

Szerintünk fontos - MEC média hírlevél



“SZERINTÜNK FONTOS” MEC MÉDIA HÍRLEVÉL



Eladásra került az Origo

Az évek óta húzódó ügylet végére pont került: a vevő a New Wave Media Kft., a Vs.hu kiadója. A Magyar Telekom megállapodást írt alá a céggel az Origo Zrt.-ben meglévő 100 százalékos tulajdoni részesedésének eladásáról. A tranzakció értéke kb. 13,2 millió euró (hozzávetőleg 4,2 milliárd forint). A tranzakció zárására



A média meghatározó történései 2015-ben

A Kreatív Online összegyűjtötte médiatípusonként a tavalyi év jelentősebb eseményeit, és egyúttal a 2016-os évben várhatóakat is próbálták előrejelezni, számba venni, kiegészítve az adott téma szakembereivel készült rövid interjúkkal. A TV-s piacról, a

várhatóan 2016 első negyedévében kerül sor. Bizonyos üzleti tevékenységek (így pl. a Clickshop és más kisebb súlyú tevékenységek) nem képezik a tranzakció részét. (MédiaPiac)

Szerintünk fontos, mert ez is egy újabb eleme a magyar médiapiac átalakulásának, ahol a nemzetközi tulajdonost egy nemzeti váltja fel.



Lezárult a TV2 megvásárlása

Lezárult a TV2 Csoport megvásárlása, legalábbis Andy Vajna cége, a Magyar Broadcasting Co. Kft. szerint. A vállalat benyújtotta a változásbejegyzési kérelmét a cégbírósághoz és Dirk Gerkenst kinevezte a TV2 Csoport vezérigazgatójának. A TV2 bejelentette, hogy Yvonne Dederick és Simon Zsolt társtulajdonos ügyvezetők távoznak a médiacégtől. Kérdés, hogy ezzel valóban rendeződött-e a TV2 helyzete, vagy számíthatunk-e újabb fejleményekre. A TV2 Csoportért ugyanis harcba szállt Fonyó Károly cége, a Megapolis Media Zrt. is...

(MMOnline)

Szerintünk fontos, mert így, hogy

digitális médiáról, a nyomtatott sajtóról, a rádióról és OOH-ról is készült cikk, a médiaügynökségek helyzetéről írt összeállításban pedig Gulyás János, az MEC ügyvezetője is elmondta, hogyan értékeli az elmúlt évet, és mit vár 2016-tól. (Kreatív Online)

Szerintünk fontos, mert 2015 fordulatos év volt, tele történésekkel, amit érdemes egyszer egyben is áttekinteni.



A Viacom csatornák non-spot értékesítése is az r-time-nál

2016. január elsejétől a sales house-ok körében kizárólagosságot biztosító szerződéssel az r-time átveszi a Viacom magyarországi portfóliójába tartozó csatornák non-spot értékesítését is. Az r-time és a Viacom reklámspot-értékesítésre kötött megállapodását még szeptemberben jelentették be. (MédiaPiac)

Szerintünk fontos, mert láthatóan a kétszereplősre szűkült sales house-piacon igyekeznek mindenki a lehető legjobban megerősíteni a pozícióját.

lezárult ez a fejezet, az energiák remélhetően jobban tudnak a tartalmi fejlesztésekre koncentrálni.



Változások a csatornakínálatban

Befejezte adását az Origo négy éve elindult hírcsatornája, a Parlament Tv/P+. Továbbá kivonult Magyarországról a BBC Entertainment, amely a BBC szórakoztató műsorait sugározta magyar feliratozással. A Discovery bűnügyi történeteit bemutató csatornát, az Investigation Discovery-t is kivezetik, helyette a női nézőket jobban megcélzó ID Extra érhető már el egy ideje. A Discovery viszont januártól elérhetővé tette Discovery Turbo Xtra csatornáját, amely a férfi nézőkhöz szól. (MMOnline)

Szerintünk fontos, mert annak ellenére, hogy néhány adóval most kevesebb lett, a csatornaválaszték széles, és elmondható, hogy inkább a növekedés az általános tendencia.



