

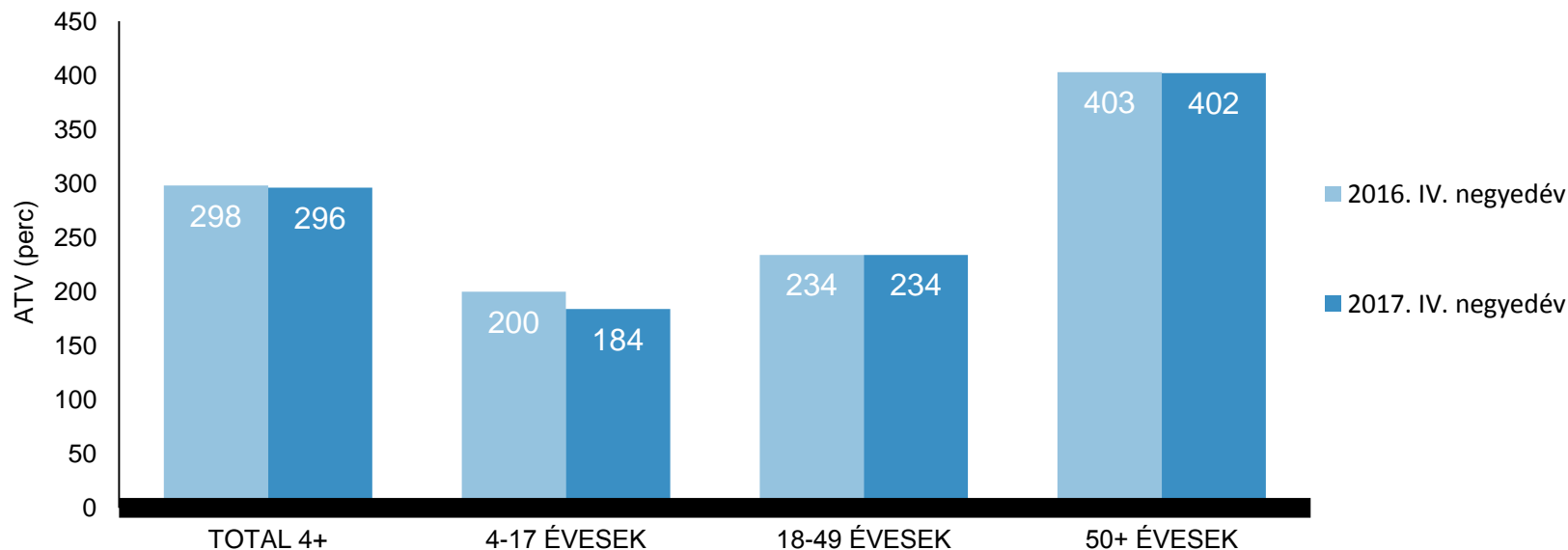


# TV PIACI KÖRKÉP 2017. IV. NEGYEDÉV

Nielsen Közönségmérés

# EGY FŐRE JUTÓ NAPI ÁTLAGOS TÉVÉNÉZÉSI IDŐ

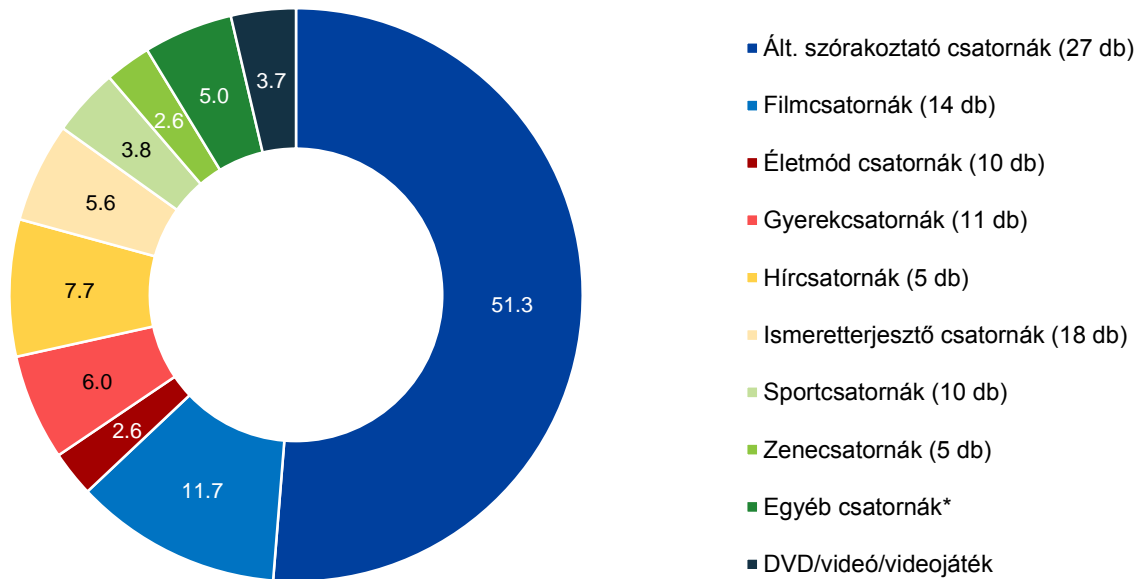
2016. IV. negyedév és 2017. IV. negyedév, Live+Playback, Total TV



A napi tévénézési idő 2 perccel csökkent 2016 utolsó negyedévéhez képest: a 18-49 évesek ugyanannyit tévéztek, mint 1 évvel korábban; a gyerekek tévénézési ideje 16 perccel csökkent, míg az 50 felettieké 1 perccel mérséklődött.

# CSATORNATÍPUSOK KÖZÖNSÉGARÁNYA

2017. IV. negyedév, teljes népesség (4+), Live+Playback



\*külföldi csatornák, egyéb magyar csatornák, egyéb képernyőhasználat

Az átlagos napi tévézési idő felét az általános szórakoztató csatornákra fordították a nézők 2017 negyedik negyedévében.

# LIVE ÉS PLAYBACK NÉZETT IDŐ (ATV) NAPONTA

2017. IV. negyedév

CÉLCSOPORT	LIVE PERC	PLAYBACK PERC	PLAYBACK %
TELJES NÉPESSÉG	293	3.6	1.2%
4-17	182	2.0	1.1%
18-49	231	3.4	1.5%
50+	398	4.3	1.1%

