



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<sup>®</sup>

Základné výsledky za 2. kvartál 2015 a 3. 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](mailto:median@median.sk)

[www.median.sk](http://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 30. 3. 2015 do 13. 9. 2015. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4.161 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 2015 monitorované tlačené médiá v celkovom počte 266 titulov podľa jednotlivých periodicít. Medzi elektronické médiá bolo zaradených 49 rozhlasových staníc a 58 televíznych staníc. Médiá sú opytované deklarativným 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<sup>®</sup>

## 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               |

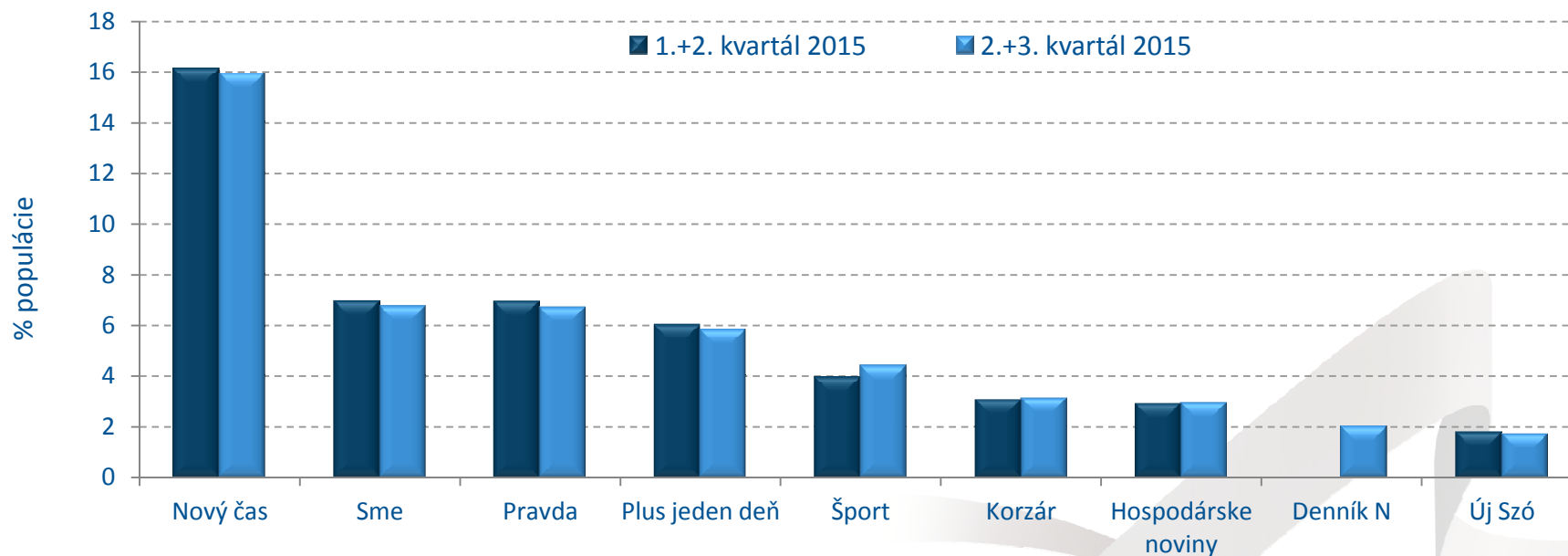
- Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou odchylkou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

# DENNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť celoštátnych denníkov v porovnaní dosahuje 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 2. a 3. 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%. Korzár a Hospodárske noviny majú 3% čítanosť. Ďalej nasleduje Denník N a Új Szó s 2% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

