

# Olvasói, médiahasználati szokások alakulása Magyarországon

MLE - V. Szakmai Konferencia  
Siófok

- Bár a lakosság reáljövedelme 1996 óta mindig növekszik,
- a lapok jelentős részének eladásai estek
- A kiadók reklámbevételei listaáron az inflációnál alig magasabb mértékben növekszenek

MI LEHET AZ OKA AZ ELADÁSOK CSÖKKENÉSÉNEK?



Ha egy adott lapot egyszerű terméknek veszünk, logikusan 3 féle érv képzelhető el, hogy miért csökkennek az eladások

- A makrogazdasági mutatók: A lakosság jövedelme egyre nagyobb részét kénytelen a létszükségleti cikkekre költeni
- Csökken a lakosság szabadideje, vagy szabadidő eltöltési és információhoz jutási módja átalakul
- „Egyre több az eszkimó, kevés a fóka”

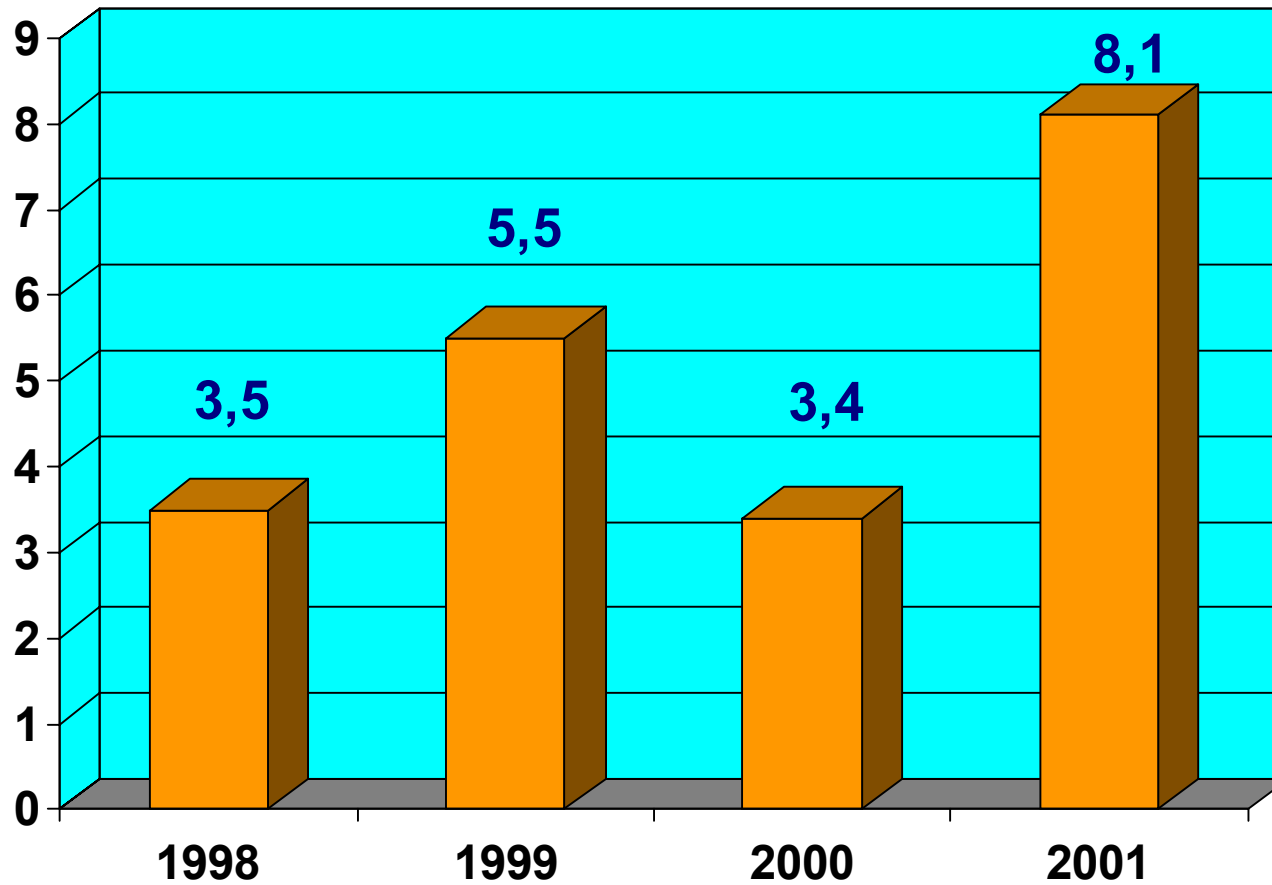




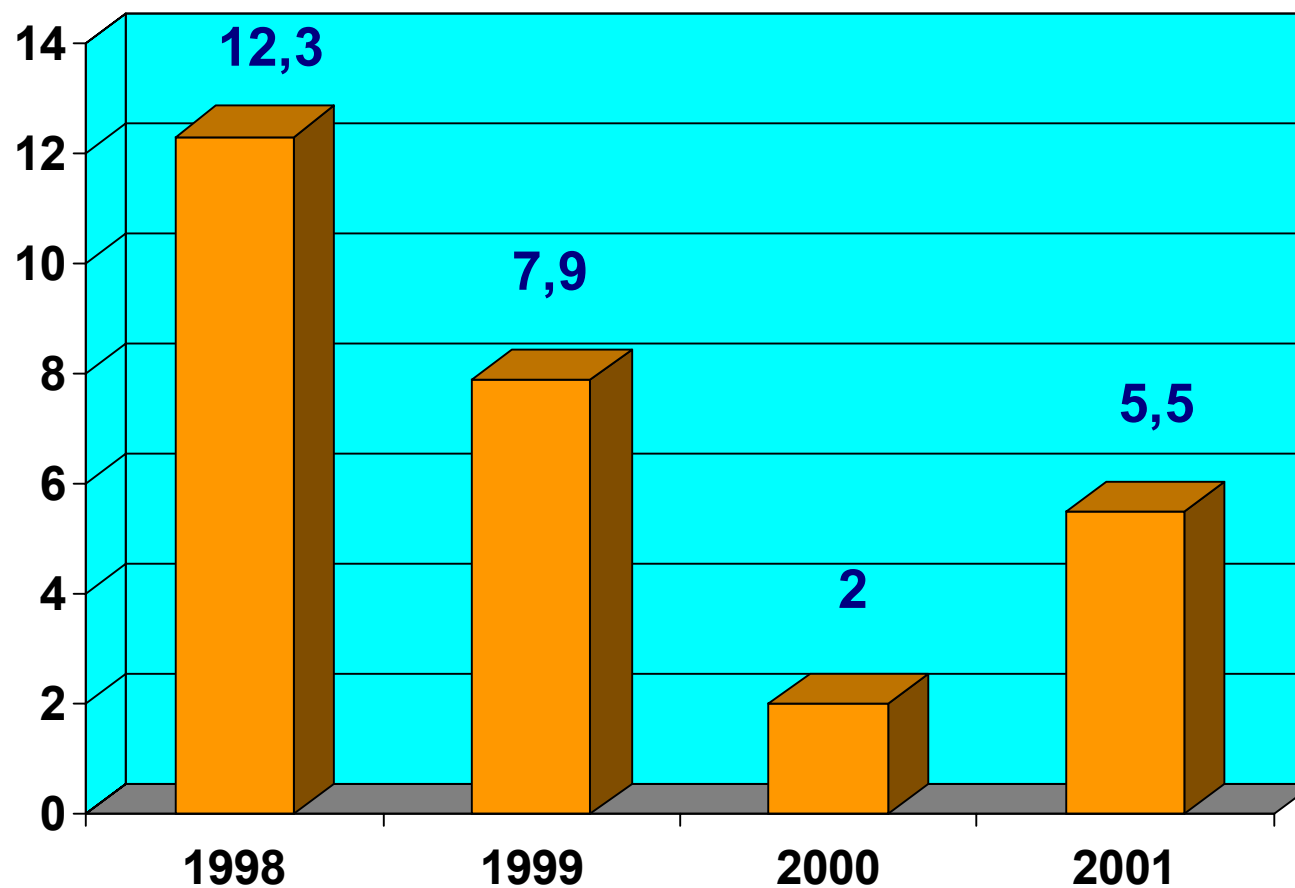
## A LAKOSSÁG JÖVEDELMI VISZONYAI



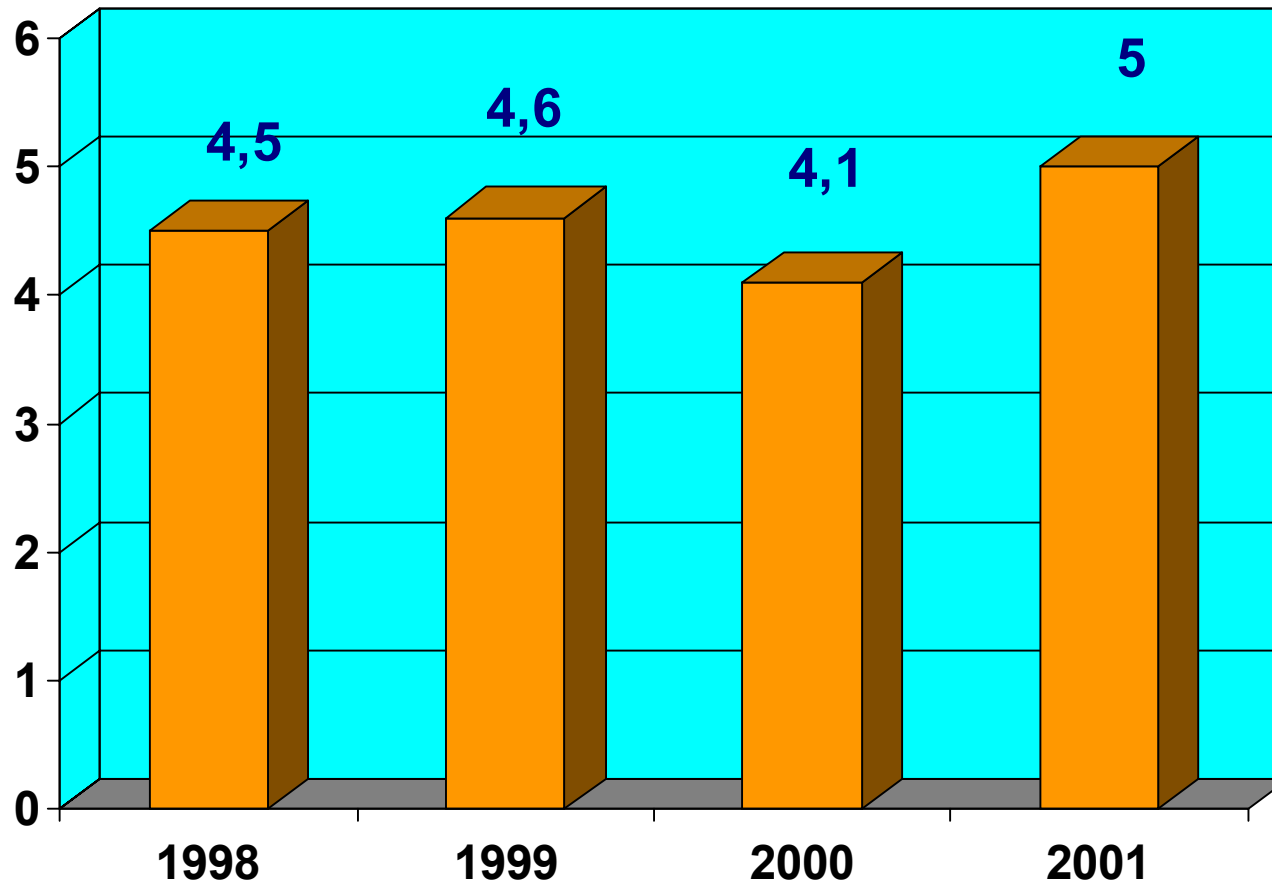
## Bruttó reáljövedelmek változása (1998-2001)



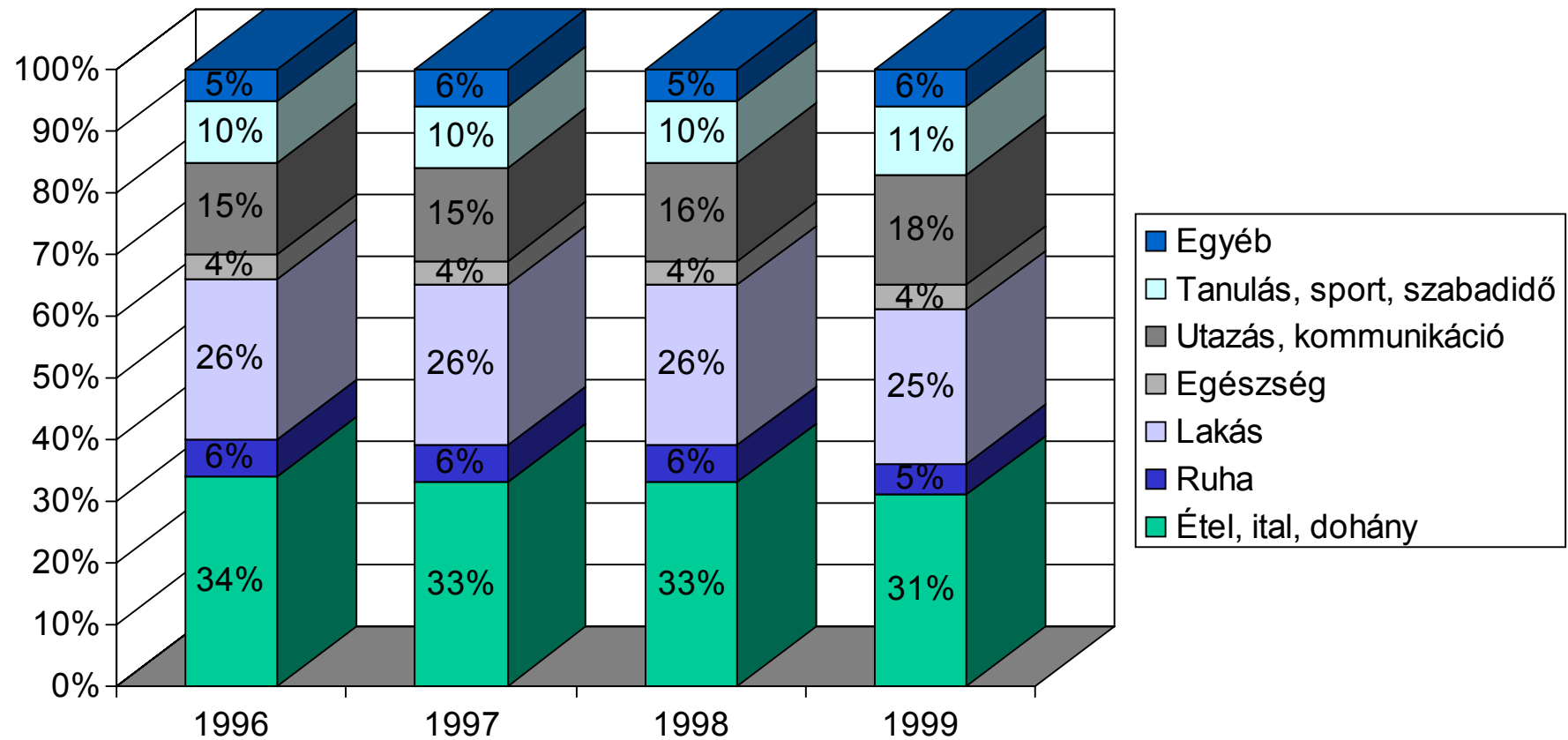
## Kiskereskedelmi forgalom változása (1998-2001)



