

TNS Latvia gada konference

Latvijas mediju vide pirms un pēc Latvijas iestāšanās ES

Mārtiņš Traubergs (Miks)
TNS Latvia
Mediju pētījumu projektu direktors
martins.traubergs@tns.lv
www.tns.lv

2007. gada 5. decembris



Par ko būs stāsts?

Saturs

- Mediju reklāmas tirgus Latvijā
- Patēriņš mediju grupās
 - Internets
 - TV
 - Radio
 - Prese
- Kādi **pārsteigumi** sagaidāmi nākotnē mediju vidē...?!

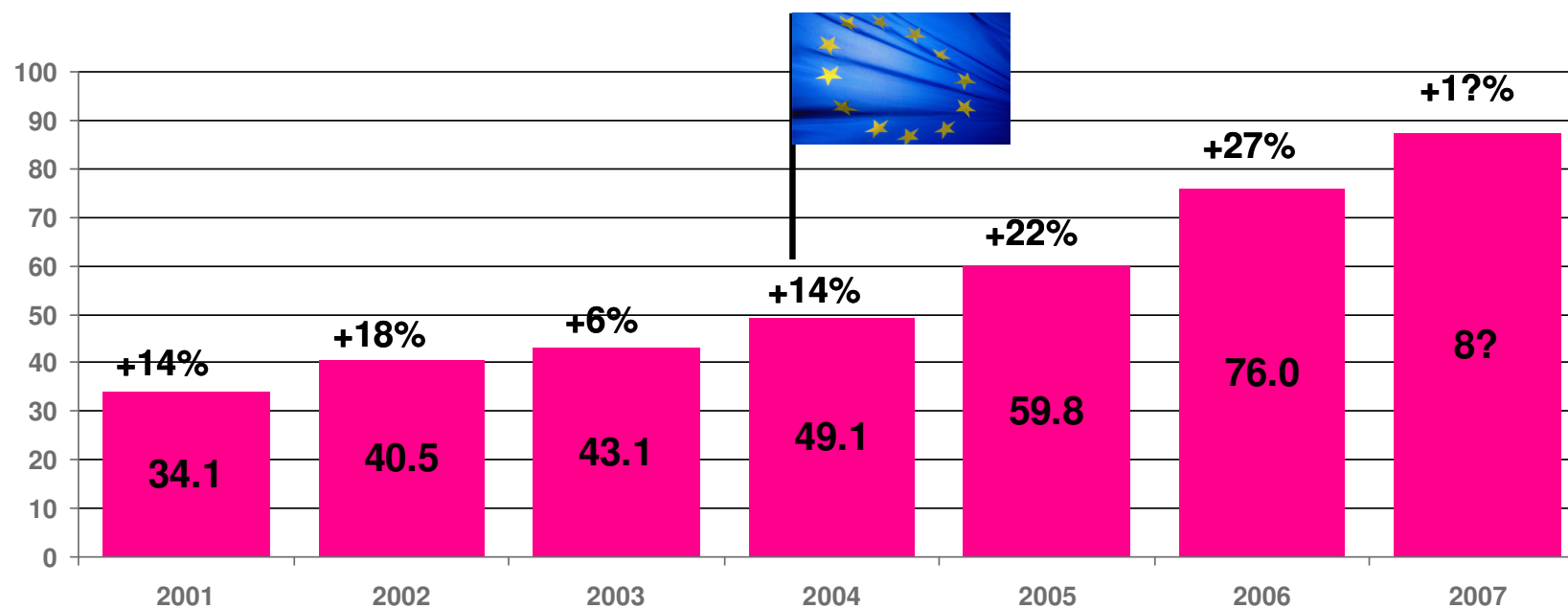
Mediju reklāmas

tirgus Latvijā

Mediju reklāmas tirgus

