



Mediálne
prieskumy



MML-TGI



Softvér



Ad-hoc
prieskumy



Vývoj
technológií

MML - TGI

národný prieskum spotreby, médií a životného štýlu

Market & Media & Lifestyle - TGI[®]

Základné výsledky za 2. kvartál 2016 a 3. kvartál 2016

PRIESKUM TRHU, MÉDIÍ A VEREJNEJ MIENKY, VÝVOJ SOFTVÉROV

Kremnická 6, Petržalka - Dvory, 851 01 Bratislava V

tel.: 02 / 5443 5539, fax: 02 / 5464 8064

e-mail: median@median.sk

www.median.sk

OFICIÁLNY PARTNER:

KANTAR MEDIA GROUP PRE SLOVENSKO

Národný prieskum MML-TGI®

Spoločnosť MEDIAN SK, s. r. o. v licenčnej spolupráci s anglickou spoločnosťou Kantar Media realizuje národný 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 4.4.2016 do 18.9.2016. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 241 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 2016 monitorované tlačené médiá a rozhlasové a televízne stanice. Všetky médiá sú opytované deklaratívnym spôsobom.

Životný štýl, formou viac ako 700 výrokov zameraných na rôzne oblasti s päťbodovou škálou odpovedí od absolútneho súhlasu po absolútny nesúhlas.

Národný prieskum MML-TGI[®]

približné intervaly spoľahlivosti pre projekčné hodnoty

projekcia v tisícoch	odchýlka +/-	počet respondentov
50	14	50
60	15	60
70	17	70
80	18	80
90	19	90
100	20	100
150	24	150
200	28	199
300	34	299
400	38	399
500	39	419
600	40	439
700	48	658
800	48	678
900	49	698
1000	49	718
1500	51	778
2000	52	828

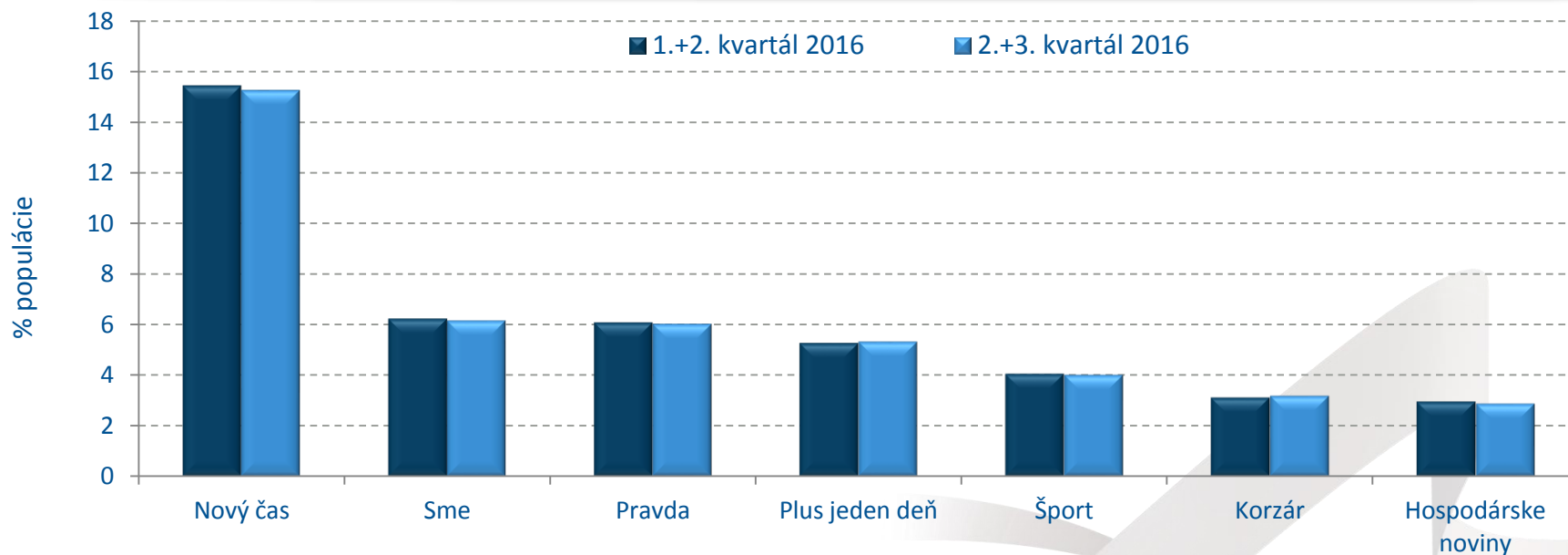
- Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou odchýlkou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

DENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť celoštátnych denníkov dosahuje 29% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 65% populácie.
- Celoštátne denníky v 2. a 3. kvartáli 2016 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 15%. Čítanosť na úrovni 6% majú denníky Sme a Pravda. Nasleduje denník Plus jeden deň s 5% a Šport so 4%. Korzár a denník Hospodárske noviny majú čítanosť 3% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

