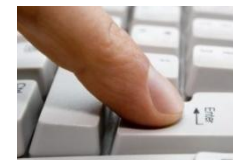


MEDIA PROJEKT

1. a 2. čtvrtletí 2015

Základní parametry výzkumu

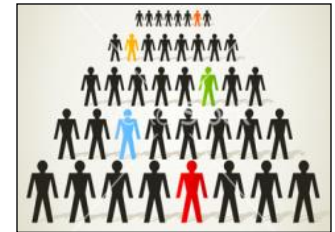
- realizace MEDIAN a STEM/MARK
- stratifikovaný náhodný výběr lokalit adresní výběr kombinovaný s náhodným výběrem v lokalitě s kvótním zakončením
- face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI)
- část dotazníku vyplněna samostatně respondentem
- vzorek 12 561 respondentů
- průměrná délka rozhovoru cca 22 minut



Zdokonalování MP - změna metodiky výběru

Co konkrétně se změnilo:

- Výběr respondenta v domácnosti = výběrový klíč nahrazen kvótním výběrem
- Dotazování na přesně vymezeném území (částečná absence konkrétních adres)
- Změna v dotazníku – zkrácení o cca 3 minuty



Co zůstalo:

- Základní princip metodiky výběru (stratifikovaný náhodný výběr lokalit)
- Kontroly náslechem všech rozhovorů
- Kontroly formou mailu, telefonu či korespondenční
- Kontroly formou analýzy konzistence dat

Důvody změny metodiky výběru respondentů



Zhoršující se dostupnost domácností

Bojíme se podomního prodeje, Zamykáme se, nemáme čas – žijeme hekticky....



Zreálnění dotazovací situace

Neodmítáme ty, kteří jsou ochotni se s námi bavit, hledáme dostupné osoby

Odstranění nesystémových kroků
výběru, zpřehlednění metodiky
*Hlavní, sousední, náhradní, jednočlenné,
vícečlenné domácnosti atd.*



Zkvalitnění sesbíraného vzorku

*Větší soulad mezi sesbíraným vzorkem a
populací při zachování náhodnosti sběru*



Analýza dopadů změn metodiky - závěry

- **Zlepšení souladu mezi sesbíraným vzorkem a populací.**
- **Zkvalitnění vzorku** z pohledu demografické struktury.
- **Kvótní parametry dobře naplněny** i na té nejnižší sledované úrovni.
- **Snížení rozsahu vah.**
- Odhadované **čtenosti systematicky nevychýleny** v žádném směru.
- Změny v odhadovaných čtenostech nejsou větší než v jiných obdobích.
- Odhadované **čtenosti navazují na předchozí období.**

Trendy vývoje odhadovaných čteností



Trendy ve vývoji odhadovaných čteností

- ↗ Velmi vysoká korelace mezi odhadovanou čteností a prodaným nákladem, stejná jako v minulých výstupech
- ↘ Snížení počtu časopiseckých titulů s vyšším počtem čtenářů na prodaný výtisk ve srovnání s prvním pololetím 2014 (z 21 na 16)
- ↗ Nepatrně roste počet čtenářů časopisů na prodaný výtisk
- ↘ Nepatrně klesá počet čtenářů deníků na prodaný výtisk
- Stabilizace čtenosti 5plus2

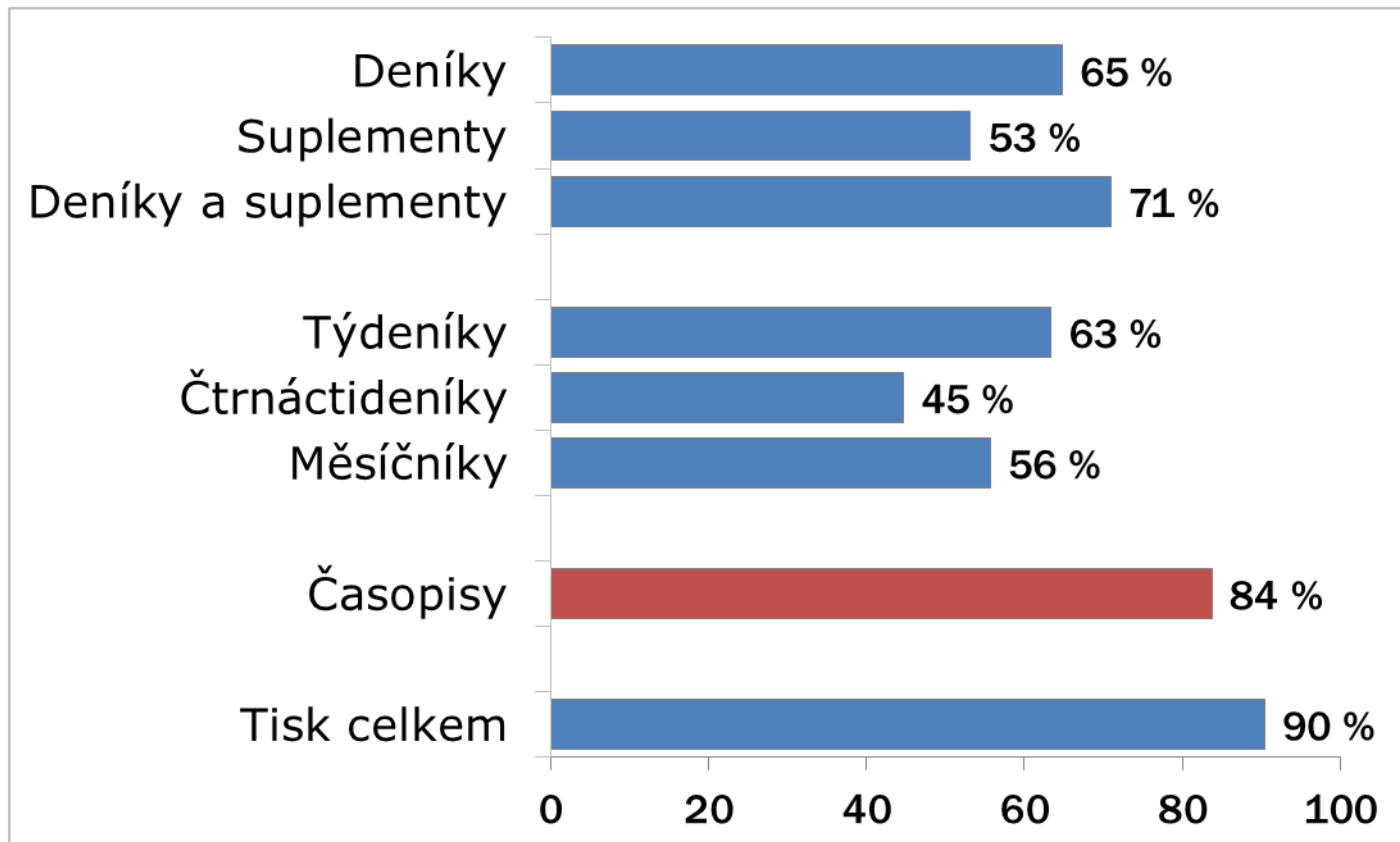
Trendy ve vývoji odhadovaných čteností

srovnání žánrových skupin

- ↗ Rostou odhadované čtenosti titulů o bydlení, zahrada a hobby, ekonomické, sportovní a zpravodajské
- ↗ Přibyly supplement Test Dnes a časopisy Nedělní Aha! křížovky a Nedělní Blesk křížovky

Celkový zásah skupin tiskových titulů

odhad čtenosti v % obyvatel (čtenost v delším období)



Celkový zásah tisku je 7.952 tis. osob starších 12 let

Odhady čtenosti deníků a suplementů



CELOSTÁTNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)

Čtenáři deníků:

