



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 3. kvartál 2016 a 4. 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](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 27.6.2016 do 18.12.2016. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4 101 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 4. 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<sup>®</sup>

## 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                |

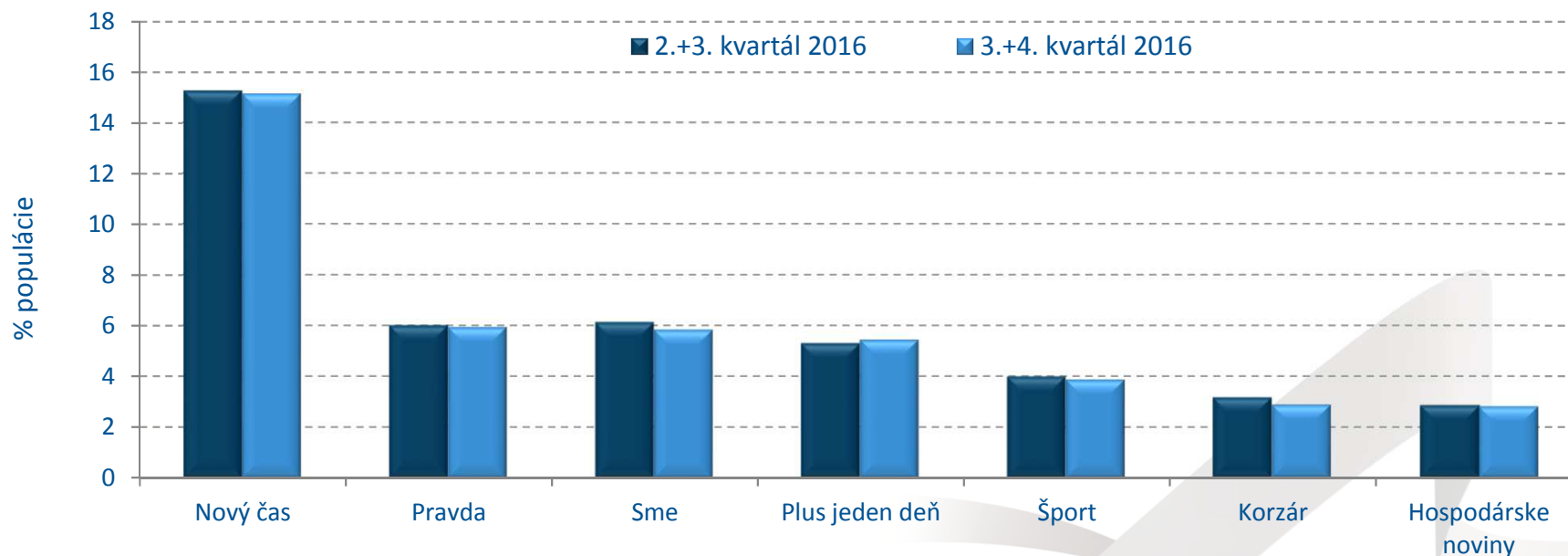
- Prieskum je ako všetky iné podobné projekty meranie odhadov skutočných hodnôt. Preto sa používa napr. termín „odhad početnosti, počúvanosti“. Všetky zverejňované výsledky sú vždy zaťažené štatistickou odchýlkou, preto je potrebné s nimi pracovať a interpretovať ich len ako odhady skutočných hodnôt.

# DENNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť celoštátnych denníkov dosahuje 29% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítal(a) posledné vydanie“. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledných 14 dní“ ide o 64% populácie.
- Celoštátne denníky v 3. a 4. kvartáli 2016 dosiahli nasledovné výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu s 15%. Čítanosť na úrovni 6% majú denníky Pravda a Sme. Nasleduje denník Plus jeden deň s 5% a Šport so 4%. Korzár a denník Hospodárske noviny majú čítanosť 3% populácie vo veku 14 - 79 rokov.

