



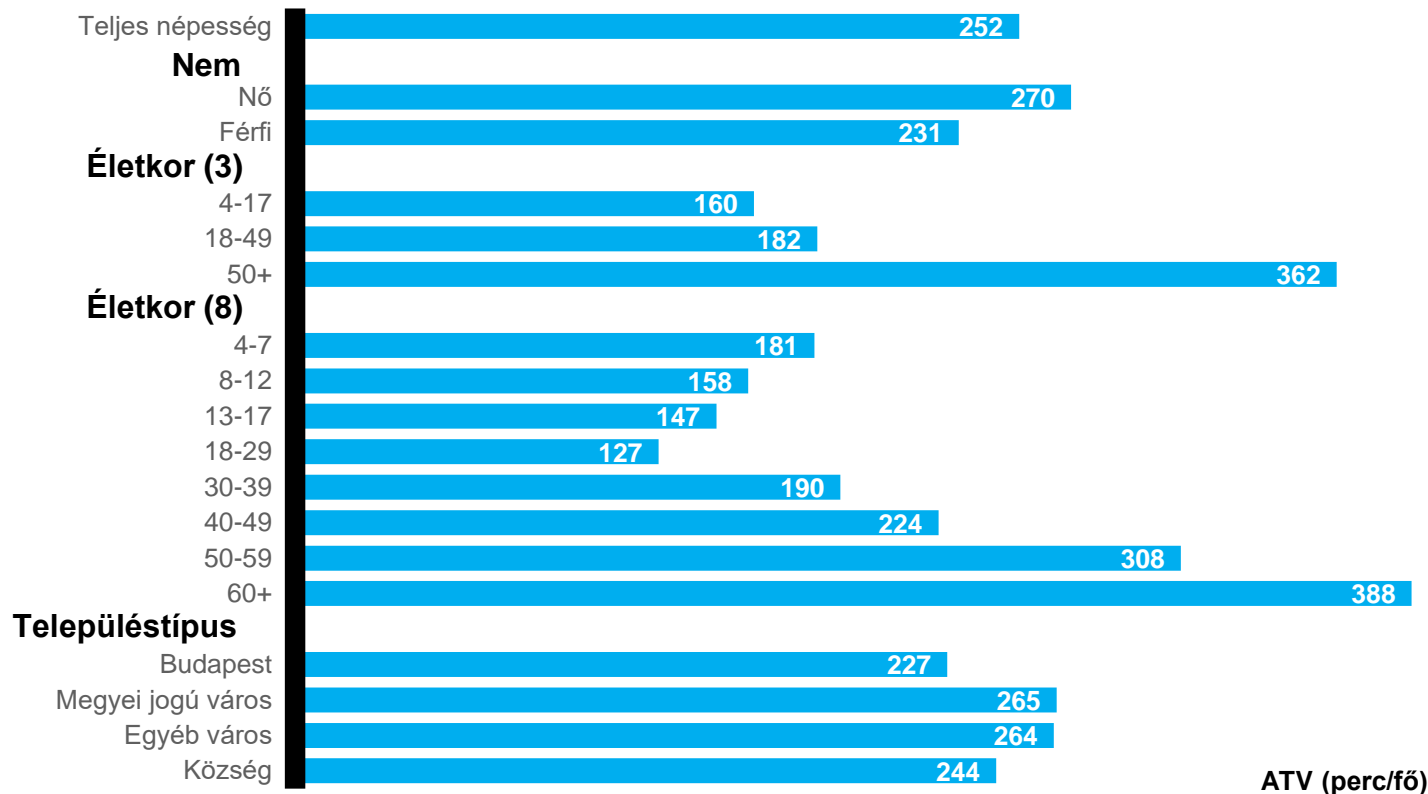
HAVI STATISZTIKÁK

2019. JÚNIUS

Nielsen Közönségmérés

