MML-TGI
národný prieskum spotreby, médií a životného štýlu
Market & Media & Lifestyle -TGI

Základné výsledky za 2. kvartál + 3. kvartál 2026

MEDIAN SK

Termín zverejnenia tlačovej správy: 9. 11. 2026

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 30.3.2026 do 13.9.2026. Prieskum bol realizovaný na vzorke 4060 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 250 kategórií produktov a služieb a viac ako 3000 značiek.

Médiá, kde boli v 3. kvartáli 2026 monitorované tlačené médiá a rozhlasové a televízne stanice. Všetky médiá sú opytované deklaratívnym spôsobom.

Životný štýl, formou viac ako 700 výrokov zameraných na rôzne oblasti s päťbodovou škálou odpovedí od absolútneho súhlasu po absolútny nesúhlas.

Metodológia zberu a spracovania dát

Realizátor: **MEDIAN SK, s.r.o.**

Prieskum trhu, médií a verejnej mienky, vývoj softvérov

Metodológia zberu - časť Media: osobné rozhovory (metóda „face-to-face“) /cca 60% 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 40% vzorky/.

Metodológia zberu - časť Market a Lifestyle: samostatné vyplnenie respondentom (metóda „self-complete“ /papierový dotazník alebo webdotazník/).

Národný prieskum MML-TGI ®

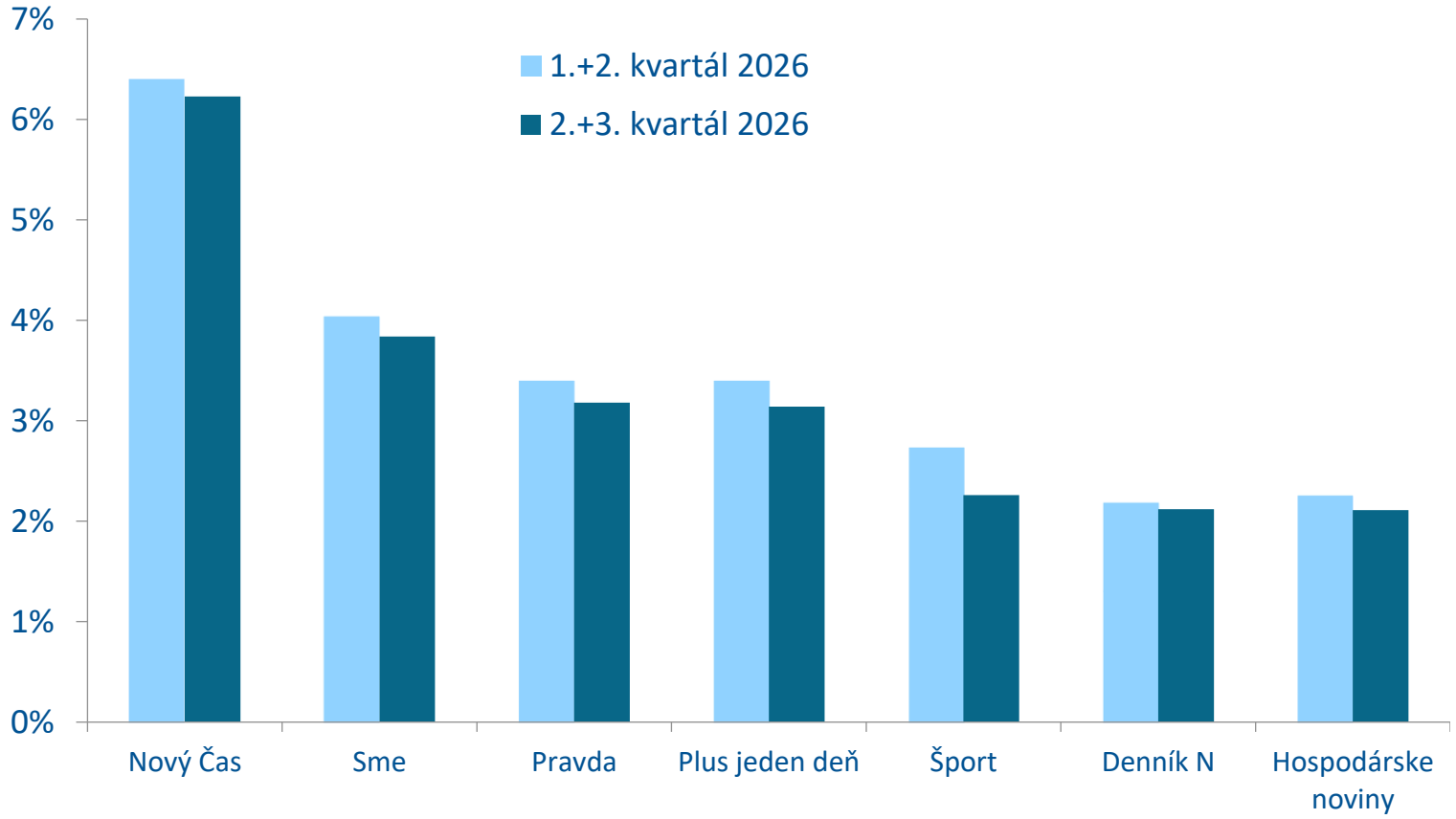
približné intervaly spoľahlivosti pre projekčné hodnoty		
projekcia v tisícoch	odchýlka +/-	počet respondentov
50	14	50
60	15	60
70	17	70
80	18	80
90	19	90
100	20	100
150	24	150
200	28	199
300	34	299
400	38	399
500	39	419
600	40	439
700	48	658
800	48	678
900	49	698
1000	49	718
1500	51	778
2000	52	828

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 - posledné vydanie

Celková čítanosť celoštátnych denníkov dosahuje 15,9% populácie. Tento údaj vychádza z premennej „čítali posledné vydanie“. Pri premennej „čítali posledných 14 dní“ je čítanosť 39,0% populácie.

Celoštátne denníky v 2. a 3. kvartáli 2026 dosiahli nasledujúce výsledky: Nový Čas si udržal prvú pozíciu so 6,2%. Čítanosť na úrovni 3,8% dosiahol denník Sme, nasledujú denníky Pravda s 3,2% a Plus jeden deň s 3,1%. Šport zaznamenal 2,3%, Denník N a Hospodárske noviny 2,1% čítanosť.

