



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 4. kvartál 2014 a 1. kvartál 2015

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 15. 9. 2014 do 14. 12. 2014 a od 5. 1. 2015 do 29. 3. 2015. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4.434 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 1. kvartáli 2015 monitorované tlačené médiá v celkovom počte 259 titulov podľa jednotlivých periodicít. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 50 rozhlasových staníc a 57 televíznych staníc. Médiá sú opytované deklaratívnou cestou, printové tituly formou kontaktu s titulom, elektronické médiá na sledovanosť v minulom týždni a v priebehu včerajšieho dňa.

Životný štýl, formou viac ako 750 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	10	89
60	11	107
70	12	125
80	13	143
90	14	161
100	14	179
150	18	268
200	20	357
300	25	536
400	28	715
500	31	894
600	33	1072
700	36	1251
800	38	1430
900	39	1609
1000	41	1787
1500	46	2681
2000	49	3575

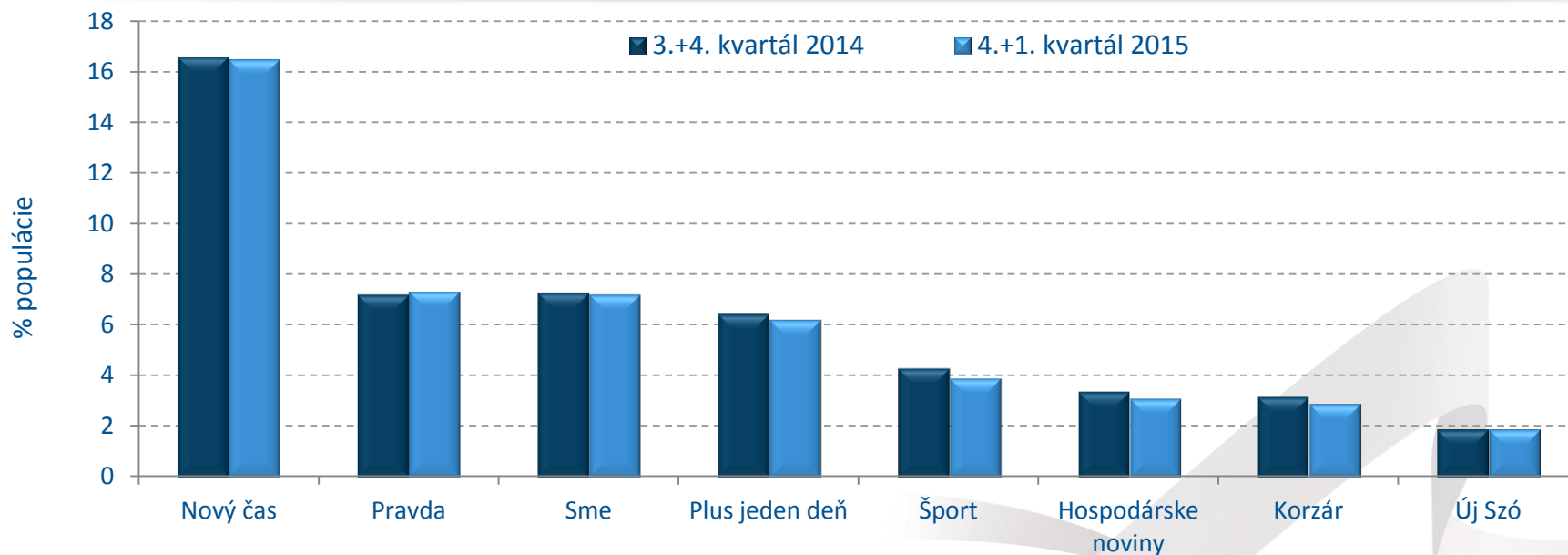
- Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou chybou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

DENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť celoštátnych denníkov v porovnaní s 3.+4. kvartálom 2014 ostala na rovnakej úrovni a to 33% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 69% populácie.
- Celoštátne denníky v 4. a 1. kvartáli 2015 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu so 16%. Nasleduje skupina denník Pravda so 7%, denník Sme na úrovni 7% a denník Plus jeden deň so 6%. Ďalší v poradí je Šport so 4%. Hospodárske noviny a Korzár majú 3% čítanosť. Ďalej nasleduje Új Szó s 2% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

