

Slovenska oglaševalska zbornica - SOZ
Nacionalna raziskava branosti - NRB
Parmova 53, 1000 Ljubljana
Tel.: 01 439 60 50; faks: 01 439 60 59
e-pošta: info@soz.si
spletna stran: www.soz.si; www.nrb.info

Sporočilo za medije

Nacionalna raziskava branosti – NRB Valutni podatki o medijski potrošnji za leto 2006

Ljubljana, 1. februar: Zaključeno je prvo leto novega razpisnega obdobja Nacionalne raziskave branosti – NRB 2006 / 2008. S tretjim januarjem 2006 je NRB stopila v novo obdobje. Pristopniki k NRB, ki raziskavo v celoti financirajo in z njo pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice upravljajo, so se namreč ob pripravi na novo razpisno obdobje in izbor izvajalca NRB 2006 / 2008 odločili, da bodo spremenili nekaj bistvenih elementov modela raziskave. Na današnji javni predstavitvi in novinarski konferenci sta Zoran Trojar, predsednik Izvršnega odbora Sveta pristopnikov k NRB, in Andraž Zorko, direktor medijskih raziskav družbe Cati, ki izvaja raziskavo tudi v tekočem razpisnem obdobju, predstavila valutne podatke za leto 2006.

Novo obdobje NRB 2006-2008

NRB je z letom 2006 stopila v novo obdobje. Pristopniki so se namreč odločili, da bodo v razpisu za novo pogodbeno obdobje spremenili nekaj bistvenih elementov modela raziskave.

Največja sprememba je drugačen način zbiranja podatkov. Nekdanji kombinirani model, ki je vseboval telefonsko anketo in osebno anketiranje na podlagi rekrutiranja anketirancev v telefonski anketi, je nadomestilo zgolj preprosto osebno anketiranje.

Sprememba je bila nujna, saj je prejšnji model zaradi vedno nižje stopnje sodelovanja v telefonskih anketah postal težko izvedljiv oziroma zaradi dodatnih aktivnosti za spodbujanje odziva finančno prezahteven.

Na podlagi prejetih ponudb je bil za izvajalca zopet izbrana družba CATI, ki je predlagala vzorec na podlagi CRP (Centralni register prebivalstva). S takšnim modelom in vzorcem zbiranja podatkov je zagotovljena visoka stopnja sodelovanja.

Pristopniki so se pri postavljanju drugačnih izhodišč izvajanja NRB zavedali, da to pomeni diskontinuiteto s predhodnimi 4 leti, saj je sprememba modela in vzorca tolikšna, da ne moremo govoriti o primerljivosti podatkov s predhodnim obdobjem. Zato pomeni novo obdobje NRB hkrati nov začetek, saj podatkov prvega in novega obdobja ne moremo primerjati, ker iz statističnega vidika niso primerljivi – različni modeli raziskave dajejo različne podatke. Raziskave namreč dajejo le oceno dejanskega stanja, ta ocena pa je odvisna predvsem od lastnosti modela zbiranja podatkov.

Strokovna komisija NRB, ki spremlja izvajanje raziskave in skrbi za strokovne plati projekta, je zapisala (v povzetku):

Raziskava NRB 2006-2008 je glede na NRB 2002-2005 zasnovana na drugačnem vzorčnem načrtu oz. modelu (NRB 2006-2008 – proporcionalni stratificiran vzorec iz centralnega registra prebivalstva, NRB 2002-2004 – naključni vzorec iz baze telefonskih naročnikov), zato je primerljivost aktualnih podatkov za 2006 z 2005 zelo pogojna. Z aktualnim vzorčenjem je bila v letu 2006 dosežena stopnja odziva 54,9%, kar je pomembno višje, kot so bile stopnje odziva s prejšnjim vzorčnim načrtom. Glede na stalno padajoče stopnje odziva pri telefonskem anketiranju prejšnjega modela ne bi bilo več mogoče smiselno uporabljati.

