

MEDIAN SK

MML - TGI

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

Market & Media & Lifestyle - TGI

**Základné výsledky
za 1. + 2. kvartál 2010**

Prieskum MML-TGI

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

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 4. 1. 2010 do 20. 6. 2010. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 389 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 2. kvartáli 2010 monitorované tlačené médiá v celkovej počte 255 titulov podľa jednotlivých periodicit. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 47 rozhlasových staníc, 64 televíznych staníc a 4 teletexty.

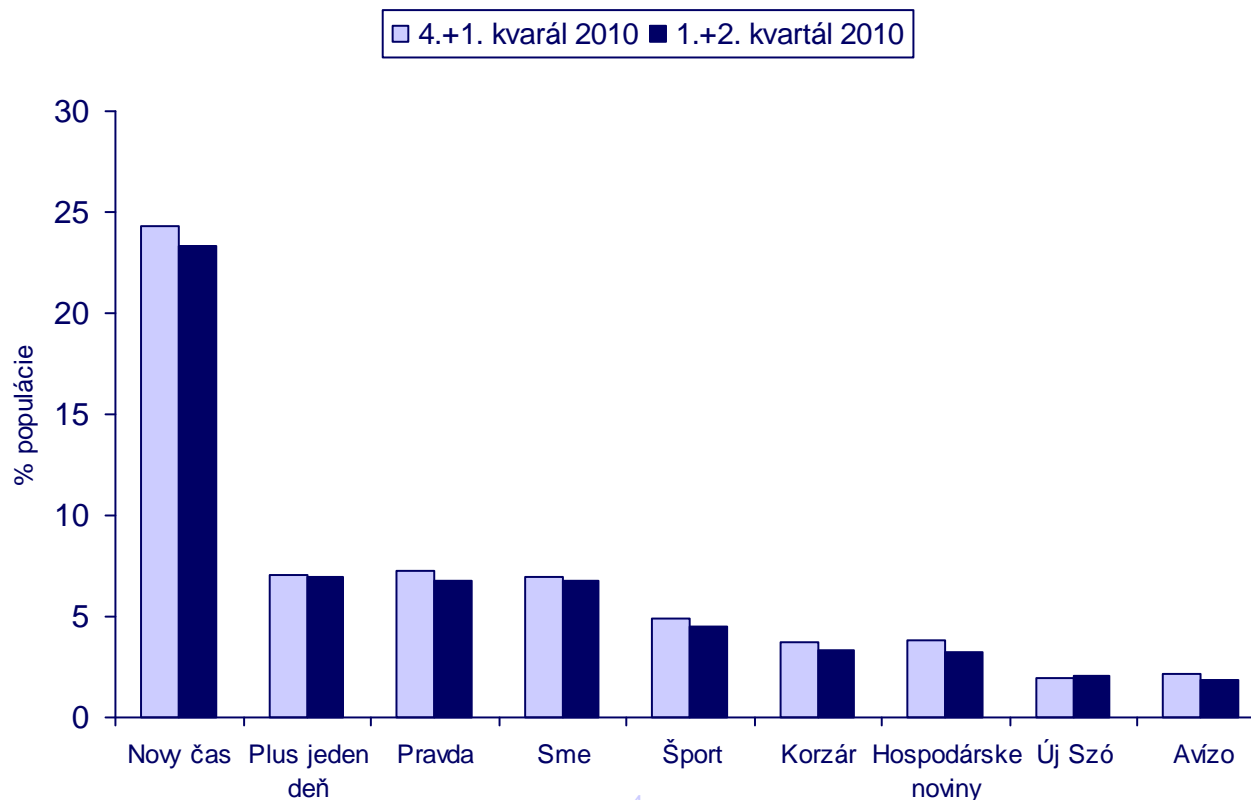
Životný štýl, formou viac ako 750 výrokov zameraných na rôzne oblasti s päťbodovou škálou odpovedí od absolútneho súhlasu po absolútny nesúhlas.

DENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Celková čítanosť celoštátnych denníkov v porovnaní s 4.+1. kvartálom 2010 (14.9.2009 - 28.3.2010) klesla o 2 percentá na úroveň 41% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 79% populácie.

Celoštátne denníky v 1. a 2. kvartáli 2010 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 23%, ktoré predstavujú viac ako 1 mil. čitateľov. Druhý v poradí je denník Plus jeden deň so 7%. Čítanosť denníka Pravda je rovnako na úrovni 7%. Nasleduje denník Sme tiež so 7%, Šport s čítanosťou 4%, Korzár s 3% a Hospodárske noviny rovnako s 3%. Ďalej nasledujú Új Szó s 2% a Avízo tiež s 2% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

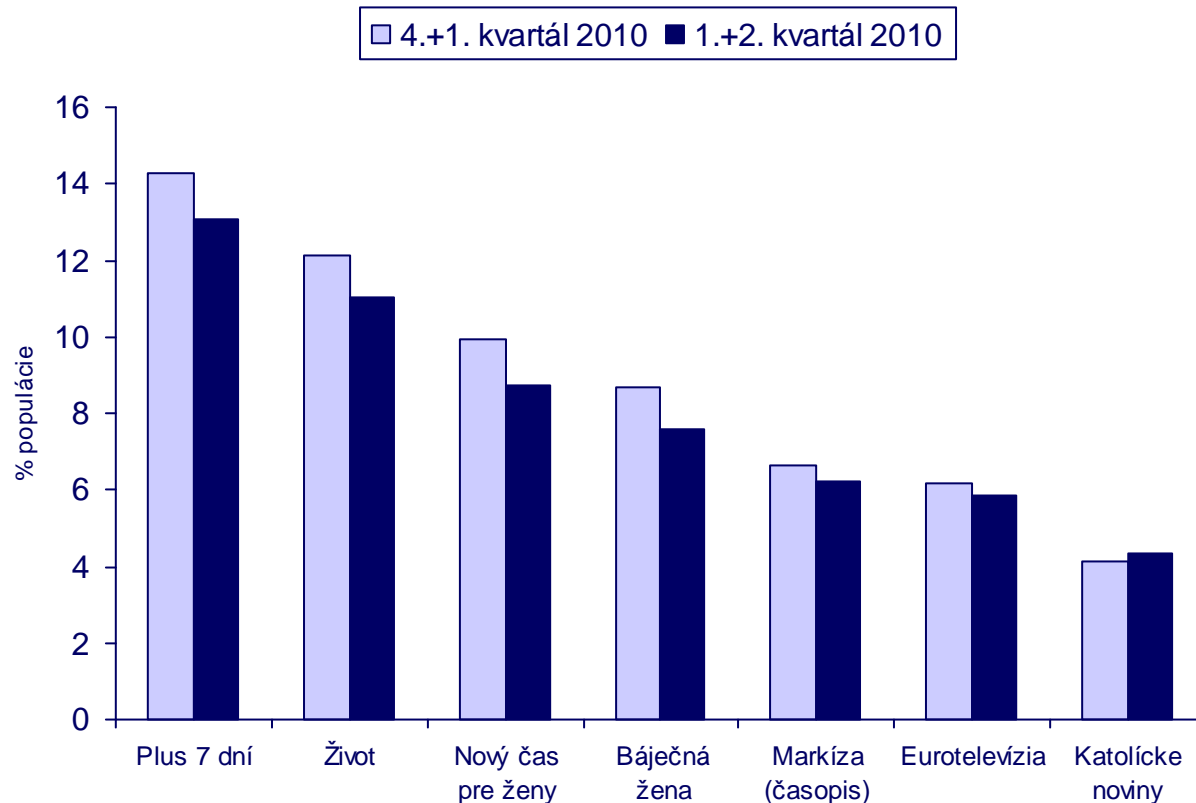


TÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 46%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú „ostatné“ vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Celková čítanosť týždenníkov všeobecne klesla o štyri percentá oproti 4.+1. kvartálu 2010.

