



MEME

Kvalitatív kutatási riport a



MEME

MAGYAR ELEKTRONIKUS MŰSORSZOLGÁLTATÓK EGYESÜLETE számára

2016 október.

© 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.

GAME CHANGERS



Tartalomjegyzék

03	A kutatás háttere, célja és design
05	Összefoglalás
06	Eredmények
07	A minta jellemzői, karakterek, szegmensek, kapcsolattartás
11	Eszközellátottság, infrastruktúra, prioritások
16	TV előfizetés, tv vételi platformok
27	Tartalmi preferenciák
36	Tervek, hazatérés, médiafogyasztás a jövőben, Brexit hatás

A kutatás háttere és célja

Háttér

Az elmúlt évtizedben többszázezer, túlnyomó részt 18-49 éves, aktív magyar állampolgár migrált külföldre, jellemzően Nyugat-Európába, ott munkát vállalva, életvitelszerűen, hosszabb (gyakran meghatározatlan) időre.

Nagyon keveset (szinte semmit sem) tudunk ennek a jelentős célcsoportnak a médiafogyasztási szokásairól, különös tekintettel az audiovizuális tartalmak fogyasztására, ezért időszerű erről feltáró jellegű kvalitatív és kvantitatív kutatást elvégezni.

Kutatás kulcskérdései

Fel kell térképeznünk, mennyiben térnek el a migráns magyarok tartalomfogyasztási szokásai a hasonló demográfiai változókkal jellemezhető itthon maradottakhoz, valamint saját korábbi, magyarországi szokásaikhoz képest.

Érdekes tanulságokkal szolgálhat, hogy egy itthonitól eltérő, fejlettebb médiapiac milyen hatással van tartalmi preferenciáikra, illetve mennyiben ragaszkodnak továbbra is a magyar tartalmakhoz, és konkrétan melyekhez?

Kutatási design

MÓDSZERTAN



- Csoportos video beszélgetés
- 3-4 fős csoportok
- 120 perc időtartam

Helyszínek:

Moderátor: Budapest

Résztvevők: külföldiek otthonaikban



Időpont: 2016. szeptember 1-2-5-6.

CÉLCSOPORT



- 18-49 évesek
- Több, mint 1 éve életvitelszerűen külföldön tartózkodnak
- Magyarországi születésű, magyar állampolgárok

MINTA



8 résztvevő



7 résztvevő

Összefoglalás

- Vizsgált minta (15 fő) **médiafogyasztási szokása már a Magyarországról való távozás előtt átalakult.** Nagyobb teret nyert az **online média**, eszközként pedig a **laptop és okostelefon**. A tv nézés stabilitása (a családdal) kevésbé volt vonzó, a magyar csatornák kínálata is érdektelenné vált. Ezzel szemben a Youtube, torrent és streaming oldalak lehetővé tették a legfrissebb sorozatokhoz, filmekhez és videóklipekhez való hozzáférést.
- **A felsőfokú végzettségű, kiterjedt szociális kapcsolatokkal rendelkező szegmenst a hazai csatornák már Magyarországon elvesztették.**
- A célcsoport eszközellátottsága átlagos. Tv készüléke (okos TV) 8 főnek van, főként laptop kivetítőként működtetik, de különböző csatornák is foghatók. **Okostelefon és laptop a két legfontosabb eszköz**, kapcsolattartásra és szórakoztatásra mindegyiket használják.
- Szolgáltatások közül az internetkapcsolat a legfontosabb. Lakóhelyen elérhető szélessáv előfizetést választanak, amelyhez tipikusan csomagban tartozik tv előfizetés is. Trükkös magyarországi tv szolgáltatás elérés nem jellemző a célcsoportra.
- **Külföldi tv csatornák, műsorok nem ágyazódnak be a válaszadók fogyasztott média tartalmába, nem alakulnak ki kedvencek. A tartalomfogyasztás nem különbözik az itthonitól**, főként Youtube, torrent, streaming és helyi híroldalak angol/német nyelvű használata jellemző. Egy-két kivételtől eltekintve mindannyian jól beszélik a célországi nyelvet és/vagy több nyelvet is.
- **Magyar nyelvű** tartalmak: napi hírek, tájékozódás, gyors kapcsolattartás tipikus felülete a FB-on megosztott hírek: index, HVG, 444! A fogyasztás platform bázisa a Youtube, kevésbé Médiaklikk, és streaming. 2016 fő sporteseményeinek elérését nehezítette **Médiaklikk blokkolása, csalódást okozva a válaszadóknak. Magyar nyelvű média fogyasztás érzelmi bázisa a nosztalgia**; korábbi műsorokat, kedvenceket, vagy ismeretterjesztést keresnek. Jelenlegi magyar tv csatornák műsorai érdektelenek a többségnek. Néhányan az új tehetségkutatókat követik: Médiaklikk, RTL Most, TV 2 oldalakon. **További magyar tartalombővítést nem igényelnek**, kivéve kiemelkedő sportesemények könnyebb elérését.
- Válaszadók nem terveznek hazatérést, célországukban tervezik az elkövetkezendő 3-5 évet.
- Vizsgált célcsoport szocioökonómiai összetétele magas státuszt reprezentál: magas iskolai végzettség, többségében szellemi munka, ezért a kvalitatív eredmények támpontként szolgálhatnak a kvantitatív kutatáshoz.

EREDMÉNYEK

A minta jellemzői – Karakterek, szegmensek, kapcsolattartás

A minta fő jellemzői

A video beszélgetések résztvevői mindannyian jól érzik magukat a célországban. Egy-két kivétellel, nincsenek nyelvi problémáik. Néhányan több nyelven beszélnek, más országokban is éltek korábban. Németországban élők szerint kissé unalmas, sőtlan az élet, de a berliniek nagyon kedvelik városukat. Angliában élők tipikusan több városban laktak, jelenlegi helyüket hosszútávra tervezik. Brit állampolgár (1), állampolgárságért folyamadt (1).

	CÉLORSZÁGBAN TÖLTÖTT IDŐ ÉVEK SZÁMA	STÁTUSZ (SZINGLI/KAPCSOLATBAN ÉL)	STÁTUSZ MUNKAHELY
 3 nő 4 férfi	1; 1.5; 2; 2; 4; 6; 6	szingli: 4; kapcsolatban: 3	dolgozik: 5, tanul: 2
 5 nő 3 férfi	0.5, 1; 5; 3; 5; 6; 6;	szingli: 3; kapcsolatban: 5	dolgozik: 6, tanul: 2
ISKOLAI VÉGZETTSÉG	Egyetem: 9; közép fokú: 6		
MUNKAHELY, FOGLALKOZÁS	Jogvédő szervezetnél jogász Integrációt támogató szervezetnél ügyintéző Házi betegápoló Saját vállalkozás (borszakértő)	szobalány futár babysitter Nemzetközi szervezetnél time manager	Webáruházban manager gépészmérnök Tanuló (4)
KAPCSOLATTARTÁS MAGYARORSZÁGGAL	HETENTE TÖBB ALKALOMMAL FB, messenger, viber, whatsapp, skype szűk családdal	2-3 HAVONTA E-mail, FB, skype barátokkal	HAZAUTAZÁS évente legalább 1 alkalom, többek évek óta nem voltak itthon

A vizsgált minta karakter szegmensei

Egy-egy karaktert attitűd (magyarországi és nemzetközi szocializáció), személyiségjellemzők és iskolai végzettség együttesen alakít ki. A szegmensekbe sorolást hasonló attitűd vezérelte. Célországok közötti jelentős különbséget nem tapasztaltunk.

'PROGRESSZÍV, GLOBÁLIS'

- 2-10 éve él külföldön, több országban is
 - Célországba tanulmányok, vagy munkahely pályázat útján került
 - Több nyelven beszél
 - Felsőfokú végzettség
 - Kiterjedt és aktív nemzetközi kapcsolatrendszer (barátok, ismerősök, szervezetek)
 - Érdeklődésnek megfelelő munkát keres
 - Bármilyen országban jól érzi magát
 - Jelenleg szingli
- 5 személy (4 ffi/1 nő)

'AKTÍV, LOKÁLIS'

- 1-4 éve él külföldön
 - A célországba kapcsolaton keresztül jutott (partner, barát, család)
 - Fontos a célországi nyelv megtanulása (kommunikáció, munkavállalás)
 - Szűkebb, helyi kapcsolatrendszer a közvetlen környezetből
 - Munkavállalás: stabilitást keres
 - A célországban jól érzi magát
 - Jelenleg kapcsolatban (magyar, vagy célországi személlyel)
- 7 személy (6 nő/1 ffi)

'FARVIZEN UTAZÓ, SODRÓDÓ'

- 1-6 éve él külföldön
 - Célországba kerülését a magasabb kereset vezeti
 - Pénzt gyűjt magyarországi elköltésre
 - Pénzt használ fel 'lazább, utazásos életre'
 - Célországi nyelv megtanulása kommunikációs szintig fontos
 - Szűk kapcsolatrendszer a célországban
 - Magyar kapcsolatok: lakótárs, partner
- 3 személy (2 ffi/1 nő)

'4 éve megpályáztam egy állást Berlinben, nemzetközi szervezetnél. Angol nyelvet használom, német felsőfokúm van' (37 éves, férfi)

'4 évet hajón dolgoztam, aztán 1 évet Svájcban. Londonban 6 éve élek, saját vállalkozásom van, borszakértő vagyok, beiratkoztam egyetemre.' (34 éves, nő)

'Szakaszosan élek külföldön. Hollandia, Anglia, most Németországban a párommal. A fő indítatás a szerelem volt' (27 éves, nő)

'2008-ban jöttem a férjem után, mikor jól beszéltem a nyelvet, egy alapítványnál kaptam munkát, Oxford közelében. Állampolgárságom is van már.' (40 éves, nő)

'Pénzre van szükségem saját vállalkozáshoz, ezért jöttem szobalánynak. Elterveztem mennyi idő alatt gyűjtök X összeget...' (24 éves nő)

'5-6 éve élünk Londonban párommal és barátaimmal közösen bérelünk házat. Futár vagyok, fő célom, hogy évente 3-4 hónapot utazni tudjak a fizetésből.' (34 éves férfi)

A vizsgált minta karakter szegmensei

Egy-egy karaktert attitűd (magyarországi és nemzetközi szocializáció), személyiségjellemzők (barátság, nyelvismeret, nyelvtudás) és életmód (kiköltözés, utazás) szegmensekbe sorolást hasonló attitűd vezérelte. Célországok közötti jelentős különbségek nem tapasztalhatók.