Miljonos LVL Net

- Stabils pieaugums, 2007. gada 1. pusgads +16%

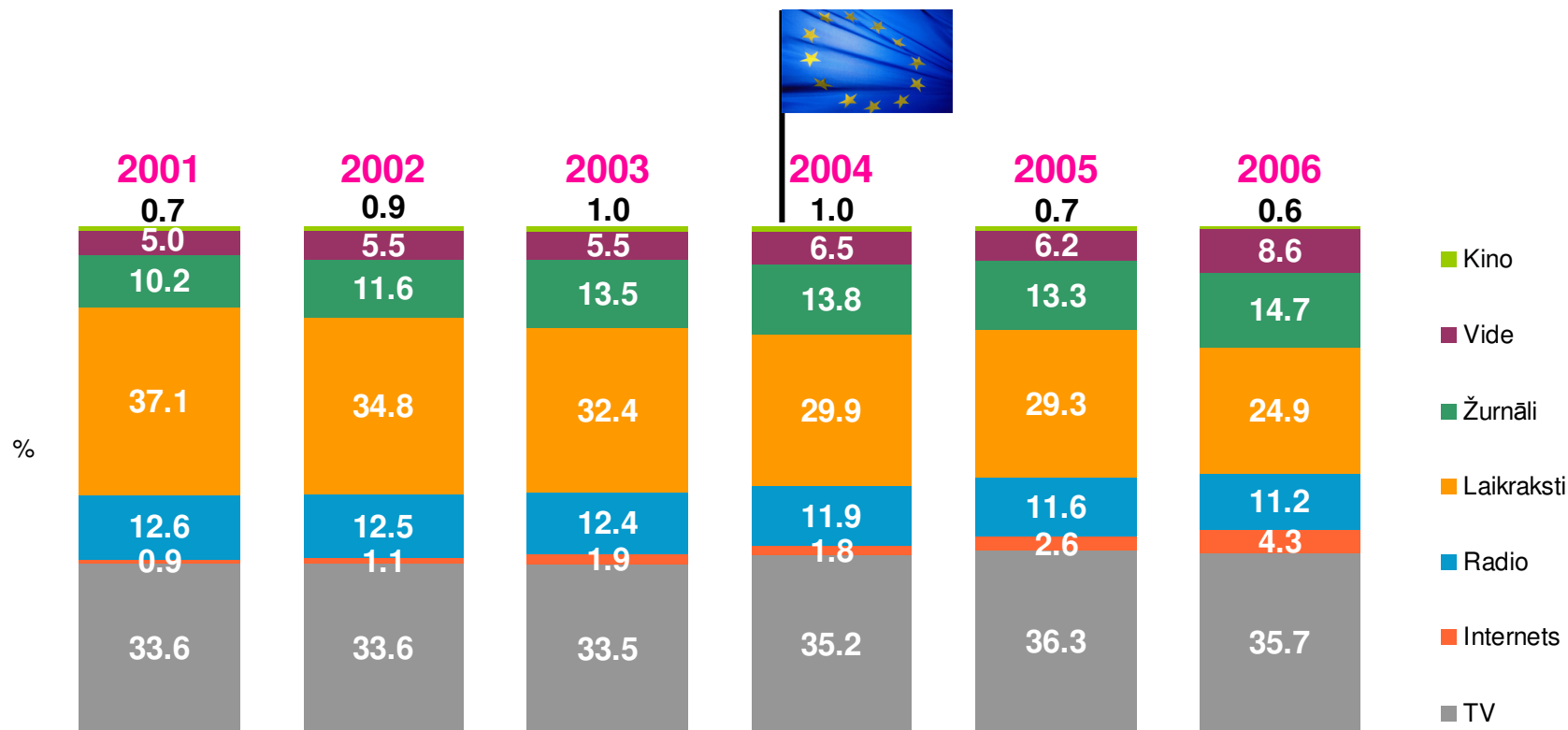


Dati: TNS Latvia, LRA

Mediju reklāmas tirgus

Sadalījums % mediju grupās

- Laikraksti vs žurnāli
- Visstraujākais pieaugums internetam, 2006. gadā +112%



Dati: TNS Latvia, LRA

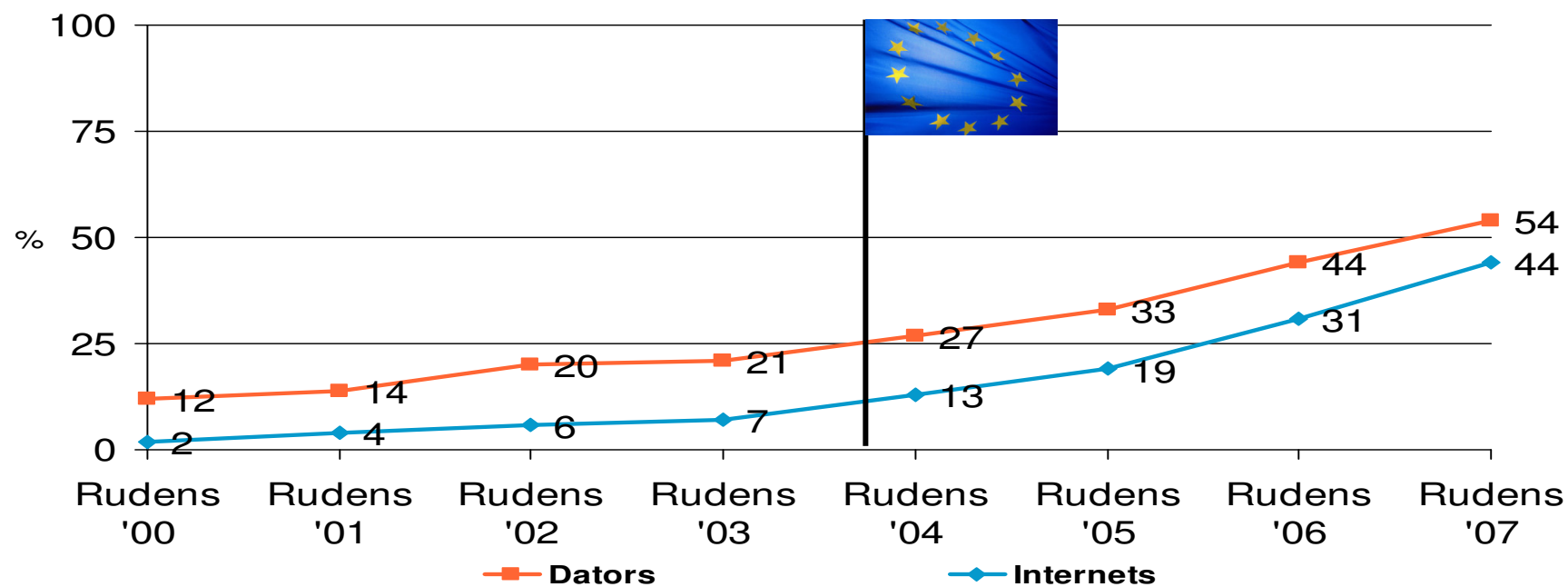
Internets

patēriņš

Datoru izplatība

Interneta izplatība

- Interneta izplatība proporcionāla datoru izplatībai, tendence saglabājas
- Straujšs un stabils pieaugums