Týždenník Plus 7 dní dosiahol 13%. Druhú pozíciu obsadil Život s čítanosťou 11% a prvú trojicu uzatvára Nový Čas pre ženy s 9%. Báječná žena sa umiestnila na štvrtom mieste s 8%, na piatom Markíza (časopis) so 6% a na šiestom Eurotelevízia tiež so 6%. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny so 4%.

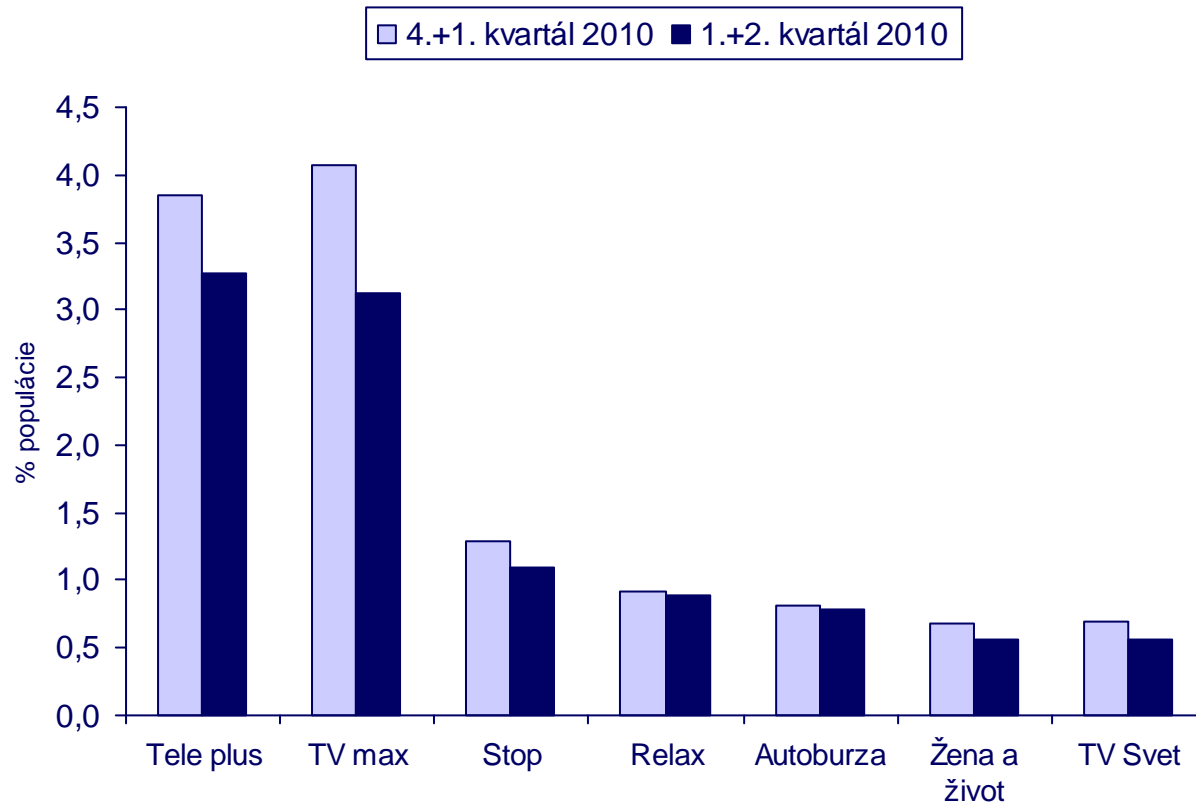


DVOJTÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 12% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Je to dvojpercentný pokles oproti 4.+1. kvartálu 2010.

