

**Ha apróhirdetés, akkor Jófogás, ha ingatlanhirdetés, akkor ingatlan.com**  
**Szegmentáció az online apróhirdetési piacon, fókuszban az ingatlanhirdetések**

©2018 eNET. Minden jog fenntartva



## Tartalomjegyzék

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Az online apróhirdetési piac  | 3  |
| 1.1 | A piac meghatározó szereplőinek harca                                 | 3  |
| 1.2 | Jelenlegi helyzet   | 3  |
| 1.3 | Hirdetések száma és frissessége                                       | 4  |
| 1.4 | Hirdetések összetétele  | 5  |
| 1.5 | Látogatottság   | 6  |
| 1.6 | Üzemi üzleti eredmény   | 7  |
| 1.7 | Csak egy maradt   | 7  |
| 2   | Az online ingatlanhirdetési piac                                      | 8  |
| 2.1 | Hirdetések száma és frissessége                                       | 8  |
| 2.2 | Látogatottság   | 10 |
| 2.3 | Üzemi üzleti eredmény   | 11 |
| 2.4 | 2018 nyarán az online ingatlanhirdetési piac vezetője az ingatlan.com | 11 |

Az eNET a Budapesti Corvinus Egyetem Infokommunikációs Tanszékével több alkalommal is vizsgálta már az online apróhirdetési piacot:

- eNET-BCE – [Az online apróhirdetési piac nem is olyan apró](#), 2013. szeptember
- eNET-BCE – [Csak egy maradhat - harc az online apróhirdetési piacon](#), 2014. április
- eNET-BCE – [Apró óriások – harc az apróhirdetési piacon](#), 2015. február

Az online apróhirdetési piac az utóbbi időszakban igencsak mozgalmas éveket élt meg: felvásárlások, márkanév-váltás, a piac uralmáért folytatott harc és a magyar piacról történő kivezetés tarkította történetét, miközben akadt olyan részterület is – az ingatlanhirdetés –, ami a gazdasági változások miatt is igencsak nekilendült, így indokolttá vált az önálló vizsgálata is. De vajon hol tart most a hazai online apróhirdetési piac, ezen belül is az ingatlanhirdetések piaca? – ezt vizsgálta az eNET-BCE friss, 2018. júniusi kutatása.

## 1 Az online apróhirdetési piac

### 1.1 A piac meghatározó szereplőinek harca

A hazai online apróhirdetési piacot 2011 és 2015 között elsősorban a két legnagyobb szereplő, a Jófogás és az Apród – később OLX – elsőségért folytatott versengése határozta meg. A felhasználókért folytatott hajszában a Schibsted Classified Media Hungary Kft. tulajdonában lévő Jófogás, és az Allegro Group (a dél-afrikai Naspers lengyel leányvállalata) érdekeltségébe tartozó OLX esetében is elszabadultak a marketingköltségek, ezzel mindkét cég jelentős veszteséget generált. Az eNET-BCE korábbi kutatása szerint 2015 februárjában a versenyben még az OLX állt nyeresre: mind a hirdetések száma, mind azok frissessége és összetétele alapján is egyértelműen a magyarországi online apróhirdetési piac vezetője volt. Sokak meglepetésére azonban a „nagyok csatája” az OLX magyarországi piacról történő kivezetésével végződött. A két szereplő leosztotta egymás közt a piacot: a Naspers eladta a Schibstednek a magyar szolgáltatását, a Schibsted pedig cserébe feladta a román és a portugál piacait. Mivel a tranzakció időpillanatában mindkét cég árbevétele bőven 500 millió forint alatt volt, így GVH engedély nem volt szükséges a megállapodáshoz.

### 1.2 Jelenlegi helyzet

Az OLX hazai piacról történő kivezetésével a Jófogás gyakorlatilag komoly versenytárs nélkül maradt. A piacon persze más szereplők is megtalálhatóak, azonban az kérdéses, hogy ezek mennyire tudtak az OLX helyére lépni, mennyiben tekinthetők a Jófogás potenciális konkurenciájának. Az eNET-BCE friss kutatása során a Jófogás, a Startapró és a Topapró eredményeit az eNET-BCE által 2013-ban kidolgozott módszertan mérőszámaival hasonlította össze.

Alaphelyzetben egy működő üzleti modellel bíró vállalat teljesítménye legkönnyebben és legszembetűnőbben a pénzügyi eredményeivel lenne igazolható, azonban a hazai online apróhirdetési piacon, a módszertan 2013-as kidolgozásakor tapasztalható viszonyok között ez nem vezetett volna reális értékeléshez, mivel az adott weboldalak üzemeltetői akkor még nem rendelkeztek komoly bevétellel. Pénzügyi jellegű elemzési lehetőségek hiányában az eNET-BCE egy olyan sokrétű módszertant dolgozott ki 2013 őszén, mely objektív szempontok alapján képes értékelni a szereplőket.

