

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 Q1 från våren 2009, v 7-14. Tidigare rapporter finns på MMS hemsida: <http://www.mms.se/rapporter/tv-landskapet/kanalpenetration.asp>

Under perioden 6 april till och med 31 maj har 3 453 intervjuer genomförts med personer i åldrarna 9-99 år. Av dessa uppgav 207 personer att de inte har TV och siffrorna i rapporten baseras på de som uppger att de har TV, totalt 3246 personer.

Kommentar till resultat från undersökningen

Jämfört med den senaste mätningen, som utfördes vecka 7-14 2009, 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.

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 15-22 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	99* (+-0 %)
SVT2	99	8188	99* (+-0 %)
TV3	87	7196	86* (+1 %)
TV4	99	8188	100* (-1 %)
Kanal5	87	7196	86* (+1 %)
TV6	87	7193	86* (+1 %)
MTV	66	5459	67* (-1 %)
Discovery	55	4549	54* (+1 %)
Eurosport	55	4549	55* (+-0 %)
TV8	66	5459	64* (+2 %)
TV4Plus	79	6534	78* (+1 %)
TV4Fakta	47	3887	47* (+-0 %)
TV400	37	3060	37* (+-0 %)
Kanal9	65	5376	61* (+4 %)
SVT24	85	7030	85* (+-0 %)
Barnkanalen	76	6369	76* (+-0 %)
Kunskapskanalen	77	6268	77* (+-0 %)
ZTV	39	2326	39* (+-0 %)
TV4Film	39	3226	41* (-2 %)
TV4 Sport	50	4136	49* (+1 %)
TV4 Guld	14	1158	12* (+2 %)
TV4 Komedi	15	1241	15* (+-0 %)
TV4 Science Fiction	8	662	8* (+-0 %)
Jetix	13	1075	11* (-2 %)
Disney Channel	27	2233	28* (-1 %)
Toon Disney	17	1406	17* (+-0 %)
Playhouse Disney	14	1158	14* (+-0 %)
Nickelodeon	31	2564	32* (-1 %)
Axess TV	16	1323	15** (+1 %)
Canal+ First	13	1075	13* (+-0 %)
Canal+ Sport 1	14	1158	14* (+-0 %)
TV7	23	1902	24* (-1 %)
Star	14	1158	14* (+-0 %)
Comedy Central	11	910	10* (+1 %)
Animal Planet	40	3308	41** (-1 %)
BBC Entertainment	16	1323	21** (-5 %)
BBC World	20	1654	19** (+1 %)
CNBC	11	910	11** (+-0 %)
CNN	32	2647	37** (-5 %)
Discovery Civilisation	9	744	11** (-2 %)
Discovery Science Channel	9	744	9** (+-0 %)
Discovery Travel & Living	11	910	11** (+-0 %)
Showtime	11	910	9** (+2 %)
TCM	17	1406	18** (-1 %)
TV1000 HD	4	331	i.u.
TV1000	12	993	i.u.
TV1000 Drama	9	744	i.u.
TV1000 Family	10	827	i.u.
TV1000 Action	10	827	i.u.
TV1000 Nordic	9	744	i.u.
TV1000 Classic	9	744	i.u.
Antal intervjuer	3246	8271	

* Avser mätningen från v 7-14 2009 (Q1) ** Avser mätningen från v 44-50 2008 (Q4)

Tabellen nedan redovisar penetrationssiffror för ett antal kanaler uppdelat per kön, ålder 9-99 år. Mätperiod: v 15-22 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	99	99
TV3	88	87
TV4	99	99
Kanal5	88	86
TV6	89	85
MTV	70	63
Discovery	60	51
Eurosport	59	52
TV8	70	62
TV4Plus	80	78
TV4Fakta	49	44
TV400	42	32
Kanal9	69	61
SVT24	89	81
Barnkanalen	79	74
Kunskapskanalen	80	75
ZTV	44	33
TV4Film	44	34
TV4 Sport	58	42
TV4 Guld	16	12
TV4 Komedi	18	13
TV4 Science Fiction	10	6
Comedy Central	16	8
Jetix	16	10
Nickelodeon	35	28
Antal intervjuer	1538	1708

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 15-22 2009.

För samtliga kanaler gäller att medvetenheten är större bland dem med barn i hushållet jämfört med samtliga individer. 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	94	85	96	76
Jetix	18	21	31	13
Disney Channel	35	42	45	27
Toon Disney	24	27	29	17
Playhouse Disney	24	24	28	14
Nickelodeon	51	48	60	31
Antal intervjuer	449	947	75	3246

Tabellen nedan visar penetrationen för ett antal kanaler i tre åldersgrupper; 15-34 år, 15-44 år, 12-59 och 15-59 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 15-22 2009.

Kanal	Alla 15-34 år % TV-bef.	Alla 15-44 år % TV-bef.	Alla 12-59 år % TV-bef.	Alla 15 -59 år % TV-bef.	Alla 9-99 år % TV-bef.
SVT1	100	100	99	99	99
SVT2	99	99	99	99	99
TV3	93	92	91	91	87
TV4	99	100	99	99	99
Kanal5	93	93	91	91	87
TV6	91	90	90	90	87
MTV	82	81	78	78	66
Discovery	63	62	63	62	55
Eurosport	58	59	60	60	55
TV8	72	72	72	72	66
TV4Plus	83	83	83	83	79
TV4Fakta	46	49	51	51	47
TV400	45	46	45	45	37
Kanal9	74	72	71	71	65
SVT24	86	88	88	88	85
Barnkanalen	79	82	81	80	76
Kunskapskanalen	76	80	80	80	77
ZTV	47	48	46	46	39
TV4Film	41	44	46	45	39
TV4 Sport	52	53	53	53	50
TV4 Guld	14	15	16	16	14
TV4 Komedi	16	17	17	17	15
TV4 Science Fiction	9	10	10	9	8
Comedy Central	15	16	15	15	11
Jetix	14	16	16	15	13
Nickelodeon	39	41	39	38	31
Antal intervjuer	817	1286	2140	2012	3246