## Háztartások fogyasztásának változása (1998-2001)



## Háztartások fogyasztásának szerkezete (1996-1999)



**SZABADIDŐ**



**ISO 9001**  
Tanúsítvány



**A SZABADIDŐ MENNYISÉGE ÉS ELTÖLTÉSÉNEK  
MEGOSZLÁSA**

**AZ INFORMÁCIÓSZERZÉS ÚJ FORRÁSAI**




# A LAKOSSÁG SZABADIDEJÉNEK VÁLTOZÁSA




ISO 9001  
Tanúsítvány



Napi átlagos **munkával töltött idő**:

1998:	242 perc		<b>- 21 perc</b>
2001:	221 perc		

Napi átlagos **szabadidő**:

1998:	303 perc		<b>+ 21 perc</b>
2001:	324 perc		

**A lakosság átlagos szabadideje növekszik!!**



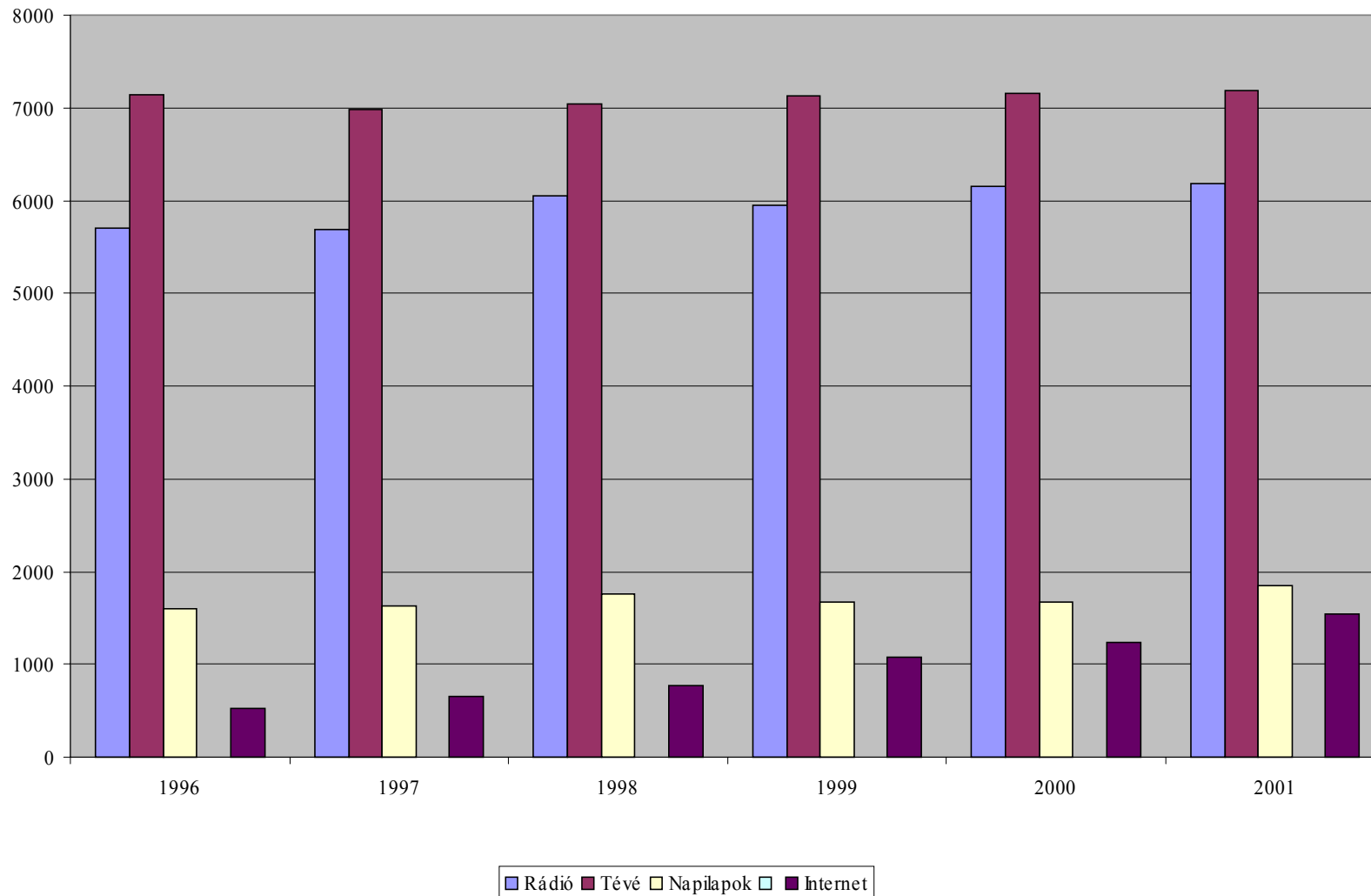
# A MÉDIAFOGYASZTÁS TENDENCIÁI



ISO 9001  
Tanúsítvány



Egyes médiatípusok napi hatóköre, illetve az Internethozzáféréssel rendelkezők száma