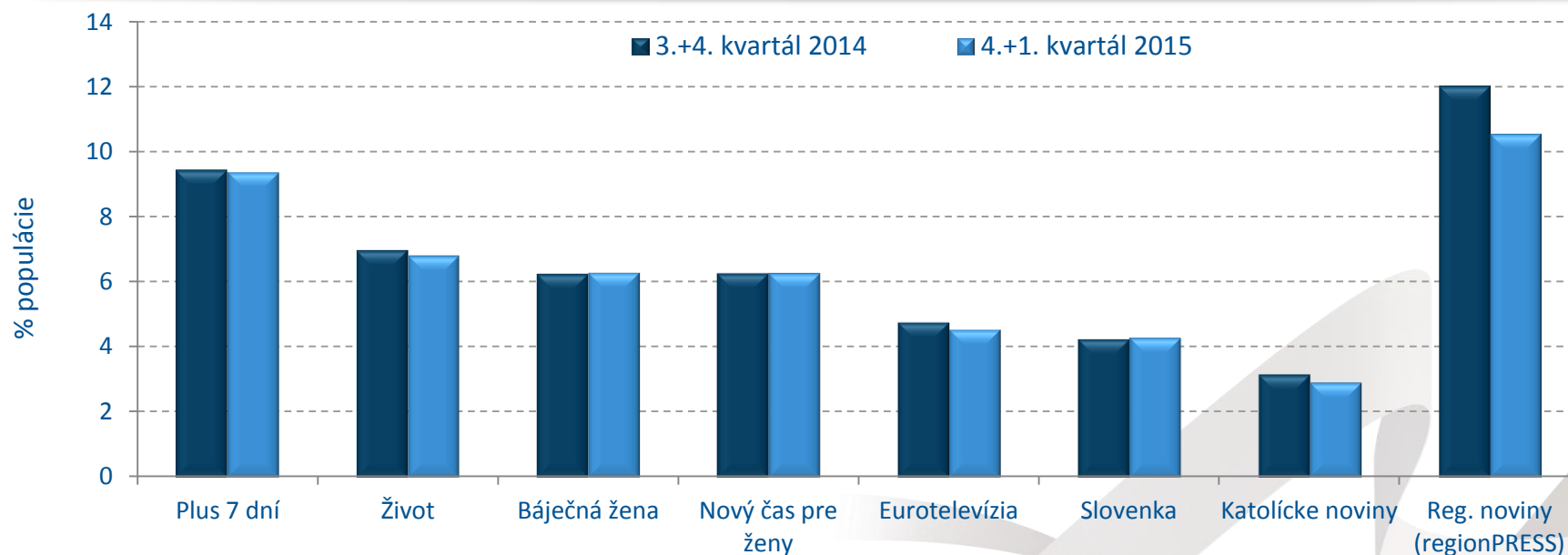


TÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 41%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Celková čítanosť týždenníkov klesla o 1% v porovnaní s 3.+4. kvartálom 2014.
- Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní s 9%. Ďalšie pozície obsadili Život s čítanosťou 7%, Báječná žena dosiahla 6% a rovnako aj týždenník Nový čas pre ženy. Nasleduje Eurotelevízia s 5%, Slovenka so 4% a prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny s 3%. Sieť týždenníkov Regionálne noviny (regionPRESS) dosiahla 11% čítanosť.

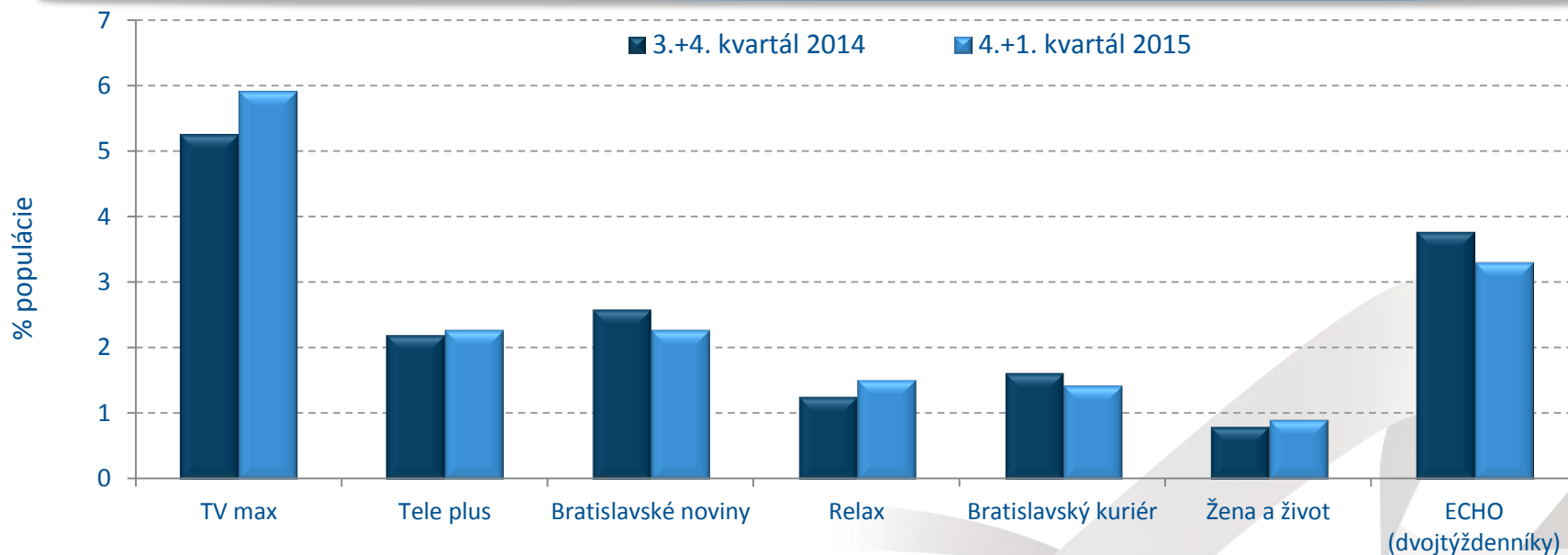


DVOJTÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 17% populácie vo veku 14 - 79 rokov. V porovnaní s 3.+4. kvartálom 2014 ostala čítanosť na rovnakej úrovni.
- Najčítanejším titulom medzi dvojtýždenníkmi je TV max so 6%. Nasleduje Tele plus, Bratislavské noviny a Relax s 2%. Dvojtýždenníky Bratislavský kuriér a Žena a život dosahujú 1% čítanosť. Sieť titulov ECHO (dvojtýždenníky) dosiahla čítanosť 3%.

