

KÜLFÖLDÖN ÉLŐ MAGYAROK MÉDIAHASZNÁLATI SZOKÁSAI

Elemzés a MEME számára

2016. November 21.

© 2016 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

Tartalom

03

A kutatás háttere

06

Demográfiai adatok

13

A kiköltözés háttere

21

Társadalmi beilleszkedés

28

Kapcsolattartás az otthoniakkal

34

Médiafogyasztási szokások

63

Hazai tartalmak fogyasztása

75

Tervek és hazaköltözés



A KUTATÁS HÁTTERE

A kutatás háttere



CÉLCSOPORT

18-49 év közötti, több mint 1 éve, életvitelszerűen külföldön tartózkodó, magyarországi születésű, magyar állampolgárok Nagy-Britanniában és Németországban.

MÓDSZER

CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) hálóba módszer 3 csatornán elindítva:

- I. Kint élő magyarok Facebook zárt és publikus Facebook csoportjain keresztül
- II. Ismerősök ajánlásán keresztül
- III. Facebook kampány támogatásával

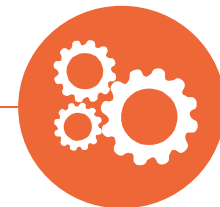


INTERJÚK HOSSZA ÉS FIELD

Kb. 15 perces online önkitöltős interjúk
Fieldwork ideje: 2016.09.29 – 2016.11.02

ELEMZÉS

Demográfia és kivándorlás okai, körülményei
Külföldi magyarok médiafogyasztási szokásai, különösen a hazai audiovizuális tartalmakra fókuszálva



SEEMIG és Ipsos minta

MÓDSZER ÉS MINTA

A jelenlegi és a SEEMIG kutatás eredményei több ponton összevethetők ugyan, de lényeges kiemelni az alapvető módszertani és egyéb különbségeket, amelyeket egy esetleges összehasonlítás során nem szabad figyelmen kívül hagyni.

A SSEMIG elemzés a 2013. eleji állapotokat tükrözi, és az adatszolgáltatók nem a kivándoroltak, hanem itthon maradt család- és háztartástagjaik voltak. Ez a felmérés a háztartások jelenleg külföldön élő korábbi tagjairól, illetve a háztartástagok elvándorolt testvéreiről is gyűjtött adatokat, míg a jelenlegi kutatás hólabda módszerrel, közvetlenül jutott el a külföldön élő magyarokhoz.

Jelenlegi kutatás nem reprezentatív, ez nem is lehetett cél, kizárólag 18-49 éves Nagy-Britanniában és Németországban élő magyarokkal készült, míg a SEEMIG részletes adatokat közöl az Ausztriában élő magyarokról is.

EREDMÉNYEK, ÖSSZEFÜGGÉSERK

A módszertani és egyéb eltérések ellenére megfigyelhetők hasonló eredmények a két kutatásban. A külföldre költöző magyarok túlnyomó része nőtlen vagy hajadon, arányaiban sok köztük az érettségizett és a diplomás. A külföldön tartózkodó magyarok többsége intenzív kapcsolatot ápol a Magyarországon maradottakkal. Továbbra sem szabad elfelejteni, hogy mindkét vizsgálatban a kint élőknek egy szelektált csoportja volt elérhető, hiszen nagyobb esélye volt a mintába kerülnie azoknak, akik ténylegesen fenntartanak valamilyen kapcsolatot az otthoniakkal, illetve aktívan használják a közösségi hálót. Jellemző, hogy minél később hagyta el valaki az országot, annál nagyobb gyakorisággal jár haza. Minél régebben él valaki külföldön, annál valószínűbb, hogy már nem szándékozik hazatérni. Mindkét vizsgálatban nagy a bizonytalanok aránya, és az eseteknek csupán egy kisebb részében lehet hazatérési szándékról beszámolni.

A hand is shown placing a red puzzle piece into a larger puzzle. The puzzle is set against a bright yellow background. The puzzle piece being placed is a standard interlocking shape. The background is divided into three sections: a yellow section on the left, a light blue section in the top right, and a grey section in the bottom right.

DEMOGRÁFIAI ADATOK

DEMOGRÁFIA ÉS VÁLTOZÁSA

A kutatásban résztvevők nagyobb hányada az elmúlt 5 évben költözött ki, többségében Budapestről indultak útnak. A jelenlegi településtípus eltér az eredetitől. Nagy-Britanniában legtöbben szintén a fővárosban, illetve a nagyobb városokban, míg Németországban inkább kisebb vidéki városokban találtak új otthonra. A németországi falvakban arányaiban jóval többen élnek, mint az angol falvakban.

A kiköltözés célja túlnyomórészt a külföldi munkavállalás, így anyagi, megélhetési és munkával kapcsolatos okok játszottak leginkább szerepet a kiköltözésben.

A megkérdezettek többsége legalább érettségivel rendelkezik, és kb. 40%-a diplomás. A külföldi lét során a nyelvi akadályok szemmel láthatóan tompultak, a jelenlegi nyelvismeret lényegesen jobb, mint a költözés idején.

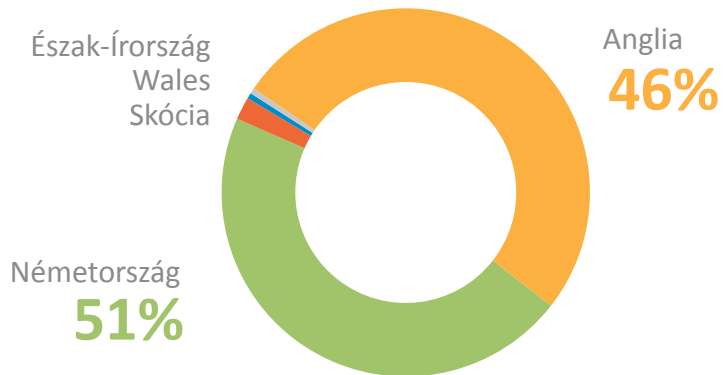
A megkérdezettek közül legtöbben szellemi munkakörben, alkalmazottként dolgoztak Magyarországon, ám külföldön az ilyen pozíciót betöltők aránya kisebb. Jelenleg többségében a fizikai alkalmazotti munkakör a jellemző. Míg sokan voltak otthon tanulói státuszban, addig a külföldre költözéssel ez arány jóval kisebb lett.

A megkérdezettek kb. kétharmada házas, vagy kapcsolatban él, negyedük egyedülálló. A válaszolók felének nincs gyermeke. A célcsoport tagjai jellemzően évente egyszer vagy néhányszor látogatnak haza.

Mintaösszetétel

Aktuális lakóhely, a válaszadó neme és életkora

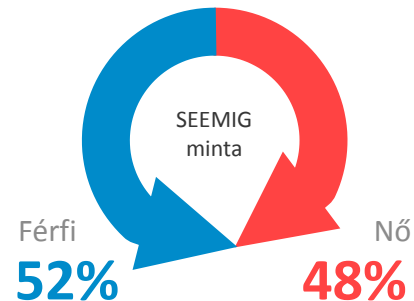
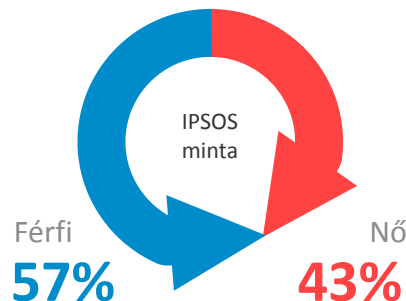
AKTUÁLIS LAKHELY



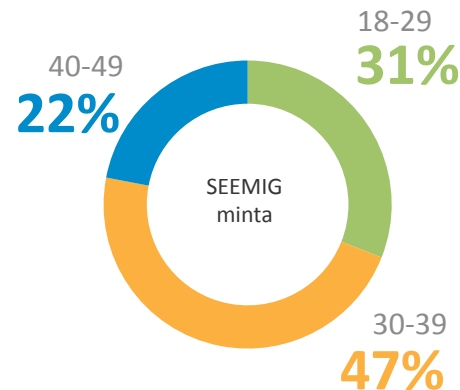
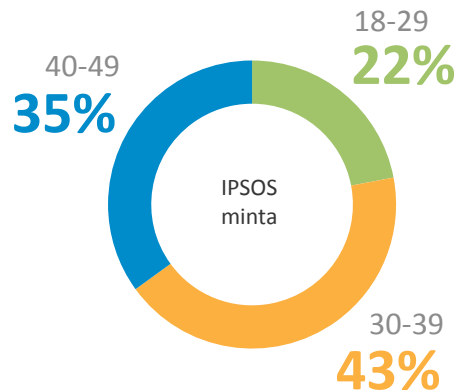
A megkérdezett külföldön élő magyarok döntő többsége Angliában vagy Németországban telepedett le.

A SEEMIG mintájával közel azonos a nemek aránya, míg annál átlagban idősebb az Ipsos által elért kör.

NEMEK ARÁNYA



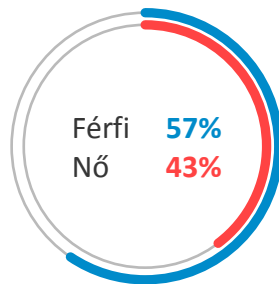
ÉLETKOR



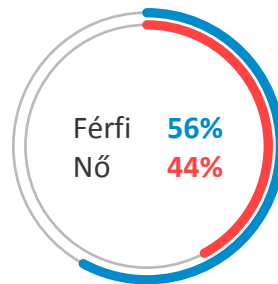
Nem és korcsoport országonként

A válaszadó neme és életkora

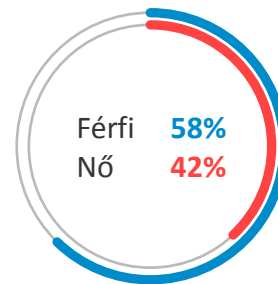
NEMEK ARÁNYA



TOTAL

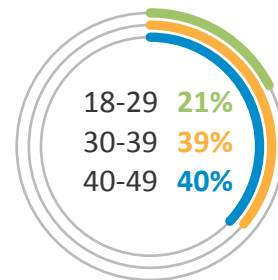
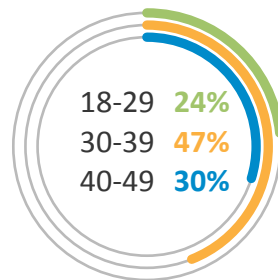
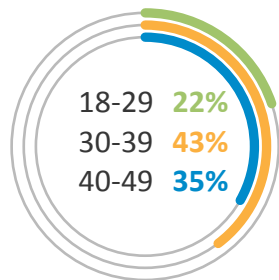


NAGY-BRITANNIA



NÉMETORSZÁG

ÉLETKOR

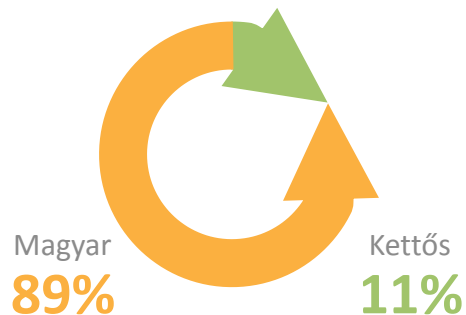


A megkérdezett külföldön élő magyarok nagyobb hányada férfi mindkét vizsgált országban. Nagy-Britanniában a mintának közel a fele 30-39 év közötti, míg Németországban a csak kitöltők 39 százaléka tartozik ebbe a korcsoportba. A kitöltők átlagéletkora ugyanakkor nem tér el egymástól szignifikánsan a két országban.

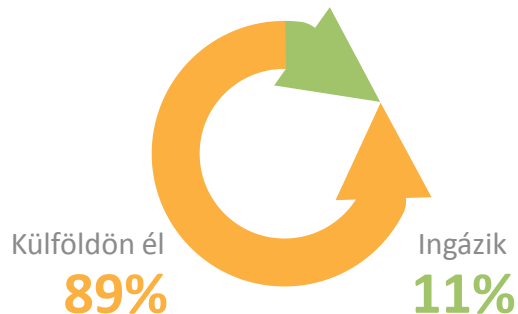
Kiköltözés és állampolgárság

A válaszadó állampolgársága, a kint tartózkodás jellege és a kiköltözés éve

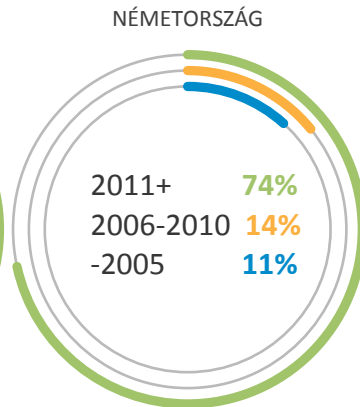
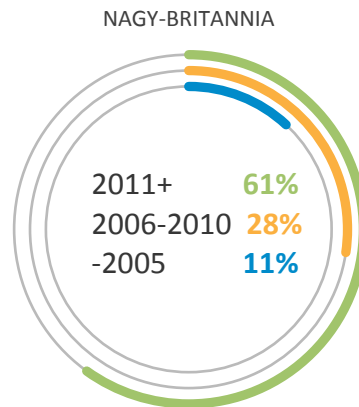
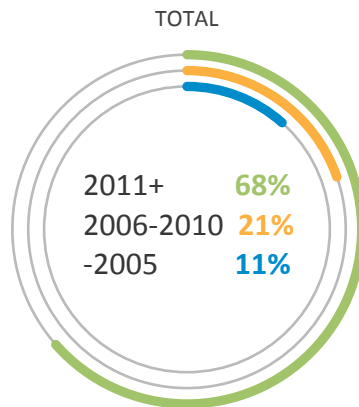
ÁLLAMPOLGÁRSÁG



LETELEPEDÉS



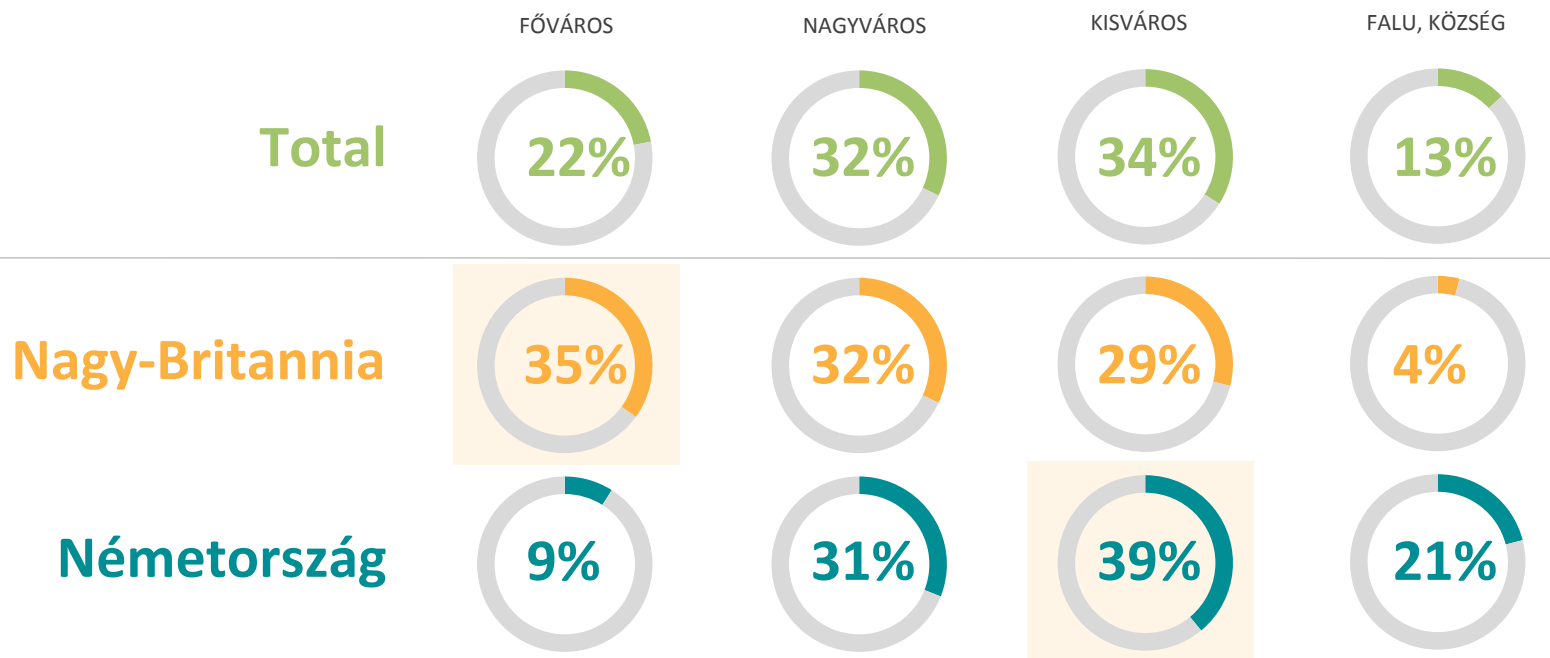
KIKÖLTÖZÉS ÉVE



A kutatásban résztvevők túlnyomó többsége magyar állampolgár, akik tartósan kint élnek, és csak nagyon kevesen ingáznak, Németországból többen, kb. kétszer akkora arányban (15%), mint a messzebb található Nagy-Britanniából (7%). A kisebb távolság mellett ez összefüggésben áll azzal is, hogy a Németországban szignifikánsan magasabb a közelmúltban új életet kezdők (legfeljebb 5 éve kiköltözők) aránya. Az első években ugyanis még nagyobb valószínűséggel vállalnak ingázást a kinti magyarok, mint ahogy arra a részletes elemzés rámutatott (különösen igaz ez a kb. egy éve kiköltözők esetén).

Településtípus

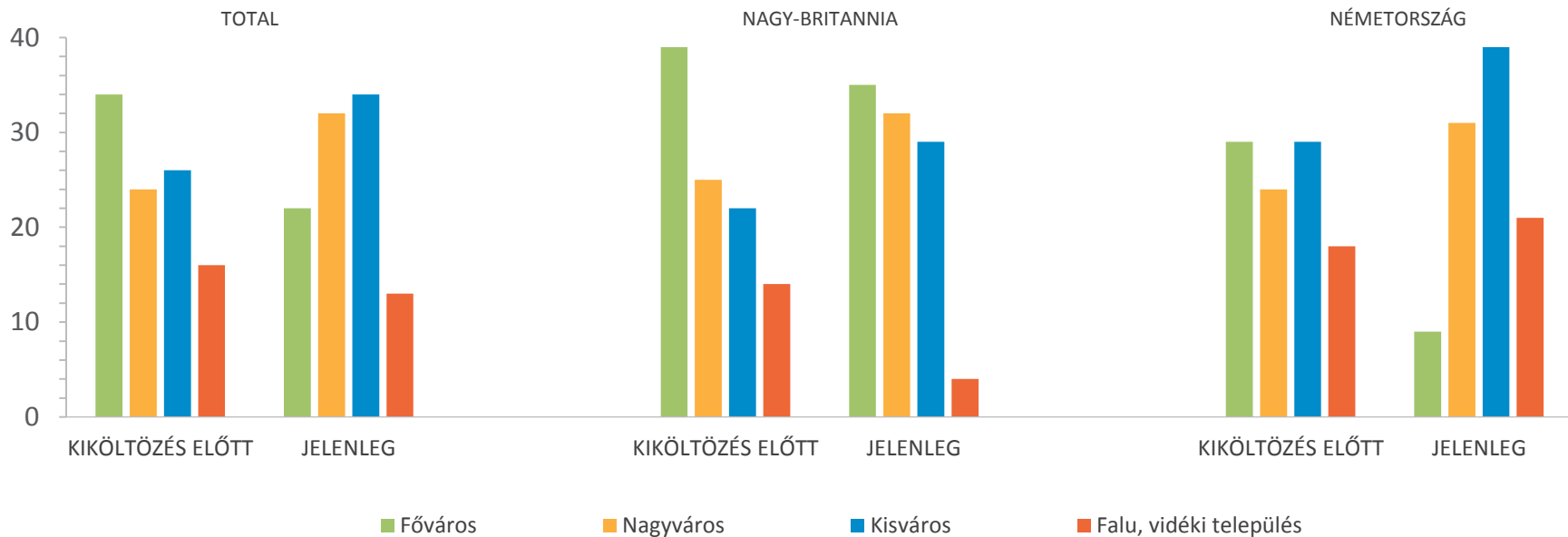
A jelenlegi lakhely jellege



Nagy-Britanniában a kiköltöző magyarok közül legtöbben a fővárosban, illetve a nagyobb városokban, míg Németországban inkább kisebb vidéki városokban találtak új otthonra. A németországi falvakban arányaiban jóval többen élnek, mint az angol falvakban, míg a német főváros alulreprezentált a mintában Londonhoz képest. A fővárosban élők között az egyedülállók (nőtlenek, hajadonok illetve elváltak) az átlaghoz képest nagyobb arányt képviselnek. A településtípus a családban nevelkedő gyerekek számával is összefügg, minél kisebb településen lakik valaki, úgy nő az átlagos gyerekszám.

Településtípus

A jelenlegi és kiköltözés előtti lakhely jellege (%)



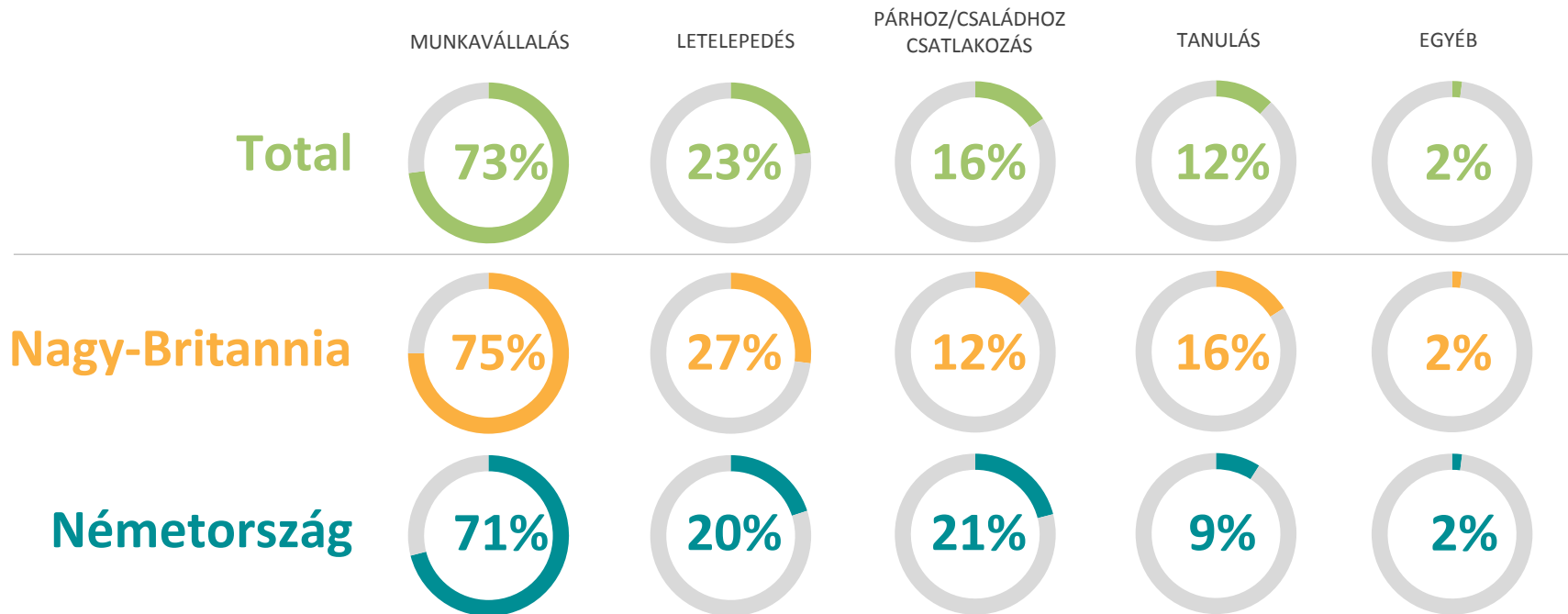
A külföldre költöző magyarok többségében Budapestről érkeztek, majd jellemzően kis városokba kerültek. A Nagy-Britanniába migráló honfitársak körében hasonló a kiköltözés előtti és utáni lakhelyek mintázata (bár a különböző méretű városok kategóriái kiegyenlítődnek), míg Németországban az itthonihoz képest egészen eltérő településtípusok a jellemzőek a magyarok körében. Látszik ugyanakkor az is, hogy a német nyelvterületre költöző magyarok körében jóval alacsonyabb volt a budapestiek aránya (29%).



A KIKÖLTÖZÉS HÁTTERE

A kiköltözés célja

Milyen céllal költözött külföldre?



A kiköltözés célja túlnyomórészt a külföldi munkavállalás. A megkérdezettek kb. negyede letelepedési céllal is érkezett, ezt követi a párhoz, családhoz csatlakozás.

