

# KANTAR HOFFMANN

## TV előfizetéses szolgáltatások igénybevétele

24M11337

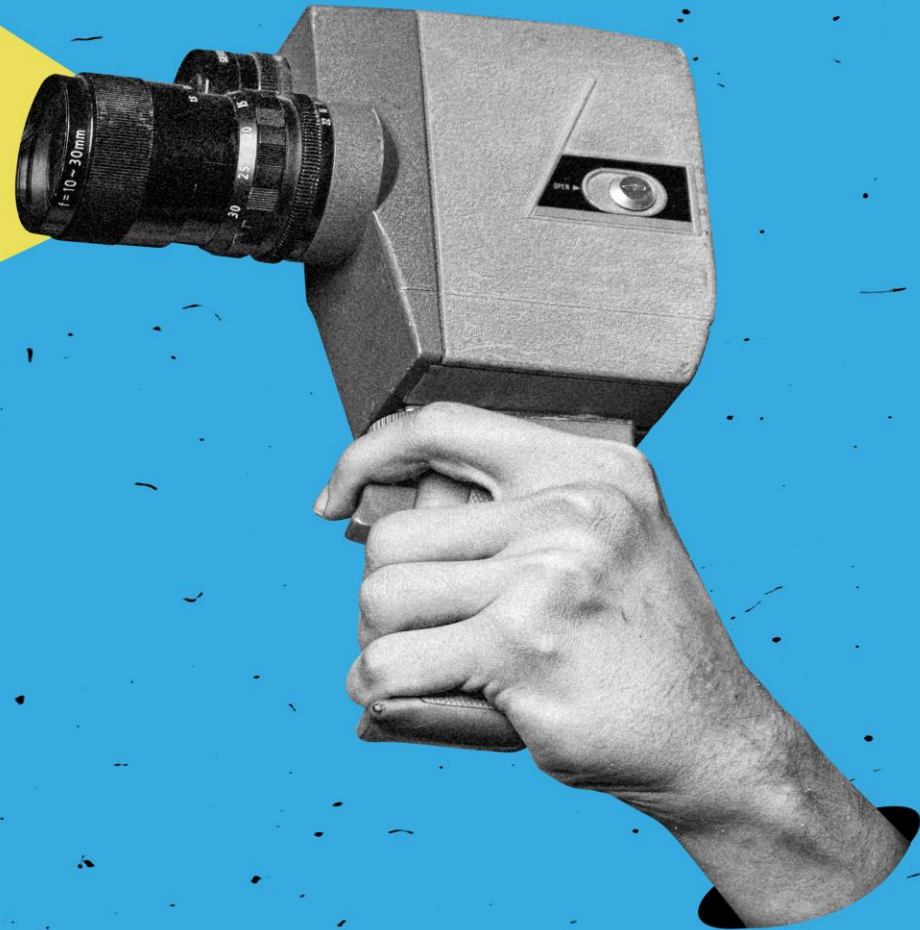
2024. november



**MEME**

MAGYAR ELEKTRONIKUS MŰSORSZOLGÁLTATÓK EGYESÜLETE

# 1. A Kutatás háttere és módszertana



## Kutatás háttere és célja

Mára – a megváltozott média- és tartalom használatnak megfelelően – a TV előfizetési szolgáltatások szerepe és súlya megváltozott.

Míg tíz éve a vezetékes telefon volt az, amit az internet és TV előfizetés mellé csomagoltak, ma pedig a lineáris TV előfizetést csomagolják az otthoni internetes előfizetéshez.

A kutatás célja a magyar háztartások televízió előfizetésekre vonatkozó preferenciáinak, választási szempontjainak, elköteleződésének bemutatása, A kutatás során kitérünk a következőkre:

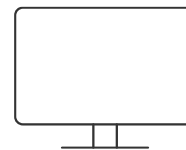
- a videós tartalomfogyasztás jellegzetességeinek feltárása
- tévénézéssel kapcsolatos attitűdök feltárása
- ideális csatornaszám kérdése
- zsánerek megítélése, nélkülözhetetlen zsánerek
- a TV és streaming előfizetések viszonyának bemutatása
- TV előfizetési csomagok választásának driverei, sajátosságai különböző életkori és tartalomfogyasztási csoportokban
- lemorzsolódás okai, lemorzsolódók bemutatása
- a televíziózás jövőbeni lehetőségeinek feltárása

# A kutatás módszertana



## KVALITATÍV FÁZIS

- Online fókuszcsoportos beszélgetés, 4 csoporttal, csoportonként 6 fővel
- Célcsoport: 18-75 évesek, gyakran néz ingyenes platformokon (pl. Youtube, Indavideo, Videa, RTLMost.hu, TV2play.hu, stb.) elérhető videókat
- Budapest és vidéki nagyváros
- Terepmunka: 2024 szeptember



## KVANTITATÍV FÁZIS

- Online (CAWI) megkérdezés, mintaelemszám: 1000 fő
- 18-75 éves országos reprezentatív minta nemre, életkorra, iskolai végzettségre és településtípusra
- Adatfelvétel ideje: 2024 október

## 2. Vezetői összefoglaló



## Főbb eredmények

**DIGITÁLIS REZSI:** A tévékészülékkel rendelkező 18-75 évesek háztartásainak 86%-ban van (előfizetéses vagy szobaantennával elérhető) tévéadás és 96%-ban vezetékes internet vagy korlátlan mobilinternet. Ezek a számok is jól mutatják, hogy a vezetékes digitális szolgáltatásokat, mint az internetet és a TV előfizetést ma már a többség ugyanolyan alapszolgáltatásnak tartja, mint a vezetékes vizet vagy áramot – azaz a **digitális rezsi** részei. A VoD vagy streaming előfizetésekre ugyanakkor csak minden harmadik ember tekint kvázi olyan közmű szolgáltatásként, mint a csatorna vagy fűtési díj.

**CSOMAGBAN GONDOLKOZNAK:** A vezetékes digitális előfizetések döntő többsége 2Play vagy 3Play csomagon keresztül valósul meg: **70% ugyanannál a szolgáltatónál** fizet elő vezetékes internet illetve TV csomagra, s csupán 8% választ más-más céget e két szolgáltatás eléréséhez. Ebből következik, hogy a TV szolgáltatást nem is számolják külön tételként: ha mégis fel kell osztaniuk az előfizetés költségét, többségében fele-fele arányra teszik, és csak nagyon kevesen gondolják, hogy a TV csatornák elérésének magasabb a költsége, mint a világháló elérése.

**VEZETÉKES ELŐFIZETÉS DRIVERE AZ INTERNET:** Összességében **az internet szolgáltatás jellemzői döntenek**, ha csomagot választanak az emberek. Ugyanakkor a csomagról, árakról való gondolkodást befolyásolja az adott régió szolgáltatók általi lefedettsége. Vidéken a nézők korlátozottabbnak élik meg a szolgáltatók közötti választást, és erősen kapcsolódnak az internet-szolgáltatóhoz. A döntés fő szempontjai tehát az **internet sebessége**, és kapcsolódó **eszközök** (pl. router) biztosítása, a TV szolgáltatás eléréséhez biztosított eszközök (set-top-box), ezt követi a csomagban elérhető csatornaszám – és természetesen a csomag **ára**. A különböző szolgáltatóknál elérhető csomagok, azaz a vezetékes alapszolgáltatások nagyon hasonlóak, így az árak könnyen összevethetőek egymással. Ebből következik, hogy az előfizetésekhez igényelhető extrák, mint HD csatornák száma, mobiltelefon előfizetés, streaming csatornára való előfizetés, stb. – bár általánosan kevésbé fontos tényezők csomagválasztás esetén – lehetnek a **szolgáltatók közötti differenciálás** alapjai.

**IDEÁLIS CSATORNASZÁM:** Alapvetően nem drivere a csomagválasztásnak, hiszen ma már kevés eltérés van e tekintetben az egyes szolgáltatók ajánlatai között. Megoszlanak a vélemények a jelenlegi előfizetésekre jellemző 100+ csatornáról: vannak (47%), akik szerint elég lenne néhány, általuk rendszeresen nézett csatorna, míg mások örülnek, hogy sok csatornát tartalmaz az előfizetésük, hiszen így mindig találnak valami jó programot (42%), és ez hozzájárul ahhoz is, hogy jó vételnek tekintsék az előfizetés, olyannak, ami megéri az árát (41%). Az ideális csatornaszámot tartalomfogyasztási szokásoktól függetlenül kb. 50-re teszik az emberek.

## Főbb eredmények

**RÖGHÖZ KÖTÖTTség:** Bár a vezetékes szolgáltatások ára jelentősen növekedett az elmúlt 1-2 év során, mégis, a 18-75 éves előfizetők többsége az elmúlt 5 évben nem változtatott az előfizetési csomagján – aki változtatott, inkább „felfelé”, jobb, több szolgáltatást tartalmazó csomagra váltott. Ennek a status quo-nak alapvetően nem adminisztratív okai (hűségidő) vannak, inkább az általános elégedettség a szolgáltatókkal kapcsolatban.

**FELJÖVŐBEN A STREAMING:** Bár a streaming előfizetések széles körben elérhetőek, a tévzés még jóval nagyobb tömegek számára jelent mindennapos szórakozást: összességében a 18-75 évesek 88%-a tévzic, míg 51%-a néz streaming tartalmat heti rendszerességgel. A ráfordított időben azonban kezdi beérni az online előfizetéses tartalomfogyasztás a tévzést, így a legnagyobb különbséget jelenleg az aktív felhasználók számossága jelenti – 59% rendelkezik élő streaming előfizetéssel (38% legalább 2 szolgáltatónál). A hazai streaming csatornák közül az RTL+ a legtöbbet által használt. A magyar szolgáltatókat a megkérdezettek többségében a magyar, saját gyártású műsorok alkalmankénti visszanézésére használják, az előfizetői körbe pedig gyakran egy-egy műsor vonzotta be őket (RTL +: A király, TV 2 Play: Dancing With The Stars).

**KEDVENC ZSÁNEREK – PLATFORMTÓL FÜGGETLENÜL:** A hírműsoroktól eltekintve a lineáris tévében is ugyanazokat a zsánereket nézik és várják el az emberek, amelyeket más csatornákon is elérnek: a külföldi filmeket és az ismeretterjesztő műsorokat. E három zsáner a rajzfilmekkel, mesékkel kiegészítve lefedi a tévzők tartalmi igényeinek 80%-át – azaz ezen zsánerek nélkül 80%-uk hagyná el a lineáris tévzést. A jövő szempontjából a lineáris tévé számára létkérdés ezen zsánerekre építeni még akkor is, hogy ha ezeket más platformon is tudják nézni/fogyasztani az emberek.

**CORD CUTTING:** Az előfizetők háromnegyede elégedett vezetékes előfizetésével, szolgáltatóváltáson is csak kevesen gondolkoznak. Az elmúlt időszak jelentős díjemelkedései ugyanakkor sokakat elgondolkoztattak a költségek csökkentésének módjain: 42% vallotta, hogy az emelés hatására körülnézett a konkurenséknél, de csak 2% váltott szolgáltatót – a változtatók (21%) többsége inkább a jelenlegi szolgáltatójánál váltott olcsóbb csomagra. A szolgáltatás teljes lemondása csak jelentősebb áremelés hatására képzelhető el, de alapvetően nem a díjak változásától függ.

## Főbb eredmények – Tartalomfogyasztási szegmensek

A tartalomfogyasztási módok megértéséhez felállítottunk néhány, a lineáris TV illetve a streamingtartalom fogyasztása alapján képzett szegmenst.

**KINEK A TV, KINEK A STREAMING:** A TV előfizetéssel rendelkezők között jól azonosítható egy olyan réteg, amely nem ragaszkodik a lineáris TV által nyújtott élményhez, és legalább annyit, ha nem több időt tölt online platformok videós tartalmainak fogyasztásával – ők tekinthetők a leginkább veszélyeztetettnek cord cutting szempontjából.

- A **Mindenevők (38%)**, a streaminget és lineáris tévés tartalmat hasonló arányban fogyasztók döntően az 50 év alattiak közül kerülnek, jellemzően városban élnek. Fogékonyak a prémium tévés szolgáltatásokra, átlag fölötti elköteleződés látszik mind a tévés, mind az online tartalmak irányába. Mind a csatornák közti szörfölgetés, mind a tervezett tévézés jelen van az életükben, változatos és gazdag a zsánerpreferenciájuk. Sokuk számára a streamingcsatornák akár már fel is válthatnák a lineáris tévét, de elismerik a TV által nyújtott „készen kapottság” előnyét, illetve a streamingen tapasztalható „választási kényszer” nehézségeit is.
- A **Streaming pártiak (5%)**, a lineáris TV-s tartalmakat ritkábban, online VoD vagy streaming tartalmakat gyakrabban fogyasztók körében a tévézés szerepe marginális – sem szörfölgetni sem tervezetten nézni nem szoktak műsorokat, inkább a „háttérzaj” szerepét tölti be a lineáris TV, vagy nosztalgiából választják az online tartalmak helyett. Domináns a vélemény, hogy ma már tökéletesen helyettesítik a streaming csatornák a hagyományos csatornák – ez közel áll az igazsághoz a szegmens körében preferált zsánerek esetén. Cord cutting szempontjából leginkább veszélyeztetett csoport.
- A **Lemorzsolódók (14%)** nem feltétlenül a streamingre váltás miatt mondtak le a vezetékes TV előfizetésről, inkább aktív reklámkerülésről van szó esetükben. Ezen kívül a minőségi tartalom hiánya (40-es, 50-es korosztály) és az előfizetés magas költsége (20-as, 40-es korosztály) jelent meg a lemondás legfontosabb indokai között. Nem is zárkóznak el az újbóli előfizetéstől: személyre szabott, „jólárasított” csomagokkal visszatéríthetők az előfizetők közé.



## Főbb eredmények – Tartalomfogyasztási szegmensek

A dominánsan lineáris tévés tartalmat fogyasztók is két szegmensre oszthatók streaminghasználatuk alapján:

- A **Kizárólag lineáris TV-t nézők** (4%) és a **TV pártiak** (34%) között nincs nagy távolság sem szocio-demográfiai sem attitűd szempontból. Egyelőre megbízhatóan domináns lineáris tartalom fogyasztók, ugyanakkor a két szegmens mérete is mutatja, hogy alig maradtak olyanok, akiket nem érnek el a streaming csatornák által nyújtott tartalmak. Mindkét szegmens inkább az idősebbekkel jellemezhetőek, számukra a TV nem csupán szórakozás, de egyben információforrás – legyen szó hírekről vagy ismereterjesztő műsorokról, közéleti háttérműsorokról. A szörfölgetés kevésbé jellemző rájuk, tudatosan választják ki a megnézni kívánt műsorokat, sőt, egyes műsorok köré szervezik életüket is. A TV pártiak is elég ritkán, de azért élvezik a streaming csatornák által nyújtott tartalmakat, ugyanakkor azok kezelése és a műsorválasztás során gyakran ütköznek technikai nehézségekbe.

A rendszeren kívülieknek a **Sosemvolt előfizetőket** (4%) tekinthetjük, akik jobbra olyan fiatalokból állnak, akik elköltözve a szülői fészekből már nem érezték szükségét, hogy előfizessenek lineáris TV adásra. Alkalmoszerűen ugyanakkor néznek tévét – ingyenesen vagy másoknál. Esetükben egyértelműen felváltotta a streaming a lineáris tévét, nincs esély arra, hogy bármilyen konstrukcióval visszacsábíthatóak lennének az előfizetői körbe.

# Mit hoz számunkra a jövő?

A lineáris tévzéshez **lojális szegmenseknek** a *csak TV-t nézőket* (4%), a *TV pártiakat* (34%) és a *Mindenevőket* (38%) tekinthetjük – ezzel lefedjük a célcsoport mintegy háromnegyedét. Őket nagyobb erőfeszítés nélkül lehet az előfizetői bázisban tartani, de érdemes figyelni arra, hogy megerősítsük őket tévénézési elköteleződésükben:

- érveljünk a tévénézés közösségi jellege mellett (amelyet hiányolnak a streamingtartalom fogyasztása során), valamint
- akár direkt kommunikációval is erősítsük a tévzés szerepét személyiség szinten is (miért fontos számukra, hogy tévét nézzenek, mit ad hozzá az ő személyiségükhöz), emeljük a lineáris tévé imázsát
- Külföldi filmek, ismeretterjesztés, rajzfilmek, azaz a legfontosabb zsánerek biztosítása nagy varianciában

A leginkább **veszélyeztetettek**, a lineáris tévétől potenciálisan elpártolókat a *Streaming pártiak* (5%) körében kell keresnünk. Számukra megoldást jelenthetne a csomagok személyre szabhatósága, amely még a *Lemorzsolódók* (14%) egy részét is visszaterelhetné az előfizetők közé.

Összességében nem gondolják az emberek, hogy eltűnne a jövőben a lineáris tévzés – inkább **átalakul**. A tévzés élményét lehetne számos módon lehetne javítani:

- Személyre szabott tartalmak ajánlásának lehetősége
- Lehetőség bizonyos reklámok léptetésére – ezért hajlandóak lennének magasabb összeget is fizetni
- Kizárólagos elérés, minőségi tartalomszolgáltatás – akár online tartalomszolgáltatókkal karöltve is
- Személyre szabott csatornacsomag összeállításának lehetősége

Számítanak **technológiai változásokra** (szóba került néhány egészen futurisztikus megoldás, holografikus képernyők, AI műsorvezetők, stb.), de az egyes generációk **hozzáállásának változására** is: nem tartják elképzelhetetlennek, hogy az emberek, akár még a fiatalok is az online világ általánossá válását követően után ismét a hagyományos tartalomfogyasztási módok felé fordulnak. A content fatigue (tartalomfáradtság) fogalmával még csak most ismerkedünk, de a jövőben nagy hatással lehet a tartalomfogyasztási döntésekre.

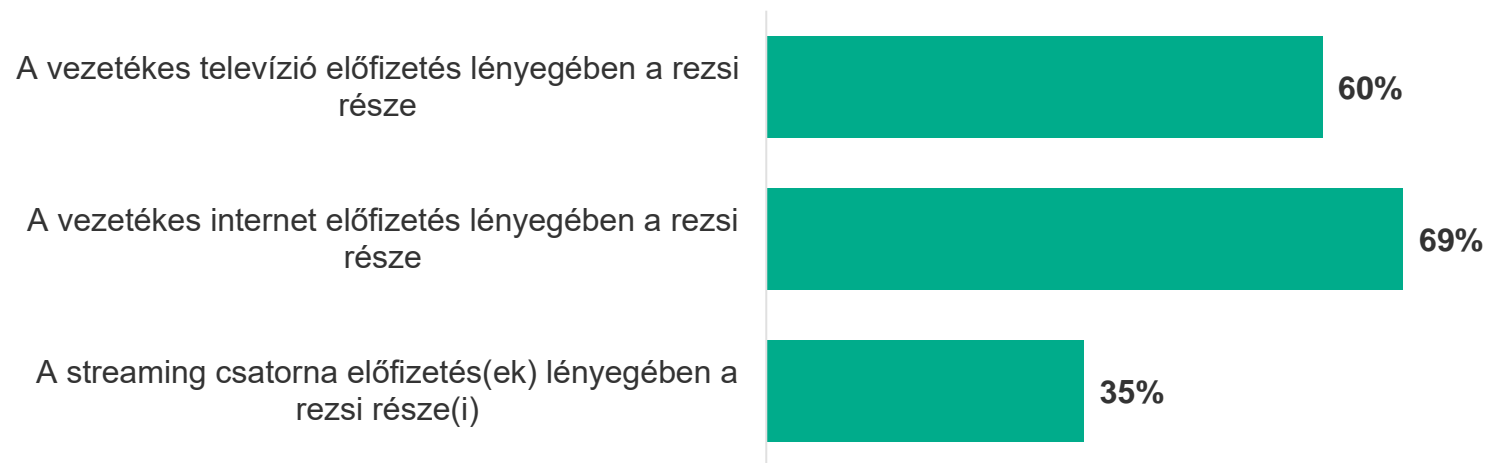
A lineáris tévének csak készen kell állnia erre, hogy mind a tartalomfogyasztásban, mind a reklámiparban megőrizze szerepét.

### 3. Előfizetés



# Rezsi-e a videós tartalomfogyasztás ára – állítások értékelése

*Inkább vagy teljes mértékben egyetértők*



A vezetékes internet ma már a TV adásnál is erősebben tartozik az alapszolgáltatások – mint a villany vagy a vezetékes víz – közé.

Az emberek kétharmada ért egyet azzal, hogy az internet előfizetés lényegében rezsiköltség, míg ennél valamivel kevesebben, 60% gondolja ugyanezt a TV előfizetéséről. Ezek az arányok mutatják, hogy az emberek mekkora részének fejében nem fordul meg egyáltalán ezen szolgáltatások lemondása, lemondhatósága.

A VoD vagy streaming csatornákra való előfizetés azonban még nem ennyire egyértelműek az emberek számára, csupán minden harmadik tekint rá rezsitételként, azaz alapvető szükségletként.



## Vezetékes szolgáltatások a háztartásban



82%

háztartásában van vezetékes/műholdas tévészolgáltatás

**+5%**

háztartásában van más módon, pl. szobaantennával elérhető tévéadás



90%

háztartásában van vezetékes internet szolgáltatás

**+6%**

rendelkezik korlátlan mobilinternet lehetőséggel



43%

háztartásában van vezetékes telefon szolgáltatás

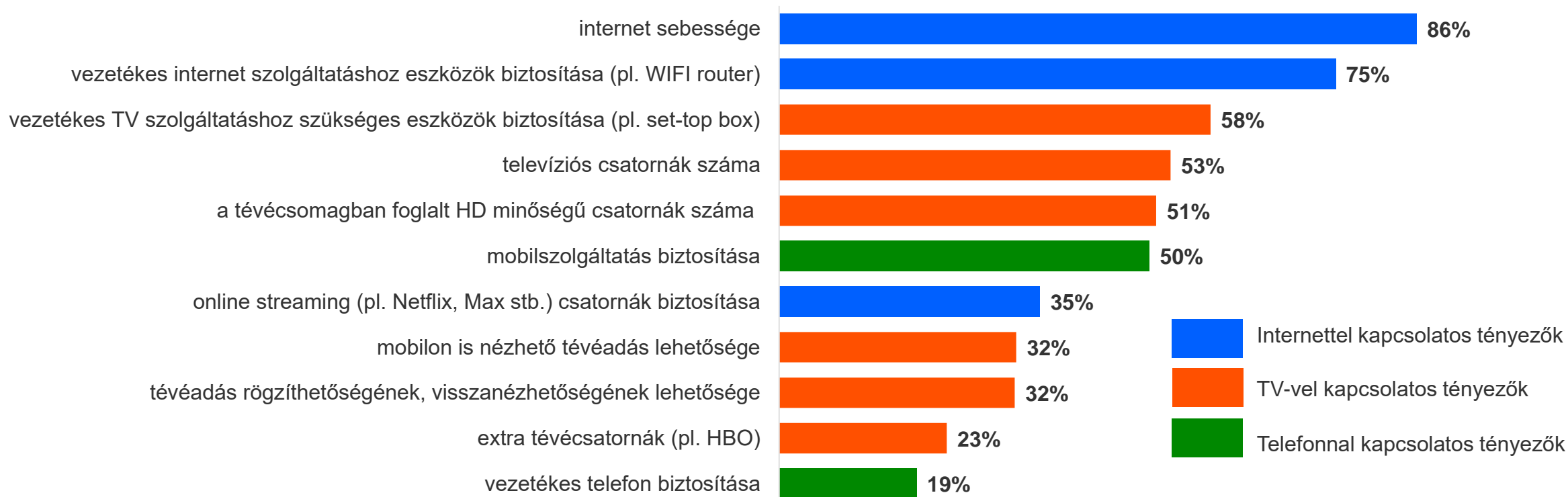


A 18-75 évesek **70%-a ugyanannál** a szolgáltatónál fizet elő vezetékes televíziós és internet szolgáltatásra.  
8% különböző szolgáltatónál fizet elő  
4% csak vezetékes TV előfizetéssel rendelkezik  
12% csak vezetékes internet előfizetéssel rendelkezik

# Tényezők fontossága vezetékes szolgáltatásokra való előfizetési csomag választásakor

## *Inkább vagy nagyon fontos tényezők*

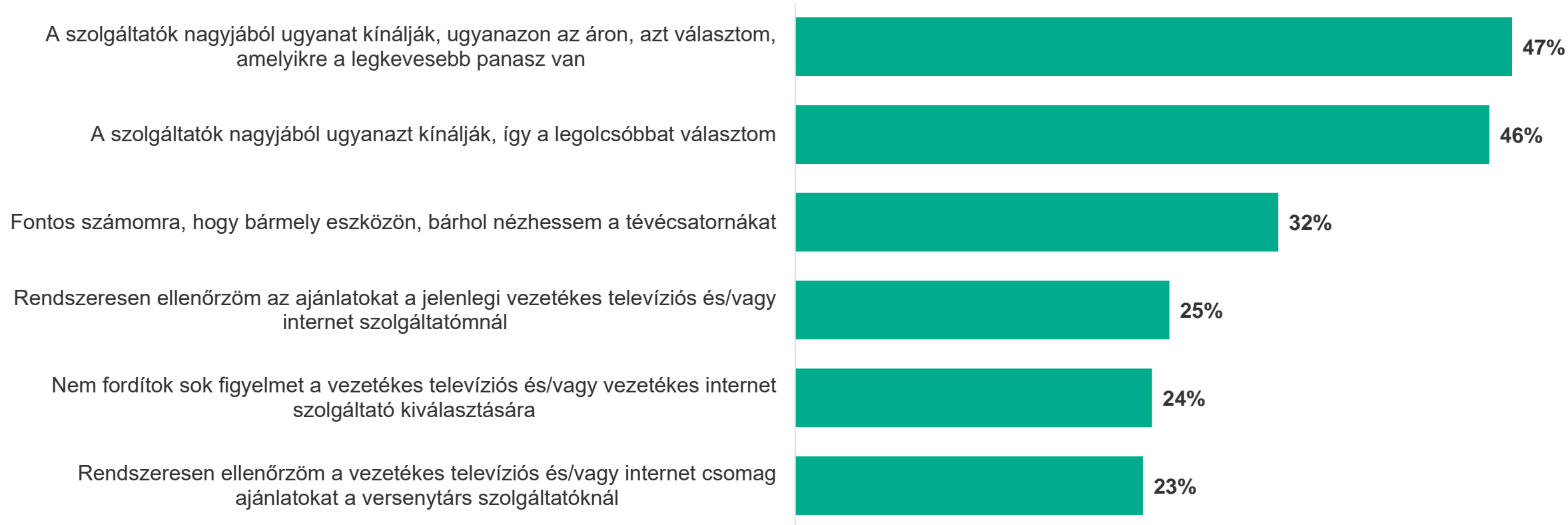
A legfontosabb tényezők vezetékes csomag választása esetén az internethez kötődnek – az internet sebessége illetve a szolgáltatóhoz biztosított eszközök a döntőek a legtöbb ember számára. A csatornaszámnál is fontosabb – ha a TV szolgáltatásra gondolnak az emberek – a TV-hez biztosított eszközök, pl. set-top-box. A telefon – legyen szó mobil vagy vezetékes szolgáltatásról – jóval kevesebb ember számára jelenik meg döntés befolyásoló tényezőként előfizetési szolgáltató vagy csomag választásakor.



# Vezetékes előfizetésekkel kapcsolatos állítások értékelése

## *Inkább vagy teljes mértékben egyetértők*

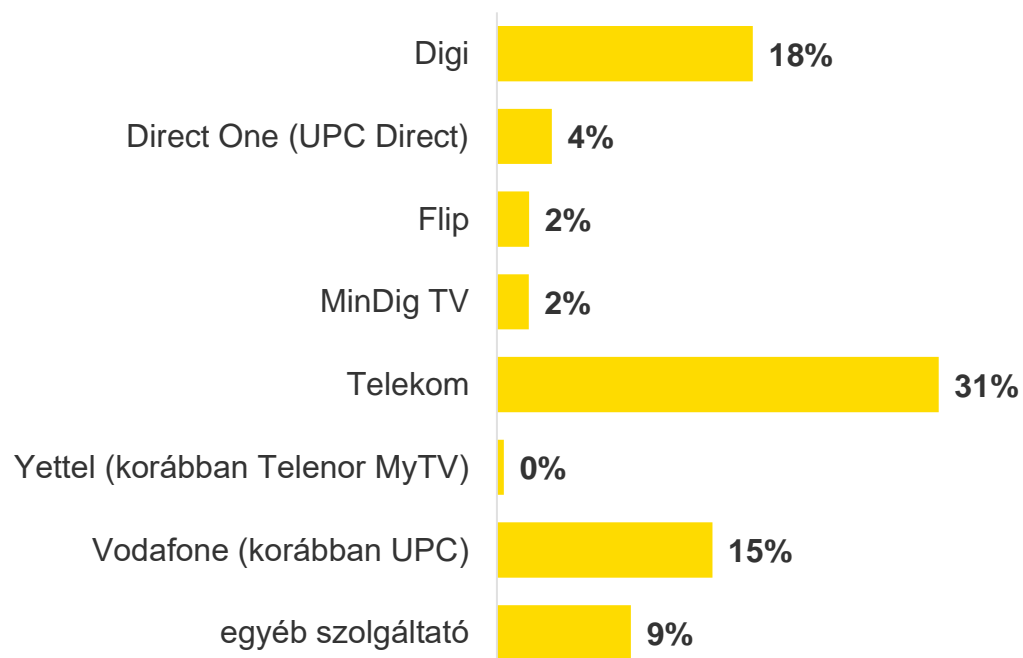
Az emberek jellemzően az ár és a szolgáltató hírneve alapján választanak, a döntést követően pedig már kevésbé foglalkoztatja őket a kérdés: alig minden negyedik szokott rendszeresen informálódni az aktuális vezetékes szolgáltatásokról, szolgáltatókról.