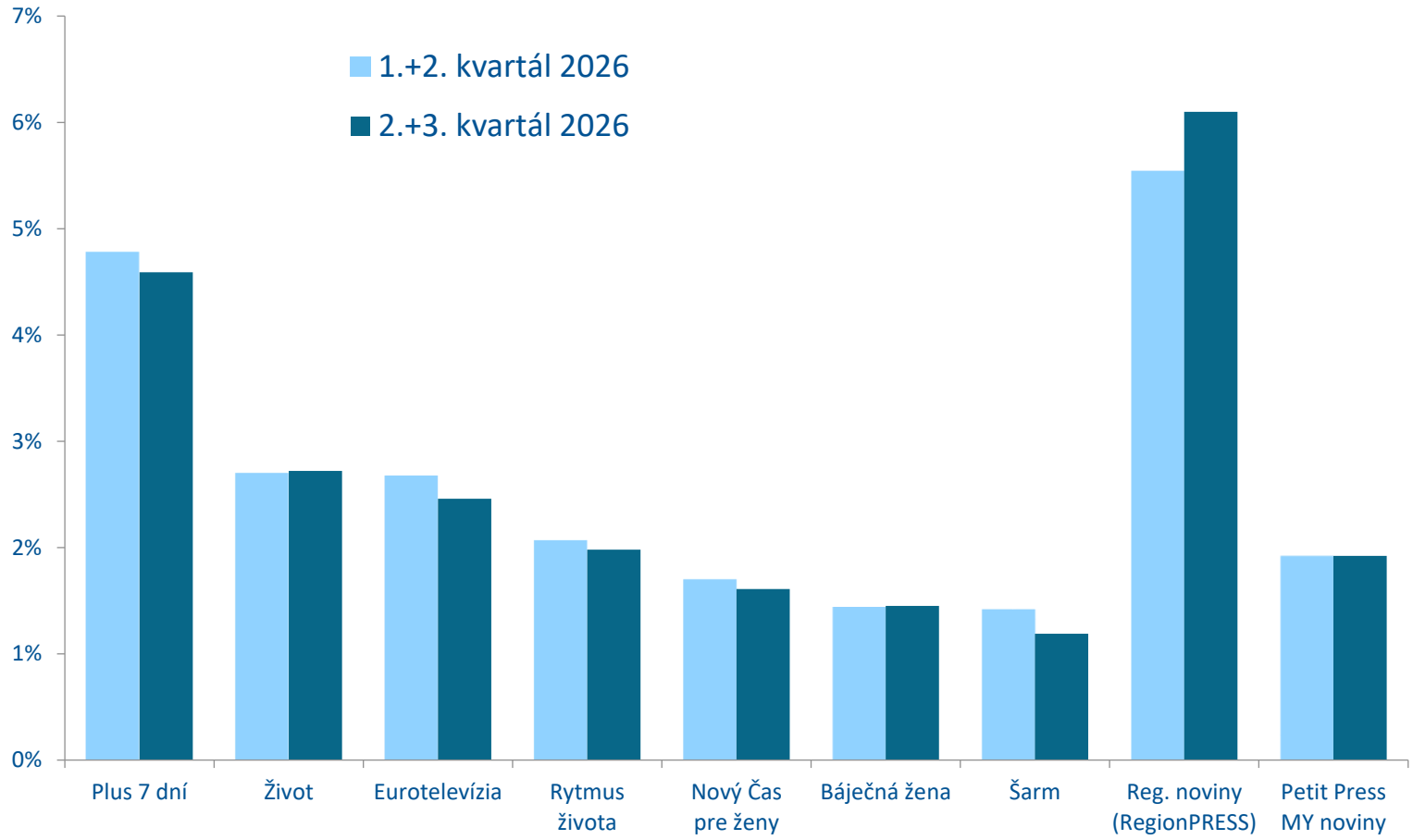


MML-TGI, 2.+3./2026

TÝŽDENNÍKY - posledné vydanie

Podiel čítanosti týždenníkov na populácii predstavuje 17,4%, čo vyjadruje počet čitateľov, ktorí prelistujú, alebo prečítajú posledné vydanie niektorého z monitorovaných týždenníkov. Ak vychádzame z premennej „čítali posledné 3 mesiace“, čítanosť dosahuje 46,2% populácie.

Najčítanejším týždenníkom je Plus 7 dní so 4,6%. Týždenník Život dosiahol 2,7% a Eurotelevízia 2,5%, zatiaľ čo Rytmus života číta 2,0% populácie. Nový Čas pre ženy zaznamenal 1,6%, Báječná žena 1,4% a Šarm 1,2%. Sieť týždenníkov Regionálne noviny (RegionPRESS) dosiahla 6,1% a sieť Petit Press MY noviny 1,9% čítanosť.

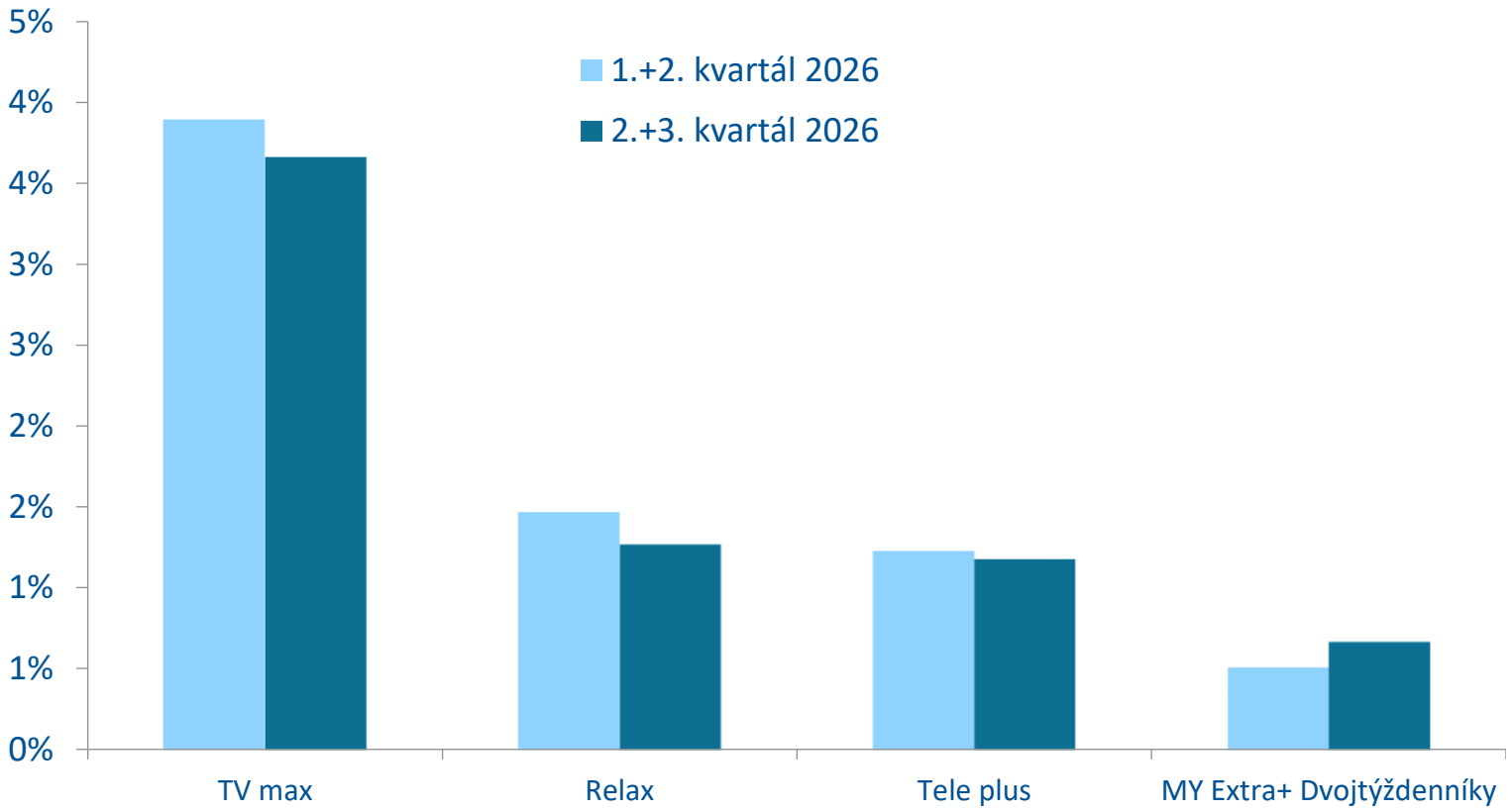


MML-TGI, 2.+3./2026

DVOJTÝŽDENNÍKY - posledné vydanie

Celková čítanosť dvojtýždenníkov predstavuje 6,2% populácie vo veku 14 - 79 rokov. Dvojtýždenníky si v „posledných 6 mesiacoch“ prečítalo 12,9% populácie.