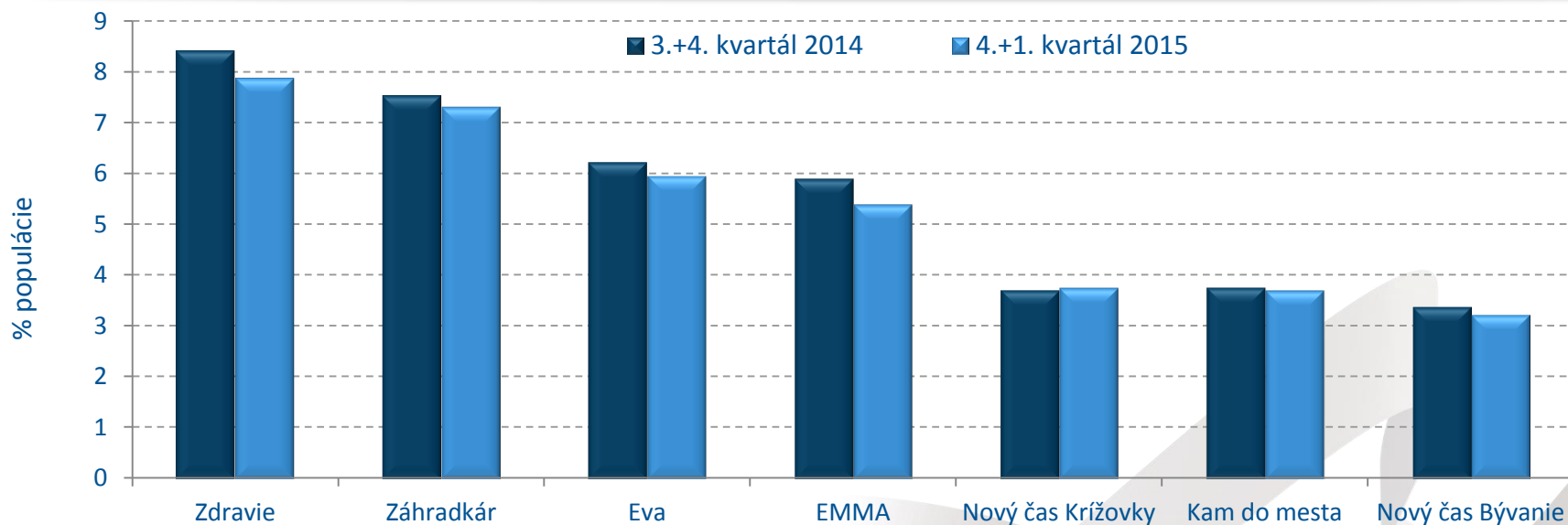


MESAČNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť mesačníkov v 4. kvartáli a 1. kvartáli 2015 je na úrovni 46%, t.j. o 1% viac v porovnaní s kvartálmi 3.+4. 2014.
- Poradie mesačníkov, ktoré sú na Slovensku bežne dostupné, otvára časopis Zdravie s 8%. Ďalšiu priečku obsadil mesačník Záhradkár so 7%. Nasleduje Eva so 6% a za ňou EMMA s 5%. Ďalšie v poradí sú mesačníky Nový čas Krížovky a Kam do mesta so 4% a Nový čas Bývanie s 3% čítanosťou.