Že po prvi polovici leta je Strokovna komisija NRB opozorila, da lahko nov model raziskave prinaša večjo variabilnost podatkov med obdobji, čeprav je ta variabilnost samo navidezna zaradi večjih intervalov zaupanja. Stratificirano vzorčenje omejuje primernost primerjav med krajšimi obdobji, tako da **Strokovna komisija zato predlaga, da se v strokovni javnosti kot valutni podatek uporablja letne dosege medijskih nosilcev za 2006, ker so stabilnejši in predvsem za manjše medijske nosilce bolj zanesljivi.**

Sprememba modela prinaša torej tudi nekatere novosti na področju standardne uporabe rezultatov. Glede na to, da je bil projekt NRB vedno transparenten in se je aktivno ukvarjal z vsemi problemi, ki so se pojavljali v procesu njegovega izvajanja, nas veseli, da lahko tudi tokrat opozorimo na pozitiven zaključek recenzentskega mnenja Strokovne komisije NRB:

V kontekstu modela, kakor je zastavljen, Strokovna komisija NRB ugotavlja, da so rezultati raziskave korektna ocena merjenih fenomenov v povezavi z mediji oz. njihovo potrošnjo. Pričakujemo, da bodo rezultati vseh nadaljnjih merjenj še naprej odražali dejanske spremembe v distribuciji posameznega medija.

In kaj nam povedo valutni podatki NRB 2006?

Leto 2006 je prineslo novo ime na vrhu lestvice najbolj branih tiskanih medijev v Sloveniji. Po dolгих letih vladavine Nedeljskega dnevnika in zatem Vikenda, je bila lansko leto najbolj brana tiskana edicija v Sloveniji priloga Pilot. Nekdanja najbolj brana sta mu sicer tesno za petami, razlika v branosti med prvimi tremi pa ni statistično značilna.

Med prvimi desetimi najbolj braninimi tiskanimi edicijami je več kot polovica prilog (6), en dnevnik (Slovenske novice), en časopis (Nedeljski dnevnik), ena revija (Lady) in en brezplačni časopis (Dobro jutro). Prvi mesečnik se pojavi na dvanajstem mestu (Ognjišče).

Med novinci je daleč največji preboj uspel mesečniku National Geographic, ki se je z dobrimi 10% dosega na eno številko prebil na 16. mesto med vsemi tiskanimi mediji oz. na tretje mesto med mesečniki. Ostali novinci so se odrezali slabše, še najboljše kaže priloga Gorenjskega glasu Moja Gorenjska, ki je leto 2006 zaključila z dosegom 3.1%.

Prvaki po skupinah, najbolj brane edicije v posamezni skupini v letu 2006, pa so naslednji (v oklepaju je naveden doseg enega izida):

- dnevniki: SLOVENSKE NOVICE (21.0%)
- priloge: PILOT (25.6%)
- večdnevnik: SALOMONOV OGLASNIK (5.0%)
- tedniki: NEDELJSKI DNEVNIK (25.1%)
- štirinajstdnevnik: ANJA (8.6%)
- mesečniki: OGNJIŠČE (13.4%)
- dvo/večmesečniki: NAŠ DOM (5.9%)

- brezplačniki: DOBRO JUTRO (16.6%)

Spremembe med v raziskavo vključenimi edicijami

Glede na kriterije vključevanja in izključevanja v NRB, ki so bili sprejeti v začetku novega obdobja izvajanja NRB, smo v drugem polletju iz merjenja zaradi prenizkega dosega izključili naslednje edicije: GLOSS, NAŠ ČAS, MOJ PES, AURA, O OSEBNOSTI in MOBIL. Iz merjenja je izključena tudi FRKA, ki je prenehala izhajati, enako velja za tednik VEČ. Z januarjem 2007 smo v merjenje vključili naslednje edicije: BRAVO, SOKOL, NAŠA LEKARNA, IN-MAGAZINE in ŽIVA (priloga Dolenjskega lista). Že med drugim polletjem 2006 pa je bila v raziskavo vključena nova priloga Dnevnika OBJEKTIV.

Poslušnost radijskih programov

Med radijskimi postajami kot ponavadi ni veliko novega. Novinec iz osrednje slovenske regije, stari novi radio Ekspres, se je povzpел na peto mesto s prek 50.000 poslušalci dnevno, sicer pa ni bistvenih razlik glede na pretekla leta.

Prezentacija z današnje predstavitve bo objavljena na spletni strani: www.nrb.info, kjer bodo javno dostopni tudi valutni podatki NRB 2006.

Priloga:

- Valutni podatki NRB 2006

Dodatne informacije:

Zoran Trojar, predsednik IO SP NRB, e-pošta: zoran.trojar@siol.net

Andraž Zorko, direktor medijskih raziskav CATI d.o.o., e-pošta: a@cati.si

Ana Predovič, direktorica SOZ, e-pošta: ana.predovic@soz.si