



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 2016 a 2. kvartál 2016

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 11.1.2016 do 26.6.2016. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 466 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 2016 monitorované tlačené médiá a rozhlasové a televízne stanice. Všetky médiá sú opytované deklarativným spôsobom.

Životný štýl, formou viac ako 700 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	14	50
60	15	60
70	17	70
80	18	80
90	19	90
100	20	100
150	24	150
200	28	199
300	34	299
400	38	399
500	39	419
600	40	439
700	48	658
800	48	678
900	49	698
1000	49	718
1500	51	778
2000	52	828

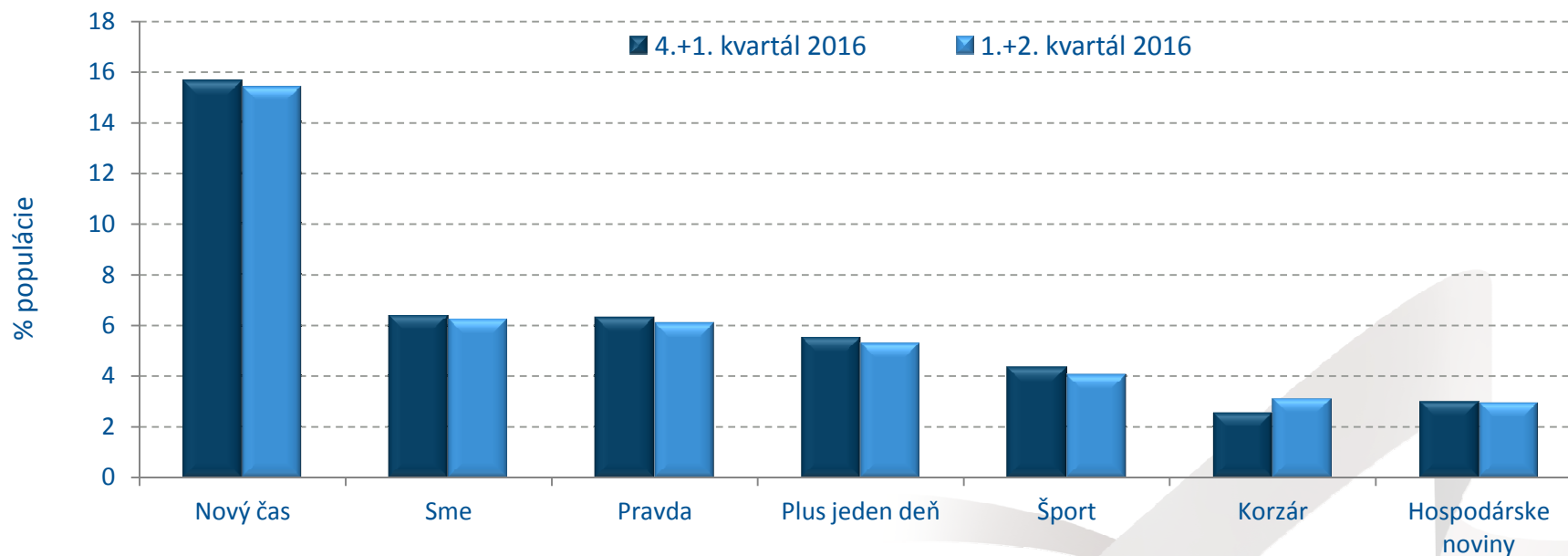
- Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou odchýlkou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

DENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť celoštátnych denníkov dosahuje 30% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 65% populácie.
- Celoštátne denníky v 1. a 2. kvartáli 2016 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 15%. Čítanosť na úrovni 6% majú denník Sme a Pravda. Nasleduje denník Plus jeden deň s 5% a Šport so 4%. Korzár spolu s denníkom Hospodárske noviny majú 3% populácie vo veku 14 - 79 rokov.



