

**MEDIAN SK**

**MML – TGI**

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

**Market & Media & Lifestyle - TGI®**

**Základné výsledky  
za 2. kvartál 2012 + 3. kvartál 2012**

# Národný prieskum MML-TGI®

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

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 2. 4. do 16. 9. 2012. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 292 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 2012 monitorované tlačené médiá v celkovej počte 267 titulov podľa jednotlivých periodicit. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 44 rozhlasových staníc, 69 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.

# Pre pripomenutie - je potrebné mať na pamäti, že...

približné intervaly spoľahlivosti pre projekčné hodnoty		
projekcia v tisícoch	odchýlka +/-	počet respondentov
50	11	84
60	12	101
70	13	118
80	13	135
90	14	151
100	15	168
150	18	252
200	21	336
300	26	505
400	30	673
500	33	841
600	36	1009
700	38	1177
800	41	1346
900	43	1514
1000	45	1682
1500	53	2523
2000	60	3364

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 chybou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

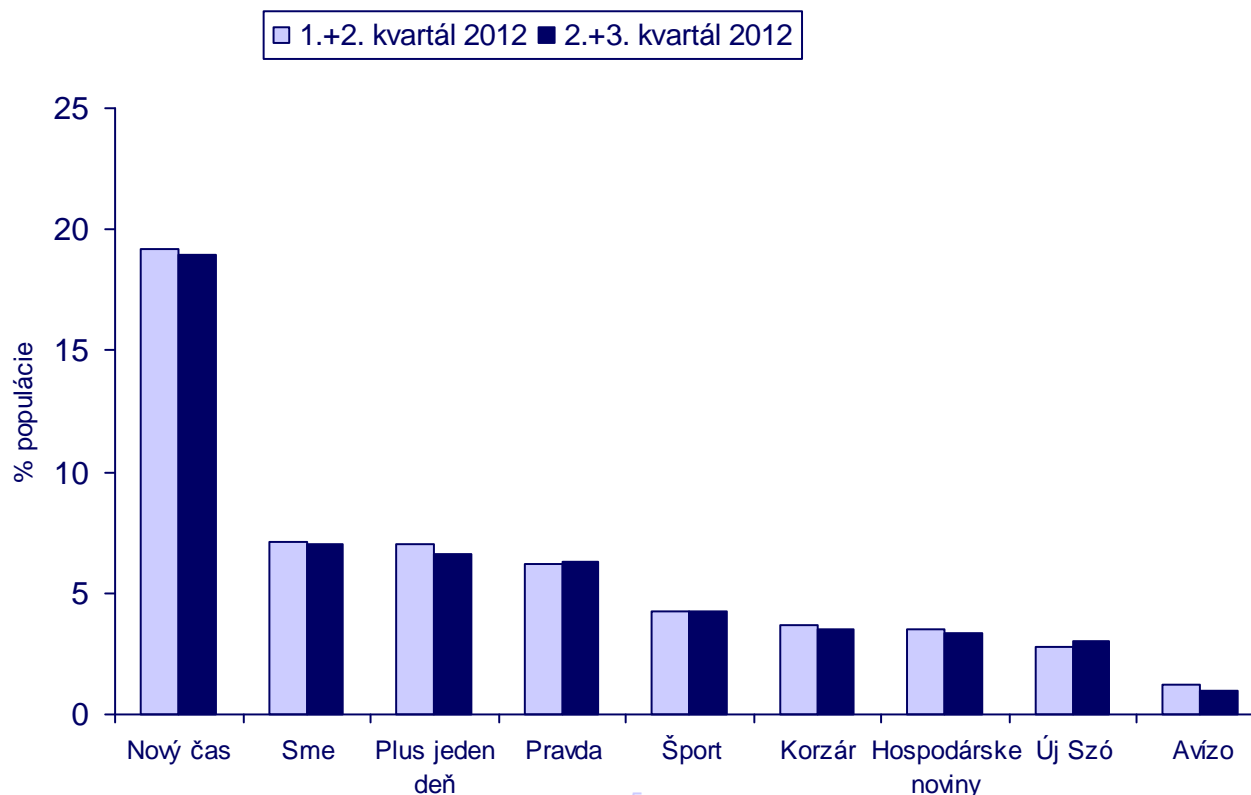
Do výsledkov sú zahrnuté aj údaje z on-line zberu dát, ktoré môžu mať vplyv na niektoré mediálne ukazovatele a tento fakt je potrebné brať do úvahy pri ich interpretácii.

# DENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

Celková čítanosť celoštátnych denníkov v porovnaní s 1.+2. kvartálom 2012 vzrástla o 1% na úroveň 37% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 76% populácie.

Celoštátne denníky v 2. a 3. kvartáli 2012 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 19%. Druhý v poradí je denník Sme so 7%. Čítanosť denníka Plus jeden deň je rovnako na úrovni 7%. Nasleduje denník Pravda so 6%, Šport a Korzár so 4% a Hospodárske noviny s čítanosťou 3%. Ďalej nasledujú Új Szó tiež s 3% a Avízo s 1% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

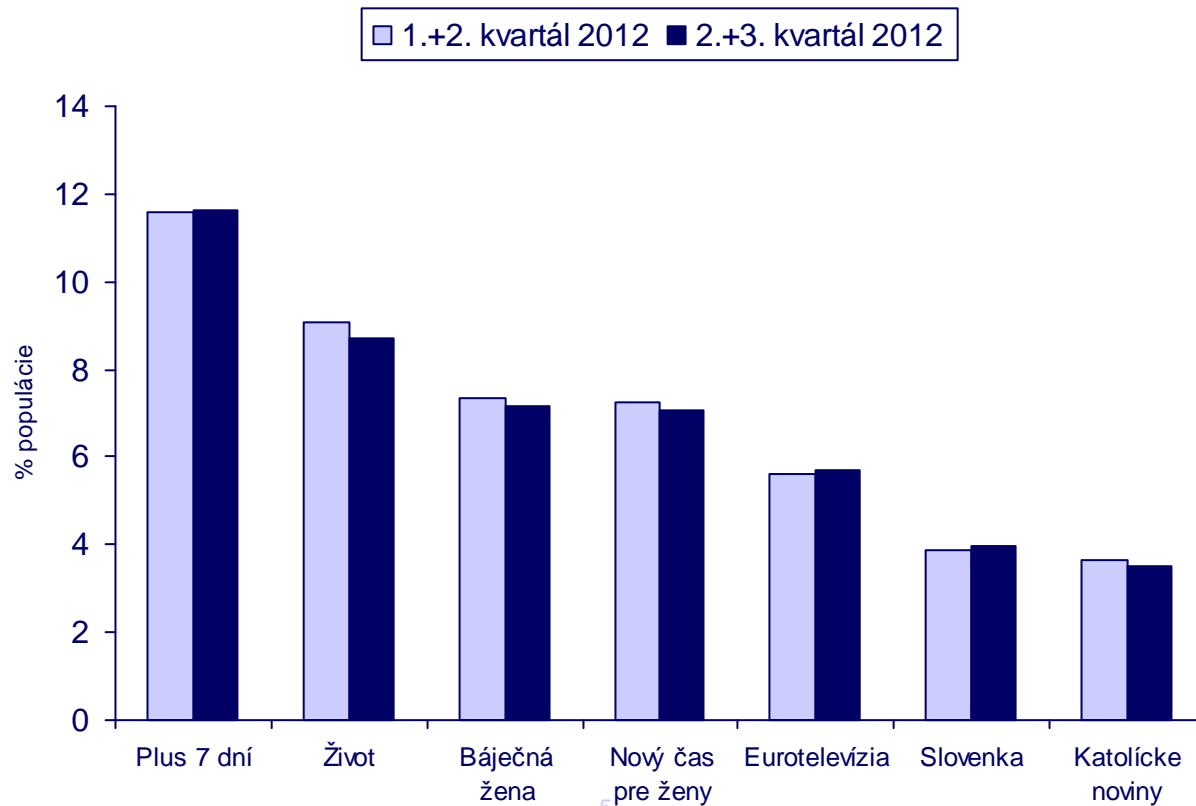


# TÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 45%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Celková čítanosť týždenníkov zostala na rovnakej úrovni v porovnaní s 1.+2. kvartálom 2012.

Týždenník Plus 7 dní dosiahol 12% a druhú pozíciu obsadil Život s čítanosťou 9%. Báječná žena a Nový čas pre ženy dosiahli zhodne po 7%, na piatom mieste je Eurotelevízia so 6% a na šiestom Slovenka so 4%. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny rovnako so 4%.

