

Sporočilo za medije

Nacionalna raziskava branosti – NRB Valutni podatki o medijski potrošnji za drugo polletje 2004

Ljubljana, 25. januar 2005: Nacionalna raziskava branosti (NRB) pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice (SOZ) poteka že od januarja 2002, tako da letos minevajo tri leta od njenega začetka. Zaključek tretjega leta NRB, ki jo izvaja družba Cati d.o.o. iz Ljubljane, prinaša številne zanimive informacije – od novih valutnih podatkov za drugo polletje 2004 do primerjalne analize branosti, ki ponuja pregled dosega časopisov in revij v dveletnem obdobju (primerjava rezultatov drugega polletja v letu 2002 in 2004).

Glavne ugotovitve primerjalne analize branosti (2. polletje 2002/2004):

Če upoštevamo le tiste revije in časopise, ki so bili v NRB vključeni vsa tri leta (2002-2004), je skupna bruto branost (seštevek vseh dosegov) v drugem polletju 2004 za 13 odstotkov višja od branosti v drugem polletju 2002. **K omenjeni rasti so bistveno prispevale predvsem revije in časopisi z vrha lestvice.**

Skupna branost prvih 25 naslovov v letu 2004 je za skoraj 30 odstotkov višja od branosti prvih 25 naslovov izpred dveh let. Glavnino rasti lahko pripišemo predvsem dvema vzrokoma:

- o na lestvici so se pojavili **trije novinci**: Žurnal, Dobro jutro in TV Okno, katerih **doseg je v vseh treh primerih višji od 10 odstotkov**,
- o dve prilogi sta prav tako **bistveno povečali doseg**: Polet, ki je bil ob nastanku NRB novost in je rast dosega pričakovana, druga pa je priloga Moj dom, ki je z vlaganjem v Nedeljski dnevnik prav tako zelo povečala doseg in bistveno vplivala na skupno rast.

Navedena razloga prispevata polovico omenjene rasti, drugo polovico pa je prispevalo prvih deset naslovov po branosti, ki so med vsemi najbolj povečali svojo branost.

Prvih šest naslovov na lestvici je obranilo svojo pozicijo med prvimi šestimi, zato pa so si zamenjali mesta. V prvi trojki, ki je ista kot pred dvema letoma, je **prvo mesto prevzel Vikend**. Skladno s tem sta po eno mesto izgubila Nedeljski Dnevnik in Pilot. V drugi trojki sta mesti zamenjala Slovenske novice ter Delo in dom. **Vseh šest sicer beleži značilno rast branosti**, še najbolj priloga Vikend, katere rast branosti je primerljiva z rastjo branosti novincev na trgu oziroma tistih, ki so razširili svojo distribucijsko pokritost, znaša pa kar okroglih 10 odstotkov več kot pred dvema letoma.

Na sedmo mesto se je z dvanajstega mesta povzpela priloga Polet, ki je tri leta po začetku izhajanja dosegla raven, primerljivo z ostalimi prilogami izdajatelja. **Na osmem mestu**

beležimo največji vzpon. Priloga Moj dom je z vlaganjem v Nedeljski dnevnik (prej samo Dnevnik) pridobila okroglih 20 mest in si s skoraj potrojenim dosegom utrla pot med prvih 25.

Lestvico prvih desetih zaključujeta Družinski Delničar, ki je kljub značilnemu padcu dosega za dobro petino zadržal mesto med prvimi desetimi, kamor si je z dobro četrtno višjo branostjo utrla pot revija Lady. **Mesta med prvimi desetimi so izgubili Nedelo, Sobotna priloga in Ognjišče**, čeprav nobeden od treh ne beleži značilnega padca dosega, še več, branost prvih dveh je celo nekoliko, a ne značilno, višja kot pred dvema letoma.