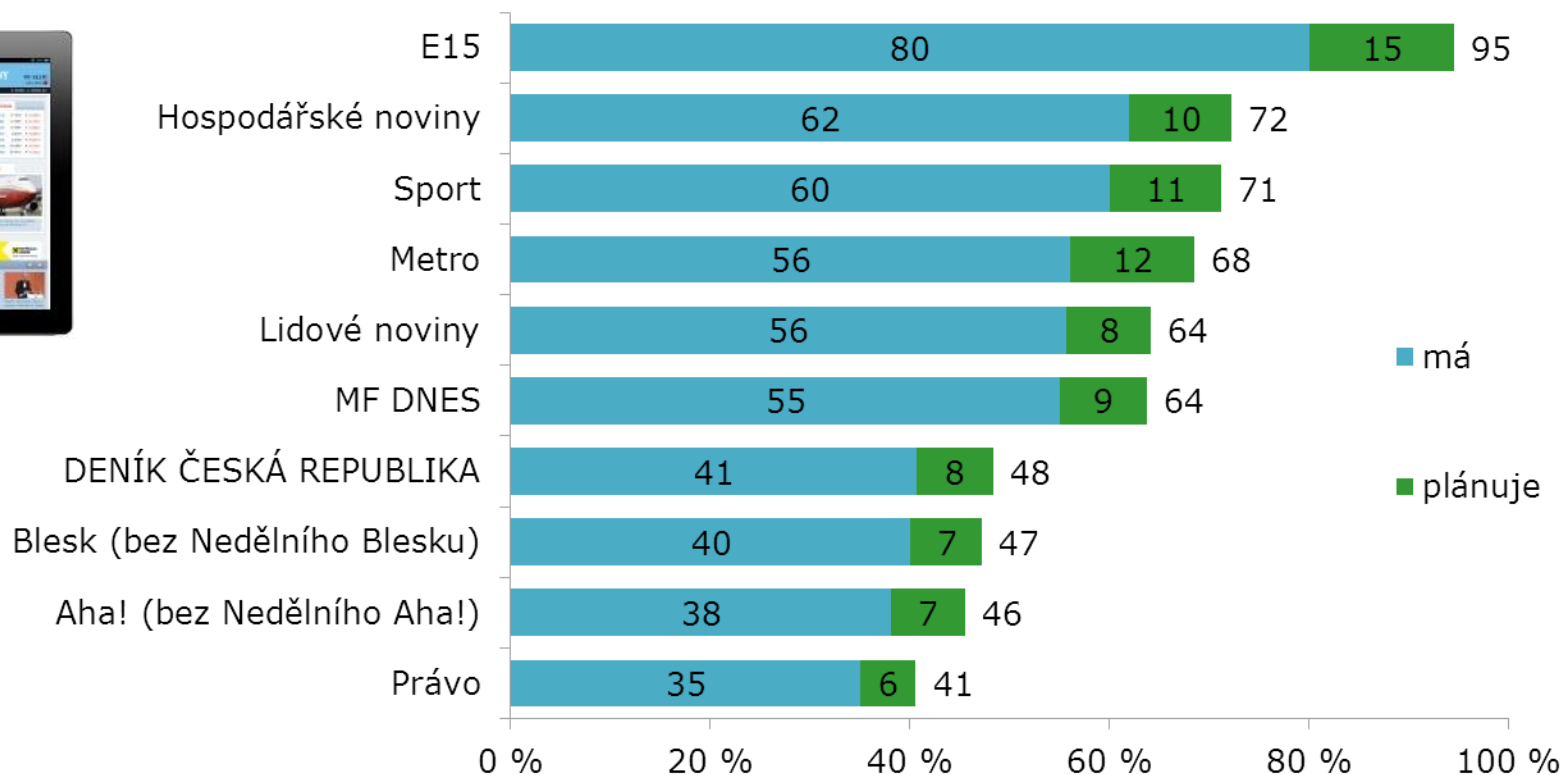
- mírně nadprůměrně muži
- středně vzdělaní a vysokoškoláci
- výše socioekonomicky situovaní



Blesk	993
MF DNES	633
Právo	298
Sport	269
Aha! (bez Nedělního Aha!)	233
Lidové noviny	210
Hospodářské noviny	157
DENÍK ČR	634

*/*Oranžová barva označuje nárůst v odhadované čtenosti oproti Q4/2014+Q1/2015*

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



PLACENÉ DENÍKY

Co také víme o čtenářích deníků:



- Největší podíl stálých čtenářů má **Blesk (25%)**, následuje **Sport**
- **50%** čte v delším období 2 a více deníků
- **89%** čtenářů deníků čte i placený časopis

REGIONÁLNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)

Ve srovnání se čtenáři celostátních placených deníků mají častěji:

- rodinný dům
- 2 a více aut
- zahradu



DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	91
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	90
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	75
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	74
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	73
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	66
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	65
DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	62
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	38

DENÍKY ZDARMA (odhad čtenosti na vydání)

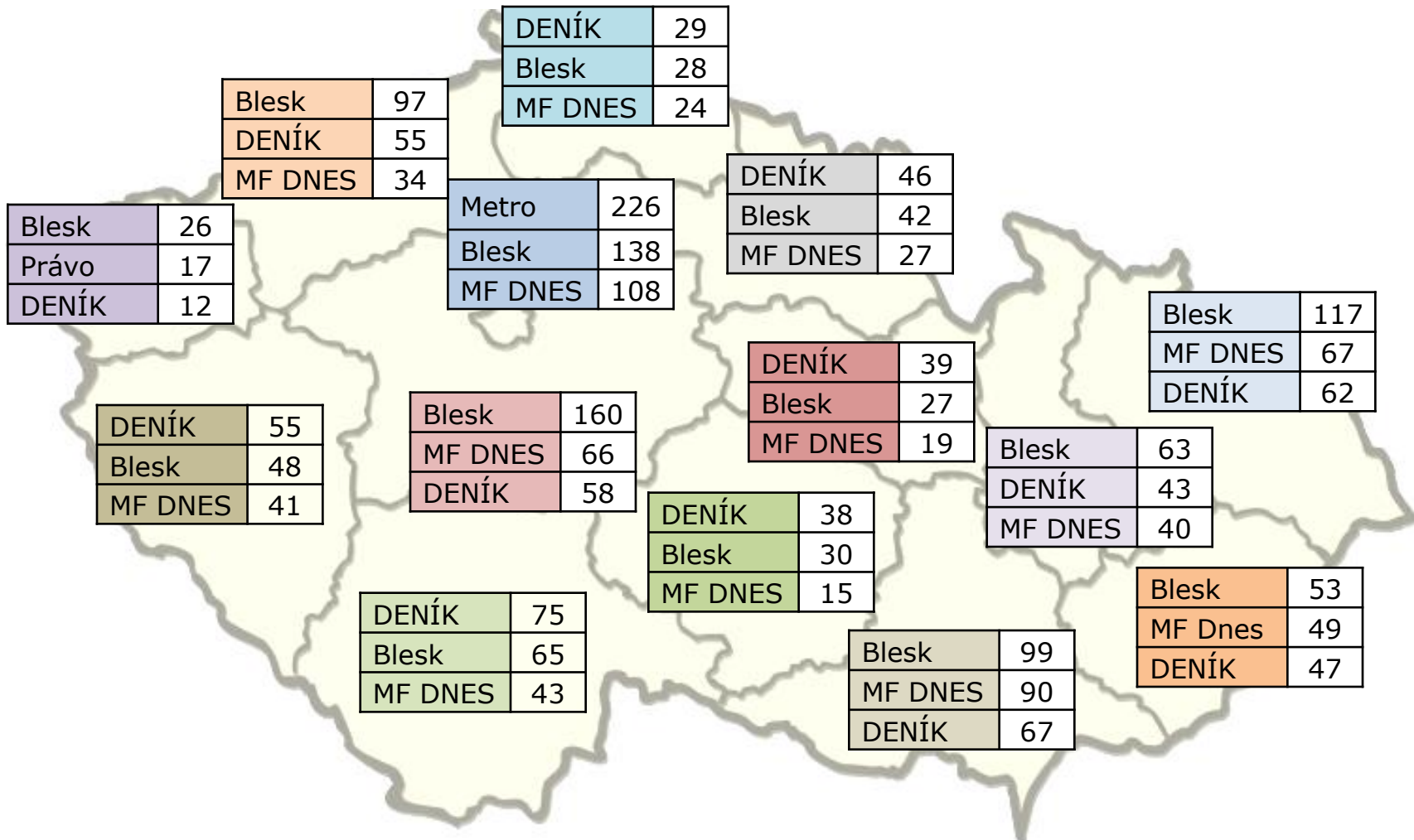
Co víme o denících zdarma...:

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



Metro	466
E15	66

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



SUPLEMENTY

(odhad čtenosti na vydání)

- 89% čtenářů suplementů čtou i některý z deníků
- nejnižší podíl čtenářů deníku má Pátek LN (mimo samostatně prodávaných)
- nejvyšší podíl čtenářů nosiče je mezi čtenáři Moje rodina – Fajn život
- Průměrně 78% čtenářů přílohy čte i nosič

