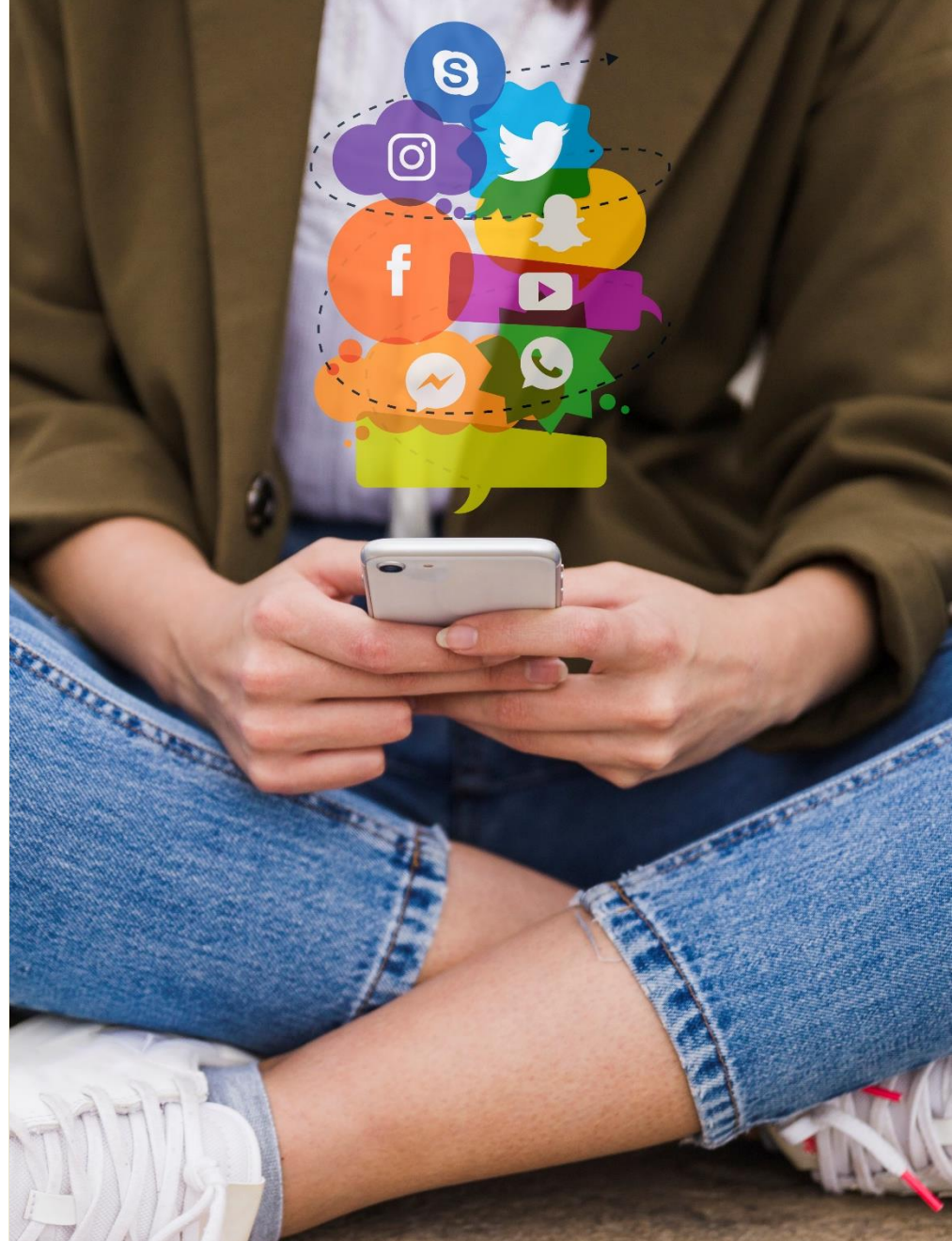


# Megkérdeztük a médiafogyasztót

Az internetezők online és offline  
médiafogyasztása



# A legjellemzőbb időtöltés: tévé és közösségi média



TELEVÍZIÓ



RÁDIÓ



NYOMTATOTT  
SAJTÓ



ONLINE  
HÍRPORTÁLOK



KÖZÖSSÉGI  
MÉDIA

legalább  
hetente  
használja\*

84%

61%

25%  
rendszeresen

37%  
alkalmanként

80%

88%

használat  
időtartama  
egy átlagos héten

19,6  
óra

16,1  
óra

1,2  
óra

10,4  
óra

14,6  
óra

\* A nyomtatott sajtó esetében a rendszeres és az alkalmi olvasók aránya szerepel