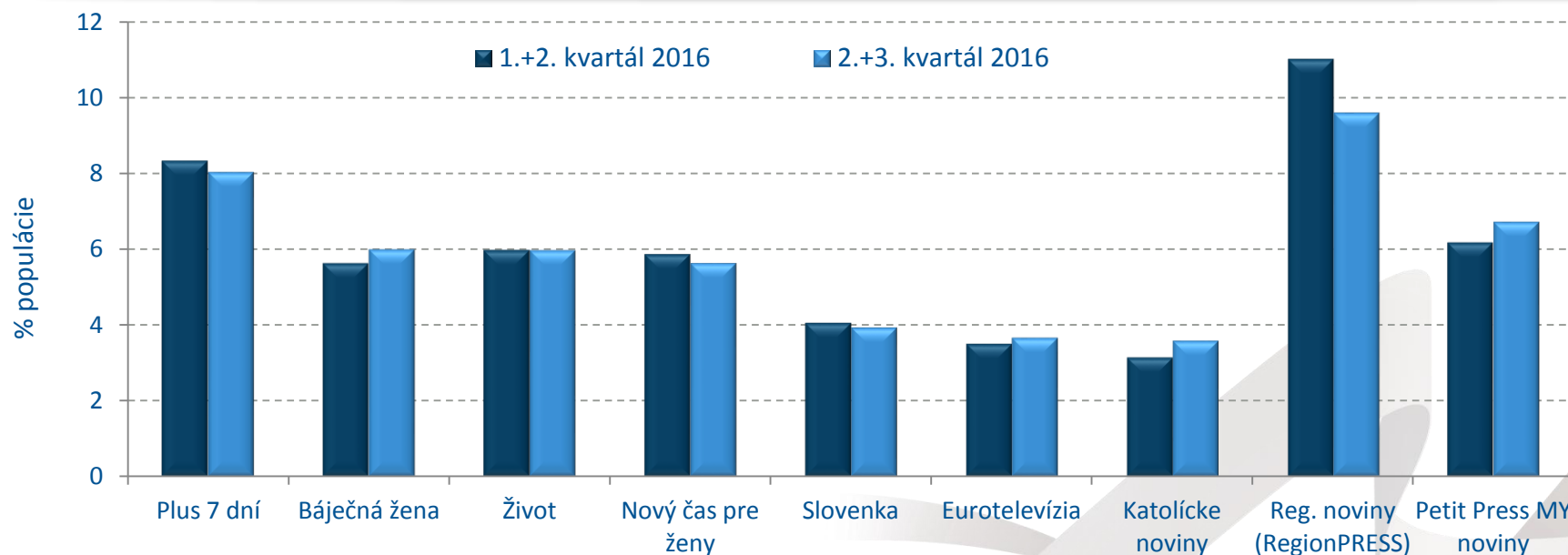


TÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 39%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú posledné vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledné 3 mesiace“ ide o 73% populácie.
- Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní s 8%. 6% čítanosť majú týždenníky Báječná žena, Život a Nový čas pre ženy. 4% obyvateľov SR čítajú Slovenku a rovnaký podiel majú aj týždenníky Eurotelevízia a Katolícke noviny. Sieť týždenníkov Regionálne noviny (RegionPRESS) dosiahla 10% a sieť Petit Press MY noviny 7% čítanosť.

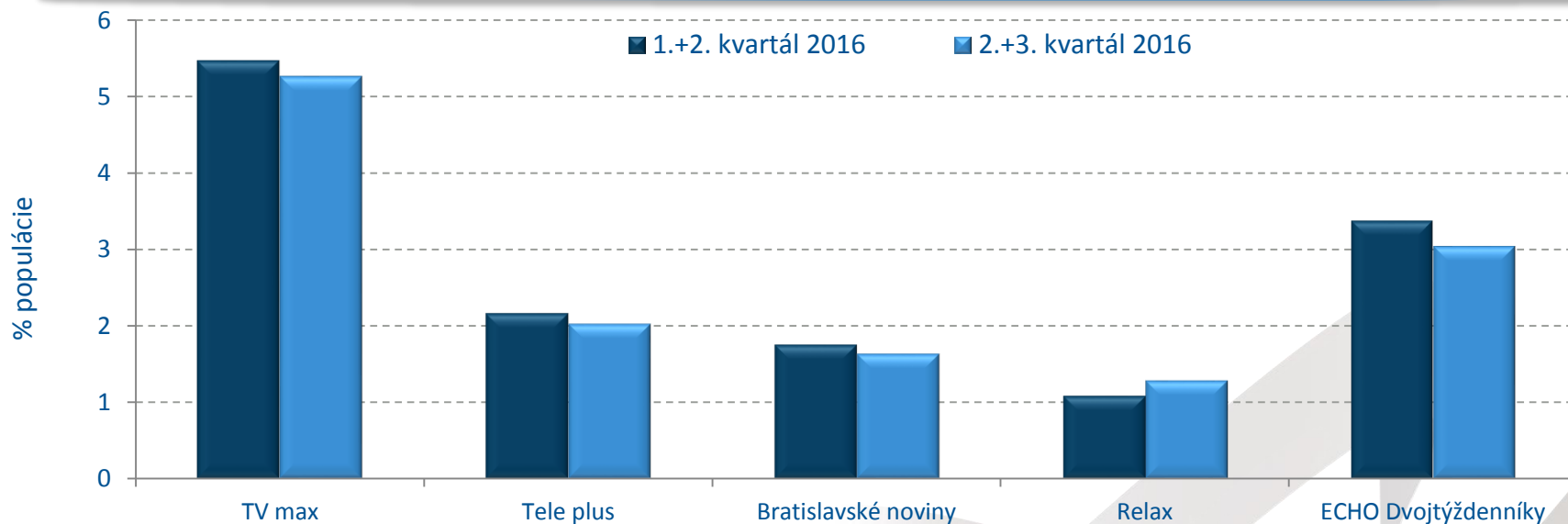


DVOJTÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 13% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Dvojtýždenníky si v „posledných 6 mesiacoch“ prečítalo 25% populácie.
- Najčítanejším titulom medzi dvojtýždenníkmi je TV max s 5%. Nasledujú Tele plus a Bratislavské noviny s 2%. Dvojtýždenník Relax dosiahol 1% čítanosť. Sieť titulov ECHO Dvojtýždenníky dosiahla čítanosť 3%.

