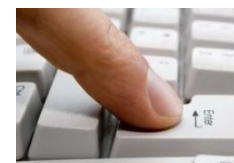


MEDIA PROJEKT

1. a 2. čtvrtletí 2014

Základní parametry výzkumu

- realizace MEDIAN a STEM/MARK
- vícestupňový stratifikovaný náhodný adresní výběr
- face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI)
- část dotazníku vyplněna samostatně respondentem
- vzorek 12 655 respondentů
- průměrná délka rozhovoru cca 30 minut



Trendy vývoje odhadovaných čteností



Trendy ve vývoji odhadovaných čteností

- ↗ Velmi vysoká korelace mezi odhadovanou čteností a prodaným nákladem, vyšší než v minulých výstupech
- ↘ Významné snížení počtu časopiseckých titulů s vyšším počtem čtenářů na prodaný výtisk ve srovnání s prvním pololetím 2013 (z 31 na 21)
- ↘ Celkově mírně klesá počet čtenářů na jeden prodaný výtisk
- ↘ V souladu s poklesem PN klesá meziročně i čtenost placených deníků a jejich suplementů
- Po výrazném nárůstu stabilizace čtenosti zdarma distribuovaných deníků (Metro/E15).

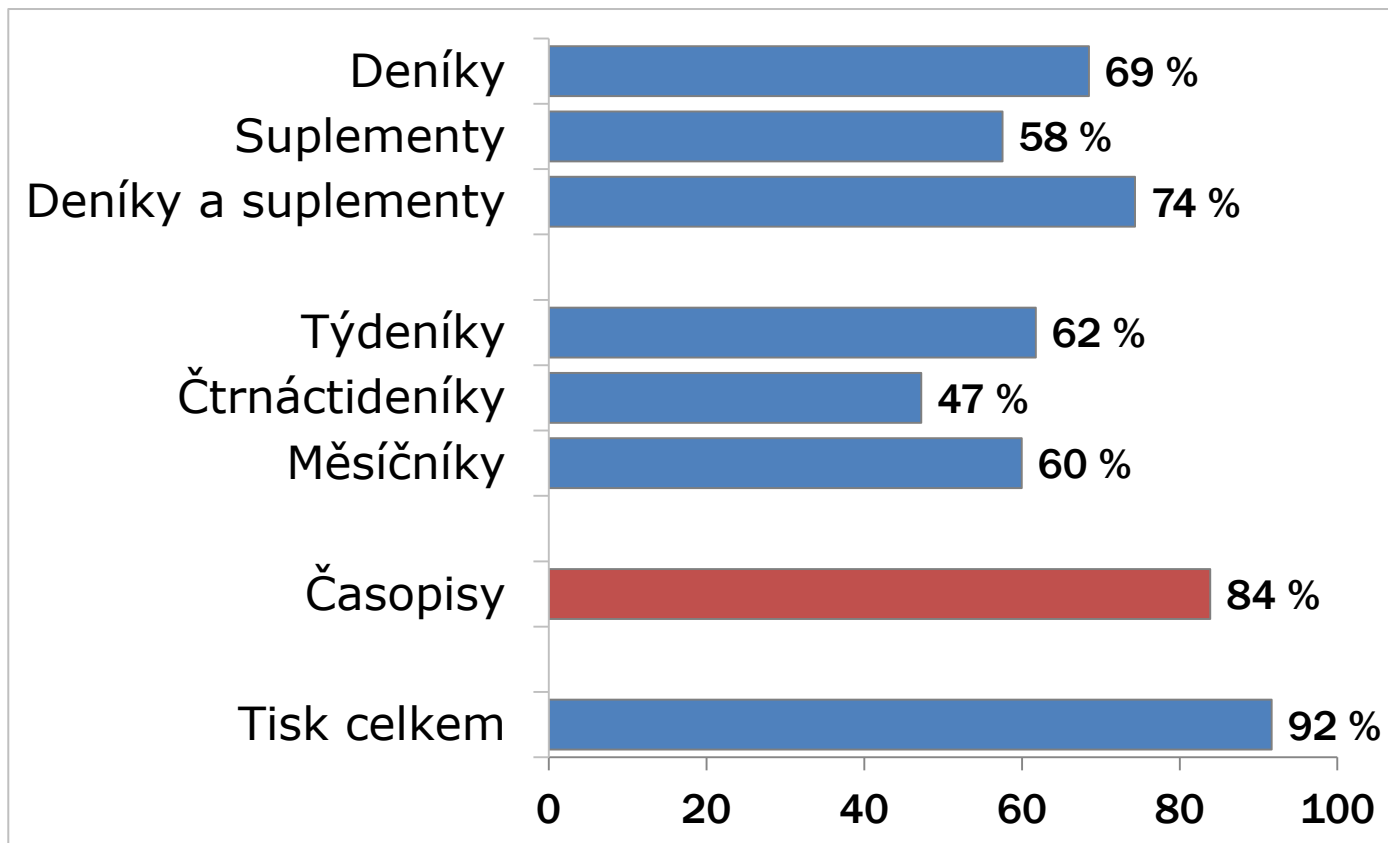
Trendy ve vývoji odhadovaných čteností

srovnání žánrových skupin

- ↘ Došlo ke znatelnému snížení počtu čtenářů na 1 výtisk u dlouhodobě „nadhodnocovaných“ titulů z kategorie počítačových her, bytové kultury a hobby/zahrada
- ↘ Ve většině sledovaných žánrových skupin nastal meziročně pokles odhadované čtenosti, nejvíce v kategorii měsíčníků
- ↗ Meziročně vykazují mírný nárůst čtenosti pouze programové a ekonomické tituly

Celkový zásah skupin tiskových titulů

odhad čtenosti v % obyvatel (čtenost v delším období)



Celkový zásah tisku je 8.087 tis. osob starších 12 let

Odhady čtenosti deníků a suplementů



CELOSTÁTNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)



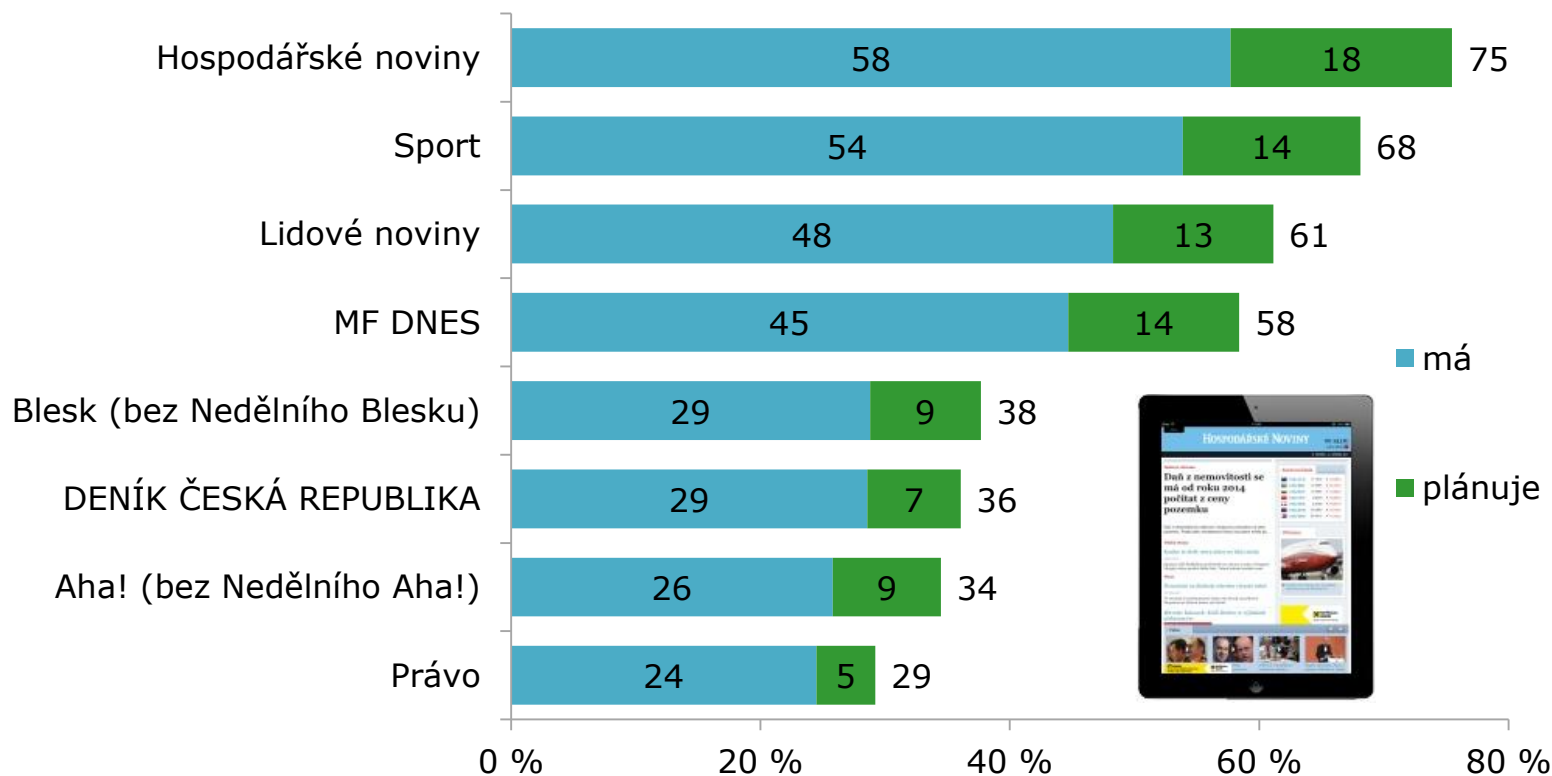
Čtenáři deníků:

- **nadprůměrně** chataří, chalupaří a zahrádkaří
- **častěji** navštěvují restaurace, kavárny, bary, hospody
- **častěji** navštěvují sportovní utkání

Blesk	1128
MF DNES	709
Právo	347
Aha! (bez Nedělního Aha!)	254
Sport	245
Lidové noviny	186
Hospodářské noviny	174
DENÍK ČR	702

*/*Oranžová barva označuje statisticky významný nárůst v odhadované čtenosti oproti Q4/2013+Q1/2014*

Vybavenost a její budoucí potenciál mezi čtenáři deníků (čtecí zařízení - %)



PLACENÉ DENÍKY

Co také víme o čtenářích deníků:



- Největší podíl stálých čtenářů má **Blesk**, následuje **Sport**
- **53%** čte v delším období 2 a více deníků
- **80%** čtenářů deníků čte i placený časopis

REGIONÁLNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)

Ve srovnání se čtenáři celostátních placených deníků čtou:

- více ženy
- více starší nad 60 let
- častěji i bez maturity
- v menších obcích
- méně často mají přístup k Internetu



DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	113
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	103
DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	88
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	86
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	77
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	76
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	68
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	67
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	24

DENÍKY ZDARMA (odhad čtenosti na vydání)

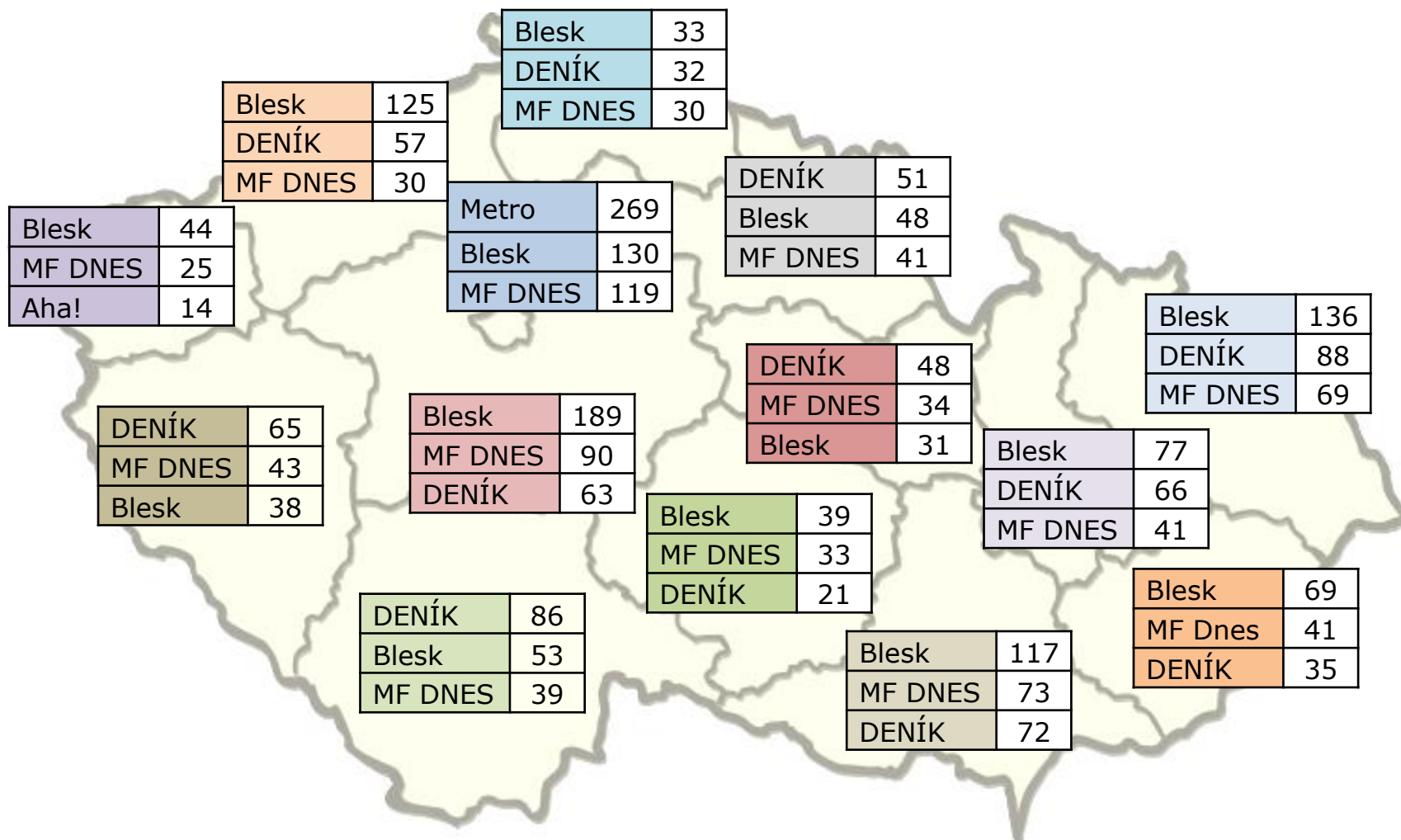
Co víme o denících zdarma...:

- E15 má 72 % z kategorií A, B a C1
- Metro má 48 % z kategorií A, B a C1



Metro	481
E15	71

DENÍKY V REGIONECH (odhad čtenosti na vydání v tis.)



