

MEDIA PROJEKT

3. a 4. čtvrtletí 2016

Základní parametry výzkumu

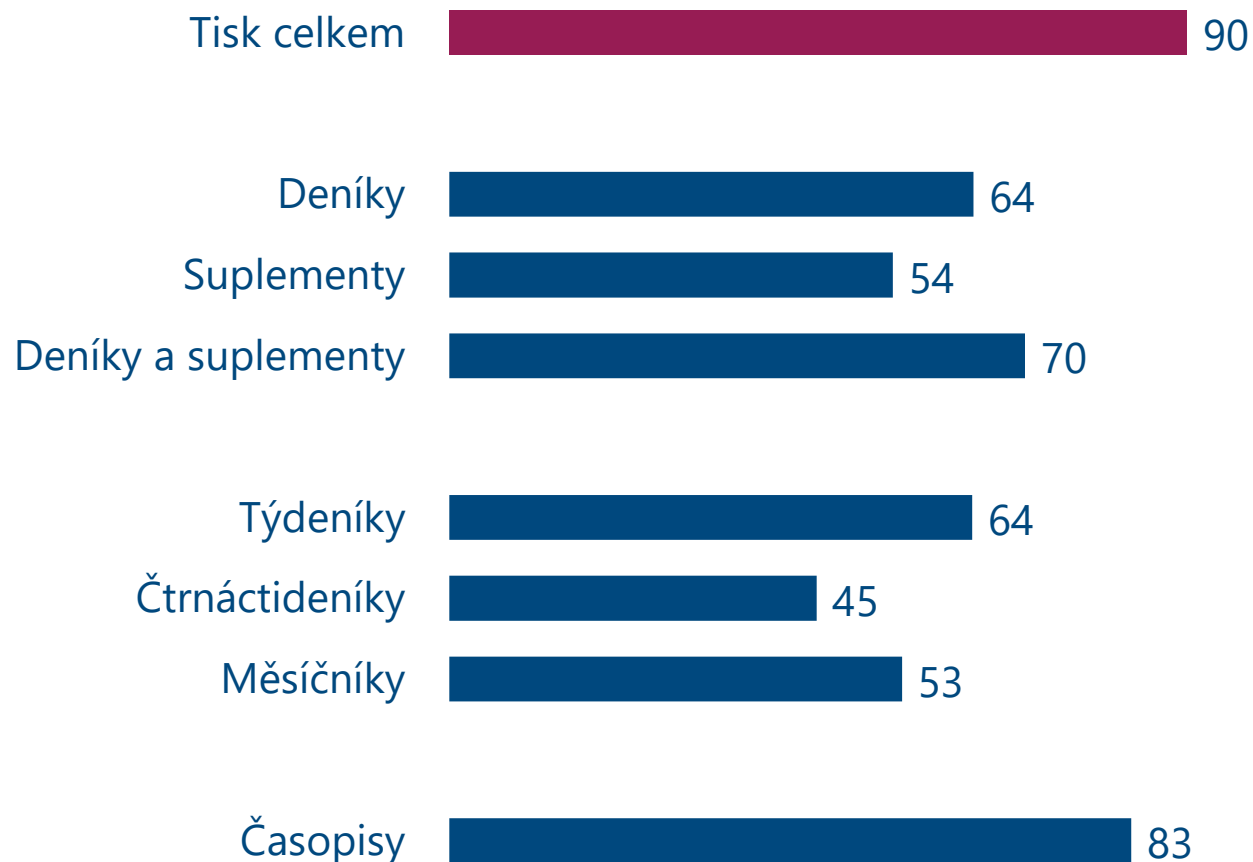
- realizace MEDIAN a STEM/MARK
- stratifikovaný náhodný výběr lokalit
adresní výběr kombinovaný s náhodným výběrem v lokalitě s kvótním zakončením
- face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI) = největší mediální F2F výzkum
- část dotazníku vyplněna samostatně respondentem
- vzorek 12 567 respondentů
- průměrná délka rozhovoru cca 23 minut

Celkový a specifický zásah tisku



Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

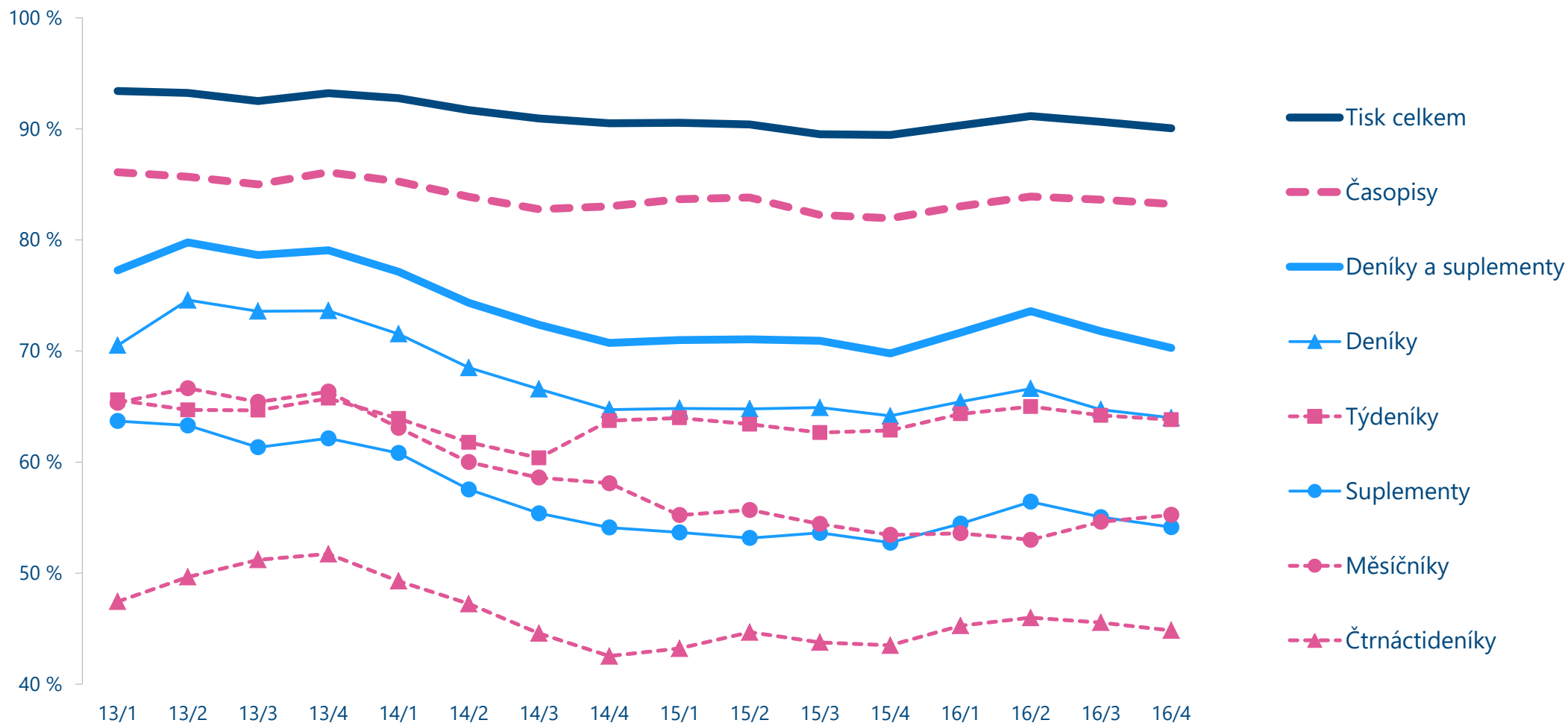
čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



■ Celkový zásah tisku je 7 921 000 osob

Základní trendy vývoje čtenosti

čtenost v % obyvatel (celková čtenost)



Atraktivita titulů pro neinternetovou populaci

TOP 10 titulů s největším rozdílem čtenosti mezi neinternetovou a internetovou populací

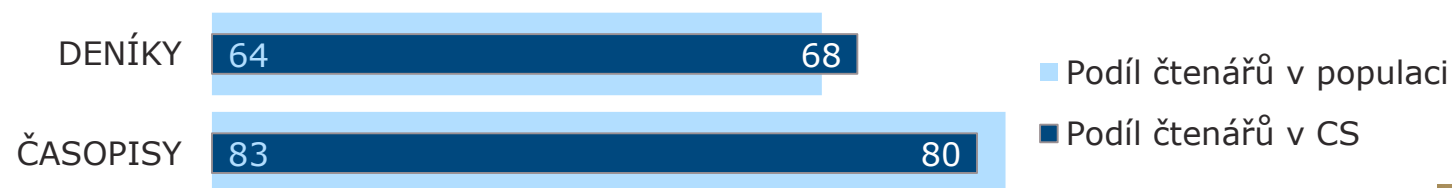
čtenost na vydání v %



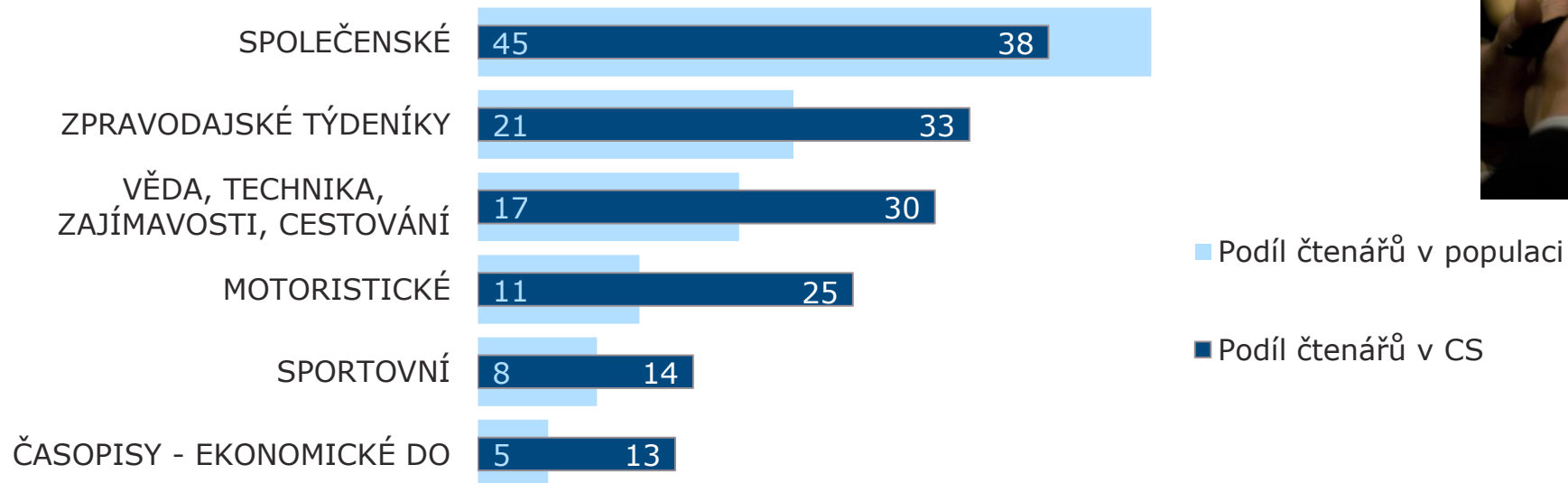
Tituly s největším rozdílem ve prospěch internetové populace



