SO SKUPINOU MARKÍZA JE VAŠA ZNAČKA TAM, KDE SÚ DIVÁCI

Za prvých deväť mesiacov roka 2026 skupina Markíza opäť potvrdila svoju silu naprieč obrazovkami. Od televíznych hitov cez sprievodajstvo a sociálne siete až po Voyo prináša značkám masový zásah, obsah, ktorý priťahuje pozornosť, a publikum, ktoré sa pravidelne vracia.

JEDEN PARTNER. VIAC PRÍLEŽITOSTÍ OSLOVIŤ DIVÁKOV

SILA TELEVÍZNEHO LÍDRA

Masový zásah v obchodnej cielovej skupine 15-57.

OBSAH, KTORÝ POKRAČUJE ONLINE

Obľúbené programy priťahujú pozornosť aj po odvysielaní.

PUBLIKUM NAPRIEČ OBRAZOVKAMI

Televízia, web, sociálne siete a Voyo vytvárajú viac príležitostí pre značku.

LÍDERSTVO, KTORÉ POTVRDZUJÚ ČÍSLA

Skupina Markíza si za prvé tri kvartály udržala vedenie celodenne aj v obchodnom prime-time. Náskok pred konkurenčnou komerčnou skupinou jej dáva silnú pozíciu pri kampaniach zameraných na masový zásah.





Zdroj dát: PMTIFFTYSELIVE, LIVE + TSD-3 + HOSTIA, obdobie 1. 1. – 30. 9. 2026, share v CS 15–57

VYNIKAJÚCA SLEDOVANOSŤ PREMENENÁ NA OBCHODNÝ VÝKON

Líderstvo v sledovanosti sa premietla aj do reklamného výkonu. **Skupina Markíza vyprodukovala o 41 % viac GRPs než konkurenčná skupina JOJ.**



Zdroj dát: odhad Centra reklamy skupiny Markíza, obdobie 1. 1. – 30. 9. 2026

PRVÁ V POVEDOMÍ. PRVÁ V OBĽÚBENOSTI

Televízia Markíza si medzi slovenskými televíznymi značkami dlhodobo drží vedúcu pozíciu v oboch ukazovateľoch.

39 % respondentov spontánne uviedlo Markízu ako prvú televíznu značku, ktorá im napadla

30 % respondentov označilo Markízu za svoju najobľúbenejšiu televíznu značku

Zdroj dát: TV Markíza Continuous Tracking, 2muse, online prieskum, reprezentatívna vzorka populácie SR vo veku 15 – 57 rokov, n = 500 respondentov mesačne, výsledky za 3. štvrťrok 2026. Údaje sa týkajú samostatnej stanice TV Markíza.

OBSAH, KTORÝ SI DIVÁCI VYBERAJÚ

Od denného seriálu Sľub a príbehov Dunaja cez veľké zábavné šou až po jesennú novinku Hriech ponúka Markíza programy, ku ktorým sa diváci pravidelne vracajú. Pre značky vytvárajú atraktívny priestor na oslovenie širokého publika.

Lili Dunaj

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

DUNAJ

- Priemerný rating: **8,3 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **28,1 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **509 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **632 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

Sľub

- Priemerný rating: **8,1 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **37,2 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **505 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **604 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

NAJ NOŽE

- Priemerný rating: **8,1 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **28,3 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **371 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **565 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

SuperStar

- Priemerný rating: **6,1 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **26,0 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **317 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **656 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

HRIECH

- Priemerný rating: **4,0 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **20,6 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **345 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **488 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

FARMA

- Priemerný rating: **4,6 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **22,8 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **245 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **383 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

tn televízne noviny

- Priemerný rating: **5,8 %** v CS 15–57
- Priemerný trhový podiel: **25,2 %** v CS 15–57
- Priemerný počet divákov: **370 000** v CS 12+
- Priemerný dosah: **629 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

TeleRano

- Priemerný trhový podiel: **29,1 %** v CS 15–57
- Priemerný dosah: **208 000 divákov** (AvRch, CS 12+)

Zdroj dát: PMTIFFTYSELIVE, LIVE + TSD-3 + HOSTIA, obdobie 1. 1. – 30. 9. 2026

SILA MARKÍZY POKRAČUJE AJ V DIGITÁLE

markiza.sk

26,37 mil. videí views

2,58 mil. hodín sledovania

52,63 mil. zobrazení stránok

4,45 mil. používateľov

NAJSLEDOVANEJŠIE TITULY PODĽA VIDEO VIEWS

TITUL	VIEWS
Sľub	3,04 mil.
Let's Dance	2,96 mil.
Dunaj, k vašim službám	2,81 mil.
Ruža pre nevestu	2,43 mil.

