



Badanie czytelnictwa gazet lokalnych

Opracowanie dla Biura Reklamy Gazet Lokalnych

listopad 2014 i 2015

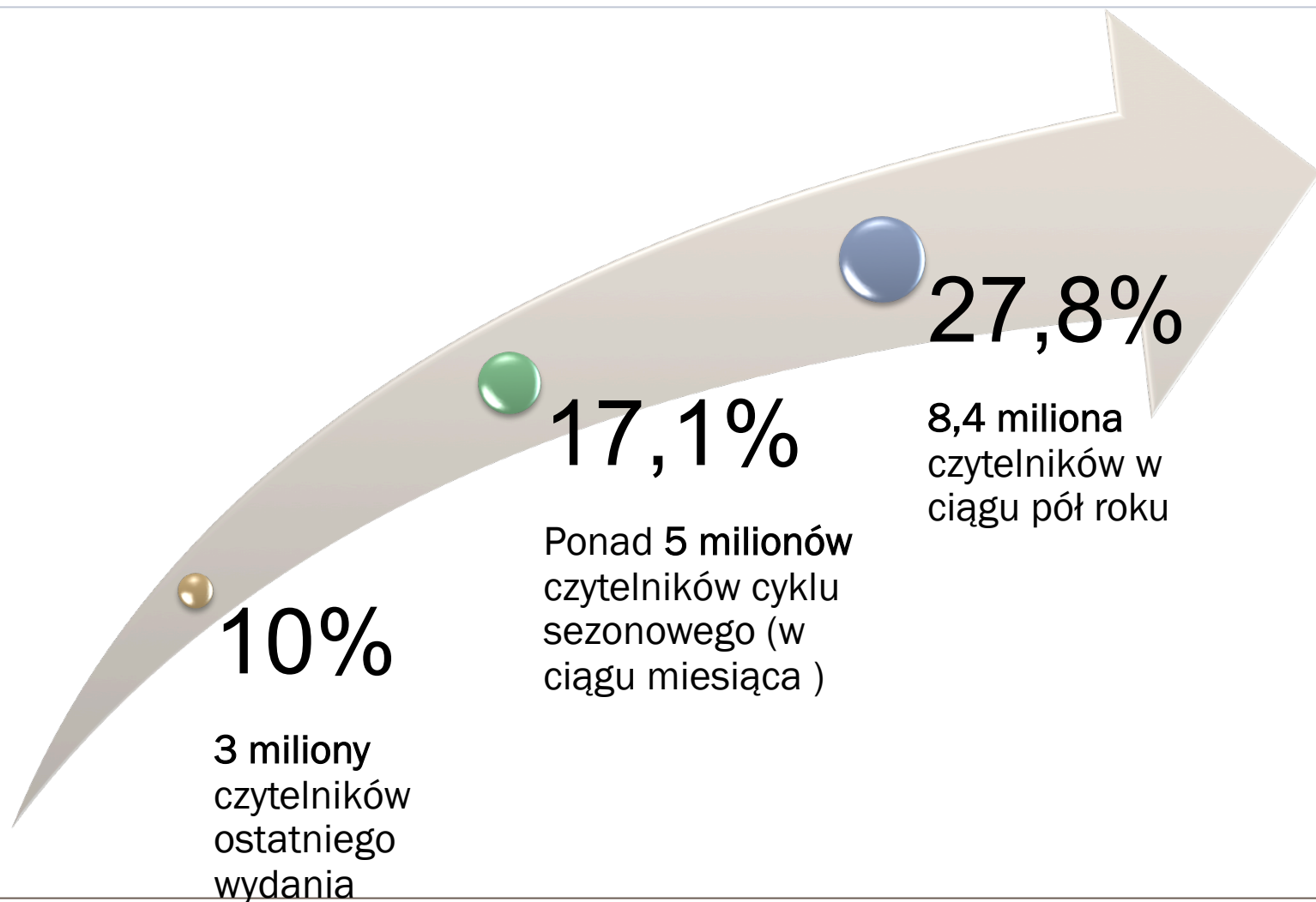
Metodologia badania

- Badaniem czytelnictwa objęto 135 tygodników lokalnych, ukazujących się na terytorium całej Polski
- Pomiar zrealizowany został w listopadzie 2014 i 2015 roku na reprezentatywnej próbie 7929 Polaków w wieku 15-75 lat (dla populacji 30 136 tysięcy osób)
- Próba miała charakter kwotowo-losowy i była dobierana z operatu adresowego GUS. Warstwowanie uwzględniało wielkość miejscowości oraz rozmieszczenie terytorialne w ramach województw, a także płeć i wiek dobieranych osób. Podstawą warstwowania były dane demograficzne zawarte w publikacji GUS „Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym”
- Zastosowana w badaniu metoda doboru respondenta random route (ustalonej ścieżki) polega na potraktowaniu wskazanego adresu jako adresu startowego i przejściu do kolejnego mieszkania / domu - a następnie dobraniu w tak ustalonym mieszkaniu jednej osoby jako respondenta. Taka metoda doboru osób jest w pełni zobiektywizowana i intersubiektywnie kontrolowalna, nie zawiera elementów subiektywnych czy ocennych. Nie narusza tym samym losowego charakteru całej dobranej próby
- Wywiady przeprowadzono techniką CAPI (kwestionariusz na laptopie), w formie bezpośredniego wywiadu ankieterskiego w domach respondentów
- Pytania o pisma były wspierane prezentacją winiet badanych tytułów