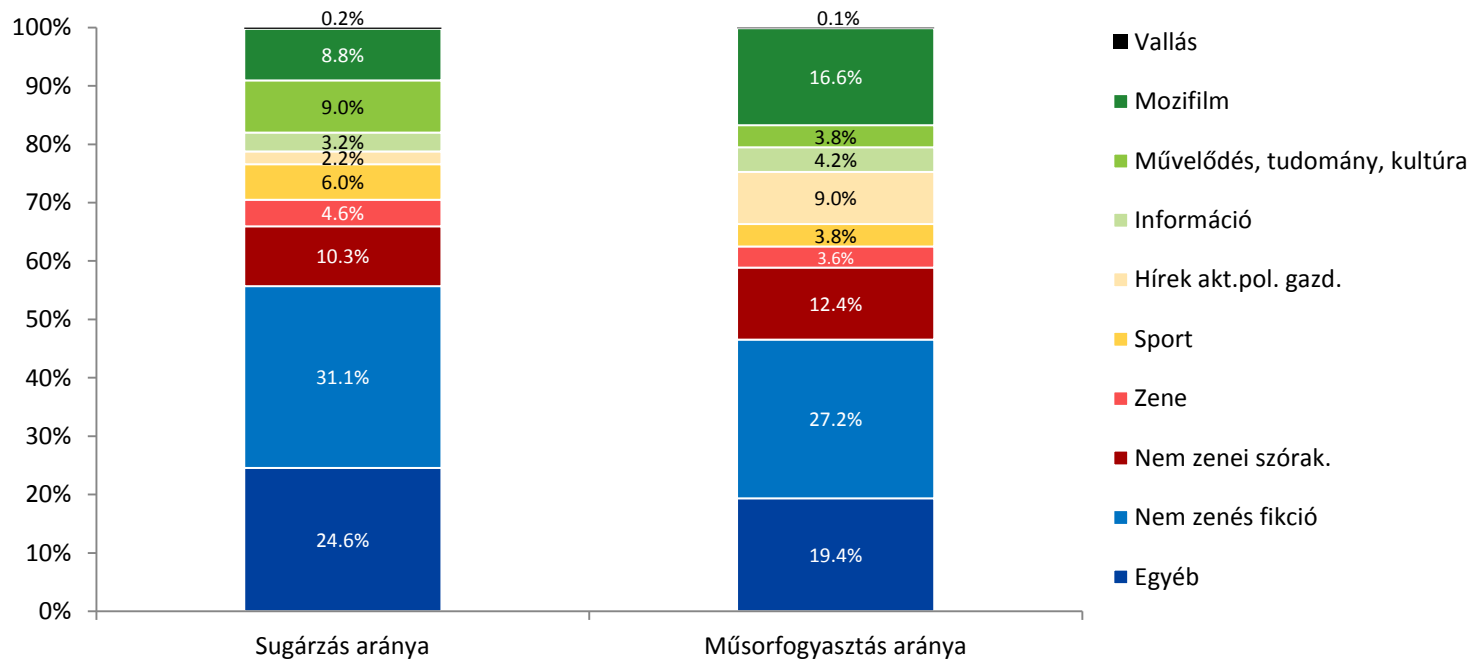
**Live:** Televízióadások megtekintése valós időben

**Playback:** A nézés napjára vonatkozóan az azt megelőző maximum hét napon történt rögzítés visszanezése

A teljes népesség tévénézési idejének 1,2%-át fordította televíziós tartalom késleltetett nézésére.

