



# Digitális „net” reklámköltségi adatok 2012

2013. március 27.

---

# 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
- Az online-ra vonatkozó hazai reklámköltési adatok 2000. évtől érhetőek el

---

# 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
    - Display
    - Search
    - Listings
    - Email
  - Mobil

---

# Együttműködő partnereink

---



Az IAB Hungary megbízásából a piaci adatokat a PwC Magyarország gyűjtötte össze és rendszerezte.



A Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetségének Online szekciója aggregált adatszolgáltatással segítette munkánkat.

---

# Módszertan

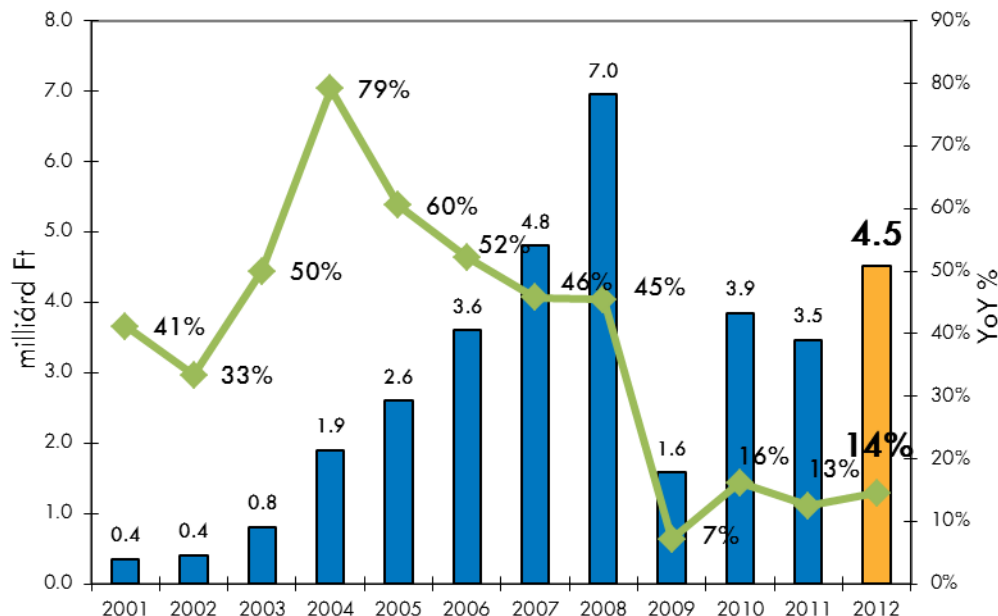
---

- A felmérés piaci szereplők önbevallásán és szakértői becsléseken alapul.
  - Display: önbevallás és szakértői becslés (globális szereplők)
  - Search: önbevallás és szakértői becslés
  - Listing: szakértői becslés
  - Email: önbevallás és szakértői becslés
  - Mobil: önbevallás és szakértői becslés (mobil search)
- Adatszolgáltatásban 30 médiacég és sales house, 20 ügynökség és több tucat piaci szakember vett részt.

# A környezet ellenére növekedés

- A gazdaság gyengélkedése (GDP: -1,7%) és a reklámpiac csökkenése ellenére a digitális reklámköltség 2012-ben is növekedett.

