

---

# IAB Hungary Adex 2011

2012. március 21.



---

# IAB Adex

---

- Az IAB adata világszerte a mértékadó piaci információ a digitális reklámköltésről
- Az IAB 1996 óta teszi közzé az online reklámköltési adatokat (US)
- Az IAB Europe 2006-ban indította el az európai Adex projektet, mi 2008-ban csatlakoztunk

---

# IAB Hungary Adex

---

- Célunk: átfogó, alapos, kontrollált, összehasonlítható költési adatok szolgáltatása a hazai digitális reklámköltésekről
- Az IAB Hungary Adex a nettó digitális reklámköltést vizsgálja:
  - Online
  - Mobil

---

# Együttműködő partnereink

---



---

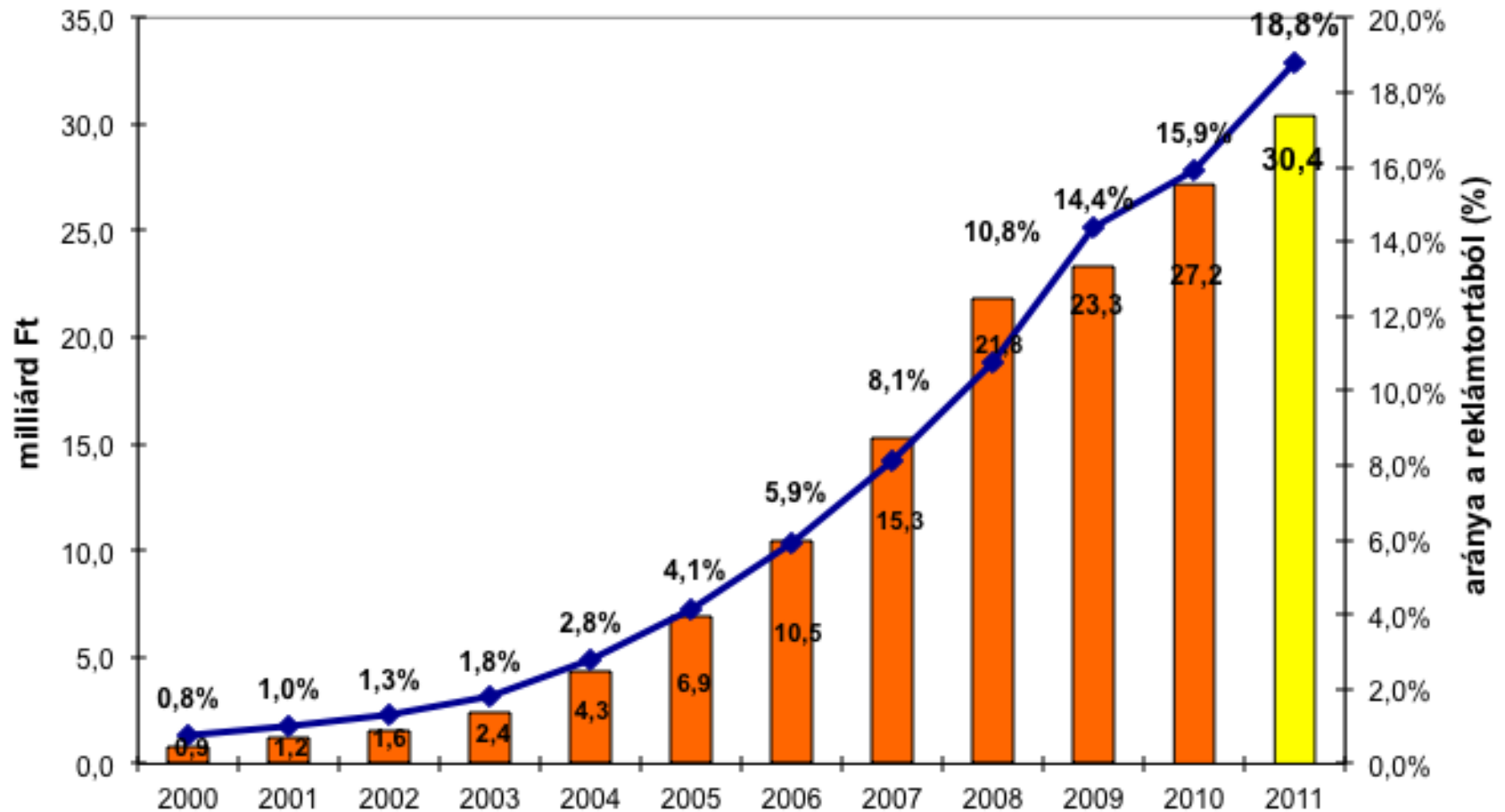
# IAB Hungary Adex 2011 - online

---

- A teljes nettó online reklámköltés 2011-ben 30,4 milliárd Ft volt.
- Ez a teljes reklámpiac 18,8%-a