Cílová skupina – Manažeři, řídící pracovníci, podnikatelé (muži) = nadprůměrný zásah deníky celkový zásah v % (delší období)

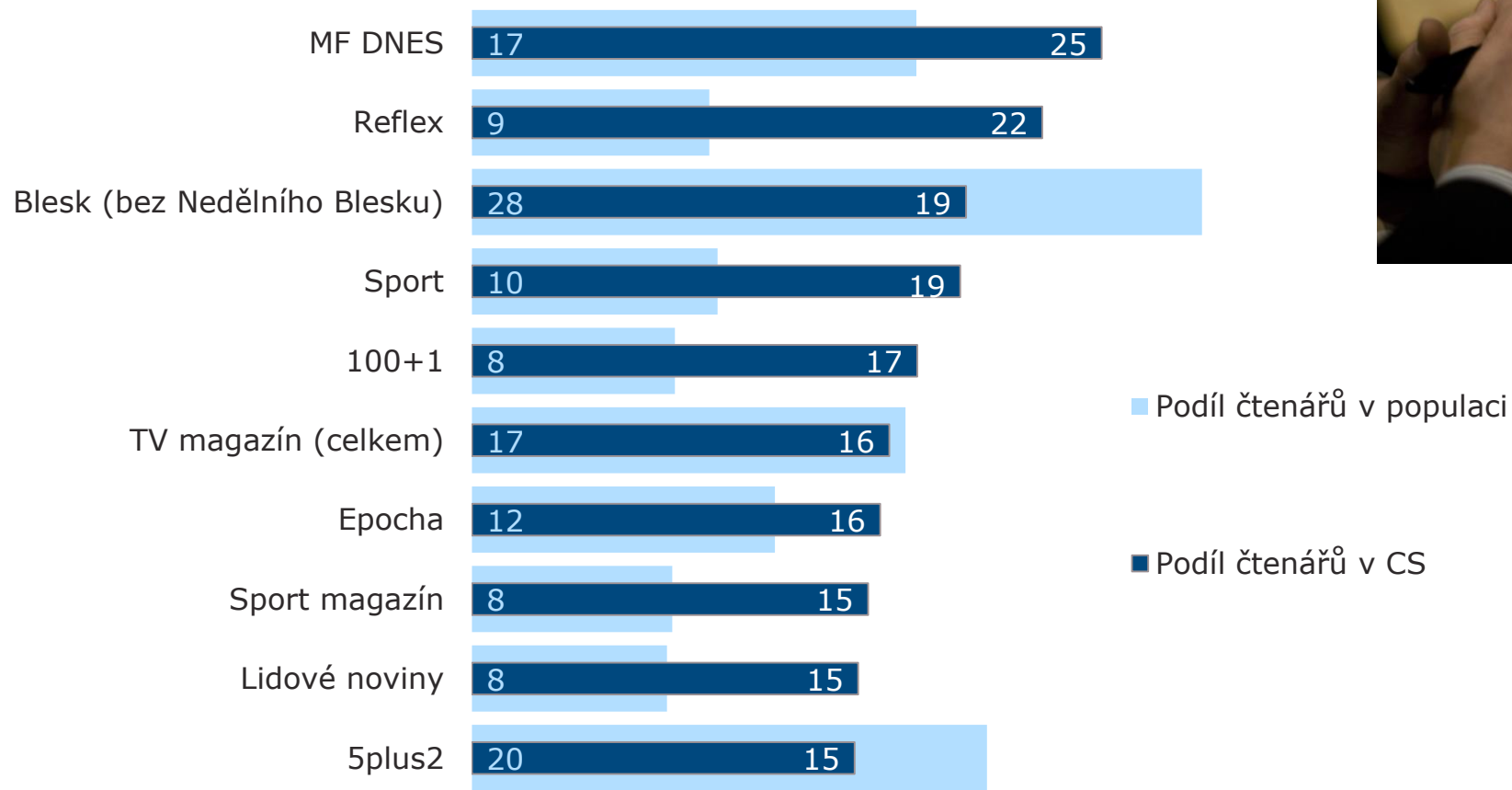


TOP 6 kategorií



Cílová skupina – Manažeri, řídící pracovníci, podnikatelé (muži) – tituly celkový zásah v % (delší období)

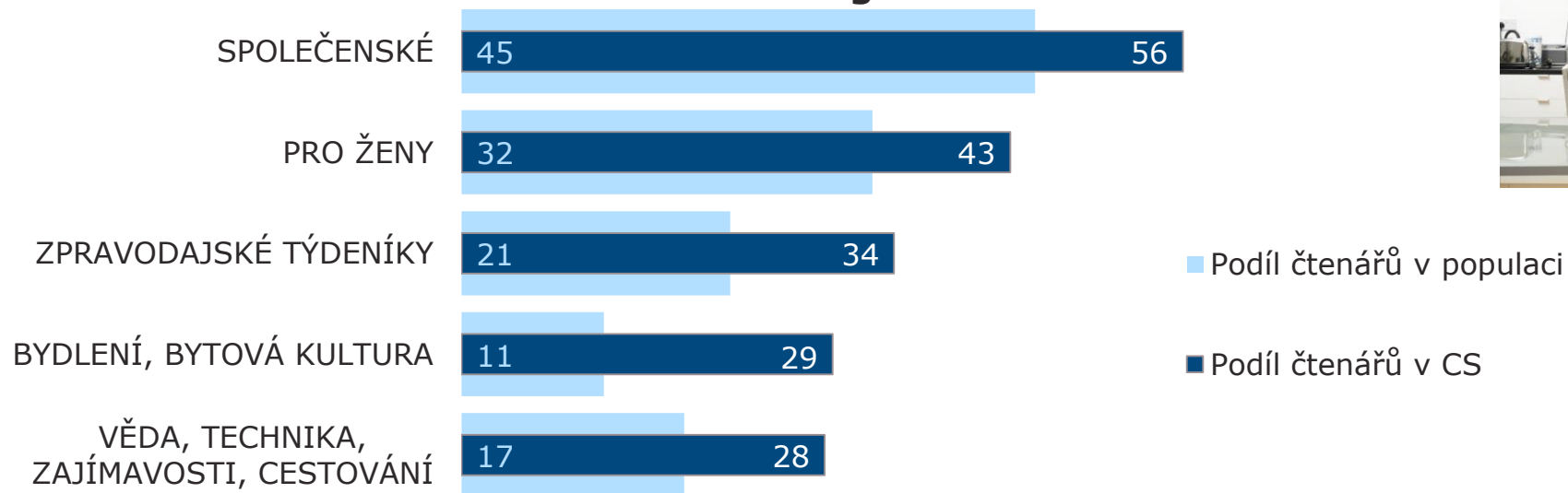
TOP 10 médií



Cílová skupina – Manažerky, řídící pracovnice, podnikatelky (ženy)
= nadprůměrná čtenost - vyšší než u obdobné „mužské“ skupiny
celkový zásah v % (delší období)

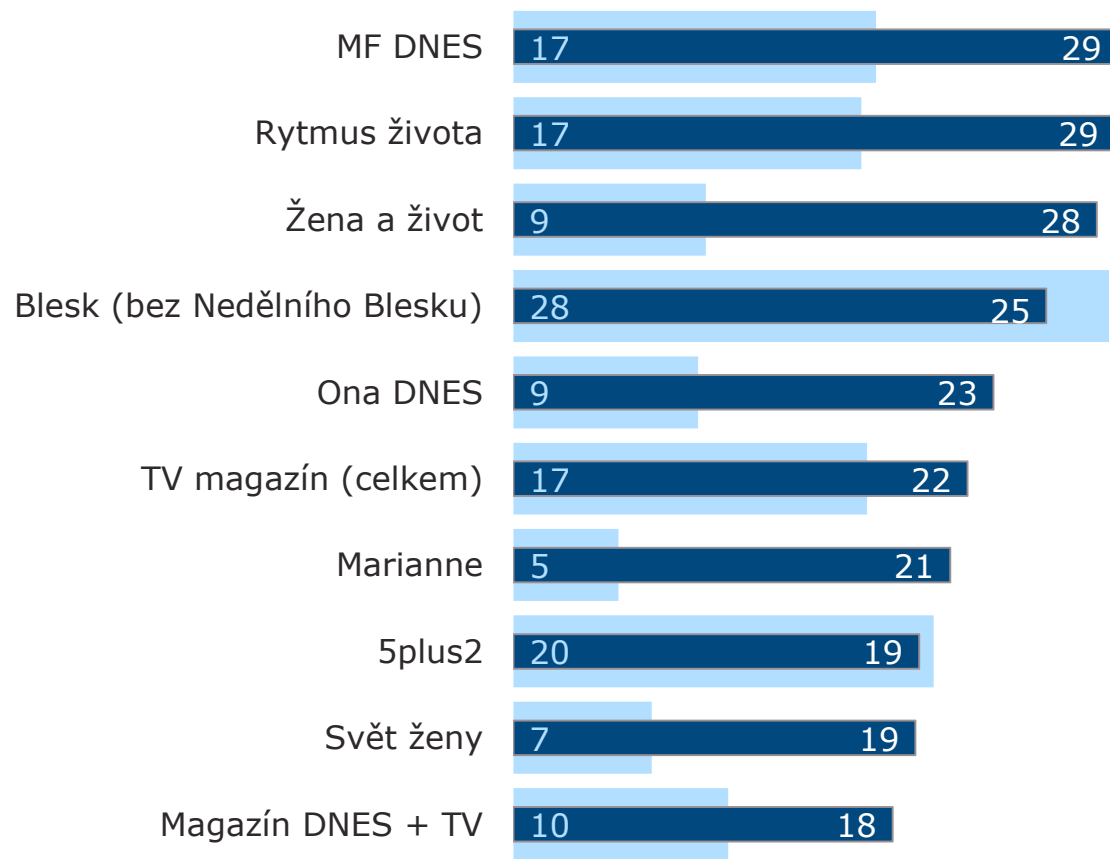


TOP 5 kategorií



Cílová skupina – Manažerky, řídící pracovníce, podnikatelky (ženy) – tituly celkový zásah v % (delší období)

