

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 eller 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 Q2 från våren 2009, v 15-22. Tidigare rapporter finns på MMS hemsida: <http://www.mms.se/rapporter/tv-landskapet/kanalpenetration.asp>

Under perioden 31 augusti till och med 25 oktober har 3 409 intervjuer genomförts med personer i åldrarna 9-99 år. Av dessa uppgav 214 personer att de inte har TV och siffrorna i rapporten baseras på de som uppger att de har TV, totalt 3 195 personer.

Nytt för hösten 2009

Nytt för denna undersökning är att vi har utökat antalet målgrupper som vi visar penetrationstal för. Vi har delta upp de kommersiella målgrupperna för de största kanalerna på män och kvinnor samt att vi tagit fram penetration för respektive kanals huvudmålgrupp.

Kommentar till resultat från undersökningen

Jämfört med den senaste mätningen, som utfördes vecka 15-22 2009, så ligger de flesta på samma nivå. Förändringarna ligger inom felmarginalen för de allra flesta.

Vid framräkningen av befolkningstalen har resultaten från Basundersökning 2009:2 använts. I den uppgår Sveriges TV-befolkning 9-99 år till 8 329 000 personer.

Slumpfelsmarginal

I en undersökning med 3 200 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 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	8246	99* (+-0 %)
SVT2	99	8246	99* (+-0 %)
TV3	87	7246	87* (+-0 %)
TV4	100	8329	99* (+1 %)
Kanal5	86	7163	87* (-1 %)
TV6	87	7246	87* (+-0 %)
MTV	65	5414	66* (-1 %)
Discovery	53	4414	55* (-2 %)
Eurosport	53	4414	55* (-2 %)
TV8	65	5414	66* (-1 %)
TV4Plus	77	6413	79* (-2 %)
TV4Fakta	45	3748	47* (-2 %)
TV400	35	2915	37* (-2 %)
Kanal9	62	5164	65* (-3 %)
SVT24	84	6996	85* (-1 %)
Barnkanalen	74	6163	76* (-2 %)
Kunskapskanalen	77	6413	77* (+-0 %)
ZTV	38	3165	39* (-1 %)
TV4Film	41	3415	39* (+2 %)
TV4 Sport	51	4248	50* (+1 %)
TV4 Guld	13	1083	14* (-1 %)
TV4 Komedi	17	1416	15* (+2 %)
TV4 Science Fiction	8	666	8* (+-0 %)
Disney XD	9	750	i.u.
Disney Channel	27	2249	27* (+-0 %)
Playhouse Disney	14	1166	14* (+-0 %)
Nickelodeon	30	2499	31* (-1 %)
Axess TV	18	1499	16* (+2 %)
Canal+ First	13	1083	13* (+-0 %)
Canal+ Sport 1	14	1166	14* (+-0 %)
TV7	24	1999	23* (+1 %)
Star	13	1083	14* (-1 %)
Comedy Central	14	1166	11* (+3 %)
Boomerang	4	333	5** (-1 %)
Canal 7	13	1083	i.u.
Cartoon network	19	1583	19** (+-0 %)
DITV	7	583	7** (+-0 %)
Eurosport 2	12	999	13** (-1 %)
Silver	10	833	11** (-1 %)
VH1	15	1249	14** (+1 %)
Viasat Nature/Crime	11	916	11** (+-0 %)
Viasat Explorer	9	750	10** (-1 %)
Viasat History	11	916	12** (-1 %)
Viasat Sport	15	1249	14** (+1 %)
Viasat Fotboll	11	916	9** (+2 %)
Viasat Motor	10	833	8** (+2 %)
Viasat Golf	7	583	5** (+2 %)
Viasat Hockey	7	583	i.u.
Antal intervjuer	3195	8329	

* Avser mätningen från v 15-22 2009 (Q2) ** Avser mätningen från v 7-14 2009 (Q1)

Tabellen nedan redovisar penetrationssiffror för ett antal kanaler uppdelat per kön, ålder 9-99 år. Mätperiod: v 36-43 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	87	87
TV4	100	100
Kanal5	87	85
TV6	89	85
MTV	70	61
Discovery	58	48
Eurosport	58	48
TV8	69	61
TV4Plus	78	76
TV4Fakta	49	42
TV400	40	30
Kanal9	64	59
SVT24	87	82
Barnkanalen	78	71
Kunskapskanalen	80	74
ZTV	43	34
TV4Film	46	36
TV4 Sport	60	43
TV4 Guld	16	11
TV4 Komedi	19	14
TV4 Science Fiction	10	7
Comedy Central	18	11
Nickelodeon	33	27
Disney XD	11	7
Antal intervjuer	1539	1656

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 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	92	84	96	74
Disney Channel	36	40	62	27
Disney XD	18	16	44	9
Nickelodeon	46	48	74	30
Playhouse Disney	26	22	44	14
Antal intervjuer	488	950	68	3195

