

## MMS kanalpenetrationsundersökning

### Om MMS kanalpenetrationsundersökning

MMS utför fristående kanalpenetrationsundersökningar fyra gånger per år, två gånger på våren och två gånger på hösten, rapporterna benämns Q1-Q4. Dessa används bland annat av tv-kanaler och mediebyråer. Resultaten används inte vid utformningen av tittarpanelen och peplemetersystemet 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 Q4 från hösten 2008, v 44-50. Tidigare rapporter finns på MMS hemsida: <http://www.mms.se/rapporter/tv-landskapet/kanalpenetration.asp>

Under perioden 9 februari till och med 5 april har 3 439 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 3244 personer.

### Kommentar till resultat från undersökningen

Jämfört med den senaste mätningen, som utfördes vecka 44-50 2008, så ligger de flesta på samma nivå. Förändringarna ligger inom felmarginalen för de allra flesta.

Vid framräkningen av befolkningstalen har resultaten från Basundersökning 2009:1 använts. I den uppgår Sveriges TV-befolkning 9-99 år till 8 271 000 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](mailto: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 7-14 2009.

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	8188	100* (-1 %)
SVT2	99	8188	99* (+0 %)
TV3	86	7113	86* (+0 %)
TV4	100	8271	99* (+1 %)
Kanal5	86	7113	85* (+1 %)
TV6	86	7113	86* (+0 %)
MTV	67	5542	66* (+1 %)
Discovery	54	4466	55* (-1 %)
Eurosport	55	4549	56* (-1 %)
TV8	64	5293	63* (+1 %)
TV4Plus	78	6451	80* (-2 %)
TV4Fakta	47	3887	44* (+3 %)
TV400	37	3060	36* (+1 %)
Kanal9	61	5045	59* (+2 %)
SVT24	85	7030	86* (-1 %)
Barnkanalen	76	6286	79* (-3 %)
Kunskapskanalen	77	6369	78* (-1 %)
ZTV	39	3226	39* (+0 %)
TV4Film	41	3391	43* (-2 %)
TV4 Sport	49	4053	46* (+3 %)
TV4 Guld	13	1075	12* (+1 %)
TV4 Komedi	15	1241	12* (+3 %)
TV4 Science Fiction	8	662	9* (-1 %)
Jetix	11	910	12* (-1 %)
Disney Channel	28	2316	29* (-1 %)
Toon Disney	17	1406	16* (+1 %)
Playhouse Disney	14	1158	13* (+1 %)
Nickelodeon	32	2647	32* (+0 %)
Canal+ First	13	1075	13* (+0 %)
Canal+ Sport 1	14	1158	14* (+0 %)
TV7	24	1985	25** (-1 %)
Star	14	1158	20** (-6 %)
Boomerang	5	414	i.u.
Comedy Central	10	827	i.u.
Cartoon Network	19	1571	20** (-1 %)
DITV	7	579	7** (+0 %)
Eurosport 2	13	1075	14** (-1 %)
Silver	11	910	9** (+2 %)
VH1	14	1158	21** (-7 %)
Viasat Nature/Crime	11	910	12** (-1 %)
Viasat Explorer	10	827	10** (+0 %)
Viasat History	12	993	11** (+1 %)
Viasat Sport	14	1158	i.u.
Viasat Fotboll	9	744	i.u.
Viasat Sport Motor	8	662	i.u.
Viasat Golf	5	414	4** (+1 %)
Viasat Sport HD	3	248	i.u.
<b>Antal intervjuer</b>	<b>3244</b>	<b>8271</b>	

\* Avser mätningen från v 44-50 2008 (Q4) \*\* Avser mätningen från v 36-43 2008 (Q3)

Tabellen nedan redovisar penetrationssiffror för ett antal kanaler uppdelat per kön, ålder 9-99 år. Mätperiod: v 7-14 2009.

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	99
SVT2	100	99
TV3	87	86
TV4	99	100
Kanal5	87	85
TV6	88	85
MTV	70	64
Discovery	59	50
Eurosport	58	52
TV8	67	61
TV4Plus	79	77
TV4Fakta	50	45
TV400	43	32
Kanal9	64	57
SVT24	87	83
Barnkanalen	78	74
Kunskapskanalen	79	76
ZTV	42	35
TV4Film	46	37
TV4 Sport	56	42
TV4 Guld	15	11
TV4 Komedi	18	12
TV4 Science Fiction	9	6
Comedy Central	13	7
Jetix	13	9
Nickelodeon	34	31
<b>Antal intervjuer</b>	<b>1572</b>	<b>1672</b>

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 7-14 2009.

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	95	82	87	76
Jetix	21	18	30	11
Disney Channel	44	43	51	28
Toon Disney	29	27	39	17
Playhouse Disney	29	23	40	14
Nickelodeon	56	50	67	32
Cartoon Network	32	30	41	19
Boomerang	9	7	23	5
<b>Antal intervjuer</b>	<b>496</b>	<b>1051</b>	<b>83</b>	<b>3244</b>

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 7-14 2009.

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	99	99
SVT2	100	100	100	99
TV3	90	90	90	86
TV4	100	100	100	100
Kanal5	90	90	89	86
TV6	91	90	89	86
MTV	80	80	77	67
Discovery	60	62	62	54
Eurosport	54	57	58	55
TV8	68	68	68	64
TV4Plus	81	82	83	78
TV4Fakta	48	52	53	47
TV400	45	48	45	37
Kanal9	65	66	65	61
SVT24	83	87	87	85
Barnkanalen	78	83	81	76
Kunskapskanalen	73	79	80	77
ZTV	44	47	45	39
TV4Film	44	48	48	41
TV4 Sport	48	51	51	49
TV4 Guld	15	15	15	13
TV4 Komedi	18	19	18	15
TV4 Science Fiction	10	10	10	8
Comedy Central	15	15	13	10
Jetix	12	14	14	11
Nickelodeon	37	42	40	32
<b>Antal intervjuer</b>	<b>798</b>	<b>1308</b>	<b>2168</b>	<b>3244</b>