TOP 10 médií



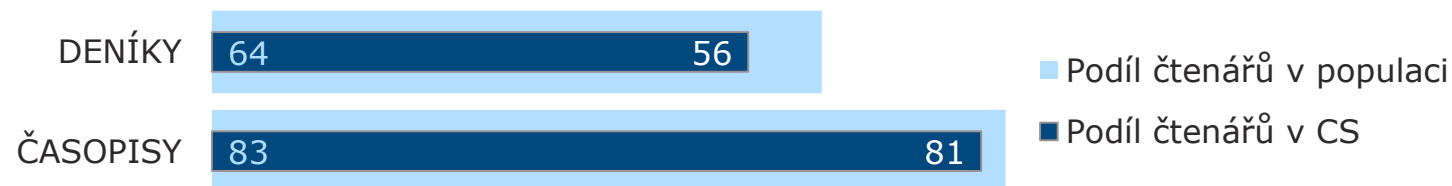
■ Podíl čtenářů v populaci

■ Podíl čtenářů v CS

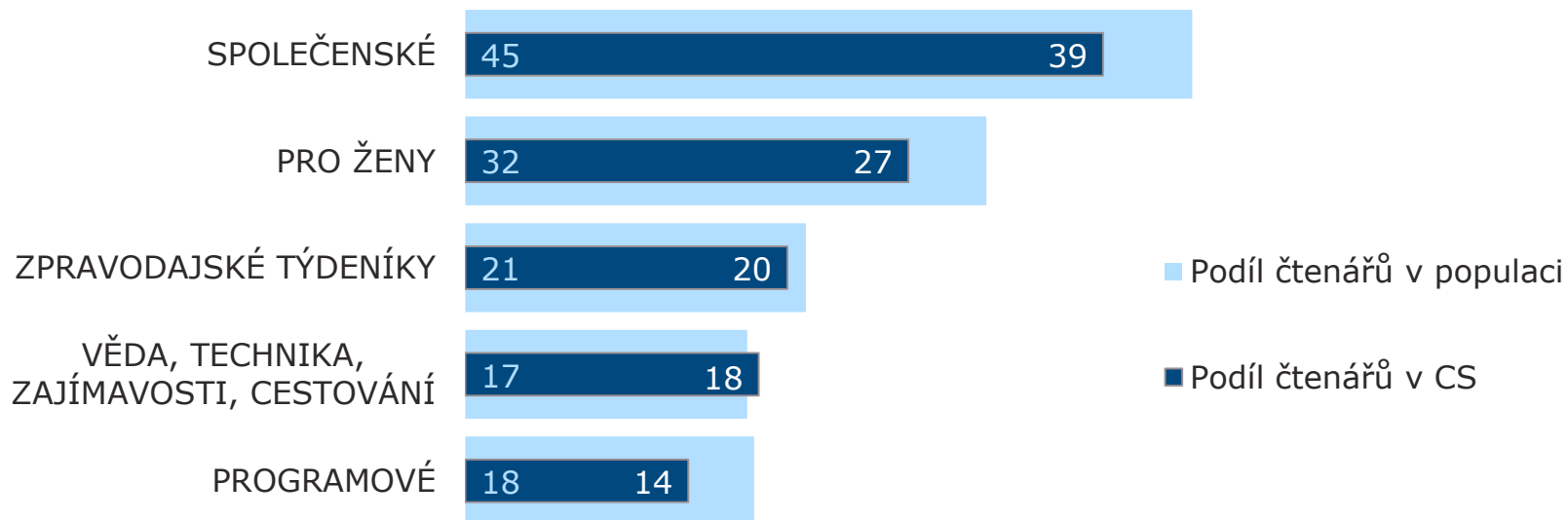


Cílová skupina – Millennials (20 – 39 let)

celkový zásah v % (delší období)



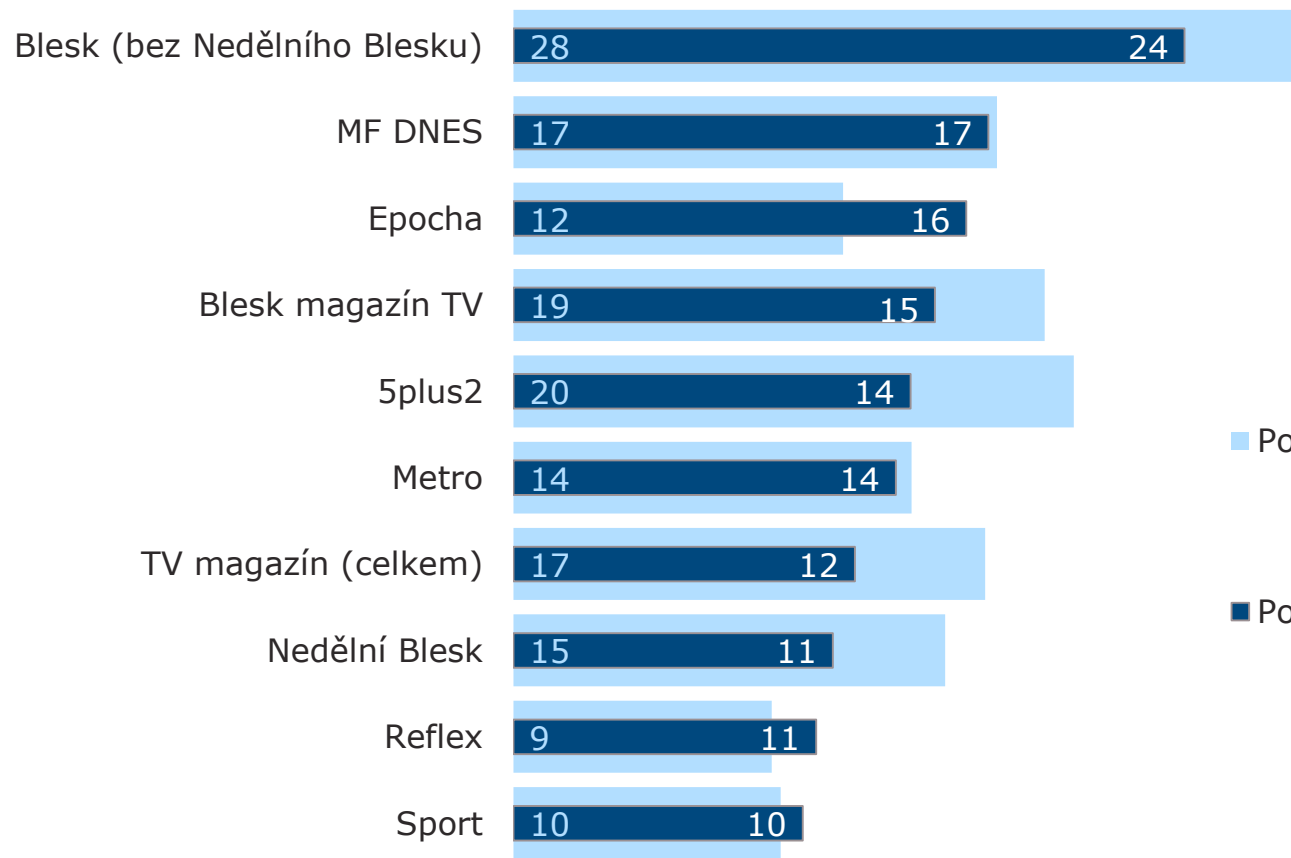
TOP 5 kategorií



Cílová skupina – Millenials (20 – 39 let) – tituly

celkový zásah v % (delší období)

TOP 10 médií



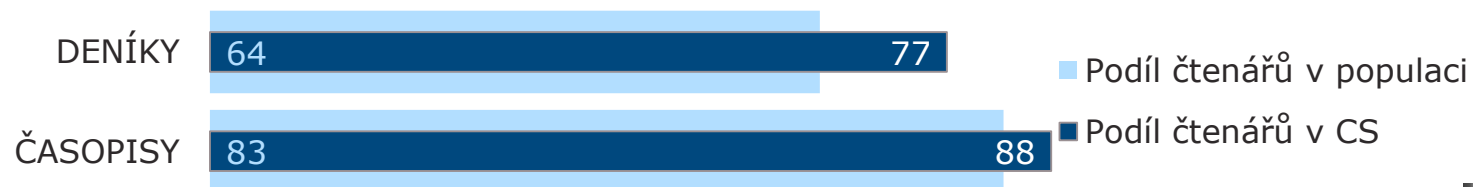
■ Podíl čtenářů v populaci

■ Podíl čtenářů v CS

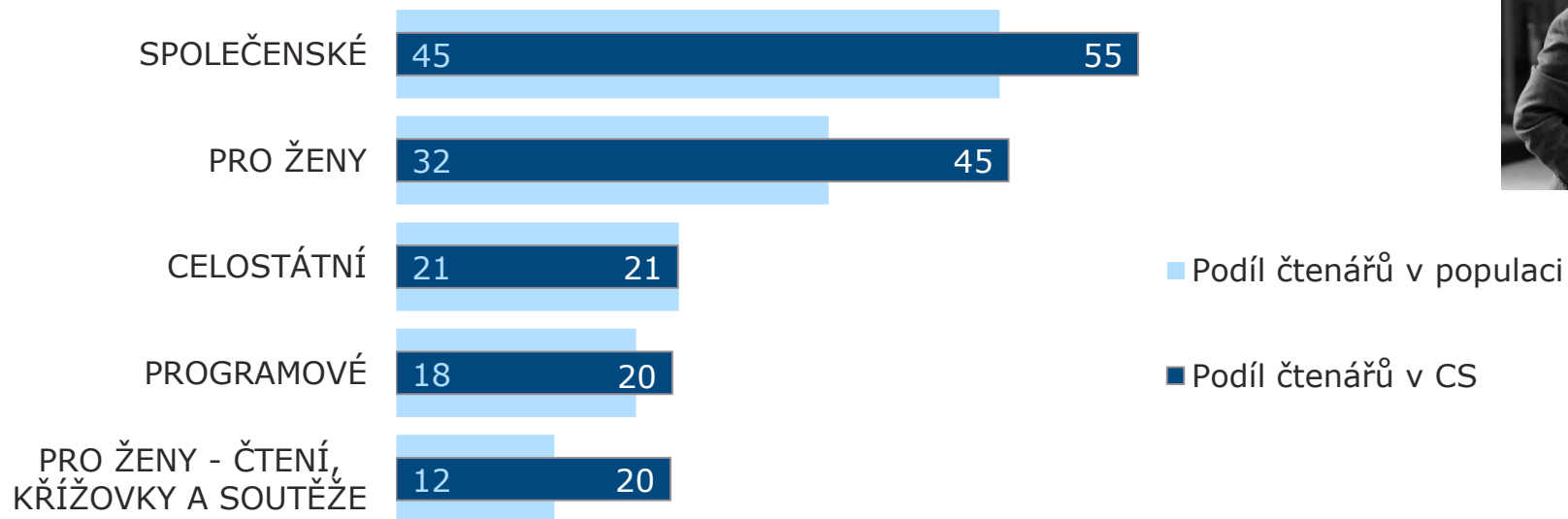


Cílová skupina – Senioři, nežijí s mladšími = „příznivci“ tisku

celkový zásah v % (delší období)