A kiköltözés célja

Demográfiai változók mentén

Total

Nem

Kor

Családi állapot

Településtípus



18-29

30-39

40-49



MUNKAVÁLLALÁS

73%

83%

59%

72%

78%

66%

81%

69%

70%

69%

74%

73%

79%

LETELEPEDÉS

23%

26%

19%

21%

24%

24%

18%

26%

21%

27%

27%

18%

18%

PÁRHOZ/CSALÁDHOZ
CSATLAKOZÁS

16%

7%

29%

17%

15%

18%

7%

21%

10%

16%

13%

19%

18%

TANULÁS

12%

9%

17%

23%

11%

7%

20%

10%

8%

21%

8%

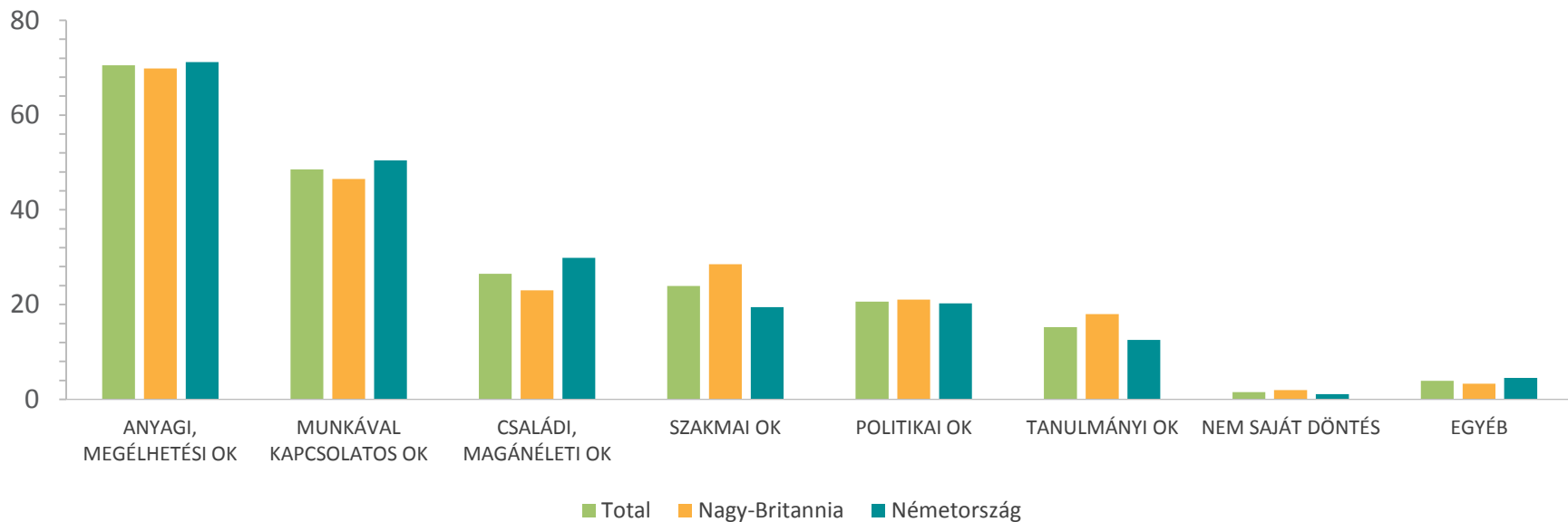
9%

6%

A munkavállalás céljával érkezők jellemzően fiatal, egyedülálló férfiak közül kerülnek ki, a párjukhoz/családjukhoz csatlakozók értelemszerűen a házas, családos lakosok közül. Tanulási céllal a legfiatalabb egyedülállók érkeznek, jellemzően a fővárosból.

A kiköltözés motivációi

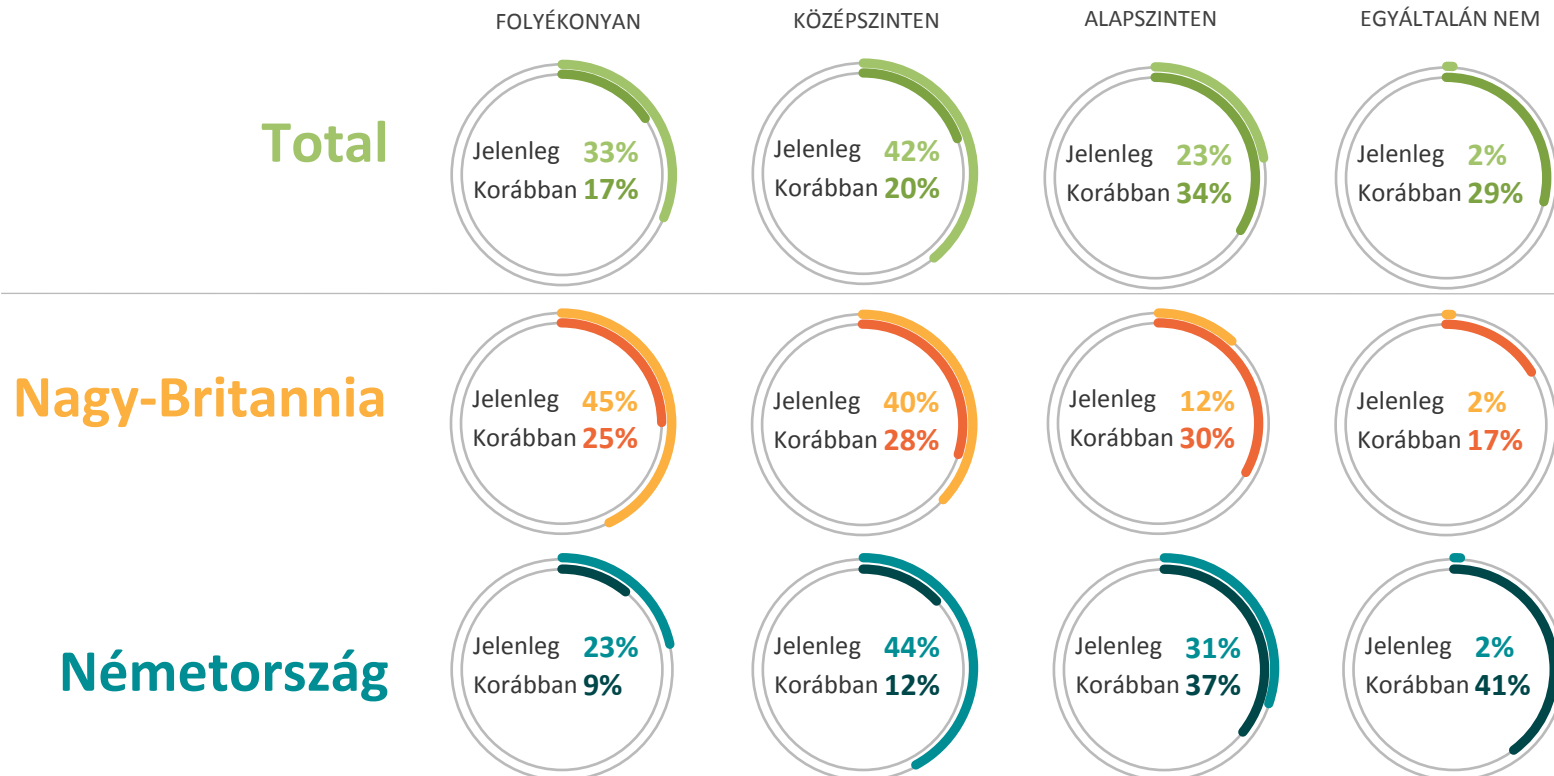
Milyen jellegű okok játszottak szerepet a döntésben? (%)



A kiköltözés célja túlnyomórészt a külföldi munkavállalás, így anyagi, megélhetési és munkával kapcsolatos okok játszottak leginkább szerepet a kiköltözésben. Az okok közül a családi, magánéleti okok szerepelnek a harmadik legfontosabbként. Szakmai, politikai és tanulmányi okok kisebb arányban ugyan, de szintén szerepet játszottak a kiköltözésnél.

Nyelvismeret

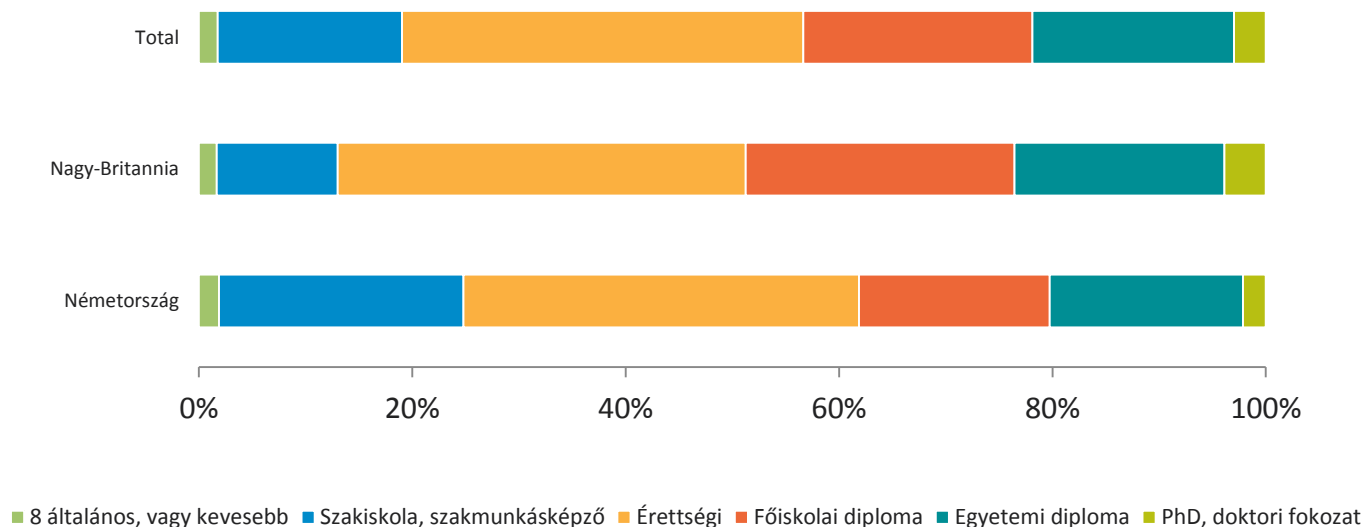
Amikor Ön ebbe az országba költözött, milyen szinten beszélte az ország nyelvét? És jelenleg milyen szinten beszéli?



A költözés idején a többség valamilyen szinten már beszélte az adott ország nyelvét, bár a két nyelv ismerete között jelentős különbségek vannak. A Németországba költözők közül legtöbben azok vannak (41%), akik egyáltalán nem beszéltek németül, és folyékonyan csak nagyon kevesen. A külföldi lét során a nyelvi akadályok csökkentek, a jelenlegi nyelvismeret lényegesen jobb, mint a költözés idején mindkét országba költözők esetében.

Iskolai végzettség

Legmagasabb befejezett iskolai végzettség



A megkérdezettek többsége legalább érettségivel rendelkezik, és kb. 40%-a diplomás, ám Nagy-Britanniában ez az arány jelentősen magasabb, mint Németországban (45% vs. 36%).

Családi jellemzők

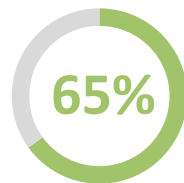
Családi állapot és gyerekek száma

Total

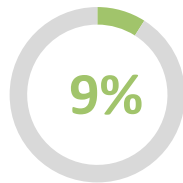
NŐTLEN/HAJADON



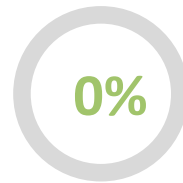
HÁZAS, VAGY
ÉLETTÁRSSAL ÉLŐ



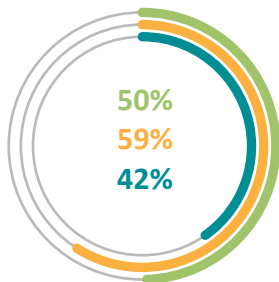
ELVÁLT



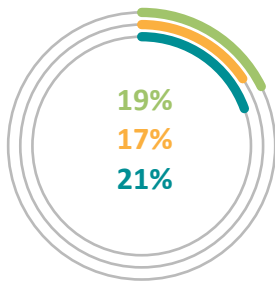
ÖZVEGY



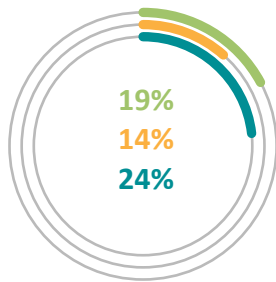
NINCS GYEREKE



1 GYEREK



2 GYEREK



3 VAGY TÖBB GYEREK



Total

Nagy-Britannia

Németország

50%

59%

42%

19%

17%

21%

19%

14%

24%

12%

10%

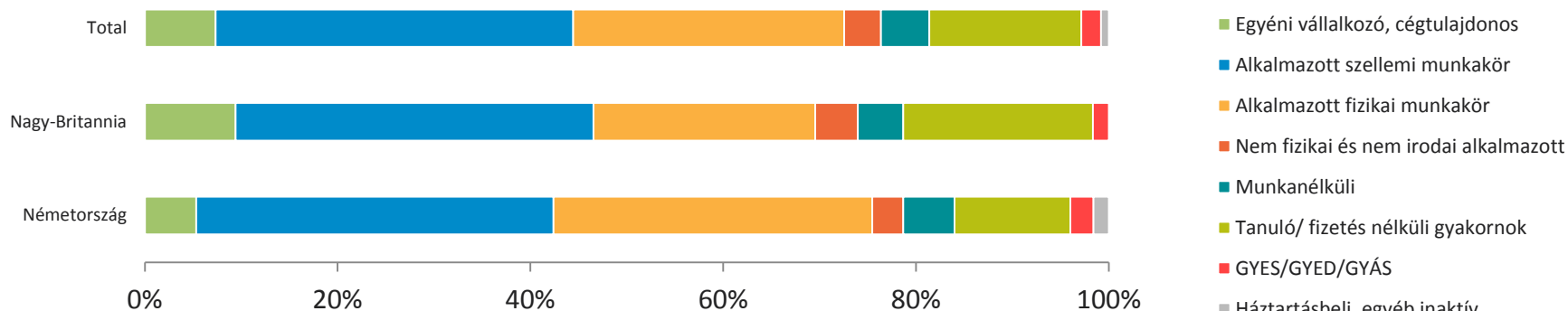
13%

A megkérdezettek kb. kétharmada házas, vagy kapcsolatban él, negyedük egyedülálló. A válaszolók felének nincs gyereke, a gyerekesek száma a Németországban élők esetében felülreprezentált. A családi állapotot a költözés céljával összevetve kiderül, hogy az egyedülállók között nagyobb arányban vannak azok, akik munkavállalás vagy tanulás céljával érkeznek a külföldi országba, míg a családostok között a letelepedni és a párjához/családjához csatlakozni vágyók aránya felülreprezentált.

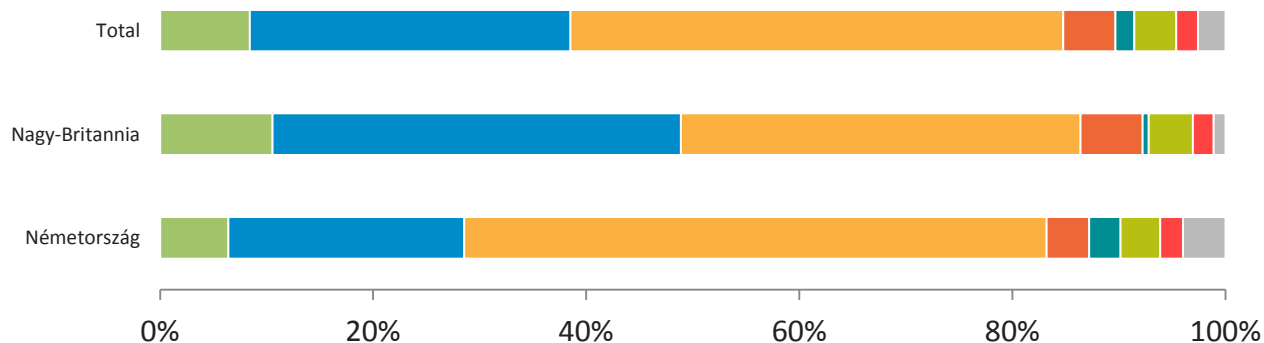
Aktivitás

Mi volt a jellemző tevékenysége a külföldre költözés előtti utolsó félévben és mivel foglalkozik jelenleg?

KÖLTÖZÉS ELŐTT



JELENLEG



A megkérdezettek közül legtöbben (több, mint egyharmad) szellemi munkakörben, alkalmazottként dolgoztak Magyarországon, ám külföldön az ilyen pozíciót betöltők aránya kevesebb. Jelenleg többségében a fizikai alkalmazotti munkakör a jellemző, Németországban ennek aránya felülreprezentált. Míg sokan voltak itthon tanulói státuszban, addig a külföldre költözéssel ez arány jóval kisebb, vélhetően sok fiatal az iskola befejeztével ezekben az országokban állást talált magának.



TÁRSADALMI BEILLESZKEDÉS

BEILLESZKEDÉS ÉS KAPCSOLATTARTÁS

A külföldön élő magyarok többsége korábbi, magyarországi háztartása tagjaival él, illetve egy további jelentős hányaduk honfitársakkal. A többség baráti köre vegyesen áll magyarokból, helyiekből és egyéb nemzetiségiekből, de a beilleszkedés nehézségeit mutatja, hogy sokan a kint lévő magyarokkal barátkoznak.

A megkérdezettek túlnyomó többsége úgy érzi, sikerült beilleszkednie, olyannyira, hogy egy ötödük az adott országot tekinti otthonának, annál inkább így van ez, minél régebben él kint valaki. A frissen érkezettek még gyakran érzik magukat idegenül.

Az otthoniakkal való kapcsolattartás legjellemzőbb módja sorrendben a Facebook, a telefon és a Skype. A hagyományos hívás és a szöveges üzenet a legelterjedtebb, a videóhívás kevésbé. Többször naponta vagy hetente többször is kapcsolatba lépnek az otthoniakkal. A többség a kiköltözés idejétől függetlenül évente néhányszor hazajár.

JÖVŐ

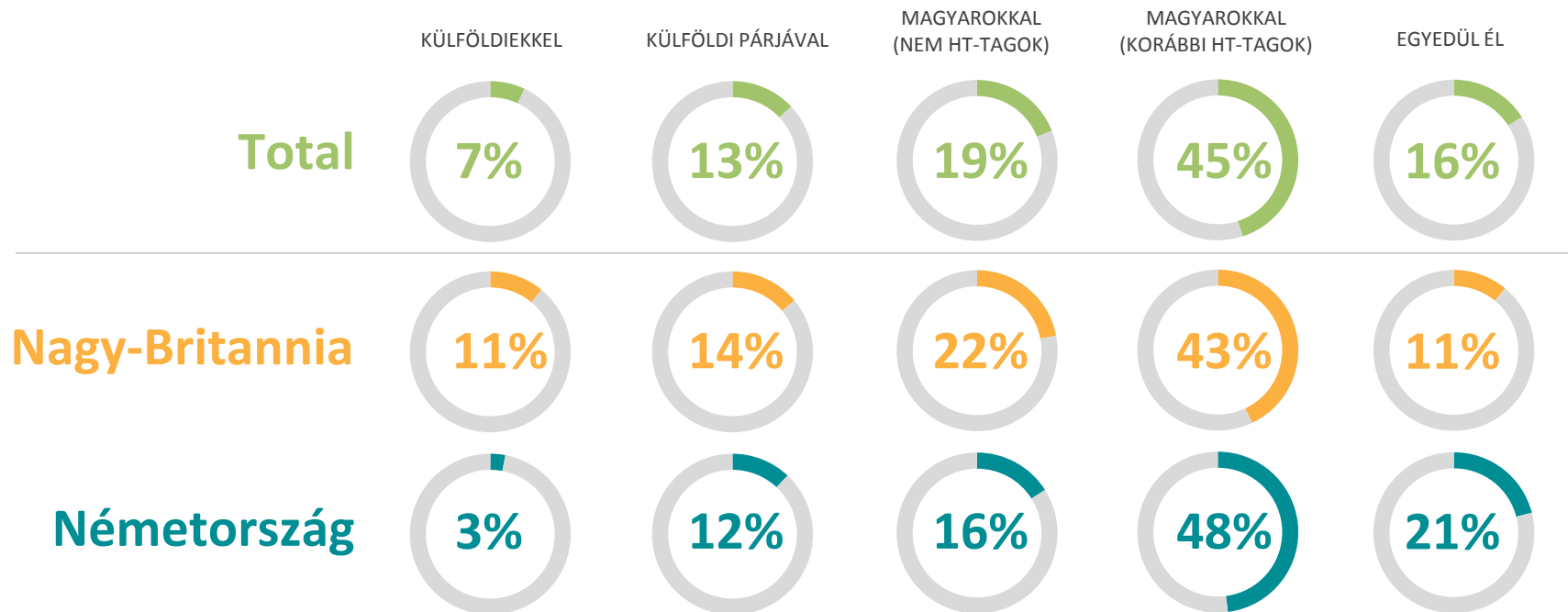
A külföldre költözött magyarok több, mint harmada végleg az adott országban szeretne maradni, bár hasonló arányban vannak, akik egyelőre még bizonytalanok a jövőt illetően. A végleg az adott országban maradni szándékozók jellemzően családos, falun élő magyarok.

A hazaköltözést tervezők 16%-ot tesznek ki, és nagy részük 1-5 éven belül szeretne visszatérni.

A Nagy-Britanniában élők 60%-a szerint az ország kilépése az Európai Unióból nem fogja befolyásolni kint tartózkodását, de így is sokan vannak (38%), akik szerint bizonyos szempontból megnehezítheti majd a kinti életet.

Társas környezet

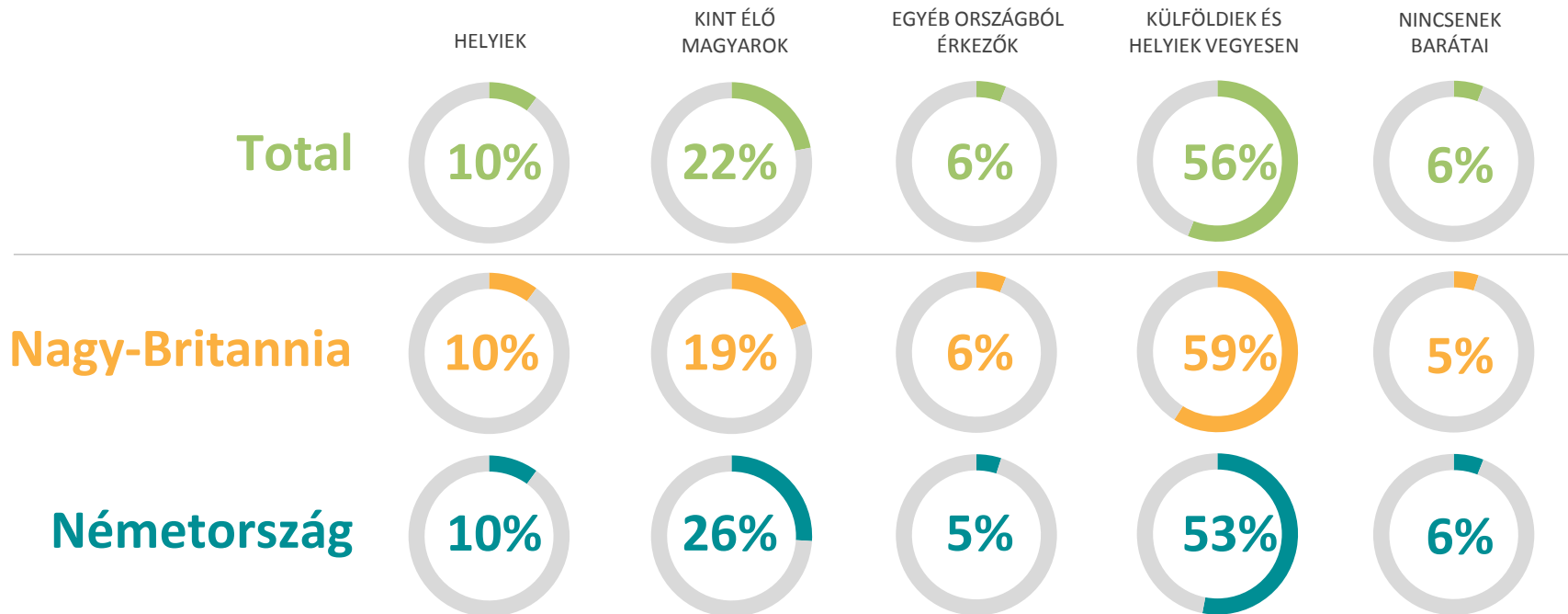
Kivel él jelenleg?



A külföldre költöző magyarok többsége korábbi, magyarországi háztartása tagjaival él továbbra is, illetve jelentős részük egyéb magyar állampolgárokkal. Az egyedül élők aránya Németországban magasabb, mint Nagy-Britanniában, míg ritkábban fordul elő, hogy más külföldi állampolgárokkal élnek együtt.