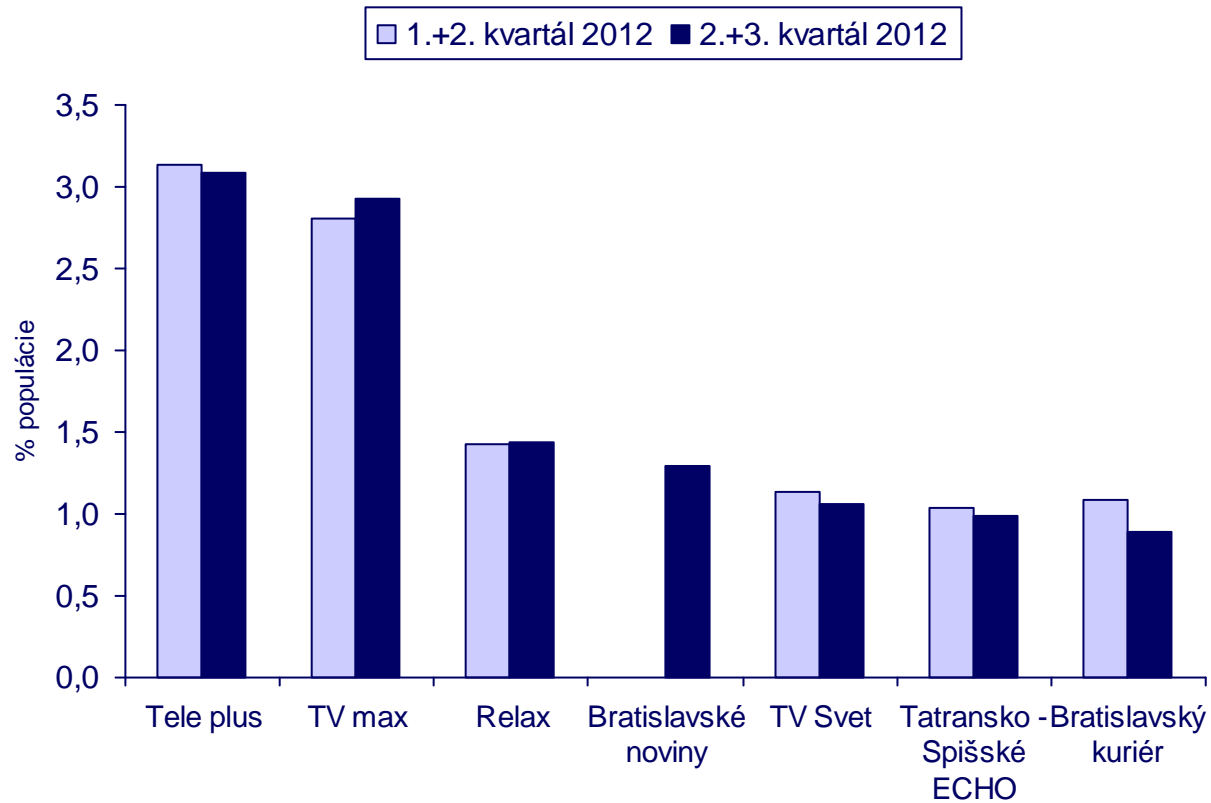


# DVOJTÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

Celková čítanosti dvojtýždenníkov predstavuje 16% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Je to nárast o 1% v porovnaní s 1.+2. kvartálom 2012.

Najčítanejšími titulmi sú Tele Plus a TV max s 3%. Za nimi sa zaradil dvojtýždenník Relax s 1%. Zhodnú čítanosť 1% dosiahli aj dvojtýždenníky Bratislavské noviny, TV Svet, Tatransko-Spišské ECHO a aj Bratislavský kuriér.

