



MEDIAN SK



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 1. a 2. kvartál 2013

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 7. 1. 2013 do 23. 6. 2013. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 076 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 2013 monitorované tlačené médiá v celkovej počte 271 titulov podľa jednotlivých periodicít. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 47 rozhlasových staníc, 67 televíznych staníc a 4 teletexty.

Životný štýl, formou viac ako 775 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	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

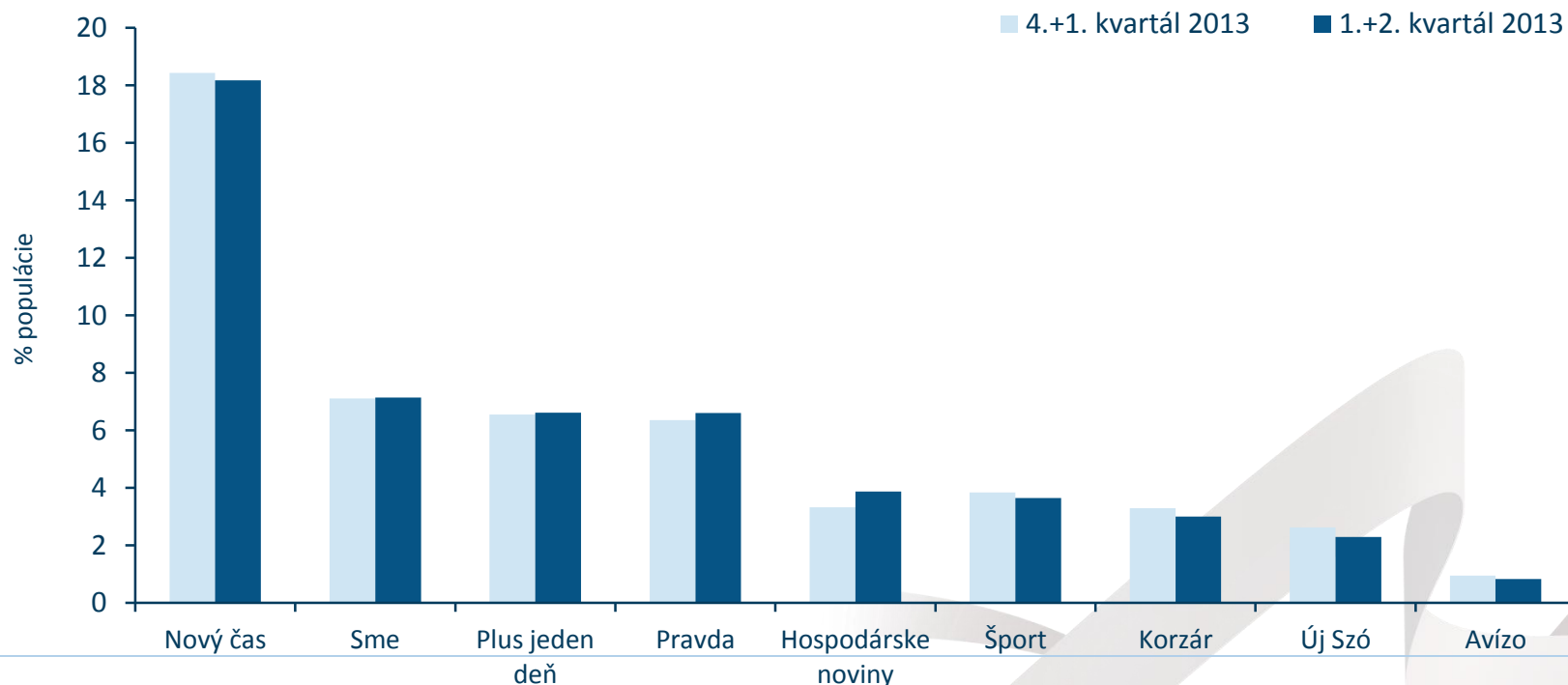
Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou chybou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

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

Celková čítanosť celoštátnych denníkov v porovnaní s 4.+1. kvartálom 2013 zostala na úrovni 34% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 71% populácie.