Medzi dvojtýždenníkmi si prvenstvo udržal TV max s 3,7% čitateľov. Nasledujú Relax s 1,3% a Tele plus s 1,2% čítanosťou. Sieť titulov MY Extra+ Dvojtýždenníky má čítanosť 0,7%.

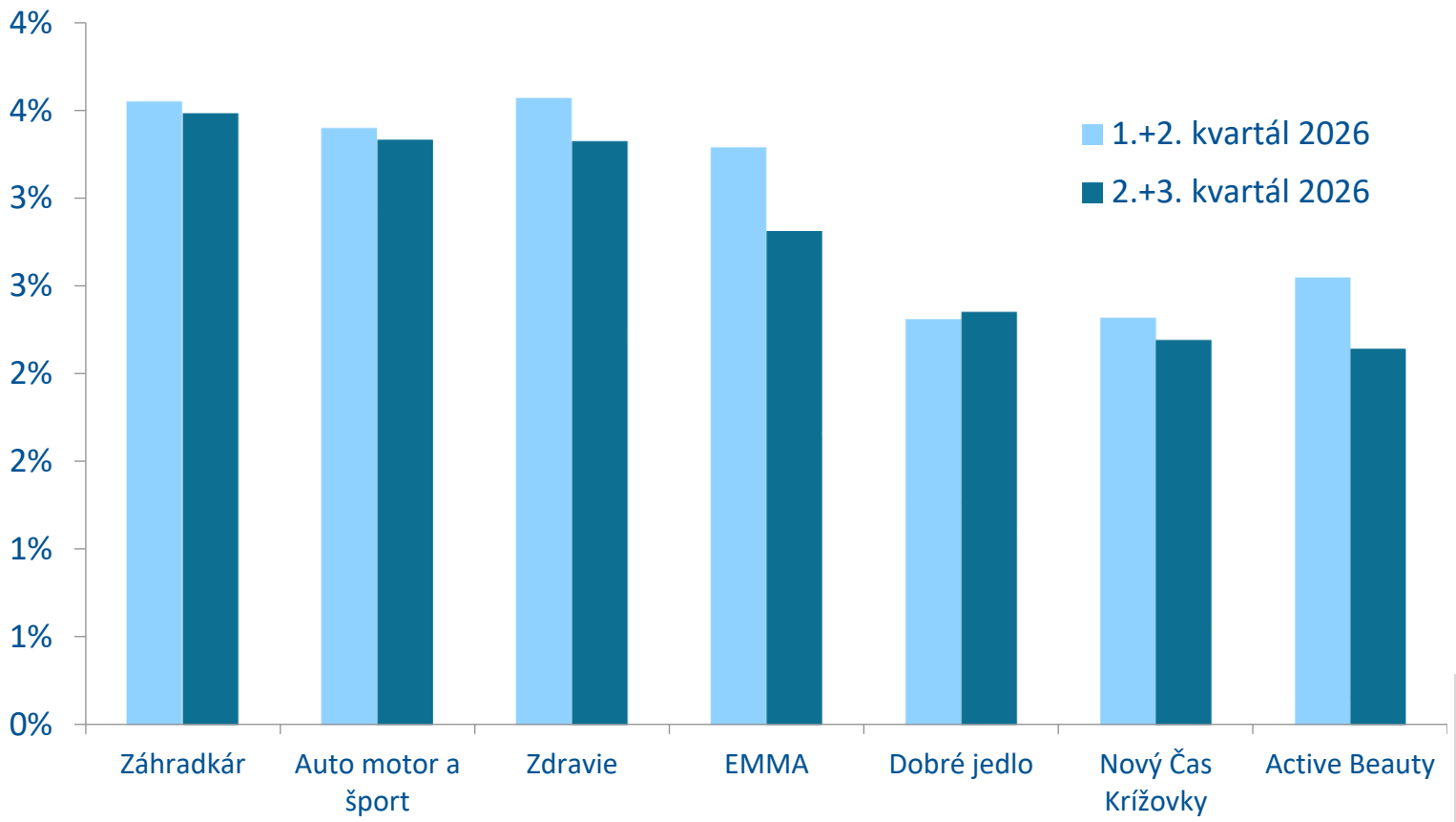


MML-TGI, 2.+3./2026

MESAČNÍKY - posledné vydanie

Celková čítanosť mesačníkov dosiahla v 2.+3. kvartáli 2026 úroveň 28,8%. Ak vychádzame z premennej „čítali posledný rok“, mesačníky zasiahli 39,0% populácie.

Medzi mesačníkmi dostupnými na Slovensku najvyššiu čítanosť dosiahol časopis Záhradkár s 3,5% čitateľov. Nasledujú tituly Auto motor a šport a Zdravie rovnako s 3,3%. Mesačník EMMA dosiahol 2,8% a Dobré jedlo 2,3% čítanosť. Titul Nový Čas Krížovky má 2,2% a Active Beauty 2,1% čítanosť.