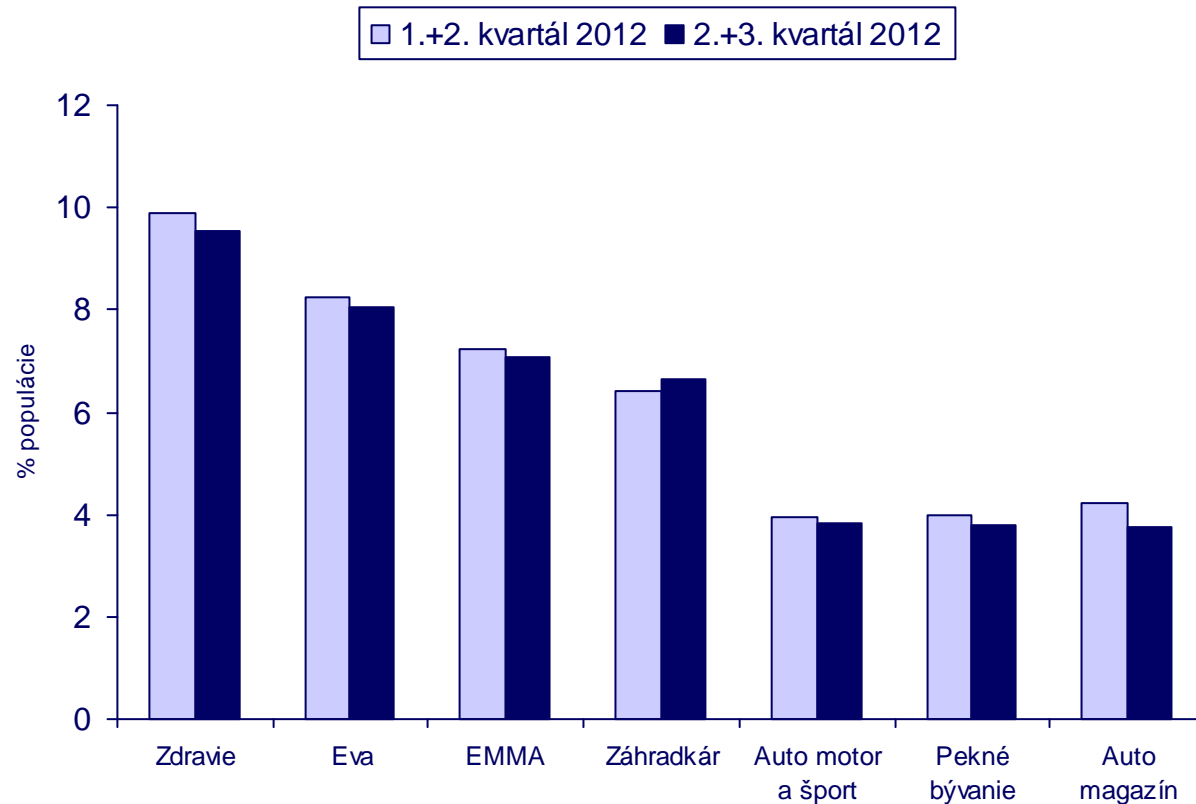


# MESAČNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

Celková čítanosť mesačníkov v 2. a 3. kvartáli 2012 je na úrovni 48%, čo je nárast o jedno percento oproti 1.+2. kvartáli 2012.

Poradie mesačníkov, ktoré sa na Slovensku predávajú, otvára časopis Zdravie s 10%. Ďalšiu priečku obsadil mesačník Eva s 8% a za ním EMMA so 7%. Mesačník Záhradkár dosiahol rovnako 7%. So 4% nasledujú mesačníky Auto motor a šport, Pekné bývanie a Auto magazín.





