

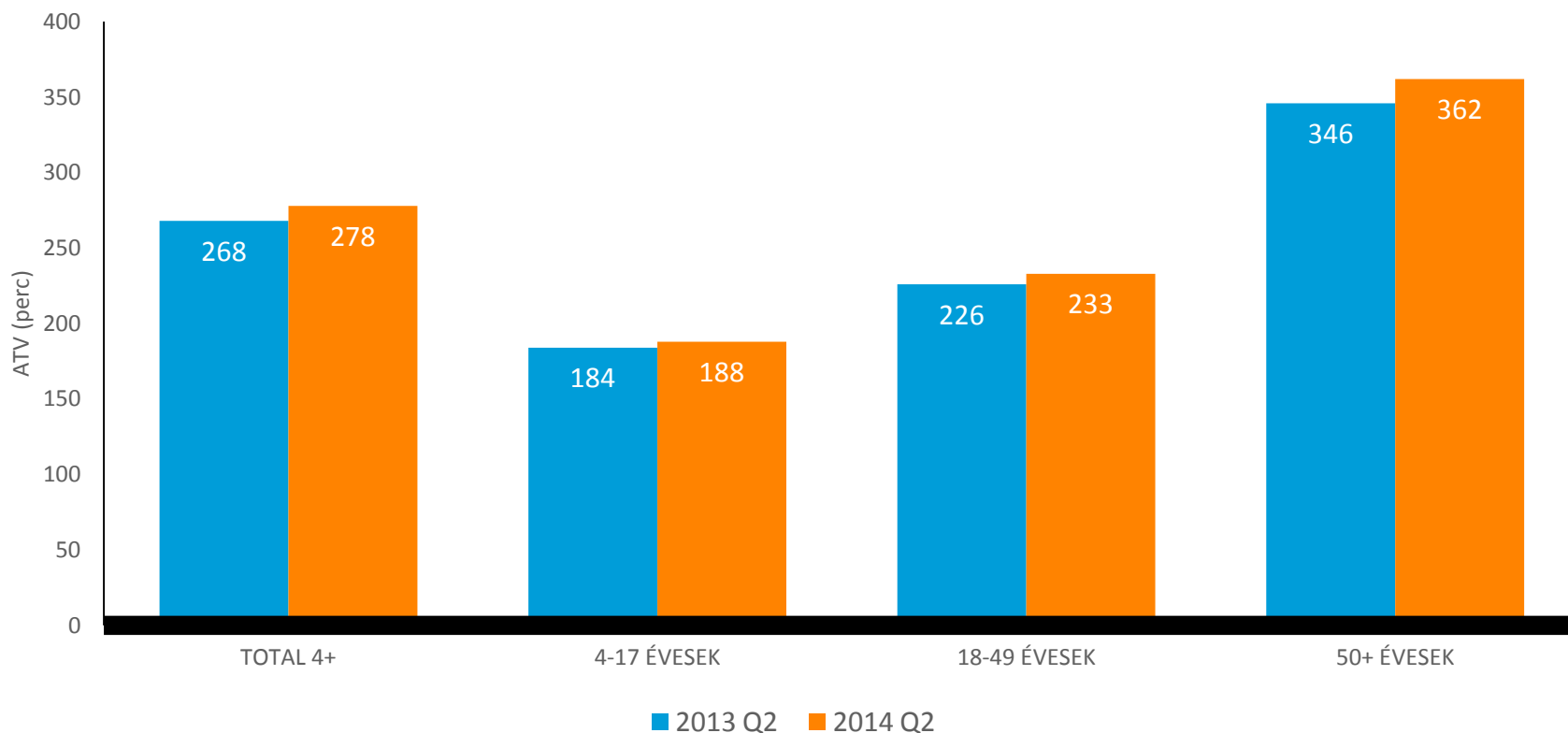
nielsen

TV PIACI KÖRKÉP 2014. II. NEGYEDÉV

NIELSEN KÖZÖNSÉGMÉRÉS

EGY FŐRE JUTÓ NAPI TÉVÉNÉZÉSI IDŐ

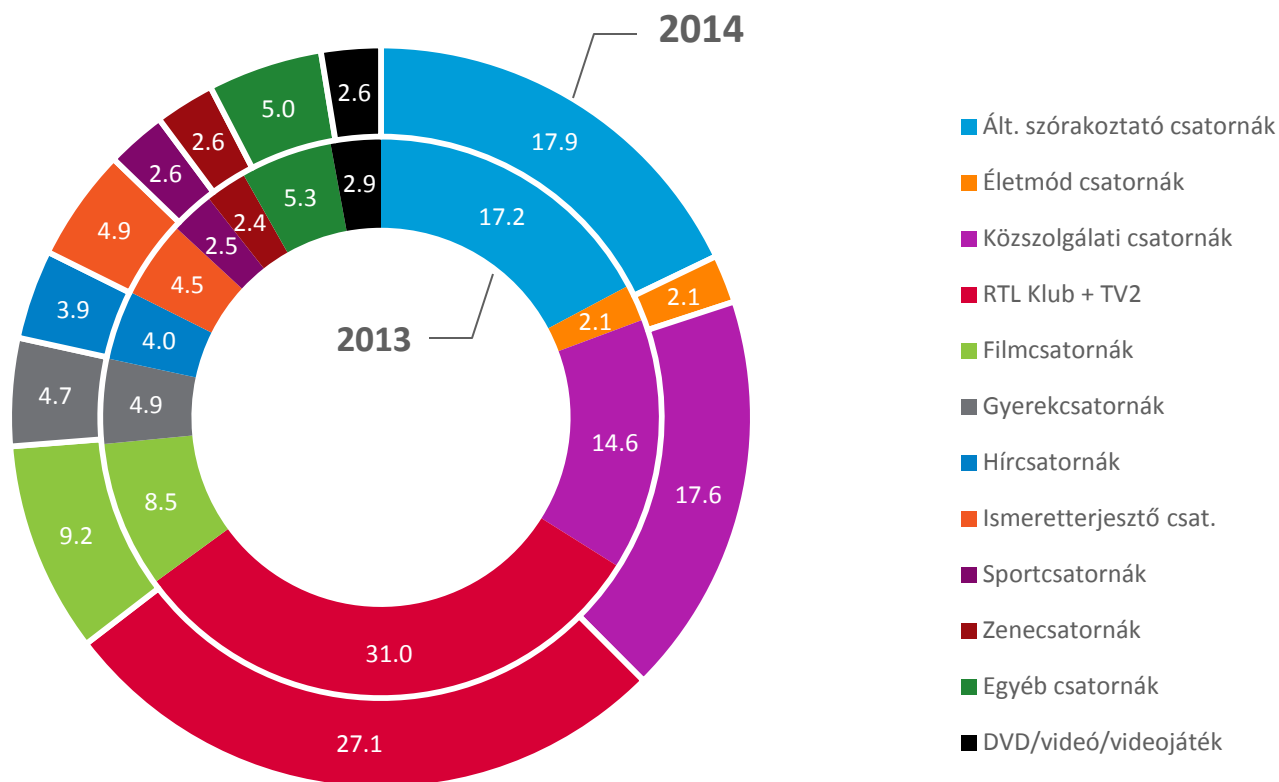
2013. és 2014. II. negyedév



A teljes népesség átlagosan napi 4 óra 38 percet fordított tévénézésre, az 50+ évesek pedig több mint 6 órát töltöttek a képernyők előtt.