## Hogyan tölti a szabadidejét:

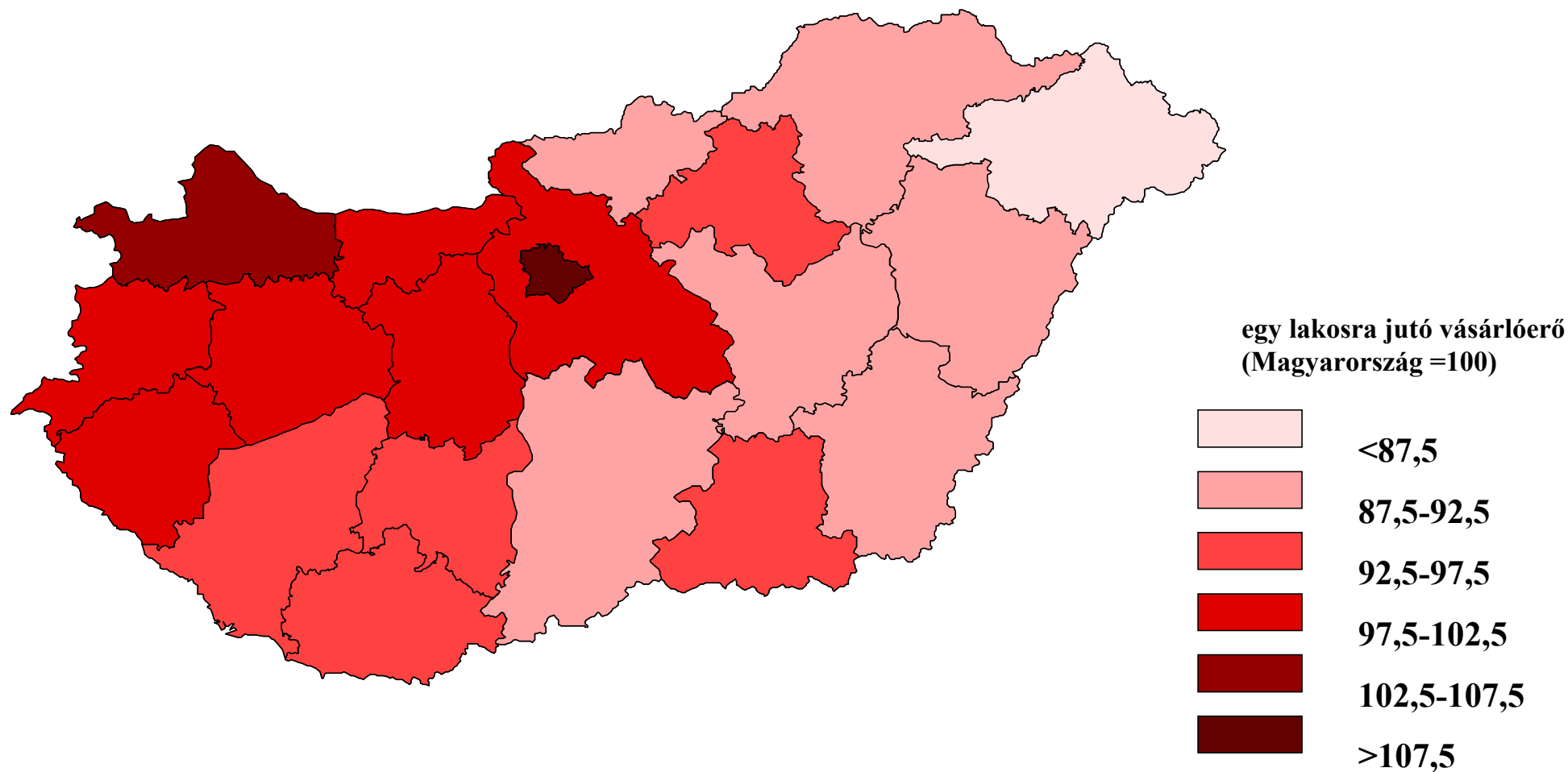
	1998	2001	Átl. olv. lap
„Aktívan, modernül”	9%	9%	5,8
„Fiatalosan, sportosan”	9%	10%	4,2
„Mint a nagyi”	21%	21%	2,8
„Mesterember módjára”	16%	16%	3,4
„Passzívan”	20%	23%	2,5
„Kultúráltan”	8%	7%	5,2
„Háziasszonyhoz hasonlóan”	15%	12%	4,8