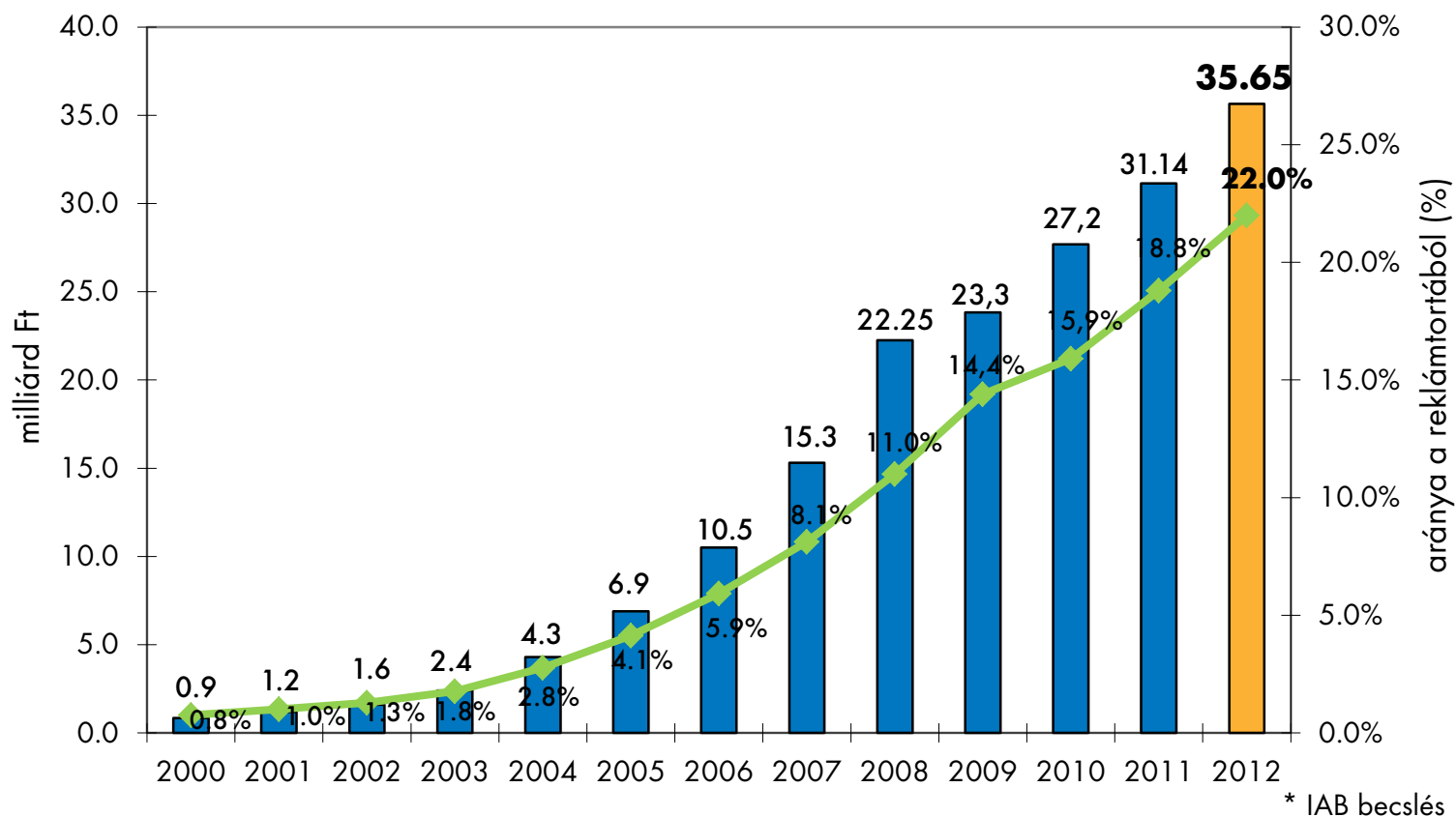
## A digitális reklámpiac növekedése



- 4.5 milliárd forinttal többet költöttek digitálisra, így 14%-kal bővült a piac

# Digitális net reklámköltés 2012: 35.65md Ft

## A digitális reklámköltés nagysága, aránya\* a reklámtortából



2013. március 27.

# Szegmens adatok

**DISPLAY**

**16.789 md Ft**

**YoY: + 12%**

**Share: 47%**

Display  
Social media  
Direkt és indirekt  
költsékek

**SEARCH**

**12.433 md Ft**

**YoY: +27%**

**Share: 35%**

Search  
PPC rendszerek  
(non-display)

**LISTING**

**4.653 md Ft**

**YoY: 0%**

**Share: 13%**

Vertikális (Autó, Állás,  
Ingatlan)  
Ár-összehasonlító  
Aukciós (kiemelések)