Na lestvici so tudi trije novinci: Žurnal na 13. mestu, Dobro jutro na 16. in TV Okno na 18. mestu, vsi pa so dosegli doseg, višji od 10 odstotkov. **V klubu 10+ je tako zdaj dvajset časopisov in revij, medtem ko jih je bilo pred dvema letoma le petnajst.**

Med ostalimi z lestvice lahko izpostavimo še dva, ki sta dosegla značilno rast dosega, to sta Motorevija, ki je doseg povečala za petino, in Salomonov ugankar, ki je doseg povečal za več kot polovico dosega izpred dveh let, ter si s tem utrl pot med prvih petindvajset.

Mesta med prvih petindvajset pa so izgubili Zdravje, Družina, Kmečki glas, Naša Žena in Vzajemnost. Vsem petim je skupna starejša struktura občinstva.

zdaj	prej	red		04-II	02-II	doseg
1	3	↑	VIKEND	33,6	23,7	+ 9,9
2	1	↓	NEDELJSKI DNEVNIK	32,1	28,8	+ 3,3
3	2	↓	PILOT	29,7	24,2	+ 5,6
4	4	↕	ONA	26,4	22,2	+ 4,3
5	6	↑	SLOVENSKE NOVICE	24,1	20,5	+ 3,6
6	5	↓	DELO IN DOM	22,6	20,6	+ 2,1
7	12	↑	POLET	21,5	13,5	+ 8,0
8	27	↑↑	MOJ DOM	17,0	6,7	+ 10,3
9	7	↓	DRUŽINSKI DELNIČAR	15,9	20,3	- 4,4
10	13	↑	LADY	15,8	12,3	+ 3,5
11	10	↓	SOBOTNA PRILOGA	15,7	14,4	+ 1,3
12	9	↓	NEDELO	15,0	14,5	+ 0,5
13		→	ŽURNAL	14,8	—	
14	8	↓	OGNJIŠČE	14,7	14,9	- 0,2
15	11	↓	DELO	14,1	14,2	- 0,1
16		→	DOBRO JUTRO	13,0	—	
17	16	↓	MOTOREVIJA	12,0	9,9	+ 2,2
18		→	TV OKNO	10,5	—	
19	15	↓	JANA	10,5	10,0	+ 0,4
20	14	↓	VEČER	10,4	11,0	- 0,6
21	18	↓	ANJA	9,7	9,2	+ 0,5
22	21	↓	DNEVNIK	9,5	8,5	+ 1,0
23	35	↑↑	SALOMONOV UGANKAR	9,3	5,8	+ 3,4
24	17	↓	SMRKLJA	9,3	9,7	- 0,5
25	19	↓	TV VEČER	9,2	9,1	+ 0,1

LEGENDA:

- stolpec “**zdaj**” = uvrstitev glede na doseg v II. polletju leta 2004;
- stolpec “**prej**” = uvrstitev glede na doseg v II. polletju leta 2002;
- stolpec “**red**” = simbol označuje **spremembo v vrstnem redu**: modra puščica označuje vzpenjanje, rdeča padanje, rumena nespremenjeno stanje, vodoravna novinca na lestvici, dvojna puščica pa vzpon ali padec za več kot 10 mest (**POZOR**: gre za spremembo glede na **vrstni red**, ki pa ni nujno povezan s spremembo dosega, tako da je možno, da nek časopis pade na lestvici, čeprav je njegov doseg dejansko višji kot je bil prej);
- sledi **ime časopisa**, nato pa najprej doseg enega izida v drugem polletju 2004 in ta doseg v drugem polletju leta 2002 (oba podatka sta izražena v odstotkih, en odstotek predstavlja približno 17.000 prebivalcev Slovenije v starosti od 10 do 75 let);
- stolpec “**doseg**” = absolutna razlika v dosegu (**POZOR**: barva vrstice označuje statistično značilnost spremembe dosega, le pri obarvanih vrsticah so razlike značilne, pri časopisih iz belih vrstic pa ne moremo govoriti o rasti ali padcu dosega, saj razlika **ni statistično značilna**).

OPOMBA: Pri navajanju podatkov je obvezna navedba vira v naslednji obliki: NRB, 2. polletje 2004, n=3479; izvajalec raziskave je CATI d.o.o.