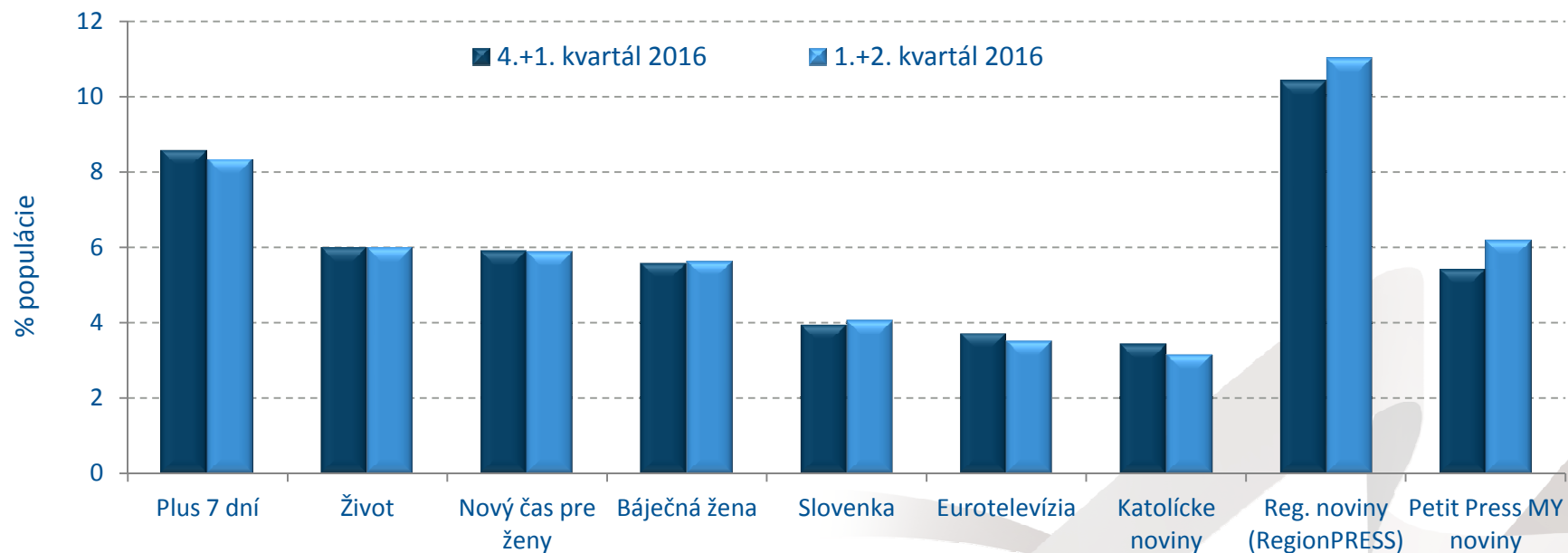
MML-TGI, 1.+2./2016

TÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 40%, čo je množstvo čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú posledné vydanie niektorého z nami monitorovaných týždenníkov. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledné 3 mesiace“ ide o 73% populácie.
- Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní s 8%. 6% čítanosť má Život. Nový čas pre ženy a týždenník Báječná žena 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 11% a sieť Petit Press MY noviny 6% čítanosť.

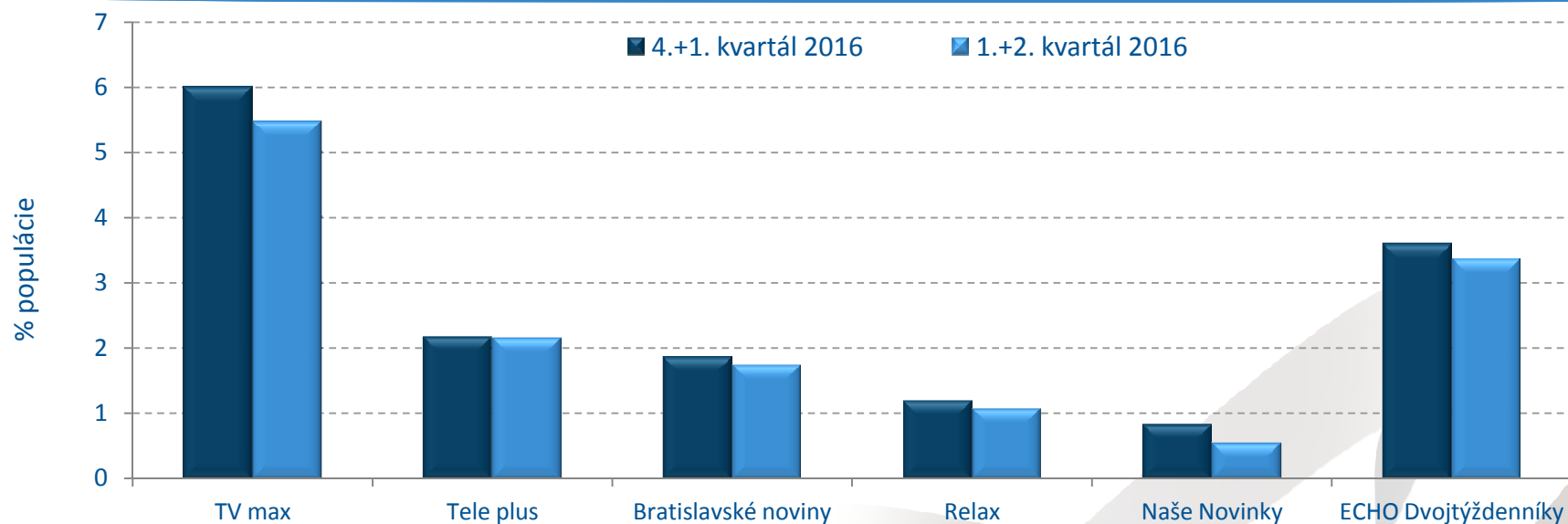


DVOJTÝŽDENNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 14% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Dvojtýždenníky si v „posledných 6 mesiacoch“ prečítalo 27% populácie.
- Najčítanejším titulom medzi dvojtýždenníkmi je TV max s 5%. Nasledujú Tele plus a Bratislavské noviny s 2%. Dvojtýždenníky Relax a Naše Novinky dosahujú 1% čítanosť. Sieť titulov ECHO Dvojtýždenníky dosiahla čítanosť 3%.