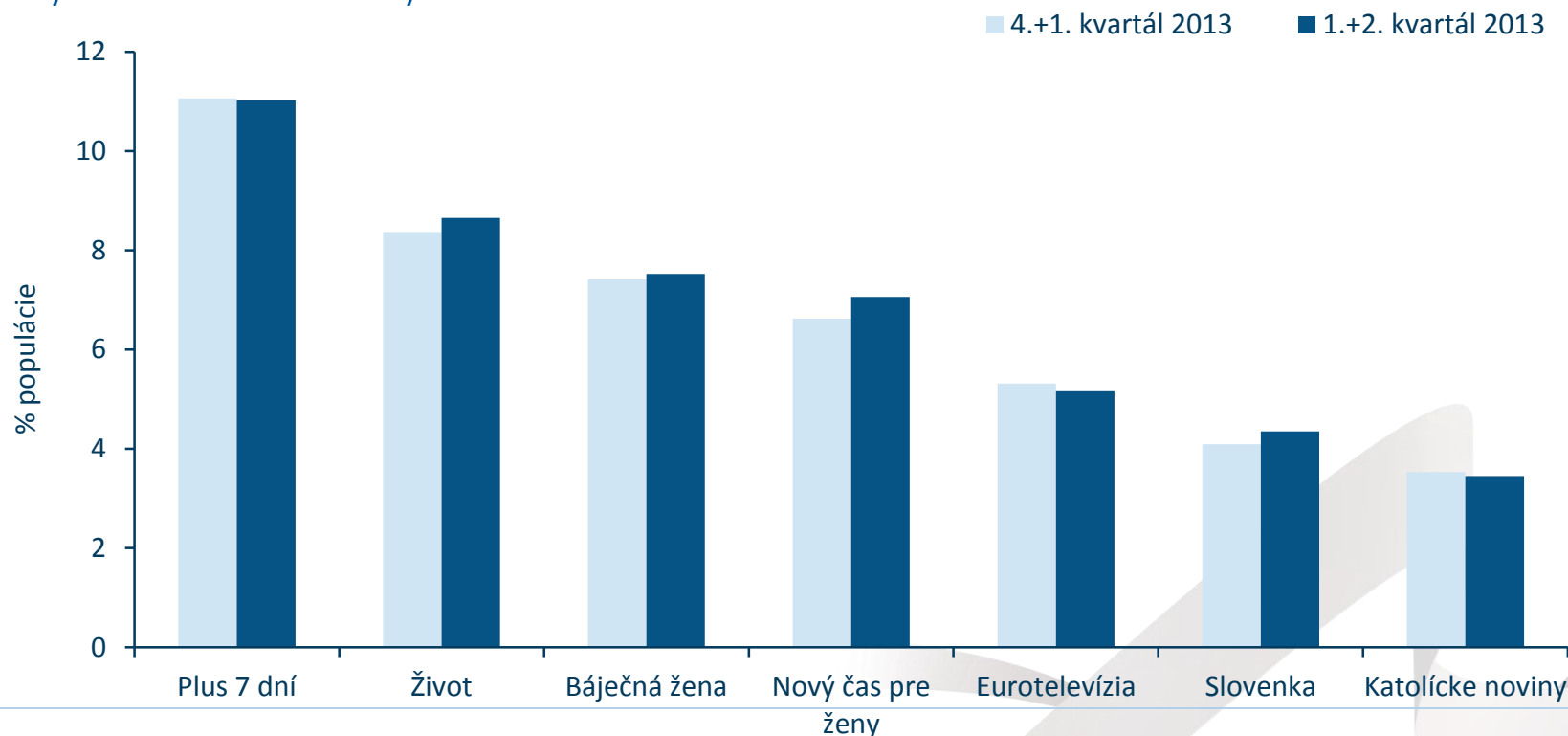
Celoštátne denníky v 1. a 2. kvartáli 2013 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 18%. Druhý v poradí je denník Sme so 7%. Čítanosť denníka Plus jeden deň je rovnako na úrovni 7%. Nasleduje denník Pravda so 7%, Hospodárske noviny so 4%, Šport so 4% a Korzár s čítanosťou 3%. Ďalej nasledujú Új Szó s 2% a Avízo s 1% populácie vo veku 14 - 79 rokov.



TÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 44%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Celková čítanosť týždenníkov stúpila o jedno percento v porovnaní s 4.+1. kvartálom 2013.

