

MEDIAN SK

**MML - TGI**

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

**Market & Media & Lifestyle - TGI**

**Základné výsledky  
za 3. + 4. kvartál 2009**

# Prieskum MML-TGI

**MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009**

Spoločnosť MEDIAN SK, s. r. o. v licenčnej spolupráci s anglickou spoločnosťou Kantar Media 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 22. 6. 2009 do 6. 12. 2009. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 363 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 vo 4. kvartáli 2009 monitorované tlačené médiá v celkovom počte 271 titulov podľa jednotlivých periodicit. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 45 rozhlasových staníc, 62 televíznych staníc a 4 teletexty.

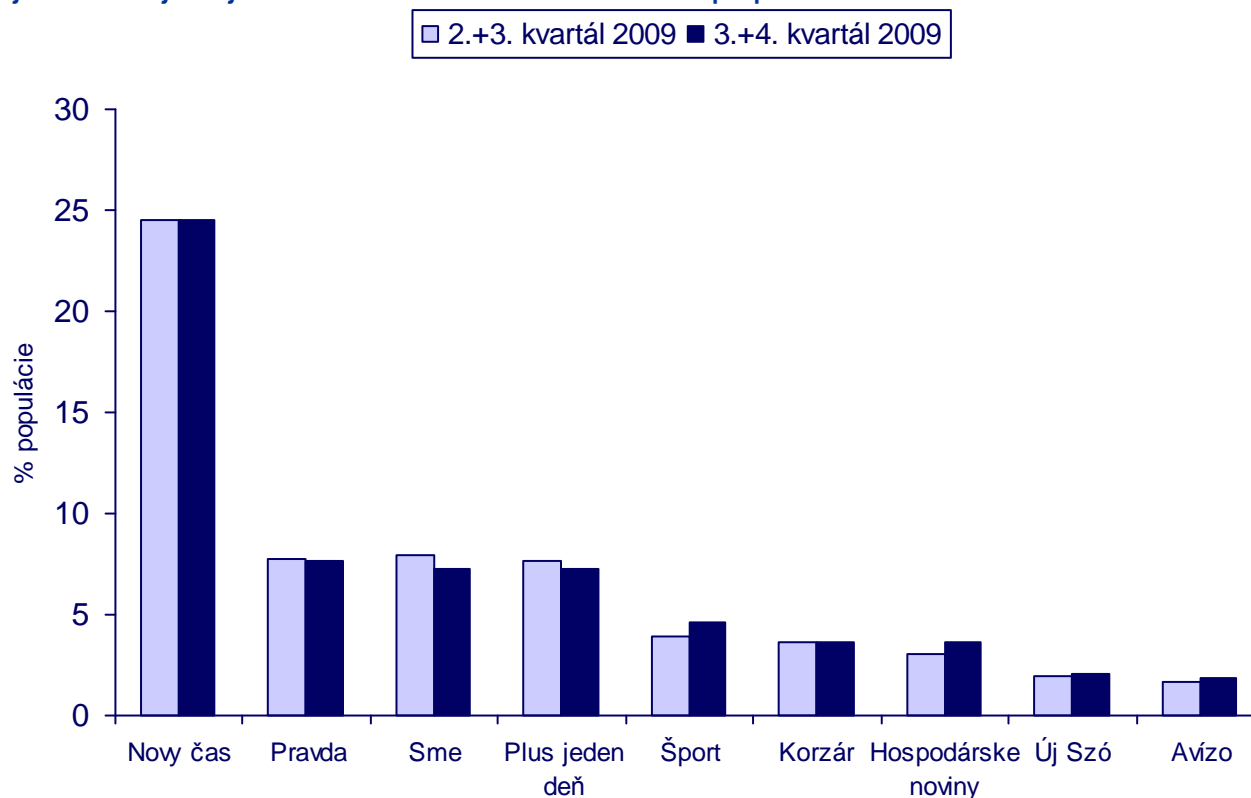
**Životný štýl**, formou viac ako 750 výrokov zameraných na rôzne oblasti s päťbodovou škálou odpovedí od absolútneho súhlasu po absolútny nesúhlas.

# DENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009

Celková čítanosť celoštátnych denníkov oproti 2.+3. kvartálu 2009 (15.9.2008 - 29.3.2009) zostala na rovnakej úrovni 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 82% populácie.