A módszertan kidolgozása során figyelembe kellett venni, hogy nincs két egyforma hirdetés sem tartalmi, sem minőségi szempontból. Egy hirdetés hatékonysága – a meghirdetett termék gyors eladása – számos tényezőtől függ, beleértve az elérhető képek minőségét és mennyiségét vagy éppen a hirdetés szövegének a teljességét. Ebből a szempontból az eladási hatékonyságra vonatkozó lakossági kutatások eredményei az oldalak közötti hatékonyság összehasonlításáról nem adhatnak reális képet, mivel nem garantálható, hogy a megkérdezettek hirdetéseit azonos színvonalat képviselnek. Az eNET-BCE módszertana ezért olyan mutatószámokra koncentrál, amelyeket nem befolyásolnak a hirdetés minőségi tényezői, így objektíven képes értékelni a szereplők tevékenységét. A tanulmány az alábbi linken érhető el: [eNET-BCE – Az online apróhirdetési piac nem is olyan apró](#)

### 1.3 Hirdetések száma és frissessége

A hirdetések összesített számát tekintve egyértelmű a Jófogás dominanciája: 2018. június 19-én az oldalon összességében 1 802 424 hirdetés szerepelt, míg a Startapró esetében 303 433, a Topapró esetében pedig 3 190 volt a hirdetések száma.

| Az oldalakon szereplő összes hirdetés száma |           |           |         |
|---|-----------|-----------|---------|
| Dátum                                       | Jófogás   | Startapró | Topapró |
| 2016. június                                | 2 245 092 | 149 508   | 12 284  |
| 2017. június                                | 1 935 397 | 155 724   | 8 877   |
| 2018. június                                | 1 802 424 | 303 433   | 3 190   |

1. táblázat A Jófogás, a Startapró és a Topapró hirdetési állománya 2016, 2017 és 2018 júniusában  
 Forrás: Wayback Machine (az oldalon elérhető júniusi napok szerint), eNET saját gyűjtés

A vizsgált időszakban a Jófogás hirdetéseinek a száma 2016-hoz képest több mint 442 ezerrel, a Topapró hirdetéseit pedig közel 9 100-zal csökkent. Bár a Startapró hirdetésszáma 2016 júniusához képest megduplázódott, ezzel együtt sem sikerült megközelítenie a Jófogásét.

Ahogy azt az eNET-BCE korábbi kutatásai is kimutatták, a hirdetések számán túl természetesen azok frissessége is döntő fontosságú, hiszen az, hogy melyik hirdetés aktuális még, mind a vevő, mind pedig az eladó szempontjából meghatározó tényező. A vevők számára nyilvánvalóan csak a releváns, tehát még élő hirdetések érdekesek, így a már aktualitásukat veszített hirdetések elkerülése hatékonyabbá teszi a keresési folyamatukat. Eladói oldalról nézve pedig a nem releváns hirdetések elveszik a vevők figyelmét a saját élő hirdetésről, így számukra szintén az az előnyös, ha a rendszerből törlésre kerülnek a már nem aktuális hirdetések. Éppen ezért a Jófogás 2014-ben változtatott hirdetési politikáján és a 90 napnál régebbi hirdetéseket kommunikációjuk szerint archiválták az oldalon. Ennek ellenére az eNET-BCE korábbi kutatásai szerint 2014-ben több mint 100 ezer három hónapnál régebbi hirdetés szerepelt aktív státuszban az oldalon, 2015-ben pedig 9 451 darab. A jelenlegi helyzetet tekintve szintén elmondható, hogy az [irányelvek](#) nem mindig találkoznak a valósággal: a 2018. júniusi állapot szerint a Jófogás hirdetésállományában 18 507 darab három hónapnál régebbi hirdetés szerepelt, amely a duplája a 2015-ös, 90 napnál régebbi hirdetésszámnak. A legfrissebb (0-7 napos) hirdetésekkel a Startapró bír, bár ebben a kategóriában feleannyi hirdetéssel rendelkezik, mint a Jófogás. A három

hónapnál régebbi hirdetések aránya szintén a Startapró állományában a legmagasabb az online apróhirdetési oldalak között.

| Hirdetések frissessége |                  |                |                  |                |                  |                |
|------------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
|                        | Jófogás          |                | Startapró        |                | Topapró          |                |
|                        | hirdetések száma | részesedés (%) | hirdetések száma | részesedés (%) | hirdetések száma | részesedés (%) |
| <b>0-7 nap</b>         | 107 61           | 5,94%          | 53 161           | 17,53%         | 352              | 11,11%         |
| <b>8-14 nap</b>        | 164 448          | 9,13%          | 38 368           | 12,65%         | 481              | 15,15%         |
| <b>15-30 nap</b>       | 382 773          | 21,24%         | 23 091           | 7,61%          | 989              | 31,19%         |
| <b>31-60 nap</b>       | 599 264          | 33,26%         | 89 299           | 29,45%         | 1 342            | 42,29%         |
| <b>61-90 nap</b>       | 529 870          | 29,41%         | 20 319           | 6,70%          | -                | -              |
| <b>90 napon túl</b>    | 18 507           | 1,03%          | 79 004           | 26,05%         | 8                | 0,26%          |
| <b>Összesen</b>        | <b>1 801 923</b> | <b>100%</b>    | <b>303 242</b>   | <b>100%</b>    | <b>3 172</b>     | <b>100%</b>    |

**2. táblázat A Jófogás a Startapró és a Topapró oldalakon szereplő hirdetések frissessége 2018.júniusi állapot szerint**  
**Forrás: eNET-BCE saját gyűjtés**

A Startapró és a Topapró oldalaikon nem tették közzé, hogy a hirdetések hány napig maradnak aktívak. A hirdetések duplikálása – csakúgy, mint a Jófogásnál – a Startapró esetében is tiltott. Az általános apróhirdetési piac harmadik legnagyobb szereplőjének, a Topaprónak a honlapján azonban a 2018 júniusában sem az üzemeltetőről, sem a működési elvekről nincsenek információk.