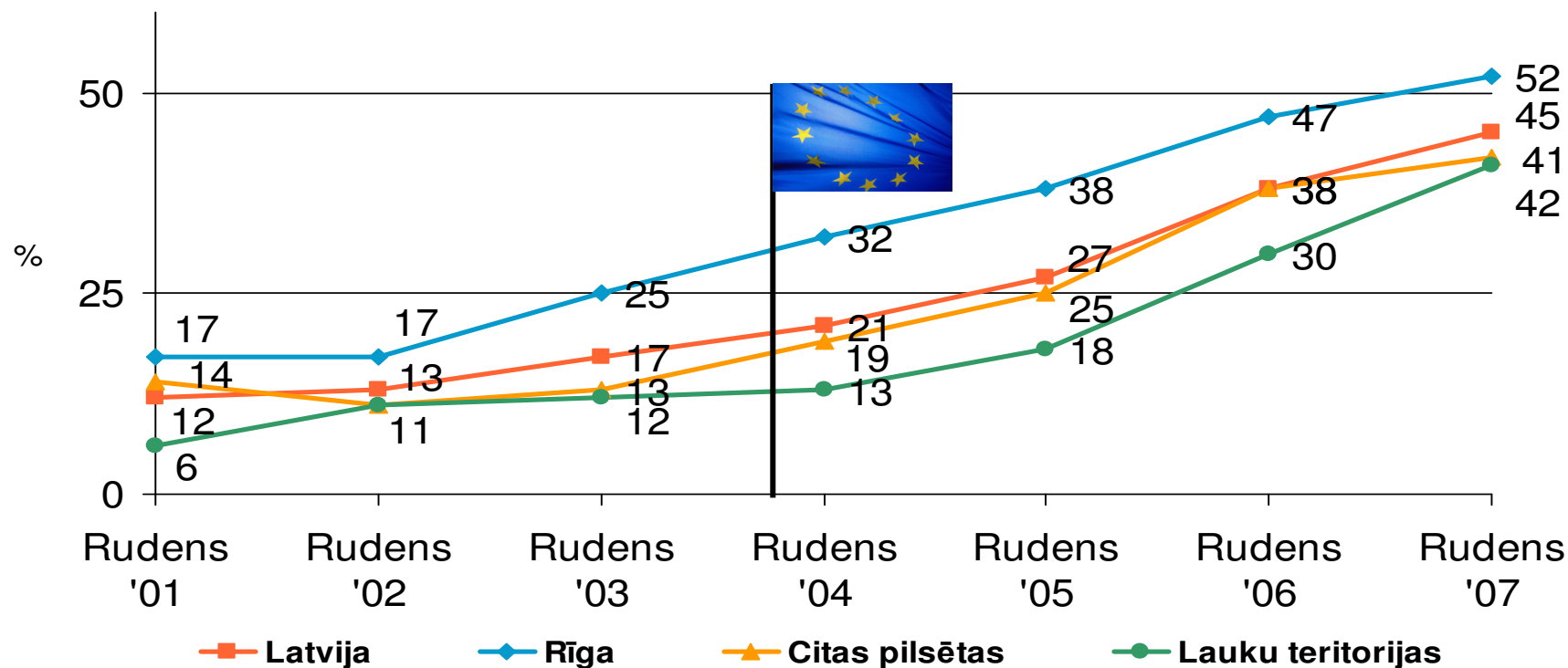


Dati: TNS Latvia, Nacionālais Mediju pētījums: Internets
Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 15-74

Interneta lietošana

Ir lietojis internetu pēdējās 7 dienās

- Izlīdzinās interneta patēriņš pilsētās un lauku teritorijās



Dati: TNS Latvia, Nacionālais Mediju pētījums: Internets
Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 15-74