Celoštátne denníky v druhom polroku 2009 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 25%, ktoré predstavujú viac ako 1 mil. čitateľov. Druhý v poradí je denník Pravda s 8%. Čítanosť denníka Sme je na úrovni 7%. Nasleduje denník Plus jeden deň rovnako so 7%, Šport s čítanosťou 5%, Korzár so 4% a Hospodárske noviny rovnako so 4%. Ďalej nasledujú Új Szó s 2% a Avízo tiež s 2% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

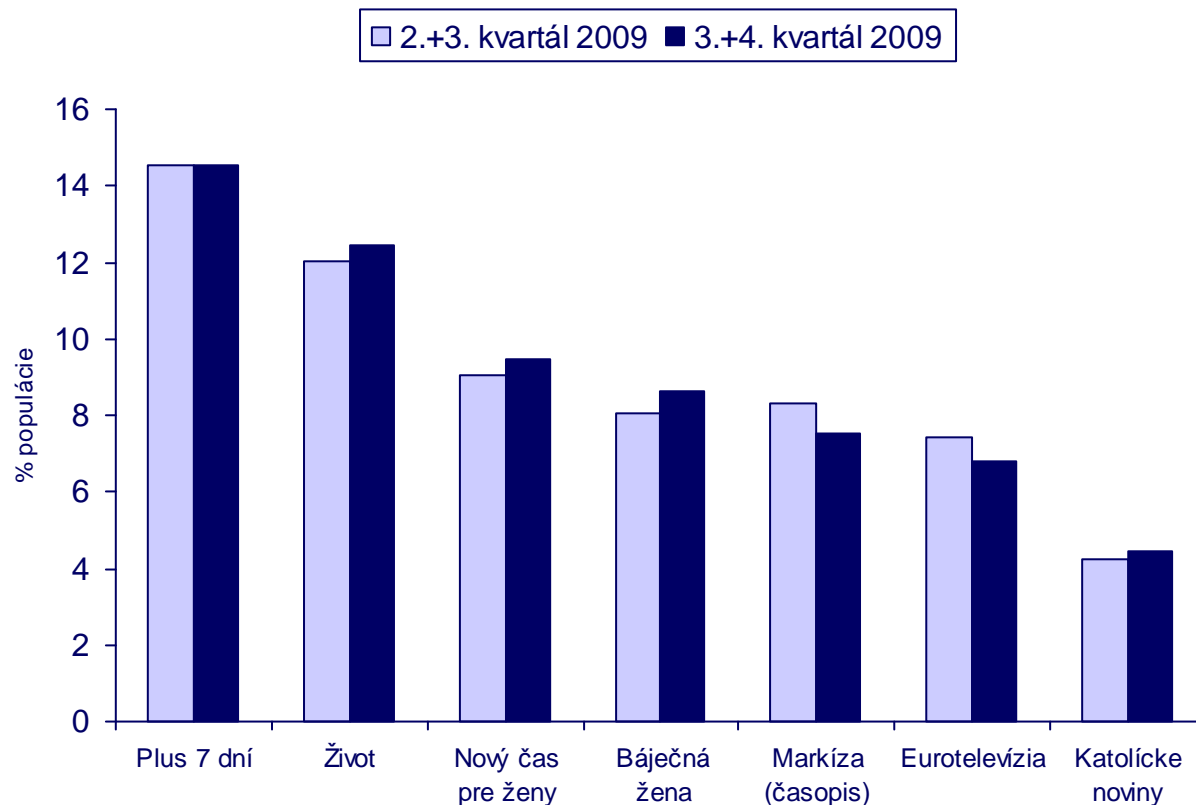


# TÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009

Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 51%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú „ostatné“ vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Celková čítanosť týždenníkov všeobecne klesla o jedno percento oproti 2.+3. 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%. Báječná žena sa umiestnila na štvrtom mieste rovnako s 9%, na piatom Markíza (časopis) s 8% a na šiestom Eurotelevízia so 7%. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny so 4%.

