

MEDIAN SK

MML - TGI

**národný prieskum spotreby, médií
a životného štýlu**

Market & Media & Lifestyle - TGI

**Základné výsledky
za 2. + 3. kvartál 2009**

Prieskum MML-TGI

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Spoločnosť MEDIAN SK, s. r. o. v licenčnej spolupráci s anglickou spoločnosťou BMRB International realizuje prieskum MML-TGI (Market & Media & Lifestyle - Target Group Index). Na Slovensku tento prieskum kontinuálne prebieha od roku 1997. Výsledky zverejnené v tejto tlačovej správe boli zbierané v termíne od 30. 3. 2009 do 13. 9. 2009. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 286 respondentov, občanov Slovenskej republiky vo veku 14 - 79 rokov.

Prieskum MML - TGI bol zameraný, tak ako v jeho predchádzajúcich obdobiach na:

Spotrebné správanie, v rámci ktorého bolo monitorovaných viac ako 200 kategórií produktov a služieb a viac ako 2000 značiek.

Médiá, kde boli v 3. kvartáli 2009 monitorované tlačené médiá v celkovej počte 267 titulov podľa jednotlivých periodicit. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 44 rozhlasových staníc, 62 televíznych staníc a 4 teletexty.

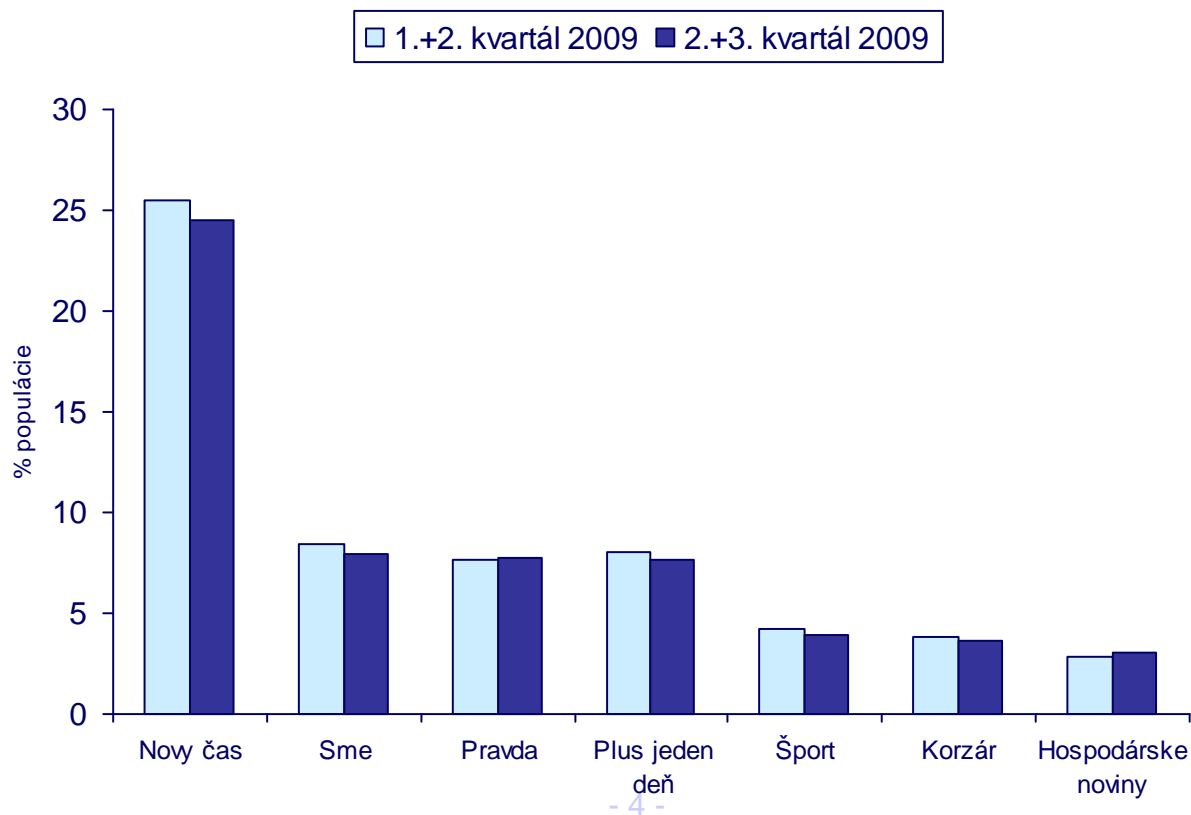
Životný štýl, formou viac ako 750 výrokov zameraných na rôzne oblasti s päťbodovou škálou odpovedí od absolútneho súhlasu po absolútny nesúhlas.

DENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Celková čítanosť celoštátnych denníkov oproti 1.+2. kvartálu 2009 (15.9.2008 - 29.3.2009) klesla o dve percentá a predstavuje ju 43% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 81% populácie.

Celoštátne denníky v 2. + 3. kvartáli 2009 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 25%, ktoré predstavujú viac ako 1 mil. čitateľov. Druhý v poradí je denník Sme s 8%. Čítanosť denníka Pravda je tiež na úrovni 8%. Nasleduje denník Plus jeden deň rovnako s 8%, Šport a Korzár s čítanosťou 4% a Hospodárske noviny s 3% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

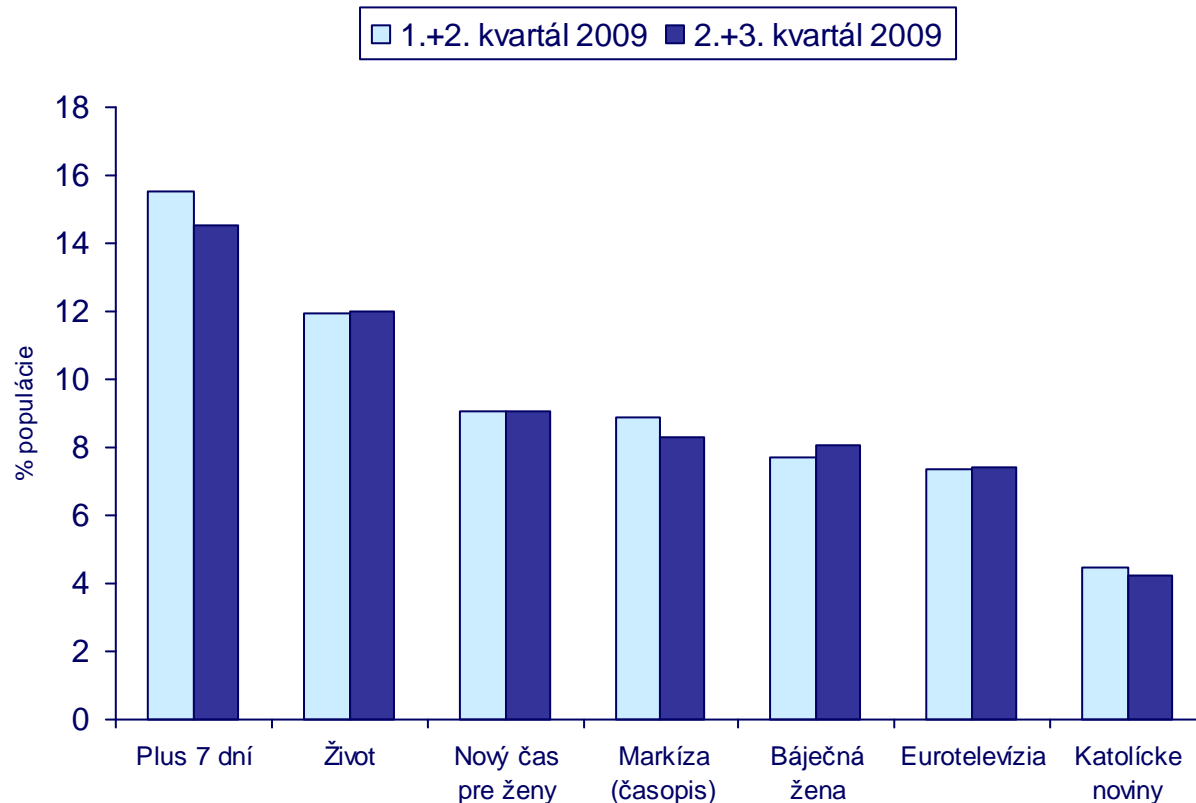


TÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 52%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú „ostatné“ vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Celková čítanosť týždenníkov všeobecne klesla o dve percentá oproti 1.+2. kvartálu 2009.

Týždenník Plus 7 dní dosiahol 15%. Druhú pozíciu obsadil Život s čítanosťou 12% a prvú trojicu uzatvára Nový Čas pre ženy s 9%. Markíza (časopis) sa umiestnil na štvrtom mieste s 8%, na piatom Báječná žena tiež s 8% a na šiestom Eurotelevízia so 7%. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny so 4%.