Baráti kör

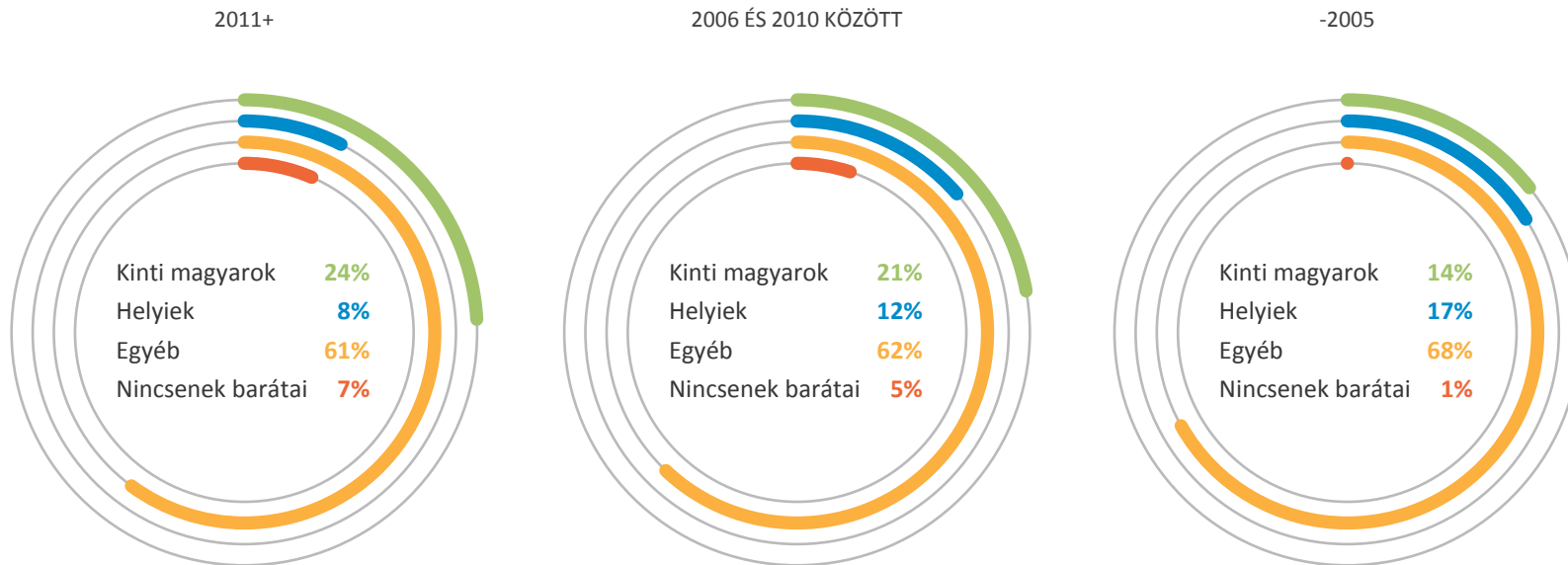
Kik alkotják a külföldi baráti társaságát?



A többség számára nem láthatóan nem okozott gondot a beilleszkedés, baráti körük vegyesen áll magyarokból, helyiekből és egyéb nemzetiségiekből, Németországban ugyanakkor a kivándorolt magyarok negyede leginkább a helyi magyarokkal él közösségi életet.

Baráti társaság vs. Kiköltözés éve

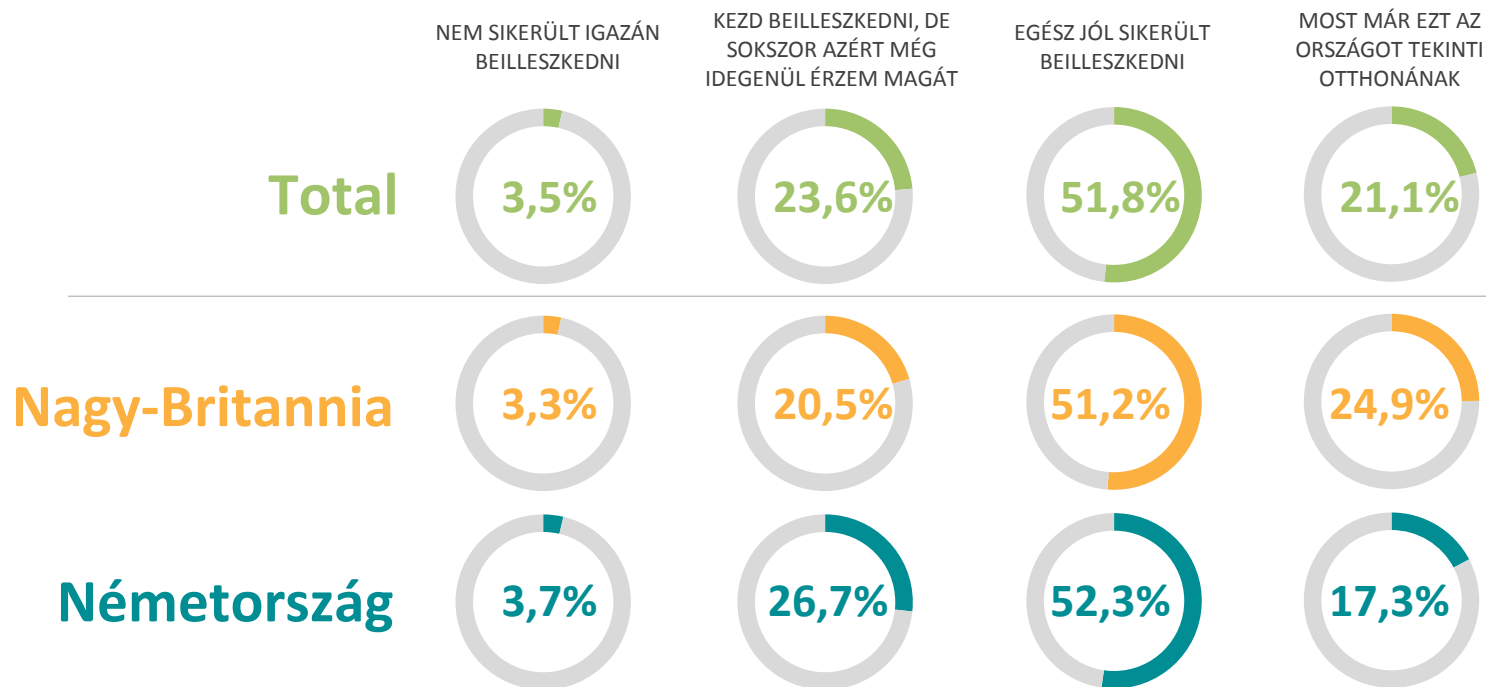
Kik alkotják a külföldi baráti társaságát?



A nemrég érkezett magyarok baráti társaságának összetétele eltér a régebb óta kint élőkétől. A frissen kiköltözöttek között az átlaghoz képest nagyobb azok aránya, akiknek még nem nagyon vannak barátai, illetve akik a kint élő magyarokkal keresik inkább a kapcsolatot. Ez az arány jóval kisebb azoknál, akik már régebb óta, akár egy évtizede is kint élnek, náluk a helyi barátok aránya magasabb az átlagnál.

Beilleszkedés mértéke

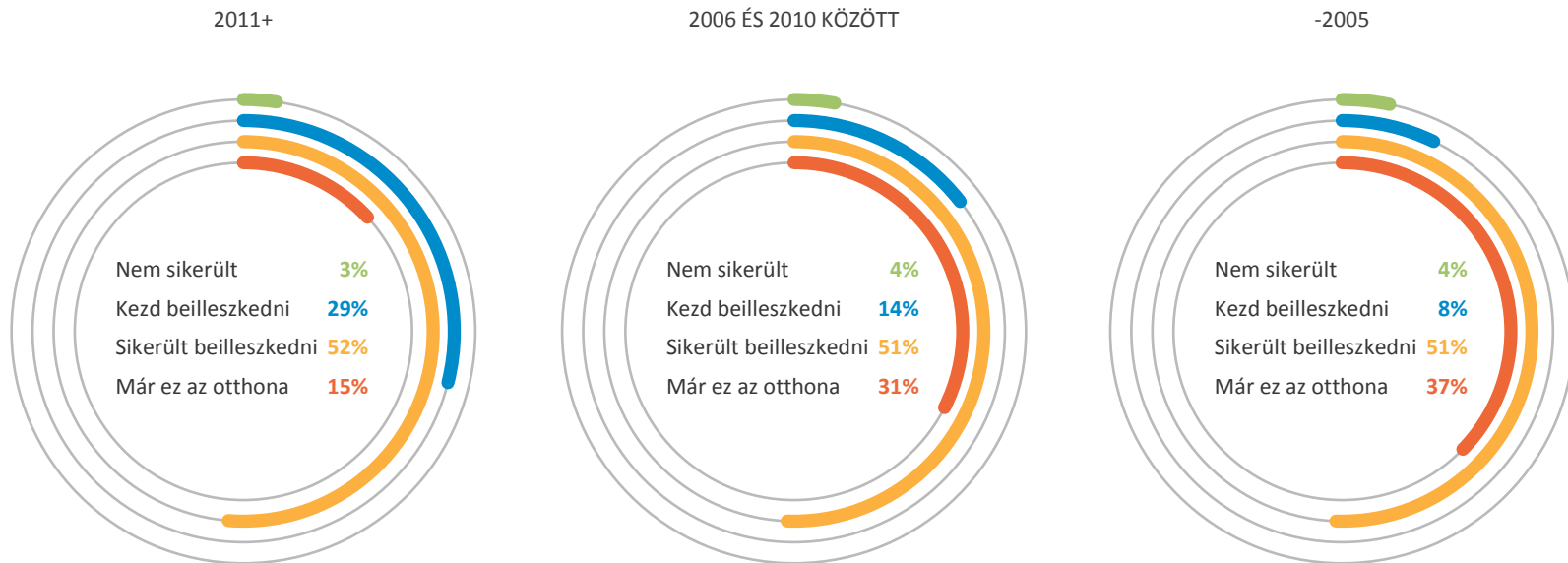
Hogyan érez a külföldi beilleszkedésével kapcsolatban?



A megkérdezettek túlnyomó többsége úgy érzi, sikerült beilleszkednie, olyannyira, hogy egyötödük az adott országot tekinti otthonának. A Németországban élő magyarokra jellemzőbb, hogy sokszor még idegenül érzik magukat, így érthető, ha ők kevésbé is érzik otthonuknak az országot.

Beilleszkedés vs. Kiköltözés éve

Hogyan érez a külföldi beilleszkedésével kapcsolatban?



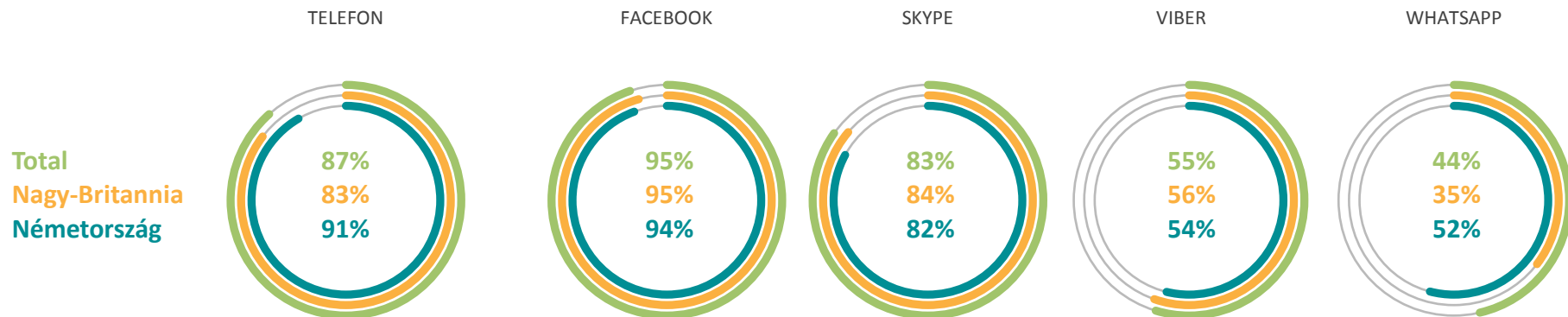
A beilleszkedés mértéke nagyban függ a kiköltözés idejétől. Minél régebben él kint valaki, annál inkább tekinti az adott országot otthonának, míg a frissen érkezettek még gyakran érzik magukat idegenül. A többségnek sikerült beilleszkednie, függetlenül attól, milyen régóta él kint, és minimális azok aránya, akiknek ez szinte egyáltalán nem jött össze, ami valószínűleg már nem csupán a kint töltött idővel lehet összefüggésben.



KAPCSOLATTARTÁS AZ OTTHONIAKKAL

Kapcsolattartás módja

Kommunikációs csatornák használata

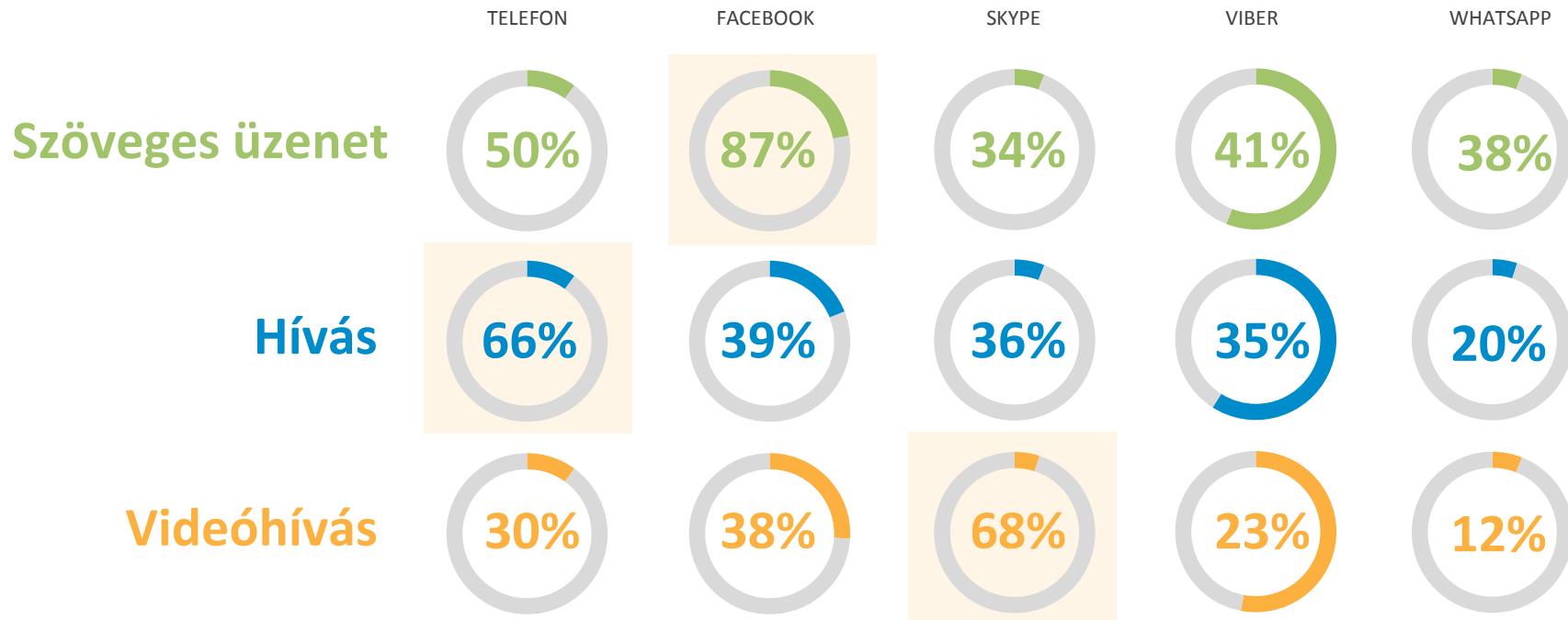


Az otthoniakkal való kapcsolattartás legjellemzőbb módja sorrendben a Facebook, a telefon és a Skype. A WhatsApp alkalmazása a németországi magyarok körében elterjedtebb, de itt is ez a legkevésbé népszerű módja a kapcsolattartásnak.

A Facebook használat arányát nagy valószínűséggel a rekrutálás módszere is befolyásolta, mivel részben a közösségi oldalakon (Facebook, Instagram, egyéb) keresztül találtunk rá válaszadóinkra.

Kapcsolattartás módja

A csatornák használatának módja

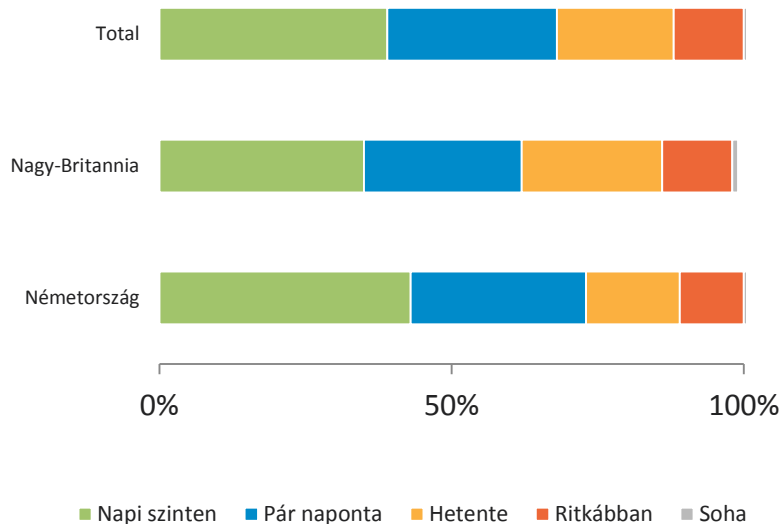


Szöveges üzeneteket többségében a Facebookon váltanak az otthoniakkal. Hívásra a telefont használja a többség, ezt követően a Facebook, a Skype és a Viber hasonló arányban népszerű e célra. Videóhívást a válaszadók kétharmada Skype-on kezdeményez. A célcsoport körében a Viber, bár nem a legelterjedtebb, főleg szöveges üzenetekre használatos alkalmazás, csakúgy, mint a WhatsApp.

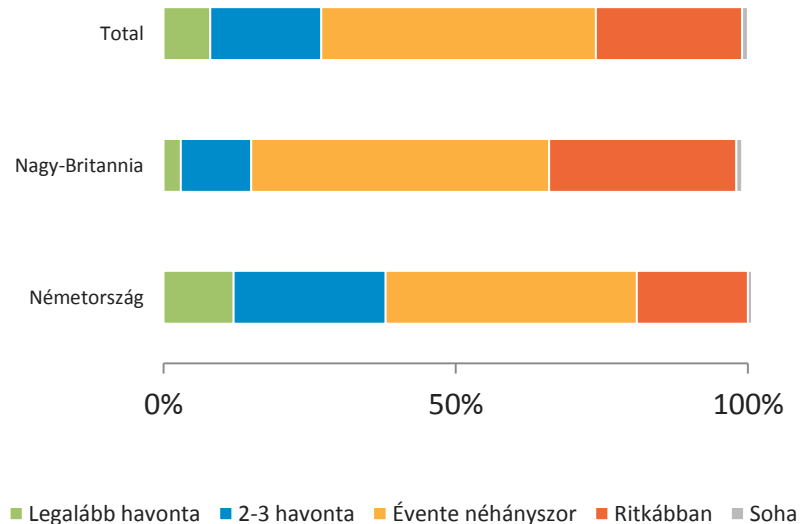
Kapcsolattartás gyakorisága vs. Célország

Kapcsolattartás és hazalátogatás gyakorisága

MILYEN GYAKRAN LÉP KAPCSOLATBA
MAGYARORSZÁGON ÉLŐ ISMERŐSEIVEL?



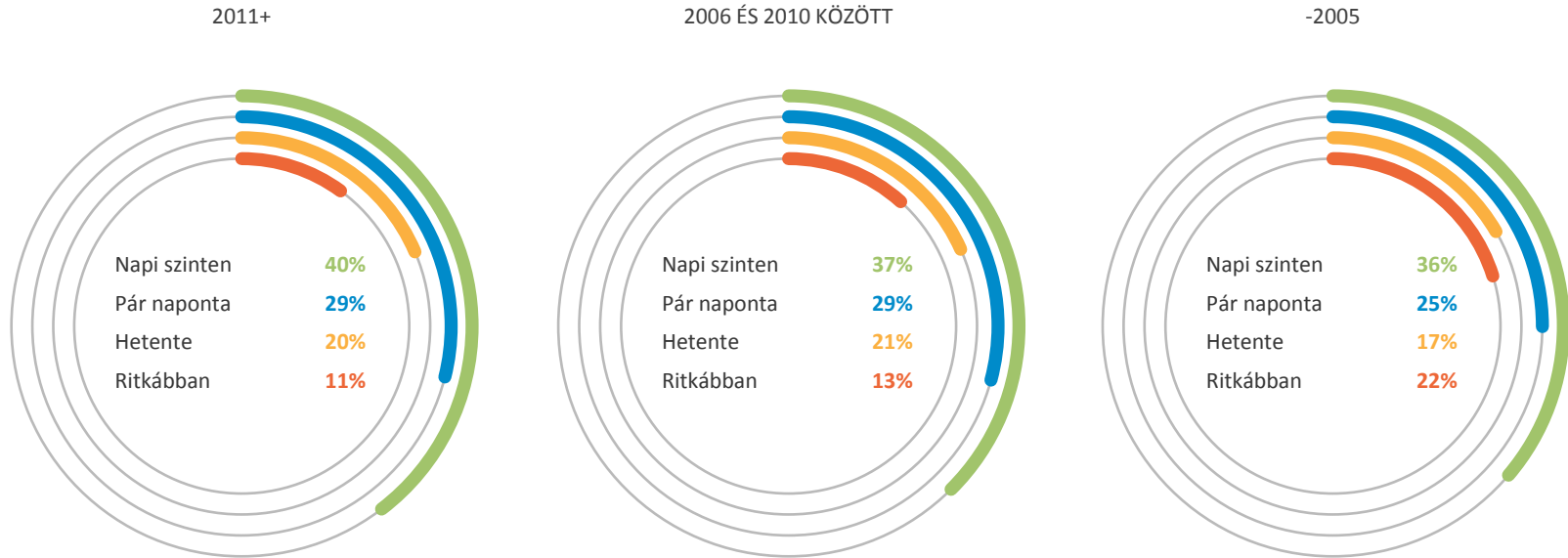
MILYEN GYAKRAN LÁTOGAT HAZA
MAGYARORSZÁGRA?



A kutatásban résztvevők kétharmada naponta vagy pár naponta kapcsolatba lép az ismerőseivel, a Németországban élők picit gyakrabban. Szinte alig vannak olyanok, akik a kétheti rendszerességnél ritkábban kommunikálnának az otthoniakkal. A kint élők kb. fele évente néhányszor személyesen is hazalátogat, de nem kevesen vannak azok is, akik akár 2-3 havonta is hazajönnek Magyarországra. Ahogy a kapcsolattartás, úgy a hazalátogatás gyakorisága is a Németországban élőkénél magasabb.

Kapcsolattartás gyakorisága vs. Kiköltözés éve

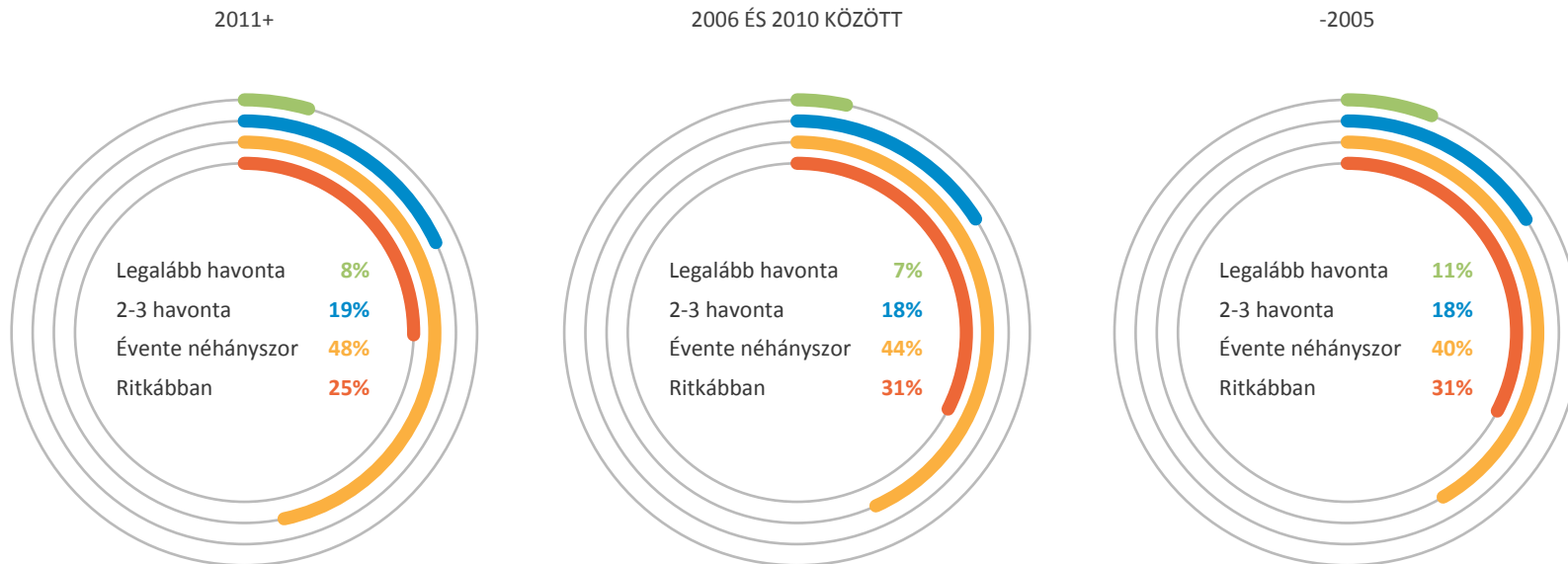
Milyen gyakran lép kapcsolatba Magyarországon élő ismerőseivel?



Az elmúlt pár évben kiköltözött magyarok az átlagnál kicsit gyakrabban tartják a kapcsolatot az otthoniakkal, de a kiköltözés idejétől függetlenül elmondható, hogy a napi szintű kapcsolattartás jellemző, a régebb óta kint élők sem kommunikálnak sokkal kevesebbszer az átlagnál.

Hazautazás gyakorisága vs. Kiköltözés éve

Milyen gyakran látogat haza Magyarországra?



A nemrég kiköltözöttek gyakrabban járnak haza, mint régebb óta kint élő társaik, akik között nagyobb arányban fordulnak elő olyanok is, akik már soha nem szoktak hazajönni. A többség a kiköltözés idejétől függetlenül évente néhányszor hazajár.



MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSOK

Összegzés

TÉVÉZÉS, MÉDIAFOGYASZTÁS ÉS VÁLTOZÁSA

A kiköltözés előtti időkhöz képest a tévénézés gyakorisága jelentősen csökkent. Bár kisebb mértékben, de a rádiózás gyakorisága is csökkent, és még drasztikusabb a helyzet a nyomtatott sajtó olvasásával. Ezzel ellentétes irányt mutat az internetezés gyakoriságának változása. A kint élők jelenleg lényegében minden nap, zömében többször is használják az internetet. A különféle eszközökön történő wifi használat szinte mindenki számára napi gyakoriságú.

Igen magas azok aránya, akik jelenleg az eddig megszokottnál ritkábban fogyasztják a médiát. Akik ritkábban tévéznek, jellemzően a fővárosokban élők, egyedülálló férfiak, akik ritkábban tartják a kapcsolatot az otthoniakkal.

A ritkábban rádiót hallgatók inkább a fiatal nők közül kerülnek ki, akik gyakran járnak haza, és szeretnének visszatérni. A sajtót ritkábban olvasók között a kisvárosi idősebb elvált nők vannak nagyobb arányban, akik szintén szeretnének hazaköltözni. Az országok között nincs lényeges különbség ebben a tekintetben.

A gyakrabban tévézők között nagyobb arányt képviselnek azok, akik végleg maradni szeretnének az adott országban, a gyakrabban rádiózók és sajtót olvasók jellemzően a fővárosban élők, a gyakrabban internetezők között pedig az idősebb nők vannak felülreprezentálva, akik a visszaköltözést tervezik a jövőben.

Digitális eszközökkel nagyon jól ellátottak a külföldön élő magyarok, emellett túlnyomó többségük élő videónézésre (streamelésre) tökéletesen alkalmas internetkapcsolattal is rendelkezik külföldi lakóhelyén.

FIZETŐS TV ÉS VÁLTOZÁSA

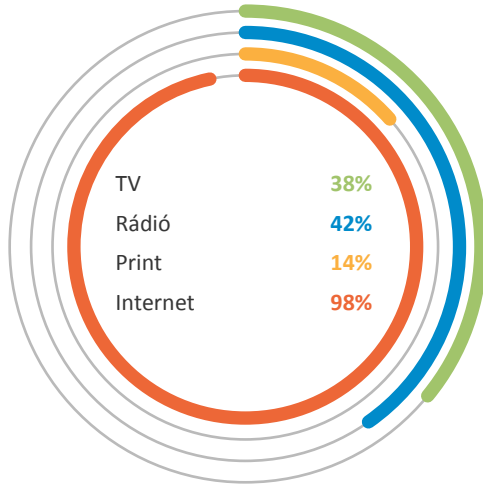
Fizetős tévészolgáltatást Magyarországon még 86% vett igénybe, ez az arány jóval kevesebb, 45% jelenleg a külföldi lakóhelyen. Közülük a döntő többség (88%) otthon is rendelkezett fizetős tévészolgáltatással, nagyobb arányban, mint akik most nem tartoznak az ügyfelek közé.

Nagy többségük az internetre hivatkozik: itt minden tartalmat megtalálnak, ami érdekli őket. A tévés tartalmakkal kapcsolatban is az interneten elérhető, élő adásokat tartalmazó ingyenes webtvét említik leggyakrabban.

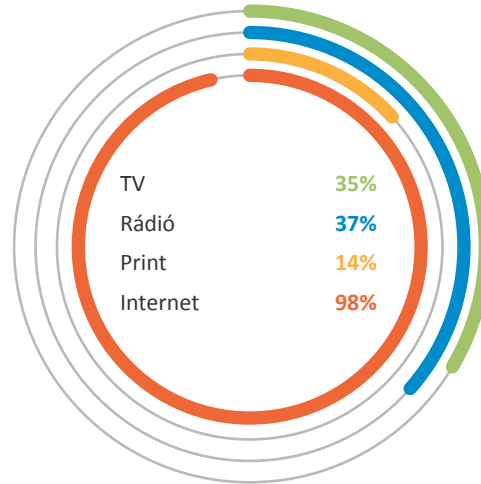
Médiafogyasztás

Napi rendszerességgű médiafogyasztás

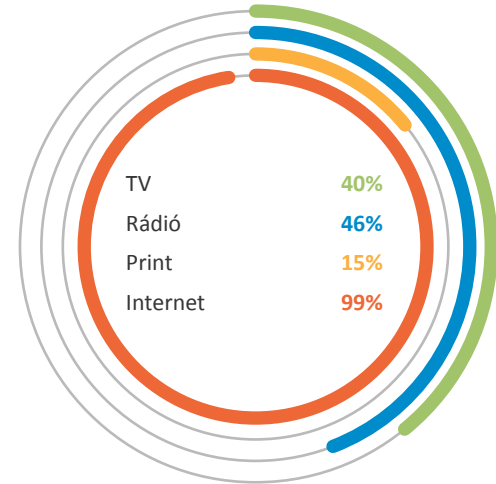
TOTAL



NAGY-BRITANNIA



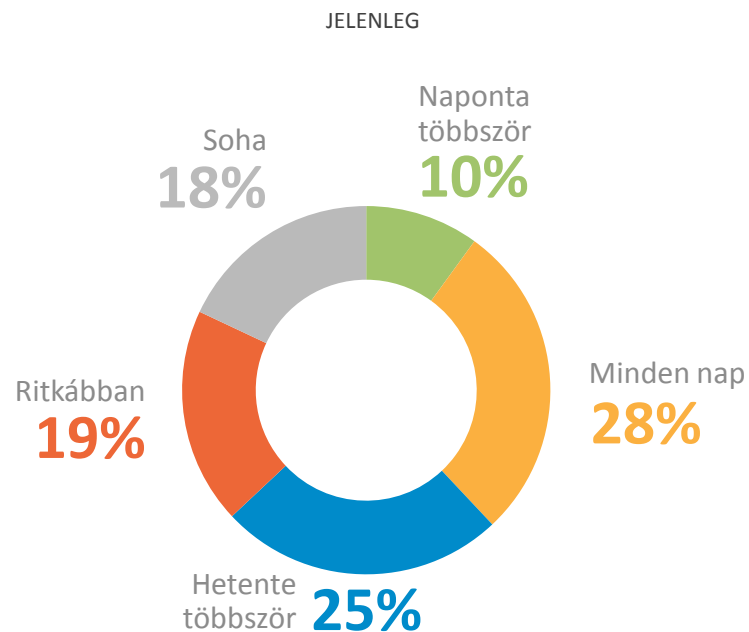
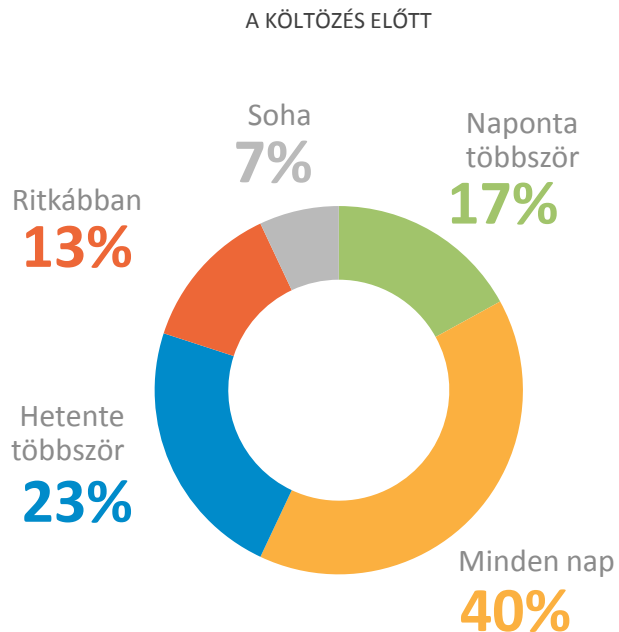
NÉMETORSZÁG



Az egyes médiatípusok közül az internet dominanciája megkérdőjelezhetetlen. A tévét, rádiót illetve nyomtatott lapokat egyáltalán nem fogyasztó kívándorlók aránya 14-20% közé becsülhető, míg internetet a teljes sokaság használ bizonyos rendszerességgel.

Tévé

Tévézés gyakorisága

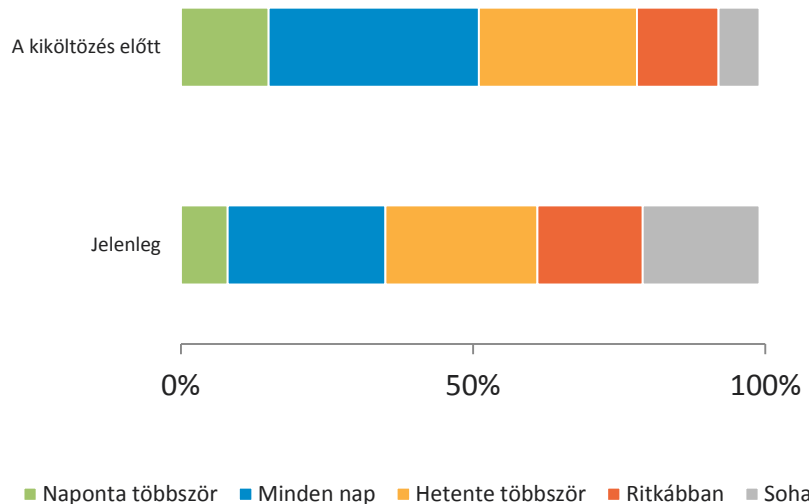


A tévézés gyakorisága jelentősen csökkent a kiköltözés következtében. Míg azelőtt a válaszadók 40%-a minden nap nézett televíziót, most már csak kevesebb, mint egyharmaduk, ennél gyakrabban pedig még kevesebben néznek, ahogy azok aránya is jelentősen, majdnem háromszorosára emelkedett, akik jelenleg egyáltalán nem tévéznek.

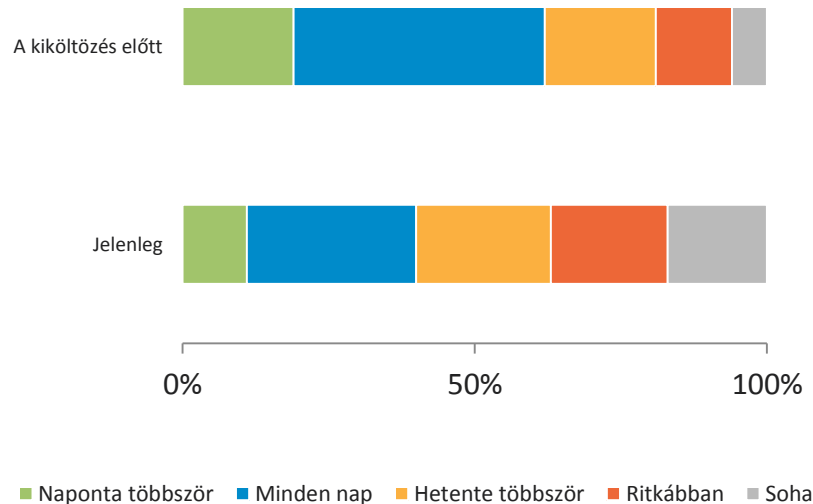
Tévé vs. Célország

A jelenlegi és kiköltözés előtti tévézés

NAGY-BRITANNIA



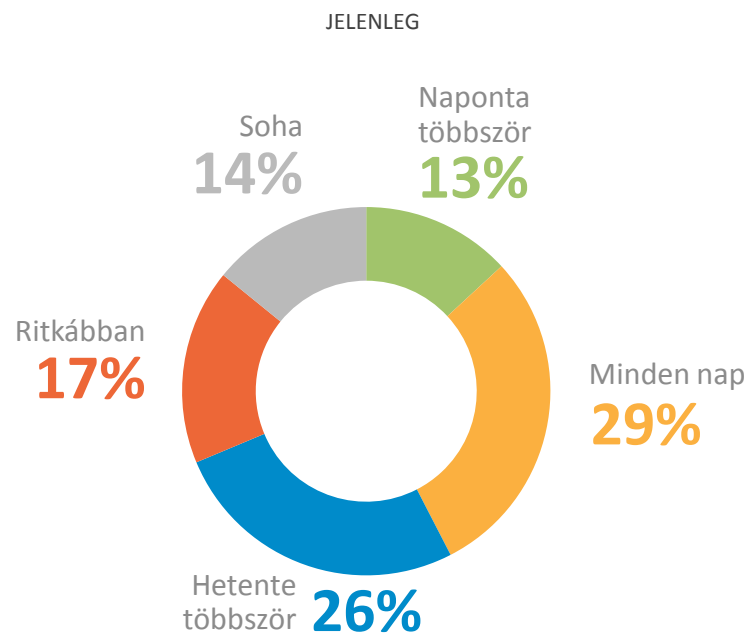
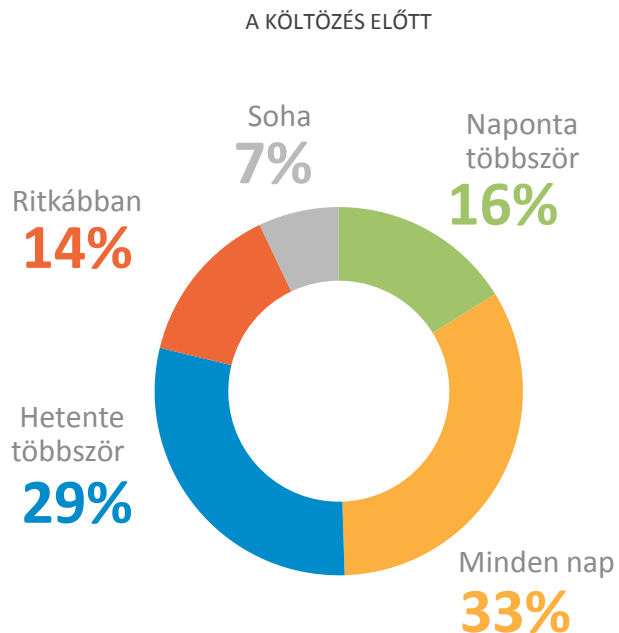
NÉMETORSZÁG



A Németországban élők esetében már a kiköltözést megelőzően is gyakoribb volt a tévézés. A kiköltözés hasonlóan hatott a tévézés gyakoriságára, mint a Nagy-Britanniában élő magyarok esetében, ugyanakkor a kezdeti különbségekből adódóan a németországi magyarok jelenleg is több tévés tartalmat fogyasztanak, mint az Angliában, Skóciában, vagy Észak-Írországon élők.

Rádió

Rádióhallgatás gyakorisága

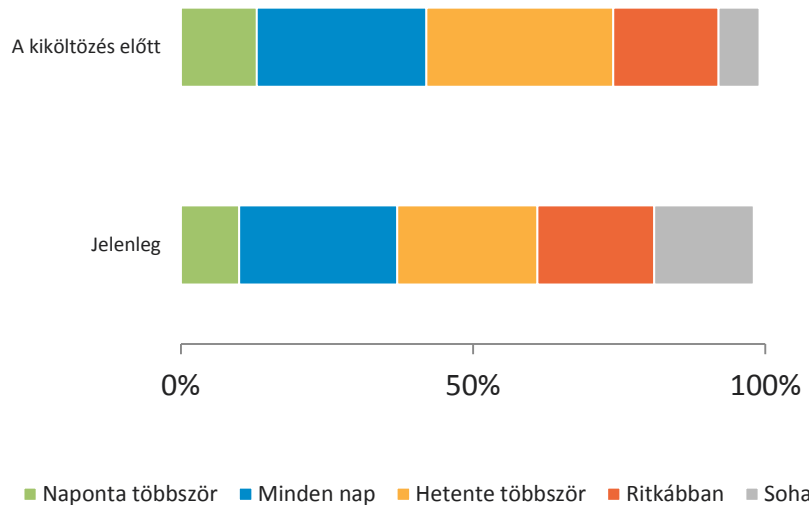


Bár nem olyan jelentős mértékben, mint a tévénézés, de a rádiózás gyakorisága is csökkent a költözés előtti időszakhoz képest a kint élők körében. Továbbra is a napi szintű rádiózás a legjellemzőbb, de duplájára nőtt azok száma, akik soha nem hallgatnak jelenleg rádiót.

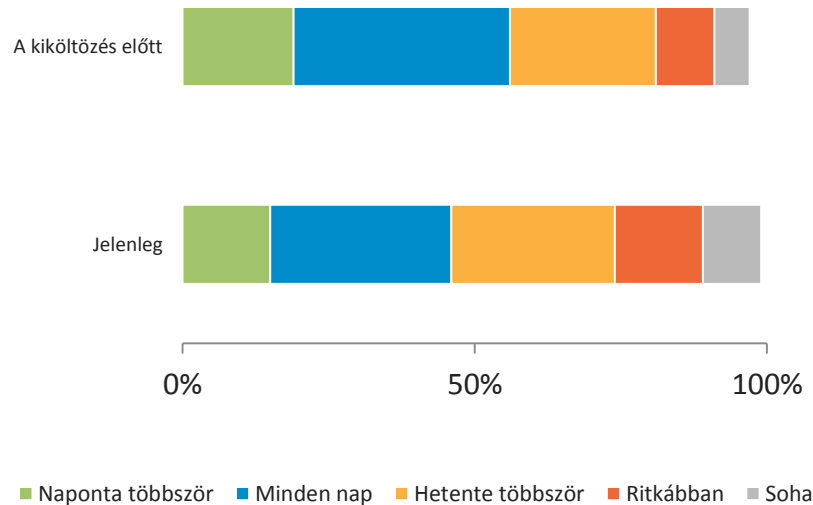
Rádió vs. Célország

A jelenlegi és kiköltözés előtti rádióhallgatás

NAGY-BRITANNIA



NÉMETORSZÁG

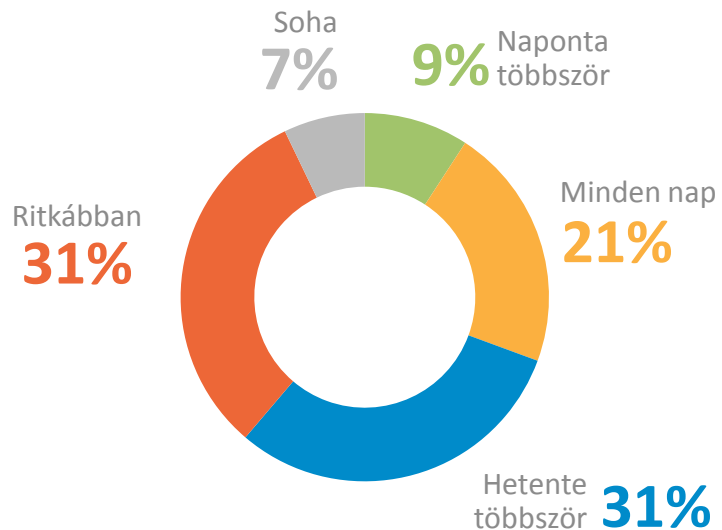


Ugyanaz a tendencia figyelhető meg, mint a tévézés esetében: a németországi magyarokra már a kiköltözés előtt jellemzőbb volt a napi szintű rádióhallgatás, mint a nagy-britanniai magyarokra. Látványos eltérés, hogy míg a Németországban élő magyarok esetében csak 4 százalékponttal növekedett a rádiót soha nem hallgatók aránya, addig a Nagy-Britanniában letelepülők esetében több ez a különbség 10 százalékpont.

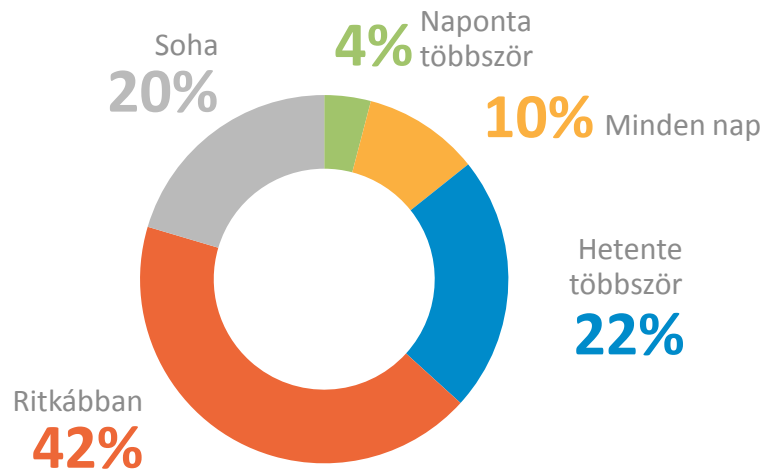
Print

Lapolvasás gyakorisága

A KÖLTÖZÉS ELŐTT



JELENLEG

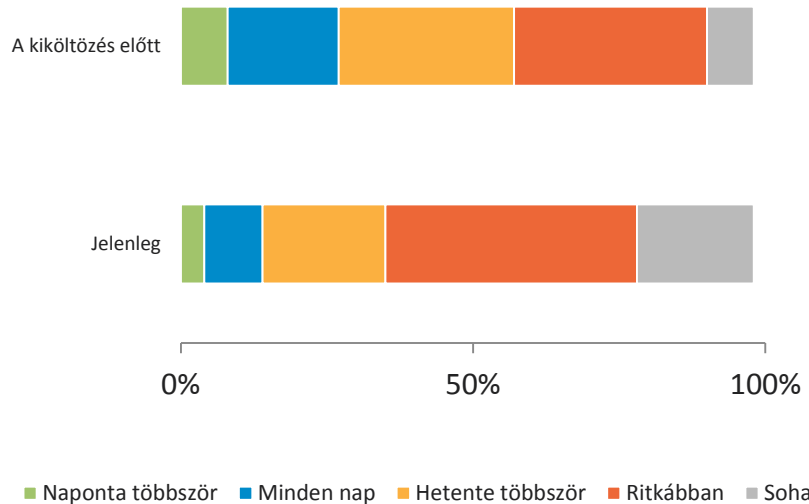


Az előzőekhez hasonlóan a sajtóolvasás gyakorisága is drasztikusan csökkent, a napi többszöri illetve napi szintű olvasás a felére csökkent. Jelentősen nőtt és jelenleg a legmagasabb a heti gyakoriságnál is ritkábban olvasók aránya, és megháromszorozódott azok száma is, akik soha nem olvasnak újságot.

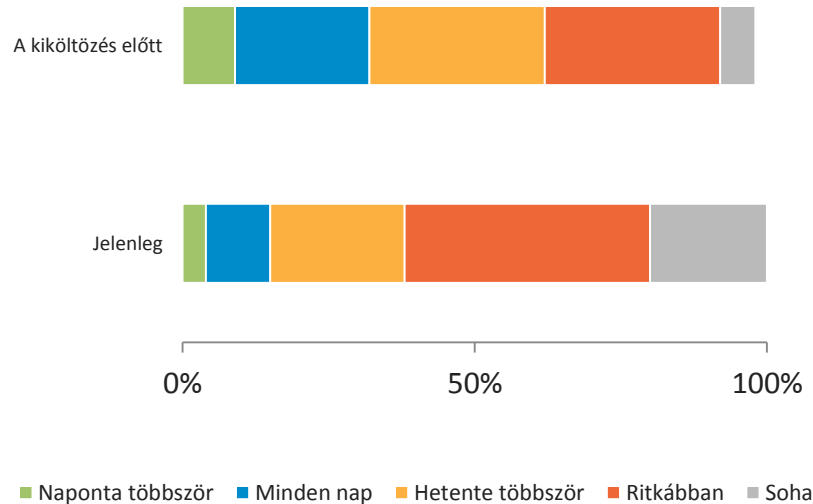
Print vs. Célország

A jelenlegi és kiköltözés előtti lapolvasás

NAGY-BRITANNIA



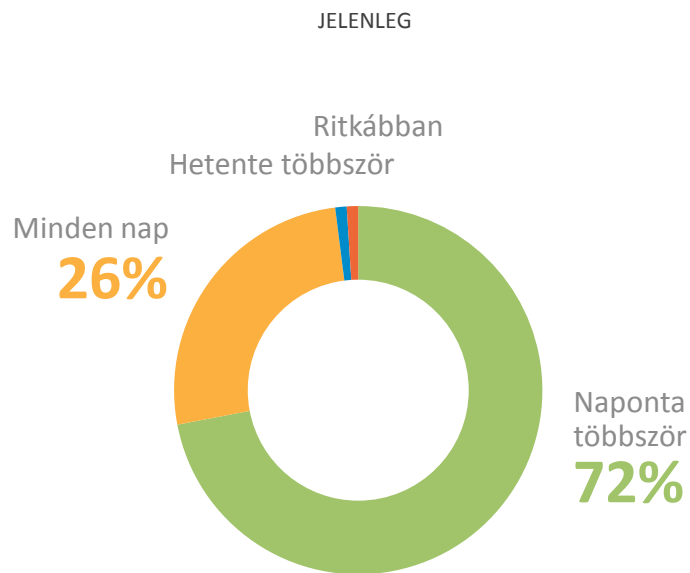
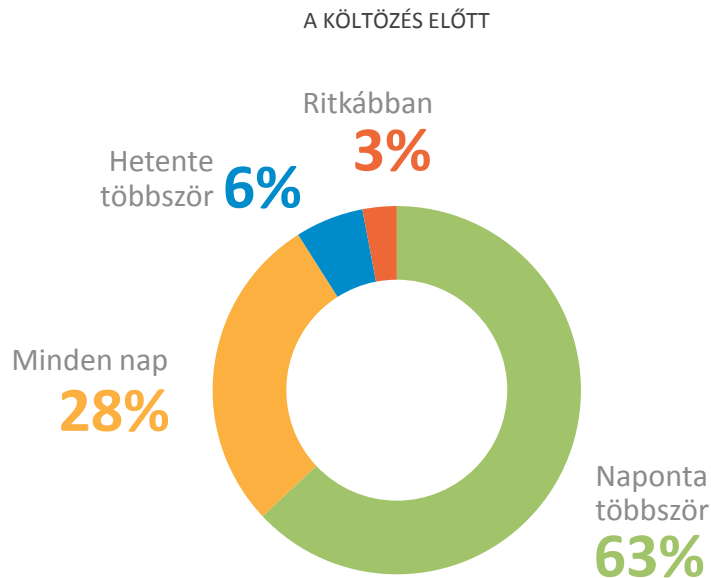
NÉMETORSZÁG



Míg a tévénézés és a rádióhallgatás esetében volt eltérés a német és a brit minta fogyasztása között a kiköltözés előtt és után is, addig a sajtó esetében szinte ugyanazokat az arányokat mutatja a két ország a jelenlegi állapotot nézve. A kiköltözés előtt a németországi magyarok körében valamivel gyakoribb volt a napi és heti szintű sajtó olvasás, ugyanakkor ez a különbség megszűnt a kivándorlással.

