



VÁROSI KUTATÁS

JCDecaux Hungary budapesti reprezentatív kutatása

BUDAPEST
2023. MÁRCIUS-ÁPRILIS

*A kutatás a JCDecaux Hungary megbízásából készült és felhasználni, hivatkozni a JCDecaux megjelölésével és hozzájárulásával lehetséges.
Online, önkitöltős Budapesti lakosokra reprezentatív korra, iskolai végzettségre (N=504),
Budapesten kívüliekre szintén reprezentatív nemre, korra, településre, iskolai végzettségre, és
legalább kéthavonta járnak Budapesten (N= 358).*

FŐBB KONKLÚZIÓK

A város legfőbb **vonzereje**, hogy **minden van, minden elérhető és jó a tömegközlekedés is**.
Amit **kevésbé kedvelnek** a városban az a **kosz, a tömeg, a rossz levegő és az emberek magatartása**.

Az **épületektől, parkoktól és az emberek sokféleségétől** lesz élő Budapest. A város élhetőségében nagy szerepe van a jó közlekedésnek, a szolgáltatások és emberek sokszínűségének.
A budapestiek szerint **élhetőbb lenne, ha javulna a közbiztonság, a levegő minősége, az emberek mentalitása, illetve ha a közlekedés még hatékonyabb / dugómentes lenne**.

Nem meglepő módon a **fenntarthatóság nagyon fontos** a budapestiek számára, de ez alatt most „még csak” a sok zöld felületet értik elsősorban. Véleményük szerint attól lenne még fenntarthatóbb a város, ha szigorúbb lenne a tisztaság terén.

A tömegközlekedés népszerű a budapestiek körében.
Egy budapesti tömegközlekedőnek egy átlagos napon 60 perce megy el tömegközlekedésre. Ennél több időt 40% tölt el ilyen módon.

FŐBB KONKLÚZIÓK

A tömegközlekedési eszközre várakozók fele vagy olvasgat a mobilján, vagy nézegeti az embereket és a környezetet.

23% tölti el az időt hirdetések nézésével, olvasásával. A 18-29 évesek körében ez az arány 49%, a Rajongók esetében 30%.

Mindent egybevetve, a budapestiek 43%-a mindig vagy gyakran nézi meg az „útba eső” közterületi hirdetéseket, míg további 46%-uk alkalmasszerűen (amennyiben felkeltik a figyelmét).

A budapest 18-29 évesek 66%-a nézi meg mindig vagy gyakran a hirdetéseket.

A megállóban lévő reklámok a legnépszerűbbek.

A legfiatalabb korcsoportban a megállókra szabott innovatív megoldások tetszése kiugró.

Az innovatív közterületi megoldásokra a fiatalok a legnyitottabbak.

Minden második budapesti szerint jó lenne, ha a **tömegközlekedéssel, várakozással eltöltött időt szórakoztatóbbá, érdekesebbé** tennék számukra.

„Tanulságos” és informatív néznivalók, olvasnivalók és zene lehet a legkedveltebb „szórakozás” a várakozás alatt.

Budapest szerethető oldala



Budapest legkedveltebb oldala az, hogy itt minden könnyen elérhető. Az **elérhetőséghez** kapcsolódó valamilyen attribútumot összesen 92% jelölt (minden elérhető, kultúra, szolgáltatások, megközelíthetőség).

A válaszadók fele szerint a város előnye a jó **tömegközlekedés** (51%).