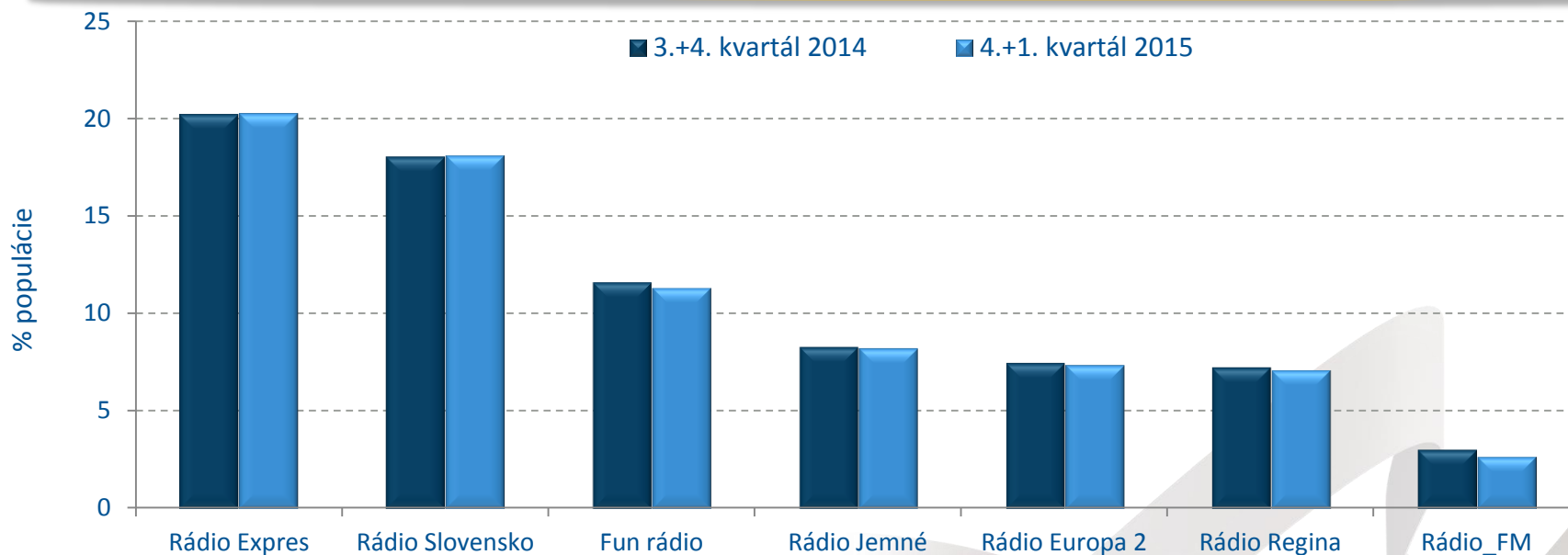


ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) včera



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval včera“ predstavuje 67%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 20%, ďalej Rádio Slovensko s 18%, nasleduje Fun rádio s 11%. 8% dosiahlo Rádio Jemné. Rádio Europa 2 získalo 7% a rovnako tak aj Rádio Regina. Posledným rádiom v prehľade je Rádio_FM s 3%.

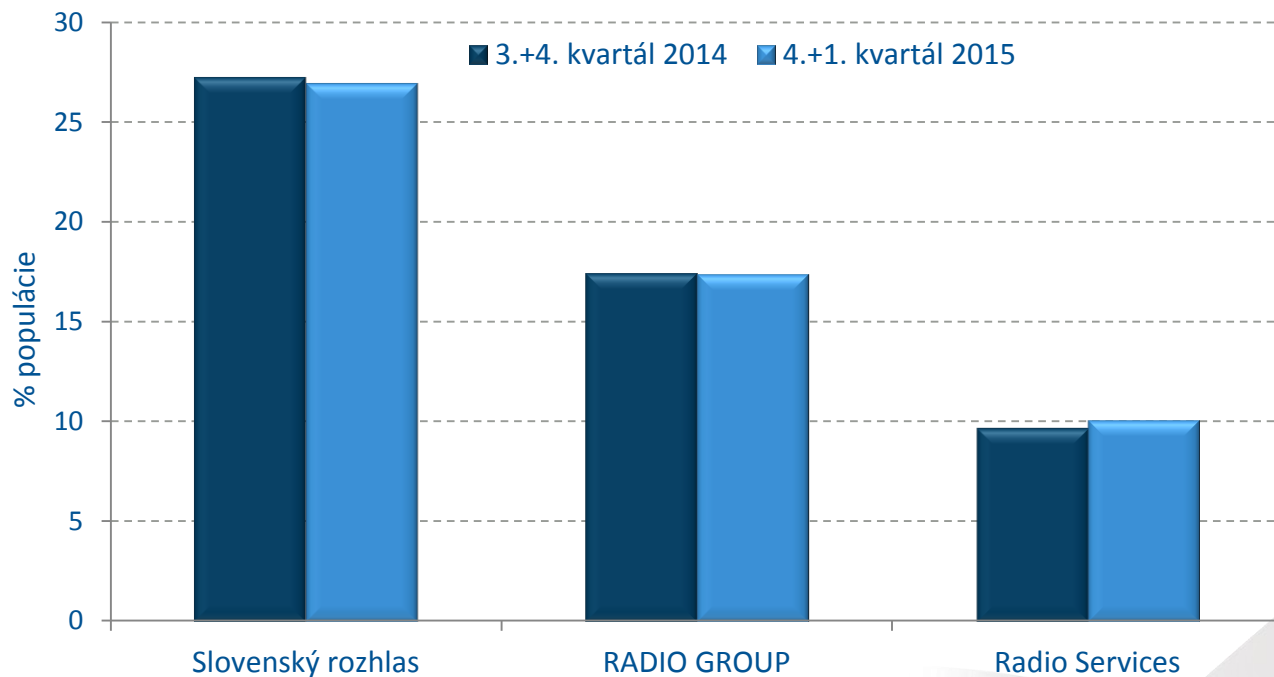


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) včera



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi piatimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval včera“ 27%. Rozhlasová sieť RADIO GROUP dosiahla počúvanosť 17% a sieť Radio Services 10%.