A TELEVÍZIÓZÁSRA FORDÍTOTT IDŐ NAPI ÁTLAGA

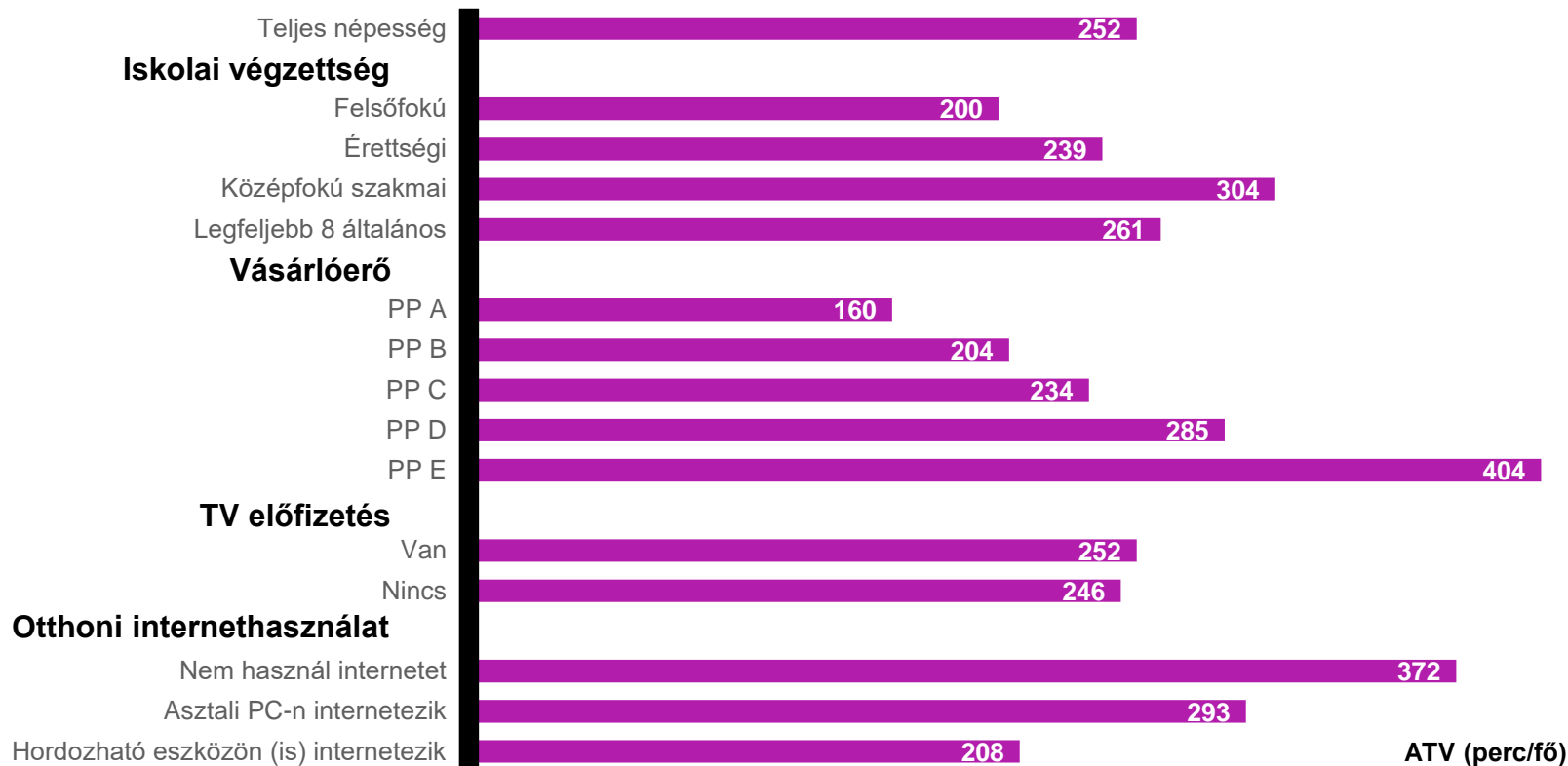
2019. június; egész nap; Live



ATV (perc/fő)