Internet

Internethasználat gyakorisága

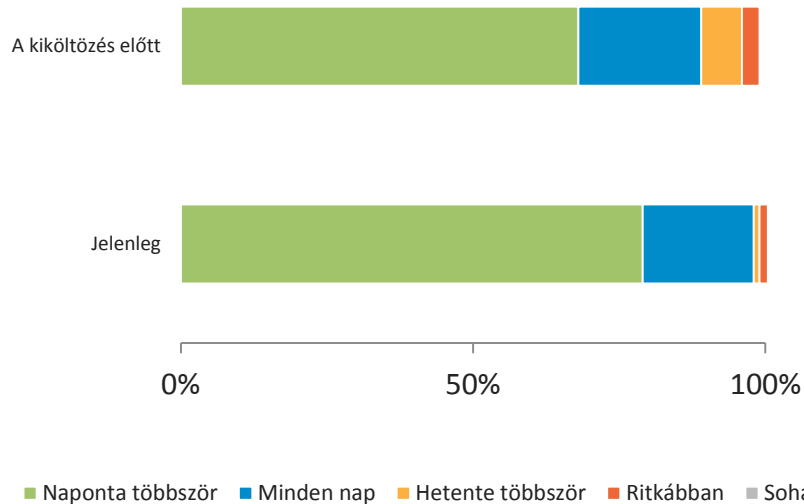


A tévézés, rádiózás és sajtóolvasás gyakoriságával ellentétes irányt mutat az internetezés gyakoriságának változása. A távolság növekedésével az internet szerepe vélhetően felértékelődött a kint élők számára, akik jelenleg lényegében minden nap, zömében többször is használják az internetet.

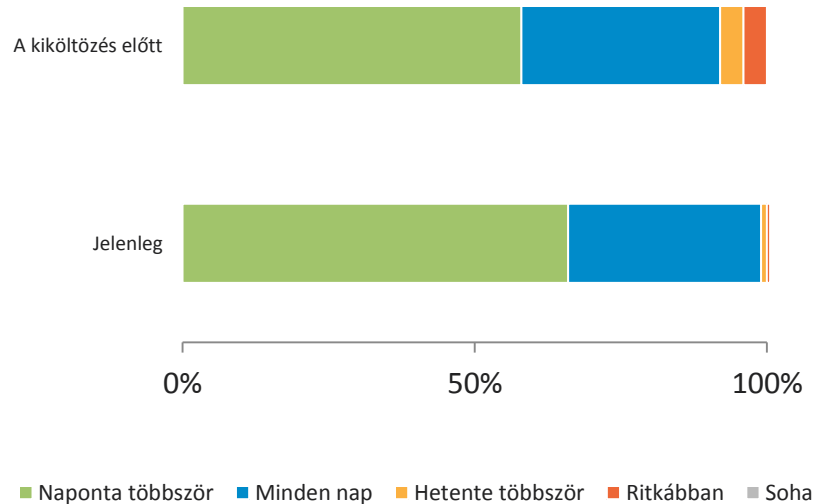
Internet vs. Célország

A jelenlegi és kiköltözés előtti internethasználat

NAGY-BRITANNIA



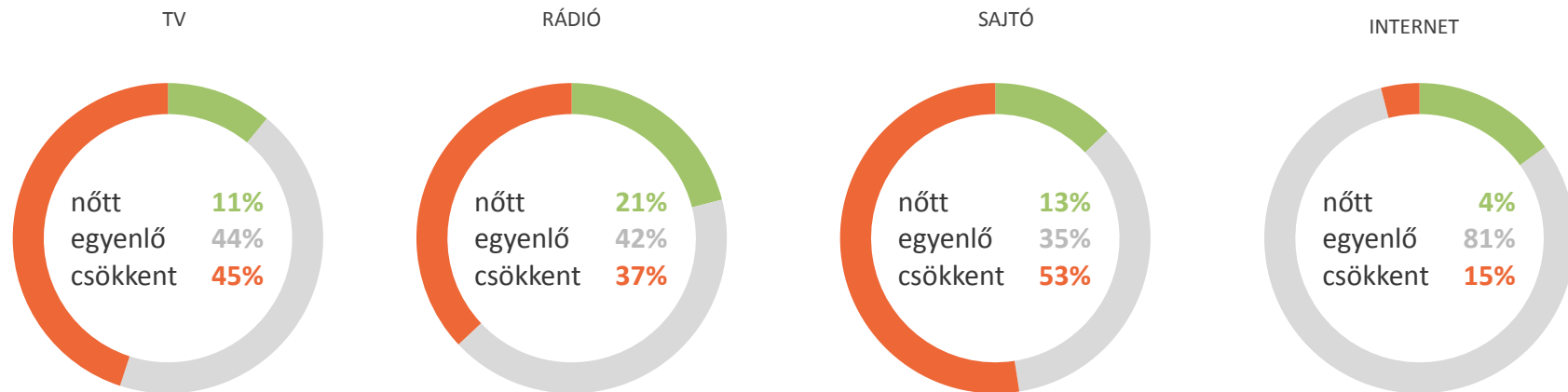
NÉMETORSZÁG



Míg a hagyományos médiumok fogyasztása a németországi magyarokra volt inkább jellemző, addig a napi többszöri internethasználat a Nagy-Britanniában élők körében gyakoribb. A különbség már a kiköltözés előtt is 10 százalékpont volt a két csoport között, a kivándorlással pedig tovább nőtt 13 pontra.

Médiafogyasztás változása

Médiatípusok használatában tapasztalt változás a kiköltözés után

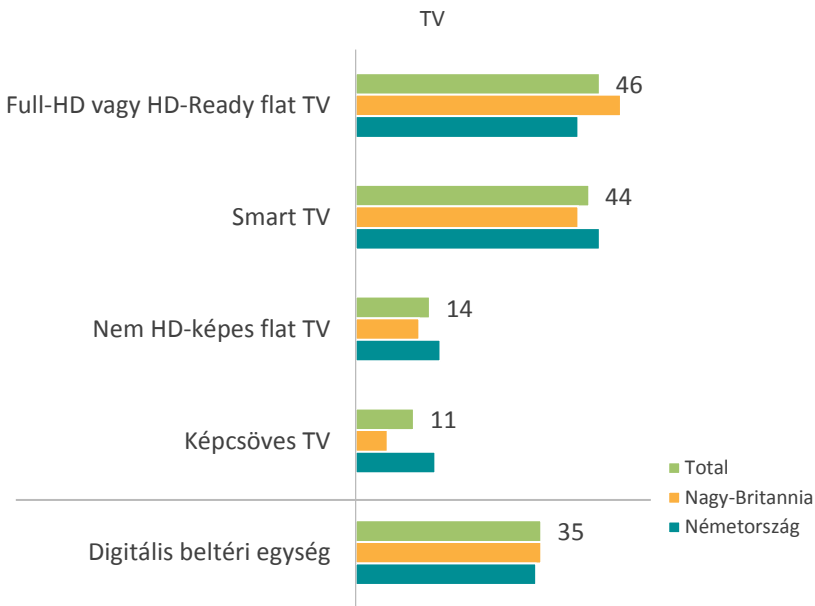


A kiköltözéshez képest a tévézés, rádióhallgatás és a sajtóolvasás gyakoriságában változások észlelhetők. Igen magas azok aránya, akik jelenleg az eddig megszokottnál ritkábban fogyasztják a médiát. Akik ritkábban tévéznek, jellemzően a fővárosokban élők, egyedülálló férfiak, ők az átlaghoz képest ritkábban tartják a kapcsolatot az otthoniakkal. A ritkábban rádiót hallgatók inkább a fiatal nők közül kerülnek ki, akik gyakran járnak haza, és szeretnének visszatérni. A sajtót a kinti lakóhelyen ritkábban olvasók között a kisvárosi idősebb elvált nők vannak nagyobb arányban, akik szeretnének szintén hazaköltözni. Az országok között nincs lényeges különbség ebben a tekintetben.

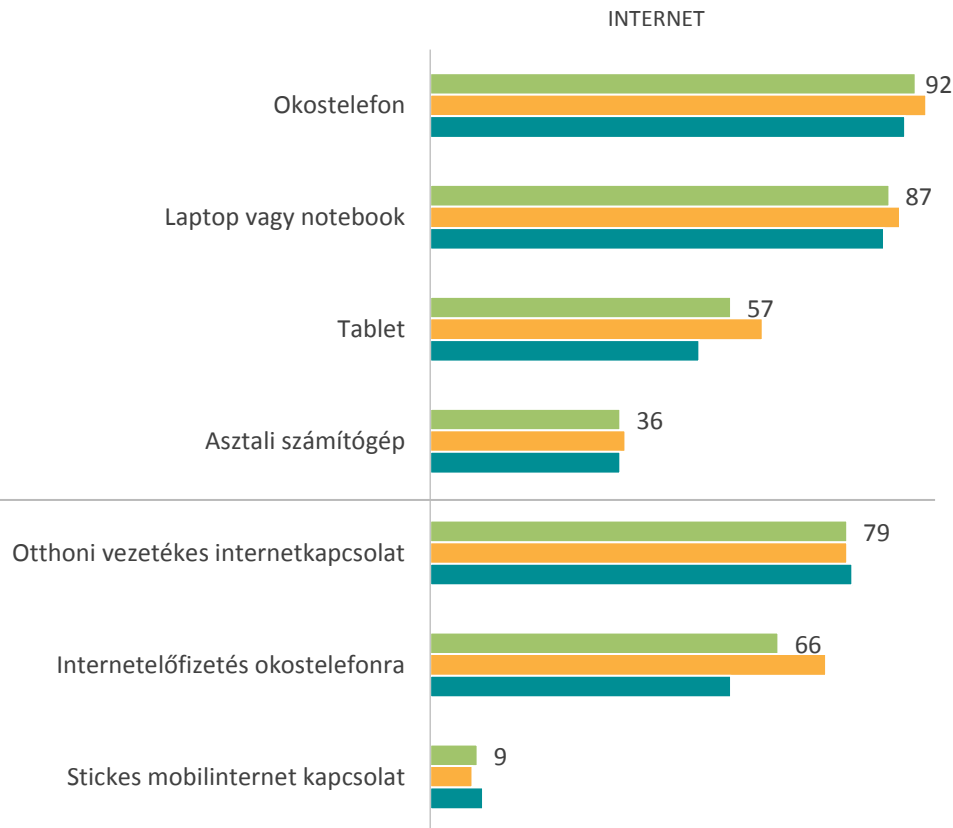
A gyakrabban tévézők között nagyobb arányt képviselnek azok, akik végleg maradni szeretnének az adott országban, a gyakrabban rádiózók és sajtót olvasók jellemzően a fővárosban élők, a gyakrabban internetezők között pedig az idősebb nők vannak felülreprezentálva, akik a visszaköltözést tervezik a jövőben.

Eszközellátottság

Rendelkezik-e Ön, vagy az Önök jelenlegi háztartása az alábbiakkal? (%)



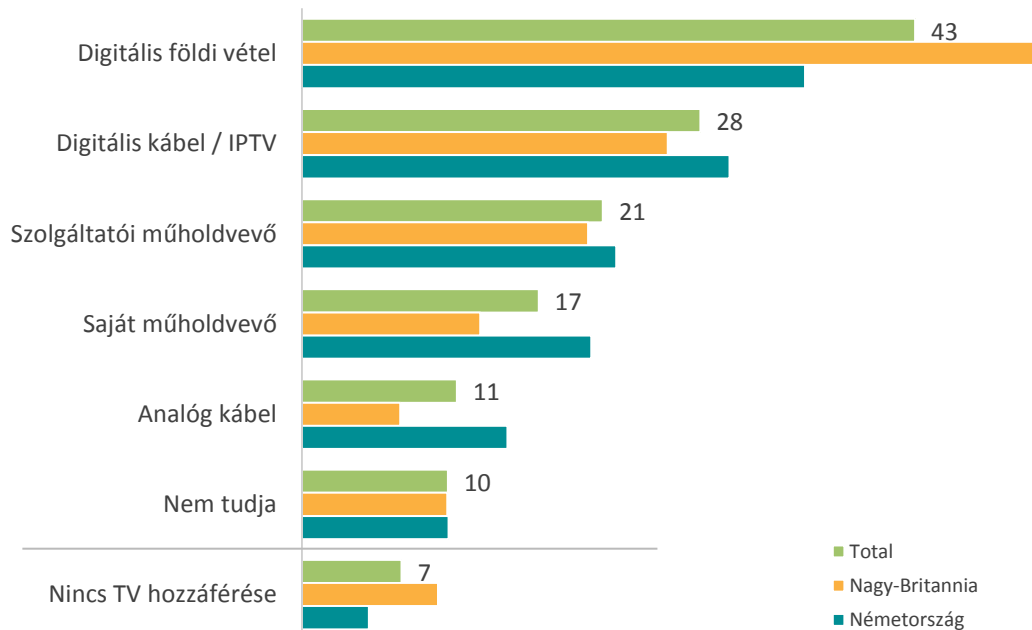
A legáltalánosabb eszköz, ami szinte minden háztartásban megtalálható, az okostelefon. Az okostelefonnal rendelkező többségének van internetelőfizetése ezen a készüléken. Továbbá a legtöbb külföldi háztartásban van laptop, vagy notebook, valamint otthoni vezetékes internetkapcsolat. A mintán mért 44%-os átlagos smart tv penetráció a hazai arányokhoz képest kiemelkedő.



* Az Ipsos októberi CAPIbusz mérése a korcsoportban 5,4%-os smart tv lefedettséget mutat Mo-on.

Tévévételi megoldások

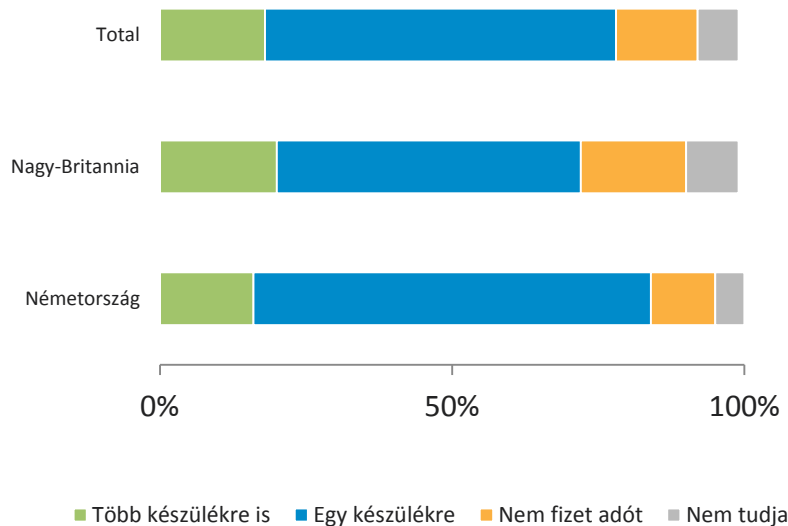
Az Ön jelenlegi háztartásában milyen módon foghatók a tévécsatornák? (%)



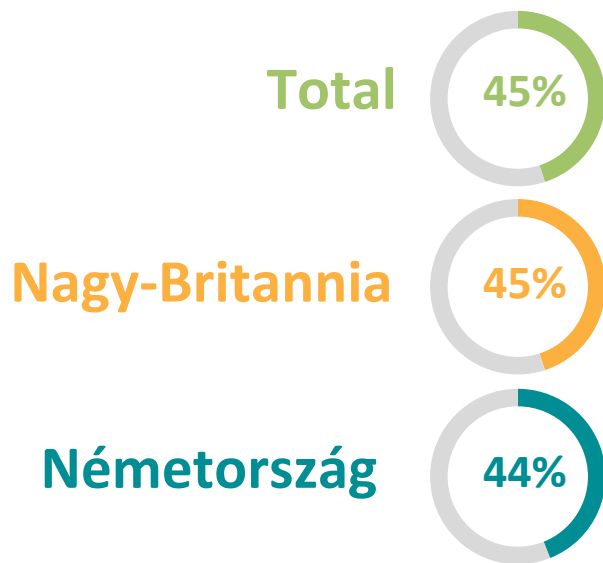
A leggyakoribb vételi mód a külföldi háztartások esetében a digitális földfelszíni sugárzás. Különösen igaz ez a nagy-britanniai háztartásokra, ahol az esetek több, mint felében ilyen formában foghatók a tévé csatornák. Ezt követi a digitális kábeli vétel, ami az átlagosnál nagyobb arányban jellemző a németországi megkérdezettekre. Az analóg vétel aránya elenyésző, különösen a nagy-britanniai magyarok körében.

Tévézéshez kapcsolódó kiadások

A HÁZTARTÁSÁBAN TALÁLHATÓ TV-KÉSZÜLÉK UTÁNI ADÓ FIZETÉSE



FIZETŐS TÉVÉSZOLGÁLTATÁS IGÉNYBEVÉTELE



Közel 80% fizet adót az államnak a háztartásban található TV készülék után, ebből a többség egy készülékre. A megkérdezettek majdnem fele vesz igénybe fizetős tévészoigáztatást. Közülük a nagy többség (88%) otthon is rendelkezett fizetős tévészoigáztatással, nagyobb arányban, mint akik most nem tartoznak az ügyfelek közé.

Fizetős tévészoolgáltatás igénybevétele

Demográfiai változók mentén

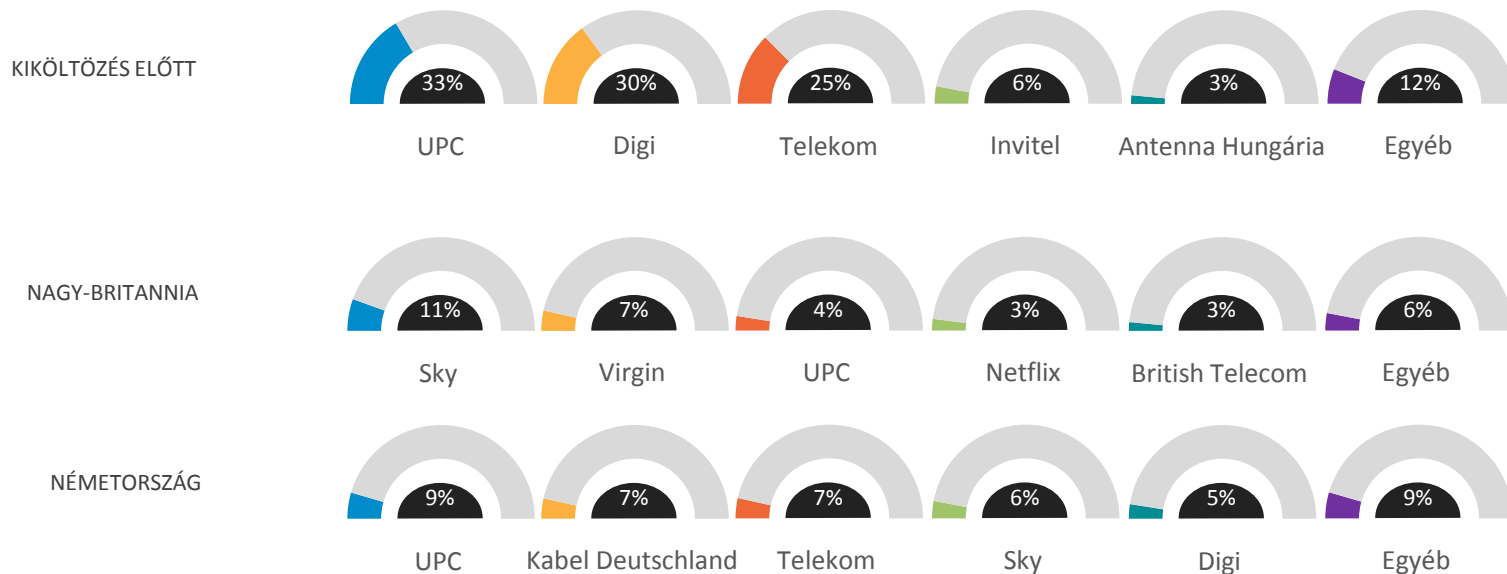
Total		Nem		Kor			Családi állapot			Településtípus			
				18-29	30-39	40-49							
Igen	45%	45%	44%	36%	42%	54%	37%	45%	63%	48%	43%	45%	42%
Nem	55%	55%	56%	64%	59%	46%	63%	55%	37%	52%	57%	55%	58%

Fizetős tévécsatornát jellemzően az idősebb korosztály vesz igénybe, közöttük az elváltak nagyobb arányt képviselnek. Ők már régebben költöztek ki az adott országba, végleg maradni szándékoznak, az adott országot már otthonuknak tekintik.

A legfiatalabb korosztály, leginkább az egyedülállók soraiból kevésbé vesznek igénybe ilyen jellegű szolgáltatást. Közöttük nagyobb arányban találhatók azok is, akik nemrég érkeztek külföldre. Nagyobb arányt képviselnek közülük azok, akik vissza szeretnének jönni Magyarországra, jelenleg is havonta többször járnak haza.

Tévészolgáltatások igénybevétele

Melyik tévészolgáltatótól vettek / vesznek igénybe szolgáltatást?



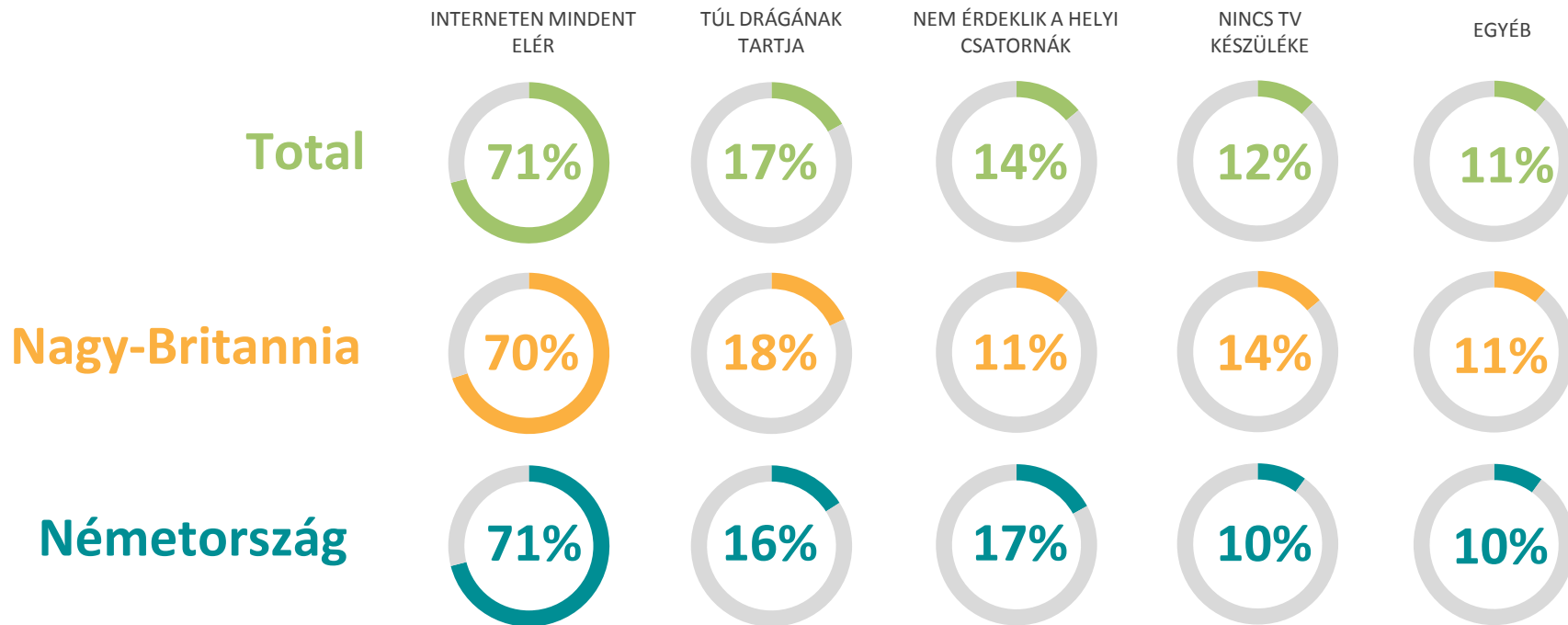
Kiköltözés előtt a megkérdezettek többsége Magyarországon rendelkezett fizetős tévészolgáltatással (86%), leggyakrabban a Digi Tv, UPC Direct és a T-Home szolgáltatóktól vették azt igénybe. Közel felük (46%) külföldi lakóhelyén is előfizet tévészolgáltatásra. Akik otthon nem vettek ilyen szolgáltatást igénybe, azok közel kétharmada jelenlegi lakóhelyén sem él ezzel a lehetőséggel.