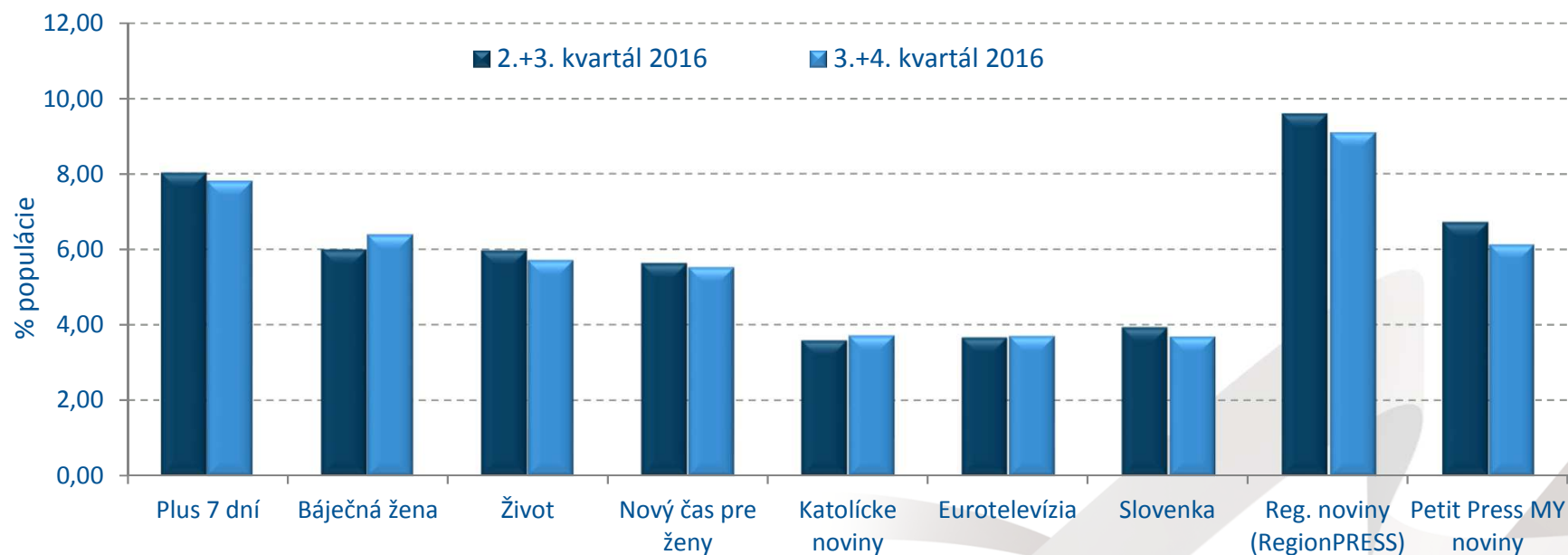


# TÝŽDENNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje údaj 38%, 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 71% populácie.
- Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní s 8%. 6% čítanosť majú týždenníky Báječná žena, Život a Nový čas pre ženy. 4% obyvateľov SR čítajú Katolícke noviny a rovnaký podiel majú aj týždenníky Eurotelevízia a Slovenka. Sieť týždenníkov Regionálne noviny (RegionPRESS) dosiahla 9% a sieť Petit Press MY noviny 6% čítanosť.

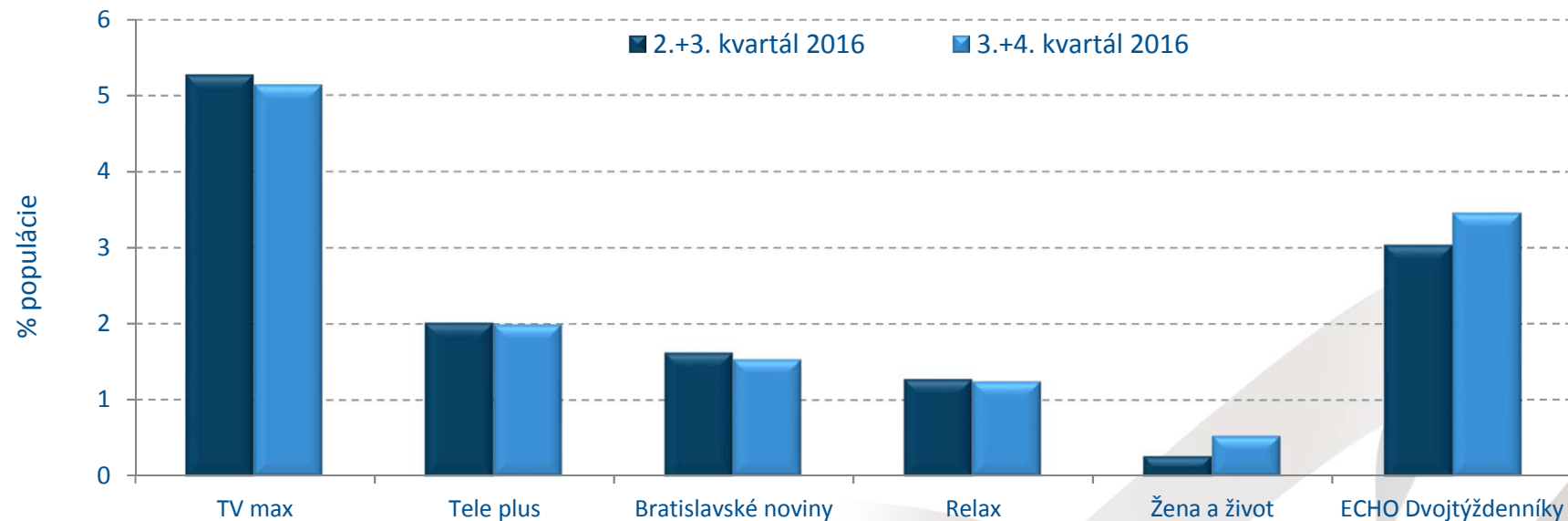


# DVOJTÝŽDENNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 13% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Dvojtýždenníky si v „posledných 6 mesiacoch“ prečítalo 25% populácie.
- Najčítanejším titulom medzi dvojtýždenníkmi je TV max s 5%. Nasledujú Tele plus a Bratislavské noviny s 2%. Dvojtýždenníky Relax a Žena a život dosiahli 1% čítanosť. Sieť titulov ECHO Dvojtýždenníky dosiahla čítanosť 3%.

