inspira VISIONARY RESEARCH

HOGYAN LÁTJUK ŐKET, ÉS MILYENEK VALÓJÁBAN?

18-25 ÉVESEK

2022/06/09

Central Médiacsoport

A KUTATÁSRÓL RÖVIDEN…

MÓDSZERTAN

„Peer party” csoportok: 3 db (1 minicsoport 3-5 fős társaságból áll), kortárs moderátorral, kötetlen beszélgetés vezérfonal alapján

- ✓ **1. Budapesti 20-24 éves fiúk**
- ✓ **2. Budapesti 18-20 éves lányok**
- ✓ **3. Budapesti 21-24 éves lányok**

Mintakialakítási szempontok a célcsoporton belül: korcsoport, nem, településtípus, régió

- **Mintaelemszám: 500 fő – 18-25 éves korosztályra reprezentatív minta**
- **Kérdőív hossza: kb. 20 perces**

LEGGYAKRABBAN EMLÍTETT HÍRESSÉGEK, AKIKRŐL INFRORMÁCIÓKAT KERESTEK

Top15 említés a 18-25 éves férfiak körében az összes 18-25 éves férfi %-ában
Bázis: összes 18-25 éves férfi [n=258]

Top15 említés a 18-25 éves nők körében az összes 18-25 éves nő %-ában
Bázis: összes 18-25 éves nő [n=242]

APPLIKÁCIÓK GYAKORISÁG - FIÚK, LÁNYOK EGYBEN

A fiúk körében népszerűbbek a kevésbé ismert, kisebb piacrészesedéssel bíró közösségi platformok is, míg a lányok inkább használják a már jól ismert, bejáratott közösségi oldalakat. Más tényezőknek nincs hatása a közösségioldal-választásra

F10. Milyen gyakran szoktad az alábbi felületeket/ applikációkat használni?
Soronként egy válasz jelölhető.
Bázis: összes válaszadó [n=500]

A 18-25 éves fiatalok %-ában.
Adatfelvétel: 2022. május 16-30.

MENŐ MÁRKÁK | NEMEK SZERINT: TAROL A SPORTRUHÁZAT!

A Nike, az Adidas és a Puma toronymagasan besöpörte mind a női, mind a férfi képzeletbeli dobogót! Az FMCG-piac márkái nem kerültek be a top15-be, de ami ennél is meglepőbb, az **az autómárkák hiánya**.

Top15 brand a 18-25 éves férfiak körében az összes 18-25 éves férfi %-ában
Bázis: összes 18-25 éves férfi [n=258]

Top15 brand a 18-25 éves nők körében az összes 18-25 éves nő %-ában
Bázis: összes 18-25 éves nő [n=242]

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

inspira VISIONARY RESEARCH

1132 Budapest
Váci út 18.
www.inspira.hu

© 2015 Inspira Research Kft. All rights reserved.