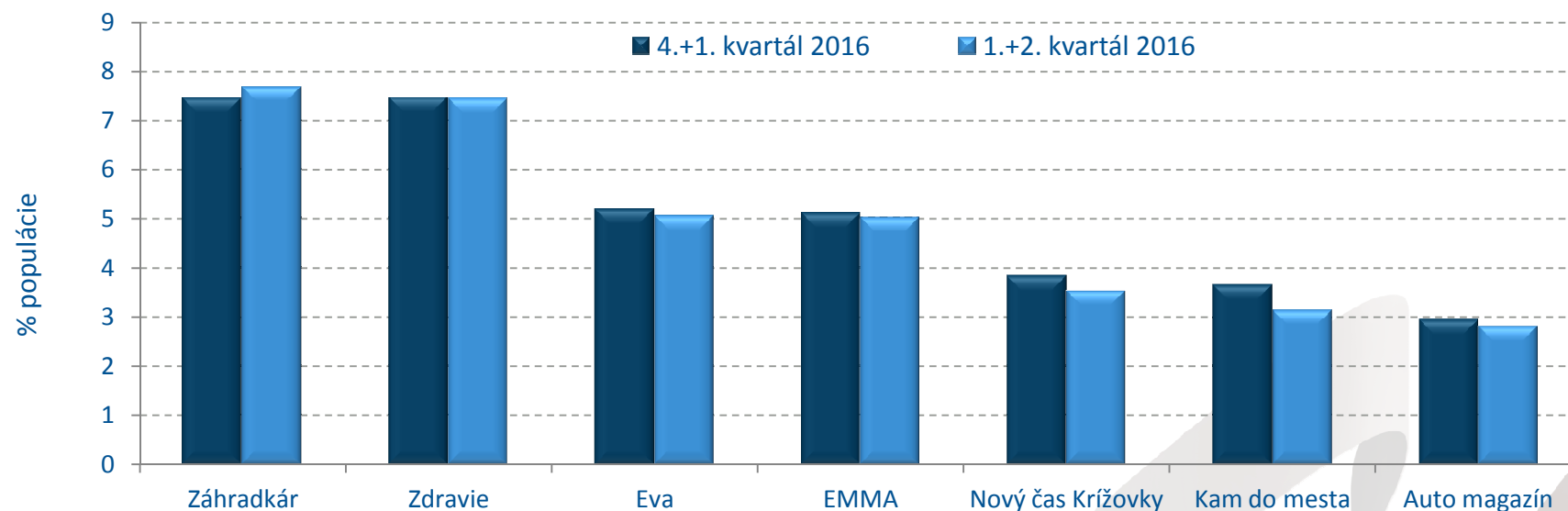


MESAČNÍKY

- čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť mesačníkov v 1. a 2. kvartáli 2016 je na úrovni 43%. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledný rok“ ide o 55% populácie.
- Poradie mesačníkov, ktoré sú na Slovensku bežne dostupné, otvára časopis Záhradkár s 8%. Čítanosť 7% má mesačník Zdravie. Nasleduje Eva s 5% a za ňou EMMA rovnako s 5%. Ďalší je mesačník Nový čas Krížovky so 4% . Nasledujú týždenníky Kam do mesta a Auto magazín s 3% čítanosťou.