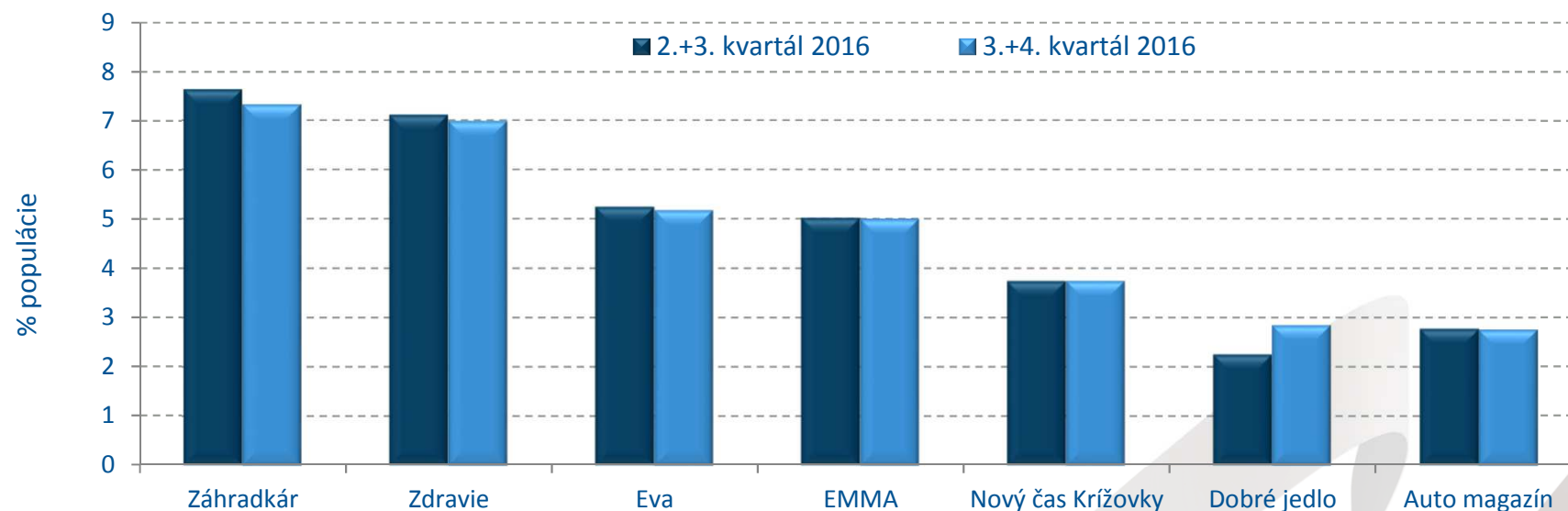


# MESAČNÍKY

## - čítal(a) posledné vydanie



- Celková čítanosť mesačníkov v 3. a 4. kvartáli 2016 je na úrovni 42%. Pokiaľ vychádzame z premennej „čítal(a) posledný rok“ ide o 53% populácie.
- Poradie mesačníkov, ktoré sú na Slovensku bežne dostupné, otvára časopis Záhradkár so 7%. Rovnakú čítanosť má aj mesačník Zdravie. Nasledujú Eva a EMMA s 5%. Ďalší je mesačník Nový čas Krížovky so 4%. Nasledujú mesačníky Dobré jedlo a Auto magazín s 3% čítanosťou.

