



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. kvartál 2015 a 2. 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 5. 1. 2015 do 21. 6. 2015. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4.385 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 celkovej počte 259 titulov podľa jednotlivých periodicít. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 50 rozhlasových staníc a 57 televíznych staníc. Médiá sú opytované deklaratívnym spôsobom.

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

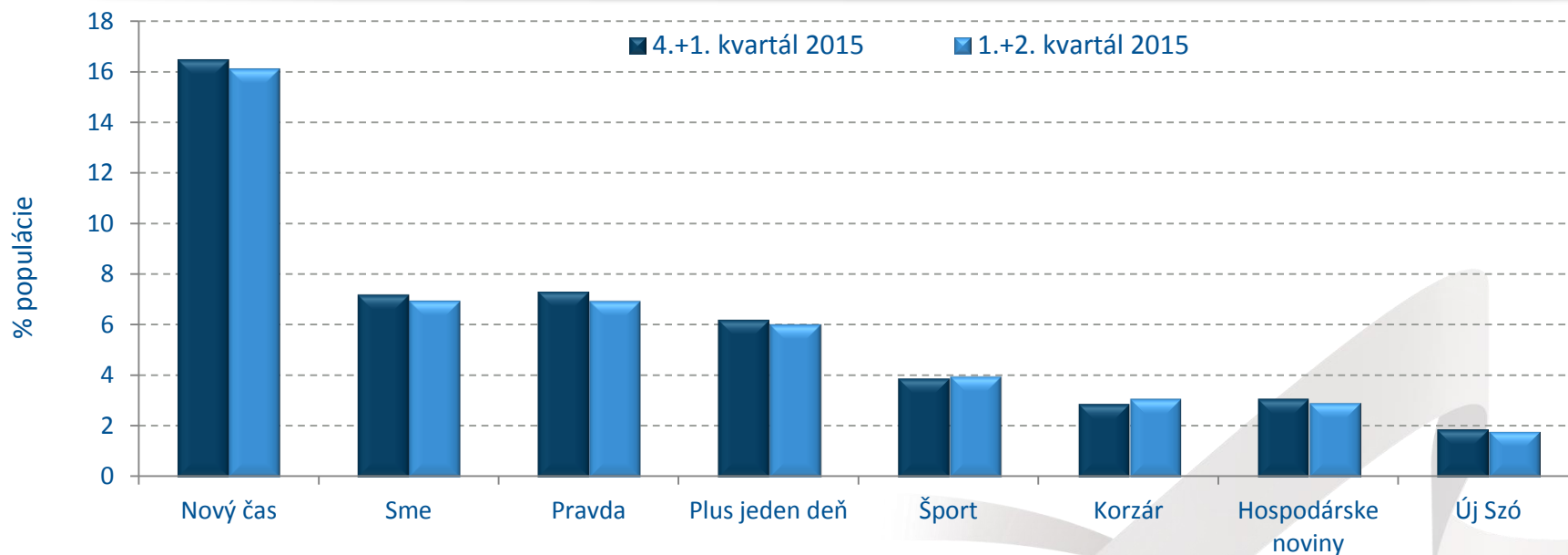
- Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou chybou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

DENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť celoštátnych denníkov v porovnaní so 4.+1. kvartálom 2015 klesla o 2% na 31% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 67% populácie.
- Celoštátne denníky v 1. a 2. kvartáli 2015 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu so 16%. Čítanosť na úrovni 7% majú denník Sme a denník Pravda. Nasleduje denník Plus jeden deň so 6% a Šport so 4%. Kozár a Hospodárske noviny majú 3% čítanosť. Ďalej nasleduje Új Szó s 2% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

