



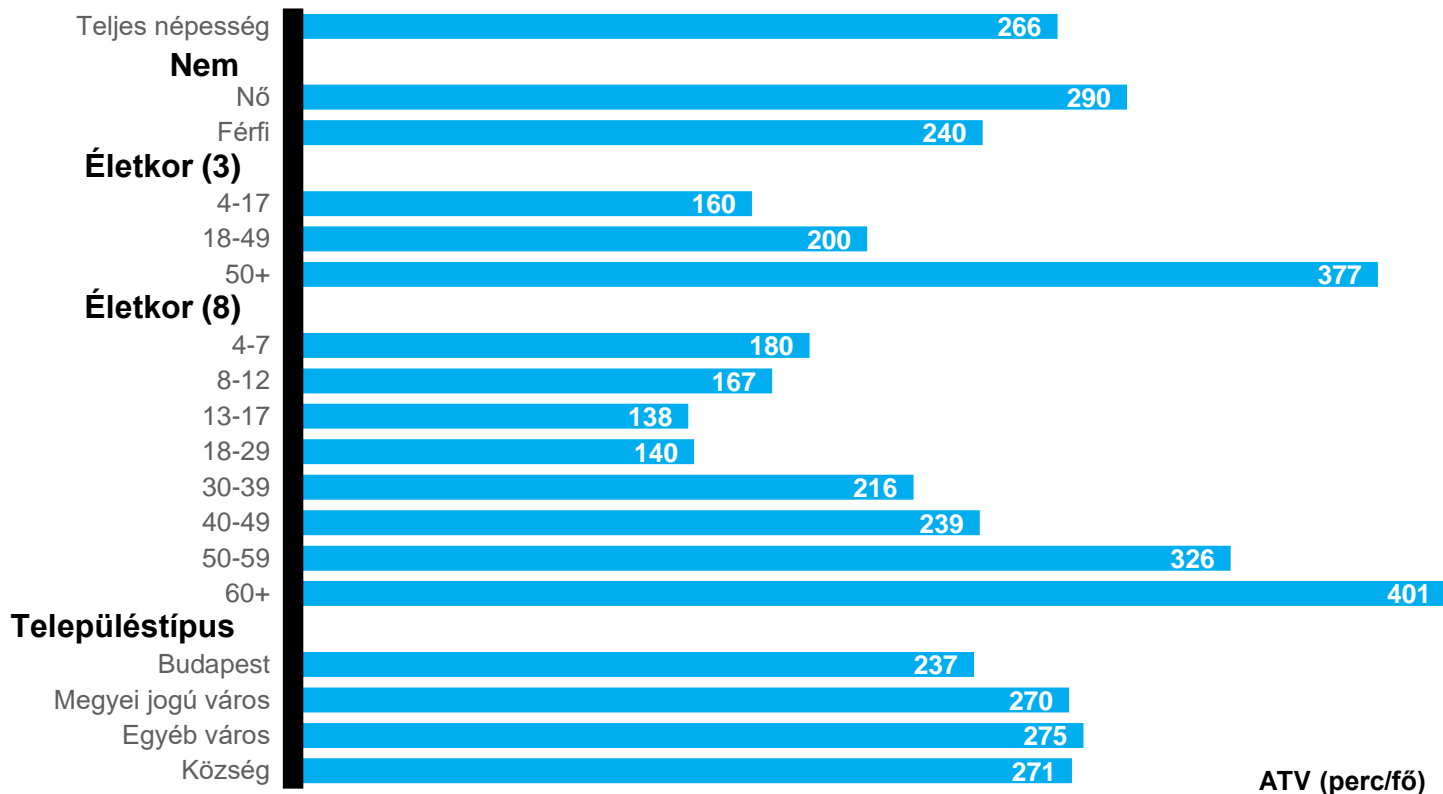
HAVI STATISZTIKÁK

2019. ÁPRILIS

Nielsen Közönségmérés

A TELEVÍZIÓZÁSRA FORDÍTOTT IDŐ NAPI ÁTLAGA