A TELEVÍZIÓZÁSRA FORDÍTOTT IDŐ NAPI ÁTLAGA

2019. június; egész nap; Live



REKLÁMOK MEGJELENÉSI ADATAI

2019. JÚNIUS

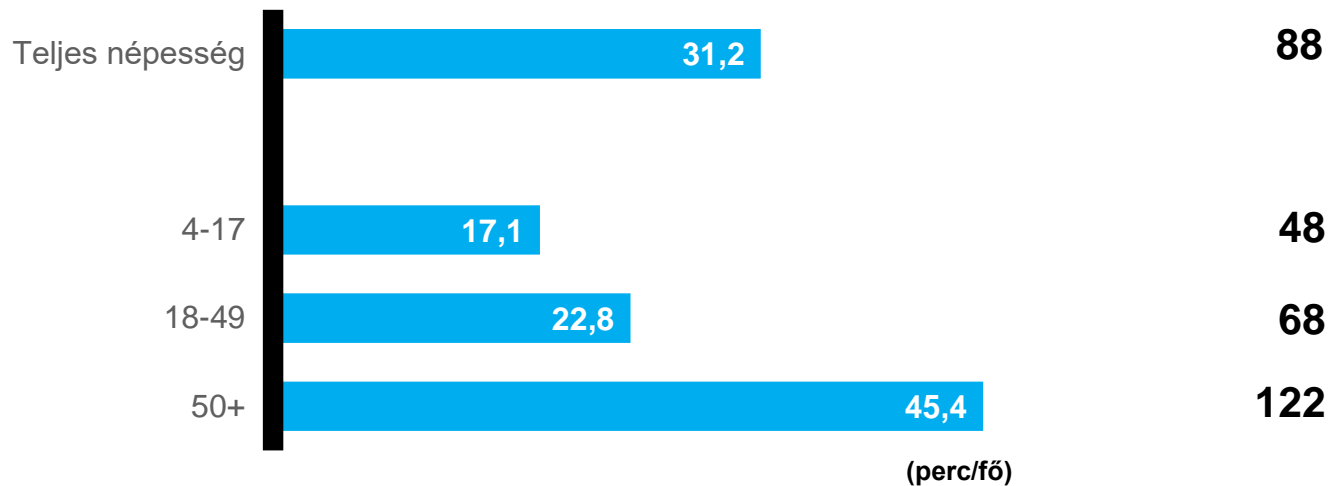
Reklámok megjelenésszáma	1 173 524
Szpot/nap	39 117
Listaáras költség (millió Ft, kedvezmények levonása nélküli ár)	320 888
Blokkok száma	102 573
Reklámfilmek száma	972
Új reklámfilmek száma	371
Egy reklámfilmre jutó átlagos megjelenésszám	1207