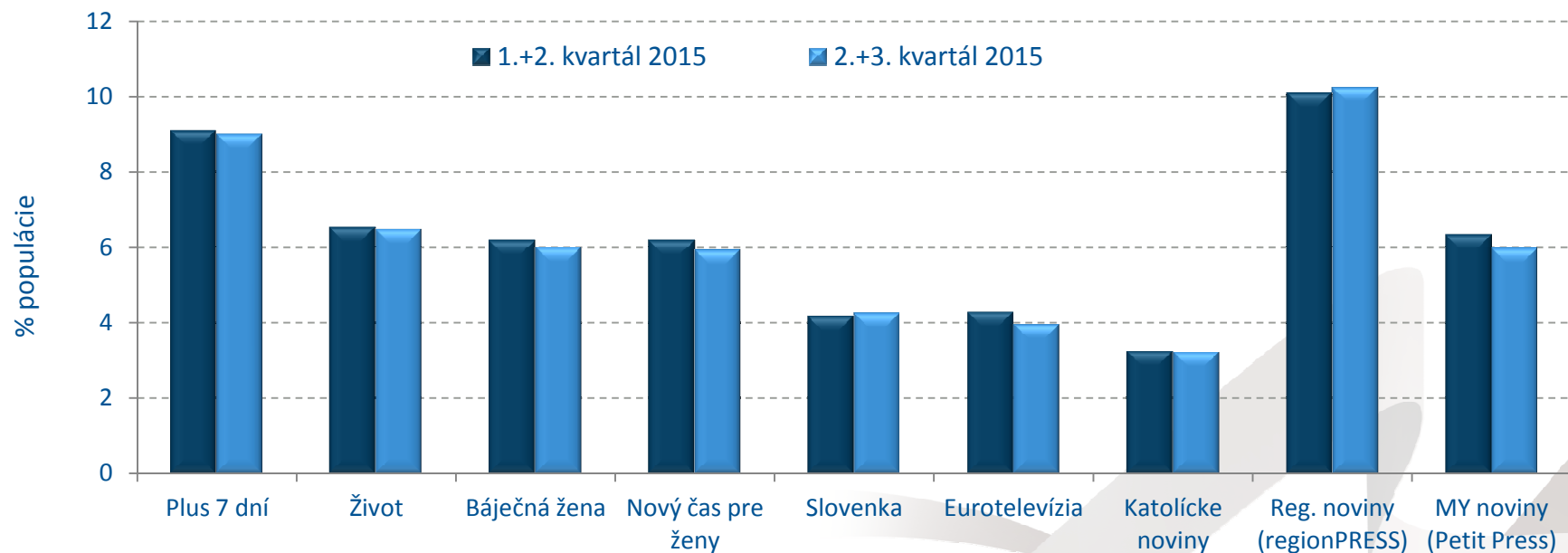


# TÝŽDENNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 40%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov.
- Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní s 9%. 6% čítanosť má Život. Báječná žena a týždenník Nový čas pre ženy dosiahli rovnako 6%. 4% obyvateľov SR čítajú Slovenku a rovnaký podiel aj Eurotelevíziu. Prehľad uzatvára týždenník Katolícke noviny s 3%. Sieť týždenníkov Regionálne noviny (regionPRESS) dosiahla 10% a sieť MY noviny (Petit Press) 6% čítanosť.

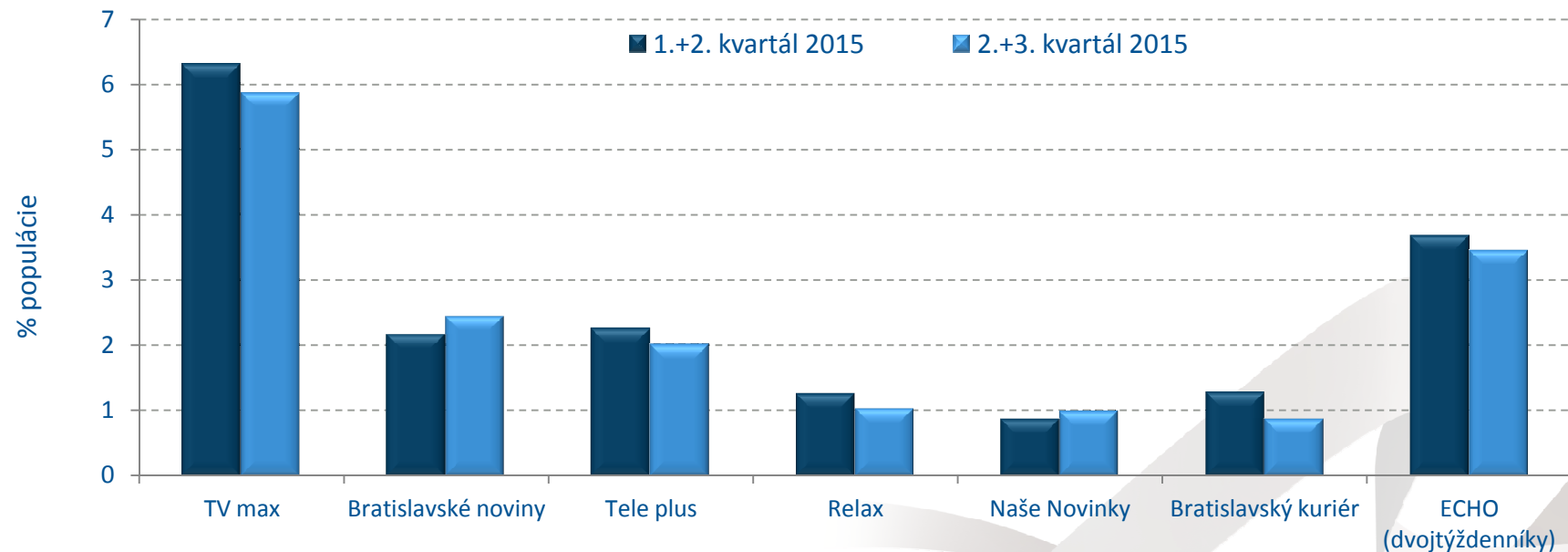


# DVOJTÝŽDENNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 16% populácie vo veku 14 - 79 rokov.
- Najčítanejším titulom medzi dvojtýždenníkmi je TV max so 6%. Nasledujú Bratislavské noviny a Tele plus s 2%. Dvojtýždenníky Relax, Naše Novinky a Bratislavský kuriér dosahujú 1% čítanosť. Sieť titulov ECHO (dvojtýždenníky) dosiahla čítanosť 3%.