# GfK HUNGÁRIA VÁSÁRLÓERŐ INDEX



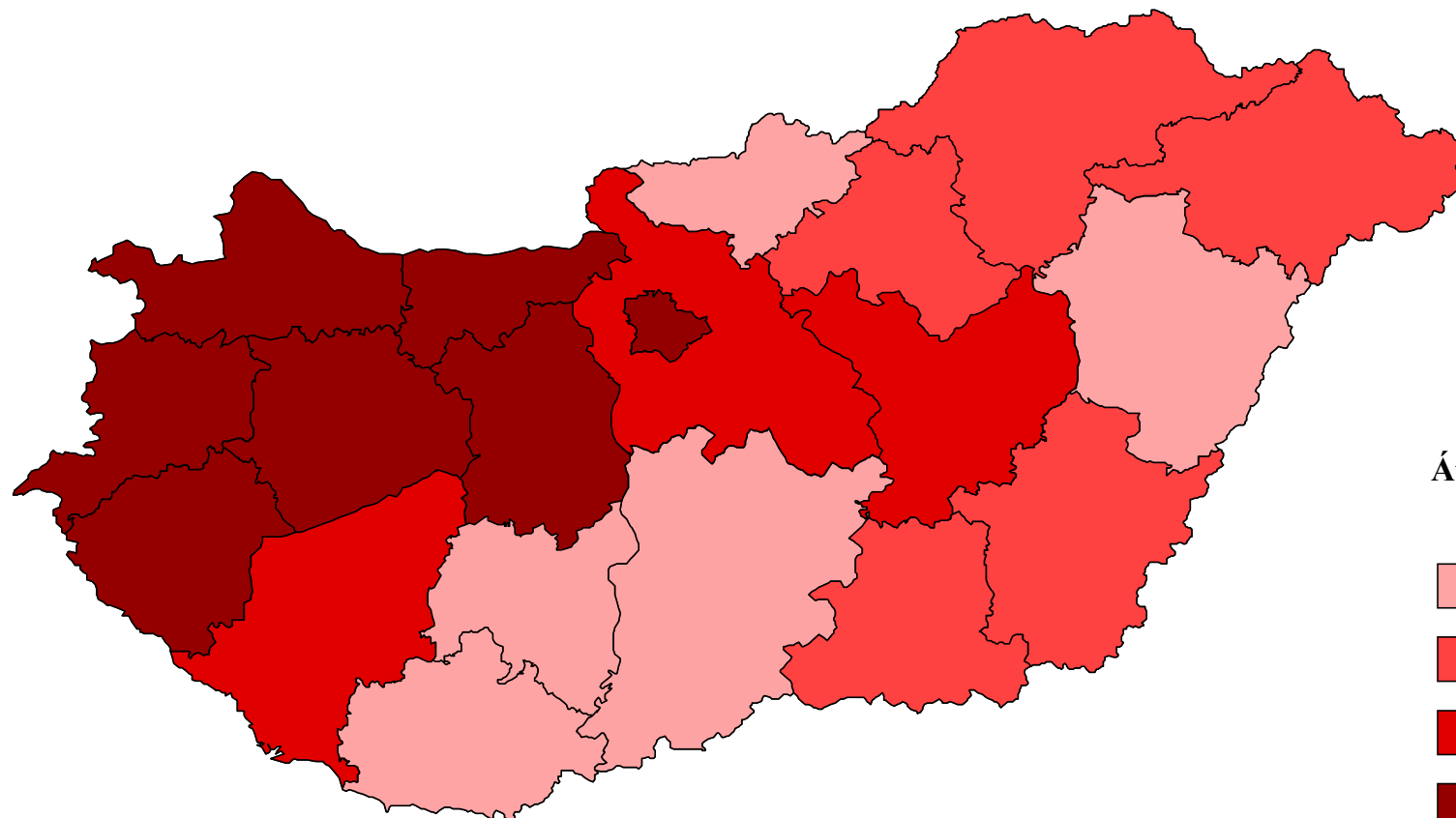
ISO 9001  
Tanúsítvány



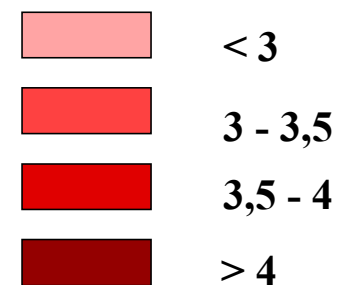
# ÁTLAGOSAN OLVASOTT LAPSZÁMOK



ISO 9001  
Tanúsítvány



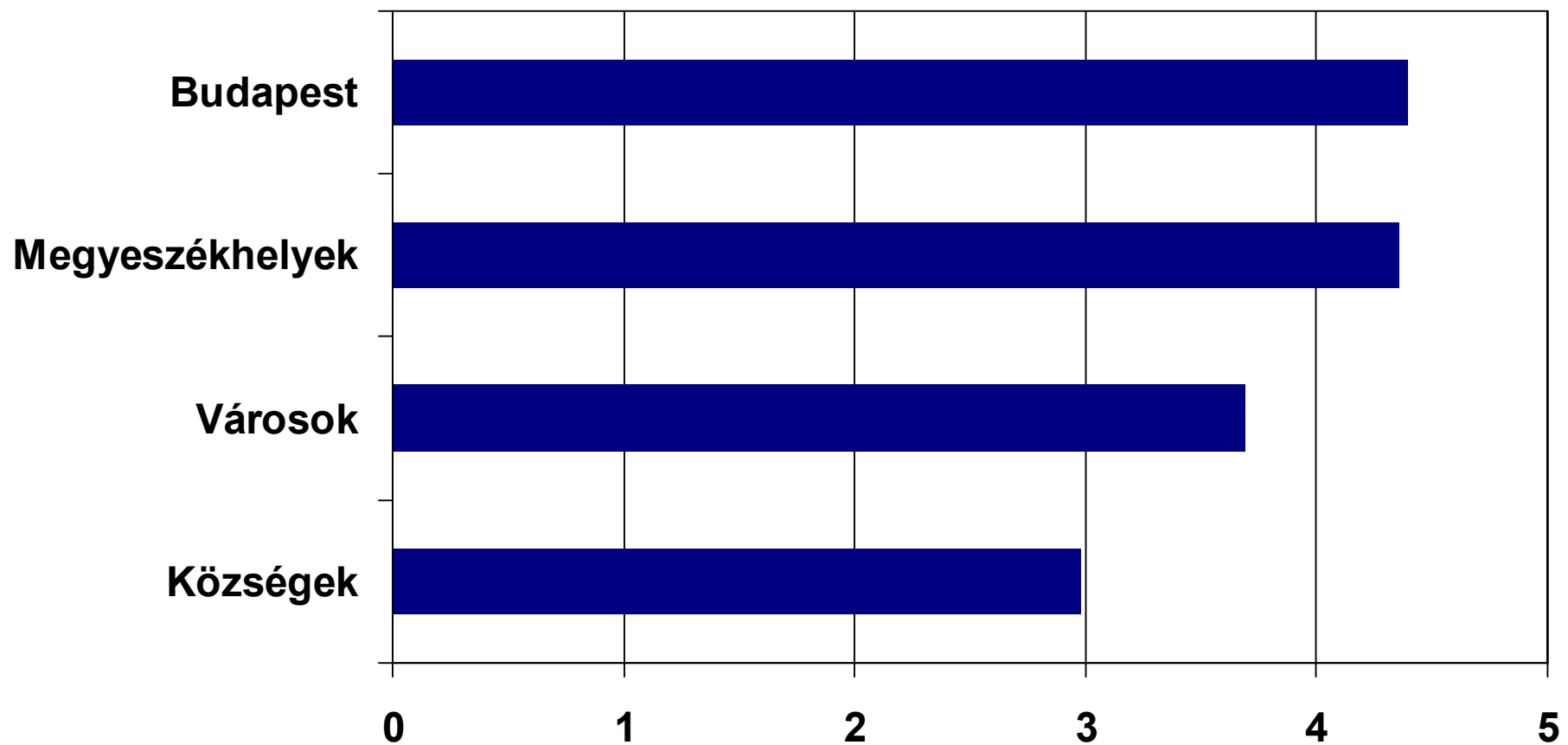
Átlagosan olvasott lapszámok



# ÁTLAGOSAN OLVASOTT LAPSZÁMOK



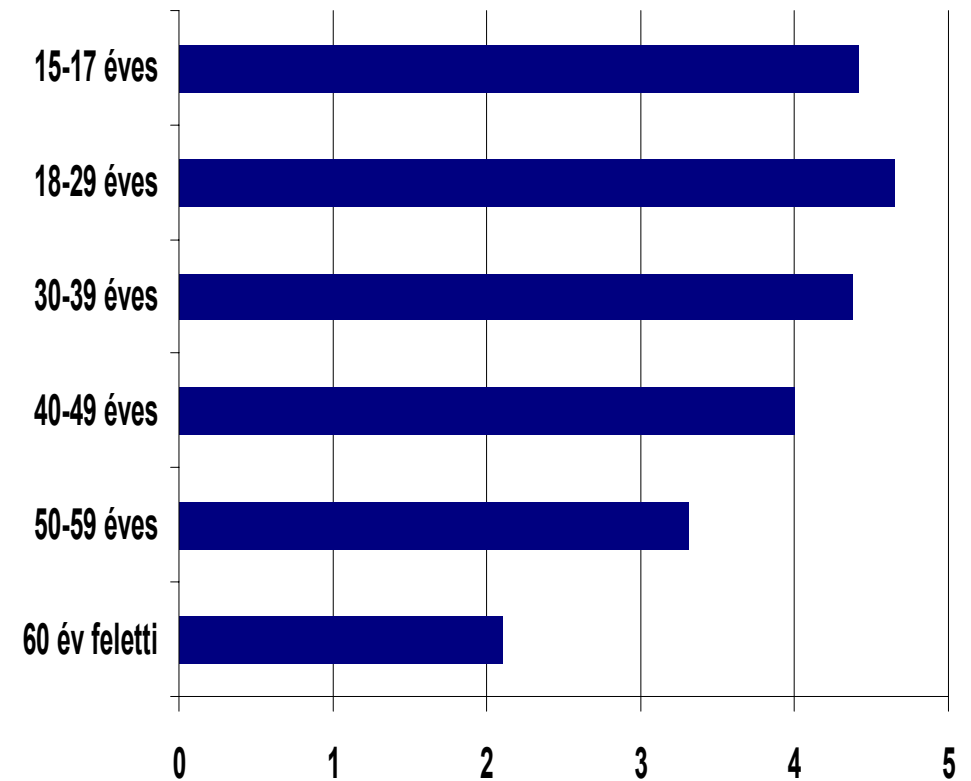
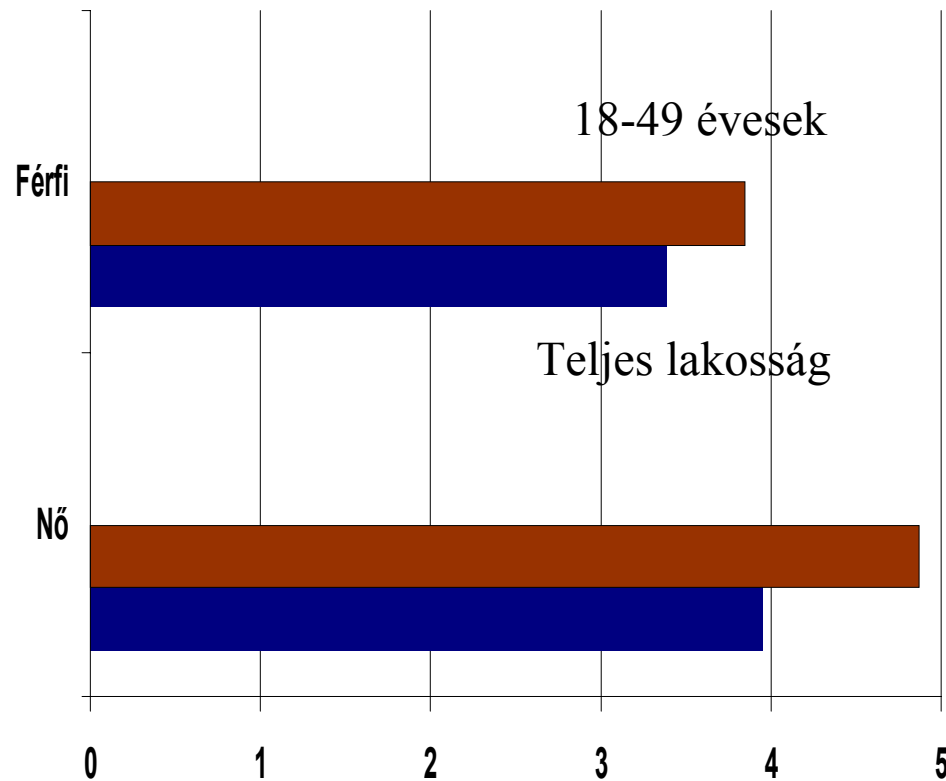
ISO 9001  
Tanúsítvány