Členovia rozhlasových sietí:

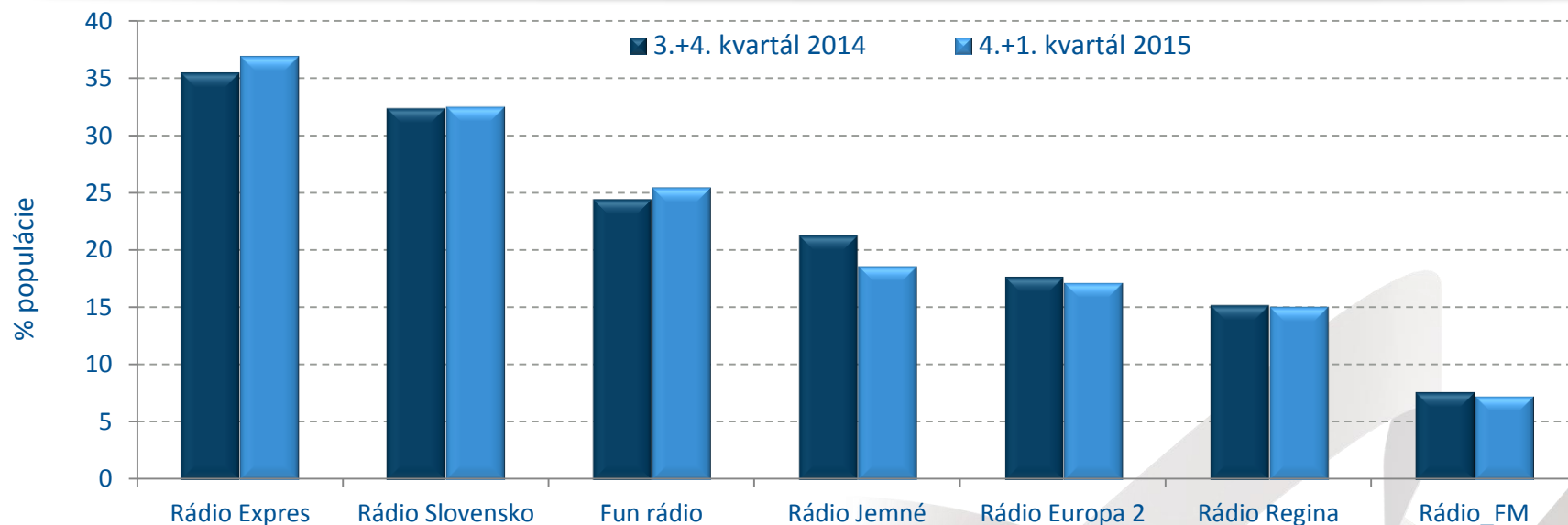
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Slovensko
 - Rádio Regina
 - Rádio_FM
 - Rádio Devín
 - Rádio Patria
- RADIO GROUP
 - Fun rádio
 - Rádio Europa 2
- Radio Services
 - Rádio Jemné
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Vlna

ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) posledný týždeň



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 91%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 37%, ďalej Rádio Slovensko s 33%, nasleduje Fun rádio s 25%. S 19% je ďalším rádiom v poradí Rádio Jemné a 17% získalo Rádio Europa 2. Ďalšími v poradí sú Rádio Regina s 15% a Rádio_FM so 7%.

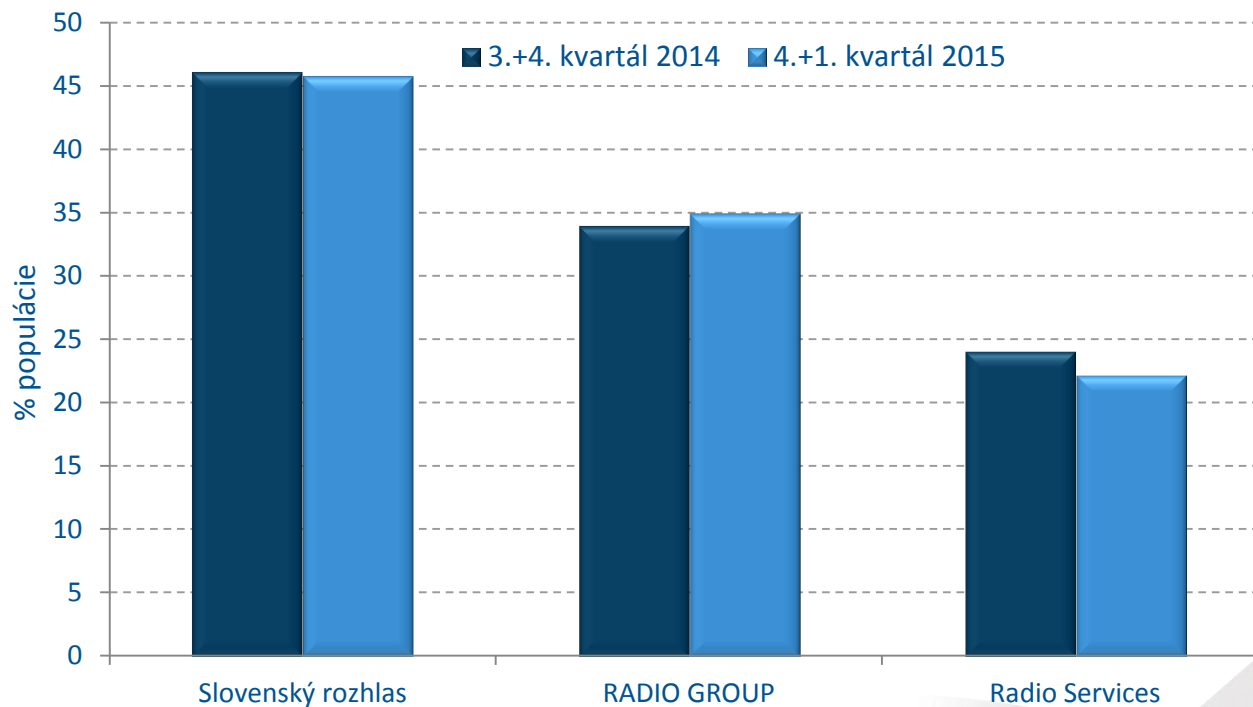


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) posledný týždeň



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi piatimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval posledný týždeň“ 46%. Rozhlasová sieť RADIO GROUP dosiahla počúvanosť 35% a sieť Radio Services 22%.