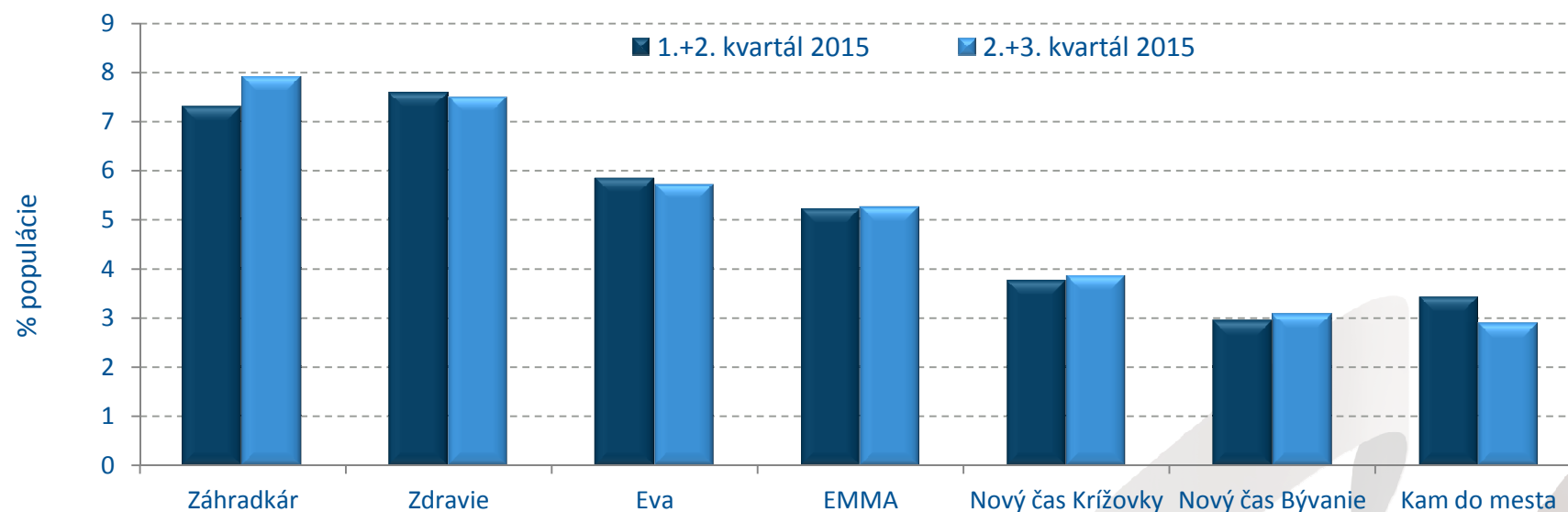


# MESAČNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť mesačníkov v 2. a 3. kvartáli 2015 je na úrovni 45%.
- Poradie mesačníkov, ktoré sú na Slovensku bežne dostupné, otvára časopis Záhradkár s 8%. Rovnakú čítanosť 8% má mesačník Zdravie. Nasleduje Eva so 6% a za ňou EMMA s 5%. Ďalšie sú mesačníky Nový čas Krížovky so 4%, Nový čas Bývanie a Kam do mesta s 3% čítanosťou.



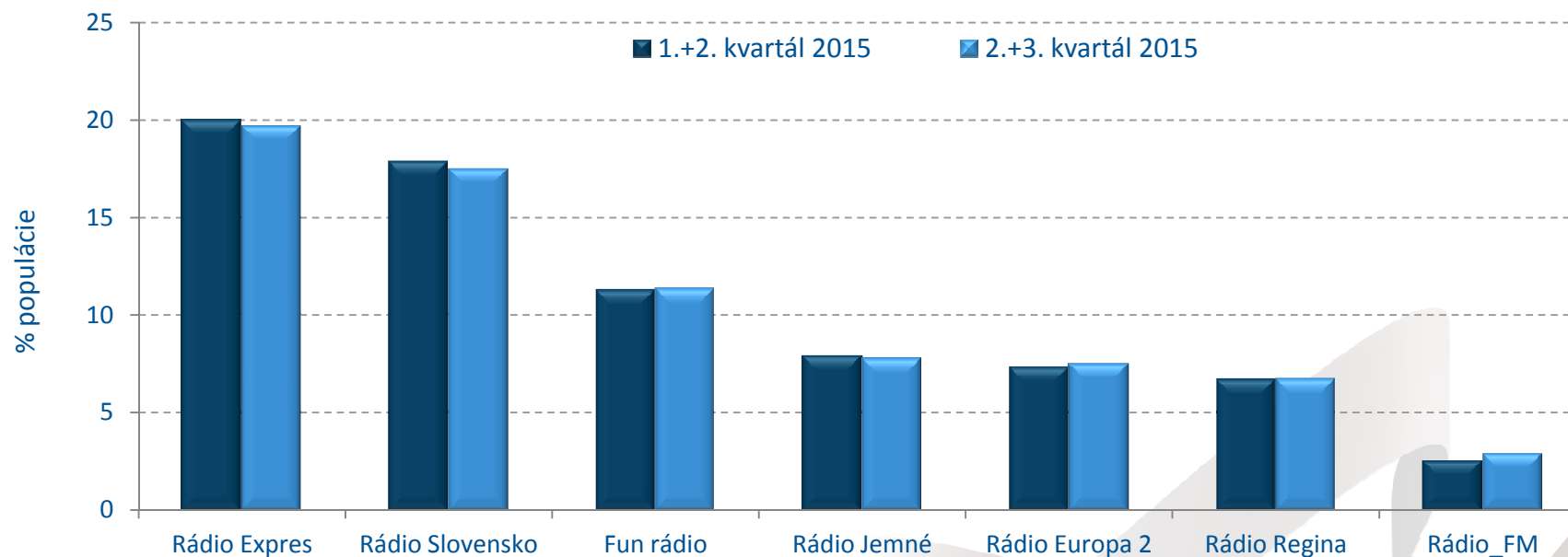
\* Evita Magazín bude zaradený do prieskumu od 4. kvartálu 2015.