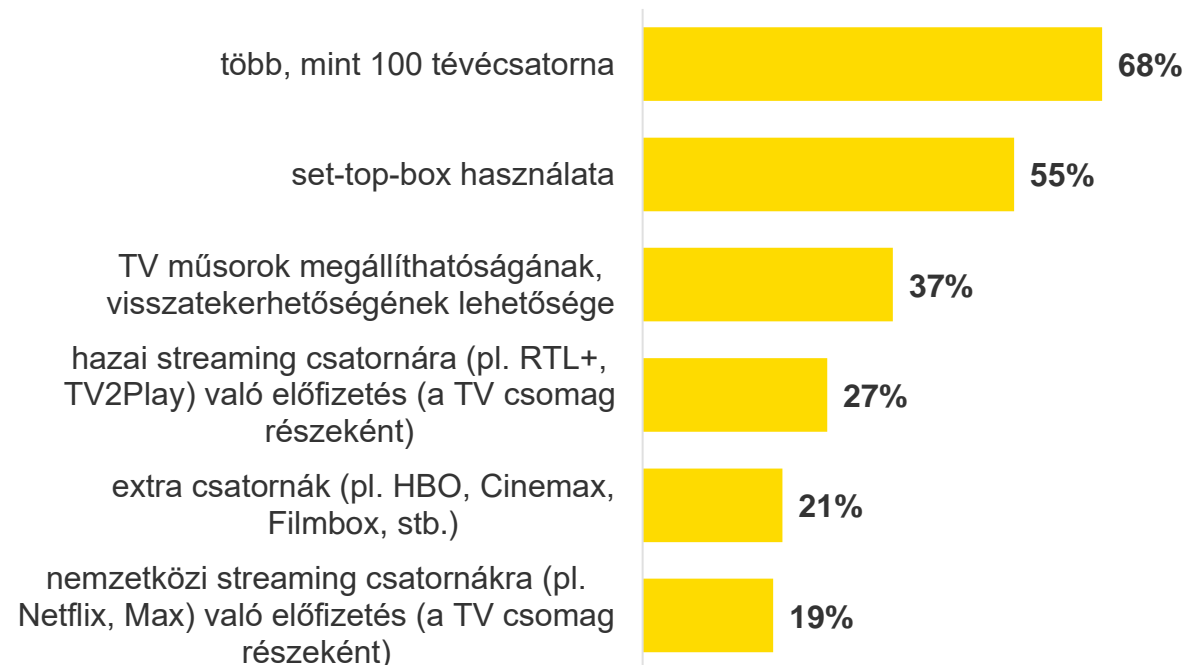
# TV előfizetés jellemzői

Akiknek van vezetékes TV előfizetésük

## SZOLGÁLTATÓ



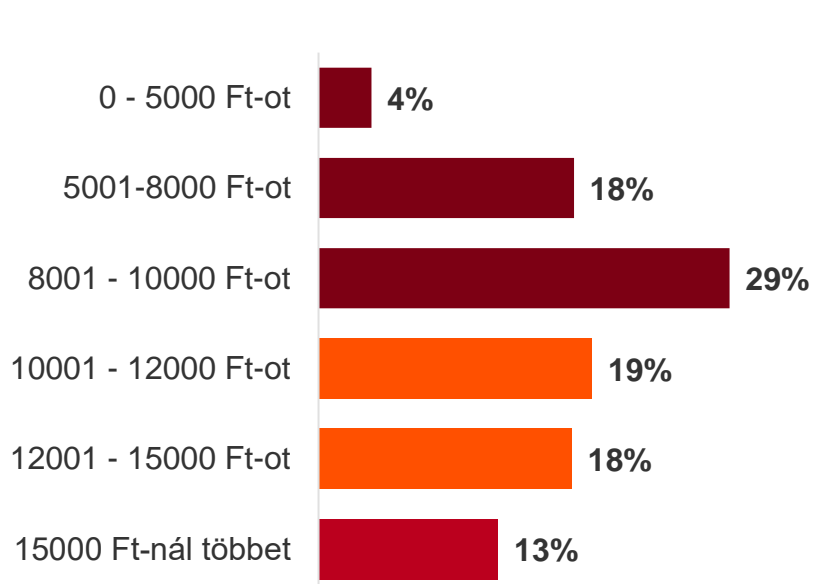
## TV ELŐFIZETÉS RÉSZE



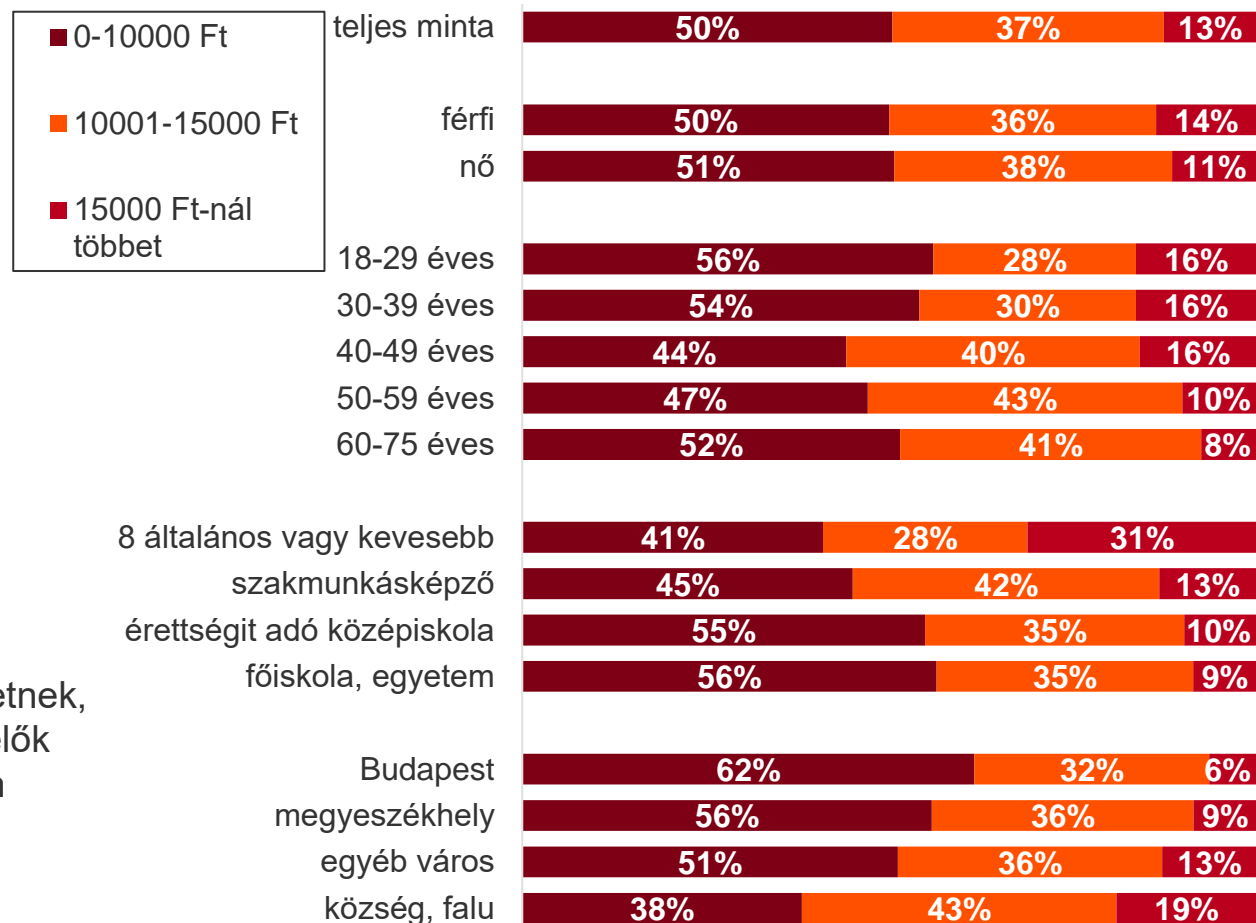


# Vezetékes szolgáltatások előfizetési díja

Akiknek ugyanannál a szolgáltatónál van vezetékes TV és internet előfizetésük is



Mintegy fele azoknak, akik ugyanannál a szolgáltatónál fizetnek elő vezetékes TV-re és internetre, 10000 Ft-ot vagy annál kevesebbet fizetnek, de a tipikus összeg 8 és 10 ezer forint között található. A fővárosban élők több szolgáltató közül is választhatnak jellemzően, így ők könnyebben találnak 10.000 Ft alatti ajánlatot.



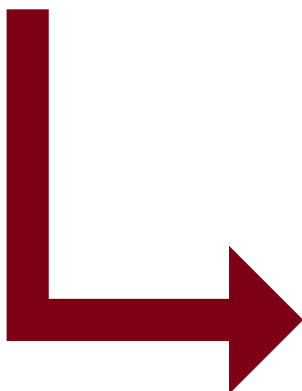
## Vezetékes TV szolgáltatás díja arányaiban

*Akiknek ugyanannál a szolgáltatónál van vezetékes TV és internet előfizetésük is*

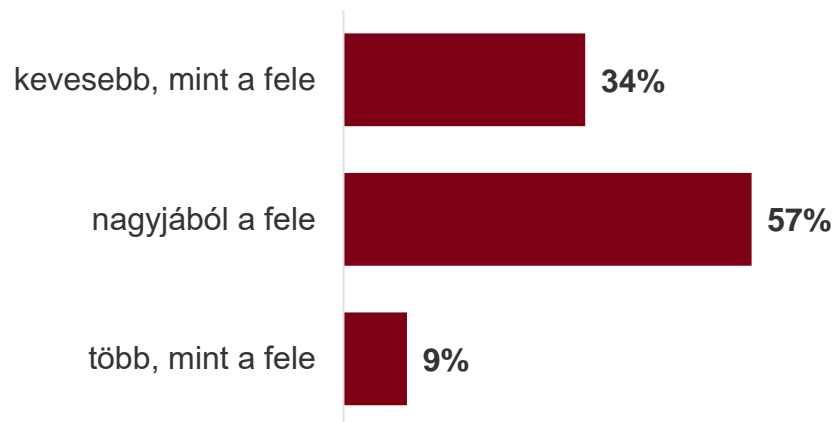
# 11.445 Ft

az átlagos előfizetési díj, amennyiben ugyanannál a szolgáltatónál fizet elő vezetékes internet és TV szolgáltatásra is.

Az átlagos díj vezetékes TV és internet szolgáltatóra 11-12 ezer Ft, a tipikus érték 10 ezer – az előfizetők többsége szerint ez fele-fele arányban oszlik meg a TV és az internet előfizetés között, míg minden harmadik úgy véli, hogy a TV előfizetés kevesebbe kerül a csomagon belül, mint az internet.



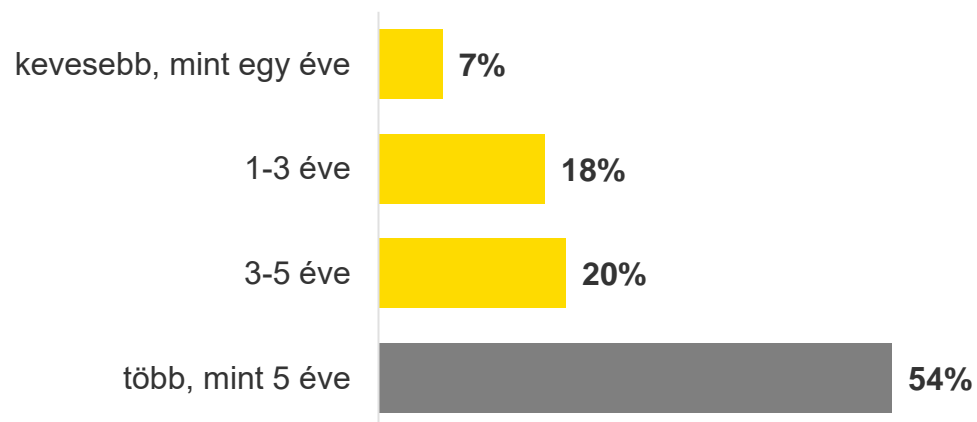
### TV ELŐFIZETÉS ARÁNYA A TELJES DÍJBÓL



# Változtatás a előfizetésen

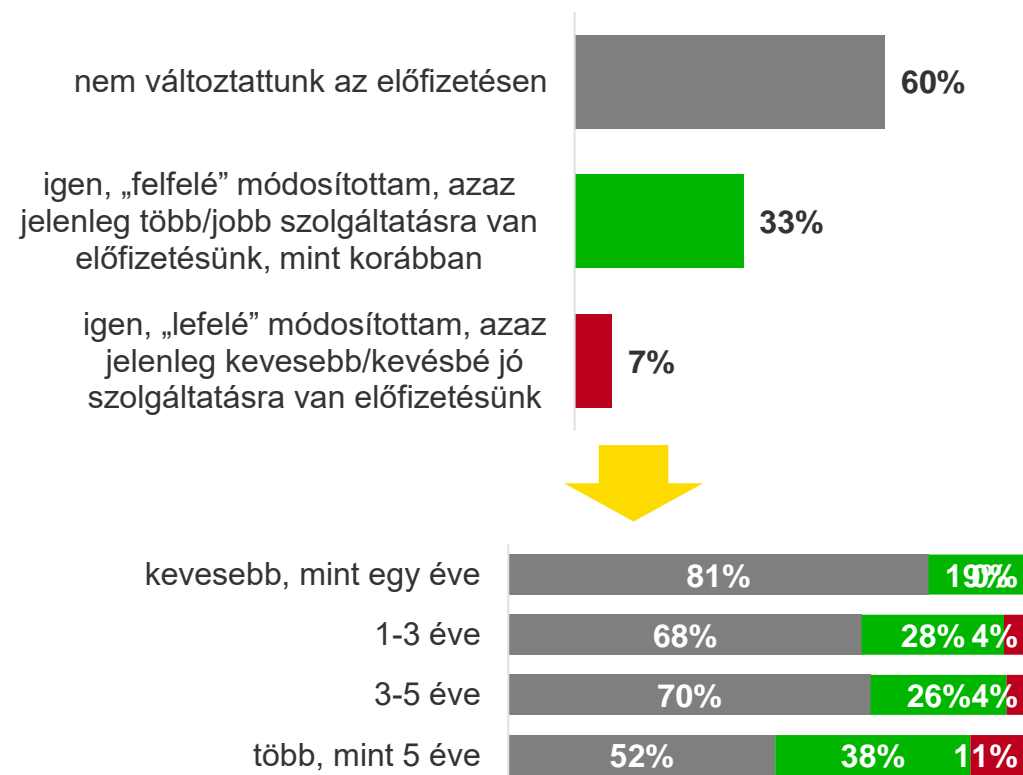
*Akiknek ugyanannál a szolgáltatónál van vezetékes TV és internet előfizetésük is*

## MIÓTA VAN A JELENLEGI SZOLGÁLTATÓNÁL ELŐFIZETÉSE?



Nem jellemző a gyakori szolgáltatóváltás e területen, 54% már több mint 5 éve ugyanannál a szolgáltatónál fizet elő vezetékes szolgáltatásokra. Nemcsak a szolgáltató-, de az csomagváltogatás is ritka és inkább a „felfelé” történő, több szolgáltatásra, jobb csomagra való váltás jellemző.

## VÁLTOZTATTAK-E AZ ELŐFIZETÉSI CSOMAG MÉRETÉN, ÖSSZETÉTELÉN STB.?



# Előfizetés különböző szolgáltatóknál

Akiknek nem ugyanannál a szolgáltatónál van vezetékes TV és internet előfizetésük is

## ELŐFIZETÉSI DÍJ



Jellemzően 8000 Ft alatt, átlagosan mintegy 6500 Ft-ot fizetnek a vezetékes televíziós csomagért azok, akiknek nincs, vagy más szolgáltatónál van csak vezetékes internet előfizetésük. 44% indokolta racionális okokkal (ez a megoldás a legjobb a háztartásnak – 36%, céges előfizetés – 8%), míg 18% számára kényszerhelyzet (nincs megfelelő csomag) és 18% rendelkezik rossz tapasztalattal valamely szolgáltató valamely szolgáltatásával kapcsolatban.

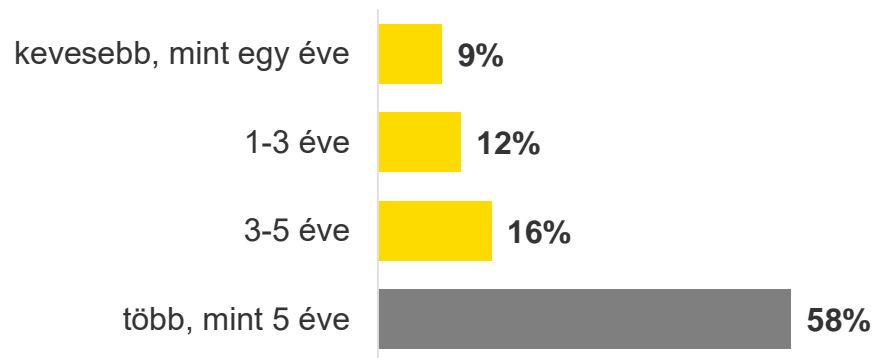
## KÜLÖNBÖZŐ SZOLGÁLTATÓK IGÉNYBE VÉTELÉNEK OKA



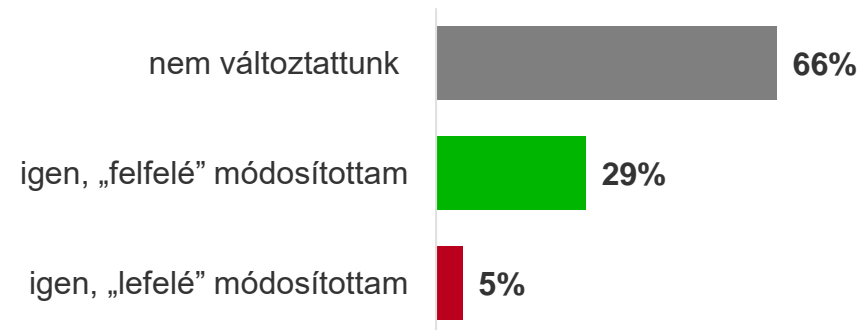
## Előfizetés különböző szolgáltatóknál – változtatás

*Akiknek nem ugyanannál a szolgáltatónál van vezetékes TV és internet előfizetésük is*

### MIÓTA VAN A JELENLEGI SZOLGÁLTATÓNÁL ELŐFIZETÉSE?



### VÁLTOZTATTAK-E AZ ELŐFIZETÉSI CSOMAG MÉRETÉN, ÖSSZETÉTELÉN STB.?

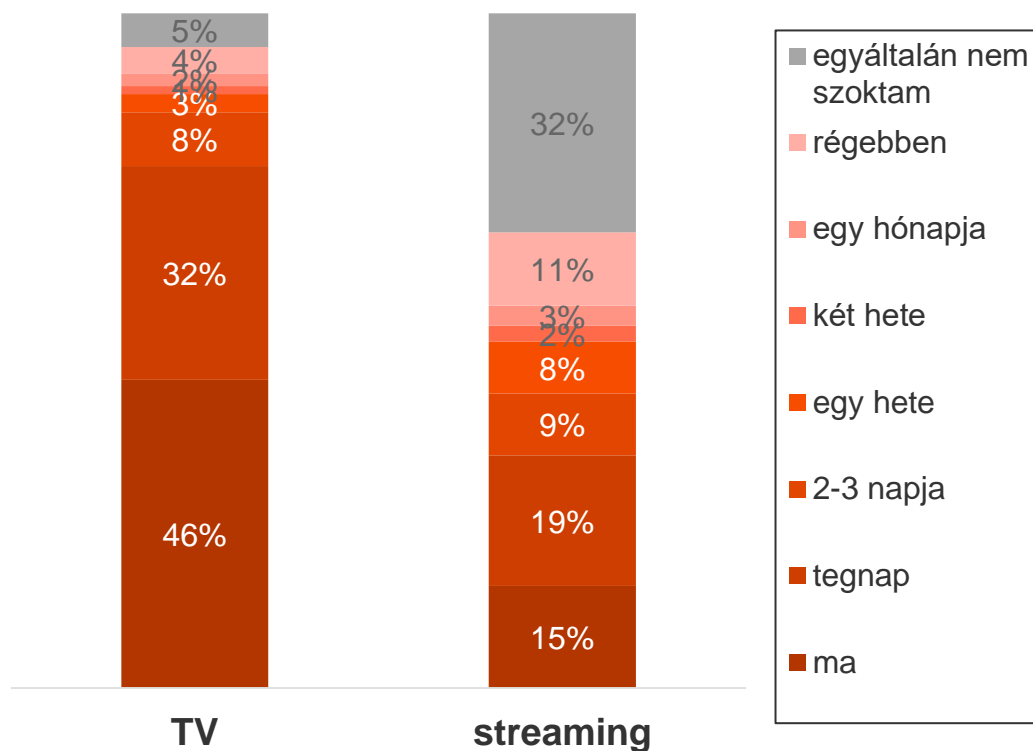


A különböző szolgáltatókkal kapcsolatban állókra még kevésbé jellemző a változtatási szándék – 58% több mint 5 éve ugyanannál a szolgáltatónál, míg kétharmaduk évek óta ugyanolyan csomagra fizet elő.

# Lineáris TV vs streaming

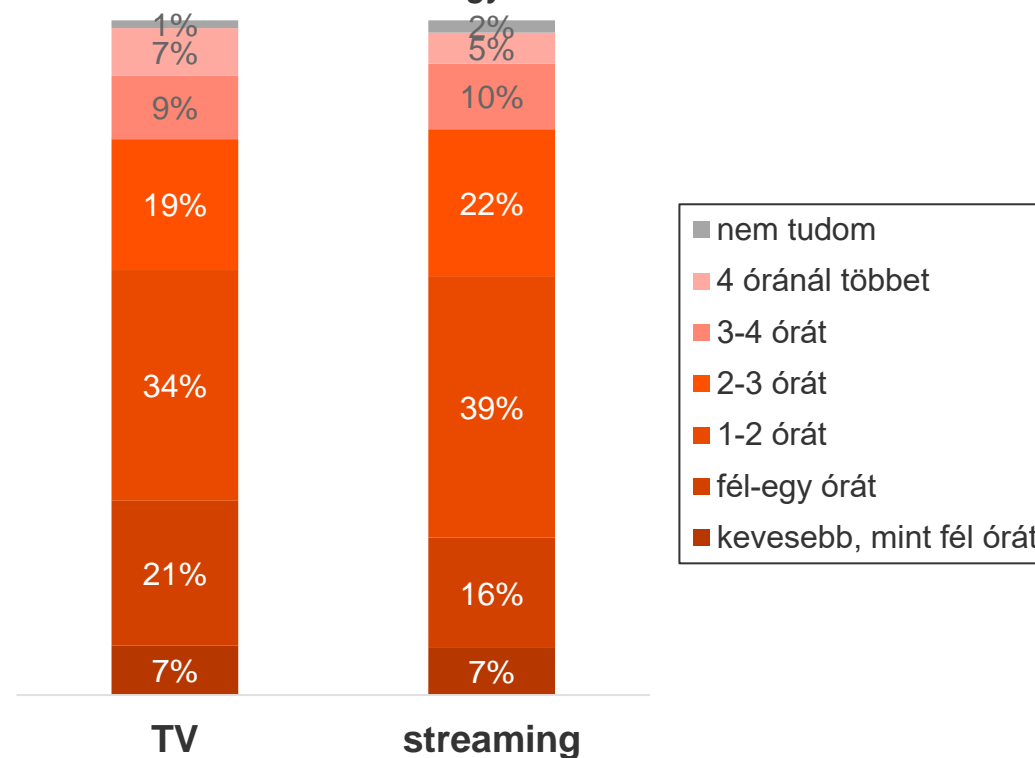
Bár a streaming előfizetések széles körben elérhetőek, a tévzés még jóval nagyobb tömegek számára jelent mindennapos szórakozást: összességében a 18-75 évesek 88%-a tévzizik, míg 51%-a néz streaming tartalmat heti rendszerességgel. A ráfordított időben azonban kezd beérni az online előfizetéses tartalomfogyasztás a tévzést, legalábbis azok körében, akik legalább hetente nézik egyik vagy másik formát.

## MIKOR NÉZTE UTOLJÁRA?

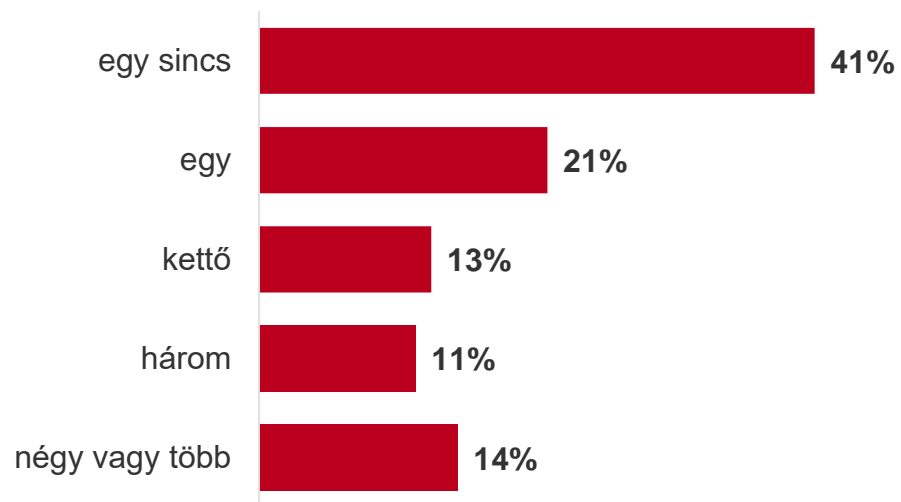


## MENNYI IDŐT TÖLTÖTT VELE?

*Akik elmúlt egy hét során nézték*

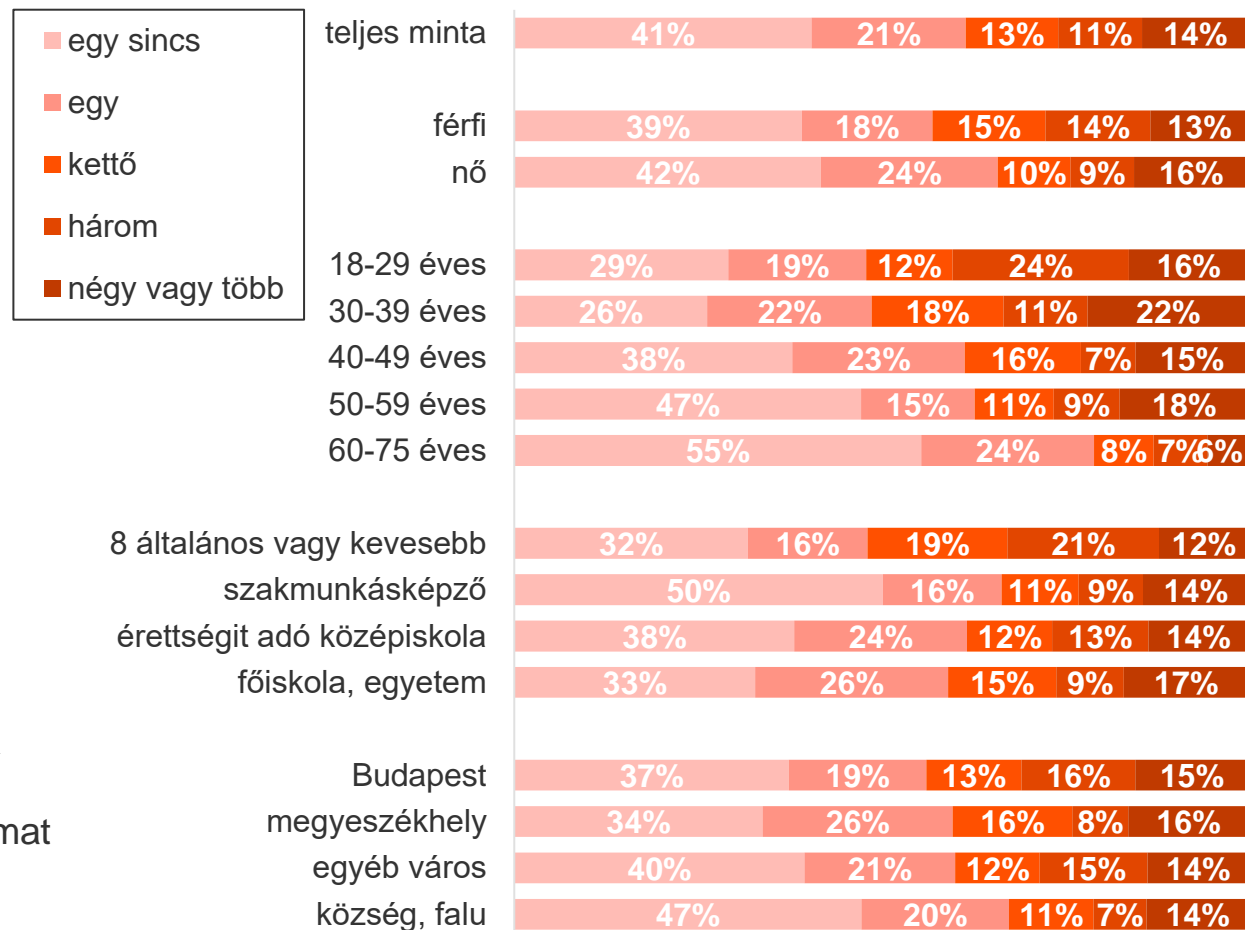


## Streaming előfizetések száma háztartásonként

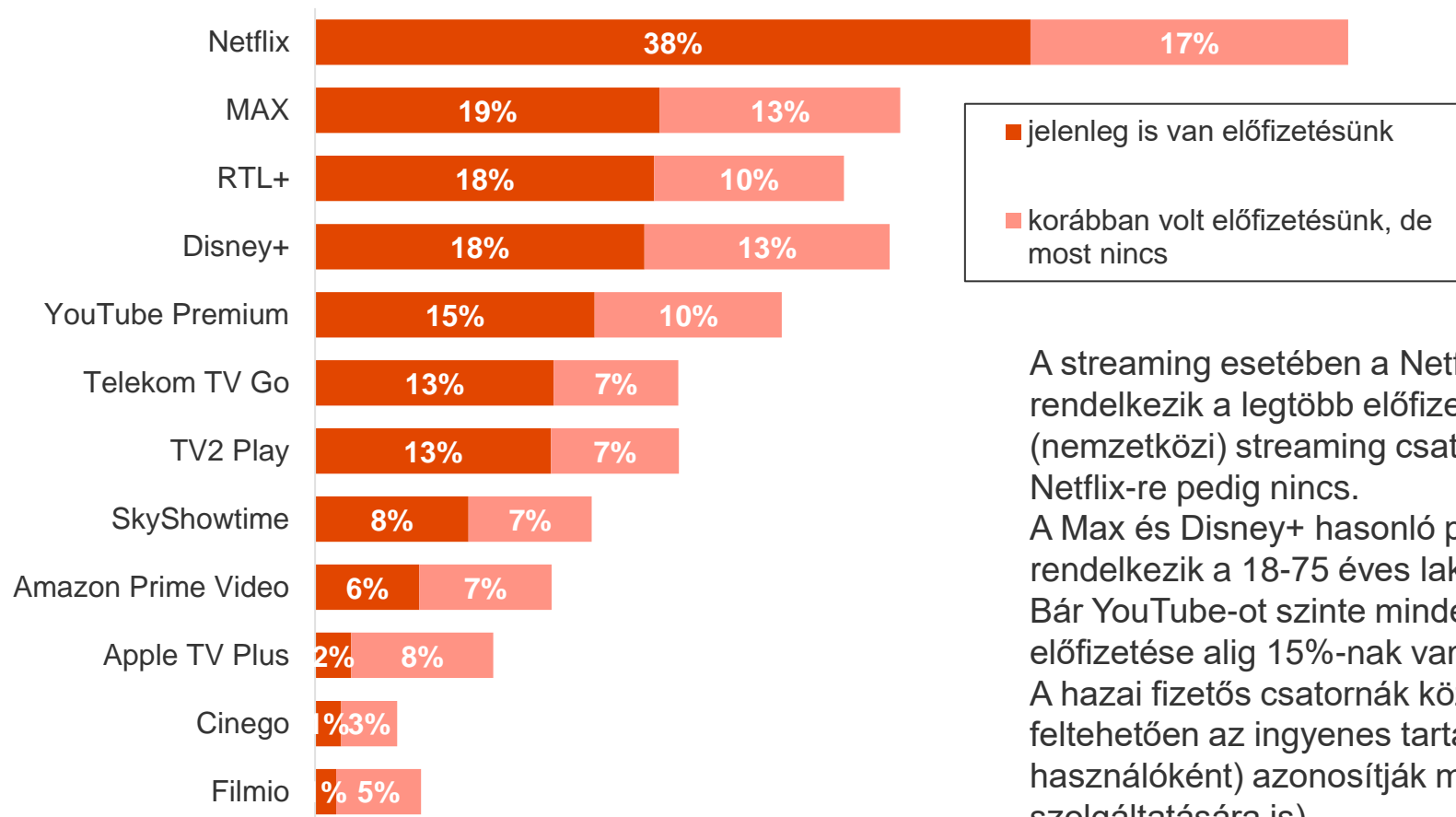


A 18-75 éves lakosság körében 59% rendelkezik élő streaming előfizetéssel – 21% egy, 13% kettő, míg 35% legalább három szolgáltatóval áll szerződésben.

Leginkább az életkorral áll összefüggésben a streaming előfizetések száma – az idősebbek körében jóval alacsonyabb, alig 45% az előfizetők aránya, de a kisebb településeken is kevesebb VoD tartalmat elérő nézőt találunk.