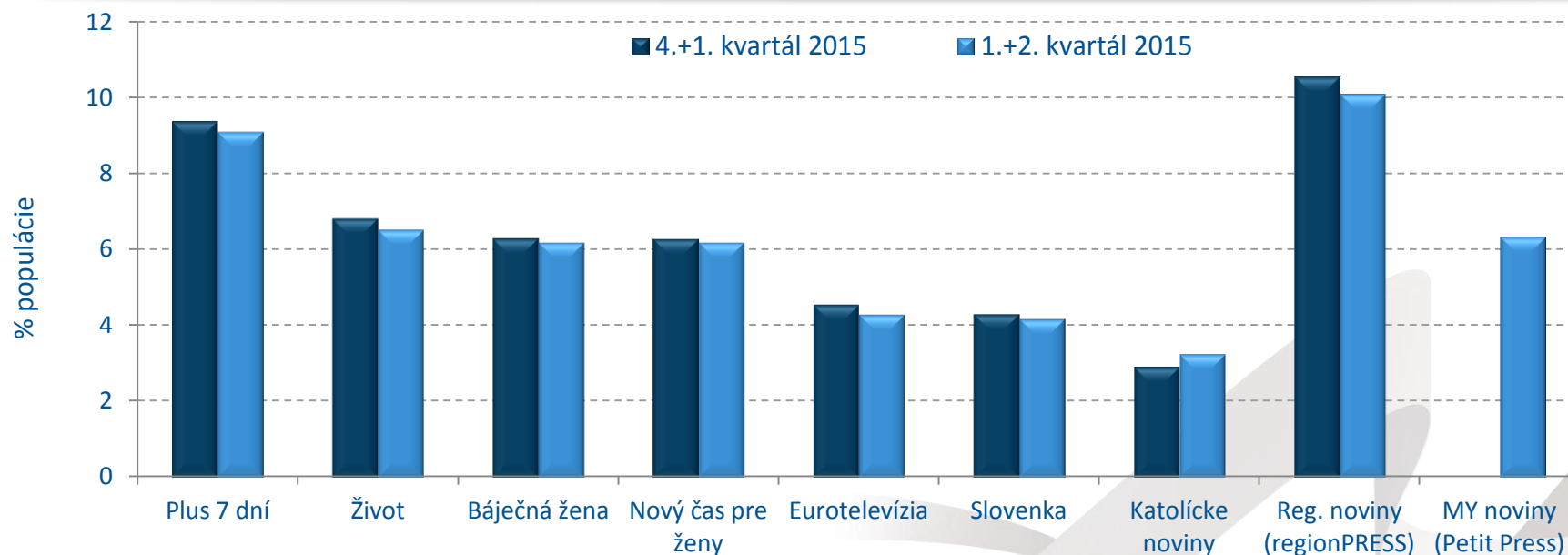


TÝŽDENNÍKY

- 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 ostala na rovnakej úrovni ako v porovnaní so 4.+1. kvartálom 2015.
- Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní s 9%. 7% čítanosť má Život. Báječná žena dosiahla 6% a rovnako aj týždenník Nový čas pre ženy. 4% obyvateľov SR čítajú Eurotelevíziu a rovnaký podiel aj Slovenku. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny s 3%. Sieť týždenníkov Regionálne noviny (regionPRESS) dosiahla 10% a sieť MY noviny (Petit Press) 6% čítanosť.

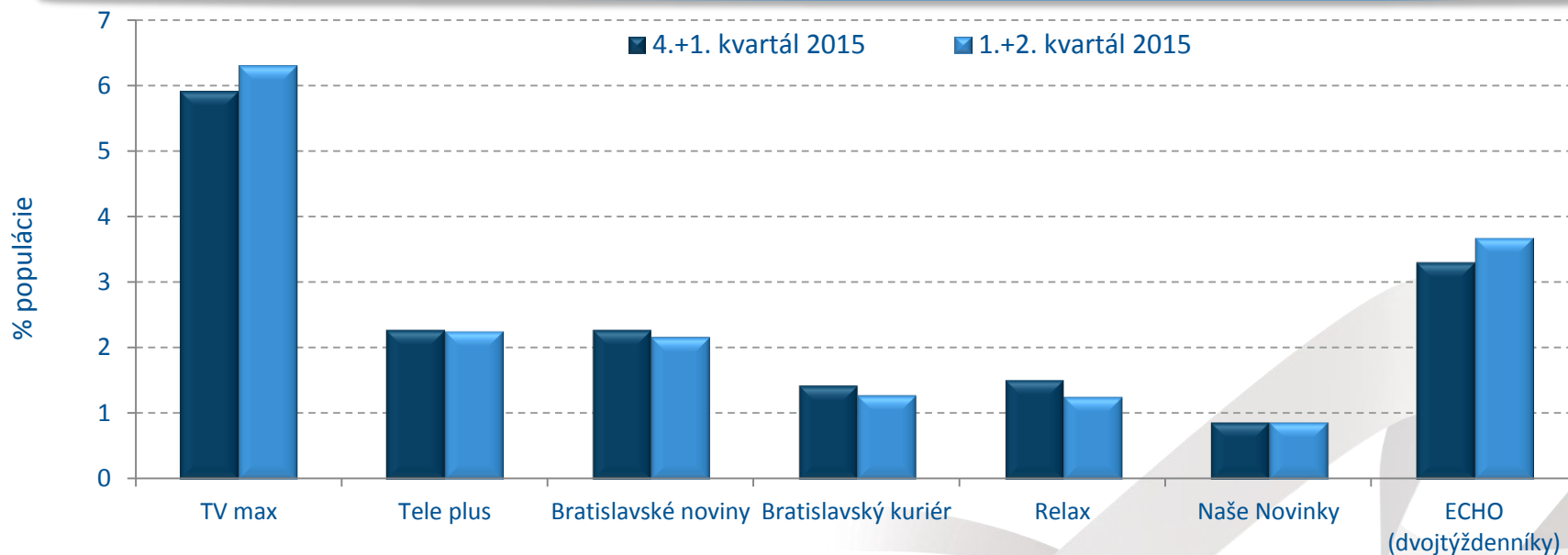


DVOJTÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 17% populácie vo veku 14 - 79 rokov. V porovnaní so 4.+1. kvartálom 2015 ostala čítanosť na rovnakej úrovni.
- Najčítanejším titulom medzi dvojtýždenníkmi je TV max so 6%. Nasleduje Tele plus a Bratislavské noviny s 2%. Dvojtýždenníky Bratislavský kuriér, Relax a Naše Novinky dosahujú 1% čítanosť. Sieť titulov ECHO (dvojtýždenníky) dosiahla čítanosť 4%.