# ROZHLASOVÉ STANICE

## - počúval(a) včera



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval včera“ predstavuje 67%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 20%, ďalej Rádio Slovensko so 17%, nasleduje Fun rádio s 11%. 8% počúvanosť dosiahlo Rádio Jemné. Rádio Europa 2 získalo 7%, rovnako ako Rádio Regina a poradie siedmich najpočúvanejších staníc uzatvára Rádio\_FM s 3%.

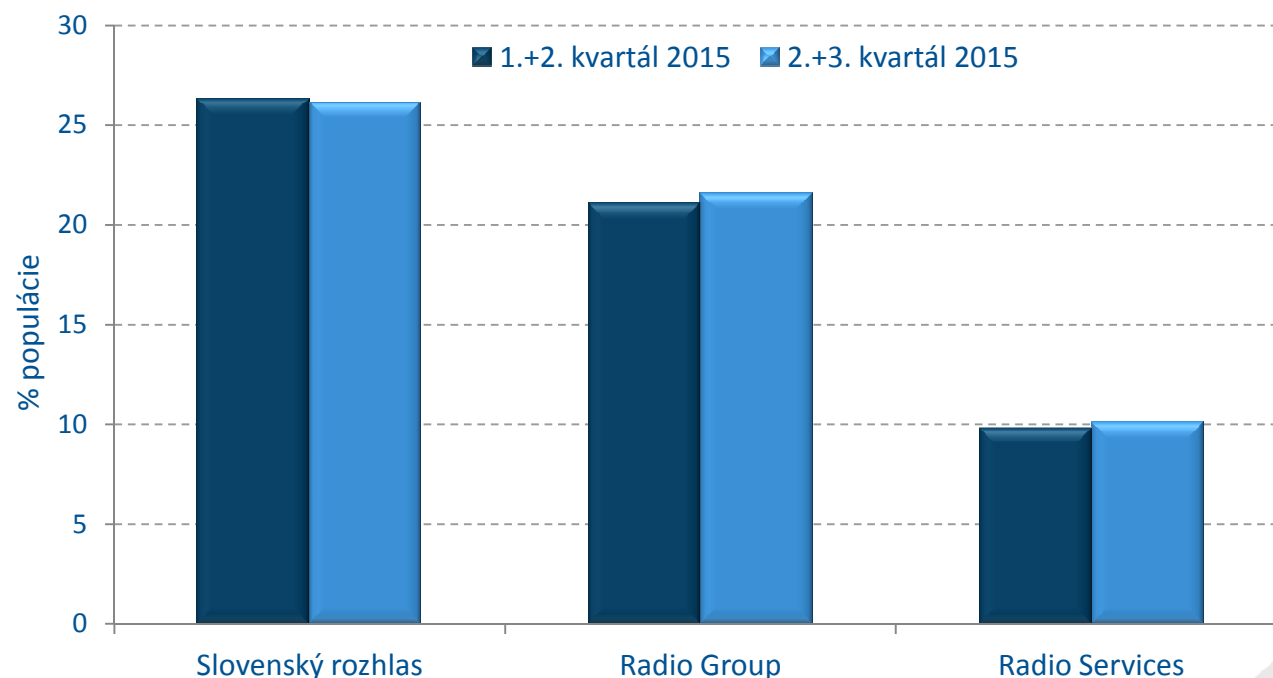


# ROZHLASOVÉ SIETE

## - počúval(a) včera



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi piatimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval včera“ 26%. Rozhlasová sieť Radio Group dosiahla počúvanosť 22% a sieť Radio Services 10%.