## Előfizetés streaming csatornákra



A streaming esetében a Netflix a belépő szint: egyfelől ez a csatorna rendelkezik a legtöbb előfizetővel, másfelől ritka, amikor csak más (nemzetközi) streaming csatornára van előfizetése egy háztartásnak, Netflix-re pedig nincs.

A Max és Disney+ hasonló penetrációval, 20% körüli eléréssel rendelkezik a 18-75 éves lakosság körében.

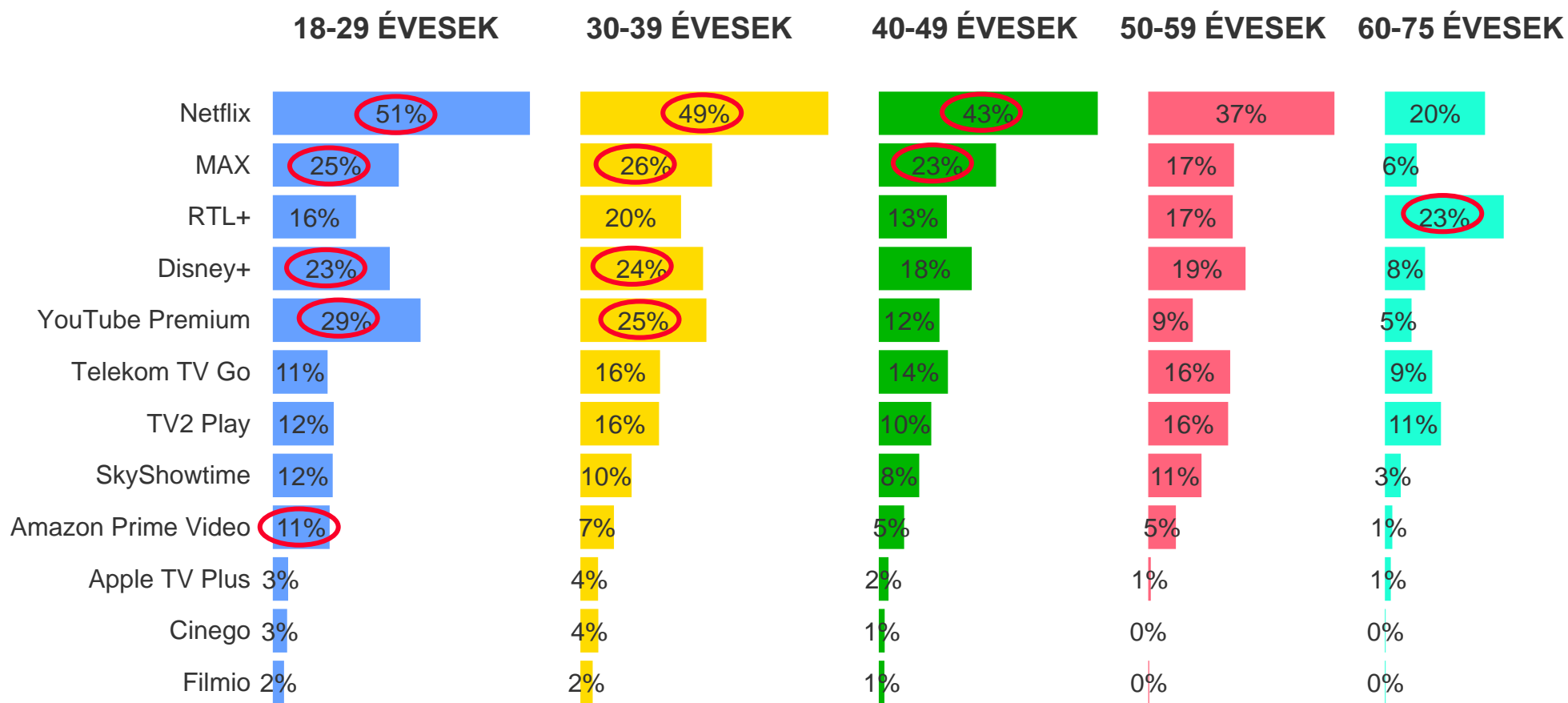
Bár YouTube-ot szinte minden internetező használ, Premium előfizetése alig 15%-nak van.

A hazai fizetős csatornák közül az RTL+-t nevezik meg legtöbbször, de feltehetően az ingyenes tartalmakat nézők is előfizetőként (beregisztrált használóként) azonosítják magukat (ugyanaz igaz lehet a TV2 szolgáltatására is).

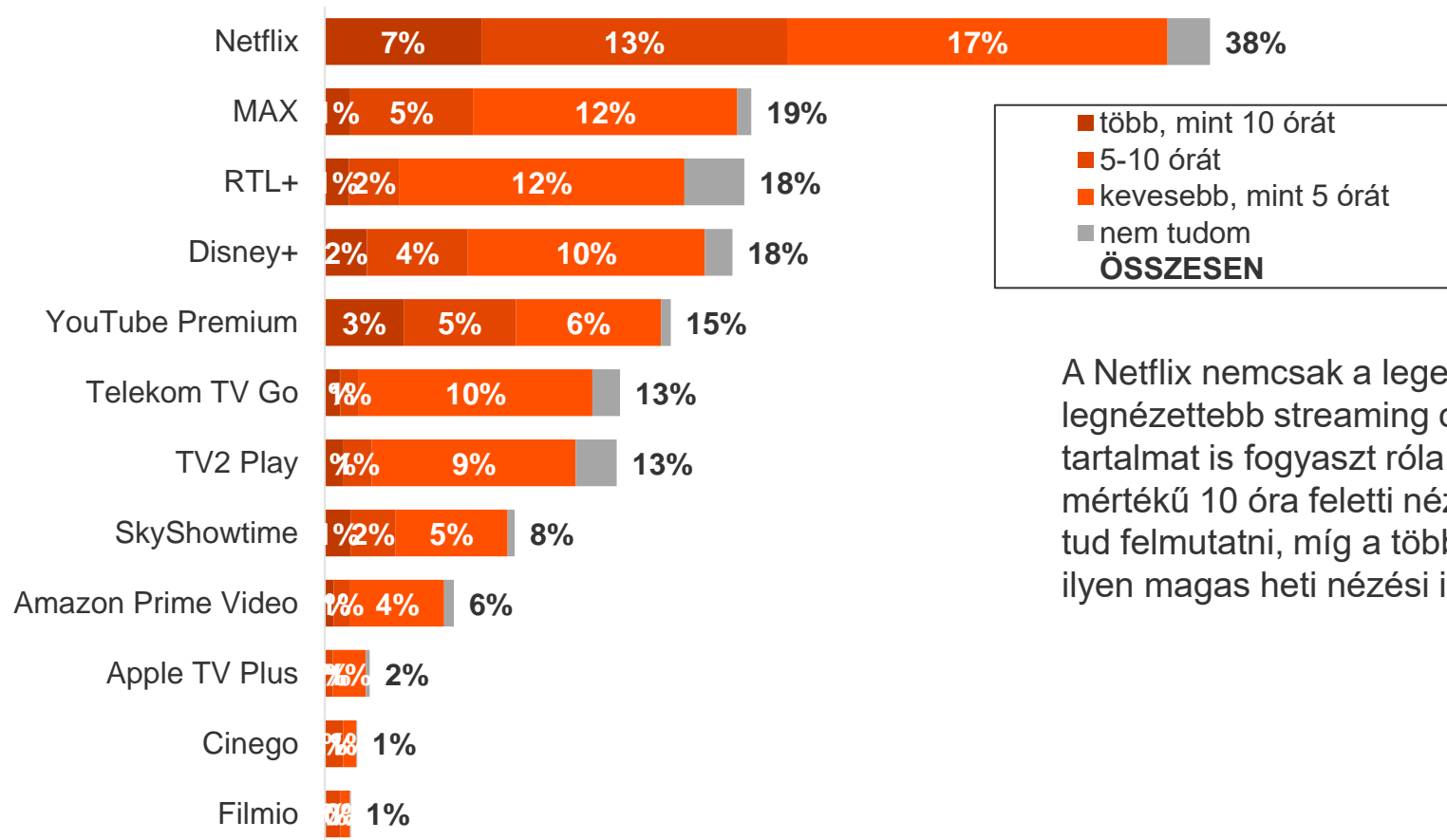


# Streaming előfizetés a háztartásban jelenleg

## Életkori csoportok szerinti eltérések



# Streaming csatornák becsült heti nézettsége



A Netflix nemcsak a legelterjedtebb, de az előfizetőik körében a legnézettebb streaming csatorna is egyúttal - 7% heti 10 óránál több tartalmat is fogyaszt róla. Bár nem ekkora, de azért szemmel látható mértékű 10 óra feletti nézőtömeget ezen kívül csak a YouTube Premium tud felmutatni, míg a többi csatorna esetén lényegében nem létezik ilyen magas heti nézési idő.

# Magyarországi streamingcsatornák fogyasztási jellemzői

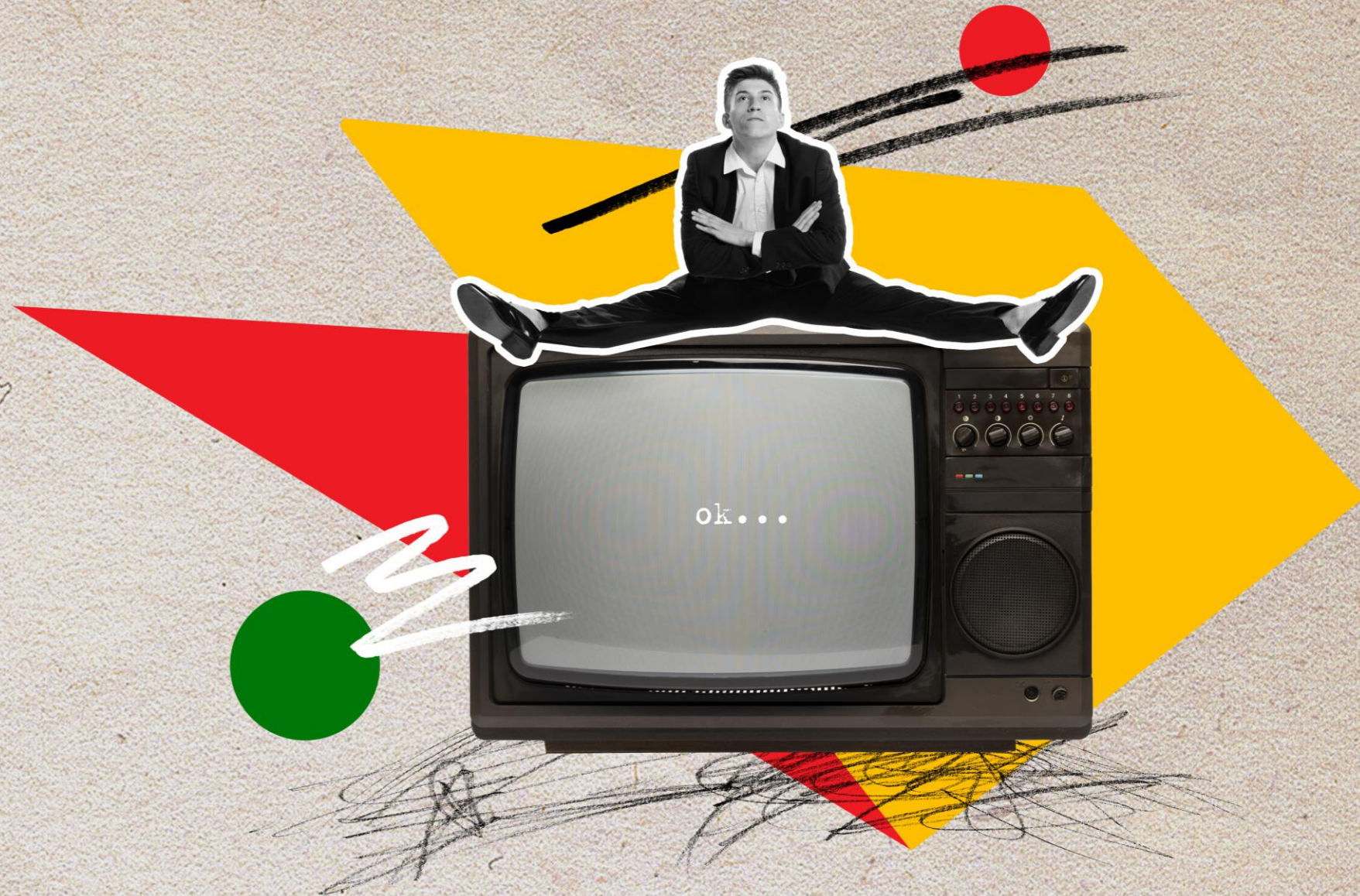
- A magyar csatornák streaming-oldalait a megkérdezettek többségében a magyar, saját gyártású műsorok alkalmankénti visszanézésére használják
- A hazai streaming csatornákhöz egy-egy műsor vonzotta be őket (RTL +: A király, TV 2 Play: Dancing With The Stars)
- Az idei Bajnokok Ligája közvetítési módja miatt előtérbe kerültek a sportesemények elérhetősége az egyes streaming csatornákon DE a megkérdezettek továbbra is inkább a televízió követnék a meccseket (a sportcsatornák kiemelt szerepet játszanak a lineáris TV csomagok kiválasztása során). Ugyanakkor még a Bajnokok Ligáját rendszeresen nézők is sem terveznek előfizetni RTL +-ra.

*„Ha az itthoni celebek érdekelnek, akkor azt a tartalmat a Netflix-től nem fogom megkapni, ezért néha visszatérek az RTL+-hoz.” (25-39)*

*„Egyik hétvégén vidéken voltunk és nem volt TV, Krausz Gábort és Mikes Annát meg akartam nézni a Dancing With The Stars-ban, ezért néztem a TV2 Pluszt.”(56-70)*



## 4. Videós tartalomfogyasztás típusai



# A televíziózás és a streaming tartalomfogyasztás szerepe a háztartásokban

A tévénézés még mindig viszonylag fontos szerepet tölt be az emberek életében, több okból is:

- mert egyszerű, **kényelmes** és **olcsó** kikapcsolódási lehetőség
- gyerekkorból hozott minta és megszokás miatt, ez a nosztalgia **erős érzelmi kapcsolódást** jelent a televíziózáshoz.

A streaming jelenléte egyre általánosabb a háztartásokban, aminek a fő vonzereje:

- **a reklámmentesség**
- **és a rugalmasság, a választás szabadsága.**

Kiemelendő, hogy **nem tartalmi, vagy zsáner hiány** tereli az embereket a streaming felé.

A **hagyományos lineáris TV néző**, aki nem fogyaszt tartalmat online - akár ingyenes online felületen - **eltűnőben**.



## A TV néző és az online tartalomfogyasztó összehasonlítása

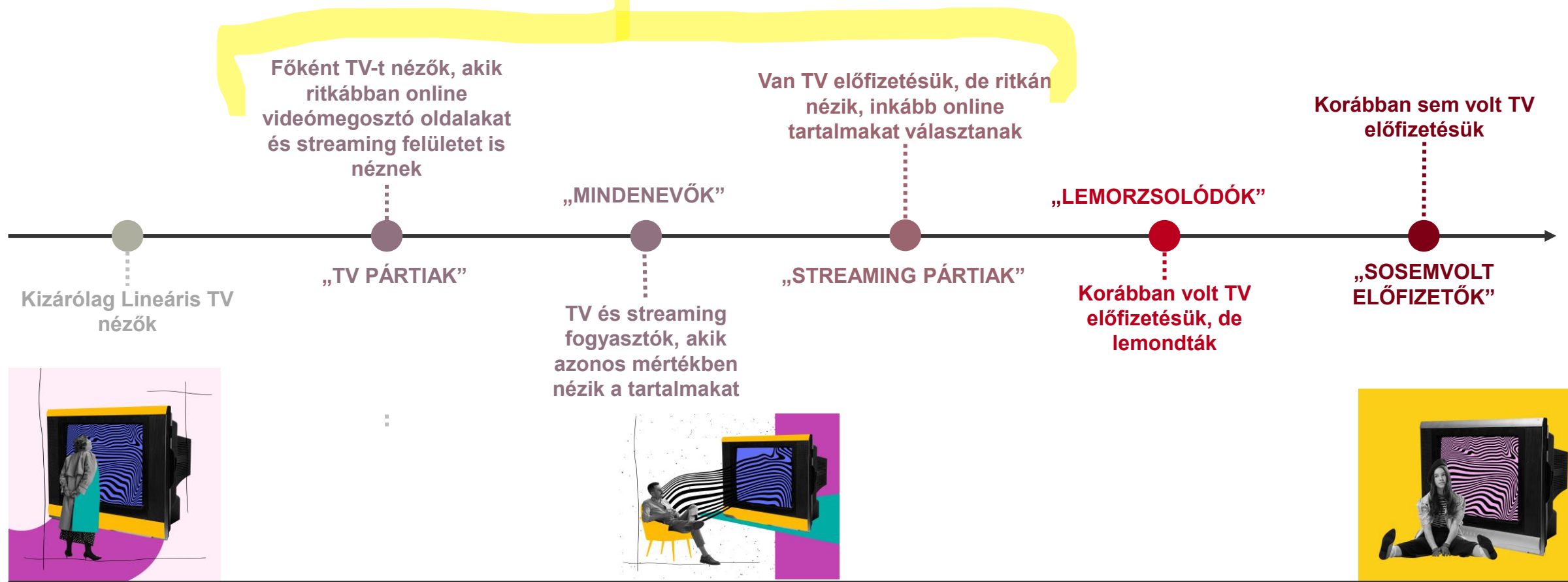
- olyan nyugdíjasok, akik az újdonságokat nem igénylik;
  - ismerik a streaming szolgáltatókat, de ragaszkodnak a régi jól bevált műsorokhoz; (szappanoperák, híradó, reality-show-k)
  - az új sorozatok nem vonzóak számukra
  - manipulálhatók, befolyásolhatók
  - nem tudatosak az életben sem, sodródnak
  - alacsony minőségű műsorokat elfogadják
  - lefekvéshez is nézik
  - A TV nézés a fő hobbi, mellette a horgászat
- 20-30 év közötti vállalkozó
  - rugalmas időbeosztásban dolgozik, célirányosan fogyaszt, tudatos,
  - nem költ feleslegesen
  - könnyen alkalmazkodik
  - negatív tulajdonsága, hogy nincsenek személyes kapcsolatai
  - nem gyakorlatias
  - öntörvényű

*„Panellakásban lakik, régi bútorai vannak, 8-4-ig dolgozik, este a nap fénypontja, amikor magához veszi a tányért, a sört, és zombul a TV előtt.” (25-39)*

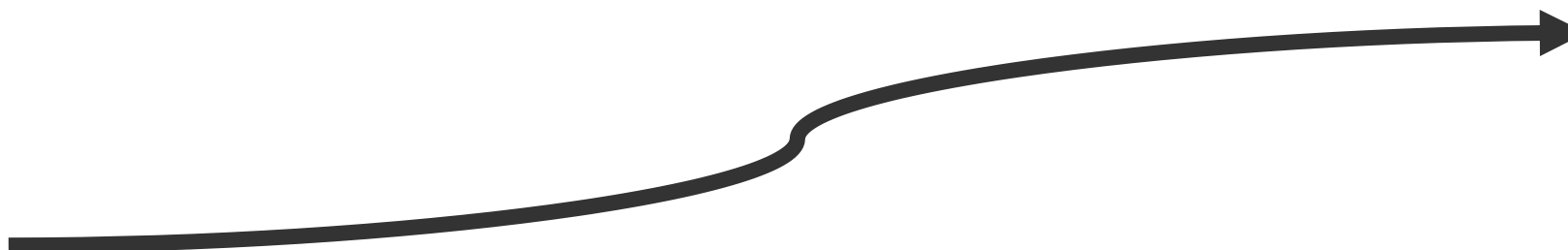
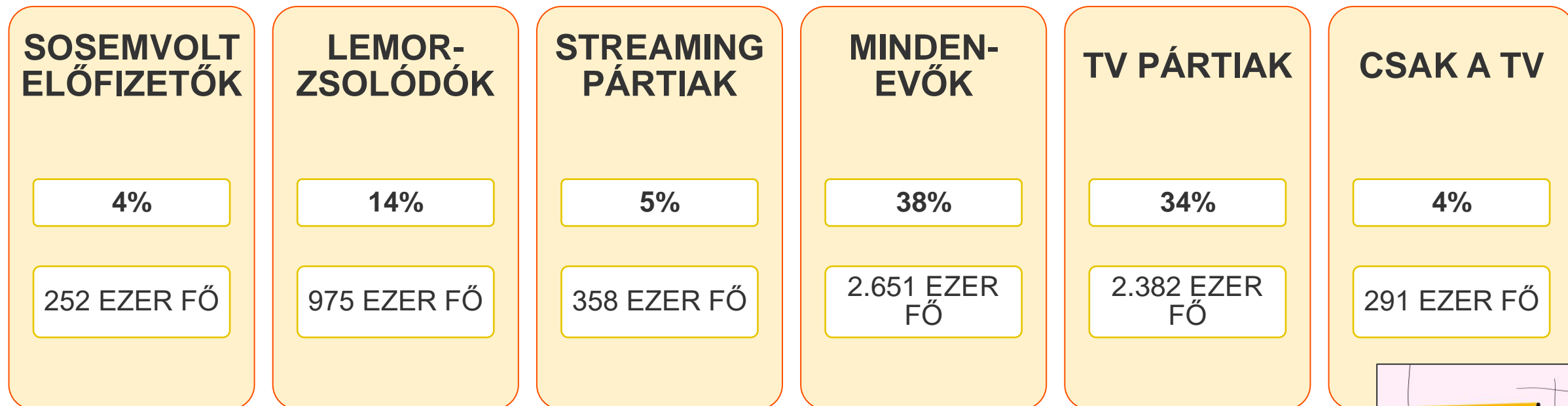
*„Lehet, hogy a világ problémáit, politikát, háborút akarja kizárni az életéből. Szerintem nem árt, ha az ember tájékozódik, és ehhez a TV még mindig egy fontos platform.” (55-70)*

# Videós tartalomfogyasztás típusai

A hagyományos TV előfizetők közül **három nagyobb** csoport rajzolódott ki a tartalomfogyasztásuk tekintetében.

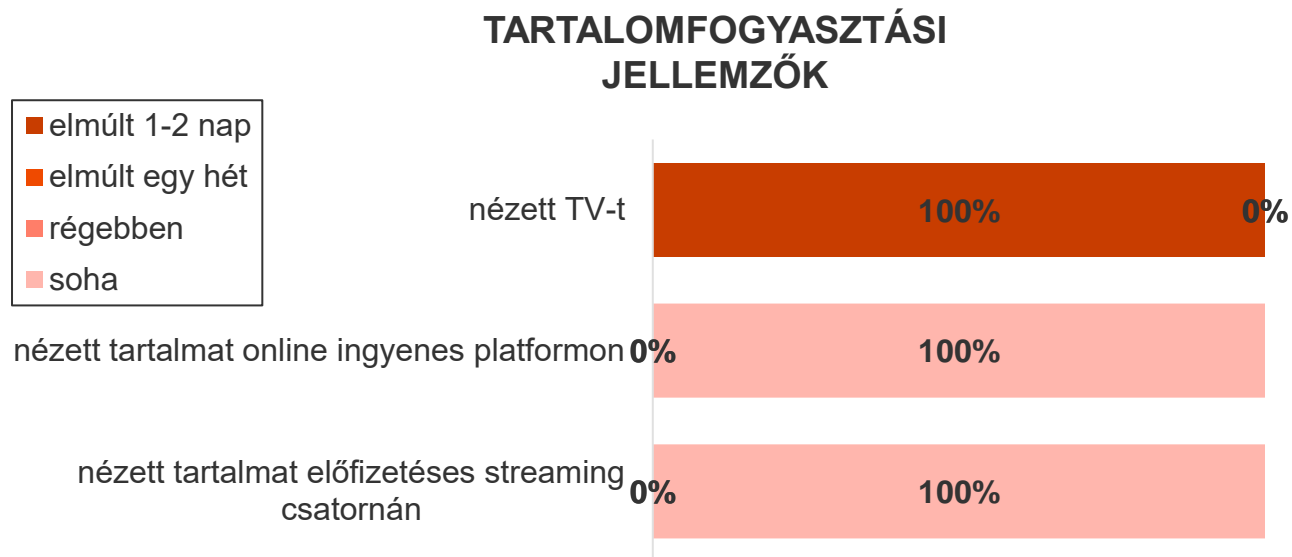
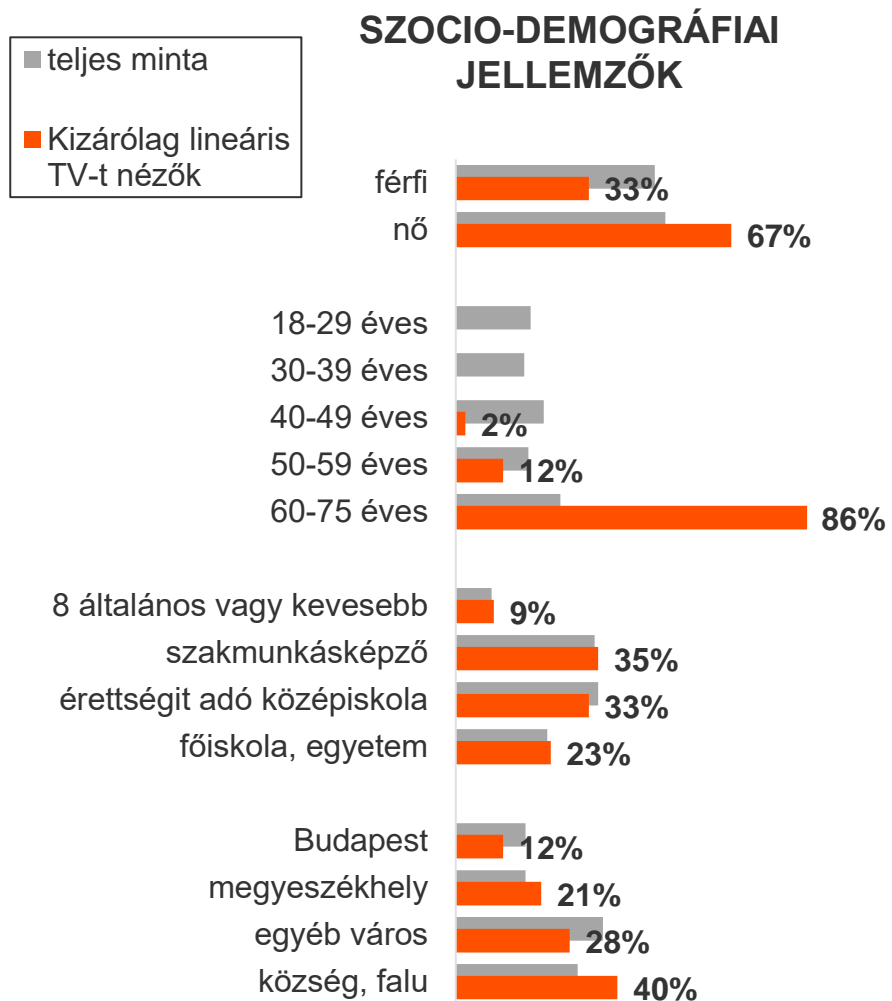


# Kinek a TV, kinek a streaming – tartalomfogyasztási szegmensek





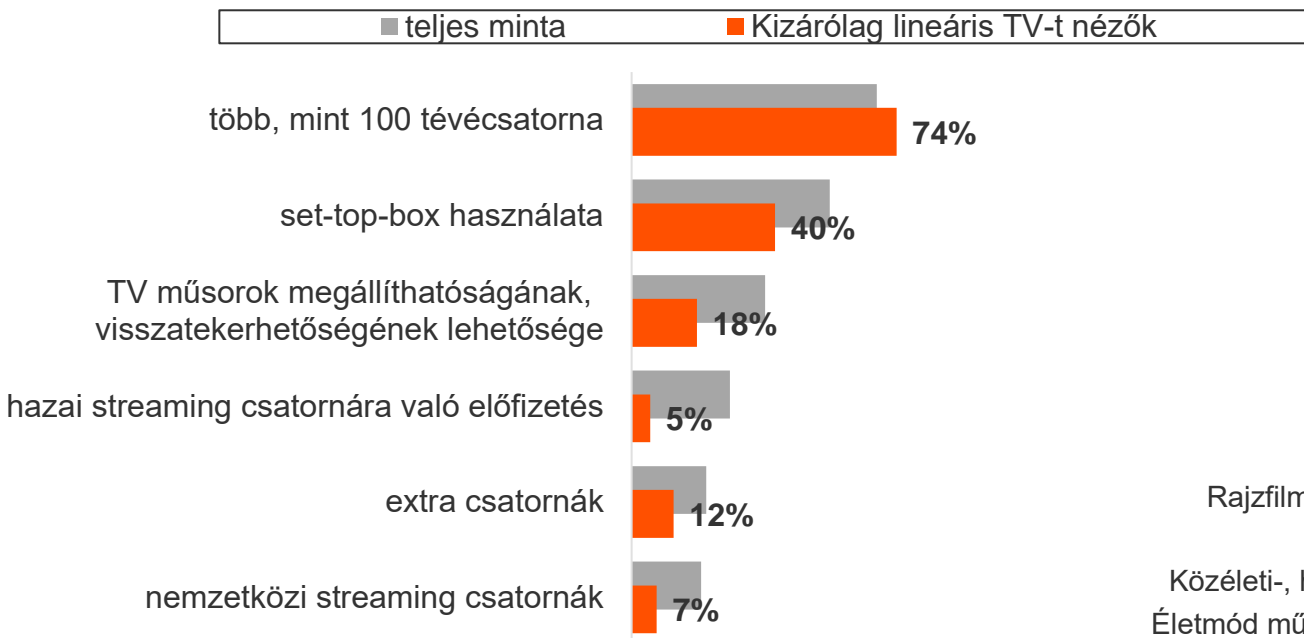
# Csak a TV – kizárólag lineáris TV-t nézők jellemzése



A kizárólag lineáris TV-t nézők főként az idősebb nők közül kerülnek ki. Sok csatornát érnek el, de jellemzően nem élnek az extra (pl. HD csatorna, visszatekerhetőség stb.) lehetőségekkel. Életük gyakran szerveződik egyes TV műsorok köré, rendszert visz az életükbe.

