
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

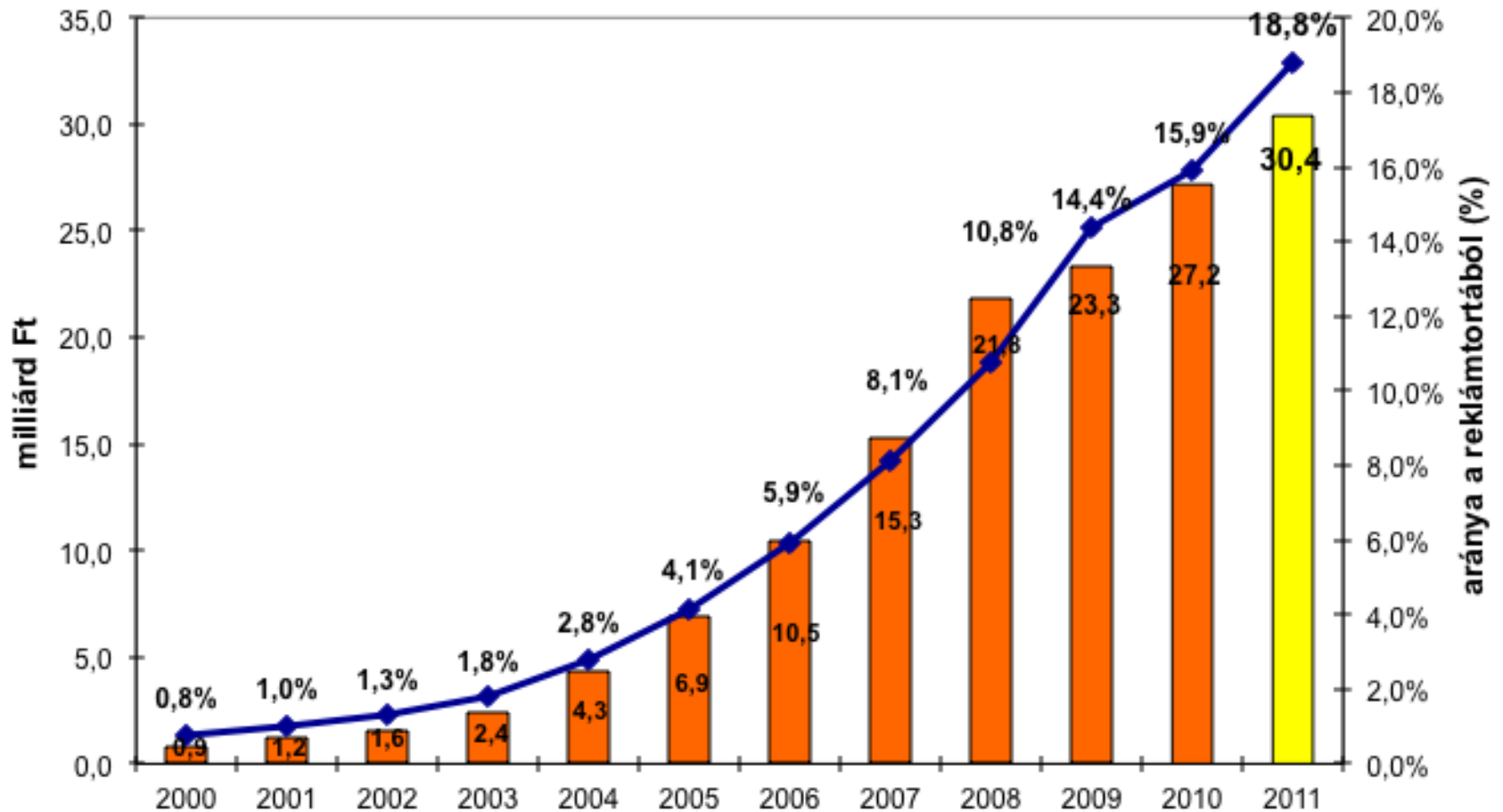


IAB Hungary Adex 2011 - online