# ÁTLAGOSAN OLVASOTT LAPSZÁMOK



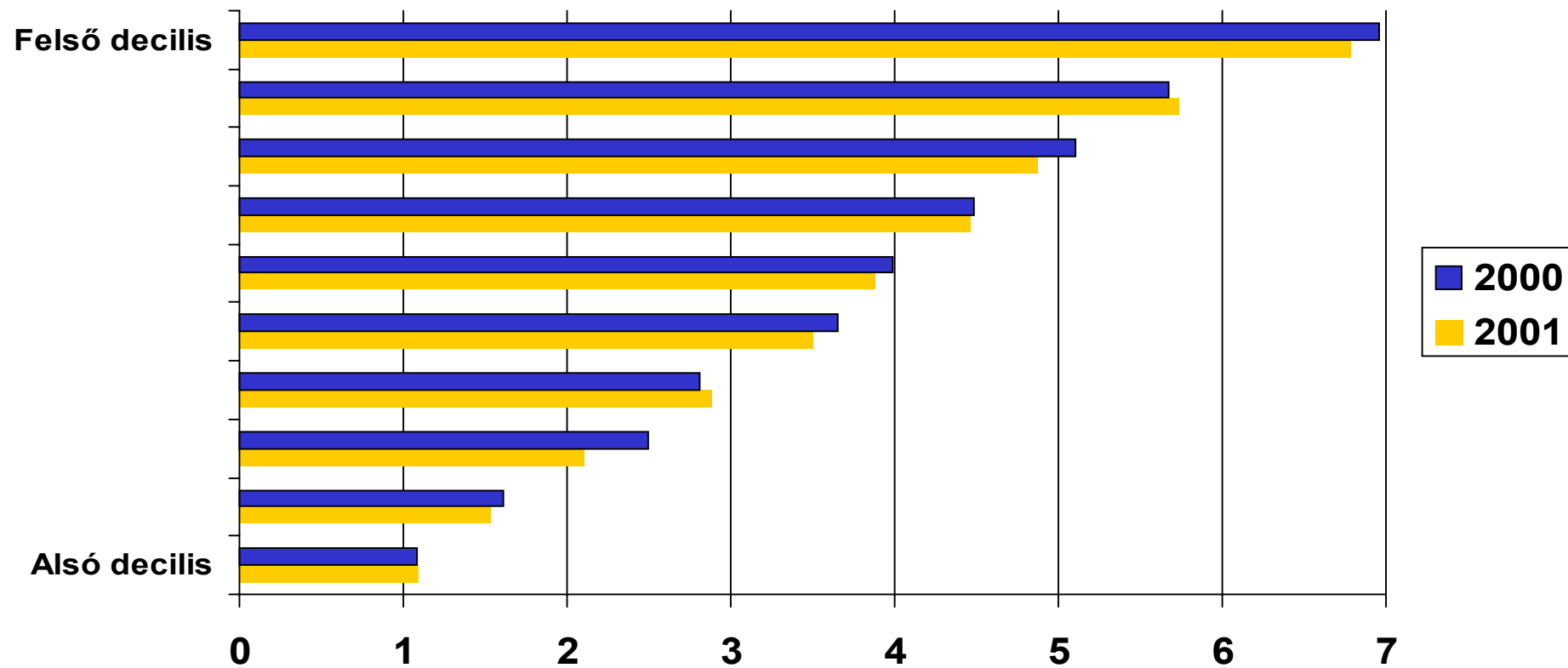
ISO 9001  
Tanúsítvány



# ÁTLAGOSAN OLVASOTT LAPSZÁMOK



ISO 9001  
Tanúsítvány



# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



ISO 9001  
Tanúsítvány



57%  
Nem olvasók  
1,6 lap

8%  
Fiatal  
mindenevők  
7,8 lap

19%  
Női lap  
olvasók  
5,8 lap

3%  
Politikai, gazd-i  
lapolvasók  
10,7 lap

11%  
Napilap olvasók  
5,1 lap

3%  
Megyei, mg-i  
lap olvasók  
7,5 lap

# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



ISO 9001  
Tanúsítvány



57%  
Nem olvasók  
1,6 lap

- 44 százalékuk 50 évnél idősebb
- 45 százalékuk községekben él

Ha mégis olvasnak valamit, az megyei napilap, vagy tévé újság

# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



ISO 9001  
Tanúsítvány



8%  
Fiatal  
mindenevők 7,8 lap

- 79 százalékuk 30 évnél fiatalabb
- Nagy részük még tanul

Rendszeresen olvasnak általános női lapokat, férfi és női életmód lapokat, ifjúsági lapokat, megyei és bulvár napilapokat, autós lapokat

# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



19%  
Női lap  
olvasók  
5,8 lap

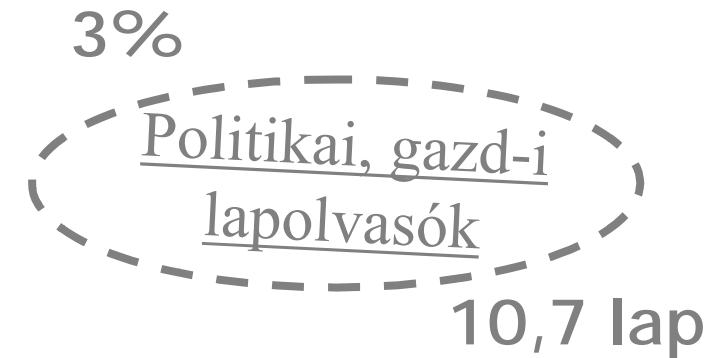
- 77 százalékuk nő (de 23 százalékuk férfi!!)
- Egyenletes megoszlásúak

Rendszeresen olvasnak általános női lapokat, tévé műsorújságokat, de mást nem

# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



ISO 9001  
Tanúsítvány



- 48 százalékuk felsőfokú végzettségű
- 87 százalékuk városi

Rendszeresen olvasnak országos napi, közéleti, gazdasági és lakberendezési lapokat, illetve általános női lapokat.