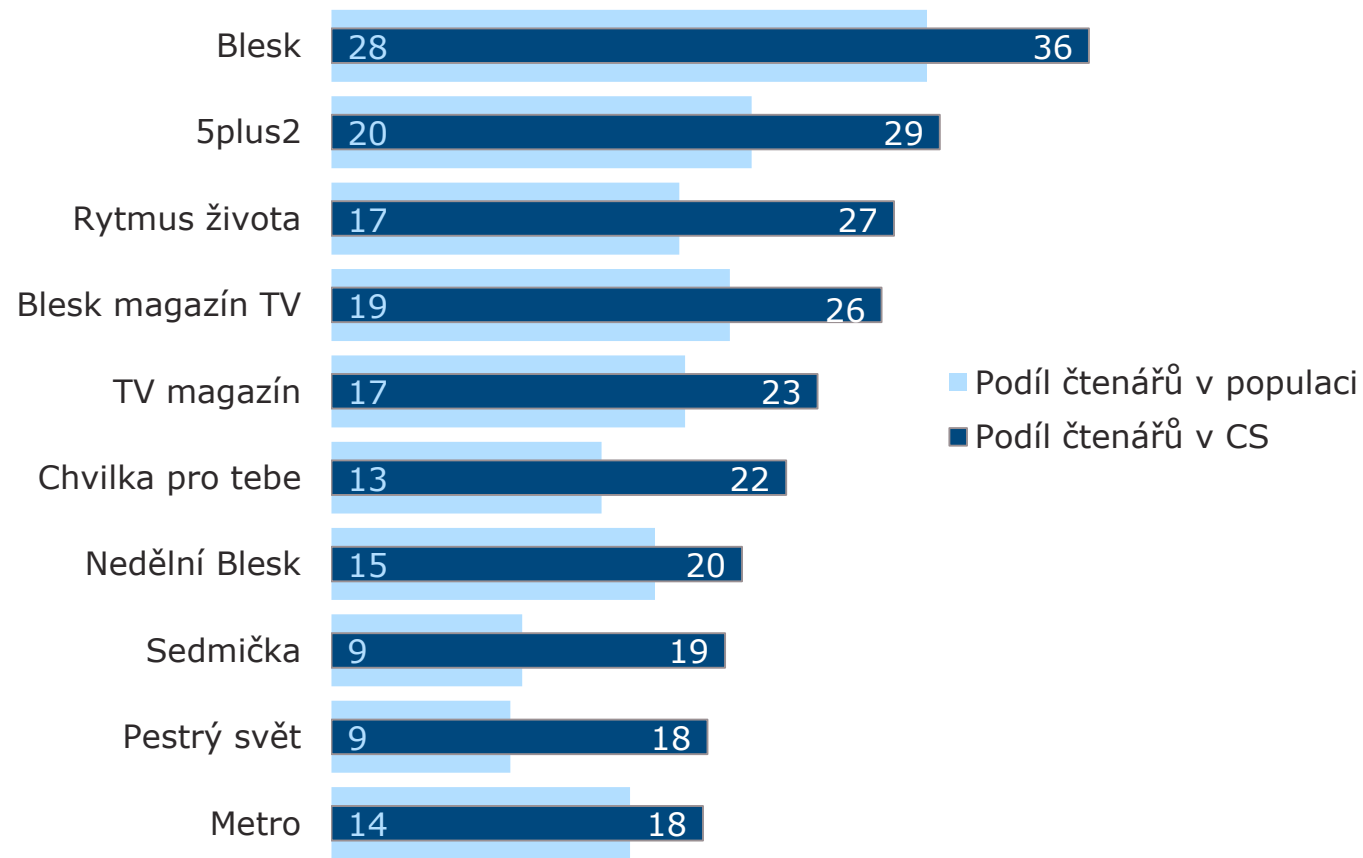
TOP 5 kategorií



Cílová skupina – Senioři, nežijí s mladšími – tituly

celkový zásah v % (delší období)

TOP 10 médií



Čtenost - deníky



Celostátní placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků jsou nadprůměrně často:

- z velkých měst
- vlastníci čtečky elektronických knih
- socioekonomické kategorie A + B



* Blesk (bez Nedělního Blesku)	995
MF DNES	609
* Sport	289
Právo	278
Aha! (bez Nedělního Aha!)	223
Lidové noviny	208
* Hospodářské noviny	150
DENÍK ČR	603

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Regionální placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- vlastní nemovitost
- pochází ze skupiny středního věku s dětmi



* DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	113
* DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	88
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	85
* DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	81
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	60
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	58
* DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	47
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	38
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	34

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2017+Q3/2016*

Deníky zdarma

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků zdarma:

- jsou častěji na vedoucích pozicích
- vlastní tablet nebo čtečku
- jsou častěji rozvedení

Metro	456
* E15	60



* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Suplementy

čtenost na vydání v tis. čtenářů

pouze:

- 9 % nečte žádný deník
- 7 % nečte žádný časopis

* Blesk magazín	1242
TV magazín	1219
* Magazín DNES + TV	690
Ona DNES	452
* Víkend DNES	411
Magazín Právo + TV	381
* Aha! TV	352
Sport magazín	333
Doma DNES	330
TV Pohoda	304
* Pátek Lidové noviny	244
* Deník víkend (dříve Moje rodina - Fajn život)	239
* Rodina DNES	201
* Auto DNES	197
* Víkend Právo	173
Dům & bydlení	158
* Ego! magazín Hospodářských novin	108
Styl pro ženy	107

** Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

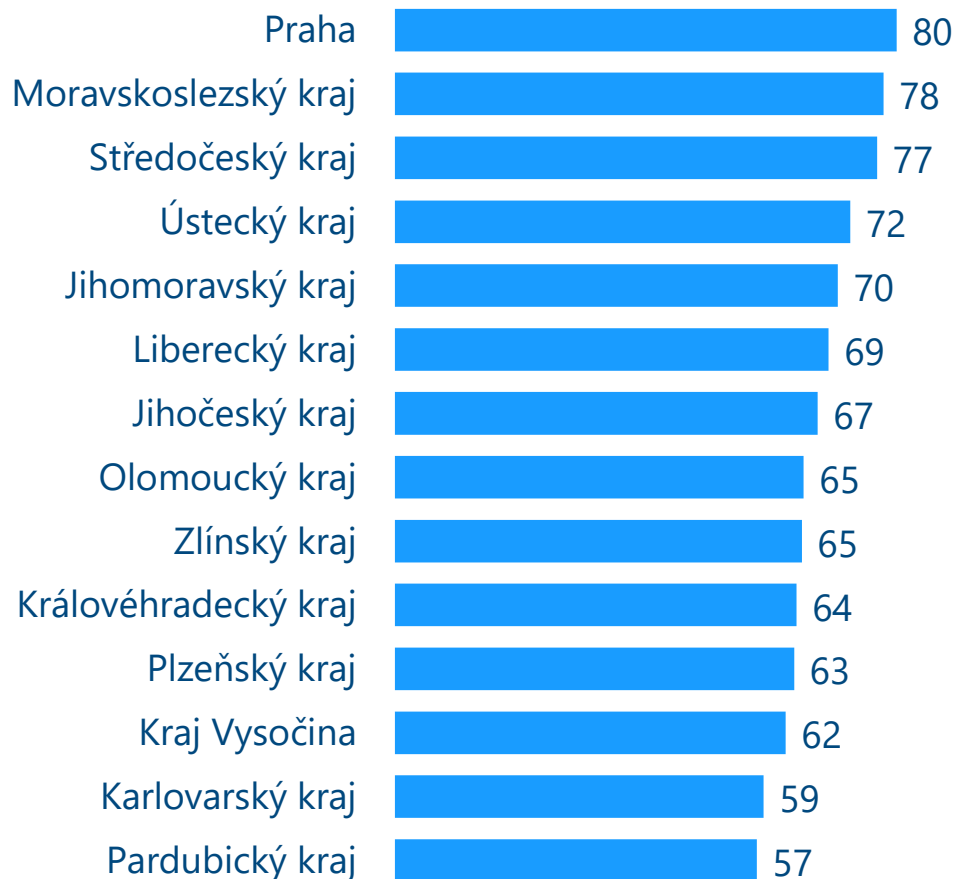
Čtenost v krajích



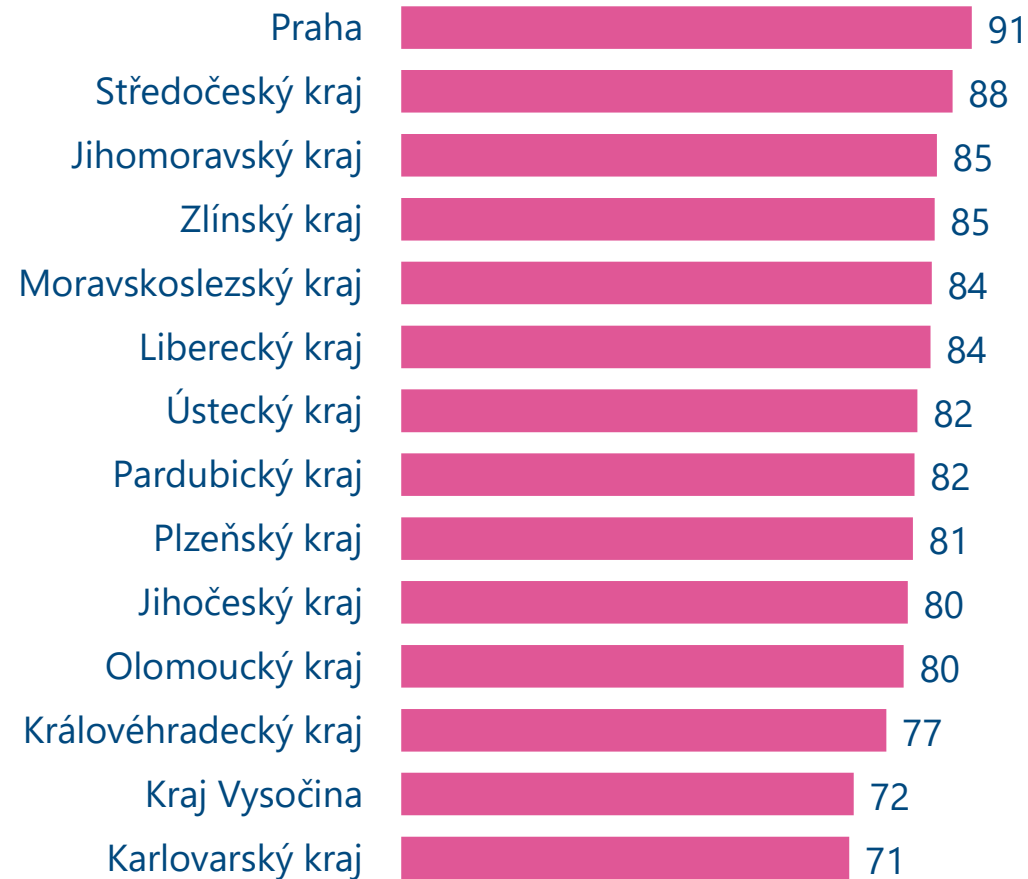
Čtenost v krajích

celkový zásah v % (delší období)