CSATORNATÍPUSOK KÖZÖNSÉGARÁNYA

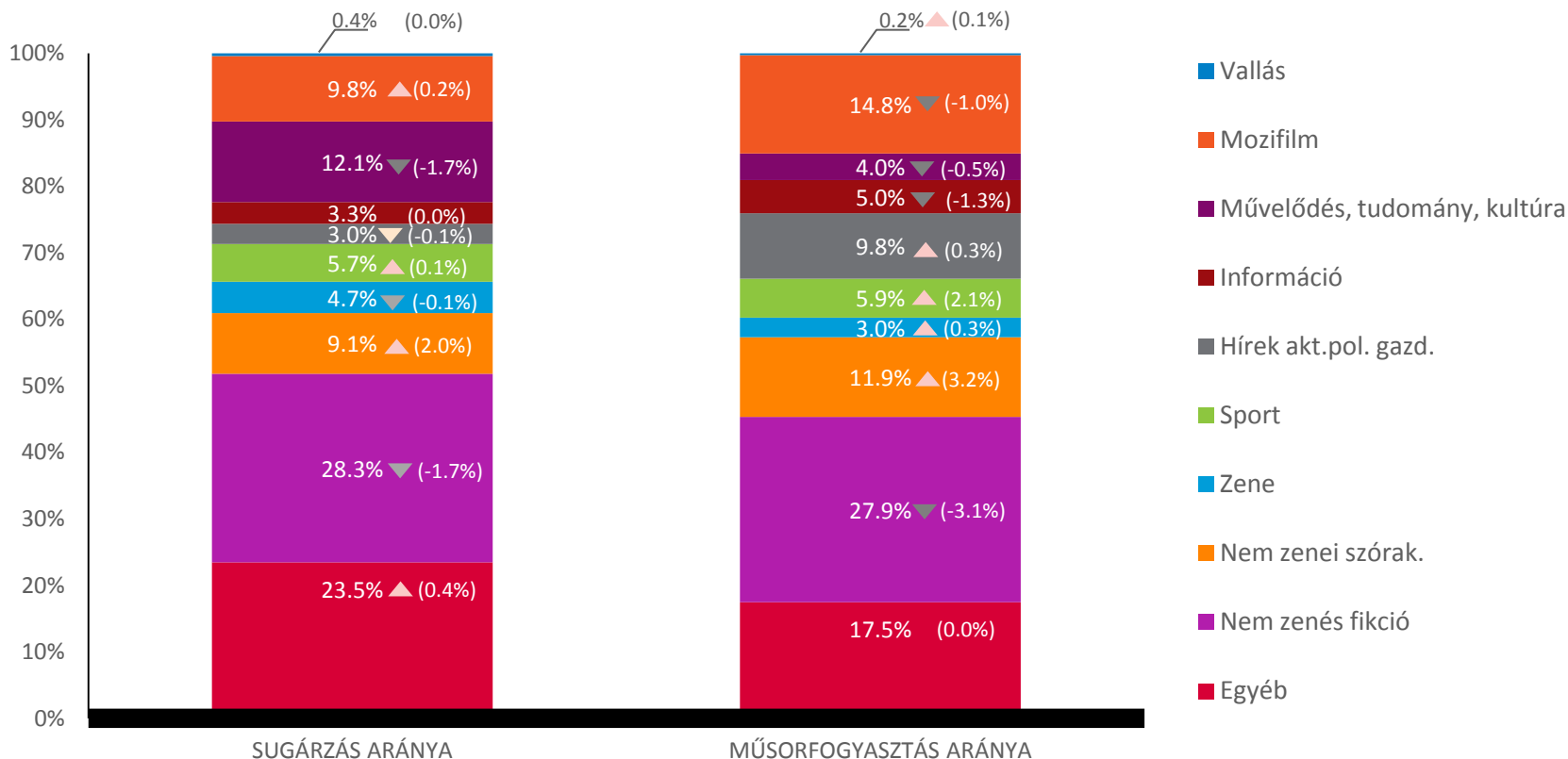
2013. és 2014. II. negyedév, teljes népesség



Egy év alatt nőtt a közszolgálati csatornák közönségaránya.

MŰSORTÍPUSOK SUGÁRZÁSA ÉS FOGYASZTÁSA

2014. II. negyedév; teljes népesség (változás 2013 ugyanezen időszakához képest, százalékpont)



A sport és a nem zenei szórakoztató műsorok kínálata és fogyasztása egyaránt nőtt.