Bár mindkét országban vannak ügyfelei, Nagy-Britanniában a Sky, Németországban a UPC a leggyakrabban igénybe vett tévészolgáltató. Nagy-Britanniában ezt a Virgin Media követi, Németországban pedig a Kabel Deutschland és a Deutsche Telecom is jelentős arányt képvisel a megkérdezettek körében.

Egyéb említett tévészolgáltatók: TalkTalk, Invitel, NowTV, Tarr, OTE TV, Cablecom, Primacom, HD+, 1&1

Fizetős tévészoolgáltatással nem rendelkezők

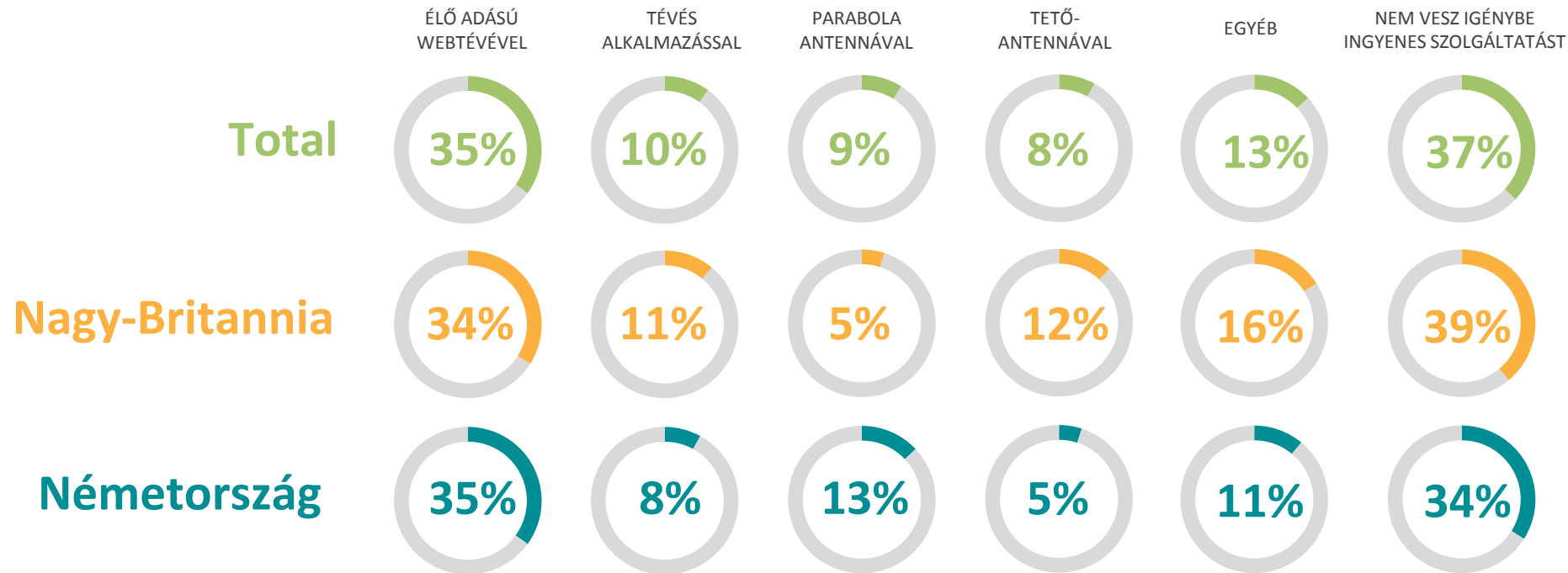
Mi az oka/mik az okai annak, hogy nem vesznek igénybe fizetős tévészoolgáltatást jelenlegi háztartásukban?



A válaszadók 55% nem rendelkezik fizetős tévészoolgáltatással. Ennek legfőbb oka, hogy az interneten minden érdeklődést kielégítő tartalmat megtalál. Vannak, akik túl drágának tartják a szolgáltatást, és a Németországban élő magyarok közül arányaiban többen vannak olyanok is, akiket nem érdekelnek a helyi csatornák. A felsoroltakon kívül páran említették még, hogy elég az ingyenes csatornák száma, illetve nem szeretnek, vagy nincs idejük tévét nézni.

Tévénézés ingyenes megoldásokkal

Néznek Önök jelenlegi háztartásukban ingyenes megoldással televízióadást?



Közel azonos arányban vannak azok, akik nem vesznek igénybe ingyenes tévészolgáltatást és azok, akik Internetes honlapról elérhető, élő adásokat tartalmazó webtvé segítségével néznek televízióadást, amely így mindkét országban a leggyakoribb ingyenes megoldás a felsoroltak közül. A tévés tartalomszolgáltatási alkalmazás, Nagy-Britanniában a tetőantenna, Németországban pedig az előfizetés nélküli parabola antenna jön még kisebb arányban számításba.

Tévénézés ingyenes megoldásokkal

Demográfiai változók mentén

Total		Nem		Kor			Családi állapot			Településtípus			
				18-29	30-39	40-49							
Igénybe veszi	63%	66%	60%	62%	60%	68%	60%	64%	67%	61%	61%	64%	70%
Nem vesz igénybe	37%	34%	40%	38%	40%	32%	40%	36%	33%	39%	39%	36%	30%

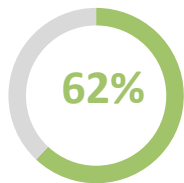
A tévénezés ingyenes megoldásait inkább a minta szerinti legidősebbek (40-49), falun élők veszik igénybe. Jellemzően olyanok, akik sokszor idegenül érzik magukat az adott országban, és gyakran hazajárnak.

Akik nem élnek ezekkel a lehetőségekkel, azok nem térnek el számottevően az átlagtól, inkább az egyedülálló nők közé tartoznak.

Műholdas előfizetéshez szükséges eszköz

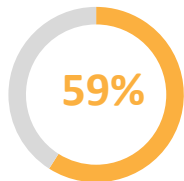
Hallott-e Ön arról kint élő magyar ismerősei körében, hogy valaki magával vitte Magyarországról külföldre a műholdas előfizetéséhez tartozó eszközt (box, kártya), és azon keresztül nézi tovább a magyar adásokat?

Total



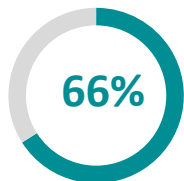
Németországban az átlaghoz képest picit többen, Nagy-Britanniában kevesebben, de összességében a többség, a megkérdezettek majdnem kétharmada hallott arról, hogy valaki külföldre vitte a műholdas előfizetéshez tartozó eszközt, amin keresztül magyar adásokat tud tovább nézni.

Nagy-Britannia



Akik hallottak erről a lehetőségről, jellemzően az idősebbek (40-49), a kisebb településeken élők, elváltak, arányaiban többen vannak közöttük azok, akik végleg maradni szándékoznak.

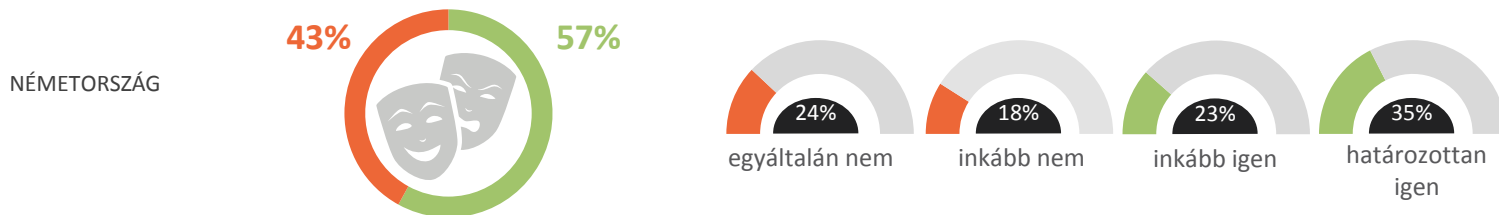
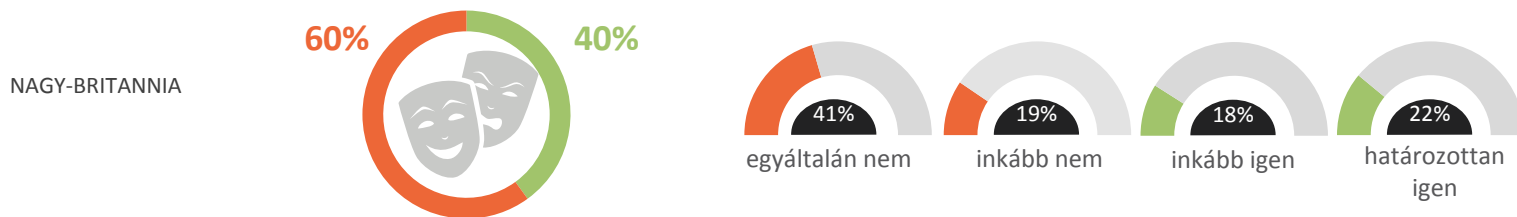
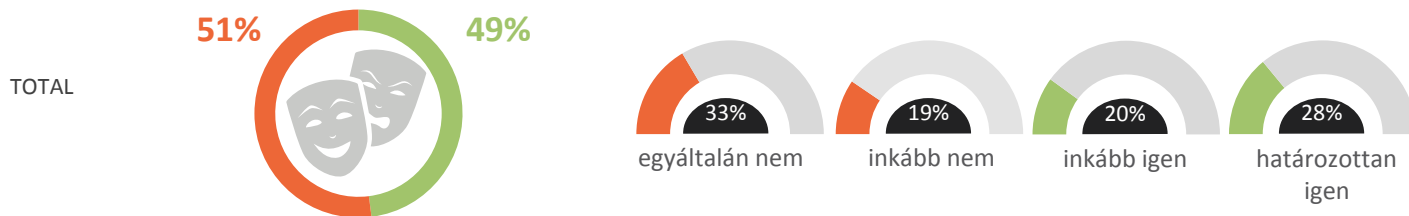
Németország



Akik nem hallottak erről a lehetőségről, jellemzően inkább a legfiatalabb korosztályhoz tartoznak, egyedülállók, a fővárosban laknak, ritkábban tartják az otthoniakkal a kapcsolatot, és bizonytalanok a jövőt illetően.

Műholdas tévészoolgáltatás iránti érdeklődés

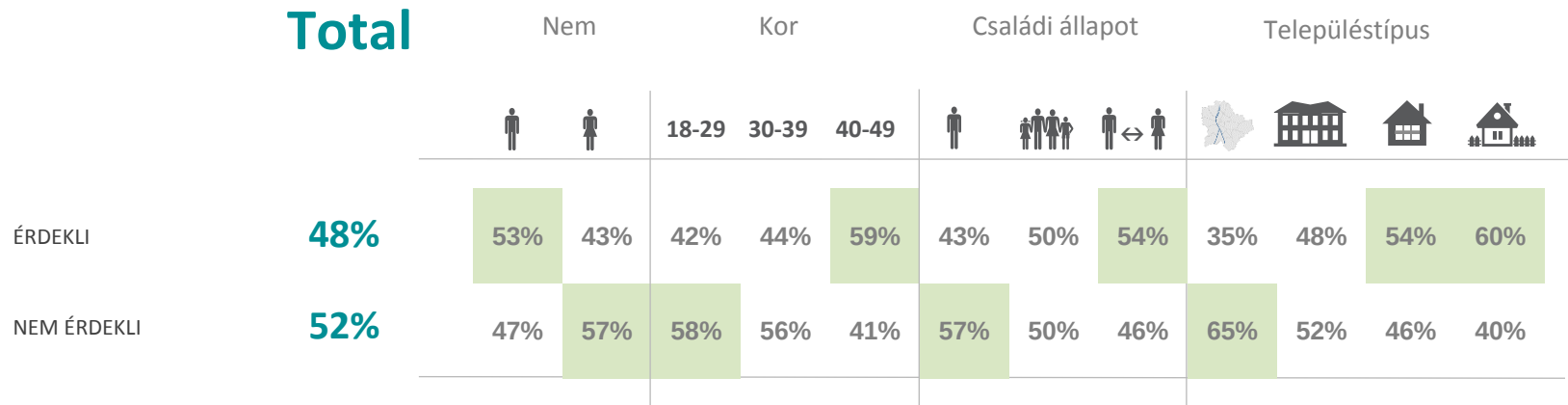
Érdekelne-e Önt olyan műholdas TV szolgáltatás, amely lehetővé tenné, hogy a műholdas előfizetéséhez tartozó eszközöket (box, kártya) Magyarországról más EU-tagállamba magával vigye, és azon keresztül külföldön nézze a magyar adásokat?



A Németországban élő magyarok jobban érdeklődnek a műholdas TV szolgáltatás iránt, mint Nagy-Britanniában élő társaik, összességében nagyjából a megkérdezettek felét érdekli.

Műholdas tévészoigáztatás iránti érdeklődés

Demográfiai változók mentén



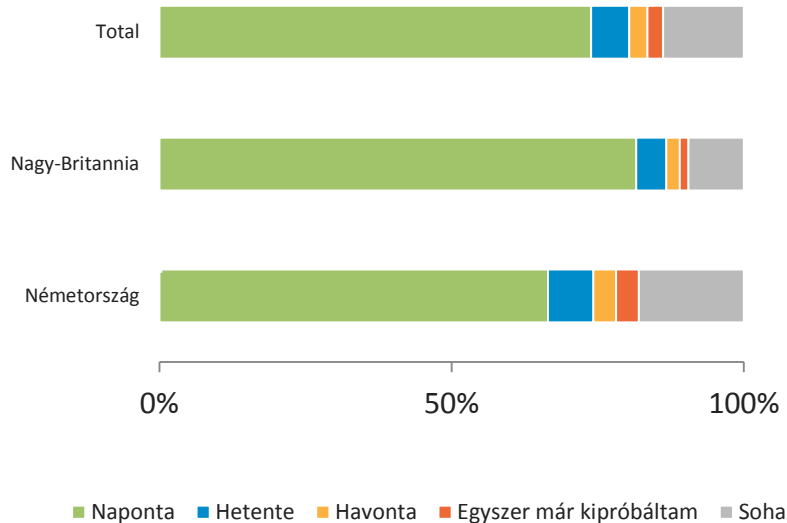
A műholdas tévészoigáztatás iránt érdeklődők között nagyobb arányt képviselnek a legidősebb korosztályhoz tartozó, elvált férfiak, akik kisebb településeken élnek. Az érdeklődők jellemzően nem igazán illeszkedtek be a külföldi környezetbe, vagy sokszor idegenül érzik magukat kint, ezért a hazaköltözést tervezik, jelenleg is napi szinten állnak kapcsolatban az otthoniakkal és akár havonta többször is hazautaznak. Vélhetően számukra a magyar nyelvű tévészoigáztatás gyógyír az egyedüllétre, elszigeteltségre, fontos, hogy kéiben legyenek az otthoni történésekkel.

A szolgáztatás iránt nem érdeklődők között az átlaghoz képest felülreprezentáltak a legfiatalabbak (18-29), a nők, az egyedülállóak, akik a fővárosban élnek. Közöttük többen vannak, akik másik országba terveznek továbbköltözni, ritkább a kapcsolattartás az otthon maradt ismerősökkel és haza is csak nagyon ritkán utaznak. Valószínű, hogy ők kevésbé igénylik, vagy tartják fontosnak a gyökerek ápolását ezen a módon.

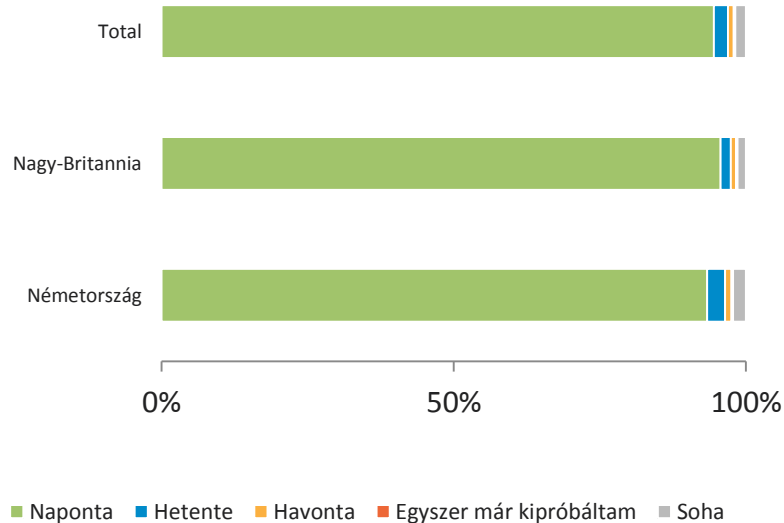
Internetezés gyakorisága

Okostelefonon, laptopon, tableten vagy egyéb eszközön

NETEZÉS, DE NEM WIFIN KERESZTÜL



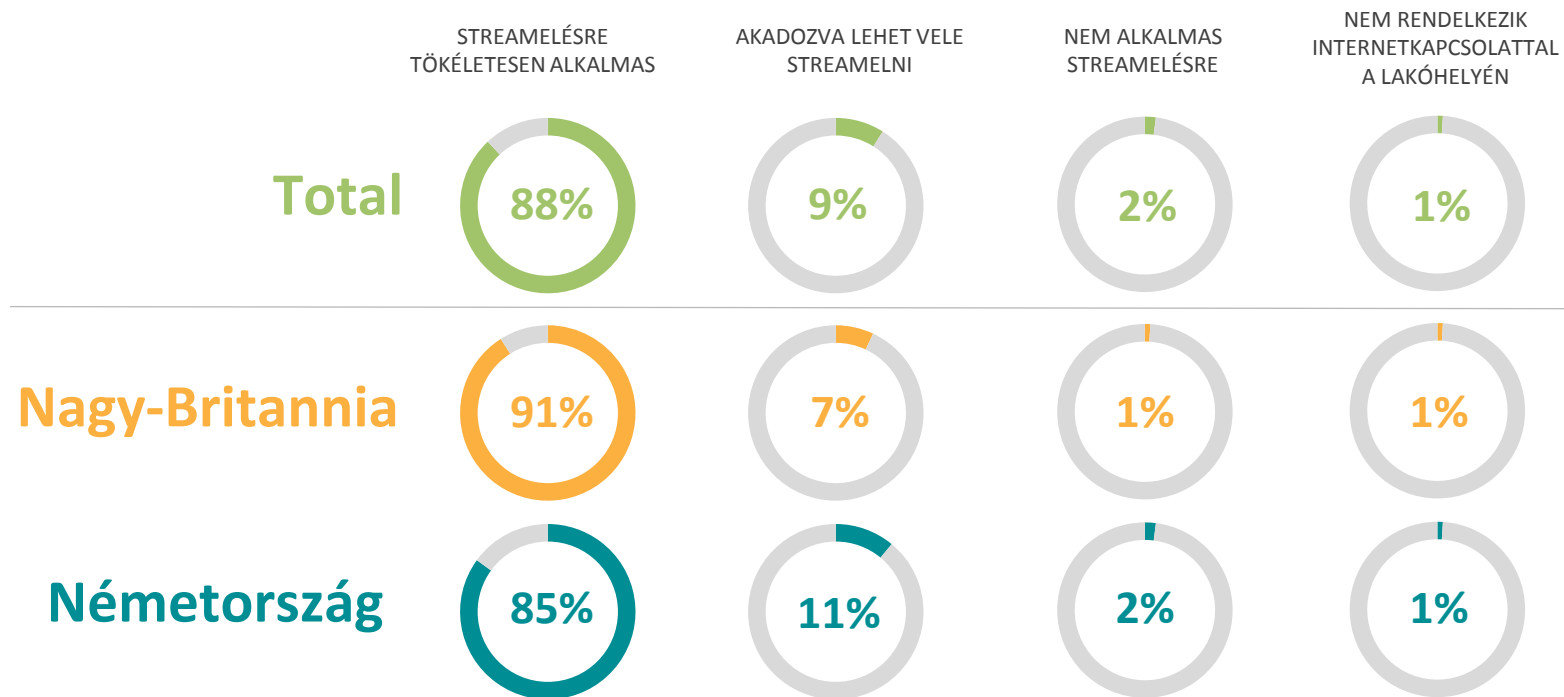
WIFI HASZNÁLAT



Az okostelefonon, laptopon, tableten vagy egyéb eszközön történő wifi használat szinte mindenki számára napi gyakoriságú, s bár a nem wifin keresztül történő netezés ennél némileg ritkább, túlnyomó többségében szintén napi szinten zajlik. A wifi nélküli netezést teljesen nélkülözők viszonylag magasabb aránya mögött épp a wifi használat áll, 90%-uk napi szinten él a wifi lehetőségével.

Internetkapcsolat

Az Ön jelenlegi háztartásában milyen internetkapcsolattal rendelkezik?



A megkérdezettek túlnyomó többsége élő videónézésre (streamelésre) tökéletesen alkalmas internetkapcsolattal rendelkezik külföldi lakóhelyén.

Streamelés gyakorisága

Demográfiai változók mentén

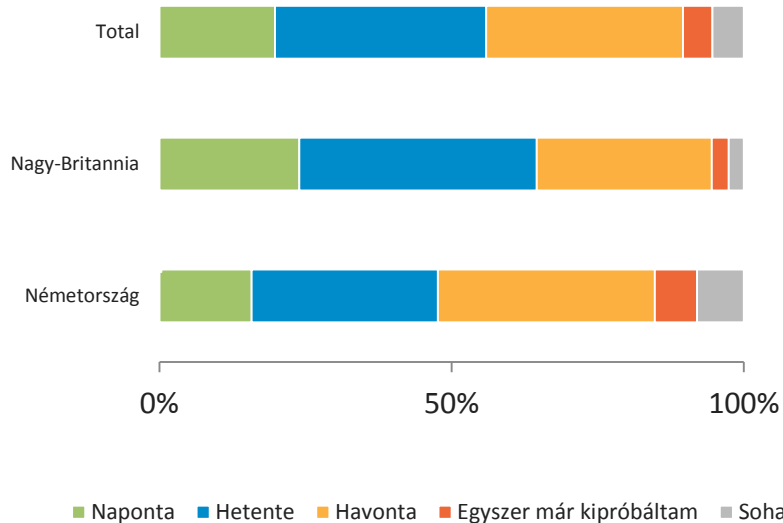
Total		Nem		Kor			Családi állapot			Településtípus			
				18-29	30-39	40-49							
Naponta	32%	35%	27%	40%	28%	32%	35%	31%	31%	36%	36%	26%	32%
Hetente	27%	28%	25%	26%	26%	27%	28%	26%	29%	27%	26%	30%	19%
Havonta	15%	13%	18%	14%	16%	15%	17%	16%	9%	16%	14%	15%	17%
Próbálta	10%	9%	12%	6%	13%	10%	7%	12%	9%	9%	10%	12%	10%
Soha	16%	15%	17%	14%	17%	16%	14%	16%	22%	12%	15%	17%	22%

A streamelés napi gyakorisága a fővárosban, nagyvárosokban élő férfiakra kiemelten jellemző. A falvakban élő elvált válaszadók között nagyobb arányban vannak azok, akik még sosem próbálták a megoldást.

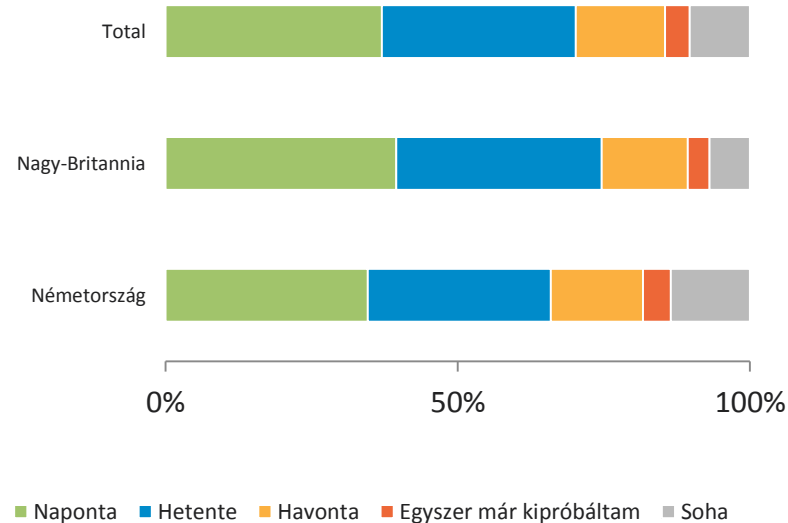
Alkalmazások, zenei klipek

Okostelefonon, laptopon, tableten vagy egyéb eszközön

ALKALMAZÁSOK LETÖLTÉSE



ZENEI KLIPEK MEGTEKINTÉSE

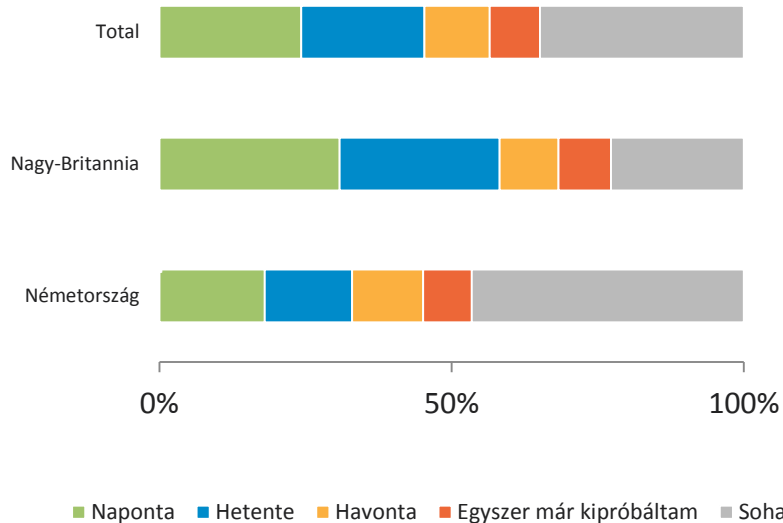


A netezés után a második leggyakoribb napi szintű használat a zenei klipek megtekintésére vonatkozik. A különféle alkalmazások letöltésére jellemzően hetente, havonta kerül sor, és a németországi magyarok között kevésbé gyakori. Az alkalmazások letöltése napi szinten az egyedülálló, fővárosban élő férfiakra jellemző leginkább. A nagyvárosokban élő fiatalok (18-29 évesek) jellemzően hetente, általában a nők pedig ennél is ritkábban töltenek le alkalmazásokat. A zenei klipek gyakori letöltése szintén a legfiatalabb, fővárosban élő, egyedülálló férfiakra jellemző, míg azok, akik ezt még sosem próbálták, a falvakban élő idősebb korosztály tagjaiból kerülnek ki.