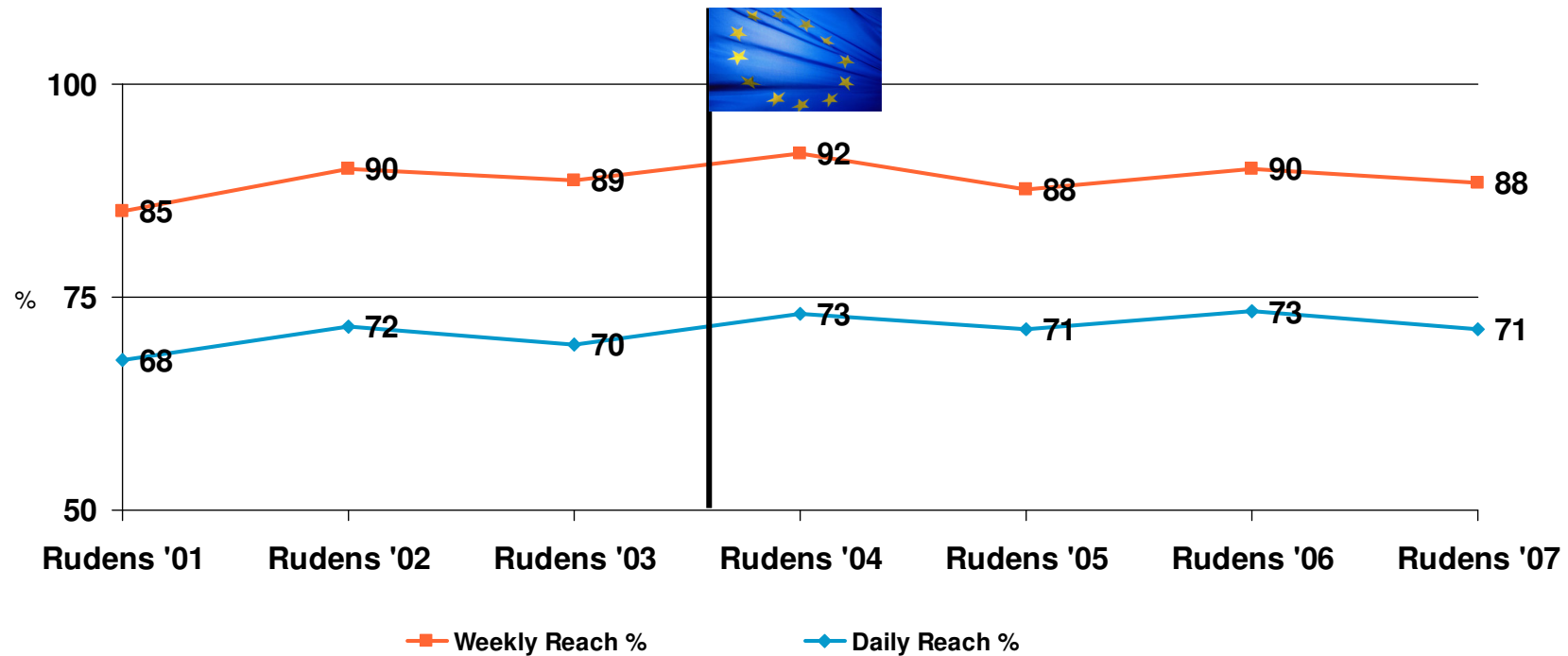
Televīzija

patēriņš

TV patēriņš

Dienas un nedēļas kopējā auditorija

- Nav vērojamas būtiskas izmaiņas kopējā TV patēriņā

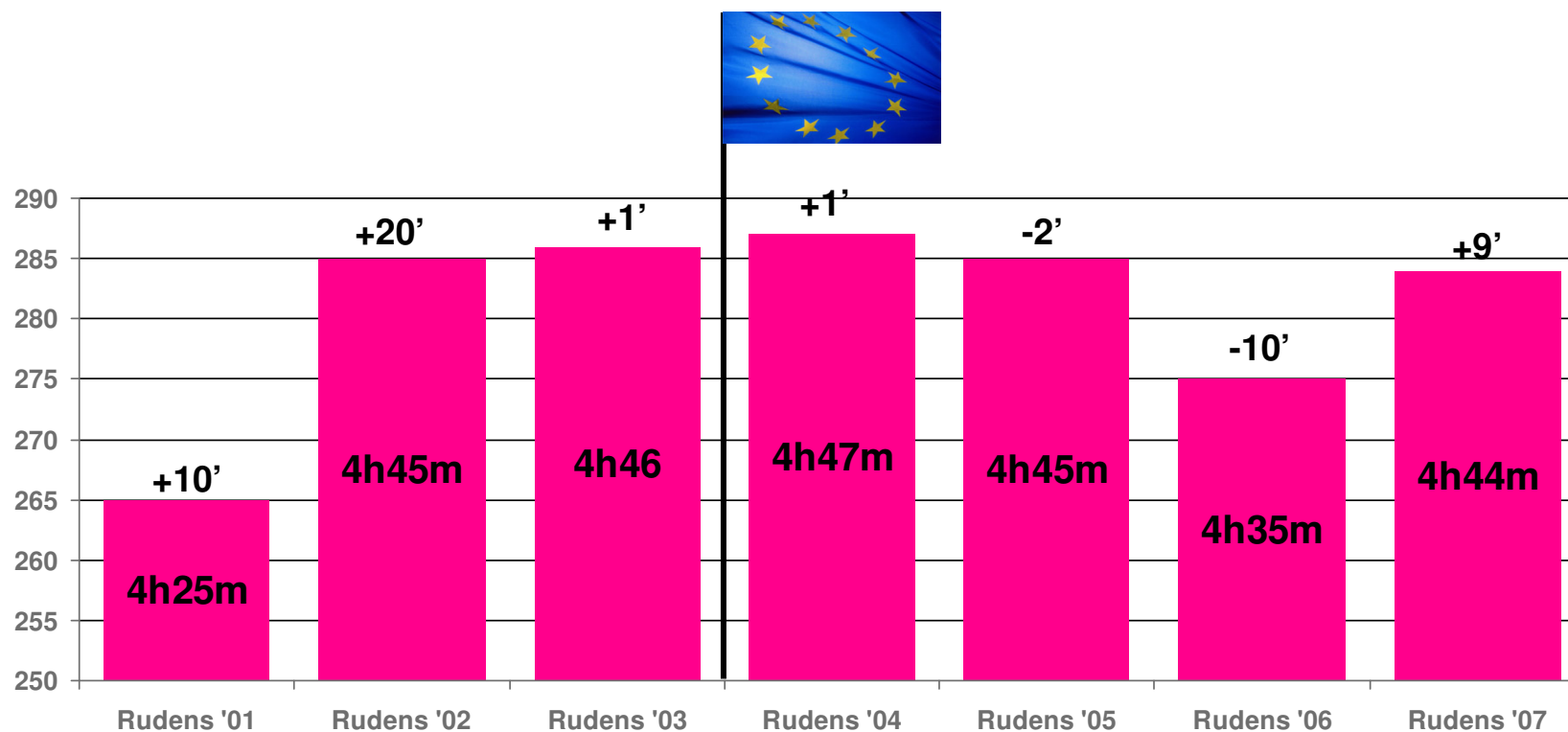


Dati: TNS Latvia, TV Metri, Septembris – Novembris
Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 4+