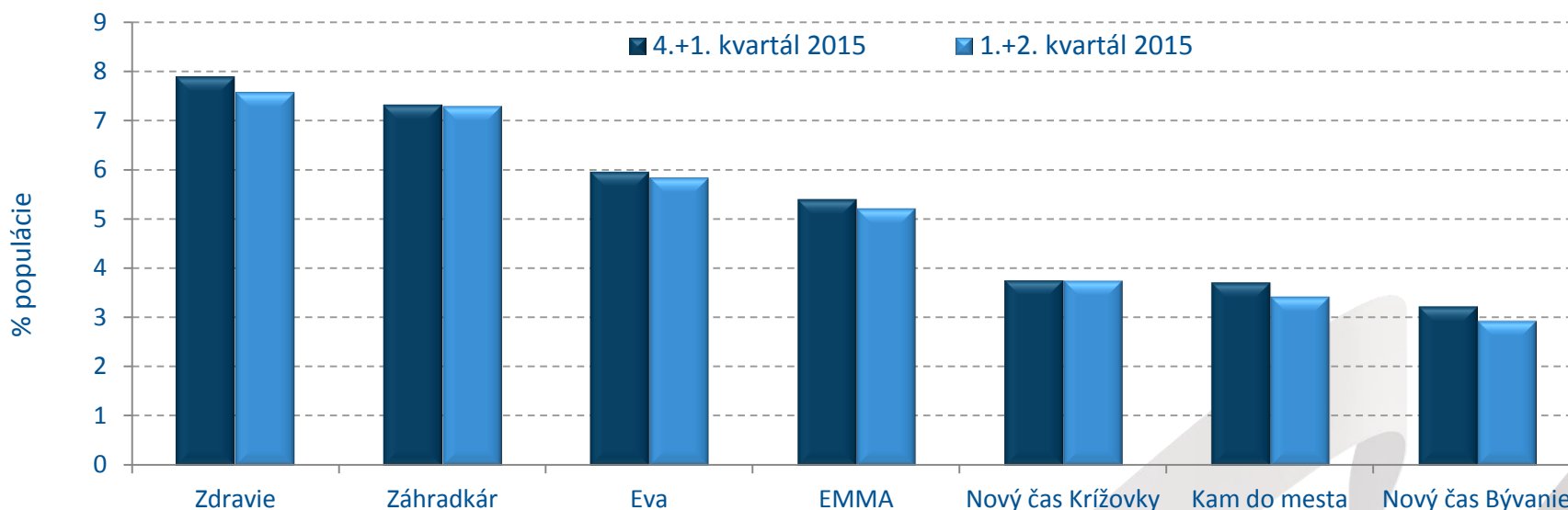


MESAČNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť mesačníkov v 1. a 2. kvartáli 2015 je na úrovni 46%, t.j. rovnaká úroveň v porovnaní s kvartálmi 4.+1. 2015.
- Poradie mesačníkov, ktoré sú na Slovensku bežne dostupné, otvára časopis Zdravie s 8%. Čítanosť 7% má mesačník Záhradkár. Nasleduje Eva so 6% a za ňou EMMA s 5%. Ďalšie sú mesačníky Nový čas Krížovky so 4%, Kam do mesta a Nový čas Bývanie s 3% čítanosťou.



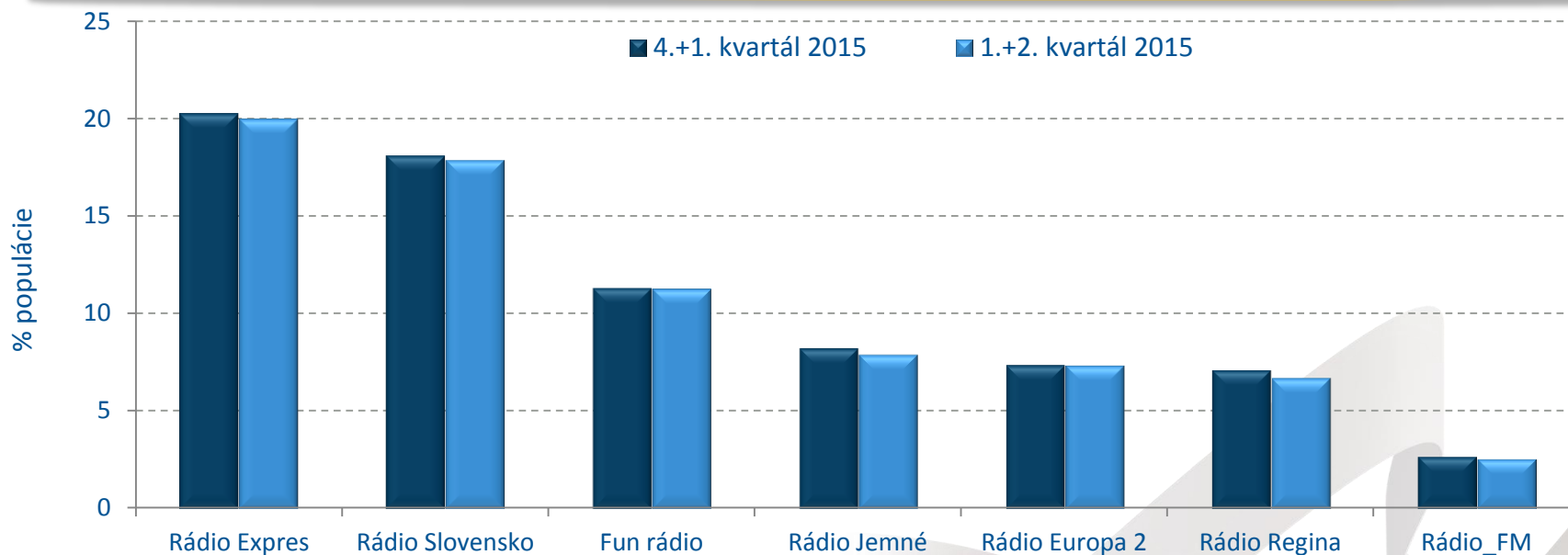
* Evita Magazín bude zaradený od 4. kvartála 2015.

ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) včera



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval včera“ predstavuje 68%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 20%, ďalej Rádio Slovensko s 18%, nasleduje Fun rádio s 11%. 8% počúvanosť dosiahlo Rádio Jemné. Rádio Europa 2 získalo 7%, rovnako ako Rádio Regina a poradie 7 najpočúvanejších staníc uzatvára Rádio_FM s 3%.

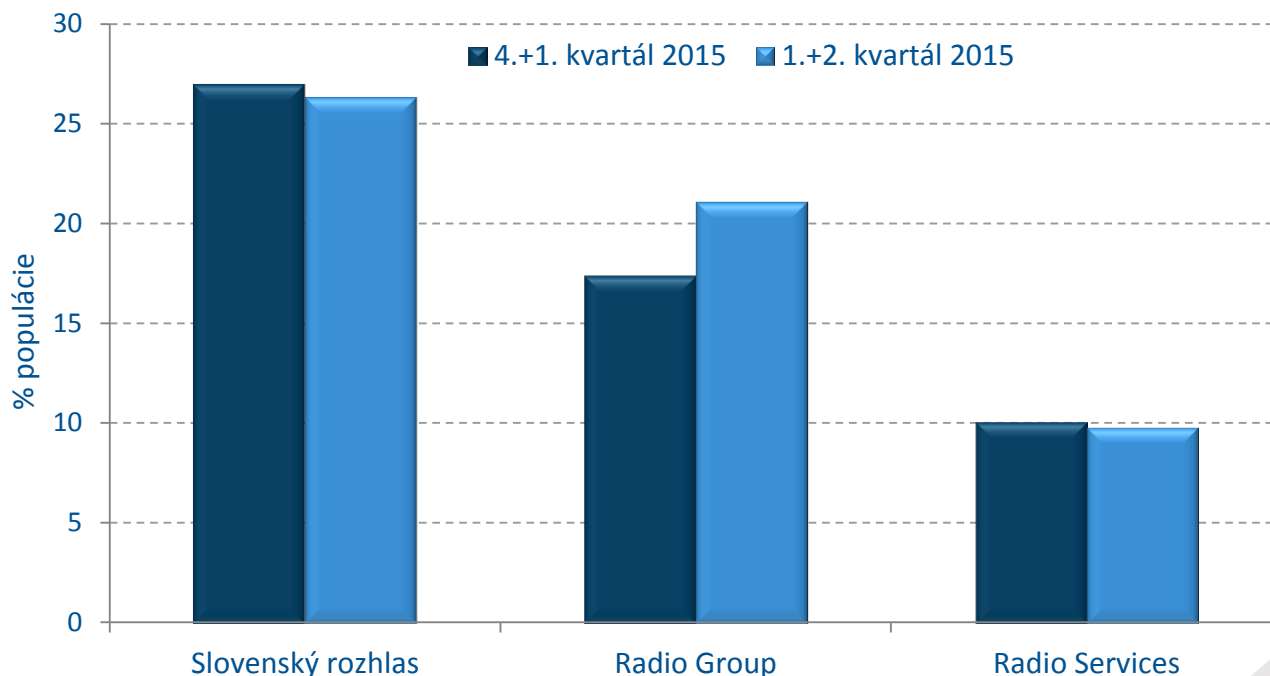


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) včera



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi piatimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval včera“ 26%. Rozhlasová sieť Radio Group dosiahla počúvanosť 21% a sieť Radio Services 10%.



* Sieť RADIO GROUP oproti predchádzajúcemu kvartálu zastupuje aj stanice združené v sieti RegioMedia.

Členovia rozhlasových sietí:

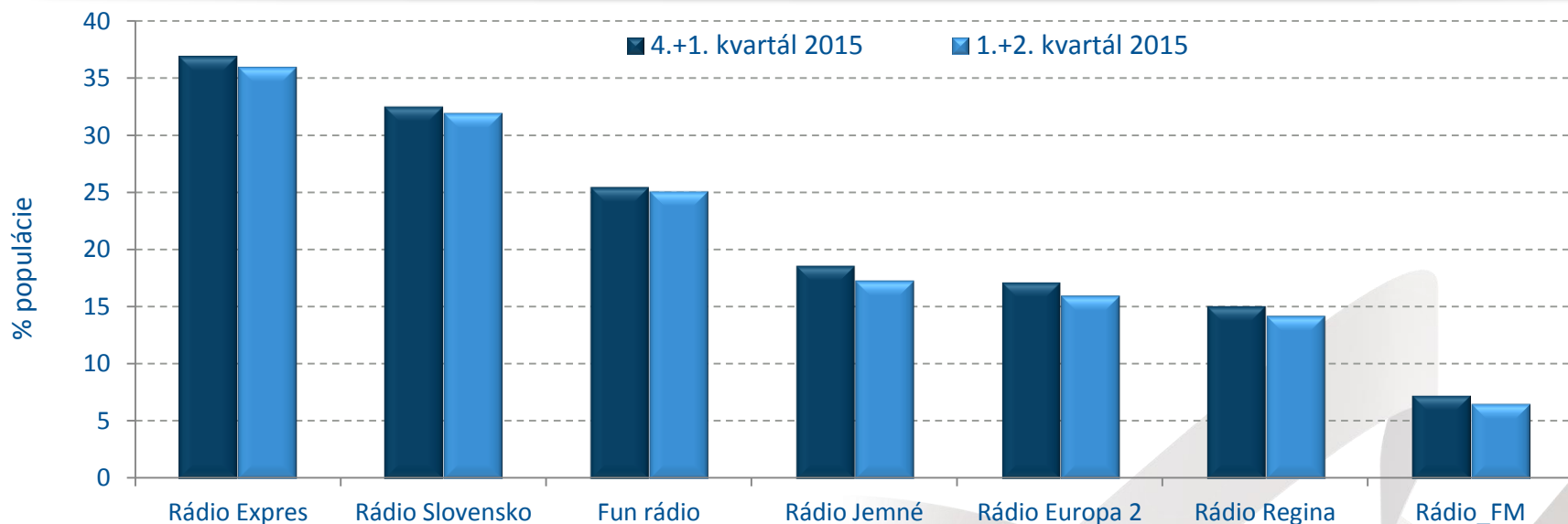
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Slovensko
 - Rádio Regina
 - Rádio_FM
 - Rádio Devín
 - Rádio Patria
- RADIO GROUP*
 - Fun rádio
 - Rádio Europa 2
 - Rádio Kiss
 - Rádio Frontinus
 - Rádio Sever
 - Rádio Beta
 - Rádio Best FM
 - Rádio Prešov
 - Rádio Lumen
- Radio Services
 - Rádio Jemné
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Vlna

ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) posledný týždeň



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 92%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 36%, ďalej Rádio Slovensko s 32%, nasleduje Fun rádio s 25%. 17% populácie počúva aspoň raz za týždeň Rádio Jemné a 16% Rádio Europa 2. Na šiestom mieste je Rádio Regina so 14% a sedmičku najpočúvanejších uzatvára Rádio_FM so 7%.

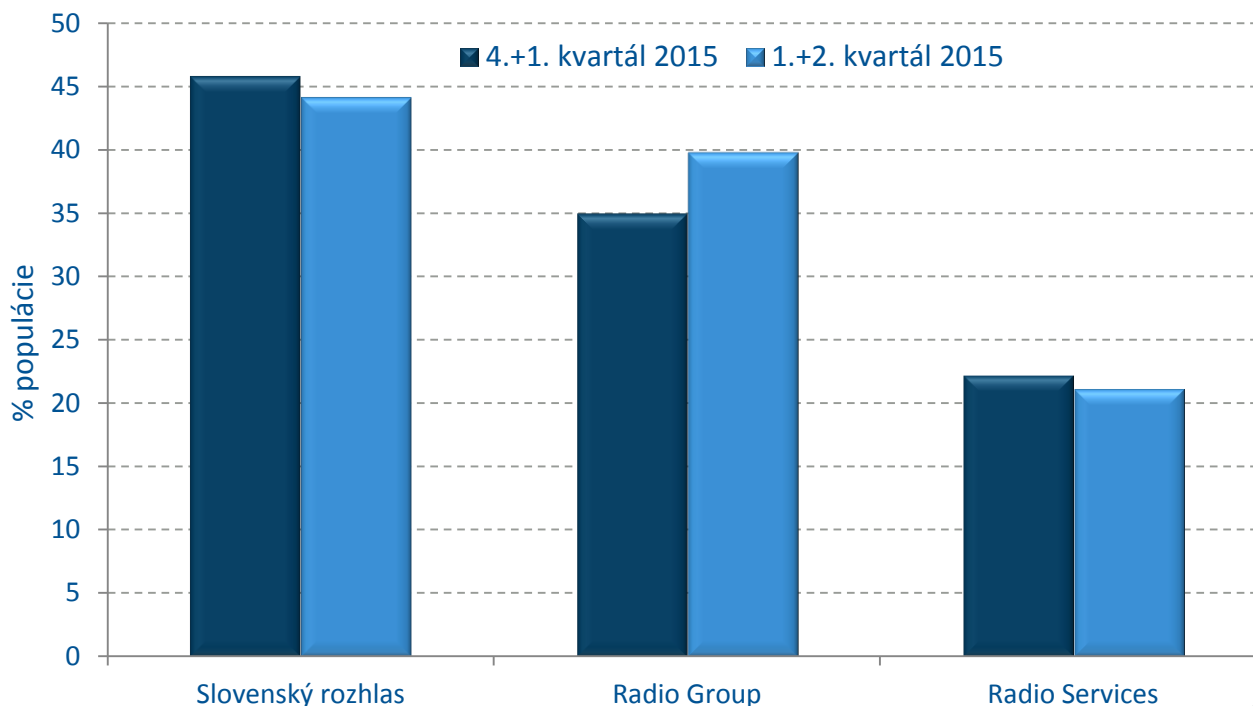


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) posledný týždeň



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi piatimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval posledný týždeň“ 44%. Rozhlasová sieť Radio Group dosiahla počúvanosť 40% a sieť Radio Services 21%.