Členovia rozhlasových sietí:

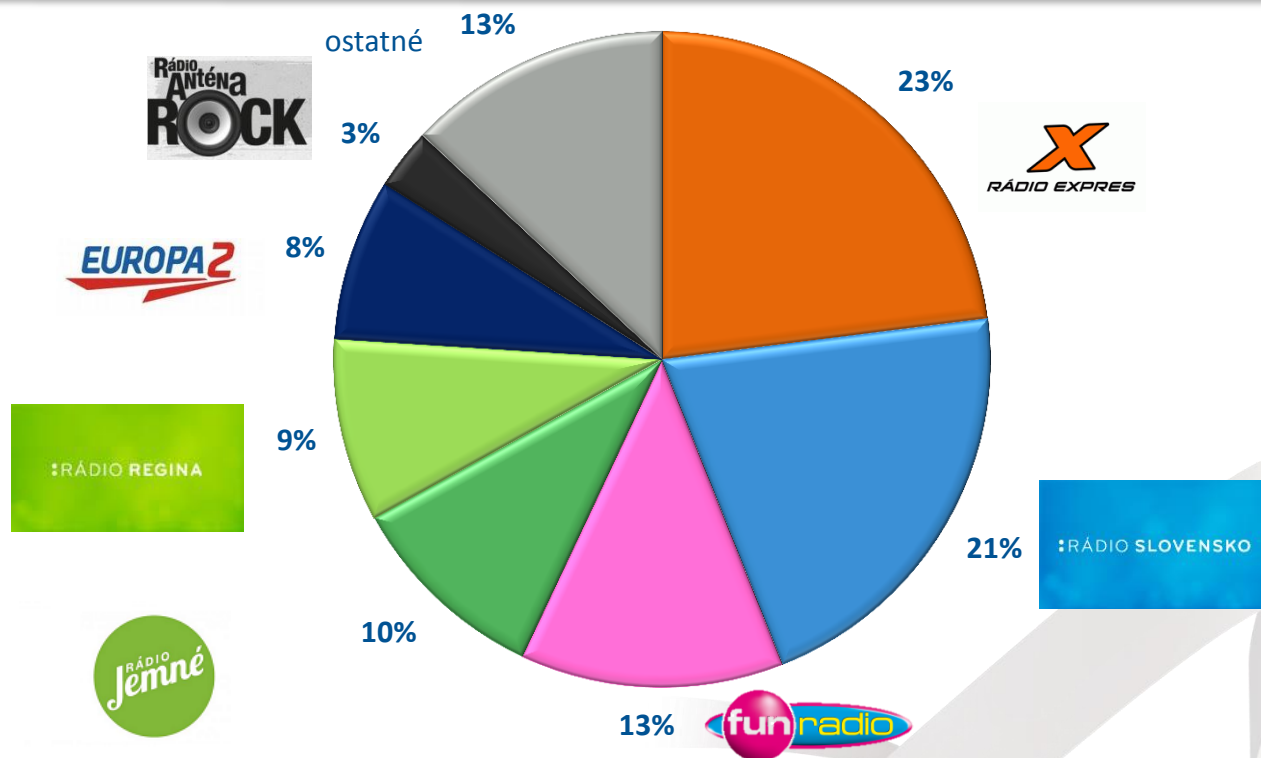
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Slovensko
 - Rádio Regina
 - Rádio_FM
 - Rádio Devín
 - Rádio Patria
- RADIO GROUP
 - Fun rádio
 - Rádio Europa 2
- Radio Services
 - Rádio Jemné
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Vlna

ROZHLASOVÉ STANICE včera

- podiel na trhu

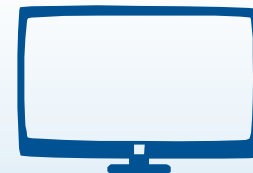


V 4. + 1. kvartáli 2015 dosiahli rozhlasové stanice v parametre podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 23% a Rádio Slovensko s 21% podielom na trhu. S 13% podielom sa na treťom mieste umiestnilo Fun rádio. Ďalej je Rádio Jemné s 10% a Rádio Regina s 9%. Rádio Europa 2 dosiahlo 8% a Rádio Anténa Rock 3%. Ostatné rozhlasové stanice držia podiel 13% z trhu.

