

*Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo*

## **Nacionalna raziskava branosti – novi valutni podatki NRB**

Ljubljana, 26. julij: Z današnjim dnem so na [www.nrb.info](http://www.nrb.info) objavljeni aktualni valutni podatki Nacionalne raziskave branosti (NRB), tokrat za obdobje 4. 7. 2011 / 1. 7. 2012. Na voljo so osveženi podatki o branosti tiskanih medijev (v prilogi). Prihodnji torek, 31. 7. 2012, bo osvežen programski paket Omniview, na voljo pa bo tudi celotno pisno poročilo o branosti za aktualno valutno obdobje. Z zaključkom desetega polnega leta kontinuiranega izvajanja NRB, ki poteka pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice (SOZ), so januarja 2012 v veljavo stopila nova pravila objavljavanja valutnih podatkov NRB. Javno dostopni so podatki o edicijah pristopnikov (skupaj 93), kar predstavlja 90 odstotkov trga.

### **Pravila vključevanja tiskanih medijev v objave podatkov NRB 2012**

Založniki tiskanih medijev, pristopniki k NRB, s svojimi edicijami predstavljajo 90 odstotkov trga oglaševalskih prihodkov, hkrati pa to predstavlja le dobro polovico vseh edicij, ki jih meri NRB. Pristopniki so zavezani k financiranju raziskave v celoti. V želji, da se v bodoče čim več založnikov vključi v financiranje NRB, se je Svet pristopnikov januarja 2012 odločil, da bo javno objavljaj in dajal v uporabo samo valutne podatke za naslove tistih založnikov, ki so pristopniki k NRB. Hkrati je oblikoval posebne pogoje pristopništva za manjše založnike.

Tako so tudi v tokratno objavo aktualnih valutnih podatkov ter distribucijo podatkov v obeh paketih (B - pisno celotno poročilo in C - pregledovalnik Omniview), ki sta dostopna na trgu proti plačilu, vključeni podatki edicij pristopnikov k NRB: Adria Media Ljubljana, Časnik Finance, ČZP Večer, Delo, Dnevnik, Gorenjski glas, Mladina, Mladinska knjiga Založba, Primorske novice, Salomon / Krater Media in Žurnal Media ter petih manjših založnikov tiskanih medijev, ki so se odzvali vabilu in priključili NRB: Avto medija, Dedal, Podjetje za informiranje Murska Sobota, UMco in Tehniška založba Slovenije. Dogovori še z nekaterimi pa so v teku.

### **Pristop oziroma vključitev v NRB**

Pristopnikom se lahko priključi vsak založnik tiskanih medijev kadarkoli, podatki vsakega novega pristopnika pa bodo takoj dodani v Omniview in vključeni v naslednjo objavo aktualnih valutnih podatkov.

### **Najbolj brane tiskane edicije ohranjajo svoj status visoke stopnje branosti**

Med 93-imi edicijami pristopnikov, za katere so tokrat objavljeni podatki, je šest edicij, katerih ena povprečna številka oz. izid doseže **več kot 300.000 prebivalcev** v starosti med 10 in 75 let. To so (po vrstnem redu glede na branost): Vikend, Žurnal, Nedeljski dnevnik, Pilot, Slovenske novice ter Ona.

Najbolj bran dnevnik ostajajo Slovenske novice, visoko kotira tudi nova, nedeljska izdaja Nedeljske novice, za katere bodo prvi valutni podatki objavljeni pozimi 2013. Najbolj brana priloga je Vikend, ki je hkrati (zopet) najbolj brana tiskana izdaja periodičnega tiska v Sloveniji. Med tedniki je najbolj bran Nedeljski dnevnik, med mesečniki pa Salomonov ugankar. Najbolj bran brezplačnik ostaja Žurnal.