Členovia rozhlasových sietí:

- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Slovensko
 - Rádio Regina
 - Rádio_FM
 - Rádio Devín
 - Rádio Patria
- RADIO GROUP*
 - Fun rádio
 - Rádio Europa 2
 - Rádio Kiss
 - Rádio Frontinus
 - Rádio Sever
 - Rádio Beta
 - Rádio Best FM
 - Rádio Prešov
 - Rádio Lumen
- Radio Services
 - Rádio Jemné
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Vlna

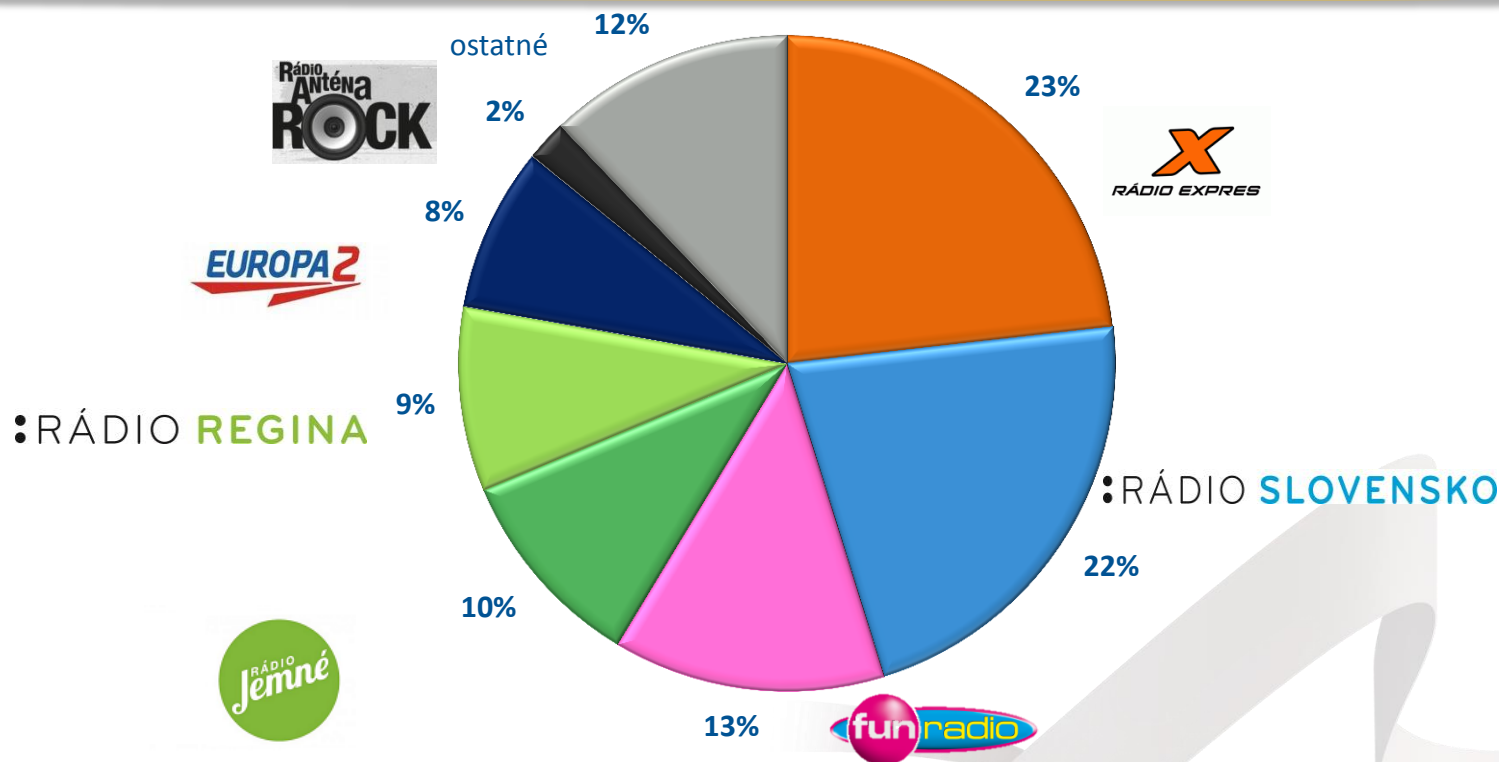
* Sieť RADIO GROUP oproti predchádzajúcemu kvartálu zastupuje aj stanice združené v sieti RegioMedia.