# MŰSORTÍPUSOK SUGÁRZÁSA ÉS FOGYASZTÁSA

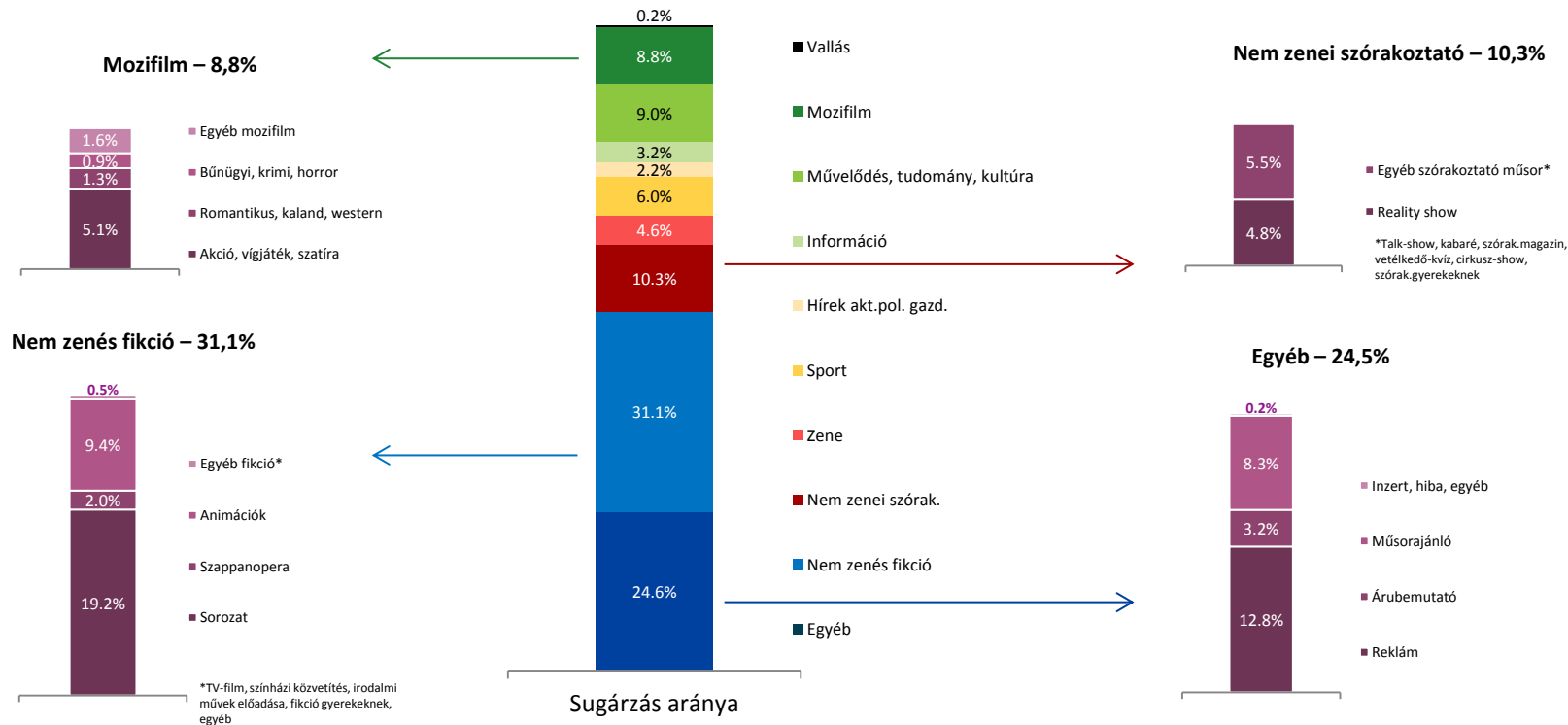
2017. IV. negyedév; teljes népesség (4+), Konszolidált adat



A fikciók, mozifilmek és szórakoztató műsorok voltak a legnépszerűbbek a tévénézők körében.