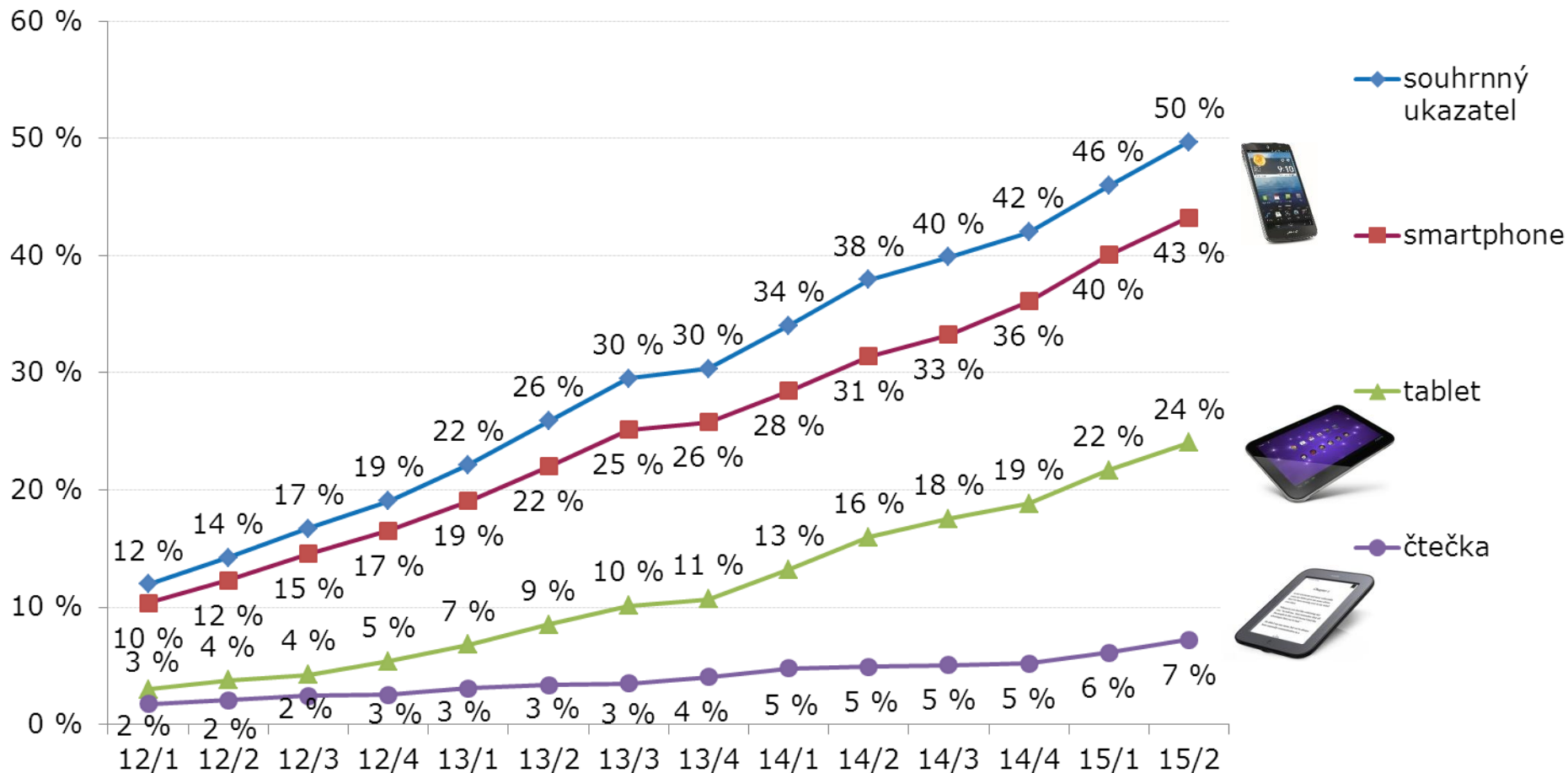


TV magazín (celkem)	1287
Blesk magazín TV	1231
Magazín DNES + TV	785
Ona DNES	540
Víkend DNES	461
Magazín Právo + TV	441
Doma DNES	373
Sport magazín	356
Aha! TV	348
TV pohoda (celkem)	301
Pátek Lidové noviny	245
Test DNES	242
Moje rodina – Fajn život	234
Dům & bydlení	200
Styl pro ženy	139
Ego!	125

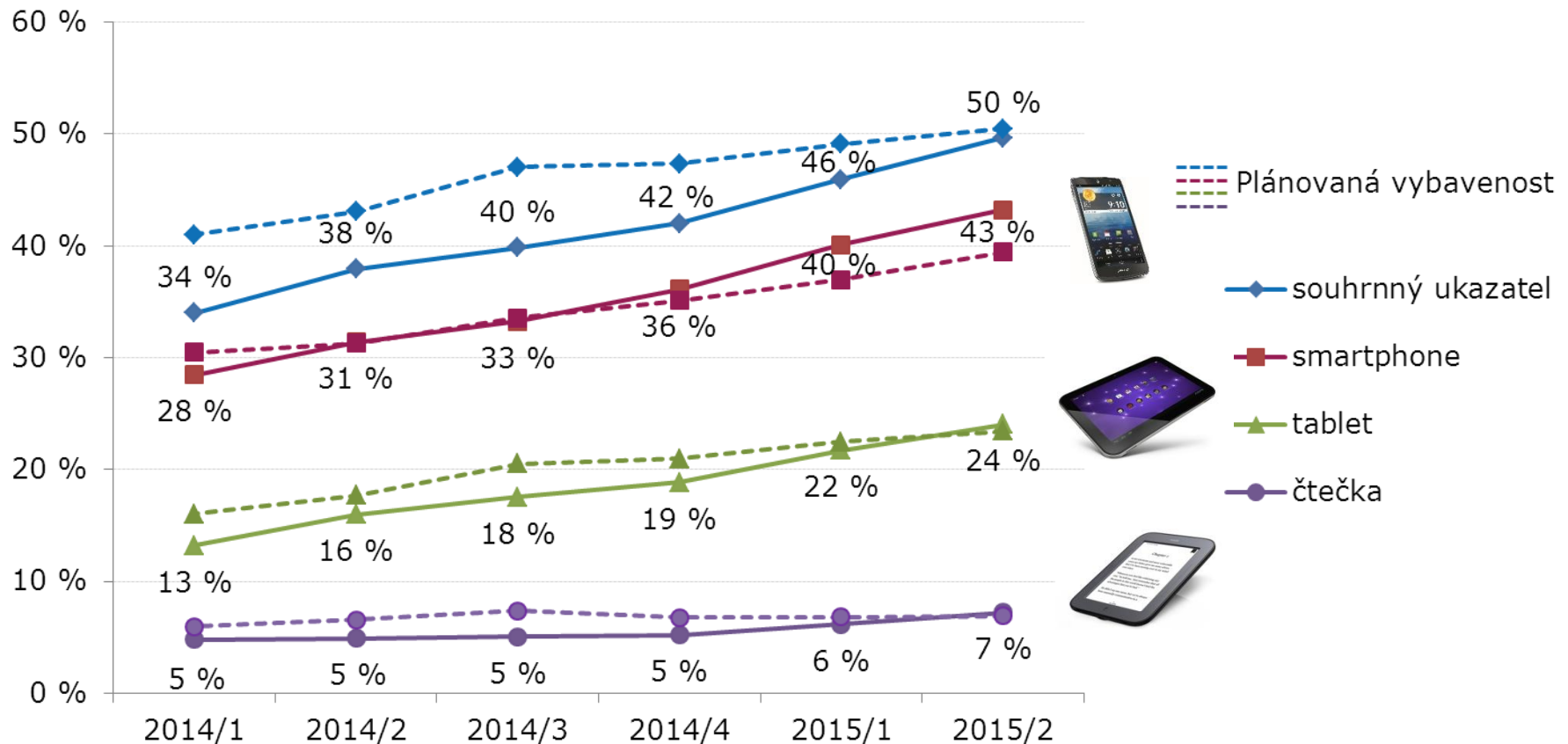
Trendy vybavenosti čtecími zařízeními ... prolomena hranice 50 % vybavenosti



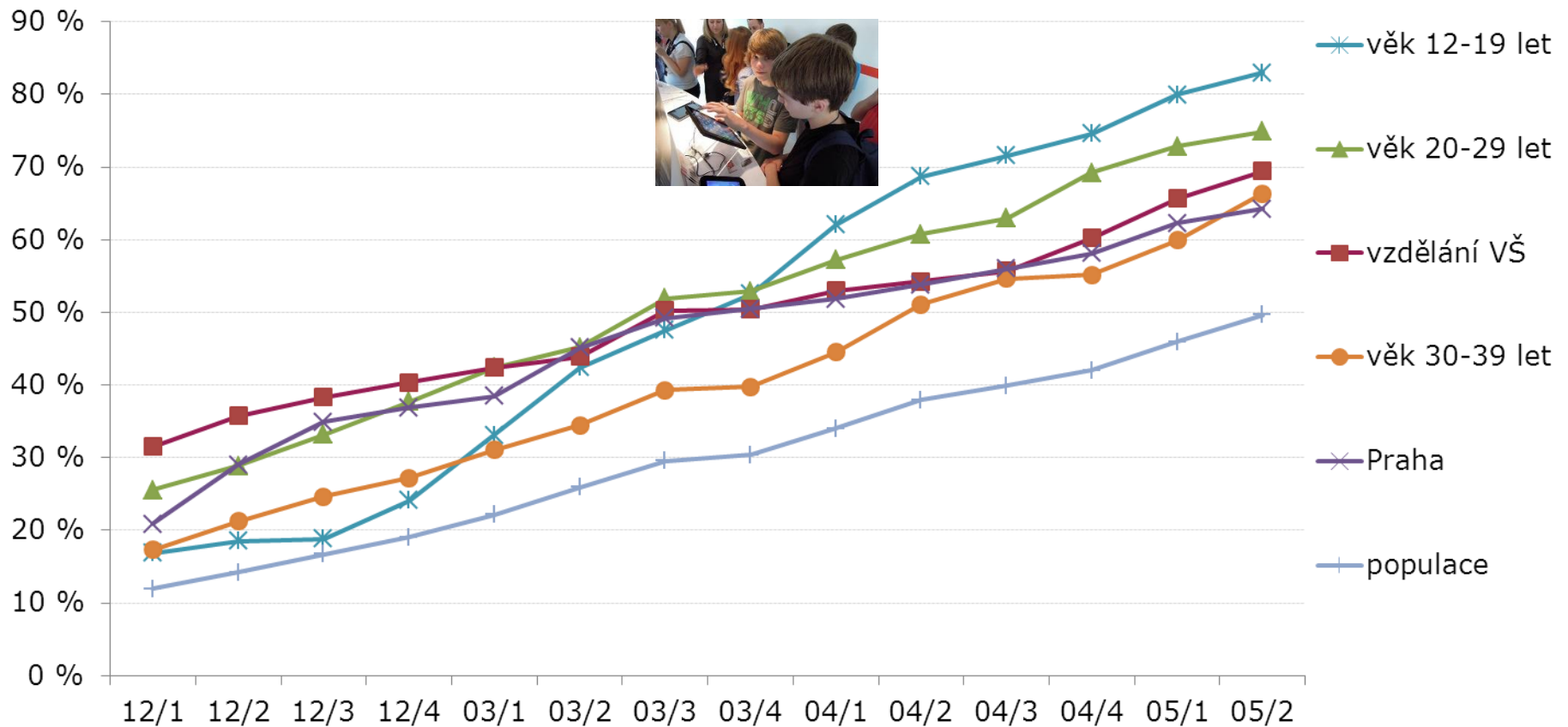
Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními



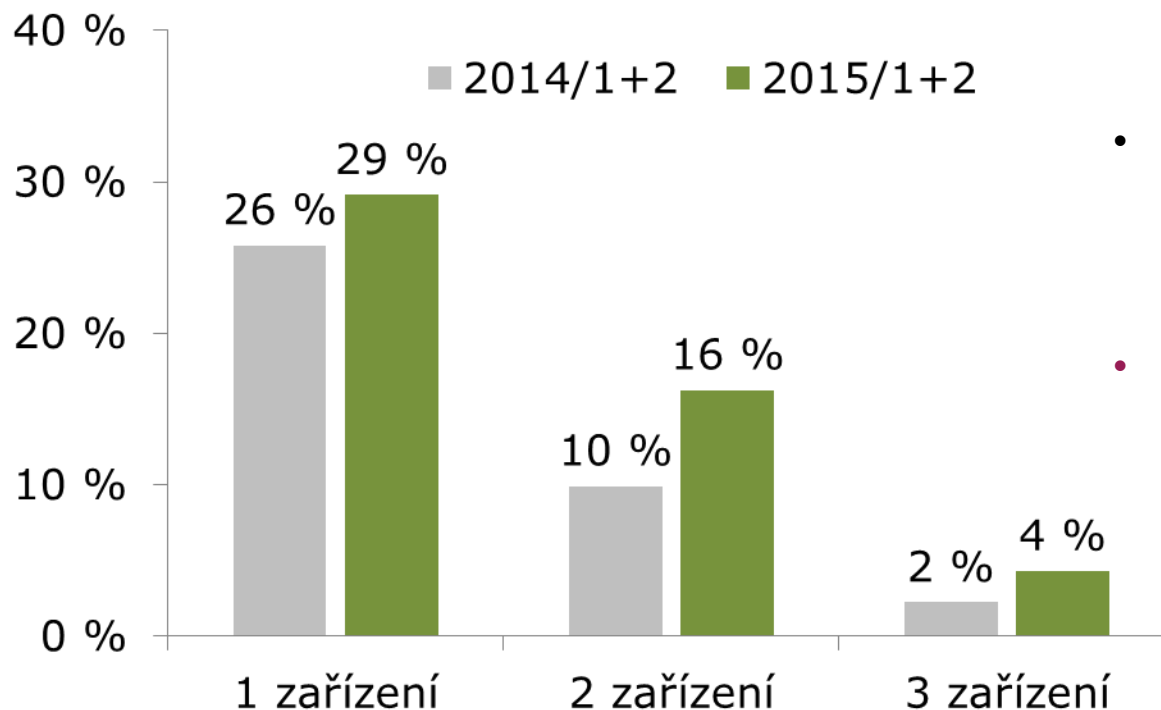
Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními



Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem



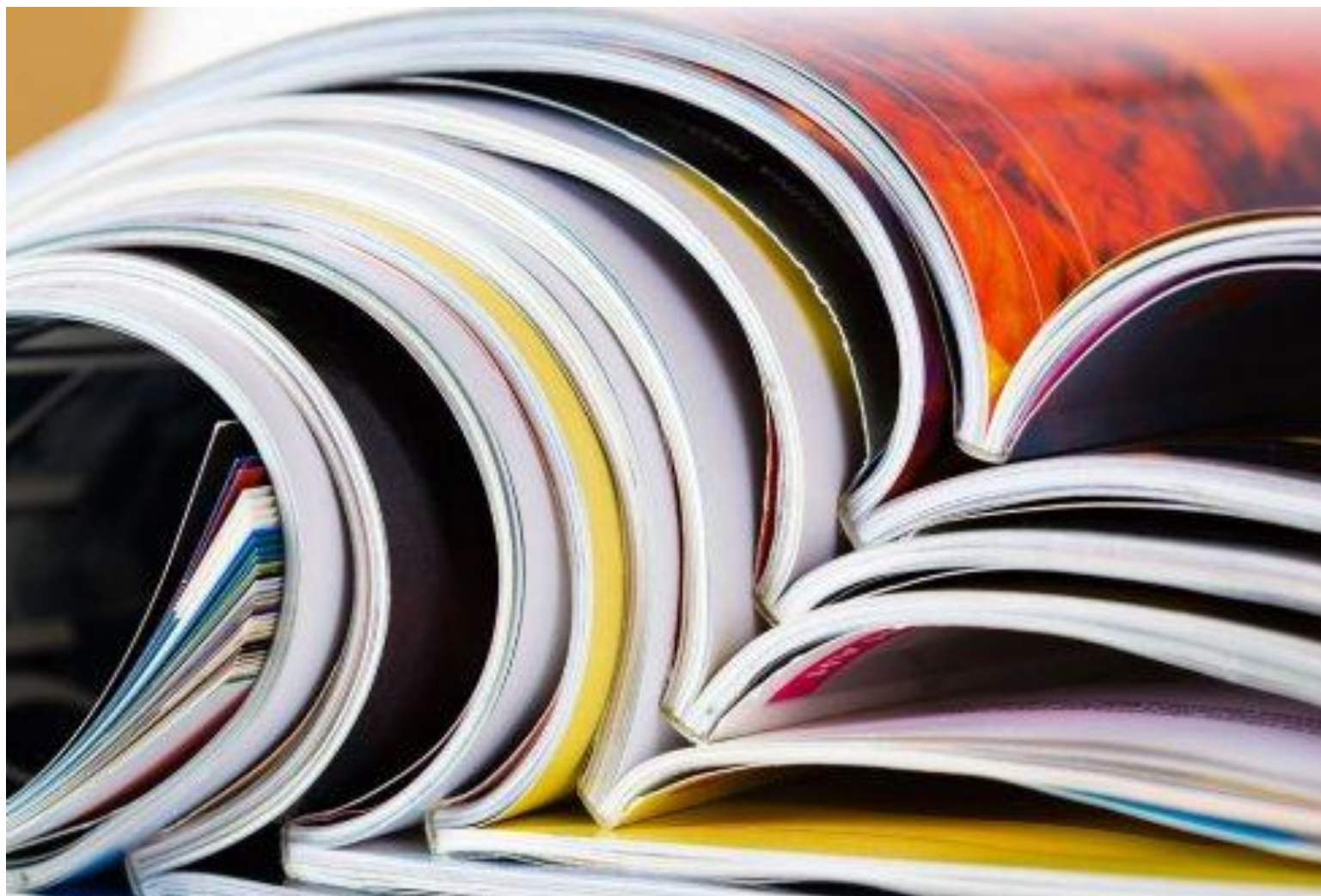
Vybavenost čtecími zařízeními kombinace podle počtu typů vlastněných zařízení (smartphone / tablet / čtečka)



- Mezi uživateli všech 3 typů zařízení je **30 %** ve věku 30-39 let
- **43 %** podnikatelů se zaměstnanci vlastní 2 a více typů čtecích zařízení