ROZHLASOVÉ STANICE včera

- podiel na trhu



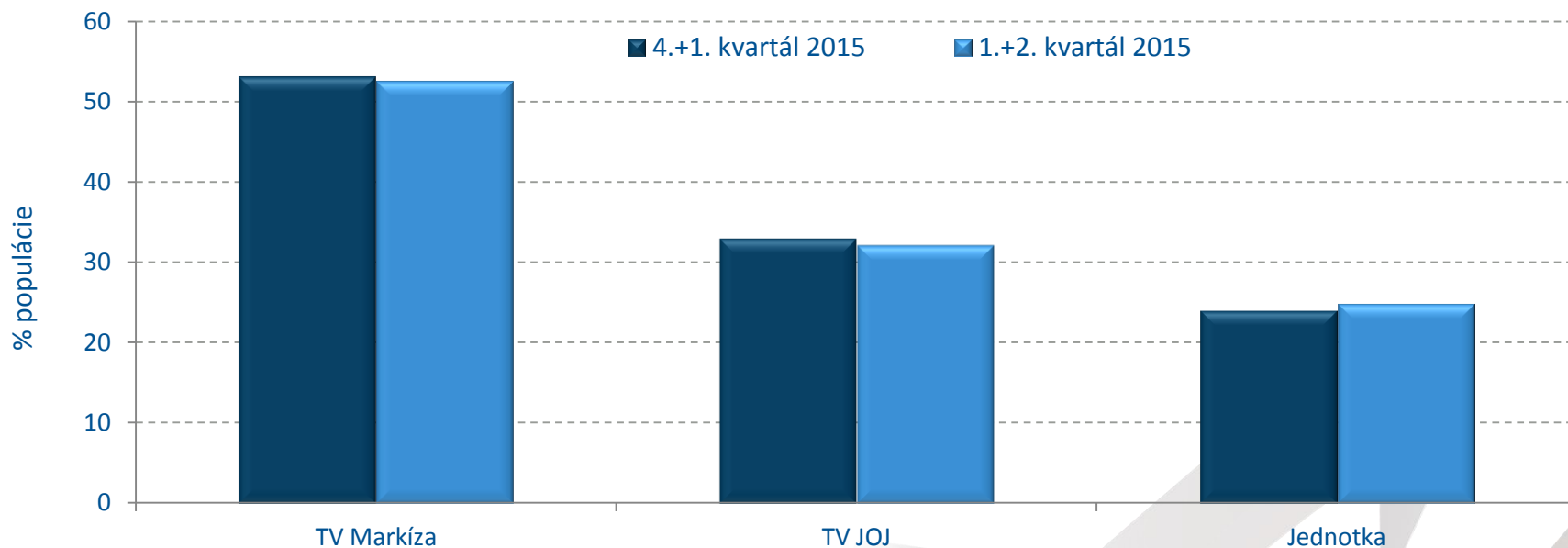
V 1. + 2. kvartáli 2015 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 23% a Rádio Slovensko s 22% podielom na trhu. S 13% podielom sa na trhu pohybuje Fun rádio. 10% podiel má Rádio Jemné a ďalej Rádio Regina s 9%. Rádio Europa 2 dosiahlo 8% a Rádio Anténa Rock 2%. Ostatné rozhlasové stanice držia 12% podiel z trhu.



TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera

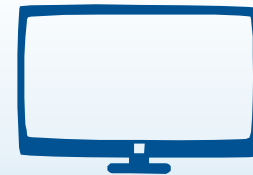


- Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 88%. Televíziu v 1. a 2. kvartáli 2015 celkovo sledovalo takmer 4 mil. divákov.
- Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 53%. Sledovanosť na úrovni 32% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 25%.