Deníky a suplementy

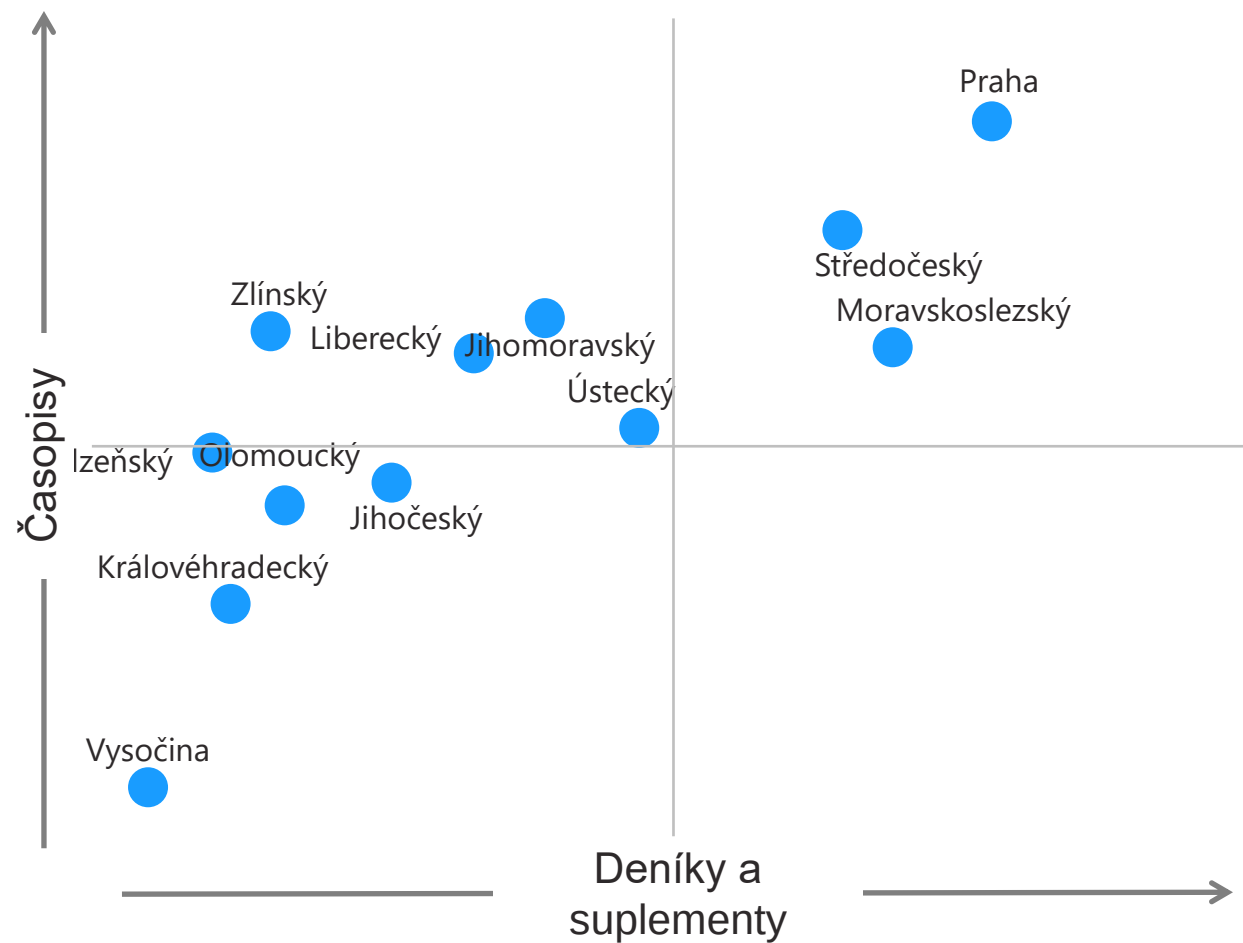


Časopisy



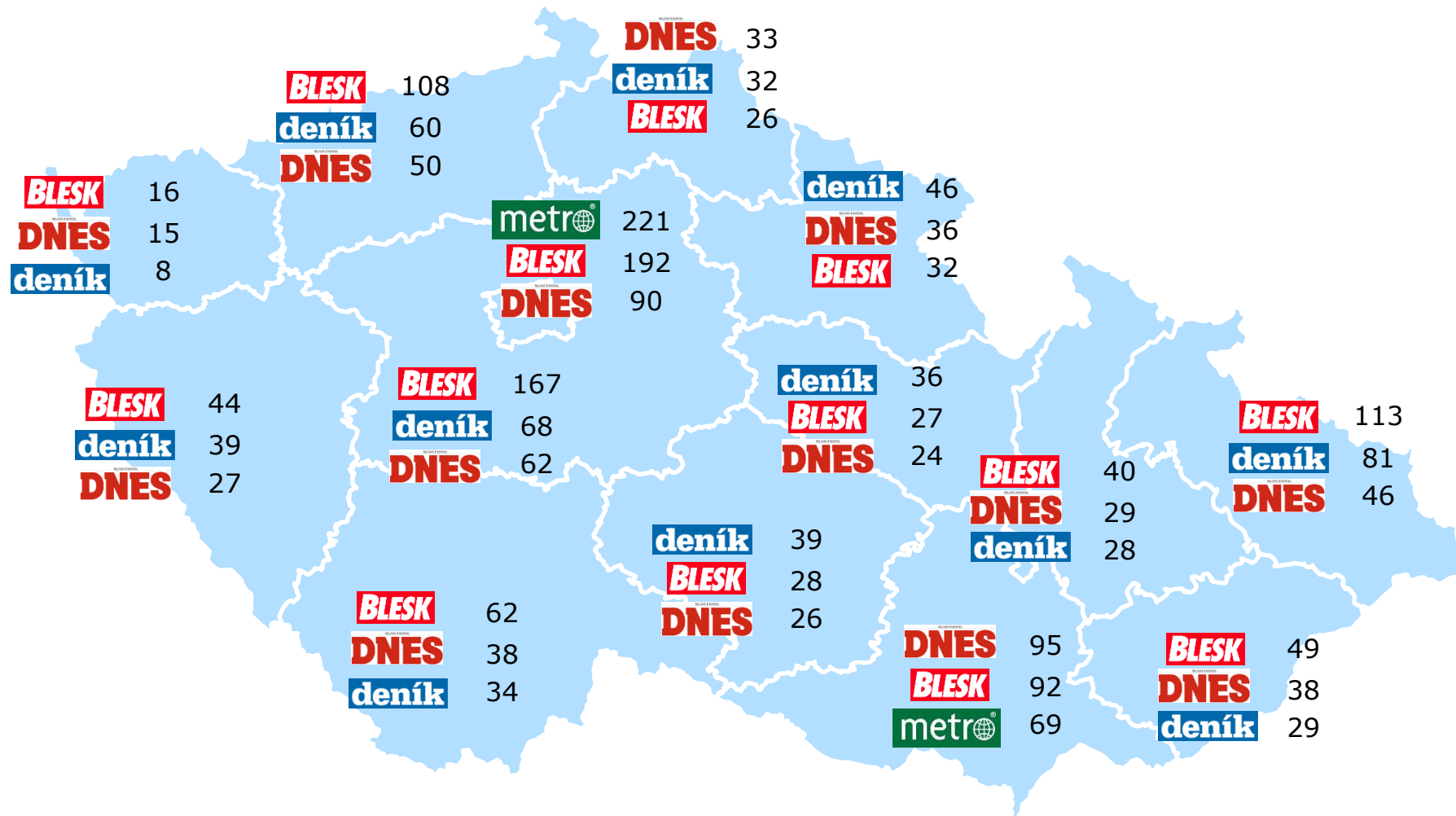
Čtenost v krajích

% obyvatel (delší období)



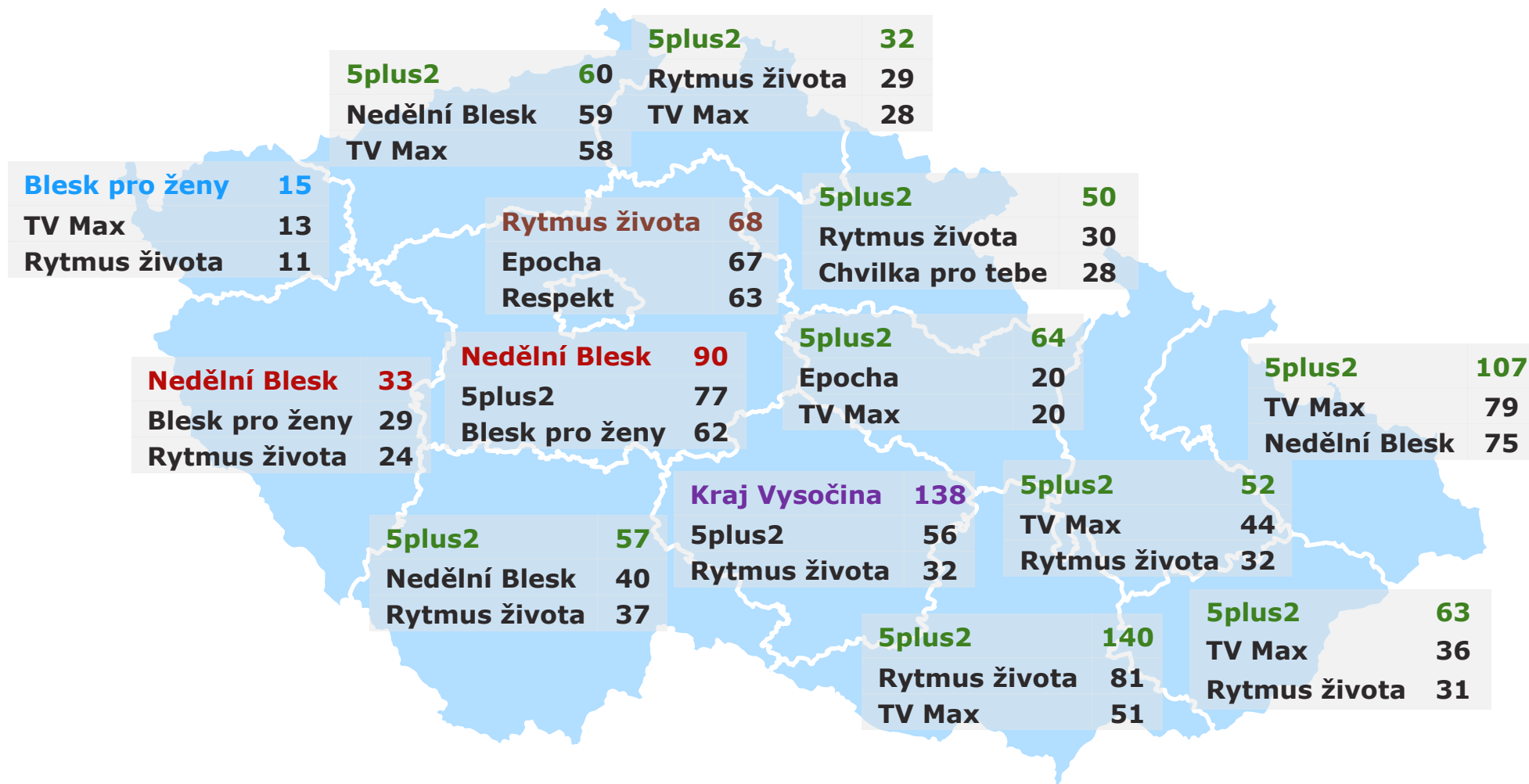
Deníky v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Časopisy v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů

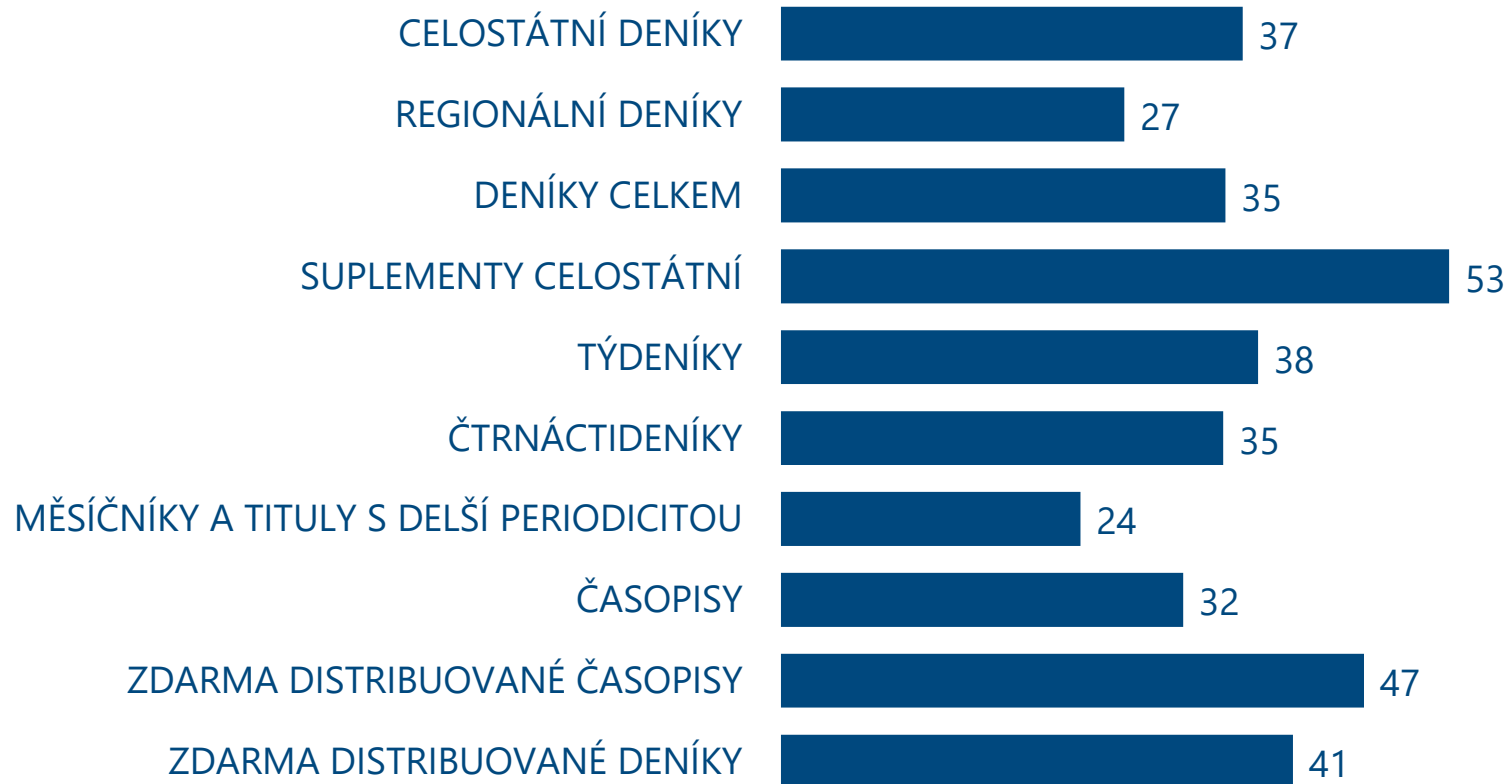


Loajalita a součtenost



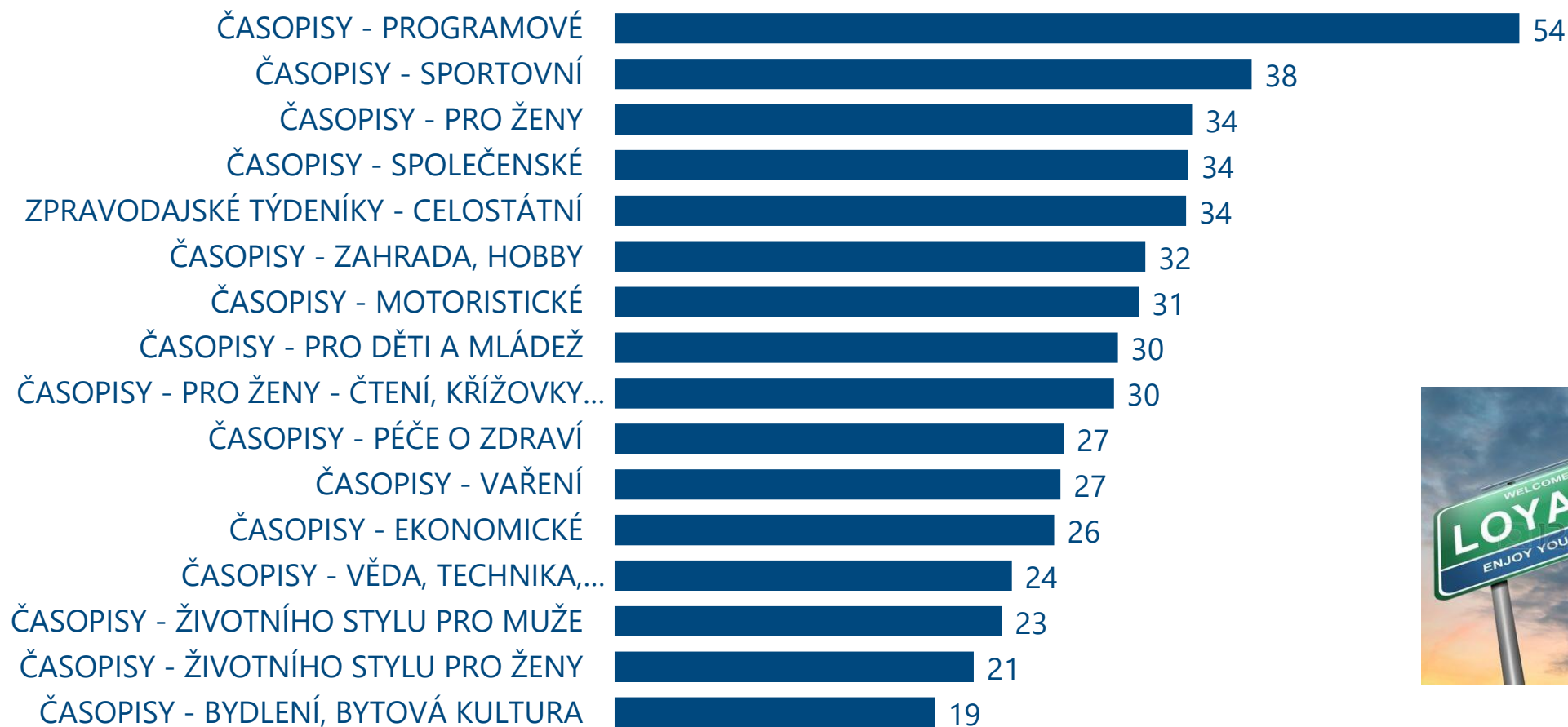
Loajalita - nejvyšší u suplementů

podíl stálých a pravidelných čtenářů (6 a více vydání z posledních 12) k čtenářům v delším období v %



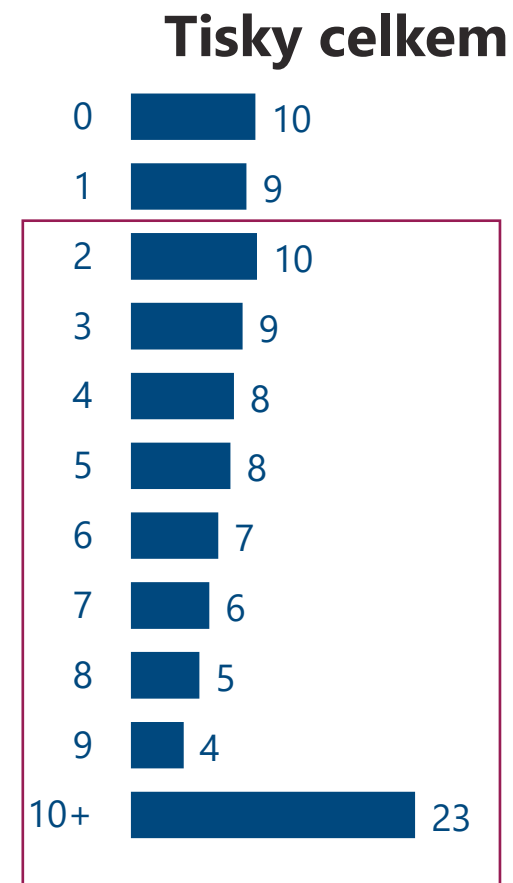
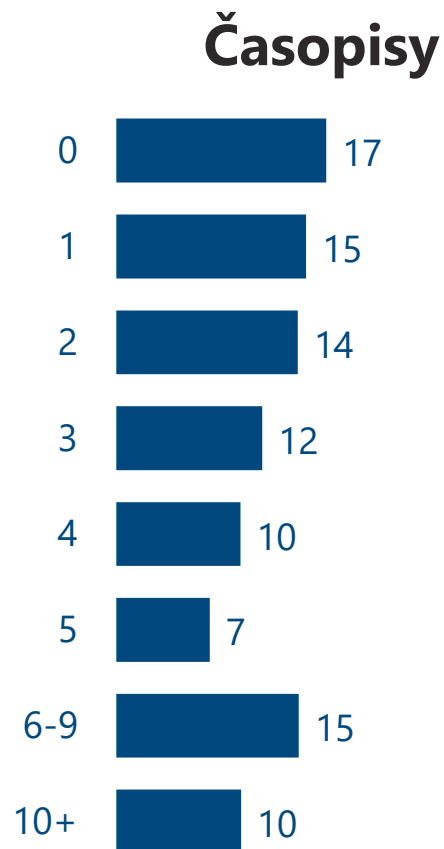
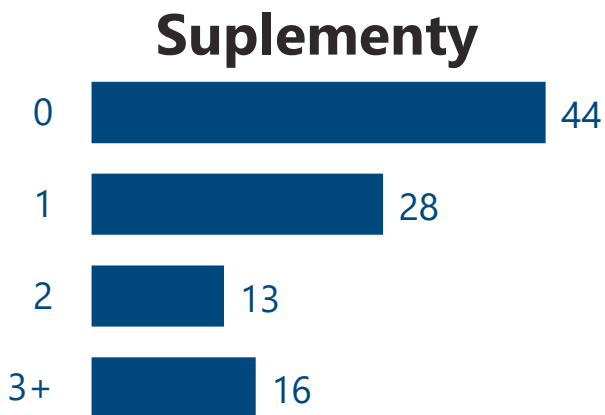
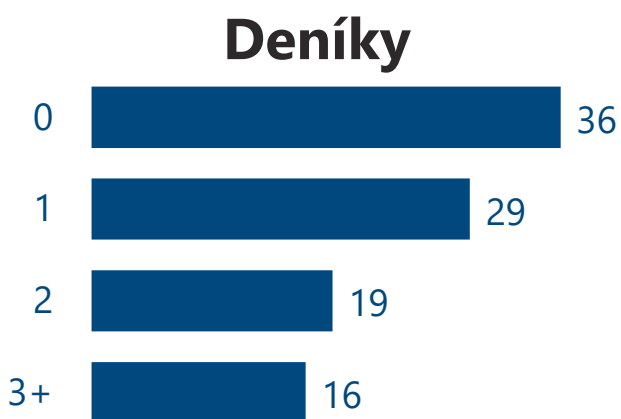
Loajalita – bodují programové tituly

podíl stálých a pravidelných čtenářů (6 a více vydání z posledních 12) k čtenářům v delším období v %