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

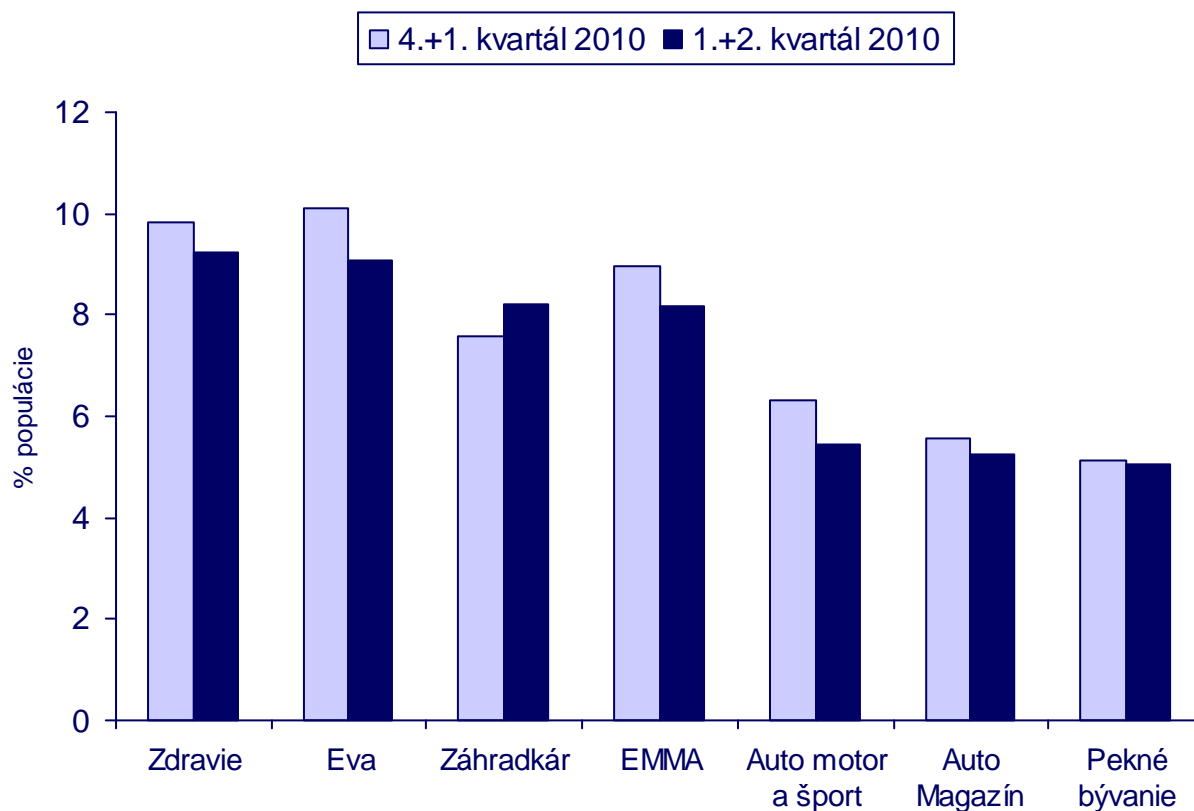


MESAČNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Celková čítanosť mesačníkov v 1. a 2. kvartáli 2010 zaznamenala 50%, čo je trojpercentný pokles v porovnaní so 4.+1. kvartálom 2010.

