

MEDIA PROJEKT

4. čtvrtletí 2012
1. čtvrtletí 2013

Program

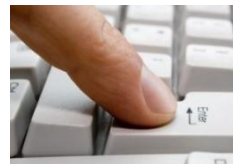
- Metodika MEDIA PROJEKTU 2013 – inovace, změny
- Odhady čtenosti **deníků a suplementů**
- Odhady čtenosti **časopisů**
- Zajímavosti v chování vybraných skupin čtenářů
- Připravenost čtenářů na konzumaci elektronických titulů

Metodika projektu



Základní parametry výzkumu

- realizace MEDIAN a STEM/MARK (+ GFK do 31.12.2012)
- vícestupňový stratifikovaný náhodný adresní výběr
- face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI)
- část dotazníku vyplněna samostatně respondentem
- průměrná délka rozhovoru cca 30 minut



Koho se ptáme?

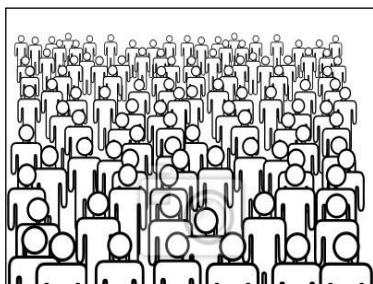


Populace ČR ve věku 12-79 let
(každý má šanci dostat se
do výzkumu ...)

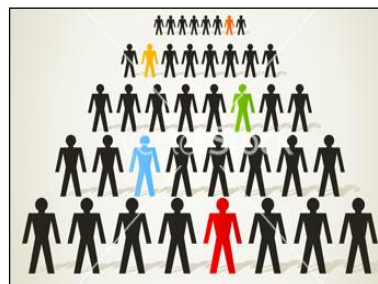


Jedné konkrétní osoby
v domácnosti

25 000 respondentů ročně
náhodně vybraných z dtb



12 379 respondentů aktuálně
(Q4/12-Q1/13)



Inovace – změny metodiky MP

- 1. Nový princip individualizace předkládání časopisů** (zohledňuje životní cyklus čtenáře ve vazbě na sociodemografika)
- 2. Přehlednější a modernější design dotazovacího scriptu** (komfortnější)
- 3. Kontroly pomocí nahrávání** (zabránění smyšleným rozhovorům)
- 4. Lepší zásah hůře dostupných cílových skupin** – CATI předrekrutace (cca 5 % - Řídící a odborní pracovníci s VŠ vzděláním)
- 5. Dotazování suplementů podpořené logem nosiče**
- 6. Prodloužení období** pro dotazování **spontánní čtenosti** (na 2 týdny)
- 7. Oddělené dotazování bezplatných deníků**
- 8. Zveřejnění čtenosti pouze u titulů s ověřeným nákladem** (ABC ČR)

Inovace – nový layout dotazovacího scriptu

Zpět do dotazovacího okna

Zobrazit celý číselník

Zpět

Dále

Kdy naposledy (vyjma dneška) jste četl nebo alespoň prolistoval časopis.....?

	včera	před 2-7 dny	před 8-14 dny	před 3-4 týdny	před méně než 3 měsíci	před méně než 6 měsíci	před méně než 12 měsíci	nečetl v posledních 12 měsících
CESTOPISY Cestopisy	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐
 Blesk - Vaše recepty	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
 Květy	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒
 National Geographic	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐

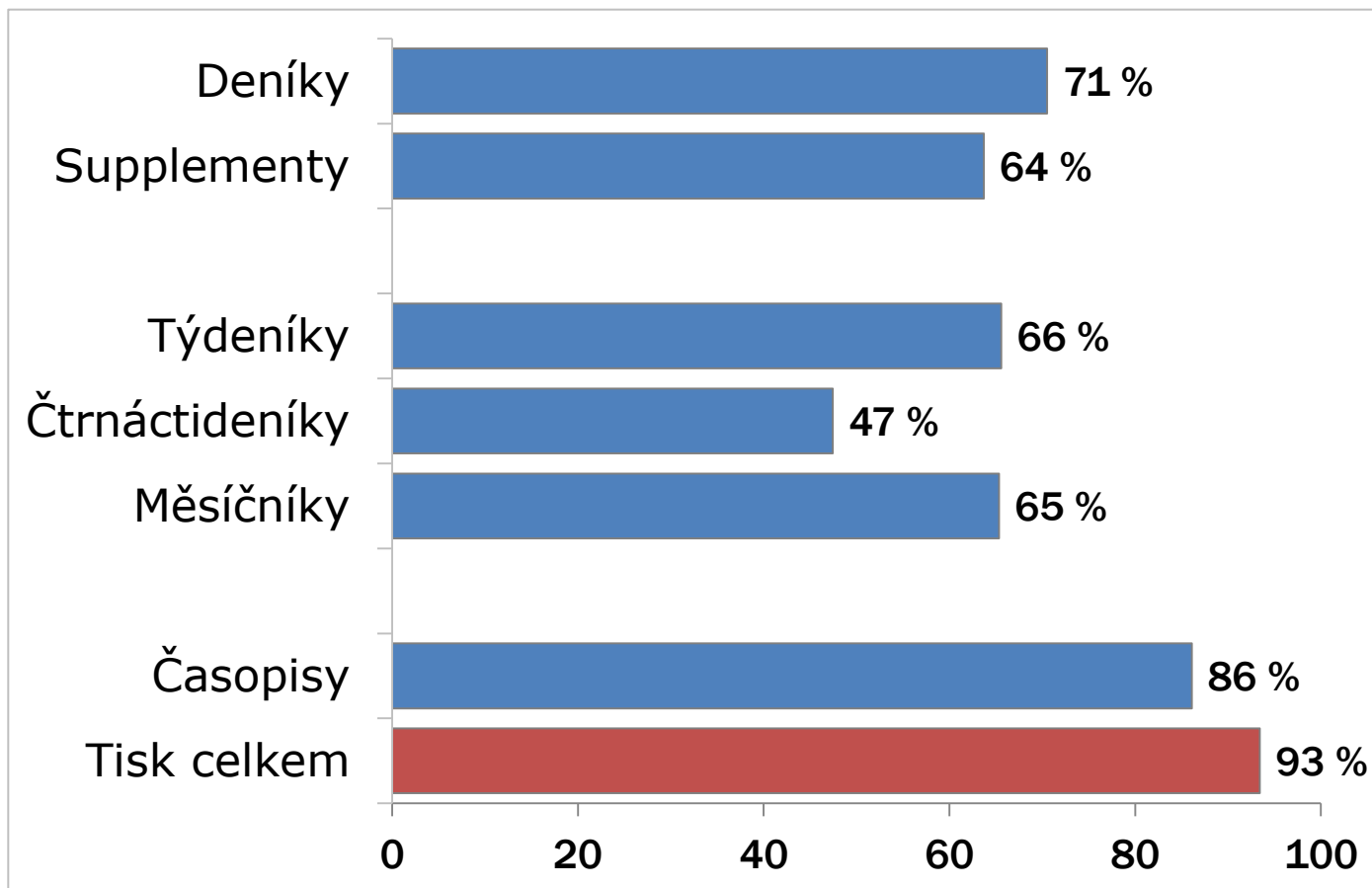
Otočte monitor k respondentovi!