Tabellen nedan visar penetrationen för ett antal kanaler i fyra 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 36-43 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	99	99	99	99	99
SVT2	99	99	99	99	99
TV3	90	90	90	90	87
TV4	99	100	100	100	100
Kanal5	90	90	90	90	86
TV6	91	90	90	90	87
MTV	78	77	74	74	65
Discovery	60	59	59	59	53
Eurosport	53	55	56	57	53
TV8	67	68	69	69	65
TV4Plus	79	80	81	82	77
TV4Fakta	46	49	50	50	45
TV400	44	44	42	42	35
Kanal9	66	66	66	66	62
SVT24	80	85	86	87	84
Barnkanalen	74	79	78	77	74
Kunskapskanalen	72	77	78	78	77
ZTV	45	47	45	45	38
TV4Film	44	47	47	47	41
TV4 Sport	53	54	54	55	51
TV4 Guld	13	15	15	15	13
TV4 Komedi	19	19	19	19	17
TV4 Science Fiction	9	10	10	10	8
Comedy Central	21	21	19	19	14
Nickelodeon	32	37	36	35	30
Disney XD	11	13	11	10	9
Antal intervjuer	815	1309	2115	2003	3195

Tabellen nedan visar penetrationen för män i fyra 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. Mätperiod: v 36-43 2009.

Kanal	Män 15-34 år % TV-bef.	Män 15-44 år % TV-bef.	Män 12-59 år % TV-bef.	Män 15 -59 år % TV-bef.	Män 9-99 år % TV-bef.
SVT1	99	99	99	99	99
SVT2	99	99	99	99	99
TV3	90	91	91	91	87
TV4	100	100	100	100	100
Kanal5	90	91	90	90	87
TV6	93	92	92	91	89
MTV	79	79	78	78	70
Discovery	64	65	63	63	58
Eurosport	59	61	62	62	58
TV8	72	74	73	74	69
TV4Plus	80	82	82	83	78
TV4Fakta	48	53	53	54	49
TV400	46	49	47	48	40
Kanal9	67	68	68	69	64
SVT24	83	88	88	89	87
Barnkanalen	78	81	80	79	78
Kunskapskanalen	75	79	81	81	80
ZTV	47	50	49	49	43
TV4Film	46	51	51	52	46
TV4 Sport	60	63	64	64	60
TV4 Guld	16	18	17	18	16
TV4 Komedi	20	22	22	22	19
TV4 Science Fiction	10	11	11	11	10
Comedy Central	25	26	23	24	18
Nickelodeon	31	38	38	38	33
Disney XD	13	15	13	13	11
Antal intervjuer	409	648	1030	971	1539

Tabellen nedan visar penetrationen för kvinnor i fyra 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. Mätperiod: v 36-43 2009.

Kanal	Kvinnor 15-34 år % TV-bef.	Kvinnor 15-44 år % TV-bef.	Kvinnor 12-59 år % TV-bef.	Kvinnor 15 -59 år % TV-bef.	Kvinnor 9-99 år % TV-bef.
SVT1	99	99	99	99	99
SVT2	99	99	99	99	99
TV3	90	89	90	90	87
TV4	99	99	100	100	100
Kanal5	89	88	89	89	85
TV6	89	88	88	88	85
MTV	76	74	70	70	61
Discovery	56	54	55	55	48
Eurosport	46	50	51	52	48
TV8	62	62	64	64	61
TV4Plus	77	79	80	80	76
TV4Fakta	43	45	47	47	42
TV400	42	40	37	37	30
Kanal9	65	64	63	63	59
SVT24	78	82	84	84	82
Barnkanalen	71	76	75	74	71
Kunskapskanalen	69	74	76	76	74
ZTV	43	43	41	41	34
TV4Film	42	43	42	42	36
TV4 Sport	46	45	45	45	43
TV4 Guld	10	11	12	12	11
TV4 Komedi	18	16	16	16	14
TV4 Science Fiction	8	9	8	8	7
Comedy Central	17	16	14	14	11
Nickelodeon	32	36	34	32	27
Disney XD	10	10	9	8	7
Antal intervjuer	406	661	1085	1032	1656

Tabellen nedan visar penetrationen i respektive kanals huvudmålgrupp. De flesta kanaler har högre penetration i sina huvudmålgrupper än i alla 9-99 år. Mätperiod: v 36-43 2009.

Kanal	Alla 9-59 år % TV-bef.	Alla 12-59 år % TV-bef.	Alla 15-24 år % TV-bef.	Alla 15-34 år % TV-bef.	Alla 15-44 år % TV-bef.	Alla 15-49 år % TV-bef.
SVT1	99					
SVT2	99					
TV3					90	90
TV4		100				
Kanal5					90	
TV6				91	90	90
MTV			82	78		
TV8					68	69
Kanal9					66	
Barnkanalen	78					
Kunskapskanalen	78					
TV4Film		47				
Antal intervjuer	2183	2115	466	815	1309	1540

Kanal	Alla 20-44 år % TV-bef.	Alla 25-59 år % TV-bef.	Alla 30-59 år % TV-bef.	Kvinnor 15-39 år % TV-bef.	Män 25-39 år % TV-bef.	Män 25-59 år % TV-bef.
Kanal5			89			
TV6		89				
Discovery					62	
Eurosport						62
TV8		70				
TV4Plus		82				
TV4Fakta		50				
TV400				40		
Kanal9			65			
TV4 Sport						65
Comedy Central	18					
Antal intervjuer	1043	1537	1385	533	274	731