

MMS kanalpenetrationsundersökning

Om MMS kanalpenetrationsundersökning

MMS utför fristående kanalpenetrationsundersökningar fyra gånger per år, två gånger på våren och två gånger på hösten, **rapporterna kommer från och med denna gång benämnas Q1-Q4**. Dessa används bland annat av tv-kanaler och mediebyråer. Resultaten används inte vid utformningen av tittarpanelen och peoplemetersystemet och är inte kopplade till MMS övriga undersökningar. **Till skillnad från tittarmätningarna som omfattar åldrarna 3-99 år så intervjuas endast personer i åldrarna 9-99 år i kanalpenetrationsundersökningen.**

Undersökningen utförs via telefon till ett obundet slumpmässigt urval ur befolkningsregistret som får frågan: "Har du tillgång till kanalen X i hemmet?" Undersökningen tar alltså fram medveten/upplevd penetration, ej faktisk eller teknisk penetration.

Vissa kanaler mäts i varje omgång medan andra, av utrymmesmässiga skäl, endast mäts varannan omgång – en gång på våren och en gång på hösten. Listan över kanaler som undersöks uppdateras löpande i samråd med MMS kunder. De kanaler som inte finns med i denna rapport finns i Rapport 2 från våren 2008, v 16-23. Tidigare rapporter finns på MMS hemsida: <http://www.mms.se/rapporter/tv-landskapet/kanalpenetration.asp>

Under perioden 1 september till och med 26 oktober har 3 424 intervjuer genomförts med personer i åldrarna 9-99 år. Av dessa uppgav 195 personer att de inte har TV och siffrorna i rapporten baseras på de som uppger att de har TV, totalt 3229 personer.

Nytt från och med denna rapport är att vissa kanalers penetration redovisas för speciella målgrupper.

Kommentar till resultat från undersökningen

Jämfört med den senaste mätningen, som utfördes vecka 16-23 2008, så ökar några få kanaler i penetration, medan de flesta ligger på samma nivå. Förändringarna ligger inom felmarginalen för de allra flesta. SVT1 och SVT2 har i denna mätning endast 99 % penetration istället för 100 % som de normalt brukar ha, detta beror med största sannolikhet på den omläggning som skett bland SVT:s kanaler.

Under förra året så ökade flera kanaler i penetration och under vissa perioder svängde penetrationstalen en del. Detta har med stor sannolikhet berott på den analoga nedsläckningen som nu är avslutad. Många individer har troligen varit dåligt uppdaterade på vilka kanaler de har tillgång till då de bytt/skaffat nytt kanalutbud. Under 2008 har penetrationsciffrorna legat på en mer stabil nivå.

Vid framräkningen av befolkningstalen har resultaten från Basundersökning 2008:2 använts. I den uppgår Sveriges TV-befolkning 9-99 år till 8 282 000 personer.

Slumpfelsmarginal

I en undersökning med 3 400 intervjuer för en kanal med penetration på 50 % är konfidensintervallet $\pm 1,7$ procentenheter med en signifikansnivå på 95 %. Enligt de statistiska modellerna blir konfidensintervallet som störst för penetrationer på 50 %. För penetrationer över och under 50 % minskar konfidensintervallet. För en kanal med 75 % penetration blir konfidensintervallet $\pm 1,5$ procentenheter.

För frågor kontakta:

Jannike Sköldebjer, projektledare
tel. 08-736 1008, mail. jannike.skoldebjer@mms.se

Tabellen nedan visar penetrationen för respektive TV-kanal i TV-befolkningen 9-99 år. Uppgifter i procent respektive tusental, genomsnitt över hela mätperioden, v 36-43 2008.

Observera att mätningen avser medveten/upplevd penetration, ej faktisk/teknisk.

Kanal	Alla 9-99 år, % av TV-bef.	Alla 9-99 år, tusental	Jämförelse med tidigare mätningar
SVT1	99	8236	100* (-1 %)
SVT2	99	8228	100* (-1 %)
TV3	87	7184	85* (+2 %)
TV4	99	8208	99* (+0 %)
Kanal5	86	7092	87* (-1 %)
TV6	86	7151	85* (+1 %)
MTV	67	5532	69* (-2 %)
Discovery	55	4535	57* (-2 %)
Eurosport	57	4727	59* (-2 %)
TV8	62	5148	57* (+5 %)
TV4Plus	81	6674	81* (+0 %)
TV4Fakta	44	3632	44* (+0 %)
TV400	34	2793	36* (-2 %)
Kanal9	59	4858	58* (+1 %)
SVT24	87	7187	86* (+1 %)
Barnkanalen	77	6374	75* (+2 %)
Kunskapskanalen	77	6415	78* (-1 %)
ZTV	41	3357	40* (+1 %)
TV4Film	42	3473	43* (-1 %)
TV4 Sport	47	3852	39* (+8 %)
TV4 Guld	12	962	12* (+0 %)
TV4 Komedi	11	939	12* (-1 %)
TV4 Science Fiction	8	628	10* (-2 %)
The Voice TV	22	1783	26* (-4 %)
TV7	25	2067	26** (-1 %)
Kanal Lokal	37	3088	35** (+2 %)
Axess TV	15	1207	11** (+4 %)
Star!	20	1629	21* (-1 %)
Jetix	12	977	13* (-1 %)
Disney Channel	27	2213	28* (-1 %)
Toon Disney	15	1231	16* (-1 %)
Playhouse Disney	12	970	12* (+0 %)
Nickelodeon	34	2793	34** (+0 %)
Canal+ First	13	1093	13* (+0 %)
Canal+ Sport 1	14	1144	14* (+0 %)
Cartoon Network	20	1644	21* (-1 %)
DITV	7	564	10** (-3 %)
Eurosport 2	14	1141	15** (-1 %)
Silver	9	777	8** (+1 %)
TV 1000	11	913	11** (+0 %)
TV 1000 Family	9	736	9** (+0 %)
TV 1000 Action	9	739	9** (+0 %)
TV 1000 Nordic	9	721	9** (+0 %)
TV 1000 Classic	9	716	9** (+0 %)
VH1	21	1762	21** (+0 %)
Viasat Nature/Crime	12	982	12** (+0 %)
Viasat Explorer	10	795	10** (+0 %)
Viasat History	11	893	11** (+0 %)
Viasat Sport 1	13	1046	13** (+0 %)
Viasat Sport 2	9	764	10** (-1 %)
Viasat Sport 3	9	734	10** (-1 %)
Viasat Golf	4	346	5** (-1 %)
Antal intervjuer	3229		