Odhady čtenosti deníků a suplementů



Celkový zásah skupin tiskových titulů

odhad čtenosti v % obyvatel (čtenost v delším období)



CELOSTÁTNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)



S denním tiskem je denně v kontaktu:

- 49 % manažerů



- 44 % VŠ vzdělaných



- 43 % důchodců



- 42 % podnikatelů



- 39 % mužů



Blesk (bez Neděl. Blesku)	1156
MF DNES	824
Právo	369
Aha! (bez Nedělního Aha!)	280
Sport	252
Hospodářské noviny	187
Lidové noviny	184
DENÍK ČR	794

CELOSTÁTNÍ PLACENÉ DENÍKY

Co také víme o čtenářích deníků:

- 82 % z nich čte pouze jeden deník
- 18 % čte 2 a více deníků



➤ 152 tis. čte zároveň Blesk a regionální Deník *(nejčastější kombinace)*



(údaje za čtenost na vydání)

DENÍKY ZDARMA (odhad čtenosti na vydání)

Víme, že deníky zdarma čte...:

- 20 % Pražanů
- 5 % Brňanů



Metro	440
E15	65

- 6 % z A/B skupiny (socioekon. klasif.)
- 6 % stálých čtenářů placených deníků

SUPLEMENTY

(odhad čtenosti na vydání)



Čtenáři supplementů mimo jiné:

- v 54 % čtou supplement i jeho deník
- nejčastěji Doma DNES (70 % jeho čtenářů)

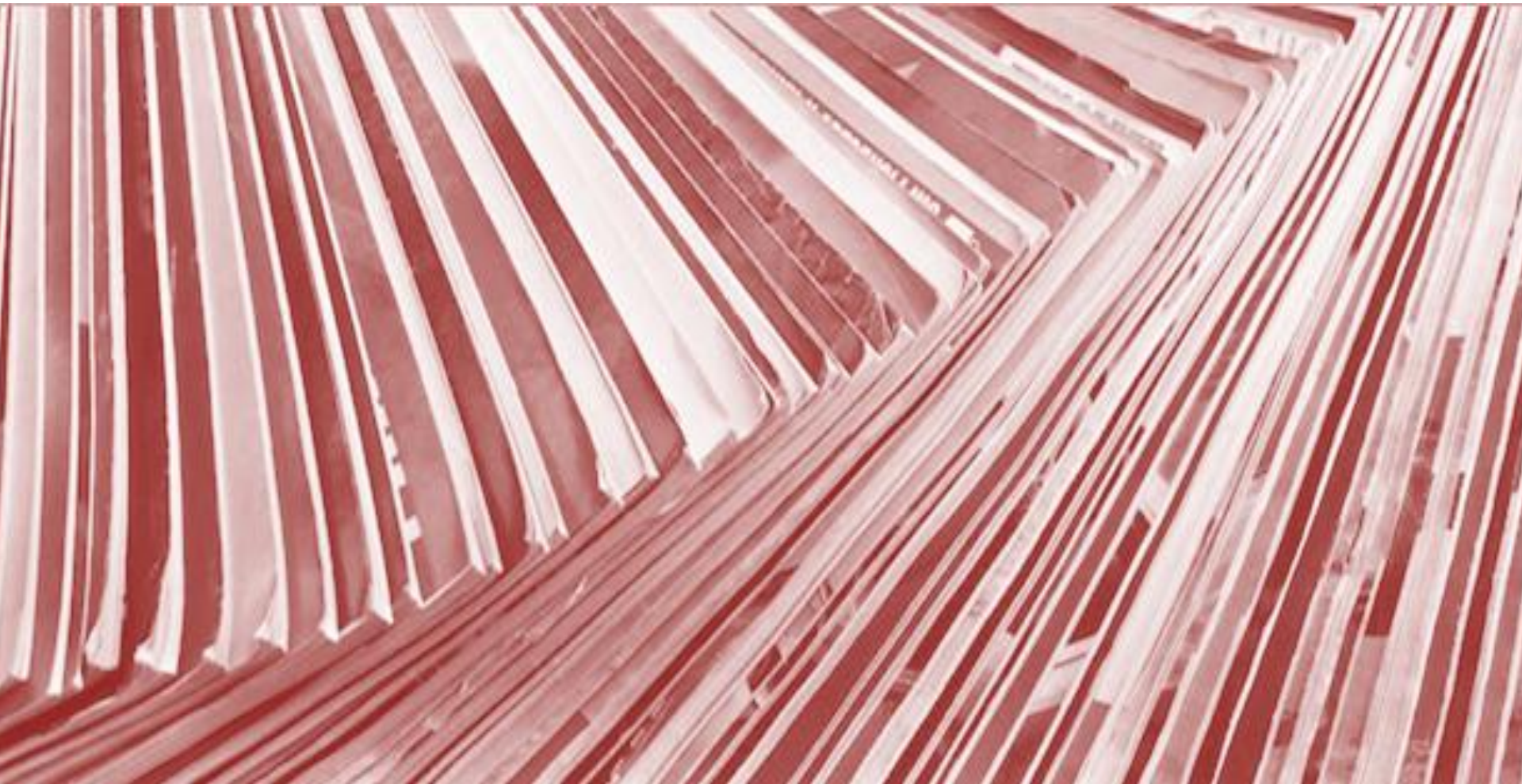
Nejvyšší podíly čtenářů supplementů:

- 65 % penzistů
- 62 % řídících pracovníků
- 60 % VŠ vzdělaných
- 60 % osob ve věku 40-59 let

Blesk magazín TV	1462
TV magazín (celkem)	1355
Magazín DNES + TV	1052
Ona DNES	608
Magazín Právo + TV	577
Doma DNES	577
Víkend DNES	525
Aha! TV	426
TV pohoda (celkem)	360
Sport magazín	319
Pátek Lidové noviny	269
Dům & bydlení	244
In magazín	187
Víkend	186
Moje rodina	172
Styl pro ženy	158
Suplementy regionální	205

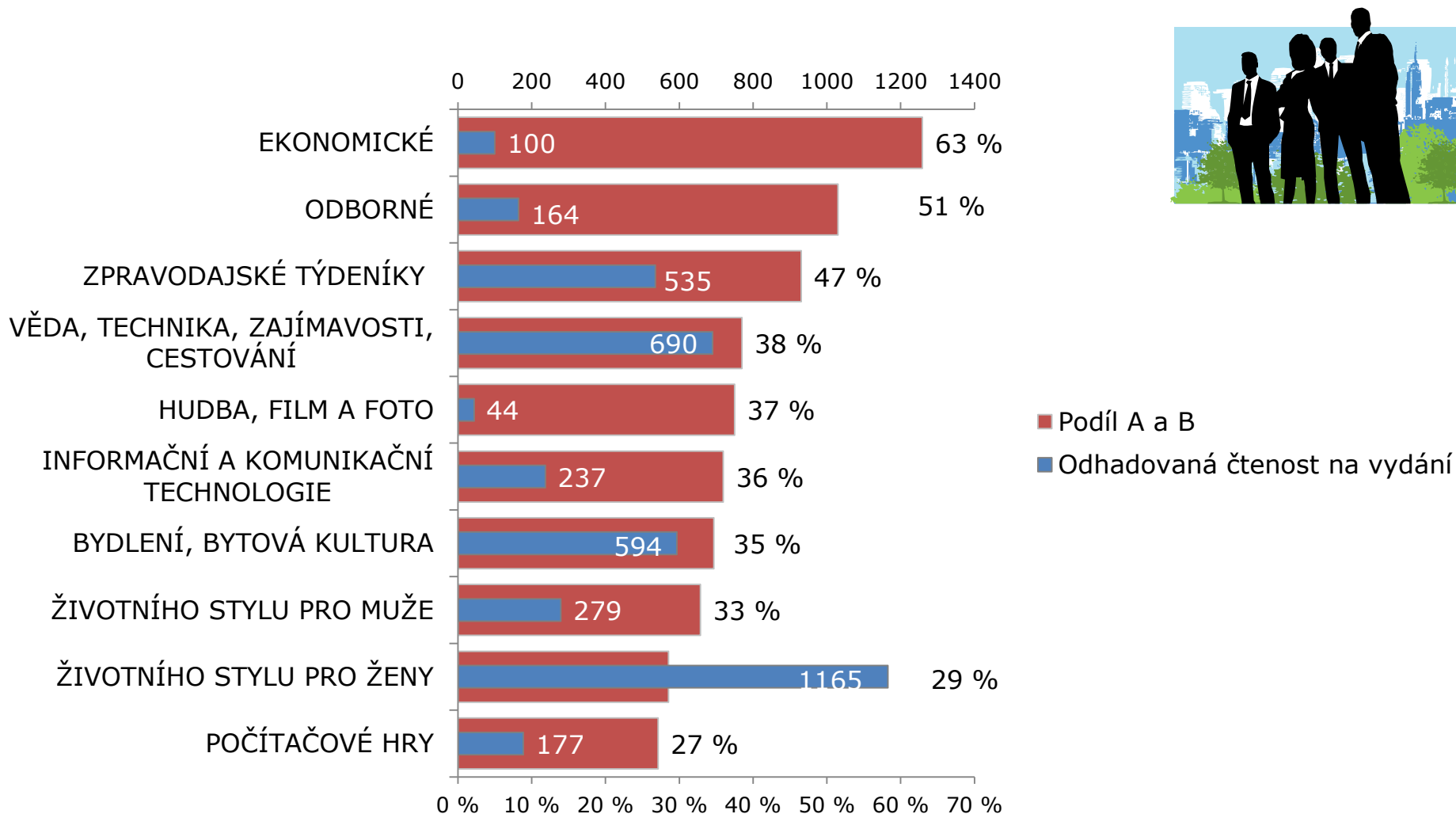
(údaje za čtenost na vydání)