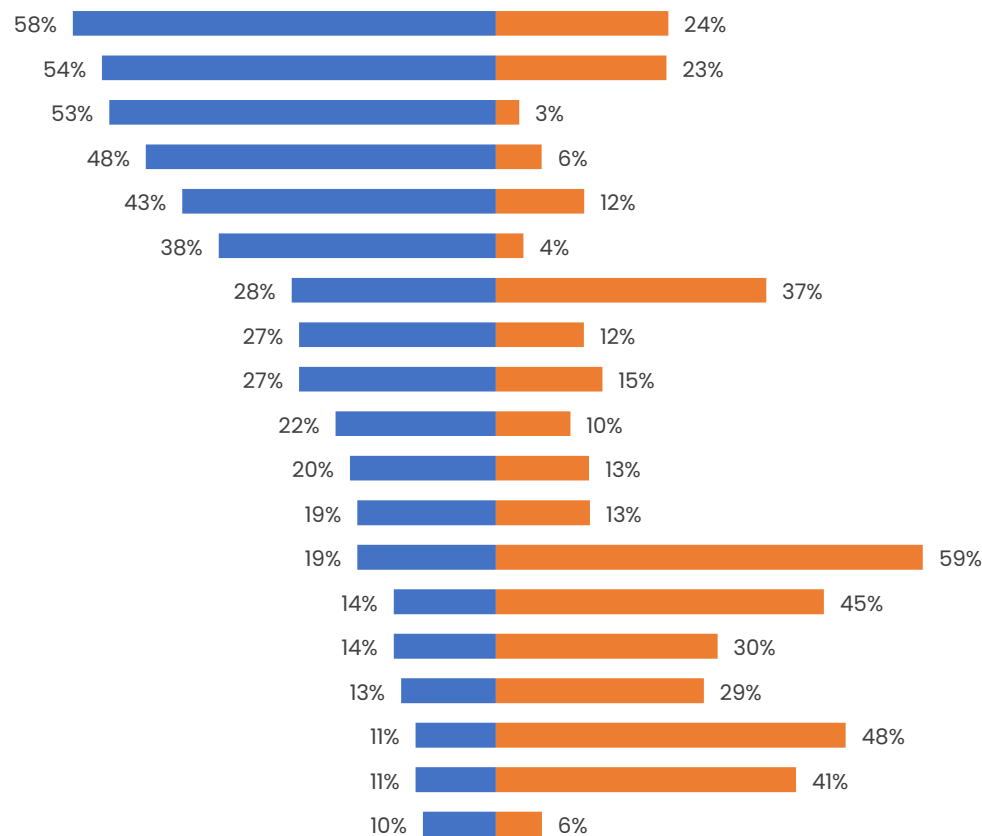
Szintén népszerűek Budapest **lehetőségei** körébe tartozó attribútumai: szabadság, önmegvalósítás, oktatás és munkalehetőségekhez való hozzáférés. Mindösszesen 75% jelölt legalább egy ilyen szempontot. A **lehetőségeket** különösen a **fiatalabb** korosztály emelte ki.

Élhető város

MITŐL ÉLHETŐ MA BUDAPEST?

ÉS MITŐL LENNE MÉG ÉLHETŐBB?

- hatékony tömegközlekedés
- parkok, zöld területek
- éttermeék, kávézók nagy választéka
- turisztikai látványosságok
- kulturális sokszínűség
- alternatív közlekedési eszközök elérhetősége (pl. MOL Bubi / Limo)
- szép, praktikus közterek
- bicikli utak / egyszerű kerékpáros közlekedés
- könnyű tájékozódást segítő jelrendszer / mobilapplikációk
- speciális közlekedési alkalmazás, ami segíti elkerülni a dugókat
- speciális közlekedési alkalmazás, ami segíti elkerülni a tömeget
- ingyenes wifi / internet pontok
- jó közbiztonság
- nagyvároshoz képest jó levegő
- mélygarázsok a parkolás könnyítésére
- nagy, levegős terek / szélcsatornák
- emberek nyitottsága, kedvessége
- hatékony közlekedés irányítás a dugók elkerülésére
- elektromos autó töltőhelyek



Az élhetőséget jelenleg elsősorban a **tömegközlekedés**, a **zöld környezet**, a **szolgáltatások** és a **kulturális értékek**, látnivalók biztosítják.

További fejlődést elsősorban a **biztonsági, higiéniai** hiányosságok csökkentése és az **emberi** hozzáállás változása tudná biztosítani, de a még **hatékonyabb közlekedésnek** is fontos szerepe lenne.