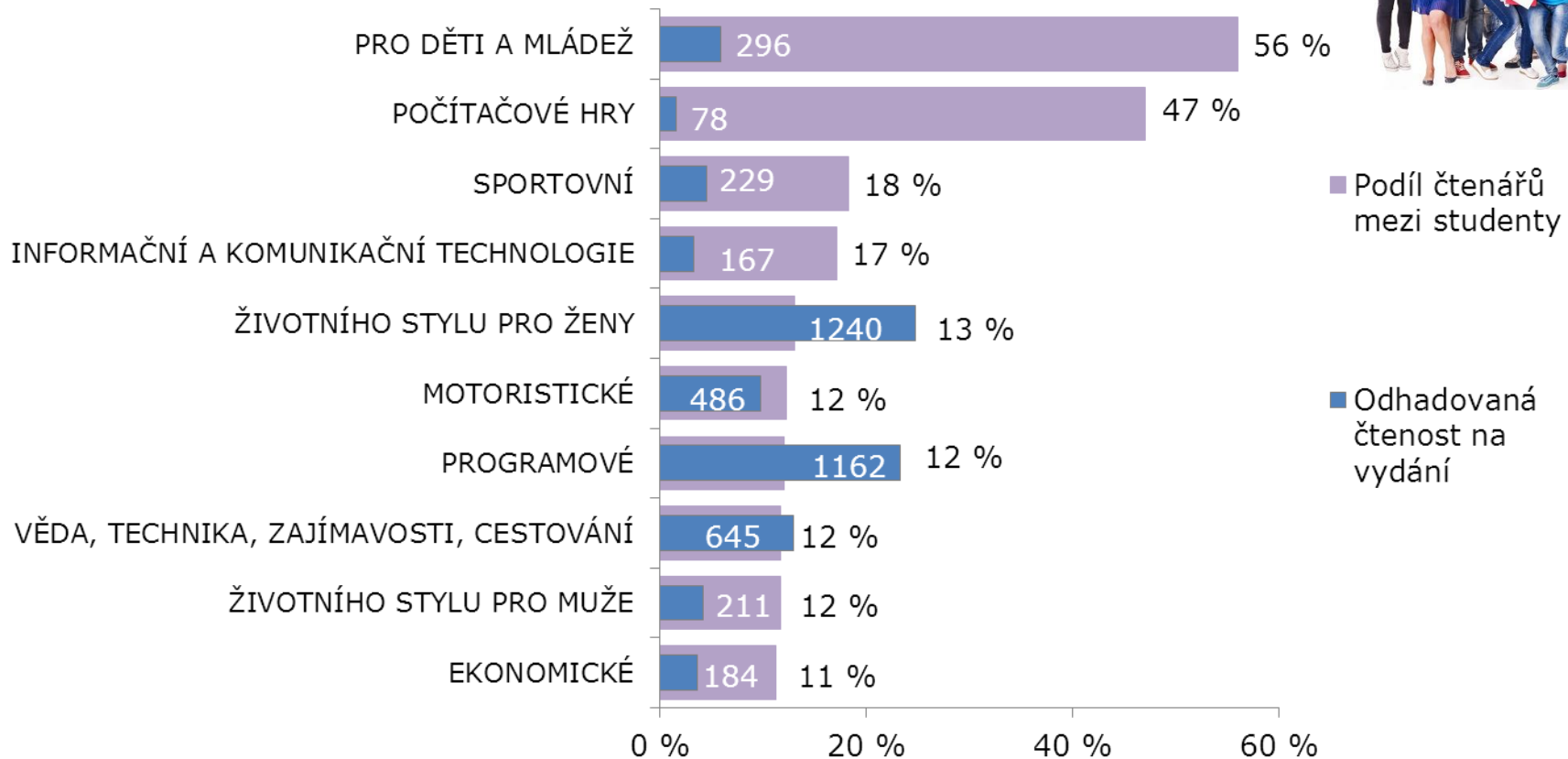


Odhady čtenosti časopisů



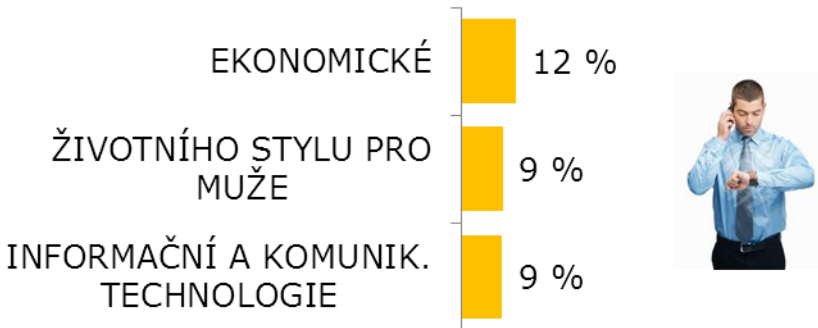
ŽÁNROVÉ SKUPINY ČASOPISŮ

Podíl čtenářů mezi studenty

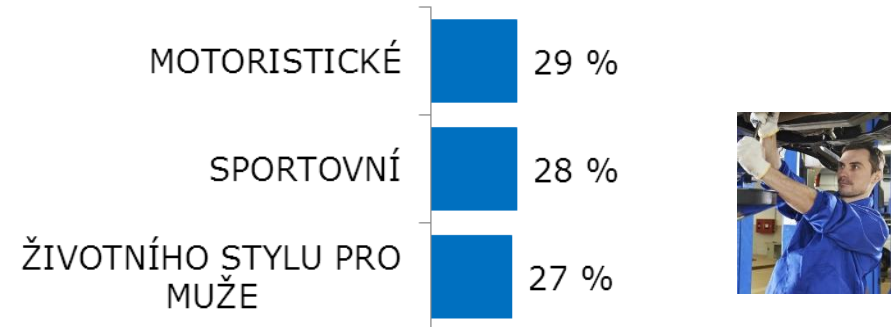


SKUPINY ČTENÁŘŮ – podle nejvyššího podílu v žánr. skupinách časopisů

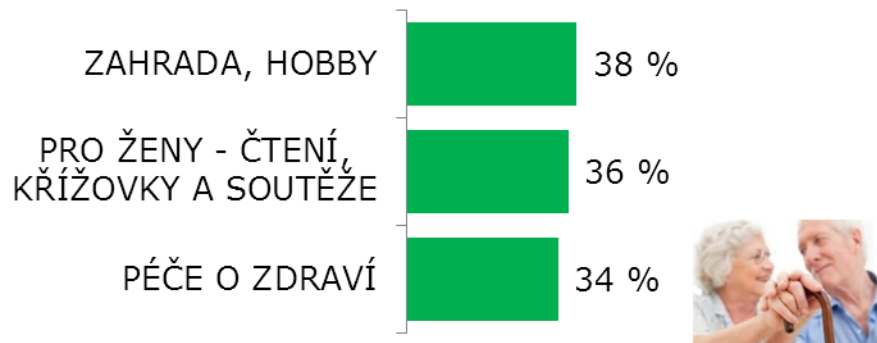
Podíl čtenářů – **vyšší management**



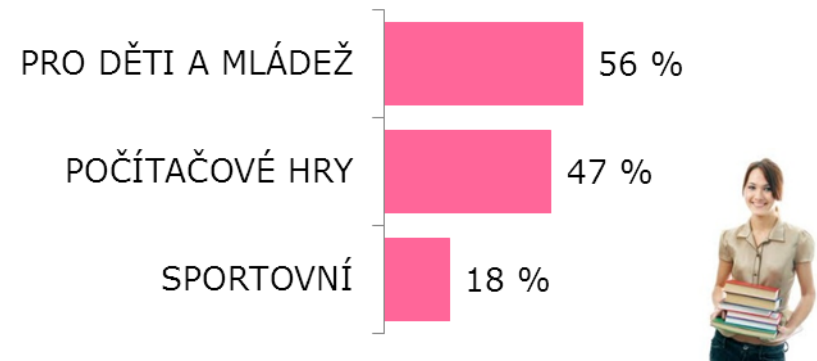
Podíl čtenářů – **kvalifik. manuální pracovníci**



Podíl čtenářů – **nepracující důchodci**



Podíl čtenářů – **studenti/žáci/uční**



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – PRO ŽENY

Blesk pro ženy	433
Chvilka pro tebe	429
Tina	210
Vlasta	197
Překvapení	194
Katka	182
Napsáno životem	133
Maminka	121
Praktická žena	114
Claudia	93
Čas na lásku	65
Betyнка	61
Burda style	59



28 % čtenářek těchto titulů čte 2 a více časopisů pro ženy souběžně:

- Blesk pro ženy+ Chvilka pro tebe (76 tis. čten.)
- Chvilka pro tebe + Překvapení (73 tis. čtenářů)
- Blesk pro ženy+ Tina (61 tis. čtenářů)

Tituly s nejmenším a největším průměrným věkem čtenářů:

- Betyнка = 33 let
- Vlasta = 57 let



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – ŽIVOTNÍHO STYLU PRO MUŽE

Maxim	185
Formen	36

Čtenáři:

- 74 % má smartphone
- 73 % ve věku 20-39 let
- 60 % je svobodných
- 11 % čte deník Sport



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

CELOSTÁTNÍ ZPRAVODAJSKÉ TÝDENÍKY

Reflex	256
Respekt	167
Týden	151



- 2/5 čtenářů Respektu denně sleduje zpravodajství na internetu
- 1/4 čtenářů zpravodajských týdeníků se zajímá o četbu elektronických časopisů

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

O VĚDĚ, TECHNICE, ZAJÍMAVOSTECH A CESTOVÁNÍ

100+1	270
National Geographic	157
Lidé a Země	126
Živá historie	121
Koktejl	79



- 61 % čtenářů disponuje čtecím zařízením (smartphone/tablet/čtečka)
- 12 % čtenářů plánuje do 6 měsíců čtecí zařízení pořídit



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

PRO DĚTI A MLÁDEŽ

ABC	148
Bravo	108
Top dívky	55
Popcorn	55



Denně je na chatu/ICQ/Facebooku:

- 59 % čtenářů těchto titulů
- 31 % z populace



Denně nebo několikrát týdně hraje online hry:

- 30 % čtenářů těchto titulů
- 12 % z populace

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

VAŘENÍ

Svět ženy Pošli recept	343
Blesk Vaše recepty	155
Apetit	152
Chvilka v kuchyni	87
F.O.O.D.	85
Gourmet	62



- 60 tis. čtenářů titulu Svět ženy Pošli recept čte i Svět ženy
- 42 tis. čtenářů titulu Blesk Vaše recepty čte i Blesk pro ženy
 - 83 % čtenářů titulu F.O.O.D je do 49 let (průměr 35 let)
 - 28 % čtenářů titulu Blesk Vaše recepty jsou muži

