



nrb : 09

Nacionalna raziskava branosti, 2009

Predstavitev valutnih podatkov
Hotel Slon, 21.01.2010

- **Tehnično poročilo za zadnje valutno obdobje.**
- Merjene edicije.
- Valutni podatki za aktualno valutno obdobje.
- Trendi 2006-2009.
- Poslušanost radijskih postaj.
- Gledanost slovenskih TV programov.

- **Aktualno valutno obdobje: 2009**
 - Ti podatki veljajo kot valuta do julija 2010.
- **Obdobje zbiranja podatkov:**
 - 02.01.2009 – 31.12.2009
- **Velikost vzorca:**
 - n=6.924
- **Stopnja sodelovanja (2009):**
 - 37%

- **Rezultati so uteženi in reprezentativni po naslednjih spremenljivkah:**
 - interakcija spol + starost
 - dokončana izobrazba
 - interakcija regija + tip naselja
 - dan v tednu
- **Reprezentativnost je zagotovljena na ravni celotnega valutnega obdobja.**

Struktura vzorca v valutnem obdobju 2009

	populacija	deleži - neuteženi podatki	deleži - uteženi podatki
moški	49,4	45,3	48,9
ženske	50,6	54,7	51,1
		100	100
10 do 25 let	23,2	24,5	23,0
26 do 41 let	27,7	20,0	26,6
42 do 57 let	27,6	26,5	28,2
58 do 75 let	21,5	29,0	22,2
		100	100
moški 10-25 let	11,0	12,5	11,9
moški 26-41 let	13,1	8,0	12,7
moški 42-57 let	17,3	12,1	14,0
moški 58-75 let	8,1	12,7	10,3
ženske 10-25 let	10,5	12,0	11,1
ženske 26-41 let	12,8	11,9	13,9
ženske 42-57 let	17,3	14,4	14,2
ženske 58-75 let	9,9	16,3	11,9

	populacija	deleži - neuteženi podatki	deleži - uteženi podatki
osnovnošolec	7,0	9,1	7,3
nedokončana OŠ	5,0	2,2	4,0
srednješolec	6,3	7,7	6,6
dokončana OŠ	17,4	16,0	17,5
poklicna šola	25,7	21,1	25,3
srednja šola	21,6	22,9	21,8
študent	4,5	5,5	4,5
višja šola	4,8	6,6	5,1
visoka šola	7,7	8,9	7,8
		100	100
Pomurska	6,2	6,1	6,1
Podravska	16,3	18,1	16,5
Koroška	3,8	4,5	3,7
Savinjska	12,9	13,7	13,4
Zasavska	2,3	2,1	2,1
Spodnjeposavska	3,5	4,2	3,4
Jugovzhodna Slovenija	7,0	7,7	7,0
Osrednjeslovenska	24,5	22,9	24,9
Gorenjska	9,9	7,8	9,3
Notranjsko-kraška	2,5	3,1	2,6
Goriška	5,9	5,4	5,8
Obalno-kraška	5,2	4,3	5,1

- Tehnično poročilo za zadnje valutno obdobje.
- **Merjene edicije.**
- Valutni podatki za aktualno valutno obdobje.
- Trendi 2006-2009.
- Poslušanost radijskih postaj.
- Gledanost slovenskih TV programov.

- **Število edicij za aktualno valutno obdobje:**
 - celo obdobje merjene edicije: 148
 - podatki objavljeni za: 150
- **Vključene edicije z julijem 2009:**
 - DR., MARIBORSKI UTRIP
- **Izključene edicije zaradi prenehanja izhajanja:**
 - MAXIM
- **Vključene edicije med drugim polletjem 2009:**
 - JESENIŠKE NOVICE, KRANJSKI GLAS, D, NEW YORK TIMES
- **Vključene edicije z januarjem 2010:**
 - CICI ZABAVNIK, MINI MOJ PLANET, MOJ PLANET, SCIENCE ILLUSTRATED, VIP

- Tehnično poročilo za zadnje valutno obdobje.
- Merjene edicije.
- **Valutni podatki za aktualno valutno obdobje.**
- Trendi 2006-2009.
- Poslušanost radijskih postaj.
- Gledanost slovenskih TV programov.