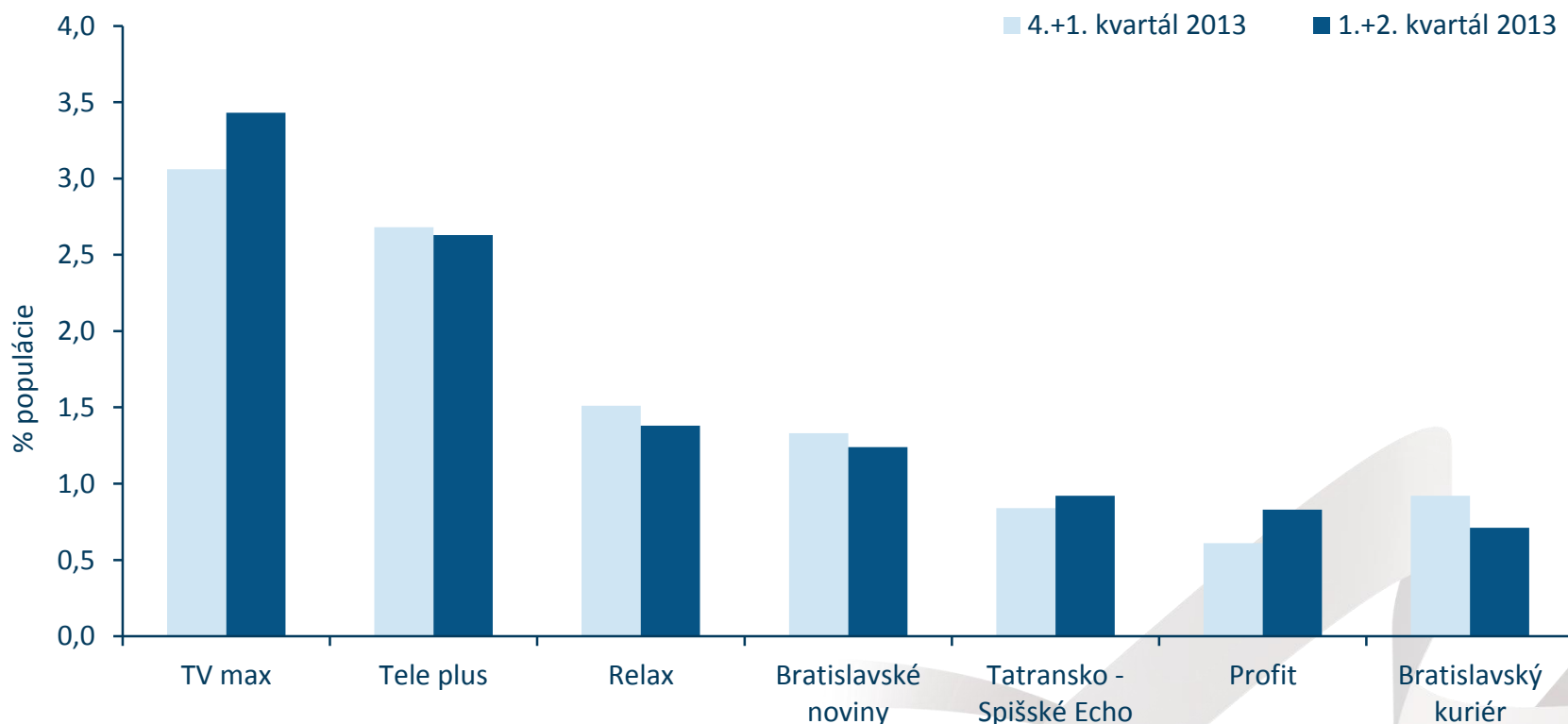
Týždenník Plus 7 dní dosiahol 11% a druhú pozíciu obsadil Život s čítanosťou 9%. Báječná žena dosiahla 8% a Nový čas pre ženy dosiahol 7%, na piatom mieste je Eurotelevízia s 5% a na šiestom Slovenka so 4%. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny rovnako so 3%.



DVOJTÝŽDENNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

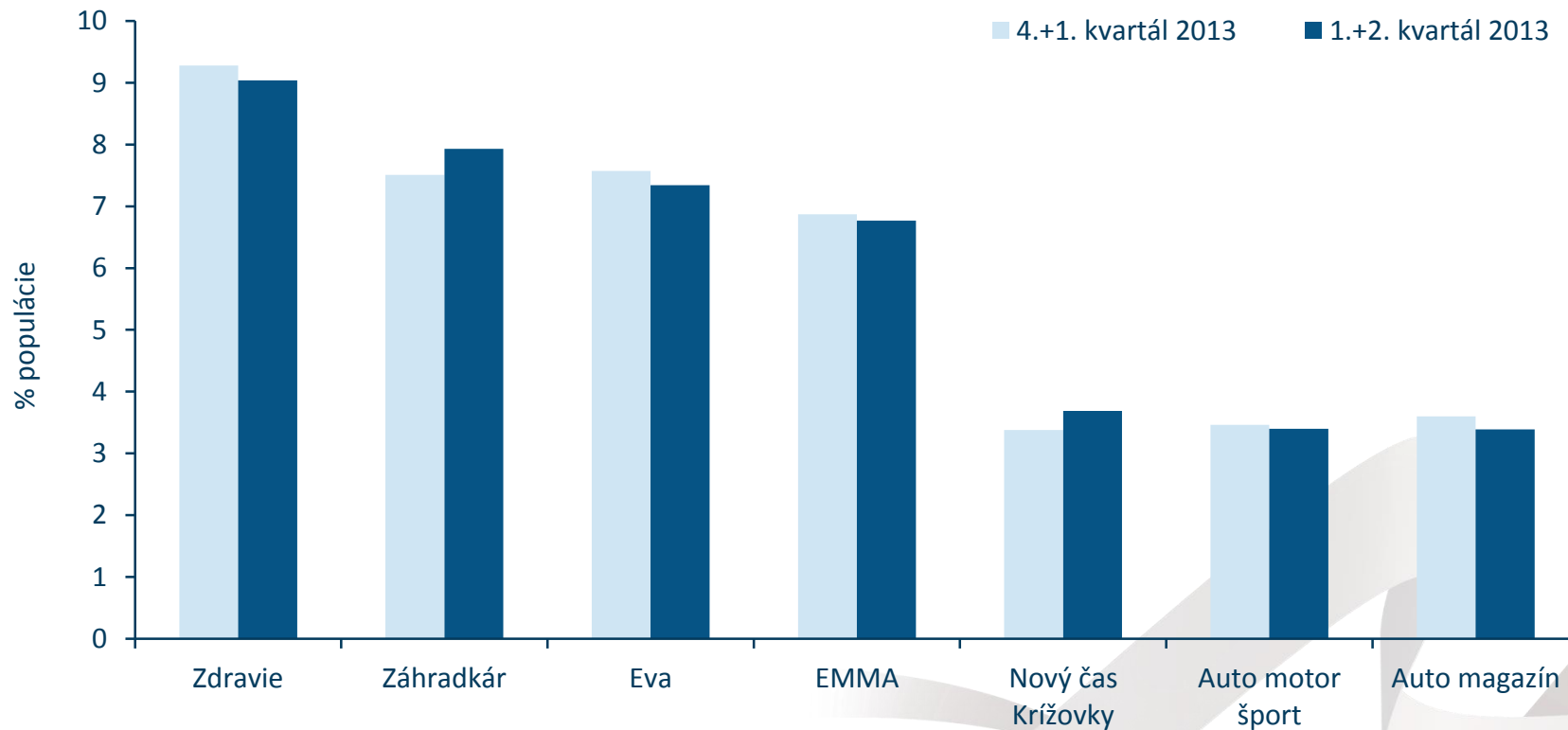
Celková čítanosti dvojtýždenníkov predstavuje 15% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Ostala na rovnakej úrovni v porovnaní s 4.+1. kvartálom 2013.

Najčítanejšími titulmi medzi dvojtýždenníkmi sú TV max a Tele plus s 3%. Relax, Bratislavské noviny, Tatransko-Spišské ECHO, Profit a Bratislavský kuriér majú 1% čítanosť.



