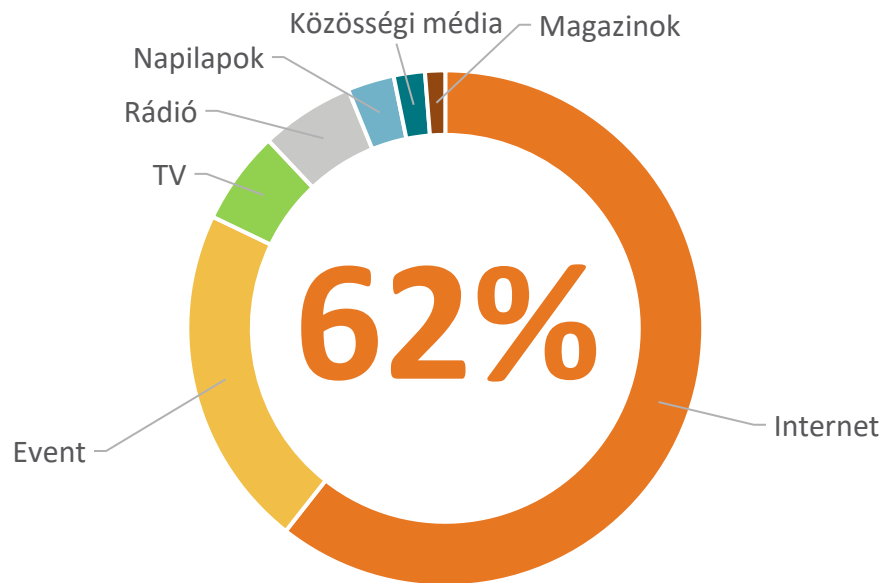


**Business
Elite Survey
2021**

**Topline adatok
Magyarország egyetlen
B2B médiafogyasztásai
kutatásából**

A legmegbízhatóbb üzleti információforrás

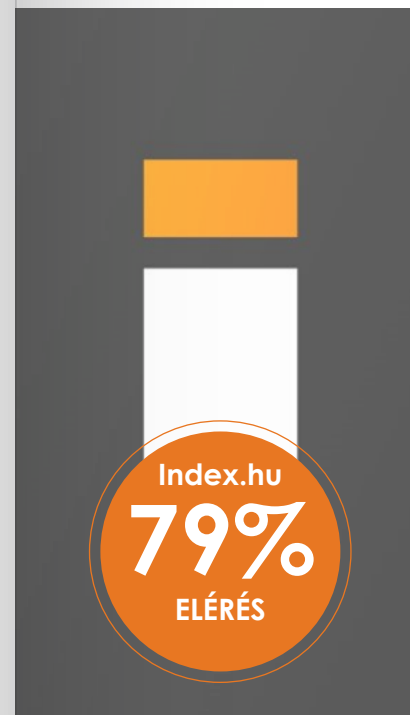


Információérték TOP3

1. *Portfolio.hu*
2. *Hvg.hu*
3. *Penzcentrum.hu*

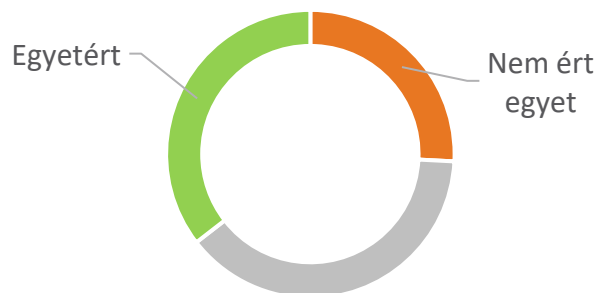
Ismertség

Látogatottság





A NYOMTATOTT ÚJSÁG OLVASÁSA
ÉLVEZETESEBB, MINT AZ ONLINE
NAPILAP OLVASÁS



Vezető hagyományos médiumok

Print



A legolvasottabb és egyben leghitelesebb hetilap a **HVG**, napilapból a **Világgazdaság** a legnépszerűbb. A **Szép Házak** és a **Lakáskultúra** a legismertebb és legolvasottabb lapok között van, ugyanakkor az üzleti tájékozottsághoz kevésbé járulnak hozzá – ezt a listát továbbra is az **Adó** magazin vezeti.