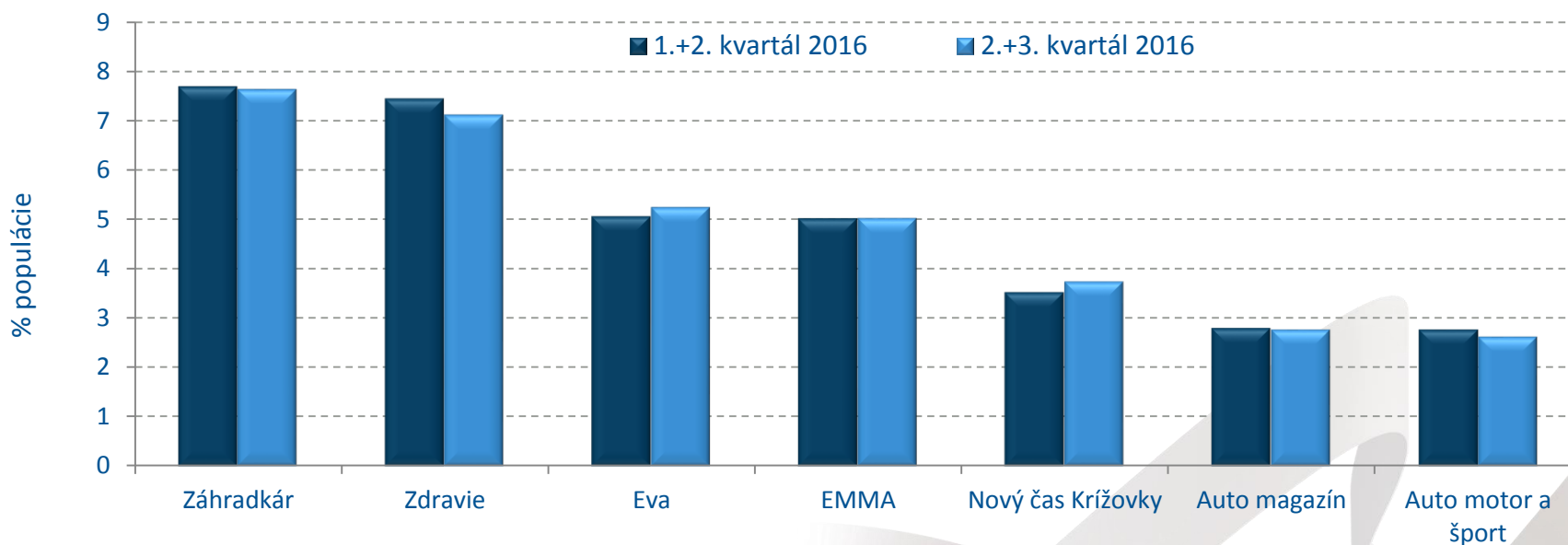


MESAČNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť mesačníkov v 2. a 3. kvartáli 2016 je na úrovni 44%. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledný rok“ ide o 55% populácie.
- Poradie mesačníkov, ktoré sú na Slovensku bežne dostupné, otvára časopis Záhradkár s 8%. Čítanosť 7% má mesačník Zdravie. Nasledujú Eva s 5% a za ňou EMMA rovnako s 5%. Ďalší je mesačník Nový čas Krížovky so 4% . Nasledujú týždenníky Auto magazín a Auto motor a šport s 3% čítanosťou.