\*\*A heti/rendszeres használók körében, a válaszadók önbevallása és szubjektív becslése alapján

# A többség nem változtatna a médiafogyasztásán

2017 => 2018






2018 => 2019

▼ csökkent

▲ nőtt

▼ csökkenni fog

▲ nőni fog

	2017 => 2018			2018 => 2019		
	▼ csökkent		▲ nőtt	▼ csökkenni fog		▲ nőni fog
 TELEVÍZIÓ	16%	-5pp	11%	14%	-6pp	8%
 RÁDIÓ	14%		15%	12%		12%
 NYOMTATOTT SAJTÓ	13%	-5pp	8%	11%	-4pp	7%
 ONLINE HÍRPORTÁLOK	14%	+7pp	21%	11%	+3pp	14%
 KÖZÖSSÉG IMÉDIA	16%	+6pp	22%	15%	-3pp	12%

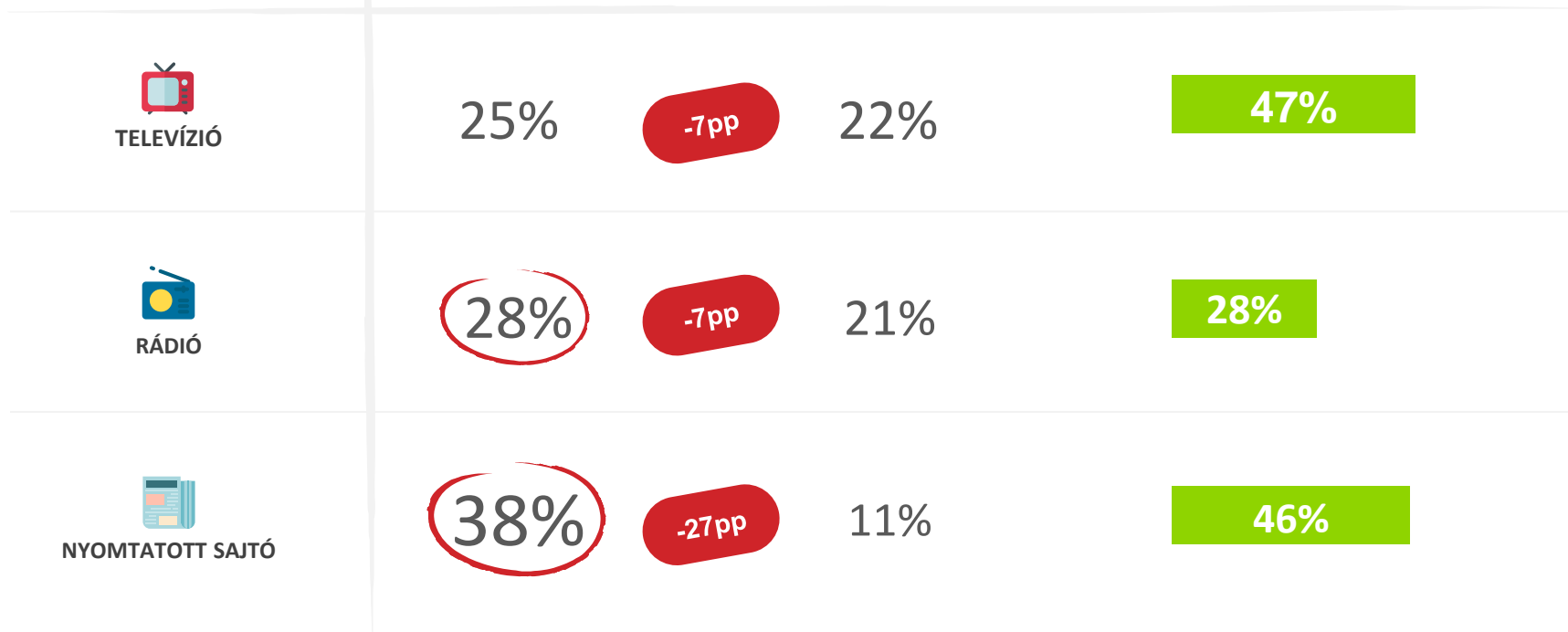
# Az internet megöli a hagyományos médiát? Nem teljesen...