## Az online reklámköltés nagysága, aránya a reklámtortából



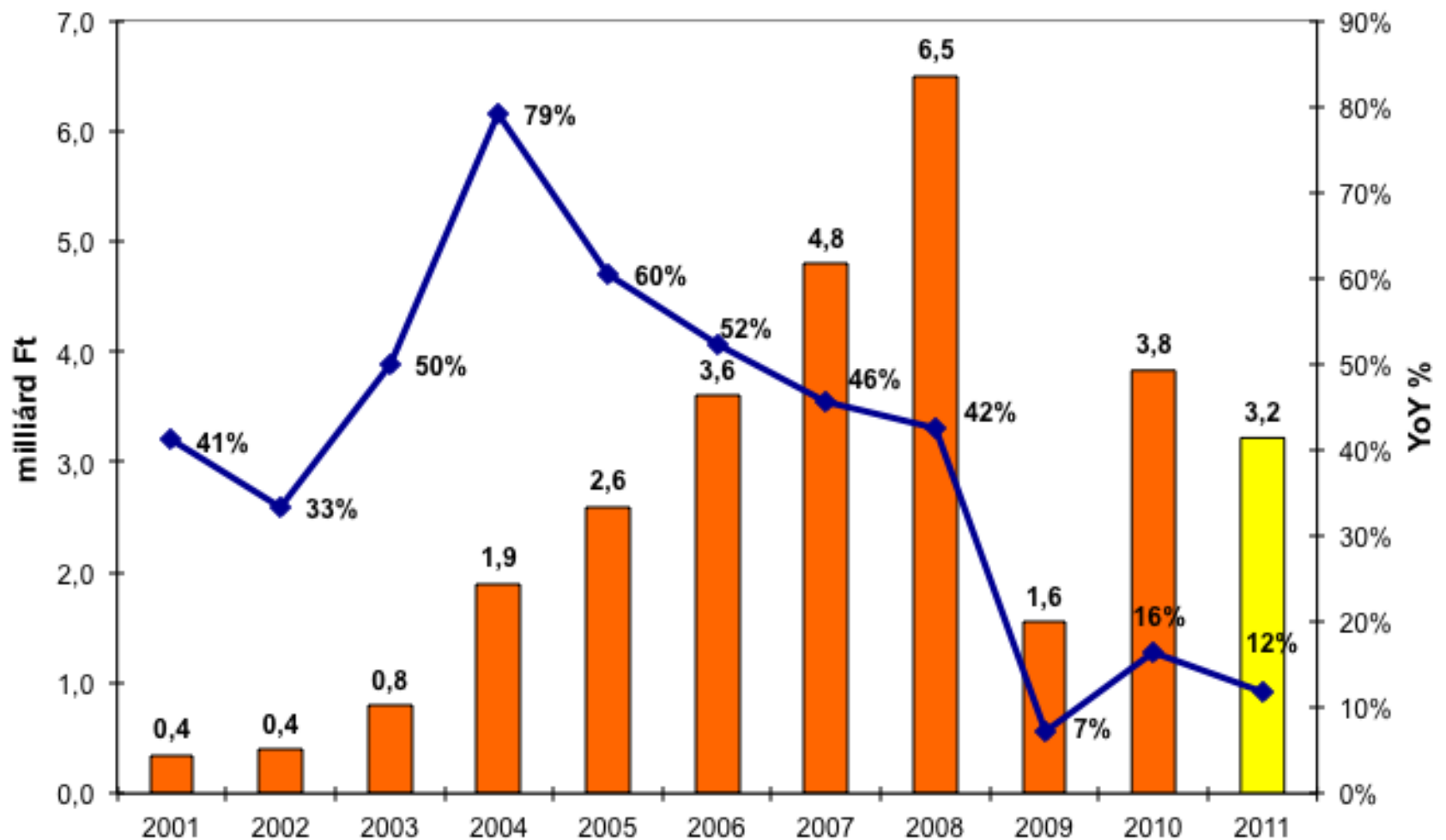
---

# Változás (2011/2010)

---

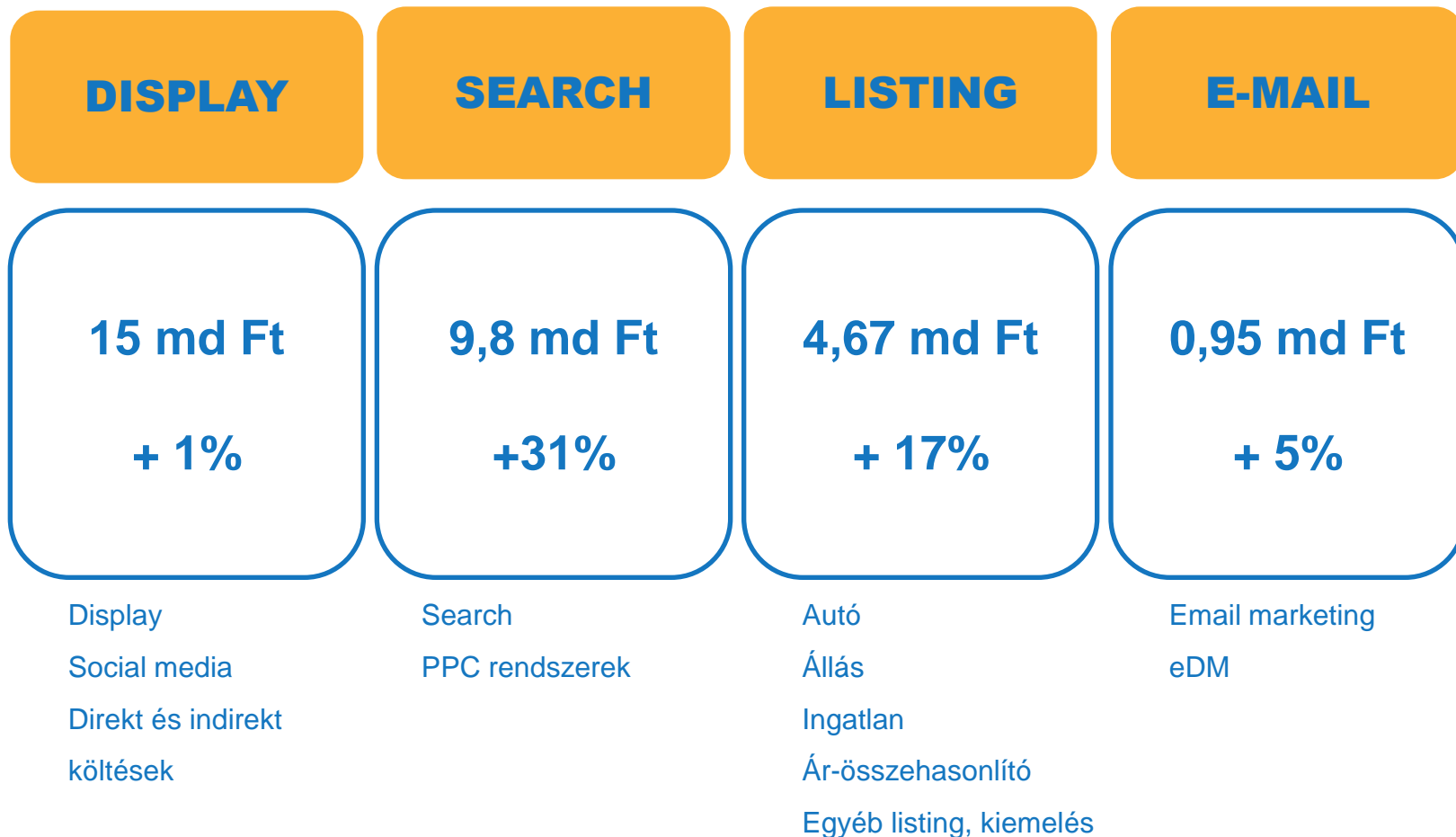
- + 3,2milliárd Ft
- 12%-os növekedés

## Az online reklámpiac növekedése

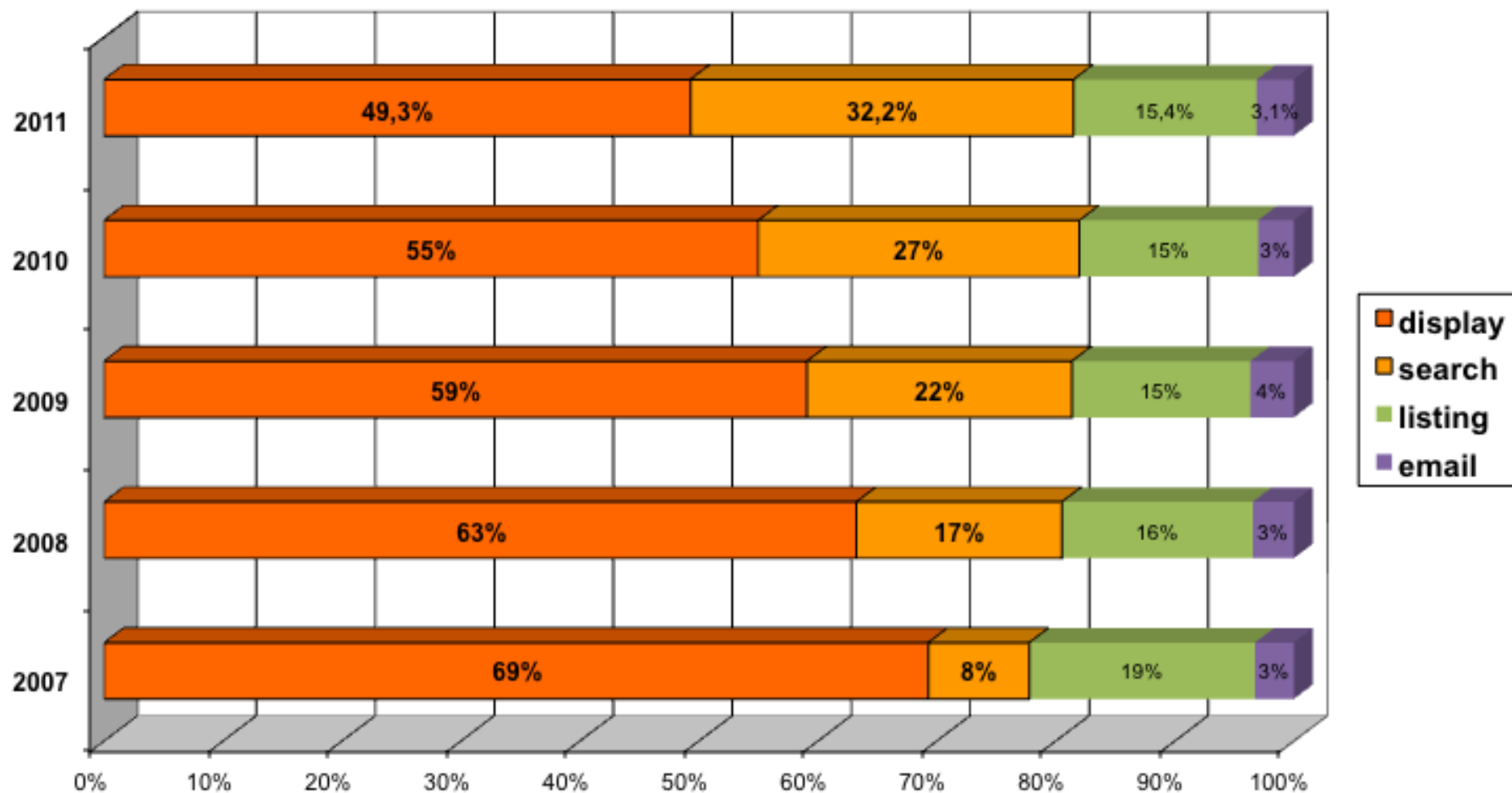




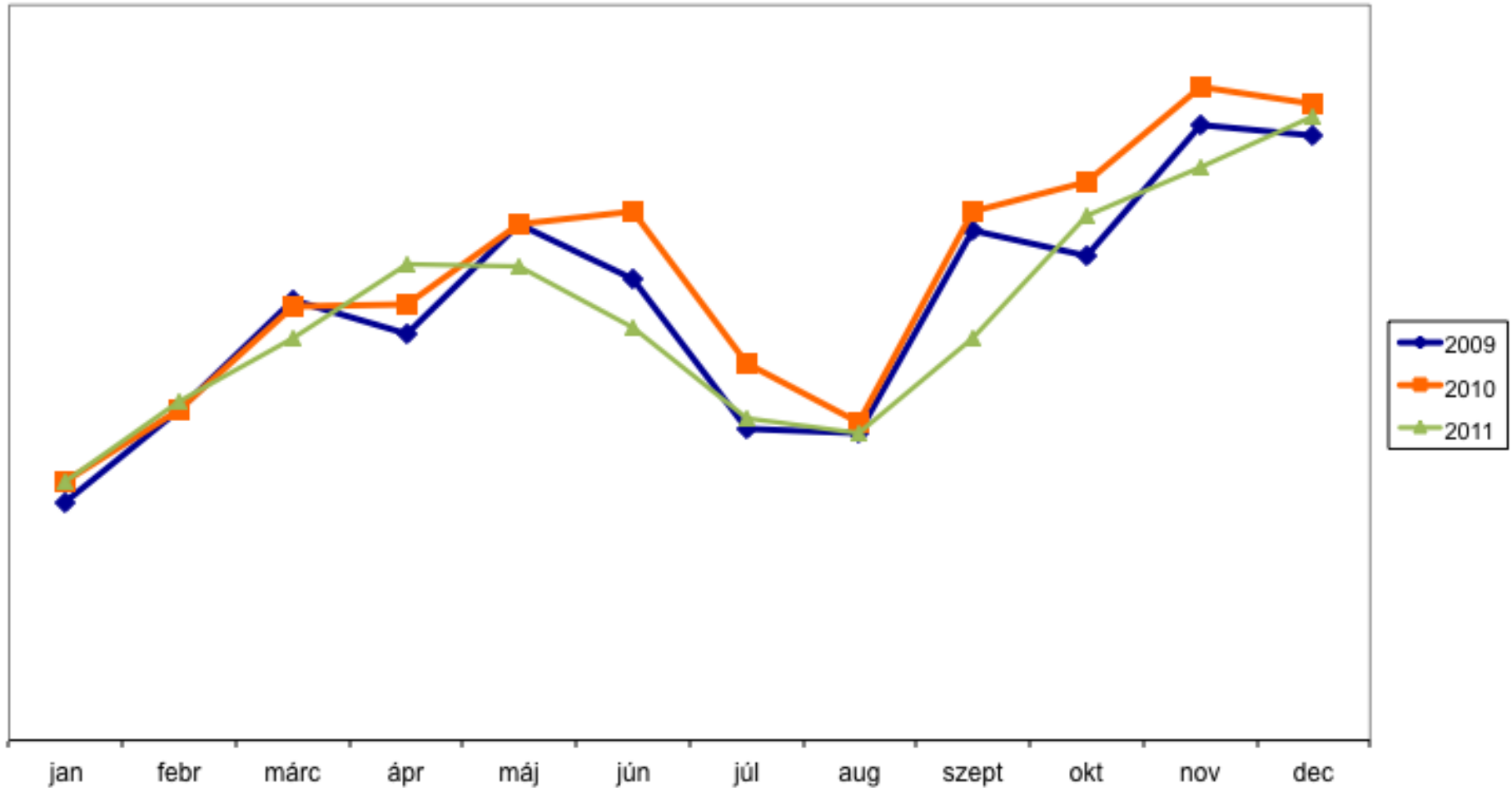
# Szegmens adatok



## Online reklámköltés megoszlása



## Szezonalitás\*



\*az önbevallásban résztvevő IAB tagok (Adaptive Media, Axel