



**Barnóth Zoltán**

elnök

IAB Hungary

# Bemutató



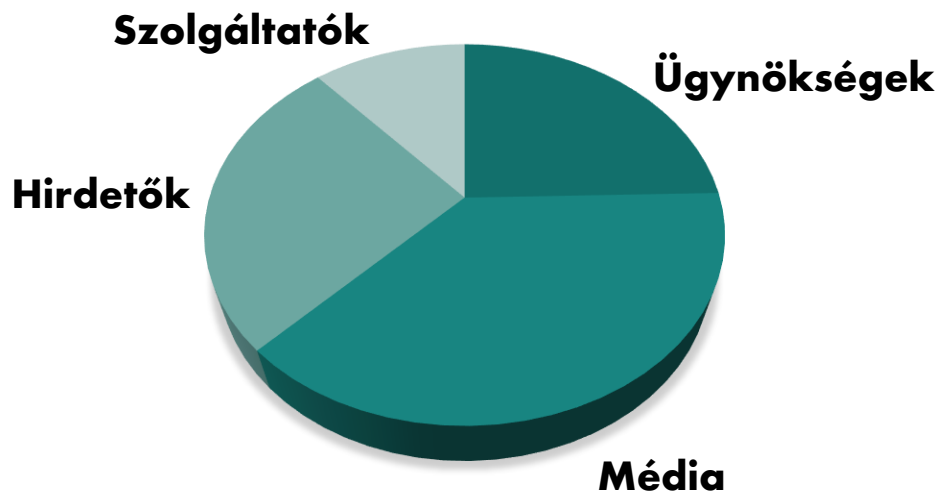
- az IAB Hungary Adex 2008 óta az iparág hivatalos reklámköltési adatsora



- a szakma várakozása az éves reklámpiaci költés alakulásáról
- az év legfontosabb digitális reklámpiaci trendjeinek vizsgálata