#### 1.4 Hirdetések összetétele

Az online apróhirdetési piacon négy kategóriát lehet kiemelni, amelyek iránt hagyományosan magasabb érdeklődés mutatkozik, mint mások iránt. Ezek az ingatlan, az állás, a jármű, valamint a társkeresés kategória. Az említett négy kategóriára külön hirdetési részpiacok is épültek, így ezekben a szegmensekben a Jófogásnak, a Startaprónak és a Topaprónak nemcsak egymással, hanem a specializálódott szereplőkkel is versenyezniük kell.

| Jófogás                      |                  | Startapró                    |                  | Topapró            |                  |
|------------------------------|------------------|------------------------------|------------------|--------------------|------------------|
| kategória                    | hirdetések száma | kategória                    | hirdetések száma | kategória          | hirdetések száma |
| ingatlan                     | 182 783          | ingatlan                     | 54 542           | jármű              | 100              |
| otthon, háztartás            | 357 331          | autó, jármű, gép             | 105 000          | ingatlan           | 337              |
| műszaki cikk, elektronika    | 180 484          | állás                        | 20 672           | állat              | 233              |
| szabadidő, sport             | 311 587          | szolgáltatás                 | 12 106           | bútor, ruha        | 458              |
| divat, ruházat               | 319 087          | elektronikai és műszaki cikk | 9 556            | elektronika, hobbi | 228              |
| üzlet, szolgáltatás          | 16 612           | otthon kert, építkezés       | 23 255           | építőanyag, gép    | 385              |
| baba-mama                    | 99 870           | hobbi, szabadidő             | 17 804           | növény, takarmány  | 31               |
| jármű                        | 308 272          | ruha, szépség, egészség      | 9 392            | szolgáltatás       | 1005             |
| állásajánlatok, álláskeresés | 26 398           | baba, mama                   | 29 490           | állás, oktatás     | 405              |
| összesen                     | 1 802 424        | állat, növény                | 2 813            | társkeresés        | 8                |
|                              |                  | erotikus                     | 15 646           | összesen           | 3190             |
|                              |                  | egyéb                        | 3 157            |                    |                  |
|                              |                  | összesen                     | 303 433          |                    |                  |

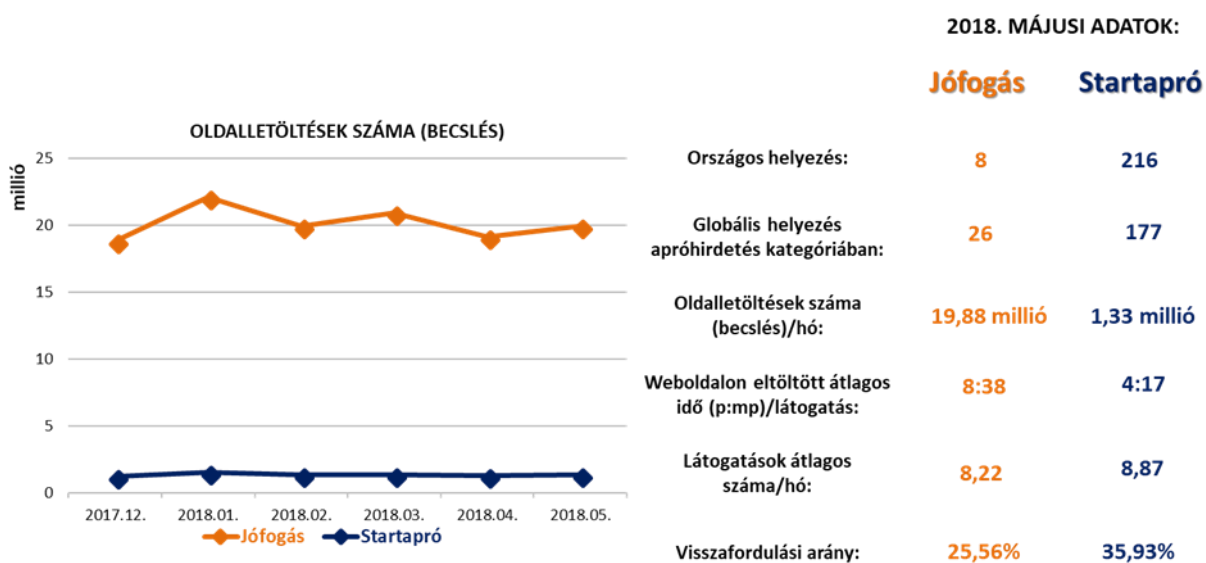
**3. táblázat A Jófogás, a Startapró és a Topapró hirdetéseinek összetétele 2018.06.18-i állapot szerint**  
**Forrás: eNET-BCE saját gyűjtés**