'PROGRESSZÍV, GLOBÁLIS'

- 2-10 éve él külföldön, több országban is
 - Célországba tanulmányok, vagy munkahely pályázat útján került
 - Több nyelven beszél
 - Felsőfokú végzettség
 - Kiterjedt és aktív nemzetközi kapcsolatrendszer (barátok, ismerősök, szervezetek)
 - Érdeklődésnek megfelelő munkát keres
 - Bármilyen országban jól érzi magát
 - Jelenleg szingli
- 5 személy (4 ffi/1 nő)

'AKTÍV, LOKÁLIS'

- 1-4 éve él külföldön
 - A célországba kapcsolaton keresztül jutott (partner, barát, család)
 - Fontos a célországi nyelv megtanulása (kommunikáció, munkavállalás)
 - Szűkebb, helyi kapcsolatrendszer a közvetlen környezetből
 - Munkavállalás: stabilitást keres
 - A célországban jól érzi magát
 - Jelenleg kapcsolatban (magyar, vagy célországi személlyel)
- 7 személy (6 nő/1 ffi)

'4 éve megpályáztam egy állást Berlinben, nemzetközi szervezetenél. Angol nyelvet használom, német felsőfokúm van' (37 éves, férfi)

'4 évet hajón dolgoztam, aztán 1 évet Svájcban. Londonban 6 éve élek, saját vállalkozásom van, borszakértő vagyok, beiratkoztam egyetemre.' (34 éves, nő)

'Szakaszosan élek külföldön. Hollandia, Anglia, most Németországban a párommal. A fő indíttatás a szerelem volt' (27 éves, nő)

'2008-ban jöttem a férjem után, mikor jól beszéltem a nyelvet egy alapítványnál kaptam munkát, Oxford közelében. Állampolgárságom is van már.' (40 éves, nő)

A kvantitatív eredmények igazolták, hogy a nyelvismeret erősen javul a kint töltött idő alatt, és jelentősen bővül a kapcsolatrendszer. Idővel magasabb arányban jelennek meg a helyiek a baráti körben, míg a kint élő magyarokkal egyre kisebb intenzitású a kapcsolattartás.

A 2011 óta kiköltözött magyarok baráti társaságában a helyiek aránya még csak 8%, a több mint 10 éve külföldön élők barátainak 17%-a már a helyiek közül kerül ki.

KIKÖLTÖZÉS ÉVE

2011+	68%
2006-2010	21%
-2005	11%

1-6 éve él külföldön

- Célországba kerülését a magasabb kereset vezeti
- Pénzt gyűjt magyarországi elköltésre
- Pénzt használ fel 'lazább, utazásos életre'

KIKÖLTÖZÉS CÉLJA

Munkavállalás	73%
Letelepedés	23%
Párhoz/családhoz csatlakozás	16%
Tanulás	12%

Célországi nyelv megtanulása kommunikációs szintig fontos

- Szűkebb kapcsolatrendszer a célországban
- Magyar kapcsolatok: lakótárs, partner 3 szer (2 ffi/1 nő)

NYELVISMERET

	2011+ (24 éves nő)	2006-2010 (24 éves nő)
Folyékonyan	17%	33%
Középszinten	20%	42%
Alapszinten	34%	23%
Egyáltalán nem	29%	2%

'Pénzre van szükségem saját vállalkozáshoz, ezért jöttem szobalánynak kiköltözéskor nyelvet tanulni' (24 éves nő)

'5-6 éve élünk Londonban párommal és barátaimmal közösen bérelünk házat. Futár vagyok, fő célom, hogy évente 3-4 hónapot utazni tudjak fizetéseimből.' (24 éves férfi)

Eszköz ellátottság, infrastruktúra

Prioritások

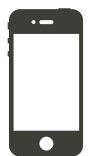
Eszközök a választadóknál

Okostelefon és laptop a két legfontosabb eszköz a választadóknak.

STATISZTIKA

HASZNÁLAT GYAKORISÁGA

SZEMÉLYES FONTOSSÁG



OKOSTELEFON

15 db teljes célcsoport

0-24

Nagyon fontos
kapcsolattartás



LAPTOP

15 db teljes célcsoport

Naponta, este

Nagyon fontos
szórakoztató funkció



TV
KÉSZÜLÉK

Okos készülék minden
tulajdonosnál



VAN

NINCS

3 választadó

4 választadó

VAN

NINCS

2 választadó saját

2 választadó – közösségi
térben nézhető
(kollégium/staff)

4 választadó

TV csatornákat alkalmanként
A készüléket kivetítésre gyakran

NEM fontos
a csatornák elérése
Kivételek: sport, művészi
tartalom



RÁDIÓ

Online vagy autóban



VAN

NINCS

1 választadó

6

1 választadó

7

Naponta

Fontos
Szórakoztató funkció (morning show)
Hírcsatorna (BBC hírek, zene)

VPN



1 választadó (férfi)

CHROMECAST



1 választadó (nő)

Alkalmanként

Szórakoztató funkció

Eszközök a válaszadóknál

Okostelefon és laptop a két legfontosabb eszköz a válaszadóknak.

STATISZTIKA



OKOSTELEFON

15 db teljes célcsoport



LAPTOP

15 db teljes célcsoport



TV
KÉSZÜLÉK

Okos készülék minden tulajdonosnál



VAN	NINCS
3 válaszadó	4 válaszadó

VAN	NINCS
2 válaszadó saját	4 válaszadó
2 válaszadó – közösségi térben nézhető (kollégium/staff)	



RÁDIÓ

Online vagy autóban



VAN	NINCS
1 válaszadó	6
1 válaszadó	7

VPN



1 válaszadó (férfi)

CHROMECAST



1 válaszadó (nő)

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A kérdőíves megkérdezés is igazolta, hogy az internet a médiafogyasztás fő forrása, és felértékelődött a kint töltött idő alatt. A kiköltözés előtt a célcsoport 63% internetezett naponta többször, jelenlegi életkörülményei szerint pedig 72%.

HASZNÁLAT GYAKORISÁGA

SZEMÉLYES FONTOSSÁG

Azoknak a kivándorlóknak az aránya, akik az internetes forráson kívül semmilyen más médiumot nem fogyasztanak (nem néznek tévét, nem hallgatnak rádiót, nem olvasnak nyomtatott sajtót) 14-20% közé becsülhető.

MÉDIAFOGYASZTÁS

TV	38%
Rádió	42%
Print	14%
Internet	98%

Nagyon fontos
szórakoztató funkció

NAPI FOGYASZTÁS VÁLTOZÁSA A KÜLFÖLDRE KÖLTÖZÉS UTÁN

TV	40% → 28%
Rádió	33% → 29%
Print	21% → 10%
Internet	91% → 99%

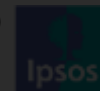
NEM fontos
a csatornák előérése
Kivételek: sport, művészi
tartalom

Naponta

Fontos
Szórakoztató funkció (morning show)
Hírcsatorna (BBC hírek, zene)

Alkalmanként

Szórakoztató funkció



Internet kapcsolat

Széles sávú internetkapcsolat: a komfortérzés feltétele külföldön

A szolgáltató **lokációtól függ, korlátlan használatot preferálnak** a válaszadók. Mindkét országban a többség elégedett a szolgáltatással. A szolgáltatás pontos adatait többen nem ismerik. (lakótárs nevén van, régi előfizetés)



- A bérlő választ, fizet és a nevén van a szolgáltatás
- A többség elégedett a szolgáltatással
- Ár fontos: 30-35 Eurot hajlandók fizetni az alapszolgáltatásért

szolgáltató	sebesség	Euro/month
O2	100 MB	30
Deutsche Telekom	100 BM	40
Kábel Deutschland	100 MB	20-30
1&1	Nem tudja	25
Kabel BW	Nem tudja	20-30

‘Kertvárosban lakom, nincs más szolgáltató. Amikor ideköltöztem ez volt, nekem megfelel.’ (férfi, Stuttgart, Kabel BW)

‘Egy összehasonlító oldalon találtam, amire nekem kell, megfelel. (férfi, Berlin, 1&1)



- Lakáshoz tartozó szolgáltatás, bérlő nem választhat (3 esetben)
- Bérlő választ, fizet, nevén van a szolgáltatás
 - Lakótársak közösen használnak egy előfizetést
- A többség elégedett a szolgáltatással
- Ár fontos, de hajlandók többet fizetni a széles sávért, minőségi szolgáltatásért

szolgáltató	sebesség	Pound/month
TalkTalk	szélessáv	Nem tudja Többen használják
Virgin	szélessáv	50
Lakáshoz kapott szolgáltatás	Nem tudja	Nem tudja
Sky Broadband	Nem tudja	50 többen használják

