

Kivonat a World Association of Newspapers „Sajtó világtrendek” című tanulmányából

AZ ALÁBBI TÁBLÁZATOS DOKUMENTUMOT A LAPKIADÓK EGYESÜLETE BOCSÁTOTTA A RENDELKEZÉSÜNKRE KÖZLÉSI CÉLBŐL

MAGYARORSZÁGI HELYZETKÉP

Az általános gazdasági helyzet

2005-ben a GDP-növekedés mértéke 4,3% volt, az inflációé pedig 3,6%.

Az újságipar és a különféle magyarországi újságok helyzete

A magyar újságipar helyzetét ugyanaz jellemezte, mint a többi közép- és kelet-európai országokét. A politikai lapok példányszáma stagnált vagy csökkenő tendenciát mutatott. A regionális és a *tabloid* méret kategóriába tartozó lapok pedig tartották a korábbi pozícióikat.

2005-ben új, ún. „szabad” (*free*) kategóriába sorolható lapok is feltűntek, ezek példányszáma elérte a 340 000-et.

Új lapok indulása és mások megszűnése

2005-ben két lap szűnt meg: az Axel Springer tulajdonú *Reggel* és a Ringier tulajdonú *Mai Nap*. Magyarországon ez az 1989-ben alapított lap volt az első ún. *tabloid* formátumú kiadvány, de a *Blikk* elhódította annak az újságolvasó tábort. A *Reggel* – amit 2004-ben alapítottak – közép-kategóriás lap volt a piacon, de ez sem volt elégséges a túléléshez.

Reklámozás

A reklámpiac 2005-ben nem változott radikálisan. A televízió jelentette a döntő többséget, a nyomtatott reklám jelenléte a piacon csak kisebb mértékű volt.

A magyarországi újságipar lapfőlétség szerinti megoszlása

	Példányszám (x1000)					Változás (%)	
	2001	2002	2003	2004	2005	2005/1	2005/4
Napilapok összesen	36	39	35	32	39	8,33	21,88
Fizetett napilapok összesen	31	29	28	30	38	22,58	26,67
Országos (nemzeti) lapok	10	9	9	11	16	60	45,45
Regionális és helyi lapok	21	20	19	19	22	4,76	15,79
Fizetett reggeli lapok	31	29	28	30	38	22,58	26,67
Ingyenes napilapok száma	5	10	7	2	1	-80	-50
Ingyenes országos lapok száma	2	2	1	1	1	-50	0

A kábeltévé és az internet viszont ez alatt 50–100 százalékkal növelte a reklámpiaci részvételét.

Példányszámok

A reklámpiacon a vezető helyet a *Blikk*, a *Metro* és a *Magyar Nemzet* foglalta el, mely utóbbira a legnagyobb mértékű növekedés volt a jellemző.

Az olyan kisebb lapok példányszáma, mint a *Magyar Hírlap* és a *Népszava* csökkenő tendenciát mutatott.

Az olvasótábor

Ez 2005-ben nem mutatott jelentős változást.

Az on-line és a nyomtatott kiadványok viszonya

2005-ben az internet-hozzáféréssel rendelkezők száma a 15 évesek vagy annál idősebb korúak körében 2,8 millió volt.

Minden nyomtatott sajtónak – az összesnek a felét kitevő vidékieket is beleértve – megvolt a digitális (on-line) változata is.

Szerzői jog

2005 végén a vezető kiadók a koncessziós (szerzői jogi) díjak megszerzése érdekében kampányt indítottak az ún. adatbázis-társaságok ellen, de emiatt közülük csak kettő fizetett ún. extrát.

Adózás

2005-ben az áfa 25%-ról 20%-ra mérséklődött, majd 2006 januárjában az újságok vonatkozásában ez 15-ről 5%-ra csökkent.

	Példányszám (x1000)					Változás (%)	
	2001	2002	2003	2004	2005	2005/1	2005/4
Ingyenes regionális lapok száma	3	8	6	1	-	-	-
Fizetős nem napilapok száma	188	195	201	211	-	-	-
Ebből országos	188	195	201	211	-	-	-
Ingyenes nem napilapok száma	20	33	33	-	-	-	-
Ebből regionális és helyi, nem napilap	20	20	33	33	-	-	-
Fizetős vasárnapi lapok száma	3	3	3	3	6	100	100
Ebből országos	3	3	3	3	3	0	0
Ebből regionális és helyi					3		

Forrás: Mediagnozis.

A példányszámok alakulása

	Példányszám (x1000)					Változás (%)	
	2001	2002	2003	2004	2005	2005/1	2005/4
Napilap, mindösszesen	1,935	1,917	1,860	1,820	1,800	-6,98	-1,1
Ebből a fizetős napilap	1,665	1,595	1,540	1,470	1,460	-12,31	-0,68
Ebből országos	784	765	750	720	740	-5,61	2,78
Ebből regionális és helyi	881	830	790	750	720	-18,27	-4
Fizetett reggeli lap					1460		
Összes ingyenes napilap	270	322	320	350	340	25,93	-2,68
Ebből országos				320	340		6,25
Ebből regionális és helyi				30			
Vasárnapi fizetős, összesen	185	365	388	420	440	137,84	4,76
Ebből országos				260	290		11,54
Ebből regionális és helyi				160	150		-6,25

Forrás: Szonda Ipsos.

Az értékesítés módja szerinti megkülönböztetés az összeshez viszonyítva, 2005 (%)

Egyenként eladott lappéldány	32
Megrendelt lapok	65
Postán küldöttek	65
Szponzorált, (köteges) értékesítés	0,7
Szabad terjesztés	1,8

Forrás: MLE.

A lapvásárlók nem szerinti megoszlása, 2005 (%)

Felnőtt összesen	51
Ebből férfiak	53
Ebből nők	47

Forrás: Szonda Ipsos.
Megjegyzés: a vasárnapi lapok kivételével.

Az on-line lapok internetes elérhetősége és megjelenési gyakorisága

Újságkiadó	Weboldal	Kiadványgyakoriság/hó (min.)
Hajdú Bihari Napló	www.haon.hu	30
Nemzeti Sport	www.nso.hu	24
Blikk	www.blikk.hu	18
Magyar Nemzet	www.mno.hu	10
Népszabadság	www.nol.hu	6

Reklámok a megjelenési mód szerinti felsorolásban (%)

	2001	2002	2003	2004	2005
Diszpléj	87,6	86,2	80,6	86,9	69
Apró	11,1	12,4	11,9	11,2	75
Inzert	1,3	1,4	1,5	1,9	5
On-line					1