A város, ahol jól érzik magukat

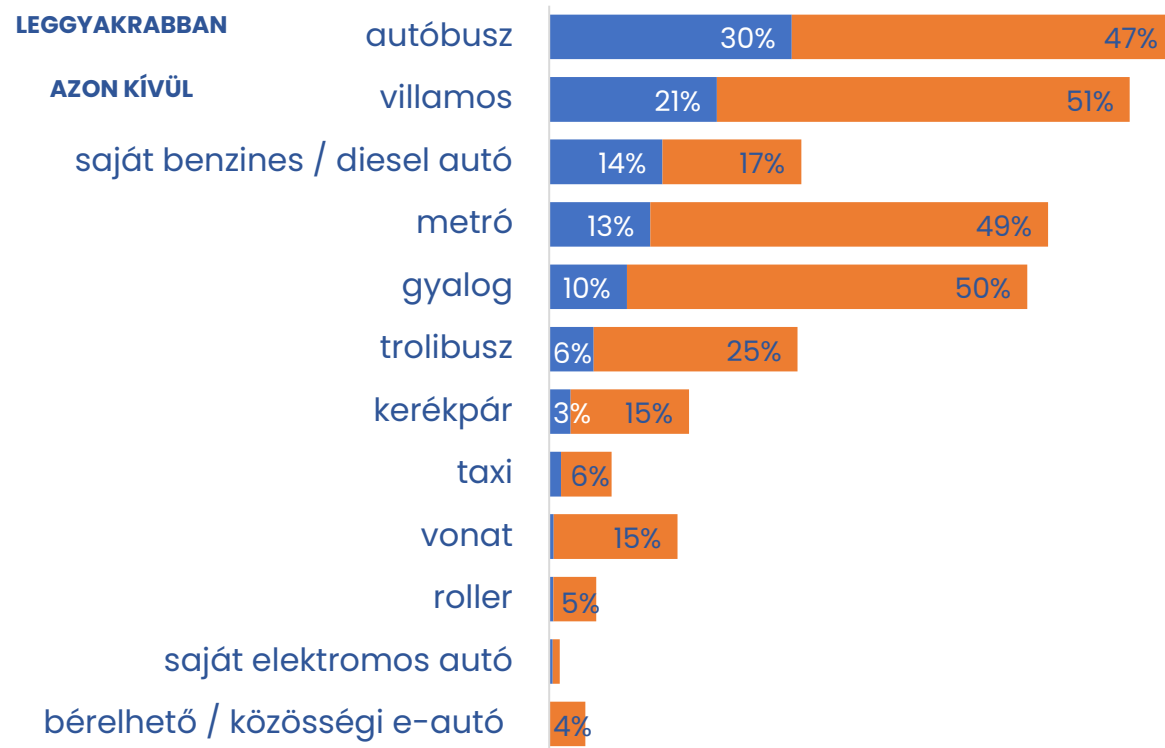


A jó érzéshez főként **higiéniás** tényezők járulnak hozzá (nyilvános wc-k, elérhető kukák) de a **tömegközlekedés** tökéletesítése is fontos lenne a válaszadók közel kétharmada számára..

További „**wellbeing**” elemek (padok, pihenőhelyek, ivókutak) szintén sokak számára lényegesek.

- A „**wellbeing**” a **legfiatalabbaknál** jelent meg a legjellemzőbbként.