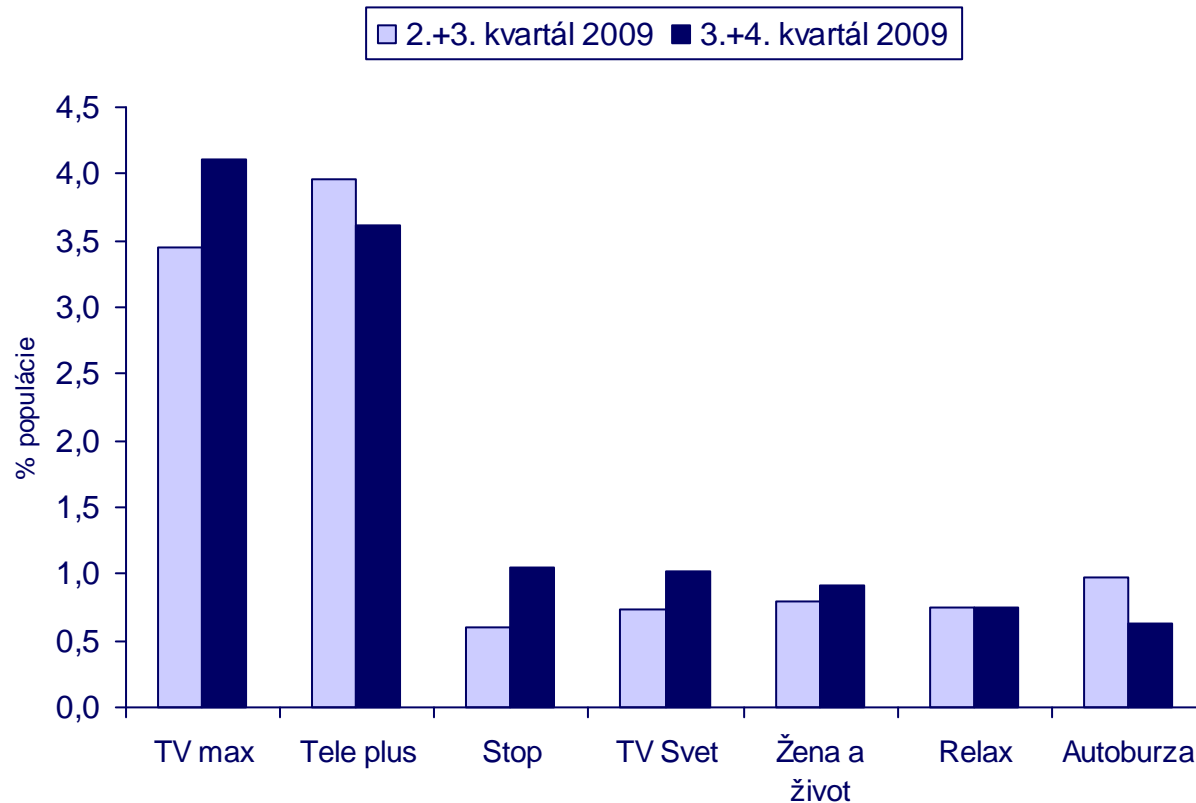


# DVOJTÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

**MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009**

Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 13% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Je to jednopercenčný pokles oproti 2.+3. kvartálu 2009.