**E-MAIL**

**0.88 md Ft**

**YoY: - 7%**

**Share: 2.5%**

Email marketing  
eDM

**MOBIL**

**0.896 md Ft**

**YoY: n.a \***

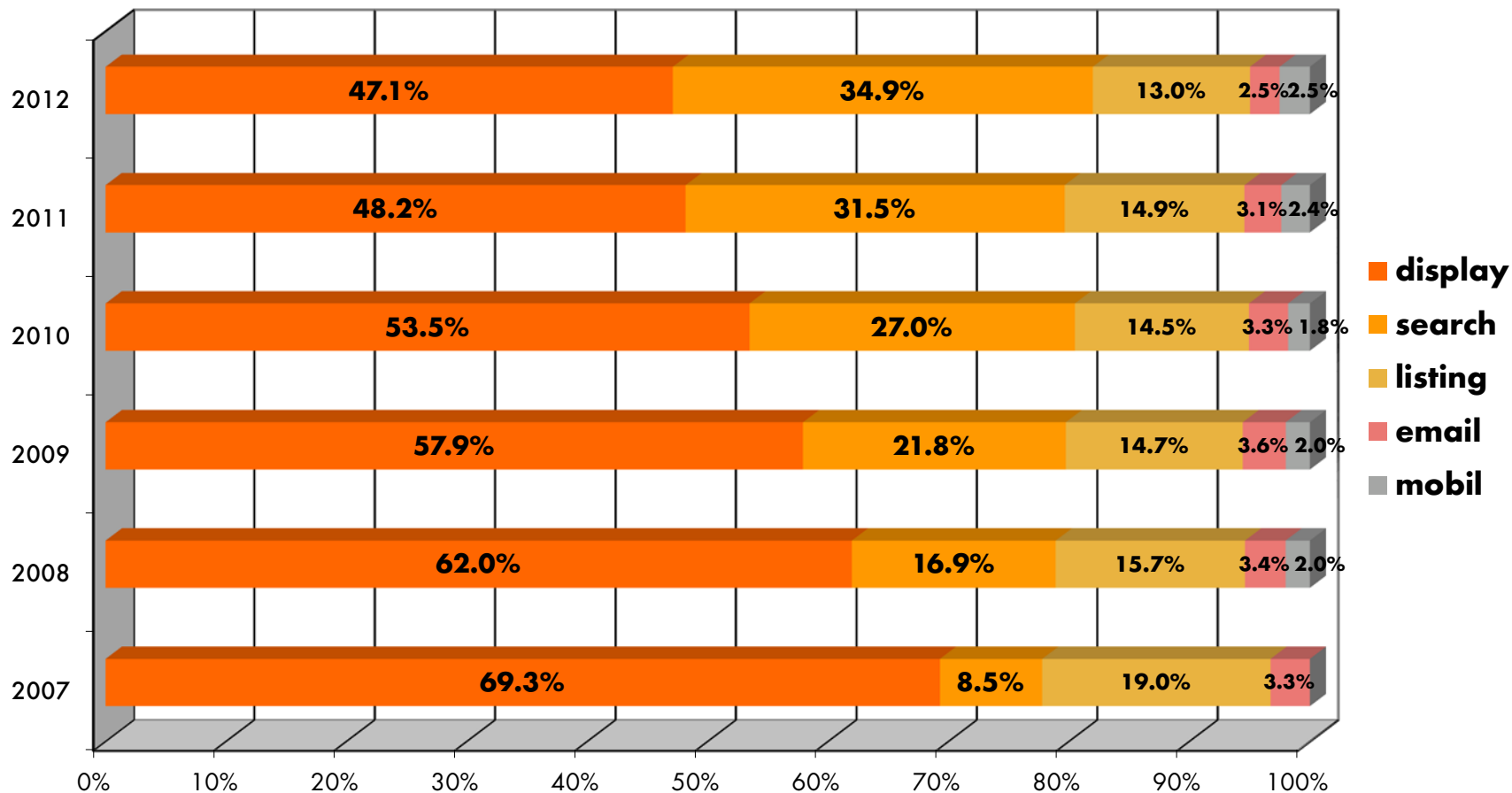
**Share: 2.5%**

Mobil reklám (display,  
search)