‘A bérlőtársam fizeti, nekem 22 font havonta, de az egyetemi könyvtárban is sokat netezek.’ (férfi, Glasgow, Sky Broadband)

‘Virginre váltottunk nemrég, olyan mint a UPC otthon, net, tv, telefon csomag. Elég drága, de kell a szélessáv és a korlátlan elérés.’ (nő, Peterborough, Virgin)

Internet kapcsolat

Széles sávú internetkapcsolat: a komfortérzés feltétele külföldön

A szolgáltató **lokációtól függ, korlátlan használatot preferálnak** a válaszadók. Mindkét országban a többség elégedett a szolgáltatással. A szolgáltatás pontos adatait többen nem ismerik. (lakótárs nevéen van, régi előfizetés)



- A bérlő választ, fizet és a nevéen van a szolgáltatás
- A többség elégedett a szolgáltatással
- Ár fontos: 30-35 Eurot hajlandók fizetni az alapszolgáltatásért

szolgáltató	sebesség	Euro/month
O2	100 MB	30
Deutsche Telekom	100 BM	40
Kábel Deutschland	100 MB	20-30
1&1	Nem tudja	25
Kabel BW	Nem tudja	20-30

'Kertvárosban lakom, nincs más szolgáltató. Amikor ideköltöztem ez volt, nekem megfelel.' (férfi, Stuttgart, Kabel BW)

'Egy összehasonlító oldalon találtam, amire nekem kell, megfelel. (férfi, Berlin, 1&1)



- Lakáshoz tartozó szolgáltatás, bérlő nem választhat (3 esetben)
- Bérlő választ, fizet, nevéen van a szolgáltatás
 - Lakótársak közösen használnak egy előfizetést
- A többség elégedett a szolgáltatással
- Ár fontos, de hajlandók többet fizetni a széles sávért, minőségi szolgáltatásért

szolgáltató	sebesség	Pound/month
TalkTalk	szélessáv	Nem tudja Többen használják
Virgin	szélessáv	50
Lakáshoz kapott szolgáltatás	Nem tudja	Nem tudja
Sky Broadband	Nem tudja	50 többen használják

'A bérlőtársam fizeti, nekem 22 font havonta, de az egyetemi könyvtárban is sokat netezek.' (férfi, Glasgow, Sky Broadband)

'Virginre váltottunk nemrég, olyan mint a UPC otthon, net, tv, telefon csomag. Elég drága, de kell a szélessáv és a korlátlan elérés.' (nő, Peterborough, Virgin)

TV előfizetés

TV-vételi platformok

TV előfizetések külföldön

Tv előfizetések mintázata követi a magyarországi szokásokat. Külföldi tv csatornák műsorai nem motiválnak előfizetésre, illetve a legtöbb esetben maga a 'Tv nézés' nem kedvelt időtöltés.

Előfizetések háttere változatos: bérleményhez tartozó, olcsóbb csomagban az internet, külföldi partner igénye.

Tv előfizetést Magyarországon két válaszadó tart fenn. Egyik esetben **kéthetente jön** saját lakásába; másik esetben a **hűségidő köt** az előfizetés megtartására. Hazai STB külföldre vitelét a többség nem érti; néhányuk ismerősi körben hallott a megoldásról. Szolgáltatónál nincs retorzió, amíg fizeti a díjat.

ELŐFIZETÉSEK



**NEM VOLT ÉS NINCS
ELŐFIZETÉS**

8 fő

**NEM VOLT, VAN
ELŐFIZETÉS**

4 fő

VOLT-VAN ELŐFIZETÉS

3 fő

SZOLGÁLTATÓK



Nem ismeri a
szolgáltatót
(4)

TV ADÓ KÜLFÖLDÖN



Minden tv tulajdonos fizeti



1 említés fizetésről

TV előfizetések külföldön

Tv előfizetések mintázata követi a magyarországi szokásokat. Külföldi tv csatornák műsorai nem motiválnak előfizetésre, illetve a legtöbb esetben maga a 'Tv nézés' nem kedvelt időtöltés.

Előfizetések háttere változatos: bérleményhez tartozó, olcsóbb csomagban az internet, külföldi partner igénye.

Tv előfizetést Magyarországon két válaszadó tart fenn. Egyik esetben **kéthetente** jön saját lakásába; másik esetben a **húségidő** köt az előfizetés megtartására.

Hazai STB külföldre vitelét a többség nem érti; néhányuk ismerősi körben hallott a megoldásról. Szolgáltatónál nincs retorzió, amíg fizeti a díjat.

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A külföldön élő magyarok 45%-a vesz igénybe fizetős televíziós szolgáltatást, a célszágok között valóban nincs összefüggés ebben a tekintetben.

ELŐFIZETÉSEK



**NEM VOLT ÉS NINCS
ELŐFIZETÉS**

8 fő

**NEM VOLT, VAN
ELŐFIZETÉS**

4 fő

VOLT-VAN ELŐFIZETÉS

3 fő

SZOLGÁLTATÓK



Nem ismeri a
szolgáltatót
(4)

TV ADÓ KÜLFÖLDÖN



Minden tv tulajdonos fizeti



1 említés fizetésről

TV nézéssel szembeni attitűdök

! Felsőfokú végzettségű, kiterjedt szociális kapcsolatokkal rendelkező szegmenst a hazai csatornák már Magyarországon elvesztették.

Válaszadók életstílusa és attitűdjei eltávolodnak a TV világtól.

ASPIRÁCIÓK

Tanulmányok, nyelvtanulás,
kapcsolatépítés, érték keresés

SZABADIDŐ

Referenciacsoporttal programok
kocsmázás, mozi, beszélgetések

EGYÉNI TEVÉKENYSÉGEK

Sport, hobbi, zenehallgatás
PC: online film, szörfölés,
közösségi oldalak

TELEVÍZÓ NÉZÉS, MŰSOROK, CSATORNÁK

- Tv nézés kötött program - gátolja a rugalmasságot, spontaneitást
- NEM támogatja az aspirációkat, nem szórakoztat, többségben értéktelen műsorok, sok a reklám (reality tipikus negatív példa)
- Magyar és külföldi csatornák a válaszadókat érdeklő tartalmat a megjelenéshez képest évekkel később adják (film, sorozat)
- Kiemelt sporteseményeket vendéglátóhelyen, közösségi térben barátokkal néznek. (Magyarországon és külföldön is)

*'Utoljára gyerekkoromban
néztem tv-t' (4 válasz)*

*'Az én korosztályomnak már kiment
a tv a divatból' (30 éves nő)*

*'Nem érdekelnek a tv műsorok. Sem az
itteni, sem az otthoni. Ha van szabadidőm
a barátaimmal töltöm' (34 éves nő)*

TV-vel szembeni attitűdök

Tv-csatornák, műsorok nézése generációs szokás és életstílus kérdése

Klasszikus tv nézés
(csatornák, műsorok)



Tv készülék funkcionális átalakulása az időben

Online platformok
(okostv, kivetítő)



Családi program

Fiatalfelnőtt
önálló élet

Közösségi
programok



Tanulás
szórakozás



Tartós kapcsolat, házasság
Esti program

Egyéni tevékenység

Üres esték
kitöltése



'Csak a szüleimnek volt tv előfizetése
Magyarországon' (12 válasz)

'Csak laptopot használok, a Tv-re
vetíték mindent.' (34 éves férfi)

'Mindent neten nézünk. Kényelmes,
elérhető.' (27 éves nő)

TV-vel szembeni attitűdök

Tv-csatornák, műsorok nézése generációs szokás és életstílus kérdése

Klasszikus tv nézés
(csatornák, műsorok)



Tv készülék funkcionális átalakulása az időben

Családi program

Fiatalfelnőtt
önálló élet

Közösségi
programok



Tanulás
szórakozás



'Csak a szüleimnek volt tv előfizetése
Magyarországon' (12 válasz)

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A 40 éven felüli kivándoroltak körében magasabb azok aránya, akik TV előfizetéssel rendelkeznek abban az országban, ahol élnek (54%), míg a 30 éven aluliaknak alig több mint egyharmada fizet elő TV szolgáltatásra (36%).

Jellemzően azért nem áldoznak erre, mert interneten minden szükséges tartalmat elérnek, a TV előfizetéssel nem rendelkezők 71% ezt az okot jelölte meg.

Online platformok
(okostv, kivetítő)



Tartós kapcsolat, házasság
Esti program

Egyéni tevékenység

Üres esték
kitöltése



'Csak laptopot használok, a Tv-re
vetíték mindent.' (34 éves férfi)

'Mindent neten nézünk. Kényelmes,
elérhető.' (27 éves nő)

On-line platformok videonézéshez

A válaszadók a lehető legtöbb on-line platformot használják, legális, vagy illegális hozzáféréssel.

Tv csatorna tartalmak on-line platformon vonzóvá válnak, a választás (idő, tartalom) szabadsága inspirál.

Szubjektív érzés: 'netezek', valójában sok televíziós tartalmat fogyasztanak; főként filmek, sorozatok nézésével.