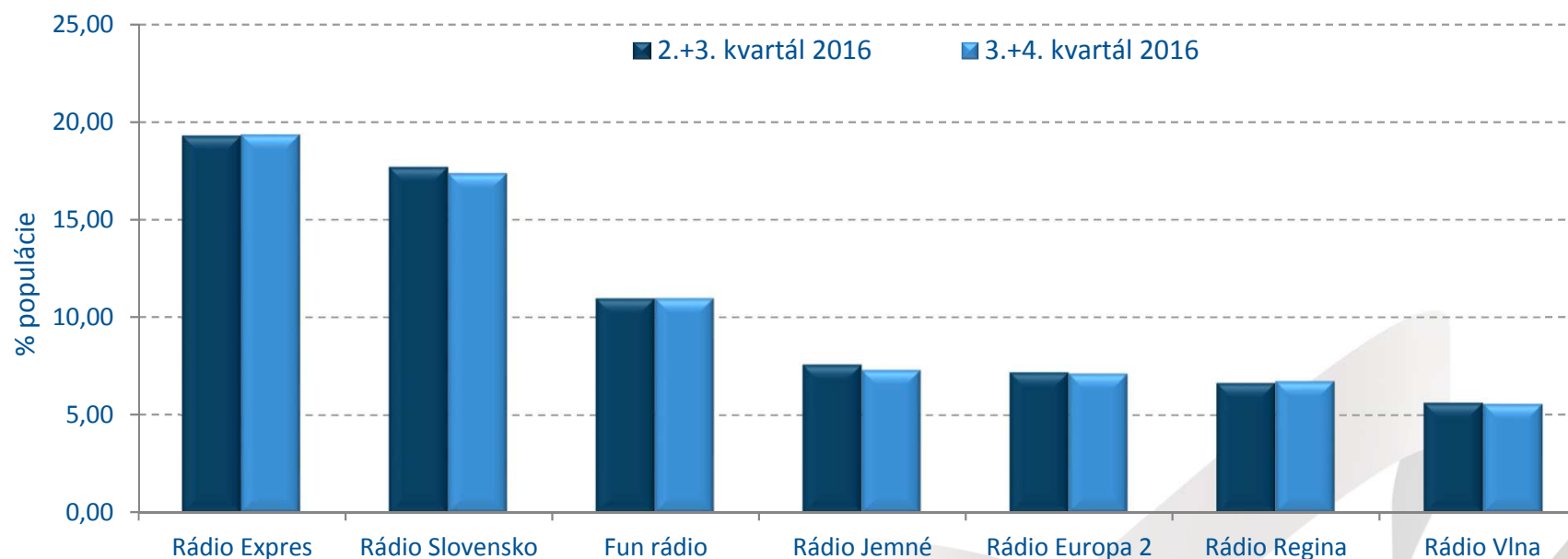


# ROZHLASOVÉ STANICE

## - počúval(a) včera



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval včera“ predstavuje 65%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 19%, ďalej Rádio Slovensko so 17%, nasleduje Fun rádio s 11%. 7% počúvanosť dosiahli Rádio Jemné, Rádio Europa 2 a Rádio Regina. Poradie siedmich najpočúvanejších staníc uzatvára Rádio Vlna so 6%.



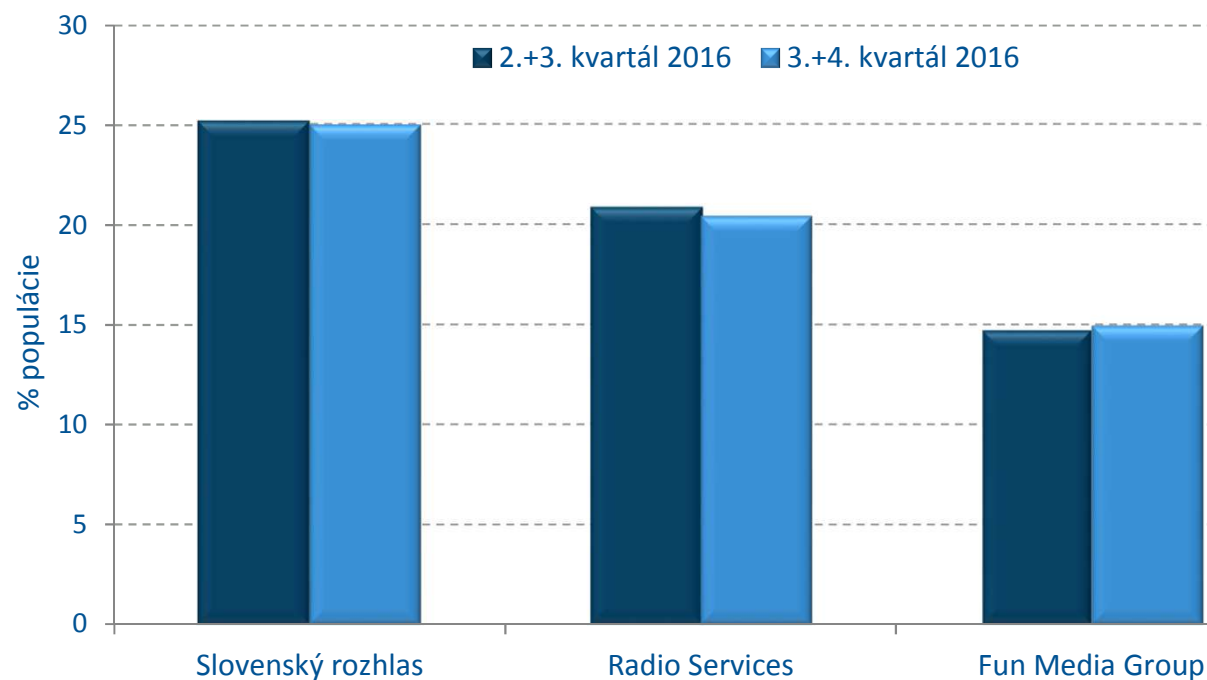


# ROZHLASOVÉ SIETE

## - počúval(a) včera



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval včera“ 25%. Rozhlasová sieť Radio Services dosiahla počúvanosť 20% a sieť Fun Media Group 15%.