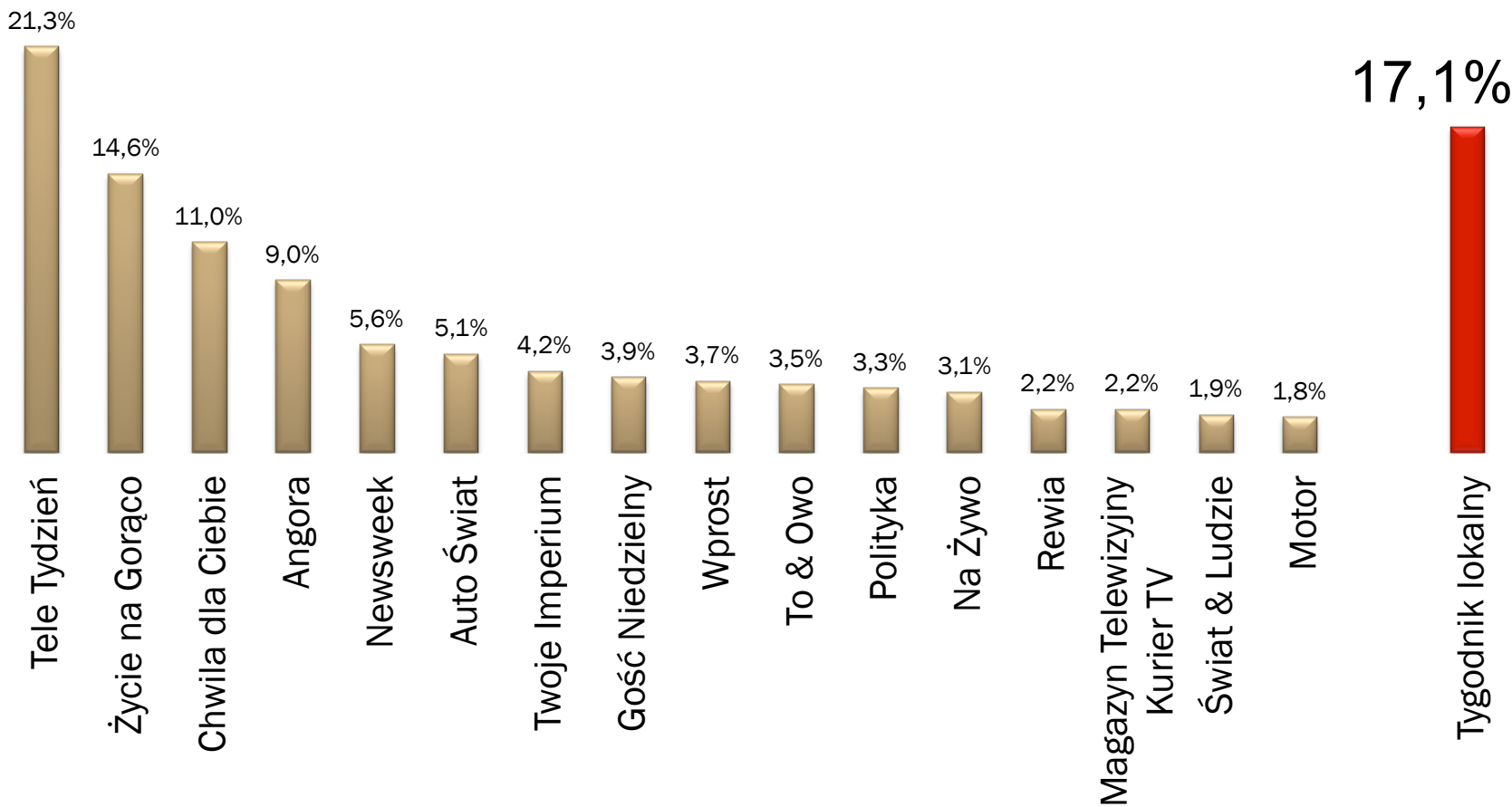
Najważniejsze wnioski

- Łącznie tygodniki lokalne osiągają w ciągu 6 miesięcy zasięg 27,8% w całej populacji, co przekłada się na 8,4 miliona czytelników
- Zasięg łączny w ciągu miesiąca tytułów analizowanych łącznie wyniósł 17,1%, czyli ponad 5 milionów czytelników
- Łączny zasięg tygodników lokalnych określa ich pozycję na poziomie ścisłej czołówki tygodników o zasięgu ogólnopolskim
- Tygodniki lokalne są uważnie czytane – czytelnicy spędzają nad ich lekturą przeciętnie ponad 50 minut
- Czytelnicy powracają do badanych tygodników lokalnych średnio ponad 2,3 razy
- Grono czytelników tygodników lokalnych stanowi szeroką reprezentację populacji mieszkańców Polski
- Charakterystyka czytelników oraz zasięg zbadanych tygodników lokalnych pozwalają stwierdzić, że oferują one atrakcyjną przestrzeń reklamową i mogą stanowić efektywne medium reklamowe