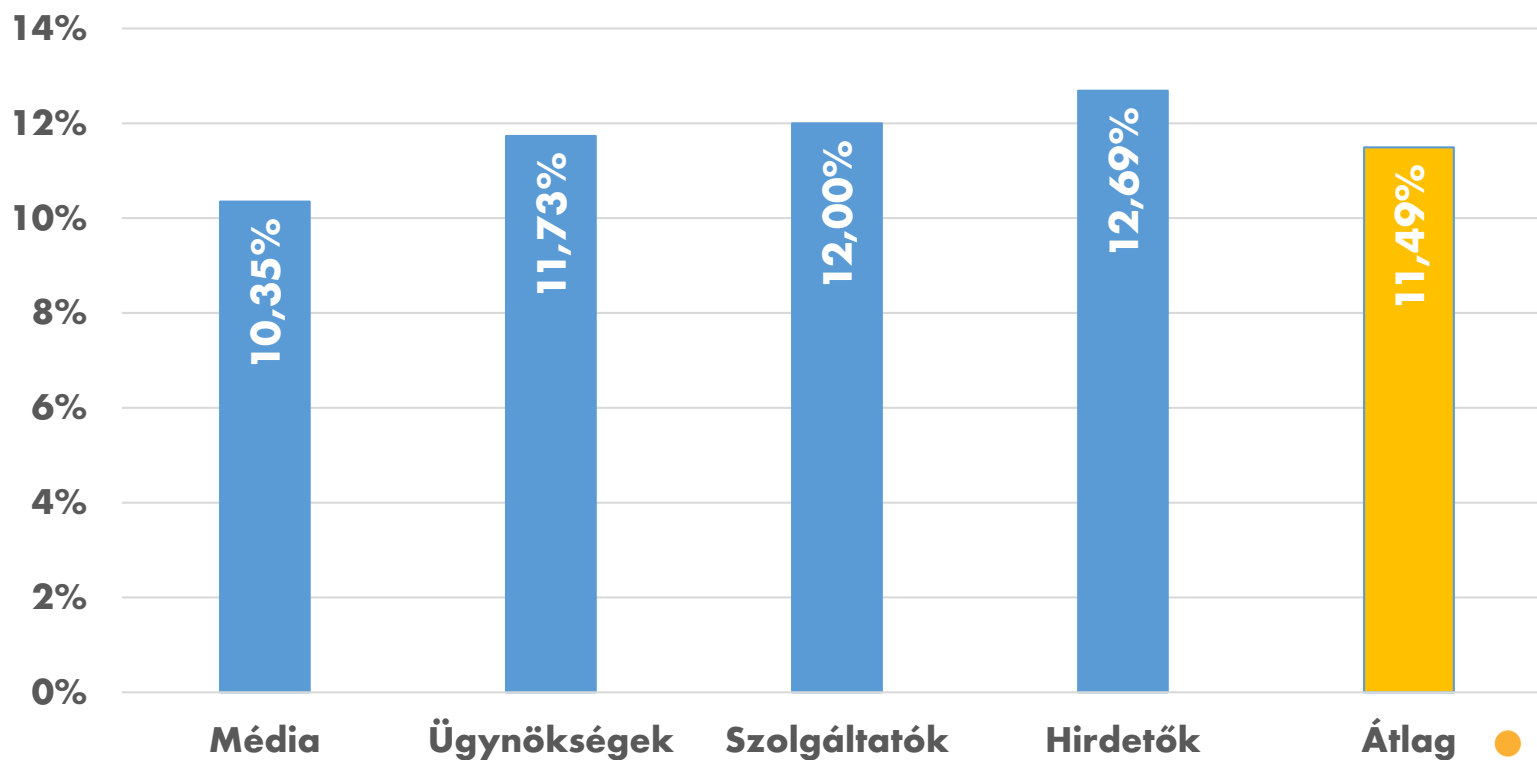
# IAB Adexpect

- Négy kérdés a 2016-os naptári évre vonatkozó növekedés várakozásokra és meglátások a legfontosabb trendekre
- Kitöltők IAB tagvállalatok vezetői és IAB Hirdetői Klub képviselők
- 60+ válaszadó, 4 szegmensben

