



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY HATÁSA A MÉDIAPIACRA (2020. JÚNIUS)

Közzétéve: 2020. július 24.

A Médiatanács 270/2020. (III. 31.) számú döntése alapján a Műsorfigyelő és -elemző főosztály összegyűjtötte - a T-9/2020. sz. tájékoztató anyagban szereplő vizsgálati pontok alapján - a jelenleg rendelkezésére álló információkat a koronavírus médiapiaci hatásával összefüggésben. Az előterjesztés júniusi - helyenként foghíjas - adatokat tartalmaz, az eredményeket heti bontásban jeleníti meg. Az adatgyűjtés folyamatos, az eredményekről rendszeresen tájékoztatjuk a Médiatanácsot.

A televíziós hirdetési piac átalakulása (2020. május)

A következőkben azt mutatjuk be, hogy milyen hatást gyakorolt a televíziós reklámpiacra a koronavírus járvány illetve az azzal kapcsolatos kormányzati intézkedéssorozat. A vizsgálati mintát minden esetben a Nielsen Közönségmérés Kft. adatbázisa jelentette, mely a vizsgálat időpontjában 76 magyar nyelvű televíziós csatornát fedett le.¹ Az analízis heti bontásban kerül bemutatásra, összevetve a megelőző év hasonló időszakának² adataival, a 23. héttől (június 1-7.) kezdve egészen a 27. hétig (június 29-július 5.) bezárólag. Vizsgálatunk segítségével valamelyest képet kaphatunk arról is, hogy a televíziós reklámpiacon milyen mértékben valósul meg a Magyar Reklámszövetség 2020. május 7-én publikált Barométer kutatásában³ foglalt prognózis a médiatorta 2020-as várható visszaeséséről. A felmérés szerint az iparági szereplők mintegy 74,6 milliárd forintos, nagyságrendileg 38 százalékos csökkenésre számítanak.

¹ AMC, ATV, AXN, Boomerang, Cartoon Network, Lichi TV, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna TV, Duna World, Film+, Fem3, Film Cafe, Film Mania, Galaxy4, History, Humor+, ID, Izaura, Kiwi TV, Life TV, M1, M2, M4 Sport, M5, Minimax, Mozi+, MTV Hungary, Music Channel, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Nickelodeon, Nick JR, Ozone TV, Paramount, Prime, RTL Gold, RTL+, RTL II, RTL Klub, RTL Spike, Sláger TV, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spektrum, Spektrum Home, Spíler1 TV, Sport1, Sport2, TV4, Story4, Super TV2, TLC, Travel Channel, TV2, TV Paprika, Viasat3, Viasat6, Zenebutik, Film4, Hír TV, Spíler2 TV, Jocky TV, Moziverzum, ATV Spirit, Nicktoons, Viasat History, D1 TV, Eurosport, JimJam, Dikh TV

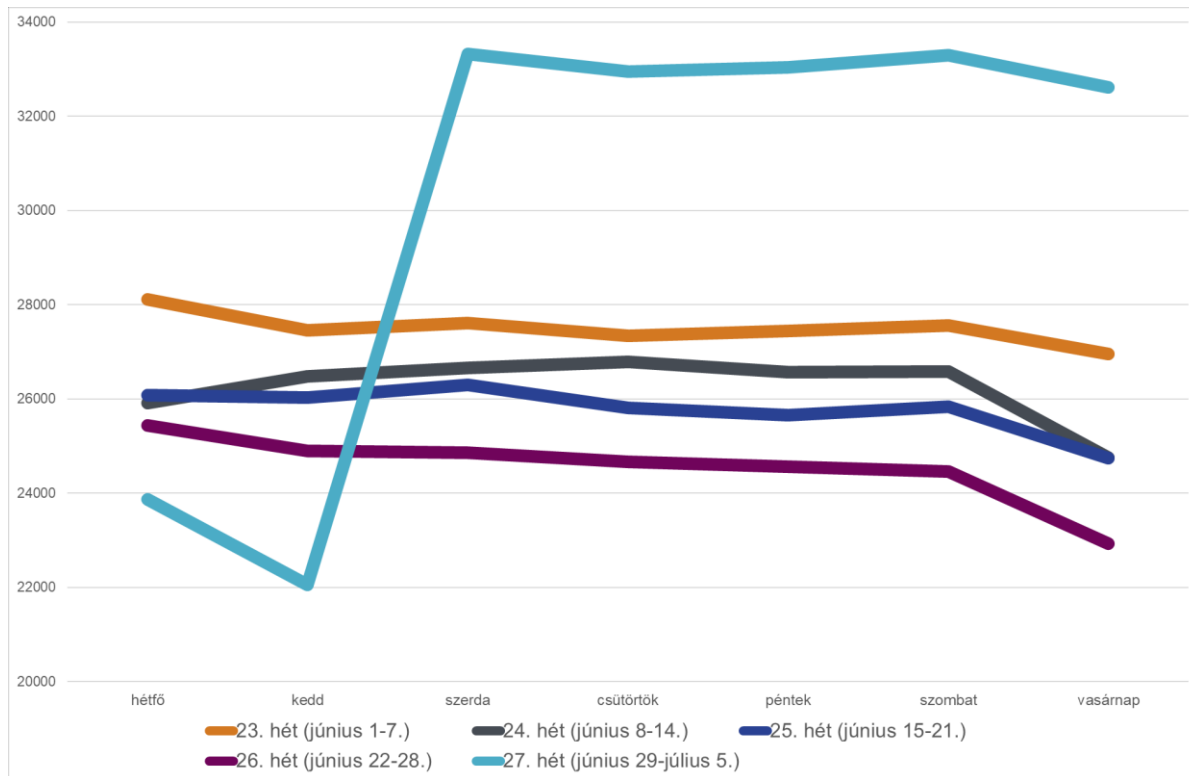
² Nem a pontos dátumok, hanem a hetek kerülnek egybevetésre, mivel a reklámszpotok közreadásának szempontjából a hét napjainak is jelentősége van (a vasárnap nagy általánosságban a leggyengébb stb.).

³ Magyar Reklámszövetség: 2019 MRSZ Média- és Kommunikációs torták; MRSZ Barométer kutatás - 2020-as iparági prognózis. 2020. május 7.

A hirdetések volumene

Június viszonylag kiegyenlített képet mutatott a hirdetési aktivitás terén, a májusban regisztrált értékekhez képest némileg magasabb szám adatokkal. Július első napjai ugyanakkor már jelentős emelkedést hoztak (**1. ábra**).

1. ábra – A reklámszpotok volumenének alakulása (db)

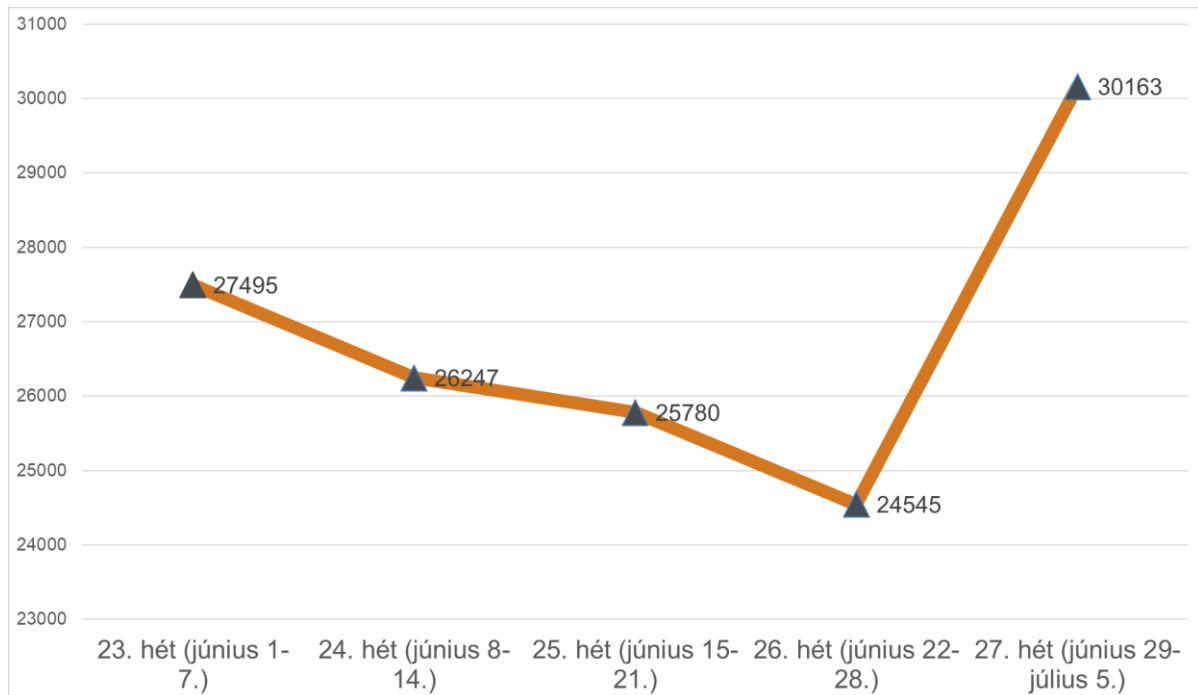


1. táblázat az 1. ábrához – A reklámszpotok volumenének alakulása (db)

	23. hét (június 1-7.)	24. hét (június 8-14.)	25. hét (június 15- 21.)	26. hét (június 22- 28.)	27. hét (június 29- július 5.)
hétfő	28108	25910	26086	25437	23868
kedd	27456	26475	26033	24897	22059
szerda	27606	26655	26299	24853	33317
csütörtök	27334	26789	25806	24666	32952
péntek	27439	26563	25658	24565	33037
szombat	27560	26581	25834	24466	33296
vasárnap	26959	24756	24744	22934	32612

A hirdetések darabszáma napi átlagának alakulása is az 1. ábra esetében jelzett tendenciákat támasztja alá: kiegyensúlyozott értékek lassú csökkenéssel a hónap vége felé közeledve, majd jelentős emelkedéssel július első hetében (**2. ábra**).

2. ábra – A hirdetések számának napi átlagai az egyes heteken (db)

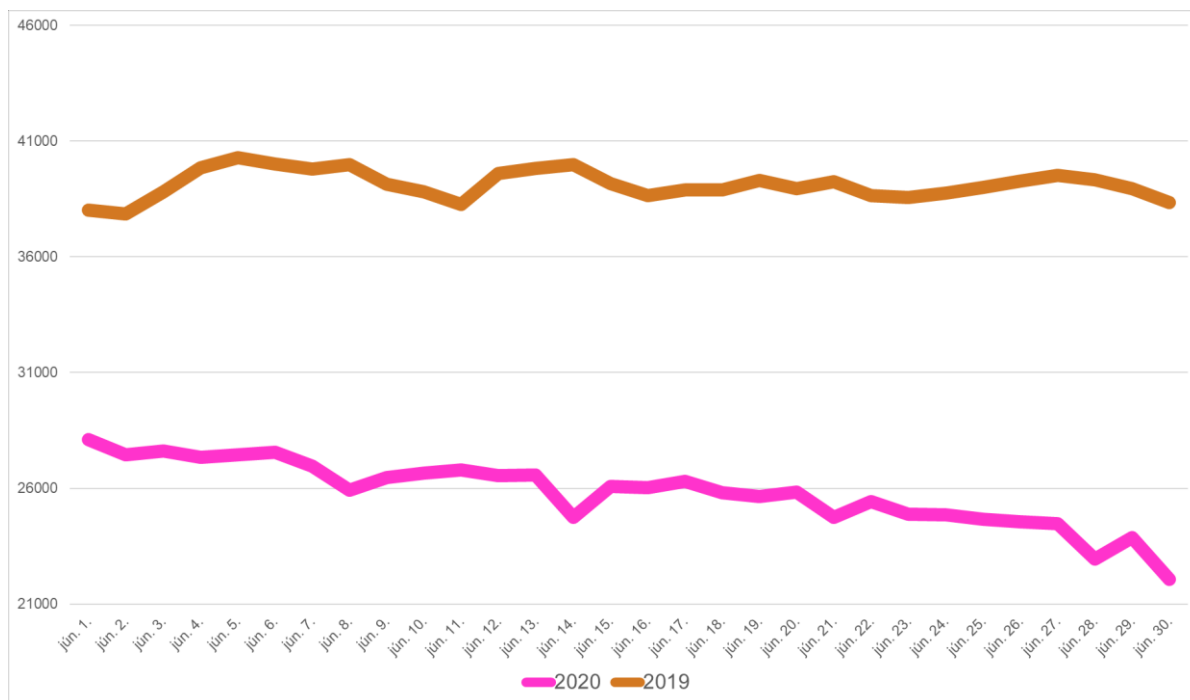


2. táblázat a 2. ábrához – A hirdetések számának napi átlagai az egyes heteken (db)

Hét	Átlag
23. hét (június 1-7.)	27495
24. hét (június 8-14.)	26247
25. hét (június 15-21.)	25780
26. hét (június 22-28.)	24545
27. hét (június 29-július 5.)	30163

A tavalyi évvel való összevetésben egyértelműen kivehető a koronavírus járvány hatása a reklámfilmek volumenére. Ugyan az adott hónapok mindkét évben viszonylag kiegyensúlyozott képet mutattak (2020-ban markánsabb hóvégi csökkenéssel), de a regisztrált értékek 2019-hez viszonyítva 30-40 százalékkal visszaestek (**3. ábra**). Ugyanakkor a májusban tapasztaltakhoz képest valamelyest zárulni látszott az olló – egy hónappal ezelőtt még a 2019-ben tapasztalt értékek kb. fele volt csupán kimutatható.

3. ábra – A reklámszpotok volumenének alakulása (2019. június, 2020. június; db)



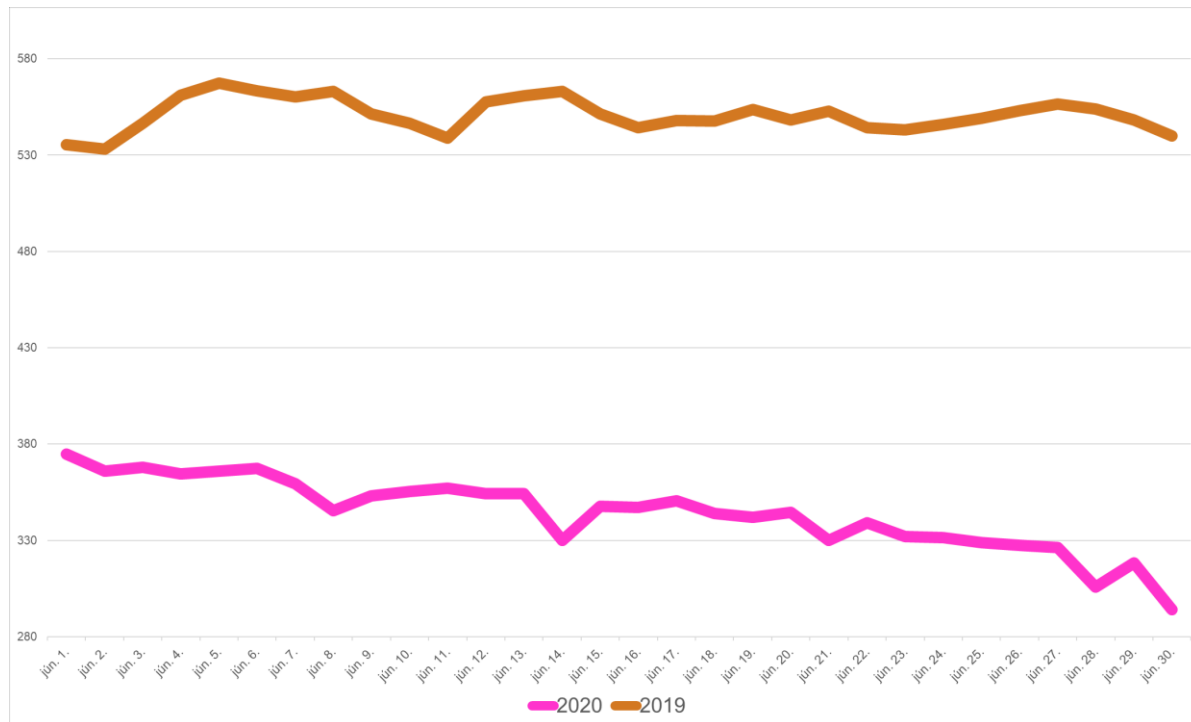
3. táblázat – A reklámszpotok volumenének alakulása (2019. június, 2020. június; db)

Nap	2020	2019
jún. 1.	28108	38018
jún. 2.	27456	37853
jún. 3.	27606	38810
jún. 4.	27334	39837
jún. 5.	27439	40279
jún. 6.	27560	40005
jún. 7.	26959	39783
jún. 8.	25910	39973
jún. 9.	26475	39147
jún. 10.	26655	38810
jún. 11.	26789	38258
jún. 12.	26563	39599
jún. 13.	26581	39812
jún. 14.	24756	39973

Nap	2020	2019
jún. 15.	26086	39154
jún. 16.	26033	38631
jún. 17.	26299	38895
jún. 18.	25806	38884
jún. 19.	25658	39304
jún. 20.	25834	38932
jún. 21.	24744	39248
jún. 22.	25437	38636
jún. 23.	24897	38550
jún. 24.	24853	38765
jún. 25.	24666	38987
jún. 26.	24565	39272
jún. 27.	24466	39519
jún. 28.	22934	39329
jún. 29.	23868	38933
jún. 30.	22059	38331

Annak érdekében, hogy az esetszámok még jobban összevethetők legyenek a 2019-es adatokkal, a következő ábra az egy televízióra jutó reklámszpotok számát szemlélteti (2019-ben 70 televízió szolgáltatotta a Nielsen adatbázisát, 2020 májusára ez a szám 76-ra emelkedett). A 3. ábra esetében leírt tendencia ezúttal is megfigyelhető (**4. ábra**).