SUPLEMENTY

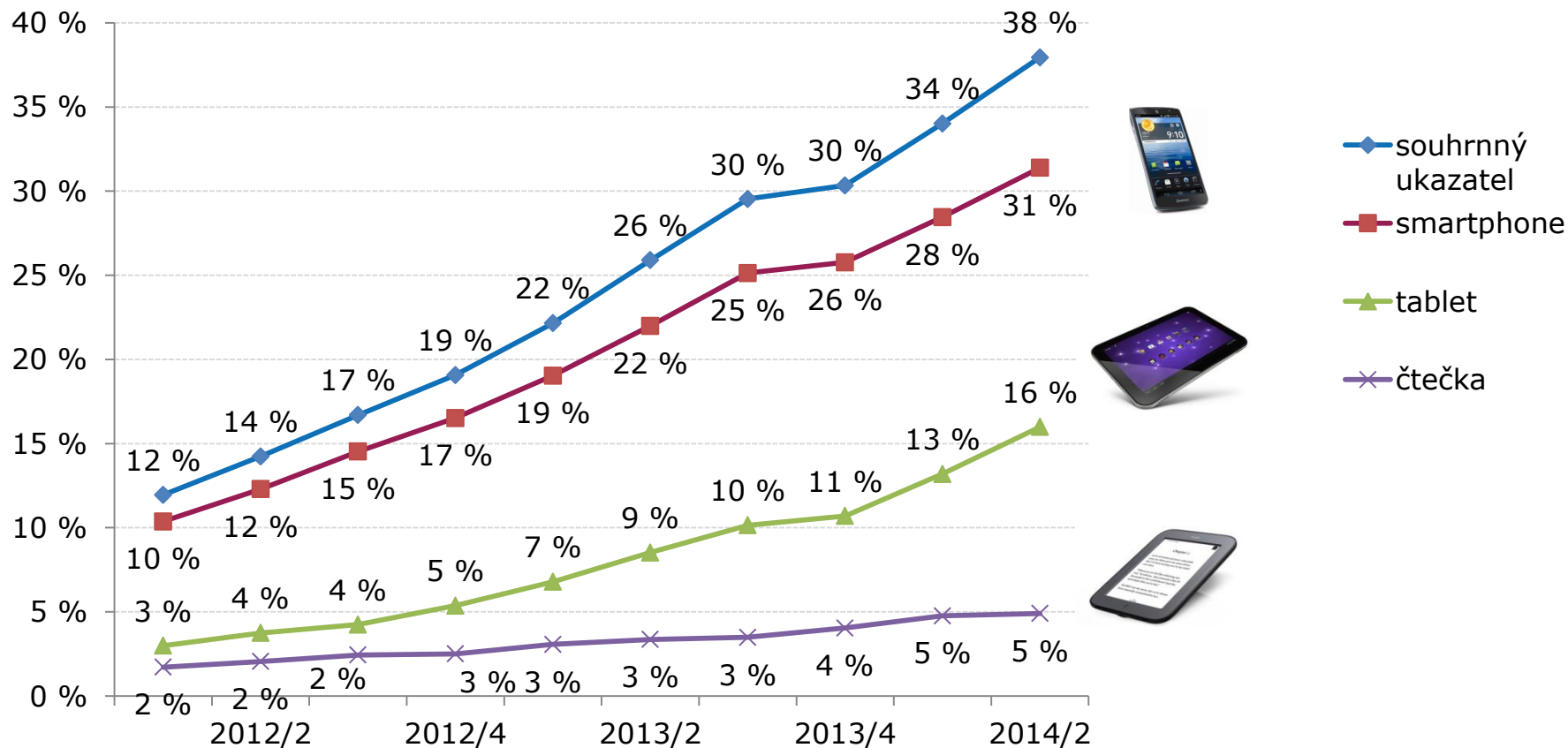
(odhad čtenosti na vydání)

- 3/4 čtenářů deníků čtou některý ze suplementů
- 2/3 čtenářů deníků čtou některý z TV suplementů
- 74 % čtenářů MF DNES čte některý ze suplementů tohoto deníku, 28 % čte všechny její suplementy
- Během 3 měsíců čte průměrný čtenář suplementů
18 výtisků

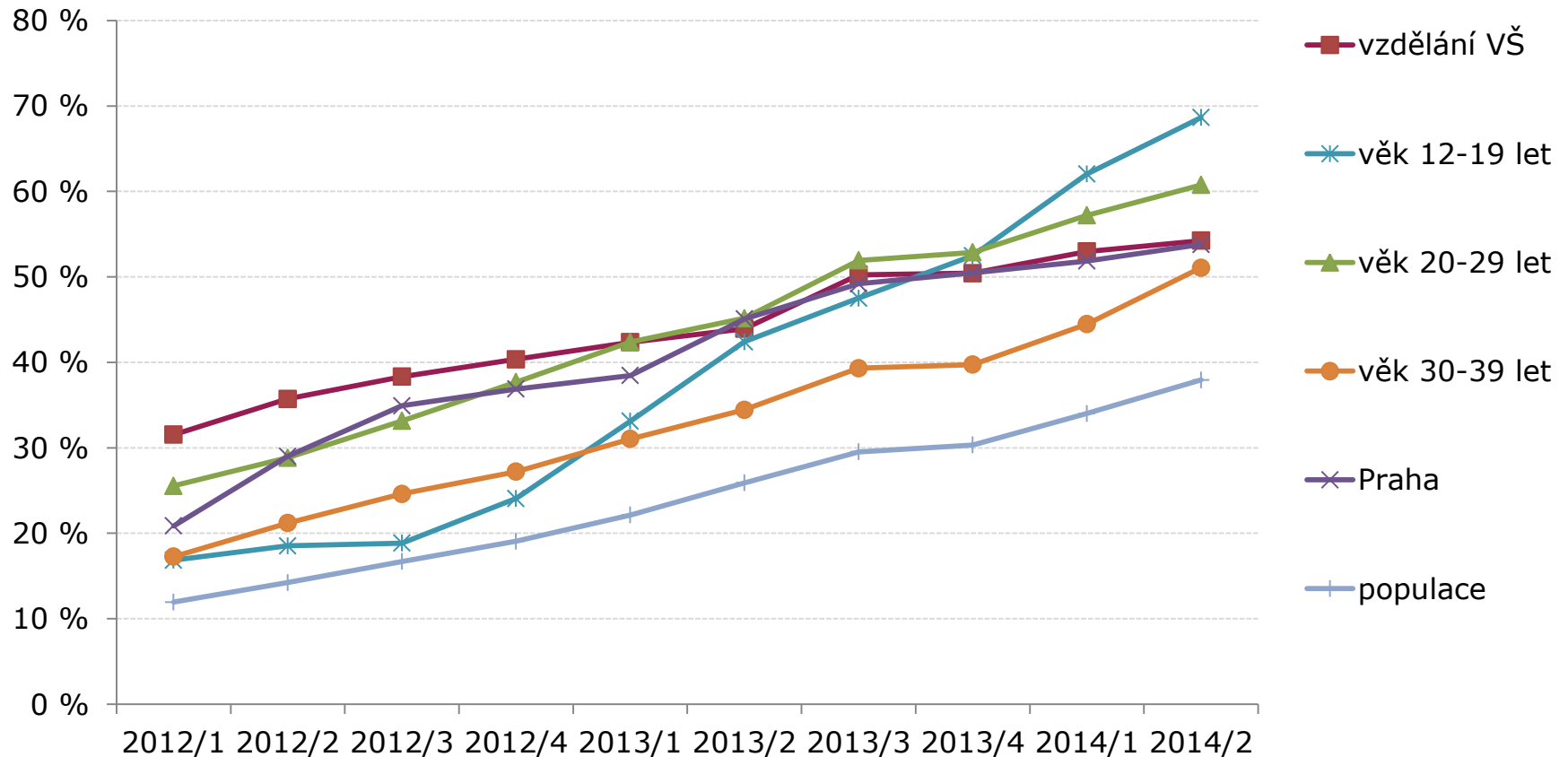


TV magazín (celkem)	1366
Blesk magazín TV	1345
Magazín DNES + TV	872
Ona DNES	578
Magazín Právo + TV	531
Víkend DNES	478
Aha! TV	404
Doma DNES	385
TV pohoda (celkem)	362
Sport magazín	345
Pátek Lidové noviny	254
Moje rodina	230
Dům & bydlení	228
Styl pro ženy	175
Víkend	135
In magazín	116