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



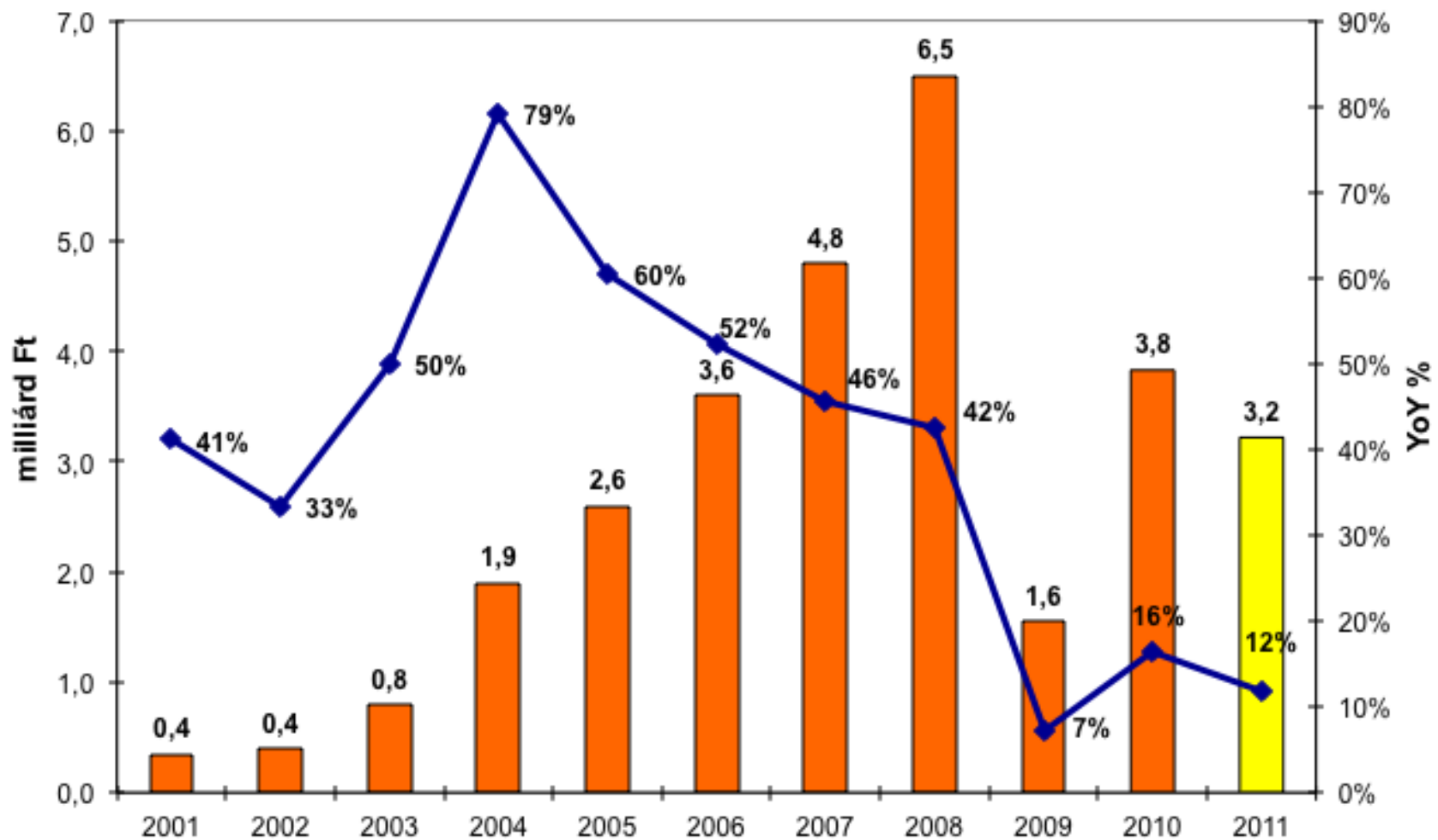
Az online reklámköltés nagysága, aránya a reklámtortából



Változás (2011/2010)