4. ábra – A reklámszpotok egy televízióra vetített darabszáma (2019. június, 2020. június; db)



4. táblázat a 4. ábrához – A reklámszpotok egy televízióra vetített darabszáma (2019. június, 2020. június; db)

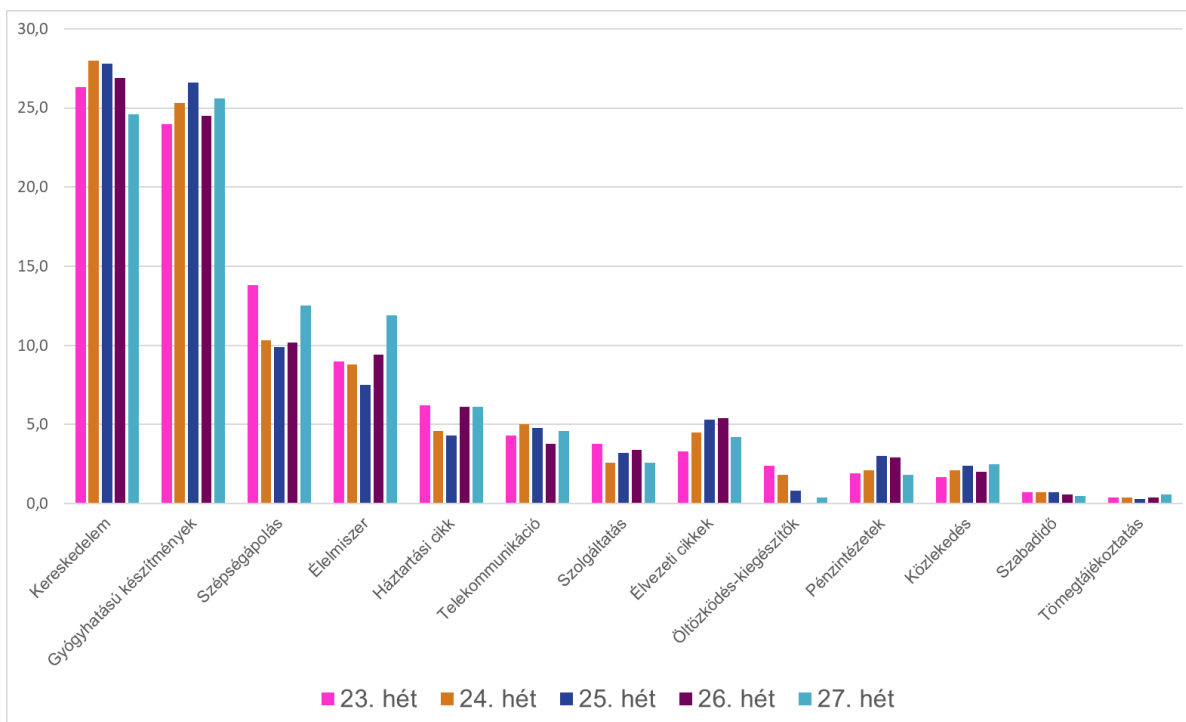
Nap	2020	2019
jún. 1.	375	535
jún. 2.	366	533
jún. 3.	368	547
jún. 4.	364	561
jún. 5.	366	567
jún. 6.	367	563
jún. 7.	359	560
jún. 8.	345	563
jún. 9.	353	551
jún. 10.	355	547

Nap	2020	2019
jún. 11.	357	539
jún. 12.	354	558
jún. 13.	354	561
jún. 14.	330	563
jún. 15.	348	551
jún. 16.	347	544
jún. 17.	351	548
jún. 18.	344	548
jún. 19.	342	554
jún. 20.	344	548
jún. 21.	330	553
jún. 22.	339	544
jún. 23.	332	543
jún. 24.	331	546
jún. 25.	329	549
jún. 26.	328	553
jún. 27.	326	557
jún. 28.	306	554
jún. 29.	318	548
jún. 30.	294	540

A hirdetési szektorok megoszlása

Áprilishoz képest a gyógyhatású készítmények hirdetési aktivitása ismét megerősödött, a 20-21. héten csaknem megegyező eredményt ért el a kereskedelemmel, az élelmiszer szektor ugyanakkor némileg visszaesett. A közlekedés, a pénzügy és a szabadidő szektor továbbra is zsugorodó részesedést könyvelhetett el, míg a háztartási cikkek és a szépségápolás szektor újfent megerősödött (**5. ábra**).

5. ábra – A hirdetési szektorok részesedése (2020. 23-27. hét; %)



5. táblázat az 5. ábrához – A hirdetési szektorok részesedése (2020. 23-27. hét; %)

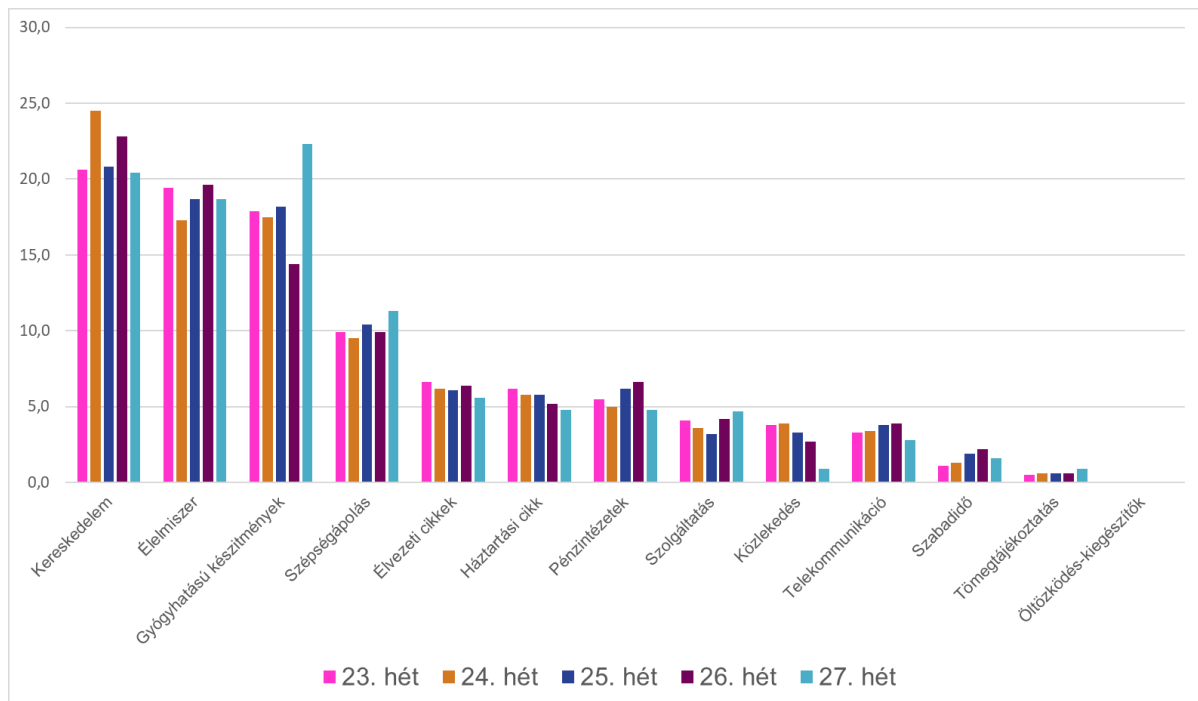
Szektor	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
Kereskedelem	26,3	28,0	27,8	26,9	24,6
Gyógyhatású készítmények	24,0	25,3	26,6	24,5	25,6
Szépségápolás	13,8	10,3	9,9	10,2	12,5
Élelmiszer	9,0	8,8	7,5	9,4	11,9
Háztartási cikk	6,2	4,6	4,3	6,1	6,1
Telekommunikáció	4,3	5,0	4,8	3,8	4,6
Szolgáltatás	3,8	2,6	3,2	3,4	2,6
Élvezeti cikkek	3,3	4,5	5,3	5,4	4,2
Öltözködés-kiegészítők	2,4	1,8	0,8	0,0	0,4

Szektor	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
Pénzüintézetek	1,9	2,1	3,0	2,9	1,8
Közlekedés	1,7	2,1	2,4	2,0	2,5
Szabadidő	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5
Tömegtájékoztatás	0,4	0,4	0,3	0,4	0,6

2019 júniusában az élelmiszer szektor dominánsabbnak mutatkozott, mint idén, részesedését tekintve egyedül a kereskedelem előzte meg **(6. ábra)**. 2019 azonos időszakában a szabadidő, a pénzüintézetek, az élvezeti cikkek és a közlekedés szektor is erősebben teljesített, míg a szépségápolás esetében hasonló mutatók voltak regisztrálhatók mindkét vizsgált időszakban. A gyógyhatású készítmények hirdetései ellenben jóval mérsékeltebb szerephez jutottak egy évvel korábban.

Fontos megjegyeznünk, hogy a hirdetési szektorokat bemutató ábrákon a marginális, az egy százalékot el nem érő részesedésűek nem kerültek feltüntetésre. A teljes adatsort a mellékletben található táblázat tartalmazza.

6. ábra – A hirdetési szektorok részesedése (2019. 23-27. hét; %)



6. táblázat a 6. ábrához – A hirdetési szektorok részesedése (2019. 23-27. hét; %)

Sektor	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
Kereskedelem	20,6	24,5	20,8	22,8	20,4
Élelmiszer	19,4	17,3	18,7	19,6	18,7
Gyógyhatású készítmények	17,9	17,5	18,2	14,4	22,3
Szépségápolás	9,9	9,5	10,4	9,9	11,3
Élvezeti cikkek	6,6	6,2	6,1	6,4	5,6
Háztartási cikk	6,2	5,8	5,8	5,2	4,8
Pénzüintézetek	5,5	5,0	6,2	6,6	4,8
Szolgáltatás	4,1	3,6	3,2	4,2	4,7
Közlekedés	3,8	3,9	3,3	2,7	0,9
Telekommunikáció	3,3	3,4	3,8	3,9	2,8
Szabadidő	1,1	1,3	1,9	2,2	1,6
Tömegtájékoztatás	0,5	0,6	0,6	0,6	0,9
Öltözködés-kiegészítők	0,0	0,0	0,0	0,0	0,015

Összefoglalás

2020 júniusában a magyarországi televíziós hirdetési piacon - a márciusban, áprilisban és májusban megfigyeltékhez hasonlóan – továbbra is kimutathatók voltak a koronavírus járvány hatásai. A hirdetések volumenében a csökkenő tendencia ugyan megállt, sőt, májushoz képest némi emelkedés volt regisztrálható, de a mutatók még így is jócskán alatta maradtak az egy évvel korábban tapasztaltaknak. Az értékesített reklámpercek alakulása növekedésnek indult: márciusban a napi átlag még 238 órát tett ki, áprilisra ez a mutató napi 205 órára esett vissza, míg májusban már csak 151 óra volt kimutatható, ellenben júniusban immár 167 órát regisztráltunk. Az új, elsőként adásba kerülő hirdetések számának drasztikus visszaesése is megállni látszott: 2019 júniusában nagyságrendileg ugyanannyi új reklámfilm került sugárzásra, mint 2020-ban (371 vs. 361 darab) – a márciusi értékek között 13, az áprilisiak között 51, a májusiak között pedig még 64 százaléknyi eltérést regisztráltunk. A hirdetések szektorszintű megoszlásának alakulására alapvetően az FMCG⁴ termékekkel összefüggésbe hozható szektorok (élelmiszer, kereskedelem, gyógyhatású készítmények, szépségápolás, háztartási cikkek) erős teljesítése volt jellemző, míg mások (szabadidő, pénzügyintézetek, szolgáltatás) jelentősen visszaestek.

⁴ Az FMCG (angolul Fast-Moving Consumer Goods) a gyorsan forgó fogyasztási cikkek összefoglaló elnevezése. Ezek olyan termékek, amelyeket viszonylag alacsony költségek mellett gyorsan eladnak a vállalatok. Ezeket az árukat fogyasztói csomagolt áruknak is nevezik. Forrás, bővebb információ: <https://marketingblogger.hu/fmcg-jelentese/>

Társadalmi célú reklámok a televíziókban (2020. június)

A következőkben kísérletet teszünk annak bemutatására, hogy a társadalmi célú reklámok, közérdekű közlemények – különös tekintettel a kormányzat járvánnyal kapcsolatos kommunikációjára – közzététele miként alakult a televíziókban a koronavírus járvány időtartama alatt.

A vizsgálati mintát minden esetben a Nielsen Közönségmérés Kft. adatbázisa jelenti, mely a vizsgálat időpontjában 62 magyar nyelvű televíziós csatornát fedett le.⁵ Az analízis heti bontásban kerül bemutatásra, a 23. héttől (június 1-7.) kezdve egészen a 27. hétig (június 29-július 5.) bezárólag. Előzetesen fontosnak tartjuk jelezni, hogy a rendelkezésre álló információk alapján a televíziók nem használták a közérdekű közlemény formulát, az összes érintett kisfilm társadalmi célú reklám főcímeik alkalmazásával került közreadásra.

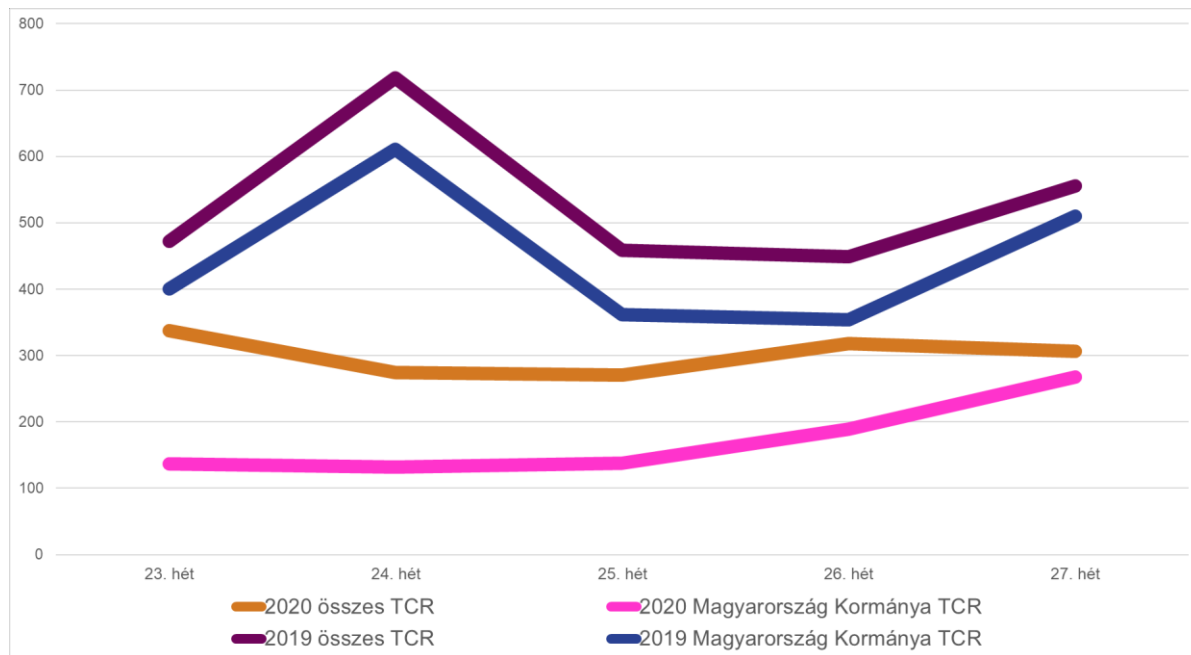
A társadalmi célú reklámok volumene

A 19-22. hét közötti intervallumhoz képest közel harmadára esett vissza a társadalmi célú reklámok darabszáma (4263 db vs. 1506 db) **(1. ábra)**, mindössze négy szervezet adott közre ilyen típusú kisfilmet (Közép- és Kelet-európai Történelem és Társadalom Kutatásáért Közalapítvány, Magyarország Kormánya, Szerencsejáték Zrt., Unicef Magyar Bizottság Alapítvány). 2019 hasonló időszakához (2654 db) képest is visszaesés mutatható ki, ha nem is jelentős mértékű. A járvány júniusi időszakában már csak a kormányzati kommunikáció volt aktív, a korábban tapasztalt, egyéb szervezetek által készített „koronavírus-kisfilmek” teljesen eltűntek a kínálatból.

2019 azonos időszakában az összes közreadott társadalmi célú reklám 84 százaléka készült Magyarország Kormányának megbízásából, 2020-ra ez a mutató 57 százalékra esett vissza.

⁵ Duna TV, M2, TV2, RTL Klub, Nickelodeon, Nick JR, ATV, AXN, Cartoon Network, Comedy Central, Comedy Central Family, Cool, Discovery Channel, Disney Channel, Duna World, Fem3, Film+, Film4, Galaxy4, Hír TV, History, TV2 Comedy, ID, Izaura, Kiwi TV, Lichi TV, Life TV, M1, M4 Sport, M5, Mozi+, MTV Hungary, Muzsika TV, Nat Geo Wild, National Geographic, Paramount, Prime, RTL Gold, RTL+, RTL II, RTL Spike, Sláger TV, Sony Max, Sony Movie Channel, Sorozat+, Spíler1 TV, Spíler2 TV, Sport1, Sport2, Story4, Super TV2, TLC, Travel Channel, TV4, Viasat3, Viasat6, Zenebutik, Jocky TV, Moziverzum, ATV Spirit, Nicktoons, Eurosport

7. ábra – A társadalmi célú reklámok volumene (db)



7. táblázat a 7. ábrához – A kormányzat megbízásából készült társadalmi célú reklámok volumene az egyes televíziókban (db)

Hét	2020 összes TCR	2020 Magyarország Kormány TCR	2019 összes TCR	2019 Magyarország Kormány TCR
23. hét	337	137	472	400
24. hét	274	132	718	611
25. hét	271	138	459	362
26. hét	318	189	449	354
27. hét	306	268	556	510

A kormányzat megbízásából készült kisfilmek

A 23. és 27. hét között összesen 864, Magyarország Kormánya megbízásából készült társadalmi célú reklám volt beazonosítható a Nielsen adatbázisában, s ezek összesen 21 televízió műsorában voltak láthatók (**1. táblázat**). Ezen kisfilmek összesített időtartama 10 óra 9 percet tett ki, s egy átlagos szpot 42 másodperc hosszúságot ért el.

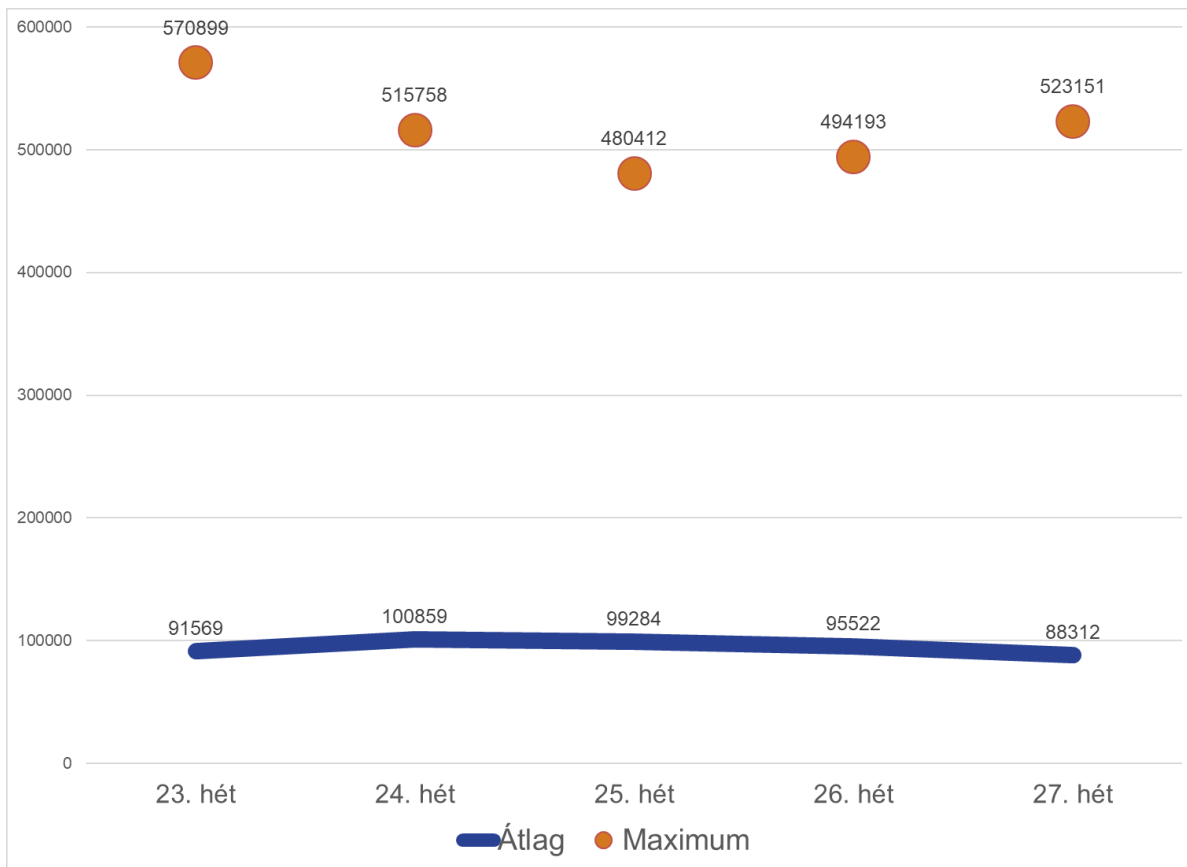
8. táblázat – A kormányzat megbízásából készült társadalmi célú reklámok volumene az egyes televíziókban (db)

Médiaszolgáltató	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét	Összesen
Hír TV	42	42	50	59	50	243
TV2	38	41	37	52	50	218
Duna TV	14	14	15	17	31	91
M1	15	13	15	24	21	88
Super TV2	10	9	6	12	14	51
Moziverzum	10	8	8	10	14	50
M4 Sport	8	5	7	11	14	45
ATV	0	0	0	0	15	15
Mozi+	0	0	0	0	10	10
Prime	0	0	0	0	10	10
Spíler1 TV	0	0	0	0	10	10
Spíler2 TV	0	0	0	0	10	10
Cool	0	0	0	0	4	4
TV4	0	0	0	4	0	4
Film+	0	0	0	0	3	3
RTL II	0	0	0	0	3	3
RTL Klub	0	0	0	0	3	3
RTL+	0	0	0	0	2	2
Sorozat+	0	0	0	0	2	2
Muzsika TV	0	0	0	0	1	1
RTL Gold	0	0	0	0	1	1

A kormányzat megbízásából készült társadalmi célú reklámok a vizsgált időszakban a legmagasabb átlagos nézettséget a 24. héten érték el, míg a legnézettebb kisfilm (570.899 fő) a 23. héten, a TV2 műsorán, június 4-én 19:21:52 órakor került adásba **(8. ábra)**.