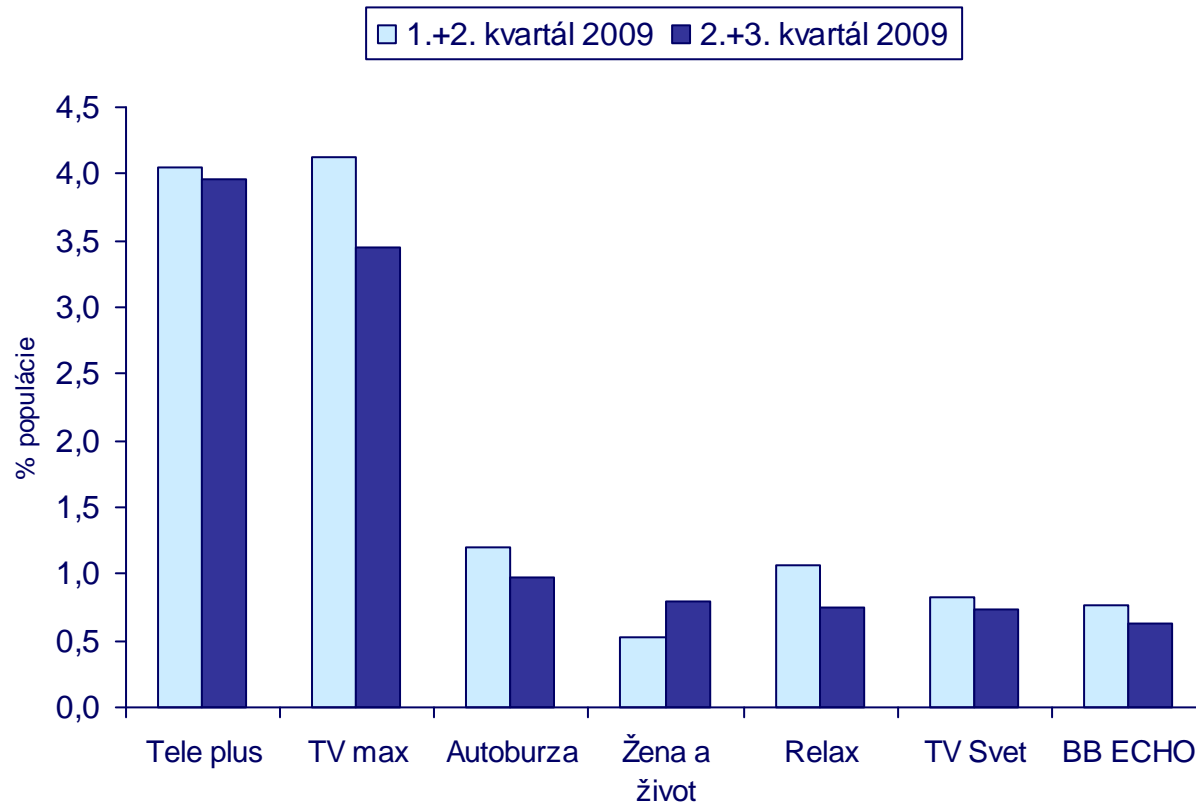


DVOJTÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 14% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Je to dvojpercentný pokles oproti 1.+2. kvartálu 2009.

Najčítanejším titulom je Tele plus so 4%. Dvojtýždenník TV max dosiahol 3% a za ním sa zaradil dvojtýždenník Autoburza s 1%. 1% dosiahli aj dvojtýždenníky Žena a život, Relax, TV Svet a Banskobystrické ECHO.