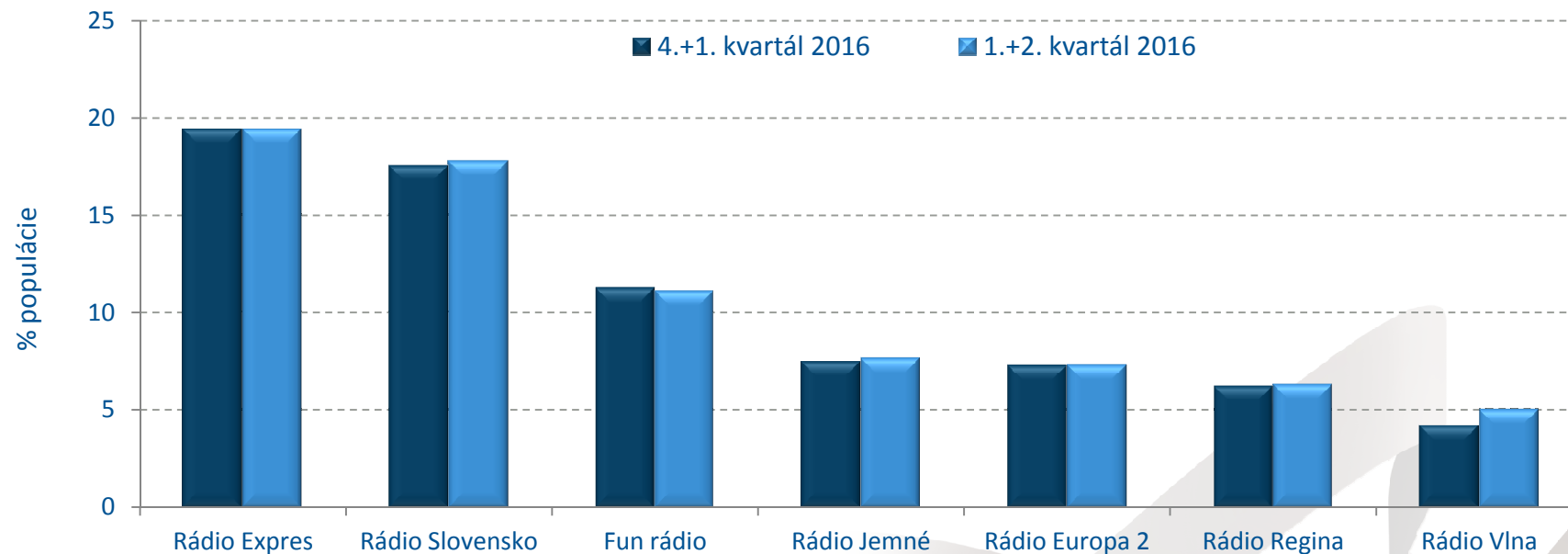


ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) včera



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval včera“ predstavuje 66%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 19%, ďalej Rádio Slovensko s 18%, nasleduje Fun rádio s 11%. 8% počúvanosť dosiahlo Rádio Jemné a 7% Rádio Europa 2. Rádio Regina získalo 6% a poradie siedmich najpočúvanejších staníc uzatvára Rádio Vlna s 5%.

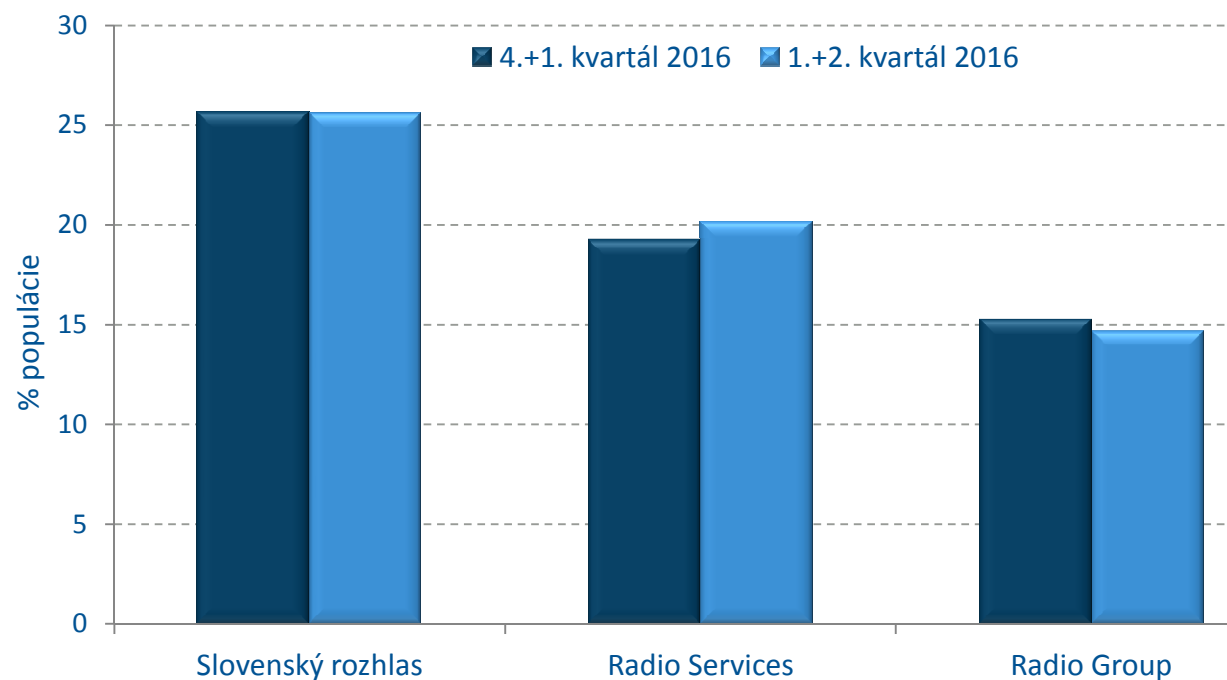


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) včera



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval včera“ 26%. Rozhlasová sieť Radio Services dosiahla počúvanosť 20% a sieť Radio Group 15%.



Členovia rozhlasových sietí:

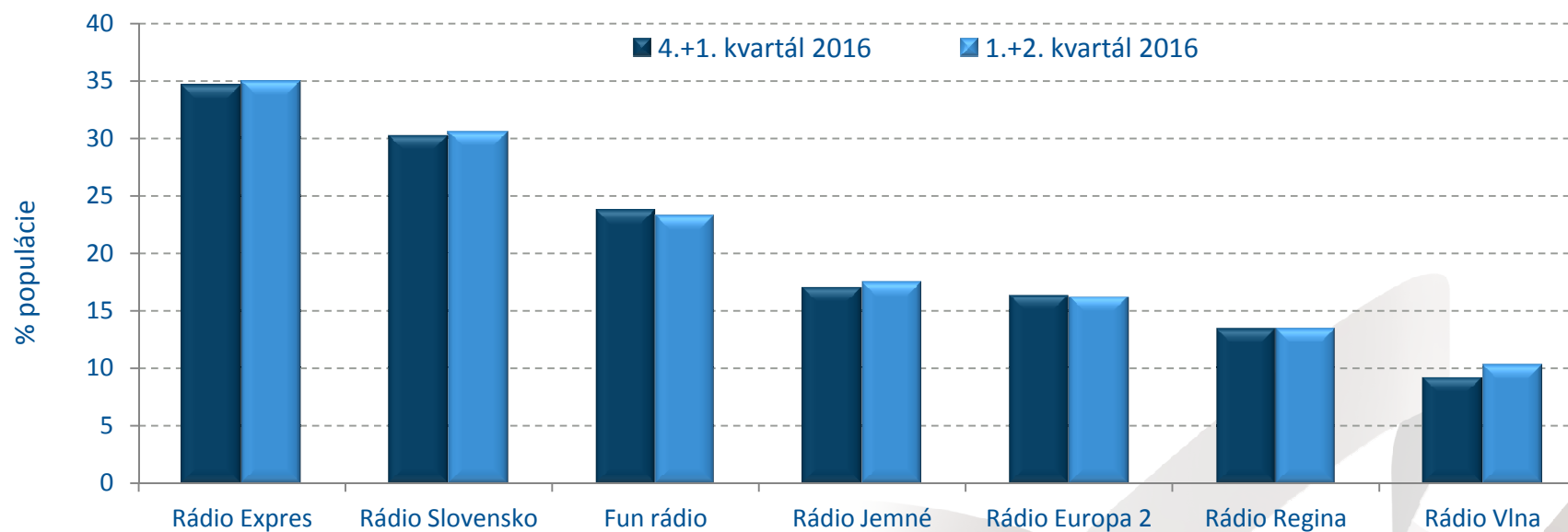
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Slovensko
 - Rádio Regina
 - Rádio_FM
 - Rádio Devín
 - Rádio Patria
 - Rádio Slovakia International
- RADIO GROUP
 - Fun rádio
 - Rádio Kiss
 - Rádio Frontinus
 - Rádio Rebeca
 - Rádio Beta
 - Rádio Best FM
 - Sky rádio (predtým Rádio Prešov)
 - Rádio Lumen
 - Rádio Liptov
 - Rádio SiTy
 - Záhorácke rádio
- Radio Services
 - Rádio Jemné
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Vlna
 - Rádio Europa 2

ROZHLASOVÉ STANICE

- počúval(a) posledný týždeň



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 91%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 35%, ďalej Rádio Slovensko s 31%, nasleduje Fun rádio s 23%. 17% populácie počúva aspoň raz za týždeň Rádio Jemné a 16% Rádio Europa 2. Rádio Regina dosiahla počúvanosť 13% a sedmičku najpočúvanejších uzatvára Rádio Vlna s 10%.

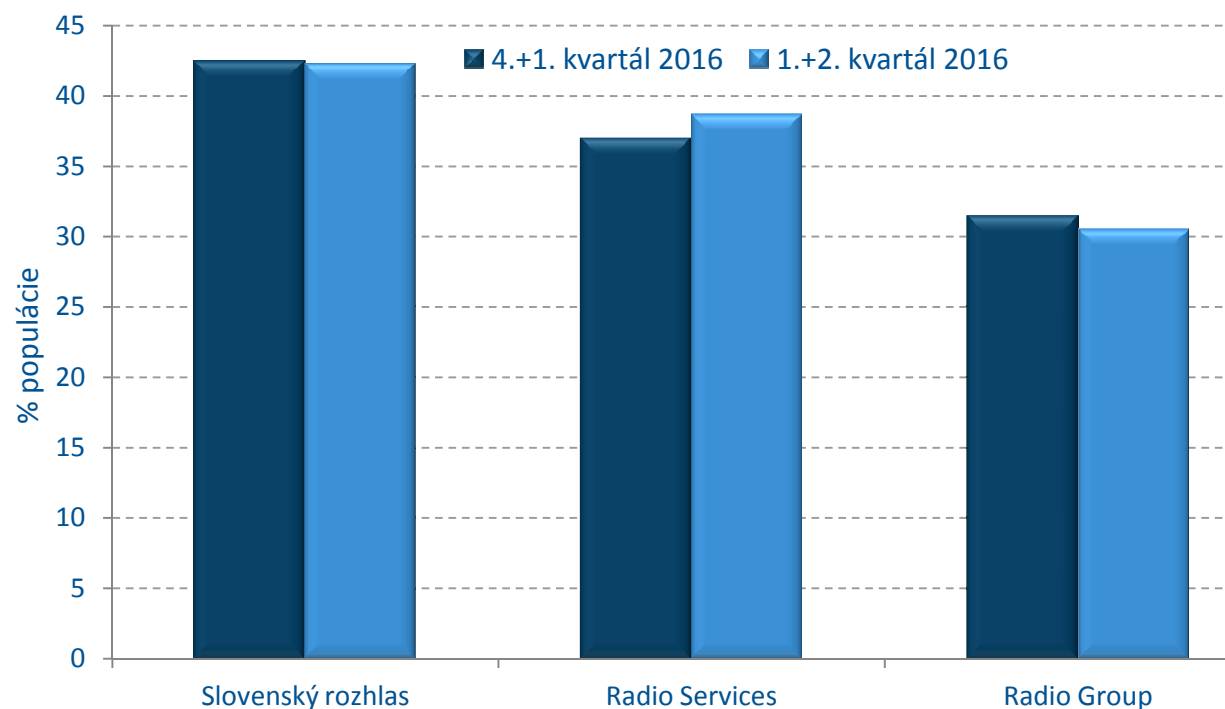


ROZHLASOVÉ SIETE

- počúval(a) posledný týždeň



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval posledný týždeň“ 42%. Rozhlasová sieť Radio Services dosiahla počúvanosť 39% a sieť Radio Group 31%.



