

Dokumentation

| | |
|-----------------------|--|
| Grundtabel | FOR4216: Antal, varighed og dækning af spots efter tv-kanal |
| Hovedgruppe | Forbrug |
| Emne | Brugsadfærd |
| Tabelreference | for4216 |
| Enhed | antal, minutter, dækning i pct. |
| Kilde | TNS Gallup, TV-meter årsrapport, TNS Gallup Media Intelligence [©] (TNS Gallup MI) |
| Ophavsret | Ved al brug af data fra denne database skal MedieStatistikBanken og originalkilderne angives. |

Videresalg af data må ikke finde sted.

Anm.

Tallene er ekskl. de regionale reklamevisninger på TV 2.

Gennemsnitlig daglig dækning er defineret ved antallet af personer, som i løbet af dagen har set mindst 1 minut af en given tv-kanals daglige reklameblokke.

Gennemsnitlig ugentlige dækning er defineret ved antallet af personer, som i løbet af en uge har set mindst 1 minut sammenhængende af en given tv-kanals ugentlige reklameblokke.

TV 2 Zulu startede sin sendeflade 15. oktober 2000.

Viasat Sport startede sin sendeflade 1. januar 2002.

TV 2 Charlie startede sin sendeflade 1. oktober 2004.

TV 2 Film startede sin sendeflade 1. november 2005.

TV 2 News startede sin sendeflade 1. december 2006.

MTV indgår kun i tabellen i 2007.

Fra 2006 er Cartoon Network medtaget i tabellen.

Fra 2006 er The Voice TV medtaget i tabellen.

Fra 2006 er benævnelsen TV Danmark med tilbagevirkende kraft ændret til Kanal 4.

Fra 2007 er TV2 News medtaget i tabellen.

Fra 2007 er SBS Net medtaget i tabellen.

Fra 2008 er TV2 Sport medtaget i tabellen.

Metode/definitioner

TNS Gallup MI gennemser og registrerer dagligt alle spots på TV 2, TV3 og SBS TV.

Fra 1992 til 1994 er TNS Gallup MI prisberegning baseret på Tv-selskabernes spotpriser. Fra 1995 er prisberegningen ændret så alle tre stationer prisberegnes med en GRP-pris. TV 2 er prissat efter gældende officielle GRP-pris, TV3 og TvDanmark er prissat forholds-mæssigt i forhold til TV2, hvilket betyder at omsætningen er beregnet lavere end de foregående år. TNS Gallup MI registrerer de mest gængse reklamebærende media, der skal ses som et udtryk for set mest/læst mest/største oplagstal.

TNS Gallup MI registrerer således, alle dagblade samt søndagsblade, ugeblade, magasiner og udvalgte fagblade indenfor print-medier. Herudover registreres TV-reklame (tre største udbydere TV 2, TV3 og TvDanmark), biografreklame, Outdoor samt kuponhæfter. Gallup Adfacts registrerer ikke media som sponsoraftaler, rubrikannoncering samt in-store reklame.

/April 2010