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
DELO	7,9	134	
DNEVNIK	6,5	111	
EKIPA	2,2	38	•
FINANCE	2,8	48	
PRIMORSKE NOVICE	3,5	61	
SLOVENSKE NOVICE	18,6	318	•
VEČER	7,2	123	
ŽURNAL24	15,2	259	

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
ANTENA	2,6	44	
BONBON	6,4	109	
DELO FT	3,1	54	
DELO IN DOM	17,0	290	
DELO MAG	3,0	52	•
DENAR IN	4,3	73	•
DNEVNIKOV OBJEKTIV	3,4	59	
KVADRATI	3,8	66	
MOJ DOM	14,1	240	
MOJE ZDRAVJE	3,4	57	
NIKA	9,7	166	
ODPRTA KUHINJA	3,1	53	
ONA	17,8	304	
PILOT	19,6	334	•
POLET	13,2	225	•
SOBOTNA PRILOGA	6,7	114	
TV OKNO	6,3	107	•
TV VEČER	6,1	105	
V SOBOTO	2,7	46	
VIKEND	20,6	352	
ŽIVA	2,2	37	•

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
GORENJSKI GLAS	2,7	46	
NOVI TEDNIK	2,8	48	
SALOMONOV OGLASNIK	3,3	56	
ŠTAJERSKI TEDNIK	1,3	21	

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
7DNI	1,9	32	
DOLENJSKI LIST	3,1	52	
DRUŽINA	6,3	107	
HOPLA	3,2	54	•
JANA	6,5	111	
KMEČKI GLAS	7,9	134	
LADY	13,1	224	
LEA	2,6	44	
LISA	3,8	65	•
MLADINA	3,7	63	
NEDELJSKI DNEVNIK	18,3	313	•
NEDELO	7,6	129	
NOVA	5,3	90	
OBRAZI	3,2	55	
REPORTER	1,2	20	
STOP	3,9	66	
STORY	2,8	48	
VESTNIK MURSKA SOBOTA	3,5	60	

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
ANJA	5,6	96	•
AVTO MAGAZIN	4,4	76	
BRAVO	2,5	43	
KIH	2,1	35	
RAČUNALNIŠKE NOVICE	1,1	20	
RAZVEDRILO	8,4	144	
ŠTAJERSKI OGLASNIK	1,1	18	

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
AVTO FOKUS	2,8	48	
AVTO+ŠPORT	2,9	49	
AVTOFOTO MARKET	1,7	30	
CICIBAN	7,8	134	
CICIDO	5,6	95	
COOL	2,8	48	
COSMOPOLITAN	5,5	93	
DOBER TEK	2,4	42	
ELLE	2,2	37	
EVA	2,9	50	
FHM	2,4	42	
GAIA	3,4	58	
GEA	5,4	92	
JOKER	3,6	61	
JOY	1,3	22	
KMETOVALEC	2,1	35	

Mesečniki (nadaljevanje)

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
L&Z	1,7	29	•
LE MONDE DIPLOMATIQUE	1,0	18	
LEPA in ZDRAVA	3,4	59	
LISA ČAROVNIJA OKUSA	1,8	30	
LJUBEZENSKE ZGODBE-LADY	1,0	18	
LOVEC	3,5	59	
MAMA	2,5	42	
MANAGER	1,1	18	
MAXIM	0,8	13	
MEN'S HEALTH	2,5	42	
MODNA	0,9	16	•
MOJ LEPI VRT	3,8	66	
MOJ MALČEK	3,6	62	
MOJ MALI SVET	1,1	18	
MOJ MIKRO	1,9	32	
MOJE FINANCE	3,2	55	

Mesečniki (nadaljevanje)