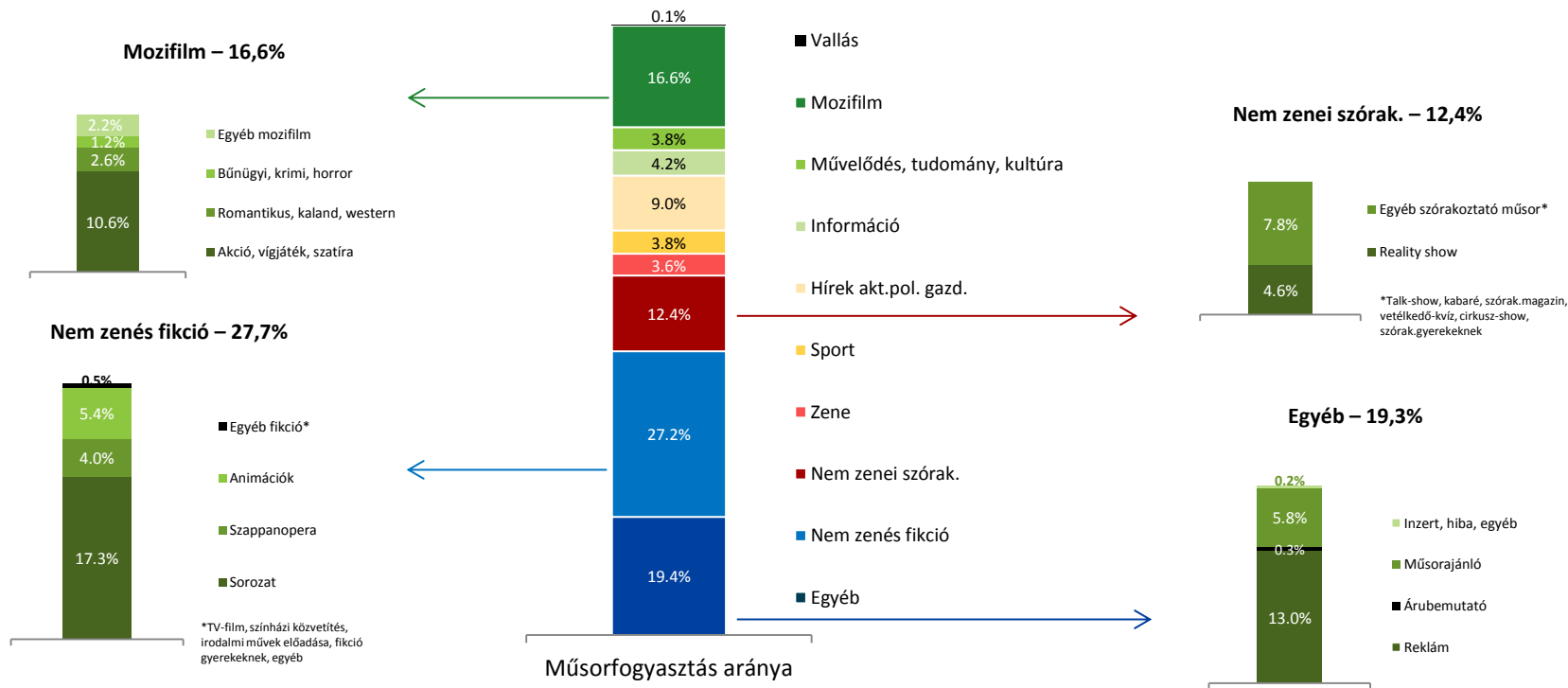
# MŰSORTÍPUSOK ÉS ALKATEGÓRIÁIK SUGÁRZÁS ARÁNYA

2017. IV. negyedév; teljes népesség (4+), Konszolidált adat



# MŰSORTÍPUSOK ÉS ALKATEGÓRIÁIK FOGYASZTÁS ARÁNYA

2017. IV. negyedév; teljes népesség (4+), Konszolidált adat



A tévézési idő ötödét sorozatok töltötték ki, a vígjátékok, akciófilmek voltak a legnépszerűbb mozifilmek, és minden 8. percre reklámok nézésére fordítottunk.

# REKLÁMOK NÉZETTSÉGE

2016. IV. negyedév és 2017. IV. negyedév, teljes népesség (4+); Konszolidált adat



Sugárzott reklámfilmek napi  
átlagos száma (db):



+ 6 808 db  
reklámfilm



Reklámok által naponta átlagosan  
elért fő:



- 225 ezer fő



Egy főre jutó napi átlagos  
reklámnézési idő (perc):



+ 3 perc



Megtekintett reklámfilmek  
egy főre jutó napi átlagos száma (db):



+ 17 db szpot



# FMCG TOP TERMÉKOSZTÁLYOK GRP ALAPJÁN

2016. IV. negyedév és 2017. IV. negyedév, teljes népesség (4+), Konszolidált adatok

		GRP	
	TERMÉKOSZTÁLY	2016. IV. NEGYEDÉV	2017. IV. NEGYEDÉV ▼
1	SZELETES CSOKOLÁDÉ	6 618	↑ 15 854
2	KÁVÉ	10 790	↓ 8 483
3	ARCKRÉM	4 858	↑ 8 384
4	BONBON	8 747	↓ 7 995
5	PARFÜM, KÖLNI	10 161	↓ 7 671
6	PUDING, TEJALAPÚ DESSERT	9 246	↓ 7 003
7	FÉRFI ILLATSZER	1 506	↑ 6 925
8	FOGKRÉM	4 131	↑ 6 796
9	MOSÓPOR / FOLYÉKONY MOSÓSZER	4 623	↑ 6 181
10	SAMPON	6 863	↓ 4 937
11	JOGHURT, KEFÍR	3 984	↑ 4 852
12	FELVÁGOTTAK	3 134	↑ 4 788
13	TEA	4 413	↑ 4 479
14	MOSOGATÓSZER	3 921	↑ 4 338
15	GYOMORKESERŰ	3 260	↑ 4 125
16	SÖR	2 027	↑ 3 761
17	BÉBIÉTEL, -ITAL, -TÁPSZER	633	↑ 3 711
18	SZÉNSAVAS ÜDÍTŐ	4 865	↓ 3 707
19	RÁGÓGUMI	3 315	↑ 3 524
20	GYÜMÖLCSLÉ	4 083	↓ 3 498