### Lestvica 20 najbolj branih tiskanih edicij

	doseg enega izida - VALUTA	v 000
VIKEND	22,5	383
ŽURNAL	21,5	366
NEDELJSKI DNEVNIK	18,7	319
PILOT	18,6	317
SLOVENSKE NOVICE	18,3	313
ONA	18,2	310
DELO IN DOM	16,8	286
POLET	15,1	258
ŽURNAL24	14,5	247
MOJ DOM	13,6	232
LADY	12,3	211
NIKA	10,2	174
NEDELO	8,1	139
RAZVEDRILO	7,9	135
JANA	7,0	120
DELO	7,0	119
SOBOTNA PRILOGA	6,3	107
DNEVNIK	5,7	98
VEČER	5,7	97
BONBON	5,5	93

### Tiskani mediji – medij širokega dosega

Gledano v celoti je skupni, nepodvojeni doseg 93 edicij pristopnikov kar **85 odstotkov oz. 1.451.000 oseb v starosti od 10 do 75 let** (gre za nepodvojeni doseg na ravni enega povprečnega izida posamezne od 93-ih obravnavanih edicij). Če bi torej v vsaki od 93 edicij objavili isto sporočilo le enkrat, bi z njim dosegli več kot 80 odstotkov slovenske populacije od 10 do 75 let.

Če podvajanja ne upoštevamo, dobimo zelo zgovoren podatek in sicer, da 93 edicij z eno povprečno številko (enim izidom) **doseže dobrih sedem milijonov in pol (primarnih) kontaktov**, z že prej omenjenih milijon in pol bralcev (primarnih zato, ker gre za prvi kontakt, vemo pa, da se posamezna edicija v roke vzame večkrat, praviloma več kot enkrat, kar merimo z indikatorjem PEX, ki je na voljo naročnikom raziskave). To pomeni, da **ima povprečni bralec oz. bralka v času enega izida, kontakt z vsaj petimi različnimi edicijami**, če upoštevamo le en izid za vsako od njih, če pa bi kot merilo vzeli obdobje enega meseca, je ta številka bistveno višja.

## Doseg po kategorijah tiskanih medijev

NRB meri tudi branost tiskanih medijev na ravni posameznih kategorij, ki vključuje tudi kategorije, katerih edicije sicer niso vključene v redno merjenje (npr. interna glasila podjetij). V tabeli so prikazani podatki za mesečni dosež posamezne kategorije, pri čemer so imena kategorij zapisana natanko tako, kakor v sami raziskavi, v istem vrstnem redu. Tudi ta tabela kaže na širok dosež tiskanih medijev na ravni enega meseca, saj je **kar nekaj kategorij, ki mesečno dosežejo več kot milijon različnih bralcev in bralk.**

Imeli v rokah v zadnjem mesecu	v %	v 000
DNEVNI ČASOPIS	73%	1246
PRILOGO ČASOPISA	70%	1195
REVIJO ALI ČASOPIS, KI IZHAJA TEDENSKO	64%	1092
REVIJO ALI ČASOPIS, KI IZHAJA MESEČNO	43%	734
REVIJO ALI ČASOPIS, KI IZHAJA MANJ POGOSTO	6%	102
STROKOVNO ALI SPECIALIZIRANO REVIJO (glasila strok, združenj ipd.)	13%	222
INTERNA GLASILA (podjetij, šol ipd.)	11%	188
BREZPLAČNO REVIJO ALI ČASOPIS	63%	1075
REKLAMNE REVIJE IN ČASOPISE (revije večjih podjetij, katalogi ipd. - v vezani obliki)	48%	819
REKLAMNE LETAKE IN PROSPEKTE	88%	1502

## Podatki o raziskavi

Valutno obdobje 2011/II-2012/I	4. 7. 2011 – 1. 7. 2012
Metoda anketiranja	CAPI (računalniško podprto osebno anketiranje)
Vzorčni okvir	10 – 75 let
Velikost vzorca	n=5.559
Reprezentativnost	spol in starost, izobrazba, regija in tip naselja, dan v tednu
Število merjenih edicij	151
Število edicij, za katere so objavljeni podatki	93
Več informacij	<a href="mailto:alenka.pfajfar@valicon.net">alenka.pfajfar@valicon.net</a>

Aktualni valutni podatki NRB so objavljeni tudi na spletni strani [www.nrb.info](http://www.nrb.info) .

## Priloga:

Aktualni valutni podatki NRB (obdobje 4. 7. 2011 / 1. 7. 2012)

\* \* \* \* \*

## Dodatne informacije:

mag. Zoran Trojar, predsednik IO SP NRB: [zoran.trojar@siol.net](mailto:zoran.trojar@siol.net)

Alenka Pfajfar, Valicon: [alenka.pfajfar@valicon.net](mailto:alenka.pfajfar@valicon.net)

Ana Predovič, SOZ: [ana.predovic@soz.si](mailto:ana.predovic@soz.si)