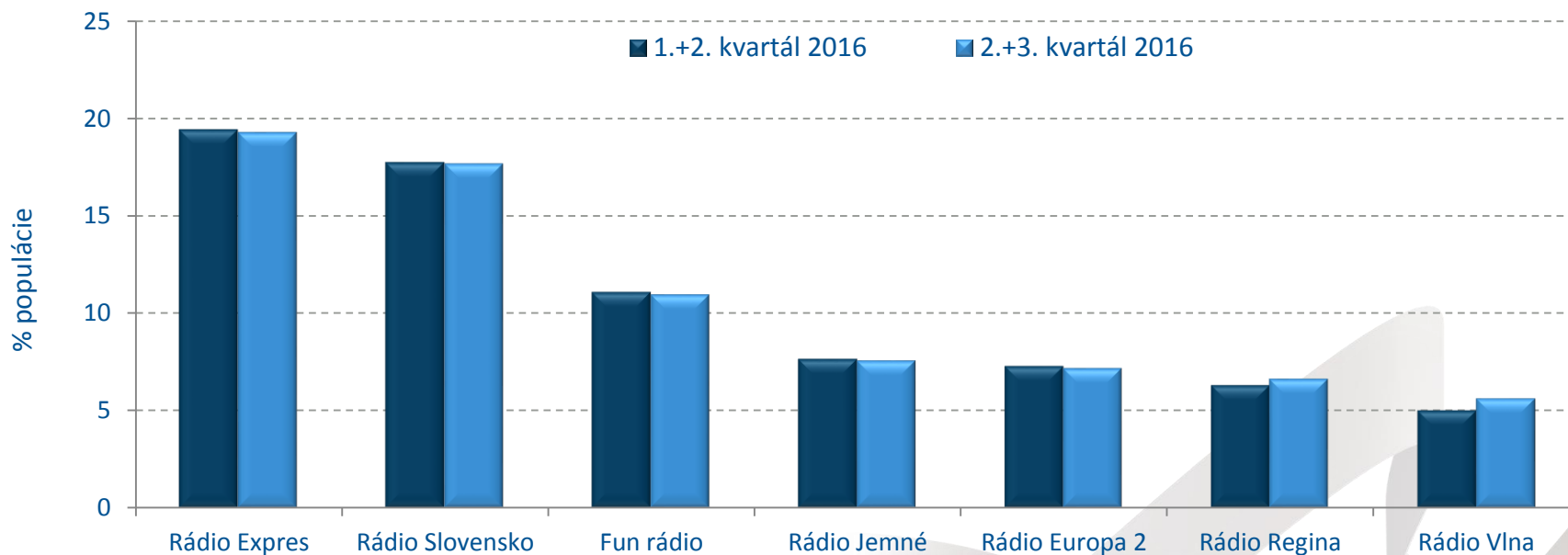


ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) včera



- Celková počúvanosť rádií v parametri „počúval včera“ predstavuje 66%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 19%, ďalej Rádio Slovensko s 18%, nasleduje Fun rádio s 11%. 8% počúvanosť dosiahli Rádio Jemné a 7% Rádio Europa 2. Rádio Regina získalo rovnako 7% a poradie siedmich najpočúvanejších staníc uzatvára Rádio Vlna so 6%.

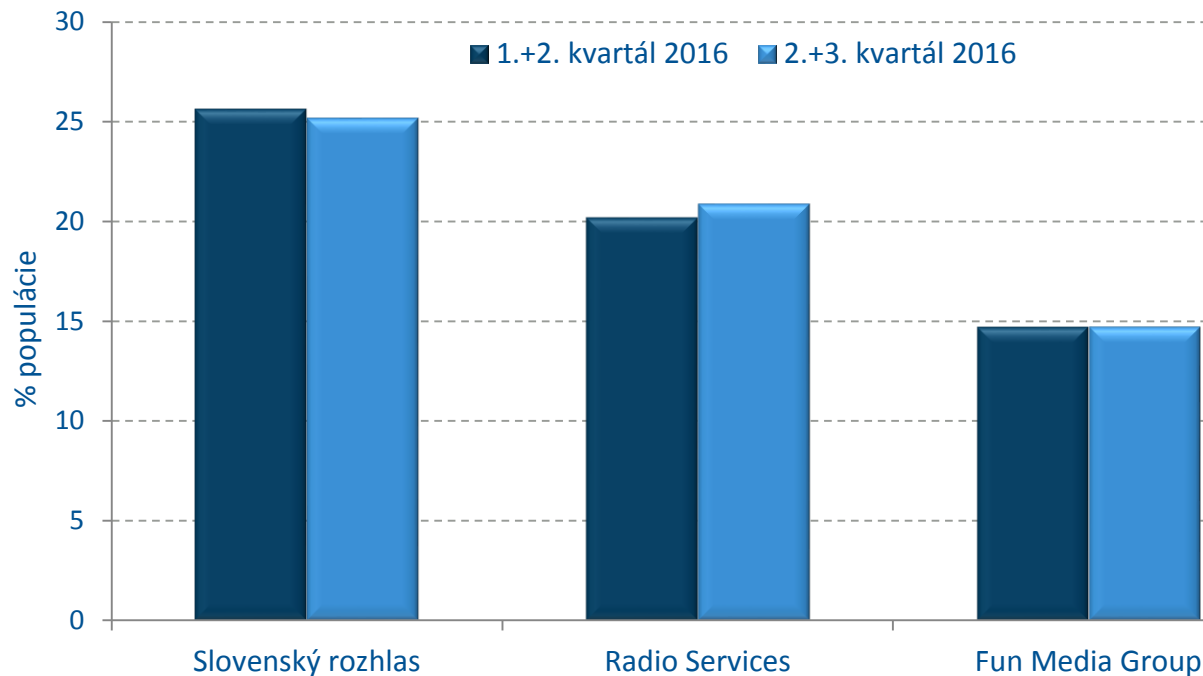


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) včera



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval včera“ 25%. Rozhlasová sieť Radio Services dosiahla počúvanosť 21% a sieť Fun Media Group (predtým Radio Group) 15%.