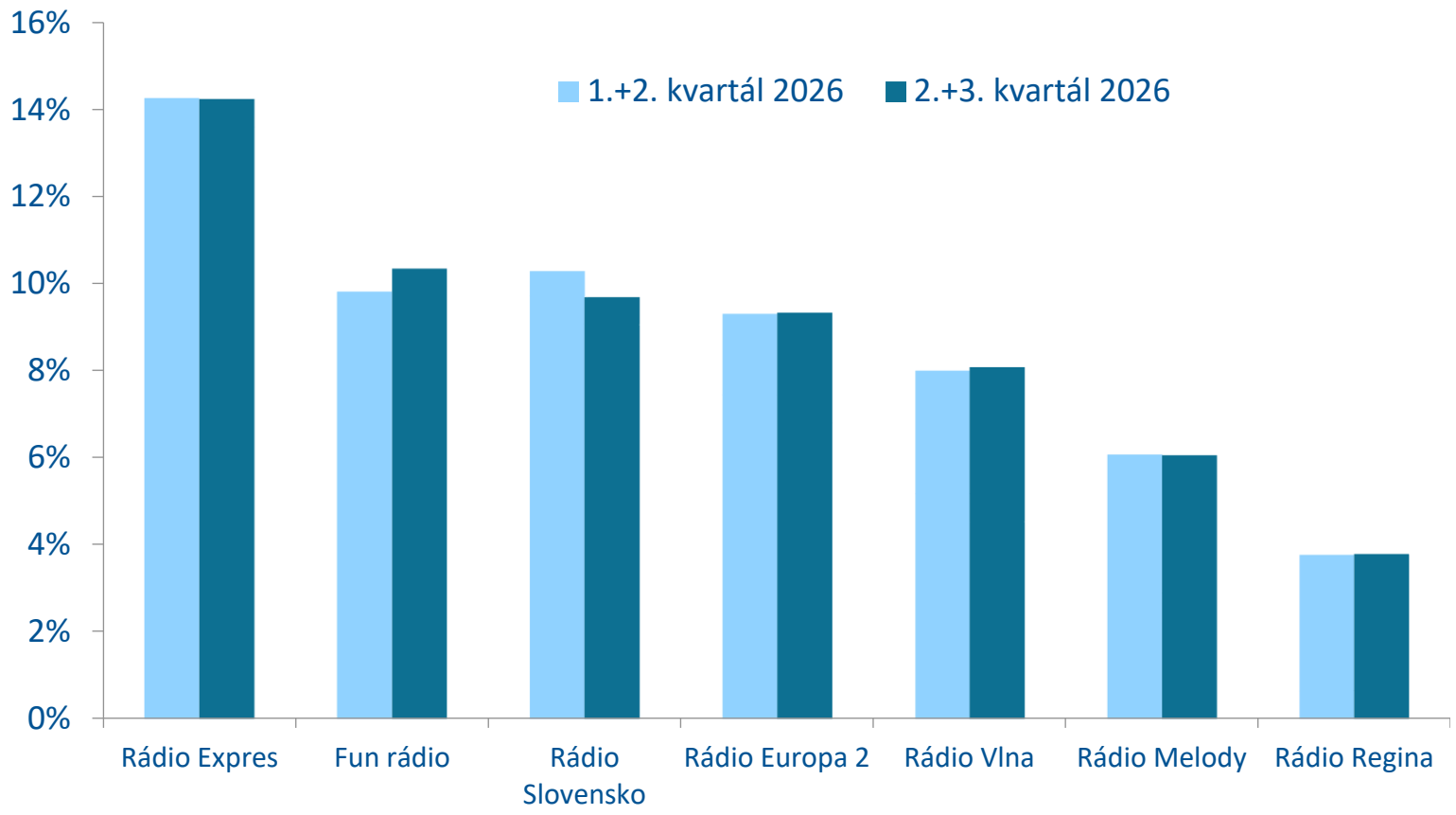


MML-TGI, 2.+3./2026

ROZHLASOVÉ STANICE - včera

Celková počúvanosť rádií v parametri „počúval včera“ dosiahla 50,1% populácie, čo predstavuje viac ako 2,2 milióna poslucháčov.

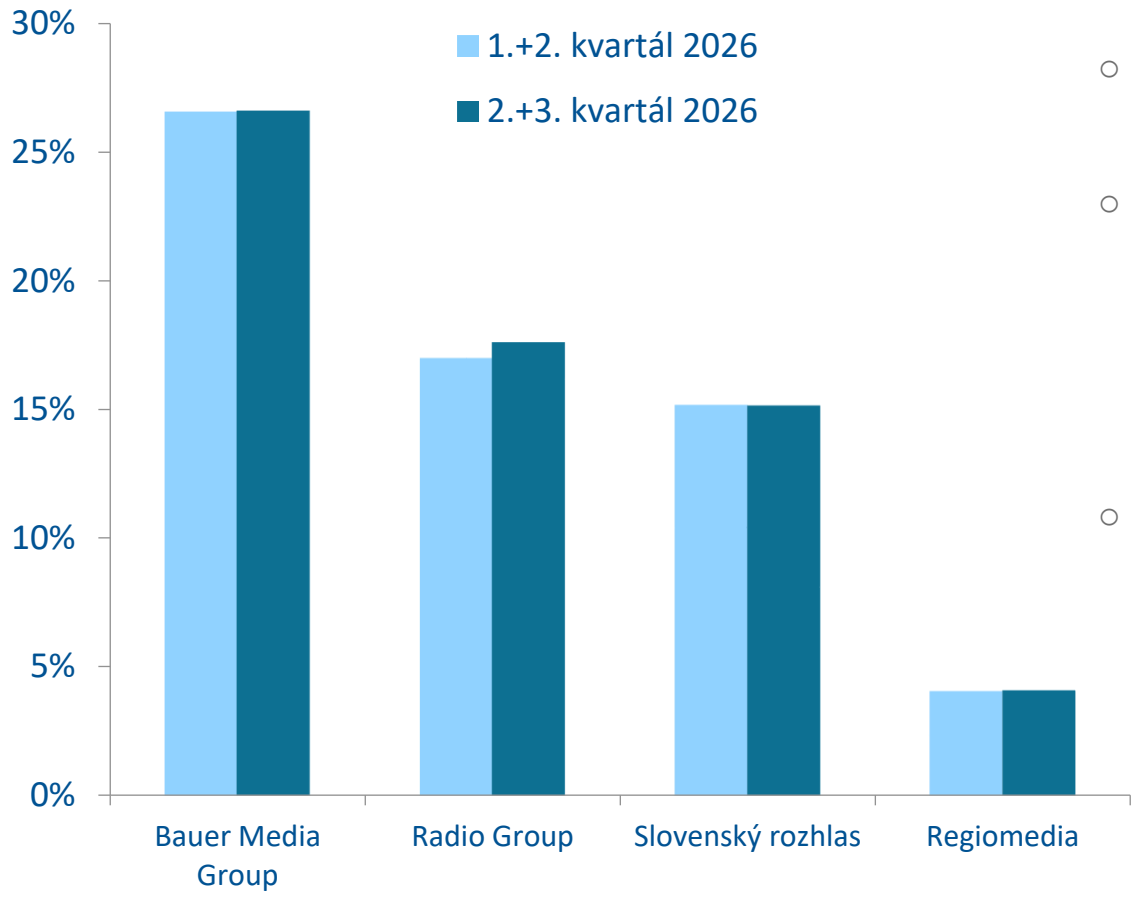
Najpočúvanejšou rozhlasovou stanicou je Rádio Expres so 14,2%, nasleduje Fun rádio, ktoré si naladilo 10,3% ľudí. Rádio Slovensko dosiahlo počúvanosť 9,7%, zatiaľ čo Rádio Europa 2 9,3%. Rádio Vlna si udržalo 8,1% a Rádio Melody zaznamenalo počúvanosť na úrovni 6,1%. Poradie siedmych najpočúvanejších staníc uzatvára Rádio Regina s 3,8%.



MML-TGI, 2.+3./2026

ROZHLASOVÉ SIETE - včera

Rozhlasová sieť Bauer Media Group dosiahla v parametri „včera“ počúvanosť 26,6%. Radio Group má 17,6%. Nasleduje Slovenský rozhlas (SRo) so svojimi šiestimi okruhmi s 15,1% a Regiomedia so 4,1% počúvanosťou.