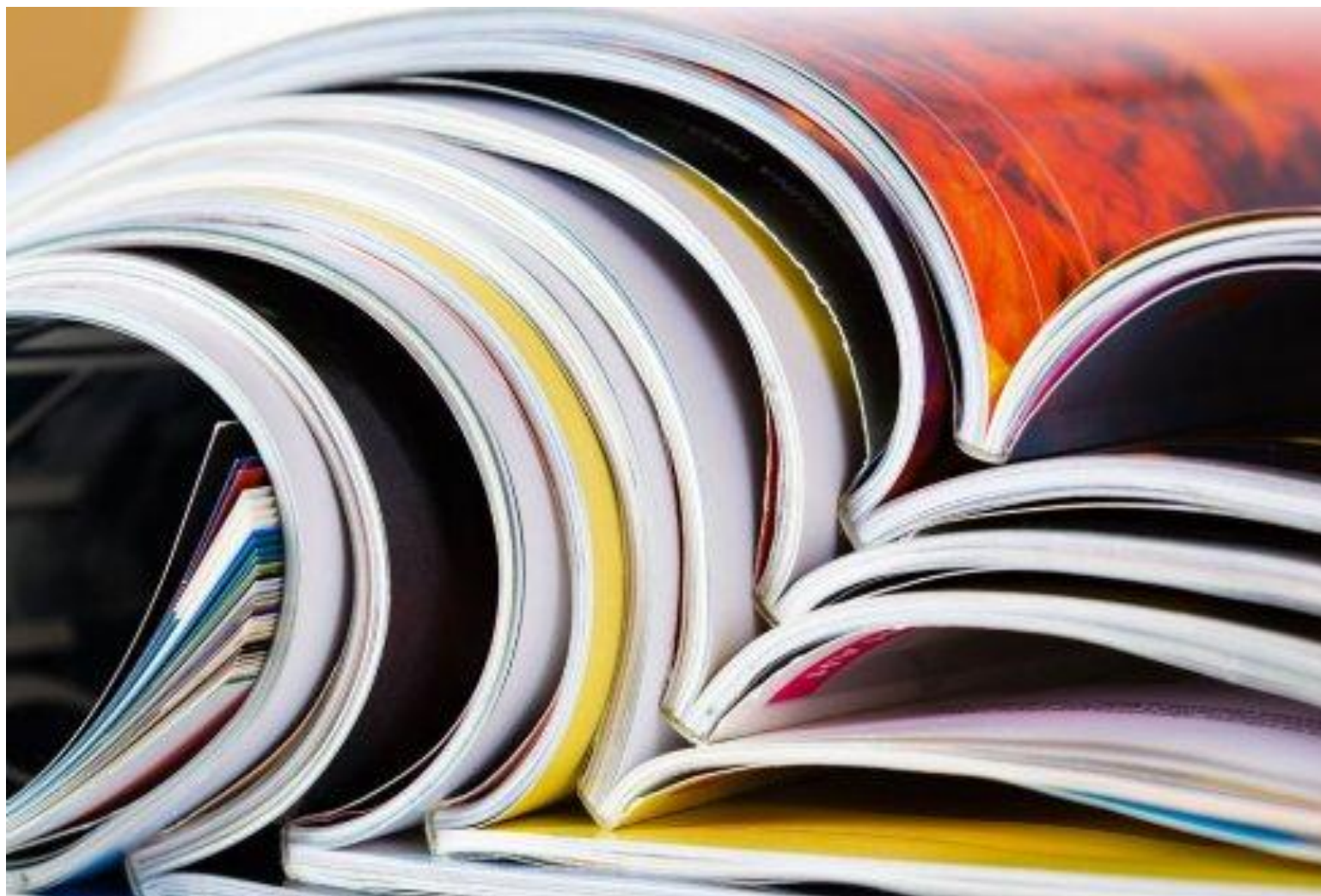
Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními



Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem

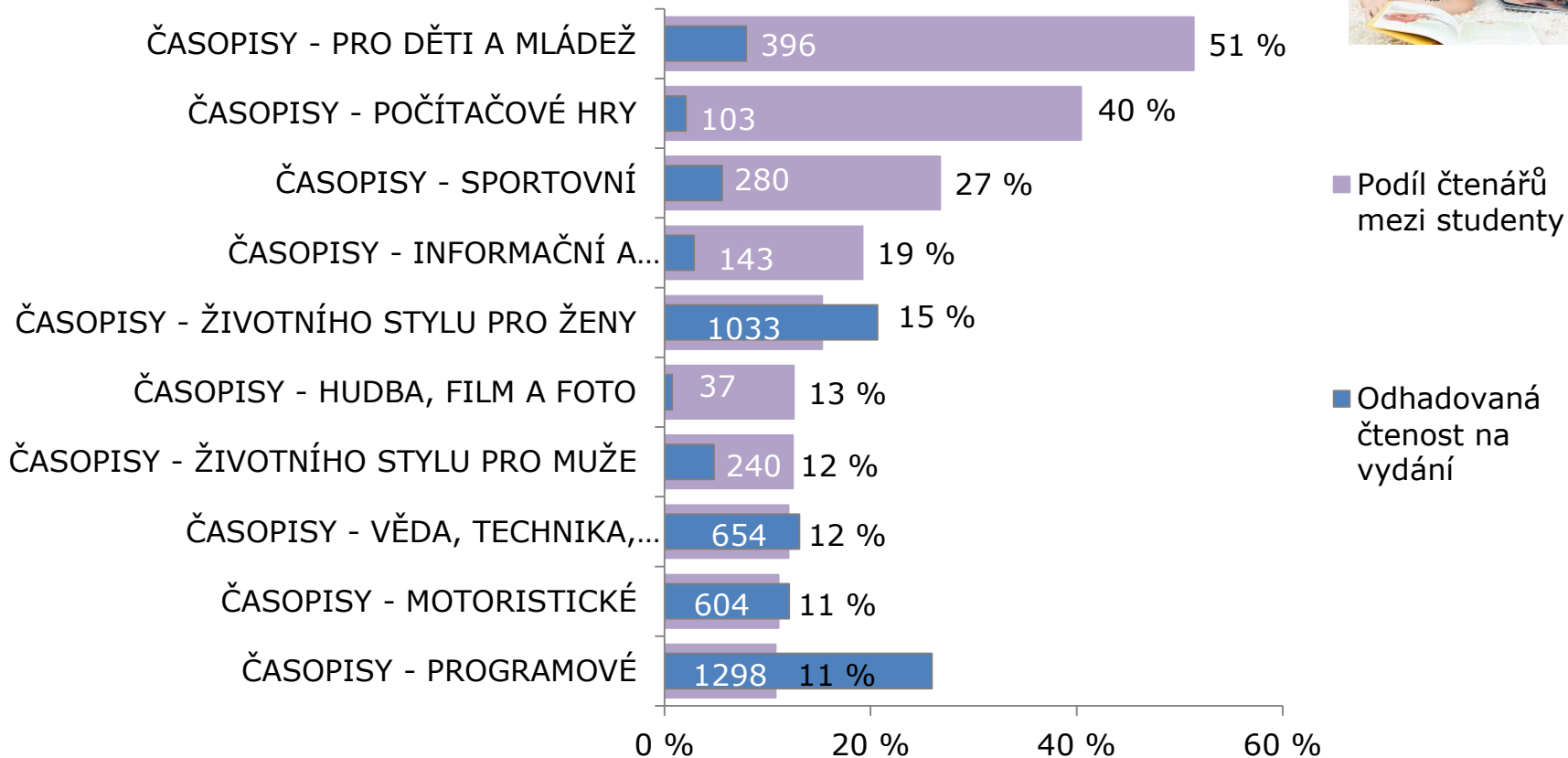


Odhady čtenosti časopisů



ŽÁNROVÉ SKUPINY ČASOPISŮ

Podíl čtenářů mezi studenty



SKUPINY ČTENÁŘŮ – podle nejvyššího podílu v žánr. skupinách časopisů

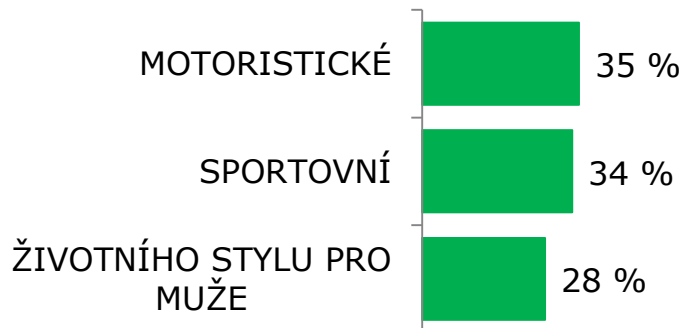
Podíl čtenářů – **vícečlenné domácnosti**