Az összesített nézettség terén erős növekedés volt kimutatható. A jelenség nyilvánvalóan összefügg az 1. ábrán bemutatott esetszám emelkedéssel **(9. ábra)**.

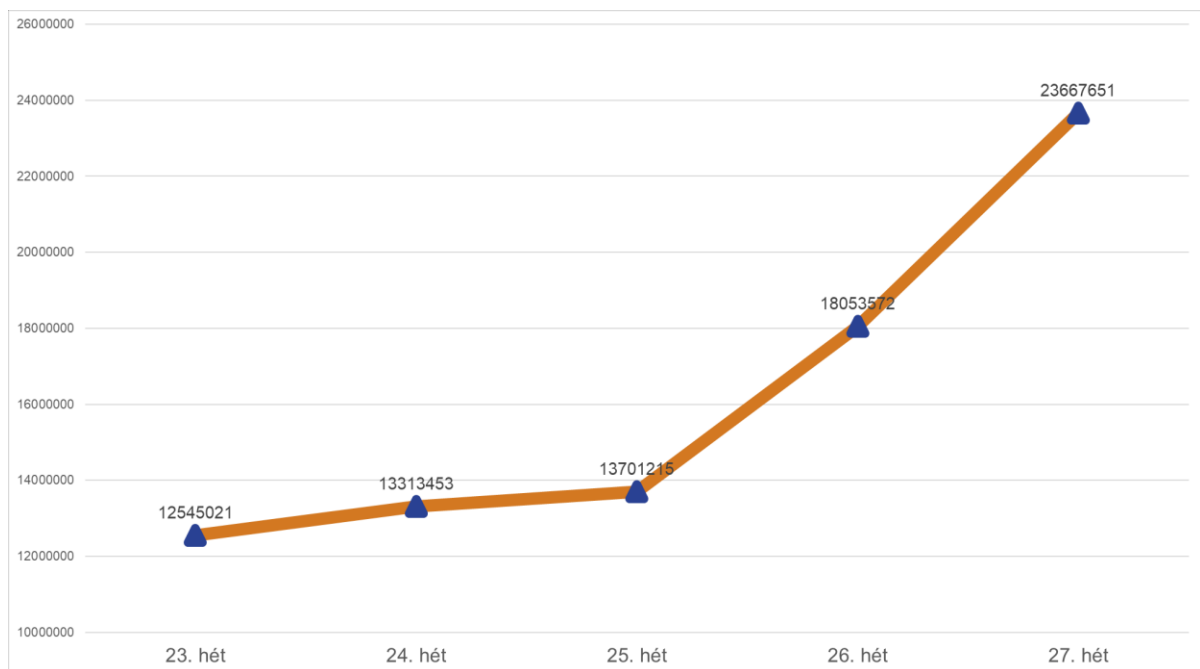
8. ábra – A kormányzati TCR-ek átlagos és maximum nézettségei (Reach, fő)



9. táblázat a 8. ábrához – A kormányzati TCR-ek átlagos és maximum nézettségei (Reach, fő)

Hét	Átlag	Maximum
23. hét	91569	570899
24. hét	100859	515758
25. hét	99284	480412
26. hét	95522	494193
27. hét	88312	523151

9. ábra – A kormányzati TCR-ek összesített nézettségei (Reach sum, fő)



10. táblázat a 9. ábrához – A kormányzati TCR-ek összesített nézettségei (Reach sum, fő)

Hét	Összesített nézettség
23. hét	12545021
24. hét	13313453
25. hét	13701215
26. hét	18053572
27. hét	23667651

Rádióreklámok és TCR-ek a koronavírus-járvány időszakában (2020. 20. hét, május 11-17.)

A járvány és az azt övező intézkedések nehéz helyzetbe hozták a gazdaságot is. A megváltozott körülmények között a rádiós piac is igyekszik alkalmazkodni az új kihívásokhoz. A rádiók reklámozásra fordított idejének változása jó jelzőszáma lehet a pandémiás helyzetre adott piaci válaszoknak. Ugyanakkor ebben a helyzetben egy másik féle hirdetéstípus (TCR) is figyelemre méltó szerephez jut. A kormányzat erőteljes figyelemfelhívó kampánya minden médiafelületre kiterjedt az elmúlt hetekben. A rádiók is kivették a részüket az üzenetek célba juttatásából. A koronavírussal kapcsolatos társadalmi célú reklámok közzétételének alakulása jellemző vonása a vírus terjedése elleni kormánykommunikációnak.

Az Mttv. 15. §-a veszélyhelyzet idejére az alábbiakat írja elő: *„Rendkívüli állapot, szükségállapot, veszélyhelyzet, külső fegyveres csoportoknak Magyarország területére történő váratlan betörése, továbbá az ország területének a Magyar Honvédség légvédelmi és repülő erőivel való oltalmazása esetén az Országgyűlés, a Honvédelmi Tanács, a köztársasági elnök és a Kormány, valamint törvényben meghatározott személyek és szervek - a helyzetnek megfelelő szükséges mértékben - kötelezhetik a médiaszolgáltatót a fennálló állapottal, helyzettel kapcsolatos közérdekű közleményeknek az általuk meghatározott formában és időben történő ingyenes közzétételére, illetőleg egyes közlemények, műsorszámok közzétételét megtilthatják. A közzététel feltételeinek biztosítása az Alap feladata. A közzétételkor a megrendelőt egyértelműen meg kell nevezni.”*

Mintánkba azok a médiaszolgáltatók kerültek be, amelyekről egyfelől elégséges és pontos adatokkal rendelkezünk, másfelől pedig beletartoznak azon rádiós szolgáltatók családjába, melyek általában élnek a reklámozás lehetőségével. Az adatokat a médiaszolgáltatók által rendelkezésünkre bocsátott, önbevalláson alapuló, a teljes kimenő jel tükrét jelentő táblázatokból nyertük. Az adatszolgáltatás feldolgozása során körülbelül egy hónapnyi átfutással kell számolnunk, vagyis az aktuális dátumhoz képest egy hónappal korábbi adatok dolgozhatók fel zökkenőmentesen. Az ország rádiós piacát reprezentálva, a rádiók típusainak mindegyikéről (összesen 36 médiaszolgáltatóról) igyekszünk hétről hétre adatokat nyújtani.

A szolgáltatókat a nyilvántartási kategóriák szerinti diagramon szerepeltetjük, illetve összesített adatsort is közlünk.

A Magyar Reklámszövetség és a Scores Group kutatóintézet kérdőíves felmérést készített 2020. április 27. és május 1. között az MRSZ tagszervezetei és társszövetségei, azok tagjai, mint az iparág meghatározó szereplőinek körében azzal a céllal, hogy felmérje a koronavírus okozta válság hatását a kommunikációs szakmára és annak bevételeire, valamint megismerje a piac jövőbeli kilátásait. A kutatás alapján a kommunikációs szakmában jelentős bevételviszsaesésre számít az MRSZ 2020-ban: Ebben az évben a teljes piac 82 százaléka vár a szektorban zsugorodást. Az MRSZ Barométer kutatása alapján a válaszadó (viszsaesésre számító) iparági szereplők a csökkenés várható mértékét átlagosan 38 százalékra becsülik. A rádiós piaci várakozásokról Turi Árpád, a RAME elnöke nyilatkozott: *„Árbevétel tekintetben már jóval nagyobb kiesésre számítunk. Az elmúlt évtizedek tapasztalatai alapján, az év egyik hirdetői csúcspontjának számító március-június időszakban realizálódik az éves bevételek 30-35%-a, ezért az ezekben a hónapokban történő 60% körüli kiesés nagymértékben befolyásolja az éves totál teljesítményt.”*⁶

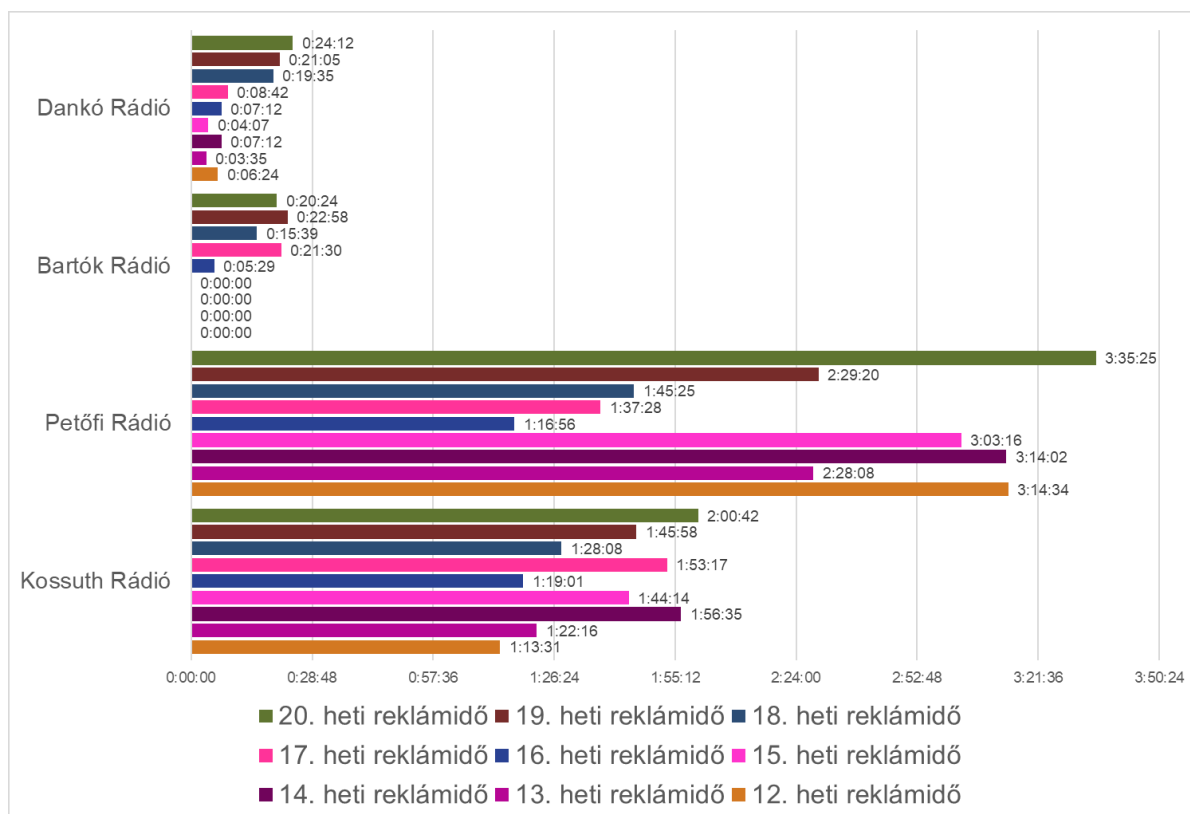
A Whitereport Médiapiaci Válságmonitor 2020. májusi médiapiaci előrejelzése szerint, amely a május 13-ig elérhető információk alapján készült, több forgatókönyv is felmerülhet a válság kapcsán. Az első

⁶ A Magyar Reklámszövetség és társszervezetei sajtóközleménye 2020. május 7.

21 százalékos médiavállalati összbevételcsökkenéssel és V alakú válsággörbével számol az idei évre és gyors médiapiaci regenerálódást jósol. A második U alak felé közelítő V görbével, lassú regenerálódással és 30 százalékos csökkenéssel számol, ami mintegy 120 milliárd Ft összes médiavállalati bevételkiesést is jelenthet.

Vészforgatókönyvvel nem számoltak, mert az elérhető információk alapján a járvány feletti kontroll erős, de a lassú regenerálódás jelentheti a médiapiac szempontjából a kockázatot, bár a hirdetők jelentős része megpróbálhatja kiaknázni a kisebb reklámzaj előnyeit, a tovább polarizálódó vásárlóerőt és a növekvő médiafogyasztást. 2020 utáni előrejelzések viszont teljesen bizonytalan alapokon nyugszanak, így jelenleg nem prognosztizálhatók még a távlati médiapiaci tendenciák.⁷

10. ábra – A közszolgálati rádiók heti összes reklámideje (12-20. hét)

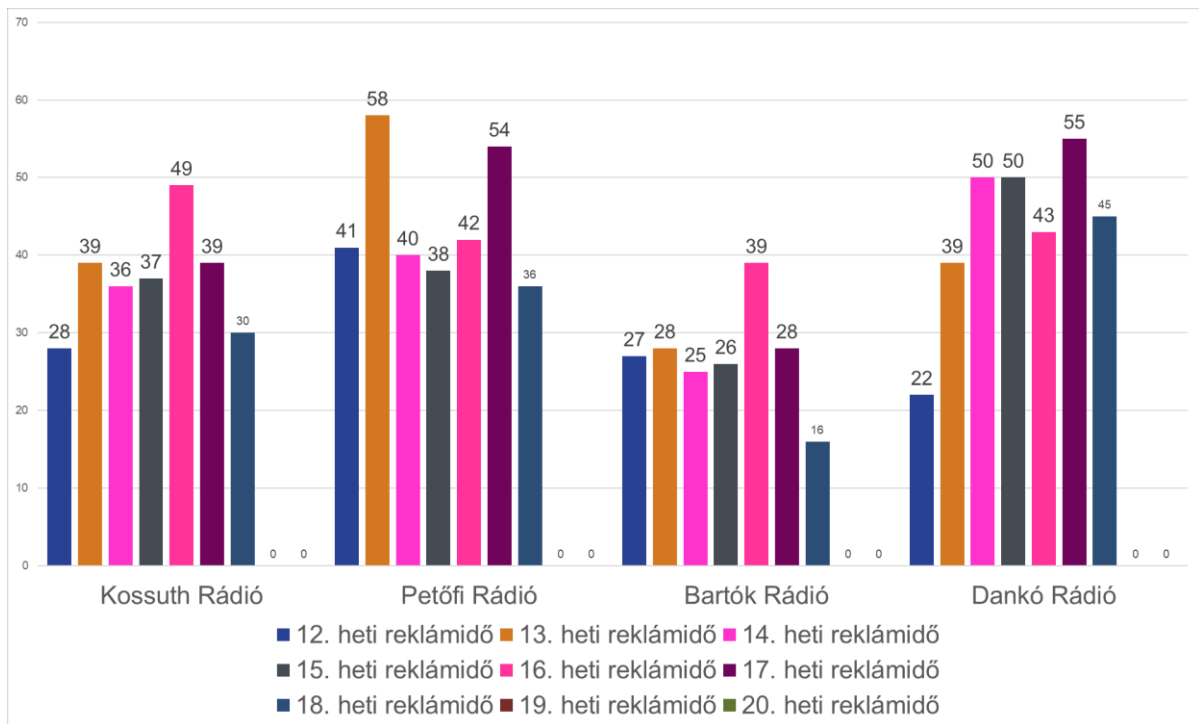


⁷ Whitereport Médiapiaci Válságmonitor 2020 májusi publikált előrejelzése

11. táblázat a 10. ábrához – a közszolgálati rádiók heti összes reklámideje (12-20. hét)

Csatorna neve	12. heti reklámidő	13. heti reklámidő	14. heti reklámidő	15. heti reklámidő	16. heti reklámidő	17. heti reklámidő	18. heti reklámidő	19. heti reklámidő	20. heti reklámidő
Kossuth Rádió	1:13:31	1:22:16	1:56:35	1:44:14	1:19:01	1:53:17	1:28:08	1:45:58	2:00:42
Petőfi Rádió	3:14:34	2:28:08	3:14:02	3:03:16	1:16:56	1:37:28	1:45:25	2:29:20	3:35:25
Bartók Rádió	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:05:29	0:21:30	0:15:39	0:22:58	0:20:24
Dankó Rádió	0:06:24	0:03:35	0:07:12	0:04:07	0:07:12	0:08:42	0:19:35	0:21:05	0:24:12

11. ábra – Közzszolgálati rádiók heti TCR darabszáma



12. táblázat a 11. ábrához – Közszolgálati rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	12. heti TCR db	13. heti TCR db	14. heti TCR db	15. heti TCR db	16. heti TCR db	17. heti TCR db	18. heti TCR db	19. heti TCR db	20. heti TCR db
Kossuth Rádió	28	39	36	37	49	39	30	0	0
Petőfi Rádió	41	58	40	38	42	54	36	0	0
Bartók Rádió	27	28	25	26	39	28	16	0	0
Dankó Rádió	22	39	50	50	43	55	45	0	0

13. táblázat – kisközösségi rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	12. heti reklámidő	13. heti reklámidő	14. heti reklámidő	15. heti reklámidő	16. heti reklámidő	17. heti reklámidő	18. heti reklámidő	19. heti reklámidő	20. heti reklámidő
Alpha Rádió	3:24:53	2:23:30	2:10:45	2:08:32	2:13:17	2:23:35	2:20:37	2:35:44	2:56:58
Berettyó Rádió	0:11:31	0:15:25	0:08:10	0:16:48	0:11:31	0:15:25	0:04:10	0:16:48	0:11:31
MaxiRádió	5:24:11	5:33:09	5:24:48	5:36:13	5:36:17	5:36:10	5:33:11	5:33:08	5:24:12
Rádió Smile	3:36:01	3:16:11	2:26:41	2:38:44	3:27:54	3:58:18	4:25:50	3:34:46	3:33:15
Rádió Törökszentmiklós	1:11:34	0:27:40	0:38:57	2:33:23	2:34:21	2:24:19	1:28:04	1:26:27	1:54:25
Balaton Rádió	0:54:09	0:54:11	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:47:50	0:34:59	0:29:08
Credo Rádió	1:06:17	1:05:33	1:01:27	1:14:33	1:06:30	1:10:55	1:03:49	0:44:35	0:40:46

14. táblázat– kisközösségi rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	12. heti TCR db	13. heti TCR db	14. heti TCR db	15. heti TCR db	16. heti TCR db	17. heti TCR db	18. heti TCR db	19. heti TCR db	20. heti TCR db
Alpha Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Berettyó Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MaxiRádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rádió Smile	9	35	25	0	0	0	0	0	0
Rádió Törökszentmiklós	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Balaton Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Credo Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0

15. táblázat – helyi rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	12. heti reklámidő	13. heti reklámidő	14. heti reklámidő	15. heti reklámidő	16. heti reklámidő	17. heti reklámidő	18. heti reklámidő	19. heti reklámidő	20. heti reklámidő
Magyar Katolikus Rádió Debrecen	0:04:56	0:04:25	0:05:42	0:16:04	0:05:04	0:04:25	0:04:04	0:04:46	0:04:46
Győr Plusz Rádió	1:19:06	0:44:31	0:46:37	0:58:30	0:37:51	1:29:47	1:51:01	1:01:08	1:58:32
Magyar Katolikus Rádió Kaposvár	0:05:41	0:04:29	0:07:04	0:14:07	0:04:29	0:05:44	0:02:45	0:04:50	0:04:50
Friss FM	0:01:28	0:07:38	0:15:36	0:05:32	0:00:00	0:00:00	0:00:44	0:42:13	0:09:38
Magyar Katolikus Rádió Orosháza	0:05:38	0:04:25	0:05:21	0:15:43	0:06:02	0:05:07	0:03:32	0:05:07	0:05:07
Vörösmarty Rádió	0:00:00	0:20:32	0:45:39	0:12:23	0:32:28	0:47:33	0:00:00	0:02:24	0:09:43
Dunakanyar Rádió	1:04:04	1:03:18	1:02:48	1:26:22	1:06:19	1:08:00	1:08:06	1:37:31	1:41:26