Členovia rozhlasových sietí:

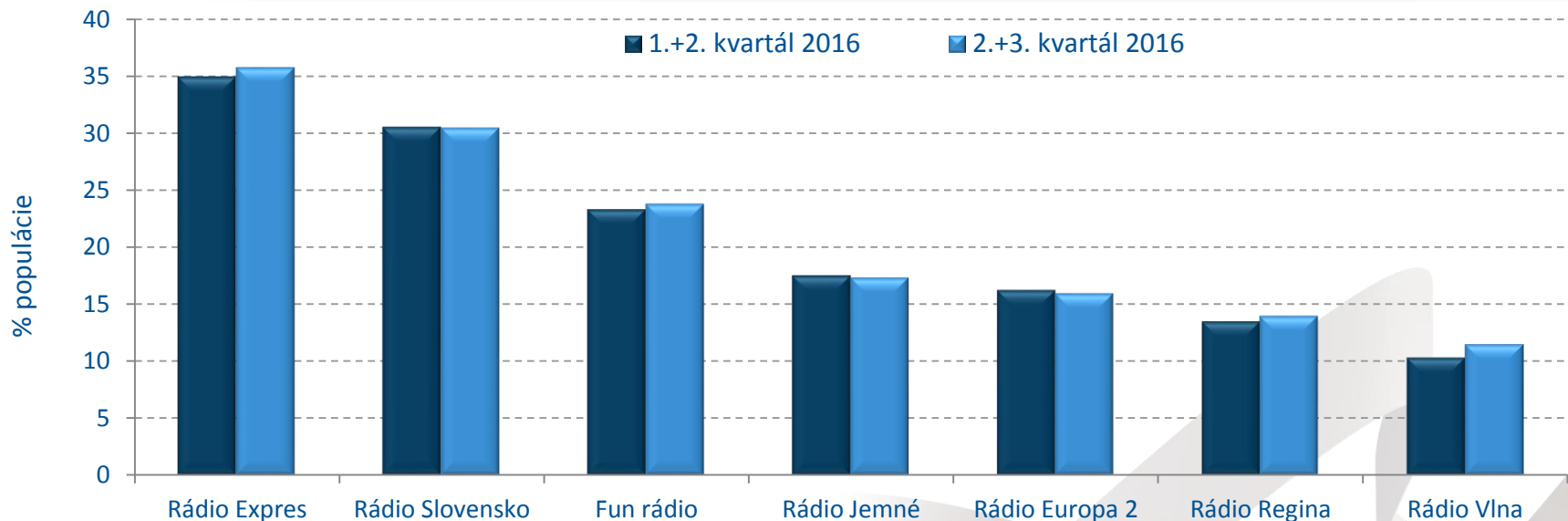
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Devín
 - Rádio_FM
 - Rádio Patria
 - Rádio Regina
 - Rádio Slovakia International
 - Rádio Slovensko
- Fun Media Group
 - Fun rádio
 - Rádio Beta
 - Rádio Best FM
 - Rádio Frontinus
 - Rádio Kiss
 - Rádio Liptov
 - Rádio Lumen
 - Rádio Rebeca
 - Rádio SiTy
 - Sky rádio (predtým Rádio Prešov)
 - Záhorácke rádio
- Radio Services
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Europa 2
 - Rádio Jemné
 - Rádio Vlna

ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) posledný týždeň



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 91%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 36%, ďalej Rádio Slovensko s 30%, nasleduje Fun rádio s 24%. 17% populácie počúva aspoň raz za týždeň Rádio Jemné a 16% Rádio Europa 2. Rádio Regina dosiahla počúvanosť 14% a sedmičku najpočúvanejších uzatvára Rádio Vlna s 11%.