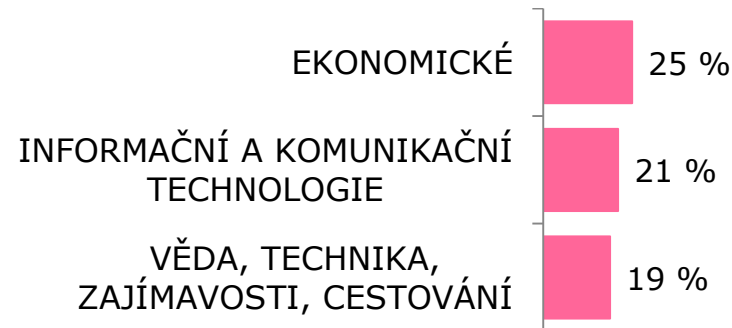
Podíl čtenářů – **1-2 členné domácnosti**



Podíl čtenářů – **manuální pracovníci**



Podíl čtenářů – **profesionálové**



ČASOPISY – SPOLEČENSKÉ

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Rytmus života	654
Nedělní Blesk	647
Pestrý svět	373
Epocha	358
Sedmička	358
21. století	296
Týdeník Květy	228
History revue	225
Enigma	213
Nedělní Aha!	189
Story	122
Reader's Digest	103
Instinkt	83
Panorama 21. století	72
Magazín Šíp	66
Svět na dlani	59

Nejčastěji souběžně čtené tituly:

- Rytmus života + Pestrý svět
(154 tis. čtenářů)
- Rytmus života + Nedělní Blesk
(98 tis. čtenářů)
- Nedělní Blesk + Nedělní Aha!
(92 tis. čtenářů)



PRO DĚTI A MLÁDEŽ

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ABC	166
Bravo	165
Top dívky	84
Popcorn	81
21. století Junior	45

Denně je na chatu/ICQ/Facebooku:

- 55 % čtenářů těchto titulů
- 25 % z populace

Denně nebo několikrát týdně hraje online hry:

- 29 % čtenářů těchto titulů
- 12 % z populace



ČASOPISY – ŽIVOTNÍHO STYLU PRO MUŽE

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Čtenáři:

Maxim	213
Formen	30

- 71 % ve věku 20-39 let
- 68 % má smartphone
- 31 % hraje alespoň 1x týdně nějaký týmový sport
- 8 % čte deník Sport



ČASOPISY – SPORTOVNÍ

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Nedělní Sport	168
Sport Góóól	91
ProFootball	61
ProHockey	42



Návštěva sportovních utkání alespoň 1x měsíčně:

- 61 % čtenářů těchto titulů
- 20 % z populace
- Týmové sporty/hry alespoň 1x měsíčně
- 56 % čtenářů těchto titulů
- 23 % z populace

1/3 čtenářů sportovních časopisů
čte zároveň i deník Sport

POČÍTAČOVÉ HRY

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

Score	69
Level	51

21% čtenářů kategorie počítačové hry čte zároveň i některý z titulů ICT

Čtenáři

- 96% muži
- 40% studenti



Častěji, než je v internetové populaci obvyklé:

- stahují hry
- hrají hry online
- stahují programy
- stahují hudbu, video

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

BYDLENÍ, BYTOVÁ KULTURA

Dům a zahrada	122
Chatař & chalupář	98
Marianne Bydlení	70
Bydlení	67
Tina Bydlíme	63
Můj dům	59
Bydlení Stavby Reality	56
Svět koupelen	50
Rodinný dům	49
Katka Náš útulný byt	49
Moderní byt	43
Domov	38
Pěkné bydlení	37
Svět kuchyní	29



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ZAHRAA A HOBBY

Receptář	302
Blesk Hobby	102
Flóra na zahradě	55
Fajn život	39



O VĚDĚ, TECHNICE, ZAJÍMAVOSTECH A CESTOVÁNÍ

100+1	253
National Geographic	150
Lidé a Země	139
Živá historie	98
Koktejl	83
Tajemství české minulosti	43
Příroda	41



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

HUDBA, FILM, FOTO

Digitální foto	37
----------------	----



INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE

Chip	77
------	----

Computer	77
----------	----

Extra PC	53
----------	----

Počítač pro každého	39
---------------------	----



PÉČE O ZDRAVÍ

Moje zdraví	128
-------------	-----

Blesk Zdraví	97
--------------	----



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

VAŘENÍ

Svět ženy Pošli recept	459
Blesk Vaše recepty	221
Apetit	140
Chvilka v kuchyni	109
F.O.O.D.	85
Gurmet	48



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – PRO ŽENY

Blesk pro ženy	475
Chvilka pro tebe	464
Svět ženy	389
Katka	246
Tina	244
Vlasta	242
Překvapení	209
Napsáno životem	183
Maminka	123
Claudia	119
Praktická žena	99
Betyнка	78
Čas na lásku	65
Burda	49
Paní domu	37



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

PROGRAMOVÉ

TV max	506
TV mini	330
TV Star	206
Týdeník Televize	178
TV Revue	100
TV expres	90
TV Plus 14	62



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY

Žena a život	377
Marianne	170
Elle	157
Glanc	133
Cosmopolitan	128
Moje psychologie	118
Joy	116
Dieta	88
Marie Claire	55
Harper's Bazaar	50
InStyle	48
Kondice	24



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

EKONOMICKÉ

Ekonom	75
Euro	38



PRO ŽENY – ČTENÍ KŘÍŽOVKY A SOUTĚŽE

Blesk Křížovky	285
Chvilka pro luštění	204
Křížovkářský TV magazín	130
Chvilka napětí	45



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

MOTORISTICKÉ

Svět motorů	192
Svět motorů Speciál	144
Auto Tip	137
Auto motor a sport	130
Motocykl	74
Automobil Revue	73
Auto 7-Autohit	54
Auto Tip Klassik	45
Trucker	40