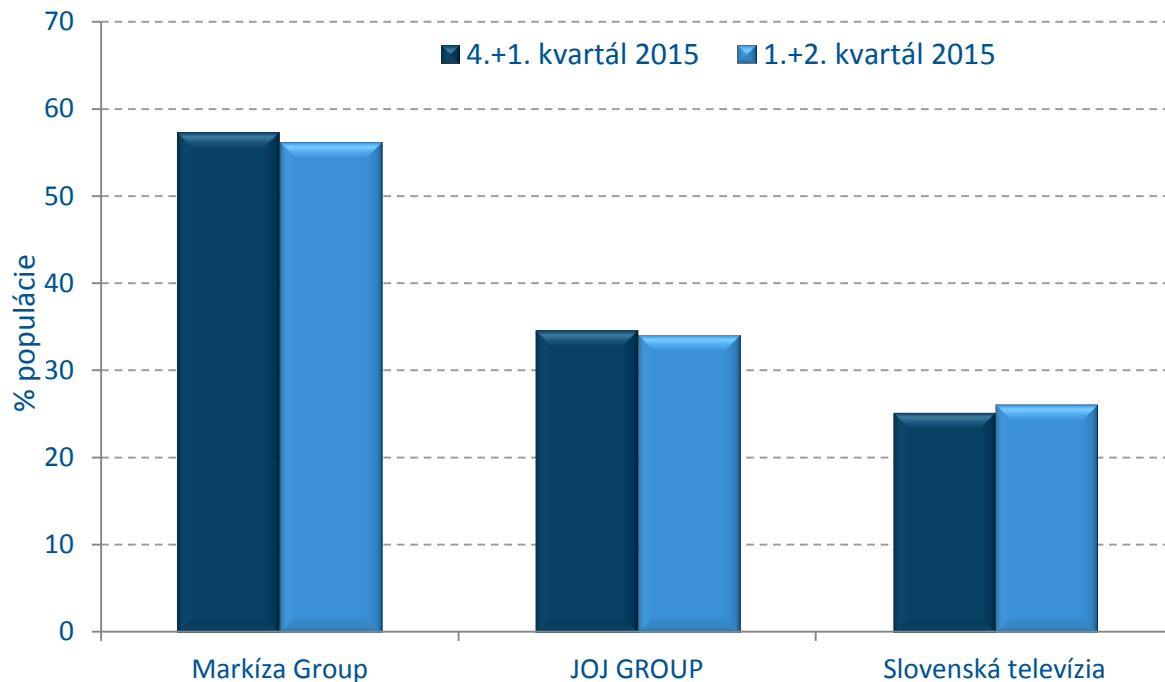


* Televízie sú sledované deklaratívne.

TELEVÍZNE SKUPINY - sledoval(a) včera



- Markíza Group dosiahla v parametri „sledoval(a) včera“ 56% sledovanosť. Televízna skupina JOJ GROUP dosiahla sledovanosť 34% a Slovenská televízia (RTVS) 26%.



* Televízie sú sledované deklaratívne.

Členovia televíznych skupín:

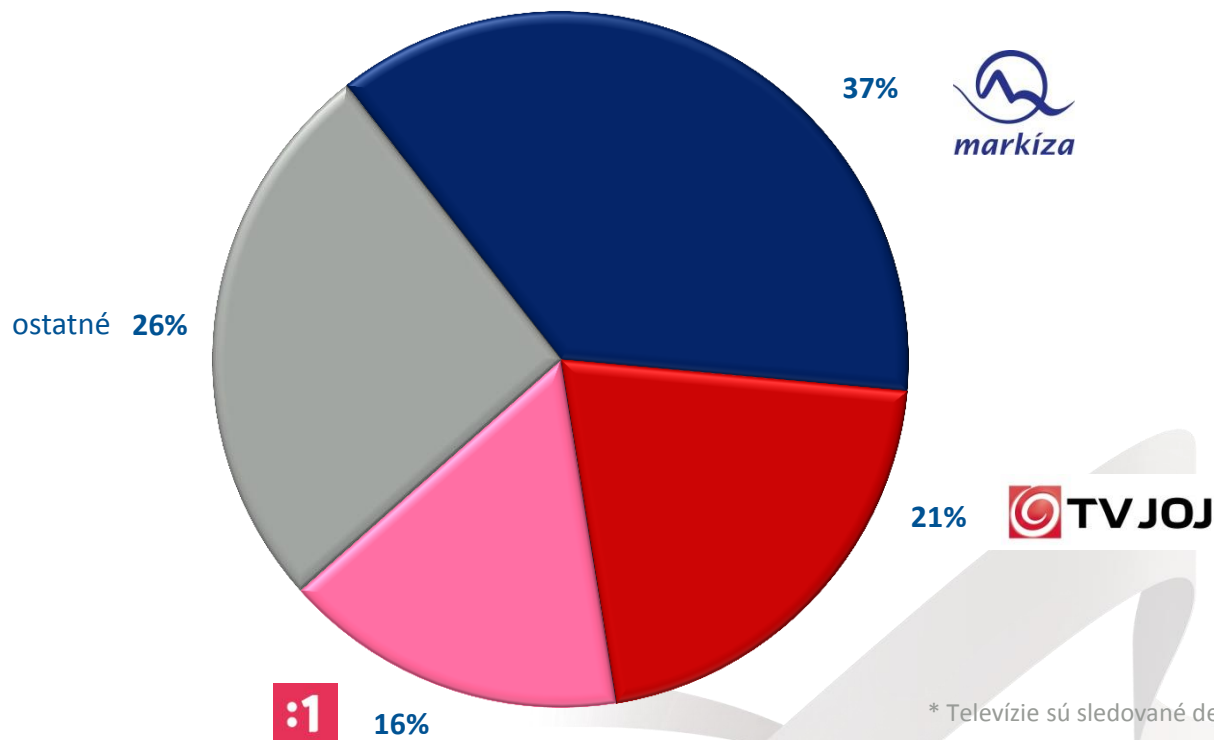
- Markíza Group
 - TV Markíza
 - TV DOMA
 - TV Dajto
- JOJ GROUP
 - TV JOJ
 - Plus
 - WAU
 - Senzi
 - TV RiK
- Slovenská televízia (RTVS)
 - Jednotka
 - Dvojka

TELEVÍZNE STANICE včera

- podiel na trhu



Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 1. + 2. kvartál 2015 je nasledujúce: Na prvom mieste s 37% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 21% a za ňou sa so 16% podielom na trhu umiestnila Jednotka.



* Televízie sú sledované deklaratívne.

PARAMETRE PRIESKUMU MML-TGI

Termín opytovania:	05.01.2015 - 21.06.2015
Výberový súbor:	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
Veľkosť výberovej vzorky:	4.385 respondentov
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, 1.+2./2015

Termín zverejnenia tlačovej správy: 14. 8. 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.