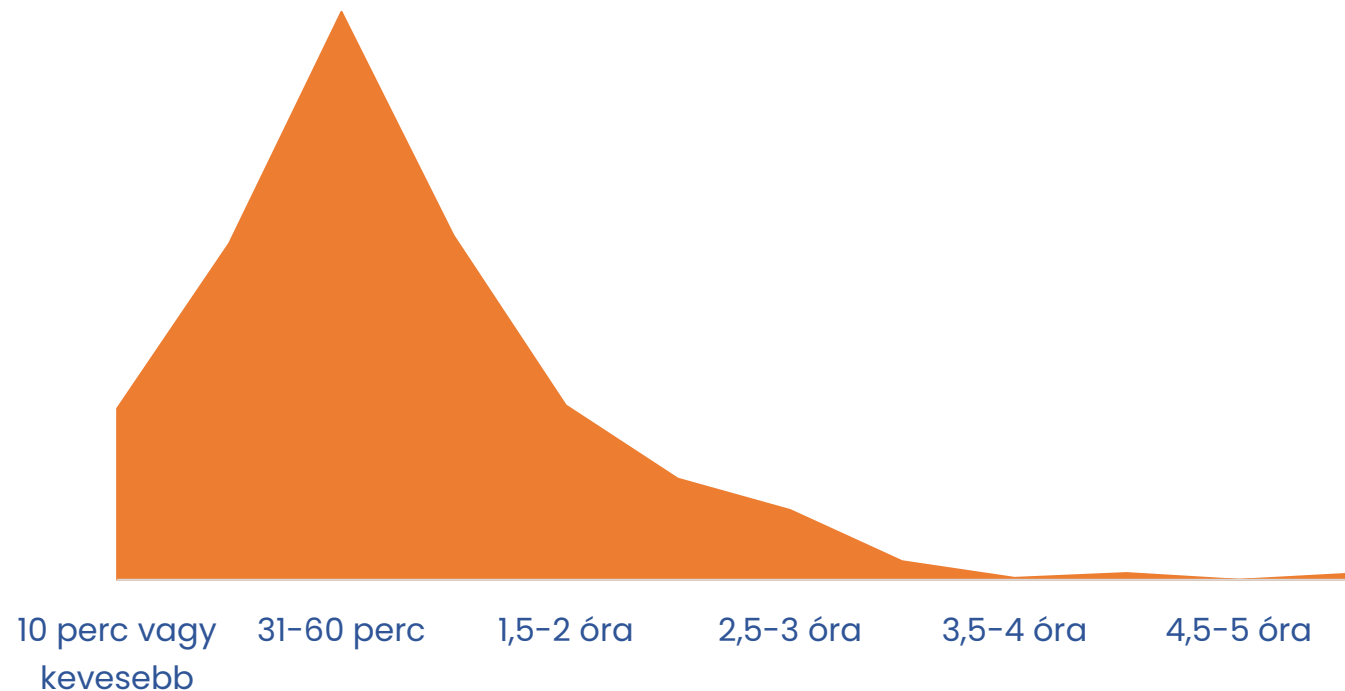
Közlekedés Budapesten



A budapestiek 69%-ban **tömegközlekedési** eszközt használnak leggyakrabban, különösen a **legfiatalabb** korosztály (79%).

A „Nem kedvelők” átlag feletti aránya jár autóval (leggyakrabban: 19%, és még: 22%).

Tömegközlekedéssel töltött idő



A válaszadók egyharmada 30 percnél kevesebbet, szintén egyharmada 30 és 60 perc közötti időt tölt közlekedéssel. Napi **egy óránál többet 40% tölt** tömegközlekedéssel.



Tömegközlekedésre várva



A válaszadók fele vagy olvasgat a mobilján, vagy nézegeti az embereket és a környezetet.

Egynegyed részük (23%) a hirdetések nézésével, olvasásával tölti a várakozási idejét. A legfiatalabb korosztályban (49%) és a **Rajongók esetében (30%) ez az arány még magasabb .**

A járművön ülve



Nézi az utcákat
57%



Olvas,
böngészik a
mobilján
57%



Nézi az
embereket
43%



Bambul,
bóbiskol
30%



Olvas
könyvet,
újságot
27%



Nézi a
hirdetéseket
20%



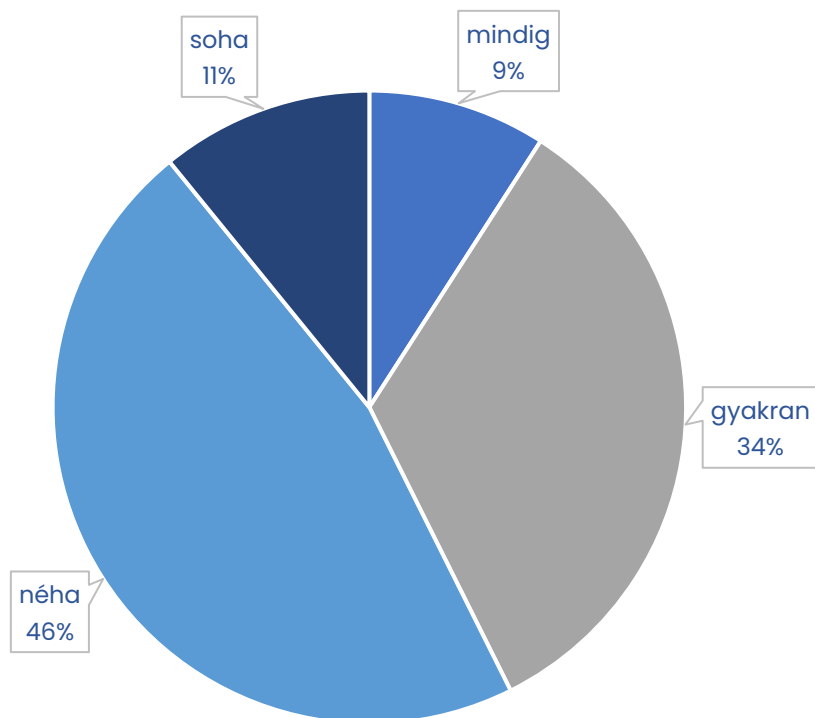
Telefonál
17%



Beszélget
14%

Utazás közben ugyancsak az **utcákat** vagy a **telenjüket** nézik legtöbben.
Hirdetésekre a válaszadók ötöde (20%) figyel, ez az arány több, mint a duplája a **legfiatalabb** csoportban (45%)

Hirdetések nézegetése



43% **mindig, vagy gyakran** nézeget hirdetéseket utcán, megállókban, járműveken.

a **legfiatalabb** csoportban ez még magasabb arányú (66%),

Legyen-e szórakoztatóbb a várakozás?