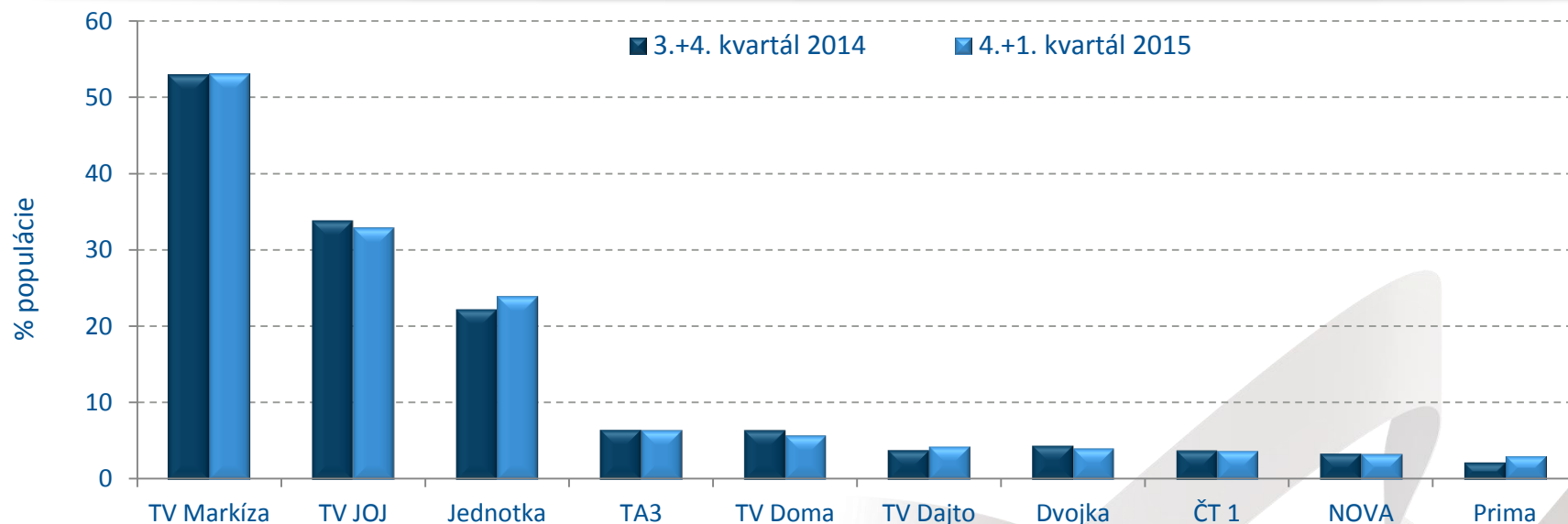


TELEVÍZNE STANICE

- sledoval(a) včera

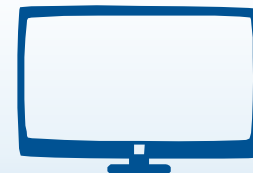


- Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 87%. Televíziu v 4. a 1. kvartáli 2015 celkovo sledovalo takmer 4 mil. divákov.
- Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 53%. Sledovanosť na úrovni 33% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 24%. Nasleduje TA3 so 6%, TV Doma so 6%, TV Dajto, Dvojka a ČT 1 so 4%. Prvú desiatku najsledovanejších televíznych staníc uzatvárajú NOVA a Prima s 3% sledovanosťou.

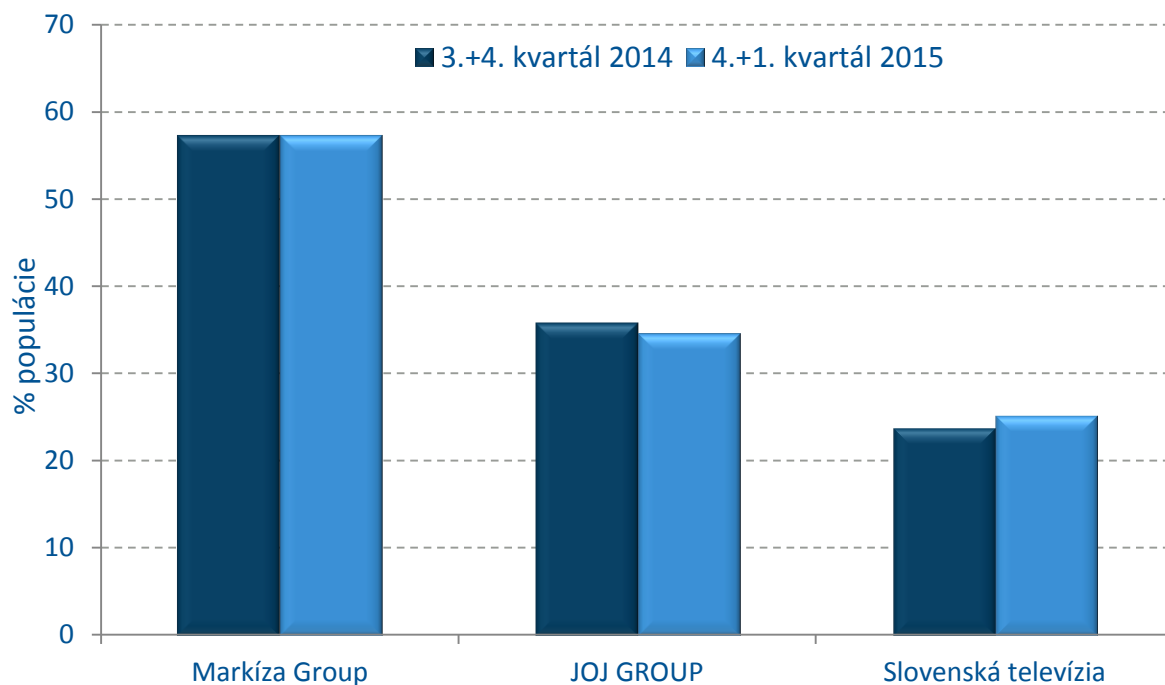


TELEVÍZNE SKUPINY

- sledoval(a) včera



- Markíza Group dosiahla v parametri „sledoval(a) včera“ 57% sledovanosť. Televízna skupina JOJ GROUP dosiahla sledovanosť 35% a Slovenská televízia (RTVS) 25%.