Odhady čtenosti časopisů



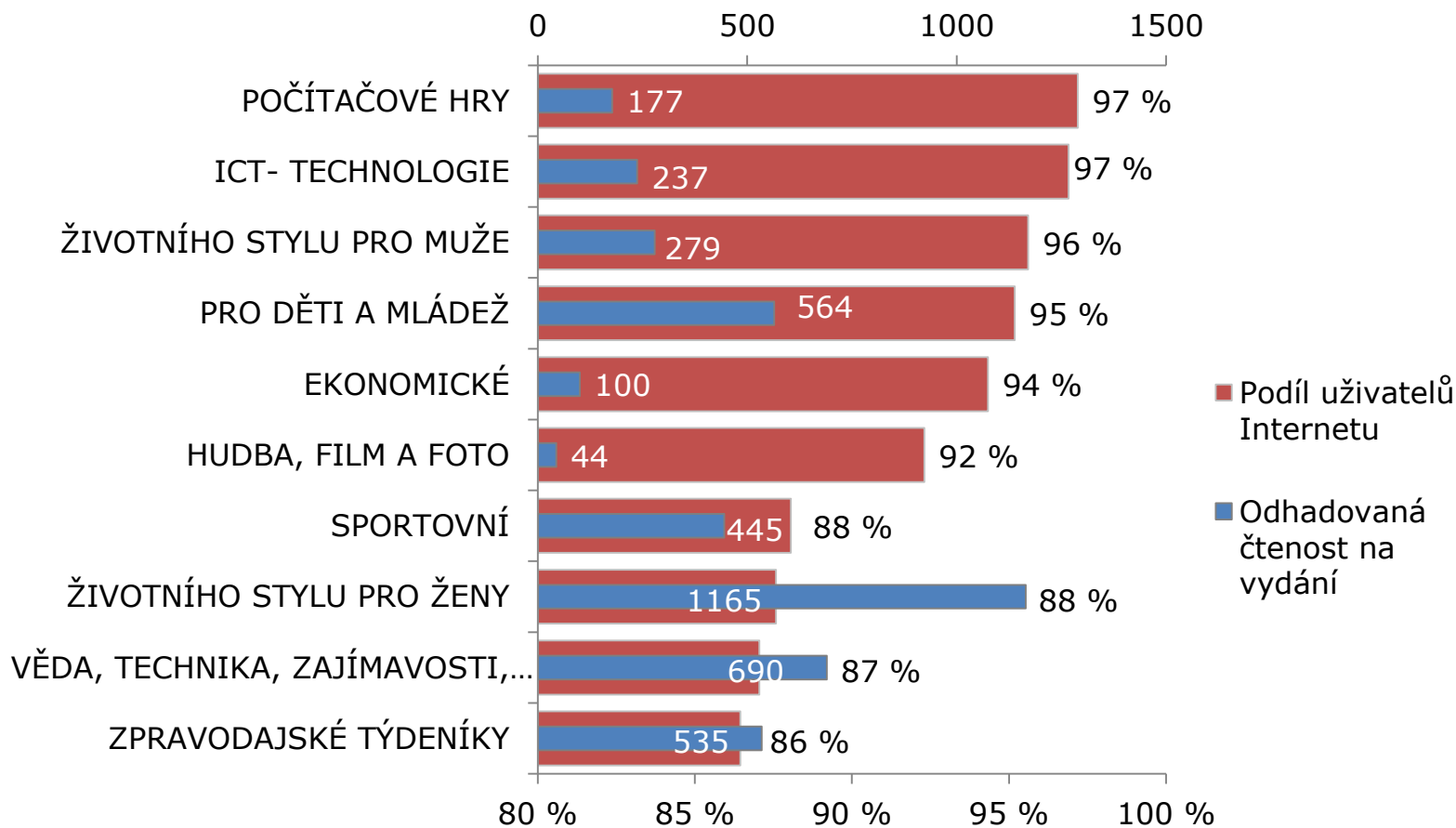
ŽÁNROVÉ SKUPINY ČASOPISŮ

Podíl čtenářů ze skupin A+B (socioekonomická klasifikace)



ŽÁNROVÉ SKUPINY ČASOPISŮ

Podíl čtenářů – uživatelů internetu



ČASOPISY – PRO ŽENY

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Chvilka pro tebe	601
Blesk pro ženy	583
Svět ženy	444
Katka	342
Vlasta	303
Překvapení	287
Tina	239
Claudia	168
Napsáno životem	162
Maminka	132
Praktická žena	127
Betyнка	111
Burda	66
Čas na lásku	62
Paní domu	39
Šťěstí a nesnáze	37

Tituly z této skupiny čte

16 % mužů

84 % žen



Zásah této skupiny je

42 % žen

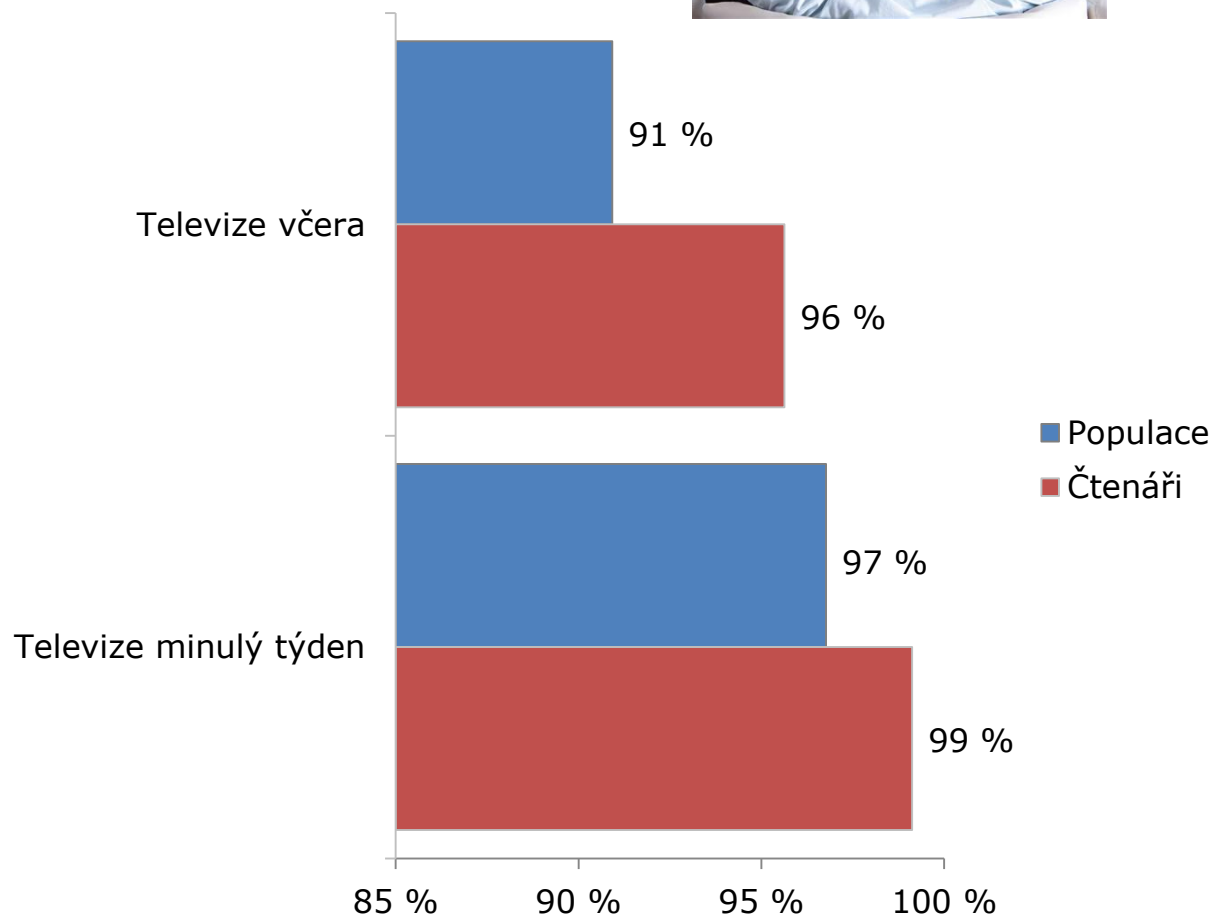
38 % hospodyní



ČASOPISY – PROGRAMOVÉ

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

TV max	500
TV mini	304
TV Star	218
Týdeník Televize	153
TV Revue	145
TV Plus	77
TV expres	69