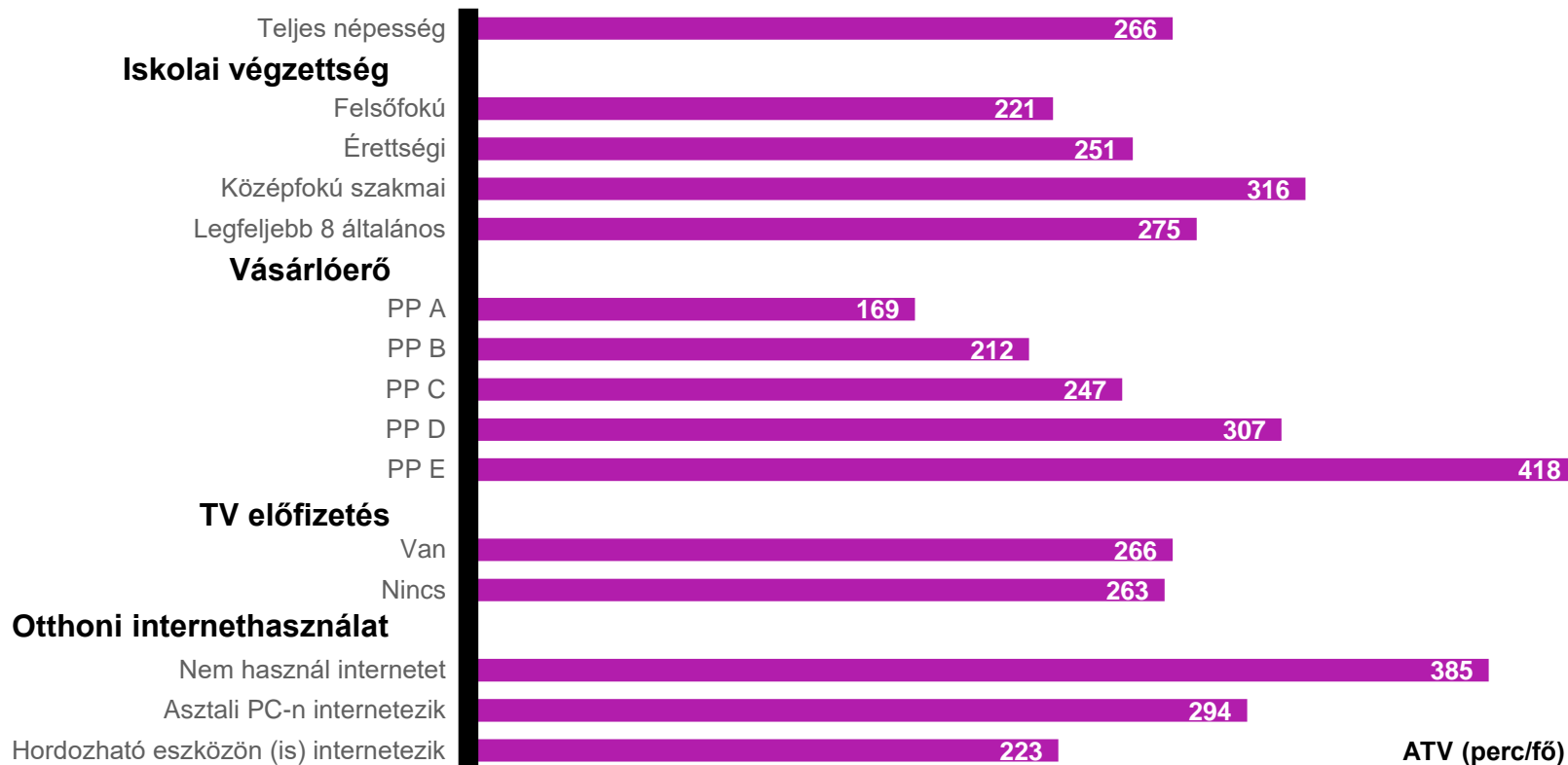
2019. április; egész nap; Live



ATV (perc/fő)

A TELEVÍZIÓZÁSRA FORDÍTOTT IDŐ NAPI ÁTLAGA

2019. április; egész nap; Live



ATV (perc/fő)