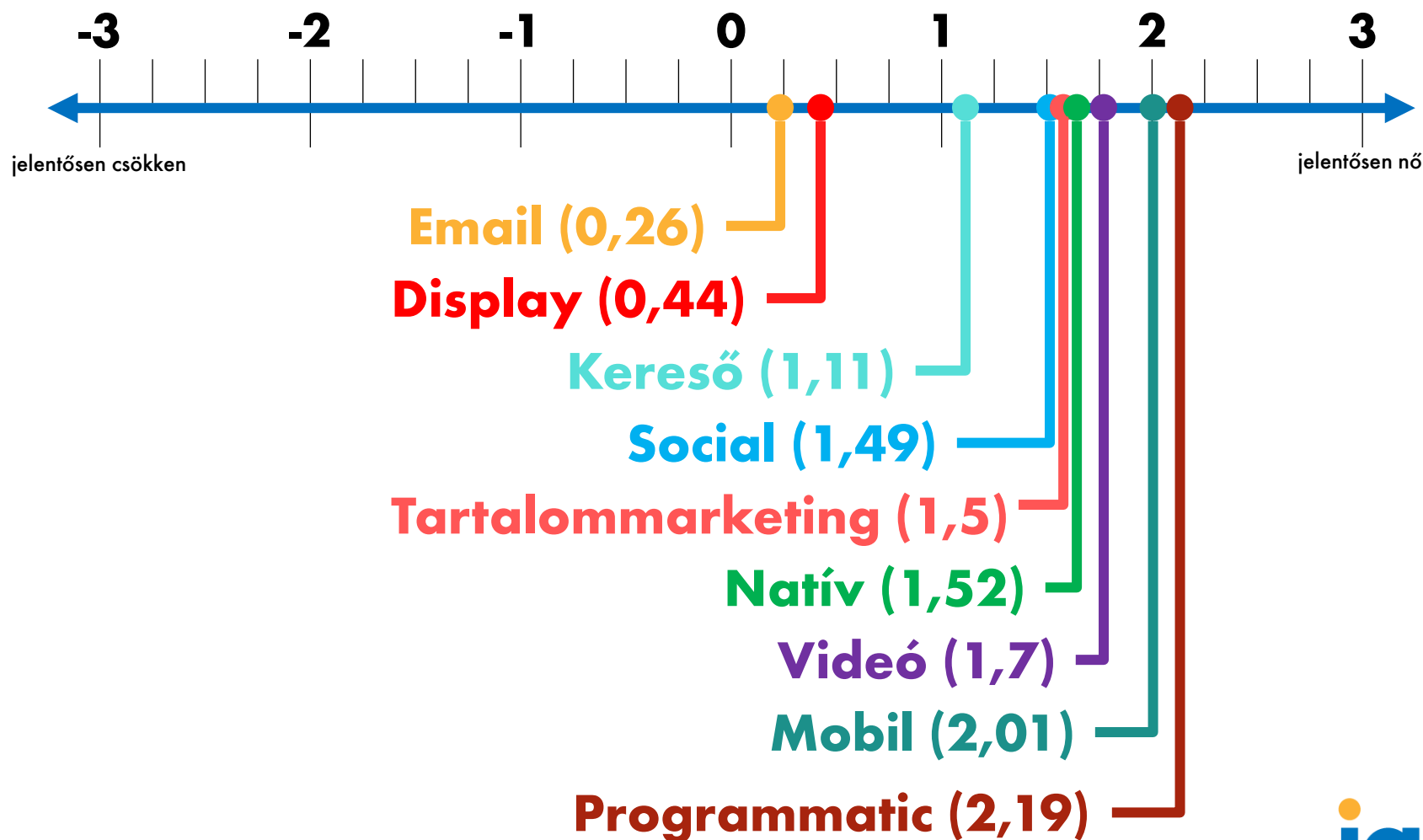


# I. Kérlek becsüld meg, hogy 2016-ban hogyan fog változni a digitális reklámköltés hazánkban 2015-höz viszonyítva!

- a növekedés várakozás: 11,49%
- a hirdetőik a legoptimistábbak



## II. Kérlek becsüld meg, hogy az alábbi területeken milyen irányba és milyen mértékben fog változni idén a digitális reklámköltés hazánkban a 2015-öshöz képest!



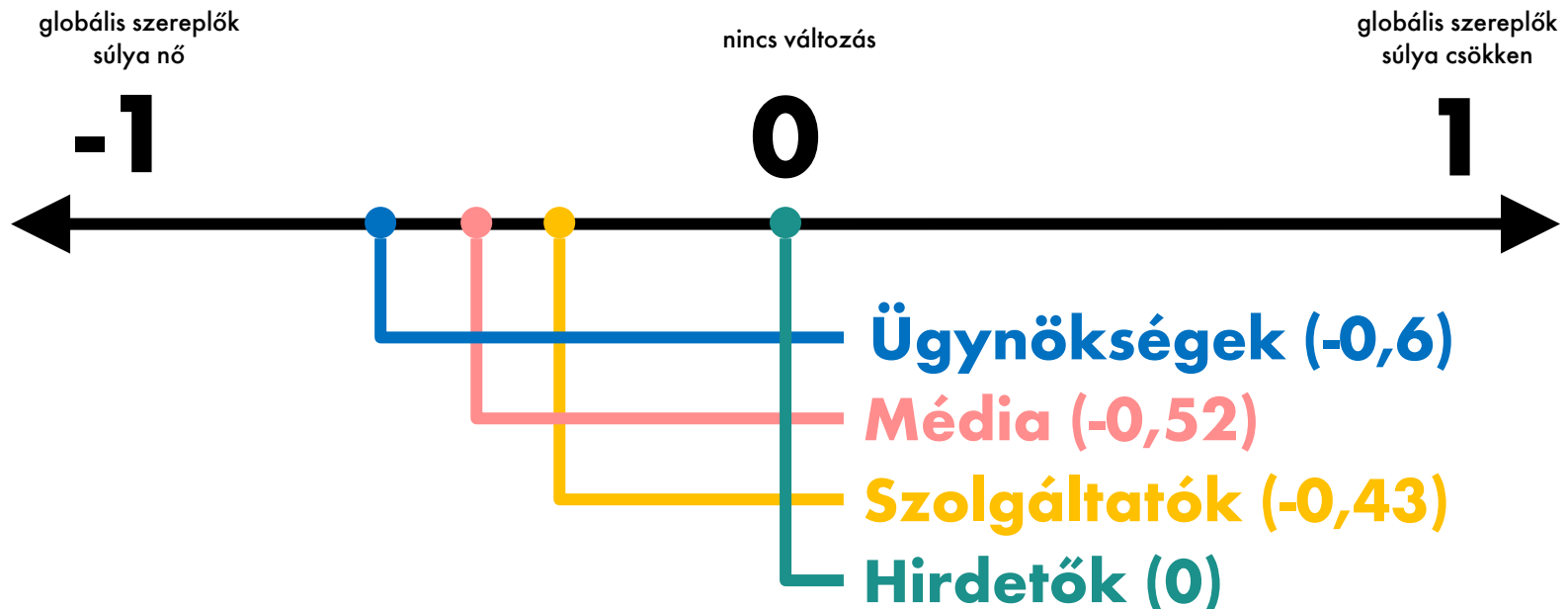
## II. Kérlek becsüld meg, hogy az alábbi területeken milyen irányba és milyen mértékben fog változni idén a digitális reklámköltés hazánkban a 2015-öshöz képest!