Célszágokban alternatív platform elérési különbségek



Torrent & Free to air

- Erősen korlátozott elérésről beszélnek a válaszadók: fájdalmas a Youtube zenék tiltása
- Ellenőrzés és büntetés illegális tartalomért ismert



Torrent & Free to air

- Korlátlan elérésről beszélnek a válaszadók
- Ellenőrzés és büntetés illegális tartalomért nem ismert

A teljes célcsoportból
4 VÁLASZADÓ NEM HASZNÁL

- Stream mediát
- Torrent oldalt
- Free catchup oldalt
- Kizárólag Youtube platformot

'Németország nagyon korlátoz,
főleg a zenéket Youtube-on'

▪ **A geoblock a válaszadók számára ismeretlen és érthetetlen, sok kellemetlenséget okoz a korlátozás:**

- Streaming – különösen sportesemények alkalmával okoz csalódást
- Indavideo

'Nincs gond a letöltéssel,
streameléssel'

'Csak Youtube-on nézek filmet'

Többség használja

STREAM OLDALAK NÉPSZERŰEK

Spotify ingyenes használók

- On-Demand platformot a többség nem ismeri
 - Előfizető: 2-1 a két országban (Netflix)

'Nem értem, hogy a magyar
sporteseményeket miért nem lehet
megnézni magyar oldalon' (40 éves, nő)

'Büntetik a torrentezést, IP cím
alapján találják meg'

**Torrent oldalakat a válaszadók egy szegmense
használ (Magyarországon is ismerték)**

Használók kevesebbet streamelnek

On-line platformok videonézéshez

A válaszadók a lehető legtöbb on-line platformot használják, legális, vagy illegális. A válaszadók a lehető legtöbb on-line platformot használják, legális, vagy illegális. A válaszadók a lehető legtöbb on-line platformot használják, legális, vagy illegális.

Célszágokban alternatív platform elérési különbségek



Torrent & Free to air

- Erősen korlátozott elérésről beszélnek a válaszadók: fájdalmas a Youtube zenék tiltása
- Ellenőrzés és büntetés illegális tartalomért ismert

Torrent & Free to air

- Korlátlan elérésről beszélnek a válaszadók
- Ellenőrzés és büntetés illegális tartalomért nem ismert

'Németország nagyon korlátoz, főleg a zenéket Youtube-on'

- A geoblock a válaszadók számára ismeretlen és érthetetlen, sok kellemetlenséget okoz a korlátozás:
 - Streaming – különösen sportesemények alkalmával okoz csalódást
 - Indavideo

Többség használja

STREAM OLDALAK NÉPSZERŰEK

Spotify ingyenes használók

- On-Demand platformot a többség nem ismeri
 - Előfizető: 2-1 a két országban (Netflix)

Torrent oldalakat a válaszadók egy szegmense használ (Magyarországon is ismerték)

'Büntetik a torrentezést, IP cím alapján találják meg'

Használók kevesebbet streamelnek

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A stream oldalak használata a legnépszerűbb mód a tartalmak elérésére, a külföldön élő magyarok csaknem kétharmada (59%) legalább hetente egyszer néz streamelve valamilyen online tartalmat, egyharmaduk (32%) pedig minden nap.

főként filmek, sorozatok nézésével.

A letöltés szintén népszerű, bár kisebb mértékben jellemző – 45% legalább hetente tölt le, és mindössze a külföldön élők negyede tartozik a napi letöltők közé (24%).

A teljes célcsoportból

A torrentezés gyakorlata eltérő a két országban. Németországban erősen korlátozzák a torrent tevékenységet, ám a szigorú ellenőrzés, és büntetés terhe mellett is 45% legalább havonta letölt. Nagy-Britanniában kevésbé akadályozzák a file megosztást és file cserélést, 68% a legalább havi letöltők aránya.

'Nincs gond a letöltéssel, streameléssel'

'Csak Youtube-on nézek filmet'

'Nem értem, hogy a magyar sporteseményeket miért nem lehet megnézni magyar oldalon' (40 éves, nő)

On-line platformok

Válaszadók **túlnyomó többsége Magyarországon is laptopon, on-line platformokon fogyasztott média tartalmat.** Külföldön főként **streaming** oldalakkal (valós időben közvetítő) **bővült** a tartalomhasználat. Torrent, videomegosztók népszerűek voltak korábban is. Válaszadók többsége 'naiv' felhasználó, többnyire Google kereséssel találja meg a kívánt tartalmat. (pl. filmcím, előadó, esemény beírással) Néhányan ismerik a célszországban elérhető kiegészítő lehetőségeket és/vagy eszközöket.

Gyakran használt online platformok

VIDEO MEGOSZTÓ

YOUTUBE
BANDCAMP
VLOGOK
BBC PLAYER
Youtube-mp3/org Video átalakító
MUBI.COM
VIMEO
VEVO CSATORNAK

STREAM



SOROZATBARAT
MOOVIE
MOZICSILLAG
SPORTESEMÉNYEK ÉLŐBEN STREAMING OLDALAI PL F1
BANOK
KINOX
Vidto.me

TORRENT



NCORE
BITHUMEN
POPCORNTIME (megbukott, bírságolták Németországban)
PIRATEBAY

On-line platformok 2.

On-Demand platformok közül Spotify a legismertebb, **Netflix előfizetése 3 válaszadónak van.** (2 Németország, 1 GB) Igényes mozifilm és sorozatnézők választják. **Cél: elérni a legfrissebb tartalmakat.** Amazon Prime és Sky is ígéretes, mindkettőt kipróbálják, de Netflix jobban teljesíti az elvárásokat. VPN használatot egy válaszadó említi.

Két válaszadó próbált ki 'román oldalakat' ismerős ajánlására. Nem emlékeznek a platform nevére, csatornákra, rövid idő után felmondják a szolgáltatást. Elégedetlenek a minőséggel (tartalom, kép, hang), mindkét kipróbáló sejti, hogy kalóz szolgáltatásról van szó.

Médiaklikk, RTLMost és TV2 ismert, mint 'magyar nyelvű Tv adások gyűjtőhelye'. Válaszadók alkalmanként használják a platformokat.

SVOD

NETFLIX (3)
AMAZON PRIME (1)
SKY (1) (meghatározott időre)
ROMÁN OLDALAK (2)
ELŐFIZETÉS VPN VÁLTÁSRA (1500 HUF-nak megfelelő)
HANG: SPOTIFY (3)

'Netflix nekem exkluzív. Legújabbat adja, nagyon jó minőségben' (férfi, GB)

'Fekete oldalak, román oldalak, egy ismerősöm ajánlotta, majdnem úgy működik, mint egy okostévé, de nem olcsó és pocsék a minősége. Paypal volt a fizetés, kódot adtak, minden alkalommal be kellett lépni, ráadásul pocsék volt a minősége. Minden magyar csatornát adott 10 euroért havonta.' (férfi, Németország)

'Olimpiát akartam streamelni, de az külföldön nem elérhető, beléptem a magyarországi VPN-mre és úgy néztem. Indavideot is csak így tudom. Van egy csomó szolgáltatás, többféle, olyan, mintha egy FTP szerver lenne.' (férfi, 28 éves, Németország)

ROMÁN OLDALAK

2 válaszadó említi
(Németország/GB)
Néhány hónapig használták,
ismerős ajánlásra.

'Egyszer csekkoltam a Médiaklikket,
de nem éreztem hasznosnak, előben
nem tudtam volna
nézni...elengedtem. Amit én néztem
fizetős volt, 10 font/hó 8 csatorna'
(nő, 26 éves, GB)

FREE CATCHUP (magyar tartalom)

MÉDIAKLIKK
RTL MOST
TV 2

On-line platformok 2.

On-Demand platformok közül Spotify a legismertebb, **Netflix előfizetése 3 válaszadónak van.** (2 Németország, 1 GB) Igényes mozifilm és sorozatnézők választják. **Cél: elérni a legfrissebb tartalmakat.** Amazon Prime és Sky TV teljesíti az elvárásokat. VPN használatot egy válaszadó említ.

Két válaszadó próbált ki 'román oldalakat' ismerős ajánlására. Nem emlékeznek a szolgáltatást. Elégedetlenek a minőséggel (tartalom, kép, hang), mielőtt felmondják a szolgáltatást. Elégedetlenek a minőséggel (tartalom, kép, hang), mielőtt felmondják a szolgáltatást. **Médiaklikk, RTLMost és TV2 ismert, mint 'magyar nyelvű Tv adások gyűjtőhelye'.**

SVOD

NETFLIX (3)
AMAZON PRIME (1)
SKY (1) (meghatározott időre)
ROMÁN OLDALAK (2)
ELŐFIZETÉS VPN VÁLTÁSA (1500 HUF-nak megfelelő)
HANG: SPOTIFY (3)

ROMÁN OLDALAK

2 válaszadó említi
(Németország/GB)
Néhány hónapig használták,
ismerős ajánlásra.

'Egyszer csekkoltam a Médiaklikket,
de nem éreztem hasznosnak, előben
nem tudtam volna
nézni...elengedtem. Amit én néztem
fizetős volt, 10 font/hó 8 csatorna'
(nő, 26 éves, GB)

'Netflix nekem exkluzív. Legújabbat
minőségben' (férfi, GB)

'Fekete oldalak, román oldalak, egy ismerősöm
ajánlotta, majdnem úgy működik, mint egy
okostévé, de nem olcsó és pocskék a minősége.
Paypal volt a fizetés, kódot adtak, minden
alkalommal be kellett lépni, ráadásul pocskék volt a
minősége. Minden magyar csatornát adott 10
euroért havonta.' (férfi, Németország)

'Olimpiát akartam streamelni, de az külföldön nem elérhető,
beléptem a magyarországi VPN-mre és úgy néztem. Indavideot
is csak így tudom. Van egy csomó szolgáltatás, többféle, olyan,
mintha egy FTP szerver lenne.' (férfi, 28 éves, Németország)

MÉDIAKLIKK

RTL MOST

TV 2

Netflix ismertsége 80%, rendszeres használata pedig 15%-os a célcsoportban, különösen a Nagy-Britanniában élő magyarok körében népszerű, ahol 23% a gyakori használók aránya.

A free catchup oldalak a külföldön élő magyarok körében magas ismertséggel bírnak, rendszeres használatuk azonban ritka.