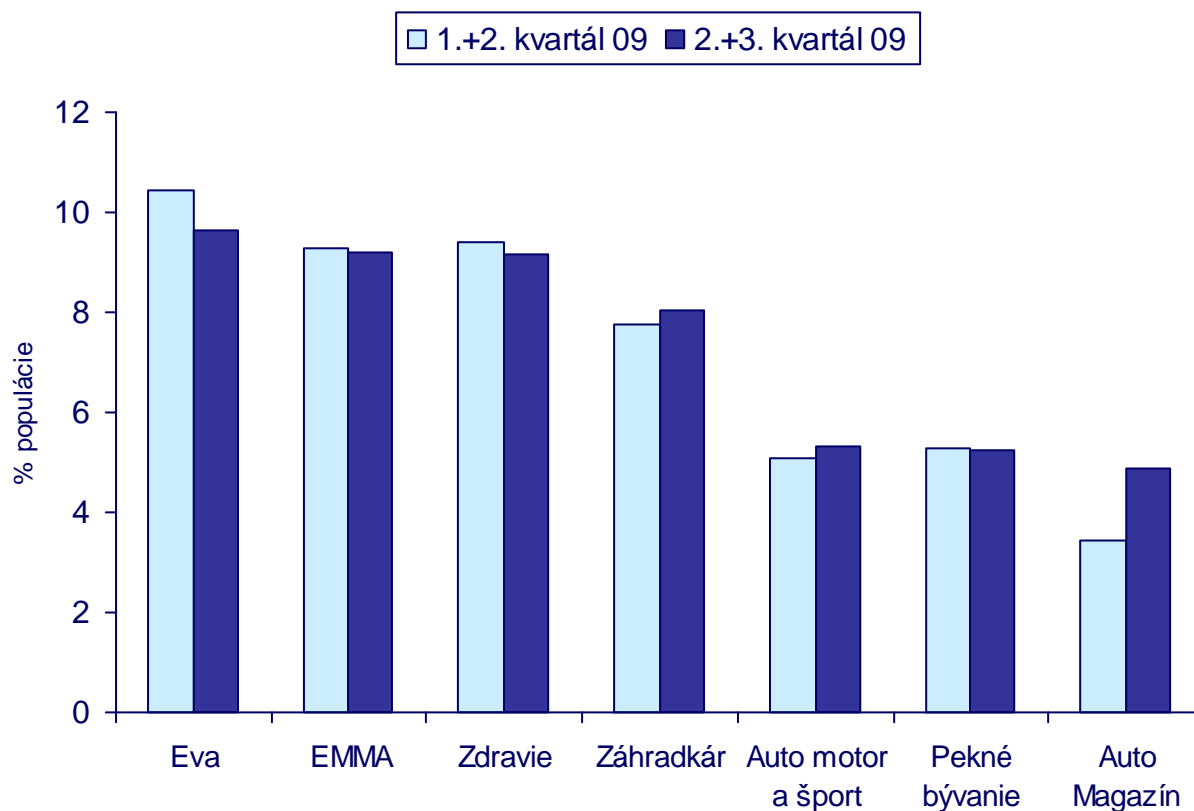


MESAČNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Celková čítanosť mesačníkov v 2. a 3. kvartáli 2009 zaznamenala 52%, čo je rovnaké percento ako v 1.+2. kvartáli 2009.

Poradie mesačníkov, ktoré sa na Slovensku predávajú, otvára časopis Eva s 10%. Ďalšiu priečku obsadil mesačník EMMA s 9% a za ním Zdravie rovnako s 9%. Mesačník Záhradkár dosiahol 8%. Prvú päťicu uzatvára mesačník Auto motor a šport s 5%. Na šiestom mieste sa umiestil časopis Pekné bývanie tiež s 5% a na siedmom Auto Magazín rovnako s 5%.