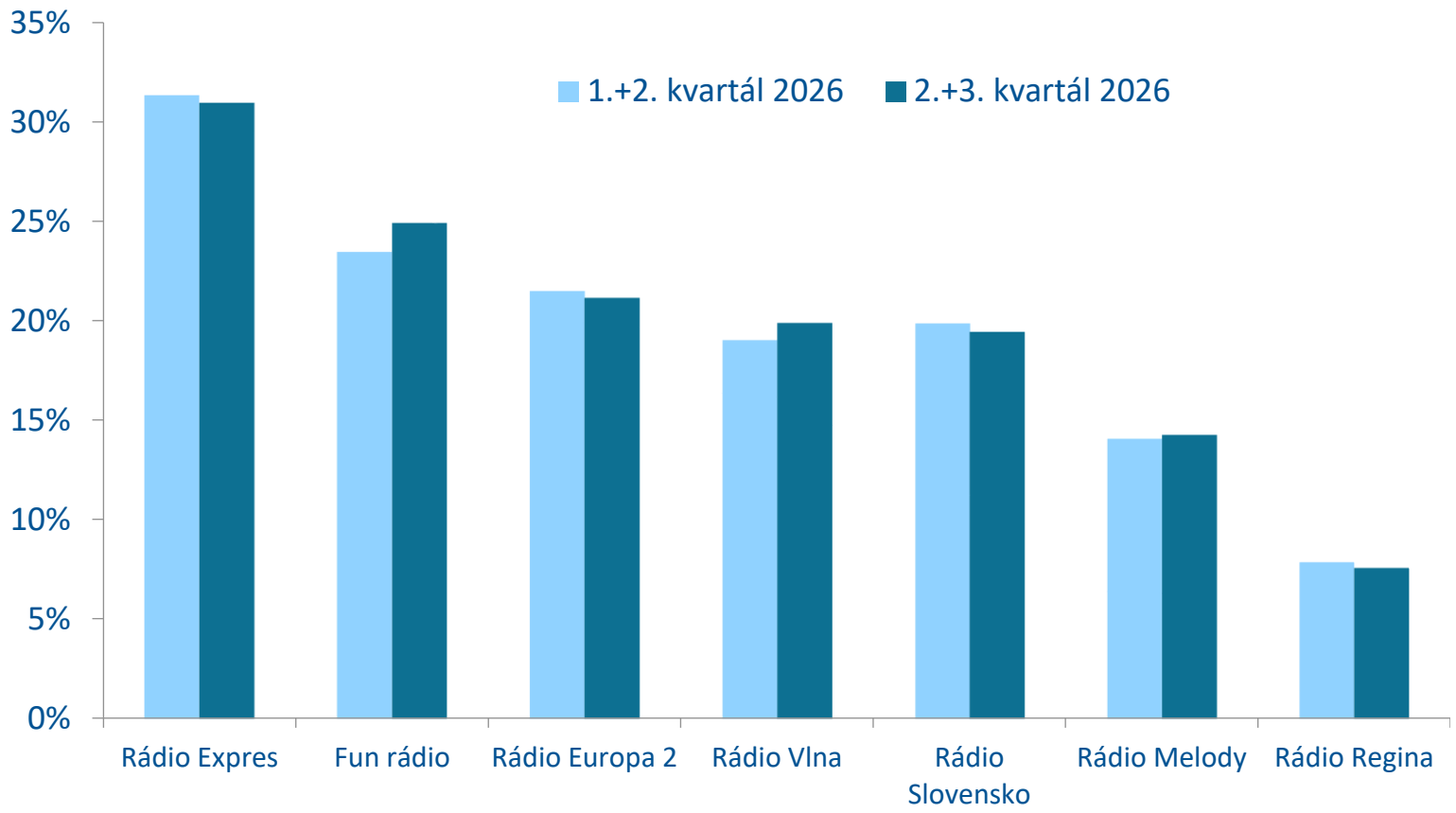
- **Členovia rozhlasových sietí:**
  - Bauer Media Group
    - Rádio Europa 2
    - Rádio Expres
    - Rádio Melody
    - Rádio Rock
  - Radio Group
    - Fun rádio
    - Rádio Vlna
  - Slovenský rozhlas (Sro)
    - Rádio Devín
    - Rádio_FM
    - Rádio Patria
    - Rádio Regina
    - Rádio Slovakia International
    - Rádio Slovensko
  - Regiomedia
    - Rádio BB FM
    - Rádio Best FM
    - Rádio Beta
    - Rádio Frontinus
    - Rádio Goldies
    - Rádio Lumen
    - Rádio SiTy
    - Rádio Šírava
    - Rádio v Nitre
    - Sky rádio
    - Tiché rádio
    - Trnavské rádio
    - Záhorácke rádio

MML-TGI, 2.+3./2026

ROZHLASOVÉ STANICE - posledný týždeň

Celková počúvanosť rádií v parametri „počúval posledný týždeň“ predstavuje 85,6%.

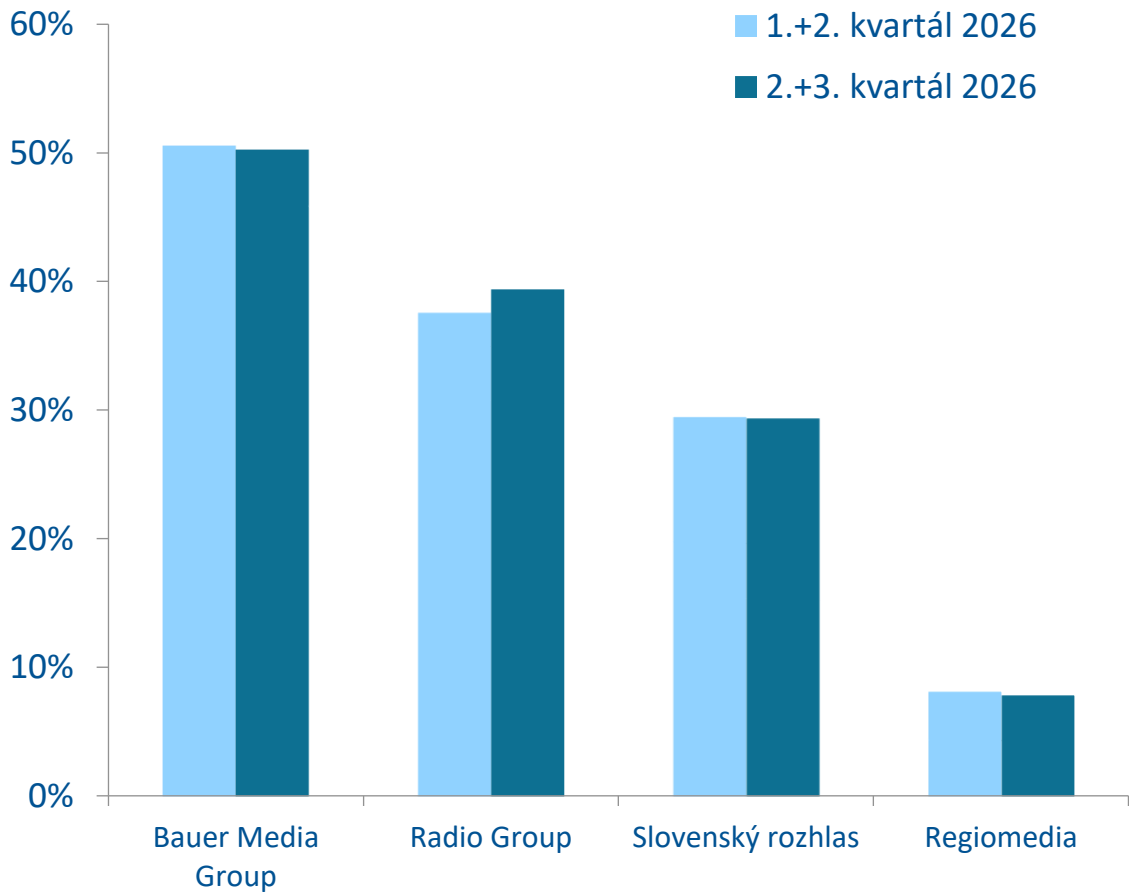
Poradie otvára Rádio Expres s 30,9%, nasleduje Fun rádio s 24,9% a Rádio Europa 2 s 21,1%. 19,9% populácie počúva aspoň raz za týždeň Rádio Vlna a 19,4% Rádio Slovensko. Rádio Melody má 14,3%. Sedmičku najpočúvanejších uzatvára Rádio Regina so 7,6% počúvanosťou.



MML-TGI, 2.+3./2026

ROZHLASOVÉ SIETE - posledný týždeň

Rozhlasová sieť Bauer Media Group dosiahla v parametri „posledný týždeň“ počúvanosť 50,2% a Radio Group počúvanosť 39,4%. Slovenský rozhlas (SRo) so svojimi šiestimi okruhmi dosiahol 29,3% a rozhlasová sieť Regiomedia má počúvanosť 7,8% .