A kereskedelmi csatornák online elérhetőségének ismerete sokszor még a magyarországi tapasztalatokból származik (RTL MOST ismertsége 79%, a TV2.HU megoldását 82% ismeri), de sok esetben kikopik a használat az integrálódás erősödésével. Az RTL MOST-ot 11% használ rendszeresen jelenleg, a TV2.HU oldalt pedig mindössze a külföldön élők 6%-a használja.

Tartalmi preferenciák

Tartalmi preferenciák – magyar nyelvű tartalom online

Tartalmi preferenciák attitűd, iskolázottság és érdeklődés kérdése a válaszadóknál. Külföldre a magyarországi 'készletet' viszik, jelentős változások nem következnek be. **Fő szegmensek:** sorozat-, sport-, mozifilm-, zenei tehetségkutató-, ismeretterjesztő tartalmak érdekesek számukra. A többség angol nyelvet preferál (Németországban is), a nyelvet tanulók kedvelik a célországi feliratos tartalmakat. Nagyon **hasonlóak elektronikus sajtó fogyasztásában**. Magyar oldalak olvasása összefügg a **hazai események követésével**; mindannyian **naponta 'csekkolnak'**, leginkább a **barátok FB megosztásain keresztül** jut el hozzájuk a tartalom.

HÍROLDALAK

MINDENKI FOGYASZTJA (15)

FB-ON KERESZTÜL

INDEX

HVG

444!

NÉHÁNYAN EMLÍTIK

MAGYAR NARANCS

MNO

ORIGO

INSTAGRAM

YOUTUBE

A LEGTÖBB MAGYAR TARTALOM FOGYASZTÁS HELYE (15)

KERESŐSZÓVAL

SZEMÉLYES ÉRDEKLŐDÉS SZERINT

FILM

ISMERETTERJESZTÉS

KLIP – ZENE

SPECIÁLIS TARTALOM PL. NÉPZENE

KOMOLYZENE

RIPORTOK

MESE

BLOG VLOG

EGY-EGY VÁLASZADÓ FOGYASZTJA

POGIBLOG

KOLOZSVÁROS

VAKMAJOM

HOLLYWOODNEWS AGENCY

PAMKUTYA

DANCSÓ PÉTER

AMERIKAI NÉPSZAVA

KRÉMMÁNIA

MÉDIAKLIKK

NÉHÁNY VÁLASZADÓ FOGYASZTJA (5)

HÍREK (utólag)

ZENEI VETÉLKEDŐK

MÉDIATÁRBÓL CÉLZOTT KERESÉS

SPORT

ISMERETTERJESZTŐ SOROZAT
DUNA TV NÉMETORSZÁG TÖRTÉNET

MAGYAR SOROZATOK STREAMING/TORRENT

NÉHÁNYAN (6)

TERÁPIA

ARANYÉLET

VÁLÓTÁRSÁK

1 ELŐFIZETÉS
HETI VÁLASZ
(elektronikus
változat)

Egy válaszadói említés: index, hvg
oldalak a külföldön élők 'miatt'
tették hozzáférhetővé video
tartalmakat, amelyeket korábban
nem tudott megnyitni

Magyar nyelvű tartalom – Médiaklikk

Médiaklikk érzelmi jelentősége: fontos magyar események hiteles közvetítője, politika, társadalom, kultúra és sport terén, magyar nyelven.

Politika/hírek: ignorálja a többség, egyrészt elszakadtak az aktualitásoktól, másrészt a célországokban más híradási attitűdökkel találkoznak.

Szórakoztató tartalom: többségi percepció – másodvonalbeli celebekkel készült és/vagy reality műsorok, nem inspirálóak. (Pl. Szeretlek Magyarország, VV)

Sport: 2016-ban elvárás a Foci EB és Olimpia magyar sikereinek közvetítése – **nagy csalódást okozott a geo-blocking.**

Médiaklikk használata leginkább youtube-hoz hasonlít. Célzottan, vagy spontán keresnek tartalmat a válaszadók érdeklődés szerint. A platformot nem használják rendszeresen, nincs kedvenc (megnevezett) csatorna, vagy műsor.

Válaszadóknak a platform magyar nyelve nem ösztönöz fogyasztásra, a használat tartalomvezérelt.

MÉDIAKLIKK

NÉHÁNY VÁLASZADÓ FOGYASZTJA (5)

HÍREK (utólag)

ZENEI VETÉLKEDŐK

MÉDIATÁRBÓL CÉLZOTT KERESÉS

SPORT

ISMERETTERJESZTŐ SOROZAT
DUNA TV NÉMETORSZÁG TÖRTÉNET

‘OLIMPIA – megpróbálkoztam vele Médiaklikken keresztül, de kijött egy oldal, hogy töltsék le valami programot....aztán egy angol csatornán néztem...annyira nem hiányzott a magyar komment’ (29 éves, nő, GB)

‘....amivel nem értek egyet, hogy a sporthíreknél blokkol a Médiaklikk, nem lehet nézni. Sokan élnek külföldön, ez egy legális oldal lenne. Elérhető annak, aki akar sportot nézni, érdekli, hol lehetne megnézni xy mérkőzést. Jobb lenne, ha terjeszthetné a sportközvetítést is, még ha minimális pénzt kérne érte’ (23 éves, férfi, GB)

‘...fradi meccseket nézem, m4 sporton – nem vagyok elégedett, mert külföldi IP címmel lehetetlen, lelassul, ha a rendszer érzékeli az IP címet lelassul...’ (nő, GER)

‘Néztük a híreket, vártuk Katinka eredményeit és megszakadt az adás. Az olimpia ideje alatt semmilyen hírt nem tudtunk meg azonnal, csak később, más forrásból. Dühösek voltunk.’ (40 éves, nő GB)

‘Találtam egy nagyon jó sorozatot a Duna tv-n, Németországról szólt a változások után, nagyon tetszett, az összes részt megnéztem’ (37 éves, férfi, GER)

‘Itt azt halljuk, hogyan lehet integrálni őket, a magyar adásokban egészen mást’ (nő, GER)

Általános csalódás a Médiaklikk sport tartalmának blokkolása. A válaszadók nem ismerik a az okát (geoblokk), a foci EB és az Olimpia idején szembesültek vele.

Az elérhető tartalmak esetén rossz minőséget, lelassult, majd megszűnő közvetítést érzékelnek.

Negatívan ítélik meg Médiaklikk szolgáltatását.

Magyar nyelvű tartalom – Médiaklikk

Médiaklikk érzelmi jelentősége: fontos magyar események hiteles közvetítője, politika, társadalom, kultúra és sport terén magyar nyelvű tartalom, hírek: ignorálja a többség, egyrészt elszakadtak az aktualitásoktól, másrészt a célszágokban más médiaklikkekkel találkoznak. Szórakoztató tartalom: többségi percepció – másodvonalbeli celebekkel készült és/vagy reality műsorok, nem inspirálóak. (Pl. Szeretlek Magyarország, VV)

Sport: 2016-ban elvárás a Foci EB és Olimpia magyar sikereinek közvetítése – **nagy csalódást okozott a geo-blocking.**

Médiaklikk használata leginkább youtube-hoz hasonlít. Célzottan, vagy spontán keresnek tartalmat a válaszadók érdeklődés szerint. A platformot nem használják rendszeresen, nincs kedvenc (megnevezett) csatorna, vagy műsor.

Válaszadóknak a platform magyar nyelve nem ösztönöz fogyasztásra, a használat tartalomvezérelt.

MÉDIAKLIKK

NÉHÁNY VÁLASZADÓ FOGYASZTJA (5)

HÍREK (utólag)

ZENEI VETÉLKEDŐK

MÉDIATÁRBÓL CÉLZOTT KERESÉS

SPORT

ISMERETTERJESZTŐ SOROZAT
DUNA TV NÉMETORSZÁG TÖRTÉNET

'OLIMPIA – megpróbálkoztam vele Médiaklikken keresztül, de kijött egy oldal, hogy töltsék le valami programot.... aztán egy angol csatornán néztem...annyira nem hiányzott a magyar komment' (29 éves, nő, GB)

'...amivel nem értek egyet, hogy a sporthíreknél blokkol a Médiaklikk, nem lehet nézni. Sokan élnek külföldön, ez egy legális oldal lenne. Elérhető annak, aki akar sportot nézni, érdekli, hol lehetne megnézni xy mérkőzést. Jobb lenne, ha terjeszthetné a sportközvetítést is, még ha minimális pénzt kérne érte' (23 éves, férfi, GB)

'...fradi meccseket nézem, m4 sporton – nem vagyok elégedett, mert külföldi IP címmel lehetetlen, lelassul, ha a rendszer érzékeli az IP címet lelassul...' (nő, GER)

'Néztük a híreket, vártuk Katinka eredményeit és megszakadt az adás. Az olimpia ideje alatt semmilyen hírt nem tudtunk meg azonnal, csak később, más forrásból. Dühösek voltunk.' (40 éves, nő GB)

'Találtam egy nagyon jó sorozatot a Duna tv-n, Németországról szólt a változások után, nagyon tetszett, az összes részt megnéztem' (37 éves, férfi, GER)

'Itt azt halljuk, hogyan lehet integrálni őket, a magyar adásokban egészen mást' (nő, GER)

Általános csalódás a Médiaklikk sport tartalmának blokkolása. A válaszadók nem ismerik a az okát (geoblokk), a foci EB és az Olimpia idején szembesültek vele.

Az elérhető tartalmak esetén rossz minőséget, lelassult, majd megszűnő közvetítést érzékelnek.