Szükséges



52%

Nem szükséges



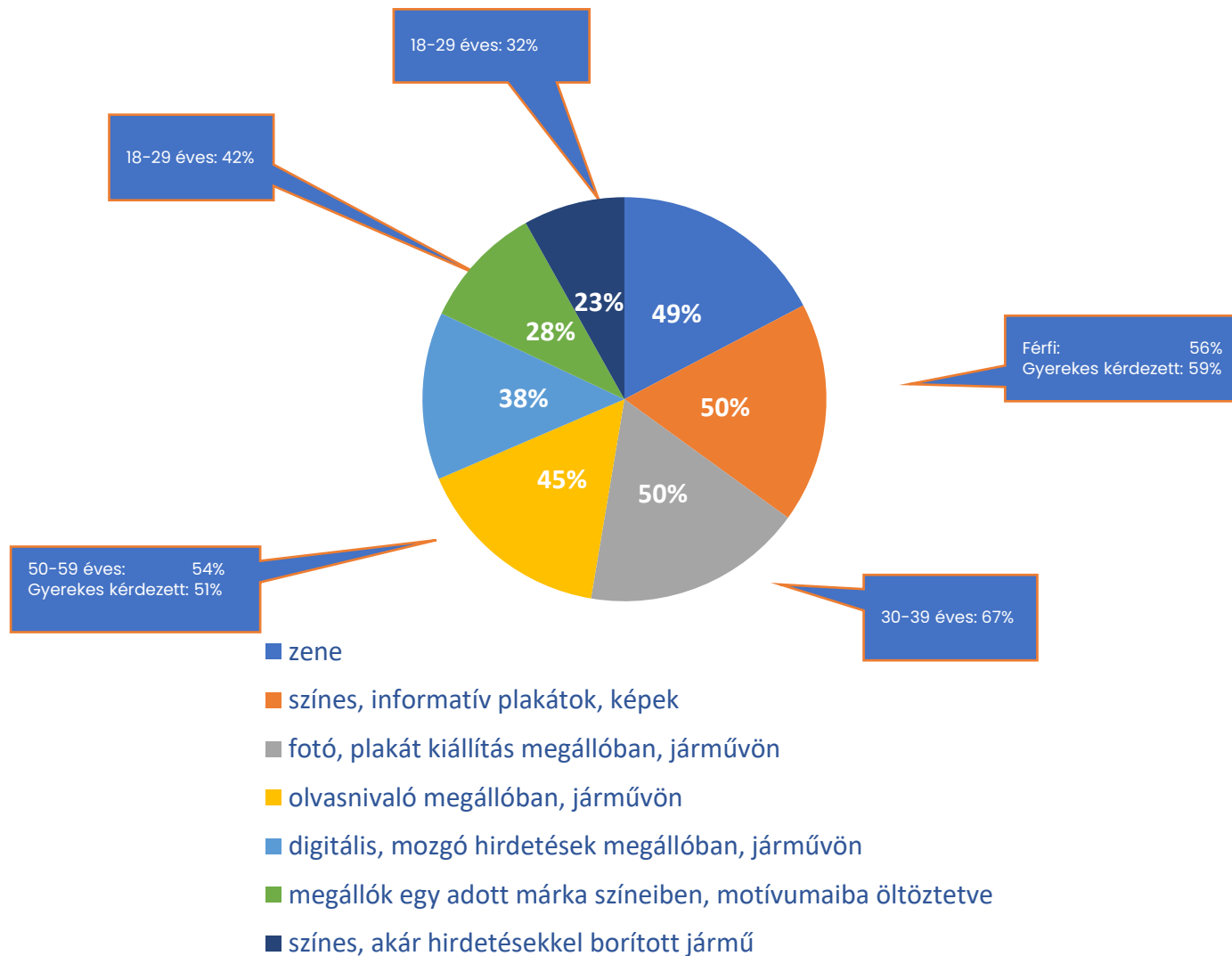
48%

18-29 évesek: 63%
Rajongók: 59%

Minden második budapesti szerint jó lenne, ha a tömegközlekedéssel, várakozással eltöltött időt szórakoztatóbbá, érdekesebbé tennék számukra.
A **legfiatalabbak** körében **átlagnál magasabb** az igény erre.

Ami feldobná a várakozást

„Tanulságos” és informatív néznivalók, olvasnivalók és zene a három leginkább igényelt megoldás a várakozás alatt.



INNOVATÍV MEGOLDÁSOK – A KÖZÖNSÉG SZEMÉVEL



A megállókra szabott innovatív megoldások a budapestiek véleménye szerint azon kívül, hogy felkeltik a figyelmet a hirdetés tárgya iránt, a várakozással töltött időt is segít eltölteni és a **várost is vidámabbá teszik.**

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!