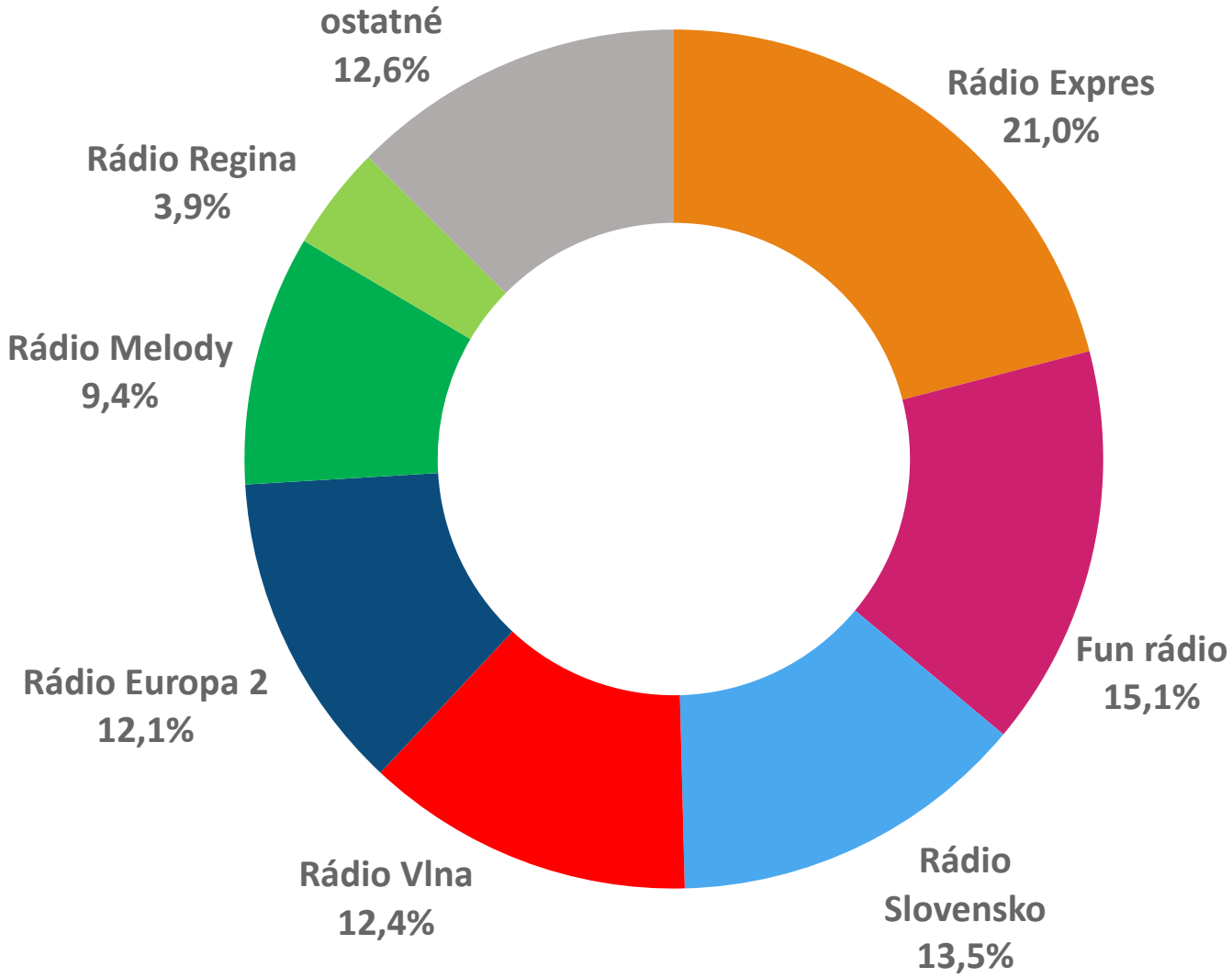


- **Členovia rozhlasových sietí:**
  - Bauer Media Group
    - Rádio Europa 2
    - Rádio Expres
    - Rádio Melody
    - Rádio Rock
  - Radio Group
    - Fun rádio
    - Rádio Vlna
  - Slovenský rozhlas (SRo)
    - Rádio Devín
    - Rádio_FM
    - Rádio Patria
    - Rádio Regina
    - Rádio Slovakia International
    - Rádio Slovensko
  - Regiomedia
    - Rádio BB FM
    - Rádio Best FM
    - Rádio Beta
    - Rádio Frontinus
    - Rádio Goldies
    - Rádio Lumen
    - Rádio SiTy
    - Rádio Šírava
    - Rádio v Nitre
    - Sky rádio
    - Tiché rádio
    - Trnavské rádio
    - Záhorácke rádio

MML-TGI, 2.+3./2026

ROZHLASOVÉ STANICE včera - podiel na trhu

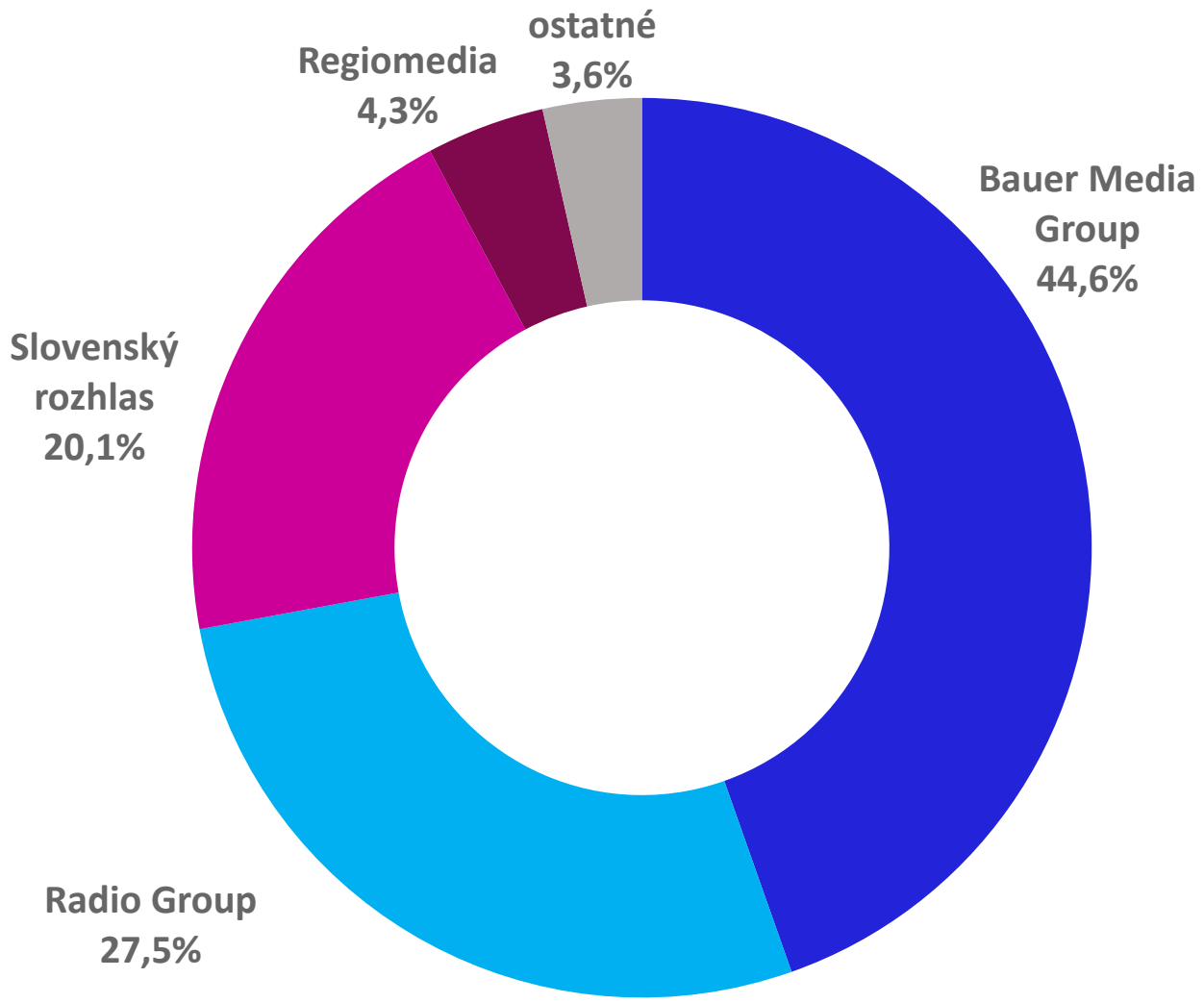
V 2. a 3. kvartáli 2026 dosiahli rozhlasové stanice v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára Rádio Expres s 21,0% podielom. Fun rádio má 15,1% podiel. S 13,5% podielom sa na trhu pohybuje Rádio Slovensko. 12,4% podiel má Rádio Vlna a 12,1% Rádio Europa 2. Rádio Melody dosiahlo 9,4% podiel a Rádio Regina má 3,9%. Ostatné rozhlasové stanice držia 12,6% podiel z trhu.