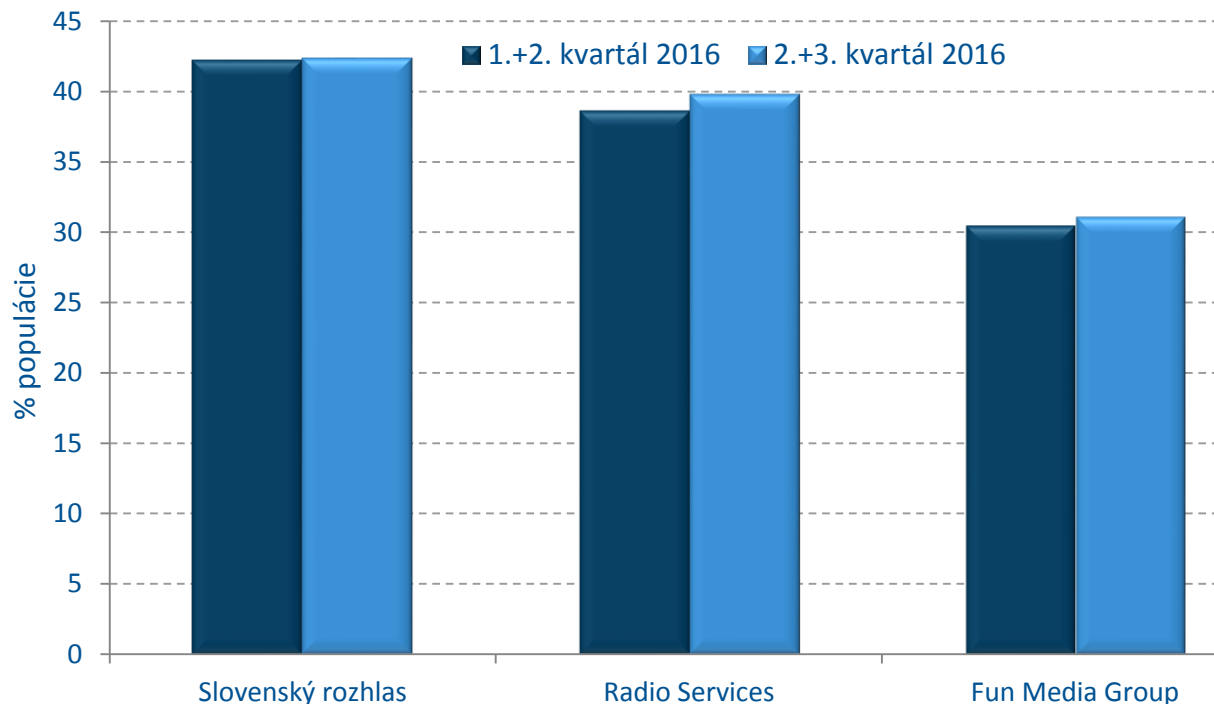


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) posledný týždeň



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval posledný týždeň“ 42%. Rozhlasová sieť Radio Services dosiahla počúvanosť 40% a sieť Fun Media Group (predtým Radio Group) 31%.



Členovia rozhlasových sietí:

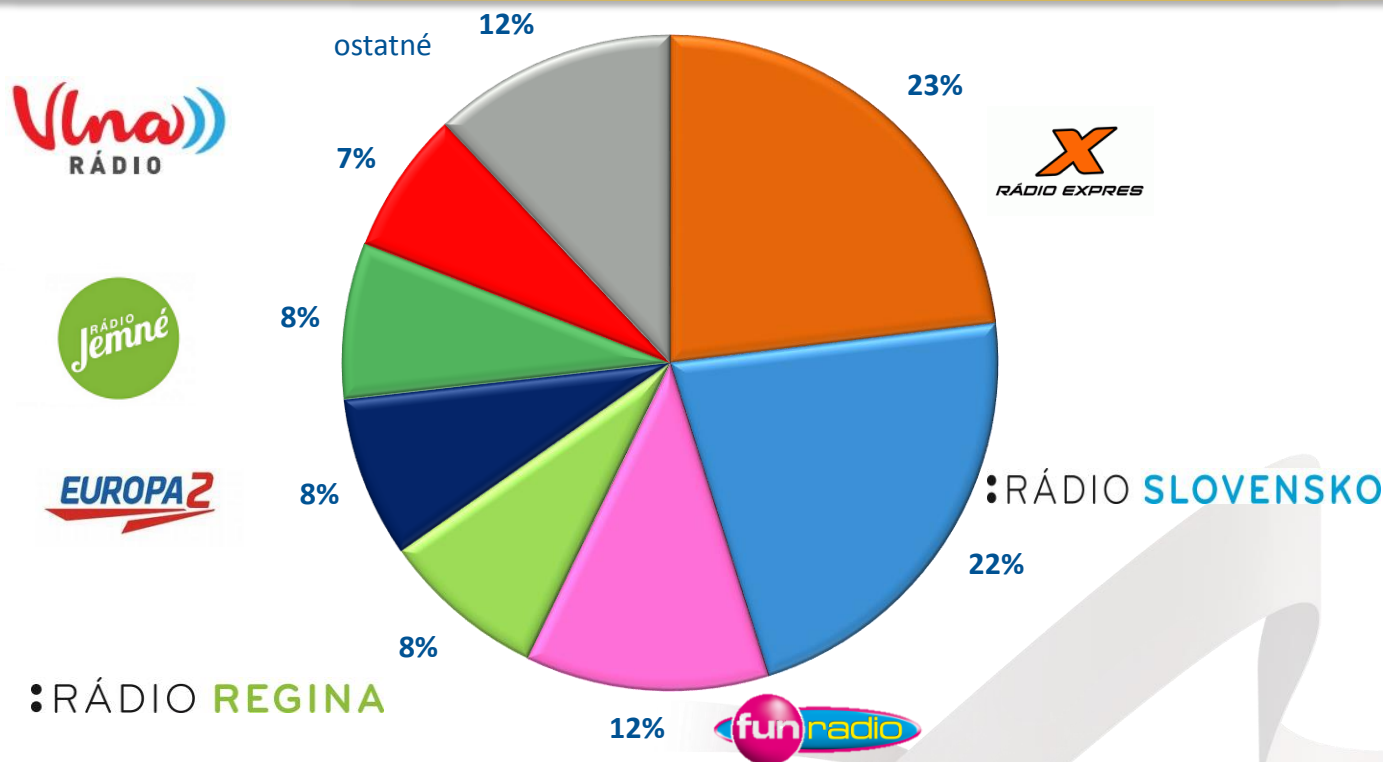
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Devín
 - Rádio_FM
 - Rádio Patria
 - Rádio Regina
 - Rádio Slovakia International
 - Rádio Slovensko
- Fun Media Group
 - Fun rádio
 - Rádio Beta
 - Rádio Best FM
 - Rádio Frontinus
 - Rádio Kiss
 - Rádio Liptov
 - Rádio Lumen
 - Rádio Rebeca
 - Rádio SiTy
 - Sky rádio (predtým Rádio Prešov)
 - Záhorácke rádio
- Radio Services
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Europa 2
 - Rádio Jemné
 - Rádio Vlna

ROZHLASOVÉ STANICE včera

- podiel na trhu

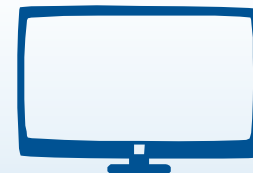


V 2. + 3. kvartáli 2016 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 23% a Rádio Slovensko s 22% podielom na trhu. S 12% podielom sa na trhu pohybuje Fun rádio. 8% podiel majú Rádio Regina, Rádio Europa 2 a Rádio Jemné. Rádio Vlna dosiahlo 7%. Ostatné rozhlasové stanice držia 12% podiel z trhu.