### Členovia rozhlasových sietí:

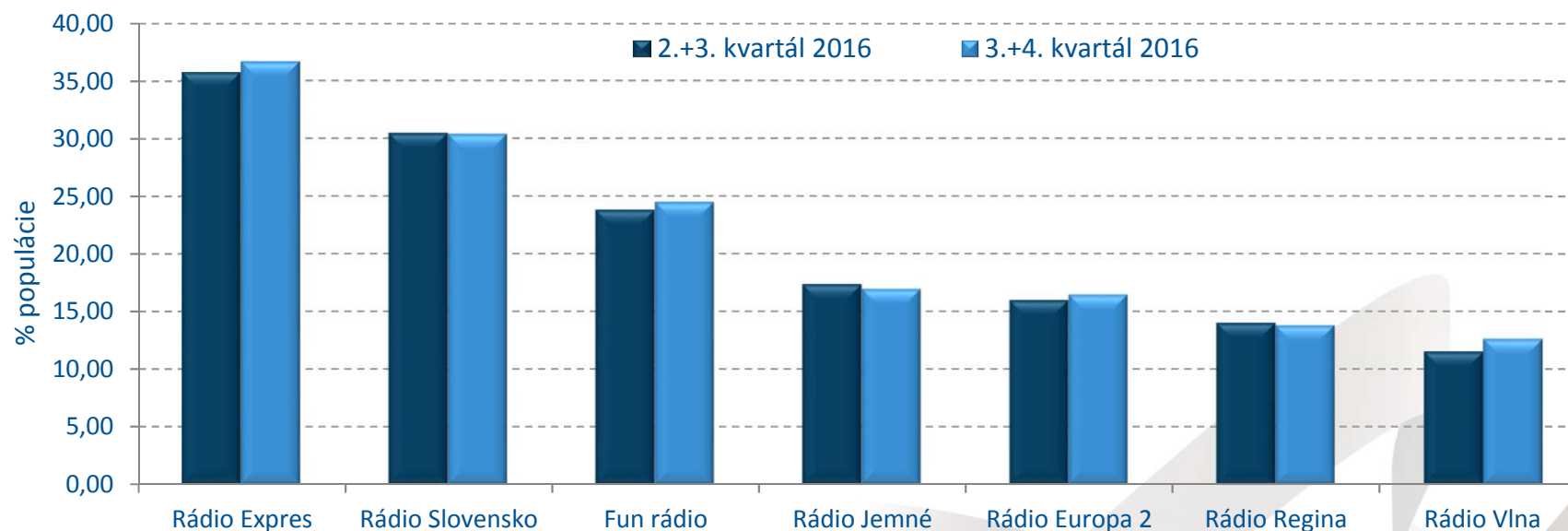
- Slovenský rozhlas (RTVS)
  - Rádio Devín
  - Rádio\_FM
  - Rádio Patria
  - Rádio Regina
  - Rádio Slovakia International
  - Rádio Slovensko
- Fun Media Group
  - Fun rádio
  - Rádio Beta
  - Rádio Best FM
  - Rádio Frontinus
  - Rádio Kiss
  - Rádio Liptov
  - Rádio Lumen
  - Rádio Rebeca
  - Rádio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

# ROZHLASOVÉ STANICE

## - počúval(a) posledný týždeň



- Celková počúvanosť rádii v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 90%.
- Poradie otvára Rádio Expres s 37%, ďalej Rádio Slovensko s 30%, nasleduje Fun rádio s 24%. 17% populácie počúva aspoň raz za týždeň Rádio Jemné a 16% Rádio Europa 2. Rádio Regina dosiahla počúvanosť 14% a sedmičku najpočúvanejších uzatvára Rádio Vlna s 13%.

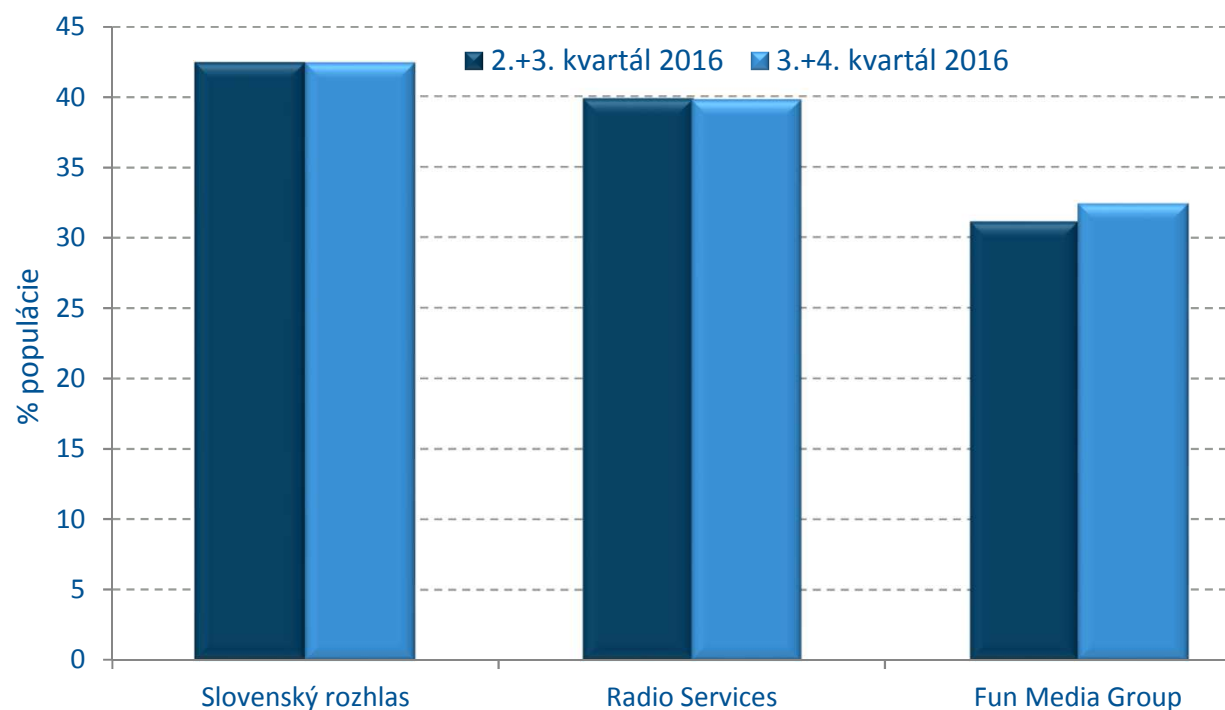


# ROZHLASOVÉ SIETE

## - počúval(a) posledný týždeň



- Slovenský rozhlas (RTVS) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol v parametri „počúval posledný týždeň“ 42%. Rozhlasová sieť Radio Services dosiahla počúvanosť 40% a sieť Fun Media Group 32%.