ČASOPISY – ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Žena a život	359
Glanc	211
Joy	182
Cosmopolitan	175
Elle	165
Marianne	160
Moje psychologie	127
Dieta	99
Jackie	83
InStyle	65
Harper 's Bazaar	50
Kondice	47
Marie Claire	39

Skupiny s nadprůměrnou čteností (afinitní index)



Socioekonomická klasifikace:



ČASOPISY - BYDLENÍ, BYTOVÁ KULTURA

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Dům a zahrada	114
Chatař & chalupář	87
Marianne Bydlení	69
Můj dům	62
Moderní byt	61
Katka Náš útulný byt	61
Bydlení	57
Svět koupelen	50
Bydlení Stavby Reality	49
Pěkné bydlení	48
Rodinný dům	43
Domov	42
Svět kuchyní	39
Tina Bydlíme	38
Home byt / dům / styl / zahrada	30



Vlastnictví domu

45 % populace

51 % čtenářů z této skupiny

Vlastnictví chaty, chalupy

12 % populace

20 % čtenářů z této skupiny

Vlastnictví zahrady

55 % populace

66 % čtenářů z této skupiny

ČASOPISY - ZAHRADA A HOBBY

odhad čtenosti na vydání v tis. osob



Chataření/ chalupaření (alespoň 1x týdně)

6 % populace

12 % čtenářů z této skupiny

Zahrádkářství (alespoň 1x týdně)

29 % populace

57 % čtenářů z této skupiny

Zahrádkář	296
Receptář	256
Blesk Hobby	100
Naše krásná zahrada	98
Fajn život	76
Flóra na zahradě	53

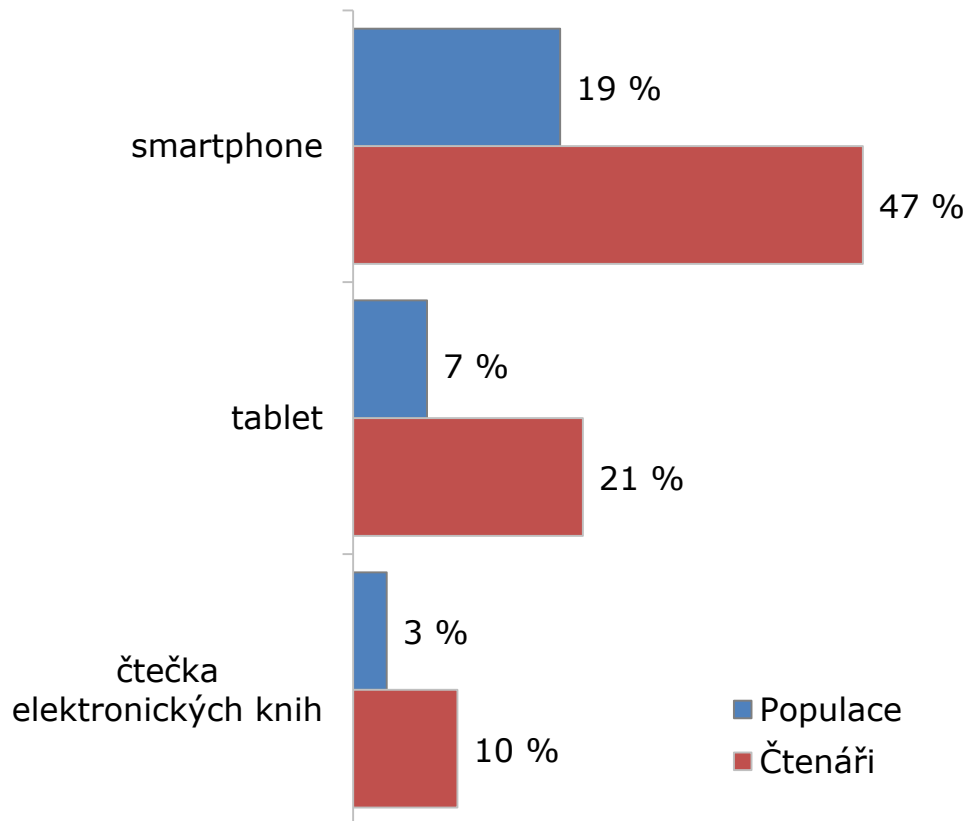
ČASOPISY – INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Chip	87
Computer	60
Počítač pro každého	57
Extra PC	43
Computerworld	38



Porovnání osobní vybavenosti v %

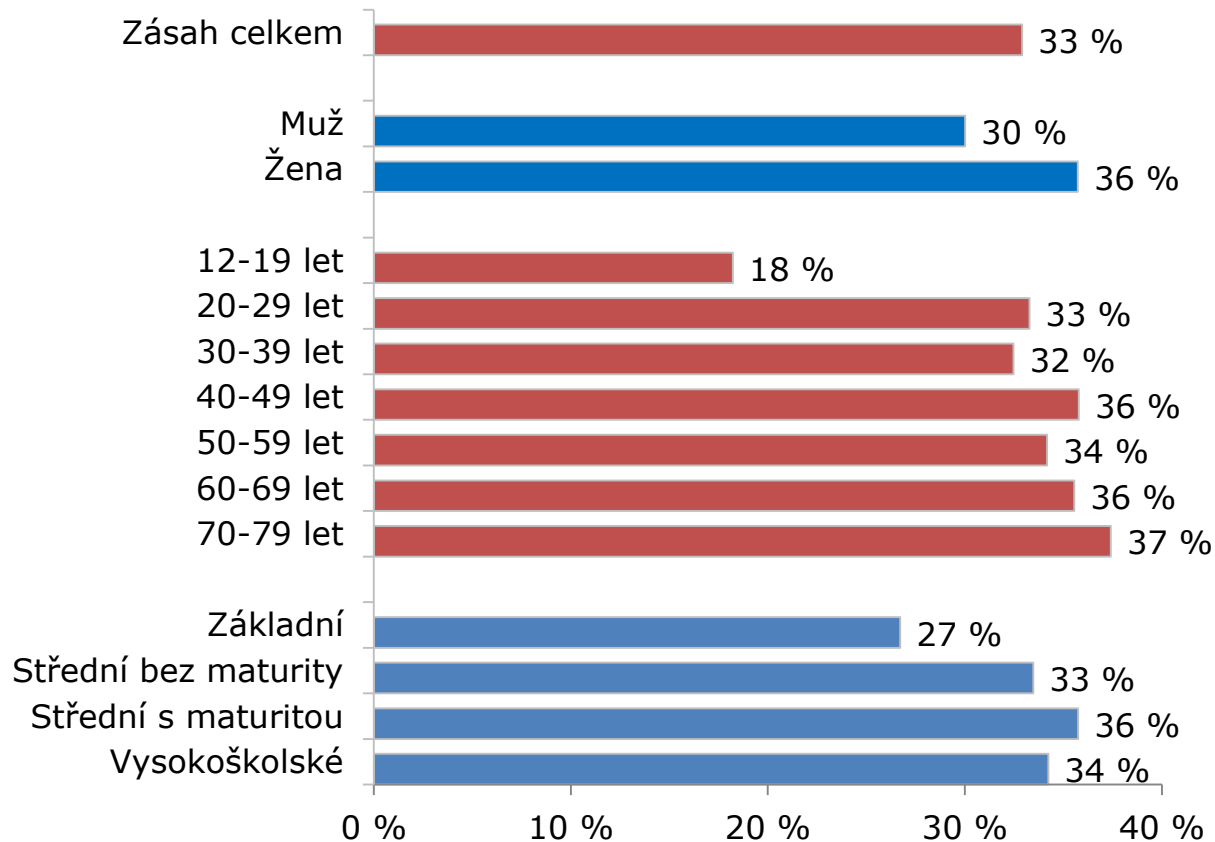


ČASOPISY – SPOLEČENSKÉ

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Rytmus života	695
Nedělní Blesk	646
Pestrý svět	411
Epocha	400
21. století	372
Sedmička	326
Týdeník Květy	284
History revue	265
Enigma	190
Nedělní Aha!	165
Reader 's Digest	130
Instinkt	129
Panorama 21. století	126
Story	111
Šíp Plus	70

Zásah v jednotlivých skupinách populace



Ostání žánrové skupiny časopisů - I.