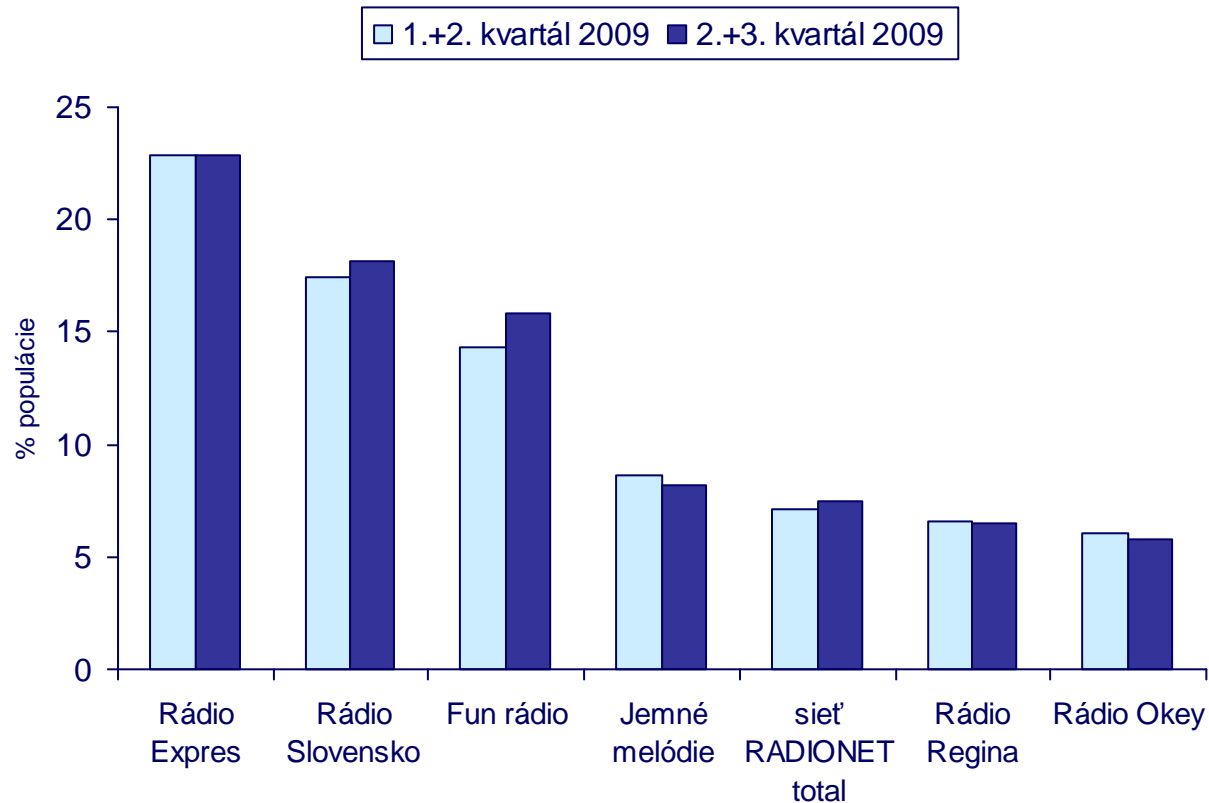
ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Celková počúvanosť rádií v parametri „počúval včera“ predstavuje 76%.

Poradie otvára Rádio Expres s 23%, ďalej Rádio Slovensko so 18%, nasleduje Fun rádio so 16%.

S 8% sa na štvrtom mieste umiestnili Jemné melódie a piatu priečku obsadila sieť rozhlasových staníc RADIONET total rovnako s 8%. Na šiestom mieste je Rádio Regina so 6% a siedma priečka patrí Rádiu Okey tiež so 6%.



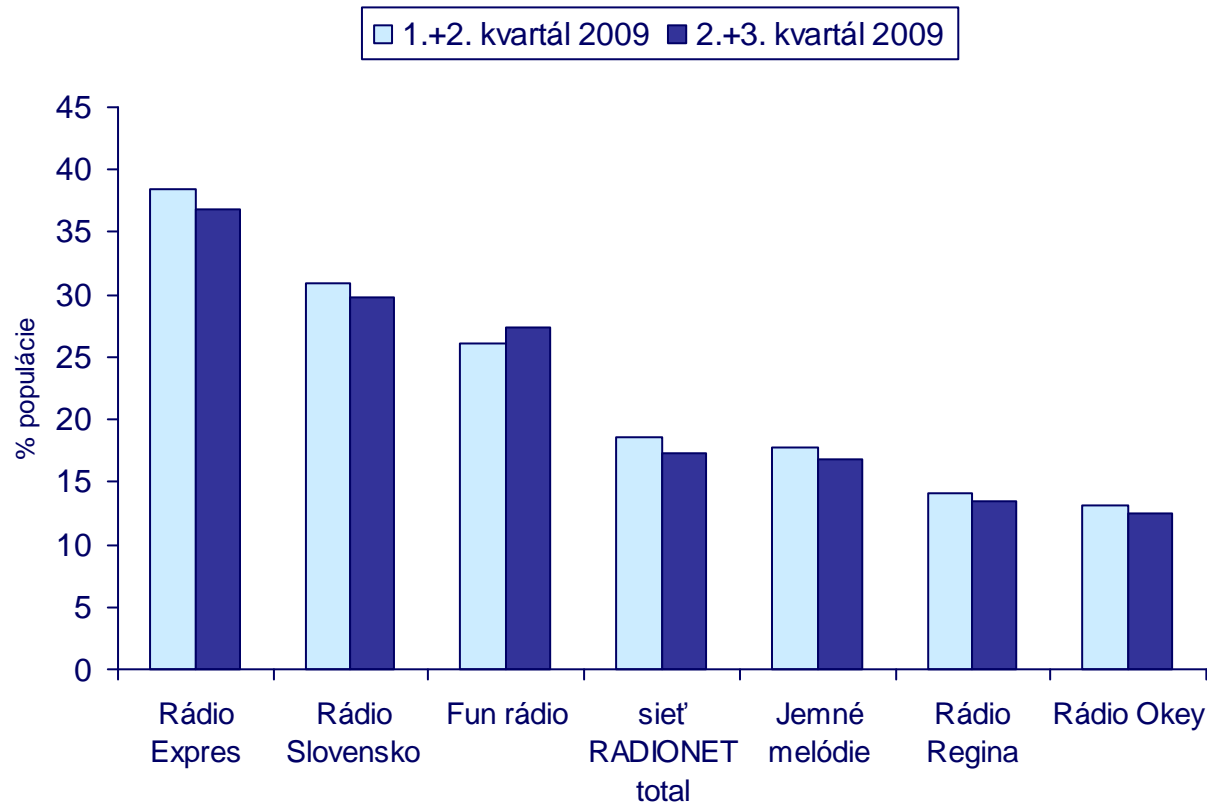
ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) minulý týždeň