### Členovia rozhlasových sietí:

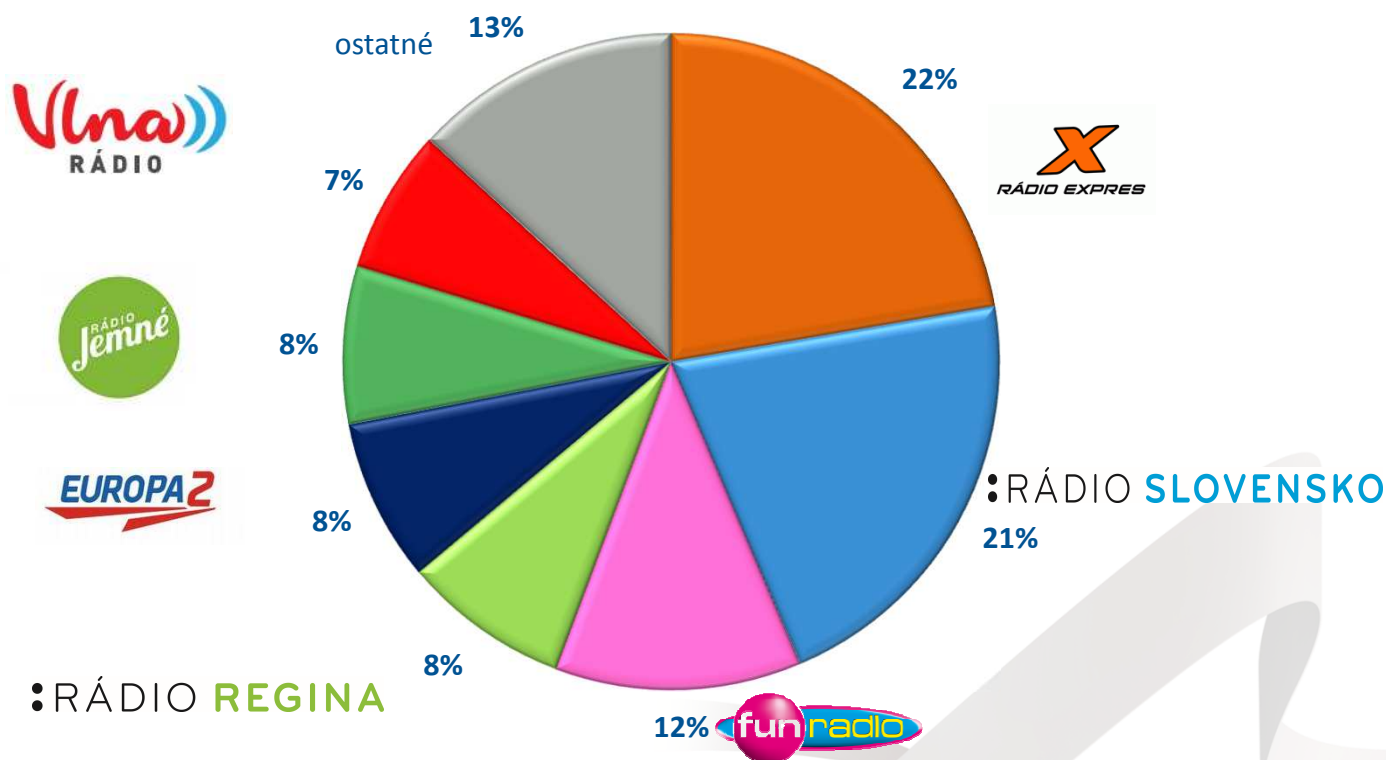
- Slovenský rozhlas (RTVS)
  - Rádio Devín
  - Rádio\_FM
  - Rádio Patria
  - Rádio Regina
  - Rádio Slovakia International
  - Rádio Slovensko
- Fun Media Group
  - Fun rádio
  - Rádio Beta
  - Rádio Best FM
  - Rádio Frontinus
  - Rádio Kiss
  - Rádio Liptov
  - Rádio Lumen
  - Rádio Rebeca
  - Rádio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

# ROZHLASOVÉ STANICE včera

## - podiel na trhu

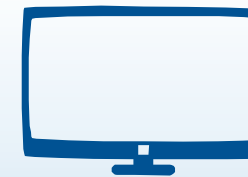


V 3. + 4. kvartáli 2016 dosiahli rozhlasové stanice v parametre podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 22% a Rádio Slovensko s 21% podielom na trhu. S 12% podielom sa na trhu pohybuje Fun rádio. 8% podiel majú Rádio Regina, Rádio Europa 2 a Rádio Jemné. Rádio Vlna dosiahlo 7%. Ostatné rozhlasové stanice držia 13% podiel z trhu.

