

*Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo*

## **NACIONALNA RAZISKAVA BRANOSTI – NRB PO DOLGEM ČASU SPODBUDNI REZULTATI ZA TISKANE MEDIJE**

*Ljubljana, 28. julij:* Svet pristopnikov k NRB in izvajalec raziskave družba Valicon sta danes objavila aktualne valutne podatke NRB, ki pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice poteka že deveto leto. Pred pol leta smo že ugotavljali, da se negativni trend padanja branosti umirja, lahko tokrat pa lahko zapišemo, da se je trend obrnil v pozitivno smer. Valutni podatki za obdobje 2. polletje 2009 – 1. polletje 2010 namreč kažejo, da je skupna branost (seštevek dosegov merjenih medijev v obeh obdobjih) za 2% višja kot v predhodnem obdobju. Seštevki dosegov so v primerjavi z letom 2009 višji v naslednjih kategorijah: dnevniki\* (+1.3%), priloge (+2.6%), dvotedniki (+3.3%), mesečniki (+1.9%) in brezplačniki (+5.9%).

Pozitivni rezultat dopolnjuje ugotovitev, da **je v zadnjem valutnem obdobju desetim edicijam branost značilno zrasla, le petim pa značilno padla**, kar je pomemben obrat glede na zadnjih nekaj obdobjih, ko je bilo to razmerje vedno v prid statistično značilnim padcem branosti.

### **Na vrhu brez sprememb**

**Na prvih dveh mestih sta ostala brezplačnik Žurnal in priloga Dela in Slovenskih novic Vikend**, ki sta hkrati edini dve ediciji s povprečnim dosegom nad 20% populacije v starosti od 10 do 75 let, prvi s 370, drugi pa s 350 bralci na povprečno izdajo. Sledijo brezplačnik Dobro jutro (328 tisoč bralcev na izdajo), Nedeljski dnevnik (326 tisoč), njegova priloga Pilot (321 tisoč), klub edicij, ki dosegajo nad 300 bralcev na izdajo pa zaključujejo priloga Ona (319 tisoč), Slovenske novice (305 tisoč) ter še ena priloga, Delo in dom (303 tisoč). Med deseterico najbolj branih tiskanih edicij v Sloveniji sta še brezplačni dnevnik Žurnal24 (287 tisoč) ter priloga Moj dom (266 tisoč). **Obe navedeni ediciji sta hkrati edini med prvih deset najbolj branih, katerih branost je statistično značilno višja** glede na predhodno obdobje.

Tabela 1 – 20 najbolj branih tiskanih edicij v obdobju 2. polletje 2009 / 1. polletje 2010

2009/10	2009		v %	v 000
1	1	ŽURNAL	21,7	370
2	2	VIKEND	20,5	350
3	4	DOBRO JUTRO	19,2	328
4	6	NEDELJSKI DNEVNIK	19,1	326
5	3	PILOT	18,8	321
6	7	ONA	18,7	319
7	5	SLOVENSKE NOVICE	17,8	305
8	8	DELO IN DOM	17,8	303
9	9	ŽURNAL24	16,8	287
10	10	MOJ DOM	15,6	266
11	11	POLET	13,6	232
12	13	OGNJIŠČE	13,2	225
13	12	LADY	12,9	220
14	14	MOTOREVIJA	11,1	189
15	15	NIKA	10,5	180
16	17	NATIONAL GEOGRAPHIC	10,0	171
17	16	ZDRAVJE	9,2	157
18	18	RAZVEDRILLO	8,3	142
19	21	NEDELO	8,3	142
20	22	CICIBAN	7,8	133

**Najbolj brane edicije po kategorijah** (v oklepaju je povprečni doseg v tisočih bralcev):

- Dnevnik: Slovenske novice (305)
- Priloge: Vikend (350)
- Večdnevnik: Salomonov oglasnik (51)
- Tednik: Nedeljski dnevnik (326)
- Dvotednik: Razvedrilo (142)
- Mesečnik: Ognjišče (225)
- Dvo/Večmesečnik: Naš dom (89)
- Brezplačnik: Žurnal (370)

### **Branost plačljivih revij**

V NRB skoraj polovico merjenih edicij predstavljajo plačljive revije, ki jih lahko uvrstimo v skupino »potrošnikovih revij«, kakor bi lahko prevedli angleški izraz »consumer magazines«. Za uvrstitev posamezne edicije v to kategorijo smo uporabili sledeče kriterije:

- revija je namenjena fizičnim osebam, torej potrošnikom;
- revija je plačljiva, torej dosegljiva proti plačilu na prodajnih mestih in preko naročniškega razmerja (članske revije, ki jih člani prejemajo brezplačno, so izločene);
- revijalni format (velikost in kakovost papirja).

Iz seznama smo nadalje izločili enigmatiko in oglasnike, ki ne ponujajo klasičnih člankov oz. vsebin, ter otroške revije, namenjene bralcem, mlajšim od 15 let.