TV patēriņš

Skatītāju skatīšanās laiks min vidēji dienā

- Nav vērojams būtisks skatīšanās laika samazinājums



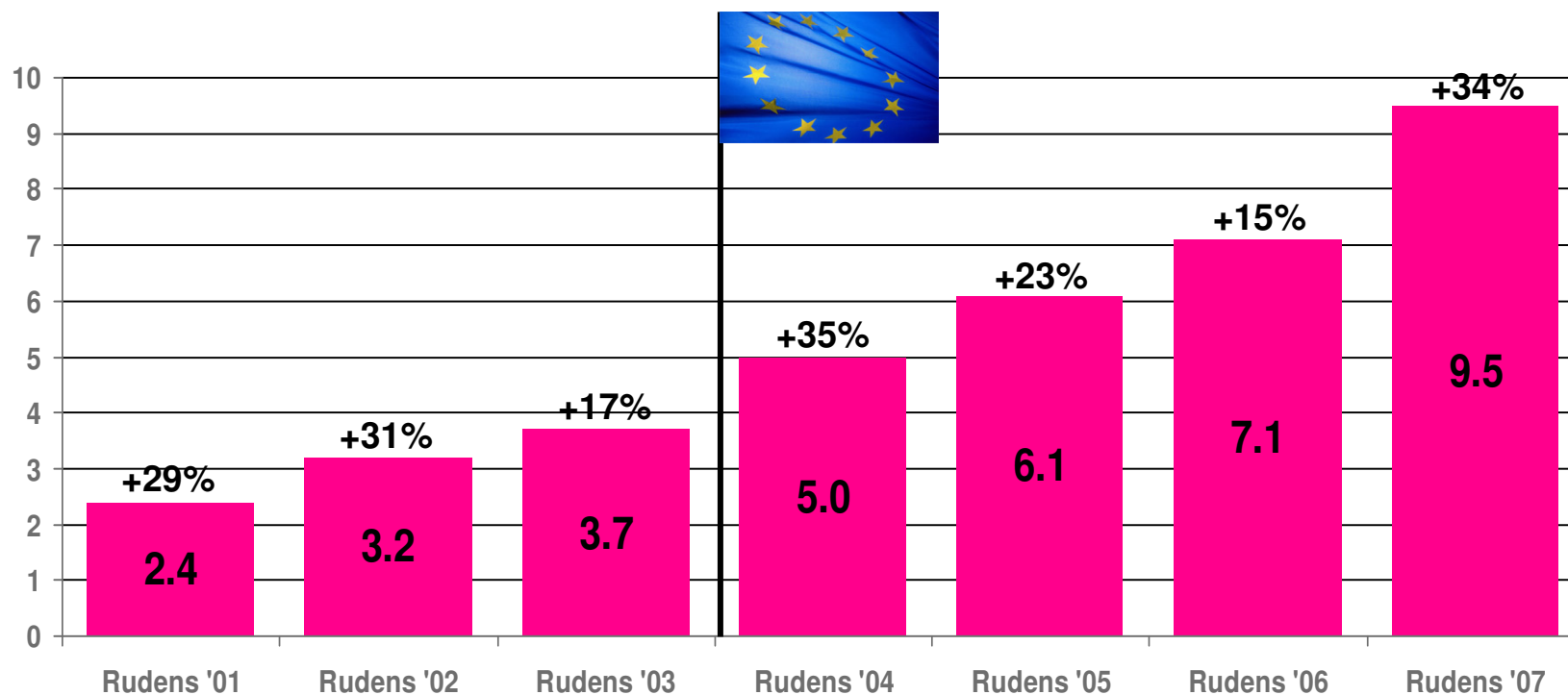
Dati: TNS Latvia, TV Metri, Septembris – Novembris

Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 4+

Reklāma TV

Miljonos sekunžu

- Straujšs reklāmas apjoma pieaugums



Dati: TNS Latvia, AdEx, Septembris – Novembris

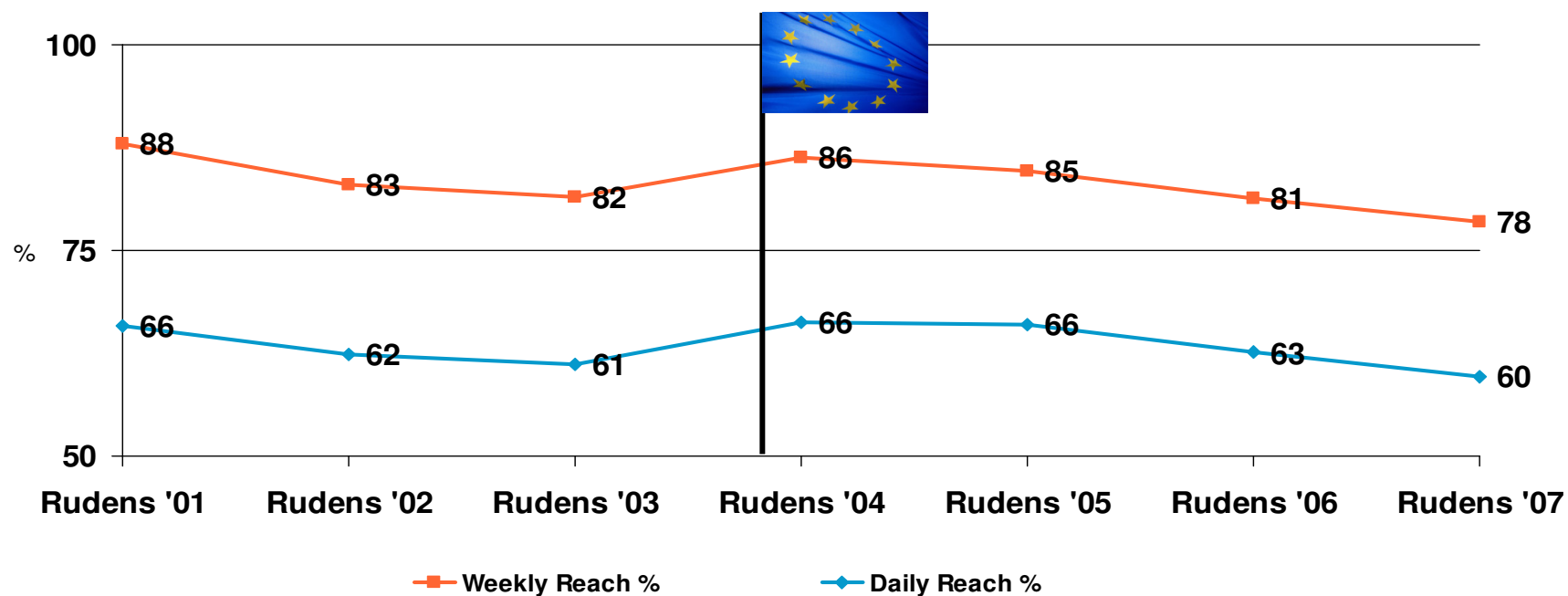
Radio

patēriņš

Radio patēriņš

Dienas un nedēļas kopējā auditorija

- Vērojama radio patēriņa samazināšanās pēdējos gados

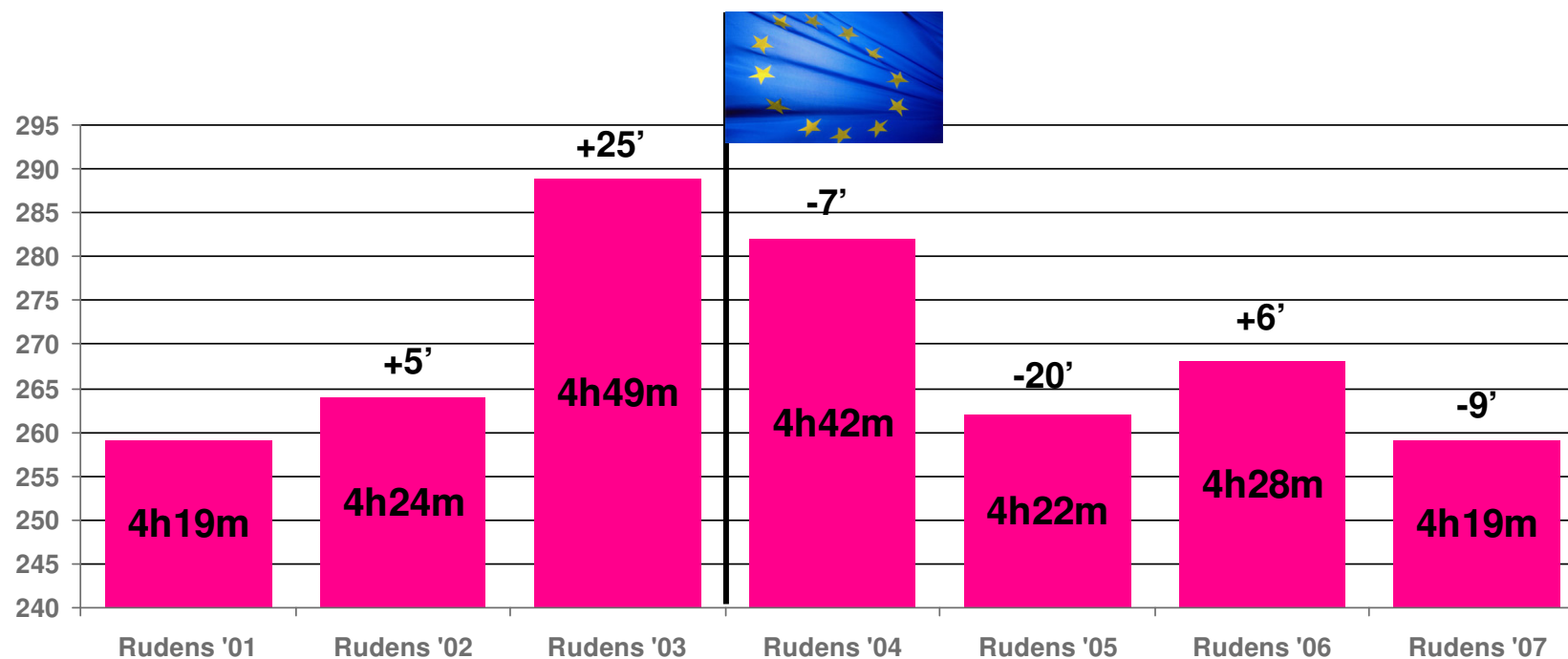


Dati: TNS Latvia, Nacionālais Mediju pētījums: Radio
Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 12-74

Radio patēriņš

Klausītāja klausīšanās laiks min vidēji dienā

- Nevienmērīgs klausīšanās laika kritums



Dati: TNS Latvia, Nacionālais Mediju pētījums: Radio
Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 12-74

