

Médiapiaci trend jelentés 2023  
**Sugatagi Gábor, NMHH**

Az elmúlt két évben gyors ütemben tört előre a mozgóképes tartalomszolgáltatásban a streaming (például míg 2020-ban 14% nézte a Netflixet, 2022-ben már 30%, a tavaly indult Disney+ pedig rögtön 14%-os felhasználói aránnyal kezdett). Egyelőre a lakosság kisebb része tehát streamingfogyasztó, a szolgáltatásra előfizetőknél viszont már manapság is lényegében fele-fele a tévzésre, illetve a lekérhető tartalomra fordított idő. Kik fizetnek elő streamingre, mennyit költenek erre, mennyi növekedési potenciál van még a szolgáltatásban és hogyan érinti ez a lineáris televíziózást?

A mozgóképes szórakozással szemben csekély az aktuális és potenciális érdeklődés is a fizetős hírfogyasztás iránt. Mi ennek az oka, és mégis mivel lehetne előfizetőket toborozni?