5 évvel ezelőttől képest...

▼ kevesebbet

▲ többet

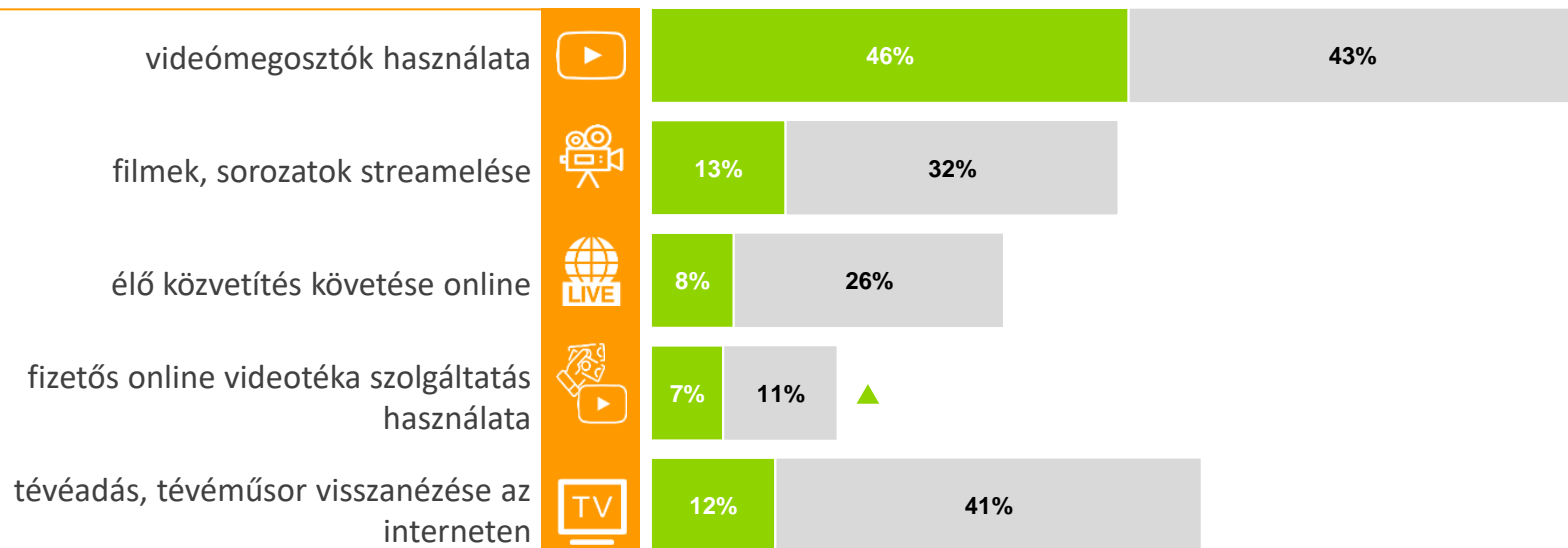
Akiknél az internetezés komoly szerepet játszik abban, hogy kevesebbet használja



