenderét. Jövő év elejétől így az r-time kereskedőház jelenlegi csatorna portfóliója a Comedy Central, a Paramount Channel, a VIVA, az MTV és a Nickelodeon csatornákkal fog bővülni.

**Szerintünk fontos, mert ezzel a lépéssel még tovább erősödik az r-time.**



## Bővül az Atmedia portfóliója

2016. január 1-jétől az Atmedia értékesíti a Digital Media and Communications tulajdonában álló STORY TV-portfóliót, azaz a STORY4, STORY5 és GALAXY csatornák spot reklámidejét. Az egyezség eredményeként az Atmedia kibővült csatorna-kínálata a 18-49-es korcsoportban továbbra is a 2. helyet foglalja el a magyar televíziós piacon.

**Szerintünk fontos, mert így az Atmedia valamennyire ellensúlyozni tudja, hogy az r-time-hoz kerültek a Viacom csatornái.**

## Nagyot nőtt a programozott vásárlás

Az IAB Europe a dmexco 2015-ön hozta nyilvánosságra az európai programozott vásárlási piac számait. A költés a 2013. évi 2,14 milliárd euróról tavaly 3,65 milliárdra növekedett. A kelet-közép-európai régió egyelőre csupán 5-6 százalékát adja a kontinens összes programmatic költésének, viszont növekedési üteme magasabb a nyugat-európainál.

**Szerintünk fontos, mert azt gondoljuk, hogy a nem is olyan távoli jövőben a programozott vásárlás megkerülhetetlen lesz.**



## Csatlakozókat vár a HOPPEX

Nyár közepén elkezdődött a HOPPEX

## Elindult a Project Agora is

A szeptember végén megrendezett Internet Hungary konferencián startolt a

(Hungarian OmniPublisher Programmatic Exchange) tesztelése, miután kiválasztották a magyar prémium kiadói platform technológiai partnerét. A CEMP, a Central Digitális Média és az Origo részvételével létrejött hazai szervezet a nemzetközi Rubicon Projecttel szerződött. A kezdeményezéshez mostantól csatlakozhatnak új tartalomszolgáltatók is. A projektben résztvevő kiadóknak csak és kizárólag a HOPPExen keresztül lesz elérhető programozott módon az inventory-juk.



## Új mobilhirdetési útmutató az IAB-tól

Az IAB Hungary Mobil munkacsoportja frissítette, és a piac számára ingyenesen elérhetővé tette a 3 éve kiadott magyar mobilhirdetési-piacot bemutató összefoglalóját, amely aktuális és hiteles képet ad e dinamikusan fejlődő területről. Az útmutató célja továbbra sem az egyes részek elemzése, hanem egy áttekinthető "big picture" kialakítása.

**Szerintünk fontos, mert a felhasználók által mobilon eltöltött idő és az oda irányuló reklámköltségek aránya egyre közelebb kerül egymáshoz.**

másik jelentős magyar programozott vásárlási piactér, a Project Agora is. Az induló partnerek közt szerepel az RTL Magyarország, az Adaptive Media, az Ads Interactive, a Habostorta, a Nosalty és a Russmedia.

**Szerintünk fontos, mert a nemzetközi digitális trendekhez végre a magyar piaci szereplők is felzárkóznak.**



## Szerződésbontás a Mahir Cityposterrel

A Fővárosi Közgyűlés október 31-ével szerződést bont a több mint 700 budapesti hirdetőoszlopot üzemeltető Mahir Cityposter Kft.-vel. Egyben felszólítják a céget, hogy a rendkívüli felmondást tartalmazó értesítésben megjelölt időponttól számított hatvan napon belül bontsa el a szerződés keretében telepített hirdetőoszlopokat. A Mahir Cityposter Kft. megdöbbenéssel fogadta a döntést. Mivel mindig teljesítették szerződési kötelezettségeiket, nem tudják elfogadni a felmondást, jogi lépéseket tesznek.

**Szerintünk fontos, mert úgy tűnik, hogy megint a politika szól bele a**

**piaci folyamatokba, ráadásul még mindig nem zárult le Simicska Lajos média érdekeltségei elleni offenzíva.**



## Visszatérhet a Danubius Rádió

Júliusban az Autórádió Kft. kezdeményezte a Danubius Rádió név levédetését. Ezt jó eséllyel meg is tehetik, ugyanis az elnevezés már nem áll oltalom alatt. A cég versenybe szállhat a két meghirdetett budapesti frekvenciáért. A 95.8-at magyar zenéket sugárzó rádióknak, a 96.4-et pedig fiatalos zenei rádióknak szánja a Médiatanács. A hosszadalmas procedúra miatt ezeken a frekvenciákon leghamarabb 2016 elején indulhatnak el az új rádiók.

**Szerintünk fontos, mert azt mutatja, hogy a rádióban több üzleti kör lát továbbra is fantáziát.**



## Internet Hungary 2015

Szeptember 29-30-án került megrendezésre a hazai digitális gazdaság legjelentősebb szakmai fóruma, az Internet Hungary konferencia, melyen az MEC képviseletében is többen részt vettek előadóként vagy beszélgetésvezetőként.

Prezentációink megtekinthetők:  
 Gulyás János (CEO): Változó idők, változó szerepek  
 Ihász Ingrid (Head of Digital): Ismerd meg a fogyasztódat!  
 Jobbágy Tamás (Head of A&I): Online videók a performance-alapú stratégiákban  
 Csepregi Dániel (Head of Data&Technology): Cross-Device Tracking

**Szerintünk fontos, mert kollégáink fontos és aktuális témákról beszéltek és beszélgettek ismét, az ország egyik legjelentősebb médiakonferenciáján.**

MEC Ranked #1 in Hungary

## RECMA Qualitative Evaluation March 2015

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

*Copyright © 2015 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](#)