16. táblázat– Helyi rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	12. heti TCR db	13. heti TCR db	14. heti TCR	15. heti TCR db	16. heti TCR db	17. heti TCR db	18. heti TCR db	19. heti TCR db	20. heti TCR db
Magyar Katolikus Rádió Debrecen	0	0	0	6	14	10	7	6	7
Győr Plusz Rádió	34	48	47	47	46	58	45	31	30
Magyar Katolikus Rádió Kaposvár	0	0	0	8	13	10	6	7	5
Friss FM	29	23	14	15	29	24	20	28	20
Magyar Katolikus Rádió Orosháza	0	0	0	6	14	10	6	5	8
Vörösmarty Rádió	0	0	0	6	7	4	0	0	0
Dunakanyar Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0

17. táblázat – Közzetési rádiók heti összes reklámideje

Csatorna neve	12. heti reklámidő	13. heti reklámidő	14. heti reklámidő	15. heti reklámidő	16. heti reklámidő	17. heti reklámidő	18. heti reklámidő	19. heti reklámidő	20. heti reklámidő
Inforádió	0:23:39	0:25:04	0:32:12	0:34:26	0:57:43	1:29:59	0:57:54	1:27:17	1:29:29
Sláger FM	3:54:25	4:17:10	3:50:15	3:53:38	2:53:46	2:58:32	3:15:21	3:53:42	4:58:02
Klubrádió	0:30:42	0:13:38	0:31:14	0:22:36	0:37:37	0:19:38	0:24:04	0:29:35	0:30:13
Karc FM	0:00:00	0:00:00	0:35:58	0:36:59	0:26:52	0:40:30	0:10:15	0:26:40	0:35:11
Manna FM	0:51:20	0:15:50	0:02:44	0:20:12	0:22:03	0:46:04	0:13:53	0:17:46	1:54:04
Klasszik Rádió	1:38:17	1:59:04	1:36:29	1:26:28	1:37:11	1:57:04	1:51:56	1:25:17	1:33:55
Best FM	0:35:40	0:38:30	0:08:20	0:05:30	0:22:30	0:24:30	0:01:30	0:00:00	0:05:40
Rádió 1	5:42:25	4:46:45	4:57:59	4:45:29	3:52:50	3:43:15	3:23:50	5:17:30	6:03:35

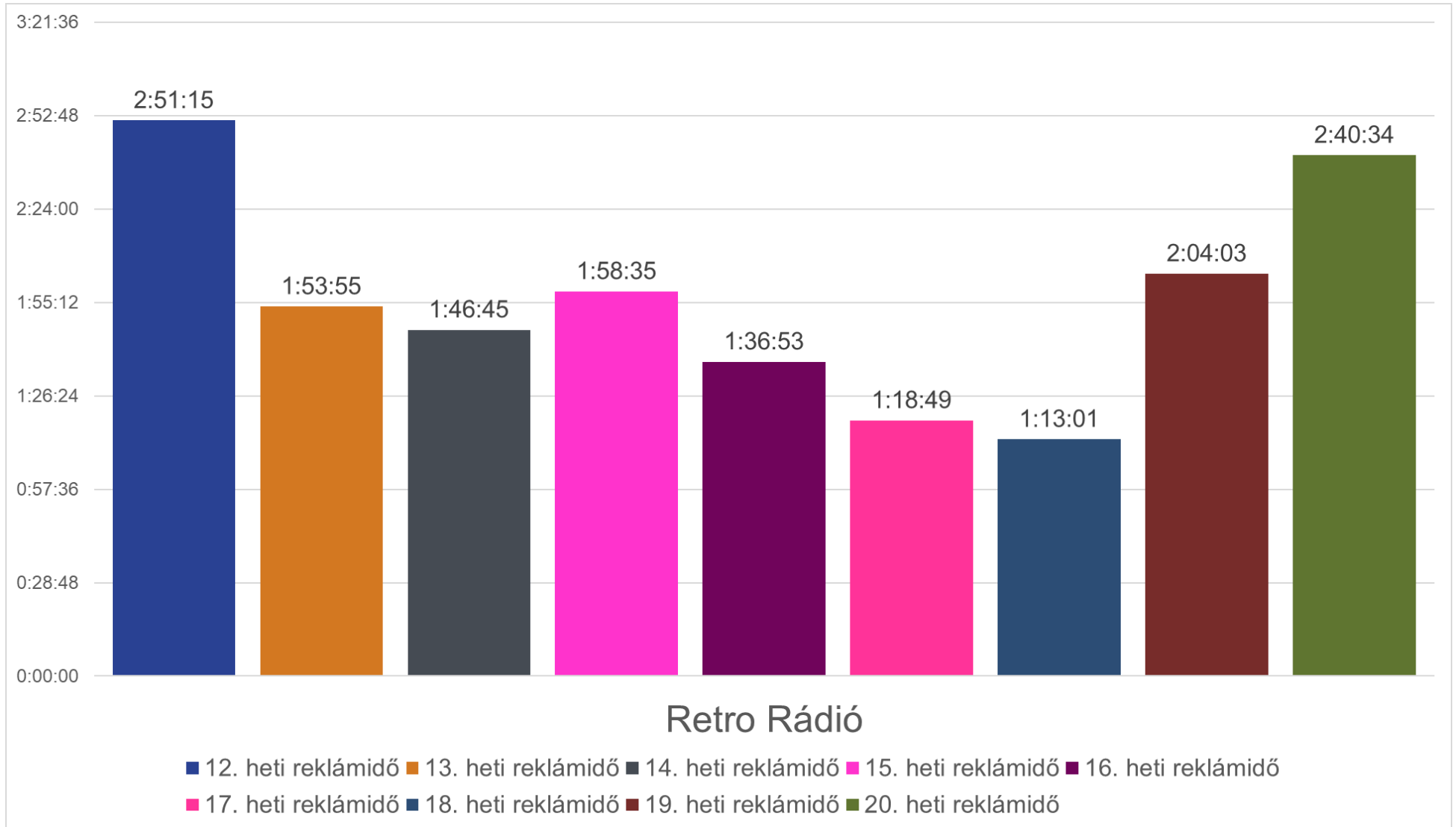
Csatorna neve	12. heti reklámidő	13. heti reklámidő	14. heti reklámidő	15. heti reklámidő	16. heti reklámidő	17. heti reklámidő	18. heti reklámidő	19. heti reklámidő	20. heti reklámidő
90,9 Jazzy Rádió	2:47:56	3:11:48	2:20:07	1:49:42	2:22:22	2:31:59	2:11:37	1:53:19	3:01:11
Gong FM	4:25:14	4:40:26	4:08:00	3:53:09	5:02:09	5:19:21	3:55:56	4:21:21	7:31:28
Rádió M	1:50:21	1:35:53	1:31:20	1:48:43	1:59:37	2:05:08	1:50:16	1:27:54	2:26:22
96,3 Rádió 1	2:52:10	2:40:08	2:22:54	2:49:10	2:52:42	3:08:06	2:45:40	4:10:49	4:34:22
Csillagpont Rádió	0:17:34	0:15:55	0:15:38	0:17:16	0:16:26	0:18:10	0:15:30	0:12:04	0:10:40
Magyar Katolikus Rádió Szfv-Bp.	0:05:38	0:05:07	0:07:42	0:16:04	0:05:07	0:05:40	0:04:04	0:05:07	0:05:07
Forrás Rádió	2:17:35	1:57:53	1:50:35	2:07:46	1:59:13	1:36:25	1:15:49	1:32:22	2:28:07
101,7 Pécs FM	1:28:43	0:35:01	0:38:52	1:22:44	0:50:54	0:55:38	0:46:14	1:22:54	1:31:42

18. táblázat – Körzeti rádiók heti TCR darabszáma

Csatorna neve	12. heti TCR db	13. heti TCR db	14. heti TCR db	15. heti TCR db	16. heti TCR db	17. heti TCR db	18. heti TCR db	19. heti TCR db	20. heti TCR db
Inforádió	113	126	119	142	109	120	141	140	140
Sláger FM	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Klubrádió	0	36	19	0	0	0	0	0	0
Karc FM	105	125	73	102	113	87	122	128	128
Manna FM	127	135	205	240	291	296	316	331	341
Klasszik Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Best FM	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rádió 1	0	0	0	30	0	0	55	146	169

Csatorna neve	12. heti TCR db	13. heti TCR db	14. heti TCR db	15. heti TCR db	16. heti TCR db	17. heti TCR db	18. heti TCR db	19. heti TCR db	20. heti TCR db
90,9 Jazzy Rádió	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gong FM	35	53	21	36	1	1	15	0	0
Rádió M	0	0	0	1	11	10	12	0	0
96,3 Rádió 1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Csillagpont Rádió	0	0	0	18	20	21	21	21	21
Magyar Katolikus Rádió Szfv-Bp.	0	0	0	8	14	10	7	7	7
Forrás Rádió	66	6	5	6	11	8	14	0	0
101,7 Pécs FM	0	0	0	0	0	0	0	0	28

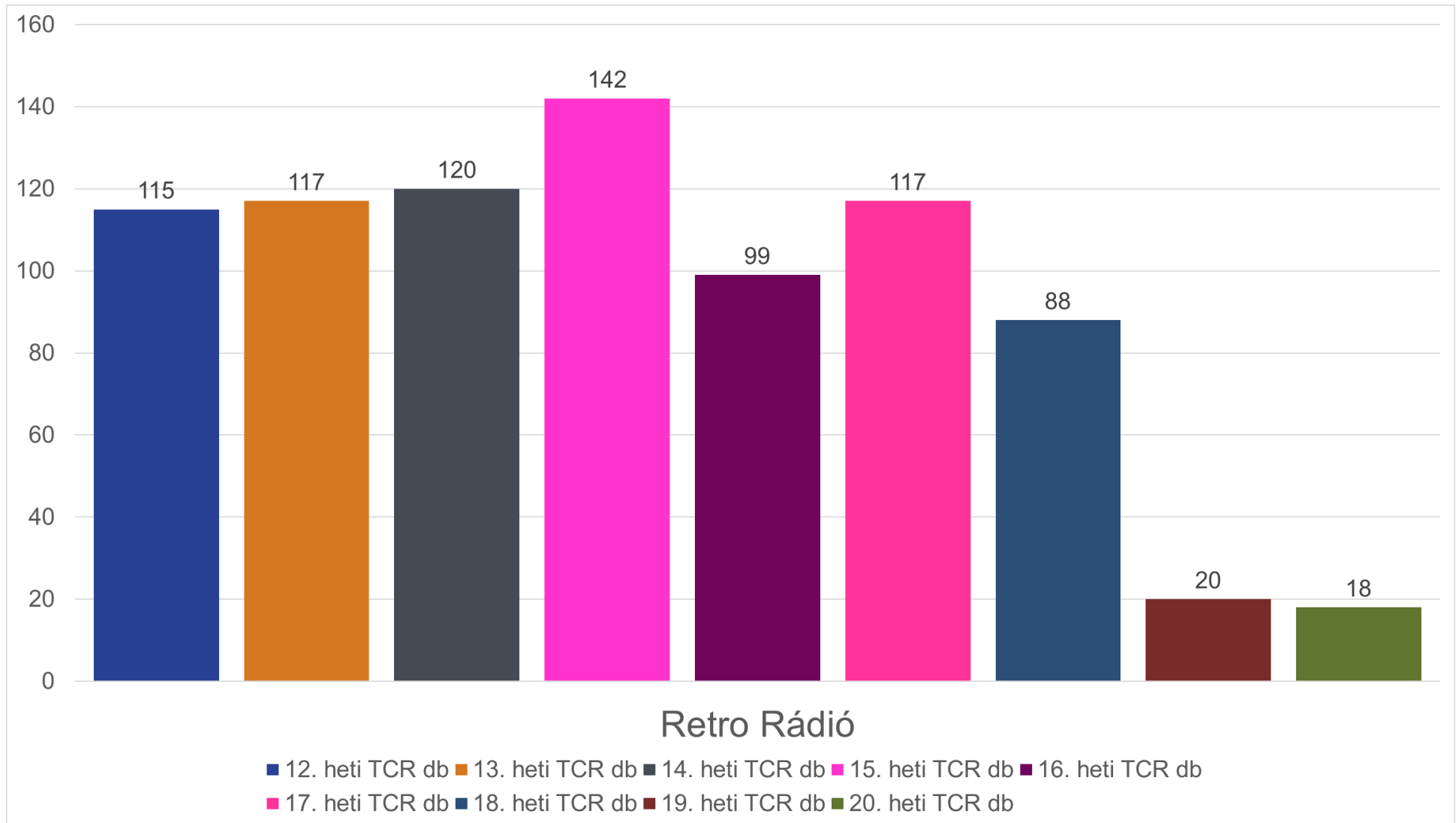
12. ábra – A Retro Rádió reklámidejének alakulása



19. táblázat a 12. ábrához – A Retro Rádió reklámideje

Rádió neve	12. heti reklámidő	13. heti reklámidő	14. heti reklámidő	15. heti reklámidő	16. heti reklámidő	17. heti reklámidő	18. heti reklámidő	19. heti reklámidő	20. heti reklámidő
Retro Rádió	2:51:15	1:53:55	1:46:45	1:58:35	1:36:53	1:18:49	1:13:01	2:04:03	2:40:34

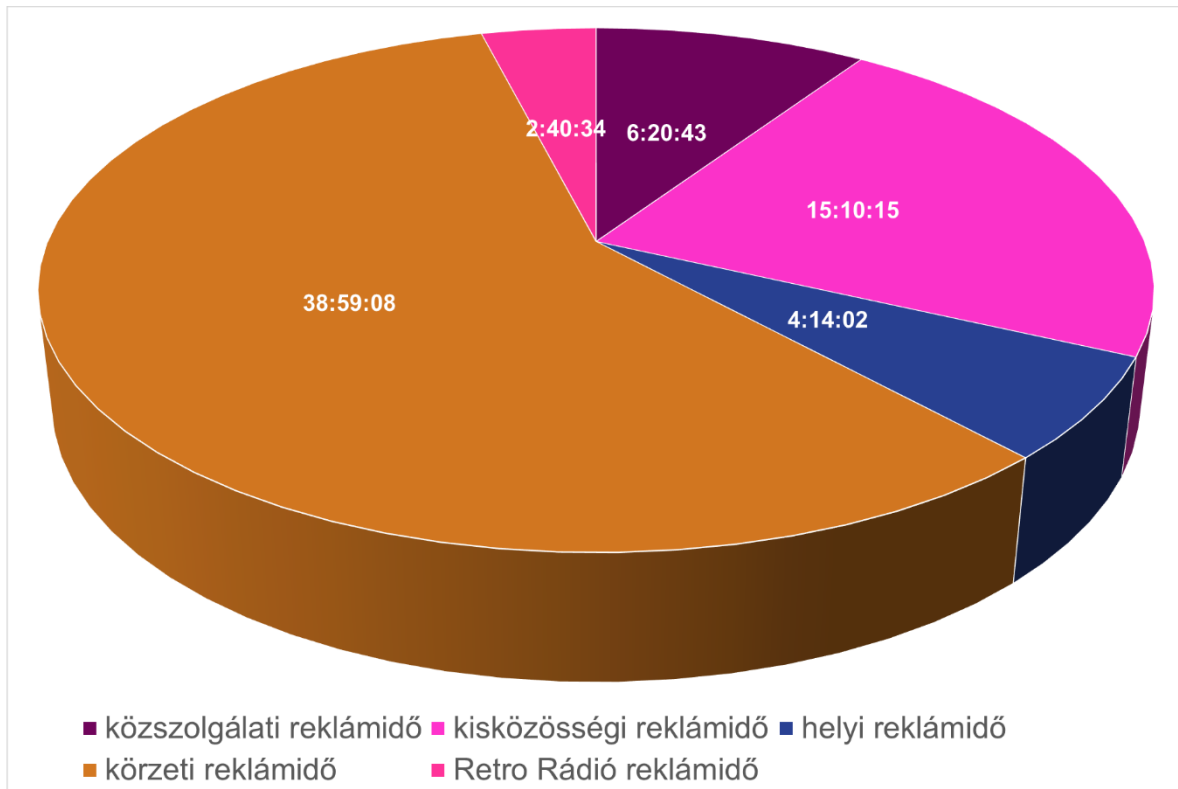
13. ábra – A Retro Rádió TRC számának alakulása



20. táblázat a 19. ábrához – A Retro Rádió TRC számának alakulása

Rádió neve	12. heti TCR db	13. heti TCR db	14. heti TCR db	15. heti TCR db	16. heti TCR db	17. heti TCR db	18. heti TCR db	19. heti TCR db	20. heti TCR db
Retro Rádió	115	117	120	142	99	117	88	20	18

14. ábra – A heti reklámidő megoszlása rádiótípusonként (reklámidő mindösszesen: 67 óra 24 perc 42 másodperc)

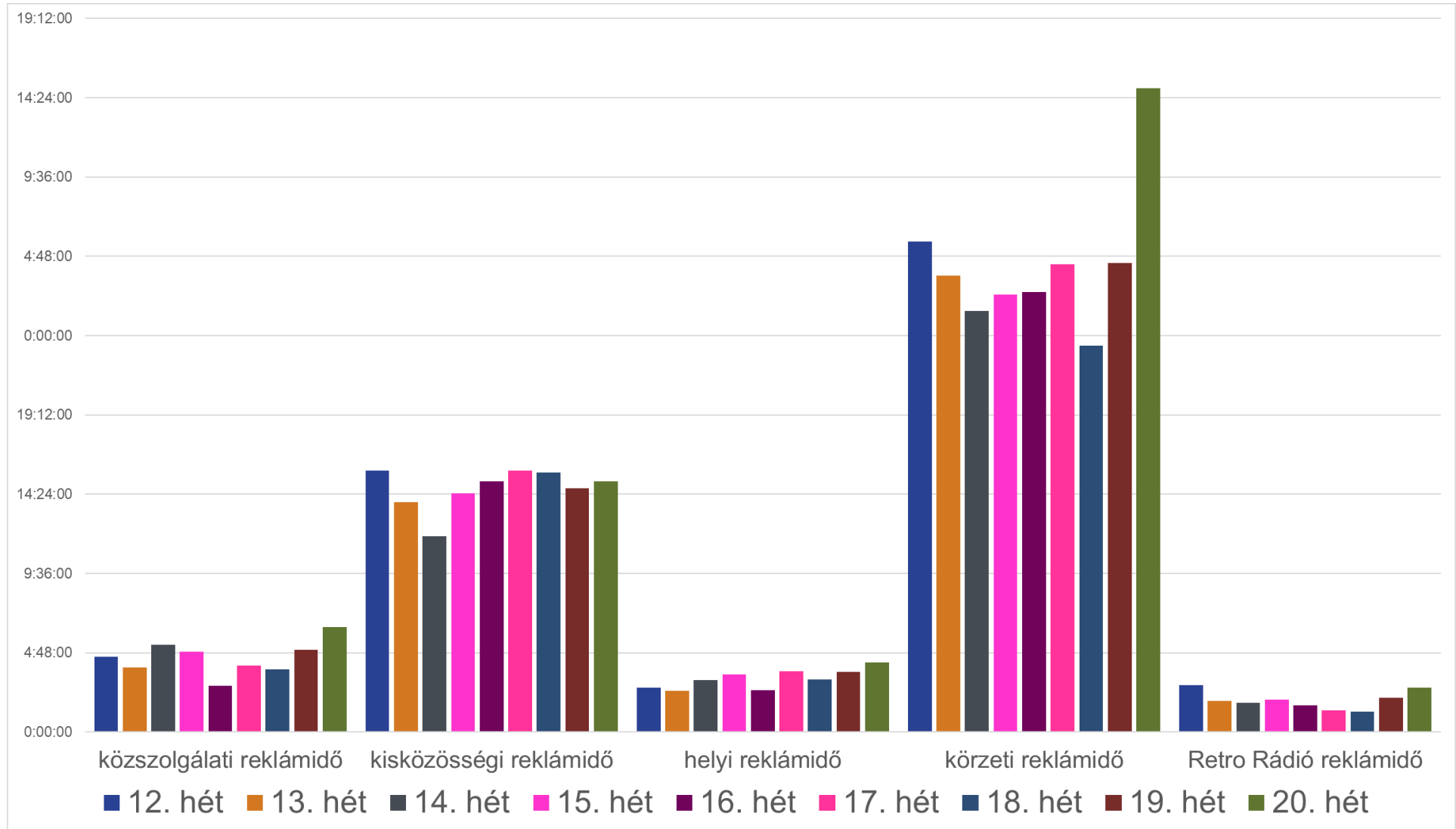


21. táblázat a 14. ábrához – A heti reklámidő megoszlása rádiótípusonként (reklámidő mindösszesen: 67 óra 24 perc 42 másodperc)

Rádió típusa	Heti reklámidő
közszolgálati reklámidő	6:20:43
kisközösségi reklámidő	15:10:15
helyi reklámidő	4:14:02
körzeti reklámidő	38:59:08
Retro Rádió reklámidő	2:40:34

Az összes reklámidő élénk növekedést (20%) mutatott az előző heti adatokhoz képest. Minden rádiótípusnál összességében emelkedést tapasztaltunk, ám egyes adóknál reklámidő csökkenés is megfigyelhető volt: Bartók rádió, Credo Rádió, Balaton Rádió, Rádió Smile, Maxi Rádió, Berettyó Rádió, Friss FM, valamint Csillagpont Rádió.