Łączna liczba czytelników tygodników lokalnych



Czytelnictwo wybranych tygodników w okresie miesiąca



Zwyczaje czytelnicze przy lekturze tygodników lokalnych

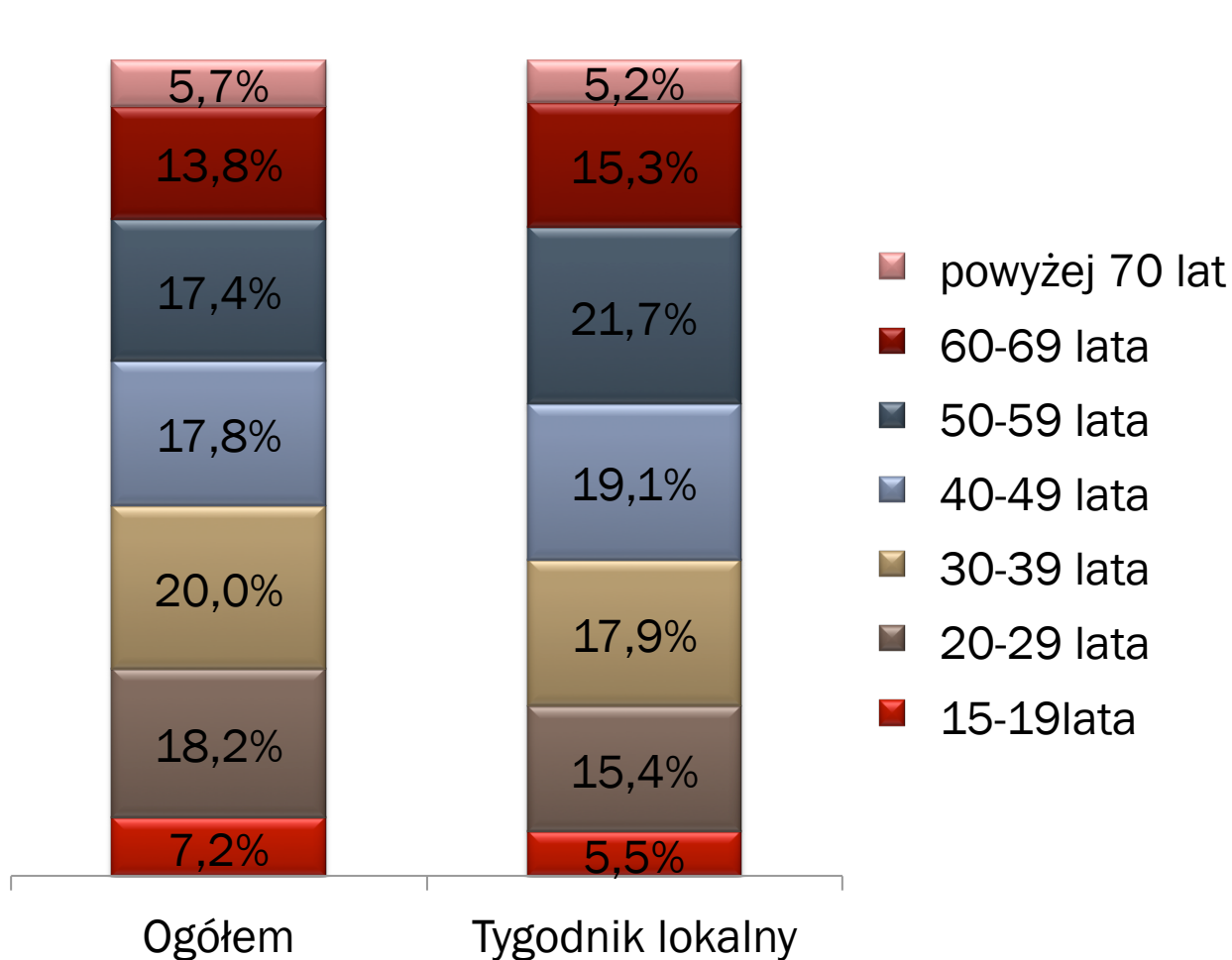
2,3
powrotów