A hirdetések összetétele alapján a Jófogás az ingatlan, az állás és a jármű kategóriában is jóval több hirdetéssel bír, mint konkurencsei. Társkeresés kategória viszont egyáltalán nem található az oldalon. Bár a hirdetések összetétele több esetben is különbözik a három vizsgált oldal esetében, ennek ellenére is megállapítható, hogy azokban a termék kategóriákban, amelyek szerepelnek a Jófogáson, a hirdetések száma jóval magasabb, mint a versenytársak hasonló kategóriáiban. Mindez persze nem is meglepő, hiszen a Jófogáson található egy-egy kategória hirdetésszáma több esetben önmagában is meghaladja a konkurencsei összesített hirdetésszámát.

### 1.5 Látogatottság

A látogatottsági adatok összegyűjtésénél a korábbi kutatáshoz hasonlóan az eNET-BCE 2018-ban is a 2013-ban indult *Similar Web* forgalomfigyelő szolgáltatás által nyújtott ingyenesen hozzáférhető, így bárki által szabadon ellenőrizhető adatokat használta fel. (A három vizsgált oldal közül a legkisebb hirdetésszámmal rendelkező Topapró adatai nem szerepelnek az oldalon, így a látogatottság mérése csak a Jófogás és a Startapró esetében volt lehetséges.)

A mérések eredményei szerint a Jófogás látogatottsága a vizsgált időszakban mindvégig messze meghaladta a Startapróét, a köztük lévő különbség érdemben nem változott. 2018 májusában a Jófogás 19,88 millió, a Startapró pedig 1,33 millió oldalletöltést ért el.



4. táblázat A Jófogás és a Startapró internetes látogatottsági adatai  
 Forrás: Similar Web, (www.similarweb.com), 2018.06.25

A Similar Web a pontos látogatói adatokba nem nyújt betekintést, képzett mutatószámok alapján pontozza és rangsorolja az oldalakat, és ezekből alakítja ki az oldalak közötti sorrendet országos és globális viszonylatban. A májusi adatok alapján a Jófogás országosan 8., az apróhirdetési kategóriában globálisan pedig 26.; míg a Startapró ugyanezen szempontok alapján 216., illetve 177. helyezést ért el.

Az oldalon eltöltött átlagos idő a Jófogás esetében 8 perc 38 másodperc volt látogatásonként, ami arra utal, hogy a felhasználók szívesen böngésznek, barangolnak a különböző keresési eredmények között. A Startapró esetében az oldalon töltött idő ennek a felét sem érte el, 4 perc 17 másodperc volt.

## 1.6 Üzemi üzleti eredmény

Az üzemi üzleti eredmény alapján nem lehetséges a szereplők teljesítményének megítélése, mivel mindhárom esetben a tulajdonos érdekeltségi körébe nemcsak az adott apróhirdetési oldal, hanem a portfólió egyéb elemei is beletartoznak. Kimondottan csak a három vizsgált oldalra vonatkozó eredménykimutatás így nem áll rendelkezésre. Az eNET-BCE korábbi online apróhirdetési piacot vizsgáló kutatásaiból kiderült, hogy a Jófogást üzemeltető Schibsted, 2014 és 2015 során is több mint 1 milliárd Ft-os veszteséget generált. A használt gépjárművek online kereskedelmére szakosodott hirdetési portál, a Használtautó.hu-t működtető Használtautó Kft. 2014-es felvásárlása ellenére sem lett nyereséges a Schibsted, a hatalmas nyereséget termelő gépjármű apróhirdetési oldal portfólióba kerülése sem tudta ellensúlyozni a Jófogás.hu által generált üzemi veszteséget. Bár a Schibsted vesztesége 2016-hoz képest csökkent, 2017 során még mindig nem sikerült nyereséget termelnie.

|   | Schibsted Classified Media Hungary Kft. (Jófogás)<br>(ezer Ft) |           | Central Digitális Média Kft. (Startapró)<br>(ezer Ft) |           | RUSSMEDIA Lapkiadó, Információs és Kulturális Kft./ Inform Média Lapkiadó Kft. (Topapró)<br>(ezer Ft) |           |
|---|--|-----------|---|-----------|---|-----------|
|   | 2016   | 2017      | 2016  | 2017      | 2016  | 2017      |
| <b>Értékesítés nettó árbevétele</b>       | 1 181 009  | 2 415 064 | 3 517 253   | 3 137 187 | 5 104 247   | 5 610 800 |
| <b>Igénybe vett szolgáltatások értéke</b> | 1 297 150  | 1 284 837 | 1 898 438   | 2 123 358 | 1 448 213   | 1 406 836 |
| <b>Üzemi tevékenység eredménye</b>        | -966 997   | -64 289   | 441 565   | 669 022   | 495 485   | 1 217 138 |
| <b>Adózott eredmény</b>                   | -964 713   | -71 462   | 391 381   | 622 663   | 466 831   | 1 350 598 |

5. táblázat A Schibsted Classified Media Hungary Korlátolt Felelősségű Társaság, a Centrál Digitális Média Kft. és a RUSSMEDIA Lapkiadó, Információs és Kulturális Kft./ Inform Média Lapkiadó Kft. 2016. és 2017. évi eredménykimutatása, ezer Ft

Forrás: Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium, Elektronikus beszámoló portál

## 1.7 Csak egy maradt

Össességében elmondható, hogy a Jófogás a mért mutatók szerint (hirdetések száma és frissessége, látogatottság) 2016 és 2018 között megtartotta piacvezető szerepét, az OLX magyarországi piacról történő kivezetése óta nincs új kihívója az általános online apróhirdetési piacon.