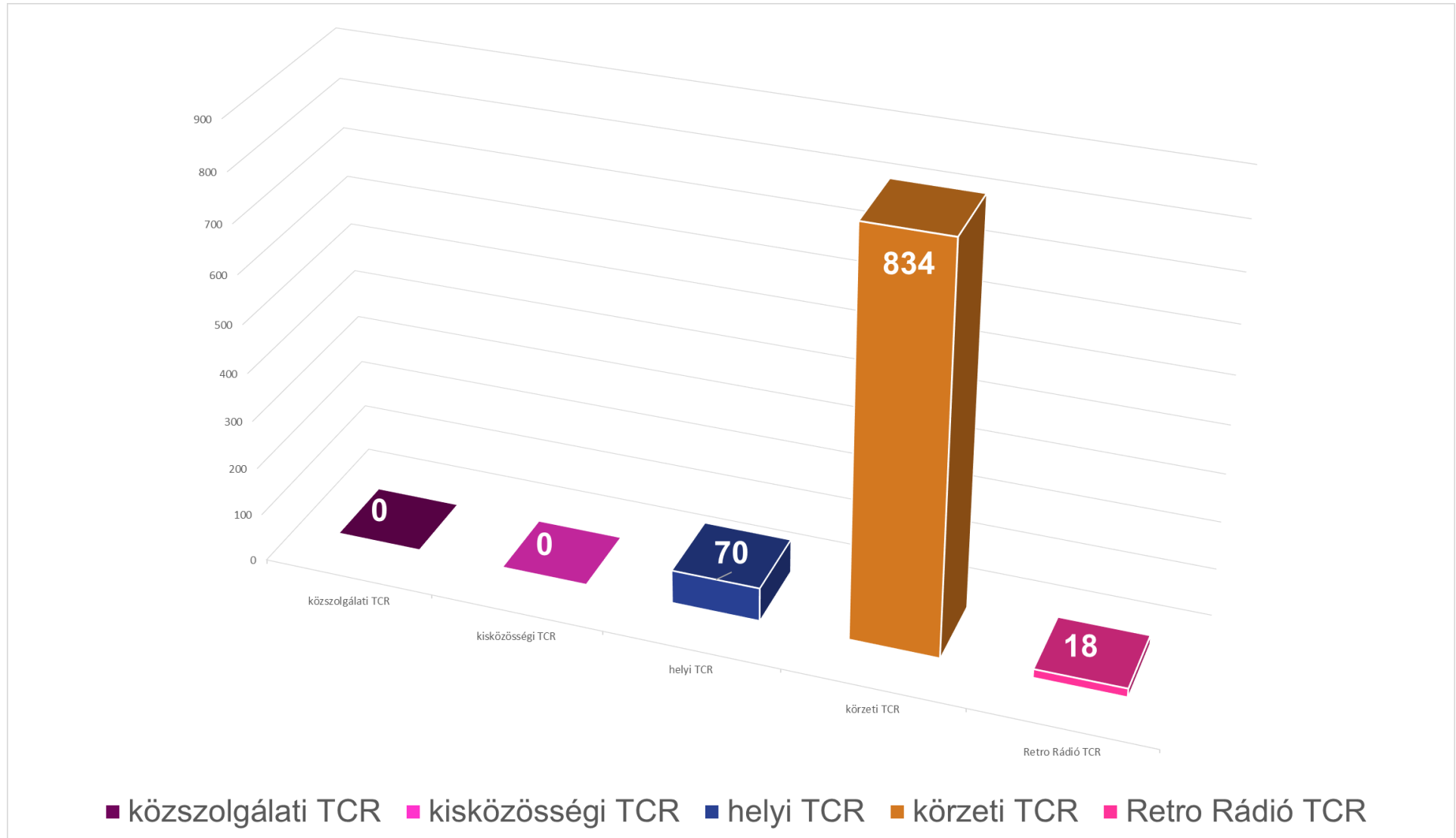
15. ábra – A heti reklámidő megoszlása rádiótípusonként, heti bontásban



22. táblázat a 15. ábrához – A heti reklámidő megoszlása rádiótípusonként, heti bontásban

Rádiótípus	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét	19. hét	20. hét
közszolgálati reklámidő	4:34:29	3:53:59	5:17:49	4:51:37	2:48:38	4:00:57	3:48:47	4:59:21	6:20:43
kisközösségi reklámidő	15:48:36	13:55:39	11:50:48	14:28:13	15:09:50	15:48:42	15:43:31	14:46:27	15:10:15
helyi reklámidő	2:40:53	2:29:18	3:08:47	3:28:41	2:32:13	3:40:36	3:10:12	3:37:59	4:14:02
körzeti reklámidő	29:41:39	27:38:12	1:30:19	2:29:52	2:39:02	4:19:59	23:23:49	4:23:37	14:59:08
Retro Rádió reklámidő	2:51:15	1:53:55	1:46:45	1:58:35	1:36:53	1:18:49	1:13:01	2:04:03	2:40:34

16. ábra – A heti TCR darabszám rádió típusonként (TCR mindösszesen: 922 darab)

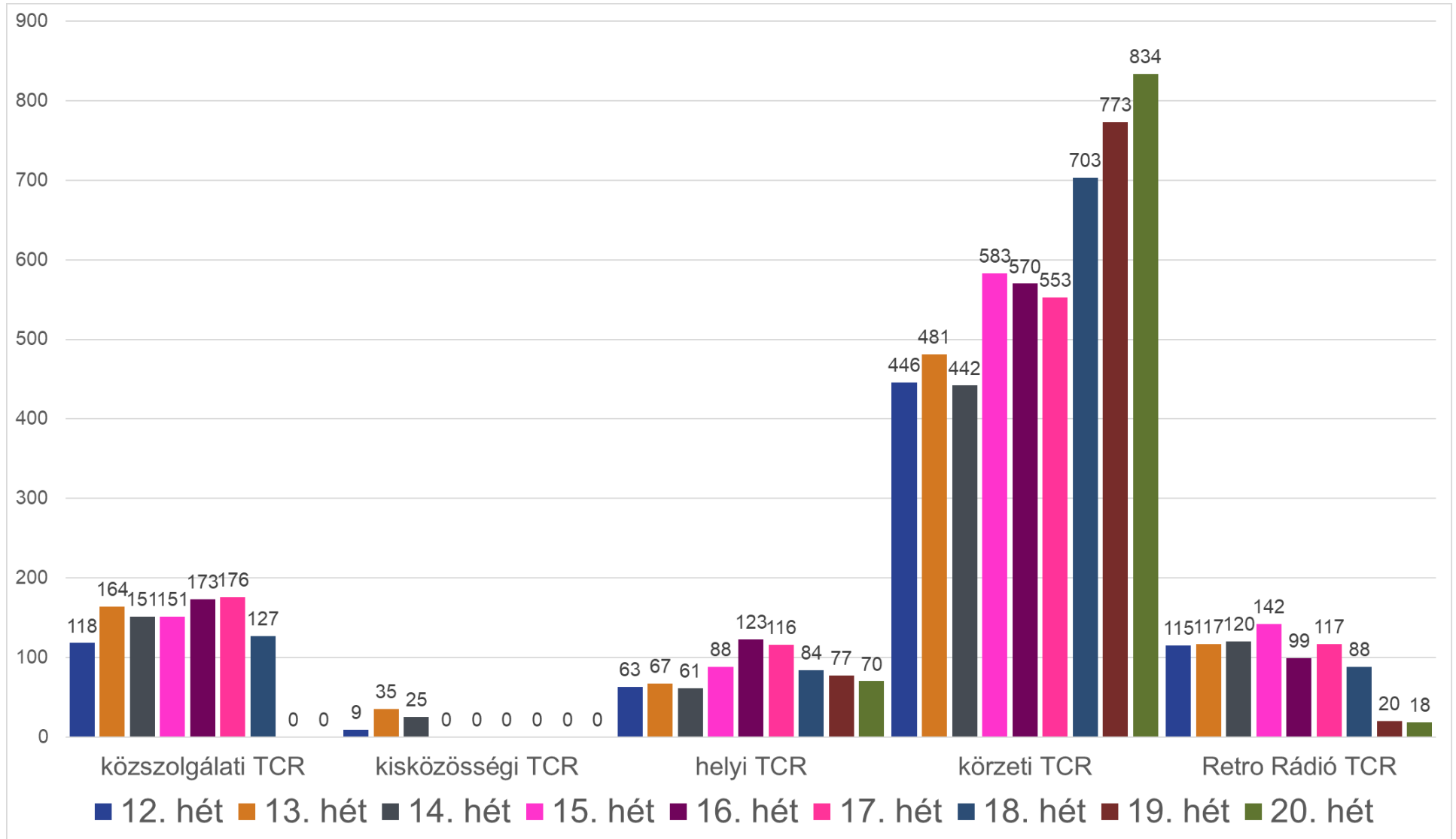


23. táblázat a 16. ábrához – A heti TCR darabszám rádiótípusonként (TCR mindösszesen: 964 darab)

Rádiótípus	Társadalmi célú reklámok száma
közszolgálati TCR	0
kisközösségi TCR	0
helyi TCR	70
körzeti TCR	834
Retro Rádió TCR	18

A 20. héten ismét nőtt a koronavírussal kapcsolatos társadalmi célú hirdetések előfordulása. A közszolgálati és a kisközösségi szegmensben továbbra sem volt ilyen hirdetés, ellenben a Manna FM tovább tudta növelni a TCR sugárzásait (341 db). A Manna Rádión kívül a Rádió1 Budapest, a Pécs FM, a Magyar Katolikus Rádió Debrecen és Orosháza is növelte a vírussal kapcsolatos hirdetéseinek számát, a tárgyhéten 52-vel több TCR-t regisztráltunk az előző időszakhoz képest.

17. ábra – A heti TCR alakulása rádiótípusonként, 12-20. hét

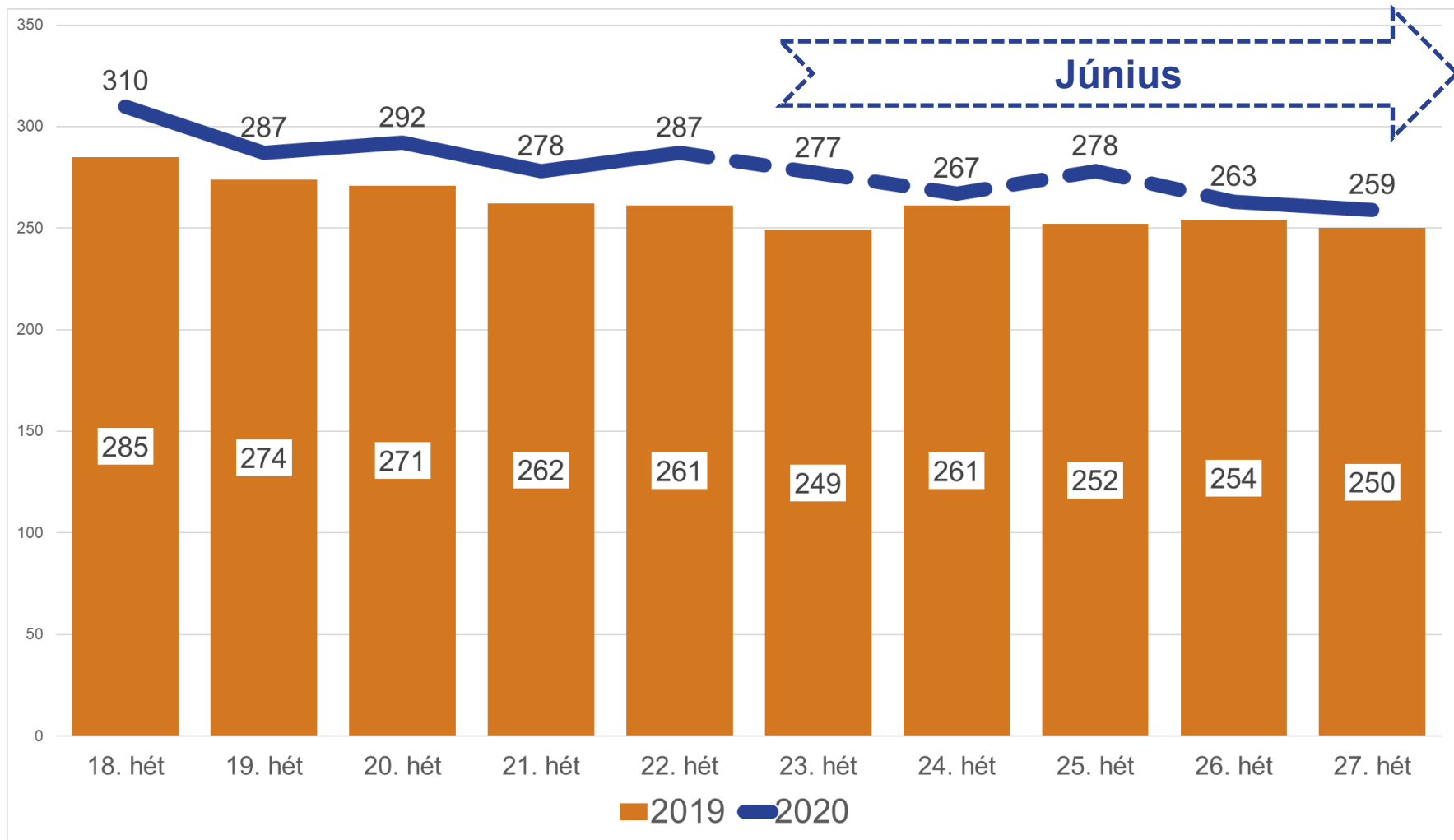


24. táblázat a 17. ábrához – A heti TCR alakulása rádiótípusonként, 12-20. hét

Rádiótípus	12. hét	13. hét	14. hét	15. hét	16. hét	17. hét	18. hét	19. hét	20. hét
közszolgálati TCR	118	164	151	151	173	176	127	0	0
kisközösségi TCR	9	35	25	0	0	0	0	0	0
helyi TCR	63	67	61	88	123	116	84	77	70
körzeti TCR	446	481	442	583	570	553	703	773	834
Retro Rádió TCR	115	117	120	142	99	117	88	20	18

A televíziózás népszerűsége 2020. júniusban

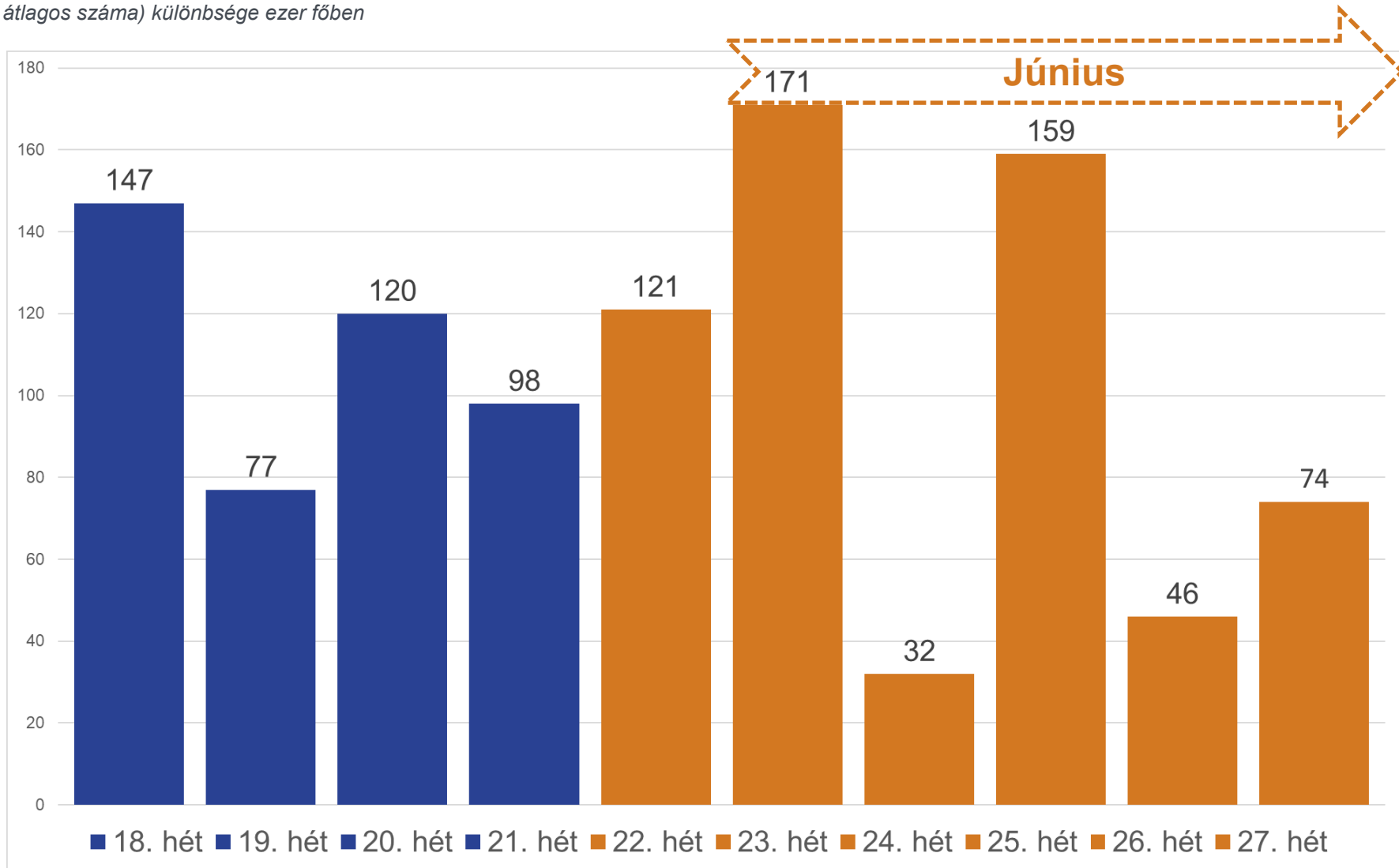
18. ábra – A 2020. és a 2019. júniusi (23-27. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban 4+ népesség, ATV (abs)*, perc (* egy főre jutó tévé nézési idő)