- Do jednego wydania tygodników lokalnych czytelnicy wracają zwykle 2,3 razy

52 minuty

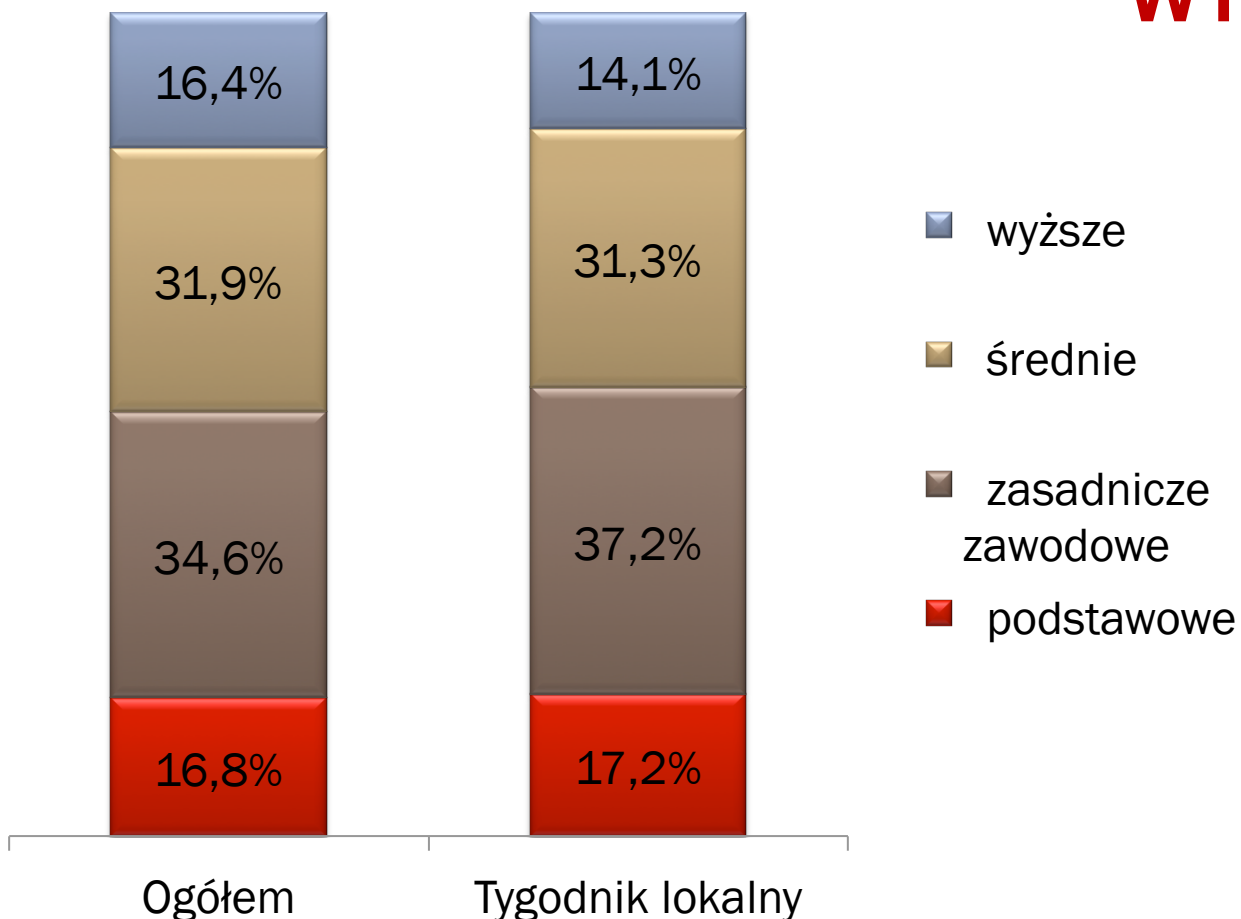
- Czas przeciętnej lektury jednego wydania tygodnika lokalnego, to ponad 50 minut

