

VŠETKO, ČO POTREBUJE VAŠA ZNAČKA. NA JEDNOM MIESTE

Počas prvého polroka 2026 skupina Markíza opäť potvrdila svoju pozíciu najsilnejšieho mediálneho partnera na slovenskom trhu. Prepája najsledovanejšiu televíziu, digitál, sociálne siete, spravodajstvo aj Voyo do jedného ekosystému, ktorý značkám prináša maximálny zásah, vysokú angažovanosť publika a efektívnu komunikáciu naprieč platformami.

PREČO KOMUNIKOVAŤ SO SKUPINOU MARKÍZA

NAJVÄČŠÍ TELEVÍZNY ZÁSAH NA TRHU



Masový zásah v najatraktívnejších cieľových skupinách.

TELEVÍZIA. DIGITÁL. VOYO.



Jeden partner pre rast vašej značky.

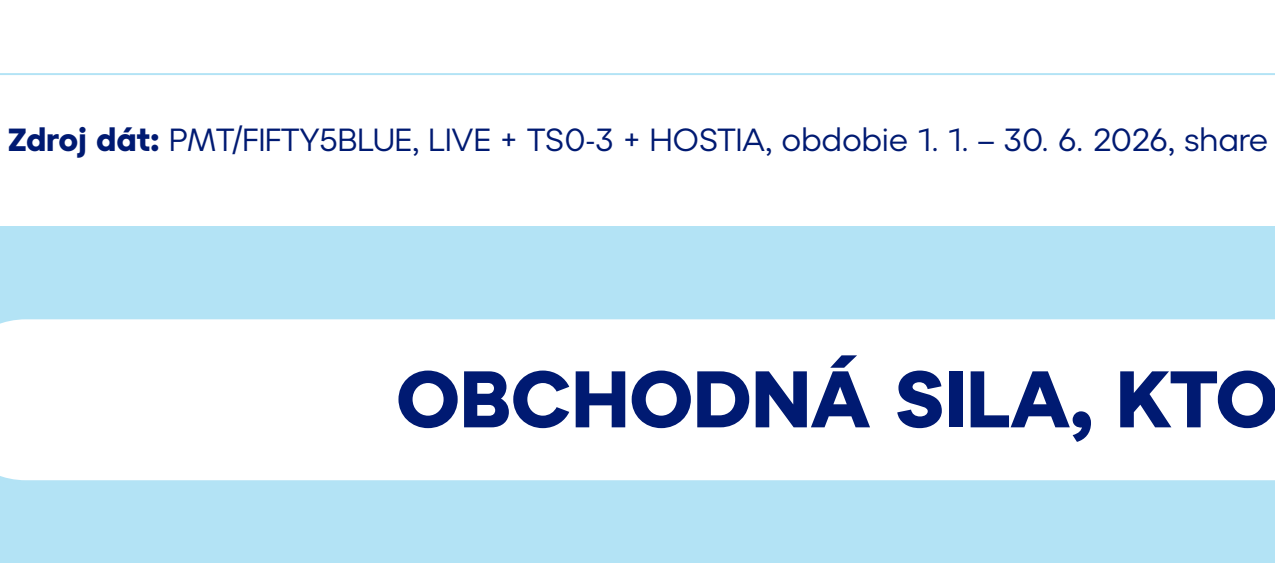
OBSAH, KTORÝ BUDUJE ZNAČKY AJ PREDÁVA



Premiové lokálne formáty s dlhodobým obchodným efektom.

SUVERÉNNY LÍDER NA TRHU

Skupina Markíza si počas celého prvého polroka udržala vedúcu pozíciu celodenne aj v obchodnom prime-time a zostáva prvou voľbou pre značky, ktoré chcú osloviť najširšie komerčné publikum.



Zdroj dát: PMT/FIFTYSBLUE, LIVE + TSO-3 + HOSTIA, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026, share v CS 15–57

OBCHODNÁ SILA, KTORÁ SA MENÍ NA VÝSLEDKY

Skupina Markíza premieňa divácky zásah na reálny obchodný výkon pre klientov.

