

8 z 10 internetových respondentov sleduje televíziu denne

Často pri tom stíhajú aj činnosť na iných elektronických zariadeniach

Úplná väčšina Slovákov z aktívnych internetových užívateľov deklaruje, že sleduje televíziu denne. Častou tendenciou je takzvaný multiscreening, teda používanie viac zariadení súčasne: viac ako štyri pätiny tak popri televízii aspoň občas siahajú po mobile a skoro dve tretiny sa popri sledovaní venuje činnostiam na počítači. Výskum realizovala spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia na vzorke päťsto respondentov z internetovej populácie staršej ako 15 rokov zo Slovenského národného panela.

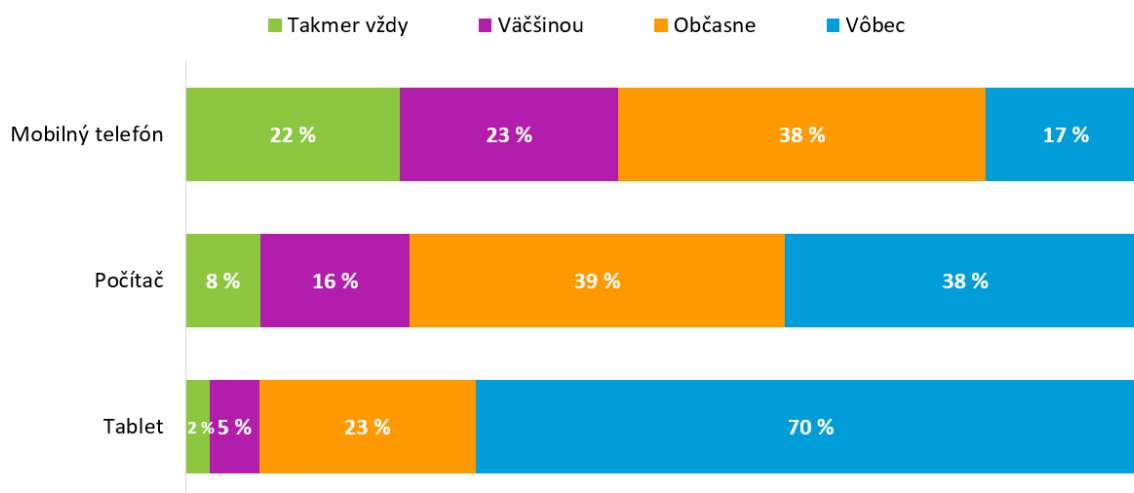
Televízia má stále – aj napriek rôznym skeptickým prognózam – svoje pevné miesto v životoch Slovákov: štyri pätiny respondentov z internetovej populácie sa pozerajú na niektoré zo slovenských, českých alebo zahraničných staníc každý deň.

Neprekvapivo sa internetoví Slováci najviac venujú sledovaniu slovenských televíznych staníc, pri ktorých najčastejšie (29 %) strávia 1 až 2 hodiny denne, 24 % sa na ne pozerá menej ako hodinu a 21 % 2 až 3 hodiny. České televízne stanice sledujú denne štyri pätiny opýtaných, ale venujú im menej času: dve tretiny ich zapínajú maximálne na 2 hodiny denne. Zahraničné stanice sleduje denne 68 % opýtaných. 53 % sa na ne pozerá maximálne 2 hodiny.

Jednou z tendencií pri sledovaní televízie je takzvaný multiscreening, teda súbežná činnosť na inom elektronickom zariadení. 45 % zo všetkých internetových respondentov, ktorí sledujú televíziu, pri sledovaní takmer vždy alebo väčšinou používajú mobilný telefón, ďalších 38 % mobil používa občas. Druhým najčastejším zariadením pravidelne používaným popri televízii je počítač alebo notebook, takmer vždy alebo väčšinou ho používa necelá štvrtina respondentov, ďalších 39 % ho potom používa občas. Tablet už je využívaný menej: takmer vždy alebo aspoň väčšinou po ňom pri televízii siahne 7 % opýtaných, občas ho využíva 23 %.

Používate popri sledovaní televízie nasledujúce zariadenia?

Základ: Tí, ktorí sledujú televíziu, N=481



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.