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



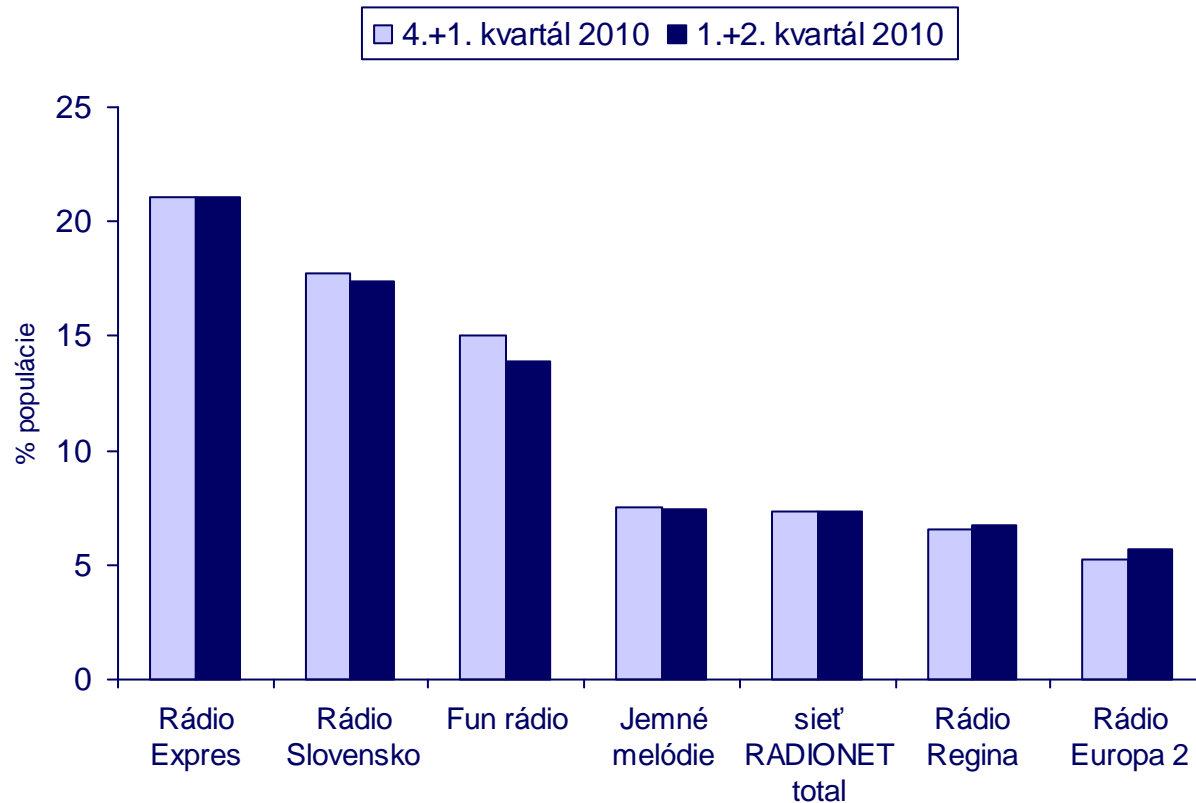
ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Celková počúvanosť rádií v parametri „počúval včera“ predstavuje 72%.

Poradie otvára Rádio Expres s 21%, ďalej Rádio Slovensko so 17%, nasleduje Fun rádio so 14%.

So 7% sa na štvrtom mieste umiestnili Jemné melódie a piatu priečku obsadila sieť rozhlasových staníc RADIONET total rovnako so 7%. Na šiestom mieste je Rádio Regina tiež so 7% a siedma priečka patrí Rádiu Europa 2 so 6%.



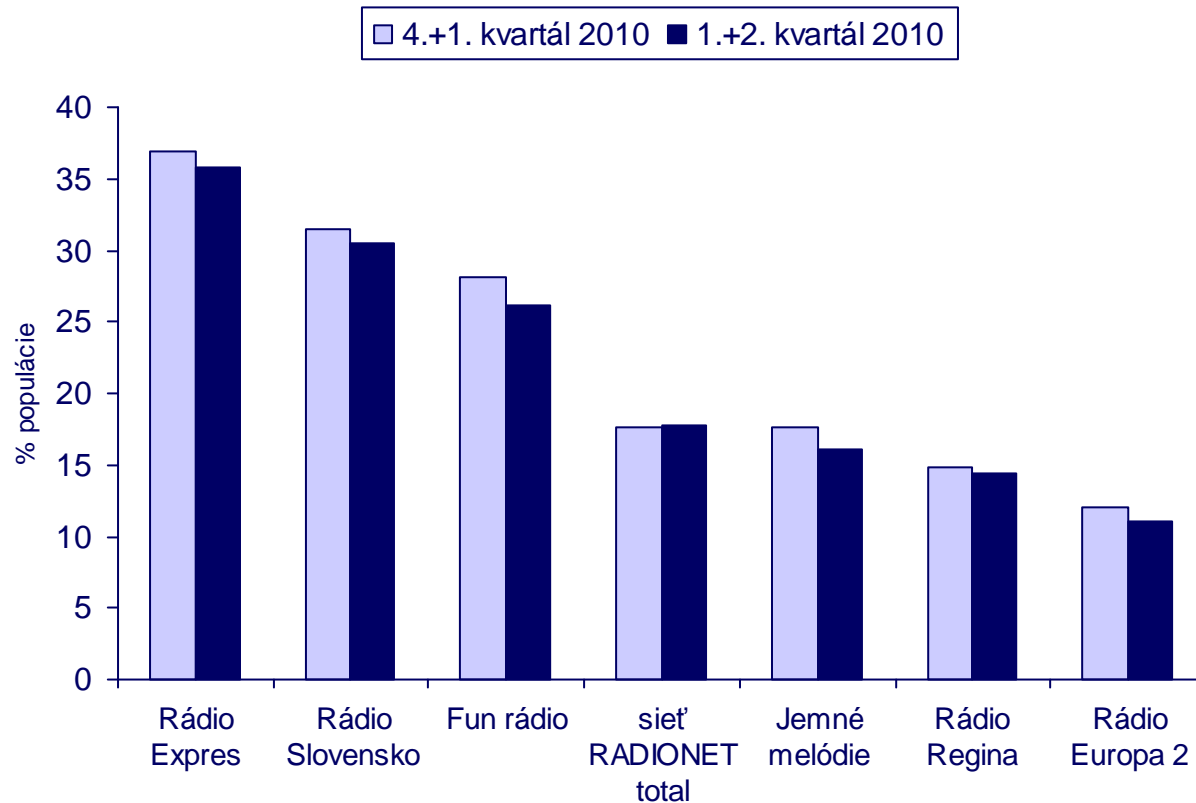
ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) minulý týždeň