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

PÉČE O ZDRAVÍ

Blesk Zdraví	139
Moje zdraví	129



HUDBA, FILM, FOTO

Digitální foto	44
----------------	----



VAŘENÍ

Svět ženy Pošli recept	451
Blesk Vaše recepty	221
Apetit	133
Chvilka v kuchyni	132
Katka Nejlepší recepty	82
F.O.O.D.	70
Gurmet	40
Chuť a styl	25



Ostani žánrové skupiny časopisů - II.

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

POČÍTAČOVÉ HRY

Score	123
Level	91



PRO DĚTI

ABC	207
Bravo	167
Bravo Girl!	153
21. století Junior	100
Top dívky	85
Popcorn	80



ZDARMA DISTRIBUOVANÉ ČASOPISY

Čilichili	168
Realcity.cz	40



Ostani žánrové skupiny časopisů - III.

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

PRO ŽENY – ČTENÍ KŘÍŽOVKY A SOUTĚŽE

Blesk Křížovky	390
Chvilka pro luštění	249
Křížovkářský TV magazín	206
Chvilka napětí	95



ODBORNÉ

Právo & Byznys	76
Zdravotnické noviny	72
Sestra	29



EKONOMICKÉ

Ekonom	72
Euro	41



Ostani žánrové skupiny časopisů - IV.

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

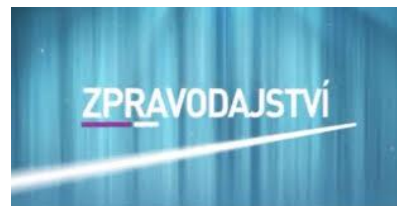
SPORTOVNÍ

Nedělní Sport	261
ProFootball	105
Sport Góóól	101
ProHockey	73
Snow	32



CELOSTÁTNÍ ZPRAVODAJSKÉ TÝDENÍKY

Reflex	297
Týden	178
Respekt	160



Ostani žánrové skupiny časopisů - V.

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

O VĚDĚ, TECHNICE, ZAJÍMAVOSTECH A CESTOVÁNÍ

100+1	210
National Geographic	157
Lidé a Země	151
Koktejl	104
Živá historie	93
Tajemství české minulosti	80
Příroda	72



ŽIVOTNÍHO STYLU PRO MUŽE

Maxim	180
Formen	62
Esquire	56



Ostani žánrové skupiny časopisů - VI.

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

MOTORISTICKÉ

Svět motorů	180
Svět motorů Speciál	162
Auto Tip	155
Autohit	120
Automobil Revue	109
Auto motor a sport	89
Top Gear	83
Motocykl	73
Auto 7	52
Trucker	32



SUPLEMENT S MĚSÍČNÍ PERIODICITOU

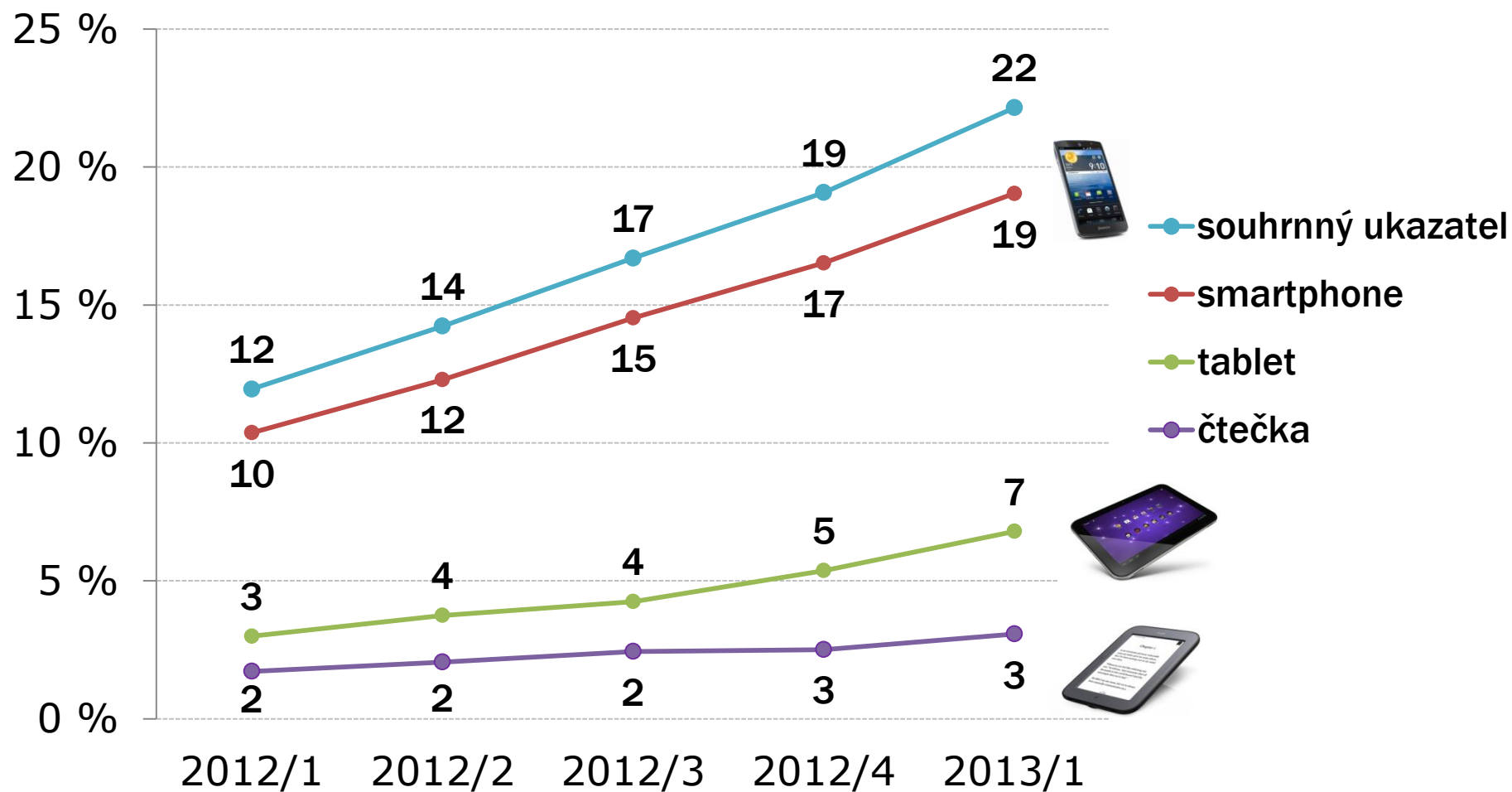
Auto trendy	55
-------------	----

Okénko do budoucnosti...

Připravenost čtenářů na konzumaci elektronických titulů



Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními



VYBAVENOST ČTECÍMI ZAŘÍZENÍMI pro četbu elektronických titulů (smartphone, tablet, čtečka)

Nejlépe vybavené skupiny (vlastní alespoň 1 zařízení):

- 50 % řídících pracovníků



- 45 % podnikatelů



- 42 % VŠ vzdělaných



- 42 % mladých lidí (20-29 let)