MESAČNÍKY - čítal(a) posledné vydanie

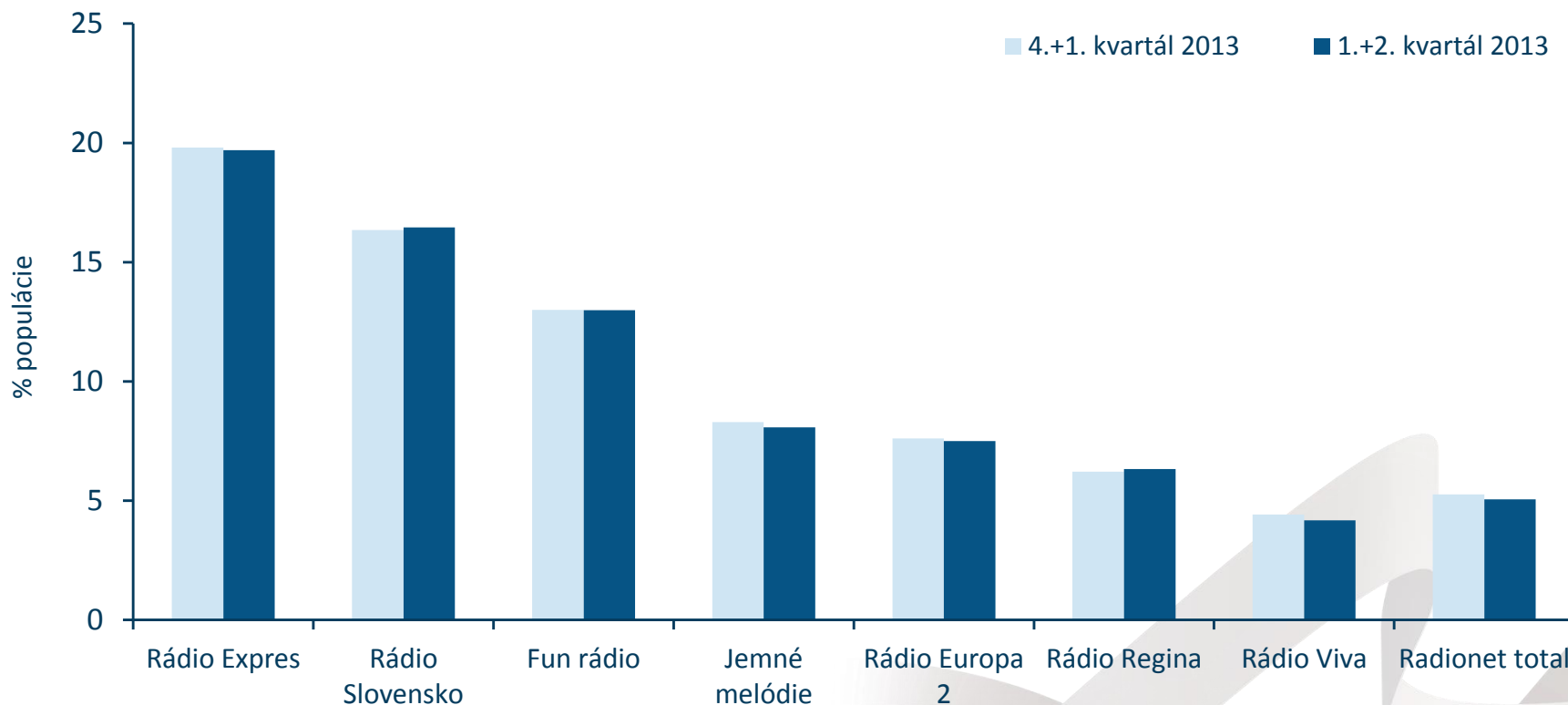
Celková čítanosť mesačníkov v 1. a 2. kvartáli 2013 je na úrovni 50%, t.j. o 2% viac v porovnaní s 4.+1. kvartáli 2013. Poradie mesačníkov, ktoré sa na Slovensku predávajú, otvára časopis Zdravie s 9%. Ďalšiu priečku obsadil mesačník Záhradkár s 8% ďalšia v poradí je Eva so 7% a za ňou je EMMA tiež so 7%. Mesačník Nový čas Krížovky dosiahol 4%. Ďalej nasledujú Auto moto a šport a Auto magazín s 3%.



ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) včera

Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval včera“ predstavuje 70%.