Televízió



A legismertebb és legnézettebb **RTL Klub**bal szemben a Pesti TV képviseli a másik végletet. Napi nézettségben a **TV2** van a második és az **M1** a harmadik helyen. Információértékben valamennyi hazai adót jelentősen megelőzik a **külföldi hírcsatornák** (CNN, CNBC, BBC, Euronews stb.).

Rádió



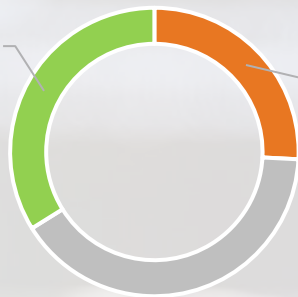
A rádiók hallgatottsági rangsora: **Retro**, **Petőfi** és **Rádió1**. A három top versenyző ismertségben is a lista elején áll, 95% feletti értékekkel. Az üzleti tájékozottsághoz az **Inforádió** járul hozzá leginkább, megelőzve a **Kossuth** rádiót és a **Trend FM**-et.

A klasszikus média új kihívói

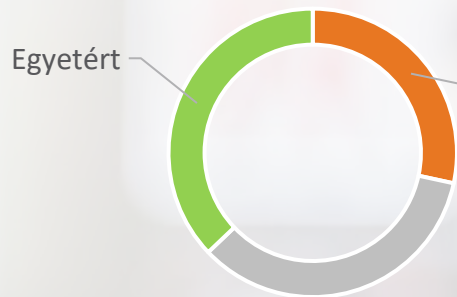


A LINEÁRIS TÉVÉZÉS
KORA HAMAROSAN
LEJÁR

Egyetért



Nem ért
egyed



Nem ért
egyed

A HAGYOMÁNYOS
RÁDIÓ HELYÉT ÁTVESZIK
AZ ONLINE RÁDIÓK



Podcast

Az üzleti döntéshozók kb. harmada követ podcast adásokat. A legnépszerűbb podcastok a **hírek és politika** kategóriába tartoznak, amelyet az üzlet és technológia, majd a zene követ. A vezetők fele még sosem hallott a podcastokról.



VOD és SVOD

A **Netflix** és az **HBO GO** mind ismertségben, mind használatban kiemelkedik a rivalizáló szolgáltatók közül. A legsikeresebb hazai VOD az **RTL Most** az üzleti döntéshozók körében. A VOD használat a célcsoport felére jellemző.



Social Media

A hazai menedzserek közösségi média használatát a **Youtube** és a **Facebook** dominálja. A **LinkedIn**-t a vezetők negyede használja, harmada egyáltalán nem ismeri.

Vagyontárgyak, megjelenés és presztíz

E-autók

Húsból egy üzleti döntéshozó használ hibrid autót.

Ugyanekkora az e-autó-használat aránya is. 5-5% tervez részben vagy egészében elektromos autó beszerzést.



Megújuló energia

A menedzserek otthonainak negyede van felszerelve napelem rendszerrel, napkollektorral, minden huszadik vezető tervez beszerzést rövid távon. A cégek több, mint fele odafigyel a fenntarthatóságra.



Öltözködés

A topmenedzserek harmada törekszik rá, hogy megjelenése tükrözze pozícióját. Felsővezetői körben a Tommy Hilfiger a vezető divatmárka, 15% keresi a designer márkákat is.



Vagyon

Életbiztosítással a vezetők fele, kötvénnyel, állampapírral, valamint önkéntes nyugdíjpénztári tagsággal harmada rendelkezik. Luxusórája minden tizedik vezetőnek van.



**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