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

Členovia rozhlasových sietí:

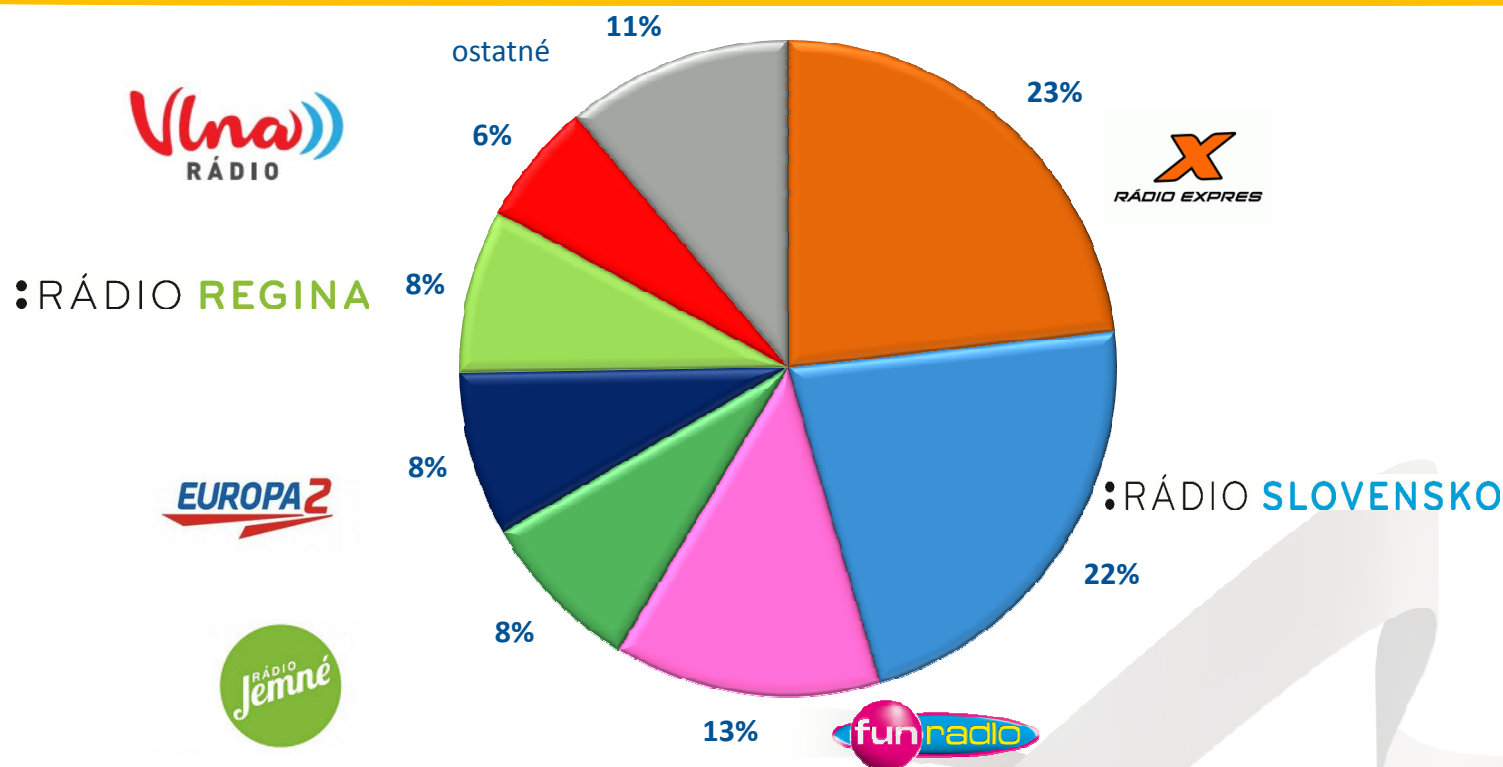
- Slovenský rozhlas (RTVS)
 - Rádio Slovensko
 - Rádio Regina
 - Rádio_FM
 - Rádio Devín
 - Rádio Patria
 - Rádio Slovakia International
- RADIO GROUP
 - Fun rádio
 - Rádio Kiss
 - Rádio Frontinus
 - Rádio Rebeca
 - Rádio Beta
 - Rádio Best FM
 - Sky rádio (predtým Rádio Prešov)
 - Rádio Lumen
 - Rádio Liptov
 - Rádio SiTy
 - Záhorácke rádio
- Radio Services
 - Rádio Jemné
 - Rádio Anténa Rock
 - Rádio Vlna
 - Rádio Europa 2

ROZHLASOVÉ STANICE včera

- podiel na trhu

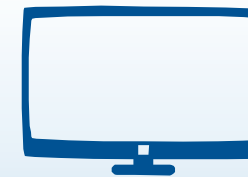


V 1. + 2. kvartáli 2016 dosiahli rozhlasové stanice v parametre podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 23% a Rádio Slovensko s 22% podielom na trhu. S 13% podielom sa na trhu pohybuje Fun rádio. 8% podiel má Rádio Jemné aj Rádio Europa 2. Rádio Regina dosiahlo rovnako 8% a Rádio Vlna 6%. Ostatné rozhlasové stanice držia 11% podiel z trhu.