REKLÁMOK MEGJELENÉSI ADATAI

2019. ÁPRILIS

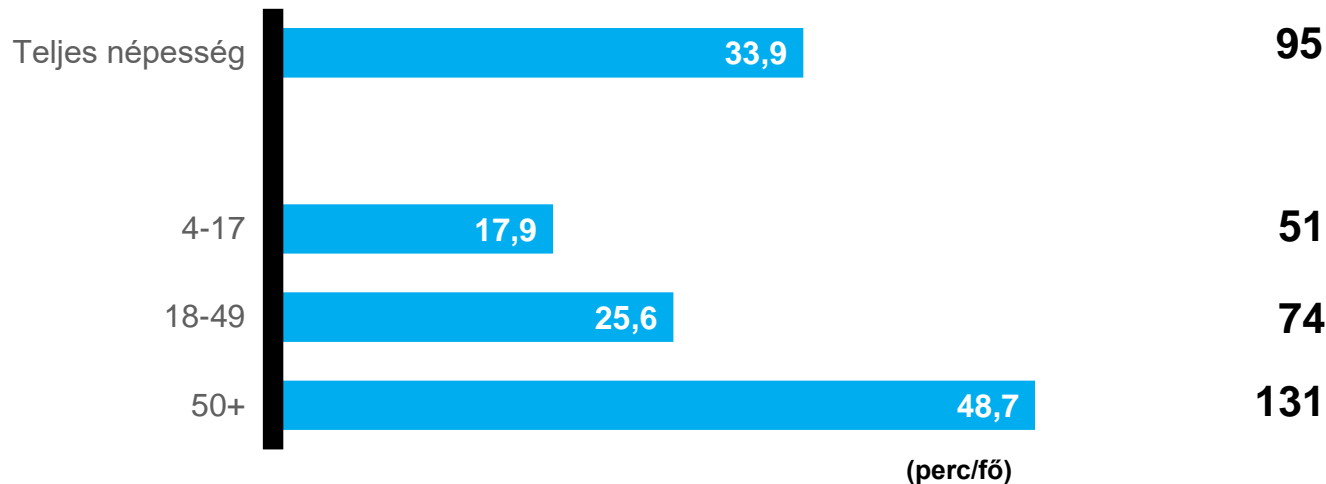
Reklámok megjelenésszáma	1 192 042
Szpot/nap	39 735
Listaáras költség (millió Ft, kedvezmények levonása nélküli ár)	342 489
Blokkok száma	104 023
Reklámfilmek száma	1 288
Új reklámfilmek száma	607
Egy reklámfilmre jutó átlagos megjelenésszám	925