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

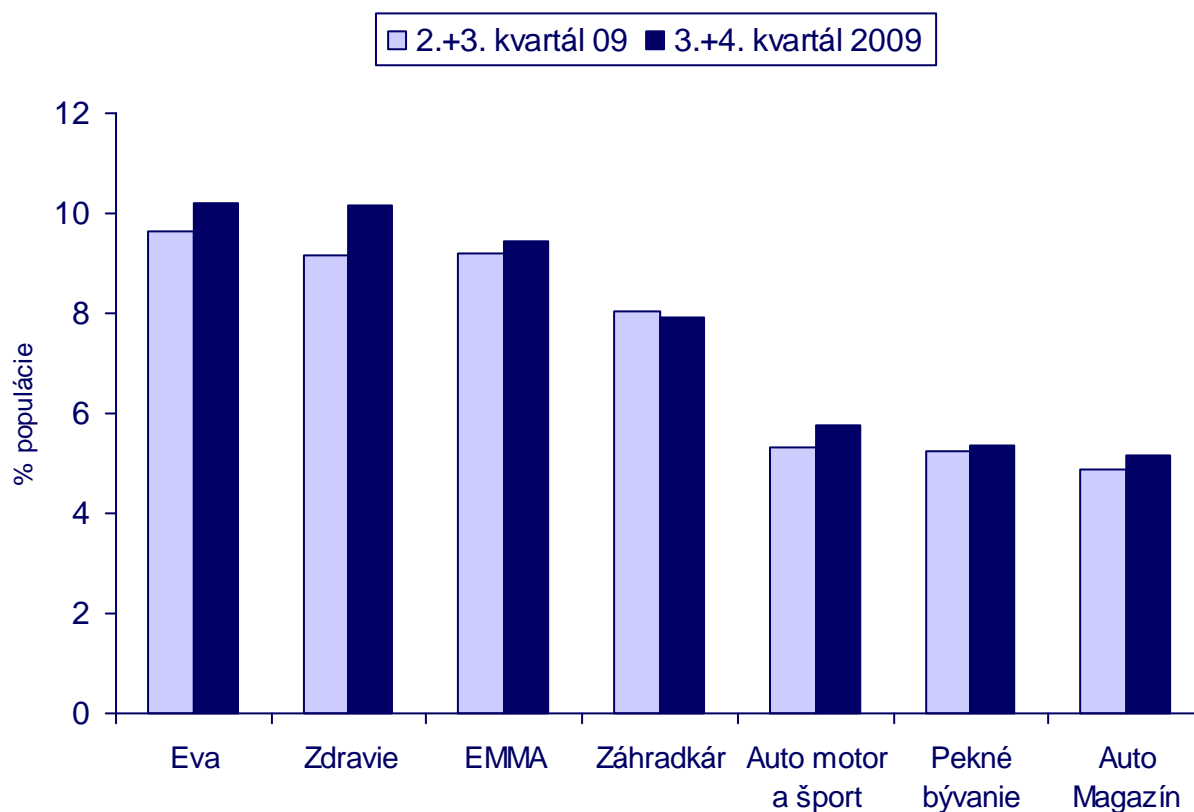


# MESAČNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

**MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009**

Celková čítanosť mesačníkov v 3. a 4. kvartáli 2009 zaznamenala 53%, čo je nárast o jedno percento oproti 2.+3. kvartáli 2009.

Poradie mesačníkov, ktoré sa na Slovensku predávajú, otvára časopis Eva s 10%. Ďalšiu priečku obsadil mesačník Zdravie tiež s 10% a za ním EMMA s 9%. Mesačník Záhradkár dosiahol 8%. Prvú päťicu uzatvára mesačník Auto motor a šport so 6%. Na šiestom mieste sa umiestil časopis Pekné bývanie s 5% a na siedmom Auto Magazín rovnako s 5%.



