



## TV piaci kilátások és árváltozások 2024-ben

**2023. október 26-án zajlott a már hagyományos "Big Picture" konferencia, ahol az értékesítőházak (atmedia/RTL Sales House) bemutatták 2024. évi kereskedelmi terveiket, a TV társaságok pedig a leendő programkínálatukat. A legnagyobb érdeklődés a TV Sales House-ok bejelentéseit övezte, akik itt ismertették a jövő évi szezonális árindex változásokat, komoly általános áremelést bejelentve.**

Fontos megjegyezni, hogy **az infláció az elmúlt években több fronton jelentkezett** a televíziós piacon: célcsoport affinitások, szezonindexek változtatása, alapárak emelése. A 2023-as év tapasztalatiból úgy látjuk, hogy a változások hatványozottan folytatódhatnak 2024-ben.

A recon rendszert sem lehet teljesen figyelmen kívül hagyni ebben a kontextusban; a kereskedőházak az éven belüli kereslet-kínálati helyzeteket a hónapok közötti finomhangolásokkal próbálták kezelni a korábbi években, ugyanakkor idén ez az eszköz is csak korlátozottan tudott működni.

A **2024-es áremelkedés mértéke** a bejelentett szezonális árindex változások hatására a következő (éves átlagban vizsgálva):

- **atmedia: +15%**

- **RTL Sales House: +30%** (a bejelentésben 20% szerepelt, mivel 10% áremelkedést az idei év során a hirdető már megfizettek a telített hónapokban)

A **Kantar** által 2023. novemberében publikált **2024/2023 inflációs várakozás átlagosan 28%**.

A reklámidő túlkereslet továbbra is meghatározó tényező a magyar TV piacon. Ahogy erről a korábbi közleményeinkben\* már beszéltünk, a szezonális kiszámíthatatlanság és a 2023. szeptembert követő váratlan túlkereslet miatt a sales house-ok nehéz helyzetben találták magukat.

A hirdető kedélyeit tovább rontotta, hogy az RTL Sales House visszautasította néhány alacsony árszintű ügyfél kampányát az év végén, mely volumeneket az atmedia sem tudta már befogadni. Ugyanakkor az RTL Sales House árait év közben is emelte a Market Index és egy a hirtelen piaci helyzet reakciójaként bevezetett Túlkeresleti Szezonindex (fontos megjegyezni, hogy a médiapiac elmúlt 20 évében sokszor volt jelentős túlkereslet, ezekre válaszul jöttek létre a különböző mozgó áras rendszerek: SAP/DSI). A fenti változók nagyságrendileg 10%-kal növelték az árakat az év során, sok esetben nagyon rövid időt hagyva az ügyfeleknek és ügynökségeknek a reagálásra.



**A MAKSZ ügynökségek** a jelenleg látott piaci információk alapján - a bejelentett áremelkedések ellenére - **továbbra is keresleti piacra számítanak**. Ha a Sales House-ok által tervezett áremelkedés mértéke nem valósul meg, akkor nem zárható ki, hogy kampány alulteljesülések, vagy olyan eszközök mint például a Market Index vagy a Túlkeresleti Index, 2024-ben ismét megjelennek a sales house-ok eszköztárában. Az év közben váratlanul megjelenő, előre nem tervezett volumeneket 2024-ben nem biztos, hogy be tudják majd fogadni a kereskedőházak - az esetleges extra büdzsék akár felárral, akár visszautasítással is járhatnak -, ezért **nagyon fontos, hogy a 2024-es tervezéskor a hirdetőik a lehető legpontosabban próbálják megbecsülni a saját éves (és esetlegesen havi) televíziós költségeiket**.

Továbbra is minden erőfeszítést megteszünk, hogy a gyorsan változó reklámpiaci környezetben friss és naprakész információkkal lássuk el a piaci szereplőket, és maximálisan elkötelezettek vagyunk, hogy a televíziós kampányok hatékonyak és az ügyfeleink sikeresek legyenek. Köszönjük az ügyfeleinknek az eddigi bizalmat és támogatást, minden további kérdés vagy észrevétel esetén kérjük, forduljanak médiaügynökségükhöz.

\*Korábbi közleményeinket itt olvashatja:

- [Túlfűtött év vége a TV piacon](#)
- [Túlfűtött év vége a TV piacon - további tájékoztatás](#)

**KAPCSOLAT:**

Csizmadia Diána, főtitkár-helyettes  
[csizmadia.diana@maksz.com](mailto:csizmadia.diana@maksz.com)  
06-30-826-5586  
[www.maksz.com](http://www.maksz.com)

**A Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ)** az egyik legnagyobb, kizárólag ügynökségeket tömörítő szakmai szervezet Magyarországon.

Tagjai – szigorú belépési kritériumrendszer alapján – a hazai marketingkommunikációs iparágban minőségi munkát végző integrált ügynökségek.

A MAKSZ a szakmáért tenni akaró ügynökségeket összefogva érdekvédelmet nyújt és aktívan kiáll a hazai marketingkommunikációs iparág fejlődéséért, fenntarthatóságáért, folyamatosan dolgozik a szakmai színvonal emelésén, az utánpótlás nevelésén.

*MAKSZ tagügynökséggel dolgozni minőségi garanciát jelent!*