Nem olvasnak viszont férfi és női életmód lapokat

# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



ISO 9001  
Tanúsítvány



- Főleg budapestiek
- 68 százalékuk 40 év feletti

Szinte csak napilapokat olvasnak, emellett még általános női lapokat

11%  
Napilap olvasók  
5,1 lap

# AZ ÚJSÁGOLVASÓK 6 CSOPORTJA



- Szűk falusi réteg (46% lakik falun)
- 70 százaléukuk 30-60 éves

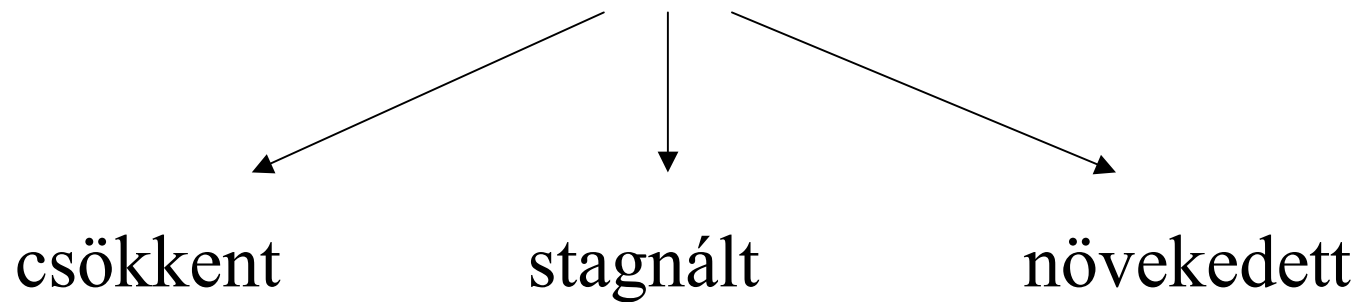
A megyei napilap mellett főleg mezőgazdasági témájú lapokat olvasnak

*Megyei, mg-i  
lap olvasók*  
7,5 lap  
3%

**„EGYRE TÖBB AZ ESZKIMÓ, DE KEVÉS A FÓKA”**



Ha tematizáljuk a lapokat, megállapíthatjuk, hogy egyes lapcsoportok olvasottsága



1998 és 2001 között.





## Csökkenő olvasottságú lapcsoportok:

	1998	2001
KÖZÉLETI NAPILAPOK	15%	12% (METRO)
MEGYEI NAPILAPOK	35%	31%
LAKÁS LAPOK	12%	7%
IFJÚSÁGI LAPOK	10%	6%
AUTÓS LAPOK	13%	5%



## Stagnáló olvasottságú lapcsoportok:

	1998	2001
TV ÚJSÁGOK	48%	47%
ÁLTALÁNOS NŐI LAPOK	33%	34% (STORY)
GAZDASÁGI LAPOK	6%	5%
SZÁMÍTÁSTECHNIKAI LAPOK	3%	3%
NŐI ÉLETMÓD LAPOK	5%	6%



# ERŐSÖDŐ PIACI VERSENY



ISO 9001  
Tanúsítvány



## Növekvő olvasottságú lapcsoportok:

	1998	2001
BULVÁR NAPILAPOK	8%	12%
EGÉSZSÉGMEGŐRZÉS	7%	9%



# ERŐSŐDŐ PIACI VERSENY



ISO 9001  
Tanúsítvány



Lapok olvasottsága stagnáló olvasottságú lapcsoportok esetében

## TÉVÉ MŰSORÚJSÁGOK

	1998	2001
TVR Hét	17%	12%
Színes RTV	17%	11%
SáRga TV	8%	5%
RTV Részletes	5%	3%
TV Kéthetes + Színes Kéthetes + ...		???%





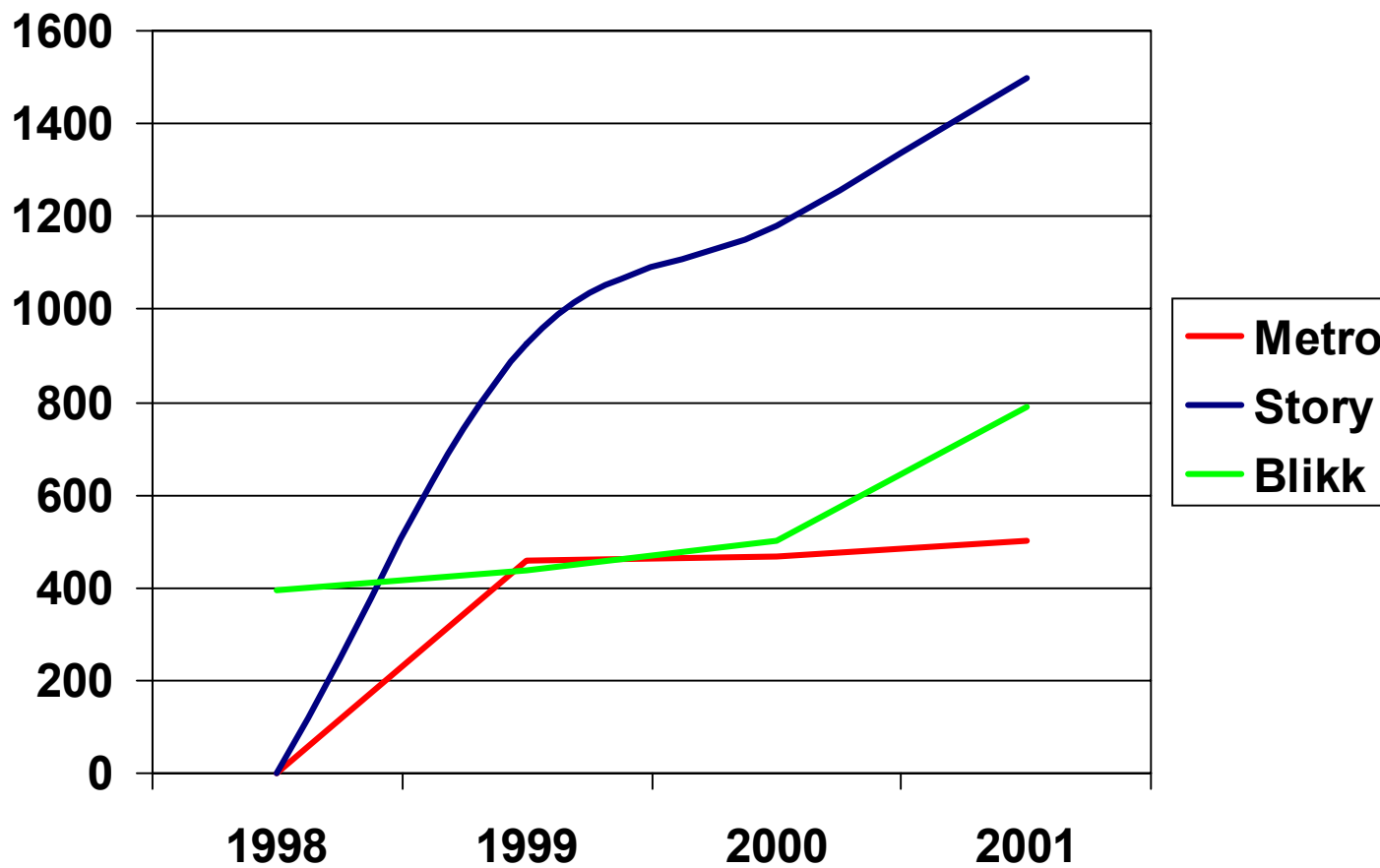
## MIT HOZHAT A JÖVŐ?