Negatívan ítélik meg Médiaklikk szolgáltatását.

Tartalmi preferenciák – sportközvetítések jelentősége



Külföldön a magyar sport követése a magyar identitás része. Válaszadók között nem volt *'hardcore'* szurkoló, sportkedvelő, DE a 2016-os Foci EB és Olimpia érdeklődést váltott ki. Elsősorban a **magyar eredményekre** voltak kíváncsiak. Élményben a magyar sikereknek önfeledten lehet örülni, **büszkének lenni magyarságra, politikamentesen**.

Nagy **csalódást okozott a Médiaklikk** azzal, hogy nem közvetítette a magyarok részvételét az eseményeken. **Felháborodást keltett**, hogy on-line **híreket** nézve IS, a **sporteredményeknél megszakadt** a vétel. *'Néztük a híreket, vártuk az olimpiai eredményeket és a sport résznél abbamaradt a közvetítés. Teljesen érthetetlen volt'* (40 éves, nő, GB)

Alternatív megoldásokat kerestek a válaszadók. Egy részük kocsmában követte az eseményeket mindkét országban (főleg EB), többen streameltek, vagy utólag értesültek az eredményekről magyar oldalakon. (főleg olimpia)

Stream esetén **magyar kommentár nem hiányzik**, helyi és egyéb nyelveken megértik a közvetítés szöveget.

'Olimpiát magyar VPN-nel, EB-t kocsmában néztem, magyar meccseket ritkán sikerült látni' (28 éves, férfi, Németország)

'Streamen néztük a focit dazn.com oldalon' (26 éves, nő, Németország)

'Másnap megkerestük a híreket, kis videókat, FB-on azonnal feljött' (29 éves, nő, GB)

'Katinka érdekelt, csak az ő honlapját, mást nem néztem, nem fektettem bele energiát. Streamen találtam volna.' (32 éves, férfi, Németország)

Válaszadók közül **ketten néznének rendszeresen foci** mérkőzéseket. – Fradi drukker, NBII mérkőzések – a többség azonban **kizárólag nemzetközi sportesemények magyar résztvevői** iránt érdeklődik. Foci, kézilabda, úszás. Alternatív média platformokon keresik az eseményeket.

Médiaklikk-től – mivel dedikáltan külföldieknek hozzáférhető – elvárás volt a magyar sportolók sikereinek közvetítése.

Magyar tartalom jelentősége külföldön élőknél

A válaszadók teljes köre elutasít – számukra értéktelen – tartalmat. *‘Ami nem épít, nem is szórakoztat, arra nem áldozok időt’.* (34 éves, nő, GB)

Magyar tv csatornákról erősen negatív vélemények vannak. Az értékelés korábbról származik – még a magyarországi tartózkodás alatt hagyta el a többség a televíziózást. **Haz látogatáskor belenéznek műsorokba: érdektelen,** valóságshow, másodvonalbeli celebek, vetélkedők, 20-30 évvel ezelőtti filmek ismétlését tapasztalják.

Néhányan a 90-es évekbeli magyar csatornákkal hasonlítják össze a jelenlegit: kulturális, társadalmi kérdéseket feszegető, beszélgetős műsorok hiányoznak leginkább.

Néhány válaszadó **exkluzív magyar tartalomra** vágyik: magyar filmek (Saul fia, Tiszta szívvel, Félvilág) , aktuális kulturális hírek, videók. Tavaszi fesztivál, alternatív fesztiválok bemutatása. (Stúdió műsor reinkarnálása)

A jelenleg elérhető magyar tartalmakon kívül **nincs hiánya a vizsgált válaszadóknak.** Egyrészt **nem AKARNAK magyar nyelven több tartalmat olvasni/hallani, inspirálóbb a helyi társas (közösségi programok) és média (SVOD) környezet,** illetve a **letöltött idegen nyelvű** tartalmak. A szabadidő végeessége is korlátozza a magyar nyelvű tartalomfogyasztást az idegen nyelvű mellett.

FIZETNÉNEK-E MAGYAR TARTALOMÉRT KÜLFÖLDÖN?

Jelenlegi versenytársak: angol/francia Netflix – magyar Netflix tartalommal nem elégedettek. Amazon Prime – alkalmankénti fizetés.

FIZETNÉNEK	MENNYIT	ÉRDEKLŐDÉS
ALKALMANKÉNT SPORTESEMÉNY	3-5 EURO/FONT	2-3 FŐ
ÚJ MAGYAR MŰVÉSZFILM	3-5 EURO/FONT	4-5 FŐ
CSATORNACSOMAG (DIGI/UPC)	MAGYAR ÁRKATEGÓRIA	1-2 FŐ

NEM FIZETNÉNEK
HAVI DÍJAT
MAGYAR CSATORNÁÉRT

*‘Mintha egy fal lenne a két ország között... meg sem fordul a fejemben, hogy keressem...(magyar tv, rádió) annyi más információforrás van’
(21 éves, férfi, GB)*

Magyar tartalom jelentősége külföldön élőknél

A válaszadók teljes köre elutasít – számukra értéktelen – tartalmat. *‘Ami nem épít, nem is szórakoztat, arra nem áldozok időt’.* (34 éves, nő, GB)

Magyar tv csatornákról erősen negatív vélemények vannak. Az értékelés korábbról származik – még a Magyarországi tartózkodás alatt –, így a többség a hazai televíziózást. **Hazlátogatáskor belenéznek műsorokba: érdektelen,** valóságshow, másodvonalbeli sportversenyeket néznek meg, de a hazai tapasztalják.

Néhányan a 90-es évekbeli magyar csatornákkal hasonlítják össze a jelenlegit: kulturális, társadalmi kérdéseket feszegető, beszélgetős műsorok hiányoznak leginkább.

Néhány válaszadó **exkluzív magyar tartalomra** vágyik: magyar filmek (Saul fia, Tiszta szívvel, Félvilág), aktuális kulturális hírek, videók, Tavaszi fesztivál, alternatív fesztiválok bemutatása. (Stúdió műsor reinkarnálása)

A jelenleg elérhető magyar tartalmakon kívül **nincs hiánya a vizsgált válaszadóknak.** Egyrészt **nem akarják a magyar nyelvű tartalmakat**, mivel a helyi társas (közösségi programok) és média (SVOD) környezet, illetve a letöltött idegen nyelvű tartalmak. A szabadidő teljessége is korlátozza a magyar nyelvű tartalomfogyasztást az idegen nyelvű mellett.

FIZETNÉNEK-E MAGYAR TARTALOMÉRT KÜLFÖLDÖN?

Jelenlegi versenytársak: angol/francia Netflix – magyar Netflix tartalommal nem elégedettek. Amazon Prime – alkalmankénti fizetés.

FIZETNÉNEK	MENNYIT	ÉRDEKLŐDÉS
ALKALMANKÉNT SPORTESEMÉNY	3-5 EURO/FONT	2-3 FŐ
ÚJ MAGYAR MŰVÉSZFILM	3-5 EURO/FONT	4-5 FŐ
CSATORNACSOMAG (DIGI/UPC)	MAGYAR ÁRKATEGÓRIA	1-2 FŐ

NEM FIZETNÉNEK
HAVI DÍJAT
MAGYAR CSATORNÁÉRT

‘Mintha egy fal lenne a két ország között... meg sem fordul a fejemben, hogy keressen...(magyar tv, rádió) annyi más információforrás van’ (21 éves, férfi, GB)

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A legkedveltebb magyar nyelvű tévés műfajok: Mozifilm (63%), ismeretterjesztő (48%), hírműsorok (42%), sorozat (31%) és a sport (30%).

A magyar kereskedelmi csatornák sajátgyártású műsorai jóval kevésbé fontosak, zenés tehetségkutatók például a külföldön élők 18%-át érdeklik, valóságshow 6% érdeklődését kelti fel.

A külföldön élő magyarok csaknem egyötöde (18%) úgy érzi, hogy a helyi ismerőseik és a helyi média nagyban befolyásolják az ízlésüket, egynegyedük (25%) kifejezetten igényesnek a külföldi csatornák műsorát. Ez különösen Nagy-Britanniában jellemző, a német tartalmak kevésbé népszerűek az ott élő magyarok számára.

Tartalmi preferenciák – idegen nyelvű tartalom

A **legtöbb tartalmi fogyasztás: sorozatok**, filmek körében történik. (torrent) Preferált az **eredeti nyelv**. Nyelvtanulás szakaszában lévők angol, vagy német feliratot választanak – ezzel is segítve a nyelvtanulást. Válaszadók túlnyomó többsége **angol nyelven** fogyasztja a tartalmakat. Egy éven túli külföldi tartózkodás után a filmek magyar szinkronja 'idegesítő', magyar felirat nem támogatja a nyelvtanulást ezért nem kedvelik. Közvetett információk szerint az alacsonyabb státuszú kint élők egy csoportja nem tanulja meg a nyelvet, nekik kell magyar felirat, szinkron. **Sorozatok** követőinek az **ÚJDONSÁG inspiráló**: akkor érdekes, amikor megjelennek az új részek, rövid időn belül elérhetőek.

Idegen nyelvű hírtartalom az 1+ évet külföldön töltőknél válik fontossá.