25. táblázat a 18. ábrához – A 2020. és a 2019. júniusi (23-27. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban
4+ népesség, ATV (abs)*, perc (* egy főre jutó tévénézési idő)

Év	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
2019	285	274	271	262	261	249	261	252	254	250
2020	310	287	292	278	287	277	267	278	263	259

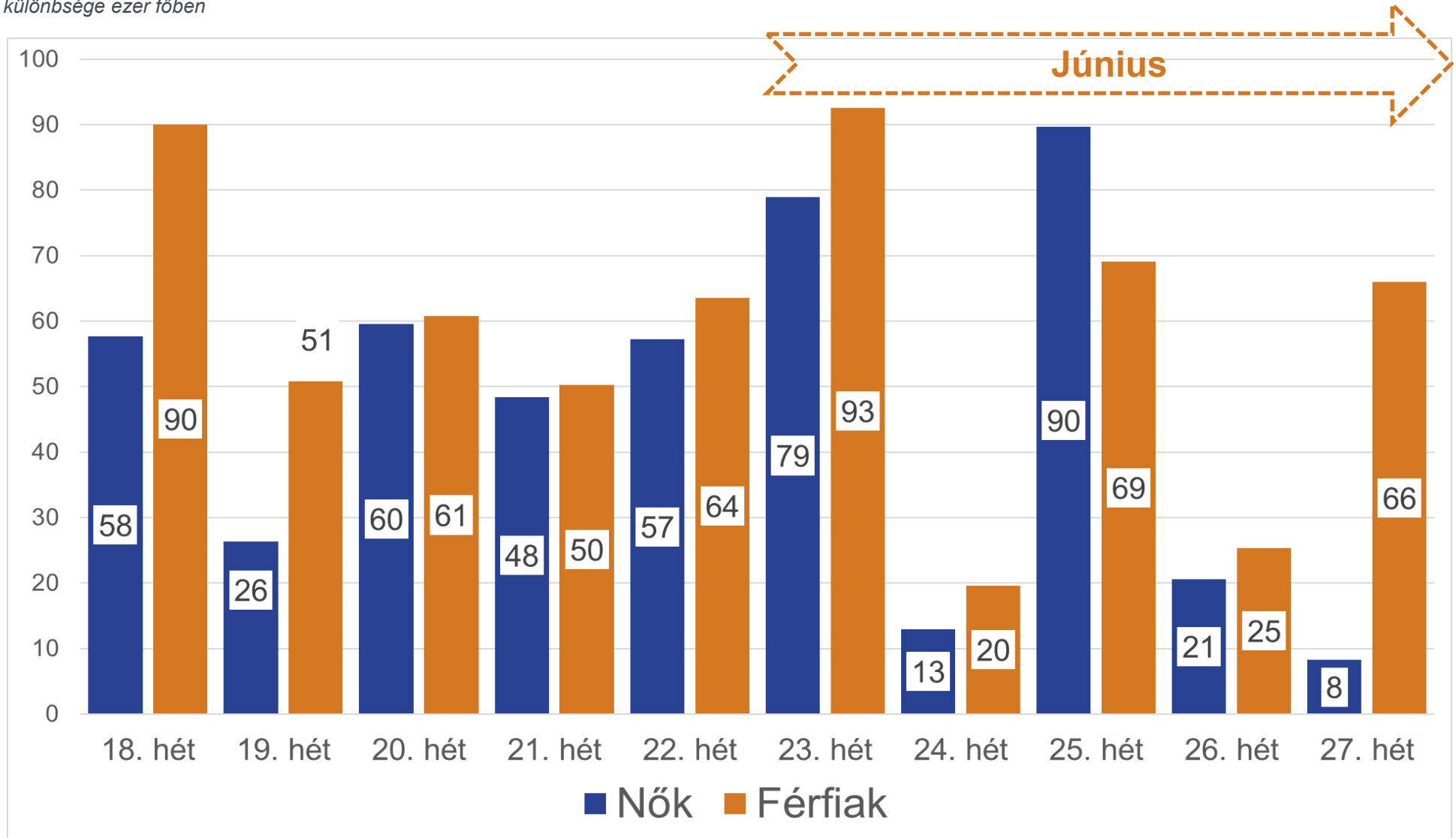
19. ábra – A 2020. és a 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, a 4 évesnél idősebb népesség körében, AMR (abs, az időszám egy percére jutó nézők átlagos száma) különbsége ezer főben



26. táblázat a 19. ábrához – A 2020 és a 2019 júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, a 4 évesnél idősebb népesség körében, AMR (abs, az idősáv egy percére jutó nézők átlagos száma) különbsége ezer főben

18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
147	77	120	98	121	171	32	159	46	74

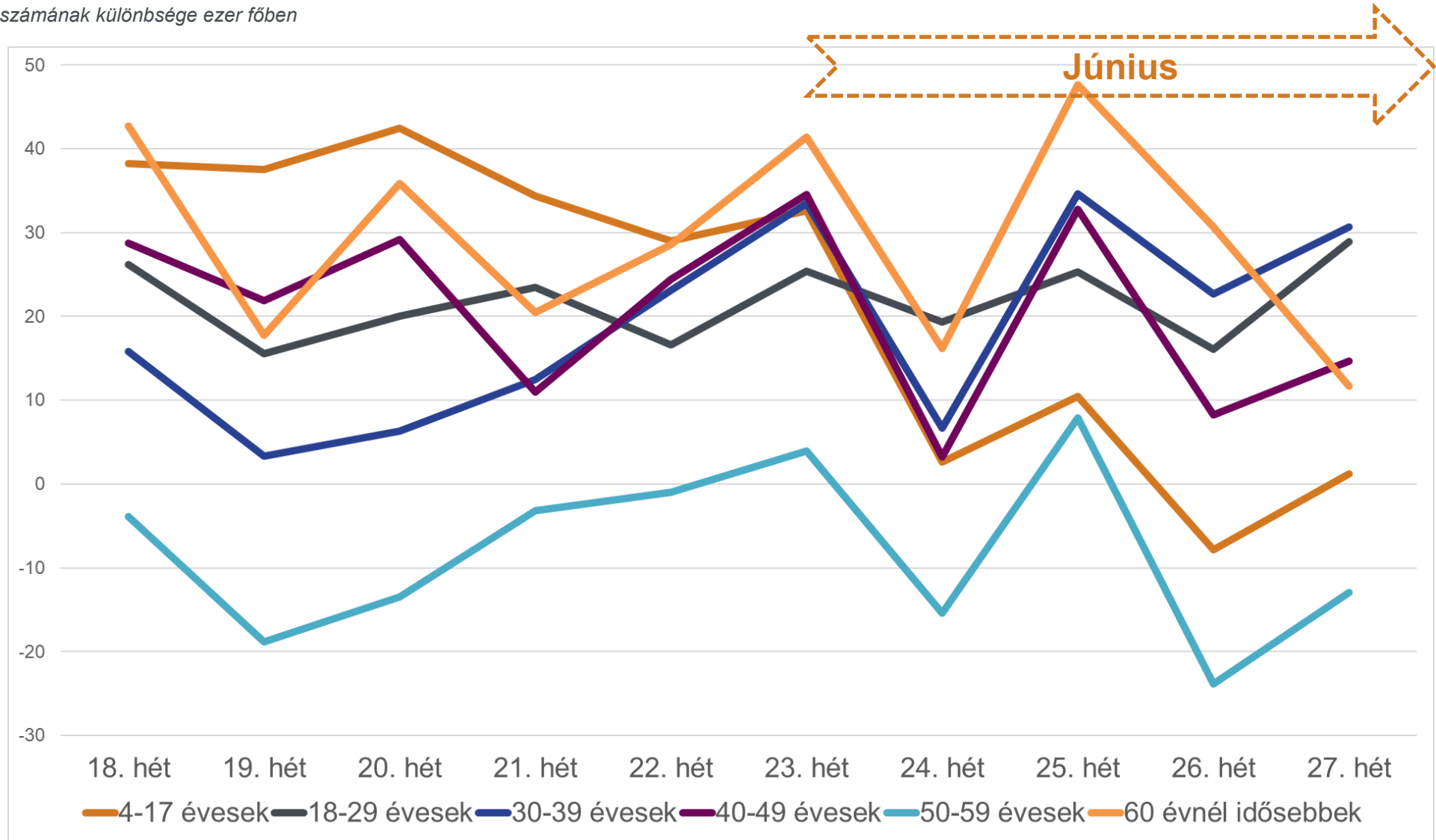
20. ábra – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, nemek szerint, AMR (abs), az idősav egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



27. táblázat a 20. ábrához – A 2020. és 2019. májusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, nemek szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Nem	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
Nők	58	26	60	48	57	79	13	90	21	8
Férfiak	90	51	61	50	64	93	20	69	25	66

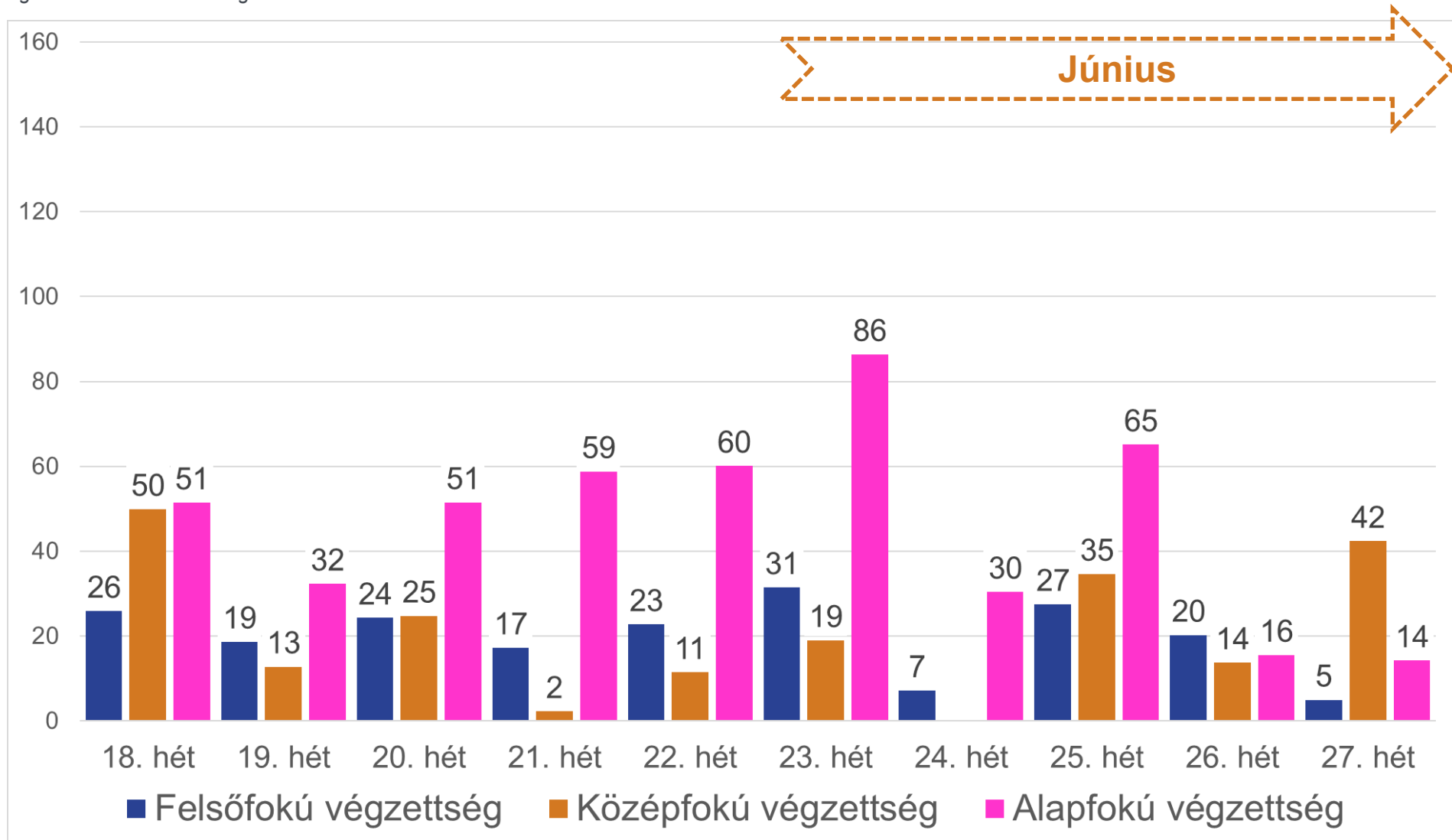
21. ábra – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, korcsoportok szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



28. táblázat a 21. ábrához – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, korcsoportok szerint, AMR (abs), az idősav egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Korcsoport	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
4-17 évesek	38	38	42	34	29	33	3	10	-8	1
18-29 évesek	26	16	20	24	17	25	19	25	16	29
30-39 évesek	16	3	6	13	23	34	7	35	23	31
40-49 évesek	29	22	29	11	24	35	3	33	8	15
50-59 évesek	-4	-19	-13	-3	-1	4	-15	8	-24	-13
60 évnél idősebbek	43	18	36	20	29	41	16	48	31	12

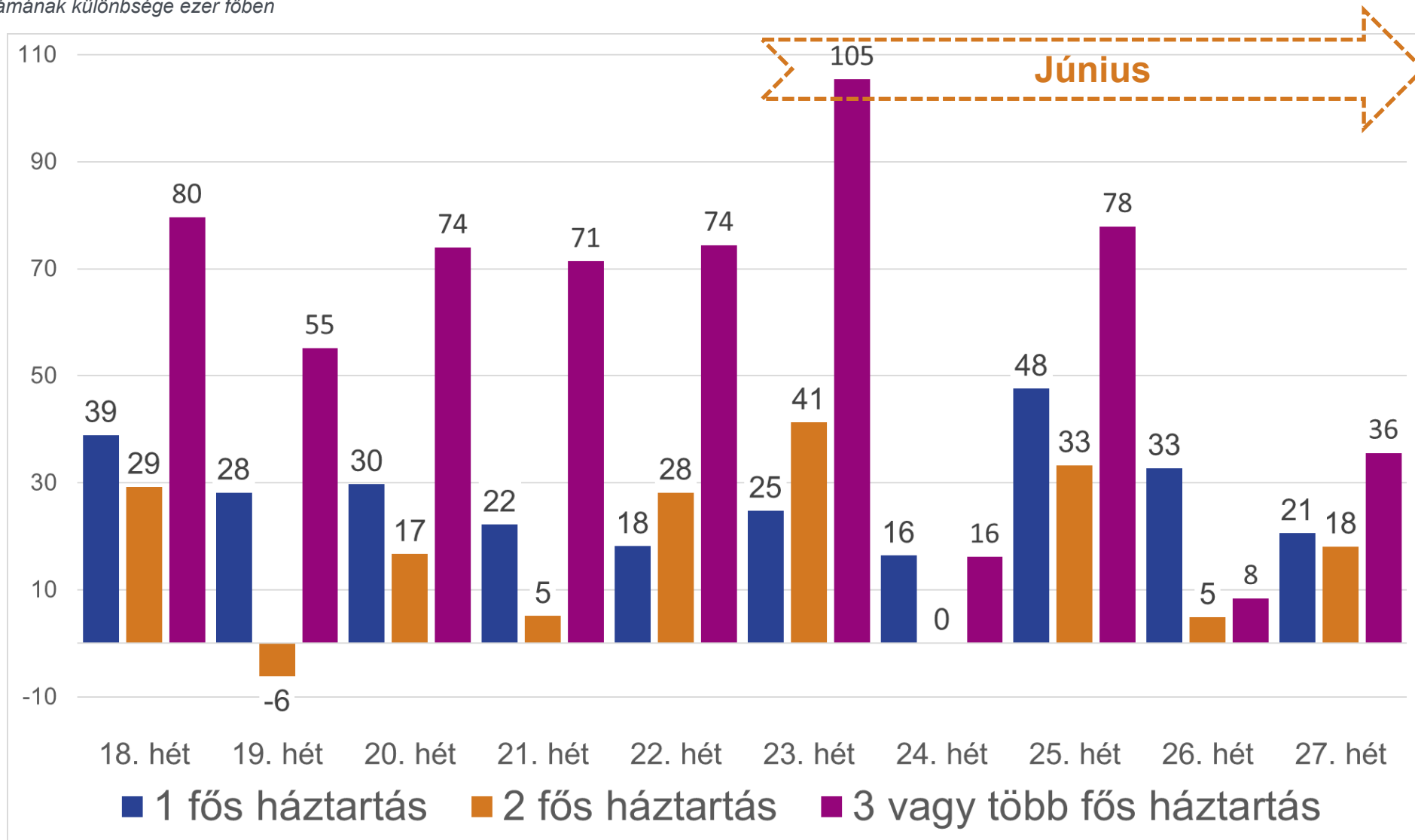
22. ábra – A 2020. és 2019. júniusi (23-27. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban, iskolai végzettség szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



29. táblázat a 22. ábrához – A 2020. és 2019. áprilisi (18-22. hét) nézettség összehasonlítása heti bontásban, iskolai végzettség szerint, AMR (abs), az időszámítás egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Végzettség	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
Felsőfokú végzettség	26	19	24	17	23	31	7	27	20	5
Középfokú végzettség	50	13	25	2	11	19	0	35	14	42
Alapfokú végzettség	51	32	51	59	60	86	30	65	16	14

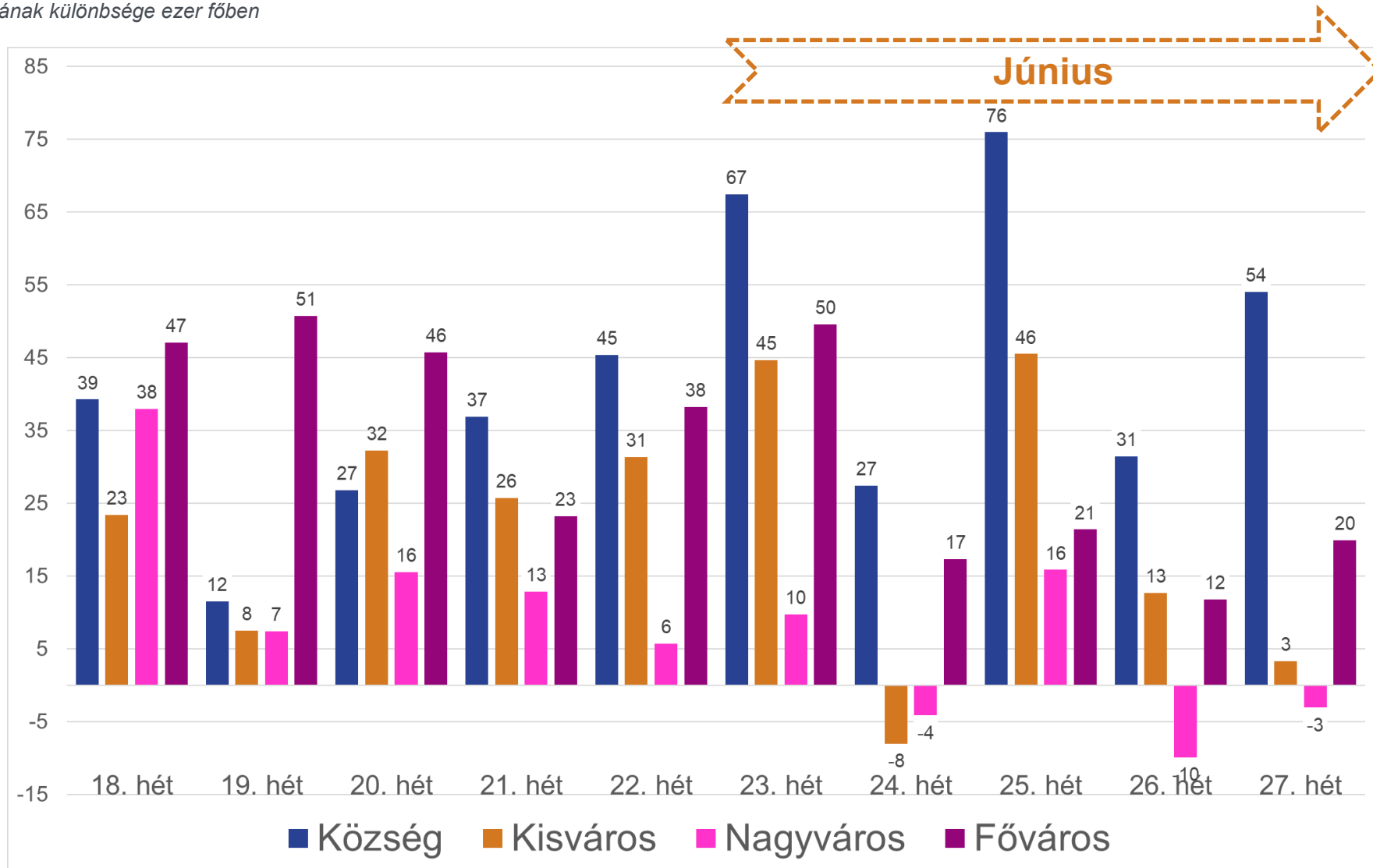
23. ábra – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, háztartás létszáma szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