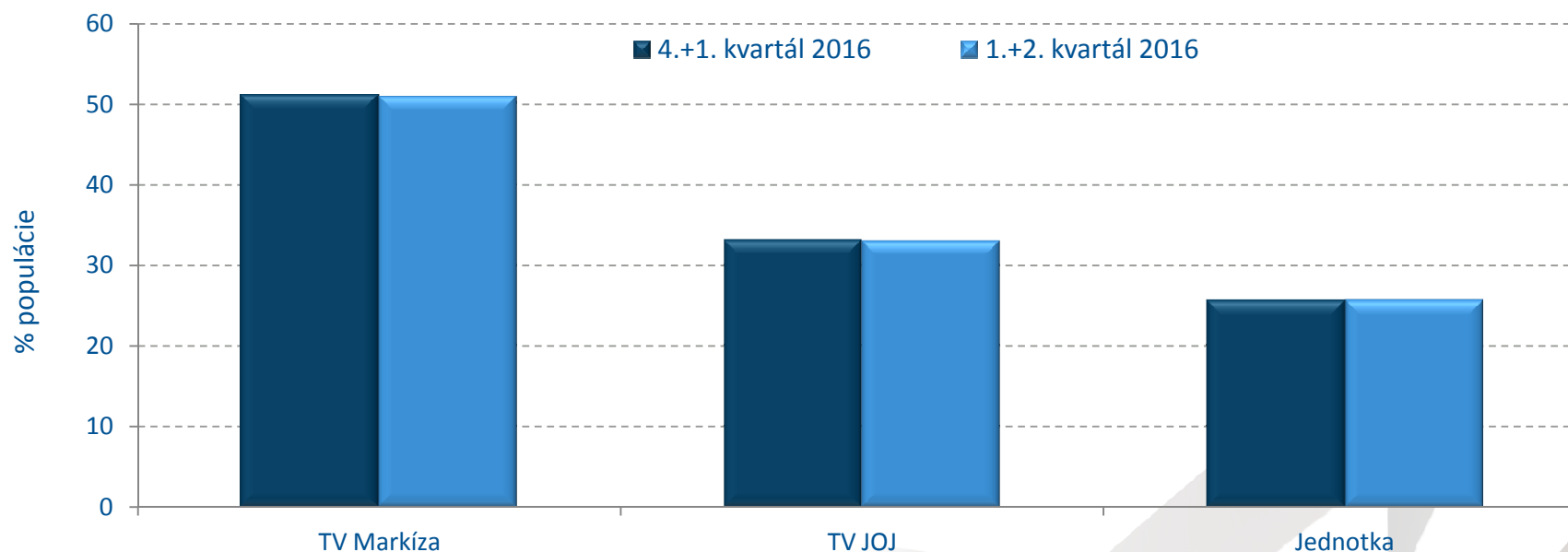


TELEVÍZNE STANICE

- sledoval(a) včera



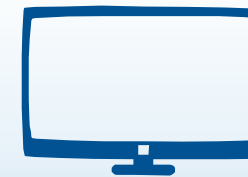
- Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 85%. Televíziu v 1. a 2. kvartáli 2016 celkovo sledovalo takmer 4 mil. divákov.
- Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 51%. Sledovanosť na úrovni 33% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 26%.