**Takšnih revij je v NRB 71.** Na vrhu lestvice po branosti se že leta izmenjujeta Ognjišče in Lady (prva s 225, druga pa z 220 tisoč bralci na izdajo v zadnjem valutnem obdobju), razlika med njima je redkokdaj statistično značilna. Hkrati sta bili to dolgo časa tudi edini reviji z dosegom nad 10% bralcev v starosti od 10 do 75 let, natanko 10% branost ali v povprečju 171 tisoč bralcev na izdajo pa tokrat dosega tretja najbolj brana revija, National Geographic. Sledi »ženski paket« revij, katerih

večino občinstva predstavlja ženska populacija v različnih starostnih obdobjih, to so Zdravje, Jana, Vzajemna, Anja, Cosmopolitan, lestvico prvih desetih pa zaključujeta reviji Naš dom in Nova.

Čeprav med prvih 20 (oz. 21, saj si zadnji dve delita popolnoma enak doseg), ni nobene revije z značilno rastjo ali padcem branosti, pa je seštevek dosegov teh revij za 2.4% višji kot v predhodnem valutnem obdobju, tudi v spodnjem delu lestvice pa rezultat ni bistveno slabši - **branost plačljivih revij je torej stabilna.**

Tabela 2 – Najbolj brane plačljive revije

	v %	v 000
OGNJIŠČE	13,2	225
LADY	12,9	220
NATIONAL GEOGRAPHIC	10,0	171
ZDRAVJE	9,2	157
JANA	6,8	117
VZAJEMNA	6,4	110
ANJA	6,2	105
COSMOPOLITAN	5,8	99
NAŠ DOM	5,2	89
NOVA	4,9	83
GEA	4,8	82
VZAJEMNOST	4,7	80
READERS DIGEST	4,6	79
VIVA	4,6	78
NAŠA ŽENA	4,5	76
AVTO MAGAZIN	4,4	75
SMRKLJA	4,3	73
PIL	4,3	73
ROŽE & VRT	4,2	71
LEPA in ZDRAVA	3,7	64
GAIA	3,7	64

### Radijski vrh pred spremembo?

Po dolgih letih vladavine prvega in drugega programa Radia Slovenija na prvih dveh mestih lahko tokrat prvič zapišemo, da je drugo mesto ogroženo, saj se je **Radio 1 na tretjem mestu močno približal prvemu programu Radia Slovenija** – razlika med njima ni več statistično značilna, poleg tega pa je Radio 1 v zadnjem obdobju dosegel statistično značilno rast poslušanosti. Če se bo tak trend nadaljeval, lahko ob naslednji objavi podatkov pričakujemo spremembo na drugem mestu. Pri ostalih radijskih postajah ni prišlo do statistično značilnih sprememb poslušanosti.

Tabela 3 – Najbolj poslušane radijske postaje

	dnevni doseg	v 000
VAL 202	10,7	183
PRVI PROGRAM RADIA SLOVENIJA	9,2	158
RADIO 1	8,5	145
CITY	4,9	83
VESELJAK	4,3	73
RADIO CENTER	3,9	67
HIT DOMŽALE	3,5	59
SRAKA	2,5	43
OGNJIŠČE	2,5	42
MURSKI VAL	2,4	41
RADIO KOPER	2,3	40
KRKA	2,0	35
ROGLA	1,9	33
RADIO MARIBOR	1,9	32
ŠTAJERSKI VAL	1,9	32
FANTASY	1,9	32
PTUJ	1,9	32
ANTENA	1,7	29
KOROŠKI RADIO	1,6	27
CELJE	1,4	24
ZELENI VAL	1,4	24
MAXI - PRLEŠKI VAL	1,4	24
EKSPRES	1,4	24

### Podatki o raziskavi

Naročnik NRB	SOZ – Svet pristopnikov k NRB
Izvajalec NRB	Valicon d.o.o., Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana
Valutno obdobje 2009/II-2010/I	3.7.2009 – 2.7.2010
Metoda anketiranja	CAPI (računalniško podprto osebno anketiranje)
Vzorčni okvir	10 – 75 let
Velikost vzorca	n=6.918
Reprezentativnost	spol in starost, izobrazba, regija in tip naselja, dan v tednu
Število merjenih edicij	153
Več informacij	za naročnike podatkov: <a href="mailto:alenska.pfajfar@valicon.net">alenska.pfajfar@valicon.net</a> za novinarje: <a href="mailto:andraz.zorko@valicon.net">andraz.zorko@valicon.net</a>

\* V kategoriji dnevnik je vključen tudi brezplačni dnevnik Žurnal24, ki zato ni del kategorije brezplačniki.

**Javna predstavitev podatkov iz NRB z novinarsko konferenco bo ob objavi aktualnih valutnih podatkov NRB 2010 v drugi polovici januarja 2011.**

**Priloga:**

- Aktualni valutni podatki NRB, ki so objavljeni tudi na [www.nrb.info](http://www.nrb.info)

---

***Dodatne informacije:***

*Zoran Trojar, predsednik izvršnega odbora sveta pristopnikov k NRB pri SOZ,*

*e-pošta: [zoran.trojar@siol.net](mailto:zoran.trojar@siol.net)*

*Andraž Zorko, direktor medijskih in komunikacijskih raziskav, VALICON d.o.o.,*

*e-pošta: [andraz.zorko@valicon.net](mailto:andraz.zorko@valicon.net)*