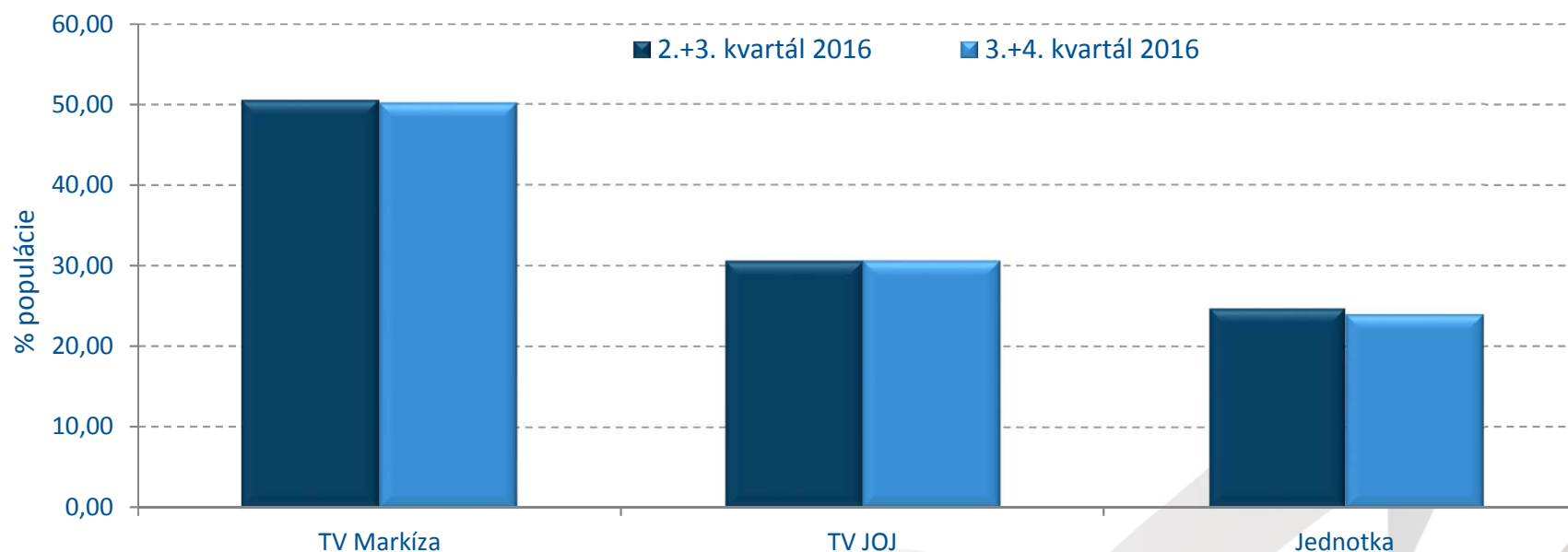


# TELEVÍZNE STANICE

## - sledoval(a) včera



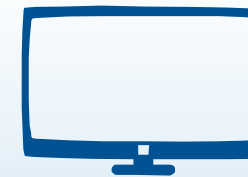
- Sumárna sledovanosť všetkých televízií je 83%. Televíziu v 3. a 4. kvartáli 2016 celkovo sledovalo takmer 4 mil. divákov.
- Najvyššie percento sledovanosti televíznych staníc dosiahla Televízia Markíza - 50%. Sledovanosť na úrovni 31% zaznamenala TV JOJ, za ňou sa umiestnila Jednotka s 24%.



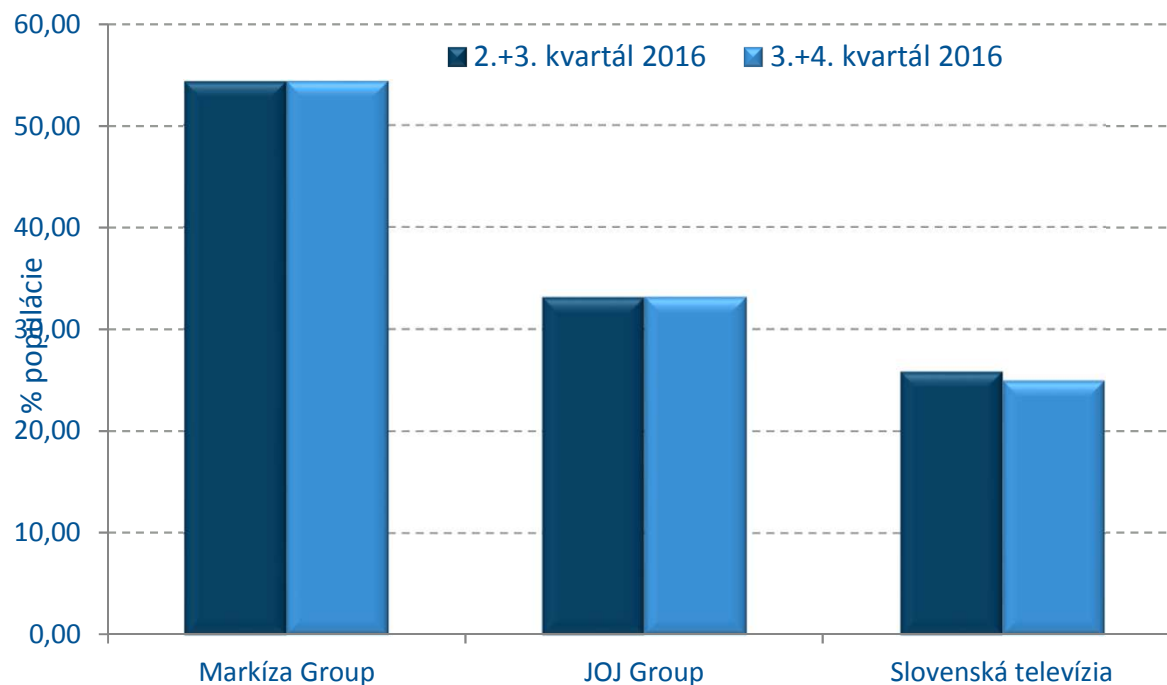
\*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