MML-TGI, 2.+3./2026

ROZHLASOVÉ SIETE včera - podiel na trhu

V sledovanom období dosiahli rozhlasové siete v parametri podiel na trhu (share) nasledujúce výsledky: prehľad otvára rozhlasová sieť Bauer Media Group so 44,6% podielom. Sieť Radio Group má 27,5% podiel. Nasledujú rozhlasová sieť Slovenský rozhlas (SRo) s 20,1% a Regiomedia so 4,3% podielom.

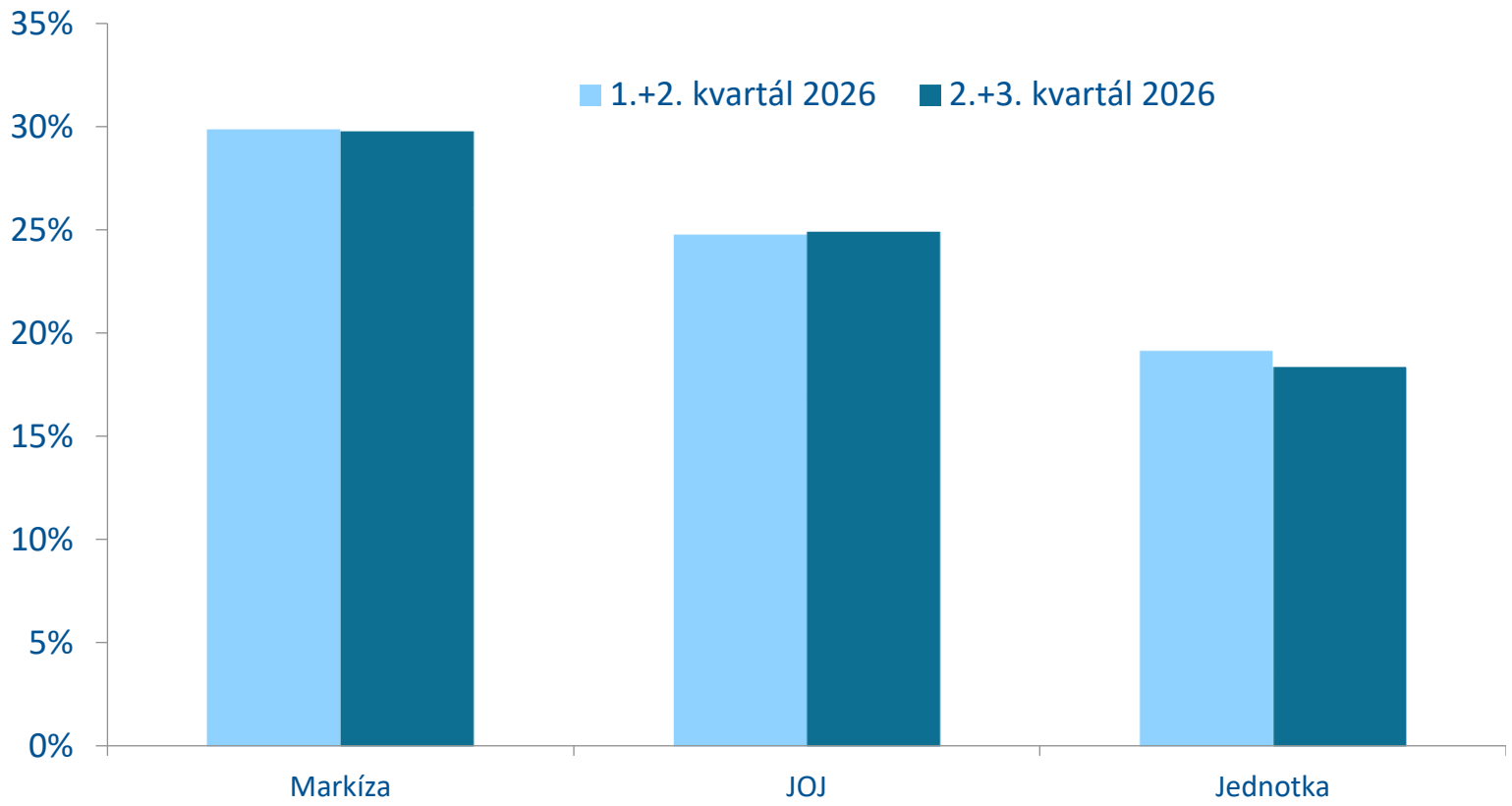


MML-TGI, 2.+3./2026

TELEVÍZNE STANICE - včera

Sumárna sledovanosť všetkých televízií v parametri „sledovali včera“ je 72,8%, čo predstavuje viac ako 3,2 milióna divákov.