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval minulý týždeň“ predstavuje 93%.

Poradie otvára Rádio Expres s 37%, ďalej Rádio Slovensko s 30%, nasleduje Fun rádio s 27%.

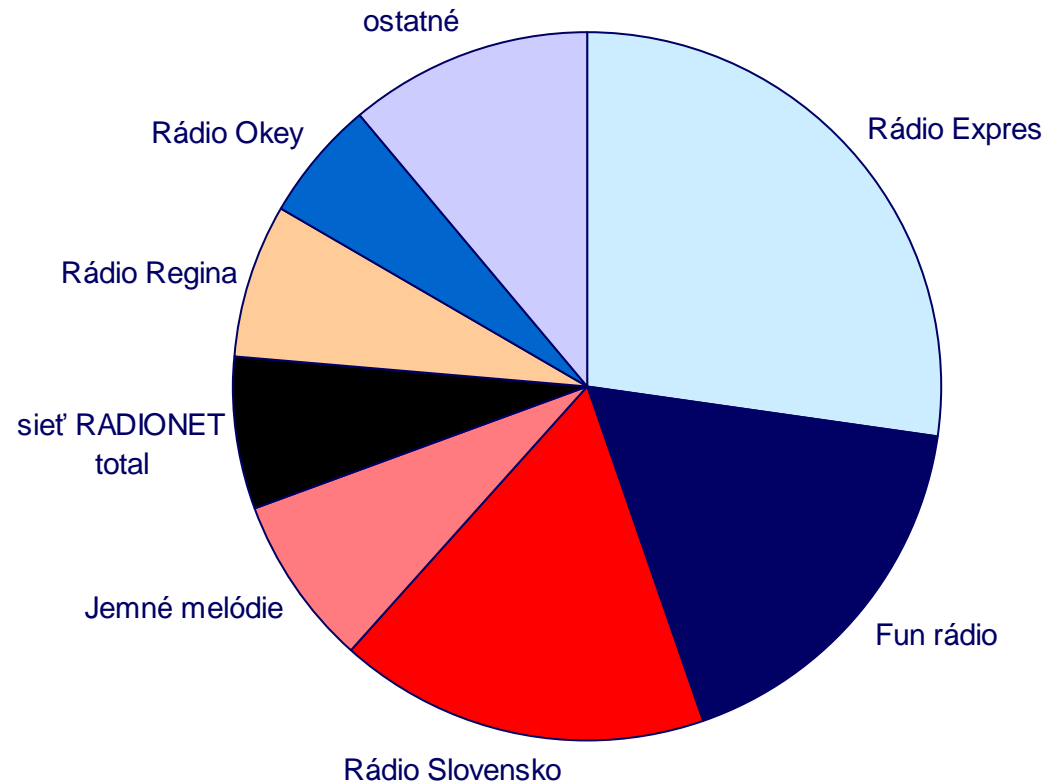
So 17% sa na štvrtom mieste umiestnila rozhlasová sieť RADIONET total a piatu priečku obsadili Jemné melódie tiež so 17%. Na šiestom mieste je Rádio Regina s 13% a siedma priečka patrí Rádiu Okey s 12%.



ROZHLASOVÉ STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

V 2. + 3. kvartáli 2009 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 27% podielom na trhu, Fun rádio má 17% a rovnako so 17% podielom sa na treťom mieste umiestnilo Rádio Slovensko. Na štvrtom mieste sa umiestnili Jemné melódie s 8% a na piatom rozhlasová sieť RADIONET total so 7% podielom na trhu. Šieste miesto obsadilo Rádio Regina tiež so 7% a siedme Rádio Okey so 6%. Ostatné rozhlasové stanice držia podiel 11% z trhu.

