

TV-mittaritutkimus

TV-mittaritutkimus on Finnpanel Oy:n toteuttama tv-katselututkimus, jossa tutkimukseen osallistuvien talouksien television katselua mitataan elektronisesti sekunti sekunnilta.

TV-mittaritutkimukseen on satunnaisesti valittu 1100 taloutta siten, että ne edustavat TV-talouksia Suomessa. Tutkimukseen osallistuvat kaikki kolme vuotta täyttäneet perheenjäsenet, yhteensä noin 2300 henkilöä.

Tutkimusperheen jokaisen television yhteyteen asennetaan mittari, joka rekisteröi kaikkien perheenjäsenten TV-katselun ympäri vuorokauden. Katselu rekisteröidään kaukosäätimellä, jossa jokaisella perheenjäsenellä on oma tunnusnäppäimensä. Tiedot vuorokauden TV-katselusta siirtyvät yön aikana Finnpaneliin ja ensimmäiset raportit tuotetaan jo aamun aikana.

TV-mittaritutkimuksen toteutusta valvoo TV-mittaritutkimuksen ohjausryhmä, jonka jäseninä ovat Yleisradion, MTV:n, Nelonen Median, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liiton ja Mainostajien Liiton edustajat.

Tutkimuksen tilaajina ovat mm. Yleisradio, MTV, Nelonen Media, SBS Discovery Television, Fox, Viacom, tuotantoyhtiöt ja mediatoimistot.

Finnpanelin verkkosivuille päivittyy viikoittain tietoa television katselusta useissa kohderyhmissä.

Lisätietoja www.finnpanel.fi

Kansallinen Mediatutkimus, KMT

Kansallinen Mediatutkimus (KMT) on printtimedia-alan yhdessä toteuttama tutkimuskokonaisuus, joka tuottaa luetun median mediamyynnin valuutan eli viralliset lukijamäärät vajaalle 200 lehdelle ja niiden digijulkaisuille.

Lukijamäärien lisäksi KMT:ssa selvitetään tarkemmin aikakaus- ja sanomalehtien lukemista sekä lukijakunnan rakennetta. Tietoa kerätään myös yleisestä median käytöstä sekä kiinnostuksen kohteista. Tutkimuksen omistaa MediaAuditFinland ja tiedonkeruun toteuttaa TNS Gallup Oy. Tutkimuksen suunnitteluun osallistuu tilaajien edustajista koostuva asiantuntijaryhmä, jonka edustajat myös valvovat tutkimuksen toteuttamista ja raportointia.

KMT:n ensimmäinen vaihe toteutetaan puhelinhaastattelulla. Puhelinhaastattelussa kysytään vastaajien taustatiedot sekä sanomalehtien ja niiden liitteiden lukemiskysymykset. Puhelinhaastatteluja tehdään 26 000 kappaletta ja haastatteluun vastanneita värvätään netissä toteutettavaan jatkotutkimukseen.

KMT:n nettiosiossa kysytään aikakauslehtien lukemiskysymykset lehtien logoja ja kansia hyödyntäen. Nettiosiossa kysytään myös aikakaus- ja sanomalehtien digilukemiskysymykset. Tämän lisäksi nettiosiossa kysytään Aikakausmediaan ja Kärkimediaan kuuluvien lehtien omat kysymykset ja kaikille tilaajille kuuluvia yhteisiä mediankäyttökysymyksiä. Nettiosiodataan vastanneiden määrä on vähintään 9 500. Puhelinhaastattelujen yhteydessä tehdään 500 haastattelua ei-nettiä käyttävän 65+ -väestön osalta, joissa kysytään myös aikakauslehtien lukemiskysymykset ja jotka liitetään nettiosiodataan.

KMT:n perusjoukko edustaa 12 vuotta täyttäneitä suomea tai ruotsia äidinkielenään puhuvia suomalaisia Ahvenanmaata lukuun ottamatta. Tutkimusdata painotetaan Tilastokeskuksen uusimpien väestötietojen pohjalta sukupuolen, iän, äidinkielen, talouden koon ja asuinkunnan mukaan vastaamaan väestöä.