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – SPOLEČENSKÉ

Nedělní Blesk	583
Rytmus života	576
Epocha	364
Sedmička	363
Pestrý svět	325
Týdeník Květy	209
Nedělní Aha!	182
Instinkt	106
Story	90
Reader's Digest	90



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – SPORTOVNÍ

Nedělní Sport	148
Sport Góóól	98



POČÍTAČOVÉ HRY

Score	78
-------	----



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

BYDLENÍ, BYTOVÁ KULTURA

Dům a zahrada	115
Chatař & chalupář	84
Marianne Bydlení	75
Bydlení	65
Tina Bydlíme	58
Svět koupelen	52
Můj dům	49
Katka Náš útulný byt	46
Svět kuchyní	43
Rodinný dům	42
Moderní byt	41
Bydlení Stavby Reality	39
Magazín Pěkné bydlení	38
Domov	30



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ZAHRADA A HOBBY

Receptář	287
Blesk Hobby	95
Flóra	52



PROGRAMOVÉ

TV max	506
TV mini	325
TV Star	184
Týdeník Televize	158
TV Revue	86
TV Plus 14	68



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE

Chip	66
Computer	62
Počítač pro každého	41
Extra PC	39



PÉČE O ZDRAVÍ

Moje zdraví	111
Blesk Zdraví	87



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

ČASOPISY – ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY

Žena a život	352
Svět ženy	334
Glanc	193
Marianne	185
Elle	158
Cosmopolitan	128
Joy	120
Moje psychologie	110
Dieta	108
Marie Claire	60
Harper 's Bazaar	55
InStyle	46
Kondice	32



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

EKONOMICKÉ

Forbes	110
Ekonom	63
Euro	35



PRO ŽENY – ČTENÍ KŘÍŽOVKY A SOUTĚŽE

Blesk Křížovky	273
Nedělní Blesk Křížovky	259
Nedělní Aha! Křížovky	197
Chvilka pro luštění	152
Chvilka pro tebe Napětí	40



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

MOTORISTICKÉ

Svět motorů	186
Svět motorů Speciál	145
Auto Tip	131
Automobil Revue	76
Auto Tip Klassik	56
Trucker	37



ZDARMA DISTRIBUOVANÉ ČASOPISY

5plus2	922
Čilichili	206
Kraj Vysočina	131



Nadstavba „kvalita čtení“

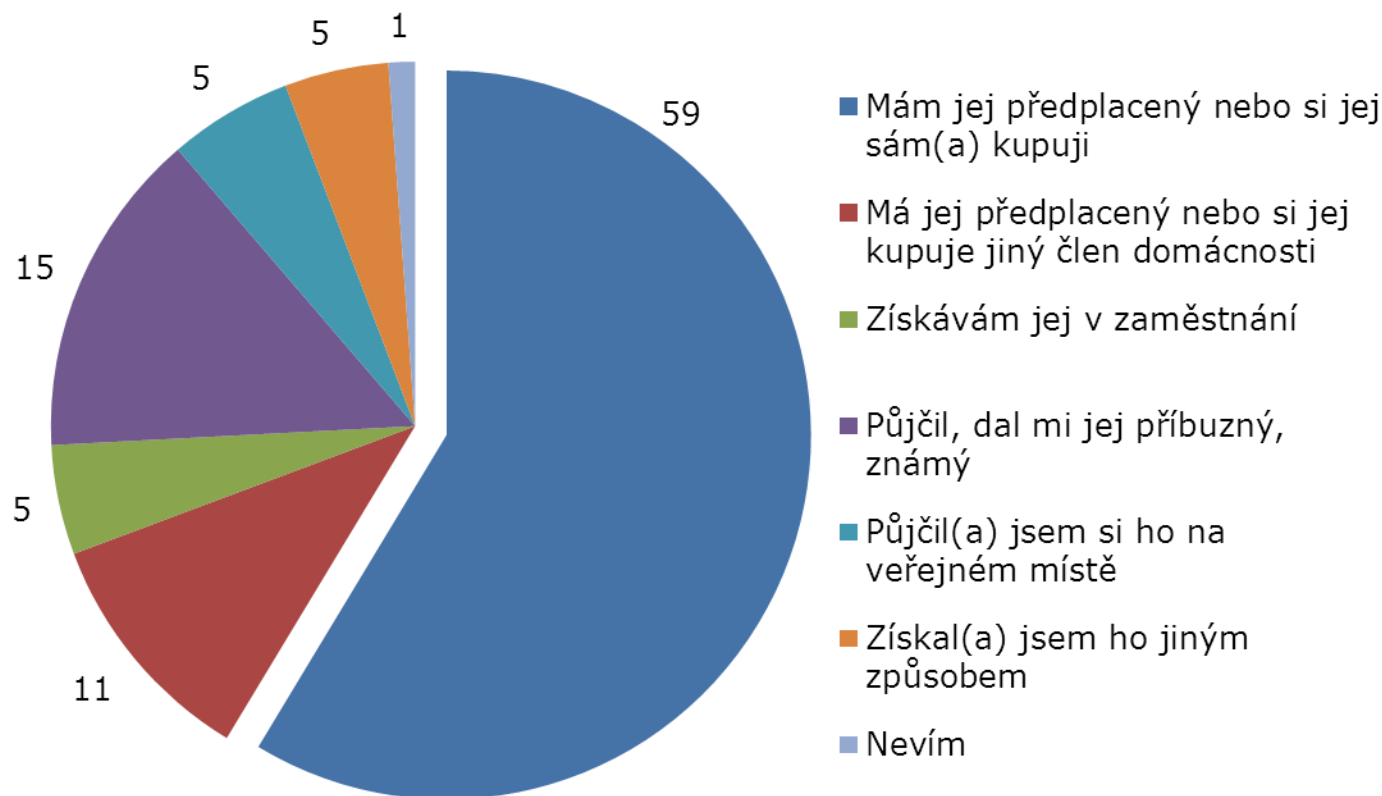


Realizace nadstavby - postup

- Cílová skupina: čtenáři časopisů v periodě vydání
- Dotázáno: 12 561 respondentů - 1. pololetí 2015
- Co nás zajímalo:
 - ✓ způsob získání výtisku
 - ✓ intenzita čtení
 - ✓ způsob následného sdílení titulu
 - + navíc možnost meziročního srovnání
- Pokračování: 2.pol. 2015 – kvalita čtení u deníků