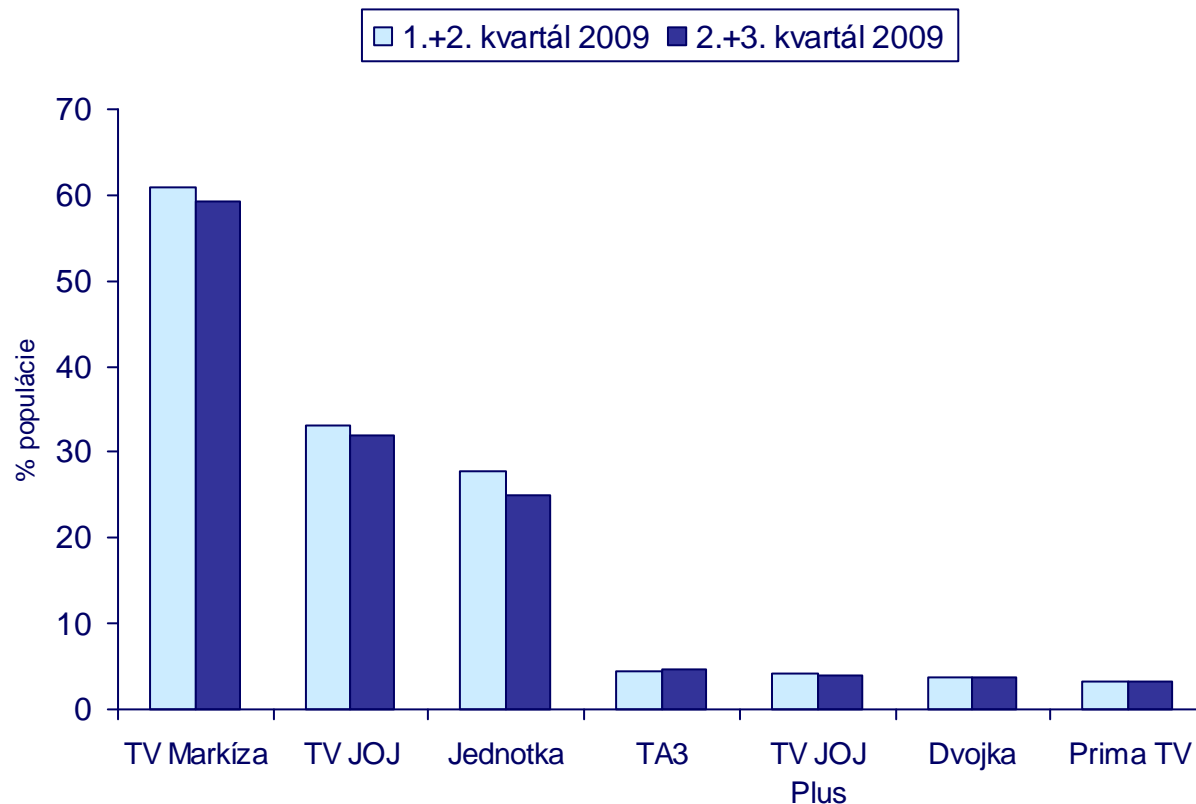


TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 88%. Televíziu v 2.+3. kvartáli celkovo sledovali skoro 4 mil. divákov.