LIVE ÉS PLAYBACK NÉZETT IDŐ (ATV) NAPONTA

2014. II. negyedév., egész nap

CÉLCSOPORT	LIVE PERC	PLAYBACK PERC	PLAYBACK %
TELJES NÉPESSÉG	275	3.0	1.1%
4-17	184	3.1	1.6%
18-49	229	3.6	1.5%
50+	359	2.3	0.6%

A teljes népesség tévézési idejének 1.1%-át fordította televíziós tartalom késleltetett nézésére.

FMCG TOP TERMÉKOSZTÁLYOK GRP ALAPJÁN

2013. és 2014. II. negyedév; teljes népesség

		GRP	
	Termékosztály	2013. II. NEGYEDÉV	2014. II. NEGYEDÉV ▼
1	SÖR	20 826	16 281
2	SZÉNSAVAS ÜDÍTŐ	8 355	7 666
3	SZELETES CSOKOLÁDÉ	7 512	7 244
4	PUDING, TEJALAPÚ DESSZERT	4 956	6 742
5	ARCKRÉM	5 668	6 411
6	FOGKRÉM	7 059	6 198
7	JOGHURT, KEFÍR	7 011	5 956
8	HAJFESTÉK	5 792	5 176
9	KÁVÉ	2 324	4 734
10	NŐI ILLATSZER	4 169	4 649
11	MOSOGATÓSZER	5 501	4 631
12	GYÜMÖLCSLÉ	3 286	4 269
13	JÉGKRÉM, FAGYLALT	2 773	4 264
14	ÉDES KEKSZ / OSTYA	5 775	3 833
15	SAMPON	2 789	3 186
16	ÁSVANYVIZ	3 744	3 163
17	MOSÓPOR / FOLYÉKONY MOSÓSZER	3 305	3 109
18	ROVARIRTÓK ES RIASZTÓK	1 032	3 080
19	JEGES TEA	3 501	3 033
20	LAKK, FESTÉK	2 087	2 927

MEGJEGYZÉSEK:

EGY FŐRE JUTÓ NAPI TÉVÉNÉZÉSI IDŐ

Időszak: 2013. és 2014. II. negyedév (április 1 – június 30.)

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport:

2013: Total Individuals (Universe: 9 179 449 Cases: 2 447), 4-17 (Universe: 1 321 884 Cases: 365), 18-49 (Universe: 4 236 050 Cases: 1 153), 50+ (Universe: 3 621 515 Cases: 929)

2014: Total Individuals (Universe: 9 027 531 Cases: 2 540), 4-17 (Universe: 1 317 366 Cases: 379), 18-49 (Universe: 4 100 863 Cases: 1 186), 50+ (Universe: 3 609 302 Cases: 974)

Csatorna: Total TV

CSATORNATÍPUSOK KÖZÖNSÉGÁRÁNYA

Időszak: 2013. és 2014. II. negyedév (április 1 – június 30.)

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport: 2013: Total Individuals (Universe: 9 179 449 Cases: 2 447), 2014: Total Individuals (Universe: 9 027 531 Cases: 2 540)