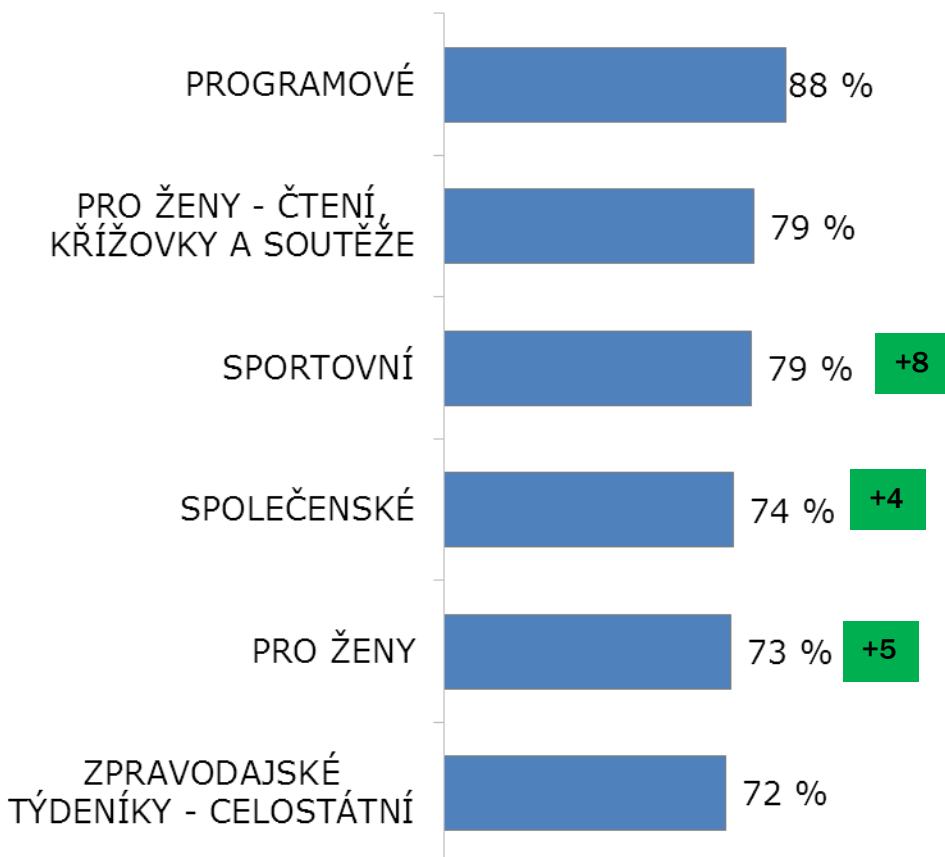


Způsob získání - 59% čtenářů přímými příjemci titulu

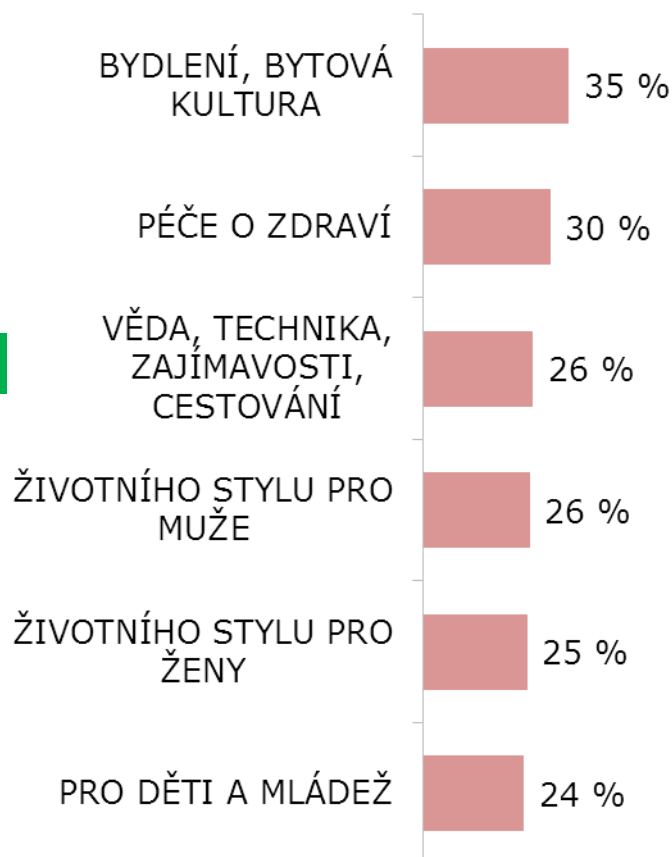


Způsob získání - podle žánrových skupin

Předplacený nebo kupuje
(sám nebo jiný člen domácnosti)



Půjčuje si
(příbuzný/známý, veřejné místo)



Způsob získání – malé rozdíly mezi čtenáři

- časopisy si půjčují častěji ženy a studenti
- půjčování je častější u vzdělanějších
- podíl kupujících / předplatitelů roste s věkem
- v zaměstnání nejčastěji socioekonomické klasifikace A
- půjčování obecně klesá

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
 - Životního stylu pro ženy

Způsob získání

- Nejčastěji se v zaměstnání získávají tituly:

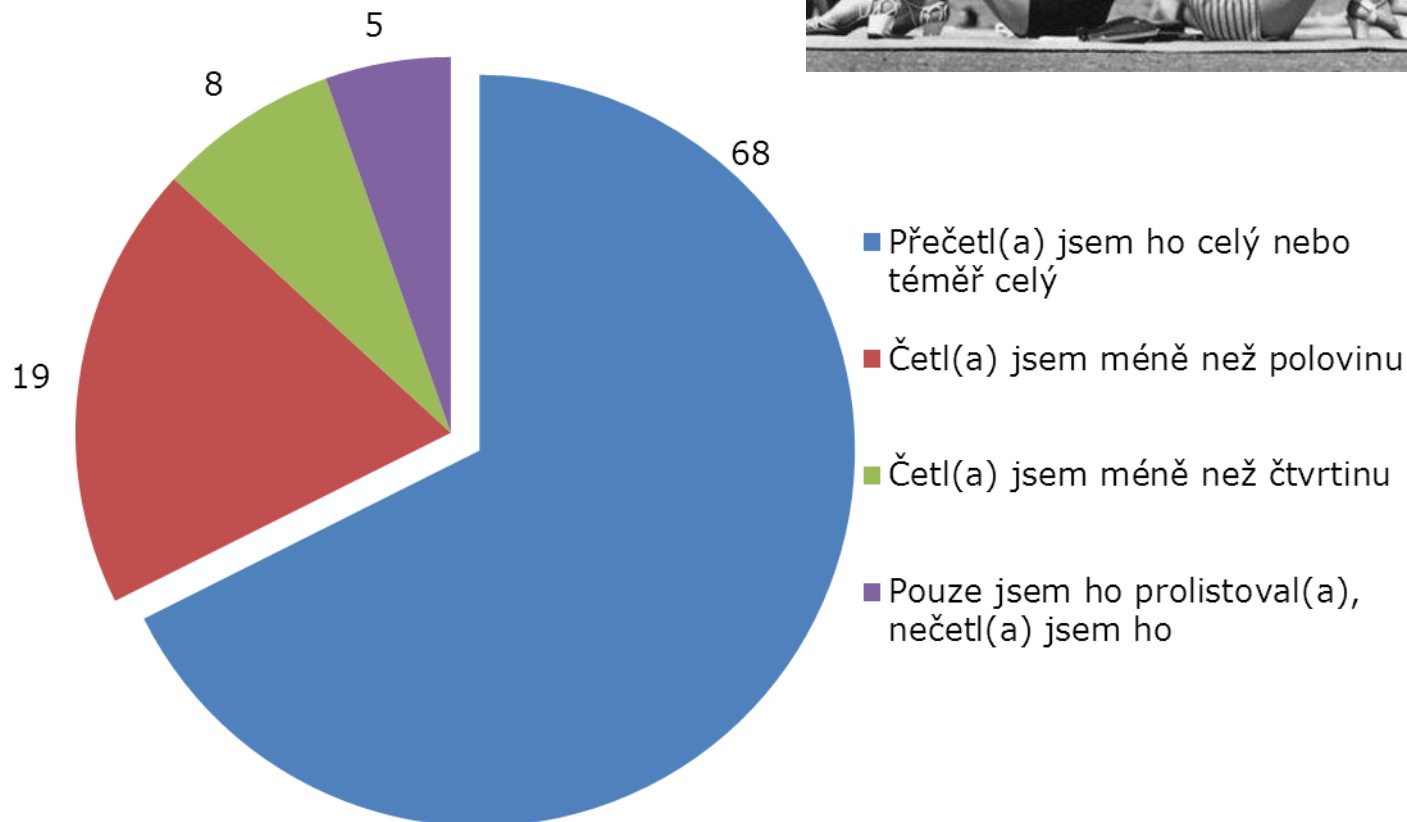


- Nejčastěji se v zaměstnání získávají tituly ze skupin:

- ekonomické
- ICT
- životního stylu pro muže

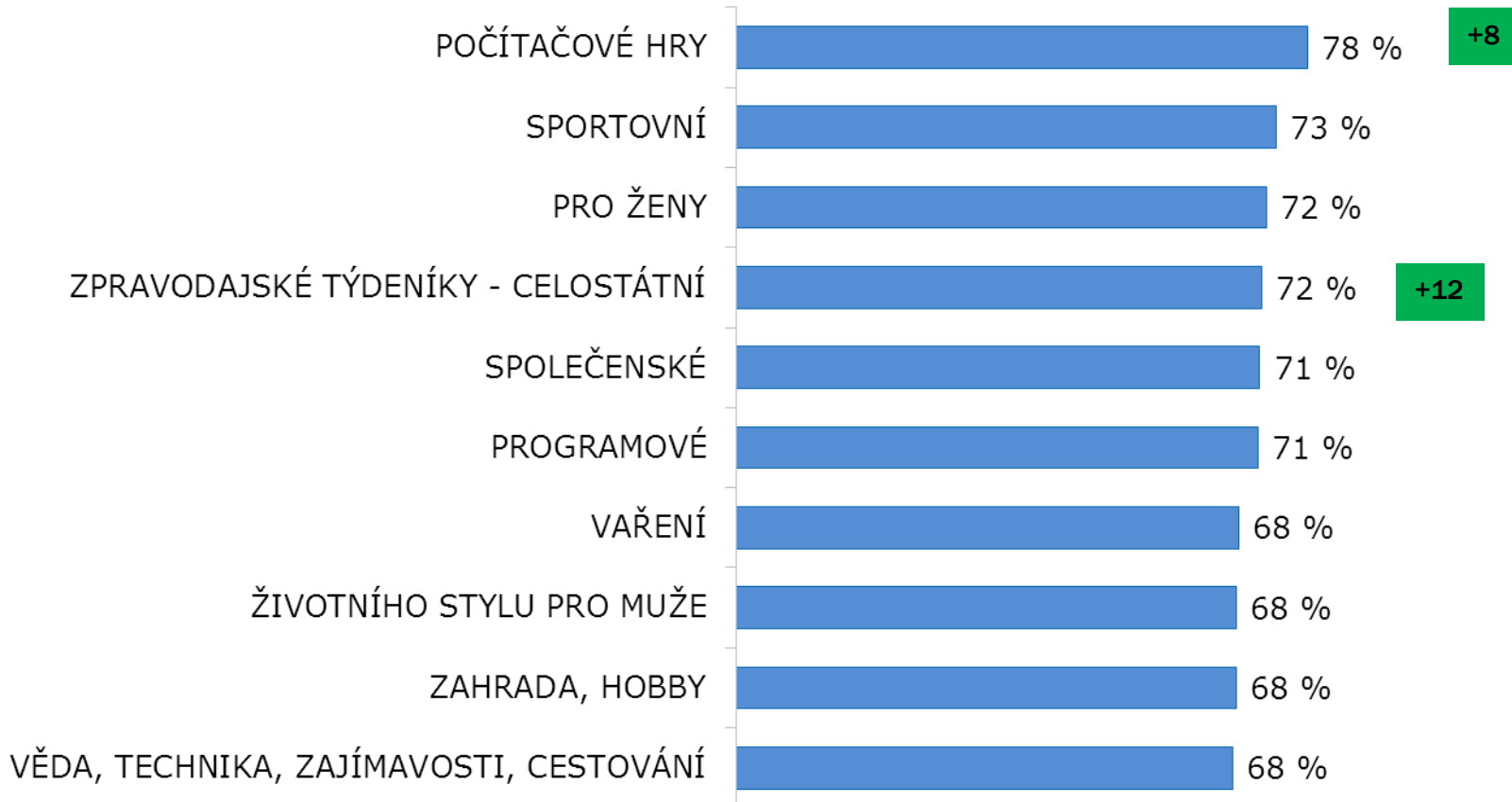
Intenzita čtení všechny časopisy

Více než 2/3 čtou celý časopis



Intenzita četby - podle žánrových skupin

Přečetl(a) jsem ho celý nebo téměř celý



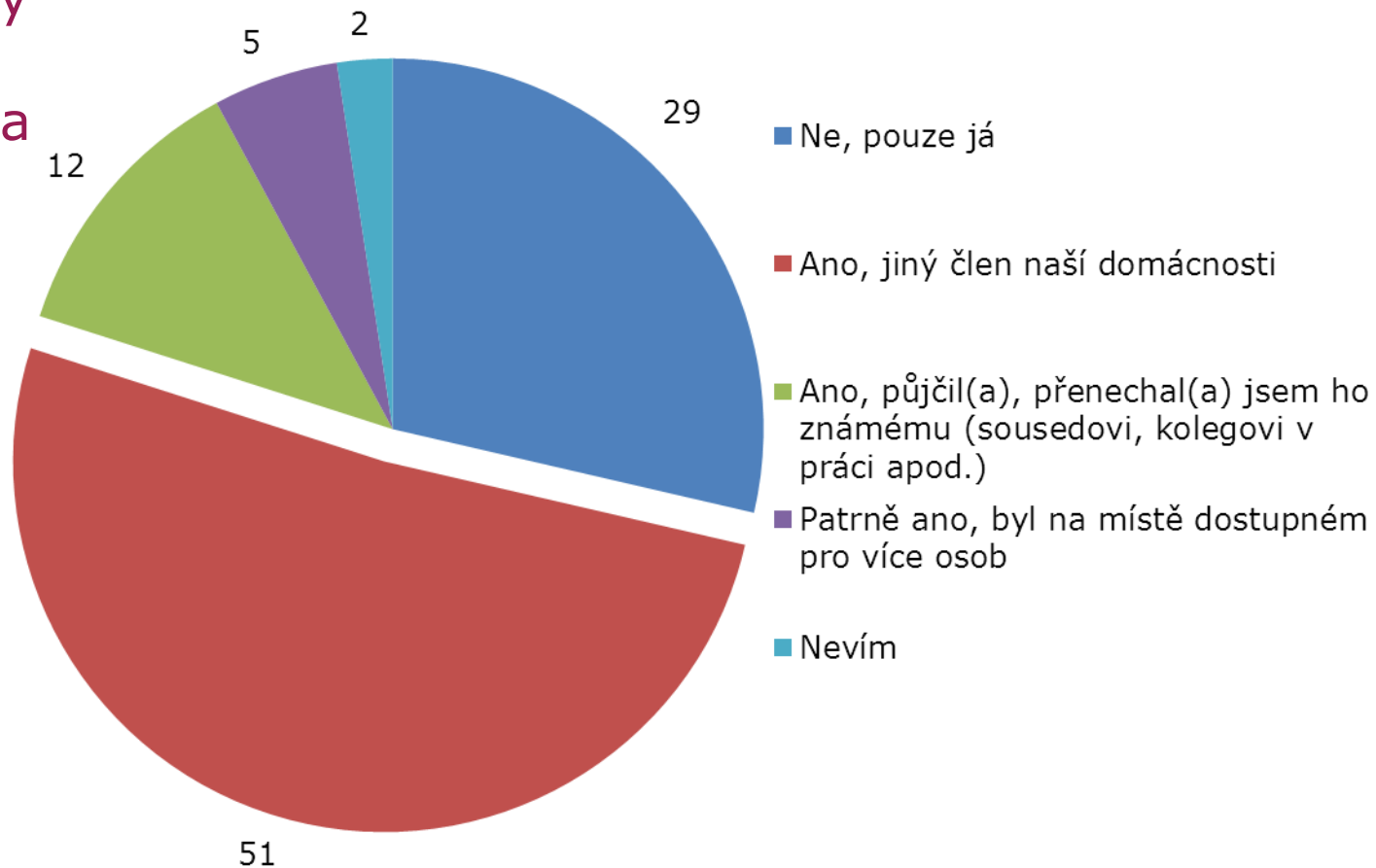
Intenzita čtení

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

- Naopak nejčastěji jsou prolistovány tituly ze skupin:
 - Bydlení, bytová kultura
 - Pro děti a mládež
 - Vaření

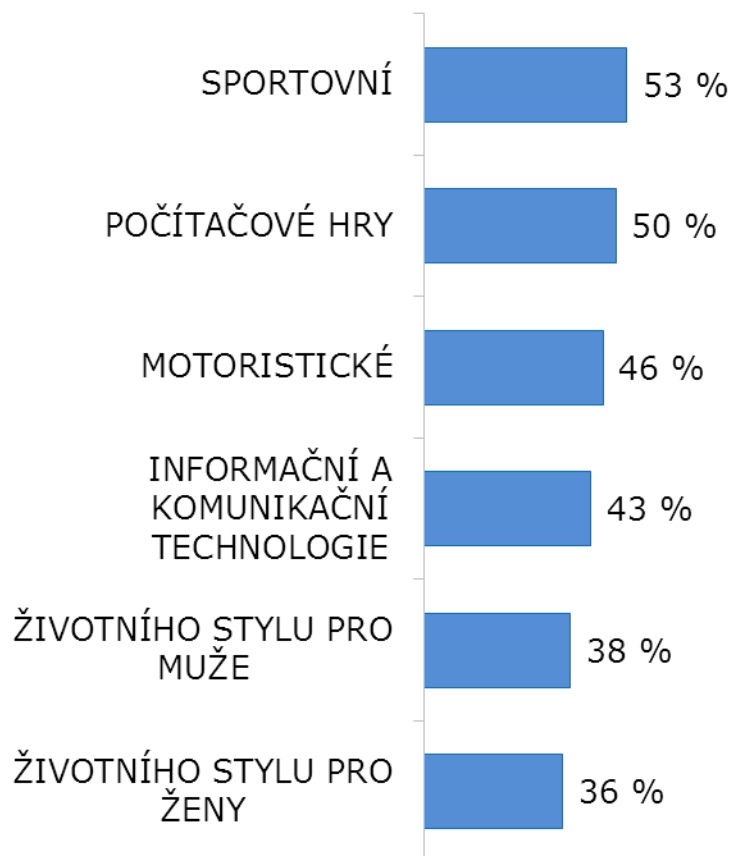
Následné sdílení titulu všechny časopisy

Více než polovina
časopisů je
sdílěna v rámci
domácnosti

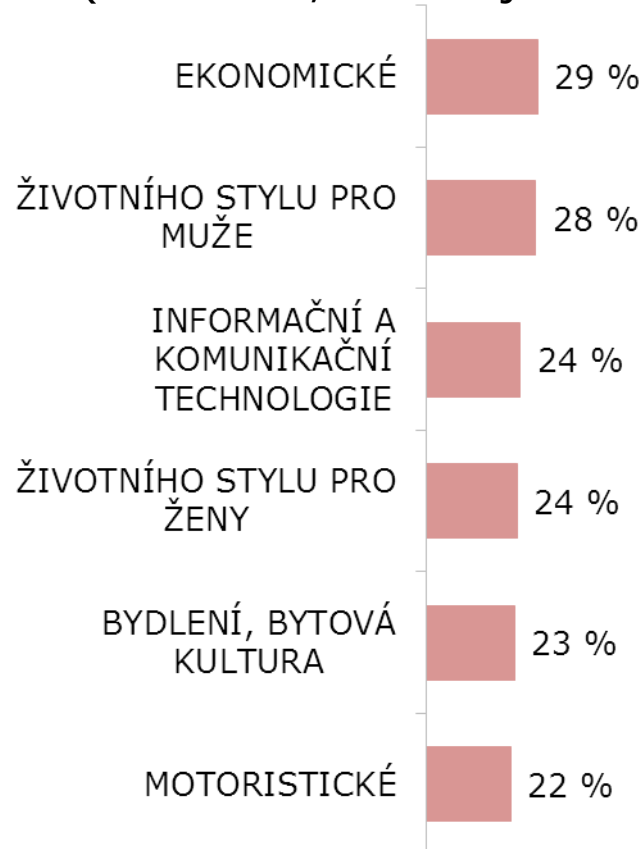


Následné sdílení titulu - podle žánrových skupin

Četl jsem pouze já



Přenechal dál
(známému, na veřejném místě)



Způsob následného sdílení

- Tituly, které čtenáři „nedají z ruky“:



- Skupiny titulů, které jsou nejčastěji sdíleny mimo domácnost:
 - životního stylu pro muže
 - ekonomické
 - informační a komunikační technologie

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

MEDIA PROJEKT: 1. a 2. čtvrtletí 2015
Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