Struktura łącznej grupy czytelników tygodników lokalnych

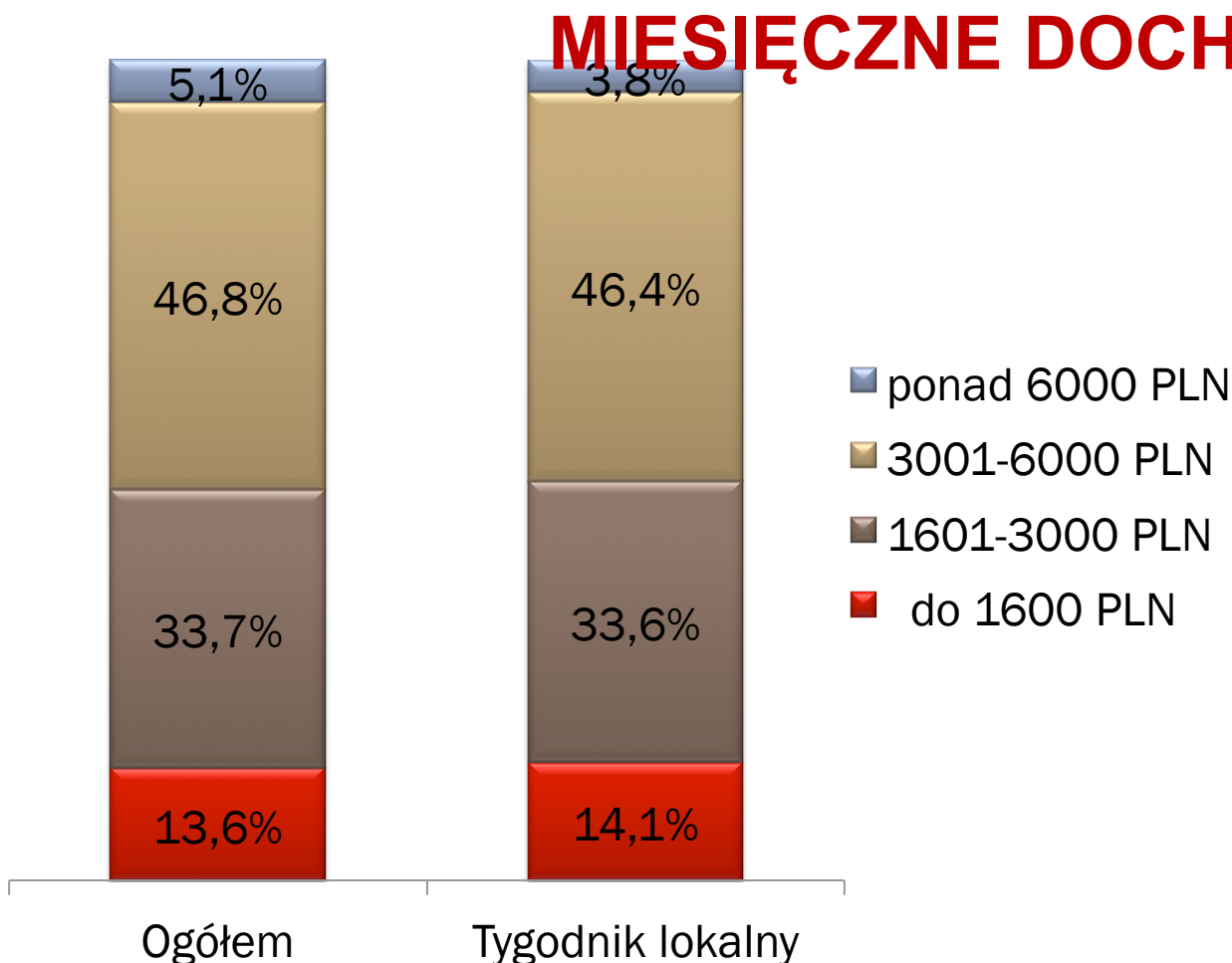


Struktura łącznej grupy czytelników tygodników lokalnych

WYKSZTAŁCENIE

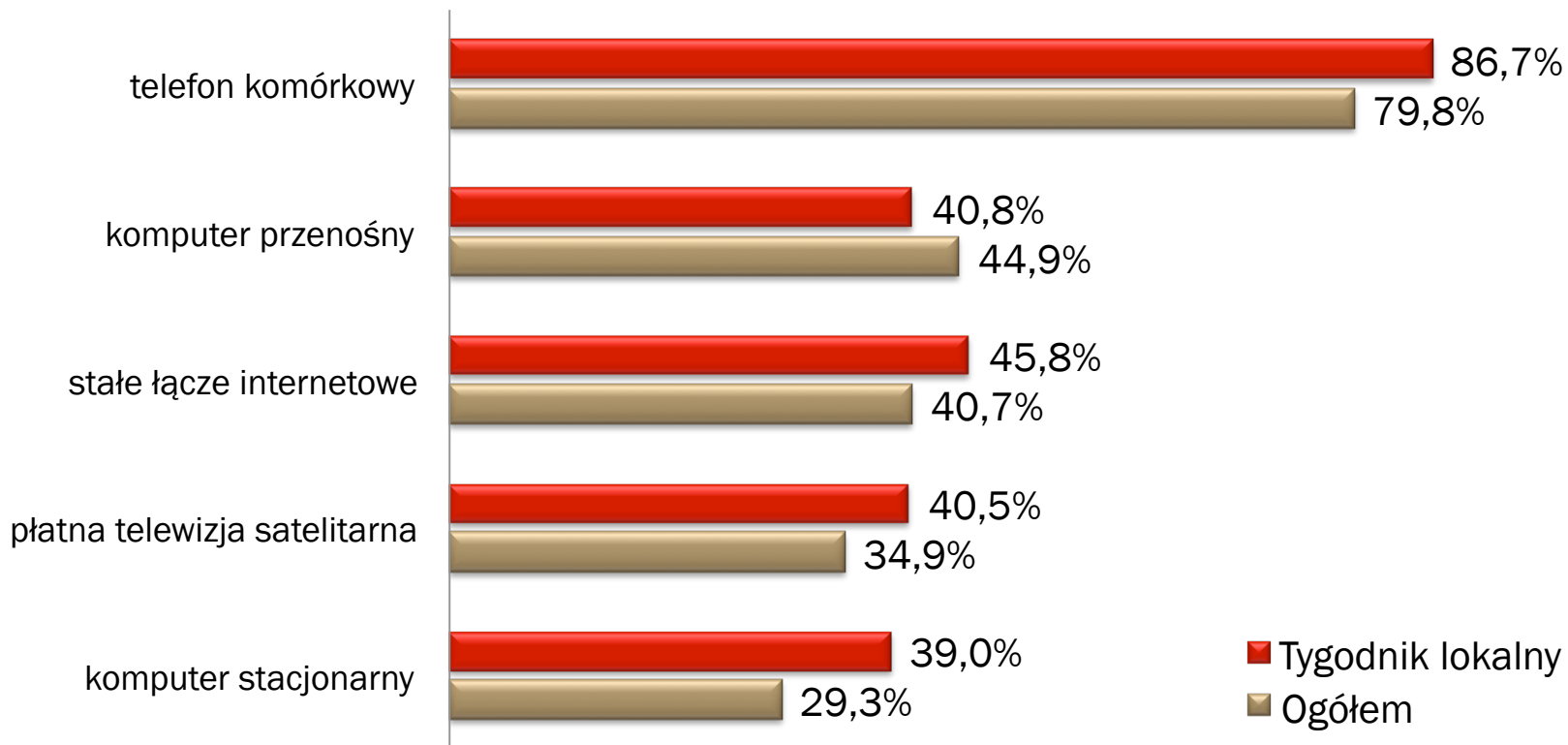


Struktura łącznej grupy czytelników tygodników lokalnych



Struktura łącznej grupy czytelników tygodników lokalnych

DOBRA TRWAŁEGO UŻYTKU TOP 5



Parametry dla miesięcznej kampanii w tygodnikach lokalnych (po 4 emisje)

Ogółem w populacji

Główne wskaźniki

AIR	10,9
GRP	43,6
Freq	2,8

OTS distribution

OTS 1+	15,5
OTS 2+	12,3
OTS 3+	9,1
OTS 4+	6,8

Miejscowość do 50 tysięcy & dochód gospodarstwa powyżej 4.000 zł netto

Główne wskaźniki

AIR	15,9
GRP	63,7
Freq	2,9

OTS distribution

OTS 1+	22,0
OTS 2+	17,6
OTS 3+	13,5
OTS 4+	10,6

Informacja o badaniu