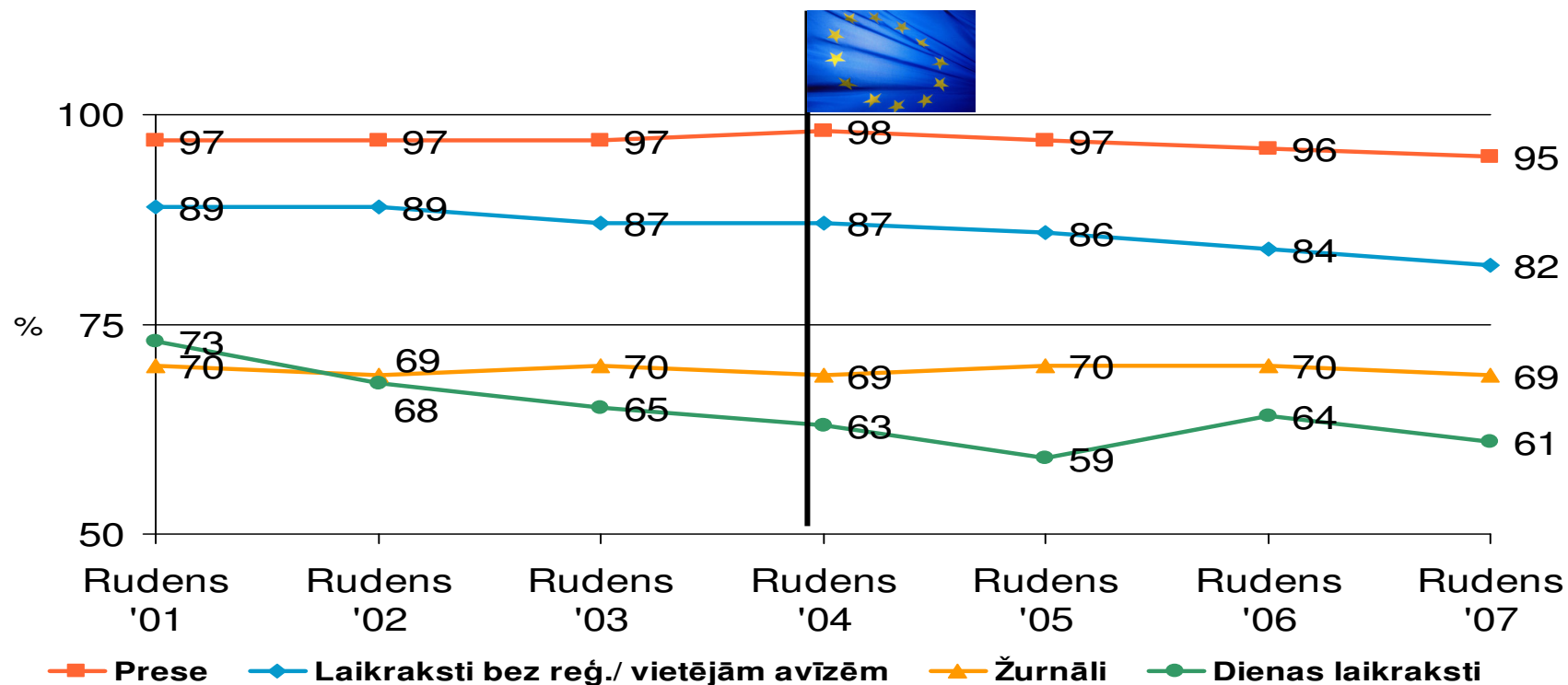
Prese

patēriņš

Preses patēriņš

Žurnāli VS laikraksti

- Vienmērīgs samazinājums kopējā preses patēriņā vērojams pēdējos gados
- Stabils žurnālu patēriņš VS lejupslīdošs laikrakstu patēriņš