# Csak a TV – kizárólag lineáris TV-t nézők jellemzése

## TV CSOMAG RÉSZE



**ELŐFIZETÉS LEGALÁBB 2 STREAMING CSATORNÁRA:**  
4%

## GYAKRAN NÉZETT ZSÁNEREK



# Csak a TV – kizárólag lineáris TV-t nézők – Tévénézéssel kapcsolatos attitűdök

## Állításokkal egyetértők aránya



# TV pártiak – főként TV-t nézők, akik ritkábban online videómegosztó oldalakat és streaming felületet is néznek

Tévészés és a streaming – online tartalomfogyasztás imázsa

## TV-zés imázsa:

boldogság, megújulás, felszabadultság, vidámság, izgalom hiánya

**Streaming imázsa:** Sokszínűség, szabadabbá teszi az embert

*„A vulkán, mert várom, hogy kitörjön, izgalmat szeretnék, zizegést, nem ezeket a nyivákoló sztárocskákat.”*



*Imádok fotózni, szeretem a virágokat, léleképítő, gyönyörrel tölt el, amikor ki tudom választani azt az egy szirmot, amit utána fél óráig fotózok.*



*„A jól eső nyári napsütésben is olyan jól érzem magam mint egy Simon Templar film nézése közben.”*



*„A virágos mezőn lenni nekem a szabadságot jelenti, az online tér lehetőséget ad, hogy azt válasszam ki, amit én szeretnék.”*

*„Nagy élményt ad itt lenni, közel sem olyan sokszínű a TV, mint az interneten fellelhető tartalmak.*

# TV pártiak

*Elsősorban a 40-55 és 56-70 év közötti korosztály*

## Motivációk, szokások:

- Együttlétet, közösségi élményt, **kapcsolódást** jelent a TV nézés
- **Információ szerzés**, naprakészség (akár hírekről, akár különféle aktuális témákkal kapcsolatban)
- **Ráhangelődés**, kedvcsinálás (ünnepekre, sporteseményre, hétvégére, nyári szünetre, stb.)
- Az új funkciók (adások megállítása, újraindítása, későbbi megtekintése, felvétele, kölcsönzési lehetőség virtuális videotékából, elektronikus műsorújság, tartalomajánló) fontosak számukra, ezek közül kiemelten az adás megállítása.
- Reklámelkerülésre stratégiákat alakítanak ki: kapcsolgatás a műsorok között, majd visszatérés az alaplínia

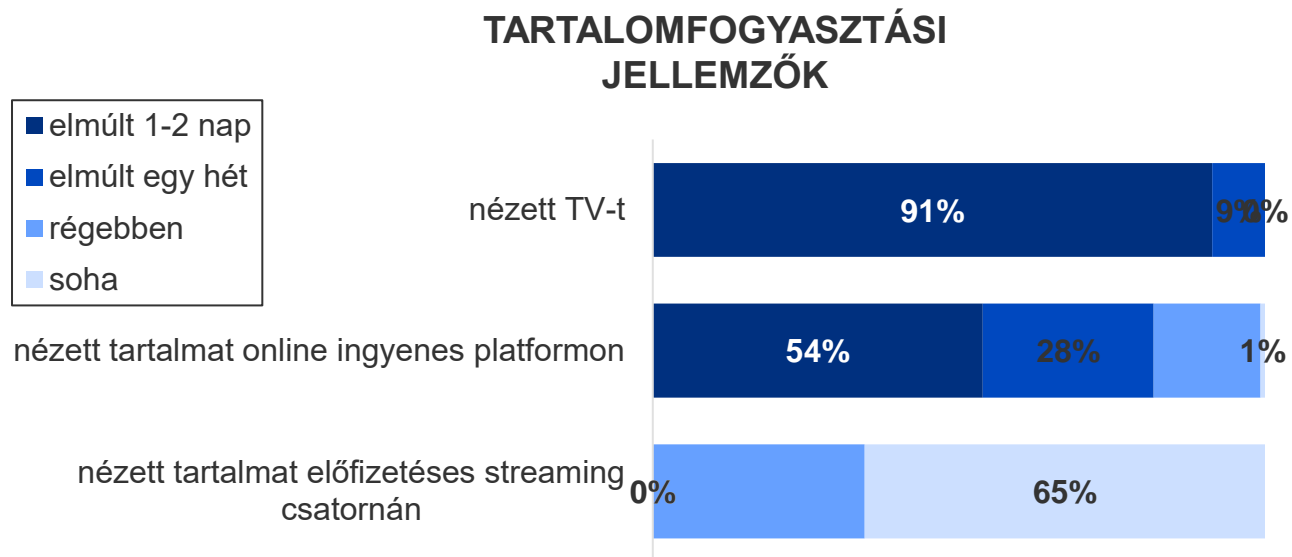
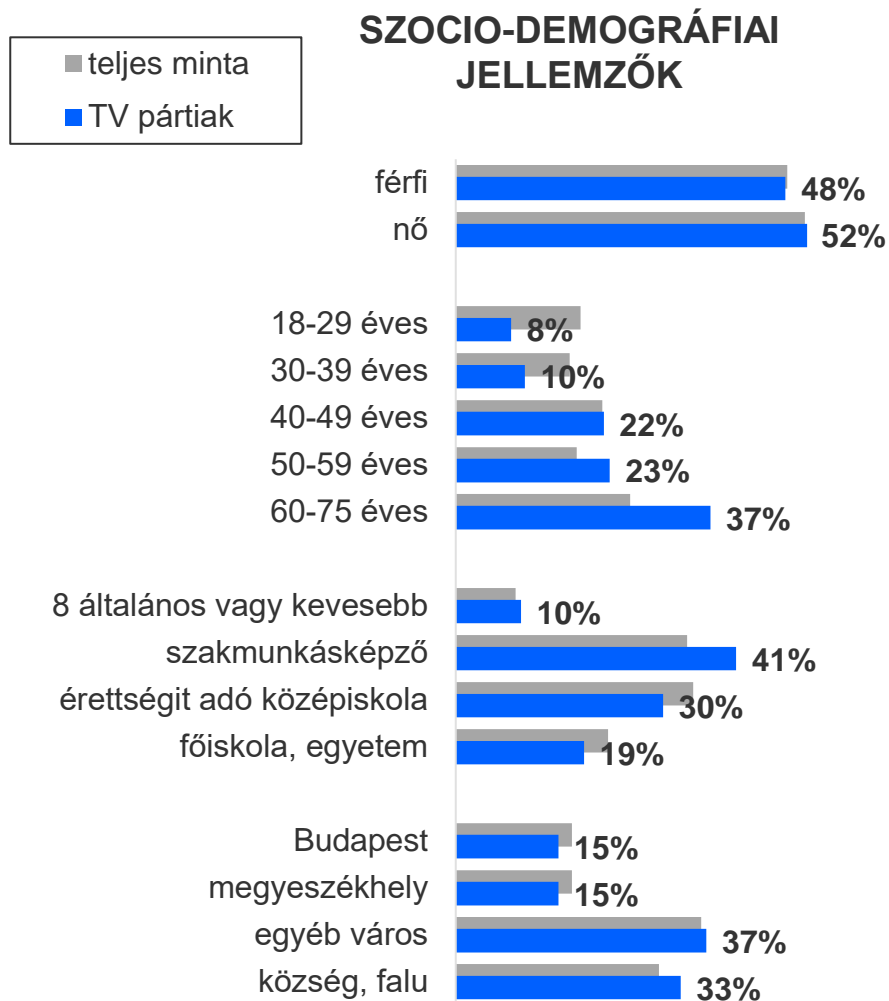
## Előfizetés, költségek:

- Régóta a szolgáltató ügyfelei, elfogadják a változásokat
- Bundle csomagot választanak
- Alacsonyabb ár esetén sem váltanak szolgáltatót
- A TV előfizetést hamarabb mondanák le, mint az internet előfizetést
- TV és az internet költségének felső határát 9-10 ezer Ft-ban szabták meg
- TV előfizetés összegét 3000 Ft körül becsülték

## A lineáris TV előnyei / hátrányai:

- TV-hez nem tudják az internetezést párosítani, sem fizikailag, sem szimbolikusan. Bonyolult és körülményes a távkapcsoló használata, ezért a keresőfunkciót nem tudják megfelelően használni
- 15-20 csatorna is elegendő lenne számukra
- Vonzó műsorok: Geszti: Adom a napom, Beszélgetések, podcastek, vetélkedők, Kvízműsorok, Gundel-Takács Gábor: Génius;

# TV párti nézők jellemzése



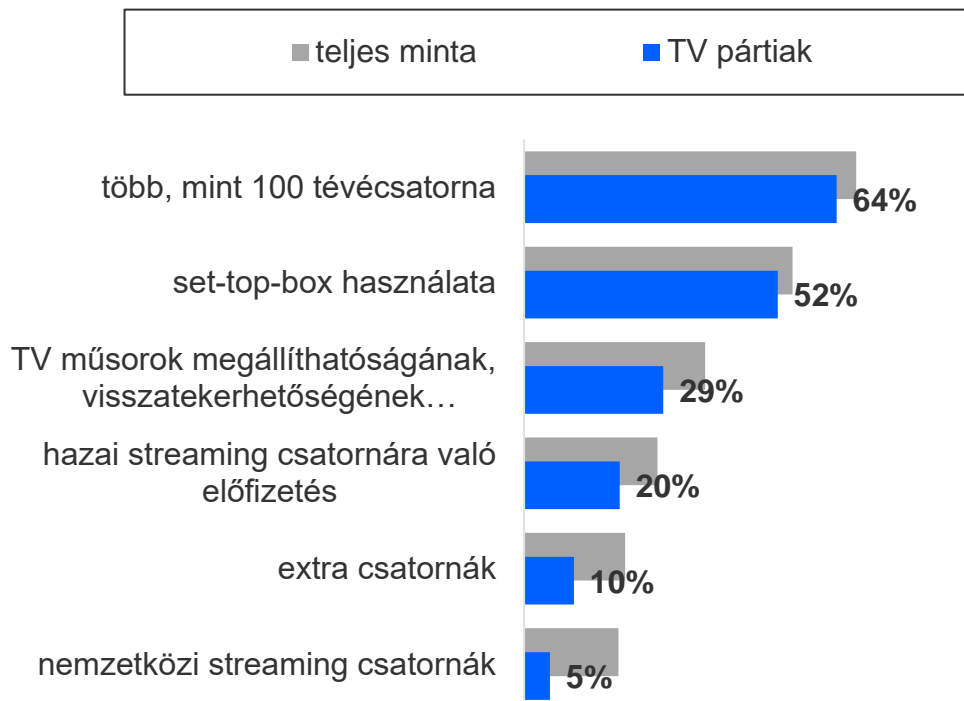
Bár minden életkori csoportban jelen vannak, döntő többségük az 50 év felettiak közül kerül ki.

Bár ritkán, de azért élvezik a streaming csatornák által nyújtott tartalmakat is, a kezelésük, a műsorválasztás során gyakran ütköznek nehézségekbe.

Számukra a TV nem csupán szórakozás, inkább információforrás – legyen szó hírekről vagy ismeretterjesztő műsorokról, közéleti háttérműsorokról. A szörfölgetés kevésbé jellemző rájuk, tudatosan választják ki a megnézni kívánt műsorokat ezért előfordul, hogy azok köré szerveződik az életük is.

# TV párti nézők jellemzése

## TV CSOMAG RÉSZE



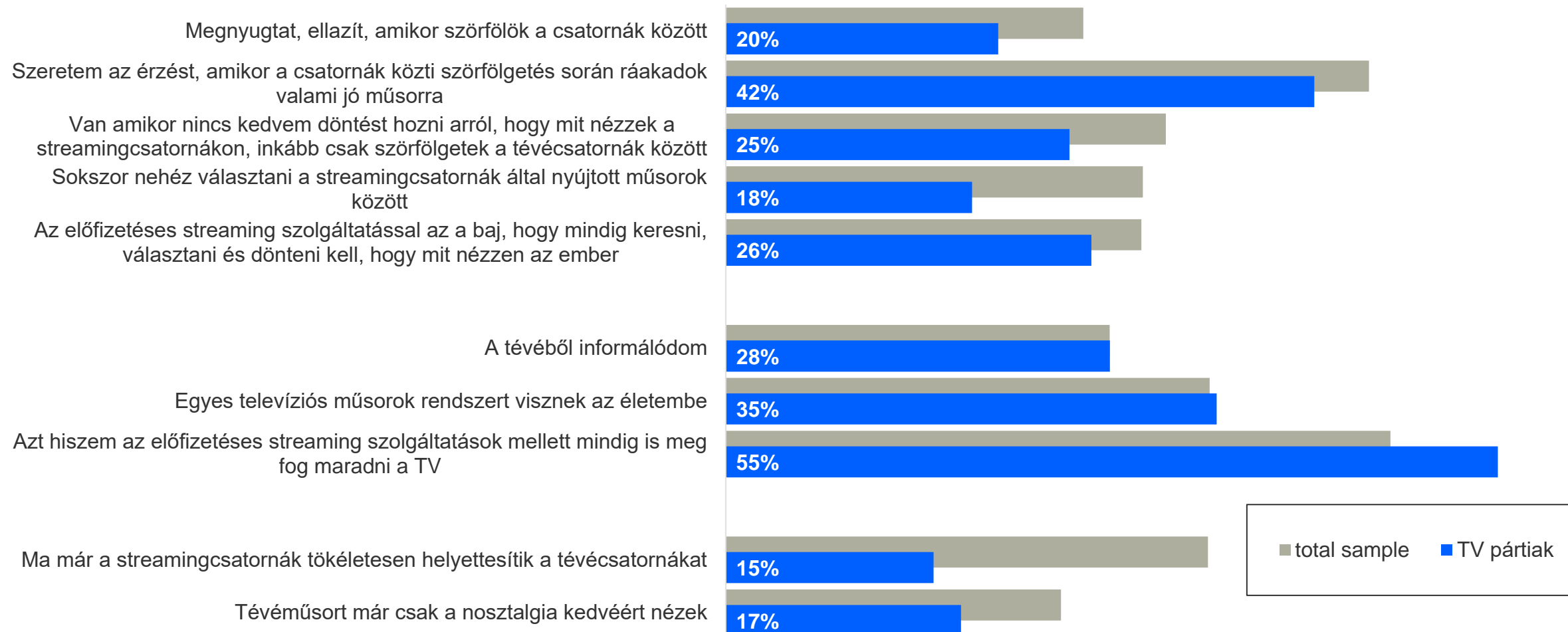
**ELŐFIZETÉS LEGALÁBB 2 STREAMING CSATORNÁRA:**  
15%

## GYAKRAN NÉZETT ZSÁNEREK



# TV párti nézők – Tévénézéssel kapcsolatos attitűdök

## Állításokkal egyetértők aránya





# Mindenevők – TV és streaming fogyasztók, akik azonos mértékben nézik a tartalmakat mindkét platformon

TV-zés és streaming – online tartalomfogyasztás imázsa

## TV-zés imázsa:

hétköznapi, otthonos, egyszerű, figyelmet megragadja

*„A hegymászásnál koncentrálni kell, jobban kell figyelni, hogy elkapjam az információt, nem szeretnék lemaradni róla.”*



*„A búzakeresés és a virágos fa alatt is jól érzem magam. A búzamezőn a napi dolgokon gondolkodom, a fa alatt jobban tudok meditálni, transzcendens állapotba kerülni. (25-39)*

**Streaming imázsa:** nyugalmat áraszt, tisztaságot, elkápráztató, extremitás



# Mindenevők

*Elsősorban a 5-39 és 40-55 év közötti korosztály*

## Motivációk, szokások:

- **Nosztalgikus** érzést ébreszt bennük (pl: Columbo-t újranézik); ilyenkor a gyerekkor felidéződik,
- **Inspiráció** gyűjtése, személyes érdeklődési körnek megfelelő fortélyok elsajátítása
- Elgondolkodás, **elmélkedés**, filozofálás – ami nem „kikapcsol”, hanem amin inkább gondolkodni lehet
- A **gyerek** figyelmének lekötése (akár mesével, akár ismeretterjesztő műsorokkal),

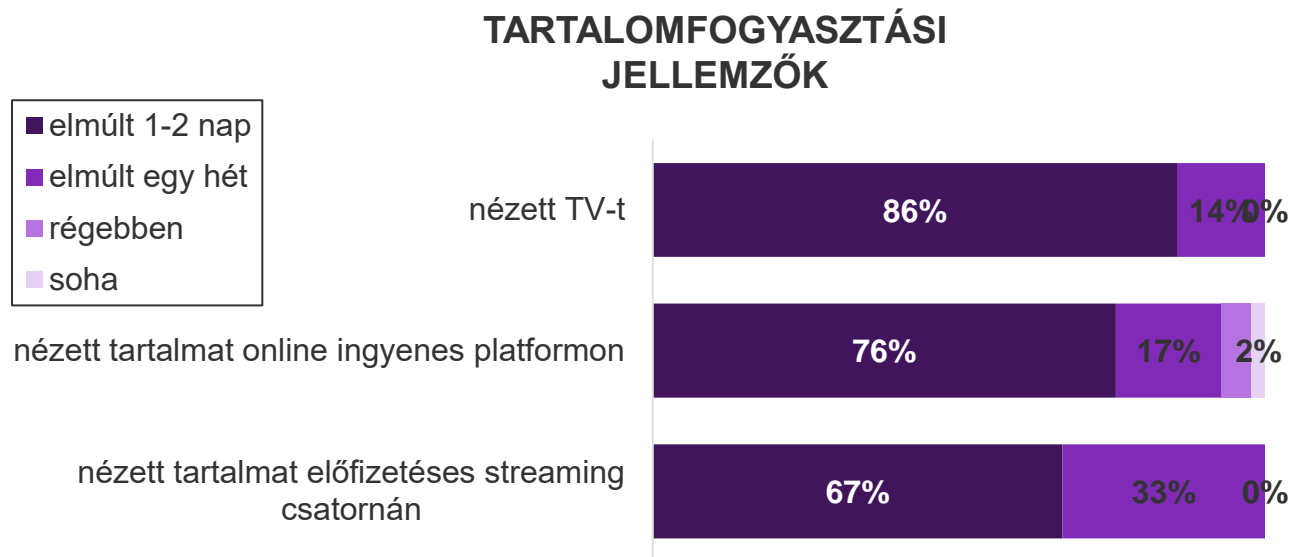
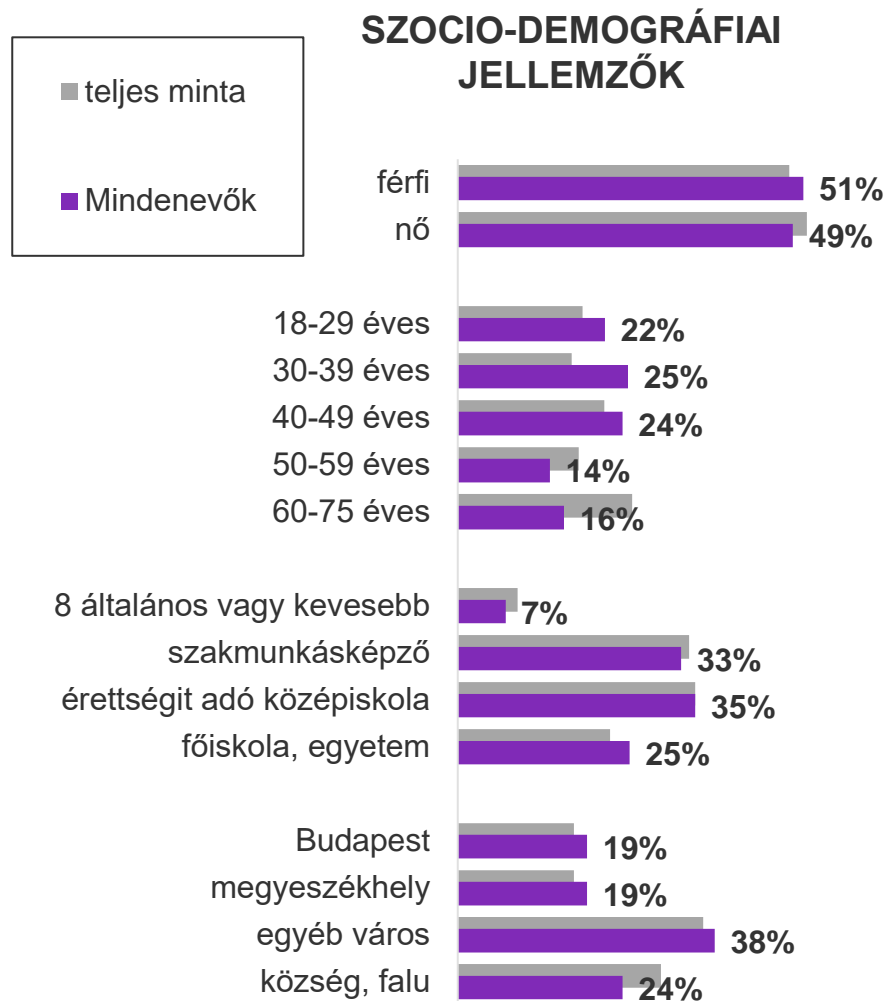
## Előfizetés, költségek:

- A szolgáltató választás fő szempontja a minél alacsonyabb ár volt
- Áremelésnél körbenéztek, de maradtak, hiszen a szolgáltatók között nincs nagy árkülönbség
- Gyakoribb, hogy nem egy csomagban vannak az előfizetések
- TV és az internet költségének felső határát 8-9000 Ft-ban szabták meg
- TV előfizetés összegét 4-8000 Ft körülre becsülték

## A lineáris TV előnyei / hátrányai:

- Inspiráló tud lenni egy-egy műsor, tud újdonságot mutatni – pl. főzőműsor, természetfilm – helyi TV-ék is érdekesek lehetnek – életszerűbb a tartalom.
- Személyre szabott tartalmak ajánlásának lehetőségét szeretnék (pl: streaming mintájára az algoritmus figyelhetné, hogy korábban milyen műsort nézett a fogyasztó, és ez alapján ajánlhatna tartalmat, akár egy külön felugró ablakban.)
- Lehetőség legyen bizonyos reklámok léptetésére (pl: YouTube mintájára, pl. 5 mp után), **ezért hajlandóak lennének magasabb összeget is fizetni**

# Mindenevő nézők jellemzése



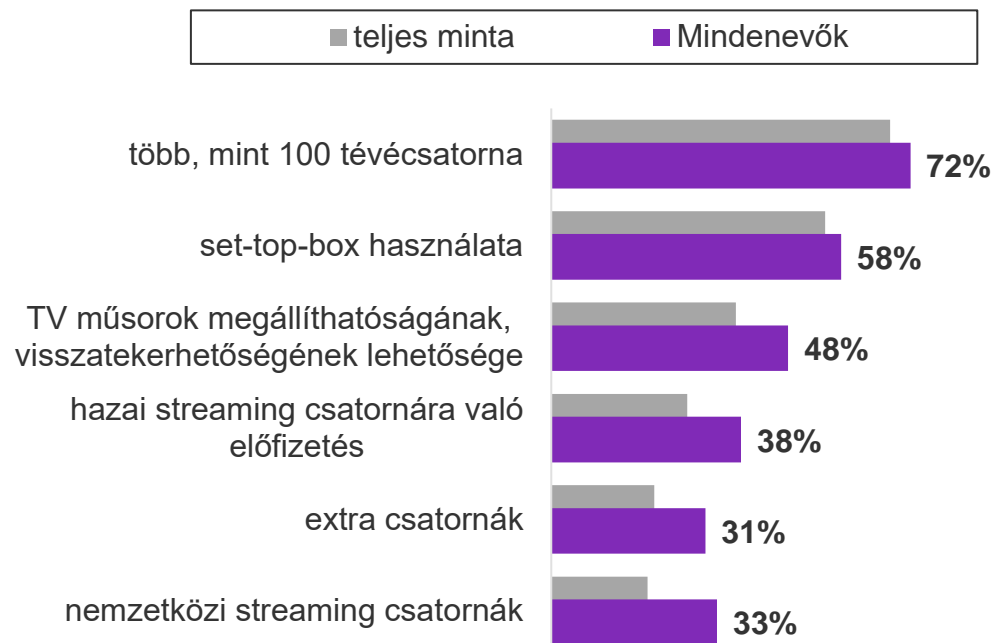
A streaminget és lineáris tévés tartalmat hasonló arányban fogyasztók döntően az 50 év alattiak közül kerülnek, jellemzően városban élnek. Fogékonyak a prémium tévés szolgáltatásokra, átlag fölötti elköteleződés látszik mind a tévés, mind az online tartalmak irányába.

Mind a csatornák közti szörfölgetés, mind a tervezett tévénézés jelen van az életükben, változatos és gazdag a zsánerpreferenciájuk.

Sokuk számára a streamingcsatornák akár már fel is válthatnák a lineáris tévét, de elismerik a TV által nyújtott „készen kapottság” előnyét, a streamingen tapasztalható választási kényszer nehézségeit is.

# Mindenevő nézők jellemzése

## TV CSOMAG RÉSZE



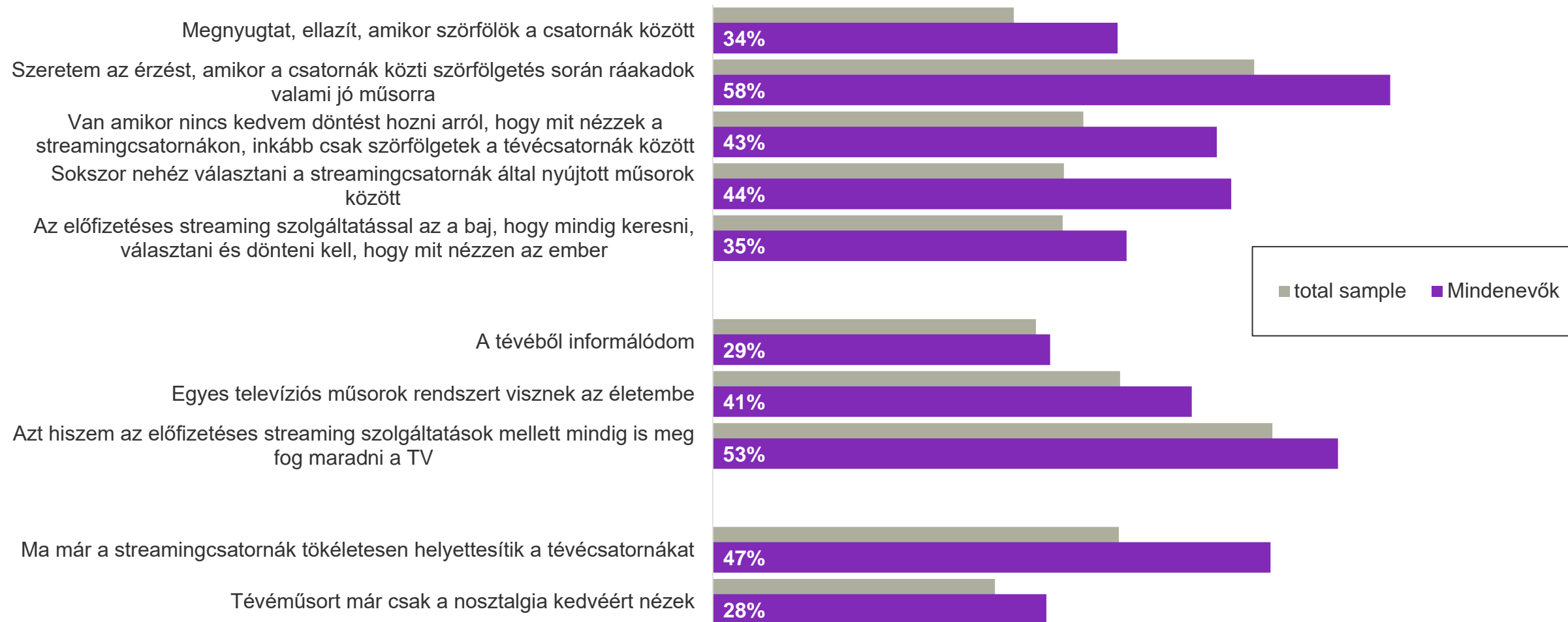
**ELŐFIZETÉS LEGALÁBB 2 STREAMING CSATORNÁRA:  
63%**

## GYAKRAN NÉZETT ZSÁNEREK



# Mindenevő nézők – Tévénézéssel kapcsolatos attitűdök

## Állításokkal egyetértők aránya



# Streaming pártiak – lineáris TV-t ritkán nézik, inkább online tartalmakat választanak

## TV-zés és streaming – online tartalomfogyasztás imázsa

### TV-zés imázsa:

küzdelmes, feszült, durva, ódivatú, nyugtalanító, izgatottságot vált ki,



„Nagy küzdelem árán lehet eljutni oda, amit látni szeretnék, a reklámok hátráltatnak.”



„A sziklás tenger nyugtalanít, nem érzem jól magam, belefulladás (25-39)

### Streaming imázsa:

lágú, otthonos, könnyed, békét sugároz



„A homokban csúszkálhatok, választhatok a tartalmak közül kedvemre” (25-39)



# Streaming pártiak

*Elsősorban a 25-39 év közötti korosztály*

## Motivációk, szokások:

- Általában **háttérben** mennek a műsorok
- Egy-két csatorna fontos számukra
  - **Mese**, gyerekeknek szóló tartalmak
  - **Sportműsorok**
- **Minőségi tartalmat** szeretnének, akár egy online felületen szereplő tartalomgyártóval együttműködve, mielőtt kikerülne YouTube-ra, kizárólagosan egy csatornán adásba mehetne a műsor.

*„Nekem a TV-zés háttérzaj, szeretem, ha szól, amikor valami mást csinállok, főzök a konyhában.”*

*„Ha sokat dolgoztam, és fáradt vagyok, akkor bekapcsolom és had menjen.”*

## Előfizetés, költségek.

- Nem fordítanak sok figyelmet a szolgáltató kiválasztására
- Kizárólag azért előfizetők, mert – azt gondolják – drágább lenne, ha a TV nem lenne része a csomagnak
- Nem tudatosak, nem figyelik az árváltozásokat.
- Nem tudják, hogy mennyi külön a TV előfizetés ára;

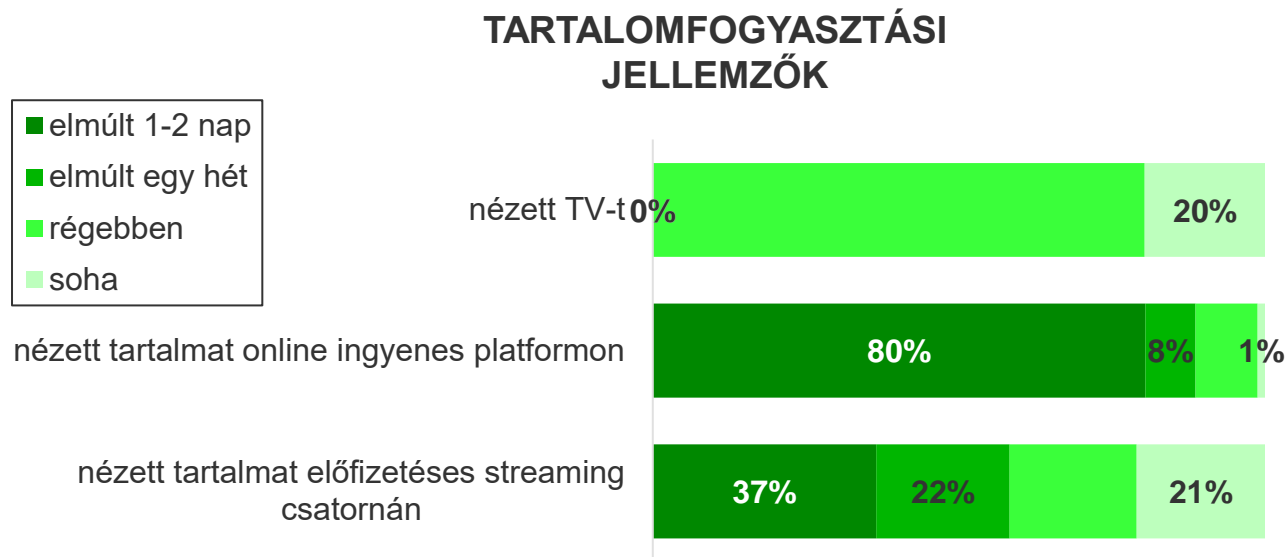
*„200 körüli a csatornáim száma, de fogalmam sincs, hogy ez a mostani csomagokat tekintve soknak számít-e.”*

## Kedvenc műsorok:

- Sport közvetítések, amit még továbbra is a hagyományos TV-hez kötnek, alacsony a hajlandóság a streaming előfizetésekre (Bajnokok Ligája nézők esetében is)
- Magyar, **saját gyártású műsorok**

*„Kis csomagom van, 30 csatornára fizettem elő, a kapcsolgáshoz ez is bőven elég.”*

# Streaming párti nézők jellemzése

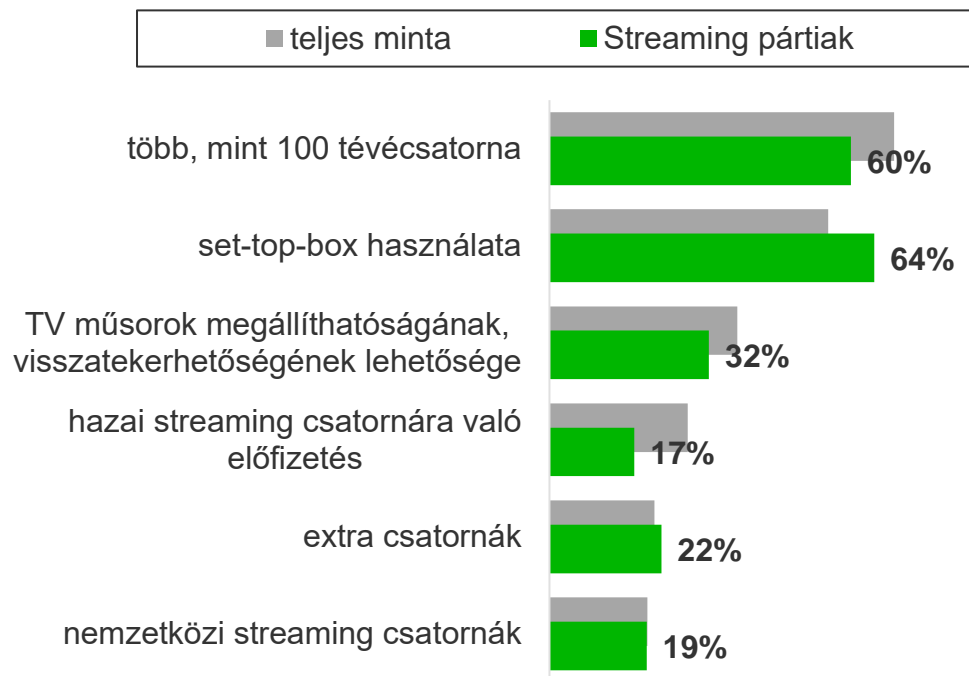


Alacsonyabb életkorral és magasabb iskolai végzettséggel jellemezhető leginkább a streaming párti nézők, minden negyedik Budapesten él. Elsősorban a sorozatokat kedvelik, azok közül is a nemzetközi tartalmakat részesítik előnyben. A tévés szerepe marginális – sem szörfölgetni sem tervezetten nézni nem szoktak jellemzően, inkább a „háttérzaj” szerepét tölti be a lineáris TV, vagy nosztalgiából választják az online tartalmak helyett. Domináns a vélemény, hogy ma már tökéletesen helyettesítik a streaming csatornák a hagyományos csatornák – ez közel áll az igazsághoz a szegmens körében preferált zsanerek esetén.