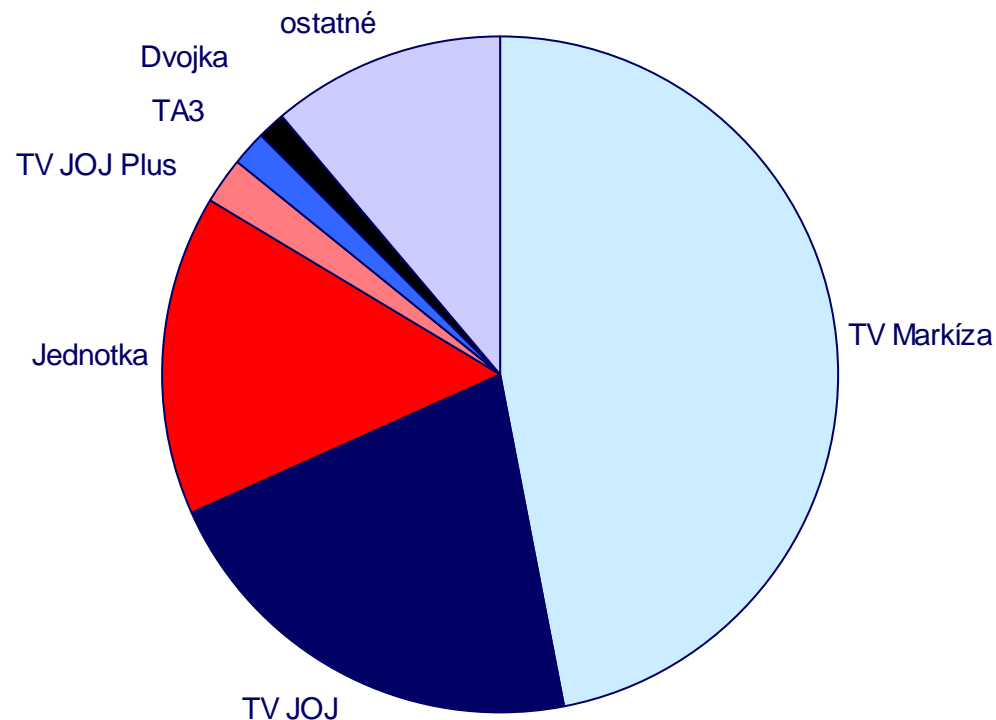
Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 59%. Sledovanosť na úrovni 32% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 25%. Nasleduje TA3 s 5%, TV JOJ Plus, Dvojka so 4% a Prima TV a NOVA s 3%. Prvú desiatku najsledovanejších televíznych staníc uzatvárajú RTL KLUB a ČT1 s 2% sledovanosťou.



TELEVÍZNE STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 2. a 3. kvartál 2009 je nasledujúce: Na prvom mieste so 47% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 21% a za ňou sa s 15% podielom na trhu umiestnila Jednotka. Nasleduje TV JOJ Plus s 2%, TA3 s 2% a slovenskú šestku uzatvára Dvojka tiež s 2%. Podiel ostatných televízií predstavuje celkom 11%, z toho najvyššie hodnoty dosahujú nasledujúce štyri stanice: NOVA (2%), RTL KLUB (1%), Prima (1%) a Magyar TV 1 (1%).



PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2009

Termín opytovania:	30.03.2009 - 13.09.2009
Výberový súbor:	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
Veľkosť výberovej vzorky:	4 286 respondentov
Metóda prieskumu:	časť Media - osobné rozhovory (metóda „face-to-face“)
	časť Market a Lifestyle - samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“)
Výber respondentov:	kvótny

Hodnoty v grafoch sú uvádzané v desatinných číslach.

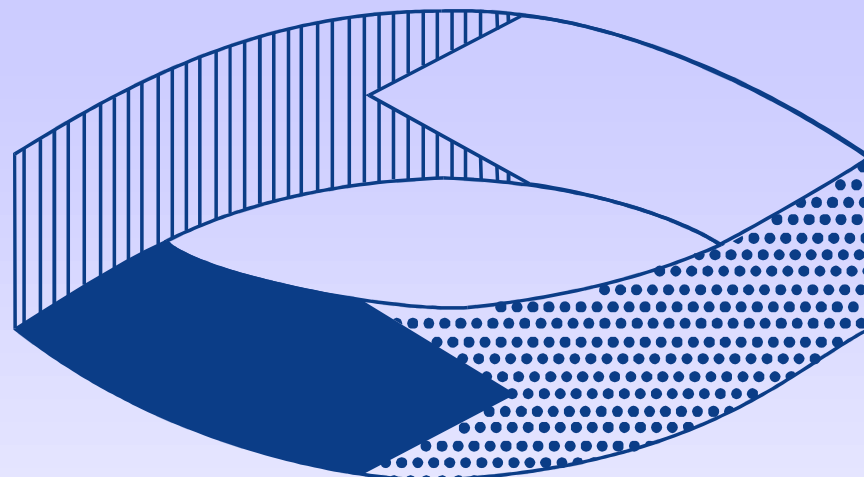
Hodnoty v texte sú zaokrúhľované podľa matematických pravidiel na celé %.

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

Ako prameň je potrebné použiť toto označenie:

MEDIAN SK, MML - TGI, 2.+3./2009

Termín zverejnenia tlačovej správy: 03. 11. 2009



MEDIAN SK

MEDIAN SK, Kremnická 6, 851 01 Bratislava V, tel.: +421 2 2085 0810, fax: +421 2 5464 8064,

www.mediansk.sk, e-mail: mediansk@mediansk.sk