Csatornacsoporthoz: (2014. június) **Közszolgálati:** m1, m2, m3, Duna TV, Duna World; **Életmód:** CBS Reality, Fishing&Hunting, LifeNetwork, PV TV, Spektrum Home, TLC, Travel Channel, TV Paprika, Viasat Explorer; **Ált. szórakoztató:** BBC Entertainment, C8, Comedy Central, Cool, D1, Fem3, Hatos Csatorna, PAX TV, RTL+ (ex Prizma TV), PRO4, RTL II, Sorozat+, Story4, Story5, Super TV2, Viasat3, Viasat6; **Film:** AXN, AXN Black (AXN Sci-fi), AXN White (AXN Crime), Cinemax, DIGI Film, Film+, Film+2, Filmbox, Filmbox Extra, Filmbox HD, Filmbox Plus, Film Café, Film Mánia, FOX, HBO, HBO2, HBO Comedy, MGM, Paramount, Sundance Channel, Universal Channel; **Gyerek:** Boomerang, Cartoon Network, Disney Channel, JimJam, Megamax, Minimax, Nickelodeon; **Hír:** ATV, EchoTV, Euronews (magyar), HírTV, Parlament TV; **Ismeretterjesztő:** Animal Planet, BBC Knowledge, Da Vinci Learning, DIGI Animal World, DIGI Life, DIGI World, Discovery Channel, Discovery Science, Discovery World, DoQ, History Channel, Investigation Discovery, National Geographic Channel, Nat Geo Wild, OzoneNetwork, Spektrum, Viasat History, Viasat Nature; **Sport:** DIGI Sport 1, DIGI Sport 2, Eurosport, Eurosport2, Extreme Sport, Sport1, Sport2, Sport Klub, Sport M; **Zene:** Hit Music Channel, Music Channel, Music Mix, Muzsika TV, MTV (Music Television), Nóta TV, Viva; **Egyéb:** külföldi csatornák, egyéb azonosítatlan magyar csatornák, egyéb képernyőhasználat

MŰSORTÍPUSOK SUGÁRZÁSA ÉS FOGYASZTÁSA

Időszak: 2013. és 2014. II. negyedév (április 1 – június 30.) és változás 2013 II. negyedévéhez képest

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport: 2013: Total Individuals (Universe: 9 179 449 Cases: 2 447), 2014: Total Individuals (Universe: 9 027 531 Cases: 2 540)

Csatornák: ATV, AXN, Cartoon Network, CBS Reality, Comedy Central, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna TV, Duna World, Fem3, Film+, Film+2, Life Network, M1, M2, Muzsika TV, National Geographic Channel, OzoneNetwork, RTL+ (ex Prizma TV), Pro 4, RTL II, RTL Klub, Sorozat+, Sport1, Sport2, Story4, Story5, Super TV2, TV2, UNIVERSAL Channel, Viasat3, Viasat6, VIVA (Az adatok összehasonlíthatósága érdekében csak azokat a csatornákat vettük figyelembe, amelyek mindkét időszakban szerepeltek a műsorcím adatbázisban.)
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

LIVE ÉS PLAYBACK NÉZETT IDŐ

Időszak: 2014. II. negyedév (április 1 – június 30.)

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport: Total Individuals (Universe: 9 027 531 Cases: 2 529), 4-17 (Universe: 1 317 366 Cases: 377), 18-49 (Universe: 4 100 863 Cases: 1 180), 50+ (Universe: 3 609 302 Cases: 973)

Csatorna: Total TV

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

FMCG TOP TERMÉKOSZTÁLYOK

Időszak: 2013. és 2014. II. negyedév (április 1 – június 30.)

Időszak: egész nap (02-26h)

Célcsoport: 2013: Total Individuals (Universe: 9 179 449 Cases: 2 447), 2014: Total Individuals (Universe: 9 027 531 Cases: 2 540)

Csatorna: a Nielsen Közönségmérés által a vizsgált időszakban szpotszinten mért összes

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

Változó: 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 reklámidő 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 fogyasztók médiahasználatáról és vásárlásairól információkat, valamint ismereteket szolgáltató globális vállalat; vezető piaci pozícióban a marketing és fogyasztói információ mellett médiaadatok feltárásában, mint a televízió, online kutatás és mobil. A vállalat a világ több mint 100 országában aktív. Központja az USA-ban, New Yorkban és a hollandiai Diemenben található.

További információkért kérjük, látogasson el honlapunkra:

www.nielsenkozonsegeres.hu

www.nielsen.com

www.hu.nielsen.com

nielsen
.....

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™



Kapcsolat:

Nielsen Közönségmérés Kft.

H -1146 Budapest, Hermina út 57-59.

Telefon: 461-7050, Fax: 461-7051

e-mail: services@nielsenkozonsegeres.hu

internet: www.nielsenkozonsegeres.hu