Lehetőségek az élénkülő OTT-piacon

Annak ellenére, hogy az over-the-top TV (OTT-) tartalomszolgáltatás viszonylag friss megoldásnak számít, a hagyományos műsorszolgáltatók, tévécsatornák közül egyre többen érzik megkerülhetetlennek, hogy belépjenek e piacra. A terjeszkedésben nagy szerepe lesz annak, hogy nézhetőek lesznek-e a tartalmak televíziókészüléken; milyen tartalmak lesznek elérhetőek az over-the-top platformokon; illetve az OTT-tartalomszolgáltatások képesek lesznek-e ugyanazt a felhasználói élményt biztosítani, mint a hagyományos műsorterjesztés. (MédiaPiac)

Szerintünk fontos, mert a világ számos országában a Netflix, illetve a hozzá hasonló szolgáltatások (OTT) terjeszkedése robbanásszerű, de hazánkban bizonyos sajátos tényezők ezt hátráltathatják.



Bővült a HOPPex

Három új tartalomszolgáltató csatlakozott a HOPPex-hez, mely kezdetben a CEMP, a Central és az Origo minőségi felületeit értékesítette programozott módon. Az új csatlakozók közül a Brand & Standard Capital a munka világával kapcsolatos portálokkal, a Webbeteg csoport és a Marquard Media főként életmód és egészség témában erősíti a HOPPex felületeinek kínálatát. A HOPPexhez eddig csatlakozott kiadók havi 4,3 milliós látogatói bázisukkal a hazai internetezők 83%-át érik el, a userek által generált havi összes oldalátöltés pedig alig marad el az 1,3 milliárdtól. (Mediainfo.hu)

Szerintünk fontos, mert 2016 a programmatic előretörésének éve lesz, és minél több magyar inventory lesz elérhető ily módon, az a magyar hirdető és felhasználók számára annál kedvezőbb helyzetet eredményez.

Nagyot lendített a display az európai digitális piacon

Az idei év első felében 16 milliárd eurót tett ki az európai digitális reklámpiac, ami 9,7%-os bővülést jelent 2014 ugyanezen időszakához képest. Az IAB Europe és az IHS Technology a teljes évre vonatkozóan 34 milliárd eurós piacmérettel számol. A növekedés egyik forrása régióink volt: Közép-Európa digitális piaca 12,9%-kal bővült, míg Nyugat-Európa esetében 9,3%-os volt a növekedési ütem. Displayre 5,6 milliárdot költöttek az európai hirdető, ami 13%-kal több, mint tavaly ilyenkor, ez a legnagyobb bővülési ütem a formátumok közül. (MédiaPiac)

Szerintünk fontos, mert bár a display-t nem a legdivatosabb digitális formátumnak tartjuk, fontossága továbbra is megkérdőjelezhetetlen.



Még nem zárult le az oszlop-háború

A főváros a rendőrség segítségét kéri a Mahir Cityposter hirdetőoszlopainak eltávolításához. A Fővárosi Önkormányzat októberi közgyűlésén mondta fel a céggel kötött szerződést és december 31-ig adott határidőt az oszlopok lebontására. Mivel addig nem történt semmi, a főváros kezdte meg a munkát, a Mahir azonban visszavágott és perre készül. (MMOnline)

Szerintünk fontos, mert nem világos, hogy ez a városképhez régóta hozzátartozó hirdetőeszköz túléli-e a jelenleg zajló tulajdonosi vitát.



Van létjogosultsága a rádiók Facebook-oldalainak

A rádiók aktívan jelen vannak az online médiában: 2015 novemberében a megkérdezettek egytizede követte valamelyik rádióadó Facebook-oldalát; a Facebook-profillal rendelkező válaszadók közül csaknem minden ötödik figyelemmel kíséri kedvenc rádiója online profilját. Közülük csaknem 40% sokszor lájkol ott megosztott tartalmakat illetve fotókat, hatoduk rendszeresen osztja meg vagy ajánlja másoknak az adott oldalt, egytizedük gyakran kommentel is az adott rádió bejegyzéseire. (Mediainfo.hu)

Szerintünk fontos, mert jól mutatja, hogy a legmeglepőbb helyeken is tud szinergiában működni a legtradicionálisabb és az egyik legújabb médium, ha ügyesen kombinálják őket.

MEC Ranked #1 in Hungary
RECMA Qualitative Evaluation March 2015

Copyright © 2016 MEC Hungary, All rights reserved.

Our mailing address is:

MEC Hungary
MOM Park B Tower Alkotás út 53.
Budapest, Budapest 1123
Hungary

[Add us to your address book](#)

[unsubscribe from this list](#) | [update subscription preferences](#)