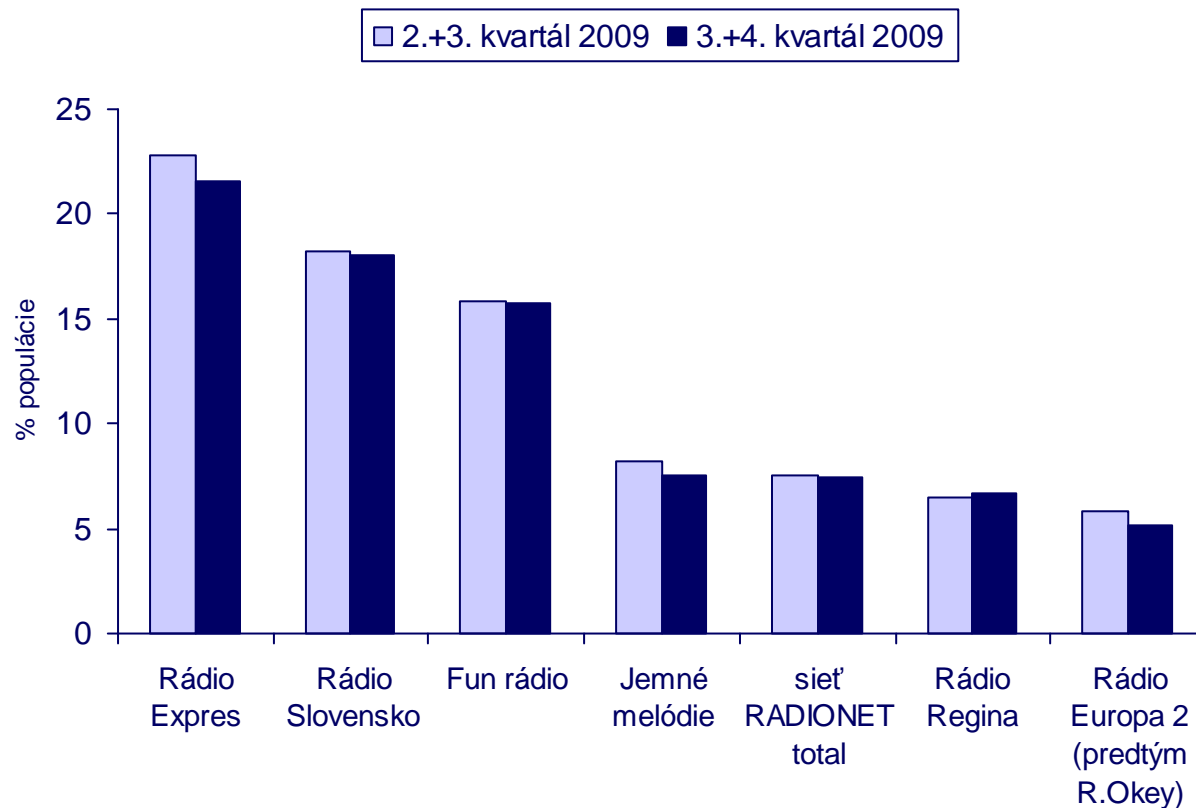
# ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009

Celková počúvanosť rádií v parametri „počúval včera“ predstavuje 74%.

Poradie otvára Rádio Expres s 22%, ďalej Rádio Slovensko s 18%, nasleduje Fun rádio so 16%.

S 8% sa na štvrtom mieste umiestnili Jemné melódie a piatu priečku obsadila sieť rozhlasových staníc RADIONET total so 7%. Na šiestom mieste je Rádio Regina tiež so 7% a siedma priečka patrí Rádiu Europa 2 (predtým Rádio Okey) s 5%.



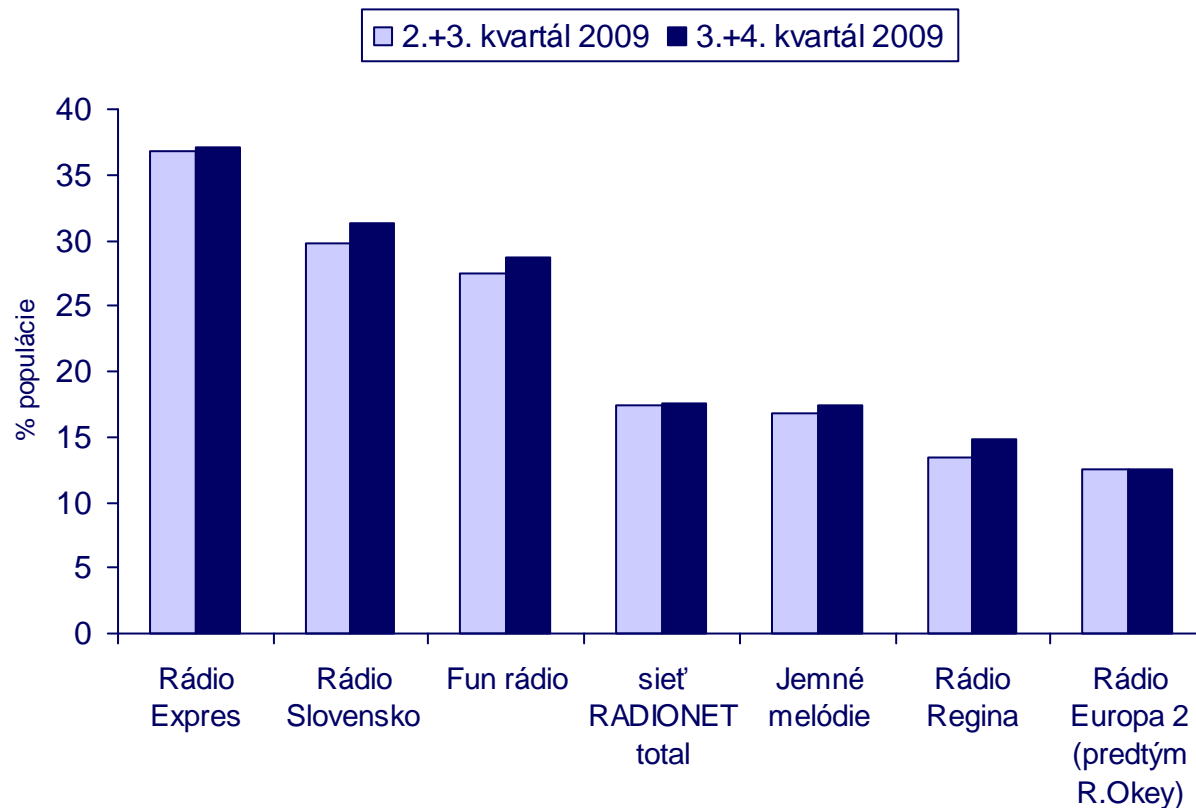
# ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) minulý týždeň

MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009

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

Poradie otvára Rádio Expres s 37%, ďalej Rádio Slovensko s 31%, nasleduje Fun rádio s 29%.

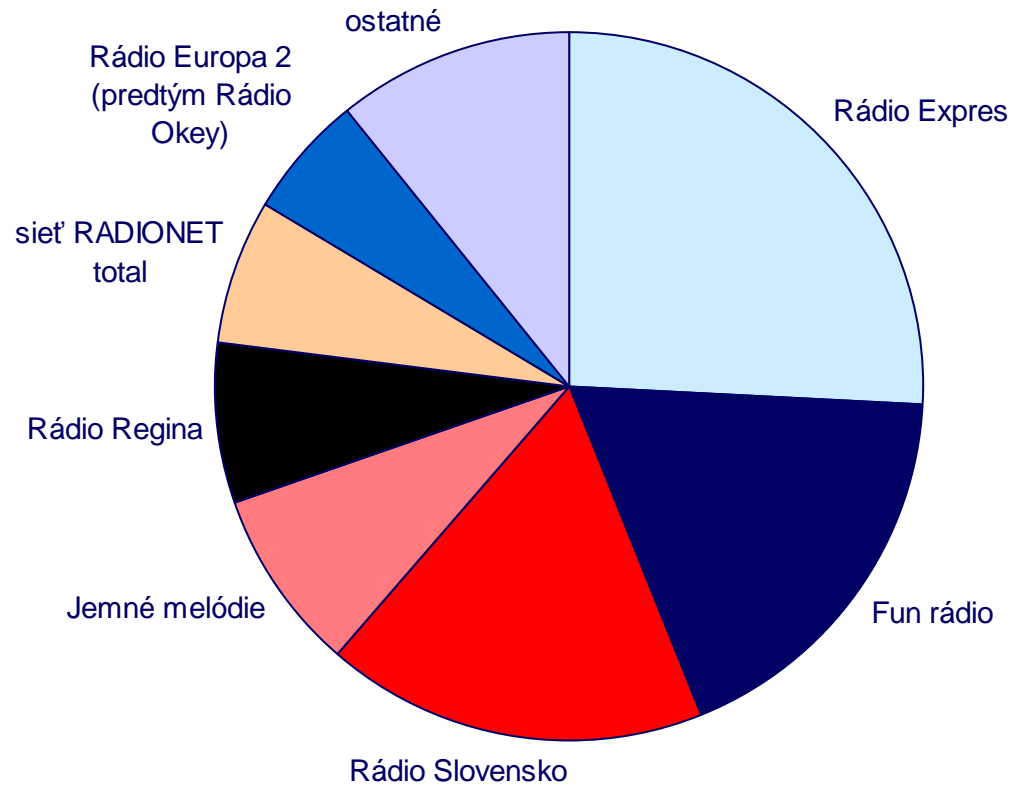
S 18% sa na štvrtom mieste umiestnila rozhlasová sieť RADIONET total a piatu priečku obsadili Jemné melódie so 17%. Na šiestom mieste je Rádio Regina s 15% a siedma priečka patrí Rádiu Europa 2 (predtým Rádio Okey) s 12%.