# Streaming párti nézők jellemzése

## TV CSOMAG RÉSZE



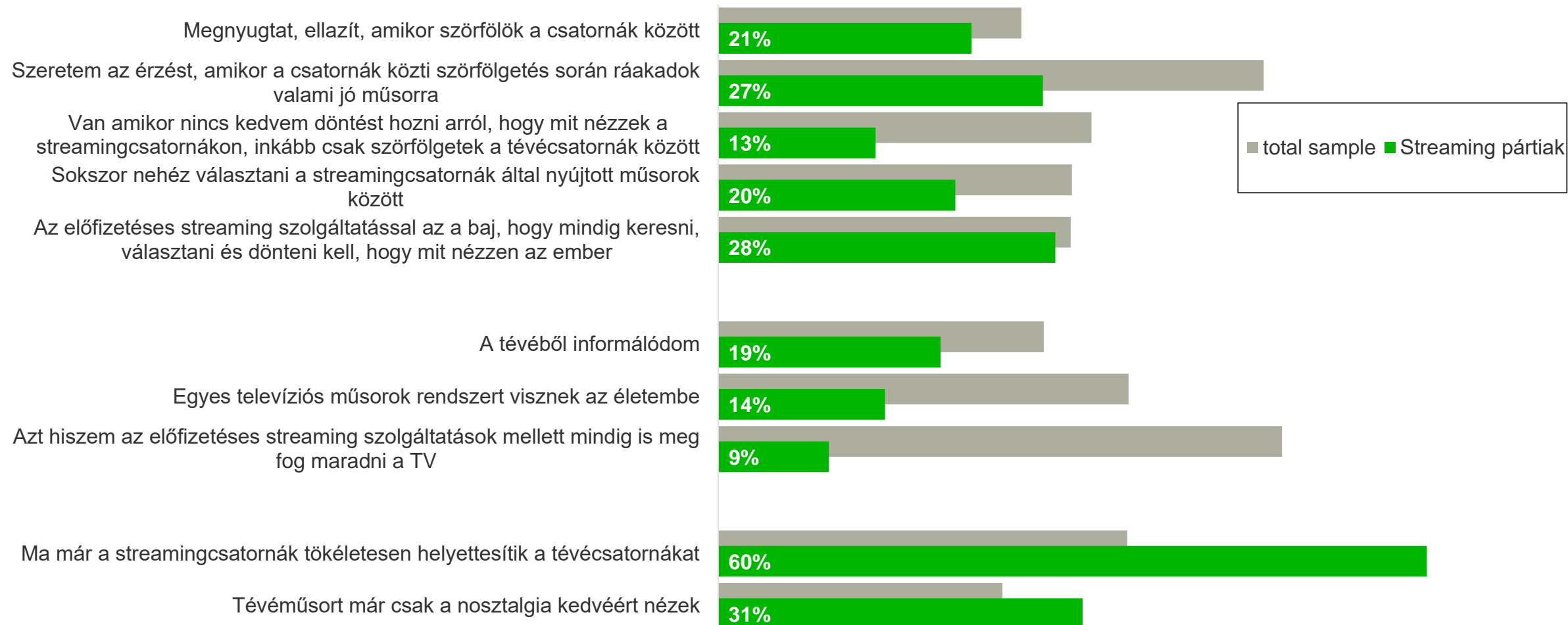
**ELŐFIZETÉS LEGALÁBB 2 STREAMING CSATORNÁRA:  
53%**

## GYAKRAN NÉZETT ZSÁNEREK



# Streaming párti nézők – Tévénézéssel kapcsolatos attitűdök

## Állításokkal egyetértők aránya



# Lemorzolódók, akiknek volt, de lemondták a TV előfizetésüket

## TV-zés és streaming – online tartalomfogyasztás imázsa

### TV-zés imázsa:

idegesítő, katyvasz, végtelenség, unalmas

„Egy-egy film  
kiemelkedett, mint  
egy hegycsúcs, de  
ez nem volt elég,  
hogy megtartsam  
az előfizetést.”  
(25-39)



„Nyugalom van a fa alatt, nem  
zavar semmi, reklámmentes.” (25-  
39)

„Idegesítő sivárság volt.”  
(25-39)



# Lemorzolódók, akik az utóbbi 1-2 évben mondták le az előfizetésüket

25-39 év közötti korosztály

## A lemorzolódás fő okai:

### – Reklámok,

- az interneten megjelenő reklámok kevésbé zavaróak
- bosszantotta őket, hogy nem nekik szólnak sem a műsorok, de még a reklámok sem.

### – Műsorok ismétlése

– Nem megfelelő, számukra érdektelen tartalmak

– Műsorok minőségének fokozatos romlása (korábbi színvonalas műsorok hanyatlása, pl: tehetségkutató műsorok szereplőinek és zsűrijének színvonaltalansága)

„Érződik, hogy a TV-műsorokat és a reklámokat is az idősebbekre, szabják. Az interneten inkább a fiatalokat akarják megszólítani.” (25-39)

## Költségek.

– **Lemondás okaként az ár nem merült fel** – ha szerepet is játszott, nem szívesen szembesülnek vele, nem szívesen reklámozzák

– Magasabb a TV és az internet költségének felső határa: 12-15 ezer Ft

– Fontos számukra a **mobilizálhatóság**, azaz más eszközön is elérhető legyen az adás

– Jellemző, hogy eredetileg is csak internet előfizetést szeretettek volna, de az alacsony ár miatt előfizettek, végül a **kihátrálhatóság miatt lemondtak**

„A csomagok nem lettek. Két csatornát néznék, de az az ár, hogy egy csomagban is elérhető. Lehetne valami olyan, mint a “kedvencem” pizza, hogy csak az van benne, amit szeretek, ami engem is érdekel.” (25-39)

## A lineáris TV előnyei / hátrányai:

– **Közösségi élmény hiányzik nekik**, mert a streaming tartalom fogyasztása esetén nem gyűlik össze sem a család, sem a baráti társaság

– Hiányolják a műsorokból fakadó nosztalgia érzését is

– Kedvenc műsorok:

– Cápák között

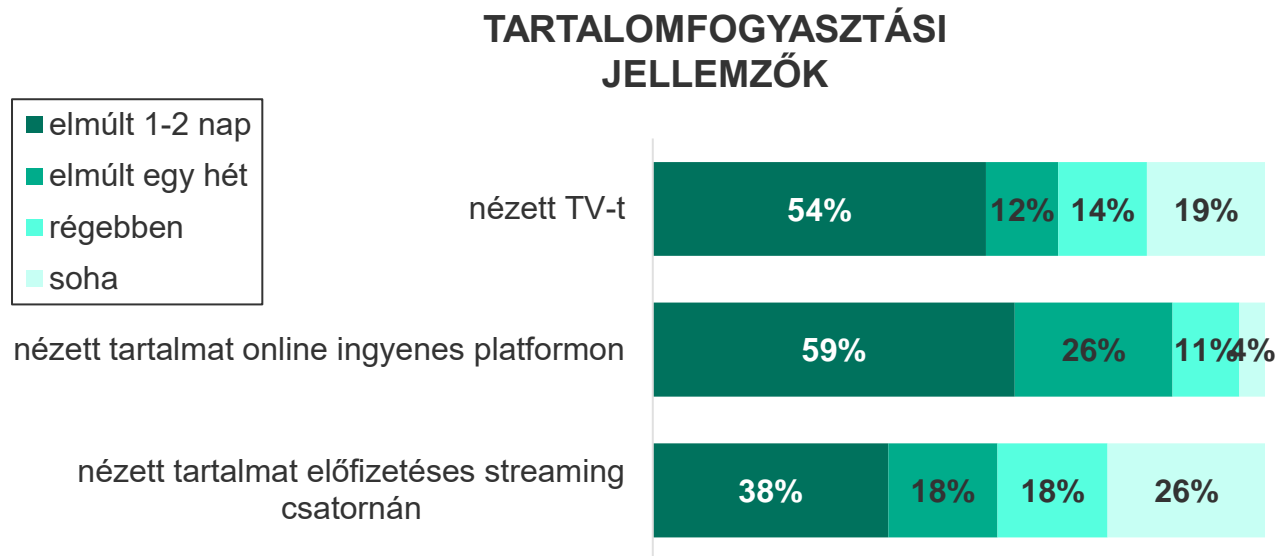
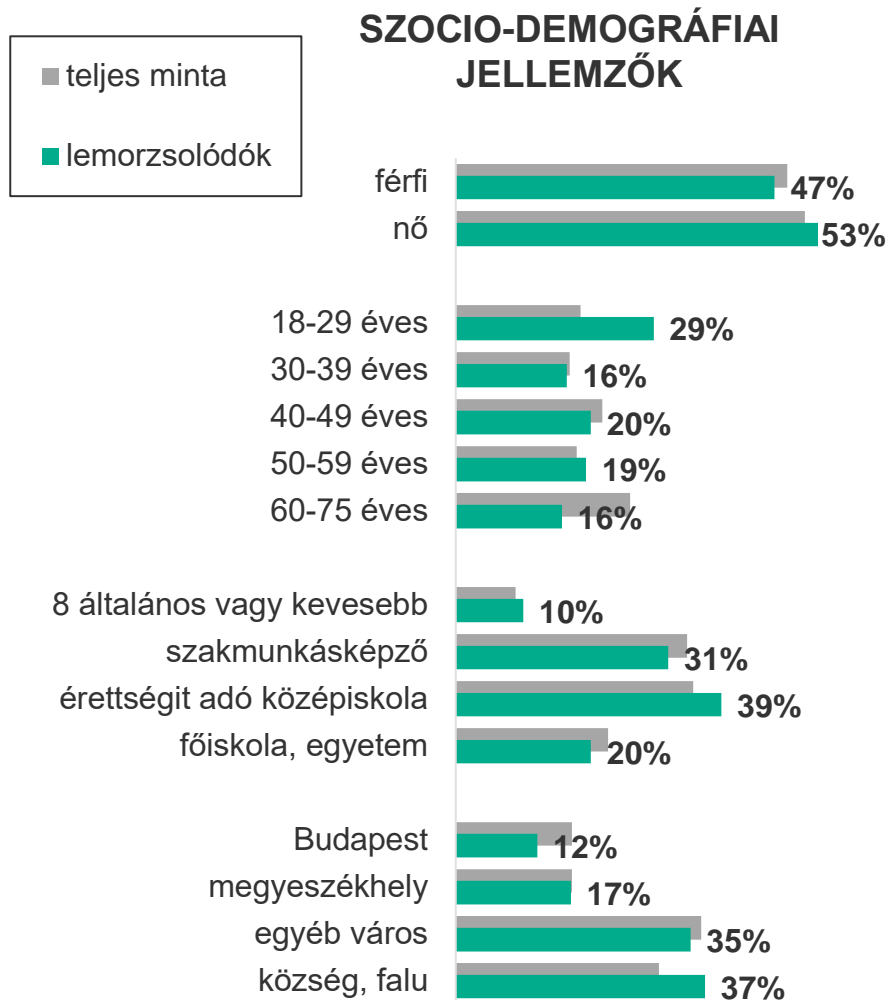
– Géniusz

– 500,

– Gyetván Csaba, hogyan készült? (pl. Túró Rudi)

„A műsorvezetők nem szakemberek, régebben kitanulták, értettek hozzá. Ma azért vannak a képernyőn, mert népszerűek.”

# Lemorzsolódók jellemzése

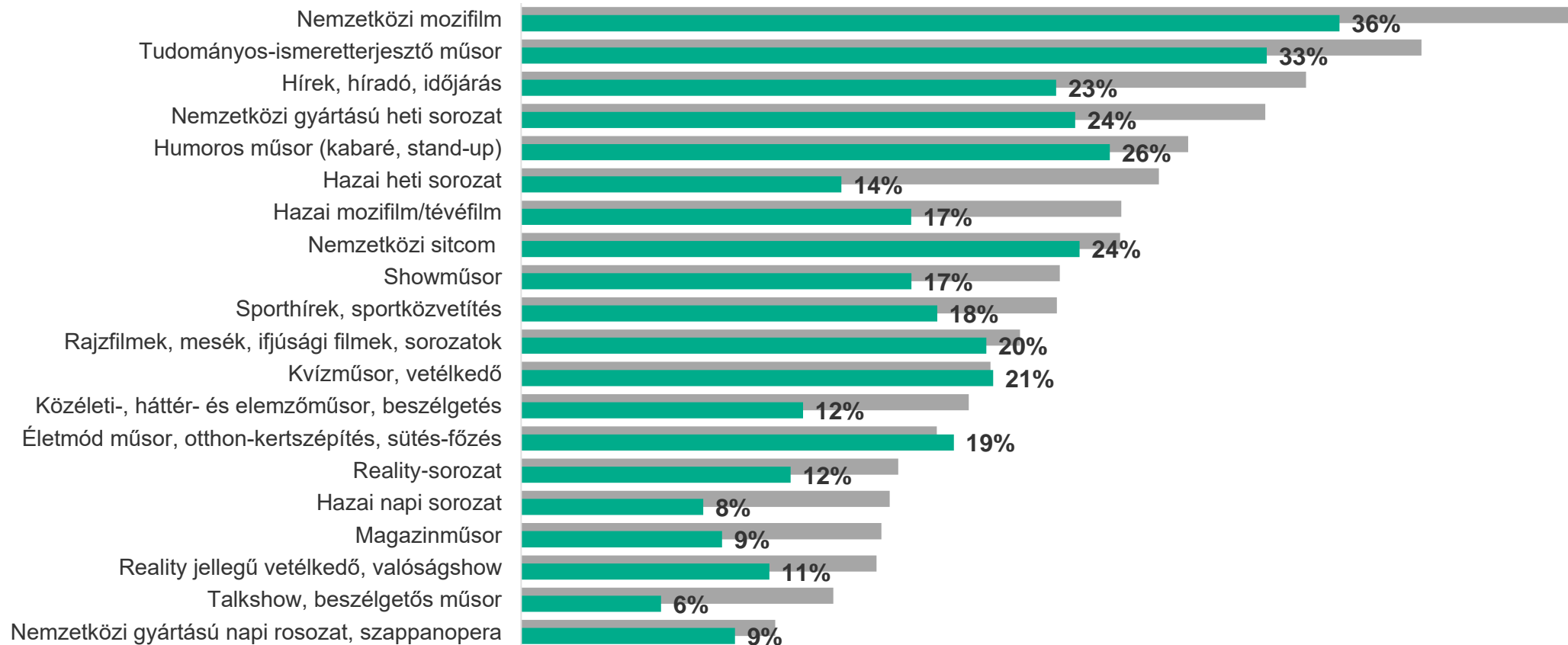


Bár már nem rendelkeznek TV előfizetéssel, az ingyenes lineáris tartalmat azért eléri még ez a főként fiatalokból álló szegmens. A lineáris adást a nosztalgia és a streamingcsatornákon jellemző döntési kényszer elkerülése miatt néznek. A nemzetközi tartalmak mellett az ifjúsági műsorok, mesék, kvízműsorok és életmód műsorok keltik fel a figyelmüket.

**ELŐFIZETÉS LEGALÁBB 2 STREAMING CSATORNÁRA: 33%**

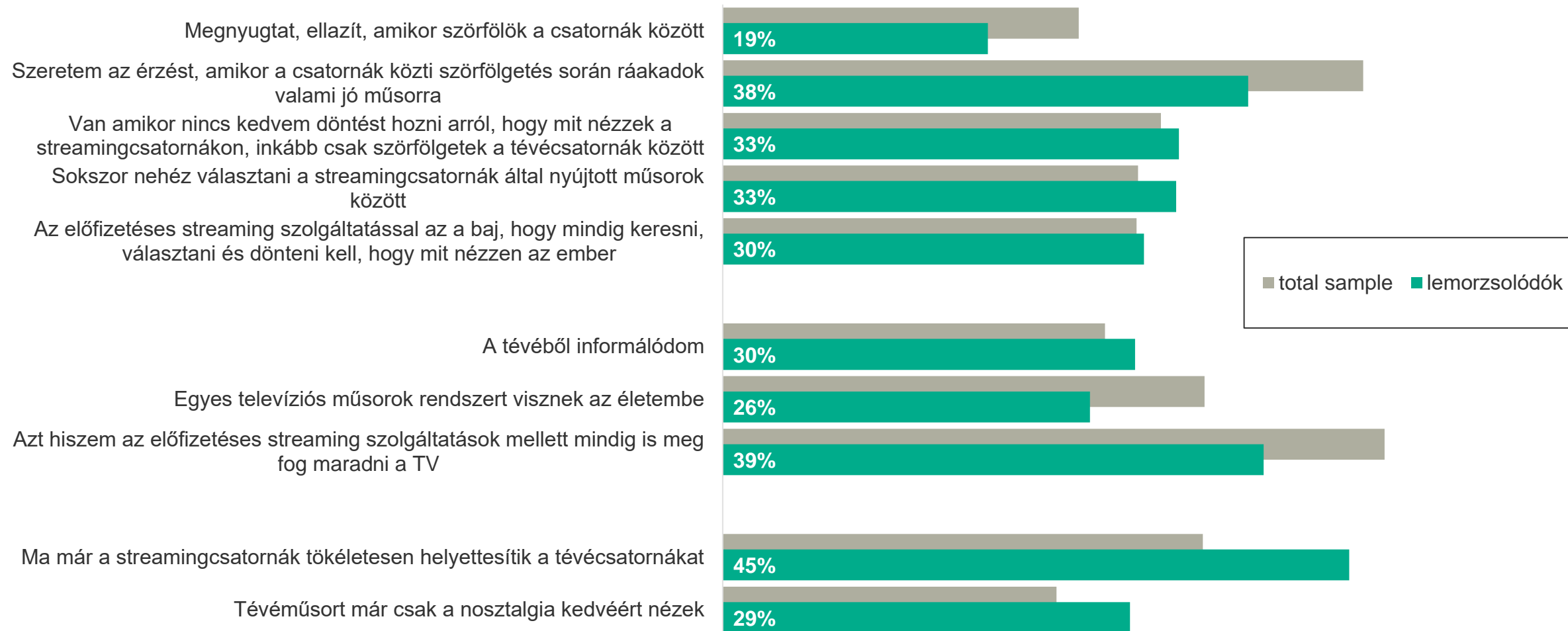
# Lemorzsolódók jellemzése

## GYAKRAN NÉZETT ZSÁNEREK



# Lemorzsolódók – Tévénézéssel kapcsolatos attitűdök

## Állításokkal egyetértők aránya



## Lemorzolódás oka

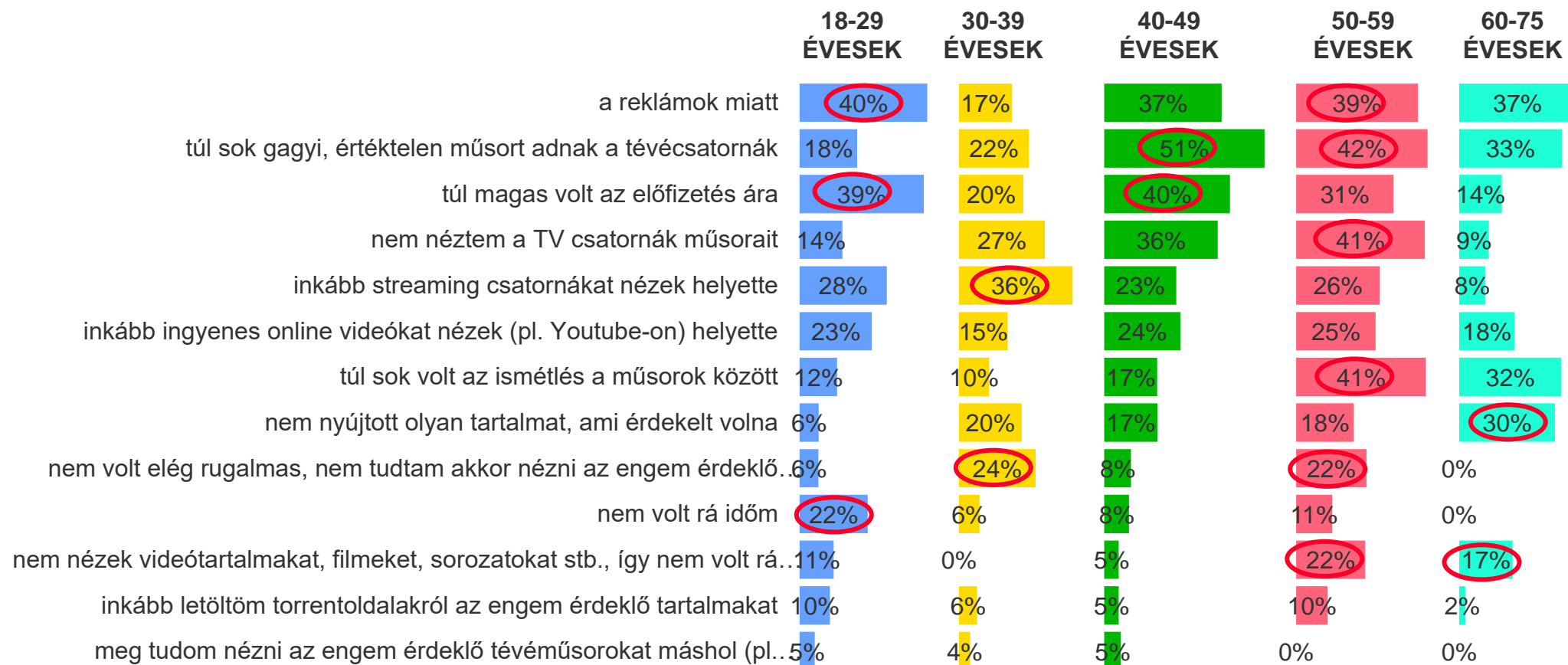
A reklámokat említették legtöbbször, ha a TV-s előfizetés lemondásáról kérdeztük őket – ezen kívül a minőségi tartalom hiánya (40-es, 50-es korosztály) és az előfizetés magas költsége (20-as, 40-es korosztály) jelent meg a legfontosabb indokok között. Az online videós tartalmak elérhetősége – legyen szó előfizetéses vagy ingyenes verzióról – csak alig minden ötödik lemorzolódó indokai között szerepelt.





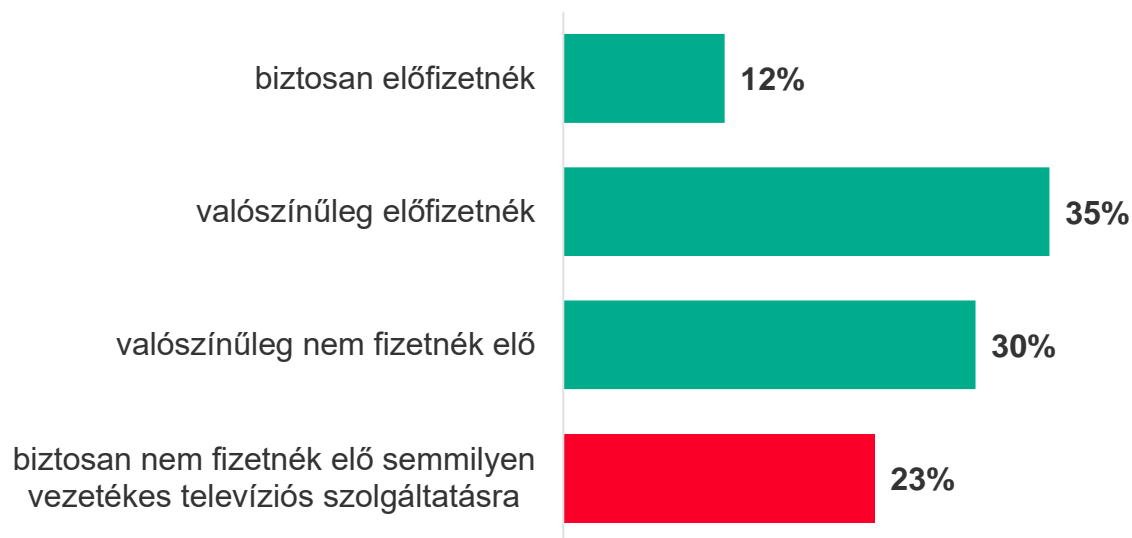
# Lemorzsolódás oka

## Életkori csoportok szerinti eltérések



## Ár jelentősége az előfizetésben

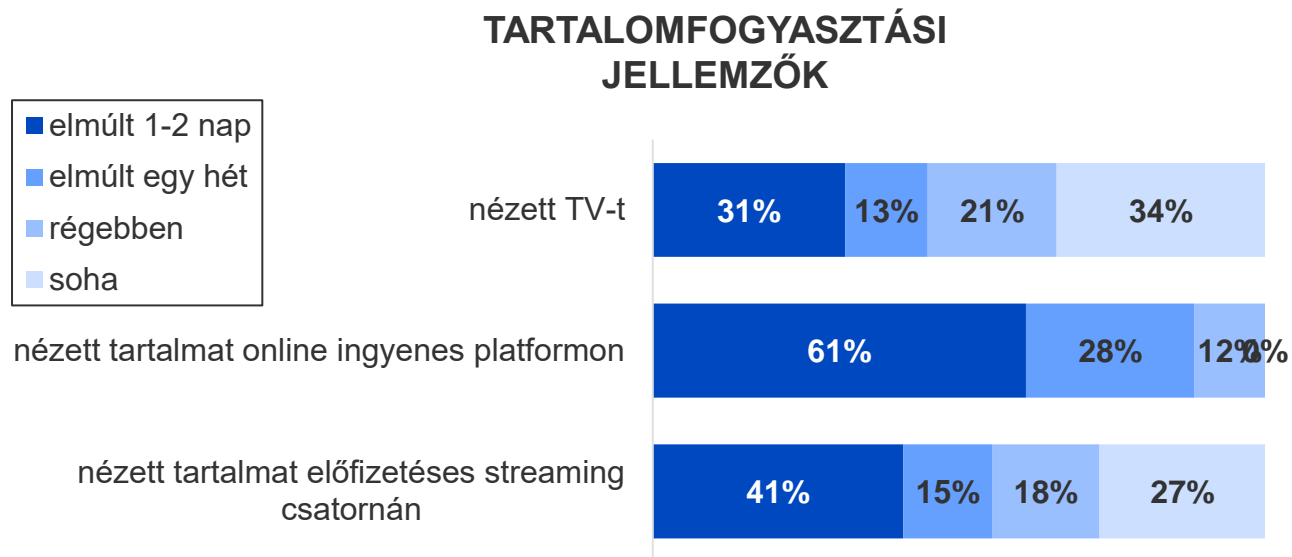
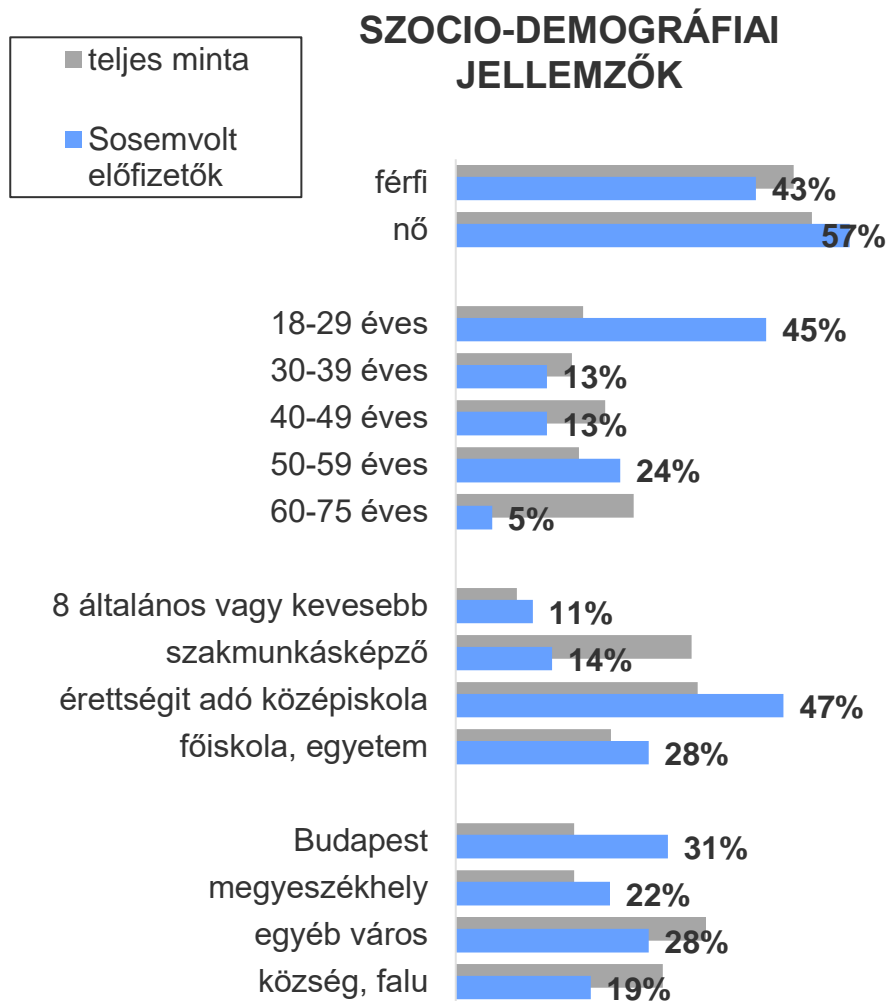
„Ha lehetősége lenne a jelenlegi előfizetési díjknál jóval kedvezőbb áron előfizetni csak néhány Ön által preferált tévécsatornára, akkor fontolóra venné?”