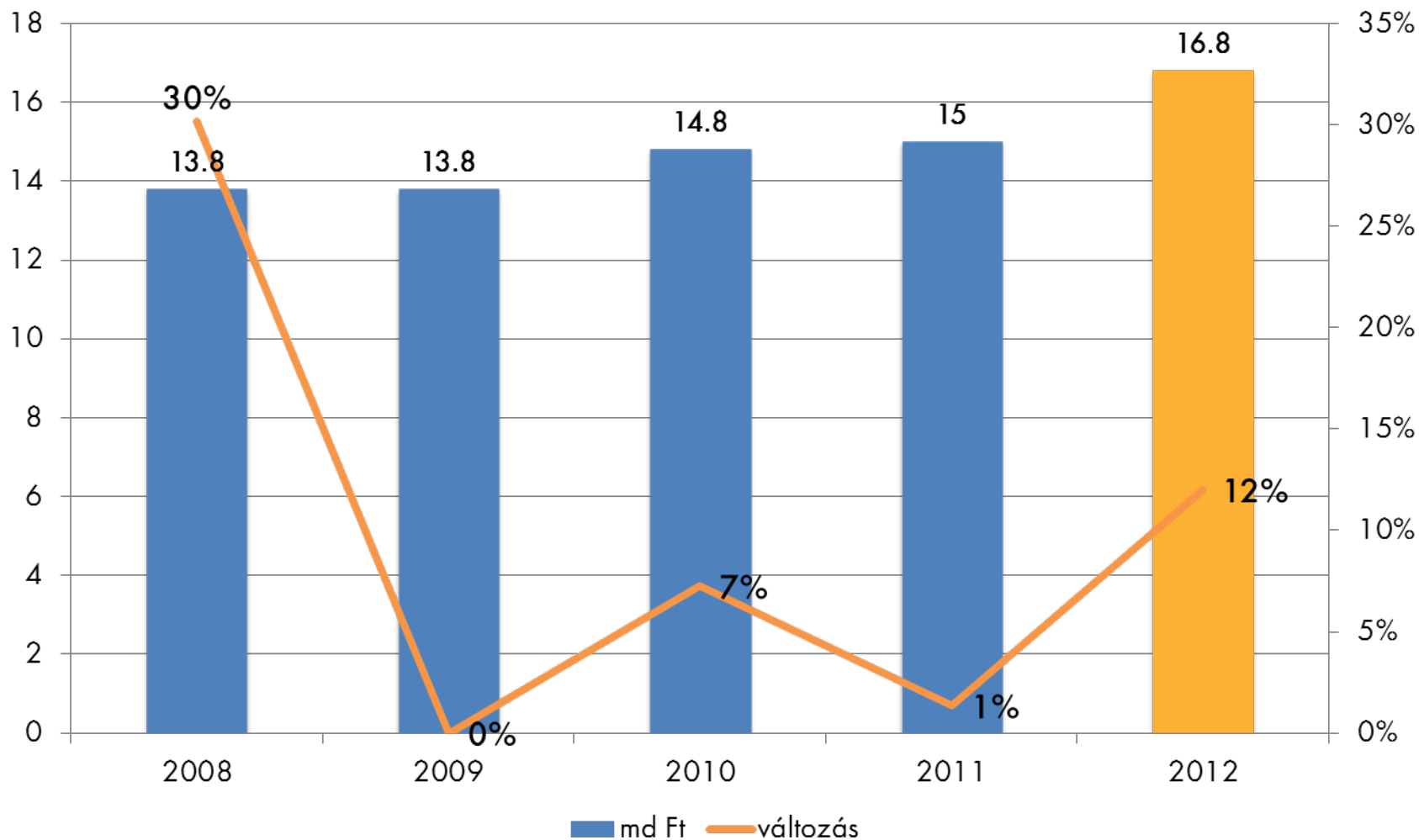
**VÁLTOZÁS:**

1. Mobil direktet (sms, mms stb) NEM tartalmaz
2. Viszont mobil search adatot igen

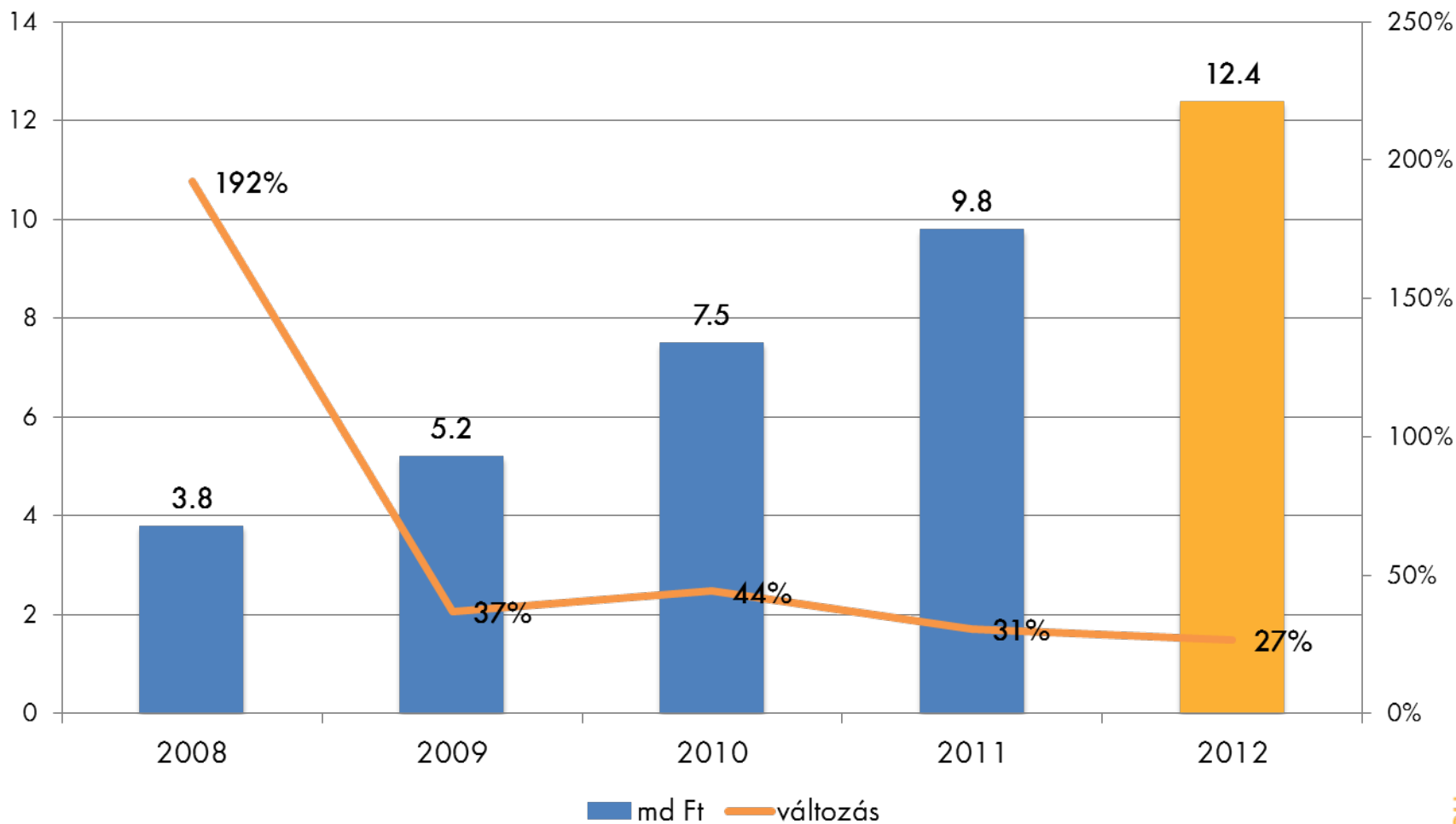
# Digitális reklámköltések megoszlása



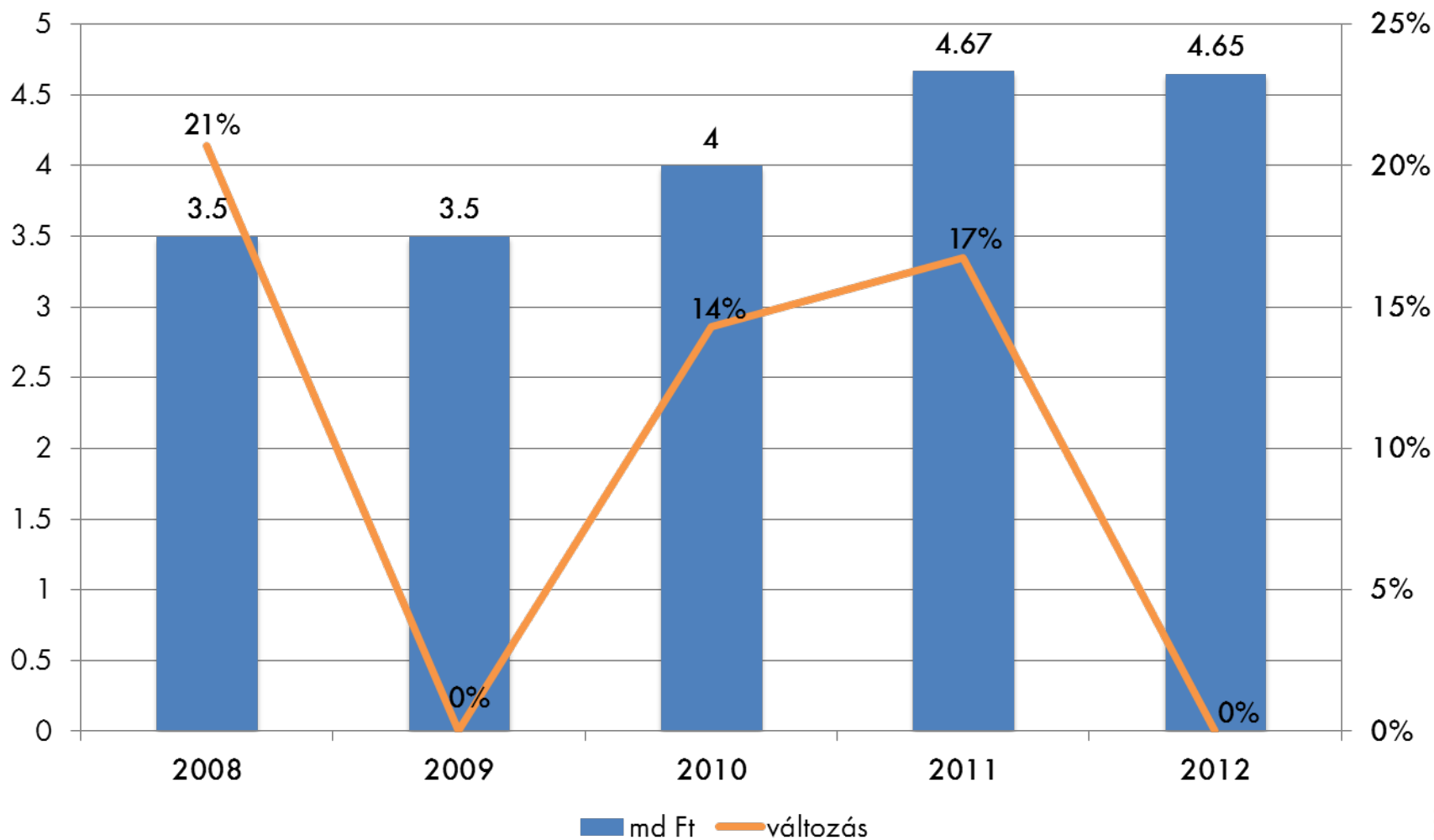
# A display szegmens változása



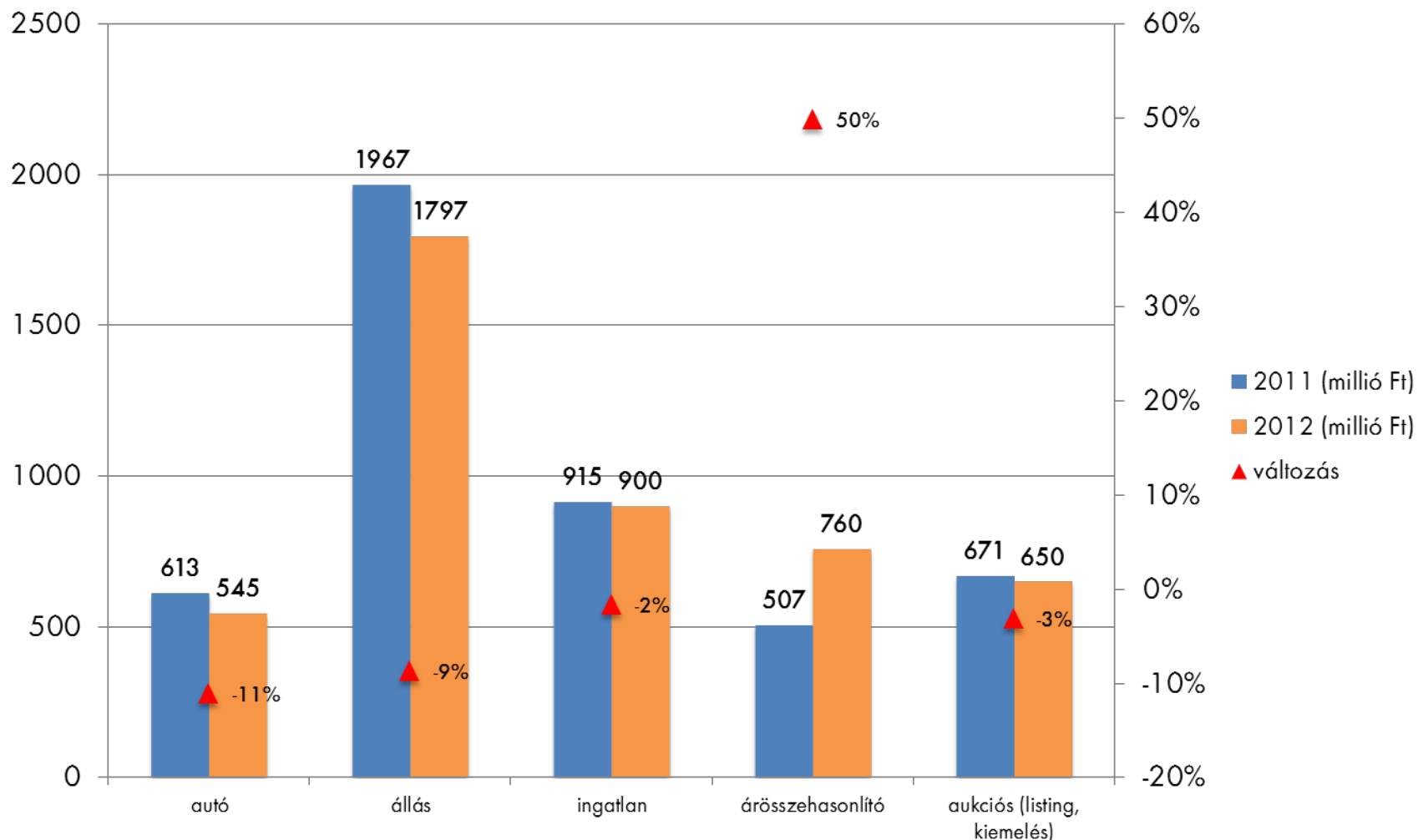
# A search szegmens változása



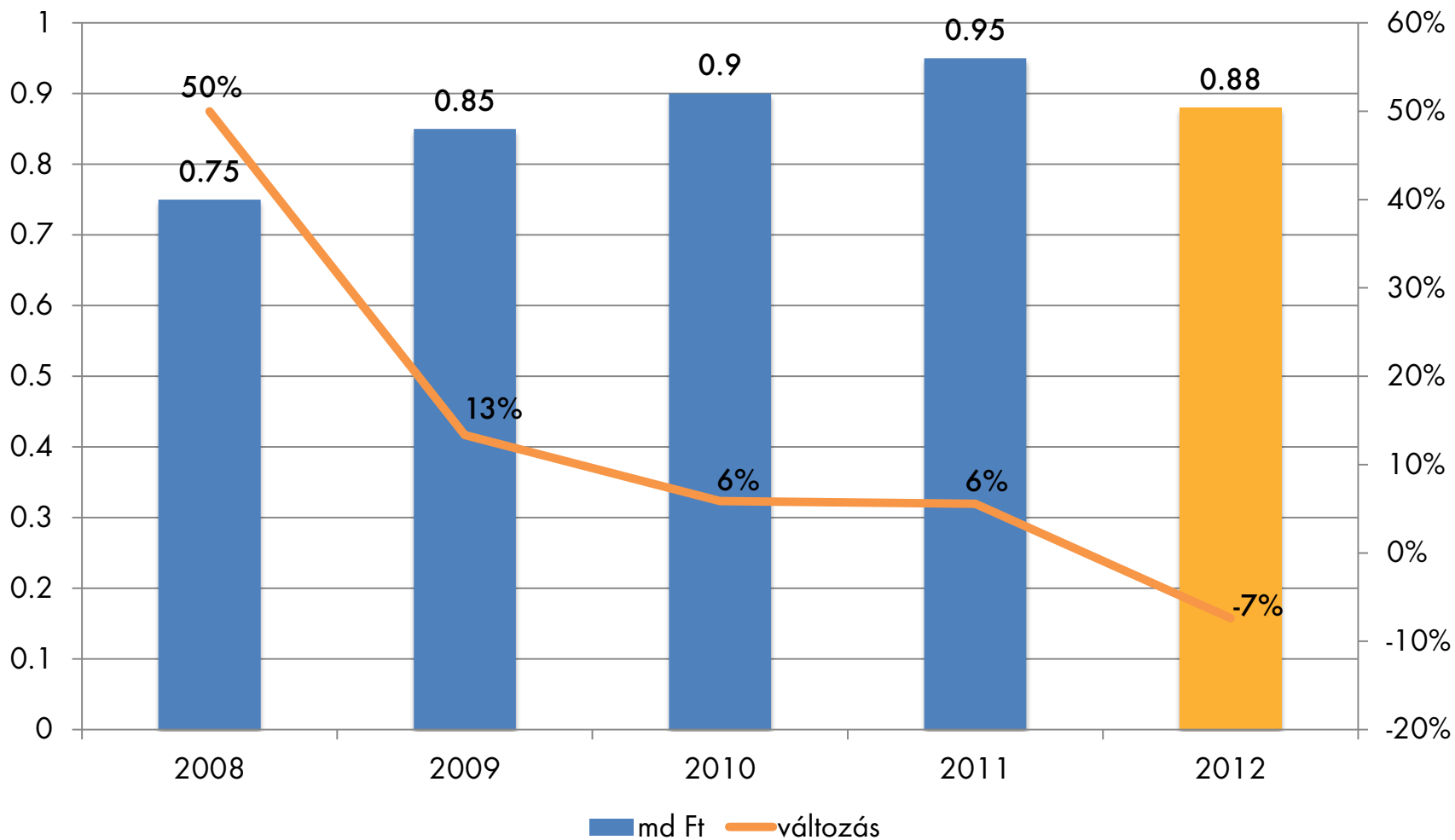
# A listing szegmens változása



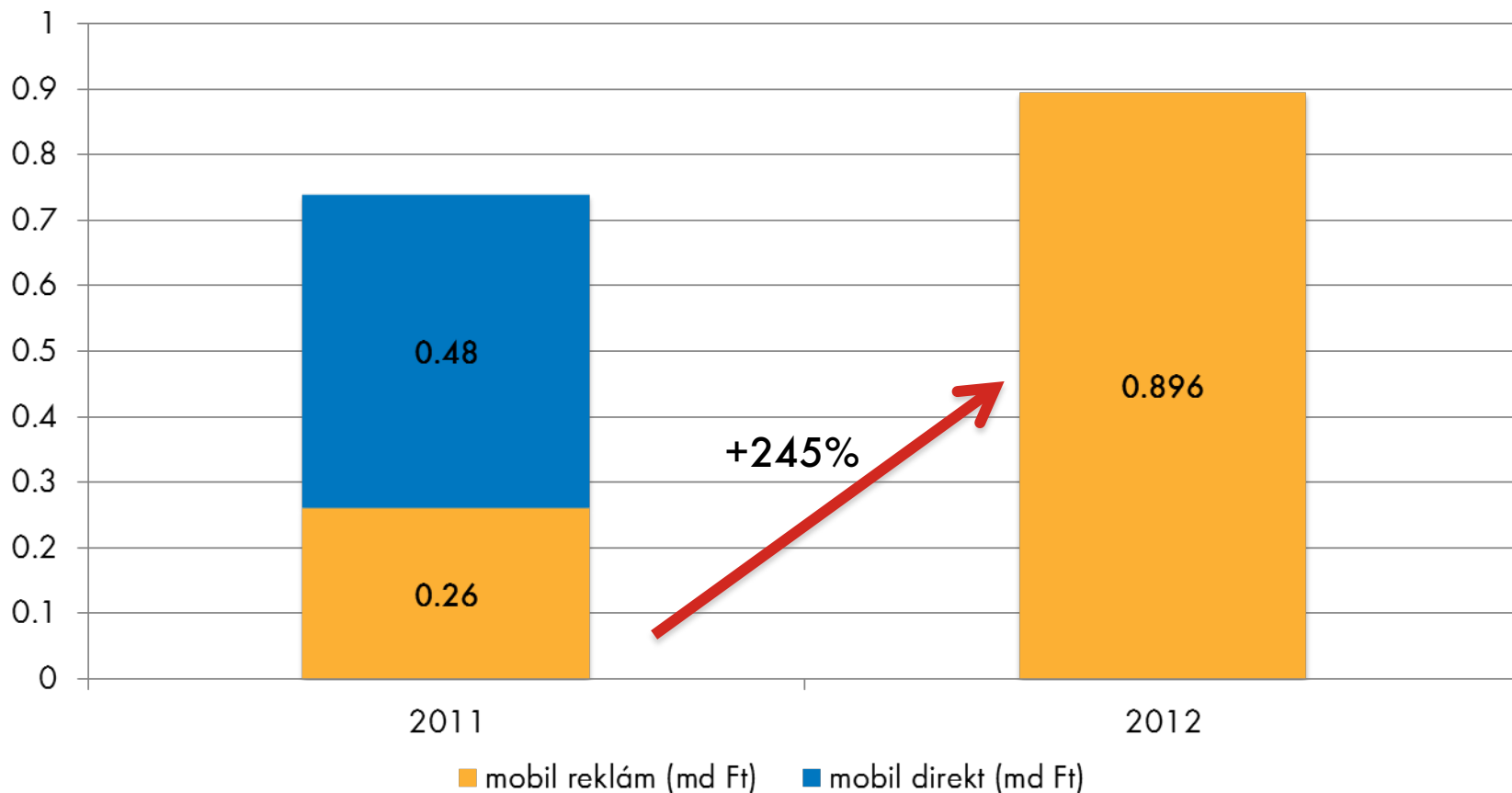