# ROZHLASOVÉ STANICE včera - podiel na trhu

**MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009**

V 3. + 4. kvartáli 2009 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 26% podielom na trhu, Fun rádio má 18% a rovnako s 18% podielom sa na treťom mieste umiestnilo Rádio Slovensko. Na štvrtom mieste sa umiestnili Jemné melódie s 8% a na piatom Rádio Regina so 7% podielom na trhu. Šieste miesto obsadila rozhlasová sieť RADIONET total tiež so 7% a siedme Rádio Europa 2 (predtým Rádio Okey) so 6%. Ostatné rozhlasové stanice držia podiel 11% z trhu.

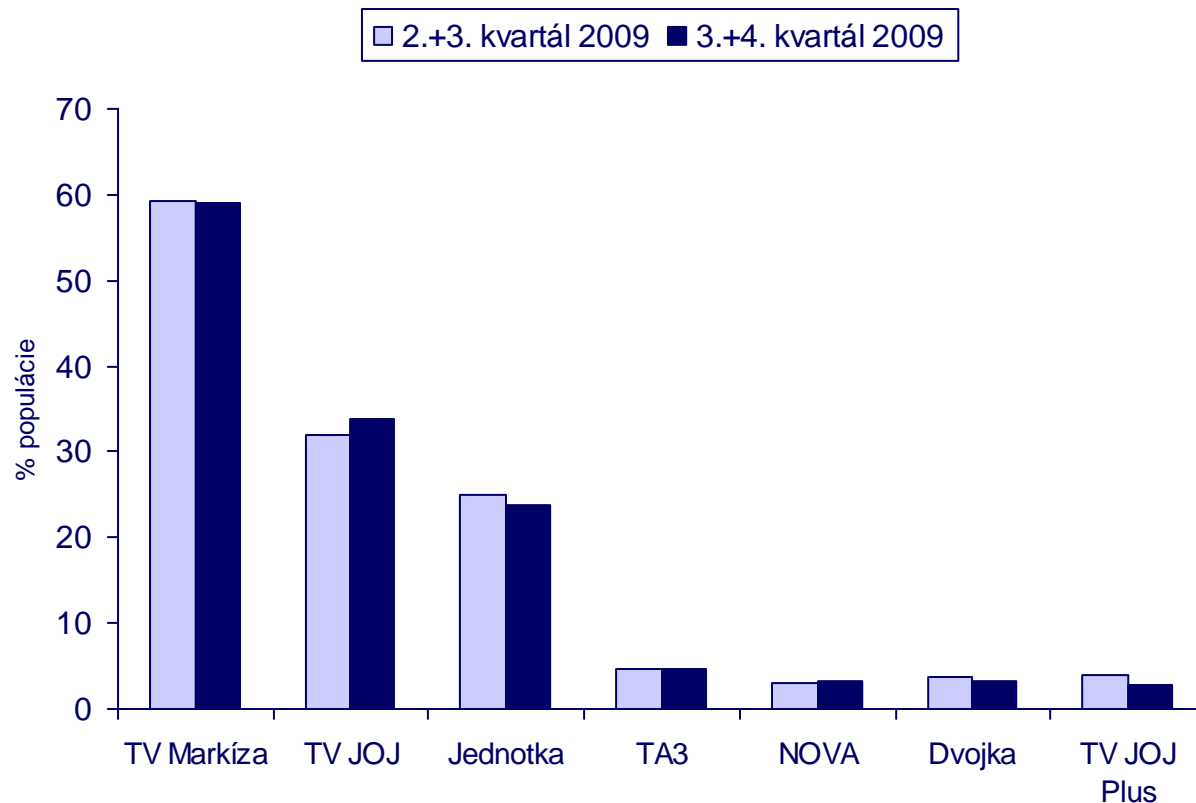


# TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009

Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 87%. Televíziu v 3.+4. kvartáli celkovo sledovali skoro 4 mil. divákov.