NAPI REKLÁMFOGYASZTÁS

2019. április; Live

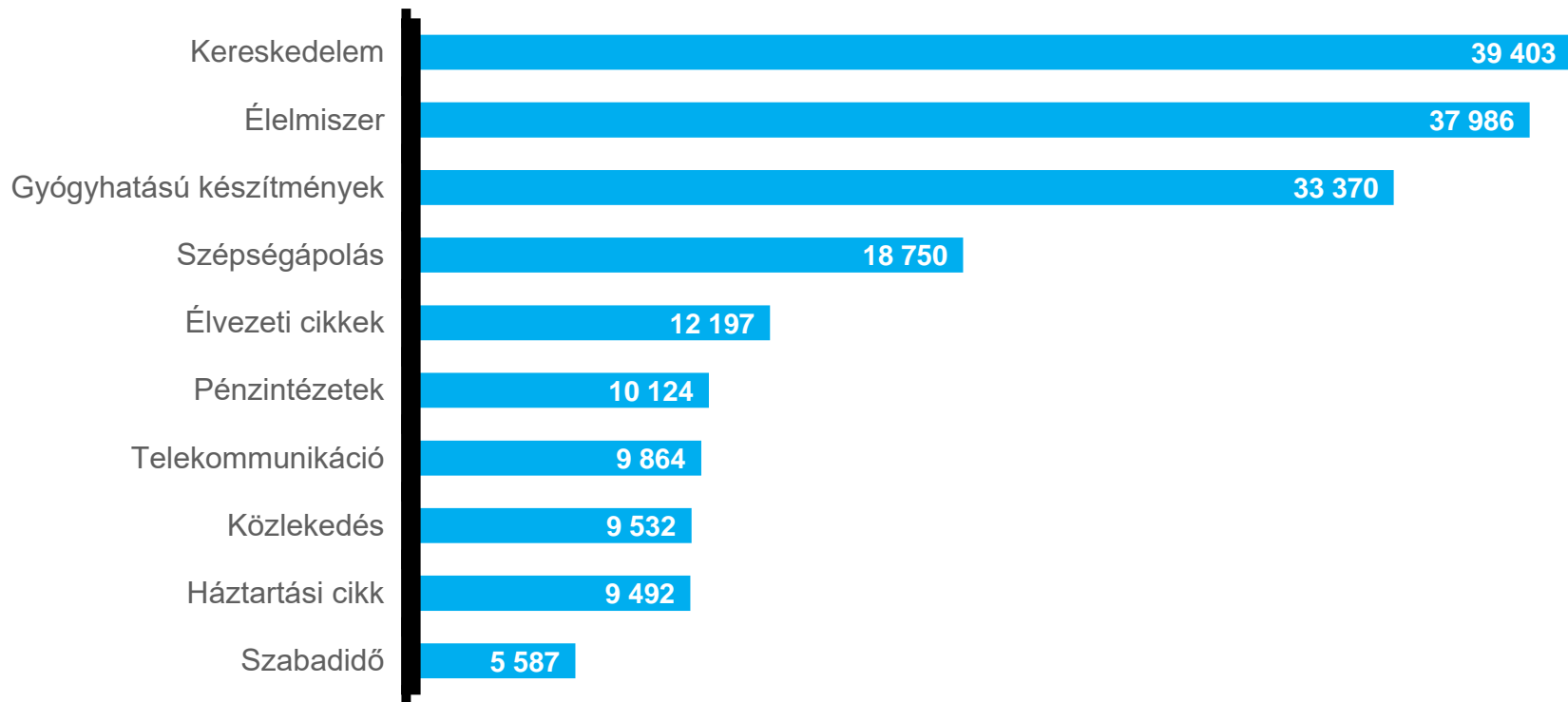
NAPI REKLÁMNÉZÉSI IDŐ

NAPI ÁTLAG OTS
(KONTAKTUSGYAKORISÁG)



TOP 10 SZEKTOR – 2019. ÁPRILIS

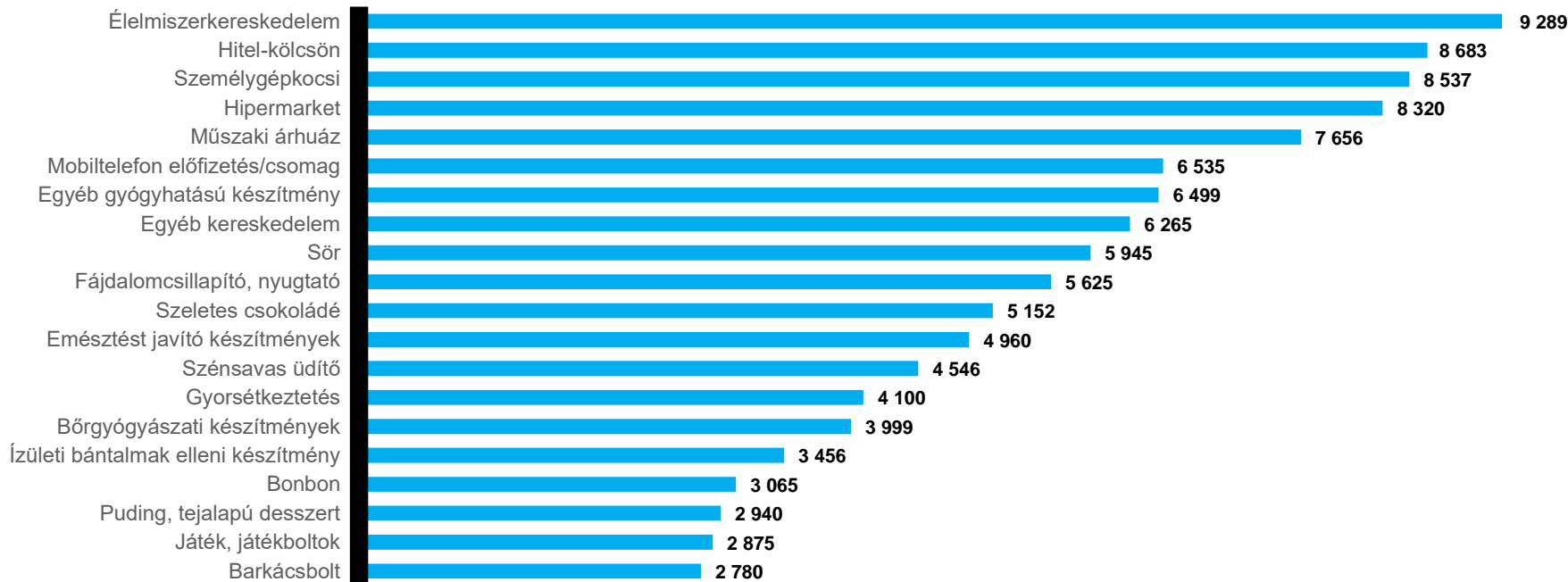
A televíziós reklámok GRP (bruttó elérés) értékei alapján, 18-49 évesek; Live