NAPI REKLÁMFOGYASZTÁS

2019. június; Live

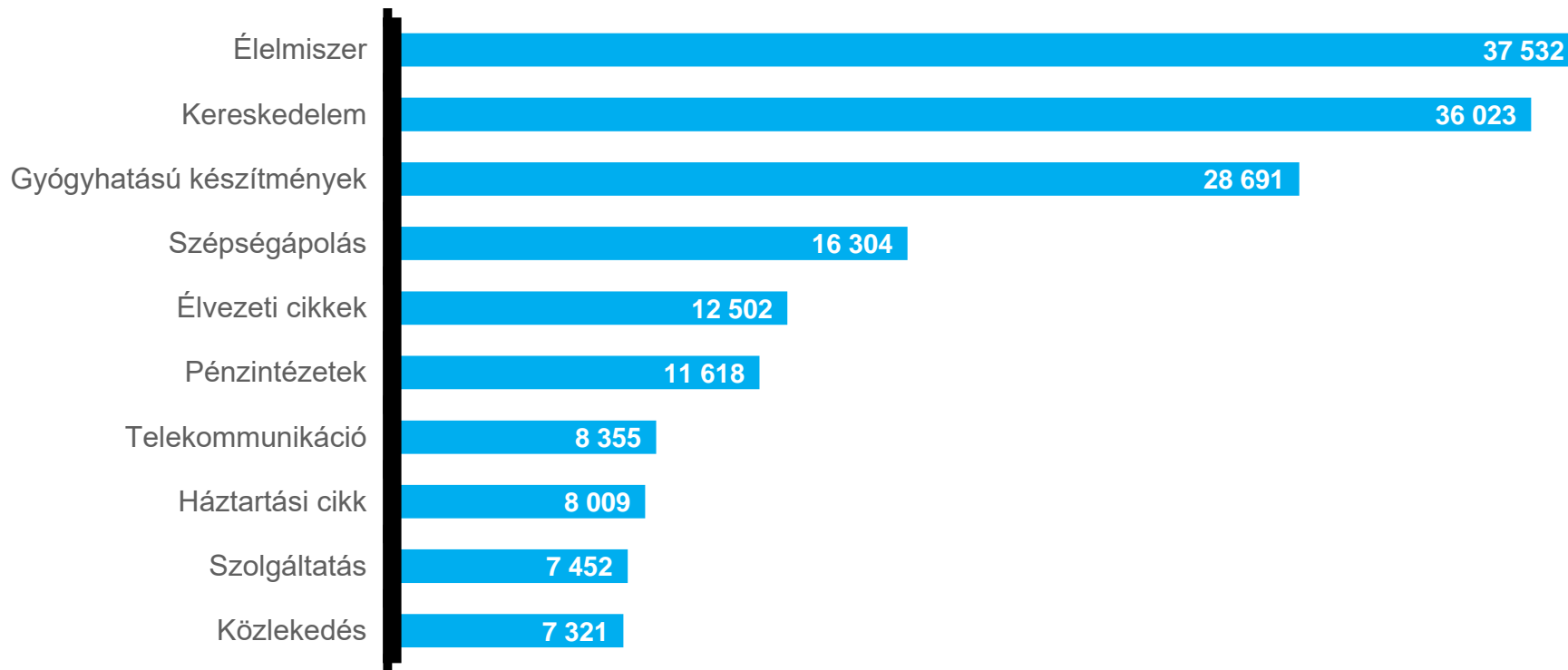
NAPI REKLÁMNÉZÉSI IDŐ

NAPI ÁTLAG OTS
(KONTAKTUSGYAKORISÁG)



TOP 10 SZEKTOR – 2019. JÚNIUS

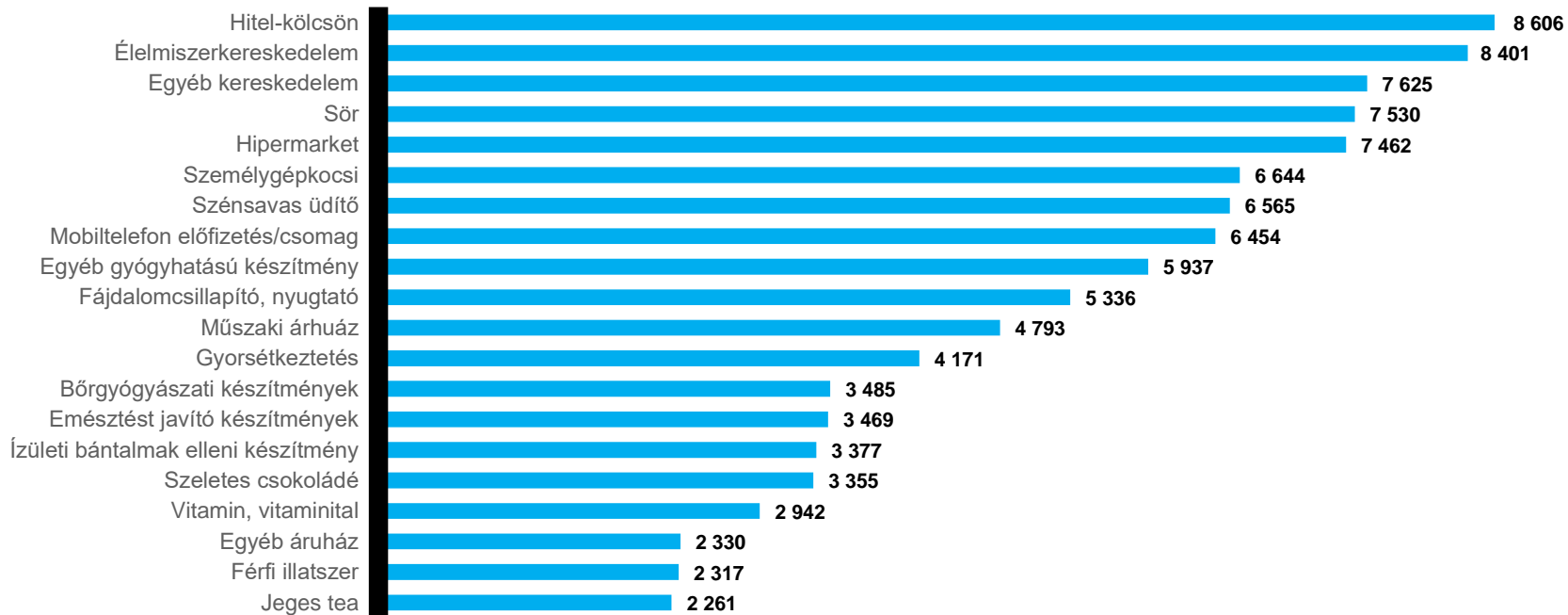
A televíziós reklámok GRP (bruttó elérés) értékei alapján, 18-49 évesek; Live