Vizsgált Időszak: 2016. IV. negyedév és 2017. IV. negyedév (október 1 – december 31.)

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoportok méretei:

2016: Total Individuals (Universe: 8 829 979 Cases: 2 563), 4-17 (Universe: 1 235 592 Cases: 346), 18-49 (Universe: 4 001 728 Cases: 1 167), 50+ (Universe: 3 592 659 Cases: 1 049)

2017: Total Individuals (Universe: 8 729 160 Cases: 2 512), 4-17 (Universe: 1 212 735 Cases: 332), 18-49 (Universe: 3 929 827 Cases: 1 143), 50+ (Universe: 3 586 598 Cases: 1 037)

#### EGY FŐRE JUTÓ NAPI TÉVÉNÉZÉSI IDŐ

Időszak: 2016. IV. negyedév és 2017. IV. negyedév (október 1 – december 31.)

Csatorna: Total TV

Változó: Live+Playback ATV (perc)

#### LIVE ÉS PLAYBACK NÉZETT IDŐ

Időszak: 2017. IV. negyedév (október 1 – december 31.)

Csatorna: Total TV

Változó: Live és Playback ATV (perc), Playback %

#### CSATORNATÍPUSOK KÖZÖNSÉGARÁNYA

Időszak: 2017. IV. negyedév (október 1 – december 31.)

Csatornacsoporthoz: **Életmód:** Chili TV, Digi Life, Fishing&Hunting, Fit HD, LifeTV, Spektrum Home, TLC, Travel Channel, TV Paprika, Viasat Explorer; **Ált. szórakoztató:** C8, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Duna TV, Duna World, Fem3, FixTV, Galaxy, Humor+, Izaura TV, M3, PAX TV, Prime, RTL Gold, RTL Klub, RTL+, RTL II, RTL Spike, Sony Max, Sorozat+, Story4, Story5, Super TV2, TV2, Viasat3, Viasat6; **Film:** AMC, AXN, DIGI Film, Film+, Filmbox, Film Café, Film Mánia, FOX, HBO, HBO2, HBO3, Mozi+, Paramount, Sony Movie Channel; **Gyerek:** Boomerang, Cartoon Network, Disney Channel, Disney Junior, Kiwi TV, JimJam, M2, Megamax, Minimax, Nickelodeon, Nick JR; **Hír:** ATV, EchoTV, Euronews (magyar), HírTV, M1; **Ismeretterjesztő:** Animal Planet, CBS Reality, D1, Da Vinci Learning, DIGI Animal World, DIGI World, Discovery Channel, Discovery Science, DoQ, History, ID, M5, National Geographic, Nat Geo Wild, OzoneTV, Spektrum, Viasat History, Viasat Nature; **Sport:** DIGI Sport 1, DIGI Sport 2, Eurosport, Eurosport2, Extreme Sport, M4 Sport, Spíler TV, Sport1, Sport2, Sport M; **Zene:** Hit Music Channel, MTV Hungary, Music Channel, Muzsika TV, Sláger TV; **Egyéb:** külföldi csatornák, egyéb magyar csatornák, egyéb képernyőhasználat

Változó: SHR% (Live +Playback adat a Live+Playback Total TV-hez viszonyítva)

#### MŰSORTÍPUSOK SUGÁRZÁSA ÉS FOGYASZTÁSA

Időszak: 2017. IV. negyedév (október 1 – december 31.)