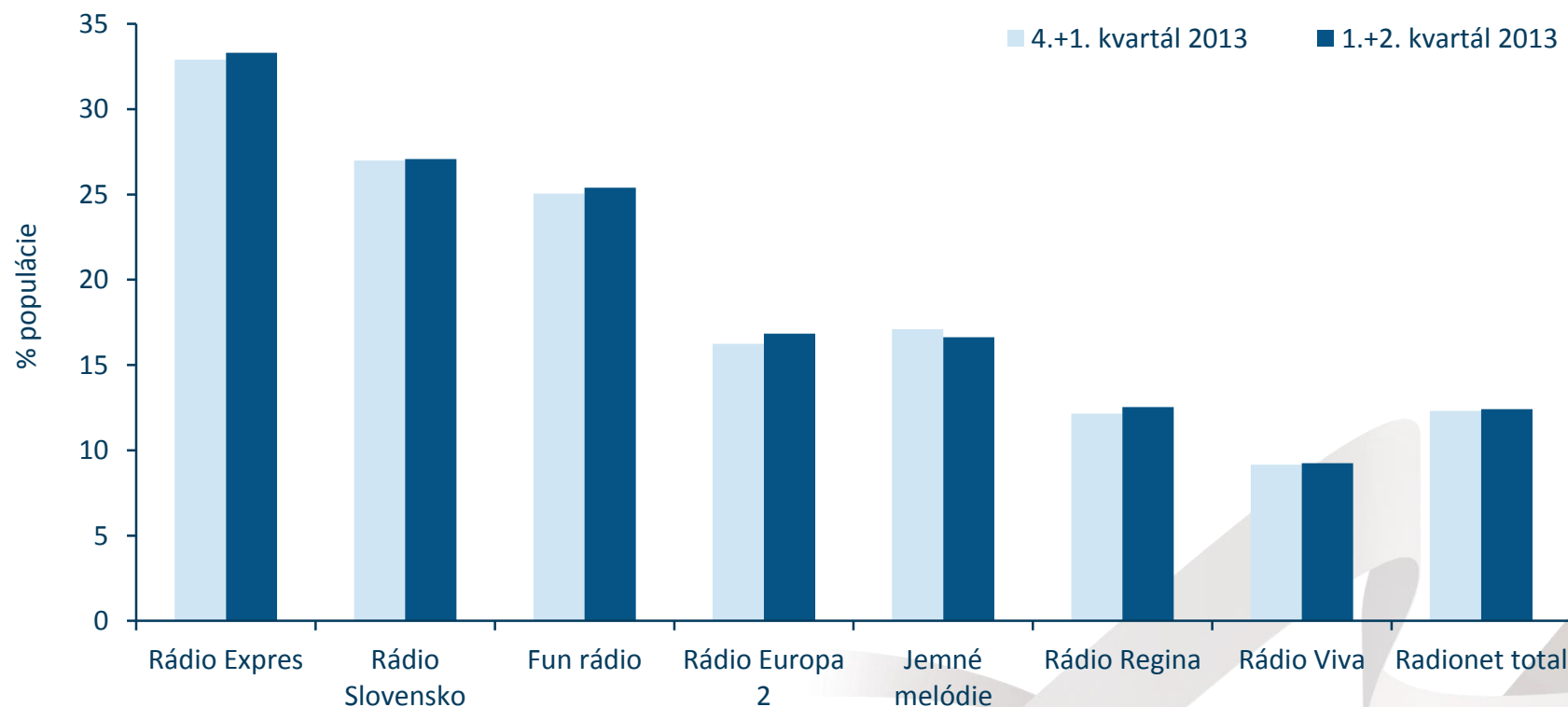
Poradie otvára Rádio Expres s 20%, ďalej Rádio Slovensko so 16%, nasleduje Fun rádio s 13%. S 8% sa na štvrtom mieste umiestnili Jemné melódie s 8%. Rádio Europa 2 získalo 7%. Šiesta priečka patrí Rádiu Regina so 6% a siedme je Rádio Viva so 4%. Rozhlasová sieť RADIONET total dosiahla 5% počúvanosti.



ROZHLASOVÉ STANICE - počúval(a) minulý týždeň

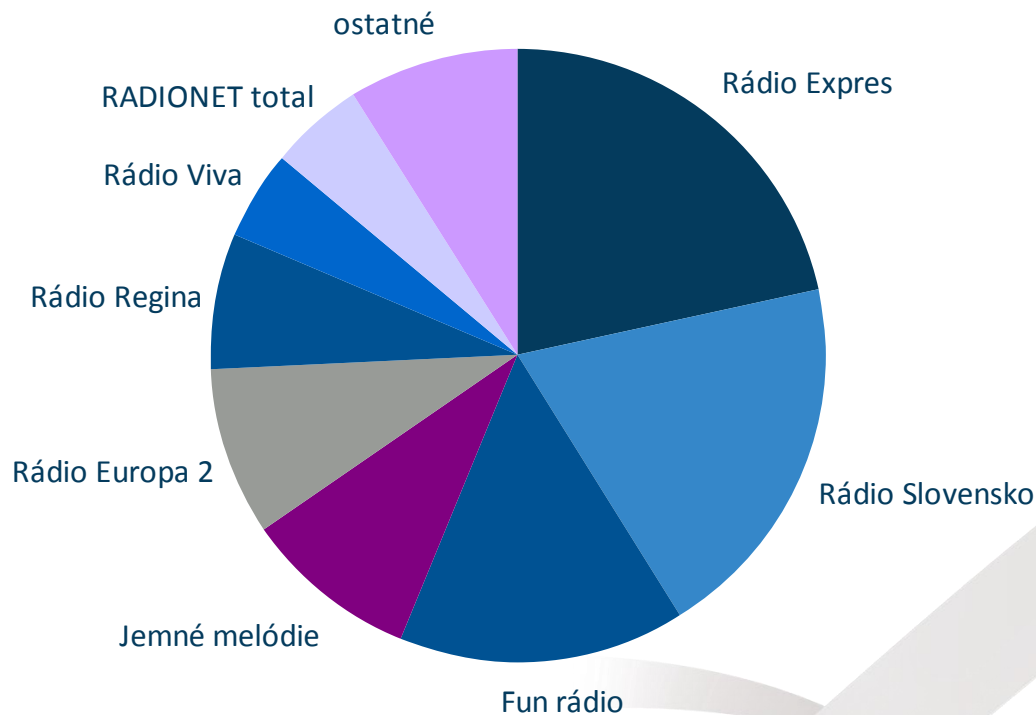
Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval minulý týždeň“ predstavuje 91%.