Skupina Markíza

Skupina JOJ

GRPs
+39,7%

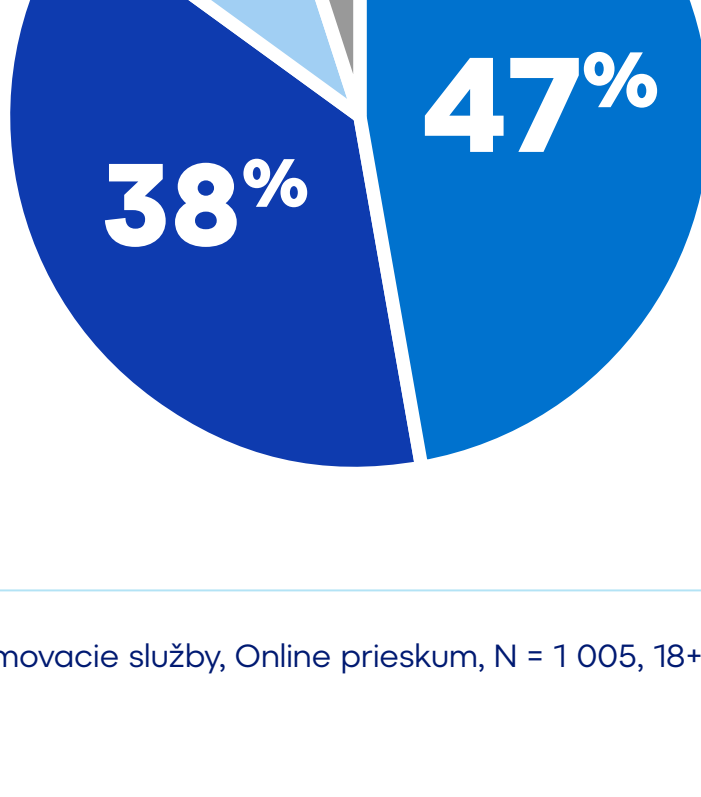
58,3% 41,7%

Zdroj dát: odhad Centra reklamy skupiny Markíza, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026

TELEVÍZIA STÁLE ROZHODUJE

Aj v čase rastúcej popularity streamovacích služieb zostáva televízia hlavným motorom zásahu a prirodzeným základom efektívneho mediálneho mixu.

Televízia dnes nie je alternatívou digitálu, ale jeho prirodzeným partnerom. Spoločne prinášajú značkám maximálny zásah naprieč platformami.



- len **10 %** populácie sleduje výlučne streamovacie služby
- 47 %** Slovákov sleduje výhradne lineárnu televíziu
- ďalších **38 %** kombinuje televízne vysielanie so streamovacími službami
- 5 %** nevyužíva ani jednu zo služieb

Zdroj dát: NMS Market Research Slovakia, Televízia verzus streamovacie služby, Online prieskum, N = 1 005, 18+, marec 2026

NAJZNÁMEJŠIA A NAJOBLÚBENEJŠIA TV ZNAČKA

Kontinuálny brand tracking dlhodobo potvrdzuje výnimočnú znalosť a obľúbenosť značky Markíza medzi slovenskými divákmi.

36% respondentov spontánne uviedlo Markízu ako prvú televíznu značku (Top of Mind)

28% respondentov označilo Markízu za svoju najobľúbenejšiu televíznu značku

Zdroj dát: TV Markíza Continuous Tracking, agentúra 2muse, online prieskum, reprezentatívna vzorka populácie SR vo veku 15 – 57 rokov, N = 500 respondentov mesačne, výsledky za 2. štvrťrok 2026

OBSAH, PRI KTOROM REKLAMA FUNGUJE

Počas prvého polroka priniesla skupina Markíza najsledovanejšie domáce seriály, zábavnú šou aj spravodajstvo. Silný obsah vytvára prémiové prostredie, v ktorom reklama prirodzene oslovuje široké publikum.