### Členovia rozhlasových sietí:

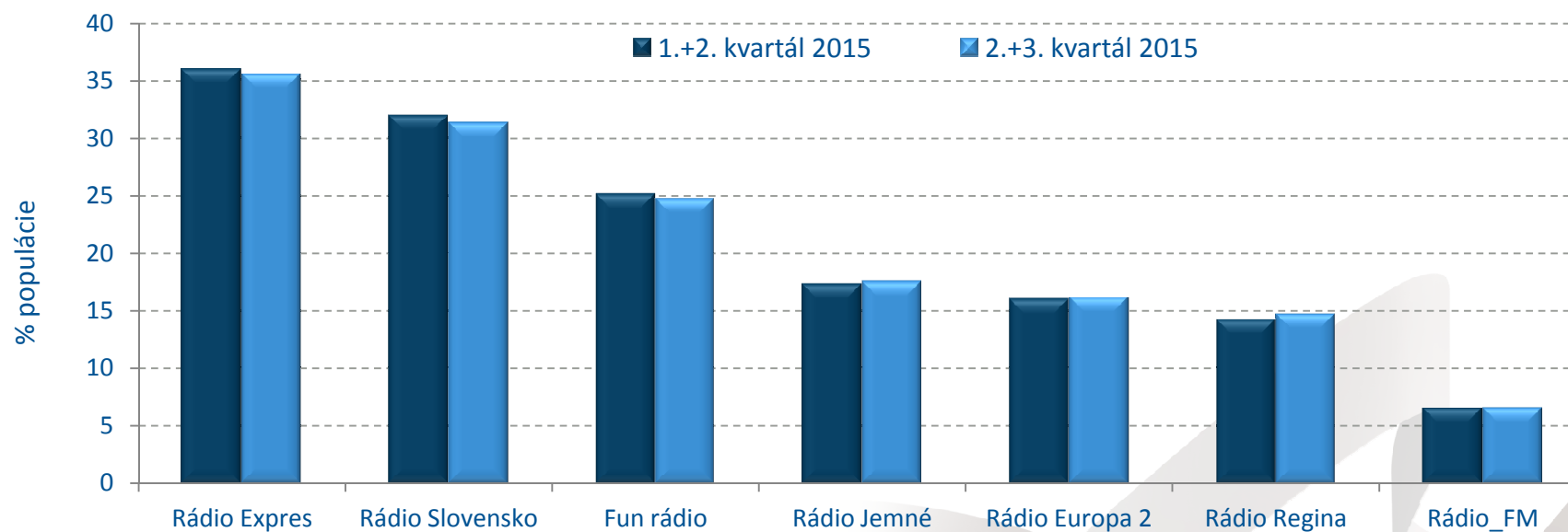
- Slovenský rozhlas (RTVS)
  - Rádio Slovensko
  - Rádio Regina
  - Rádio\_FM
  - Rádio Devín
  - Rádio Patria
- RADIO GROUP\*
  - Fun rádio
  - Rádio Europa 2
  - Rádio Kiss
  - Rádio Frontinus
  - Rádio Sever
  - Rádio Beta
  - Rádio Best FM
  - Rádio Prešov
  - Rádio Lumen
- Radio Services
  - Rádio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

# ROZHLASOVÉ STANICE

## - počúval(a) posledný týždeň



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 91%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 36%, ďalej Rádio Slovensko s 31%, nasleduje Fun rádio s 25%. 18% populácie počúva aspoň raz za týždeň Rádio Jemné a 16% Rádio Europa 2. Rádio Regina dosiahla počúvanosť 15% a sedmičku najpočúvanejších uzatvára Rádio\_FM so 7%.