- A válaszadók megoszlása szegmensenként (-3 jelentősen csökken, +3 jelentősen nő):

|   | Ügynökségek | Média       | Hirdetők    | Szolgáltatók | Súlyozott átlag |
|---|-------------|-------------|-------------|--------------|-----------------|
| <b>Email marketing</b>                      | 0,13        | 0,22        | 0,50        | 0,14         | <b>0,26</b>     |
| <b>Display reklámok</b>                     | 0,40        | 0,61        | 0,25        | 0,43         | <b>0,44</b>     |
| <b>Kereső hirdetések</b>                    | 1,13        | 1,09        | 1,25        | 0,86         | <b>1,11</b>     |
| <b>Social media marketing</b>               | 1,87        | 1,26        | 1,38        | 1,71         | <b>1,49</b>     |
| <b>Tartalommarketing</b>                    | 1,53        | 1,52        | 1,50        | 1,43         | <b>1,51</b>     |
| <b>Natív hirdetések</b>                     | 1,60        | 1,83        | 1,13        | 1,29         | <b>1,52</b>     |
| <b>Video tartalmakon megjelenő reklámok</b> | 1,80        | 1,65        | 1,56        | 2,00         | <b>1,70</b>     |
| <b>Mobil eszközökön megjelenő reklámok</b>  | 2,13        | 1,91        | 1,88        | 2,43         | <b>2,02</b>     |
| <b>Programmatic megoldások</b>              | 2,40        | 2,26        | 1,81        | 2,43         | <b>2,20</b>     |
| <b>ÁTLAG</b>                                | <b>1,44</b> | <b>1,37</b> | <b>1,25</b> | <b>1,41</b>  | <b>1,36</b>     |