A **lemorzsolódók közel felét vissza lehetne csábítani az előfizetők közé** a számukra megfelelő, kedvező árú csomaggal. Ez az arány jól rímél arra, hogy a TV-s csomag magas ára a harmadik leggyakoribb indok volt az előfizetések megszüntetésére.

Minden negyedik a lemorzsolódók közül azonban biztosan nem fizetne elő semmilyen vezetékes szolgáltatásra.

# Sosemvolt előfizetők jellemzése

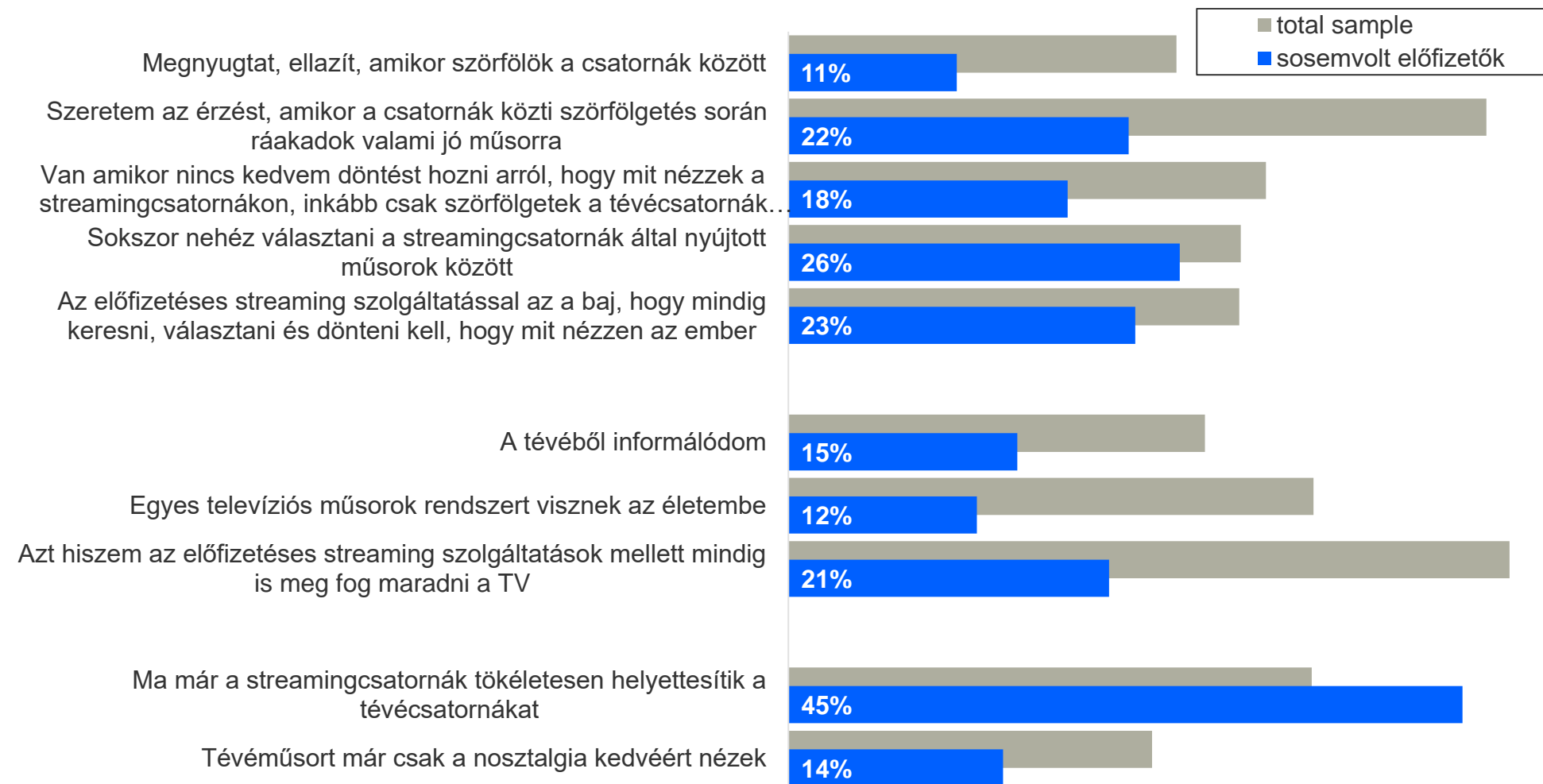


Jellemzően azok a fiatalok a TV-s előfizetéssel korábban sem rendelkezők, akik kirepülve a családi fészekből saját háztartásukban már nem érezték szükségét a vezetékes TV előfizetésnek. Ugyanakkor néznek lineáris tévés adást – ingyenes formában vagy mások háztartásában.

**ELŐFIZETÉS LEGALÁBB 2 STREAMING CSATORNÁRA: 44%**

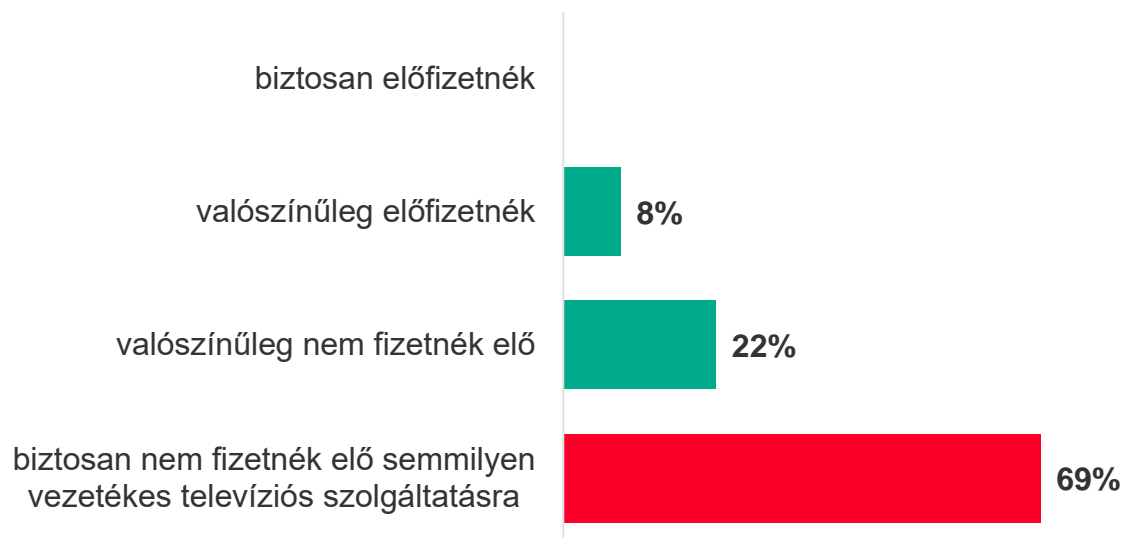
# Sosemvolt előfizetők – Tévénézéssel kapcsolatos attitűdök

## Állításokkal egyetértők aránya



## Sosemvolt előfizetők – Jövőbeni előfizetés valószínűsége

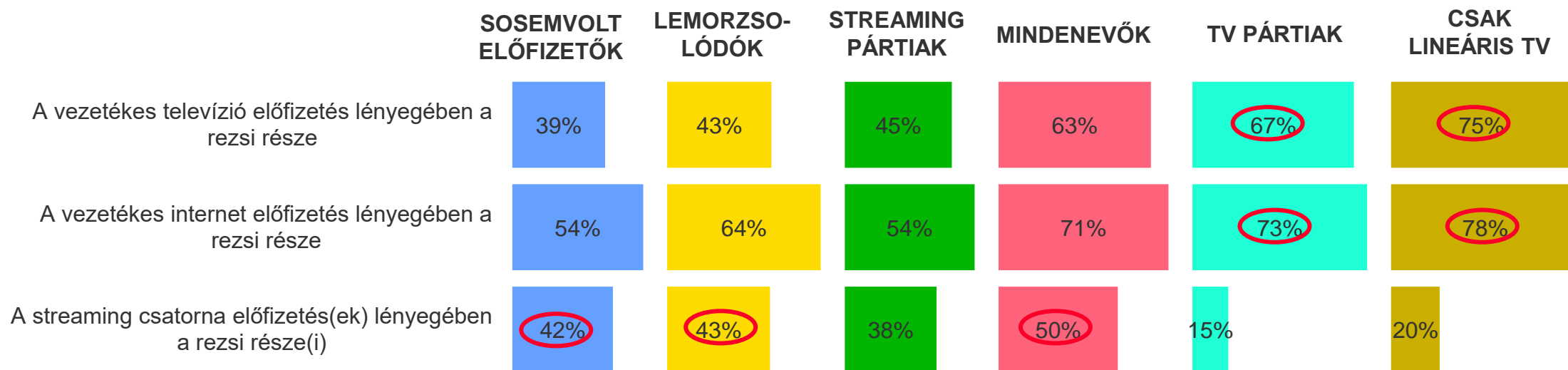
„Ha lehetősége lenne a jelenlegi előfizetési díjknál jóval kedvezőbb áron előfizetni csak néhány Ön által preferált tévécsatornára, akkor fontolóra venné?”



Az előfizetéssel korábban sem rendelkezőket nemigen lehetne még rájuk szabott csomagokkal sem a fizetős lineáris tartalomfogyasztók közé csábítani – 69% biztosan nem fizetne elő vezetékös TV-s szolgáltatásra, s további 22% sem tartja valószínűnek a lehetőséget.

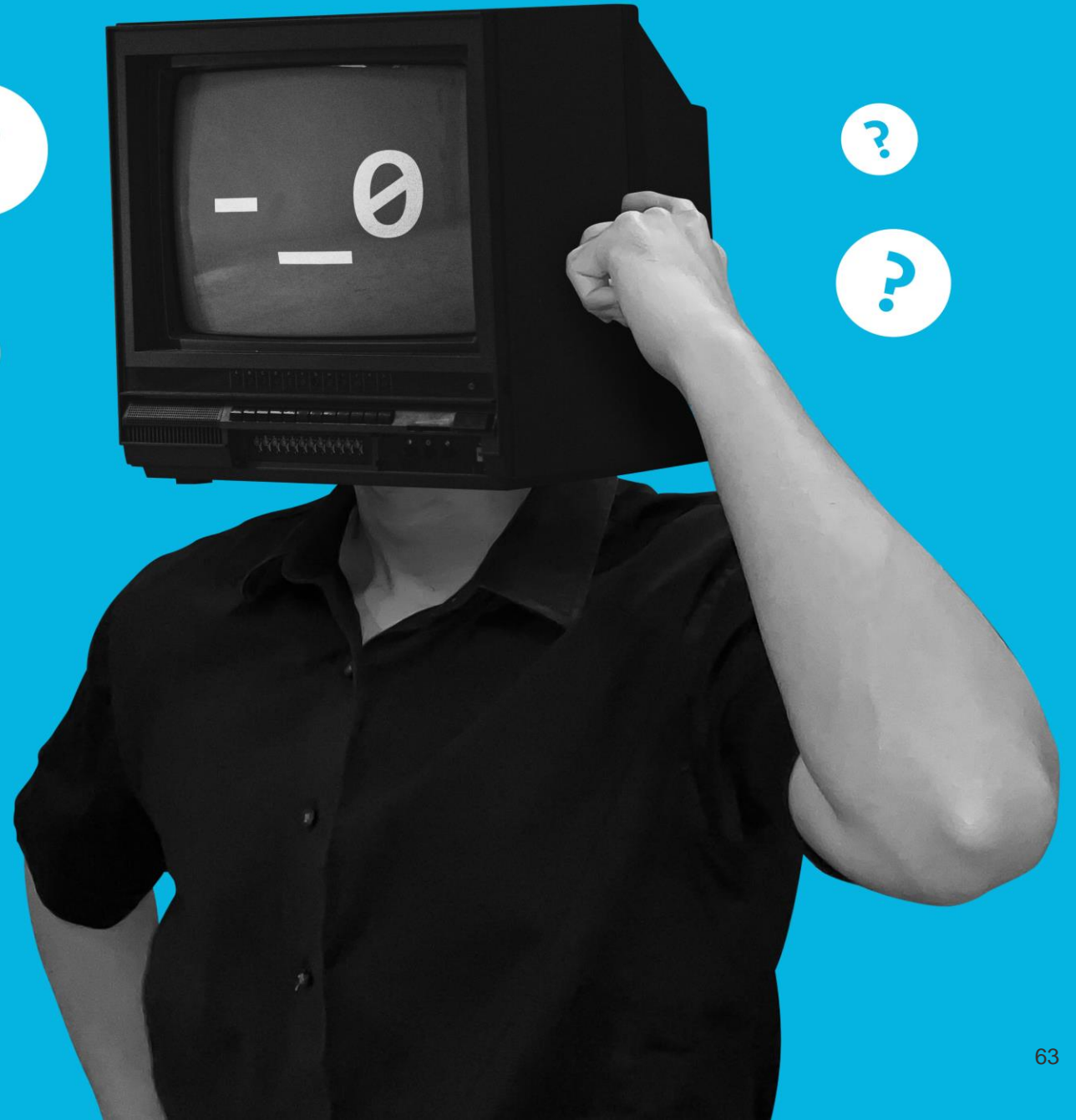
# Előfizetések és a rezsiköltségek értékelése

*Inkább vagy teljes mértékben egyetértők*



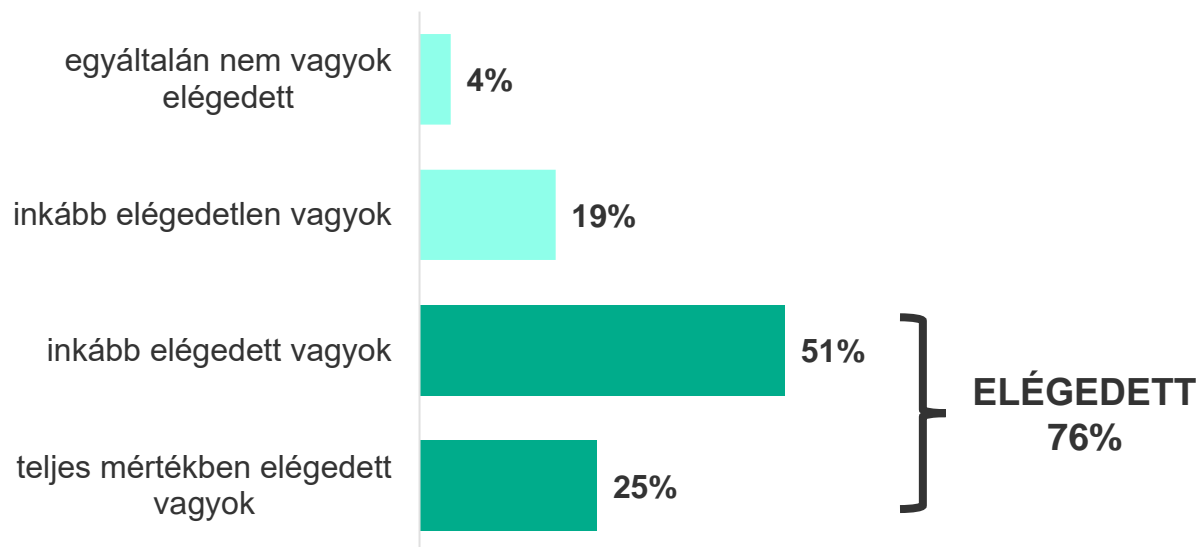
A vezetékes TV előfizetéssel nem rendelkezők ugyanannyira érzik alapszolgáltatásnak, rezsiként fizetendő szolgáltatások közé tartozónak a vezetékes TV-t és az előfizetéses streamingcsatornákat – azelőbbiben az átlagtól lefelé, míg az utóbbiban az átlagtól felfelé térnek el. A vezetékes TV díját rezsiként a sokat tévézők tartják nyilván legnagyobb arányban – de ők azok is, akiknek a vezetékes internet is nélkülözhetetlen kategóriába tartozik. A Mindenevők, a legszélesebb körű videós tartalom iránti érdeklődéssel rendelkezők jellemzően minden tekintetben átlag feletti, de különösen a streaming csatornák meglétének szükségességét illetően – minden második rezsiként tekint az előfizetéses streamingcsatornák jelentette költségre.

# 5. Lemorzsolódás

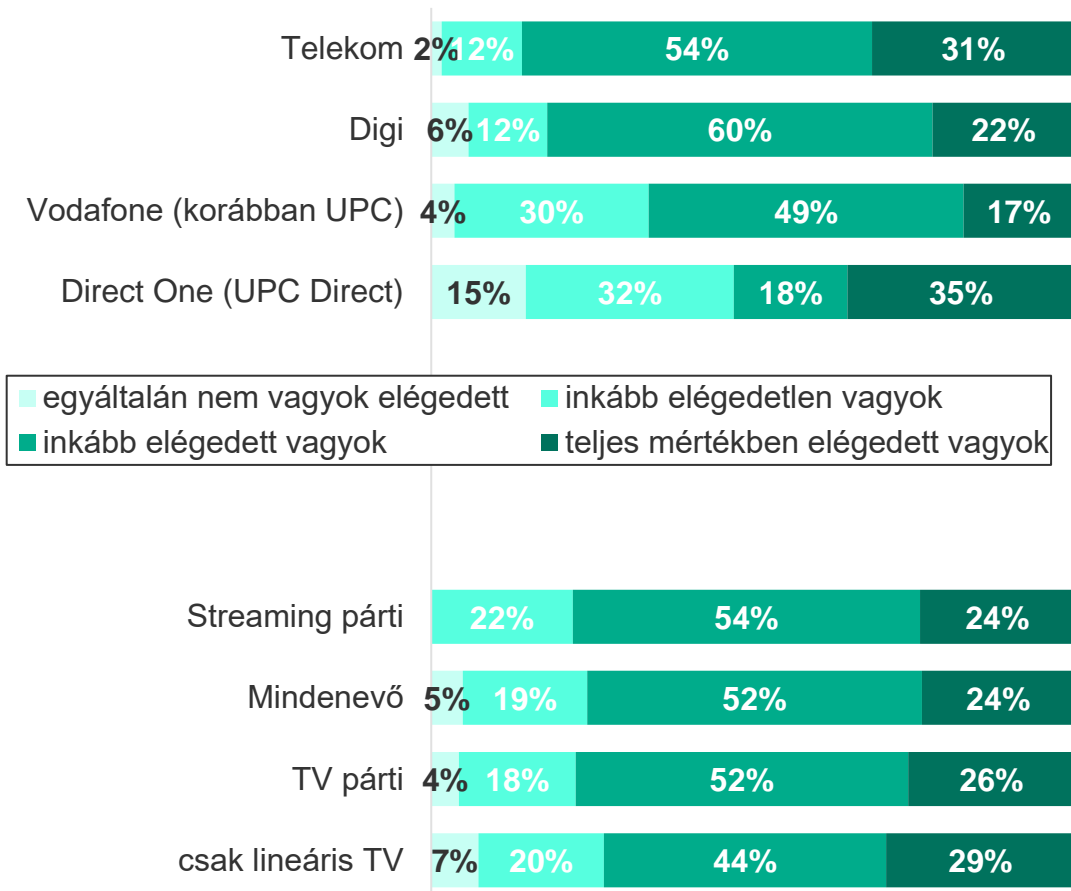


# Elégedettség a vezetékes szolgáltatásokat biztosító előfizetéssel

## Vezetékes internet és TV előfizetéssel rendelkezők



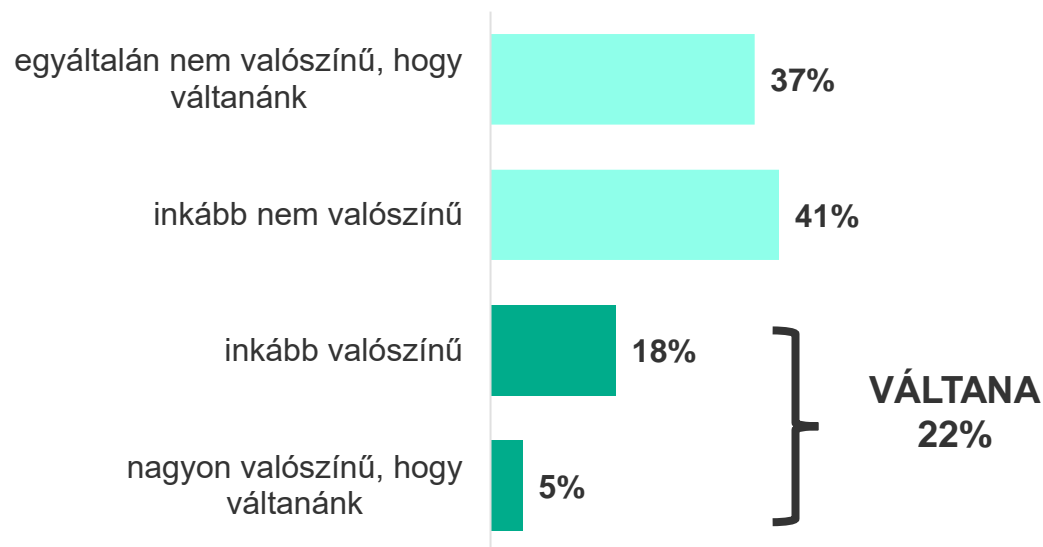
Négyből három vezetékes szolgáltatásra előfizető elégedett alapvetően a szolgáltatójával – magasabb az elégedettek aránya a Telekom és a Direct One ügyfelek körében.



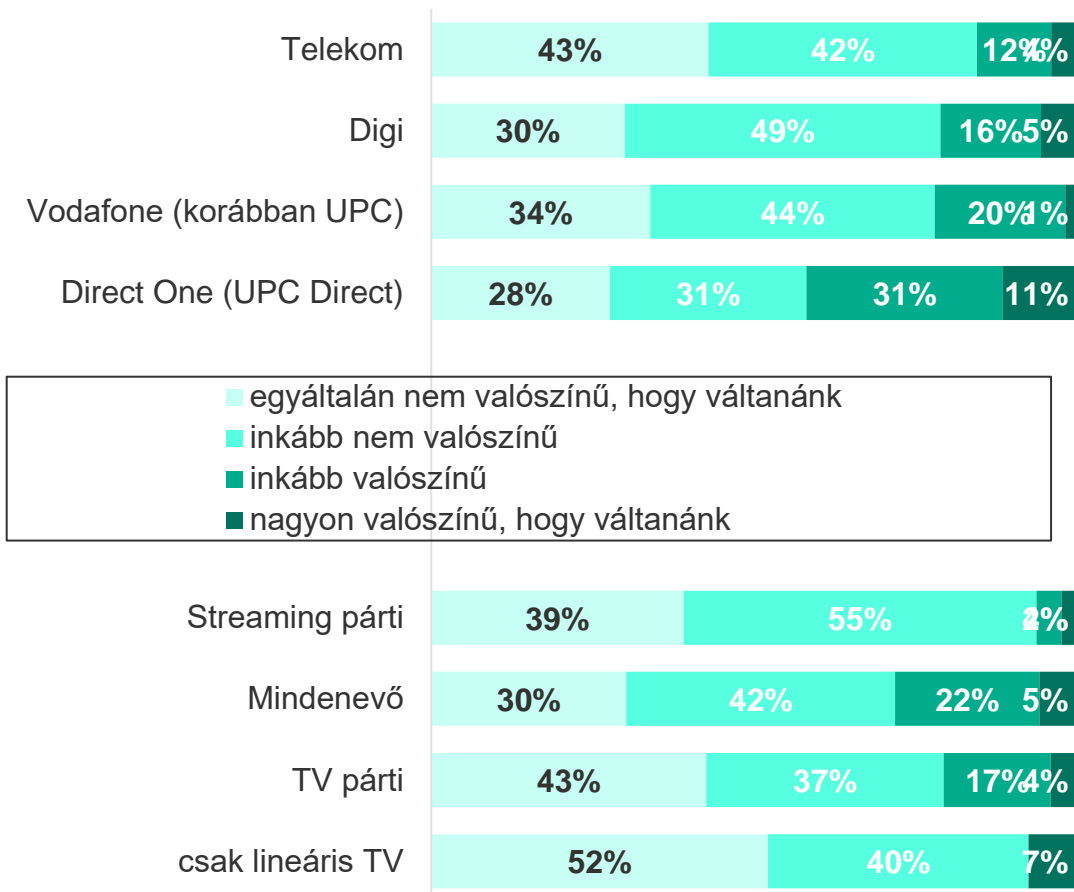


# Szolgáltatás váltásának valószínűsége a közeljövőben

Vezetékes internet és TV előfizetéssel rendelkezők

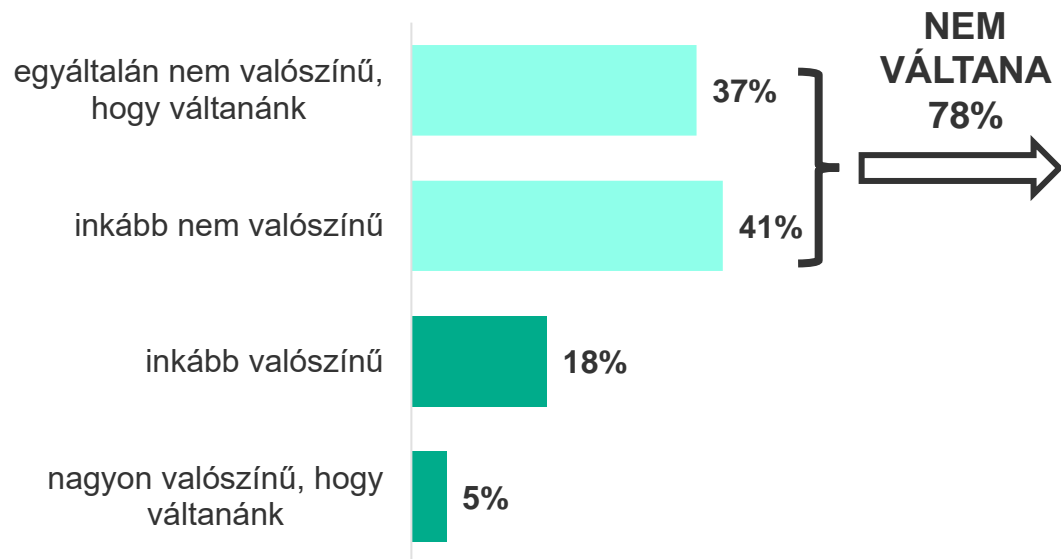


Alig minden ötödik előfizető tartja valószínűnek, hogy a közeljövőben szolgáltatót váltana – legnagyobb arányban az amúgy elégedettnek számító Direct One ügyfelek.



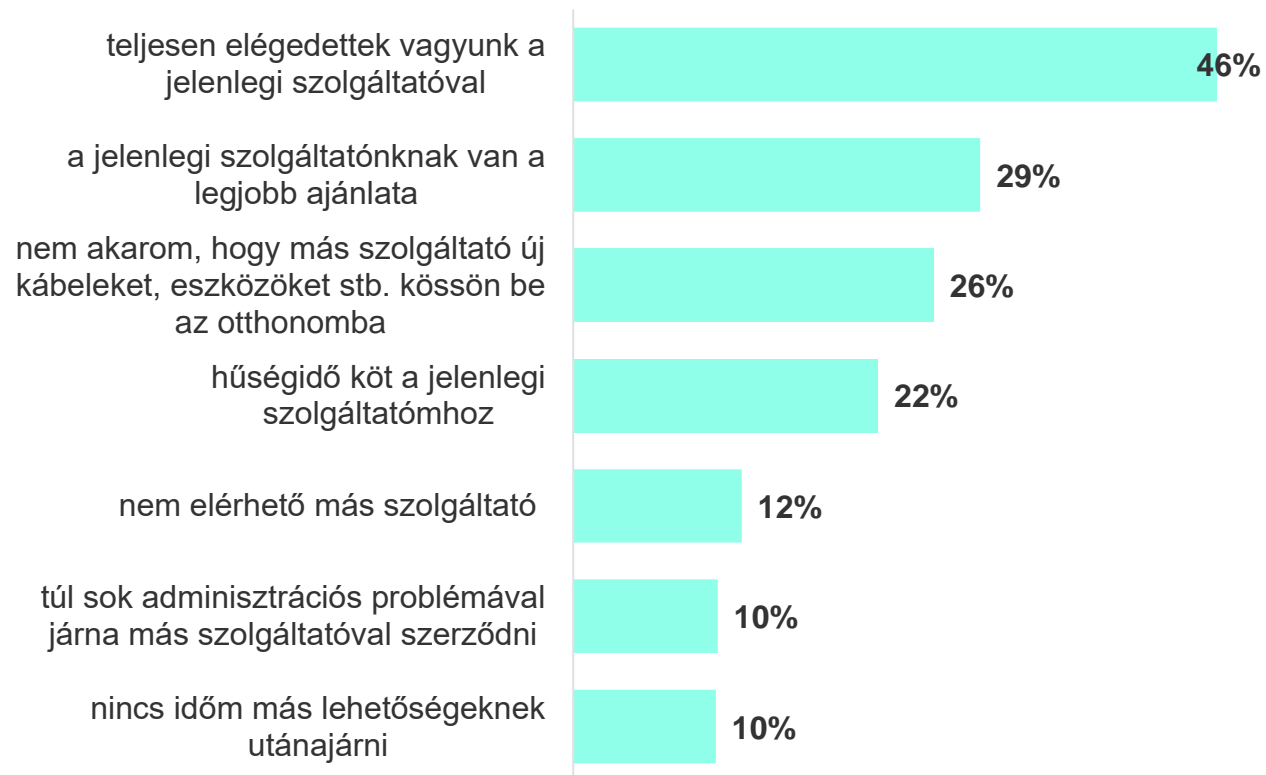
# Szolgáltató megtartása - okok

Vezetékes internet és TV előfizetéssel rendelkezők



Az elégedettség mellett racionális okok is szólnak a jelenlegi szolgáltató megtartása mellett: tartanak a váltással járó adminisztrációs problémáktól (10%), de főként a beszerelési nehézségektől (26%). 29% gondolja, hogy a jelenleginél nem kap jobb ajánlatot, míg 10% bevallja, hogy nincs ideje utánajárni a lehetőségeknek.