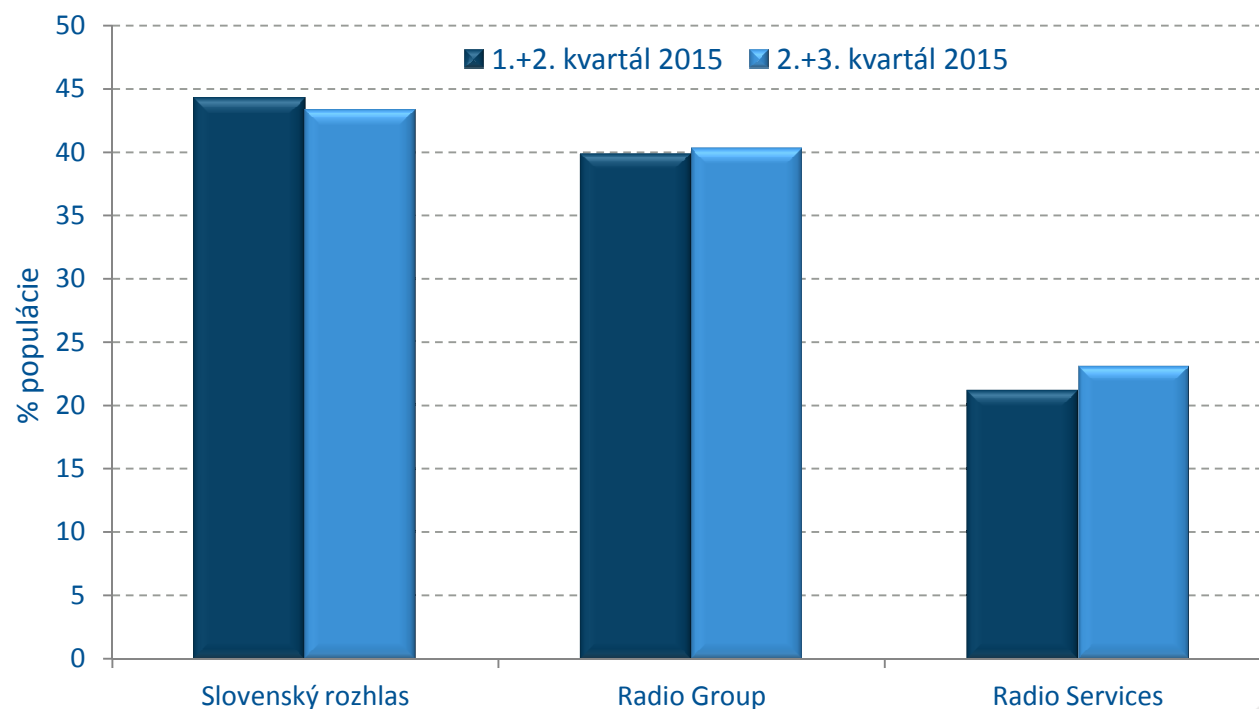


# ROZHLASOVÉ SIETE

## - počúval(a) posledný týždeň



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi piatimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval posledný týždeň“ 43%. Rozhlasová sieť Radio Group dosiahla počúvanosť 40% a sieť Radio Services 23%.



### 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

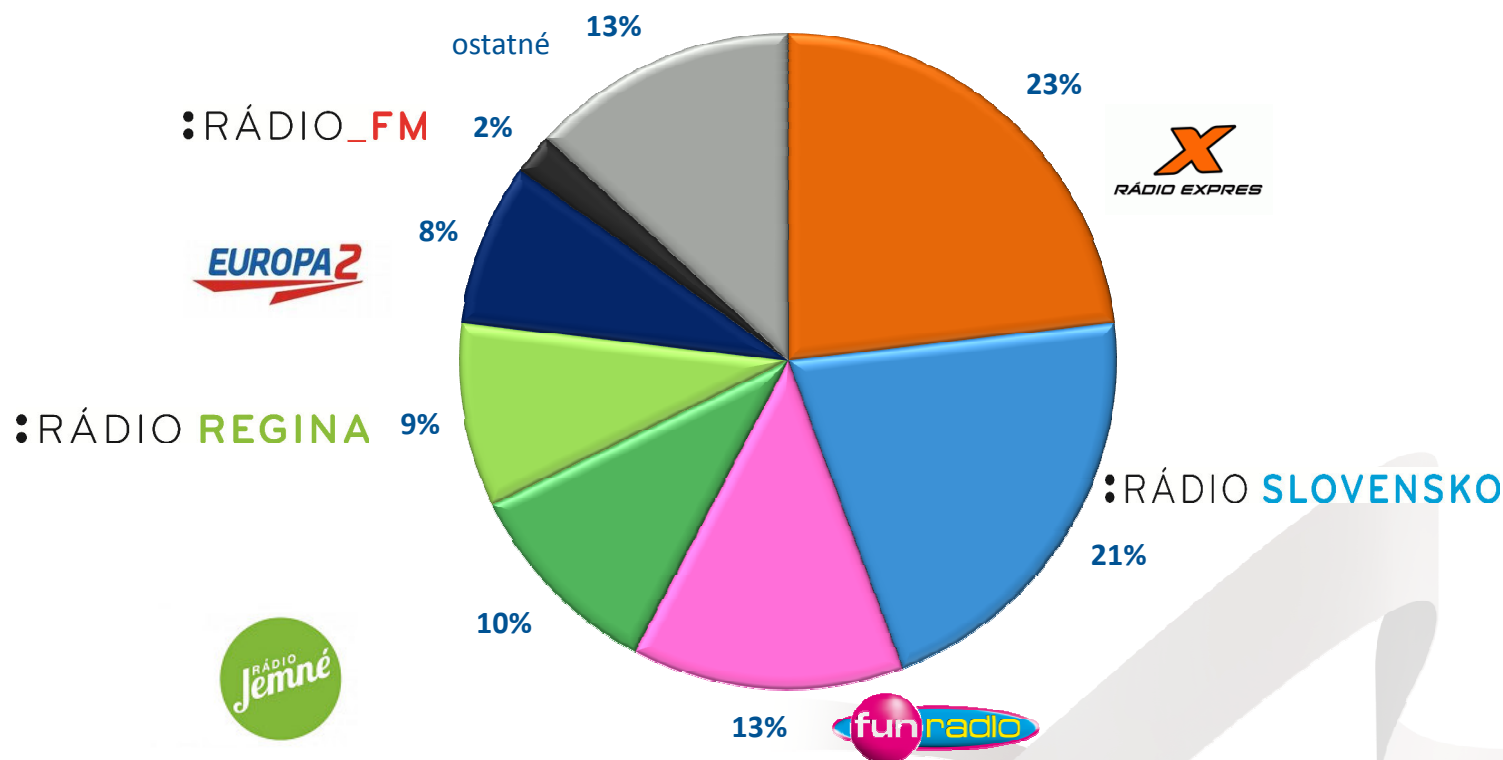
\* Sieť RADIO GROUP oproti predchádzajúcemu kvartálu zastupuje aj stanice združené v sieti RegioMedia.