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

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

Poradie otvára Rádio Expres s 36%, ďalej Rádio Slovensko s 30%, nasleduje Fun rádio s 26%.

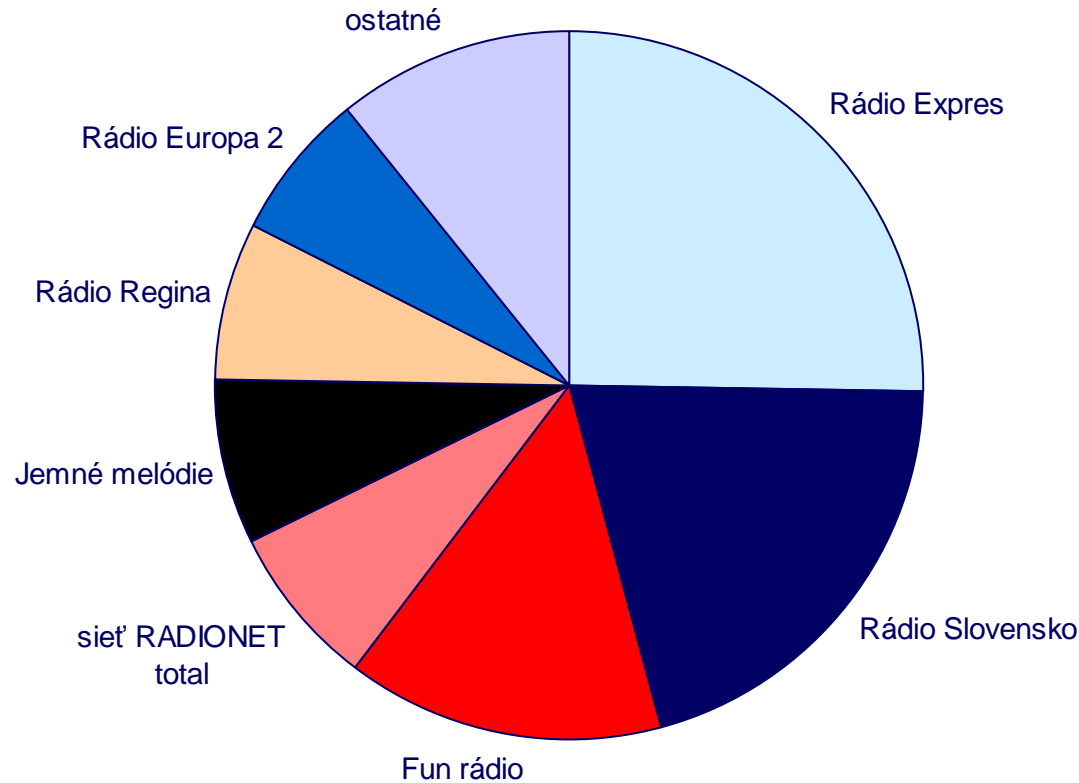
S 18% sa na štvrtom mieste umiestnila rozhlasová sieť RADIONET total a piatu priečku obsadili Jemné melódie rovnako so 16%. Na šiestom mieste je Rádio Regina so 14% a siedma priečka patrí Rádiu Europa 2 s 11%.