ODBORNÉ

Sestra	40
--------	----



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

CELOSTÁTNÍ ZPRAVODAJSKÉ TÝDENÍKY

Reflex	269
Respekt	163
Týden	149



ZDARMA DISTRIBUOVANÉ ČASOPISY

Čilichili	173
Kraj Vysočina	115



Nadstavba „kvalita čtení“

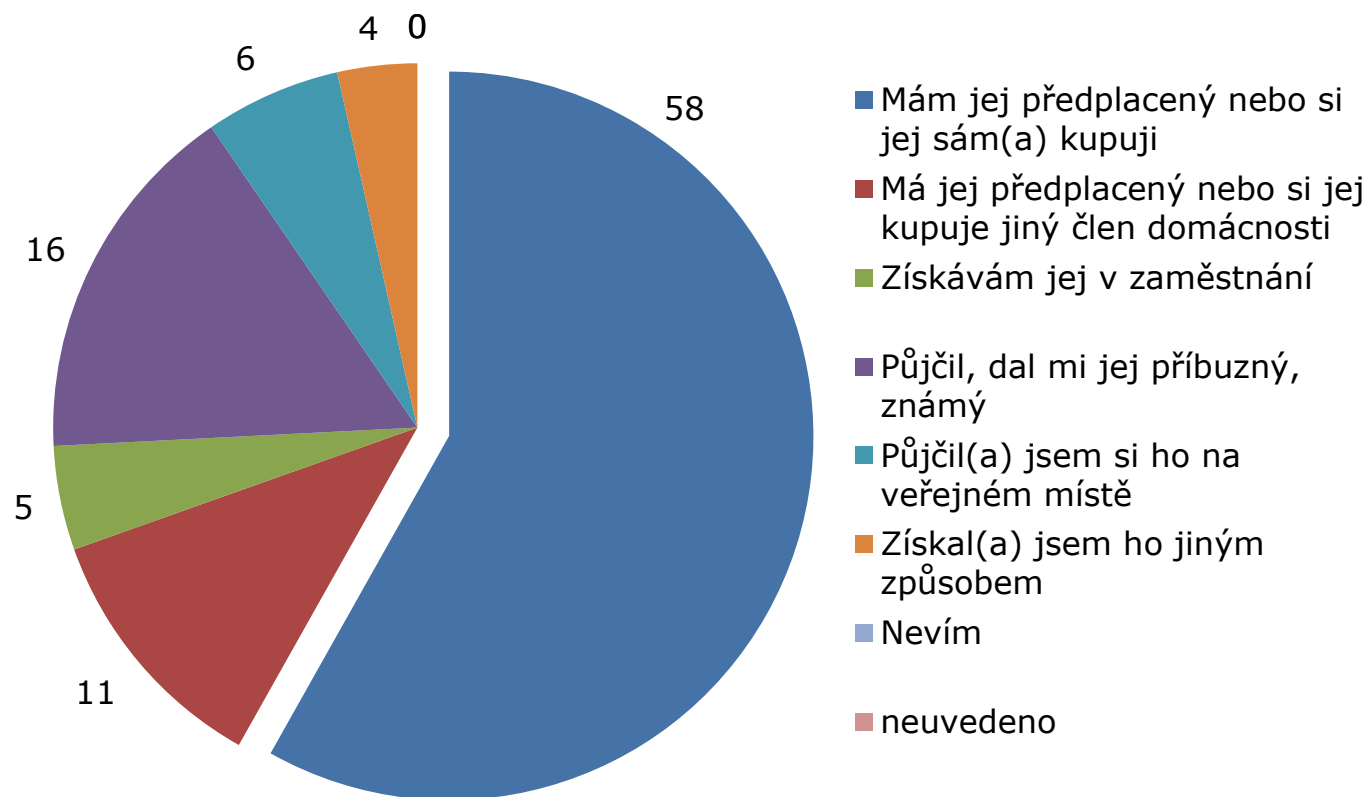


Realizace nadstavby - postup

- Cílová skupina: čtenáři časopisů v periodě vydání
- Dotázáno: 12 655 respondentů - 1. pololetí 2014
- Co nás zajímalo:
 - ✓ způsob získání výtisku
 - ✓ intenzita čtení
 - ✓ způsob následného sdílení titulu
- Pokračování: 2.pol. 2014 – kvalita čtení u deníků

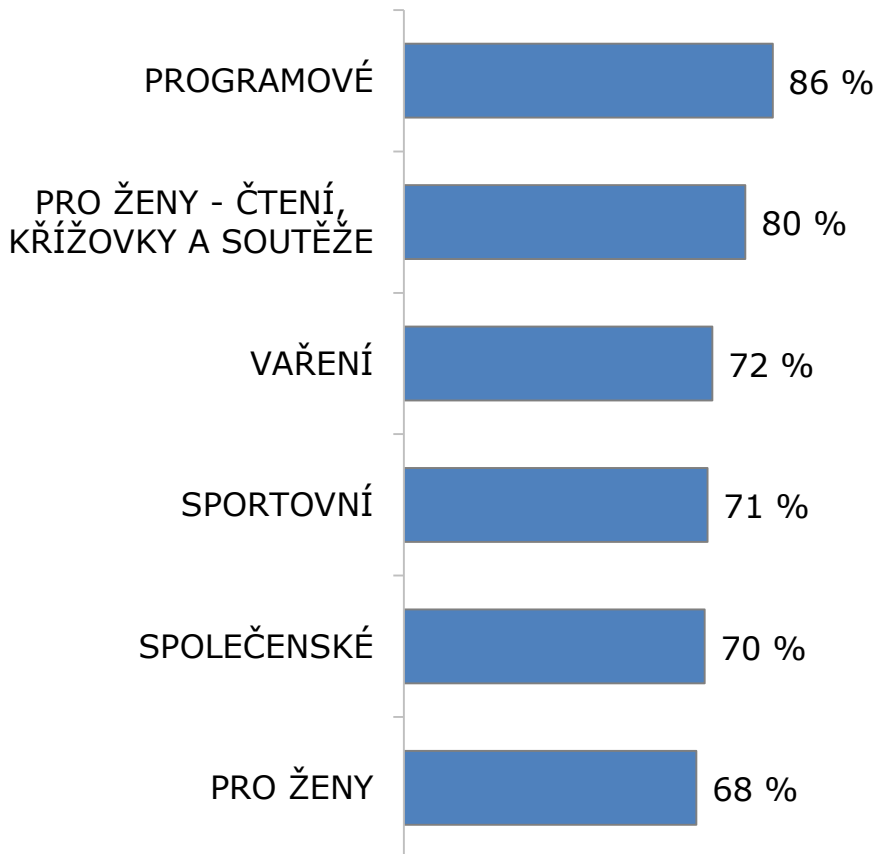


Způsob získání - 3/5 čtenářů přímými příjemci titulu

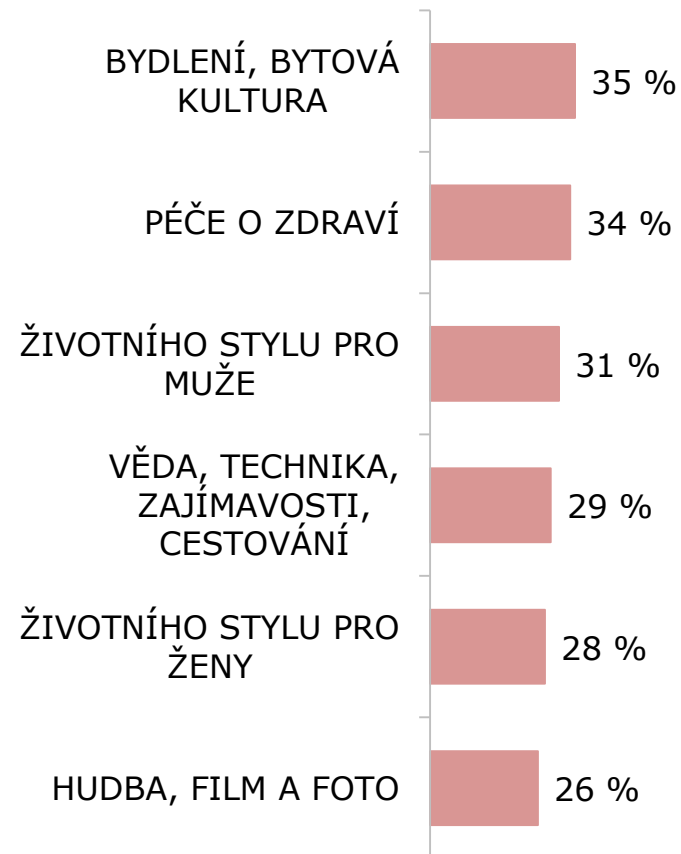


Způsob získání - podle žánrových skupin

Předplacený nebo kupuje
(sám nebo jiný člen domácnosti)



Půjčuje si
(příbuzný/známý, veřejné místo)



Způsob získání – malé rozdíly mezi čtenáři

- neexistuje „typický předplatitel“
- typický „půjčovatel“ je student
- v zaměstnání nejčastěji čtenáři 40–49 let s vyšším vzděláním
- získávání časopisů v zaměstnání typické zejména pro řídicí pracovníky a podnikatele

Způsob získání

- Nejčastěji se na veřejných místech objevují tituly (podle podílu čtenářů, kteří je četli):



- Nejčastěji se veřejných místech objevují tituly ze skupin:
 - Péče o zdraví
 - Bydlení, bytová kultura
 - Věda, technika, zajímavosti, cestování