SOROZATOK

GAME OF THRONES
HOUSE OF CARDS
SHERLOCK
HOMELAND
NCIS
NARCOS
WALKING DEAD
BREAKING BAD
BRON/BROEN
THE AMERICANS
BLACK MIRROR
THE NIGHTWATCH
LONDON SPY
TUDORS

HÍROLDALAK

BBC APP-BAN IS
REUTERS
THE GUARDIAN
FAZ
RBB
VÁROSI, RÉGIÓS HÍROLDALAK A CÉLORSZÁGBAN

'Egy év után jöttem rá, hogy felesleges a magyar híreket bújni, közben nem tudom, hogy ITT mi történik' (34 éves, nő, GB)

EGYÉB TARTALOM

EGY-EGY EMLÍTÉS
THE ECONOMIST (1) ELŐFIZETŐ
THE SCIENTIST
BRITAIN'S GOT TALENT
ZDF FÜGGETLEN POLITIKAI PARÓDIA (heti tv műsor)
ARTE FILOZÓFIAI MŰSOR HETI 1 ALKALOM
REDDIT

FILM PREFERENCIÁK

TIPIKUS ÉRDEKLŐDÉS
KRIMI, THRILLER
DRÁMA
VÍGJÁTÉK
TÖRTÉNELMI

Az idegen nyelvű tartalomfogyasztás TV műsorokra nem jellemző a válaszadóknál.
Nem alakulnak ki 'kedvenc' tv műsorok, csatornák.

Magyar nyelven az idegen nyelvű tartalmakat nem kívánják fogyasztani, konvertálni magyar oldalakra, csatornákra.

Média tartalmak közül printet nem fogyasztanak, teljes mértékben helyettesítenek az elektronikus platformok

Tartalmi preferenciák – idegen nyelvű tartalom

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A külföldön élő magyarok 49%-a nem nézett hazai műsort az elmúlt fél évben.

A legtöbb tartalmi fogyasztás: sorozatok, filmek körében történik. (torrent) Preferált az eredeti nyelv. Nyelvtanulás szakaszában lévők angol, vagy német feliratot választanak – ezzel is segítve a nyelvtanulást. Válaszadók túlnyomó többsége angol nyelven fogyasztja a tartalmakat. Egy éven túli külföldi tartózkodás után a filmek magyar szinkronja 'idegesítő', magyar felirat nem támogatja a nyelvtanulást ezért nem kedvelik. Közvetett információk szerint az alacsonyabb státuszú kint élők egy csoportja nem tanulja meg a nyelvet, nekik kell magyar felirat, szinkron. Sorozatok követőinek az ÚJDONSÁG inspiráló: akkor érdekes, amikor megjelennek az új részek, rövid időn belül elérhetőek.

Idegen nyelvű hírtartalom az 1+ évet külföldön töltőknél válik fontossá.

ELMÚLT FÉL ÉVBEN LETÖLTÖTT TARTALMAK

Külföldi film	57%
Külföldi sorozat	49%
Magyar film	35%
Magyar sorozat	19%
Magyar riport, hírműsor	16%
Magyar tehetségkutató	11%

SOROZATOK

GAME OF THRONES
HOUSE OF CARDS
SHERLOCK
HOMELAND
NCIS
NARCOS
WALKING DEAD
BREAKING BAD
BRON/BROEN
THE AMERICANS
BLACK MIRROR
THE NIGHTWATCH
LONDON SPY
TUDORS

HÍROLDALAK

BBC APP-BAN IS
REUTERS
THE GUARDIAN
FAZ
RBB
VÁROSI, RÉGIÓS HÍROLDALAK A CÉLORSZÁGBAN

'Egy év után jöttem rá, hogy felesleges a magyar híreket bújni, közben nem tudom, hogy ITT mi történik' (34 éves, nő, GB)

EGYÉB TARTALOM

EGY-EGY EMLÍTÉS
THE ECONOMIST (1) ELŐFIZETŐ
THE SCIENTIST
BRITAIN'S GOT TALENT
ZDF FÜGGETLEN POLITIKAI PARÓDIA (heti tv műsor)
ARTE FILOZÓFIAI MŰSOR HETI 1 ALKALOM
REDDIT

TIPIKUS ÉRDEKLŐDÉS

KRIMI, THRILLER
DRÁMA
VÍGJÁTÉK
TÖRTÉNELMI

Az idegen nyelvű tartalomfogyasztás TV műsorokra nem jellemző a válaszadóknál. Nem alakulnak ki 'kedvenc' tv műsorok, csatornák.

Magyar nyelven az idegen nyelvű tartalmakat nem kívánják fogyasztani, konvertálni magyar oldalakra, csatornákra.

Média tartalmak közül printet nem fogyasztanak, teljes mértékben helyettesítenek az elektronikus platformok

Tervek, hazatérési szándék

Média fogyasztás a jövőben

Brexit hatás

Tervek, hazatérés

A válaszadók **integrálódtak a célországba, nem terveznek hazatérést**. Magyar identitásukat a magyar nyelvhasználattal és több-kevesebb hazalátogatással tartják fenn. **Asszimilációt tudatosan kerülnek, kritikusan szemlélik** az országot, ahol élnek.

Terveik sokrétűek, tanulni, fejlődni szeretne a többség, de van, aki utazni, a megkeresett pénzt kellemes időtöltésre szeretné költeni.

Egy kivétel: meghatározott pénzösszeget gyűjteni ment Angliába: ha ezt a célt eléri, hazatér.

‘Otthon érzem magam, nem tervezek hazamenni. Egy esetben lehet, ha egy nagyon jó állásajánlatot kapok, ami pozícióban és pénzben is jobb, mint az itteni. Nézelődtem már Mercedes-nél, Bosch-nál. Akkor néhány év múlva hazamennék, most nem.’ (28 éves, férfi, gépészmérnök, Németország)

‘Most kezdek itt tanulni, itt van a barátom, nem tervezek hazamenni. Gyakran járunk Budapestre a családhoz, Balatonra, jó visszajönni Németországban 2-3 hét után.’ (26 éves, nő, Németország)

‘NEM tervezünk hazamenni, mi már itt élünk, állampolgárságunk is van. Nem lenne olyan állásom, mint itt...3 felsővezető személyi asszisztense vagyok, megbecsülnek, jól vagyunk itt a párommal.’ (40 éves, nő, GB)

‘NEM tervezek hazamenni, otthon érzem magam. Az lehet, hogy nem Angliában élek életem végéig, de nem megyek haza Magyarországra az biztos. Nem tudom, hogyan tudnám átvinni a vállalkozásomat.’ (34 éves, nő, GB)

‘Skóciában jártam az utolsó két gimnáziumot, majd a 3 éves egyetemet, most 4 évig orvosin tanulok. Ha elvégzem, azt tervezem, hogy hazamegyek, de az még sok év múlva lesz’ (23 éves, férfi, GB)

‘NEM tervezek hazamenni, itt van a barátom, munkát is találok, jól érzem magam itt. Sokkal nyugisabb itt, mint Magyarországon.’ (29 éves, nő, GB)

‘NEM tervezek hazamenni, nem tudom, hol fogok élni, ha elvégeztem az egyetemet. Lehet, hogy Nyugat-Európában bárhol, de akár Amerikában is el tudok képzelni néhány évet.’ (21 éves, férfi, GB)

Tervek, hazatérés

A válaszadók integrálódtak a célországba, nem terveznek hazatérést. Magyar identitásukat a magyar nyelvhasználattal és több-kevesebb hazalátogatással tartják fenn. Asszimilációt tudatosan kerülnek, kritikusan szemlélik az országot, ahol élnek. Terveik sokrétűek, tanulni, fejlődni szeretne a többség, de van, aki utazni, a megkeresett pénzt köllemor időtöltésnek szolgálatként. Egy kivétel: meghatározott pénzüsszeget gyűjteni ment Angliába: ha ezt a célt eléri,

A kvantitatív eredmények alapján a külföldön élők 21%-a azt az országot tekinti hazájának, ahol jelenleg él. Ez az arány Nagy-Britanniában valamivel magasabb (25%), mint Németországban (17%). A 30 éven aluliak körében még valamivel erősebben él a hazatérési szándék, minden ötödik 30 éven aluli külföldön élő fiatal azt tervezi, hogy a jövőben visszaköltözik Magyarországra. Az idősebbek hajlamosabbak véglegesnek tekinteni az elszakadást.

‘Otthon érzem magam, nem tervezek hazamenni. Egy esetben lehet, ha egy nagyon jó állásajánlatot kapok, ami pozícióban és pénzben is jobb, mint az itteni. Nézelődtem már Mercedes-nél, Bosch-nál. Akkor néhány év múlva hazamennék, most nem.’ (28 éves, férfi, gépészmérnök, Németország)

‘Most kezdek itt tanulni, itt van a barátom, nem tervezek hazamenni. Gyakran járunk Budapestre a családhoz, Balatonra, jó visszajönni Németországban 2-3 hét múlva.’ (26 éves nő, GB)

‘NEM tervezünk hazamenni, mi már itt élünk, állampolgárságunk is van. Nem lenne olyan állásom, mint itt...3 felsővezető személyi asszisztense vagyok, megbecsülnek, jól vagyunk itt a párommal.’ (40 éves, nő, GB)

‘NEM tervezek hazamenni, otthon érzem magam. Az lehet, hogy nem Angliában élek életem végéig, de nem megyek haza Magyarországra az biztos. Nem tudom, hogyan tudnám átvinni a vállalkozásomat.’ (34 éves, nő, GB)

‘Sokévesen jártam az utolsó két gimnáziumot, majd a 3 éves egyetemet, most 4 évig orvosin tanulok. Ha elvégzem, azt tervezem, hogy hazamegyek, de az még sok év múlva lesz’ (23 éves, férfi, GB)

‘NEM tervezek hazamenni, itt van a barátom, munkát is találok, jól érzem magam itt. Sokkal nyugisabb itt, mint Magyarországon.’ (29 éves, nő, GB)