* Avser mätningen från v 16-23 2008 (Q2) ** Avser mätningen från v 8-15 2008 (Q1)

Tabellen nedan redovisar penetrationssiffror för ett antal kanaler uppdelat per kön, ålder 9-99 år. Mätperiod: v 36-43 2008.

För samtliga kanaler, utom SVT2 och TV4, gäller att män har högre medvetenhet än kvinnor om vilka kanaler som kan ses i hemmet.

Kanal	Män 9-99 år % TV-bef.	Kvinnor 9-99 år % TV-bef.
SVT1	100	99
SVT2	99	99
TV3	88	86
TV4	99	99
Kanal5	87	84
TV6	89	84
MTV	71	63
Discovery	59	51
Eurosport	60	55
TV8	66	59
TV4Plus	82	80
TV4Fakta	46	42
TV400	39	29
Kanal9	61	57
SVT24	90	84
Barnkanalen	79	75
Kunskapskanalen	80	76
ZTV	45	37
TV4Film	45	39
TV4 Sport	54	39
TV4 Guld	14	10
TV4 Komedi	14	9
TV4 Science Fiction	10	6
The Voice TV	24	19
Jetix	14	9
Nickelodeon	36	31
Antal intervjuer	1531	1698

Tabellen nedan redovisar penetrationssiffror för barnkanalerna uppdelat på individer som uppgett att de har småbarn (barn under 7 år) i hushållet respektive de som har skolbarn (barn mellan 7 och 18 år) i hushållet. Dessutom redovisas penetrationen i åldersgruppen 9-11 år samt en jämförelse med samtliga 9-99 år. Mätperiod: v 36-43 2008.

För samtliga kanaler gäller att medvetenheten är större bland dem med barn i hushållet jämfört med samtliga individer. Samtliga kanaler utom Barnkanalen har högre penetration bland dem som har skolbarn i hushållet jämfört med dem som har småbarn i hushållet.

I gruppen 9-11 åringar är medvetenheten högre både jämfört med samtliga 9-99 år samt jämfört med grupperna med småbarn respektive skolbarn i hushållet.

Kanal	Småbarn i hh. % TV-bef.	Skolbarn i hh. % TV-bef.	Barn 9-11 år % TV-bef.	Alla 9-99 år % TV-bef.
Barnkanalen	91	84	96	77
Jetix	15	20	33	12
Disney Channel	31	39	52	27
Toon Disney	20	23	37	15
Playhouse Disney	19	19	35	12
Nickelodeon	48	53	66	34
Cartoon Network	27	31	44	20
Antal intervjuer	506	1158	105	3229

Tabellen nedan visar penetrationen för ett antal kanaler i tre åldersgrupper; 15-34 år, 15-44 år och 12-59 år. Dessutom finns en kolumn för jämförelse med penetrationen för samtliga 9-99 år. De allra flesta kanaler har högre penetration i de smalare åldersgrupperna än i alla 9-99 år. Mätperiod: v 36-43 2008.

Kanal	Alla 15-34 år % TV-bef.	Alla 15-44 år % TV-bef.	Alla 12-59 år % TV-bef.	Alla 9-99 år % TV-bef.
SVT1	99	99	100	99
SVT2	99	99	99	99
TV3	90	89	89	87
TV4	99	99	99	99
Kanal5	90	90	89	86
TV6	90	89	89	86
MTV	81	79	76	67
Discovery	62	62	61	55
Eurosport	61	61	61	57
TV8	65	64	65	62
TV4Plus	83	83	83	81
TV4Fakta	43	45	47	44
TV400	43	44	40	34
Kanal9	63	61	61	59
SVT24	87	88	89	87
Barnkanalen	79	81	80	77
Kunskapskanalen	76	79	79	77
ZTV	47	47	46	41
TV4Film	43	46	47	42
TV4 Sport	47	48	48	47
TV4 Guld	11	11	13	12
TV4 Komedi	12	12	13	11
TV4 Science Fiction	9	9	9	8
The Voice TV	34	31	27	22
Jetix	12	13	13	12
Nickelodeon	40	42	39	34
Antal intervjuer	816	1201	2129	3229