# TELEVÍZNE SKUPINY

## - sledoval(a) včera



- Markíza Group dosiahla v parametri „sledoval(a) včera“ 54% sledovanosť. Televízna skupina JOJ Group dosiahla sledovanosť 33% a Slovenská televízia (RTVS) 25%.



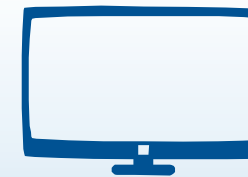
### Členovia televíznych skupín:

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

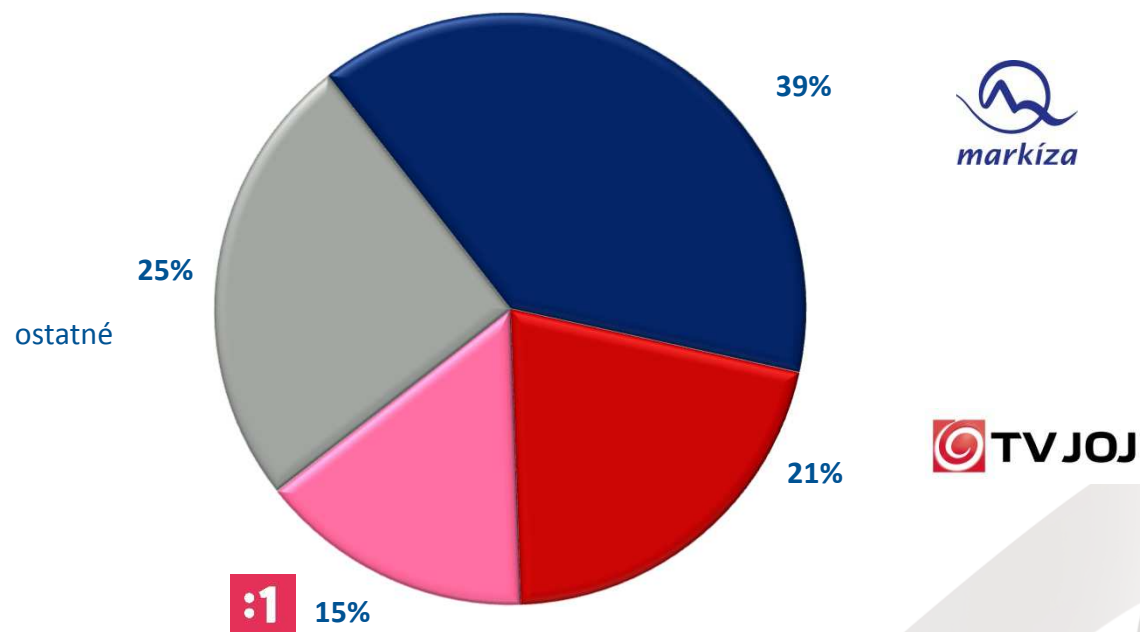
\*Televízie, rovnako ako ostatné mediatypy, sú sledované deklaratívne. V prieskume sú zaradené z dôvodu komplexnosti mediatypov a nadväznosti na spotrebné správanie a životný štýl.

# TELEVÍZNE STANICE včera

## - podiel na trhu



Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 3. + 4. kvartál 2016 je nasledujúce: Na prvom mieste s 39% sa umiestnila TV Markíza. TV JOJ dosiahla 21% a za ňou sa s 15% 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

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Termín opytovania:</b>                            | 27.06.2016 - 18.12.2016                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Výberový súbor:</b>                               | populácia SR vo veku 14 - 79 rokov                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Veľkosť výberovej vzorky:</b>                     | 4 101 respondentov                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Metóda prieskumu:<br/>časť Media</b>              | 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/ |
| <b>Metóda prieskumu:<br/>časť Market a Lifestyle</b> | samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník)                                                                                                                                                                                            |
| <b>Výber respondentov:</b>                           | kvótny výber                                                                                                                                                                                                                                                                                |

**Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.**

**Ako prameň je potrebné použiť toto označenie: MEDIAN SK, MML-TGI, 3.+4./2016**

**Termín zverejnenia tlačovej správy: 27. 1. 2017**





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.**