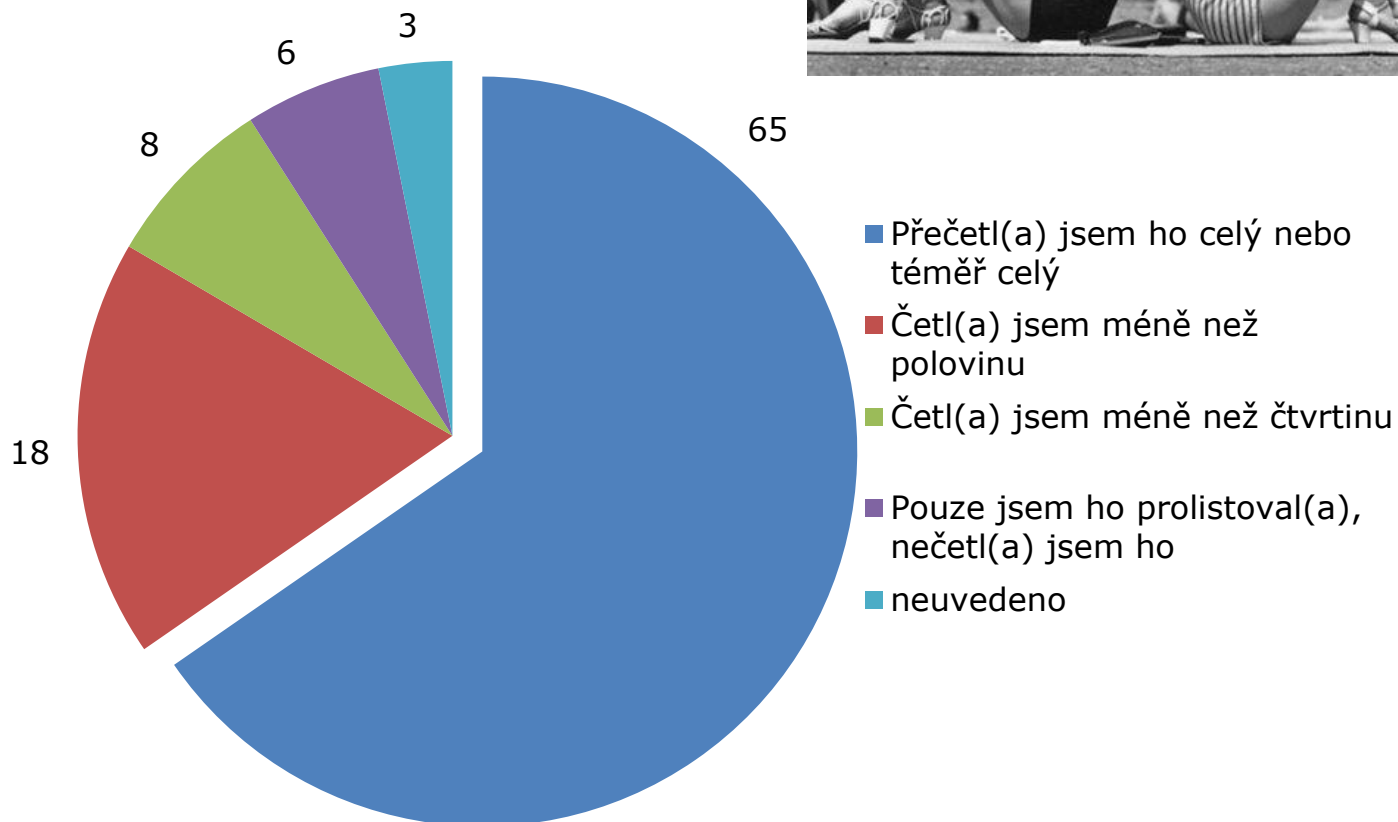
Způsob získání

- Nejčastěji se v zaměstnání získávají tituly:



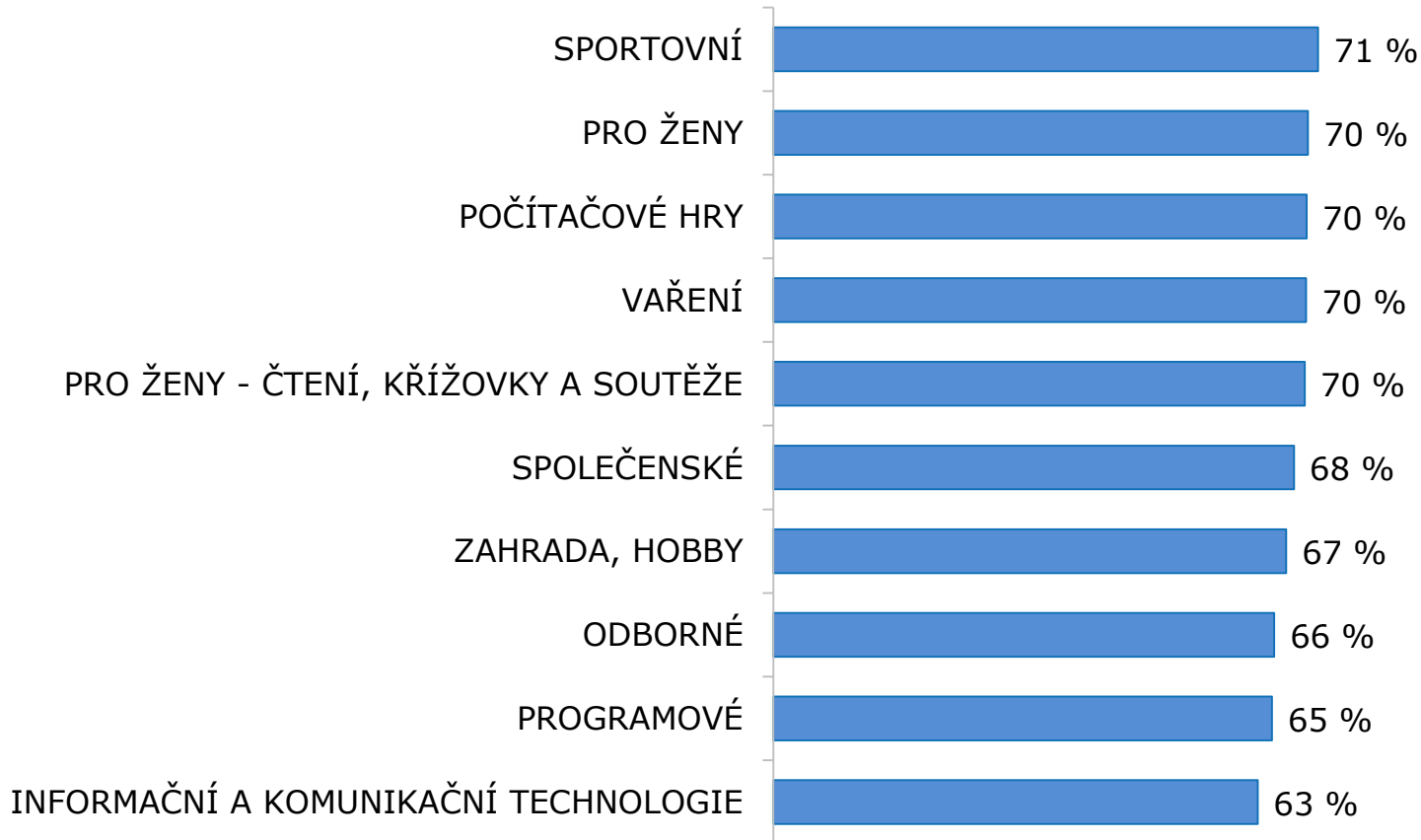
- Nejčastěji se v zaměstnání získávají tituly ze skupin:
 - odborné
 - ekonomické
 - ICT