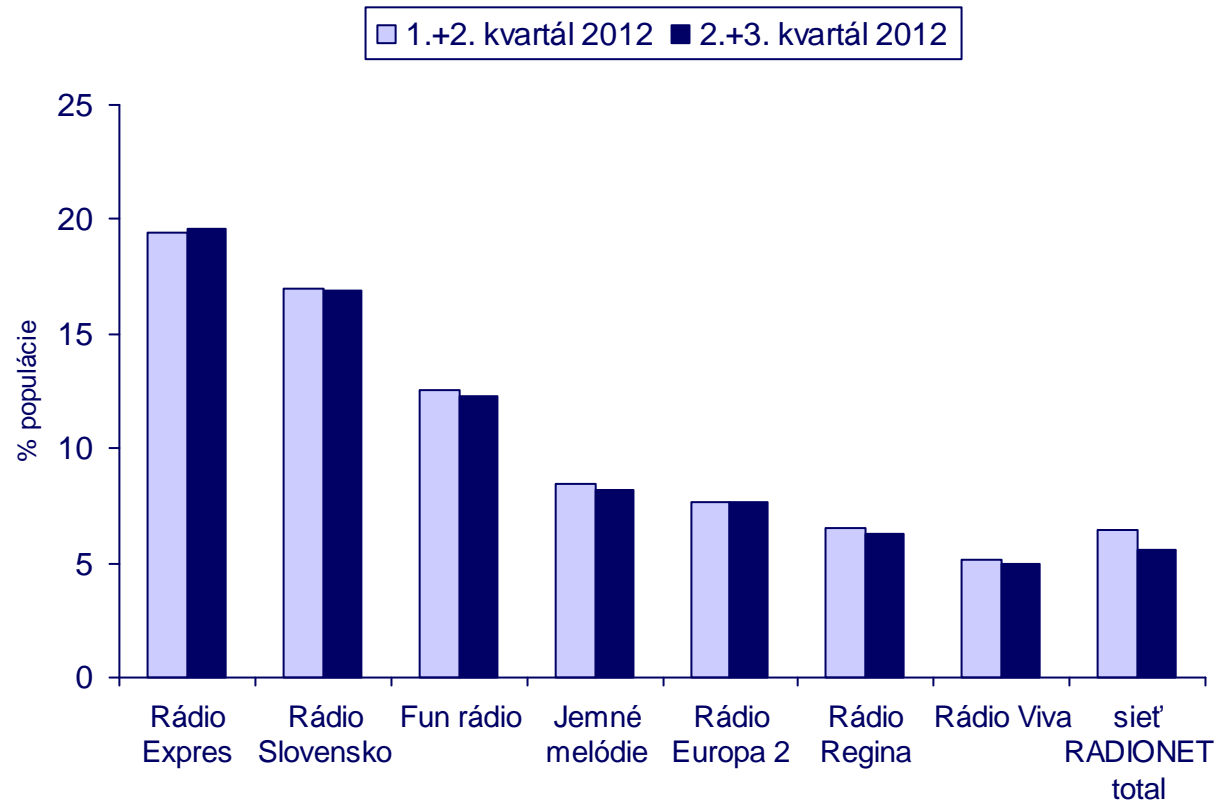
# ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

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

Poradie otvára Rádio Expres s 20%, ďalej Rádio Slovensko so 17%, nasleduje Fun rádio s 12%.

S 8% sa na štvrtom mieste umiestnili Jemné melódie spoločne s Rádiom Europa 2. Šiesta priečka patrí Rádiu Regina so 6% a siedme je Rádio Viva s 5%. Rozhlasová sieť RADIONET total dosiahla 6% počúvanosti.



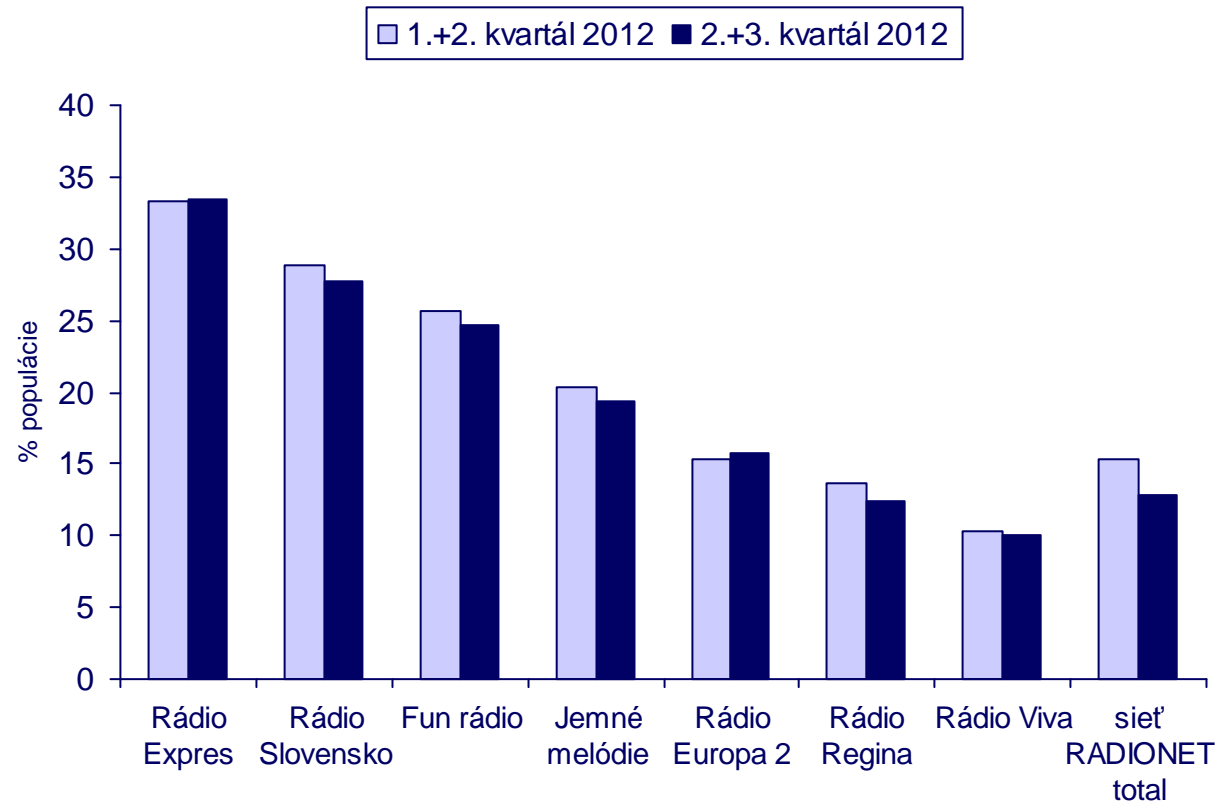
# ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) minulý týždeň