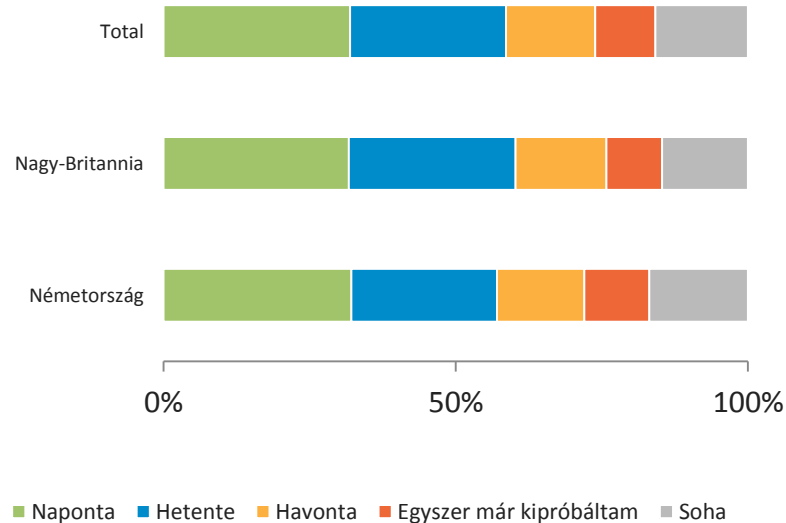
Tévés tartalmak letöltésének és streamelésének gyakorisága

Okostelefonon, laptopon, tableten vagy egyéb eszközön

FILMEK, SOROZATOK, TÉVÉS TARTALMAK
LETÖLTÉSE AZ INTERNETRŐL



TÉVÉS TARTALMAK ONLINE MEGTEKINTÉSE VIDEOMEGOSZTÓ PORTÁLON,
VAGY A TÉVÉCSATORNÁK HONLAPJÁN KERESZTÜL



A tévés tartalmak internetről való letöltése az összes megkérdezett kb. kétharmadára jellemző, a Nagy-Britanniában élő magyarok körében gyakoribb, naponta, hetente fordul elő, míg Németországban többségben vannak azok, akik soha nem élnek ezzel a lehetőséggel. Napi szinten az egyedülálló, fővárosban élő férfiakra jellemző leginkább. Akik soha nem éltek még ezzel a lehetőséggel, javarészt nők, és a falvakban élők. Streamelés tekintetében nincs lényegi különbség a két ország lakói között, ez a tevékenység szintén napi, heti gyakoriságú.

Tévés tartalmak letöltésének gyakorisága

Demográfiai változók mentén

Total		Nem		Kor			Családi állapot			Településtípus			
				18-29	30-39	40-49							
Naponta	24%	27%	20%	31%	24%	20%	28%	23%	13%	29%	26%	19%	25%
Hetente	21%	23%	18%	16%	22%	22%	20%	22%	22%	20%	22%	24%	14%
Havonta	11%	12%	11%	11%	12%	11%	13%	10%	20%	15%	12%	10%	5%
Próbálta	9%	7%	10%	8%	10%	8%	10%	9%	7%	9%	6%	10%	10%
Soha	35%	31%	41%	34%	33%	38%	28%	37%	38%	26%	34%	37%	47%

A tévés tartalmak letöltése napi szinten az egyedülálló, fővárosban élő férfiakra jellemző leginkább. Akik soha nem éltek még ezzel a lehetőséggel, jellemzően nők, és a falvakban élők.



HAZAI TARTALMAK FOGYASZTÁSA

Összegzés

MŰHOLDAS TÉVÉ MEGOLDÁS ITTHONRÓL

A Németországban élő magyarok jobban (57%) érdeklődnek a műholdas TV szolgáltatás iránt, a Nagy-Britanniában dolgozók kevésbé (40%).

A 40 feletti, kisvárosban élő férfiak jobban, a fiatal nagyvárosiak kisebb arányban lennének kíváncsiak erre az ajánlatra. Az érdeklődők jellemzően nem igazán illeszkedtek be a külföldi környezetbe, vagy sokszor idegenül érzik magukat kint, ezért a hazaköltözést tervezik, jelenleg is napi szinten állnak kapcsolatban az otthoniakkal és akár havonta többször is hazautaznak. Vélhetően számukra a magyar nyelvű tévészolgáltatás gyógyír az egyedüllétre, elszigeteltségre, fontos, hogy képpen legyenek az otthoni történésekkel.

MAGYAR NYELVŰ TÉVÉS TARTALOM

Filmek, sorozatok, tévés tartalmak internetről való letöltése az összes megkérdezett kb. kétharmadára jellemző. Napi szinten ez a tevékenység, ahogy a streamelés is, a fővárosban élő, egyedülálló férfiakra jellemző leginkább. Akik soha nem éltek még ezzel a lehetőséggel, jellemzően falvakban élő nők.

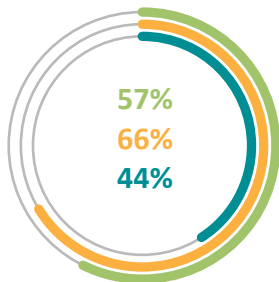
A válaszadók fele nem nézett hazai műsort az elmúlt fél évben. TOP 5 legnézettebb műsor: X-faktor, Barátok közt, Gasztróangyal, Éjjel-nappal Budapest, Magyarország, szeretlek. Hazai műsorokat nagyobb arányban néztek meg a németországi magyarok, az idősebb korosztályba tartozó, falvakban élő, házasságban. Őket gyakoribb kapcsolattartás jellemzi, gyakrabban is járnak haza látogatni, tervezik a visszaköltözést, mert sokszor idegenül érzik magukat külföldön. A legnépszerűbb magyar nyelvű tévés tartalom a mozifilm, az ismeretterjesztő filmek és a híradó lenne, ha választhatnának.

A külföldön élők nagy részét érdekli, mi történik otthon, értesülnek a magyar műsorokról és akár le is töltik azokat. Jelen van egy ezzel ellentétes attitűd is, miszerint sokan már nem néznek magyar műsorokat, vélhetően azért, mert megszerették a külföldi csatornák műsorait.

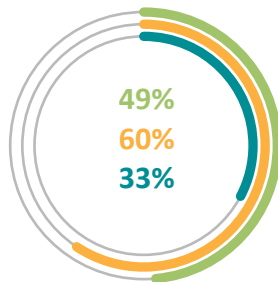
A letöltés tartalma

Az elmúlt fél évben milyen tévés tartalmakat töltött le (torrent)?

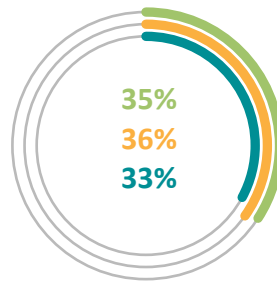
BÁRMILYEN KÜLFÖLDI
FILMET



BÁRMILYEN KÜLFÖLDI
SOROZATOT

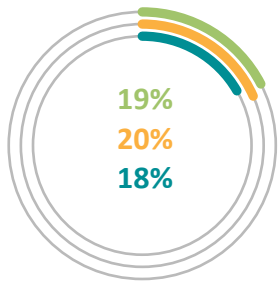


MAGYAR FILMET, AMI NEM
ELÉRHETŐ KÜLFÖLDÖN

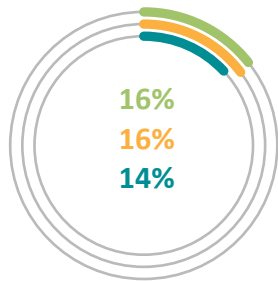


Total
Nagy-Britannia
Németország

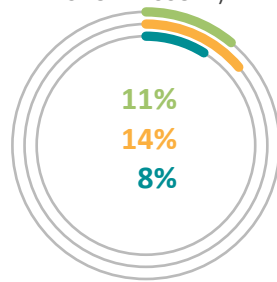
MAGYAR SOROZATOT, AMI
NEM ELÉRHETŐ KÜLFÖLDÖN



MAGYAR RIPORTOKAT,
HÍRMŰSOROKAT



MAGYAR PRODUKCIÓT
(TEHETSÉGGUTATÓT, VETÉLKEDŐT,
SHOWMŰSORT)

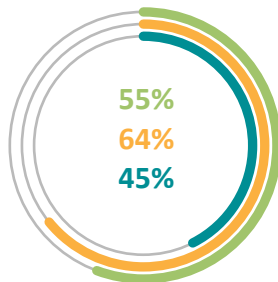


Bár a németországi magyarok esetében is ez a leggyakoribb, de az átlaghoz képest jóval kevesebb arányban töltenek le külföldi filmet vagy sorozatot.

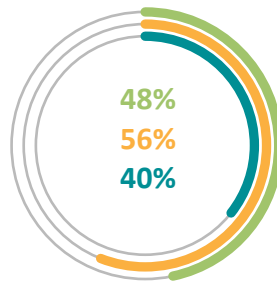
A streamelés tartalma

Az elmúlt fél évben milyen tévés tartalmakat nézett meg interneten keresztül (stream)?

BÁRMILYEN KÜLFÖLDI
FILMET



BÁRMILYEN KÜLFÖLDI
SOROZATOT

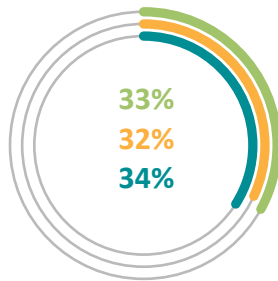


MAGYAR FILMET, AMI NEM
ELÉRHETŐ KÜLFÖLDÖN



Total
Nagy-Britannia
Németország

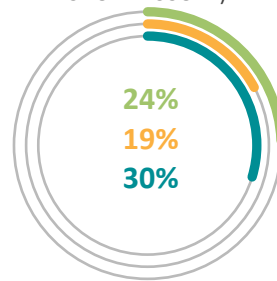
MAGYAR SOROZATOT, AMI
NEM ELÉRHETŐ KÜLFÖLDÖN



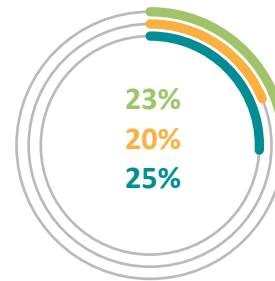
MAGYAR RIPORTOKAT,
HÍRMŰSOROKAT



MAGYAR PRODUKCIÓT
(TEHETSÉGGUTATÓT, VETÉLKEDŐT,
SHOWMŰSORT)



SPORT KÖZVETÍTÉSEKET



A németországi magyarok tehát az átlaghoz képest kevesebbet torrenteznek, ugyanakkor arányaiban több, külföldi csatornán nem elérhető magyar filmet, sorozatot, riportokat vagy produkciót streamelnek.

Műsorok elérése

Az alábbiak közül mely hazai műsort, műsorokat nézte meg az elmúlt fél évben?

Total

NÉZETT HAZAI
MŰSORT

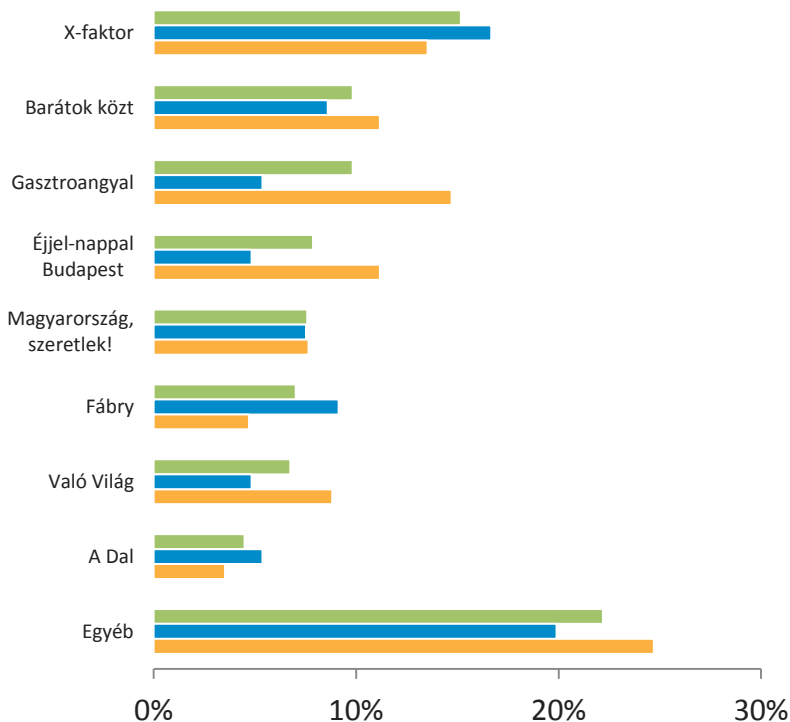
51%

Nagy-Britannia

47%

Németország

56%

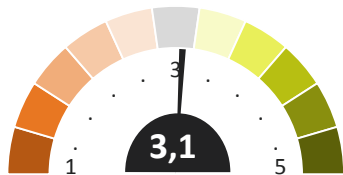


Egyéb:
Dumasínház
Sztárban Sztár
Mokka
Jóban-rosszban
Munkaügyek
Válótársak
Aranyélet
Társasjáték
XXI. Század
Egyenes beszéd
Házon kívül
Konyhafőnök
Street Kitchen
Totalcar
Olimpia
Foci EB

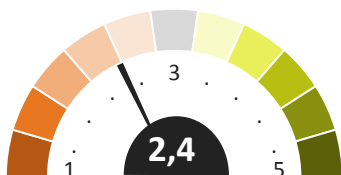
A válaszadók fele nem nézett hazai műsort az elmúlt fél évben. Közöttük nagyobb arányt képviselnek a fővárosban élő 30-39 éves egyedülállók, akik már otthonukként tekintenek az adott országra, ott terveznek maradni, esetleg másik országba tovább menni. Ők ritkábban járnak haza, és ritkábban tartják a kapcsolatot az otthoniakkal. Hazai műsorokat nagyobb arányban néztek meg a németországi magyarok, az idősebb korosztályba tartozó, falvakban élő, házas nők. Őket gyakoribb kapcsolattartás jellemzi, gyakrabban is járnak haza látogatóba, tervezik a visszaköltözést, mert sokszor idegenül érzik magukat külföldön.

Tévés tartalmak letöltésének ill. a streamelés okai

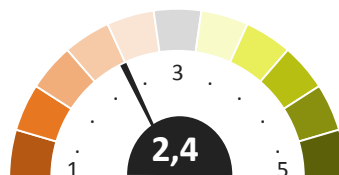
Mennyire jellemző Önre, hogy azért tölt le, vagy néz meg az interneten keresztül tévés tartalmakat, mert ...? ÁTLAG (1-5 skála)



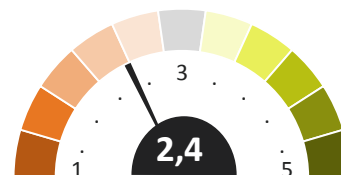
Nem kell a tévék műsorrendjéhez alkalmazkodnom, akkor nézem meg ezeket a filmet/ sorozatot, amikor csak akarom



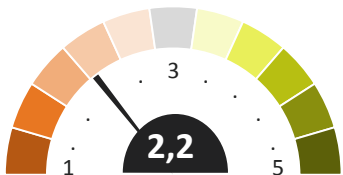
Nem akarok napokat, heteket várni egy sorozat epizódjai között, szívesebben nézem meg egyszerre az egészet



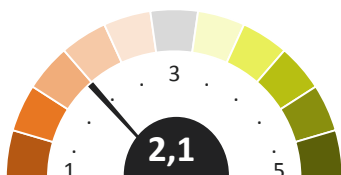
Nincs előfizetésem olyan csatornára, amelyen ezt a műsort (filmet/ sorozatot) vetítik



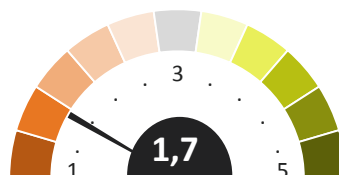
Jól esik magyar beszédet hallani



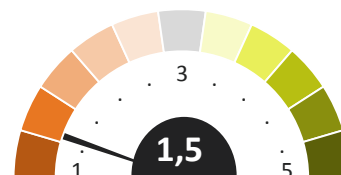
Magyar filmeket, műsorokat nézek, amiket a külföldi csatornák nem vetítenek



Nem tudom kivárni, míg a tévék is műsorukra tűzik a filmet/ sorozatot



Nem beszélem olyan szinten a nyelvet, hogy megértsem a külföldi csatornák tartalmát

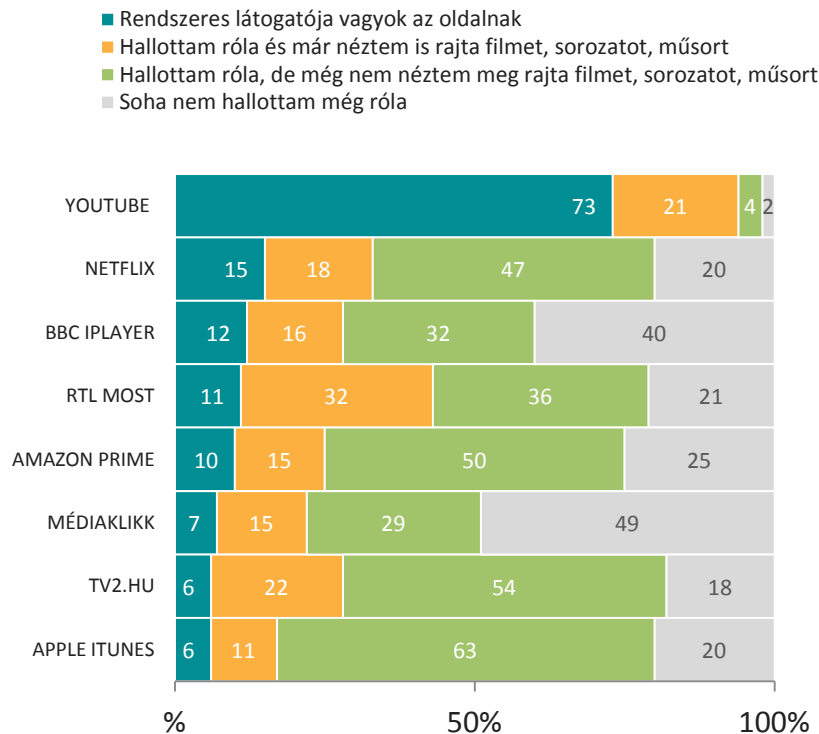


Nincs tévém, amióta kint élek

A tévés tartalmak letöltésének, illetve a streamelésnek a legfontosabb oka a rugalmasság, mert ezek lehetővé teszik, hogy nem kell alkalmazkodni és várni egy-egy filmre, vagy egy kedvelt sorozat folytatására. A nyelvi akadályok a kint élők esetében már nem annyira mérvadók, bár a magyar beszédet sokaknak jól esik hallgatni.

Kábeltévés szolgáltatások ismertsége

Egyes tévécsatornák, tartalomszolgáltatók a tévében már levetített műsorokat internetes felületen is elérhetővé tesznek és vannak a kábeltévés szolgáltatóknak is videotékáik, ahonnan filmeket, sorozatokat lehet megnézni. Az alábbi szolgáltatások közül melyikről hallott?



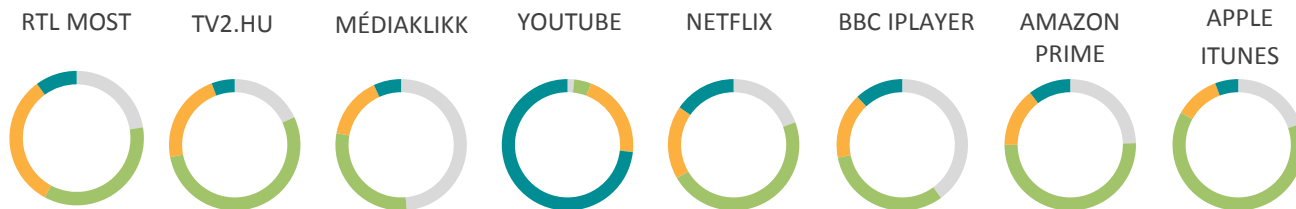
A YouTube mindkét országban a legismertebb szolgáltatás, míg a MédiaKlikk a legkevésbé. Nagy-Britanniában az átlagnál jóval ismertebb a BBC iPlayer, a Netflix, az Amazon Prime és az Apple iTunes. Ez utóbbi a legkevésbé használt szolgáltatás. Ismertsége ellenére kevesen élnek a TV2.hu és az Amazon Prime adta lehetőségekkel is. Nagy-Britanniában magasabb az ismert szolgáltatások aránya.

A YouTube egyértelműen a leggyakrabban használt szolgáltatás, ezt Nagy-Britanniában a Netflix és a BBC iPlayer követi, Németországban pedig az RTL Most, amelyeket nagy arányban még csak pár alkalommal próbáltak a válaszadók. Mindkét országban élők közül többen próbálták már a TV2.hu szolgáltatását is. Rendszeres használata valamelyik videotékának magasabb Nagy-Britanniában, a fővárosban élő fiatalok körében jellemzőbb. A kipróbálás aránya is Nagy-Britanniában magasabb, köztük a fővárosban élő fiatal nők felülreprezentáltak, akik gyakran haz látogatnak és még nem illeszkedtek be igazán.

Kábeltévés szolgáltatások ismertsége

- Soha nem hallottam még róla
- Hallottam róla, de még nem néztem meg rajta filmet, sorozatot, műsort
- Hallottam róla és már néztem is rajta filmet, sorozatot, műsort
- Rendszeres látogatója vagyok az oldalnak

Total



Nagy-Britannia



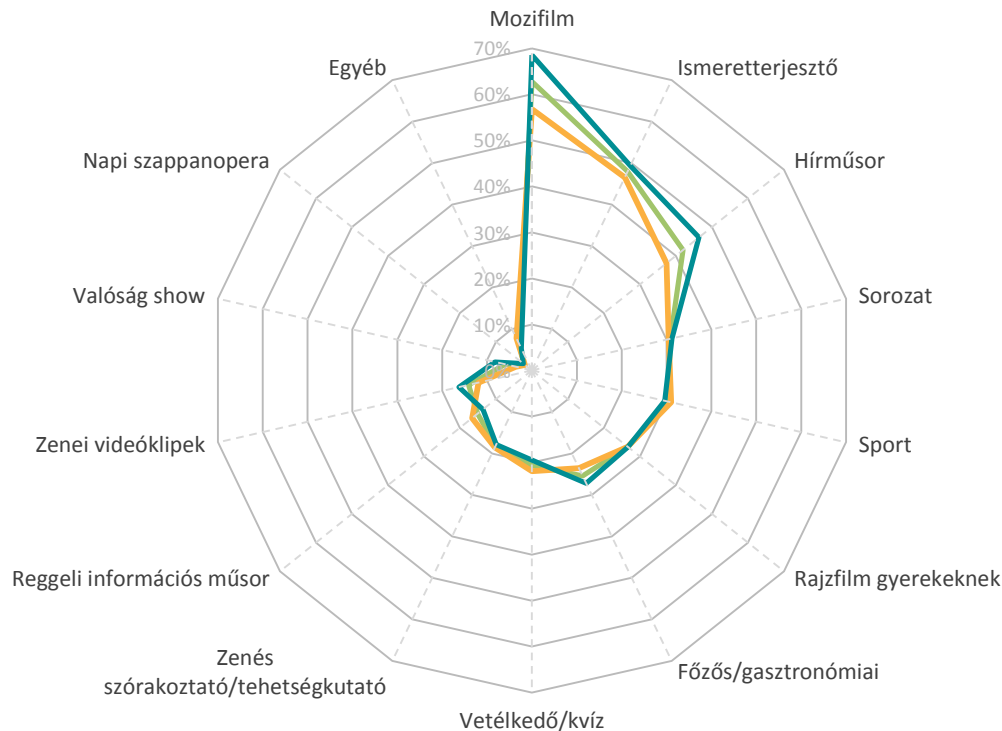
Németország



Legkedveltebb magyar nyelvű tévés műfajok

Ha szabadon választhatna, milyen jellegű magyar nyelvű tévés tartalmakat nézne legszívesebben?