ROZHLASOVÉ STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

V 1. + 2. kvartáli 2010 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 25% podielom na trhu, Rádio Slovensko má 21% a so 14% podielom sa na treťom mieste umiestnilo Fun rádio. Na štvrtom mieste sa umiestnila rozhlasová sieť RADIONET total s 8% a na piatom Jemné melódie so 7% podielom na trhu. Šieste miesto obsadilo Rádio Regina tiež so 7% a siedme Rádio Europa 2 rovnako so 7%. Ostatné rozhlasové stanice držia podiel 11% z trhu.

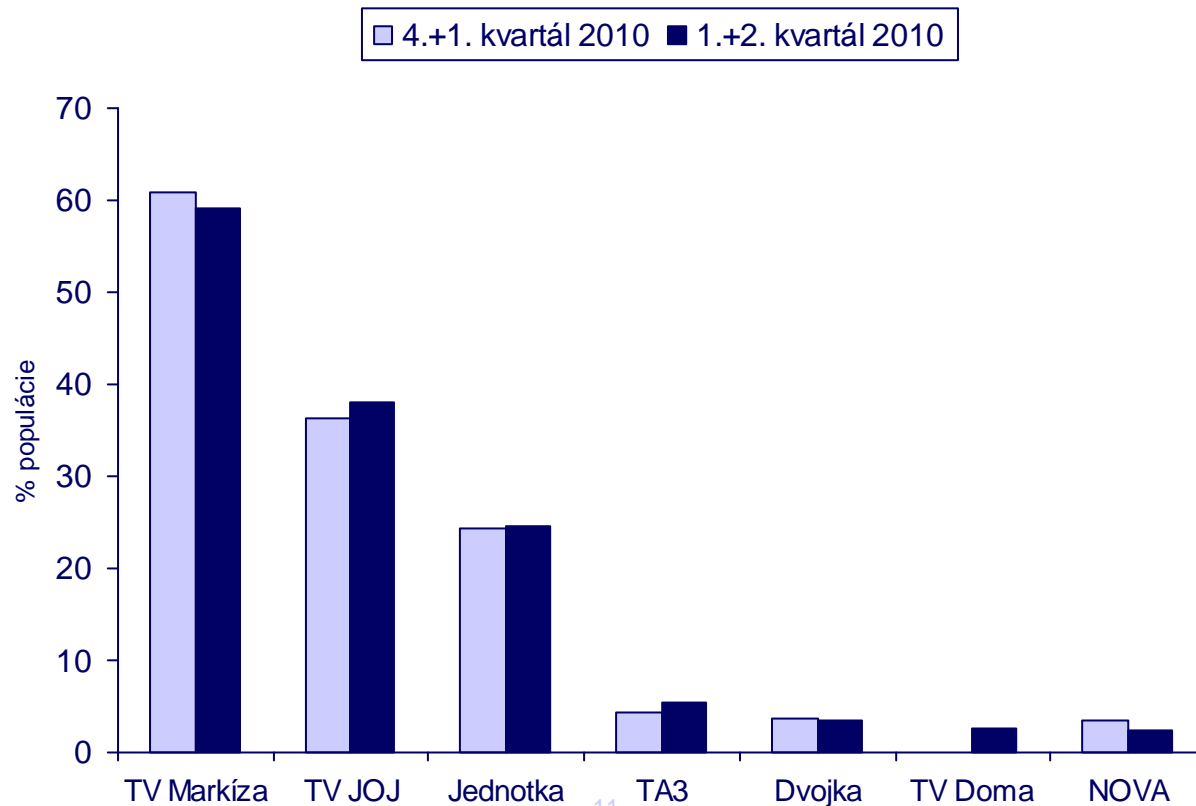


TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 90%. Televíziu v 1.+2. kvartáli 2010 celkovo sledovali viac ako 4 mil. divákov.