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

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

Poradie otvára Rádio Expres s 33%, ďalej Rádio Slovensko s 28%, nasleduje Fun rádio s 25%.

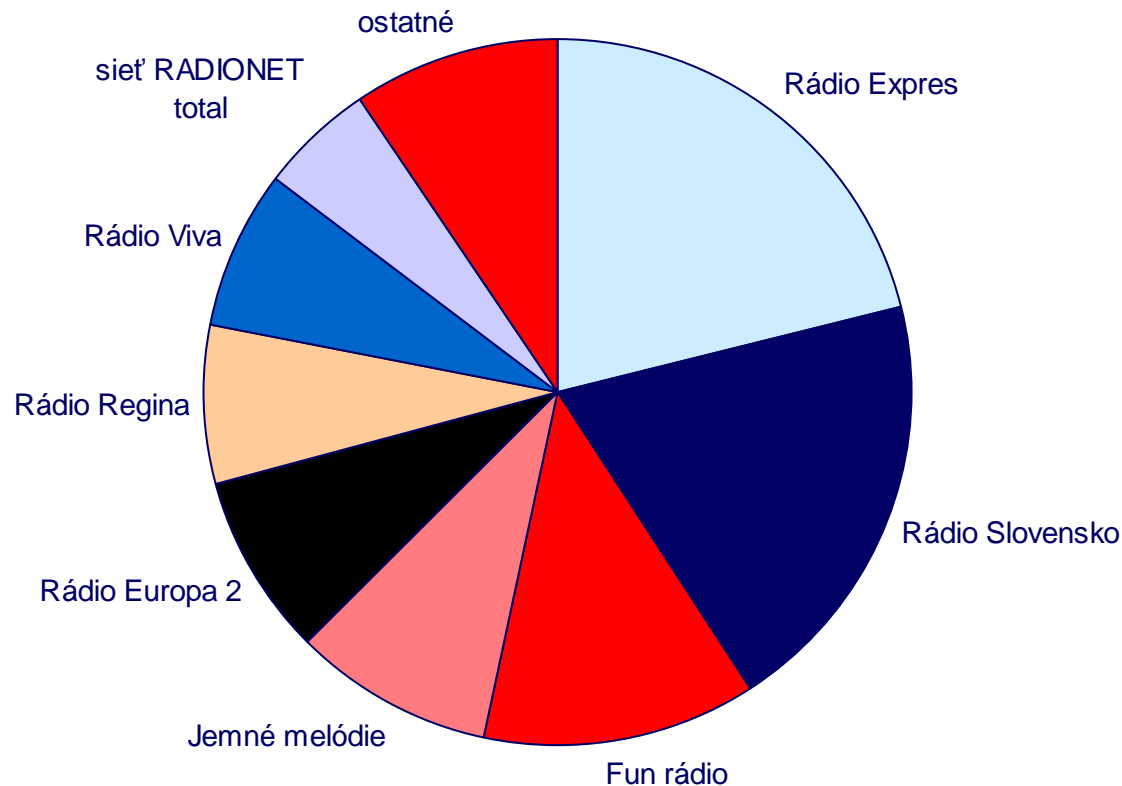
S 19% sa na štvrtom mieste umiestnili Jemné melódie a piatu priečku obsadilo Rádio Europa 2 so 16%. Na šiestom mieste je Rádio Regina s 12% a siedma priečka patrí Rádiu Viva s 10%. Rozhlasová sieť RADIONET total dosiahla počúvanosť 13%.