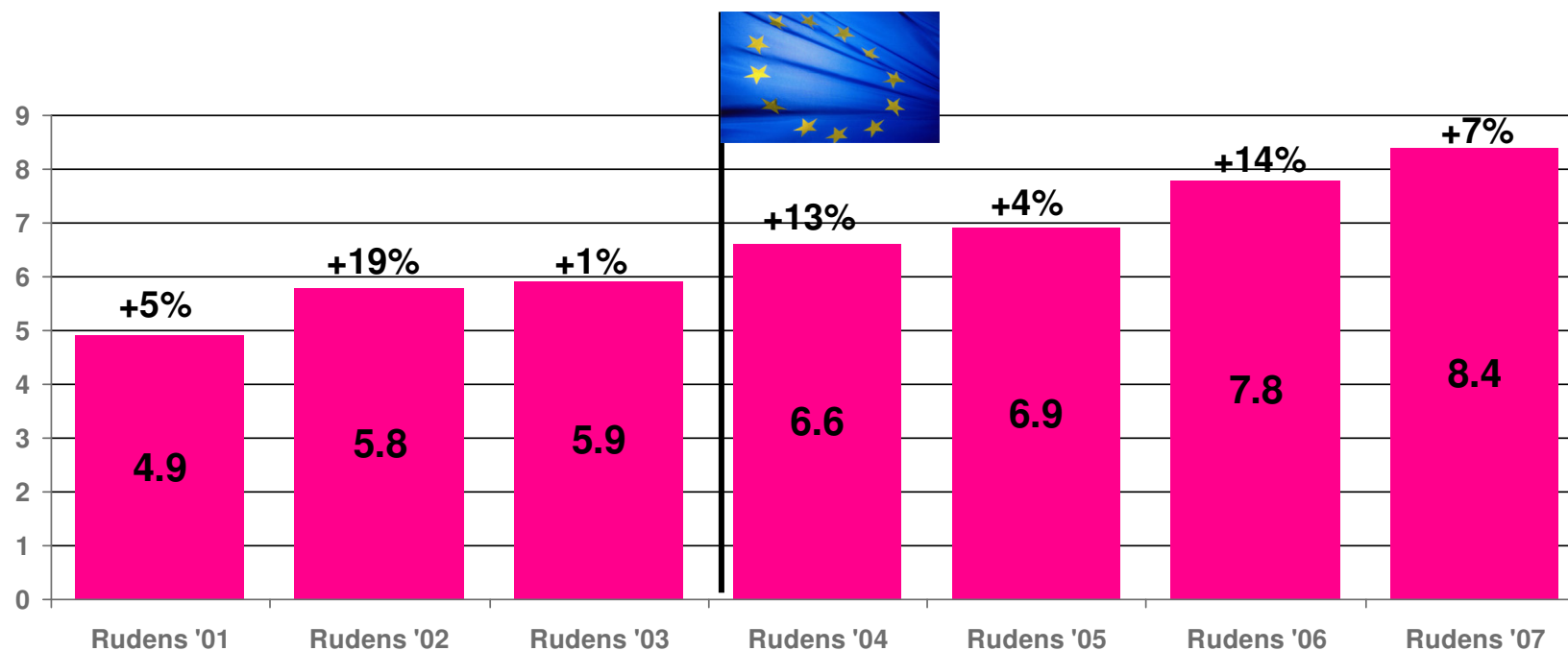


Dati: TNS Latvia, Nacionālais Mediju pētījums: Prese
Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji 15-74

Reklāma presē

Miljonos cm²

- Stabils reklāmas apjoma pieaugums



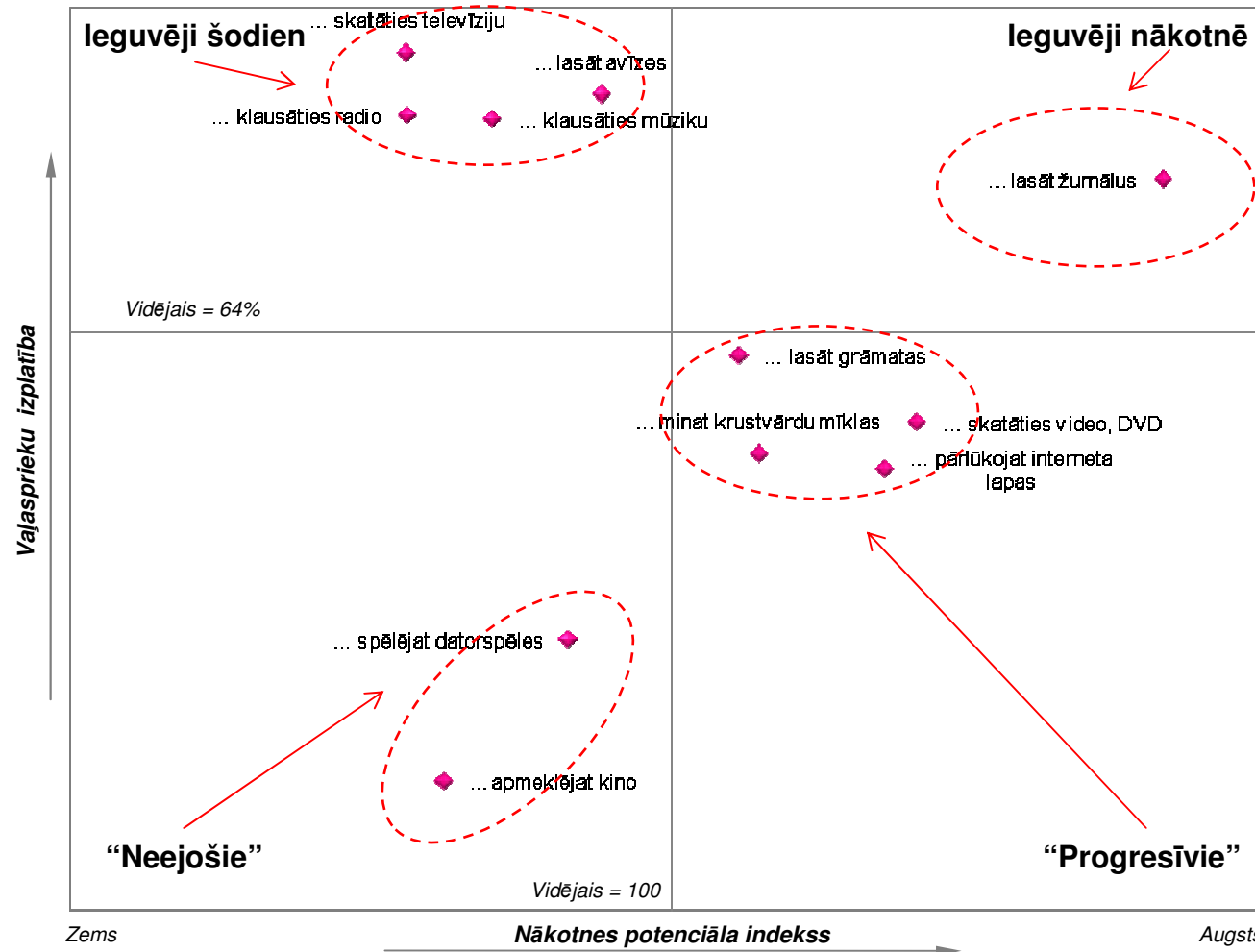
Dati: TNS Latvia, AdEx, Septembris – Novembris

Pārsteigumi!!!

attīstības potenciāla
novērtējums

Mediji kā vaļasprieki mājās + kino

Attīstības potenciāla novērtējums (*Future View™*)



Dati: TNS Latvia, TNS Atlas™, Pavasaris 2007

Bāze: Latvijas iedzīvotāji 15-74, segmentētie respondenti, n=1122

Vaļasprieki - vismaz reizi mēnesī to dara vai nodarbojas

Latvijas mediju vide pirms un pēc Latvijas iestāšanās ES

Paldies!
Par uzmanību!

Mārtiņš Traubergs (Miks)
TNS Latvia
Mediju pētījumu projektu direktors
martins.traubergs@tns.lv
www.tns.lv
www.tnsglobal.com



the sixth sense of business™