- Zleceniodawca projektu: Biuro Reklamy Gazet Lokalnych
- Nazwa agencji badawczej realizującej projekt: Millward Brown S.A.
- Projekt badawczy został zrealizowany zgodnie z międzynarodowymi standardami
- Cele projektu: Ocena łącznego zasięgu czytelnictwa tygodników lokalnych
- Opis badanej populacji: losowa reprezentacja dorosłej ludności Polski w wieku 15 – 75 lat
- Wielkość próby: 7929
- Termin terenowej realizacji badania: listopad 2014 i 2015
- Metoda doboru próby i respondentów: próba losowa
- Metoda zbierania danych: CAPI
- Metoda gratyfikacji respondentów – brak gratyfikacji
- Liczba ankierów pracujących przy danym projekcie: 200
- Zastosowana w projekcie metoda kontroli pracy ankierów: kontrola terenowa - 10% wszystkich realizowanych wywiadów jest kontrolowanych bezpośrednio CATI lub F2F
- Materiały wykorzystywane w badaniu: kwestionariusze, materiały graficzne
- Informacja o dokładności wyników badania: Maksymalny błąd pomiaru dla próby N=8000 wynosi 1,1%. Wiązowanie próby powoduje faktyczne niewielkie powiększenie podanego błędu, kompensowane przez warstwowanie próby. Stosowanie techniki random route może być niekiedy przyczyną pauperyzacji próby. Jednakże ścisła kontrola badania i przestrzegania procedur terenowych ograniczają ten efekt.
- Dokumentacja związana z badaniem jest dostępna w Millward Brown S.A. i może być udostępniona na życzenie Polskich Wydawnictw Rolniczych bez dodatkowych kosztów przez okres minimum dwóch lat
- Oświadczam, iż badanie zostało przeprowadzone zgodnie ze standardami międzynarodowej normy ISO 20252