# ROZHLASOVÉ STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

V 2. + 3. kvartáli 2012 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 21% a Rádio Slovensko s 20% podielom na trhu. S 13% podielom sa na treťom mieste umiestnilo Fun rádio. Na štvrtom mieste sa umiestnili Jemné melódie s 9% a na piatom Rádio Europa 2 s 8%. Rádio Regina a Rádio Viva majú 7%. Rozhlasová sieť RADIONET total dosiahla 5% podiel na trhu. Ostatné rozhlasové stanice držia podiel 10% z trhu.

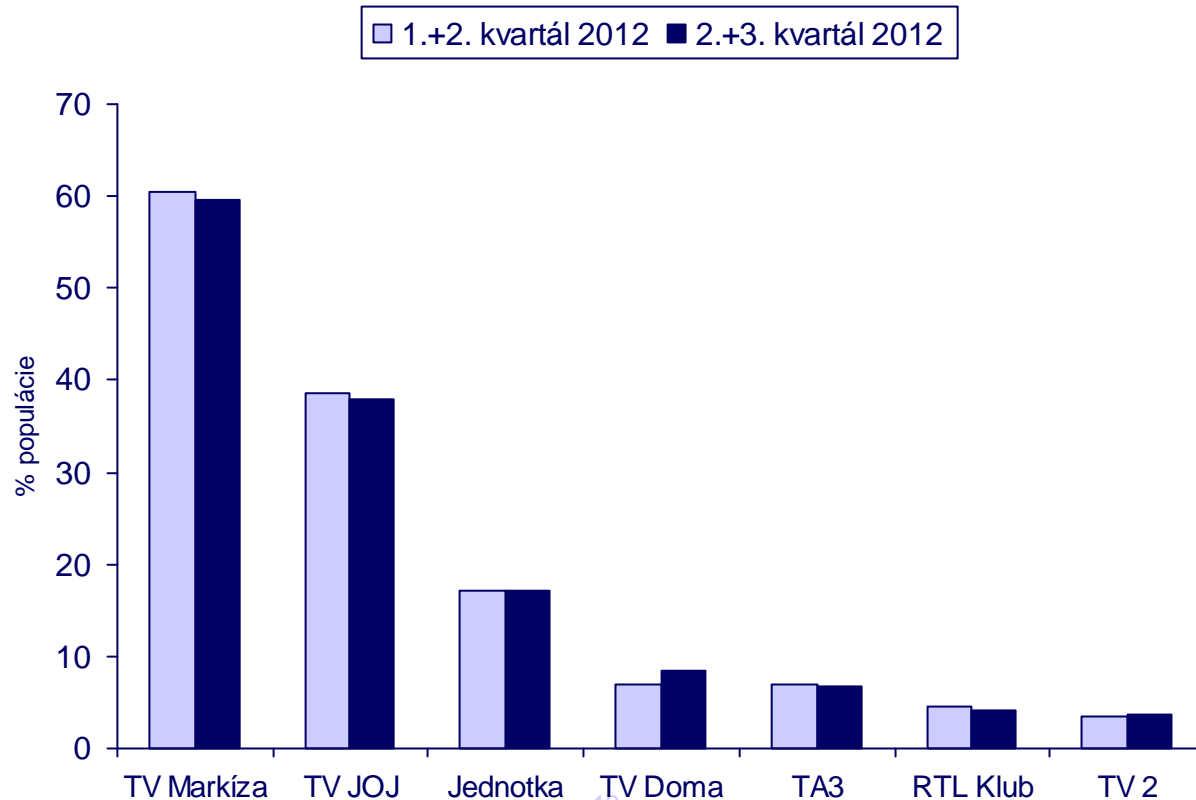


# TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 89%. Televíziu v 2.+3. kvartáli 2012 celkovo sledovalo viac ako 4 mil. divákov.