- + 3,2milliárd Ft
- 12%-os növekedés

Az online reklámpiac növekedése



Szegmens adatok

DISPLAY

15 md Ft

+ 1%

Display

Social media

Direkt és indirekt

költségek

SEARCH

9,8 md Ft

+31%

Search

PPC rendszerek

LISTING

4,67 md Ft

+ 17%

Autó

Állás

Ingatlan

Ár-összehasonlító

Egyéb listing, kiemelés

E-MAIL

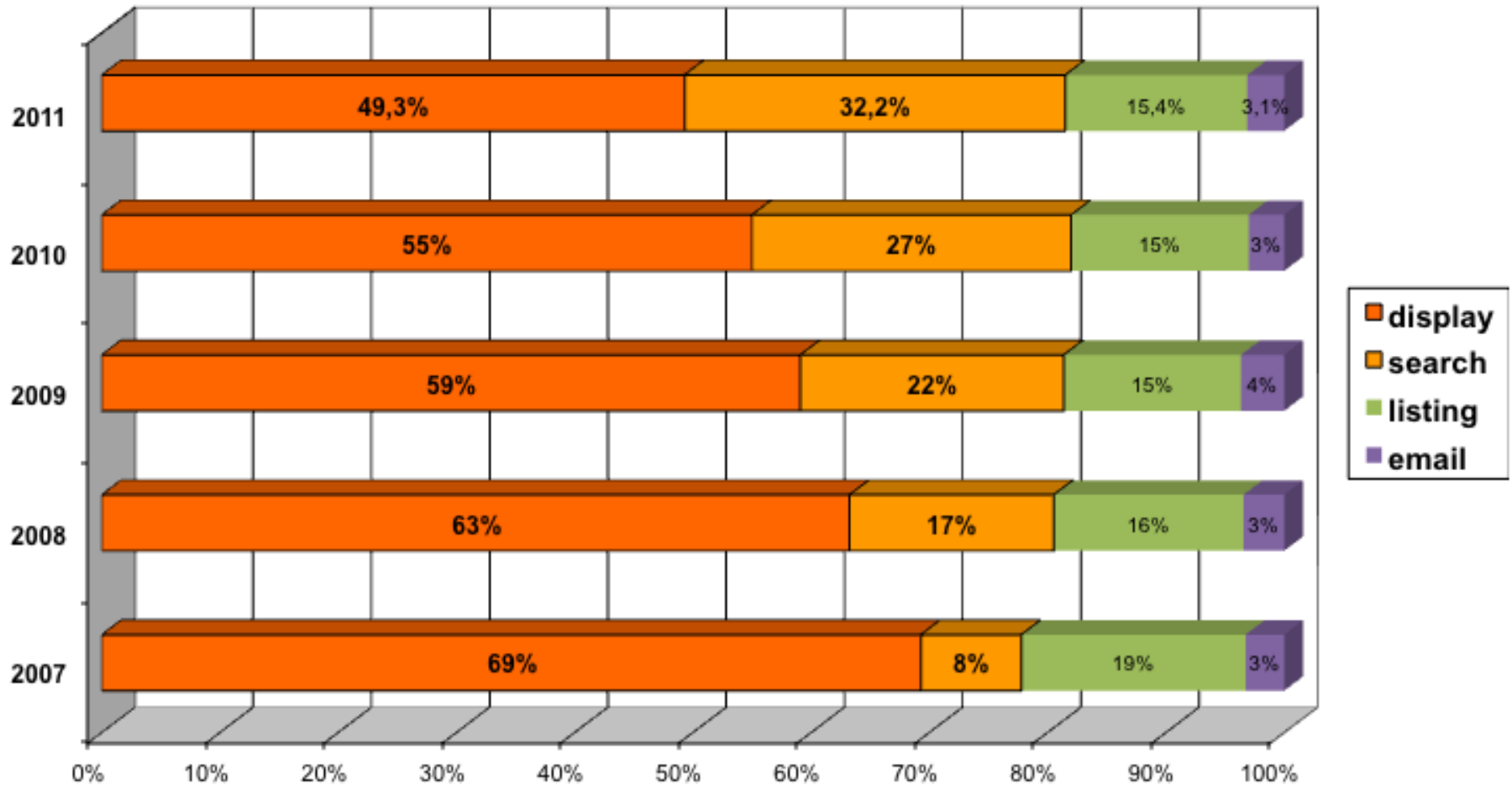
0,95 md Ft

+ 5%

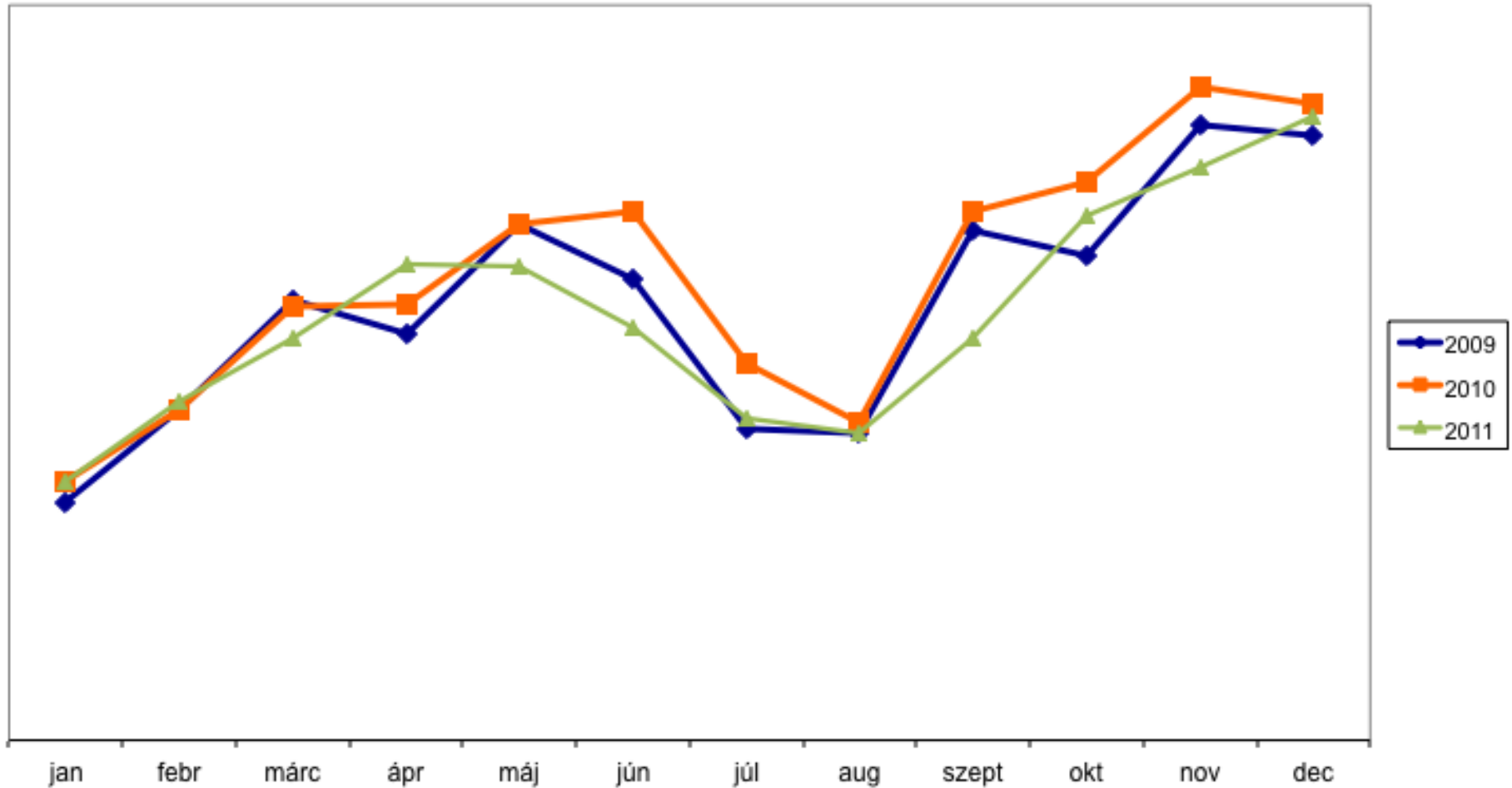
Email marketing

eDM

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 hirdetőik 740 millió Ft-ot fordítottak.
 - Robbant a mobil display
- Így a teljes digitális reklámköltés (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 költsékek 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).



Professionalise



Promote



Protect



Prove



**INTERNET
HIGH-FIVE
PLACE HAND
HERE**