Součtenost = 4/5 populace čtou více titulů

podíl čtenářů podle počtu čtených titulů v %



= 81 %

Součtenost = vévodí tituly Blesku

TOP 10 nejčastěji čtených dvojic

Blesk	Nedělní Blesk	880
Blesk	DENÍK	827
Blesk	Rytmus života	719
DENÍK	5plus2	682
Blesk magazín TV	Nedělní Blesk	667
Aha!	Blesk	651
Chvilka pro tebe	Rytmus života	625
Blesk	5plus2	610
Blesk	Chvilka pro tebe	569
DENÍK	Rytmus života	554

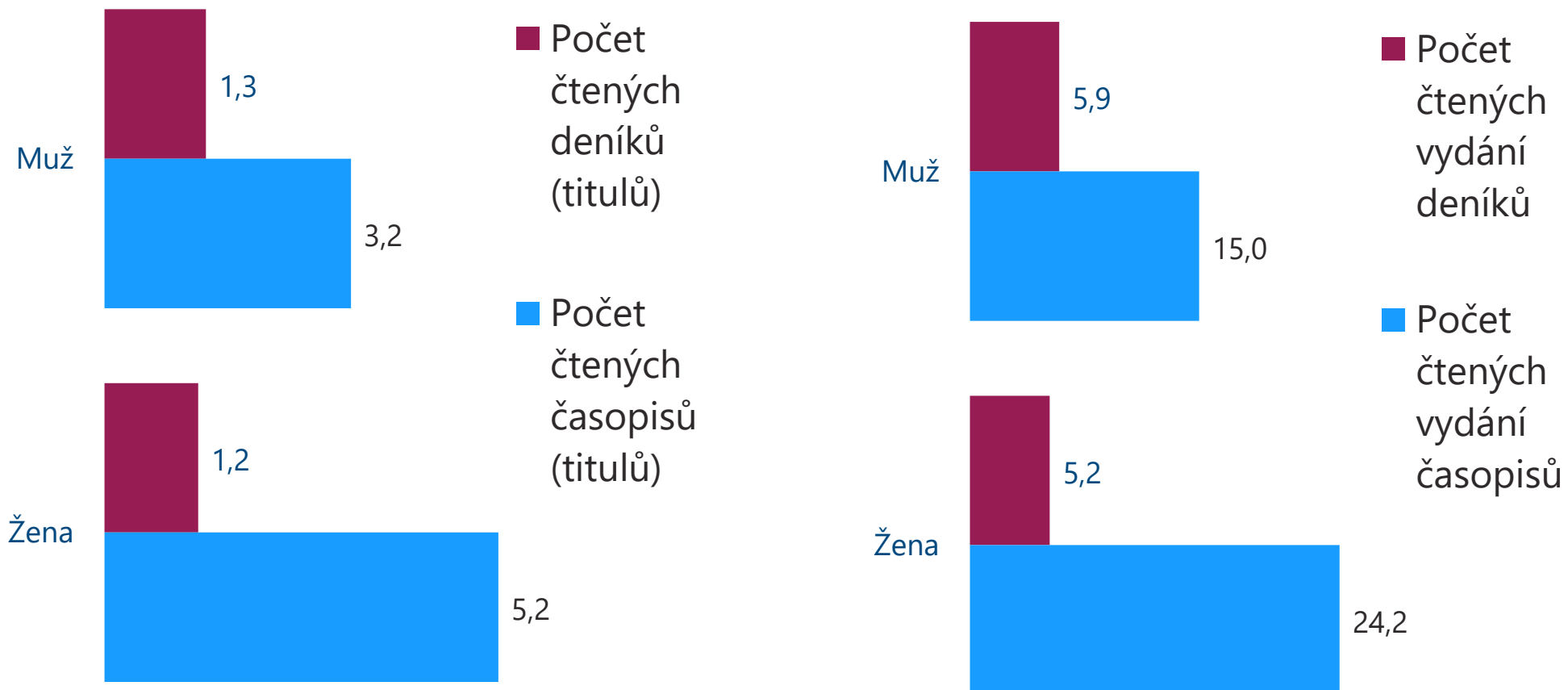


Počty čtených titulů



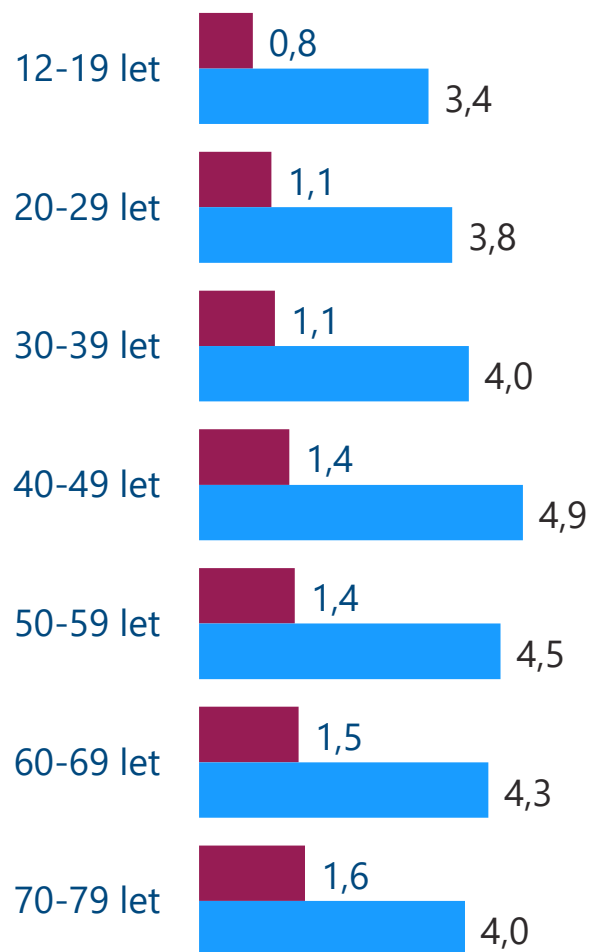
Počet čtených titulů a vydání podle pohlaví

průměr na respondenta (celková čtenost v delším období)



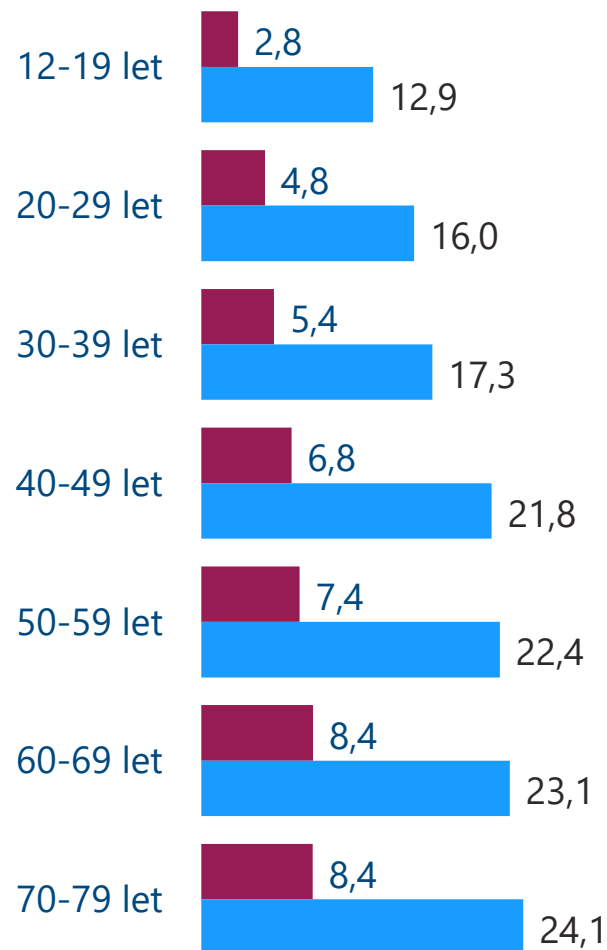
Počet čtených titulů a vydání podle věku

průměr na respondenta (celková čtenost v delším období)



■ Počet
čtených
deníků
(titulů)

■ Počet
čtených
časopisů
(titulů)