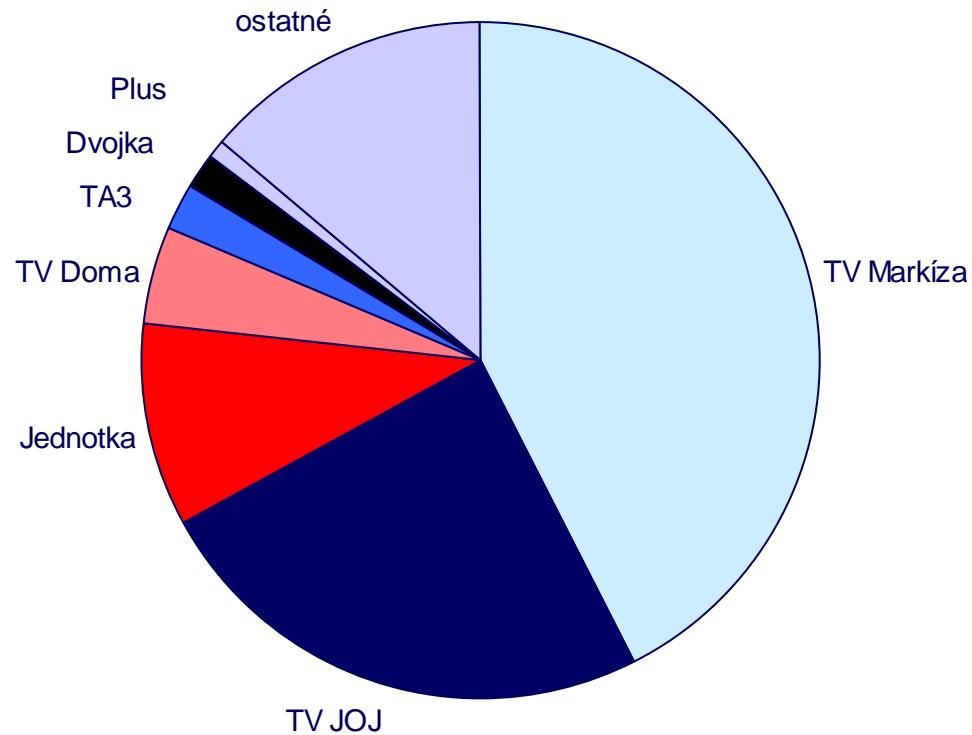
Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 60%. Sledovanosť na úrovni 38% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka so 17%. Nasleduje TV Doma s 8%, TA3 so 7%, RTL Klub so 4% a TV 2 rovnako so 4%. Prvú desiatku najsledovanejších televíznych staníc uzatvárajú Dvojka, ČT1 a Nova, všetky rovnako s 3% sledovanosťou.



# TELEVÍZNE STANICE včera - podiel na trhu

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 2. a 3. kvartál 2012 je nasledujúce: Na prvom mieste so 43% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 24% a za ňou sa s 10% podielom na trhu umiestnila Jednotka. Nasleduje TV Doma s 5%, TA3 s 2% a slovenskú sedmičku uzatvárajú Dvojka rovnako s 2% a Plus s 1%. Podiel ostatných televízií predstavuje celkom 14%, z toho najvyššie hodnoty dosahujú nasledujúce tri stanice: RTL Klub (3%), TV 2 (2%) a NOVA (1%).



# PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2012

<b>Termín opytovania:</b>	02.04.2012 - 16.09.2012
<b>Výberový súbor:</b>	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
<b>Veľkosť výberovej vzorky:</b>	4 292 respondentov
<b>Metóda prieskumu:</b>	<b>časť Media</b> - osobné rozhovory (metóda „face-to-face“, tzv. „PAPI“) /cca 90% 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 10% vzorky/ <b>časť Market a Lifestyle</b> - samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self- complete“ /papierový dotazník alebo webdotaník/)
<b>Výber respondentov:</b>	kombinácia kvótného výberu a náhodnej prechádzky

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./2012**

**Termín zverejnenia tlačovej správy:** 12. 11. 2012

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)