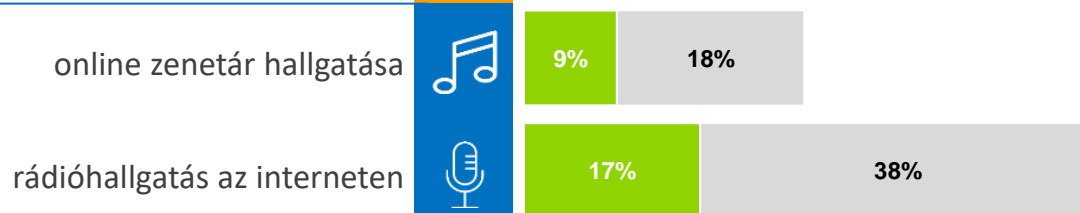
A válaszadók önbevallása és szubjektív becslése alapján

# Az internet nem csak elvesz, hanem hozzá is ad(hat)

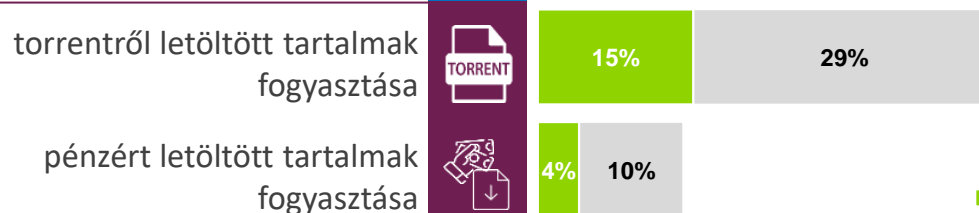
## VIDEÓ



## AUDIÓ

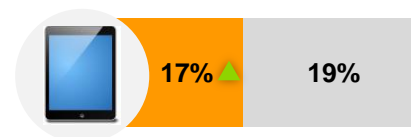
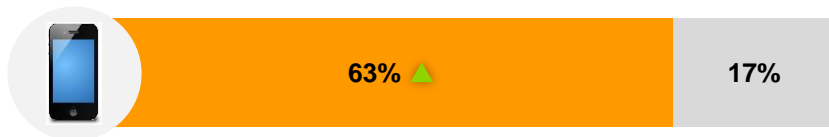


## LETÖLTÉS



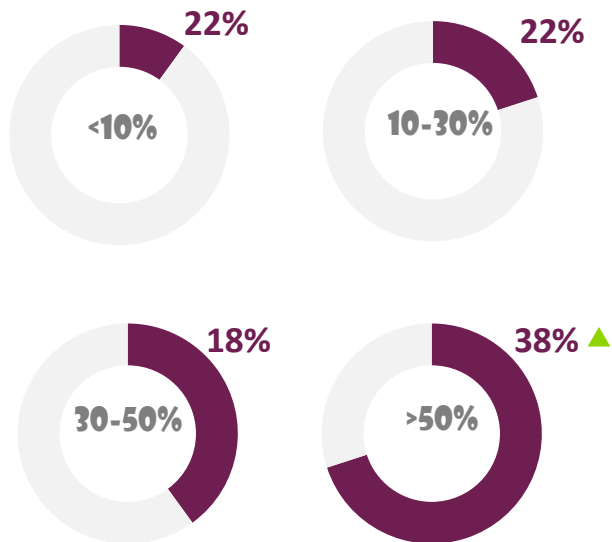
■ rendszeresen ■ alkalmanként

# Egyre inkább mobilra fordulunk



■ rendszeresen  
■ alkalmanként

Mekkora részt tesz ki az összes internetezéssel töltött időből a mobil eszközökről történő internethasználat\*