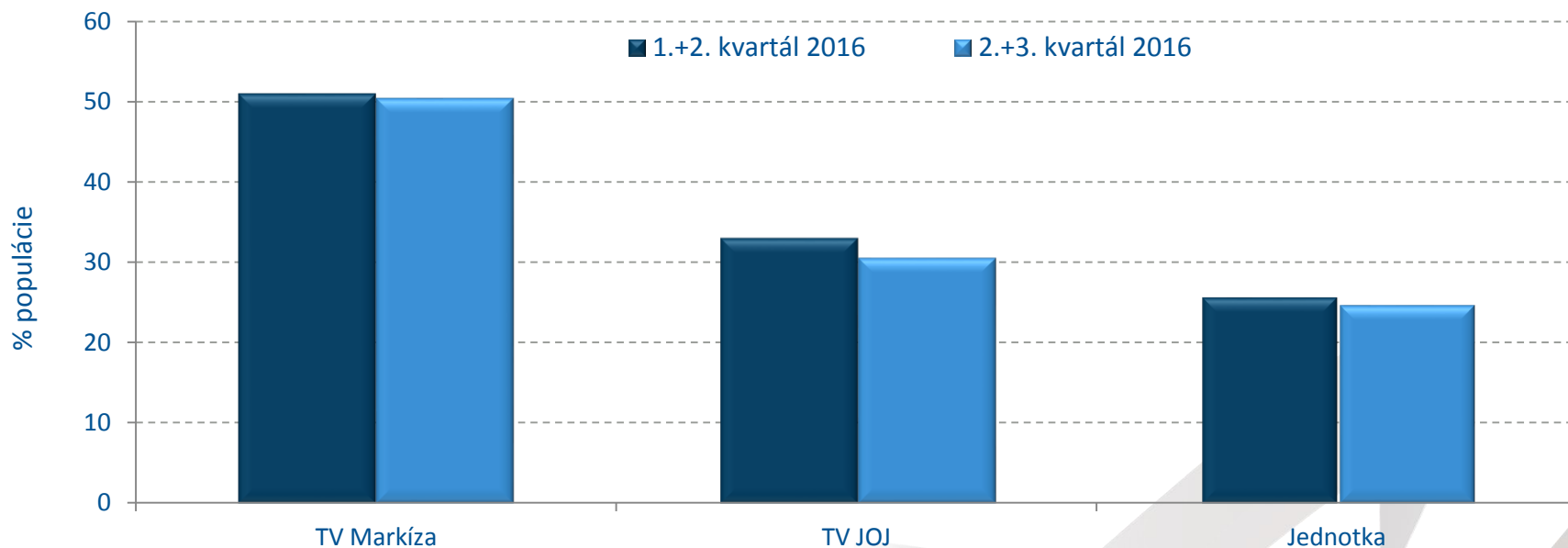


TELEVÍZNE STANICE

- sledoval(a) včera



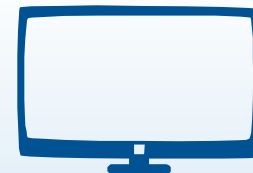
- Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 83%. Televíziu v 2. a 3. kvartáli 2016 celkovo sledovalo takmer 4 mil. divákov.
- Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 51%. Sledovanosť na úrovni 31% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 25%.



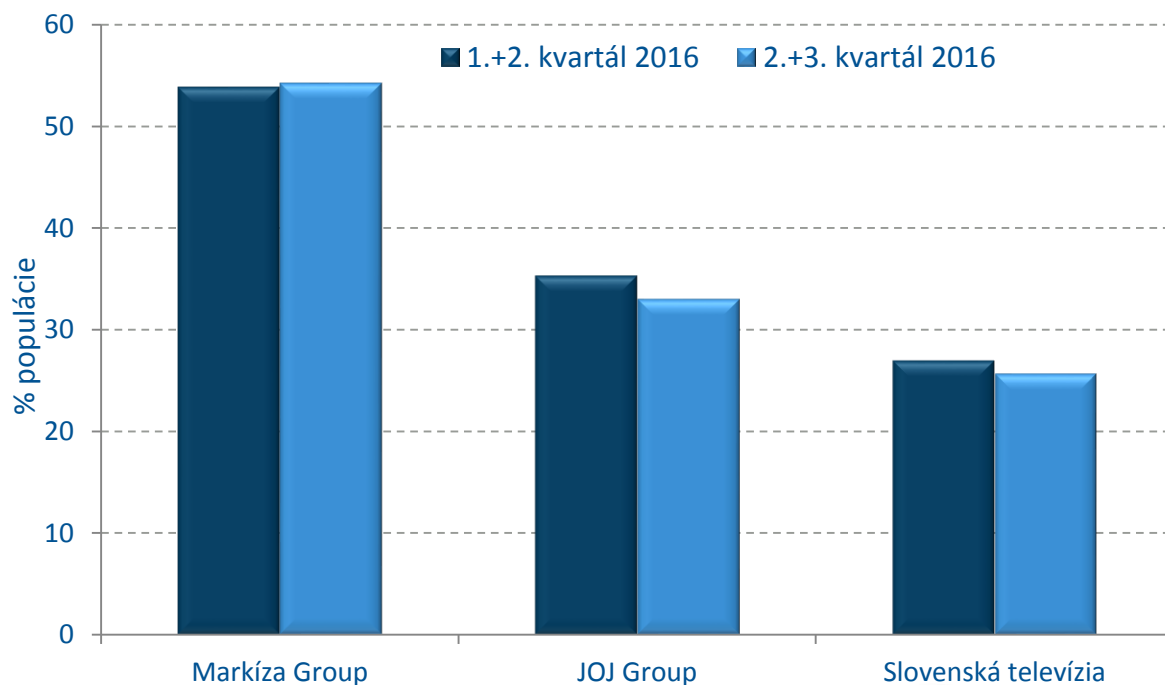
*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