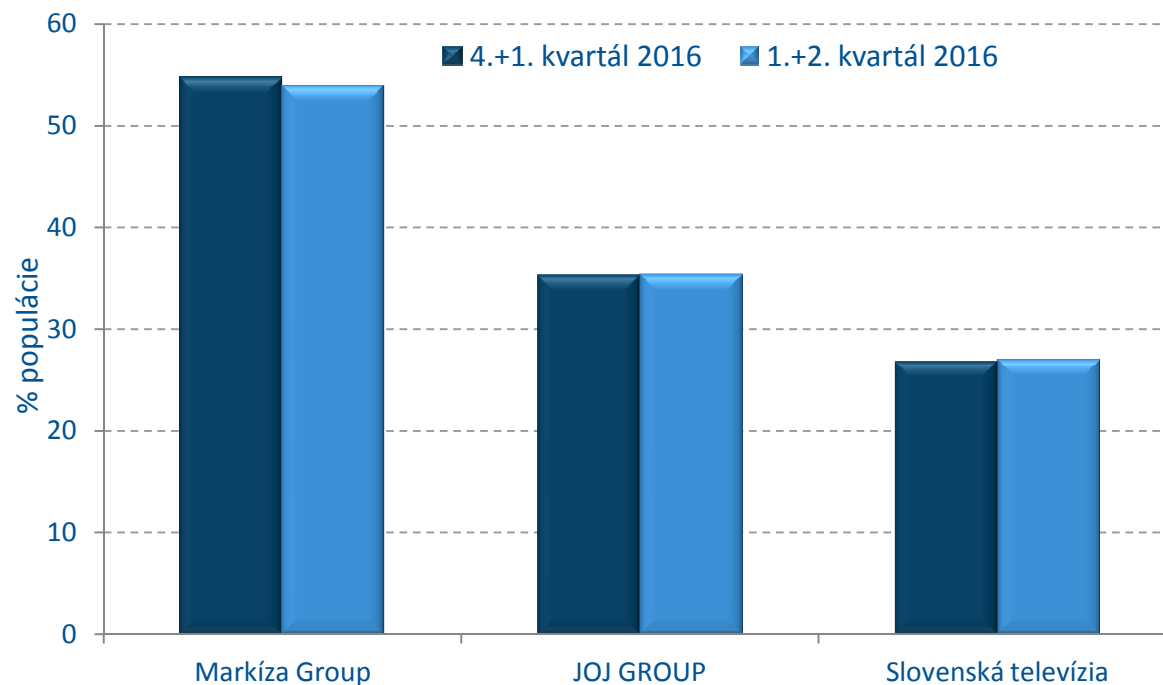
*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

TELEVÍZNE SKUPINY

- sledoval(a) včera



- Markíza Group dosiahla v parametri „sledoval(a) včera“ 54% sledovanosť. Televízna skupina JOJ GROUP dosiahla sledovanosť 35% a Slovenská televízia (RTVS) 27%.



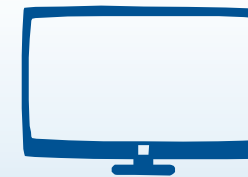
Členovia televíznych skupín:

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

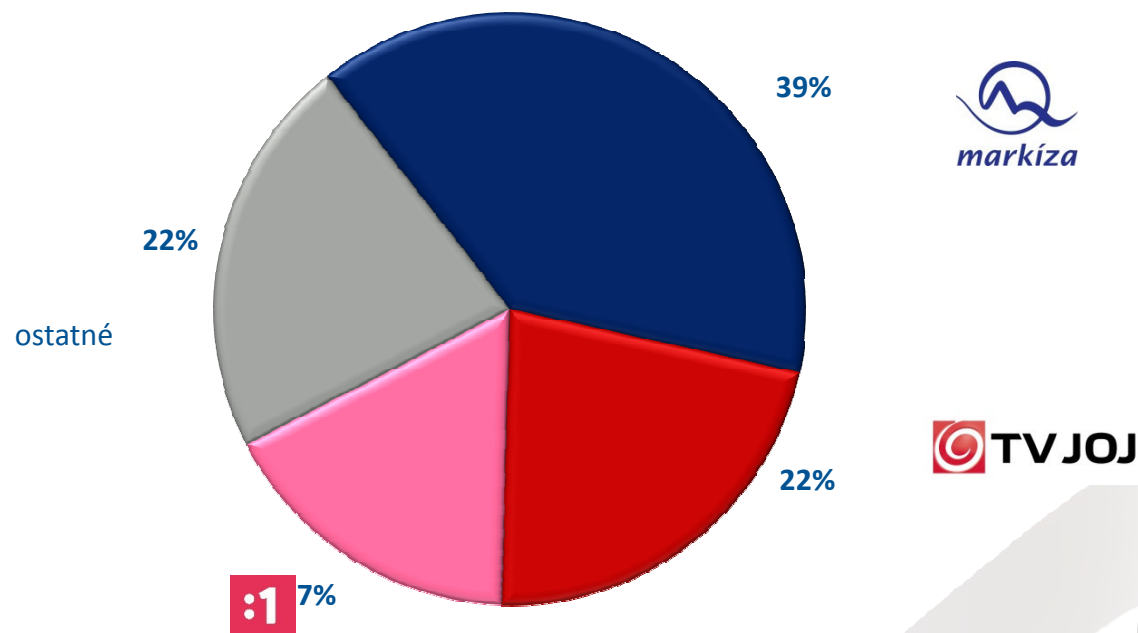
*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

TELEVÍZNE STANICE včera

- podiel na trhu



Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 1. + 2. kvartál 2016 je nasledujúce: Na prvom mieste s 39% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 22% a za ňou sa so 17% podielom na trhu umiestnila Jednotka.



*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, 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:	11.01.2016 - 26.06.2016
Výberový súbor:	populácia SR vo veku 14 - 79 rokov
Veľkosť výberovej vzorky:	4 466 respondentov
Metóda prieskumu: časť Media	osobné rozhovory (metóda „face-to-face“) /cca 70 % 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 30% vzorky/
Metóda prieskumu: časť Market a Lifestyle	samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník)
Výber respondentov:	kvótny výber

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

Ako prameň je potrebné použiť toto označenie: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2016

Termín zverejnenia tlačovej správy: 23. 8. 2016



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.