Bár az eNET-BCE módszertana a hirdetések számára, frissességére, a látogatottsági adatokra és az üzemi üzleti eredményekre koncentrálnak, az egyes apróhirdetési oldalakat érdemes persze felhasználói szemmel is vizsgálni. A Jófogás vezető szerepét az általános online apróhirdetési piacon a kiemelkedő hirdetésszáma és látogatottsága mellett az oldal által nyújtott szolgáltatások is biztosítják. Ilyen szolgáltatások a Háztól-Házig szállítási szolgáltatás, költöztető szolgáltatás, Jófogás Találkozási Pontok (adás-vétel lebonyolítása biztonságos környezetben), Barion fizetési rendszer, Jófogás mobil alkalmazás mind az apróhirdetések, mind az ingatlan, használtautó és az állás kategóriák piacára.

## 2 Az online ingatlanhirdetési piac

A vertikális hirdetési piacok közül az eNET-BCE kutatása az ingatlanpiacot vette górcső alá, ugyanis az elmúlt években megnövekedett ingatlanpiaci kereslet és kínálat megkívánja az ingatlanhirdetésekre specializálódott szereplők között kialakult verseny célzott vizsgálatát (is).

### 2.1 Hirdetések száma és frissessége

Bár az általános online apróhirdetési piacot egyértelműen a Jófogás uralja, az ingatlanhirdetések terén a hirdetésszám alapján már nem a Jófogás, hanem az ingatlan.com bizonyult a piac legmeghatározóbb szereplőjének, melyen 2018.06.18-án összesen 250 755 darab eladó és kiadó ingatlanhirdetés szerepelt. A Jófogás csak a második helyen található a maga 181 119 ingatlanhirdetésével. Bár a Jófogás esetében az eladó és a kiadó kategória mellett ingatlant keres (890 hirdetés) és ingatlant bérelne (588 hirdetés) kategória is szerepel (a lenti táblázatban csak az eladó és kiadó ingatlanok együttes száma van megadva), a hirdetések összesített száma még ezekkel együtt (182 597 hirdetés) is messze elmarad az ingatlan.com oldalán található 250 ezret is meghaladó hirdetésszámtól. 100 000 feletti hirdetésszámot még az ingatlanet (172 408 hirdetés) és az ingatlanbazar (160 854 hirdetés) ért el. Az Otthontérkép hirdetései száma 97 939, az ingatlanok.hu-é 88 055, a koltozzbe.hu-é közel 74 ezer (pontos szám nem szerepel az oldalon), a Startapróé 54 666, az Otthon Centrumé 24 530, a Duna House-é 20 517, a CDC Ingatlané 1 922, a Topapróé pedig 350.

| Az oldalakon szereplő összes ingatlanhirdetés száma (2018.06.18) |                  |
|--|------------------|
| oldal  | hirdetések száma |
| ingatlan.com   | 250 755          |
| Jófogás ingatlan*  | 181 119          |
| Ingatlanet   | 172 408          |
| Ingatlanbazar  | 160 854          |
| Otthontérkép   | 97 939           |
| ingatlanok.hu  | 88 055           |
| koltozzbe.hu**   | közel 74 000     |
| Startapró  | 54 666           |
| Otthon Centrum*  | 24 530           |
| Duna House   | 20 517           |
| CDC Ingatlan   | 1 922            |
| Topapró  | 350              |

6. táblázat Az online ingatlanhirdetési piac főbb szereplőinek weboldalain szereplő ingatlanhirdetések száma, 2018.06.18-i állapot szerint

Forrás: eNET-BCE saját gyűjtés

\*A táblázatban az összes ingatlanhirdetés esetében csak az eladó és kiadó kategóriában megtalálható hirdetések száma szerepel, mivel az oldalak többsége esetében ezen kívül nincs egyéb kategória. A Jófogás esetében az eladó és kiadó kategórián kívül szerepel még ingatlant keres (890 hirdetés) és ingatlant bérelne (588 hirdetés), az Otthoncentrum esetében pedig eladó bérleti jog kategória (58 hirdetés).

\*\*A koltozzbe.hu oldalon nem szerepel a konkrét hirdetésszám, az eladó kategóriában „közel 70 ezer”, a kiadóban pedig „közel 4 ezer” találatot ír, így ennél az oldalnál az összesített ingatlanhirdetések számánál közel 74 000-et tüntettünk fel.