Csatornák: a Nielsen Közönségmérés által a vizsgált időszakban műsorszinten mért összes csatorna - ATV, AXN, Cartoon Network, Chili TV, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna TV, Duna World, Fem3, Film+, FOX, Galaxy, History, Humor+, ID, Izaura TV, Kiwi TV, M1, M2, M3, M4 Sport, M5, Mozi+, MTV Hungary, Muzsika TV, National Geographic, Nickelodeon, Nick JR, Paramount, Prime, RTL Gold, RTL+, RTL II, RTL Klub, RTL Spike, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spíler TV, Sport1, Sport2, Story4, Story5, Super TV2, Travel Channel, TLC, TV2, Viasat3, Viasat6, Zenebutik

A „Nem zenei szórakoztató” tipológia fő elemei: 1. Játék; 2. Vetélkedő, kvíz; 3. Szórakoztató magazin; 4. Talk-show; 5. Kabaré, szatíra; 6. Cirkusz, varieté; 7. Reality show

Változó: EST%, Konszolidált RST%

#### FMCG TOP TERMÉKOSZTÁLYOK & REKLÁMOK NÉZETTSÉGE

Időszak: 2016. IV. negyedév és 2017. IV. negyedév (október 1 – december 31.)

Csatorna: a Nielsen Közönségmérés által a vizsgált időszakban szpot szinten mért összes

Termék: a Nielsen Közönségmérés által a következő szektorokba sorolt reklámfilmek: babaápolás, élelmiszer, élvezeti cikk, háztartási cikk, szépségápolás

Változó: Konszolidált GRP

## A Nielsen Közönségmérésről

A Nielsen Közönségmérés Magyarországon egyedülként foglalkozik műszeres közönségméréssel. A Nielsen Közönségmérés adatai egy független és átlátható rendszeren alapuló „közös valutát” biztosítanak naponta az ügynökségek, hirdetőik és reklámidőt értékesítők számára. A cégünk által folytatott közönségmérés függetlenségét, szakmai megbízhatóságát és hitelességét több különböző, független értékelés és auditálás erősítette meg.



## A Nielsenről

A Nielsen (a New York-i tőzsdén NLSN néven jegyzett) globális teljesítmény-optimalizáló vállalat. Teljes körű képet nyújt arról, hogy a fogyasztók mit néznek („Watch” üzletág) és mit vásárolnak („Buy” üzletág). A Nielsen „Watch” részlege a médiával és reklámozással foglalkozó ügyfelek részére a teljes közönségről biztosít mérési szolgáltatást a tartalom fogyasztására alkalmas összes eszköz (videó, audió, szöveg) tekintetében. A Nielsen „Buy” részlege a napi fogyasztási cikkek gyártóinak és kereskedőinek nyújt a szektorban egyedülálló, átfogó képet a kiskereskedelem teljesítményéről. A „Watch” és a „Buy” kutatásokból, valamint más adatforrásból származó információk integrálásával a Nielsen ügyfelei számára a teljesítményüket még inkább segítő, világszínvonalú mérést és elemzést biztosít. A Nielsen több mint 100 országban van jelen, a világ lakosságának 90 százalékát fedi le, és szerepel a Standard&Poors 500-as listáján.

További információkért kérjük, látogasson el honlapunkra:

[www.nielsenkozonsegeres.hu](http://www.nielsenkozonsegeres.hu)

[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)



## Kapcsolat:

**Nielsen Közönségmérés Kft.**

H -1146 Budapest, Hermina út 57-59.

Telefon: 461-7050, Fax: 461-7051

e-mail: [services@nielsenkozonsegeres.hu](mailto:services@nielsenkozonsegeres.hu)

The background of the image is a vibrant blue with a 3D, wavy, undulating texture that resembles water or a soft fabric. The waves flow horizontally across the frame, creating a sense of movement and depth. In the center, the word "nielsen" is written in a clean, white, lowercase serif font. Below the text, there is a horizontal line of eight white dots, evenly spaced, which serves as a decorative underline for the brand name.

nielsen