# ROZHLASOVÉ STANICE včera

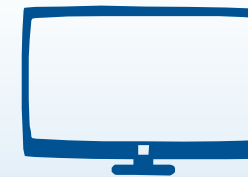
## - podiel na trhu



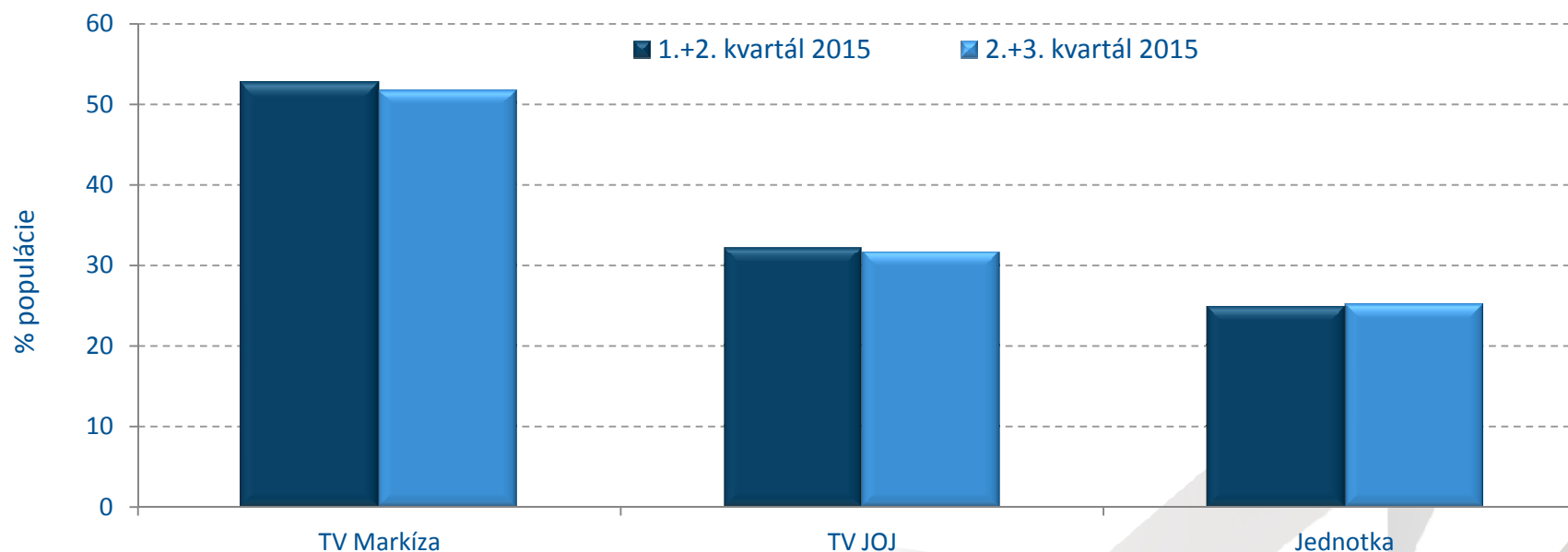
V 2. + 3. kvartáli 2015 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 23% a Rádio Slovensko s 21% podielom na trhu. S 13% podielom sa na trhu pohybuje Fun rádio. 10% podiel má Rádio Jemné a ďalej Rádio Regina s 9%. Rádio Europa 2 dosiahlo 8% a Rádio\_FM 2%. Ostatné rozhlasové stanice držia 13% podiel z trhu.



# TELEVÍZNE STANICE - sledoval(a) včera



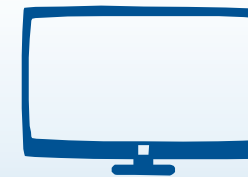
- Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 88%. Televíziu v 2. a 3. kvartáli 2015 celkovo sledovalo takmer 4 mil. divákov.
- Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 52%. Sledovanosť na úrovni 32% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 25%.