## MIÉRT NEM VÁLTANÁNAK?

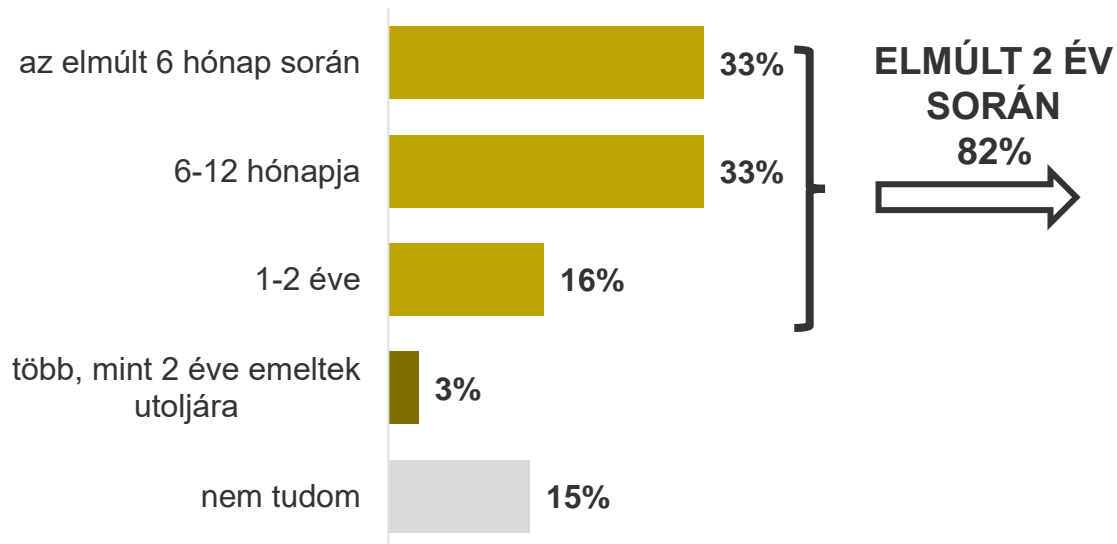


N=609, akik nem váltanának

# Áremelkedés hatása

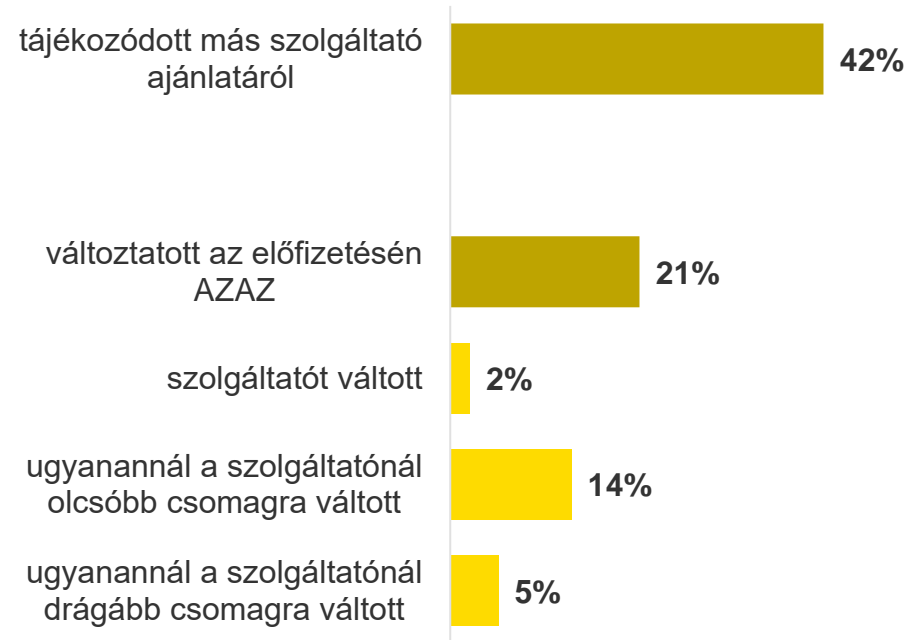
Vezetékes internet és TV előfizetéssel rendelkezők

## MIKOR EMELTÉK MEG UTOLJÁRA AZ ÖN ELŐFIZETÉSÉNEK ÁRÁT?



Az elmúlt időszak folyamatosan áremelkedéseit jól nyomon lehet követni: háromból két előfizetőnek emeltek a díjon az elmúlt egy év során. 42% vallotta, hogy az emelés hatására megnézte a konkurens ajánlatokat, de csak 2% váltott szolgáltatót – a változtatók (21%) többsége inkább a jelenlegi szolgáltatójánál váltott olcsóbb csomagra.

## AZ ÁREMELÉS HATÁSÁRA...? akiknek emeltek az elmúlt 2 év során

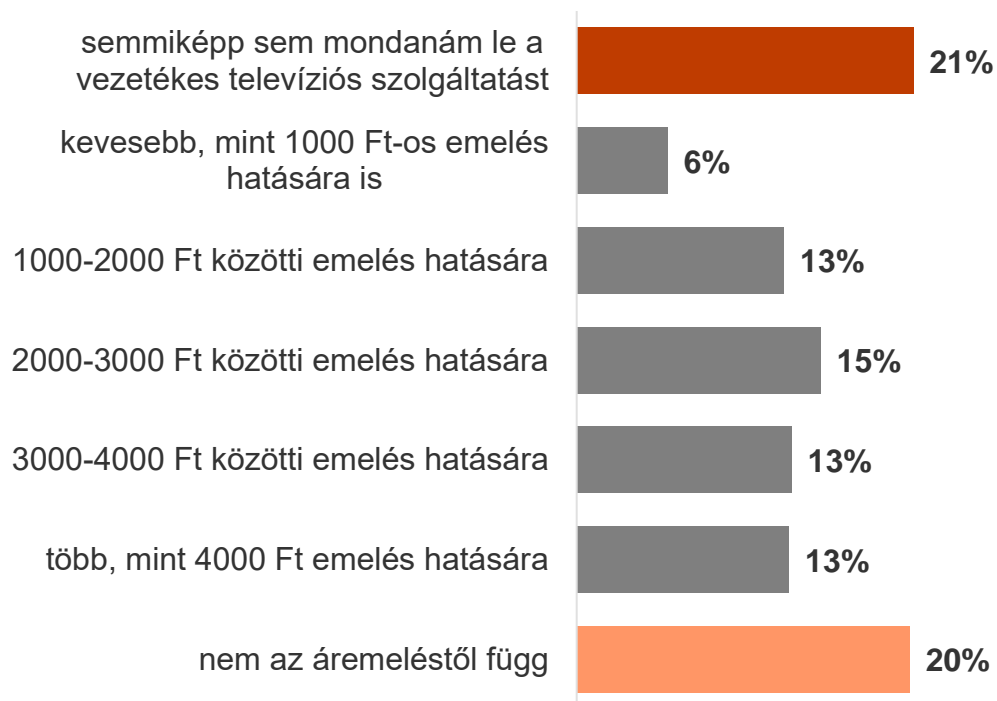


N=642, akiknek emeltek az elmúlt 2 év során

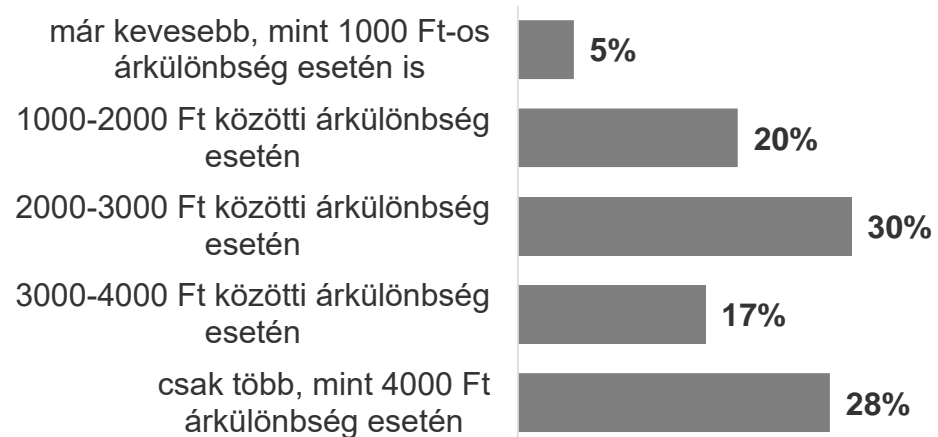
# Áremelkedés, árkülönbség hatása

## Vezetékes internet és TV előfizetéssel rendelkezők

### MEKKORA LENNE AZ AZ ÁREMELKEDÉS, AMELY ESETÉN ELGONDOLKOZNA AZON, HOGY LEMONDJA A VEZETÉKES TELEVÍZIÓS SZOLGÁLTATÁST?



### MEKKORA ÁRKÜLÖNBSÉG ESETÉN VÁLTANA SZOLGÁLTATÓT (KÖZEL) AZONOS CSOMAGAJÁNLAT ESETÉN?



A megkérdezettek érzékenyek az árkülönbségekre – 3000 Ft-os átkülönbség már minden másodikat szolgáltatóváltásra ösztökélné. A szolgáltatás lemondása azonban nem csak az áraktól függ, de egy nagyobb áremelés hatása e tekintetben is érezhető lenne.

# Állítások a szolgáltatókkal, a szolgáltatók áremelésével kapcsolatban

## Vezetékes internet és TV előfizetéssel rendelkezők

Nagyon megemelték a vezetékes szolgáltatások árait az utóbbi időben, de így is előfizetünk rájuk



A szolgáltatók nagyjából ugyanat kínálják, ugyanazon az áron, mindegy melyiket választom



Azért nem váltok szolgáltatót, mert nem akarom, hogy egy új szolgáltató is szétfúrja a falat



Azért nem váltok szolgáltatót, mert túl sok adminisztrációval jár



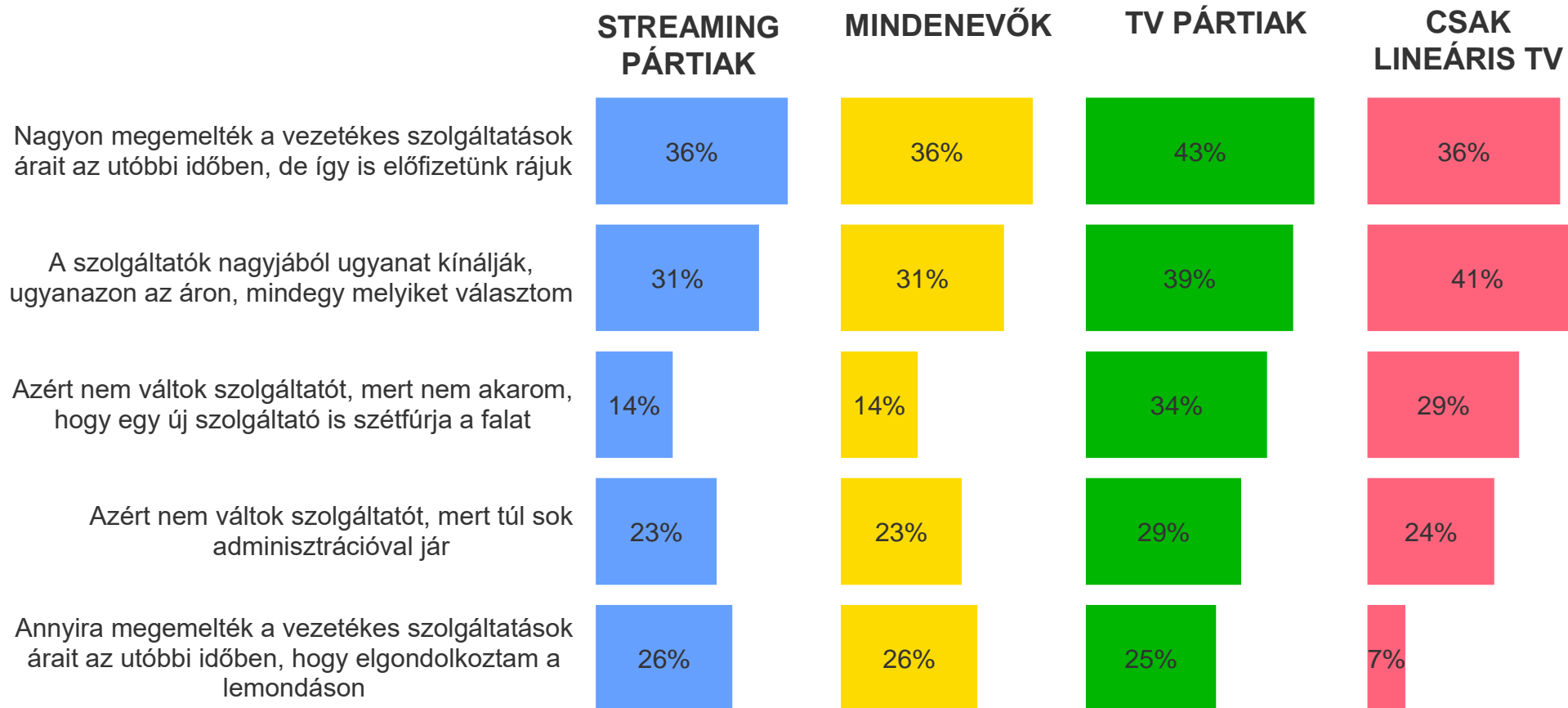
Annyira megemelték a vezetékes szolgáltatások árait az utóbbi időben, hogy elgondolkoztam a lemondáson



■ 1 – egyáltalán nem ért egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 – teljes mértékben egyetért ■ nem vonatkozik rám

# Állítások a szolgáltatókkal, a szolgáltatók áremelésével kapcsolatban - egyetértők

## Szegmensek közti eltérések



# 6. A televíziózás jövője



## Magas csatornaszámú TV csomag – a választás okai

A mintába bekerülő, magas csatornaszámmal rendelkezők jelentős része nem a csatornák mennyisége, változatossága miatt választott.

Kényszerítve érezték magukat a választásnál, azért kellett így kellett dönteniük, mert:

- a kedvenc adóik csak abban a csomagban voltak elérhetők
- és/ vagy a nagysebességű internet megrendelése esetén ez volt az alapértelmezett csomag.

*„Nem volt más lehetőség, mert a gyerek miatt a meseadó, számomra az internet sebessége volt az irányadó.” (25-39)*

*„Maximum 20-25 csatornára lenne szükségem, de úgy vannak beárazva a csomagok, hogy a legnagyobbat kellett megrendelnem, mert csak abban érhetőek el a sportcsatornák.”(40-55)*

*„Nekem kis csomagom van, 30 csatorna bőven elég. Ennek az egyik oka, hogy próbálom korlátozni magam, ha több lenne, lehet, hogy ottragadnék. Kapcsolgatásra nekem ez ideális.” (25-39)*

*„Ne legyen 250 csatorna. 10-et nézek állandóan, de az mindenesetre fontos számomra, hogy legyen még mellette, amire át tudok kapcsolni, nézelődni.”(55-70)*

*Zavar, hogy rengeteg olyat beletesznek, ami egyáltalán nem érdekel. Főleg az idegennyelvű csatornákat nem értem. Miért van nekem kínai, olasz, francia csatornám? Legszívesebben kivinném őket. (55-70)*



# Csatornaszámmal kapcsolatos állítások értékelése

## *Inkább vagy teljes mértékben egyetértők*

Megoszlanak a vélemények az ideális csatornaszámot illetően: vannak (47%), akik szerint elég lenne néhány, általuk rendszeresen nézett csatorna, míg mások örülnek, hogy sok csatornát tartalmaz az előfizetésük, hiszen így mindig találnak valami jó programot (42%), és ez hozzájárul ahhoz is, hogy jó vételnek tekintsék az előfizetés, olyannak, ami megéri az árát (41%).

Minden harmadik (36%) azonban nem foglalkozik a csatornák számával, csak az internet sebessége alapján választ csomagot.



## Ideális csatorna szám – Van Westerdorp modell

A Van Westendorp-modell, vagy árazási érzékenység-modell (Price Sensitivity Meter, PSM) egy olyan módszer, amelyet piackutatók használnak annak meghatározására, hogy egy adott termék vagy szolgáltatás ára hogyan hat az emberek árazási érzékenységére és vásárlási hajlandóságára.

Ezt a modellt, illetve a modell által használt négy kulcskérdést formáltuk át jelen problémára, az ideális csatornaszám meghatározásához.

A következő négy kérdést használtuk a vizsgálat során:

*Tegyük fel, hogy Ön választhatja meg, hogy hány és mely tévécsatornákat tartalmazza a vezetékes televízió előfizetése.*

- Hány csatornát tartalmazna ez az előfizetés, amikor úgy érezné, hogy legalább ennyi csatornára lenne szüksége egy televíziós előfizetésben?*
- Hány csatornát tartalmazna ez az előfizetés, amikor már úgy érezné, hogy ennél több csatornára biztosan nem lenne szüksége egy televíziós előfizetésben?*
- Hány csatornát tartalmazna ez az előfizetés, amikor már úgy érezné, hogy túl sok csatornát tartalmaz az Ön számára?*
- Hány csatornát tartalmazna ez az előfizetés, amikor már úgy érezné, hogy túl kevés csatornát tartalmaz az Ön számára?*

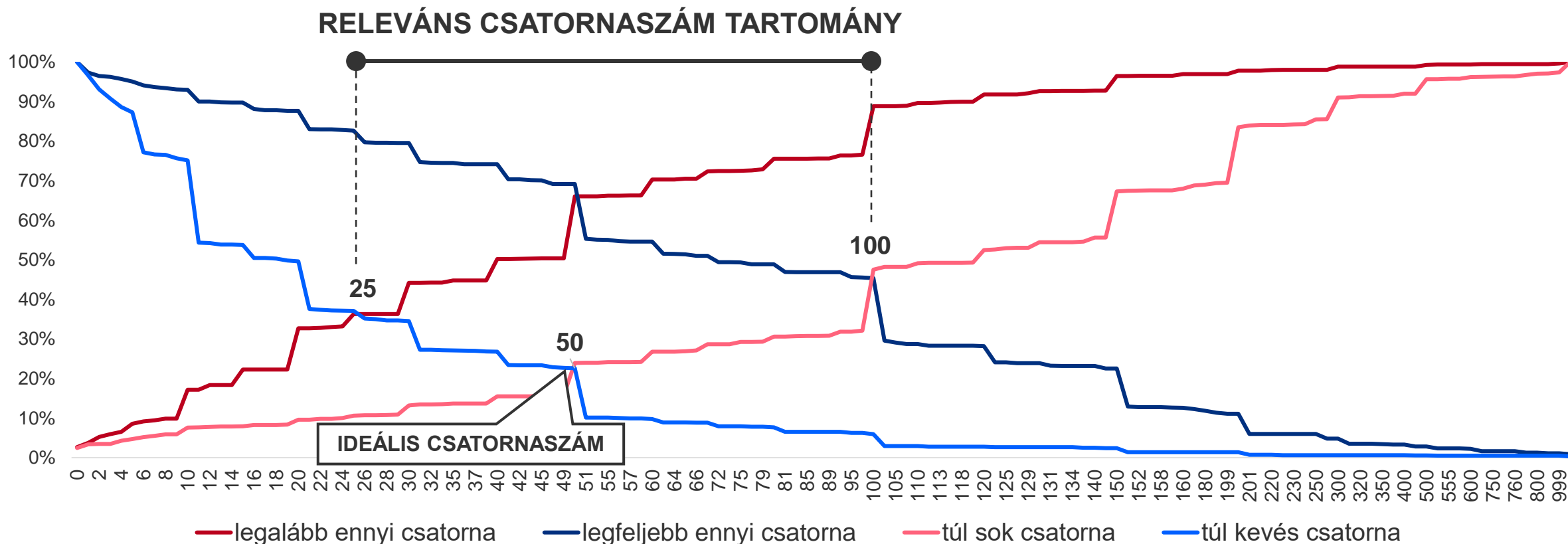
A kérdések segítségével így meghatározhatóak a következők:

- Optimális csatornaszám: Az a csatornaszám, ahol a fogyasztók a legkiegyensúlyozottabbnak tartják a terméket ár-érték arány szempontjából.
- Releváns csatorna intervallum: Az a tartomány, ahol a tévécsatornák száma még elfogadhatónak számít a legtöbb fogyasztó számára.

Az eredményeket a következő ábra mutatja.

# Ideális csatornaszám

Az emberek véleménye szerint a televíziós előfizetés kb. 50 csatornát tartalmazzon ideális esetben – de mindenképp 25 és 100 közé essen a csatornák száma. Ez az érték és tartomány nem függ jelentősen a tartalomfogyasztási szokásoktól, még a sokat és kizárólag lineáris tévét nézők körében sem nagyobb az ideális érték 60 csatornánál.



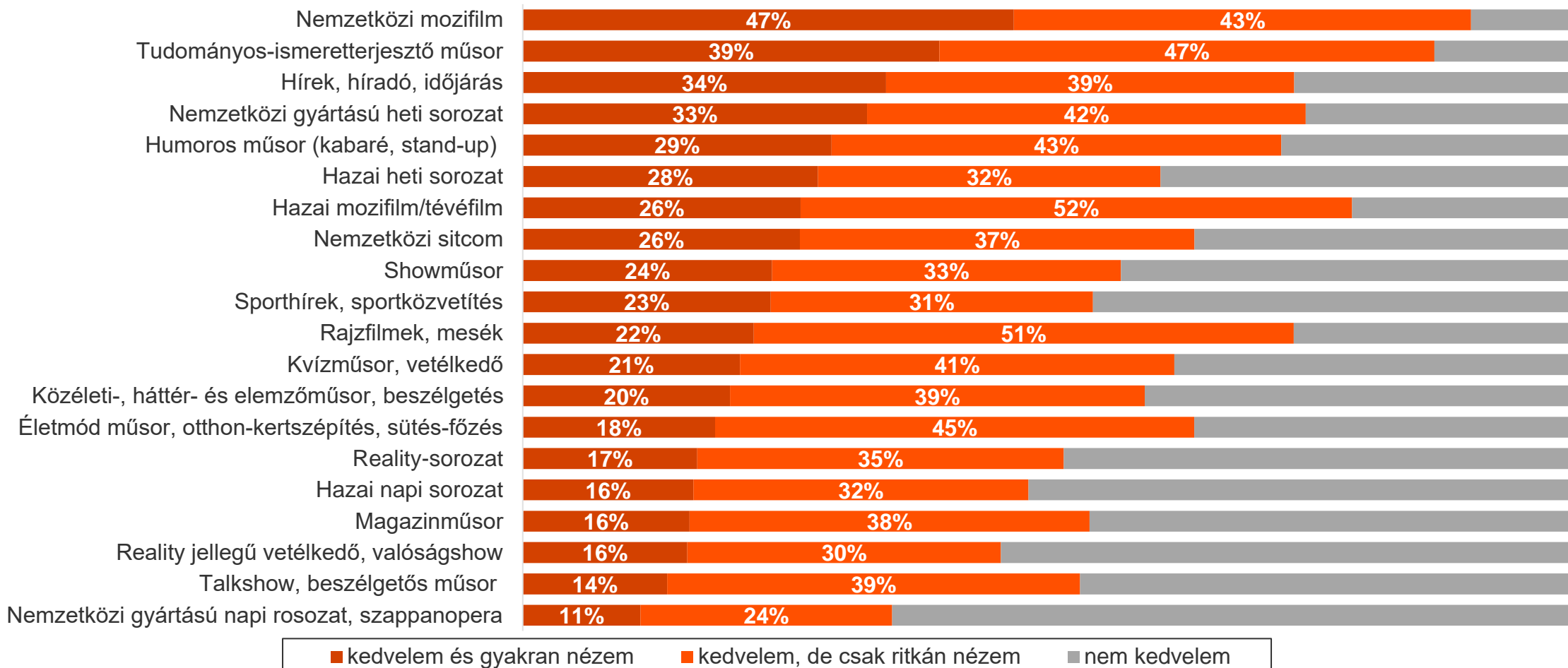
## Zsánerek a tévében

A legkedveltebb, leggyakrabban nézett zsánerek a külföldi filmek, az ismeretterjesztő illetve a hírműsorok, ha a lineáris tévéről beszélünk. Ezt bővíthetjük a sorozatokkal (nemzetközi, hazai gyártású, sitcomok, stb.) különböző életkori csoportok körében. Összességében azonban elmondható, hogy a – hírműsorokat kivéve – a lineáris tévében is azokat a zsánereket nézik az emberek, amelyeket más csatornákon – online, streaming csatornákon stb. – is elérhetnének.

És melyek azok a zsánerek, amelyek kihagyhatatlanok, amelyek nélkül már nem éreznék úgy, hogy szüksége van a TV előfizetésére? Ezek között is főként ugyanezeket a zsánereket találjuk: legtöbbek számára nemzetközi filmek és tudományos-ismeretterjesztő műsorok nélkül elképzelhetetlen a vezetékes TV-re való előfizetés. Ezt követik a hírműsorok, híradók és a rajzfilmek, mesék – együttesen ez a négy zsáner lefedi a tévézők 80%-át – azaz ezen zsánerek nélkül 80%-uk hagyná el a lineáris tévézést.

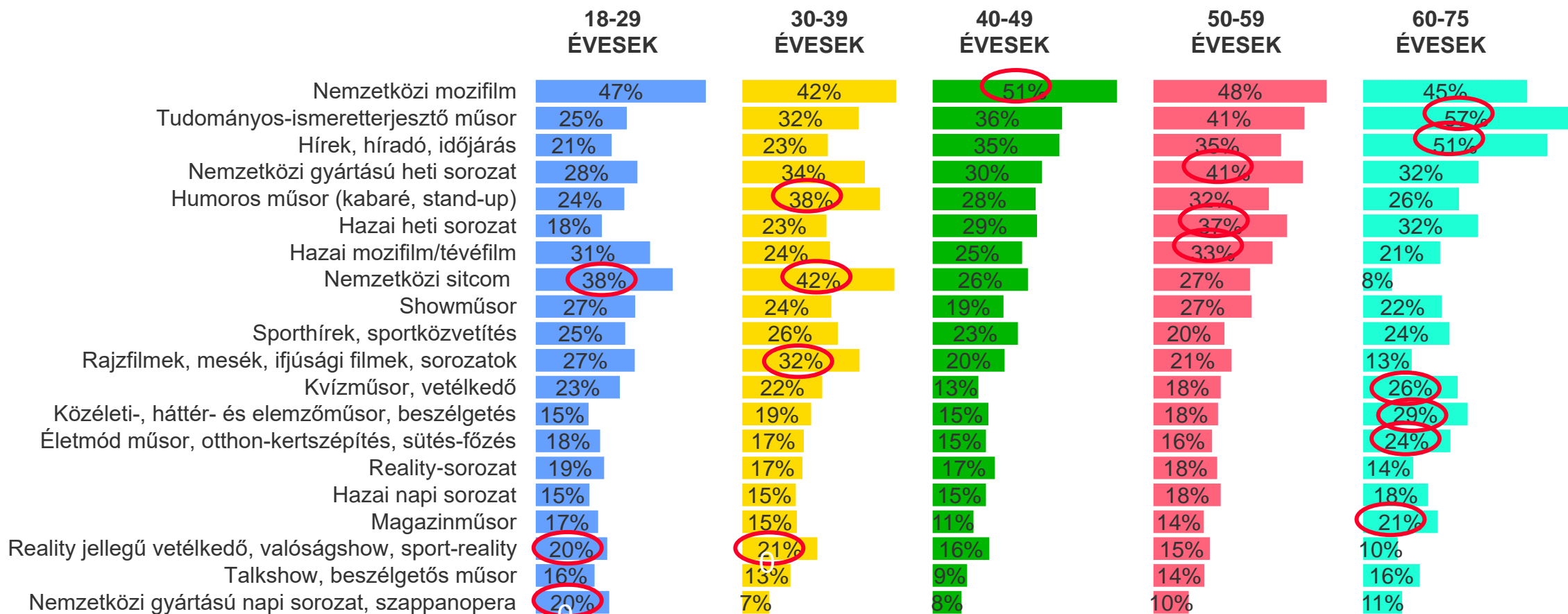
A jövő útja a lineáris tévé számára tehát semmiképp nem a máshol (online) elérhető zsánerek jelentőségének csökkentése.

# Zsánerek kedveltsége



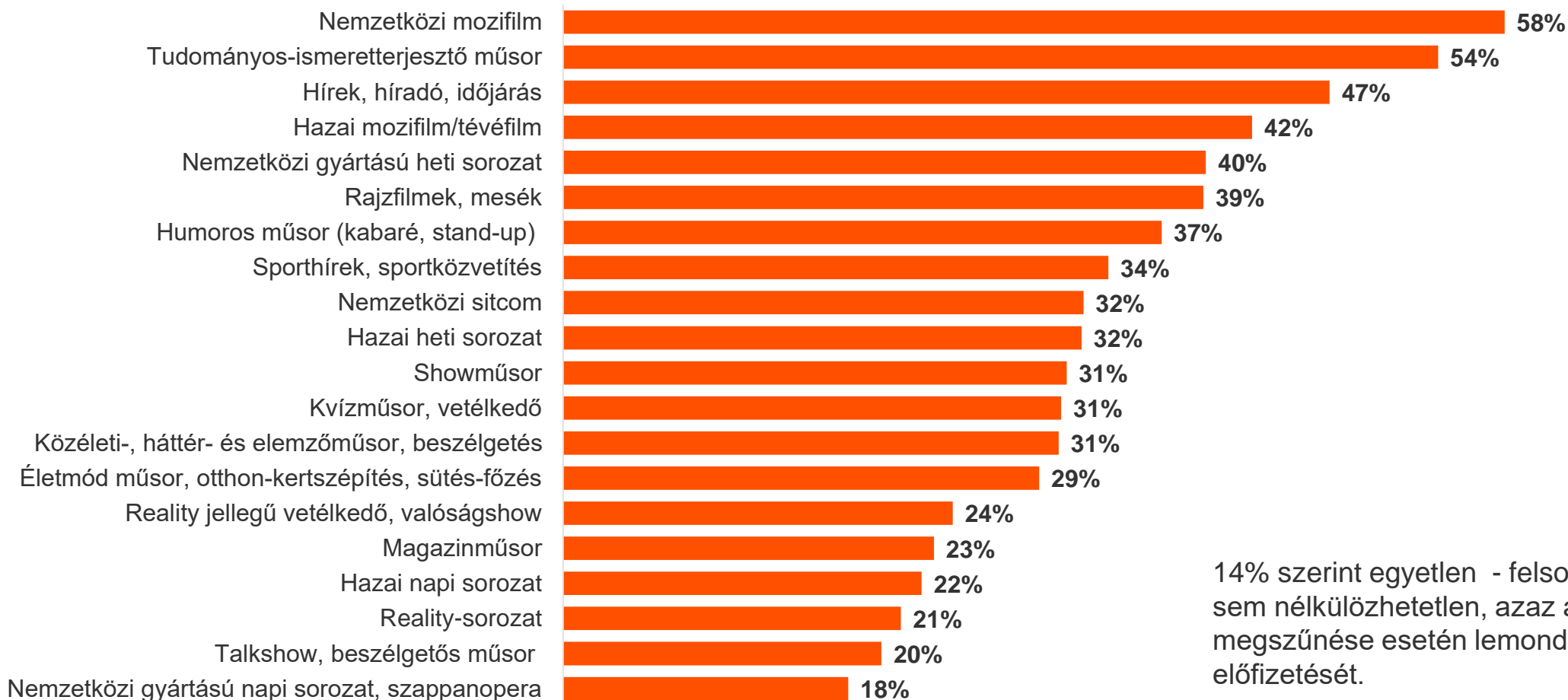
# Zsánerek kedveltsége

## Életkori csoportok szerinti eltérések



# „Kihagyhatatlan” zsáner

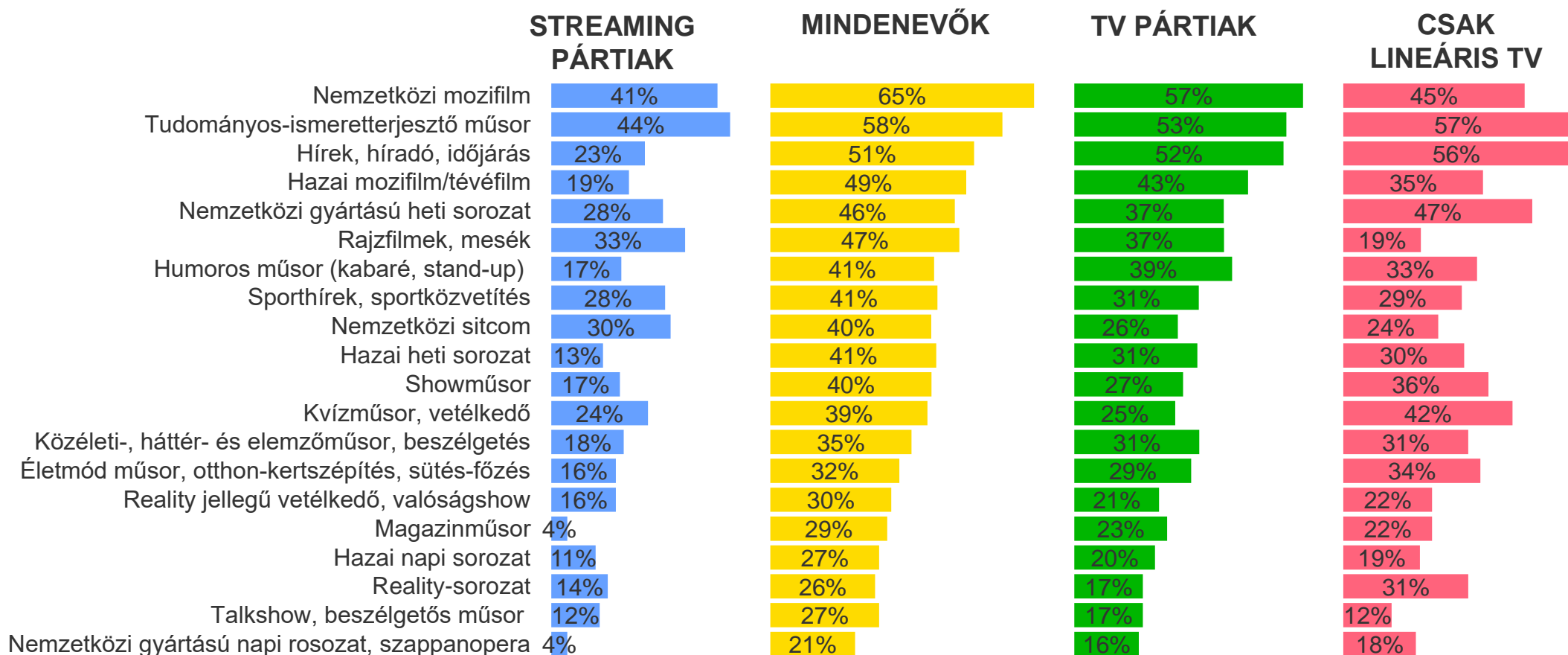
Amely nélkül lemondaná a TV előfizetését



14% szerint egyetlen - felsorolt – zsáner sem nélkülözhetetlen, azaz amely megszűnése esetén lemondaná TV előfizetését.