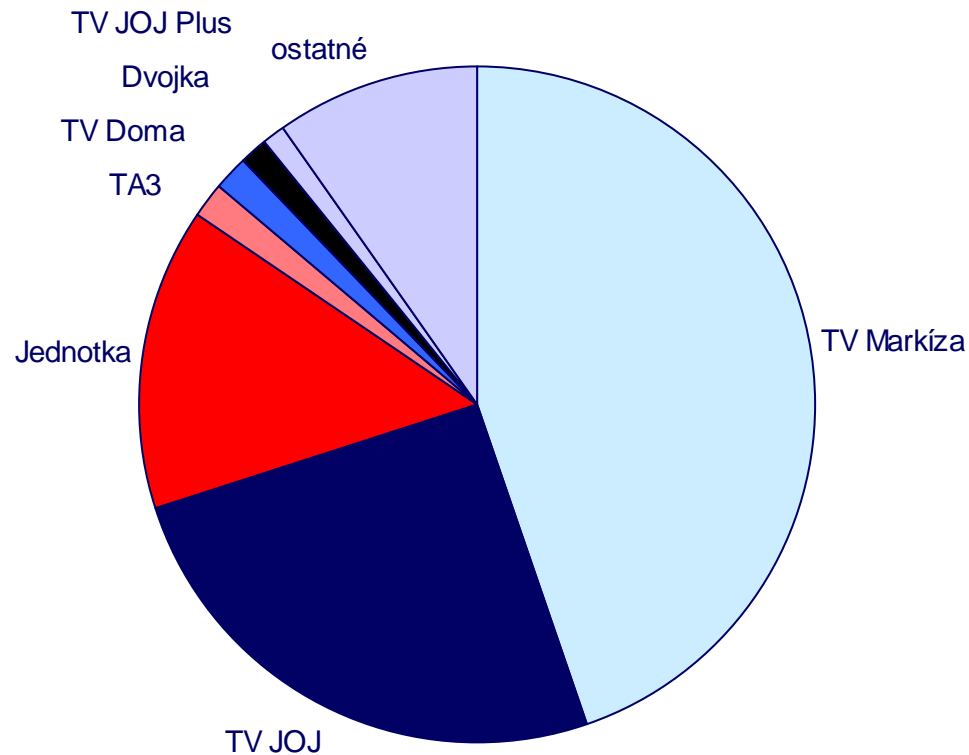
Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 59%. Sledovanosť na úrovni 38% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 25%. Nasleduje TA3 s 5%, Dvojka a TV Doma s 3%, NOVA a TV JOJ Plus s 2%. Prvú desiatku najsledovanejších televíznych staníc uzatvárajú Prima TV a ČT1 s 2% sledovanosťou.



TELEVÍZNE STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 1. a 2. kvartál 2010 je nasledujúce: Na prvom mieste so 45% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 25% a za ňou sa s 15% podielom na trhu umiestnila Jednotka. Nasleduje TA3 s 2%, Tv Doma s 2%, Dvojka s 1% a slovenskú sedmičku uzatvára TV JOJ Plus s 1%. Podiel ostatných televízií predstavuje celkom 11%, z toho najvyššie hodnoty dosahujú nasledujúce tri stanice: NOVA (1%), RTL KLUB (1%) a Prima TV (1%).



PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2010

Termín opytovania:	04.01.2010 - 20.06.2010
Výberový súbor:	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
Veľkosť výberovej vzorky:	4 389 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, 1.+2./2010

Termín zverejnenia tlačovej správy: 10. 8. 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

e-mail: median@median.sk