Az ingatlanhirdetésekkal (is) foglalkozó oldalak közül az eNET-BCE a két legnagyobb szereplőt, az ingatlan.com-ot és a Jófogás ingatlan kategóriáját vizsgálta meg részletesebben. A hirdetések számát tekintve a **2016-os évben a Jófogás és az ingatlan.com félmillió hirdetési állománnyal rendelkeztek,**



ami 2018-ra mindkét weboldalon jelentősen csökkent. Ennek oka lehet egy komolyabb adatbázis-tisztítás, vagy a lakáspiacon megnövekedett kereslet, ezáltal a gyorsabban végbemenő tranzakciók.

| Az oldalakon szereplő összes hirdetés száma |              |                  |             |               |
|---|--------------|------------------|-------------|---------------|
| Dátum                                       | ingatlan.com | Jófogás ingatlan | Ingatlannet | Ingatlanbazár |
| 2017. június                                | 588 527      | 246 225          | 243 786     | 158 053       |
| 2018. június                                | 250 755      | 181 119          | 172 408     | 160 854       |

7. táblázat Az ingatlan.com, a Jófogás ingatlan, az Ingatlannet és az Ingatlanbazár hirdetési állománya 2017 és 2018 júniusában

Forrás: Wayback Machine (az oldalon elérhető júniusi napok szerint), eNET saját gyűjtés

A hirdetések frissességének számbavétele az ingatlanhirdetési piac esetében is kiemelten fontos (a frissesség ellenőrzését a két legnagyobb szereplőre végeztük el). Ehhez az eNET-BCE kutatása a feladás dátumát, illetve a felhasználók által elvégzett utolsó módosítások dátumát vette alapul. Míg az ingatlan.com-nál a hirdetések 88%-a nyolc napnál frissebb és nincs az állományban 90 napnál régebbi, addig a Jófogás ingatlanos hirdetésállományának 26%-a esik a 0-7 napos kategóriába és 7,38% a három hónapnál régebbi hirdetések aránya. Összességében elmondható, hogy az ingatlan.com mindegyik kategóriában több frissebb hirdetést tud felmutatni versenytársához képest. A hirdetések frissességének szempontjából, a Jófogás oldalán szereplő összes hirdetésszám és a Jófogás ingatlanhirdetéseinek összehasonlításakor szembetűnik, hogy az ingatlanhirdetések között nagyobb arányban fordulnak elő (a Jófogás által elviekben nem megjelenített) 90 napnál régebbi hirdetések, mint az összes többi hirdetés esetében. Számszerűsítve, a Jófogás oldalán a három hónapnál régebbi ingatlanhirdetések száma 13 332 darab hirdetést jelent, míg az összes többi hirdetés között 5 175 darab, a Jófogás szabályzata szerint már nem „élő” hirdetés szerepel.

| Dátum        | Hirdetések frissessége   |                |                  |                |                  |                |
|--------------|--------------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
|              | Jófogás összes hirdetés* |                | Jófogás ingatlan |                | ingatlan.com     |                |
|              | hirdetések száma         | részesedés (%) | hirdetések száma | részesedés (%) | hirdetések száma | részesedés (%) |
| 0-7 nap      | 107 61                   | 5,94%          | 46 583           | 25,77%         | 219 793          | 87,70%         |
| 8-14 nap     | 164 448                  | 9,13%          | 18 730           | 10,36%         | 6 580            | 2,63%          |
| 15-30 nap    | 382 773                  | 21,24%         | 34 519           | 19,10%         | 8 677            | 3,46%          |
| 31-60 nap    | 599 264                  | 33,26%         | 31 388           | 17,37%         | 9 915            | 3,96%          |
| 61-90 nap    | 529 870                  | 29,41%         | 36 192           | 20,02%         | 5641             | 2,25%          |
| 90 napon túl | 18 507                   | 1,03%          | 13 332           | 7,38%          | -                | -              |
| Összesen     | 1 801 923                | 100%           | 180 744          | 100%           | 250 606          | 100%           |

8. táblázat A Jófogás és az ingatlan.com oldalakon szereplő ingatlanhirdetések frissessége 2018. júniusi állapot szerint

Forrás: eNET-BCE saját gyűjtés

\*A Jófogás összes hirdetésszámába az ingatlanhirdetések is beletartoznak.