Poradie otvára Rádio Expres s 33%, ďalej Rádio Slovensko s 27%, nasleduje Fun rádio s 25%. So 17% sa na štvrtom mieste umiestnilo Rádio Europa 2 a piatu priečku obsadili Jemné melódie so 17%. Na šiestom mieste je Rádio Regina s 13% a siedma priečka patrí Rádiu Viva s 9%. Rozhlasová sieť RADIONET total dosiahla počúvanosť 12%.



ROZHLASOVÉ STANICE včera - podiel na trhu

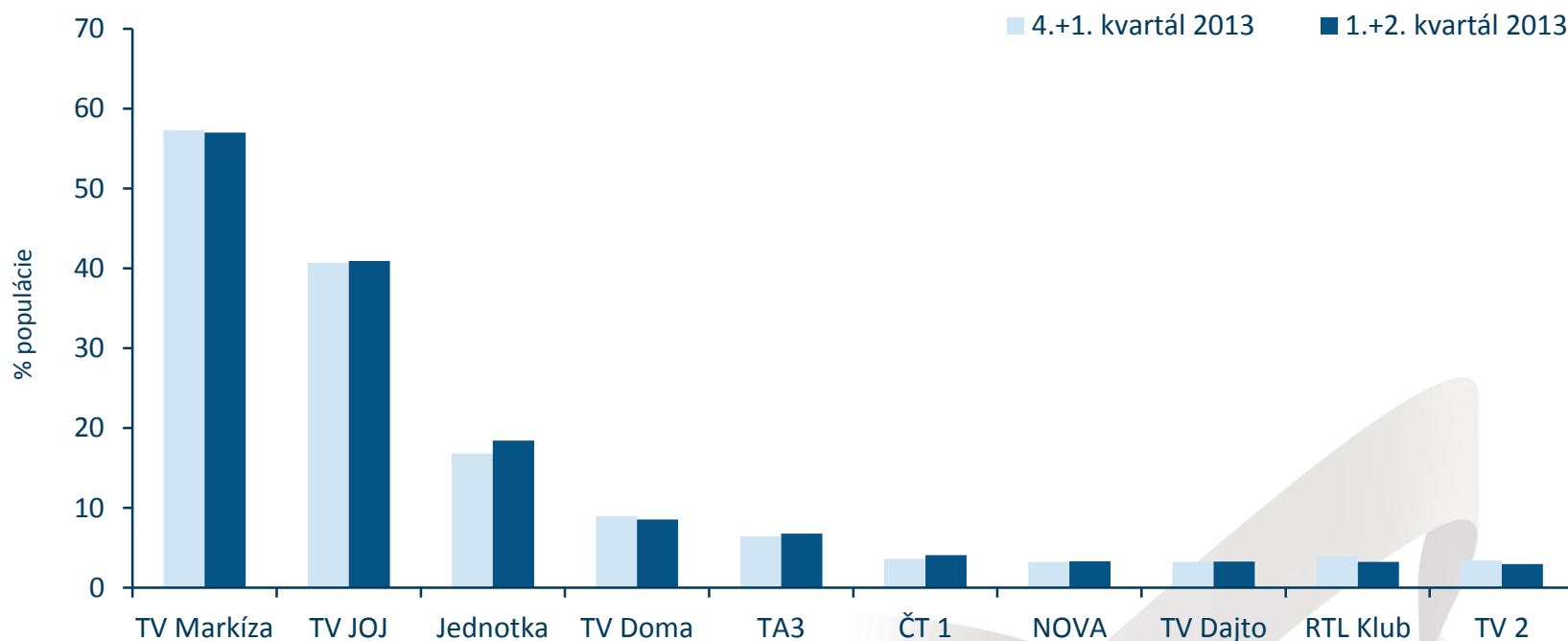
V 1. + 2. kvartáli 2013 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 22% a Rádio Slovensko s 19% podielom na trhu. S 15% podielom sa na treťom mieste umiestnilo Fun rádio. Na štvrtom mieste sa umiestnili Jemné melódie s 9% a ďalej Rádio Europa 2 rovnako s 9%. Rádio Regina dosiahlo 7% a Rádio Viva 5%. Rozhlasová sieť RADIONET total dosiahla tiež 5% podiel na trhu. Ostatné rozhlasové stanice držia podiel 9% z trhu.



TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera

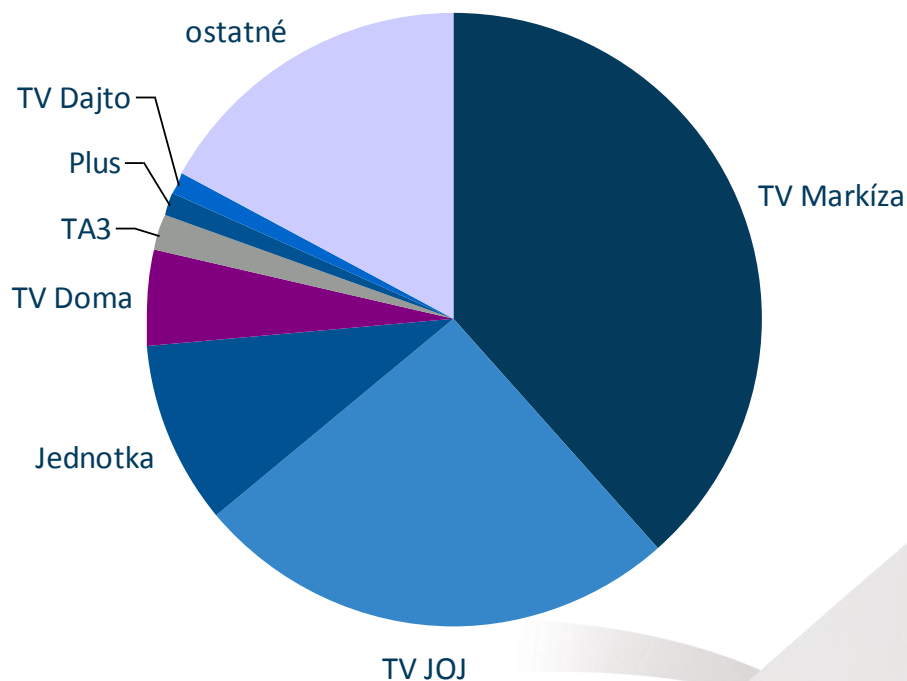
Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 90%. Televíziu v 1.+2. kvartáli 2013 celkovo sledovalo viac ako 4 mil. divákov.

Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 57%. Sledovanosť na úrovni 41% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka so 18%. Nasleduje TV Doma s 9%, TA3 so 7%, ČT 1 so 4% a NOVA s 3%. Prvú desiatku najsledovanejších televíznych staníc uzatvárajú TV Dajto, RTL Klub, TV2, a Dvojka 3% sledovanosťou.



TELEVÍZNE STANICE včera - podiel na trhu

Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 1. a 2. kvartál 2013 je nasledujúce: Na prvom mieste so 38% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 26% a za ňou sa s 10% podielom na trhu umiestnila Jednotka. Nasleduje TV Doma s 5%, TA3 s 2% a slovenskú sedmičku uzatvárajú TV Dajto a Plus s 1%. Podiel ostatných televízií predstavuje celkom 17%, z toho najvyššie hodnoty dosahujú nasledujúce tri stanice: RTL Klub (2%), TV 2 (2%) a ČT1 (1%).



PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

- Termín opytovania:** 07.01. - 23.06.2013
- Výberový súbor:** populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
- Veľkosť výberovej vzorky:** 4.076 respondentov
- Metóda prieskumu:** **časť Media:** osobné rozhovory (metóda „face-to-face“) /cca 85% 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 15% vzorky/
- časť Market a Lifestyle:** samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník/)
- Výber respondentov:** kombinácia kvótného výberu a náhodnej prechádzky
- Hodnoty v grafe 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./2013

Termín zverejnenia tlačovej správy: 16. 8. 2013



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.

