

A nem mért tíz százalék

Kárpáti Zoltán

MARATON LAPCSOPORT

ügyvezető igazgató

Az előadás célja

Ráirányítani a figyelmet az ingyenes lapok reklámpiaci jelentőségére.

Miért e sejtelmes cím?

- Nagyon kevés az adatunk e szegmensről.
- Megbízhatatlanok a rendelkezésre álló számok.
- A becsléssel megállapított bevételi adatok mégis komoly nagyságrendet jeleznek.

Tények

- Hazánkban 2000-ben a reklámköltés **111 Mrd Ft** volt (nettó).

Forrás: Médiagnózis

Az egyes szereplők részesedése

- Televízió- 40%, azaz 45 Mrd Ft
- Sajtó-40%, azaz 45 Mrd Ft
- Egyéb-20%, azaz 21 Mrd Ft

*Az ingyenes lapok hirdetési bevételét senki
sem méri!*

Becslésünk eredménye

- Az ingyenes lappiac nettó forgalma ~**10-12 Mrd Ft**

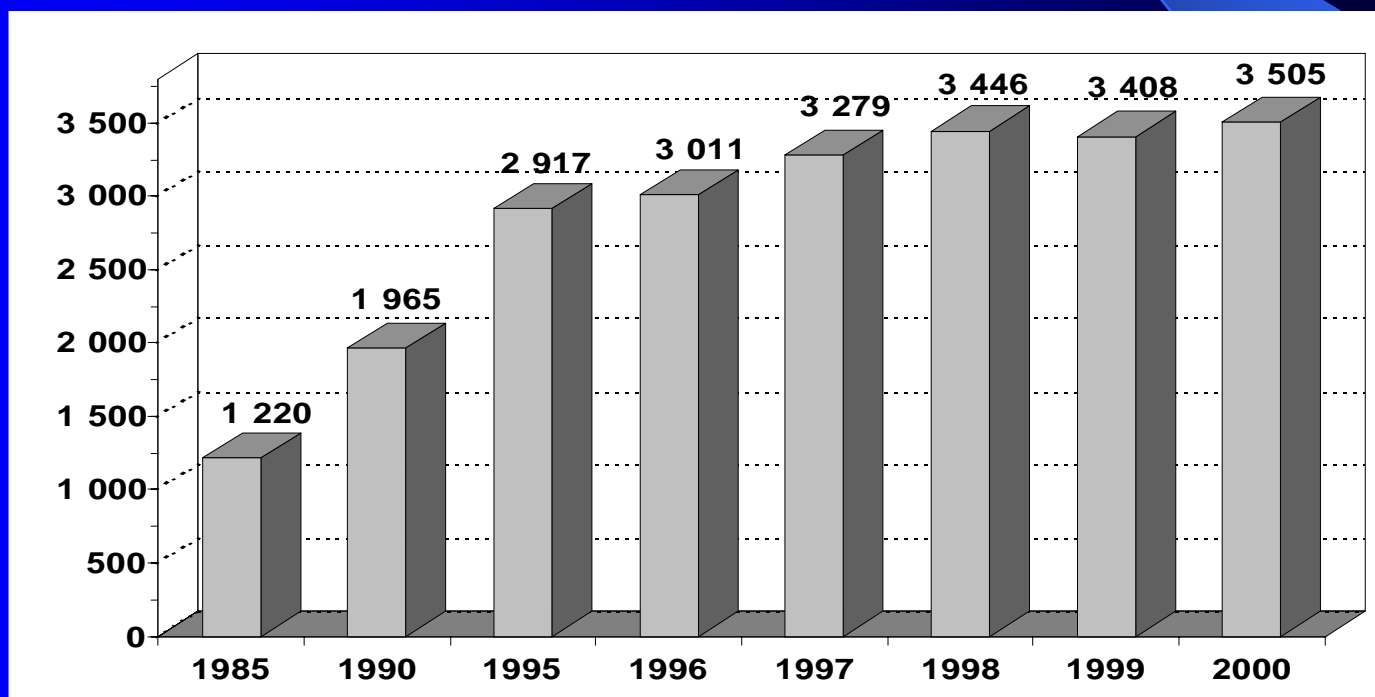
Az ingyenes lapok részesedése a reklámpiacból 2000-ben: 10% !

A feltételezés szerint így az ingyenes lapok 25%-kal részesednek a sajtóra fordított összegekből!!!

Példák Németországból

Az ingyenes lapok fejlődése évek óta tart.

Mrd DM /forrás: BVDA/



Példák Németországból

- 1998-ig a TV után a legdinamikusabban fejlődő médium.
- 2000-ben 450 Mrd forintnak megfelelő hirdetési bevételt produkáltak az ingyenes lapok.

Trend: a tartalom és a hirdetések szublokális irányt mutatnak.

Miért sikeresek Németországban?

- Jól kiszolgálják a lokális olvasói és hirdetői igényeket.
- Az olvasók körében kedveltek a lapok.
- A piac is felismerte a hatékonyságukat.

Forrás: BVDA

Intenzív fejlődés Magyarországon

- Az olvasók igénylik a „minőségi” ingyenes lapokat.
- Elsődleges helyi információs forrássá válhatnak.
- A hirdetők magasabb árat is hajlandóak fizetni a minőségért.

Forrás: Maraton Lapcsoport kutatásai

Összefoglalás

- Az ingyenes lapok reklámpiaci részesedését nem méri a szakma. Becsléseink szerint 10%, azaz ~10-12 Mrd Ft(nettó áron) a szektor piaci részesedése.
- Komoly fejlődés előtt állnak az ingyenes lapok.

Köszönöm a figyelmüket!

Kárpáti Zoltán