Intenzita čtení všechny časopisy



Intenzita četby - podle žánrových skupin

Přečetl(a) jsem ho celý nebo téměř celý

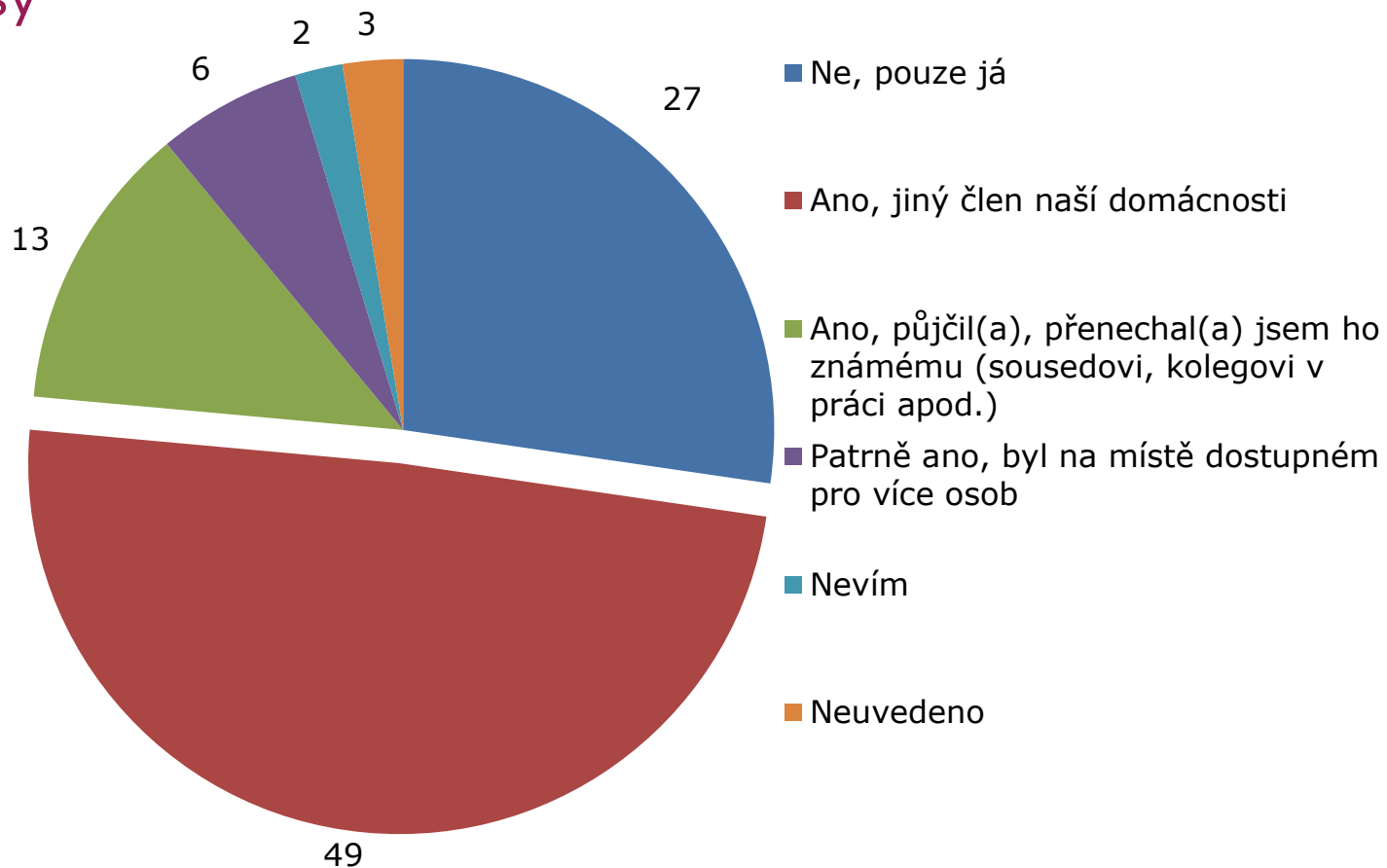


Intenzita čtení

- Nejpečlivěji jsou čteny tituly ze skupin:
 - sportovní
 - pro ženy
 - o počítačových hrách

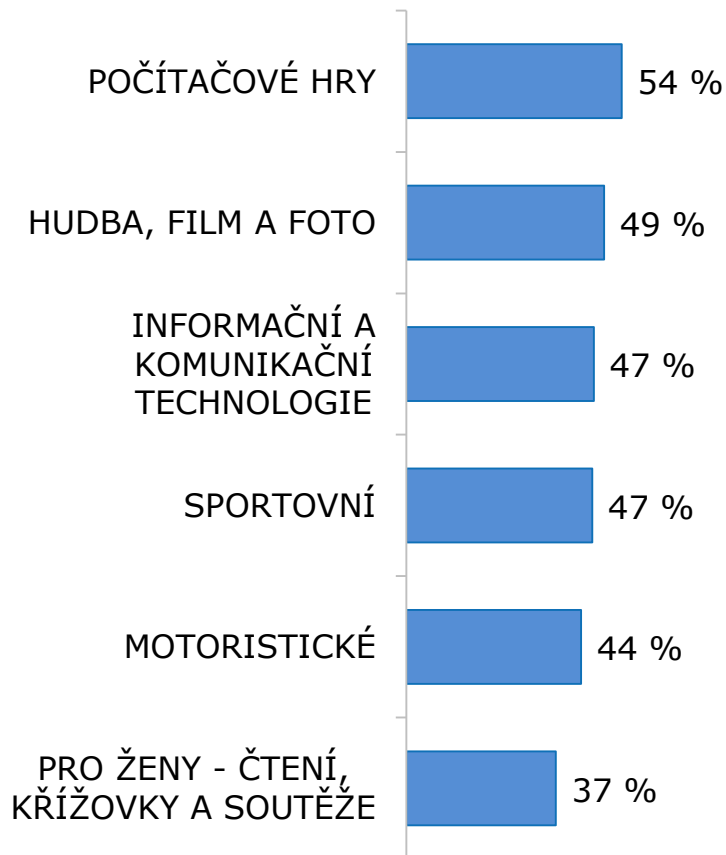
- Naopak nejčastěji jsou prolistovány tituly ze skupin:
 - Pro děti a mládež
 - Životního stylu pro ženy
 - Bydlení, bytová kultura

Následné sdílení titulu všechny časopisy

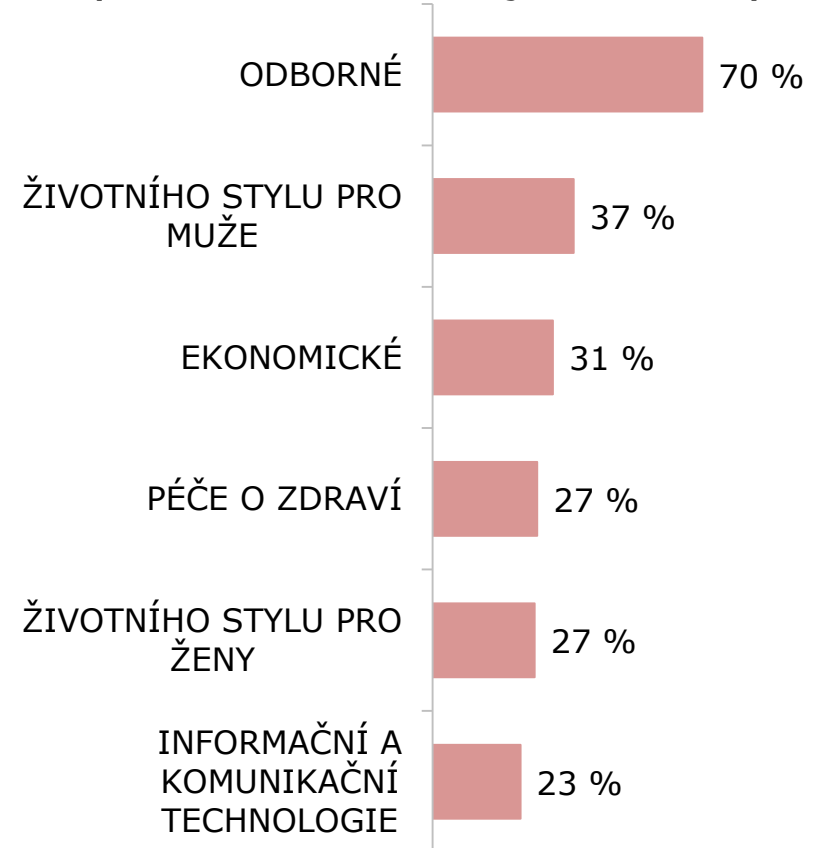


Následné sdílení titulu - podle žánrových skupin

Četl jsem pouze já



Přenechal dál
(známému, na veřejném místě)



Způsob následného sdílení

- Tituly, které čtenáři „nedají z ruky“:



- Skupiny titulů, která nejčastěji opouští domácnost:
 - odborné
 - životního stylu pro muže
 - ekonomické

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

MEDIA PROJEKT: 1. a 2. čtvrtletí 2014
Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