Springer, CEMP, EMG, Evomedia, Expressz, Generál Media, Gmedia, HVG Online, HWSW, Inform Media Online, MTM-SBS, MTVA Online, Optimusz, Origo, Ringier Online, R-time, Sanoma Media) bevételi adatai alapján

---

# Üzleti partnerek/megrendelők szegmentálása\*

---

- Indirekt (ügynökség): 68%
- Direkt hirdető: 32%

\*az önbevallásban résztvevő IAB tagok (Adaptive Media, Axel Springer, CEMP, EMG, Evomedia, Expressz, Generál Media, Gmedia, HVG Online, HWSW, Inform Media Online, MTM-SBS, MTVA Online, Optimusz, Origo, Ringier Online, R-time, Sanoma Media) bevételi adatai alapján

---

# Mobilreklám piac

---

- Az IAB mobil munkacsoport szakértői becslése a mobilhirdetési piacról  
(mobil display – non-display)
  - 2011-ben mobilreklámozásra a hirdetők 740 millió Ft-ot fordítottak.
    - Robbant a mobil display
- Így a teljes digitális reklámköltség (online + mobil) 31,14 md Ft-ra tehető.

---

# Net-net vs nettó

---

- Az IAB Adex *reklámköltést* vizsgál, ehhez a „nettó/net” áll legközelebb
- Az Adex metodikája lehetővé teszi, hogy net-net adatot is szolgáltatassunk:
  - 2011-ben a net-net online reklámköltés 28,5 md Ft-ra tehető.
  - Ezt az adatot tartalmazza az MRSZ reklámpiaci becslése.
- Fontos:
  - az online költségek jelentős részénél nem értelmezhető a nettó vs net-net (pl. search jelentős része),
  - ennek megfelelően eddig is csak a releváns szegmensekben alkalmaztunk a nettóra emelést (pl. display - ügynökségi költségek).

