

MMS kanalpenetrationsundersökning

Om MMS kanalpenetrationsundersökning

MMS utför fristående kanalpenetrationsundersökningar fyra gånger per år, två gånger på våren och två gånger på hösten, **rapporterna kommer i fortsättningen 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 27 oktober till och med 14 december har 3 451 intervjuer genomförts med personer i åldrarna 9-99 år. Av dessa uppgav 201 personer att de inte har TV och siffrorna i rapporten baseras på de som uppger att de har TV, totalt 3251 personer.

Nytt från och med hösten 2008 är att vissa kanalers penetration redovisas för speciella målgrupper.

Kommentar till resultat från undersökningen

Jämfört med den senaste mätningen, som utfördes vecka 36-43 2008, så ligger de flesta på samma nivå. Förändringarna ligger inom felmarginalen för de allra flesta.

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.

Slumpfelmarginal

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 44-50 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	100	8244	99* (+1 %)
SVT2	99	8234	99* (+0 %)
TV3	86	7105	87* (-1 %)
TV4	99	8218	99* (+0 %)
Kanal5	85	7036	86* (-1 %)
TV6	86	7102	86* (+0 %)
MTV	66	5444	67* (-1 %)
Discovery	55	4545	55* (+0 %)
Eurosport	56	4672	57* (-1 %)
TV8	63	5179	62* (+1 %)
TV4Plus	80	6654	81* (-1 %)
TV4Fakta	44	3651	44* (+0 %)
TV400	36	2998	34* (+2 %)
Kanal9	59	4863	59* (+0 %)
SVT24	86	7159	87* (-1 %)
Barnkanalen	79	6519	77* (+2 %)
Kunskapskanalen	78	6466	77* (+1 %)
ZTV	39	3195	41* (-2 %)
TV4Film	43	3584	42* (+1 %)
TV4 Sport	46	3831	47* (-1 %)
TV4 Guld	12	976	12* (+0 %)
TV4 Komedi	12	986	11* (+1 %)
TV4 Science Fiction	9	708	8* (+1 %)
The Voice TV	17	1399	22* (-5 %)
Axess TV	15	1238	15* (+0 %)
Jetix	12	971	12* (+0 %)
Disney Channel	29	2428	27* (+2 %)
Toon Disney	16	1343	15* (+1 %)
Playhouse Disney	13	1044	12* (+1 %)
Nickelodeon	32	2680	34* (-2 %)
Canal+ First	13	1057	13* (+0%)
Canal+ Sport 1	14	1146	14* (+0%)
Animal Planet	41	3388	45** (-4%)
BBC Prime	21	1730	21** (+0%)
BBC World	19	1569	23** (-4%)
CNBC	11	948	12** (-1 %)
CNN	37	3062	39** (-2 %)
Discovery Civilisation	11	887	13** (-2 %)
Discovery Science Channel	9	736	11** (-2 %)
Discovery Travel & Living	11	930	13** (-2 %)
DR 1	13	1090	13** (+0%)
DR 2	11	935	11** (+0%)
Euronews	6	492	7** (-1 %)
FTV	6	459	5** (+1 %)
Hallmark	22	1850	24** (-2 %)
National Geographic Channel	19	1592	19** (+0%)
NRK 1	7	604	8** (-1 %)
NRK 2	6	492	6** (+0%)
Showtime	9	780	11** (-2 %)
Sky News	9	754	10** (-1 %)
TCM	18	1478	17** (+1 %)
Travel Channel	18	1465	19** (-1 %)
YLE 1	7	601	7** (+0 %)
YLE 2	3	265	4** (-1 %)
Antal intervjuer	3229	8282	

* Avser mätningen från v 36-43 2008 (Q3) ** Avser mätningen från v 16-23 2008 (Q2)

Tabellen nedan redovisar penetrationssiffror för ett antal kanaler uppdelat per kön, ålder 9-99 år. Mätperiod: v 44-50 2008.

För samtliga kanaler gäller att män har lika hög eller 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	99	100
SVT2	99	100
TV3	86	86
TV4	99	99
Kanal5	85	85
TV6	88	84
MTV	70	62
Discovery	58	52
Eurosport	59	54
TV8	66	59
TV4Plus	80	80
TV4Fakta	46	42
TV400	40	33
Kanal9	61	57
SVT24	89	84
Barnkanalen	81	76
Kunskapskanalen	80	77
ZTV	42	36
TV4Film	47	40
TV4 Sport	52	41
TV4 Guld	14	10
TV4 Komedi	14	10
TV4 Science Fiction	10	7
The Voice TV	18	16
Jetix	14	10
Nickelodeon	35	30
Antal intervjuer	1541	1710

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 44-50 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	92	87	95	79
Jetix	16	19	35	12
Disney Channel	35	42	59	29
Toon Disney	22	25	40	16
Playhouse Disney	20	21	35	13
Nickelodeon	47	49	74	32
Cartoon Network				
Antal intervjuer	495	1135	88	

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 44-50 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	100	100	100
SVT2	99	99	99	99
TV3	90	89	88	86
TV4	99	99	99	99
Kanal5	90	88	88	85
TV6	91	90	89	86
MTV	78	78	75	66
Discovery	62	61	61	55
Eurosport	59	59	60	56
TV8	65	66	66	63
TV4Plus	83	84	84	80
TV4Fakta	44	45	48	44
TV400	42	44	42	36
Kanal9	62	63	62	59
SVT24	84	87	88	86
Barnkanalen	80	83	81	79
Kunskapskanalen	74	79	80	78
ZTV	46	47	44	39
TV4Film	46	48	48	43
TV4 Sport	45	47	47	46
TV4 Guld	12	12	13	12
TV4 Komedi	14	13	13	12
TV4 Science Fiction	10	10	10	9
The Voice TV	27	25	21	17
Jetix	13	13	13	12
Nickelodeon	37	40	37	32
Antal intervjuer	821	1311	2161	3251