Total
Nagy-Britannia
Németország

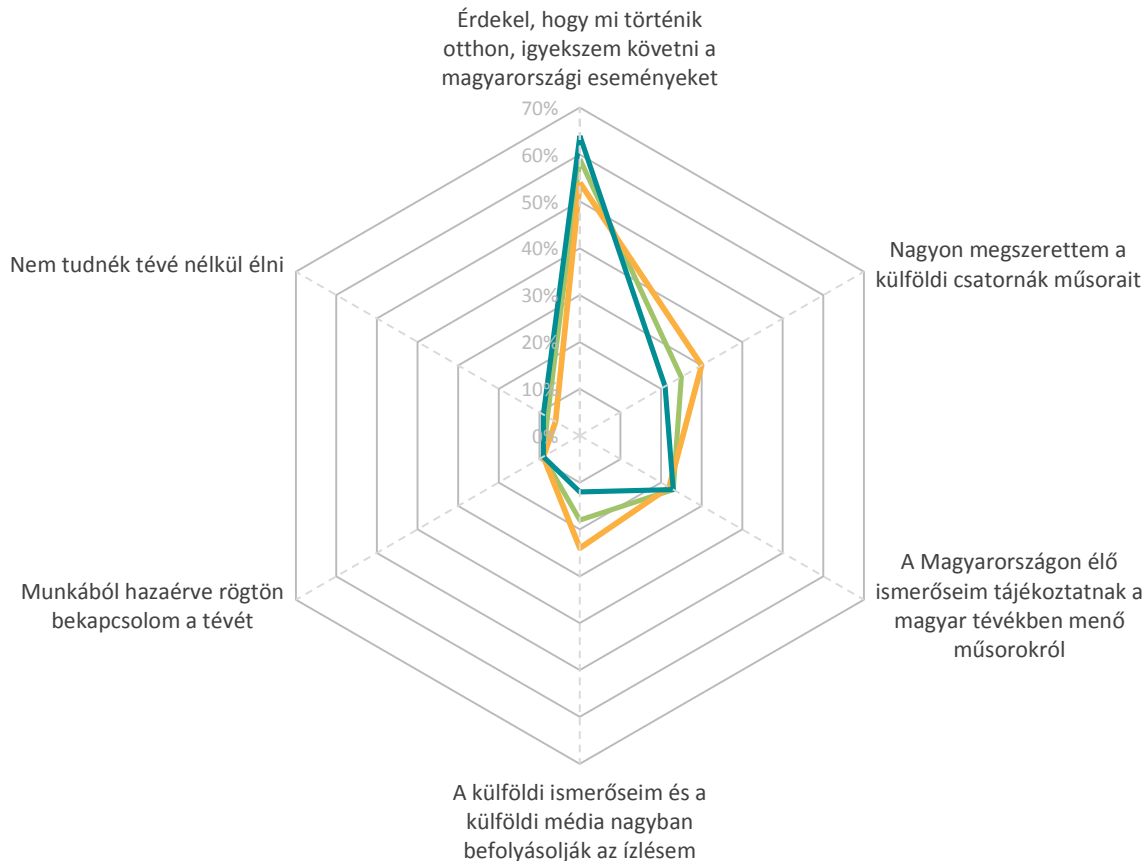


A legnépszerűbb magyar nyelvű tévés tartalom a mozifilm, az ismeretterjesztő filmek és a híradó, amikre a legnagyobb igény mutatkozik, különösen a Németországban élő magyarok köreiben.

Jellemző fogyasztói attitűdök

Az alábbi állítások közül melyek jellemzők Önre?

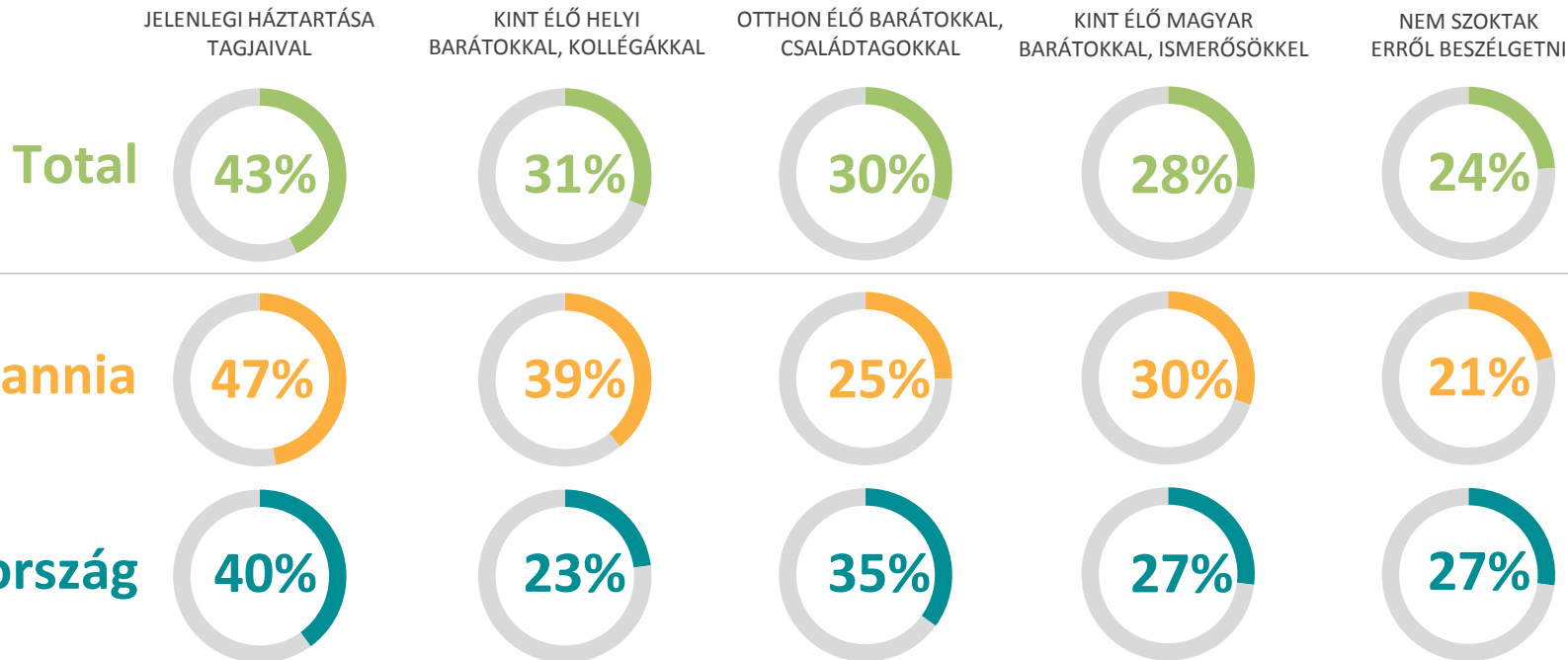
Total
Nagy-Britannia
Németország



Akiket érdekel, hogy mi történik otthon, és igyekeznek követni a magyarországi eseményeket, inkább az idősebb férfiak közül kerülnek ki, akiknek szándékában áll Magyarországra hazatérni a jövőben. Azok szerették meg jellemzően a külföldi csatornák műsorait, akik az adott országot már szinte az otthonuknak tekintik, itt akarnak végleg maradni, ritkábban tartják a kapcsolatot az otthoniakkal, és ritkábban is járnak haza az átlagnál.

Társalgás tévés tartalmakról

Kik azok az ismerősei, barátai, akikkel filmekről, sorozatokról, tévés tartalmakról szokott beszélgetni?

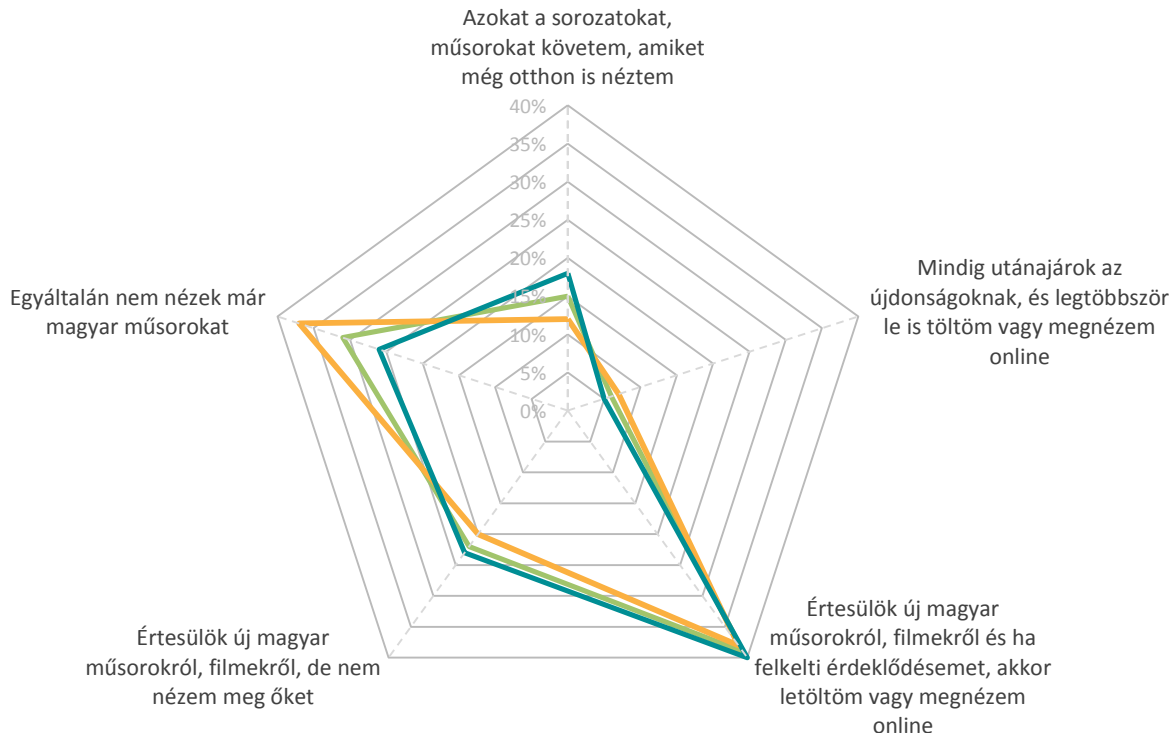


A többség leginkább a saját háztartása tagjaival beszél az aktuális tévés tartalmakról, de ezen túl bárkivel, kint élő helyi, vagy magyar ismerősökkel, vagy az otthon élőkkel is megosztják véleményüket. A válaszadók közel egynegyede azonban egyáltalán nem szokott ilyen témáról másokkal beszélgetni, közöttük felülreprezentált az idősebb korosztály.

Magyar műsorokhoz való viszonyulás

Hogyan viszonyul a magyar műsorokhoz, filmekhez, sorozatokhoz amióta kint él?

Total
Nagy-Britannia
Németország



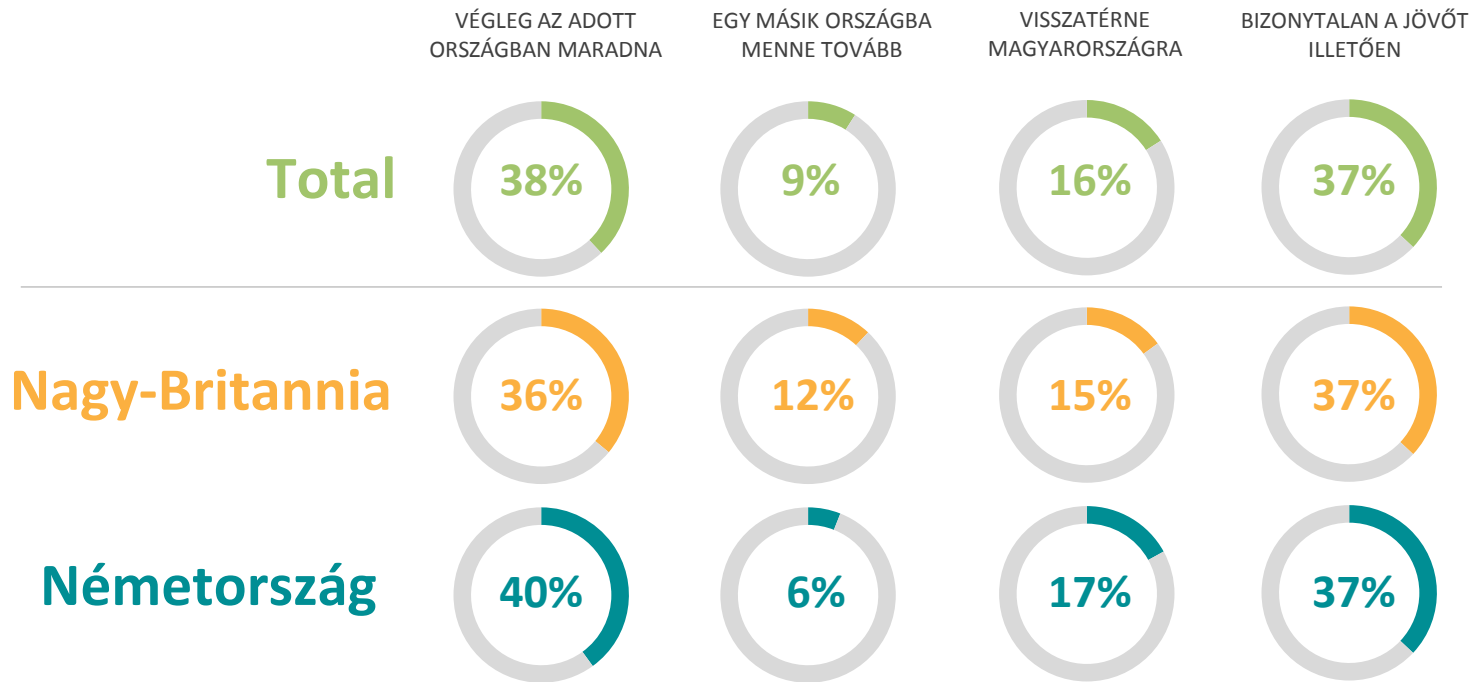
A magyar műsorokat már egyáltalán nem követők között felülreprezentáltak a fővárosban élő, egyedülálló fiatalok, illetve azok, akik már otthonuknak érzik az adott országot, emiatt ritkább az otthoniakkal a kapcsolatuk és alig járnak haza, vagy épp egy másik országba terveznek továbbköltözni. Vannak, akik értesülnek ugyan a magyar műsorokról, de nem nézik meg azokat, ők inkább a kisebb településeken élő férfiak. Azok között, akik mindig utánajárnak az újdonságoknak felülreprezentált azok aránya, akik szoros kapcsolatban vannak a hazaiakkal, akár havonta többször is hazamennek. Az idősebb, falun élők, akik kevésbé illeszkedtek be és haza terveznek menni nézik jellemzően azokat a műsorokat, amiket otthon is.



TERVEK ÉS HAZAKÖLTÖZÉS

Jövőbeli tervek

Milyen elképzelései vannak a jövőjével kapcsolatban?



A külföldre költözött magyarok több, mint harmada végleg az adott országban szeretne maradni, bár kb. ugyanennyien vannak, akik egyelőre még bizonytalanok a jövőt illetően. A megkérdezettek hatoda tervezi, hogy Magyarországra visszajön, és csak a kisebbség gondolkodik abban, hogy egy másik országba költözik a későbbiekben. A Németországban élők között árnyalatnyival többen vannak, akik szívesen kint maradnának, és kevesebben terveznek tovább költözni harmadik országba.

Jövőbeli tervek vs. Demográfia

Demográfiai változók mentén

	Total	Nem		Kor			Családi állapot			Településtípus			
				18-29	30-39	40-49							
VÉGLEG AZ ADOTT ORSZÁGBAN MARADNA	38%	38%	38%	31%	39%	41%	28%	43%	35%	33%	37%	40%	43%
EGY MÁSIK ORSZÁGBA MENNE TOVÁBB	9%	10%	8%	12%	9%	7%	12%	8%	10%	15%	9%	6%	4%
VISSZATÉRNE MAGYARORSZÁGRA	16%	17%	15%	20%	15%	16%	16%	17%	11%	17%	16%	16%	14%
BIZONYTALAN A JÖVŐT ILLETŐEN	37%	35%	40%	38%	37%	37%	44%	34%	44%	35%	37%	38%	38%

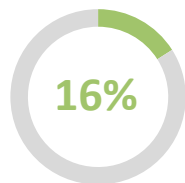
A végleg az adott országban maradni szándékozók jellemzően családos, falun élő magyarok, akiknek sikerült már annyira beilleszkedniük, hogy otthonuknak tekintik az adott országot. Ők hetente, vagy ritkábban kommunikálnak az otthoniakkal, és haza is csak évente, vagy még ritkábban látogatnak. Legbizonytalanabbak a jövőt illetően az egyedülállók, és azok, akiknek nem, vagy csak kevésbé sikerült beilleszkedniük az új környezetbe. Gyakori a kapcsolattartás az otthoniakkal. Más országba a legfiatalabbak vágnak leginkább. A hazaköltözést tervezők némileg fiatalabbak, 18-29 évesek között nagyobb arányt képviselnek, és a bizonytalanokhoz hasonlóan gondjaik lehetnek a beilleszkedéssel. Napi szinten lépnek kapcsolatba az otthon maradtakkal, és akár havonta többször is hazautaznak.

Hazaköltözés időpontja

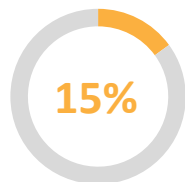
Tervei szerint mikor költözik vissza Magyarországra?

MAGYARORSZÁGRA
VISSZATÉRNI SZÁNDÉKOZÓK

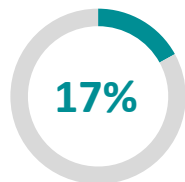
Total



Nagy-Britannia



Németország



A HAZAKÖLTÖZÉS VÁRHATÓ IDŐPONTJA



- Egy éven belül
- 1-5 éven belül
- Több, mint 5 év múlva
- Még nem tudja

A hazaköltözést tervezők nagy része 1-5 éven belül szeretne visszatérni. Egy éven belül csak a kisebbség tervezi ezt, bár a Nagy-Britanniában élő magyarok között ennek aránya jóval magasabb a német területen élőkhez képest, akik hosszabb távon gondolkodnak. Ugyanakkor jelentős azok aránya is, akik még nem tudják, mikor térnének haza véglegesen.

Brexit hatása

Milyen hatással lesz életére Nagy-Britannia kilépése az Európai Unióból?

Ellehetetleníti
majd a kint
tartózkodást,
költöznöm kell

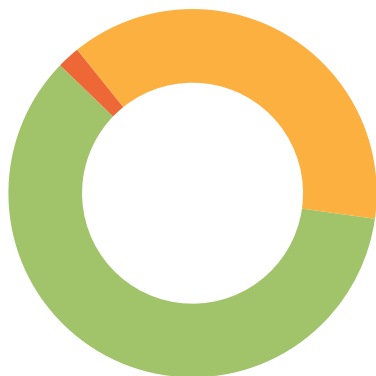
2%

Bizonyos
szempontból meg
fogja nehezíteni a
kint élésem

38%

Nem fogja befolyásolni a
kint tartózkodásom

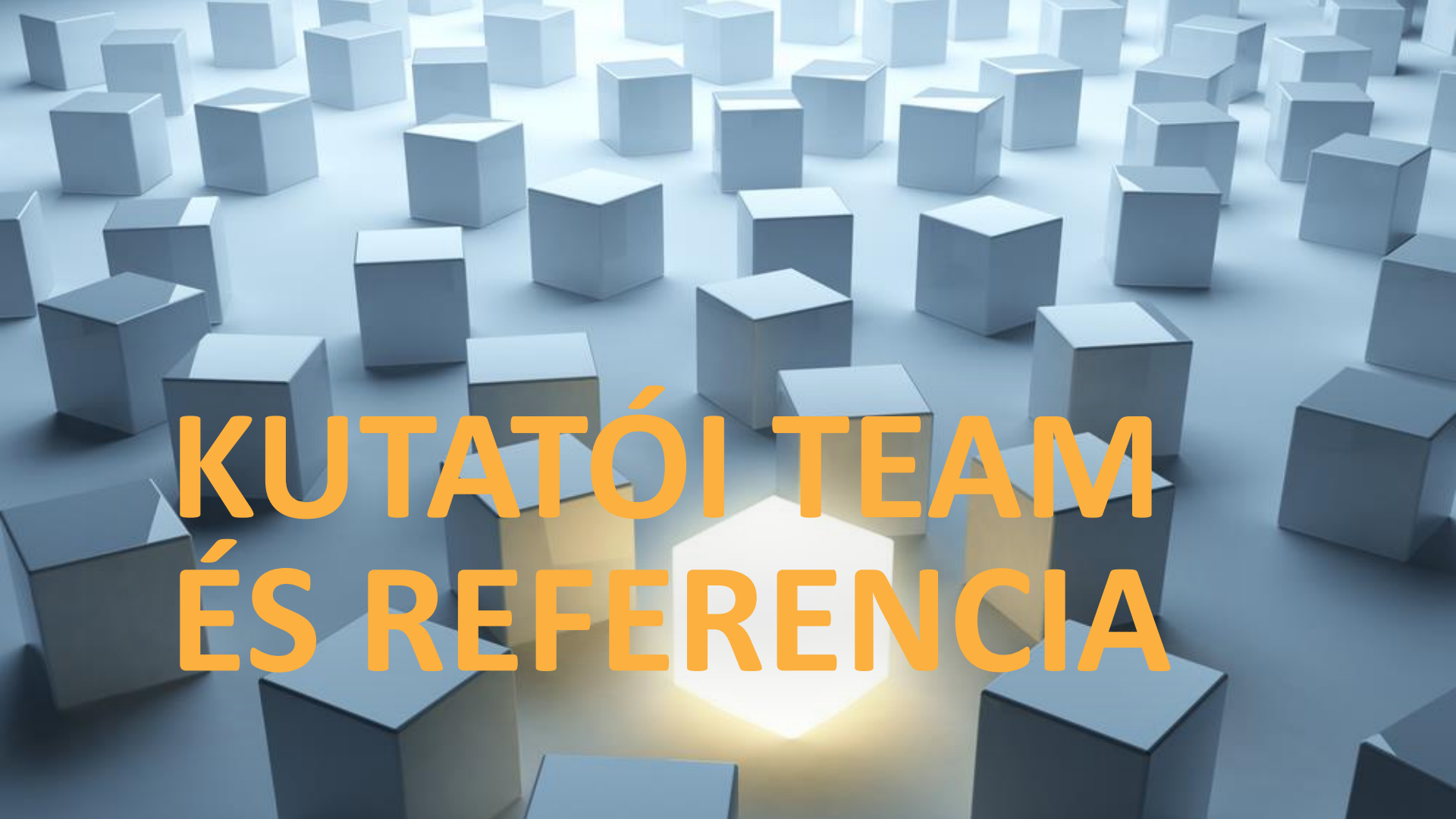
60%



A Nagy-Britanniában élők 60%-a szerint az ország kilépése az Európai Unióból nem fogja befolyásolni kint tartózkodását, és szinte elhanyagolható azok aránya, akik szerint ez annyira ellehetetlenítené a maradást, hogy haza kellene költöznie. Ugyanakkor 38% szerint bizonyos szempontból megnehezítheti a kinti életet.

Azok, akik szerint a Brexit nem befolyásolja a kinti tartózkodást jellemzően az idősebbek (40-49 évesek), falun élők és a letelepedési szándékkal érkezők közül kerülnek ki. Ők már régóta az adott országban élnek, így végleg ott is szeretnének maradni, ezt az országot már az otthonuknak tekintik, és az átlagnál ritkábban tartják a kapcsolatot az otthoniakkal.

Akik szerint ez az esemény bizonyos szempontból megnehezíti majd a kinti életet inkább a fővárosban élő egyedülállók, akik még bizonytalanok a jövőjükkel kapcsolatban, ami a hazaköltözést illeti. Ők jellemzően azok közül kerülnek ki, akik nemrég érkeztek, és még sokszor idegenül érzik magukat az adott országban.



KUTATÓI TEAM ÉS REFERENCIA

Kutatói team, kapcsolat



Kovács Balázs

Media Team Leader

Balazs.Kovacs@ipsos.com

Tel: + 36 70 330 7188

Balázs 11 éves kutatói tapasztalattal rendelkezik, pályáját a Pécsi Tudományegyetem Közgazdasági Szakának elvégzése után kutatócégnél kezdte, melyet média oldalon folytatott, a Viasat Hungária kutatási vezetőjeként. Ezt követően médiaügynökségi tapasztalatokat gyűjtött az Omnicom Media Group kutatási vezetőjeként, majd projekt jelleggel a Viacom és a Synetiq cégeknek dolgozott külső szakértőként. Az Ipsoshoz 2015-ben csatlakozott.



Dr. Geszler Nikolett

Research Executive

Nikolett.Geszler@ipsos.com

Tel: + 36 1 476 7600

Nikolett 2016-ban szerezte meg PhD fokozatát a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia Doktori Iskolájában. Többéves tudományos tapasztalattal rendelkezik, jelenleg is tagja egy kutatócsoportnak. Munkája során hazai és nemzetközi konferenciákon adott elő, publikációi referált szakmai folyóiratokban jelentek meg. Jártas mind a kvantitatív, mind a kvalitatív kutatásokban. Szintén 2015 óta tagja az Ipsos médiás csapatának.

■ ■ Thaly Kálmán utca 39, 1096 IX. kerület, Budapest

www.ipsos.hu

www.ipsos.com

Az Ipsos Zrt. médiapiaci referencia, 2011-2016