KMT-tulokset raportoidaan kahdesti vuodessa, syyskuussa ja helmikuussa, lisäksi sanomalehtien lukijamäärät ja kokonaistavoittavuus raportoidaan kuukausittain. KMT-raportointi tuottaa paitsi tilaajalehtien viralliset lukijamäärät ja -profiilit, myös lehtinimikkeiden kokonaistavoittavuudet. Kokonaistavoittavuus tuotetaan yhdistämällä KMT-tiedot verkon viralliseen valuuttaan, TNS Metrixiin.

KMT tulokset julkaistaan MediaAuditFinlandin verkkosivuilla ja kahdesti vuodessa päivittyvä data toimitetaan kustantajille ja mediatoimistoille mediasuunnittelun jälkikäsitteilyohjelmiin työstettäviksi.

Lisätietoja www.mediaauditfinland.fi

Kansallinen Radiotutkimus

Kansallinen Radiotutkimus on koko radiotoimialan yhteinen perustutkimus, jossa mitataan radioasemien ja -kanavien kuuntelijamääriä ja kuunteluun käytettyä aikaa. Tutkimus toteutetaan päiväkirjamenetelmällä, jossa tutkimukseen värvätyt henkilöt pitävät viikon ajan kirjaa radionkuuntelustaan varttiasolla. Radion kuuntelua mitataan vuoden jokaisena päivänä. Vuoden aikana toteutetaan yhteensä noin 52 tutkimuskierrosta ja kerätään tietoa yli 21.000 suomalaisen radion kuuntelusta.

Kansallisen Radiotutkimuksen tilaajia ovat Yleisradio Oy, RadioMedia ja Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto. Tutkimuksen tekijänä toimii Finnpanel Oy.

Kansallisen Radiotutkimuksen perusjoukon muodostaa yhdeksän vuotta täyttänyt suomen- ja ruotsinkielinen väestö Ahvenanmaata lukuun ottamatta. Otos poimitaan Väestörekisterikeskuksen väestötietojärjestelmästä. Puhelinnumeropäivityksessä numerottomaksi jääneestä otoksesta poimitaan osajoukko, jolle lähetetään päiväkirja taustatietokysymyksineen ilman puhelinrekrytointia. Kansallisen Radiotutkimuksen jokaiselle tutkimusviikolle rekrytoidaan uudet päiväkirjanpitäjät.

Kansallisen Radiotutkimuksen varsinaiset radionkuuntelutiedot kerätään alueellisilla kuuntelupäiväkirjoilla, jotka räätälöidään jokaiselle tutkimuskuukaudelle erikseen. Päiväkirja-alueita on 20. Päiväkirja sisältää seitsemän vuorokautta siten, että yhdellä aukeamalla on yksi vuorokausi. Vuorokausi on jaettu 96:een 15 minuutin jaksoon. Päiväkirjassa selvitetään myös kuuntelupaikka vartin tarkkuudella. Lisäksi online-päiväkirjasta on tarjolla omat sovellukset tietokone- ja mobiilikäyttöä varten.

Painotusmenetelmänä käytetään RIM-painotusta. KRT-aineisto painotetaan seuraavien muuttujien suhteen: sukupuoli ja ikä, ikä ja kieli, talouden koko, alue, alue ja kieli. Painotuksessa käytettävä väestötieto on Tilastokeskuksen väestötilastosta.

KRT:ssä käytettävät tunnusluvut ovat

- tavoittavuus (000)/%
- kuunteluminuutit koko kohderyhmässä/tavoitetussa kohderyhmässä
- profiili-%
- kuunteluosuus (%)/kaupallinen kuunteluosuus (%).

Lisätietoja <http://www.finnpanel.fi/radio.php>.

Verkkomainannon valuuttatutkimuksen tiedot tulossa