# A listing alszegmensek változása



# Az email szegmens változása

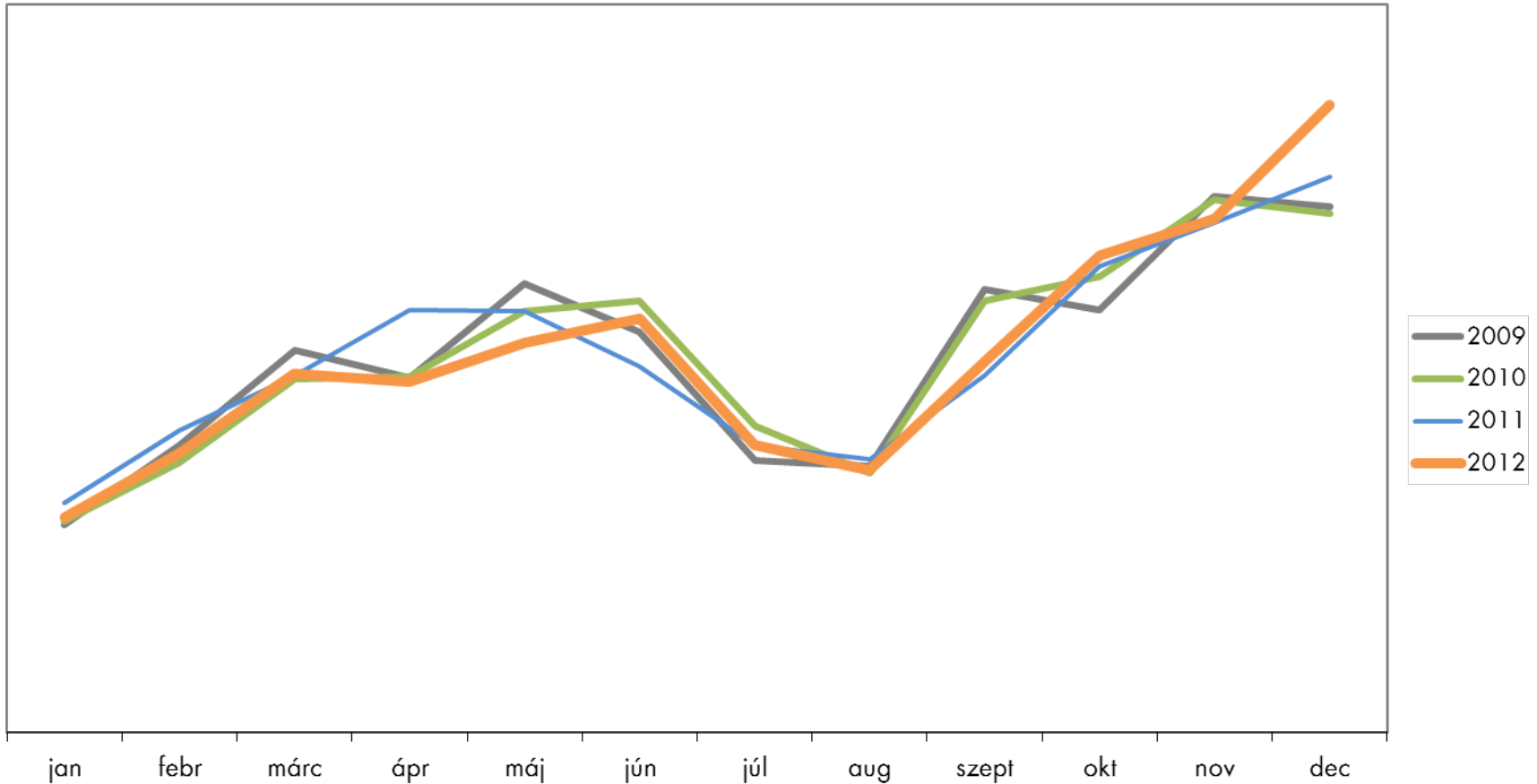


# A mobil reklám szegmens változása



Fontos megjegyzés: a 2011. és a 2012. év mobil reklámra vonatkozó adatai nem összehasonlíthatóak, mivel a 2012. évi adatban nincs már benne a „mobil direkt” költség, viszont belekerült a „mobil search” szegmens!

# Szezonalitás\*



\* AZ IAB Adex NORI bevallásban résztvevő cégek adatai alapján (web display, email, mobil)