# „Kihagyhatatlan” zsáner

## Szegmensek közti eltérések

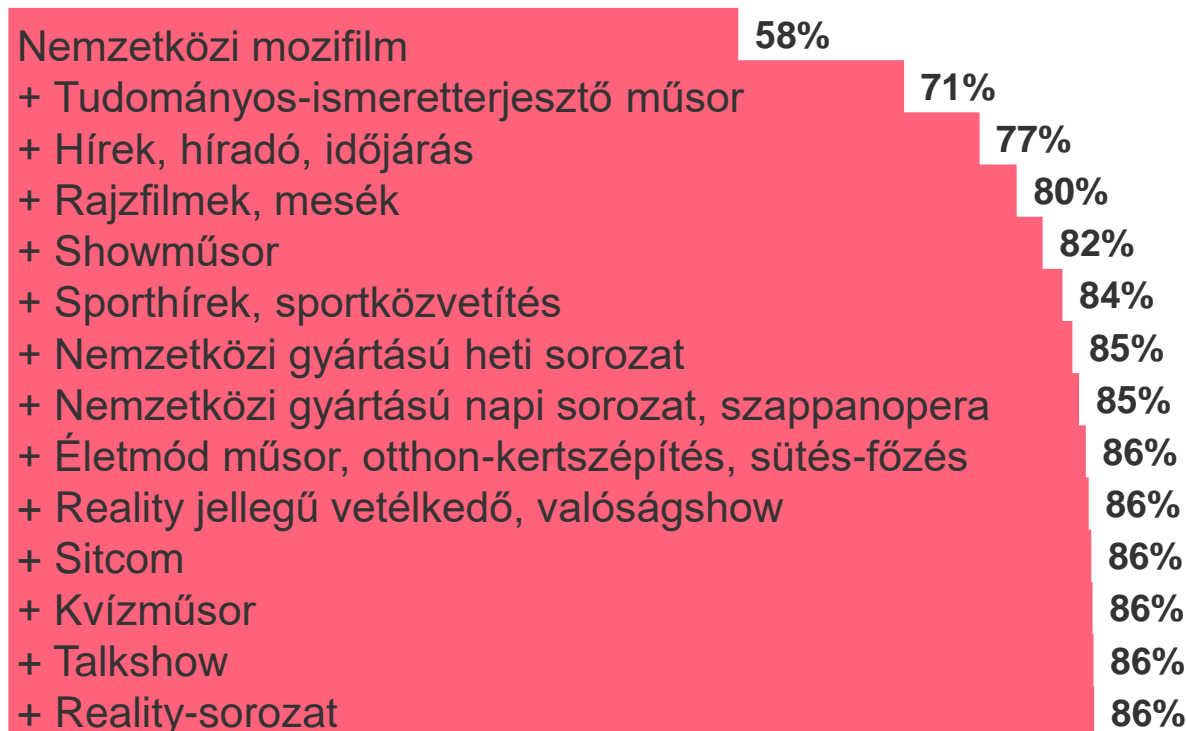




# TV előfizetést megtartó zsánerek

## TURF modell alapján

58% számára a nemzetközi mozifilmek nélkül már nem érni meg lineáris TV-re előfizetni – a tévözök 58%-át tehát ezzel a zsánerral lehet „megfogni”. Ha tudományos –ismeretterjesztő műsorokat is elérnek az előfizetésben foglalt csatornákon, akkor 71% tartaná meg ezt az előfizetést. További zsáner bevonásával, hírek, híradó sugárzásával 77%-ra nő a nem lemondók aránya, míg ezen felül a rajzfilmek, mesék elérhetősége ezt az arányt 80%-ra emeli. További zsánerek sugárzása már csak kis mértékben emeli a TV előfizetéshez hűek arányát.



Ezzel lényegében „beárazhatóak” az egyes zsánerek: a nemzetközi mozifilmek – melyeket más csatornákon is elérhetnek – tartják a legtöbbre, a leginkább nélkülözhetetlenek. Összességében a filmek, ismeretterjesztők és híradók hármasa lefedi a tévözök háromnegyedét (77%-át).

A lefedi ebben az esetben annyit jelent, hogy potenciálisan a **megkérdezettek 77%-a elhagyná a lineáris tévézést, lemondaná a TV előfizetését e három zsáner nélkülözése esetén.**

## A jövő televíziója

Bár minden korosztályban előfordult olyan vélemény, amely szerint a TV el fog tűnni - ha nem képes megújulni - Többségében azok az elképzelések domináltak, hogy a TV mindig is jelen lesz.

Futurisztikus elképzelések kerültek említésre:

- Platform tekintetében a jövő TV-je holografikus lesz
- A Mesterséges Intelligencia egyre nagyobb szerepet fog kapni:
  - Későbbiekben a hagyományos csatornákon a műsorvezetőket AI bemondók váltják fel
  - Egyre nagyobb szeletet fog hasítani a tartalomgyártás terén is a Mesterséges Intelligencia

*„A TV soha nem fog eltűnni, lépést fog tartani a technológiai fejlődéssel, a technológiai innovációkat át fogja venni.” (40-55)*

*„Ha eltűnne a TV, akkor megszakadna egy hagyomány a kora gyermekkoromból. Nem feltétlenül kell, hogy nézzem, csak tudjam, hogy van. Számomra olyan, mint a szódásüveg. Hiányzik, amióta nincs.” (56-70)*

*„TV-vel elveszne a megszokott életritmusom és eltűnne egy fontos tájékozási pont az életemben.” (56-70)*

*„A jövő TV-je youtube-ikus lesz.” (40-55)*

*El tudom képzelni azt is, hogy lassan már csak egy képernyő lesz, amit mobilról irányítunk.” (25-40)*

## A televíziózás (újra)felfedezésének lehetősége

TV életszerűbb tud lenni, informatívabb erővel bír, mint a streaming. Az online tartalomfogyasztás világában a TV lehet a kuriózum.

Manapság már annyira természetes az online jelenlét, hogy az Alfa és a Z-generációs tartalomfogyasztók felfedezhetik, az Y és az X-generáció pedig visszatérhet a TV-hez.

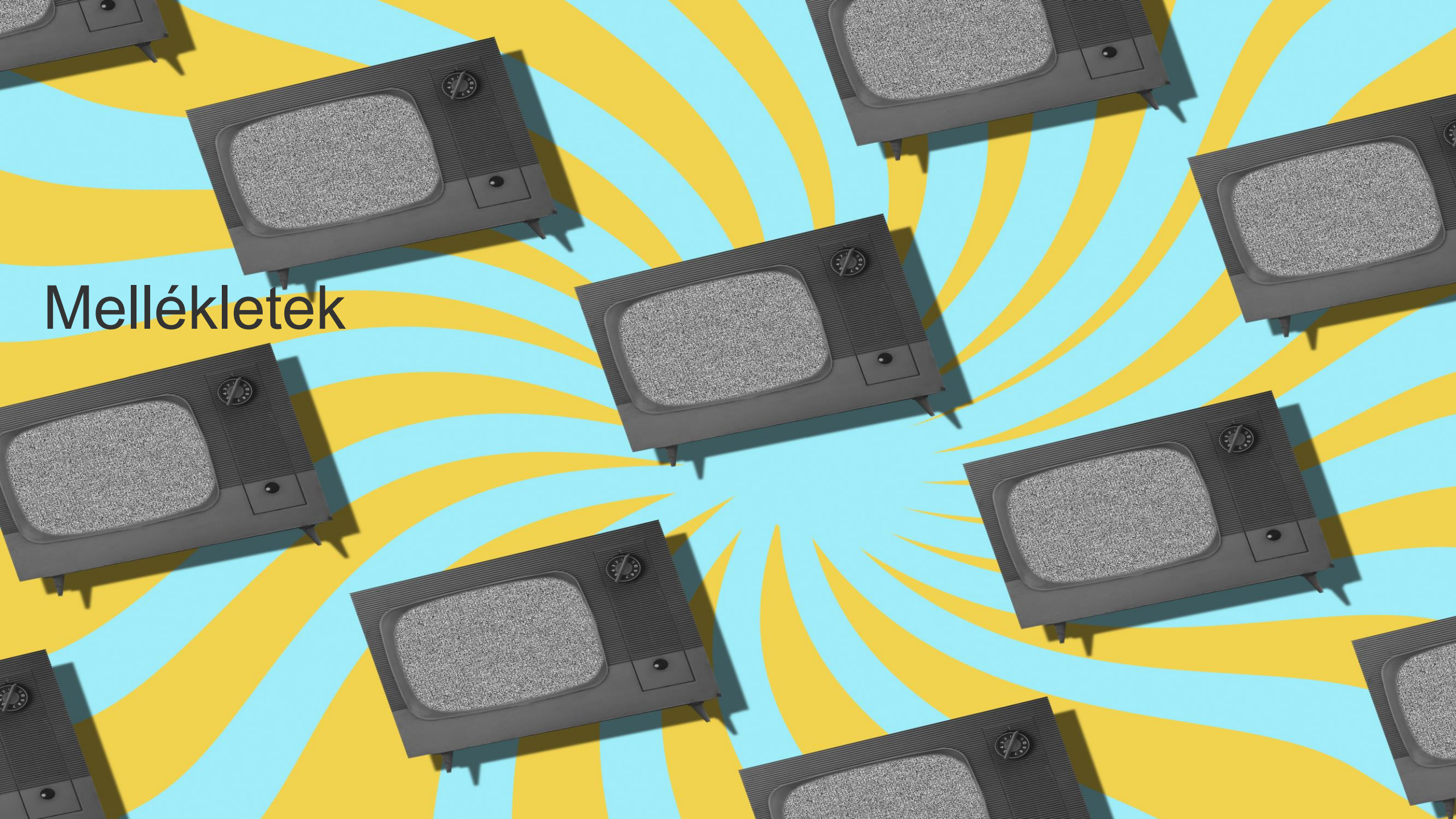
Minden korosztály számára tud újat mutatni, inspirációs ereje lehet. Az algoritmusok által vezérelt online tartalmak helyett újdonságokkal találkozhatnak a nézők.

*„A streamingen olyan nagyon kreált dolgok vannak. TV realisztikusabb, sokrétűbb. Néha jó tud lenni kitekinteni másfelé. Pl. helyi tévéket szoktam mostanában nézni.” (25-39)*

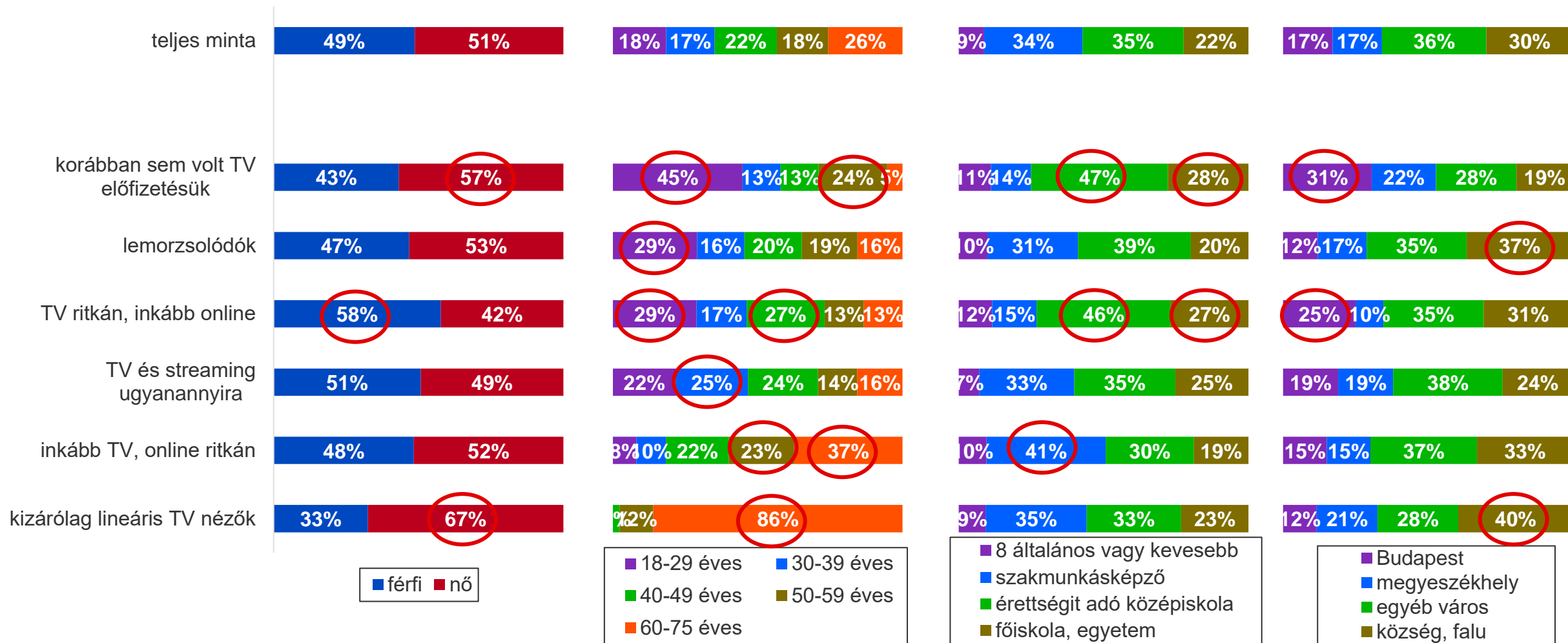
*A TV és a streaming kiegészíti egymást. A TV a szörfölni vagy inspirációra vágyóknak jó eszköz, a streaming elsősorban azoknak, akik tudják, hogy mit szeretnének nézni. (25-39)*

*„A TV-ben az a jó, hogy kieszed a buborékból, amibe a Youtube-on, Spotify-on bele tudok ragadni. Amire nem keresek rá, azt az algoritmus nem dobja fel, és így nem is gondolok arra, hogy érdekelhet. (40-55)*

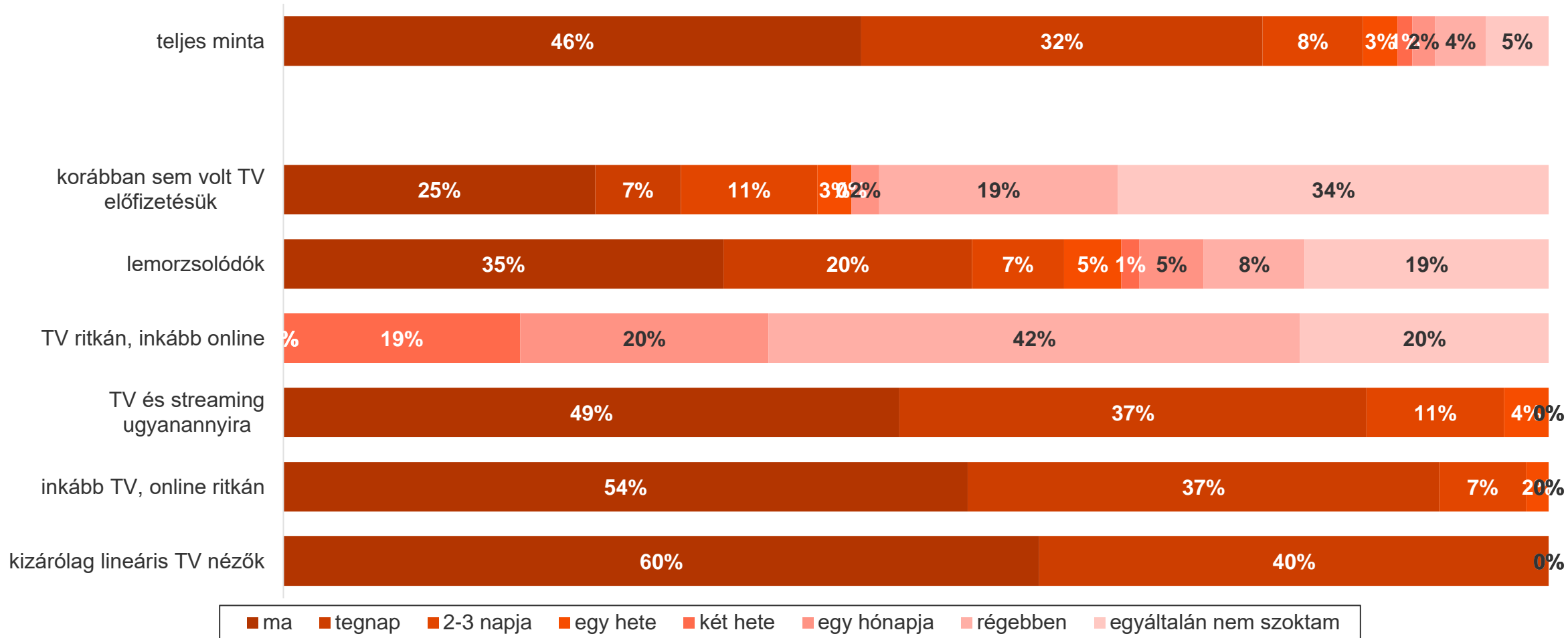
Mellékletek



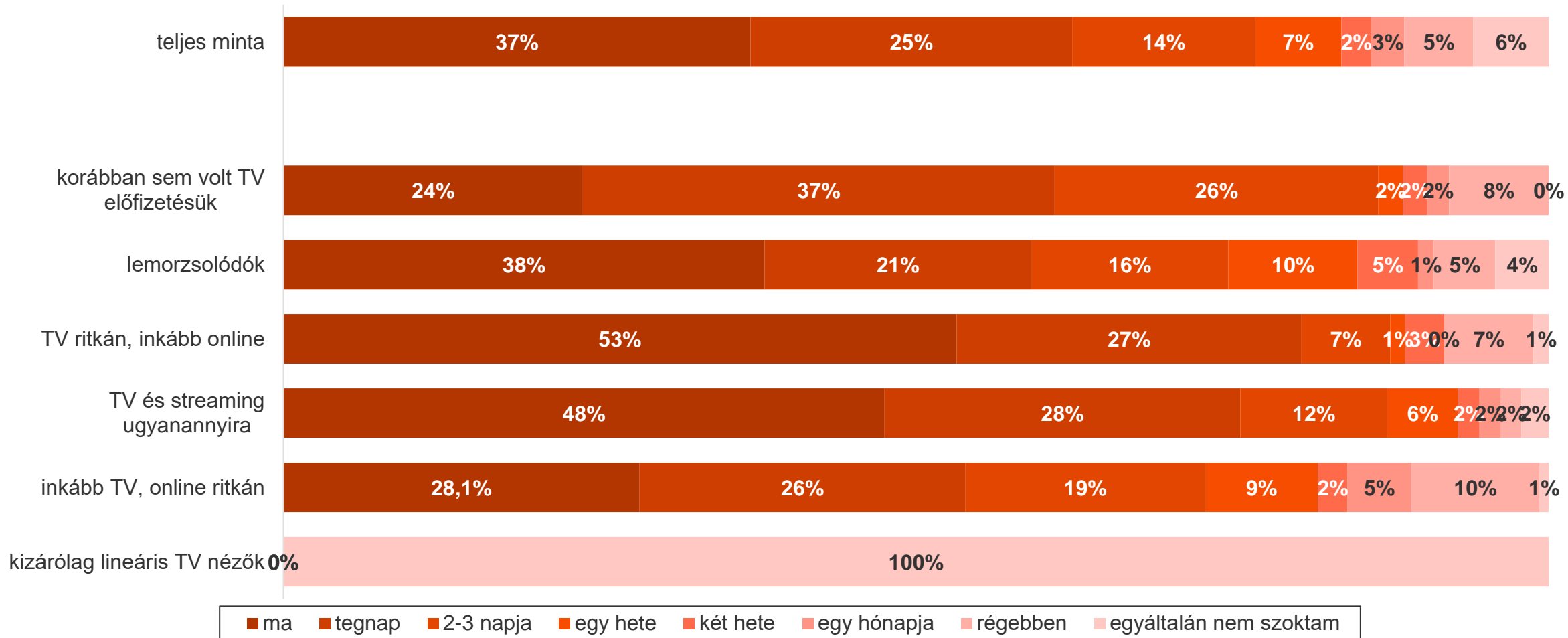
# A szegmensek szocio-demográfiai jellemzése



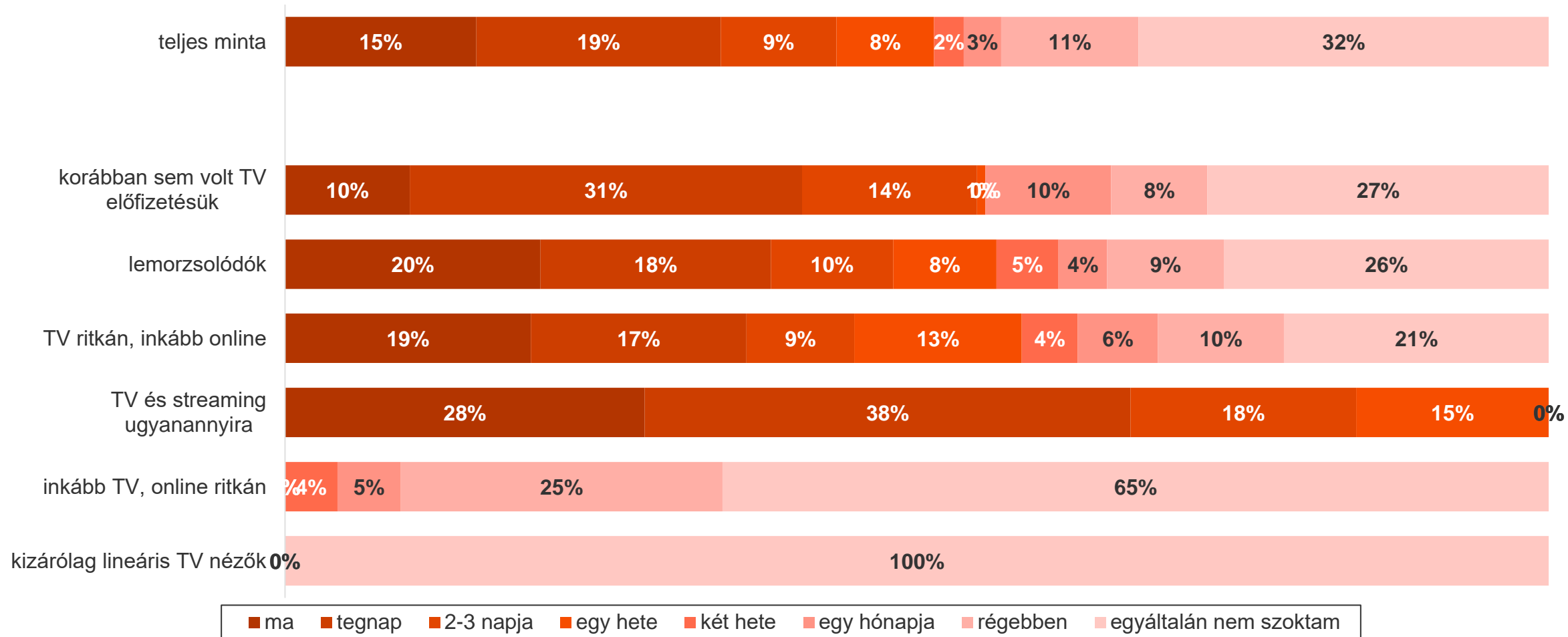
# Tévézésési szokások



# Online ingyenes platformok nézettsége

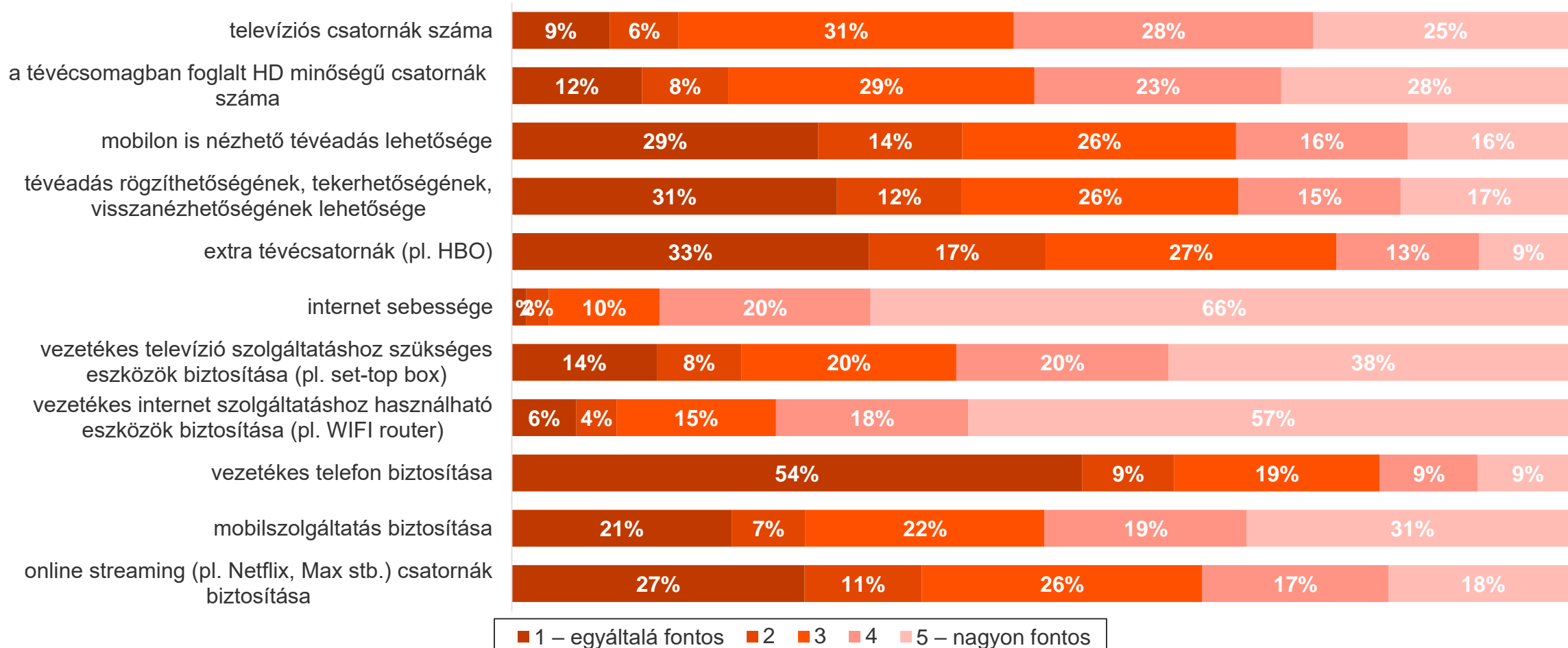


# Online előfizetéses szolgáltatások, streaming platformok nézettsége

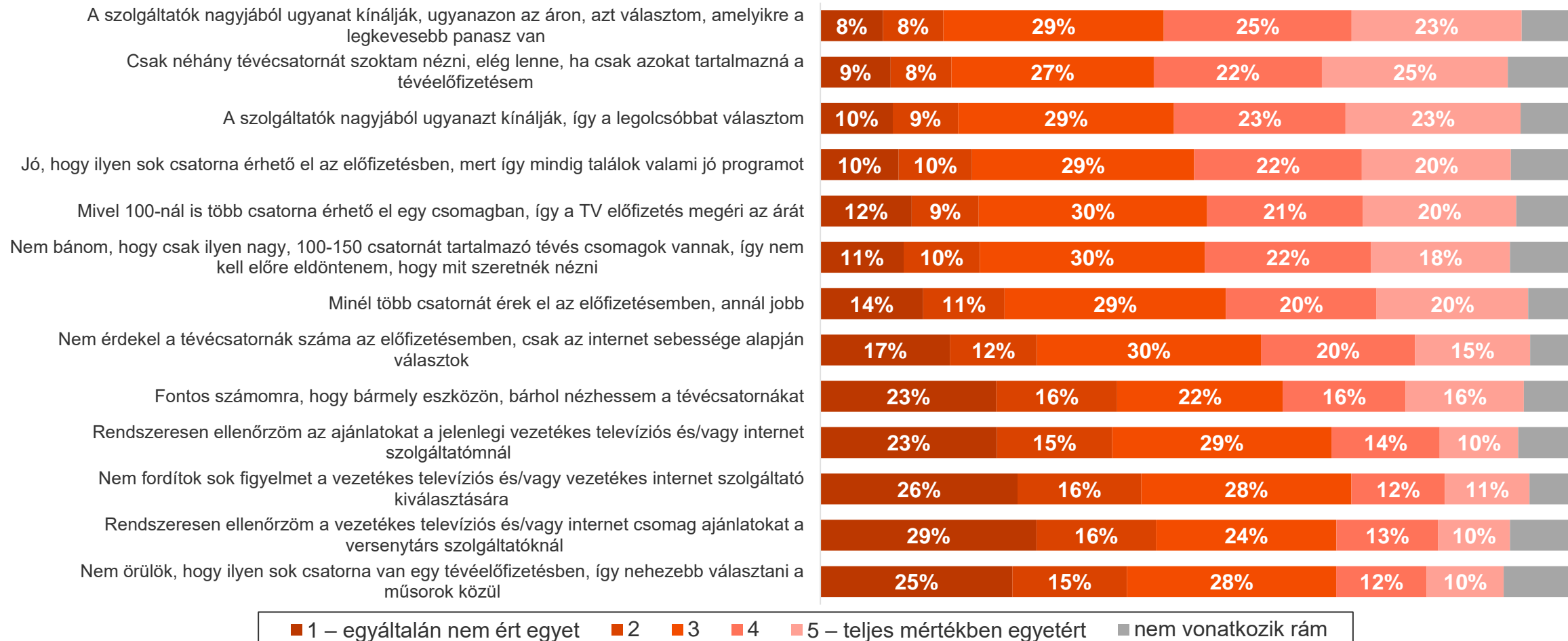




# Legfontosabb tényezők vezetékes szolgáltatásokra való előfizetési csomag választásakor



# Állítások a vezetékes előfizetésekkel kapcsolatban



# Attitűdök a tévénézéssel kapcsolatban