- Priemerný rating: **8,5 %** v CS 15–57
- Priemerný tržový podiel: **31,1 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **526 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **874 000 divákov** (AvRch, CS 12+)



- Priemerný rating: **8,1 %** v CS 15–57
- Priemerný tržový podiel: **36,4 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **505 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **603 000 divákov** (AvRch, CS 12+)



- Priemerný rating: **8,3 %** v CS 15–57
- Priemerný tržový podiel: **27,8 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **512 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **635 000 divákov** (AvRch, CS 12+)



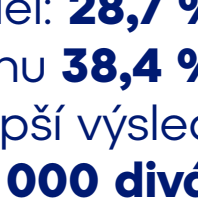
- Priemerný rating: **8,1 %** v CS 15–57
- Priemerný tržový podiel: **28,3 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **571 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **565 000 divákov** (AvRch, CS 12+)



- Priemerný rating: **6,3 %** v CS 15–57
- Priemerný tržový podiel: **20,9 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **290 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **423 000 divákov** (AvRch, CS 12+)



- Priemerný rating: **6,4 %** v CS 15–57
- Priemerný tržový podiel: **25,3 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **397 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **671 000 divákov** (AvRch, CS 12+)



Najsledovanejšia ranná šou na slovenskom trhu patrí dlhodobo medzi najatraktívnejšie priestory pre product placement a integráciu značiek.

- Priemerný tržový podiel: **28,7 %** v CS 15–57
- Rekordný podiel na trhu **38,4 %** v CS 15–57 (30. júna 2026) – najlepší výsledok za viac ako šesť rokov
- Priemerný dosah: **215 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

Zdroj dát: PMT/FIFTYSBLUE, LIVE + TSO-3 + HOSTIA, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026

SILNÝ TELEVÍZNY OBSAH ŽIJE ĎALEJ AJ V DIGITÁLE

markíza.sk

Diváci zostávajú so svojim obľúbeným obsahom aj po televíznom vysielaní. Počas prvého polroka zaznamenal web Markíza.sk **18,3 milióna video views**, z toho **1,1 milióna live video views**. Až **70 % všetkých prehratí** pochádzalo z videoobsahu pri článkoch, pričom mimoriadny záujem zaznamenali bonusové videá, ukážky a ďalší exkluzívny obsah.

Najúspešnejšie projekty

TITUL	POČET POZRETÍ
1. Let's Dance	2,88 mil. video views
2. Sľub	2,48 mil. video views
3. Ruža pre nevestu	2,31 mil. video views
4. Dunaj, k vašim službám	2,25 mil. video views

Diváci zostávajú s obsahom aj po televíznom vysielaní

- až **54 %** video views Let's Dance tvorili bonusové videá
- až **35 %** video views Ruže pre nevestu tvorili bonusové videá
- seriál **Sľub** nazbieral viac ako **330-tisíc odsledovaných hodín**
- fanúšikovia sa aktívne zapájajú aj do interaktívneho obsahu – kvízny venovaný seriálom **Sľub a Dunaj, k vašim službám** i reality šou **Ruža pre nevestu** dosiahli státisíce zobrazení a vysokú mieru zapojenia

Zdroj dát: Google Analytics 4, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026

MARKÍZA URČUJE TRENDY AJ NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH

Od začiatku roka sme upevnili pozíciu jednotky na sociálnych sieťach, kde nielen pravidelne prekonávame rekordy v zásahu, ale zároveň určujeme nové komunikačné trendy.

	SLEDOVATEĽOV / FOLLOWEROV / ODBERATEĽOV	
Facebook	750 000	(+60 000)
Instagram	471 000	(+19 000)
TikTok	323 000	(+63 000)
YouTube	1,79 mil.	(+44 000)

Digitálna rodina Markízy úspešne rastie naprieč lokálnymi značkami – od televíznych hitov cez Voyo až po tematické profily jednotlivých relácií. Absolútnym lídrom v tempe rastu za prvý polrok sa stal Facebook stanice TV Doma.

Zdroj dát: Meta Business Suite, TikTok Analytics, YouTube Analytics, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026

SPRAVODAJSTVO V TEMPE DNEŠKA



Jeden z najsilnejších spravodajských webov na Slovensku

Počas väčšiny mesiacov prvého polroka patril **TNLIVE.sk** k dvojici najsilnejších spravodajských webov na slovenskom trhu.

- 1,3 milióna** reálnych používateľov mesačne (+4,1 % oproti prvému polroku 2025)
- 56 miliónov** zobrazení stránok (page views)
- 40,2 milióna** video views

Zdroj dát: Google Analytics 4, Gemius, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026



Počas prvého polroka priniesla online spravodajská platforma desiatky hodín živého vysielania a rekordné výkony.