‘NEM tervezek hazamenni, nem tudom, hol fogok élni, ha elvégeztem az egyetemet. Lehet, hogy Nyugat-Európában bárhol, de akár Amerikában is el tudok képzelni néhány évet.’ (21 éves, férfi, GB)

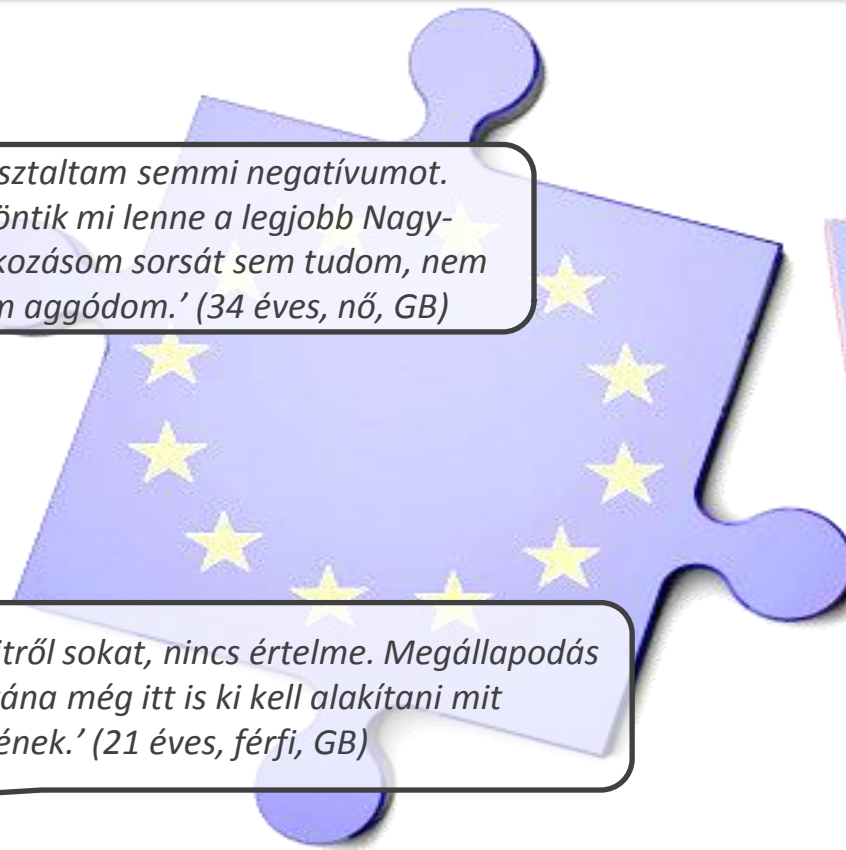
Médiafogyasztás a jövőben

- Válaszadók úgy **vélik, lényegesen nem fognak változni médiafogyasztási szokásaik**. Feltételezik, hogy a magyar tartalom csökken majd az eltelt idő arányában. Filmet, hosszabb cikket, elektronikus tartalmakat jelenleg is idegen nyelven használnak. Idegen nyelvű FB csoportokban vannak, barátaik külföldiek.
- Magyar média tartalom javaslatok nosztalgikusak, évtizedekkel ezelőtti tv műsorok emlékeiből erednek: mesék, tudományos ismeretterjesztő műsorok, művészfilmek.
- Jelenre vonatkoztatva kiemelkedő magyar sportesemények és a feljövőben lévő ÚJ magyar filmek érdekesek néhány válaszadónak. **Magyar tartalommal szemben exkluzivitásra vonatkozó és minőségi elvárásokat állítanak**. Internetes böngészéssel, streaminggel, letöltéssel a kommersz tartalom elérhető.
- Média tartalom nem téma az itthoni barátokkal, ismerősökkel; a forrás hasonló. (torrent) Külföldön élők nem fogyasztanak más tartalmat, legfeljebb a hozzáférés gyorsabb idegen nyelven.

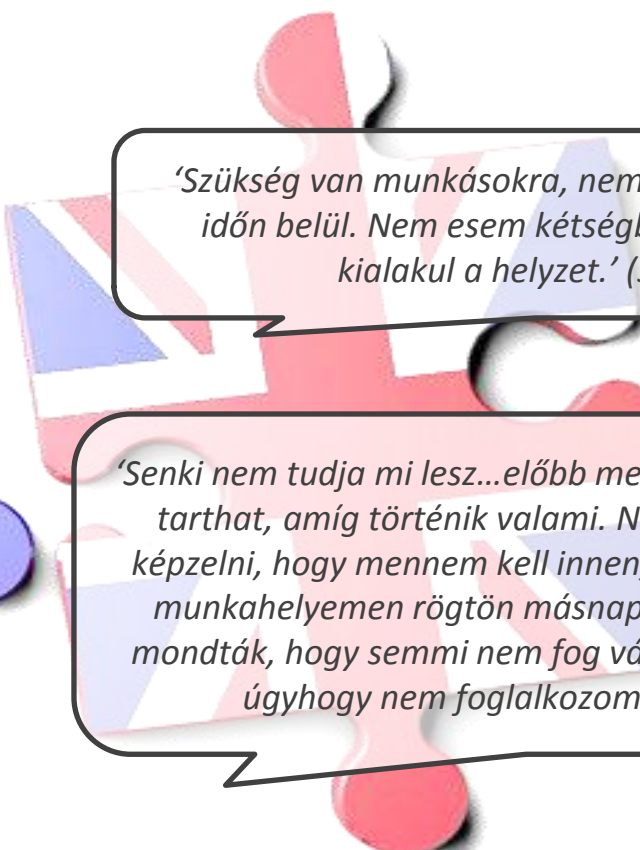
Brexit hatása

Brexittel kapcsolatban az Angliában élők kívánnak, nem aggódnak. Úgy vélik amíg nincs megállapodás – ami évekig eltarthat – státuszukat nem fenyegeti veszély. A több éve Angliában élők el sem tudják képzelni, hogy el kell hagyniuk az országot. Mindannyian aktív keresők – munkájukra szükség van, rengeteg külföldi dolgozik a környezetükben, személyes konfliktust nem tapasztaltak.

Angliában szerzett tapasztalatokkal más országban keresnének munkát.



‘Én eddig nem tapasztaltam semmi negatívumot. Hosszú idő, míg eldöntik mi lenne a legjobb Nagy-Britanniának. A vállalkozásom sorsát sem tudom, nem gondolok rá, de nem aggódom.’ (34 éves, nő, GB)



‘Nem beszélünk a Brexitről sokat, nincs értelme. Megállapodás kell az EU-val, utána még itt is ki kell alakítani mit szeretnének.’ (21 éves, férfi, GB)

‘Szükség van munkásokra, nem küldenek haza minket rövid időn belül. Nem esem kétségbe, évekig eltart még, mire kialakul a helyzet.’ (34 éves, férfi, GB)

‘Senki nem tudja mi lesz...előbb megállapodás kell. Utána is évekig tarthat, amíg történik valami. Nem aggódom...el nem tudom képzelni, hogy mennem kell innen, hiszen állampolgár vagyok. A munkahelyemen rögtön másnap volt egy hivatalos eligazítás, mondták, hogy semmi nem fog változni, és nem kell aggódnunk, úgyhogy nem foglalkozom vele.’ (40 éves, nő, GB)

Brexit hatása

Brexittel kapcsolatban az Angliában élők kíváncsiak, nem aggódnak. Úgy vélik amíg nincs megállapodás, addig nem fenyegeti veszély. A több éve Angliában élők el sem tudják képzelni, hogy el kell hagyniuk az országot. Mindannyian aktív keresők – munkájukra szükség van, rengeteg külföldi dolgozik a környezetükben, személyes konfliktust nem tapasztaltak.

Angliában szerzett tapasztalatokkal más országban keresnének munkát.

‘Én eddig nem tapasztaltam semmi negatívumot. Hosszú idő, míg eldöntik mi lenne a legjobb Nagy-Britanniának. A vállalkozásom sorsát sem tudom, nem gondolok rá, de nem aggódom.’ (34 éves, nő, GB)

‘Nem beszélünk a Brexitről sokat, nincs értelme. Megállapodás kell az EU-val, utána még itt is ki kell alakítani mit szeretnének.’ (21 éves, férfi, GB)

‘Szükség van munkásokra, nem küldenek haza minket rövid időn belül. Nem esem kétségbe, évekig eltart még, mire kialakul a helyzet.’ (34 éves, férfi, GB)

‘Senki nem tudja mi lesz...előbb megállapodás kell. Utána is évekig tarthat, amíg történik valami. Nem aggódom...el nem tudom képzelni, hogy mennem kell innen, hiszen állampolgár vagyok. A munkahelyemen rögtön másnap volt egy hivatalos eligazítás, mondták, hogy semmi nem fog változni, és nem kell aggódnunk, úgyhogy nem foglalkozom vele.’ (40 éves, nő, GB)

KVANTITATÍV MEGERŐSÍTÉS

A Nagy-Britanniában élő magyarok majdnem kétharmada (60%) nem számít rá, hogy bármilyen szinten befolyásolni fogja életét a Brexit, és csak egy szűk kisebbség tart tőle, hogy kinti tartózkodása ellehetetlenül (2%). – ami évekig eltarthat – státuszukat

Contacts



Dániel Bolyky

Qualitative BU Director
daniel.bolyky@ipsos.com

+36 30 241 83 98
+36 1 476 7643



Viola Végh

Account Manager
viola.vegh@ipsos.com

+36 30 380 2979
+36 1 476 7672



Katalin Nádori

Senior Qualitative researcher
katalin.nadori@ipsos.hu

+36 30 560 4130

Thaly Kálmán utca 39, 1096 IX. kerület, Budapest

www.ipsos.hu

www.ipsos.com