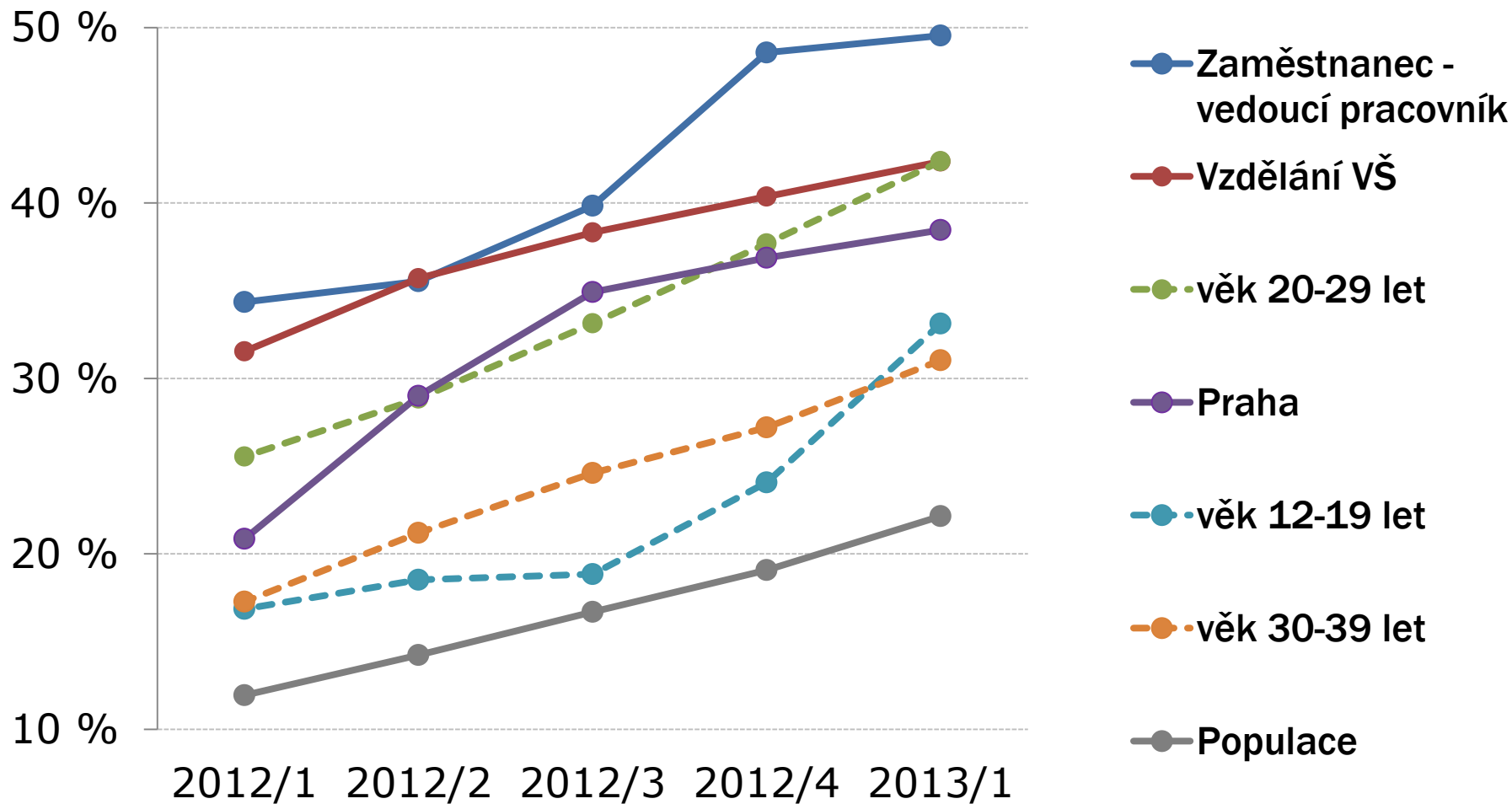


- 40 % studentů, žáků

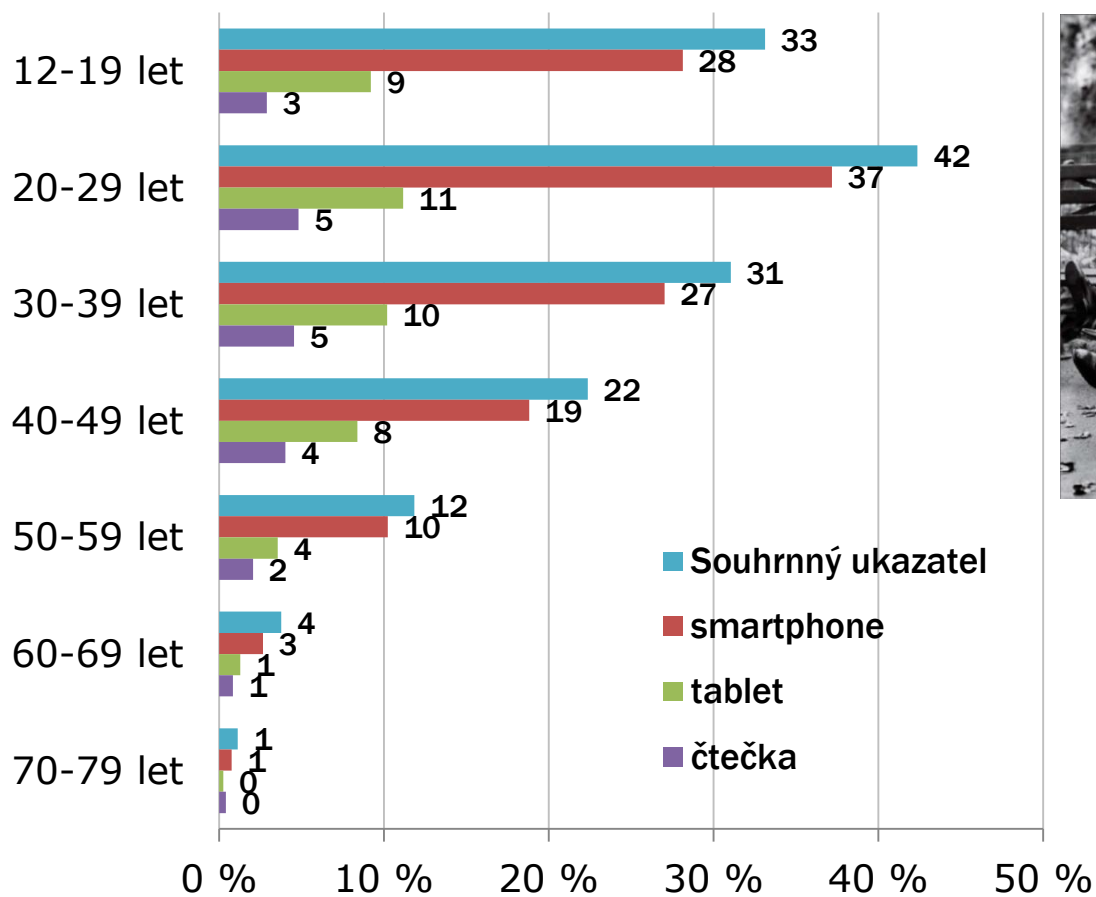


Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními

sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem

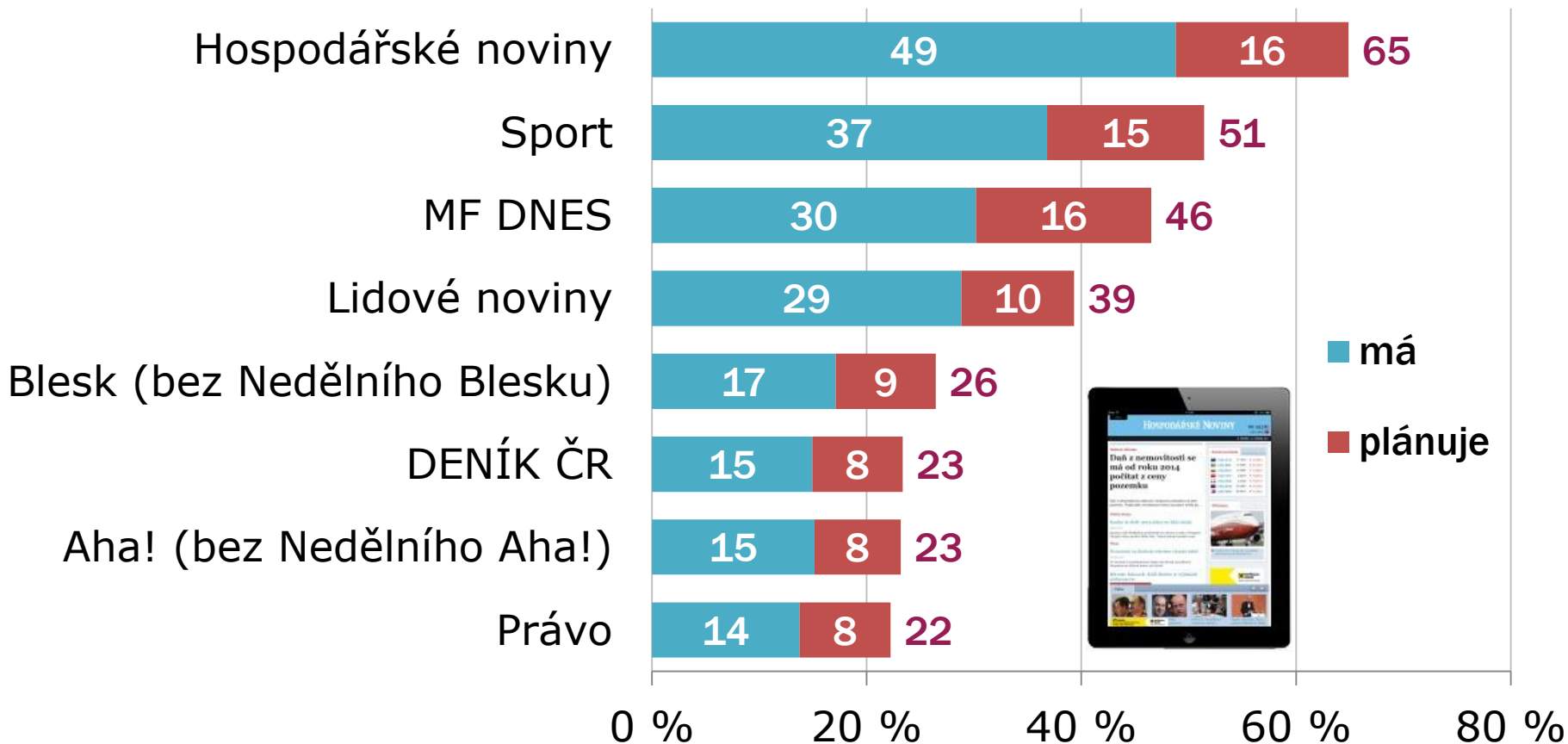


Vybavenost čtecími zařízeními podle věku (%)