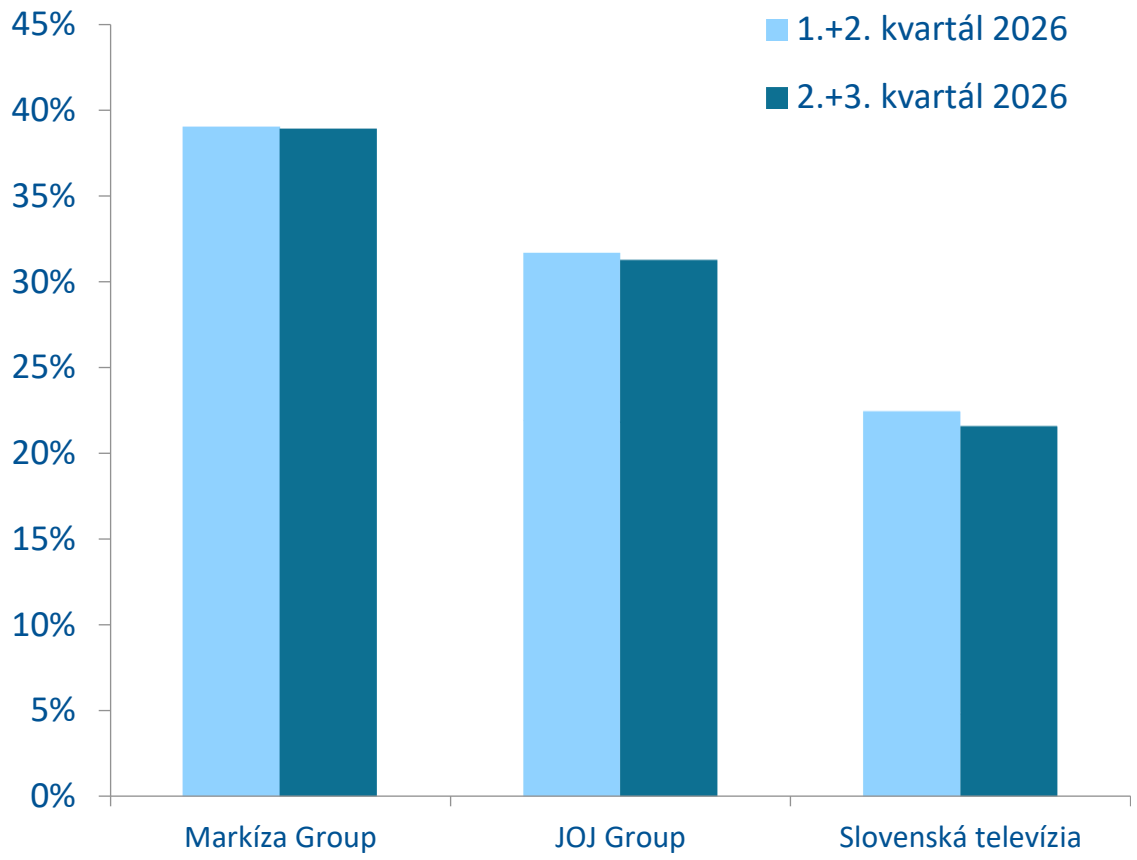
Najsledovanejšou televíznou stanicou bola Markíza, ktorú si pozrelo 29,8% divákov. JOJ zaznamenala sledovanosť na úrovni 24,9%, Jednotka sa umiestnila s 18,4% sledovanosťou.



MML-TGI, 2.+3./2026

TELEVÍZNE SKUPINY- včera

Markíza Group dosiahla v parametri „sledovali včera“ 38,9% sledovanosť. Televízna skupina JOJ Group dosiahla sledovanosť 31,3% a Slovenská televízia (STV) 21,6%.



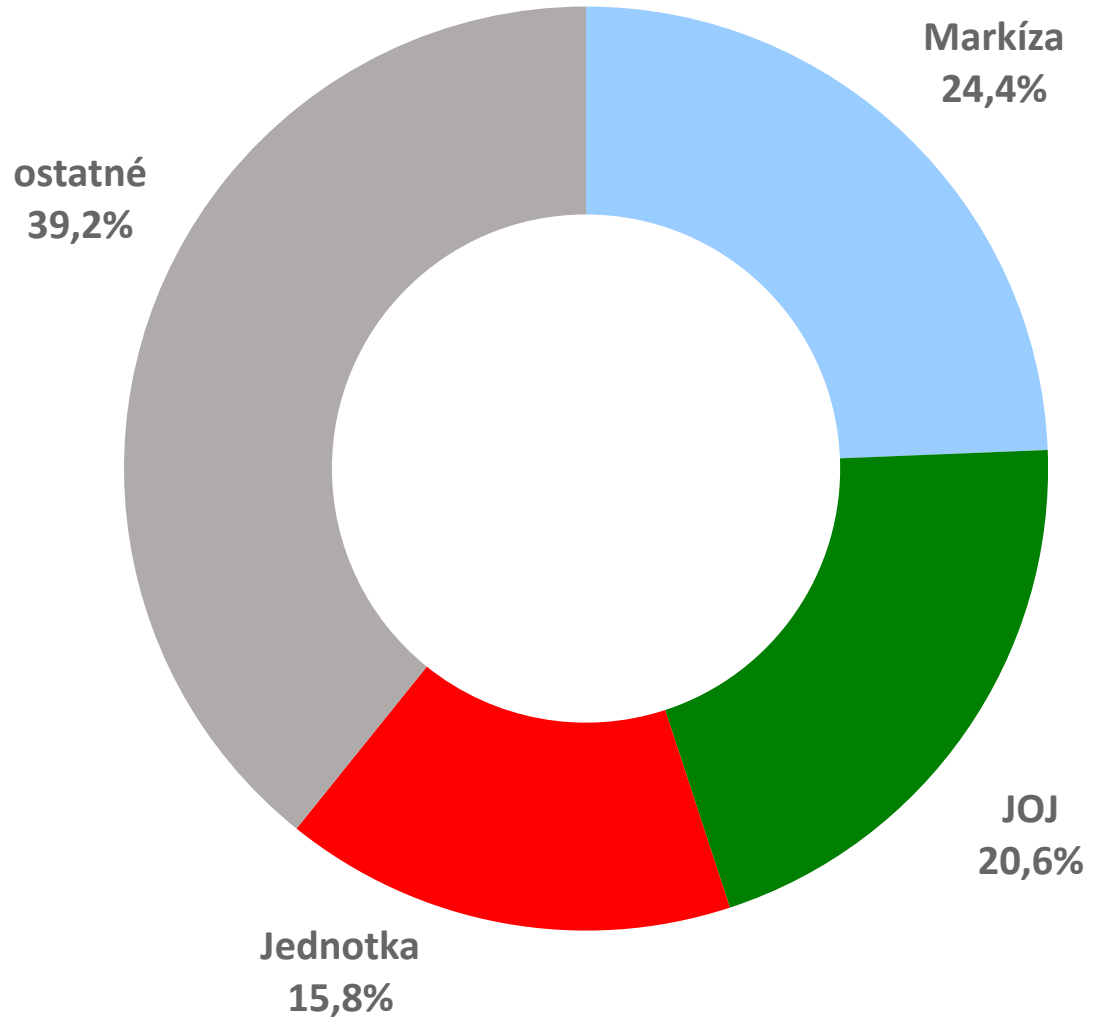
Členovia televíznych skupín:

- Markíza Group
  - Dajto
  - Doma
  - Klasik
  - Krimi
  - Markíza
  - Nova International
- JOJ Group
  - JOJ
  - JOJ 24
  - JOJ Krimi
  - JOJ Svet
  - JOJ Šport
  - Jojko
  - Plus
  - Prima COOL SK
  - Prima Krimi SK
  - Prima Love SK
  - Prima SK
- Slovenská televízia (STVR)
  - :24
  - :ŠPORT
  - Jednotka
  - Dvojka

MML-TGI, 2.+3./2026

TELEVÍZNE STANICE včera - podiel na trhu

Poradie jednotlivých slovenských televíznych staníc v ukazovateli podiel na trhu (share) za 2. a 3. kvartál 2026 je nasledujúce: Na prvom mieste s 24,4% sa umiestnila Markíza. JOJ dosiahla 20,6% a Jednotka 15,8% podiel na trhu.



MML-TGI, 2.+3./2026

MEDIAN SK

MEDIAN SK je nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov.
S ňou úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. MEDIAN SK realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov trhu.

MEDIAN SK je členom odborných združení:
ESOMAR
KMR Group
Intersearch Network
TGI Network
American Marketing Association
Median s.r.o., Česká republika

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.
Ako prameň je potrebné použiť toto označenie:
MEDIAN SK, MML-TGI, 2.+3./2026

kontakt

Linda Kleinertová
+421 903 909 749
linda.kleinertova@median.sk

MEDIAN SK, s. r. o.
Kremnická 6
851 01 Bratislava V
www.median.sk