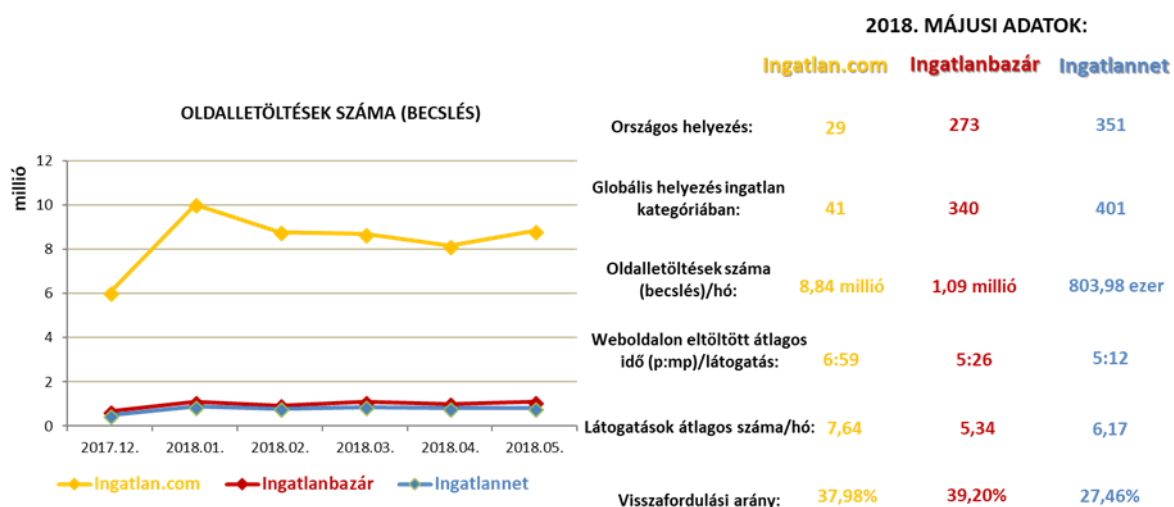
Mivel az eNET-BCE korábbi kutatásai az ingatlanhirdetési piacot önmagában nem vizsgálták, ezért az egyes szereplők korábbi működési irányelvei nehezen fellelhetőek. Az ingatlan.com 2018-as szolgáltatási feltételei a Jófogáshoz hasonlóan előírják a 90 napon túli hirdetések archiválását, az Ingatlanbazár és az Ingatlannet esetében a hirdetések pedig - a hosszabbítást nem számolva - maximum 60 napig lehetnek aktívak. A duplikált hirdetések egyik oldal esetében sem megengedettek, a Jófogáson azonban ezekre is van számos példa – ennek oka vélhetően a lazább moderálási gyakorlat, illetve az xml betöltés kombinációjában keresendő. Fontos megjegyezni, hogy az ingatlanhirdetéssel foglalkozó oldalak – az általános apróhirdetési oldalakkal szemben – főleg fizetős szolgáltatásokat nyújtanak, jellemzően a kép nélküli hirdetések ingyenesek, melyek egy ingatlan eladását/kiadását célzó

hirdetésben a keresők számára nem túl figyelemfelkeltőek. A Jófogáson az irányelvek szempontjából az ingatlanhirdetéseket együtt kezelik a többi apróhirdetéssel, vagyis a hirdetőnek nem kell fizetnie a képfeltöltésért, a kiemelésért azonban igen, mivel az minden apróhirdetésre vonatkozik. Az ingatlan.com-on ingyenes a hirdetések feladása és az alaprajz feltöltése; emellett Budapesten és a nagyvárosokban a 12 millió Ft-nál olcsóbb ingatlanok, vidéken pedig minden ingatlan esetében ingyenes a képek feltöltése is. Az ingatlanjukat mihamarabb eladni/kiadni kívánó hirdetők persze inkább fizetnek az olyan plusz szolgáltatásokért, mint a képfeltöltés vagy a kiemelés. Az ingatlanhirdetéssel foglalkozó szolgáltatók így a bevételi forrásaikat a hirdetők által is növelhetik, ezért a fizetett szolgáltatások megfelelő minősége elvárt a hirdetők részéről. Általánosságban elmondható, hogy az ingatlanhirdetésekre specializálódott vizsgált szereplők oldalain (a Jófogást is beleértve) több a releváns, működési elveket és használati szabályzatokat bemutató információ.

## 2.2 Látogatottság

A látogatottság méréséhez az ingatlanhirdetések esetében is a Similar Web adatai álltak rendelkezésre, azonban mivel a Jófogás esetében az ingatlan alkategóriának számít, így ennek az adatai nem szerepelnek külön az oldalon.

A három további vizsgált oldal közül oldalletöltés alapján ingatlan kategóriában egyértelműen az ingatlan.com a leginkább meghatározó, melynek oldalletöltési száma 2017 decemberében volt a legalacsonyabb, de még ekkor is magasan meghaladta a másik két oldal letöltéseinek számát. 2018 májusában az ingatlan.com 8,84 millió, az Ingatlanbazár 1,09 millió, az Ingatlannet pedig 803,98 ezer oldalletöltést ért el.



**9. táblázat Az ingatlan.com, az Ingatlanbazár és az Ingatlannet internetes látogatottsági adatai**  
**Forrás: Similar Web, (www.similarweb.com), 2018.06.25**

A májusi adatok alapján az ingatlan.com országosan 29., az apróhirdetési kategóriában globálisan pedig 41. helyet ért el; az Ingatlanbazár esetében a helyezések 273. és 340., az Ingatlannet esetében pedig 351. és 401.

Az oldalon eltöltött átlagos idő az ingatlan.com esetében 6 perc 59 másodperc volt látogatásonként, az Ingatlanbazár esetében 5 perc 26 másodperc, míg az Ingatlannet esetében pedig 5 perc 12 másodperc.