30. táblázat a 23. ábrához – A 2020. és 2019. májusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, háztartás létszáma szerint, AMR (abs), az időszám egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Háztartás létszáma	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
1 fős háztartás	39	28	30	22	18	25	16	48	33	21
2 fős háztartás	29	-6	17	5	28	41	0	33	5	18
3 vagy több fős háztartás	80	55	74	71	74	105	16	78	8	36

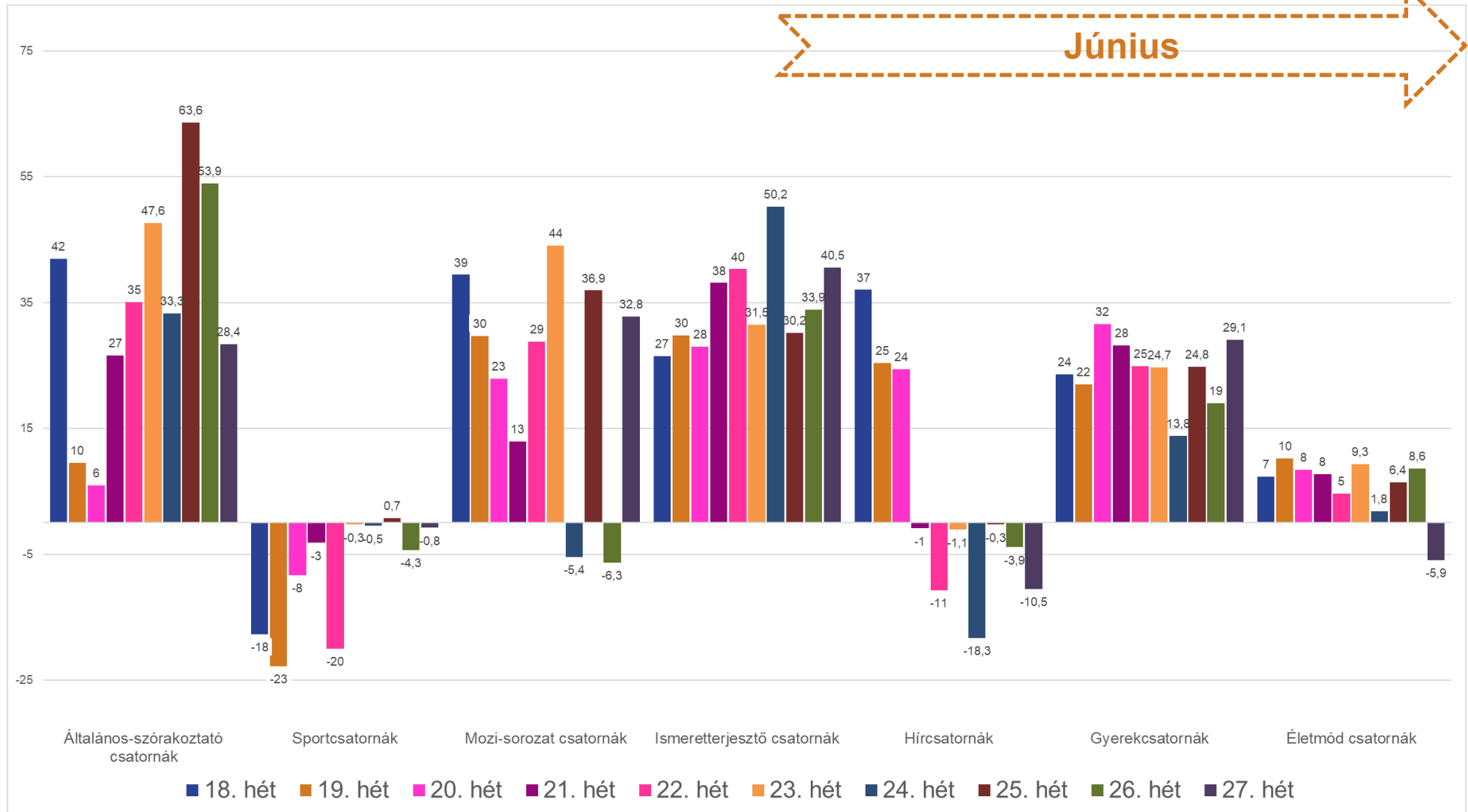
24. ábra – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, lakóhely típusa szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



31. táblázat a 24. ábrához – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban, lakóhely típusa szerint, AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

Településtípus	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
Község	39	12	27	37	45	67	27	76	31	54
Kisváros	23	8	32	26	31	45	-8	46	13	3
Nagyváros	38	7	16	13	6	10	-4	16	-10	-3
Főváros	47	51	46	23	38	50	17	21	12	20

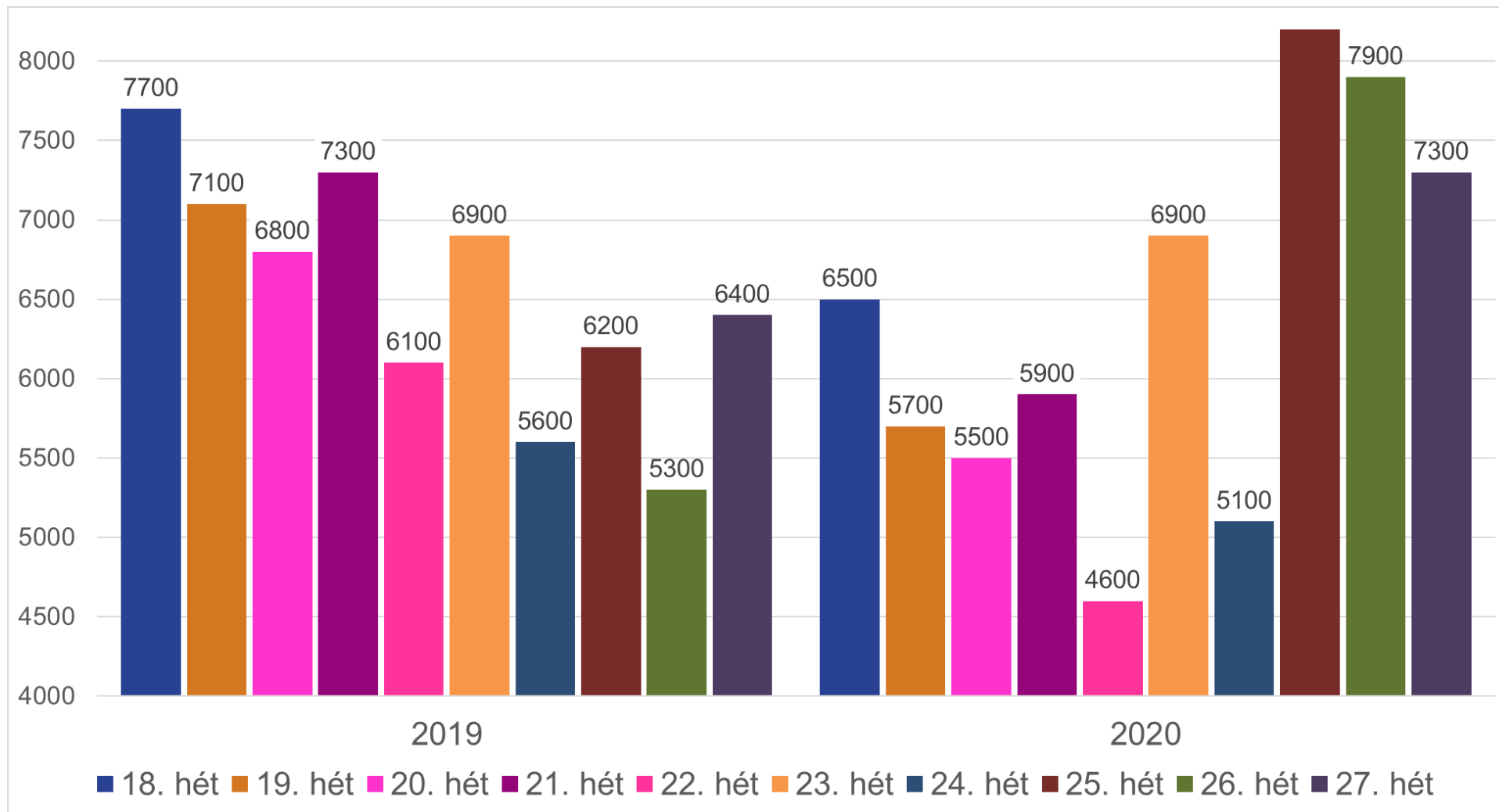
25. ábra – A 2020. és 2019. júniusi nézettség összehasonlítása heti bontásban (23-27. hét), a csatorna típusa szerint – AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben



32. táblázat a 32. ábrához – A 2020. és 2019. májusi nézettség összehasonlítása heti bontásban (18-22. hetek), a csatorna típusa szerint – AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos számának különbsége ezer főben

	Általános- szórakoztató csatornák	Sportcsatornák	Mozi-sorozat csatornák	Ismeretterjesztő csatornák	Hírcsatornák	Gyerekcsatornák	Életmód csatornák
18. hét	42	-18	39	27	37	24	7
19. hét	10	-23	30	30	25	22	10
20. hét	6	-8	23	28	24	32	8
21. hét	27	-3	13	38	-1	28	8
22. hét	35	-20	29	40	-11	25	5
23. hét	48	0	44	32	-1	25	9
24. hét	33	-1	-5	50	-18	14	2
25. hét	64	1	37	30	0	25	6
26. hét	54	-4	-6	34	-4	19	9
27. hét	28	-1	33	41	-11	29	-6

26. ábra – Az M5 nézettsége 2019., illetve 2020. júniusban (23-27. hét), AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma



33. táblázat a 33. ábrához – Az M5 nézettsége 2019., illetve 2020. májusában (18-22. hét), AMR (abs), az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

	18. hét	19. hét	20. hét	21. hét	22. hét	23. hét	24. hét	25. hét	26. hét	27. hét
2019	7700	7100	6800	7300	6100	6900	5600	6200	5300	6400
2020	6500	5700	5500	5900	4600	6900	5100	8400	7900	7300

A legjelentősebb esti fő híradók nézettségének változása

34. táblázat – Az M1-esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

Hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1. hét	139 867	156 923	89%
2. hét	130 961	155 658	84%
3. hét	117 974	126 404	93%
4. hét	109 768	145 258	76%
5. hét	127 241	144 294	88%
6. hét	128 922	130 285	99%
7. hét	114 912	130 631	88%
8. hét	120 719	124 960	97%
9. hét	148 244	120 954	123%
10. hét	148 440	127 359	117%
11. hét	194 878	133 749	146%
12. hét	251 356	151 014	166%
13. hét	259 169	143 175	181%
14. hét	213 347	136 461	156%
15. hét	215 836	144 234	150%

Hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
16. hét	178 500	124 066	144%
17. hét	154 027	124 812	123%
18. hét	158 072	117 147	135%
19. hét	140 359	130 287	108%
20. hét	131 768	144 590	91%
21. hét	118 250	141 125	84%
22. hét	107 733	160 627	67%
23. hét	113 534	148 654	76%
24. hét	111 146	131 155	85%
25. hét	116 026	119 583	97%
26. hét	105 436	119 005	89%
27. hét	101 305	122 835	82%

35. táblázat – A Duna TV esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1. hét	78 762	142 550	55%
2. hét	81 589	115 650	71%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
3. hét	74 951	103 772	72%
4. hét	93 441	98 409	95%
5. hét	90 448	88 759	102%
6. hét	90 068	91 471	98%
7. hét	90 704	93 829	97%
8. hét	85 629	84 666	101%
9. hét	91 524	96 658	95%
10. hét	75 479	87 209	87%
11. hét	88 140	87 383	101%
12. hét	87 073	79 823	109%
13. hét	98 138	78 282	125%
14. hét	84 046	77 646	108%
15. hét	87 006	70 128	124%
16. hét	80 767	73 533	110%
17. hét	71 767	72 633	99%
18. hét	58 896	79 710	74%
19. hét	54 902	72 638	76%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
20. hét	57 098	69 572	82%
21. hét	54 343	66 233	82%
22. hét	48 330	70 303	69%
23. hét	64 247	68 378	94%
24. hét	50 090	61 834	81%
25. hét	62 773	74 238	85%
26. hét	51 380	79 669	64%
27. hét	49 465	66 064	75%

36. táblázat – Az ATV esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1. hét	166 880	181 407	92%
2. hét	189 649	169 677	112%
3. hét	179 824	151 003	119%
4. hét	170 253	138 495	123%
5. hét	172 231	155 193	111%
6. hét	165 180	151 499	109%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
7. hét	161 239	150 696	107%
8. hét	161 808	151 529	107%
9. hét	171 844	150 363	114%
10. hét	164 680	120 066	137%
11. hét	180 159	137 145	131%
12. hét	217 890	129 609	168%
13. hét	223 162	92 790	241%
14. hét	202 576	128 564	158%
15. hét	196 147	127 008	154%
16. hét	203 852	113 792	179%
17. hét	200 043	129 540	154%
18. hét	178 683	135 404	132%
19. hét	185 890	129 569	143%
20. hét	178 144	130 758	136%
21. hét	168 843	128 414	131%
22. hét	160 457	143 060	112%
23. hét	156 231	143 319	109%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
24. hét	149 966	127 218	118%
25. hét	162 024	149 761	108%
26. hét	167 587	139 829	120%
27. hét	159 047	144 184	110%

37. táblázat – Az RTL Klub esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1. hét	864 519	967 294	89%
2. hét	829 992	952 785	87%
3. hét	822 801	864 889	95%
4. hét	795 877	862 276	92%
5. hét	832 479	882 463	94%
6. hét	825 966	838 181	99%
7. hét	794 399	799 798	99%
8. hét	775 556	800 099	97%
9. hét	816 016	788 564	103%
10. hét	772 656	760 353	102%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
11. hét	863 859	737 629	117%
12. hét	965 195	716 845	135%
13. hét	955 426	707 075	135%
14. hét	916 530	674 038	136%
15. hét	823 369	633 608	130%
16. hét	853 783	582 190	147%
17. hét	713 099	627 010	114%
18. hét	717 118	635 538	113%
19. hét	674 368	636 081	106%
20. hét	668 372	635 002	105%
21. hét	624 730	608 527	103%
22. hét	653 344	643 559	102%
23. hét	602 860	572 796	105%
24. hét	570 826	599 551	95%
25. hét	606 280	567 525	107%
26. hét	588 590	562 249	105%
27. hét	579 288	596 847	97%

38. táblázat – A TV2 esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1. hét	792 494	835 587	95%
2. hét	771 699	803 198	96%
3. hét	724 079	813 850	89%
4. hét	744 985	829 227	90%
5. hét	746 802	826 741	90%
6. hét	705 861	763 755	92%
7. hét	716 331	761 421	94%
8. hét	726 965	748 703	97%
9. hét	767 755	740 413	104%
10. hét	722 579	728 132	99%
11. hét	753 371	714 200	105%
12. hét	863 802	681 769	127%
13. hét	845 424	684 691	123%
14. hét	754 760	598 906	126%
15. hét	676 449	654 452	103%
16. hét	688 561	584 308	118%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
17. hét	673 412	668 120	101%
18. hét	676 584	669 281	101%
19. hét	658 068	689 429	95%
20. hét	644 841	680 012	95%
21. hét	607 961	629 596	97%
22. hét	600 160	655 954	91%
23. hét	581 844	601 364	97%
24. hét	556 956	584 616	95%
25. hét	618 193	583 781	106%
26. hét	594 920	607 700	98%
27. hét	618 188	636 433	97%

39. táblázat – A Hír TV esti fő híradójának nézettségváltozása, AMR (abs) – az időszáv egy percére jutó nézők átlagos száma

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
1. hét	44 063	24 449	180%
2. hét	42 878	32 865	130%
3. hét	49 424	23 642	209%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
4. hét	55 431	29 854	186%
5. hét	48 948	27 839	176%
6. hét	50 105	29 932	167%
7. hét	43 863	18 186	241%
8. hét	38 986	19 063	205%
9. hét	41 672	20 076	208%
10. hét	47 796	22 194	215%
11. hét	46 679	22 996	203%
12. hét	64 540	21 416	301%
13. hét	62 633	18 902	331%
14. hét	60 790	41 860	145%
15. hét	61 289	44 548	138%
16. hét	67 475	38 797	174%
17. hét	59 461	47 860	124%
18. hét	50 562	37 547	135%
19. hét	45 297	48 637	93%
20. hét	42 880	51 485	83%

ISO hét	2020	2019	Változás 2019-hez képest
21. hét	43 121	41 754	103%
22. hét	45 833	60 176	76%
23. hét	45 758	51 360	89%
24. hét	49 843	50 340	99%
25. hét	52 007	53 094	98%
26. hét	40 175	52 964	76%
27. hét	41 995	67 231	62%

A hírműsorok tájékoztatási gyakorlata a koronavírussal kapcsolatban (2020. június, heti bontásban)

Az NMHH 1998 óta vizsgálja a jelentősebb eléréssel rendelkező médiumok hír- és magazinműsorait. A kvantitatív analízis elsősorban a műsorok számszerűsíthető jellemzőit összegzi. Alapvető kérdésekre ad választ: ki, hol, mennyi ideig kommunikált és milyen témákban a vizsgált műsorokban. A leglényegesebb kérdések mellett számos más információt is regisztrálunk, így külön foglalkozunk a koronavírus médiaképével is. Az elemzés a következő műsorokra terjed ki:

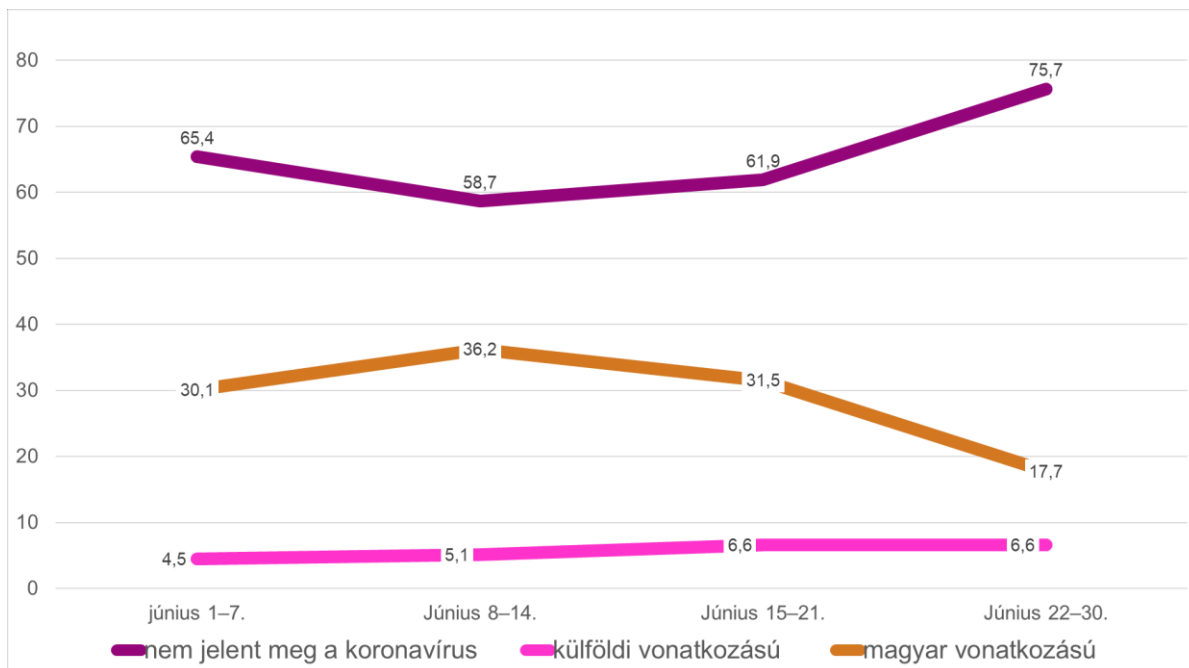
- MTV1 esti Híradó
- Duna TV Híradó
- Kossuth rádió: Reggeli Krónika (a 7 órától 8 óráig tartó időszak)
- Déli Krónika
- Esti Krónika
- RTL Klub Híradó
- Tények (TV2)
- ATV Híradó
- Híradó (Hír TV)

Júniusban a koronavírusnak szentelt híradások időtartama tovább csökkent, a hónap utolsó hetében már csak a műsoridő negyedében tudósítottak a járvány történéseiről. Ebben az időszakban is a két kereskedelmi csatorna emelkedett ki a koronavírussal nem foglalkozó hírek prezentálásában, a hónap utolsó hetében már 80 százalék fölött alakult az ilyen típusú híreknek biztosított műsoridő (Tények: 89,8%; RTL Klub Híradó: 80,2%).