TELEVÍZNE SKUPINY

- sledoval(a) včera



- Markíza Group dosiahla v parametri „sledoval(a) včera“ 54% sledovanosť. Televízna skupina JOJ Group dosiahla sledovanosť 33% a Slovenská televízia (RTVS) 26%.



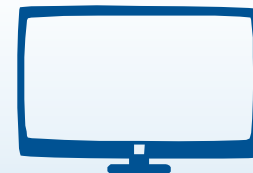
Členovia televíznych skupín:

- Markíza Group
 - TV Markíza
 - TV DOMA
 - TV Dajto
- JOJ Group
 - TV JOJ
 - Plus
 - WAU
 - RiK
- Slovenská televízia (RTVS)
 - Jednotka
 - Dvojka

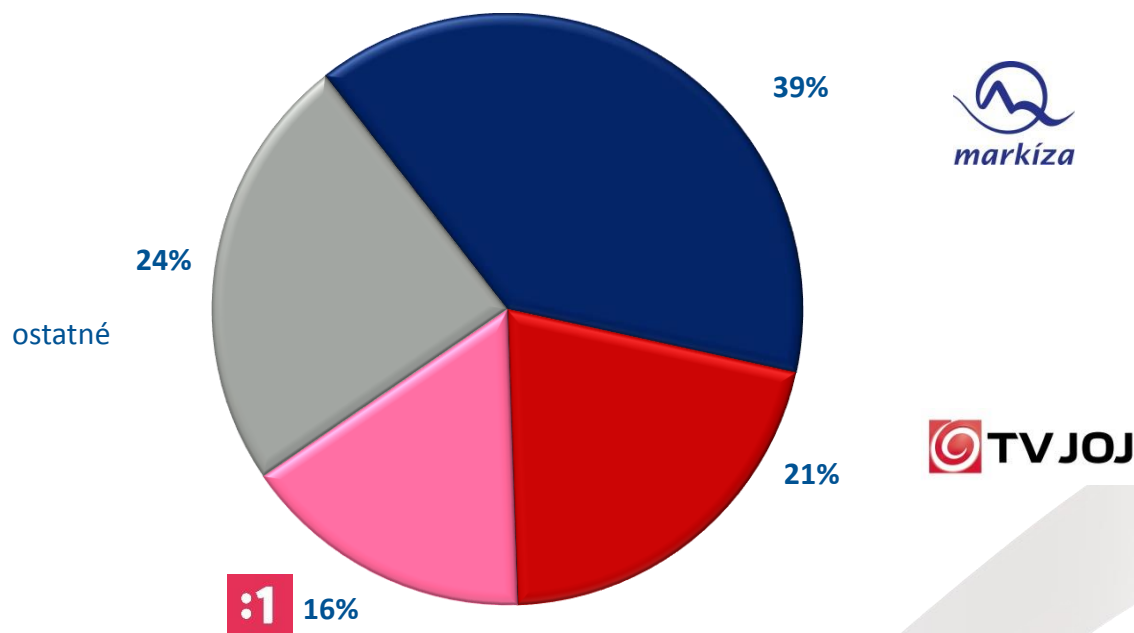
*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

TELEVÍZNE STANICE včera

- podiel na trhu



Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 2. + 3. kvartál 2016 je nasledujúce: Na prvom mieste s 39% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 21% a za ňou sa so 16% podielom na trhu umiestnila Jednotka.



*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

Termín opytovania:	04.04.2016 - 18.09.2016
Výberový súbor:	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
Veľkosť výberovej vzorky:	4 241 respondentov
Metóda prieskumu: časť Media	osobné rozhovory (metóda „face-to-face“) /cca 70 % vzorky/ a samostatné vyplnenie webdotazníka respondentom (metóda „self-complete CAWI“, respondenti zaradení do prieskumu na základe regrutácie osobným rozhovorom, telefonicky príp. naregrútovaním z iných prieskumov) /cca 30% vzorky/
Metóda prieskumu: časť Market a Lifestyle	samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník)
Výber respondentov:	kvótny výber

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

Ako prameň je potrebné použiť toto označenie: **MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2016**

Termín zverejnenia tlačovej správy: 11. 11. 2016



MEDIAN SK

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.