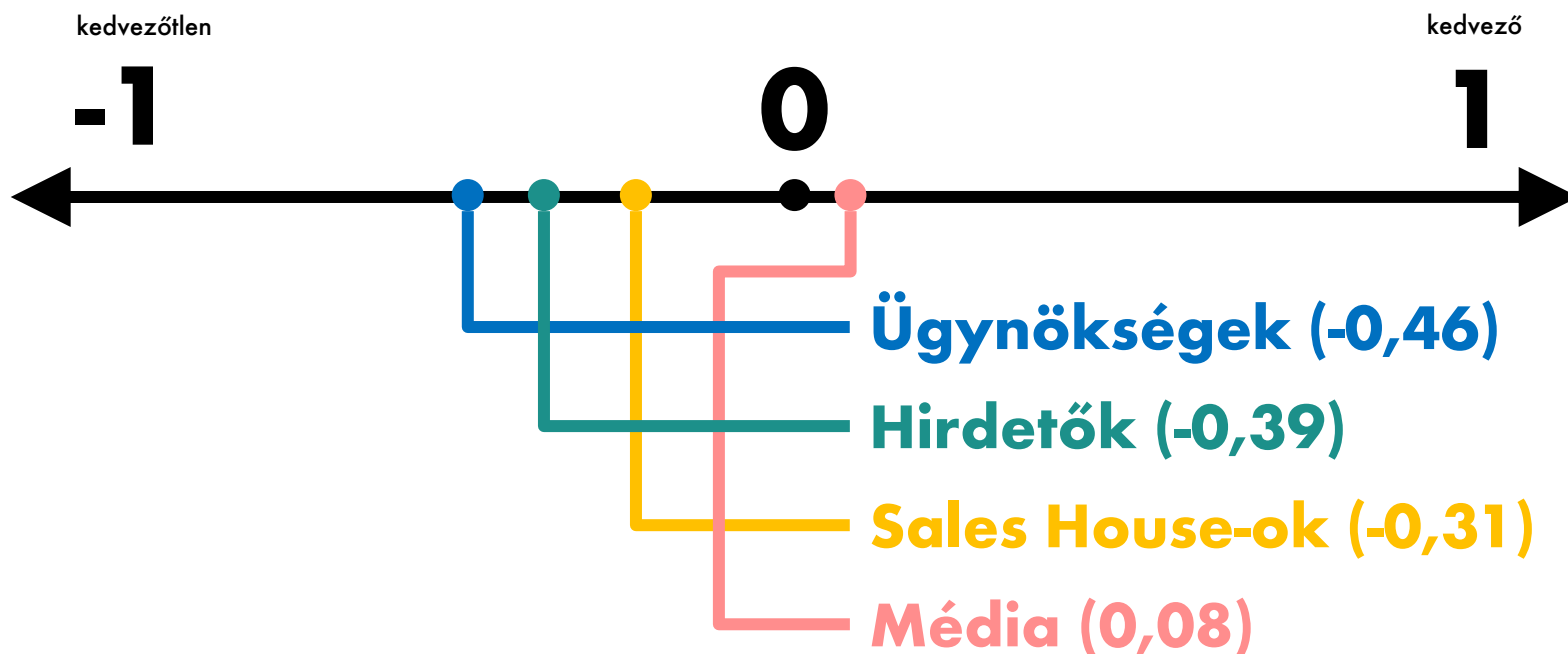
### III. Véleményed szerint hogyan fog változni 2016-ban a hazai és globális szereplők piaci aránya a digitális reklámköltésekben a magyar piacon?

- a piac összességében a globális szereplők erősödését várja
- a válaszadó hirdetőik együttesen stabilizációra számítanak



## IV. Véleményed szerint hogyan fogja érinteni az egyes szereplő-típusok tényleges jövedelmezőségét 2016-ban a hazai reklámpiaci szabályozás 2015-ben végrehajtott átalakítása?

- a piac egésze összességében hátrányosnak éli meg az átalakítást





## IV. Véleményed szerint hogyan fogja érinteni az egyes szereplő-típusok tényleges jövedelmezőségét 2016-ban a hazai reklámpiaci szabályozás 2015-ben végrehajtott átalakítása?

- A válaszadók megoszlása szegmensenként (-1 kedvezőtlen, +1 kedvező):

|                       | Ügynökségek | Média | Hirdetők | Szolgáltatók | Súlyozott átlag |
|-----------------------|-------------|-------|----------|--------------|-----------------|
| <b>Ügynökségek</b>    | -0,53       | -0,43 | -0,38    | -0,57        | <b>-0,46</b>    |
| <b>Hirdetők</b>       | -0,27       | -0,22 | -0,81    | -0,29        | <b>-0,39</b>    |
| <b>Sales House-ok</b> | -0,13       | -0,52 | -0,19    | -0,29        | <b>-0,31</b>    |
| <b>Média</b>          | 0,20        | 0,13  | 0,13     | -0,43        | <b>0,08</b>     |

# Összegzés

- **2016-ban 11,5% növekedést vár a piac.**
- **Legmeghatározóbb trendek:**
  - programmatic
  - mobil
  - video

**iab** ● ADEXPECT 2016