A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban

Összes hírműsor

27. ábra – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban, heti bontásban a műsoridő százalékában



40. táblázat a 27. ábrához – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban, heti bontásban a műsoridő százalékában

	nem jelent meg a koronavírus	külföldi vonatkozású	magyar vonatkozású
június 1–7.	65,4	4,5	30,1
Június 8–14.	58,7	5,1	36,2
Június 15–21.	61,9	6,6	31,5
Június 22–30.	75,7	6,6	17,7

Hírműsoronként 2020. június 1. és június 30. között, heti bontásban

41. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. június 1–30. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	81	11923	58,4%	9	1619	7,9%	49	6883	33,7%
Duna TV Híradó	56	6163	52,6%	8	1074	9,2%	40	4480	38,2%
Reggeli Krónika	51	10636	62,5%	3	62	0,4%	40	6324	37,2%
Déli Krónika	66	7043	61,1%	11	1383	12,0%	35	3110	27,0%
Esti Krónika	58	6100	60,3%	9	807	8,0%	40	3206	31,7%
Tények (TV2)	116	14627	80,8%	1	37	0,2%	36	3448	19,0%
RTL Klub Híradó	125	12924	73,0%	6	187	1,1%	38	4586	25,9%
ATV Híradó	65	6821	64,0%	6	318	3,0%	30	3516	33,0%
Híradó (Hír TV)	70	6670	70,2%	3	208	2,2%	33	2625	27,6%

42. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. . június 8–14. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	86	10573	50,8%	15	2548	12,2%	54	7691	37,0%
Duna TV Híradó	55	5369	44,6%	11	957	7,9%	48	5719	47,5%
Reggeli Krónika	42	8222	46,2%	6	172	1,0%	46	9397	52,8%
Déli Krónika	61	6420	53,9%	10	990	8,3%	43	4497	37,8%
Esti Krónika	62	5366	53,4%	4	253	2,5%	37	4432	44,1%
Tények (TV2)	128	14193	79,2%	1	29	0,2%	31	3707	20,7%
RTL Klub Híradó	124	12722	71,7%	9	541	3,1%	39	4469	25,2%
ATV Híradó	79	7675	70,1%	7	643	5,9%	29	2628	24,0%
Híradó (Hír TV)	47	5108	52,5%	5	460	4,7%	37	4162	42,8%

43. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. június 15–21. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	93	12254	60,4%	5	971	4,8%	53	7051	34,8%
Duna TV Híradó	64	6302	52,2%	7	975	8,1%	35	4795	39,7%
Reggeli Krónika	49	8346	47,9%	8	1245	7,1%	37	7829	44,9%
Déli Krónika	62	5631	49,2%	14	1939	16,9%	36	3873	33,8%
Esti Krónika	63	4776	48,4%	8	792	8,0%	44	4291	43,5%
Tények (TV2)	125	13973	77,4%	5	375	2,1%	37	3707	20,5%
RTL Klub Híradó	138	14894	83,8%	12	886	5,0%	21	1991	11,2%
ATV Híradó	76	7458	68,3%	5	750	6,9%	29	2708	24,8%
Híradó (Hír TV)	45	5099	54,0%	5	478	5,1%	34	3864	40,9%

44. táblázat – A külföldi és a magyar vonatkozású koronavírussal foglalkozó hírek előfordulása a hírműsorokban (esetszám, másodperc, műsoridő aránya) 2020. június 22–30.. között

	Koronavírussal nem összefüggő híradások			Külföldi vonatkozású			Magyar vonatkozású		
	N	mp	%	N	mp	%	N	mp	%
M1 esti Híradó	172	20476	76,9%	15	1842	6,9%	41	4311	16,2%
Duna TV Híradó	112	11386	74,8%	10	1166	7,7%	37	2672	17,6%
Reggeli Krónika	100	17401	74,5%	11	789	3,4%	38	5162	22,1%
Déli Krónika	102	9367	63,1%	24	2702	18,2%	34	2764	18,6%
Esti Krónika	103	8510	65,7%	12	1168	9,0%	42	3283	25,3%
Tények (TV2)	197	20705	89,8%	2	150	0,7%	22	2210	9,6%
RTL Klub Híradó	177	18341	80,2%	16	1249	5,5%	27	3286	14,4%
ATV Híradó	113	10042	69,8%	11	1415	9,8%	32	2935	20,4%
Híradó (Hír TV)	80	8822	74,2%	3	442	3,7%	26	2632	22,1%

Júniusra a koronavírus politikai következményeit ismertető tudósítások vették át a vezető szerepet. Új témaként jelent meg a kormány által indított Nemzeti Konzultáció, a Németh Athina álmöntössel készült videó és az Unió gazdasági újraindítást megcélzó csomag.

A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 májusában

45. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 június 1–7. között

Téma	Esetszám	%
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	64	17,6
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	52	14,3
Nemzeti Konzultáció a koronavírusról	49	13,5
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	46	12,6
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	45	12,4
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	36	9,9
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	18	4,9
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	17	4,7
a koronavírus az időotthonokban	11	3,0
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	7	1,9
az uniós újraindítási csomag	6	1,6
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	5	1,4
oltóanyag kutatás a járvány ellen, vizsgálatok a betegség kezelésére	4	1,1

Téma	Esetszám	%
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	2	0,5
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	1	0,3
álhírek a koronavírussal kapcsolatban	1	0,3

46. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 június 8–14. között

Téma	Esetszám	%
a Németh Athina álméntőssel készült videó ügye	75	19,6
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	66	17,2
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	48	12,5
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	46	12,0
Nemzeti Konzultáció a koronavírusról	34	8,9
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	27	7,0
az uniós újraindítási csomag	26	6,8
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	22	5,7
a koronavírus az időotthonokban	7	1,8
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	6	1,6

Téma	Esetszám	%
oltóanyag kutatás a járvány ellen, vizsgálatok a betegség kezelésére	6	1,6
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	5	1,3
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	5	1,3
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	4	1,0
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	4	1,0
műsorrendváltás a médiában a járvány miatt	2	0,5

47. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020 június 15–21. között

Téma	Esetszám	%
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	102	27,9
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	52	14,2
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	42	11,5
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	40	10,9
a Németh Athina álméntőssel készült videó ügye	35	9,6
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	23	6,3
Nemzeti Konzultáció a koronavírusról	18	4,9
az uniós újraindítási csomag	17	4,6
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	13	3,6
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	9	2,5
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	5	1,4
oltóanyag kutatás a járvány ellen, vizsgálatok a betegség kezelésére	5	1,4
koronavírussal kapcsolatos bűncselekmények (csalás stb.)	3	0,8
a koronavírus az időszotthonokban	2	0,5

48. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban megjelenő témák 2020. június 22–30. között

Téma	Esetszám	%
a koronavírus terjedése, megbetegedések, halálesetek	69	21,4
Nemzeti Konzultáció a koronavírusról	58	18,0
a kormány intézkedései a koronavírus terjedésével kapcsolatban	47	14,6
a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítésére szánt kormányzati intézkedések	46	14,2
oltóanyag kutatás a járvány ellen, vizsgálatok a betegség kezelésére	17	5,3
a koronavírus gazdaságra gyakorolt hatása	16	5,0
civilek összefogása a koronavírus elleni küzdelemben	13	4,0
önkormányzati intézkedések a koronavírussal kapcsolatban	11	3,4
külföldi országokkal való összefogás a járvány elleni küzdelemben	11	3,4
a Németh Athina álmentőssel készült videó ügye	8	2,5
az uniós újraindítási csomag	8	2,5
a koronavírus az időotthonokban	7	2,2
az oktatást érintő intézkedések a koronavírus miatt	6	1,9

Téma	Esetszám	%
koronavírus elleni védekezésről szóló törvény	6	1,9

A politikával kapcsolatos témák előtérbe kerülésével párhuzamosan drasztikusan csökkent az Operatív Törzs tagjainak és a témával foglalkozó civil szereplőknek a megjelenési aránya a híradásokban. A hónap végére a politikusok szereplései számítottak meghatározónak a járvánnyal és annak következményeivel foglalkozó tudósításokban.

A koronavírusssal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020 júniusában

49. táblázat – A koronavírusssal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. június 1–7. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	46	37	895	24,2
2.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	28	21	698	33,2
3.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	22	14	241	17,2
4.	Dömötör Csaba államtitkár (Fidesz)	21	20	881	44,1
5.	Kovács Zoltán államtitkár (Fidesz)	20	17	491	28,9
6.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	19	16	598	37,4
7.	Kásler Miklós miniszter	13	12	492	41,0
8.	Palkovics László miniszter	11	11	278	25,3
9.	Kiss Róbert rendőr alezredes	10	9	143	15,9
10.	Semjén Zsolt miniszterelnök- helyettes (KDNP)	9	7	194	27,7

50. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. június 8–14. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	52	44	1131	25,7
2.	Németh Athina álméntős	49	41	469	11,4
3.	Korózs Lajos (MSZP)	48	44	671	15,3
4.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	40	32	922	28,8
5.	Tóth Bertalan (MSZP)	26	20	334	16,7
6.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	25	25	2495	99,8
7.	Kásler Miklós miniszter	20	16	441	27,6
8.	Szabó Tímea (PM)	16	15	182	12,1
9.	Dömötör Csaba államtitkár (Fidesz)	15	14	356	25,4
10.	Volner János független országgyűlési képviselő	12	12	910	75,8

51. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. június 15–21. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	50	37	2698	72,9
2.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	42	36	1358	37,7
3.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	41	32	992	31,0
4.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	28	22	628	28,5
5.	Korózs Lajos (MSZP)	17	19	118	6,2
6.	Németh Athina álméntős	17	8	86	10,8
7.	Gál Kristóf szónivő (ORFK)	14	12	211	17,6
8.	Tóth Bertalan (MSZP)	13	13	138	10,6
9.	Szabó Tímea (PM)	12	12	89	7,4
10.	Kovács Zoltán államtitkár (Fidesz)	11	9	157	17,4

52. táblázat – A koronavírussal kapcsolatban 10 leggyakrabban idézett szereplő 2020. június 22–30. között

Sorsz.	Név	Összes szereplés	Élőszóbeli szereplés	mp	Átlag
1.	Müller Cecília országos tisztifőorvos	19	13	360	27,7
2.	Gulyás Gergely miniszter (Fidesz)	17	16	584	36,5
3.	Kásler Miklós miniszter	11	16	441	27,6
4.	György László államtitkár	11	11	325	29,5
5.	Menczer Tamás államtitkár	11	7	218	31,1
6.	Orbán Viktor miniszterelnök (Fidesz)	10	7	179	25,6
7.	Rétvári Bence államtitkár (KDNP)	10	9	230	25,6
8.	Halász János (Fidesz)	9	9	213	23,7
9.	Szijjártó Péter miniszter (Fidesz)	8	7	221	31,6
10.	Hadházy Ákos független országgyűlési képviselő	8	4	72	18,0

Melléklet

53. táblázat – A hirdetési szektorok volumenének illetve százalékos részesedésének alakulása a 23-27. héten

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
23	Telekommunikáció	8224	4,3	9171	3,3
23	Szolgáltatás	7218	3,8	11518	4,1
23	Élelmiszer	17271	9,0	53782	19,4
23	Pénzüintézetek	3683	1,9	15264	5,5
23	Gyógyhatású készítmények	46212	24,0	49805	17,9
23	Közlekedés	3231	1,7	10647	3,8
23	Tömegtájékoztatás	770	0,4	1459	0,5
23	Háztartási cikk	11886	6,2	17277	6,2
23	Szépségápolás	26476	13,8	27545	9,9
23	Élvezeti cikkek	6290	3,3	18251	6,6
23	Szabadidő	1301	0,7	3169	1,1
23	IT	2	0,0	3	0,0
23	Kereskedelem	50538	26,3	57296	20,6
23	Öltözködéskiegészítők	4567	2,4	75	0,0

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
23	Lakásfelszerelés	1073	0,6	69	0,0
23	Szórakoztatóelektronika	14	0,0	2	0,0
23	Babaápolás	460	0,2	613	0,2
23	Háztartási gép	518	0,3	49	0,0
23	Ipar / Mezőgazdaság	1111	0,6	29	0,0
23	Oktatás-képzés	5	0,0	0	0,0
23	Besorolás nélküli	1612	0,8	1810	0,7
24	Telekommunikáció	9160	5,0	9338	3,4
24	Szolgáltatás	4826	2,6	9987	3,6
24	Élelmiszer	16154	8,8	47487	17,3
24	Pénzügyintézetek	3872	2,1	13717	5,0
24	Gyógyhatású készítmények	46554	25,3	48032	17,5
24	Közlekedés	3883	2,1	10578	3,9
24	Tömegtájékoztatás	697	0,4	1562	0,6
24	Háztartási cikk	8498	4,6	15915	5,8
24	Szépségápolás	19006	10,3	26175	9,5

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
24	Élvezeti cikkek	8194	4,5	17065	6,2
24	Szabadidő	1374	0,7	3466	1,3
24	IT	0	0,0	1	0,0
24	Kereskedelem	51464	28,0	67260	24,5
24	Öltözködéskiegészítők	3353	1,8	56	0,0
24	Lakásfelszerelés	759	0,4	82	0,0
24	Szórakoztatóelektronika	1713	0,9	0	0,0
24	Babaápolás	473	0,3	553	0,2
24	Háztartási gép	196	0,1	59	0,0
24	Ipar / Mezőgazdaság	1773	1,0	1036	0,4
24	Oktatás-képzés	5	0,0	0	0,0
24	Besorolás nélküli	1775	1,0	1868	0,7
25	Telekommunikáció	8738	4,8	10312	3,8
25	Szolgáltatás	5789	3,2	8650	3,2
25	Élelmiszer	13619	7,5	50912	18,7
25	Pénzügyintézetek	5419	3,0	16948	6,2

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
25	Gyógyhatású készítmények	48072	26,6	49664	18,2
25	Közlekedés	4313	2,4	9007	3,3
25	Tömegtájékoztatás	601	0,3	1512	0,6
25	Háztartási cikk	7762	4,3	15763	5,8
25	Szépségápolás	17934	9,9	28204	10,4
25	Élvezeti cikkek	9574	5,3	16703	6,1
25	Szabadidő	1282	0,7	5197	1,9
25	IT	0	0,0	3	0,0
25	Kereskedelem	50120	27,8	56625	20,8
25	Öltözködéskiegészítők	1391	0,8	44	0,0
25	Lakásfelszerelés	699	0,4	68	0,0
25	Szórakoztatóelektronika	1732	1,0	1	0,0
25	Babaápolás	268	0,1	0	0,0
25	Háztartási gép	254	0,1	64	0,0
25	Ipar / Mezőgazdaság	1099	0,6	959	0,4
25	Besorolás nélküli	1794	1,0	1813	0,7

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
26	Telekommunikáció	6534	3,8	10686	3,9
26	Szolgáltatás	5783	3,4	11562	4,2
26	Élelmiszer	16106	9,4	53602	19,6
26	Pénzüintézetek	5009	2,9	17910	6,6
26	Gyógyhatású készítmények	42112	24,5	39364	14,4
26	Közlekedés	3480	2,0	7301	2,7
26	Tömegtájékoztatás	602	0,4	1599	0,6
26	Háztartási cikk	10496	6,1	14299	5,2
26	Szépségápolás	17604	10,2	27062	9,9
26	Élvezeti cikkek	9267	5,4	17456	6,4
26	Szabadidő	1070	0,6	6016	2,2
26	IT	0	0,0	3	0,0
26	Kereskedelem	46193	26,9	62160	22,8
26	Öltözködéskiegészítők	47	0,0	42	0,0
26	Lakásfelszerelés	681	0,4	60	0,0
26	Szórakoztatóelektronika	2239	1,3	2	0,0

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
26	Babaápolás	1331	0,8	734	0,3
26	Háztartási gép	255	0,1	95	0,0
26	Ipar / Mezőgazdaság	1229	0,7	1321	0,5
26	Besorolás nélküli	1780	1,0	1862	0,7
27	Telekommunikáció	9659	4,6	7575	2,8
27	Szolgáltatás	5587	2,6	12865	4,7
27	Élelmiszer	25113	11,9	50779	18,7
27	Pénzügyintézetek	3889	1,8	13095	4,8
27	Gyógyhatású készítmények	53973	25,6	60492	22,3
27	Közlekedés	5313	2,5	2334	0,9
27	Tömegtájékoztatás	1221	0,6	2414	0,9
27	Háztartási cikk	12895	6,1	13056	4,8
27	Szépségápolás	26433	12,5	30568	11,3
27	Élvezeti cikkek	8873	4,2	15078	5,6
27	Szabadidő	1143	0,5	4357	1,6
27	IT	90	0,0	4	0,0

Hét	Szektor	Db – 2020	% – 2020	Db – 2019	% – 2019
27	Kereskedelem	52021	24,6	55272	20,4
27	Öltözködéskiegészítők	868	0,4	41	0,0
27	Lakásfelszerelés	297	0,1	41	0,0
27	Szórakoztatóelektronika	839	0,4	1	0,0
27	Babaápolás	1450	0,7	1402	0,5
27	Háztartási gép	247	0,1	120	0,0
27	Ipar / Mezőgazdaság	93	0,0	625	0,2
27	Besorolás nélküli	1137	0,5	898	0,3