Zdroj dát: Google Analytics 4, obdobie 1. 1. – 30. 9. 2026.

tnlive.sk

1,27 mil. reálnych používateľov mesačne v priemere

106+ mil. zobrazení stránok **+5,9 % medziročne**

55 mil. video views **+63 % medziročne**

Zdroj dát: Gemius, Google Analytics 4, obdobie 1. 1. – 30. 9. 2026.

NOVINKY OD OKTÓBRA 2026

- **vynovený web tnlive.sk** – nový dizajn, viac priestoru pre regióny, aktuálne správy a video
- **nová mobilná aplikácia TN live**
- **TN 60** – krátke vertikálne videosprávy s prezeraním cez sociálnych siefach
- **Aktuálne** – priebežne aktualizovaný prehľad krátkych správ

MARKÍZA RASTIE AJ NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH

takmer 482-tis. sledovateľov | nárast o **31-tisíc jednotiek** medzi slovenskými televíziami

766-tis. sledovateľov nárast o **takmer 76-tisíc**

326-tis. sledovateľov nárast o **vyše 66-tisíc**

viac než 1,82 mil. odberateľov slovenskej jednotky | priblížne **o 29 % viac pozretí videí medziročne**

tn live je pri udalostiach naživo

9,1 mil. **pretrvá** živého vysielania a relácií TN live na webe tnlive.sk

744-tis. video views za rekordný týždeň

11 mimoriadnych a špeciálnych vysielaní

viac než 60-tis. **divákov naživo** pri špeciál k vesmírnej misii Artemis II

Zdroj dát: Google Analytics 4 a interné dáta TN live, obdobie 1. 1. – 30. 9. 2026.

Spravodajstvo v centre pozornosti

viac než 552-tis. **sledovateľov** Facebooku Televíznych novín | najväčší spravodajský profil na slovenskom Facebooku

viac než 27 500 **nových sledovateľov** Instagramu tnlive.sk od začiatku roka | **nárast o 35 %**

viac než 389 mil. **prehraní** spravodajských videí na Facebooku, Instagrame a TikToku

Zdroj dát: Meta Business Suite, TikTok Analytics, YouTube Analytics. Počty sledovateľov a odberateľov k 30. 9. 2026, prírastky a prehrania za 1. 1. – 30. 9. 2026. Medzinárodný rast pozretí na YouTube oproti rovnakému obdobiu 2025.

VOYO PREKONALO HRANICU 800-TISÍC DIVÁKOV

viac než 800-tis. **unikátnych divákov** v septembri 2026

1,3 mil. **unikátnych divákov** za posledných 12 mesiacov

viac než 2,5 mil. **registrovaných používateľov**

2,4-násobok **nárast počtu predplatiteľov** za tri roky

Prvá značka, ktorá Slovákom napadne

42 % **respondentov** uviedlo Voyo ako prvú platenú streamovaciu službu, ktorá im napadla

66 % **respondentov** uviedlo Voyo medzi službami, ktoré poznajú, bez pripomenutia značky

84 % **respondentov** pozná Voyo aspoň podľa názvu

Obsah, ku ktorému sa diváci vracajú

viac než 15 hodín **sledovania na diváka** týždenne v priemere

70 % **času sledovania** na televíznej obrazovke práve na Voyo

Vo všetkých troch ukazovateľoch povedomia je Voyo pred Netflixom.

Zdroj dát: interné dáta Voyo; Voyo Brand Tracking, 2muse, apríl 2026, N = 1 000, populácia SR vo veku 18 – 79 rokov. Údaje o unikátnych divákoch vypádajú počet divákov, ktorí v danom období sledovali obsah na platforme. Na rozdiel od počtu účtov alebo predplatiteľov vypáva reálny počet ľudí pred obrazovkou, pričom každý divák sa započítava iba raz bez ohľadu na to, koľkokrát si obsah pustil. Tento údaj vychádza z metriky MAU, ktorú používajú aj globálne streamovacie služby.

SKUPINA MARKÍZA: SME VŠADE TAM, KDE SÚ DIVÁCI

Najsilnejšia televízna skupina.
Milióny digitálnych prehraní.
Rastúce komunity.
Slovenský streaming,
ku ktorému sa diváci vracajú.

Jeden partner pre značky, ktoré chcú byť súčasťou toho, čo Slovensko sleduje.