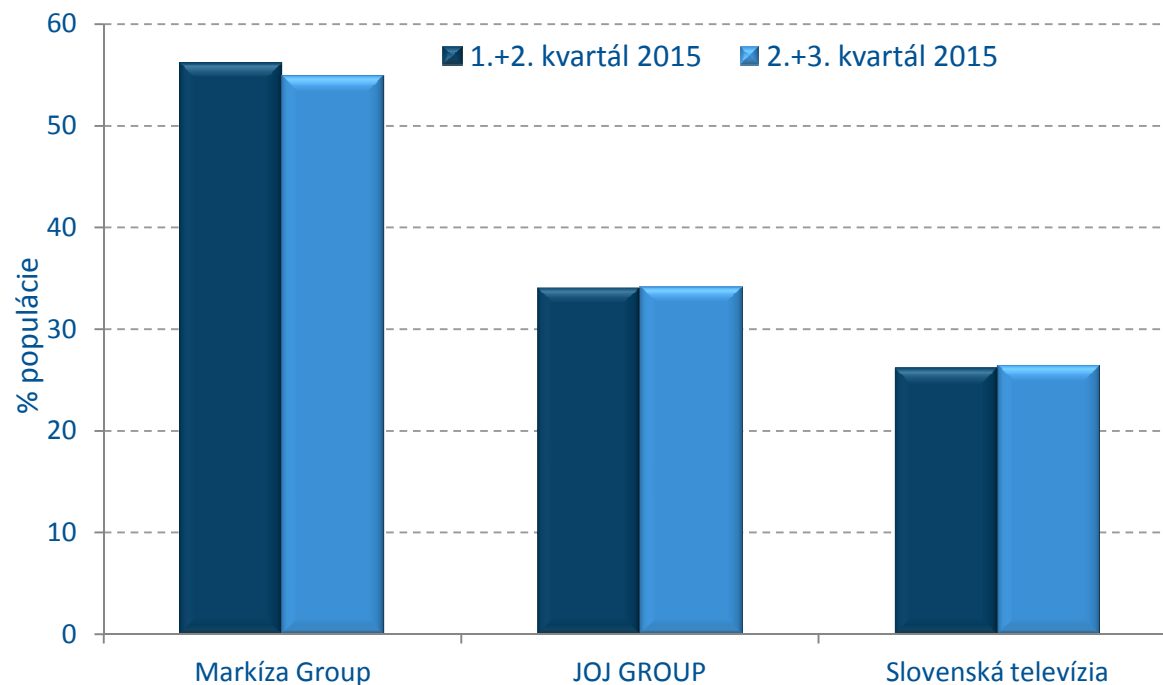
\* Televízie sú sledované deklaratívne, v prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

# TELEVÍZNE SKUPINY

## - sledoval(a) včera



- Markíza Group dosiahla v parametri „sledoval(a) včera“ 55% sledovanosť. Televízna skupina JOJ GROUP dosiahla sledovanosť 34% a Slovenská televízia (RTVS) 26%.



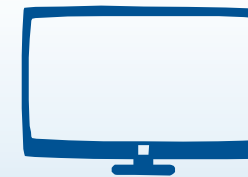
### Členovia televíznych skupín:

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

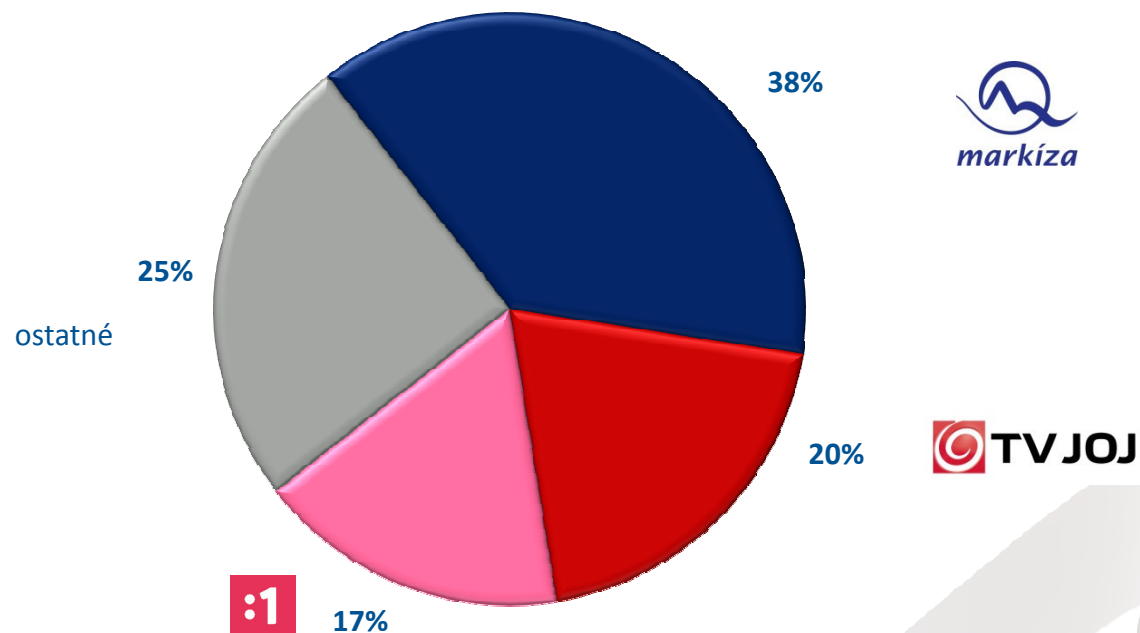
\* Televízie sú sledované deklaratívne, v prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

# TELEVÍZNE STANICE včera

## - podiel na trhu



Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 2. + 3. kvartál 2015 je nasledujúce: Na prvom mieste s 38% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 20% a za ňou sa so 17% podielom na trhu umiestnila Jednotka.



\* Televízie 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:                           | 30.03.2015 - 13.09.2015                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Výberový súbor:                              | populácia SR vo veku 14 - 79 rokov                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Veľkosť výberovej vzorky:                    | 4.161 respondentov                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Metóda prieskumu:<br>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:<br>časť Market a Lifestyle | samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník/)                                                                                                                                                                                            |
| Výber respondentov:                          | kvótny výber                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

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, 2.+3./2015**

**Termín zverejnenia tlačovej správy: 6. 11. 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.**