TOP 20 TERMÉKOSZTÁLY – 2019. JÚNIUS

A televízióreklámok GRP (bruttó elérés) értékei alapján

Idősáv: 02:00-25:59 (egész nap); célcsoport: 18-49 évesek (Universe: 4 017 176 Cases: 1 132); 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, FEM3, Film Café, Film Mania, Film+, FILM4, Galaxy4, HírTV, History, Humor+, ID, Izaura, Jocky TV, Kiwi TV, LiChi TV, LifeTV, M1, M2, M4 Sport, M5, Minimax, Mozi+, Moziverzum, MTV Hungary, Music Channel, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Nickelodeon, Nick JR, Nicktoons, OzoneTV, Paramount Channel, Prime, 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

© Nielsen Közönségmérés Kft.

MEGJEGYZÉSEK:

A TELEVÍZIÓZÁSRA FORDÍTOTT IDŐ NAPI ÁTLAGA

Időszak: 2019. június 1-30.

Időszak: egész nap (02-26h)

Mutató: ATV (perc)

Célcsoport: Total Individuals (Universe: 8 912 164 Cases: 2 569)

Csatorna: Live Total TV

REKLÁM MEGJELENÉSI ÉS FOGYASZTÁSI ADATOK

Időszak: 2019. június 1-30.

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport: Total Individuals (Universe: 8 912 164 Cases: 2569), 4-17 (Universe: 1 273 631 Cases: 351), 18-49 (Universe: 4 017 176 Cases: 1 132), 50+ (Universe: 3 621 357 Cases: 1 086)

Csatorna: szpot adatbázisban szereplő csatornák Live adata

TOP 10 SZEKTOR, TOP 20 TERMÉKOSZTÁLY

Időszak: 2019. június 1-30.

Időszak: egész nap (02-26h)

Mutató: GRP

Célcsoport: 18-49 évesek (Universe: 4 017 176 Cases: 1 132)

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, 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 tévénézési adatokat tartalmazza, a késleltetett visszánézést 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 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.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 background of the entire image is a vibrant blue with a 3D, wavy, undulating texture that resembles water or a soft fabric. The waves are layered, creating a sense of depth and movement. In the center, the word "nielsen" is written in a clean, white, lowercase serif font. Below the letters, there is a horizontal line of eight white dots, each centered under a letter: 'n', 'i', 'e', 'l', 's', 'e', 'n', and a final dot under the space between the last two 'e's.

nielsen
• • • • • • • •