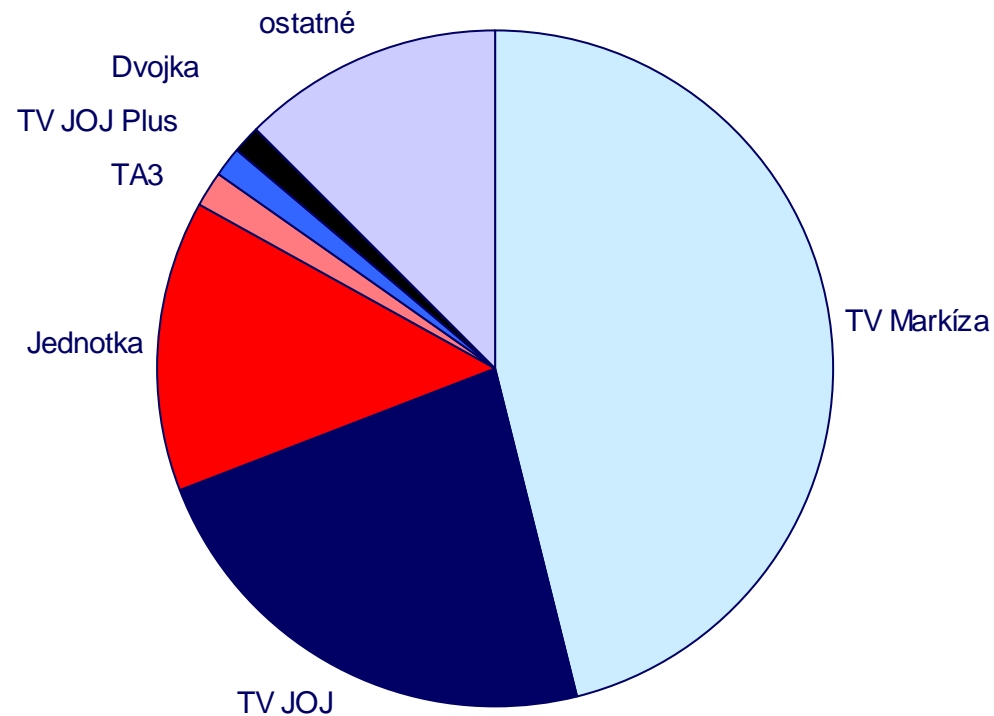
Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 59%. Sledovanosť na úrovni 34% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 24%. Nasleduje TA3 s 5%, NOVA, Dvojka, TV JOJ Plus a Prima TV s 3%. Prvú desiatku najsledovanejších televíznych staníc uzatvárajú RTL KLUB a ČT1 s 2% sledovanosťou.



# TELEVÍZNE STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009

Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 3. a 4. kvartál 2009 je nasledujúce: Na prvom mieste so 46% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 23% a za ňou sa so 14% podielom na trhu umiestnila Jednotka. Nasleduje TA3 s 2%, TV JOJ Plus s 2% a slovenskú šestku uzatvára Dvojka s 1%. Podiel ostatných televízií predstavuje celkom 12%, z toho najvyššie hodnoty dosahujú nasledujúce štyri stanice: RTL KLUB (2%), NOVA (2%), Prima TV (1%) a TV2 (1%).



# PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

**MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2009**

<b>Termín opytovania:</b>	22.06.2009 - 06.12.2009
<b>Výberový súbor:</b>	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
<b>Veľkosť výberovej vzorky:</b>	4 363 respondentov
<b>Metóda prieskumu:</b>	<b>časť Media</b> - osobné rozhovory (metóda „face-to-face“)
	<b>časť Market a Lifestyle</b> - samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“)
<b>Výber respondentov:</b>	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, 3.+4./2009**

**Termín zverejnenia tlačovej správy: 22. 1. 2010**

MEDIAN SK je slovenská nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov založená v roku 2002. Úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. MEDIAN SK realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

**Garancia kvality - členstvo a spolupráca:**

E.S.O.M.A.R. (Európske združenie prieskumných spoločností)

KMR Group (Kantar Media Research Group)

Intersearch Network

American Marketing Association

Median s.r.o., Česká republika

**Kontakt:**

MEDIAN SK, s.r.o.

Kremnická 6

851 01 Bratislava V

telefónne číslo: +421 2 5443 5539

fax: +421 2 5464 8064

[www.median.sk](http://www.median.sk)

e-mail: [median@median.sk](mailto:median@median.sk)