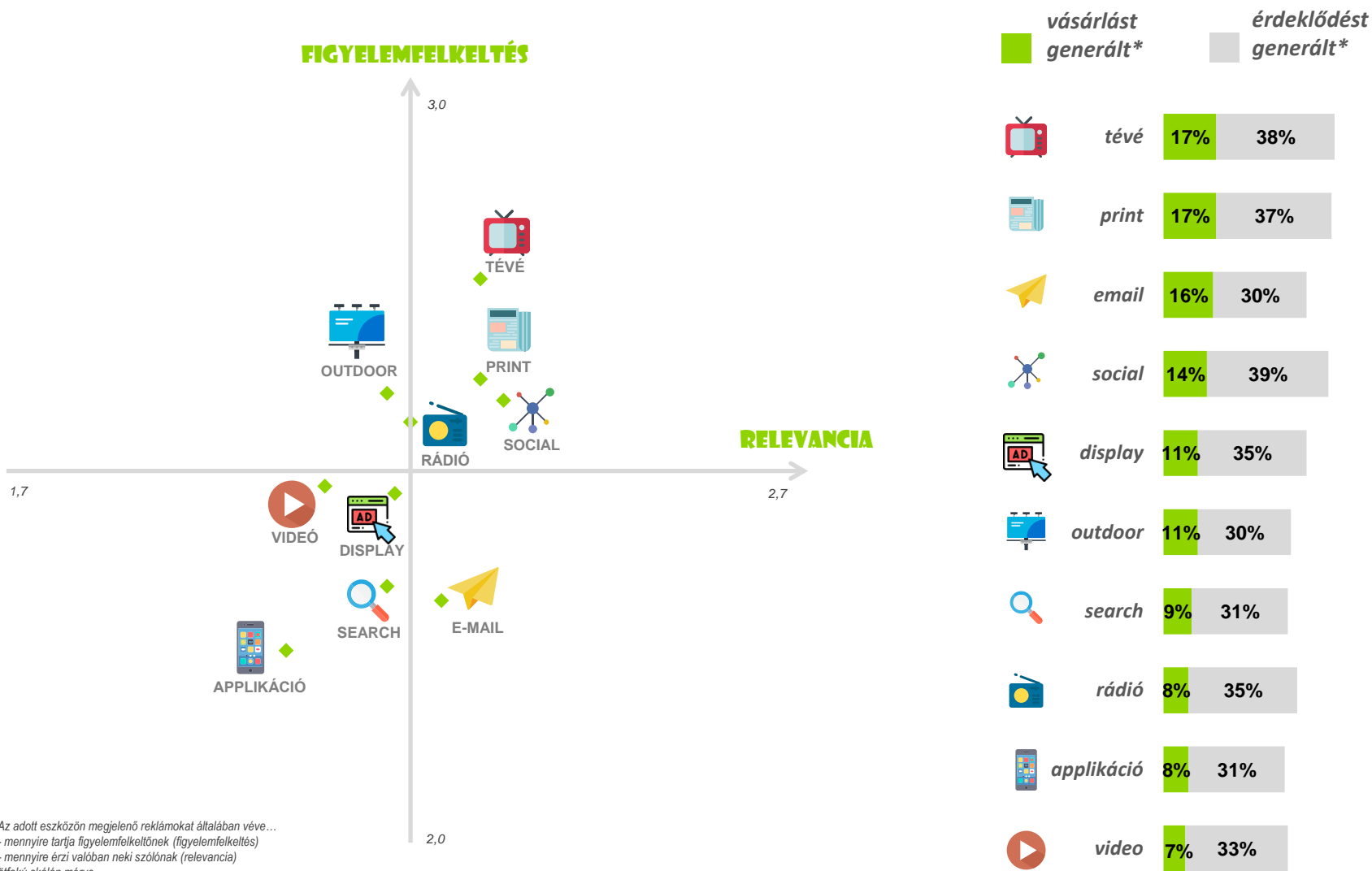


A mobil eszközön történő internetezés arányának változása\*



A válaszadók önbevallása és szubjektív becslése alapján

# Reklámeszközök a fogyasztók szemével



Az adott eszközön megjelenő reklámokat általában véve...  
 - mennyire tartja figyelemfelkeltőnek (figyelemfelkeltés)  
 - mennyire érzi valóban neki szólónak (relevancia)  
 ötfokú skálán mérve.  
 Az adott eszközzel elérhető (azt rendszeresen használó) közönségen belül.  
**Figyelem! Az ábra felnagyítja a különbségeket!**

\*az elmúlt egy évben az adott médiumot rendszeresen használók körében

# Köszönöm a figyelmet!

[imre.kurucz@nrc.hu](mailto:imre.kurucz@nrc.hu)