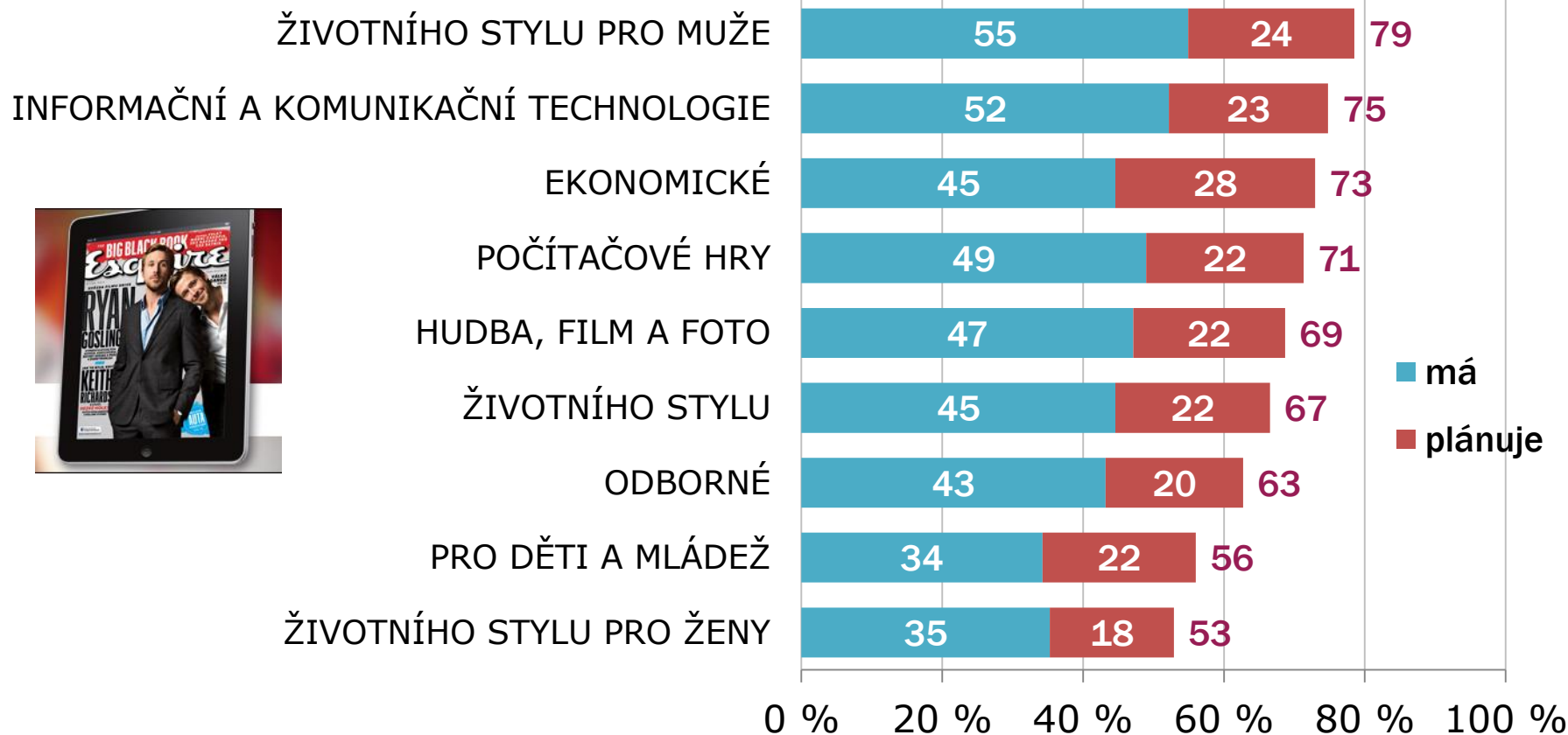
Čtenáři deníků

vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



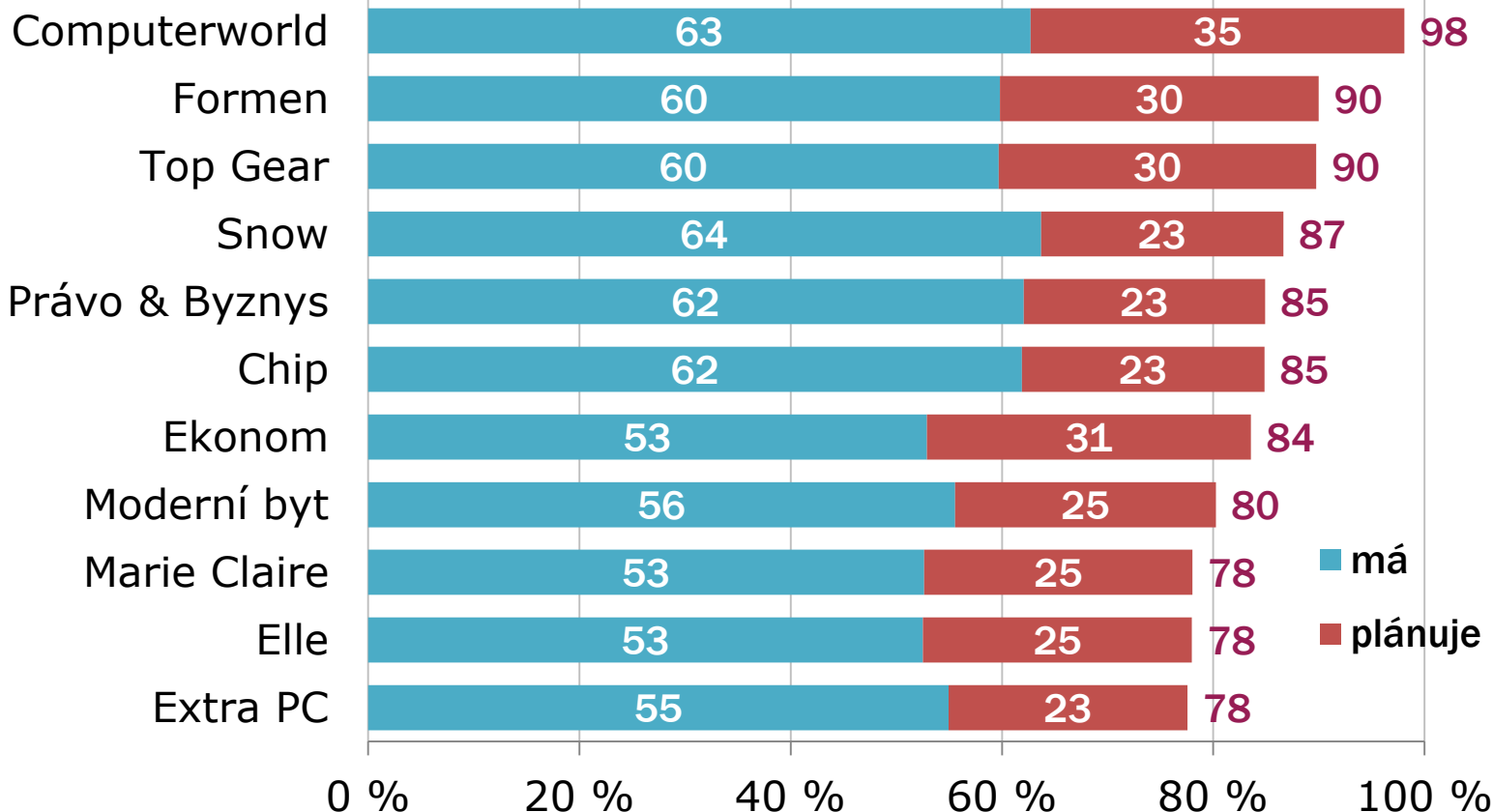
Čtenáři žánrových skupin časopisů

vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %

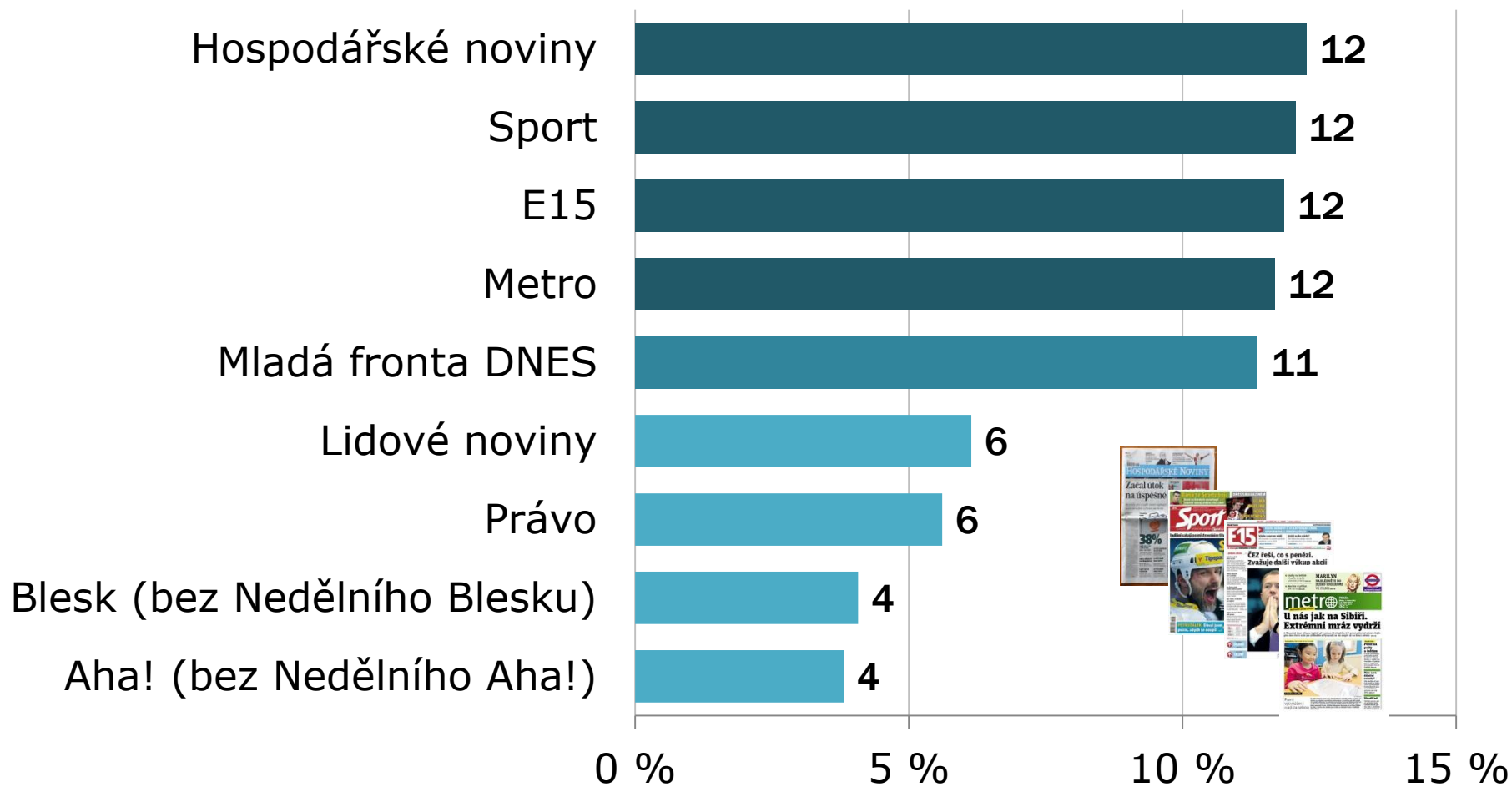


Čtenáři časopisů

vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %

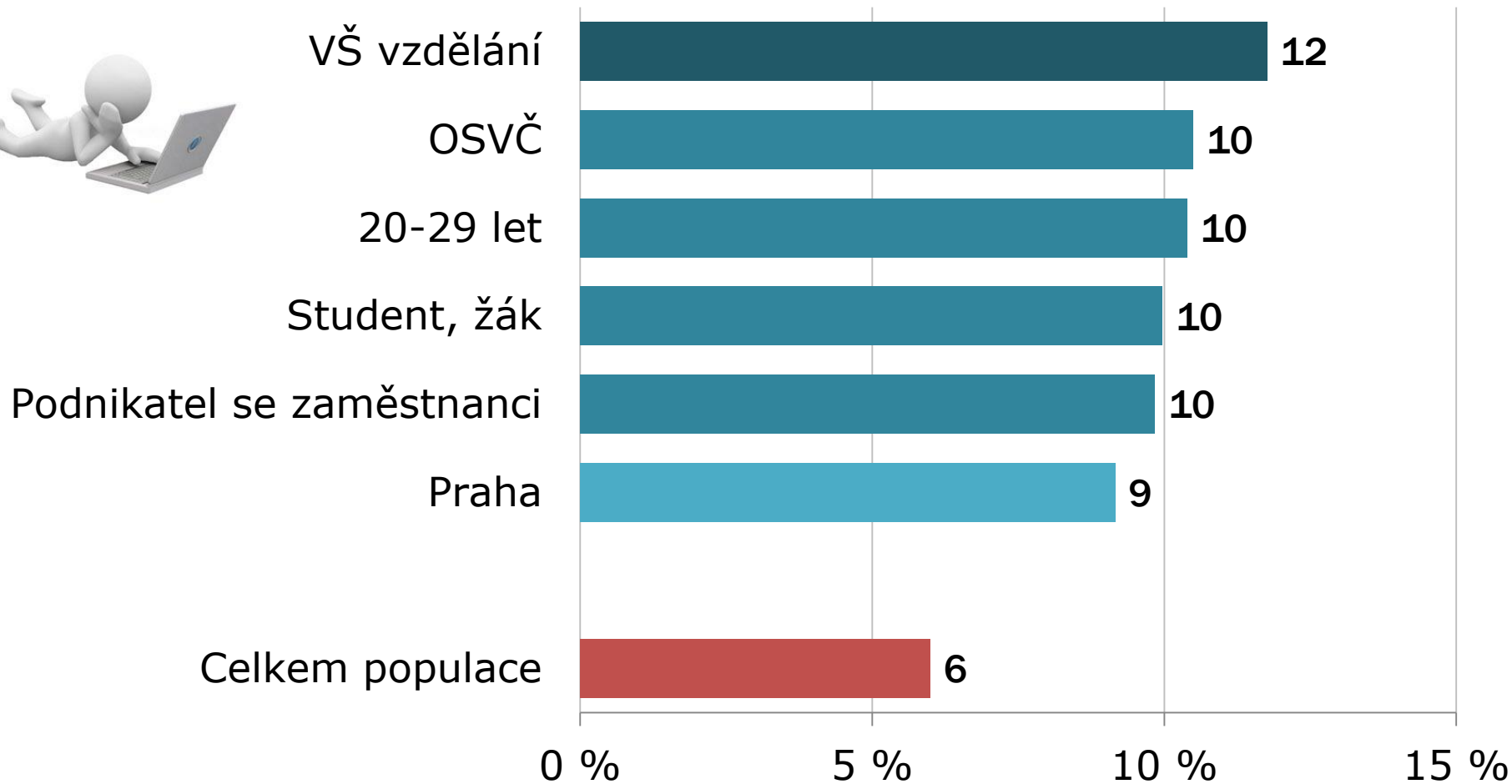


Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů čtenáři deníků (poslední vydání)



Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů

Skupiny s největším potenciálem



Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

MEDIA PROJEKT: 4. čtvrtletí 2012 a 1. čtvrtletí 2013
Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK /GFK



STEM  MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

DĚKUJEME ZA POZORNOST

CZECH
PUBLISHERS
ASSOCIATION

UNIE
VYDAVATELŮ



AKA

ASOCIACE KOMUNIKAČNÍCH AGENTUR



STEM  MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