## 2.3 Üzemi üzleti eredmény

Az üzemi üzleti eredmények\* sorba állítása az egyes cégekhez tartozó portfóliók sokasága miatt az ingatlanhirdetéssel foglalkozó szereplők körében sem vezetne reális eredményhez. Mind a négy, ingatlanhirdetési oldalt működtető szereplő a vizsgált időszakban növelte bevételét (ennek ellenére a Jófogás továbbra is veszteséges éveket zárt), ebből azonban a jelen esetben érintett weboldalak bevétele nem számszerűsíthető. A Jófogás veszteség-generálását figyelembe véve elmondható, hogy az ingatlan.com Zrt. produkálta a legnagyobb bevételnövekedést a vizsgált időszakban. Az elért eredményhez hozzátartozhat a cég 2015-ös portfólió-bővítése, melyben felvásárolta a legjobb hitelajánlatokat egy helyen összesítő BankRáció.hu-t, illetve az irodapiaci keresőportált működtető iroda.hu-t.

|                                       | ingatlan.com<br>Zártkörűen Működő<br>Részvénytársaság<br>(ingatlan.com) |           | Schibsted Classified<br>Media Hungary<br>Korlátolt Felelősségű<br>Társaság (Jófogás) |           | Realio Informatikai<br>Korlátolt<br>Felelősségű<br>Társaság<br>(Ingatlannet) |        | Lapcom Kiadó<br>Zártkörűen Működő<br>Részvénytársaság<br>(Ingatlanbazar) |               |
|---------------------------------------|---|-----------|--|-----------|--|--------|--|---------------|
|                                       | (ezer Ft)   |           | (ezer Ft)  |           | (ezer Ft)  |        | (ezer Ft)  |               |
|                                       | 2016  | 2017      | 2016   | 2017      | 2016   | 2017   | 2016   | 2017          |
| Értékesítés nettó árbevétele          | 1 873 489   | 2 483 654 | 1 181 009  | 2 415 064 | 55 465   | 57 295 | 10 001<br>904  | 10 477<br>747 |
| Igénybe vett szolgáltatások<br>értéke | -   | -         | 1 297 150  | 1 284 837 | -  | -      | 2 624 293  | 2 863 527     |
| Üzemi tevékenység<br>eredménye        | 172 504   | 366 330   | -966 997   | -64 289   | 4 058  | 3 199  | 1 472 598  | -625 759      |
| Adózott eredmény                      | 168 998   | 419 095   | -964 713   | -71 462   | 3 129  | 2 074  | 1 393 325  | -636 106      |

10. táblázat Az ingatlan.com Zártkörűen Működő Részvénytársaság, a Schibsted Classified Media Hungary Korlátolt Felelősségű Társaság, a Realio Informatikai Korlátolt Felelősségű Társaság és a Lapcom Kiadó Zártkörűen Működő Részvénytársaság 2016. és 2017. évi eredménykimutatása, ezer Ft

Forrás: Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium, Elektronikus beszámoló portál

\*Az igénybe vett szolgáltatások értéke nem mindenhol szerepel az eredménykimutatásokban

## 2.4 2018 nyarán az online ingatlanhirdetési piac vezetője az ingatlan.com

A tanulmányban vizsgált időszakot figyelembe véve mind a hirdetések száma, mind azok frissessége alapján egyértelműen az ingatlan.com tekinthető a magyarországi online ingatlanhirdetési piac vezetőjének. A hirdetések száma alapján vizsgált négy ingatlanhirdetéssel foglalkozó weboldal közül második helyen a Jófogás ingatlanhirdetéssel foglalkozó ágazata szerepel, a Jófogás mögött nem sokkal lemaradva pedig az Ingatlannet és az Ingatlanbazar versenyeznek a fogyasztók kegyeiért.

Az online ingatlanhirdetések piacát képviselő szereplők között is fontos megemlíteni a mobil applikációkkal rendelkezőket, ez esetben a két piacvezetőt, az ingatlan.com-t, illetve a Jófogást, amely külön ingatlanra specializálódott alkalmazással is rendelkezik. A felhasználók közül sokan felismerték, hogy ha hamarabb megtalálják a számukra megfelelő lakást, akkor az áremelkedés miatt pénzt is képesek megtakarítani, ugyanis az okostelefonok (és a mobil applikációk) mindenkor elérési lehetőséget és gyorsabb böngészést biztosítanak, mint számítógépes társaik. A 2018-as lakáskeresési tendenciákba ezért szorosan illeszkedik az okostelefonon való böngészés (is), amelyre alkalmazást egyelőre csak a két vezető szereplő fejlesztett.

A vertikális hirdetések piacára szakosodott szereplők – köztük is az elemzés során vizsgált ingatlanhirdetéssel foglalkozók – között a hirdetések számát tekintve az általános apróhirdetési oldalakhoz képest szorosabb verseny alakult ki. Mivel ezen oldalak hasonló szolgáltatást nyújtanak, a



szolgáltatás minősége (például a hirdetések frissessége) döntő fontosságú lehet az igénybevevők szempontjából. Az ingatlan.com hirdetésszámának elsőségéhez és látogatottságának túlsúlyához az oldal által nyújtott extra szolgáltatások és a weboldal felhasználó-központú kialakítása is hozzátartozhat, melyben a mért mutatók szerint lekörözi versenytársait.

**eNET – BCE**