# SIKERSZTORIKAT



ISO 9001  
Tanúsítvány



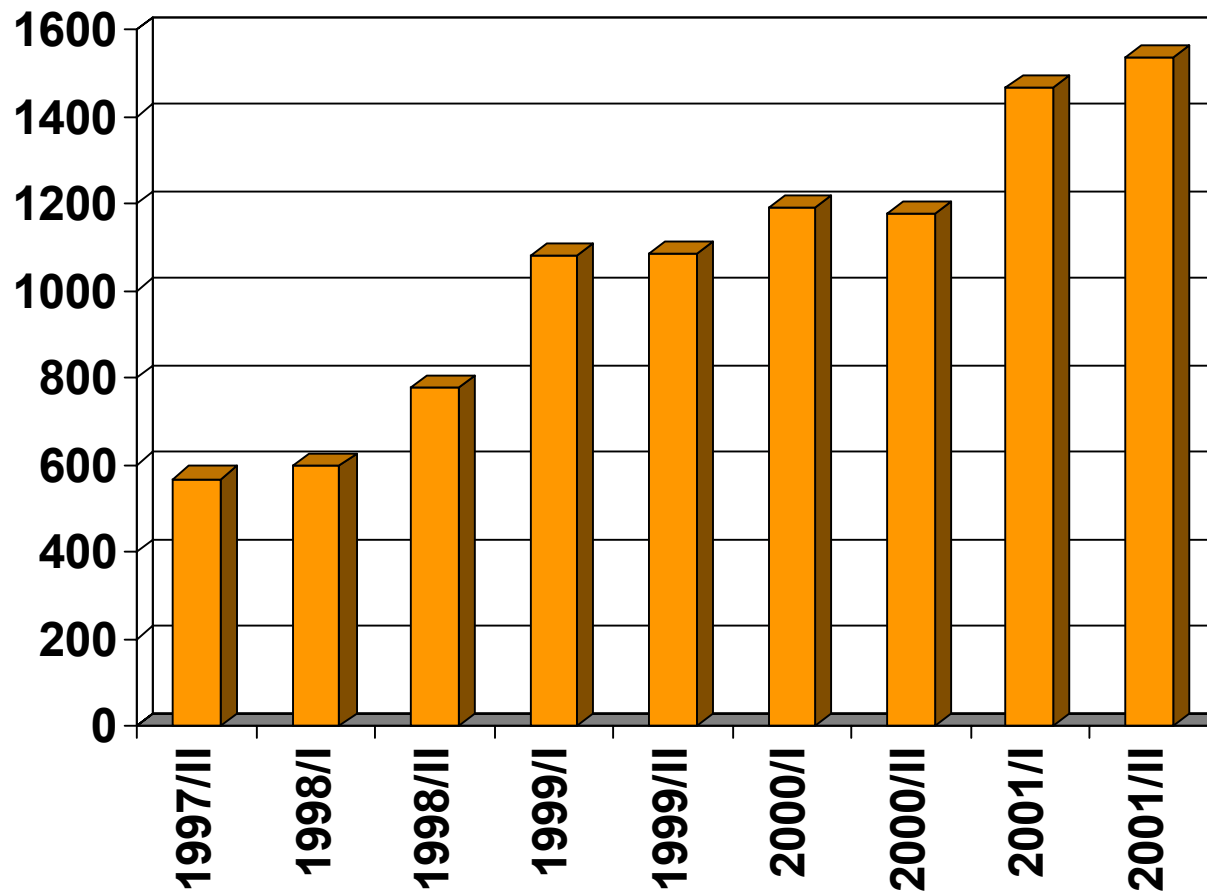
# AZ INTERNET SZEREPÉNEK NÖVEKEDÉSÉT



ISO 9001  
Tanúsítvány



## AZ INTERNET HOZZÁFÉRÉSSEL RENDELKEZŐK SZÁMA



# A PÉLDÁNYSZÁMOK LASSÚ CSÖKKENÉSÉT



ISO 9001  
Tanúsítvány



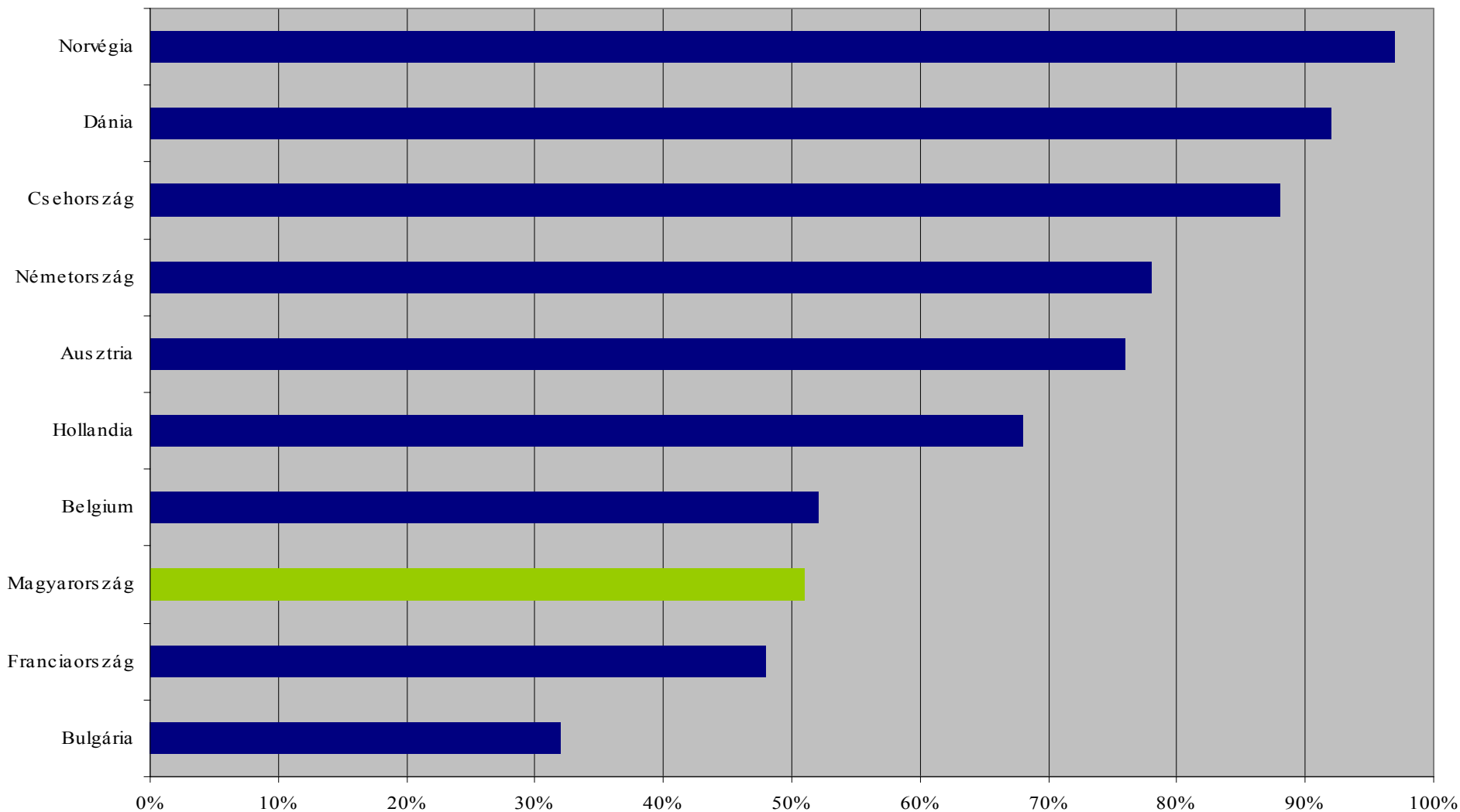
**A CSÖKKENŐ PÉLDÁNYSZÁMOKAT NAGYON NEHÉZ MEGÁLLÍTANI,  
VISSZAFORDÍTANI**

**AZ ÉLETSZÍNVONAL NÖVEKEDÉSÉVEL ÚJ TEMATIKÁJÚ, ÚJSZERŰ  
LAPOK SIKERESEK LEHETNEK**

# NAPILAPOK ÁTLAGOS ELÉRÉSE EGY NAP



ISO 9001  
Tanúsítvány



**EURÓPAI VISZONYLATBAN VAN HOVÁ FEJLŐDNI...**

# NAPILAPOK ÁTLAGOS ELÉRÉSE EGY NAP



ISO 9001  
Tanúsítvány



**KÖSZÖNÖM MEGTISZTELŐ FIGYELMÜKET!**