TOP 20 TERMÉKOSZTÁLY – 2019. ÁPRILIS

A televízióreklámok GRP (bruttó elérés) értékei alapján

Idősáv: 02:00-25:59 (egész nap); célcsoport: 18-49 évesek (Universe: 4 017 176 Cases: 1 160); Live adatok



Csatornák: AMC, ATV, ATV Spirit, AXN, Boomerang, Cartoon Network, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna TV, Duna World, Film+, FEM3, Film Café, Film Mania, FILM4, Galaxy4, HírTV, History, Humor+, ID, Izaura, Kiwi TV, LiChi TV, LifeTV, M1, M2, M3, M4 Sport, M5, Minimax, Mozi+, MTV Hungary, Music Channel, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Nickelodeon, Nick JR, Nicktoons, OzoneTV, Paramount Channel, Prime TV, RTL II, RTL Gold, RTL Klub, RTL Spike, RTL+, Sláger TV, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spektrum, Spektrum Home, Spiler1 TV, Spiler2 TV, Sport1, Sport2, Story4, Super TV2, TLC, Travel Channel, TV Paprika, TV2, TV4, Viasat3, Viasat6, Zenebutik

© Nielsen Közönségmérés Kft.

MEGJEGYZÉSEK:

A TELEVÍZIÓZÁSRA FORDÍTOTT IDŐ NAPI ÁTLAGA

Időszak: 2019. április 1-30.

Időszak: egész nap (02-26h)

Mutató: ATV (perc)

Célcsoport: Total Individuals (Universe: 8 912 164 Cases: 2 614)

Csatorna: Live Total TV

REKLÁM MEGJELENÉSI ÉS FOGYASZTÁSI ADATOK

Időszak: 2019. április 1-30.

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport: Total Individuals (Universe: 8 912 164 Cases: 2 614), 4-17 (Universe: 1 273 631 Cases: 355), 18-49 (Universe: 4 017 176 Cases: 1 160), 50+ (Universe: 3 621 357 Cases: 1 099)

Csatorna: szpot adatbázisban szereplő csatornák Live adata

TOP 10 SZEKTOR, TOP 20 TERMÉKOSZTÁLY

Időszak: 2019. április 1-30.

Időszak: egész nap (02-26h)

Mutató: GRP

Célcsoport: 18-49 évesek (Universe: 4 017 176 Cases: 1 160)

Csatorna: szpot adatbázisban szereplő csatornák Live adata

A Nielsen Közönségmérés szpot adatbázisában szereplő csatornák:

Csatornák: AMC, ATV, ATV Spirit, AXN, Boomerang, Cartoon Network, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna TV, Duna World, Film+, FEM3, Film Café, Film Mania, FILM4, Galaxy4, HírTV, History, Humor+, ID, Izaura, Kiwi TV, LiChi TV, LifeTv, M1, M2, M3, M4 Sport, M5, Minimax, Mozi+, MTV Hungary, Music Channel, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Nickelodeon, Nick JR, Nicktoons, OzoneTv, Paramount Channel, Prime TV, RTL II, RTL Gold, RTL Klub, RTL Spike, RTL+, Sláger TV, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spektrum, Spektrum Home, Spíler1 TV, Spíler2 TV, Sport1, Sport2, Story4, Super TV2, TLC, Travel Channel, TV Paprika, TV2, TV4, Viasat3, Viasat6, Zenebutik

Live adat: A valós idejű tévé nézési adatokat tartalmazza, a késleltetett visszanezést nem.

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 segítők, 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.nielsenkozonsegermes.hu

www.nielsen.com



Kapcsolat:

Nielsen Közönségmérés Kft.

H -1056 Budapest, Váci utca 81.

Telefon: 461-7050, Fax: 461-7051

e-mail: services@nielsenkozonsegermes.hu

The Nielsen logo is centered on a vibrant blue background with a 3D, wavy, undulating texture. The word "nielsen" is written in a white, lowercase, serif font. Below the text, there is a horizontal line of eight white dots, each positioned directly under a letter of the word.

nielsen
.