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
MOJE STANOVANJE	1,3	22	
MONITOR	2,1	36	
MOTOREVIJA	10,9	186	
MOTORIST	2,1	36	
NAŠA ŽENA	4,3	74	
NATIONAL GEOGRAPHIC	9,3	159	
NATIONAL GEOGRAPHIC JUNIOR	4,4	75	
OBRAMBA	1,2	21	
OBRTNIK	6,1	104	
OGNJIŠČE	12,3	211	
OTROK IN DRUŽINA	2,4	41	
PC FORMAT	1,0	17	.
PIL	4,4	74	
PLAYBOY	2,9	50	
PLUS	2,9	50	
PODJETNIK	1,8	31	

Mesečniki (nadaljevanje)

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
PRI NAS DOMA	1,0	16	
RADAR	2,0	35	
READERS DIGEST	4,6	79	
REVIJA O KONJIH	1,4	24	
RIBIČ	1,7	30	
ROŽE & VRT	4,1	70	
SALOMONOV UGANKAR	5,6	95	
SISTEM	0,2	4	•
SMRKLJA	4,7	79	
SWPOWER	1,3	22	•
TELENOVELE TOTAL	2,3	40	
VAL NAVTIKA	1,6	27	
VIVA	4,4	75	
VZAJEMNA	5,9	101	
VZAJEMNOST	4,5	76	
ZDRAVJE	9,3	159	
ŽIVLJENJE IN TEHNIKA	3,0	51	

Dvomesečniki in več-mesečniki

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
AMBIENT	1,4	24	
CONNECT	0,7	13	
DINERS CLUB MAGAZINE	2,0	35	
NAŠ DOM	5,1	86	

	doseg enega izida - VALUTA	v 000	značilnost razlike glede na 2008II- 2009I
ABC ZDRAVJA	4,3	74	•
BUKLA	2,1	35	
CELJSKI OGLASNIK	1,4	23	
CITY MAGAZINE	2,9	49	•
DELO MATURANT&KA	1,6	26	
DOBRO JUTRO	19,0	324	
DR. (+Q3 09)*	0,5	9	
GORIŠKA	4,8	82	
ISTRA	1,4	24	
KAMNIŠKE NOVICE	1,9	33	
KRANJČANKA	1,8	31	
LJUBLJANA	3,6	62	
LOČANKA	1,5	25	
MARIBORSKI UTRIP (+Q3 09)*	2,0	34	
MERCATOR MESEC	3,6	61	
MOBIL	2,4	42	
MOJA GORENJSKA	1,9	33	
NAŠA LEKARNA	4,3	74	
POSAVSKI OBZORNIK	3,0	52	
PREMIERA	2,5	42	
UTRIP (SAVINJSKI)	1,9	33	
VAŠ MESEČNIK	3,3	57	•
ŽURNAL	20,9	357	

- Tehnično poročilo za zadnje valutno obdobje.
- Merjene edicije.
- Valutni podatki za aktualno valutno obdobje.
- **Trendi 2006-2009.**
- Poslušanost radijskih postaj.
- Gledanost slovenskih TV programov.

2009	2008	2007	2006		v %	v 000
1	4	9	11	Žurnal	20,9	357
2	3	3	3	Vikend	20,6	352
3	1	1	1	Pilot	19,6	334
4	8	5	9	Dobro jutro	19,0	324
5	5	4	5	Slovenske novice	18,6	318
6	1	2	2	Nedeljski dnevnik	18,3	313
7	6	6	4	Ona	17,8	304
8	6	7	6	Delo in dom	17,0	290
9	12	-	-	Žurnal24	15,2	259
10	10	10	8	Moj dom	14,1	240
11	9	8	7	Polet	13,2	225
12	13	11	10	Lady	13,1	224
13	13	12	12	Ognjišče	12,3	211
14	11	13	14	Motorevija	10,9	186
15	18	16	18	Nika	9,7	166
16	16	17	20	Zdravje	9,3	159
17	16	15	16	National geographic	9,3	159
18	22	26	26	Razvedrilo	8,4	144
19	19	14	13	Delo	7,9	134
20	30	30	24	Kmečki glas	7,9	134

Negativni trend padanja branosti se umirja

	2008 II – 2009 I (glede na 2008)	2009 (glede na 2008/09)
Padec branosti (seštevek dosega vseh edicij)	- 6,1%	- 3,2%
Število edicij z značilno rastjo branosti	2	5
Število edicij z značilnim padcem branosti	24	15