- rekordných **744-tisíc video views** za jediný týždeň
- 10 mimoriadnych vysielaní**
- živé vysielanie maďarských volieb** priamo z Budapešti
- mimoriadne vysielanie k misi Artemis II sledovalo naživo **viac ako 60-tisíc divákov**
- nové relácie **Úspešní, Špecialisti na zdravie** a **Na obežnej dráhe**

Spravodajské sociálne siete

	SLEDOVATEĽOV / FOLLOWEROV / ODBERATEĽOV	
Facebook	520 000	+50 500
Instagram	97 600	+19 000
TikTok	54 000	+22 970
viac ako 230 miliónov prehratí videí		(+53 %)

Zdroj dát: Google Analytics 4, Gemius, Meta Business Suite, TikTok Analytics, obdobie 1. 1. – 30. 6. 2026

VOYO POSÚVA LOKÁLNY STREAMING NA NOVÚ ÚROVEŇ

Voyo pokračuje v budovaní najbohatšej ponuky lokálneho prémiového obsahu na slovenskom trhu a prináša divákovi jedinečné tituly, ktoré inde nenájdú.

Exkluzívne Voyo Originály

- Metóda Markovič: Straka** – oceňovaná kriminálna séria
- Pád domu Kollerovcov** – rodinný komediálny seriál
- Manýrová** – životopisná miniséria
- Láska nebolí** – dokumentárna séria o násilí v blízkych vzťahoch

Najsledovanejší titul na Voyo

Ruža pre nevestu potvrdila svoju pozíciu najsledovanejšieho obsahu na platforme a diváci ju mohli sledovať v predstihu pred televíznou premiérou.

Nová éra exkluzívnych live eventov

Ponuku Voyo rozšírili aj exkluzívne koncertné špeciály:

- DARA DOMA**
- Separ: Tehelné pole**

Viac než len videotéka

Od apríla rozšírili Voyo svoju ponuku o **10 nových lineárnych televíznych staníc**, vrátane deviatich kanálov skupiny **AMC Global Media Central Europe** a spravodajské televízie **ta3**. Diváci tak získali ešte širšiu ponuku športového, filmového, dokumentárneho, detského aj spravodajského obsahu na jednom mieste.

Pokračujeme vo veľkých projektoch

- 17. júla** – nový slovenský dokumentárny Voyo Originál **Pripad Rigo: Ponožkový vrah**
- Na jeseň** – prvý čisto slovenský hraný Voyo Originál **Na stope vraha: Jozef Slovák**
- Na jeseň** – nová séria úspešnej reality šou **Love Island Česko & Slovensko**

JESEŇ, KTORÁ BUDE OPÄŤ PATRIŤ MARKÍZE

Druhá polovica roka priniesie divákovi aj obchodným partnerom **mimoriadne atraktívnu programovú ponuku** postavenú na návrate premiérového obsahu na slovenskom trhu. Po piatich rokoch sa na obrazovky vracia ikonická značka **SuperStar**, sindikované večery posilní nový kriminálno-dramatický seriál **Hriech** a pokračujú divácky fenomeny **Sľub** a **Dunaj, k vašim službám**.

Programovú ponuku doplní už **18. séria Farmy**, premiérové epizódy **Možné je všetko!**, štvrtá séria **Jamy levovej**, nové filmové premiéry aj ďalšie obsahové novinky pripravené pri príležitosti osláv **30. výročia televízie Markíza**. Chýbať nebude ani **inovaná podoba spravodajstva a magazínu Reflex**, ktoré divákovi prinesú **ešte modernejší zážitok**.

	PONDELOK	UTOROK	STREDA	ŠTVRTOK	PIATOK	SOBOTA	NEDEĽA
17:00							
17:15							
17:30							
17:45							
18:00							
18:15							
18:30							
18:45							
19:00							
19:15							
19:30							
19:45							
20:00							
20:15							
20:30							
20:45							
21:00							
21:15							
21:30							
21:45							
22:00							
22:15							
22:30							
22:45							
23:00							
23:15							
23:30							
	PONDELOK	UTOROK	STREDA	ŠTVRTOK	PIATOK	SOBOTA	NEDEĽA

SKUPINA MARKÍZA – VÝKON, KTORÝ PREDÁVA

Najväčší zásah.

Premiový obsah.

Jeden partner pre rast vašej značky.

