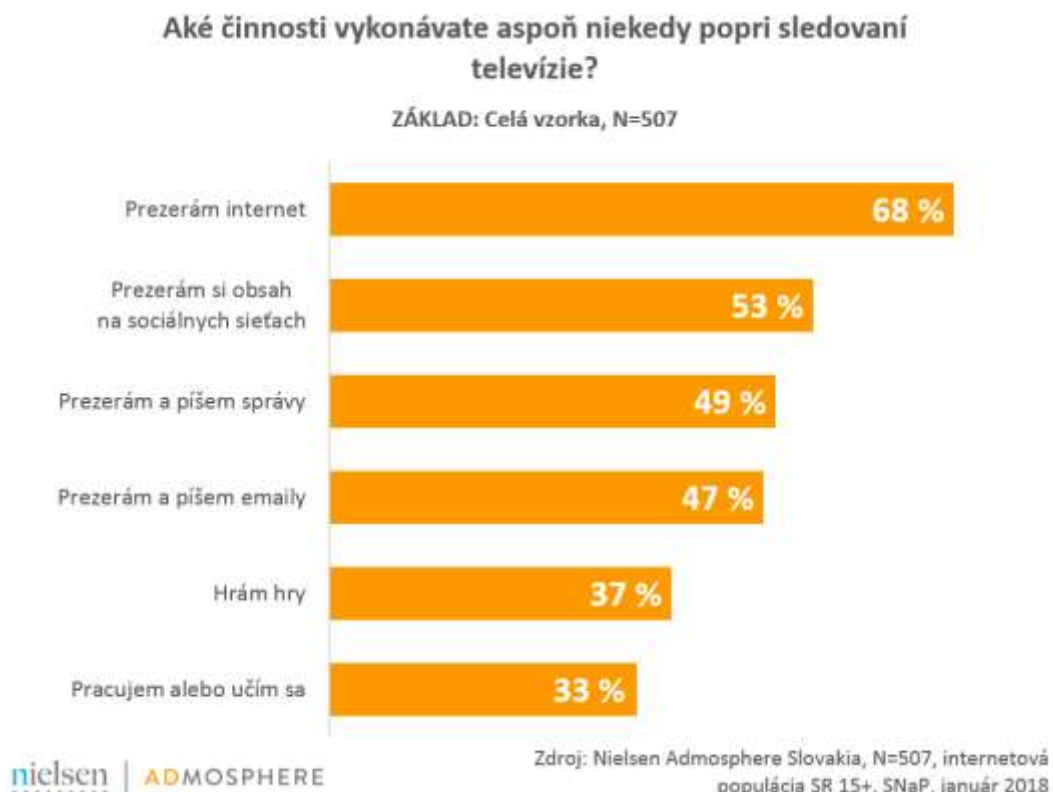


Pri sledovaní televízie Slováci najčastejšie surfujú na internete alebo prehliadajú sociálne siete

Medzi najčastejšie činnosti, ktorým sa internetoví Slováci zvládajú venovať popri sledovaní televízie, patrí surfovanie na internete, na druhom mieste je prehliadanie sociálnych sietí. Najčastejšie používaným zariadením popri televízii je potom smartphone a počítač. Ukázal to aktuálny výskum Nielsen Admosphere Slovakia realizovaný na vzorke päťsto respondentov z aktívnej internetovej populácie staršej ako 15 rokov zo Slovenského národného panelu.

Z činností, ktorým sa Slováci venujú popri sledovaní televízie, jednoznačne vedú aktivity spojené s komunikačnými technológiami: najväčšia časť respondentov (68 %) pri televízii surfuje na internete, 53 % si prehliada obsah na sociálnych sieťach a 49 % sa venuje čítaniu a písaniu správ. Vo všetkých týchto činnostiach sú pritom o niečo aktívnejšie ženy ako muži. Všeobecne však platí, že len veľmi malé percento (5 %) popri sledovaní televízie nerobí nič ďalšie. A 6 % respondentov odpovedalo, že televíziu nesleduje.



Najčastejším používaným zariadením popri sledovaní televízie je smartphone – denne ho takto používa 57 % respondentov, ktorí sa aspoň niekedy pozerajú na televíziu. Na druhom mieste je počítač (bez ohľadu na typ), ten denne pri televízii používa 40 % opýtaných, a na treťom tablet, ktorý

si pri televízií zapína 16 % respondentov. Medzi najmenej používané zariadenia popri sledovaní televízie patria chytré zariadenia typu wearables - chytré okuliare, hodinky apod. (denne: 5 %), herné konzoly (4 %) a čítačky elektronických kníh (2 %).

Marek Zámečník | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

www.nielsen-admosphere.sk

Eliška Morochovičová | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel pod názvom Český národný panel funguje aj v Českej republike.