Povprečno število bralnih dni se praktično ni spremenilo

	2006	2009
Priloge	1,6	1,5
Tedniki	1,5	1,5
Mesečniki	2,0	2,0
Brezplačniki	1,4	1,4

Delež interneta kot "lokacije" branja med bralci posameznih dnevnikov 2006-09

	2006	2009	Razlika 09/06
DELO	3,1%	4,7%	152
DNEVNIK	2,7%	4,1%	152
VEČER	4,8%	2,9%	60
FINANCE	28,4%	34,2%	120

Bralci v srednjih letih ostajajo najbolj nadpovprečni bralci tiska

Indeksi branosti po skupinah glede na frekvenco izhajanja – starost 26-49 let

26-49	2006	2007	2008	2009
vsi	113	113	110	109
06-09	112	113	110	108
vse edicije	2006	2007	2008	2009
dnevniki	113	114	107	106
priloge	111	108	105	104
tedniki	108	112	105	107
mesečniki	115	117	116	113
brezplačniki	108	108	103	108
samo 06-09	2006	2007	2008	2009
dnevniki	113	113	110	106
priloge	110	109	106	105
tedniki	108	112	105	107
mesečniki	114	116	116	113
brezplačniki	106	107	103	103

Najpogostejši uporabniki interneta so hkrati nadpovprečni bralci tiska

Indeksi branosti po skupinah glede na frekvenco izhajanja – dnevni uporabniki interneta

dnevni	2006	2007	2008	2009
vsi	131	128	125	121
06-09	129	125	124	118
vse edicije	2006	2007	2008	2009
dnevniki	130	121	128	122
priloge	123	117	117	111
tedniki	111	116	108	108
mesečniki	143	142	139	134
brezplačniki	142	130	116	116
samo 06-09	2006	2007	2008	2009
dnevniki	131	120	126	117
priloge	123	117	116	110
tedniki	109	114	106	106
mesečniki	139	137	135	131
brezplačniki	142	132	127	114

- Tehnično poročilo za zadnje valutno obdobje.
- Merjene edicije.
- Valutni podatki za aktualno valutno obdobje.
- Trendi 2006-2009.
- **Poslušanost radijskih postaj.**
- **Gledanost slovenskih TV programov.**

Bitke na vrhu se nadaljujejo

	dnevni doseg	v 000	značilnost razlike glede na 2008II-2009I
VAL 202	11,1	190	•
SLOVENIJA 1 (A1)	9,2	158	
RADIO 1	7,4	126	•
CITY	5,0	85	•
VESELJAK	4,9	83	
HIT DOMŽALE	4,0	68	
RADIO CENTER	3,8	65	
SRAKA	3,0	50	
RADIO KOPER	2,6	44	
OGNJIŠČE	2,5	43	
MURSKI VAL	2,4	41	
ŠTAJERSKI VAL	2,2	37	
RADIO MARIBOR	2,0	34	
PTUJ	2,0	34	
FANTASY	1,9	33	•
KRKA	1,9	32	
ANTENA 1	1,8	31	
MAXI - PRLEŠKI VAL	1,8	31	
BELVI	1,7	29	•
ROGLA	1,7	29	

- Tehnično poročilo za zadnje valutno obdobje.
- Merjene edicije.
- Valutni podatki za aktualno valutno obdobje.
- Trendi 2006-2009.
- Poslušanost radijskih postaj.
- **Gledanost slovenskih TV programov.**

Precejšnje spremembe v gledanosti osrednjih TV programov v obdobju 2006-09

	2006	2009	Razlika 09/06
POP TV	68% 95min	66% 83min	-2% -12 min
KANAL A	40% 59min	43% 58min	+3% -1 min
TV SLO 1	53% 59min	44% 57min	-9% -2min
TV SLO 2	30% 61min	25% 56min	-5% -5min
TV3	12% 39min	22% 49min	+10% +10min



alenska.pfajfar@valicon.net

www.nrb.info