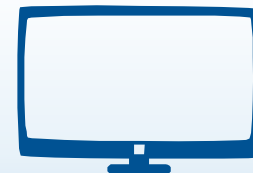


Členovia televíznych skupín:

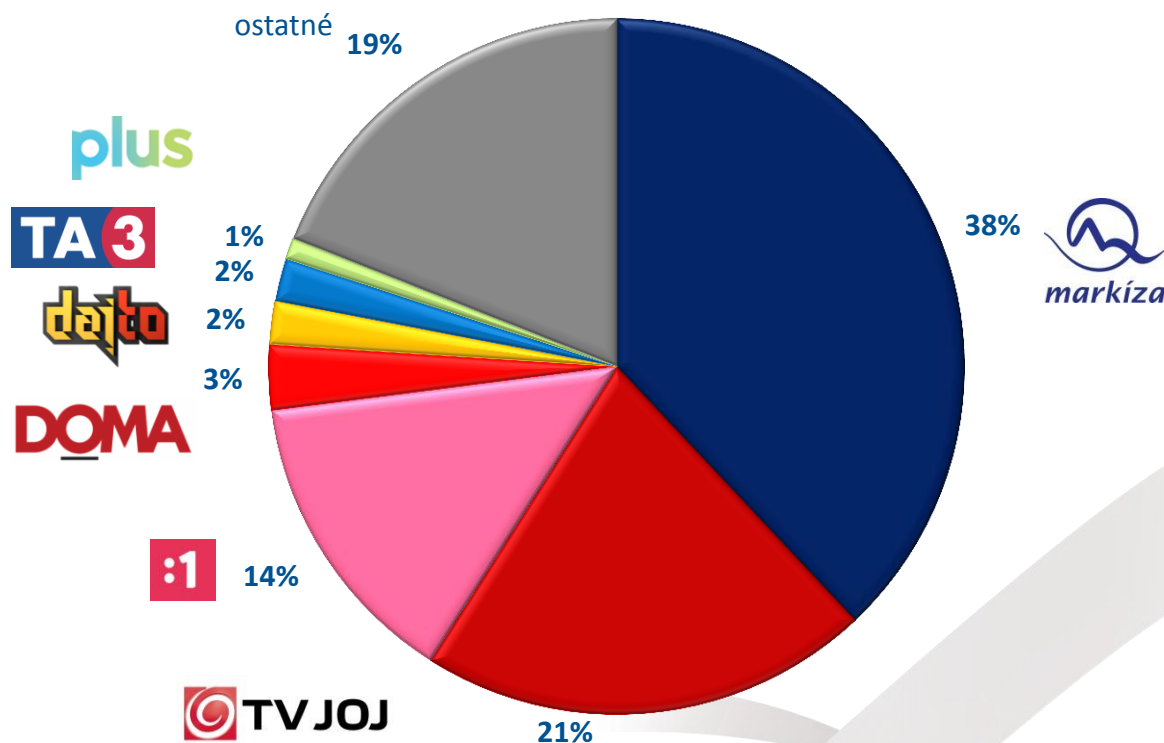
- Markíza Group
 - TV Markíza
 - TV DOMA
 - TV Dajto
- JOJ GROUP
 - TV JOJ
 - Plus
 - WAU
 - Senzi
- Slovenská televízia (RTVS)
 - Jednotka
 - Dvojka

TELEVÍZNE STANICE včera

- podiel na trhu



Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 4. + 1. kvartál 2015 je nasledujúce: 38% podiel má TV Markíza. TV JOJ dosiahla 21% a za ňou sa so 14% podielom na trhu objavila Jednotka. Nasledujú TV Doma s 3%, TV Dajto a TA3 s 2% a Plus s 1% sledovanosťou. Podiel ostatných televízií predstavuje celkom 19%, z toho najvyššie hodnoty dosahujú nasledujúce tri stanice RTL Klub (2%) , TV 2 (1%) a NOVA (1%).



PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

Termín opytovania:	15.09.2014 - 14.12.2014 a 05.01.2015 - 29.03.2015
Výberový súbor:	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
Veľkosť výberovej vzorky:	4.434respondentov
Metóda prieskumu: časť Media	osobné rozhovory (metóda „face-to-face“) /cca 75 % 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 25 % vzorky/
Metóda prieskumu: časť Market a Lifestyle	samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník/)
Výber respondentov:	kombinácia kvótneho 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, 4.+1./2015

Termín zverejnenia tlačovej správy: 21. 5. 2015

Aktualizované: 18.6.2015



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.