# Összesített adatok

	2011 költség		2012 költség		Változás	Részesedés
Display	14 988	mFt	16 789	mFt	12%	47%
Search	9 800	mFt	12 433	mFt	27%	35%
Listings	4 673	mFt	4 653	mFt	0%	13%
<i>1. Vertikális apró</i>	<i>3 495</i>	<i>mFt</i>	<i>3 243</i>	<i>mFt</i>	<i>-7%</i>	<i>9%</i>
<i>Autó</i>	<i>613</i>	<i>mFt</i>	<i>545</i>	<i>mFt</i>	<i>-11%</i>	<i>2%</i>
<i>Állás</i>	<i>1 967</i>	<i>mFt</i>	<i>1 797</i>	<i>mFt</i>	<i>-9%</i>	<i>5%</i>
<i>Ingatlan</i>	<i>915</i>	<i>mFt</i>	<i>900</i>	<i>mFt</i>	<i>-2%</i>	<i>3%</i>
<i>2. Ár-összehasonlító</i>	<i>507</i>	<i>mFt</i>	<i>760</i>	<i>mFt</i>	<i>50%</i>	<i>2%</i>
<i>3. Aukciós</i>	<i>671</i>	<i>mFt</i>	<i>650</i>	<i>mFt</i>	<i>-3%</i>	<i>2%</i>
E-mail	948	mFt	880	mFt	-7%	2,5%
Mobil	740	mFt	896	mFt	n.a.	2,5%
<b>Összesen</b>	<b>31 148</b>	<b>m Ft</b>	<b>35 650</b>	<b>m Ft</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>

---

# Net vs net-net

---

- Az IAB Adex reklámköltést vizsgál, ehhez a „net” áll legközelebb
- Az Adex metodikája lehetővé teszi, hogy net-net adatot is szolgáltatassunk:
  - 2012-ben a net-net digitális reklámköltés 33,6 md Ft-ra tehető.
- Fontos:
  - A digitális költségek jelentős részénél nem értelmezhető a „net vs net-net” (pl. search jelentős része),
  - ennek megfelelően eddig is csak a releváns szegmensekben alkalmaztuk a net-re emelést (pl. display - ügynökségi költségek).



Professionalise



Promote



Protect



Prove



# Melléklet: display módszertan