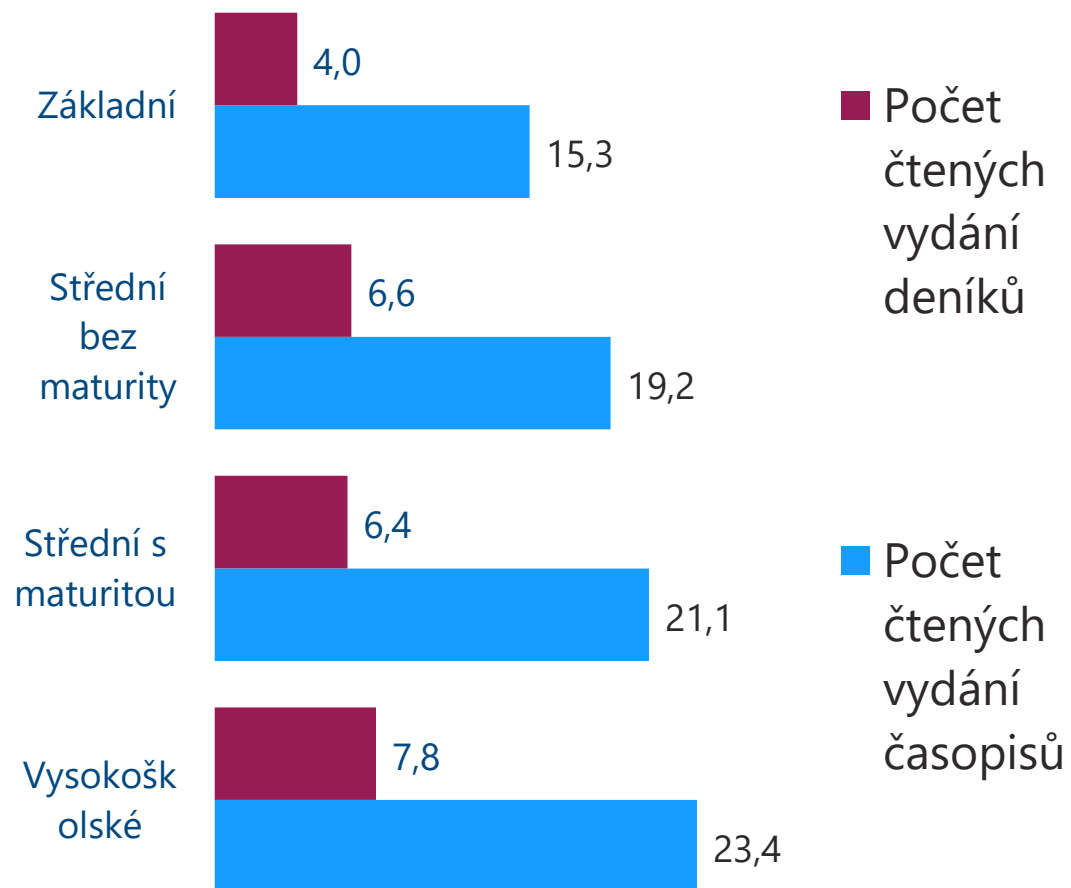
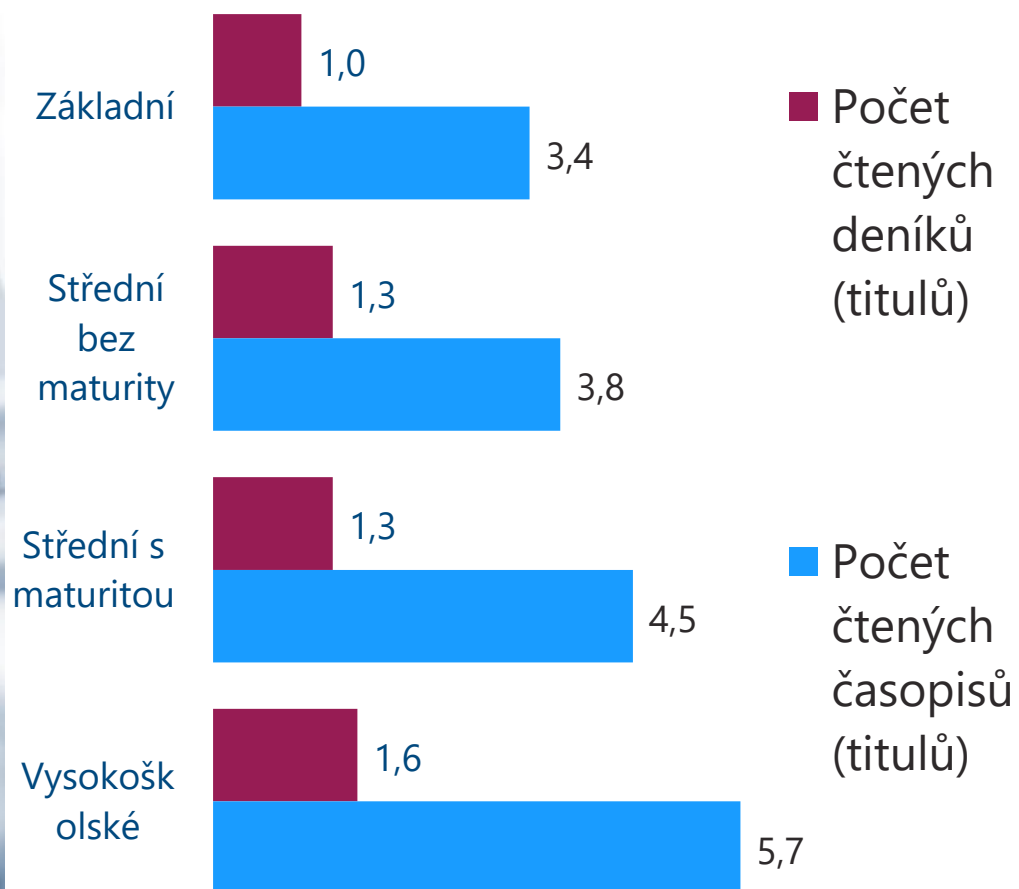


■ Počet
čtených
vydání
deníků

■ Počet
čtených
vydání
časopisů

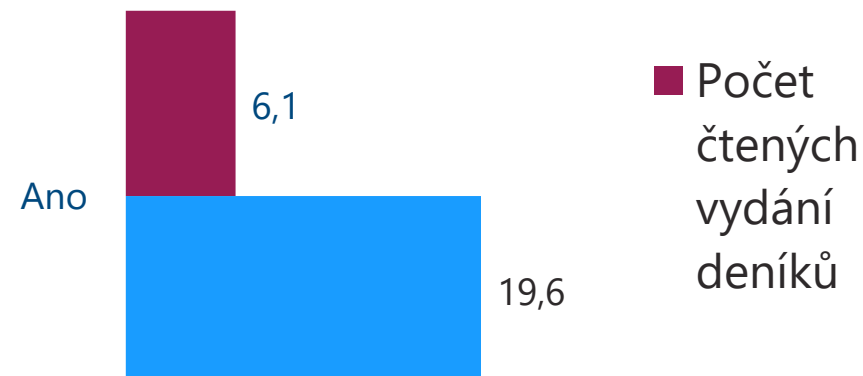
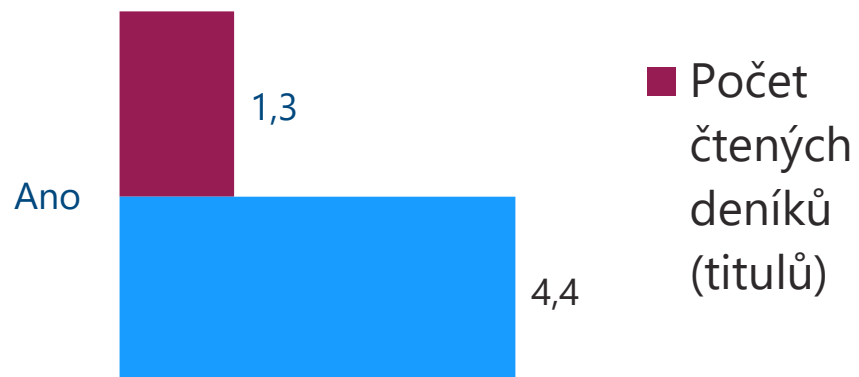
Počet čtených titulů a vydání podle vzdělání

průměr na respondenta (celková čtenost v delším období)



Počet čtených titulů a vydání podle přístupu na Internet

průměr na respondenta (celková čtenost v delším období)



Čtenost – časopisy – I.



Bydlení, bytová kultura

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Dům a zahrada	103
* Bydlení	78
* Marianne Bydlení	64
Svět koupelen	61
* Tina Bydlíme	57
Magazín Pěkné bydlení	46
* Katka Náš útulný byt	46
Můj dům	44
* Svět kuchyní	43
Bydlení Stavby Reality	42
* Moderní byt	41
Rodinný dům	34

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Ekonomické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Forbes	128
* Ekonom	57
Euro	35

Informační a komunikační technologie

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Computer	70
* Chip	54

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Motoristické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Svět motorů	200
* Svět motorů Speciál	150
* Auto Tip	126
Automobil	72
* Auto Tip Klassik	68
* Trucker	32

Péče o zdraví

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Blesk Zdraví	97
Moje zdraví	88

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Blesk pro ženy	426
Chvilka pro tebe	411
* Tina	225
Překvapení	205
Vlasta	195
* Katka	171
Napsáno životem	138
Aha! pro ženy	134
Maminka	132
Claudia	102
Betyнка	71
Čas na lásku	65
* Burda style	57

* Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016

Programové

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* TV Max	500
TV mini	280
TV star	155
* Týdeník Televize	142
TV expres	107
* TV Revue	92
* TV Plus 14	73

Životního stylu pro muže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



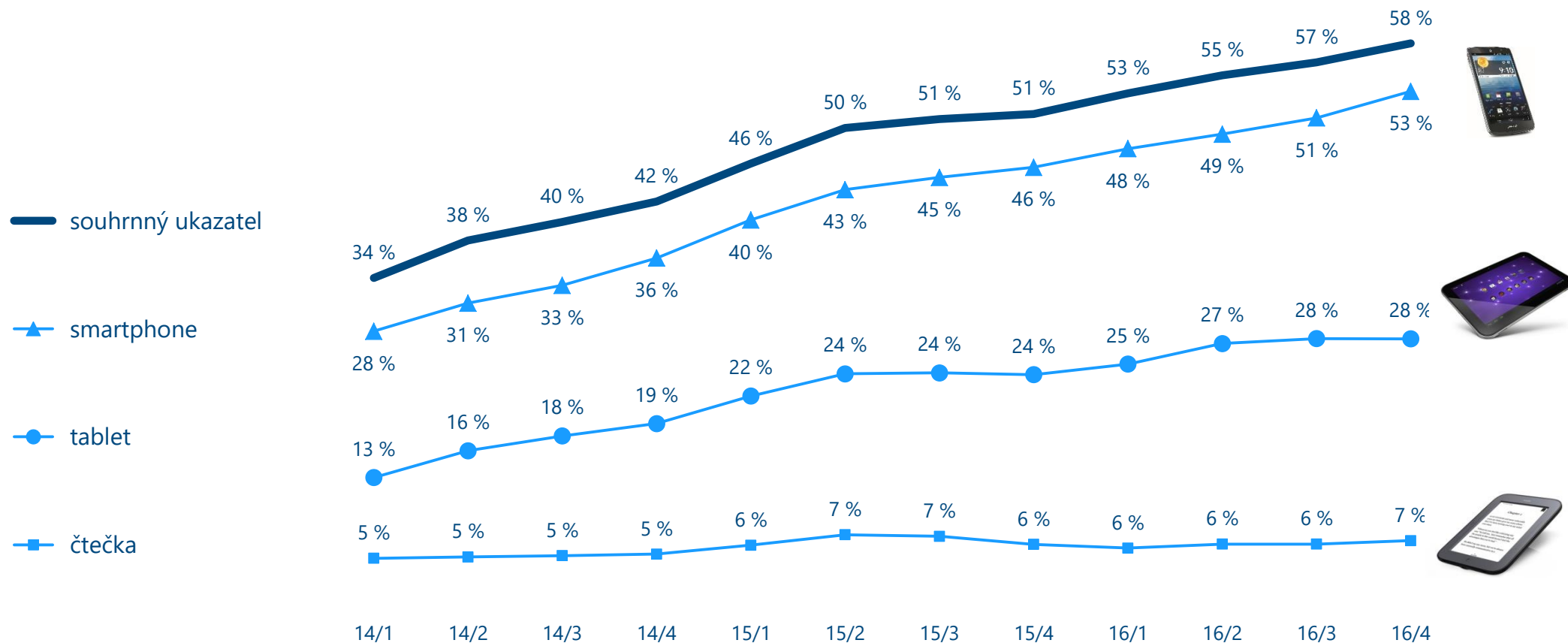
Maxim	155
ForMen	26

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

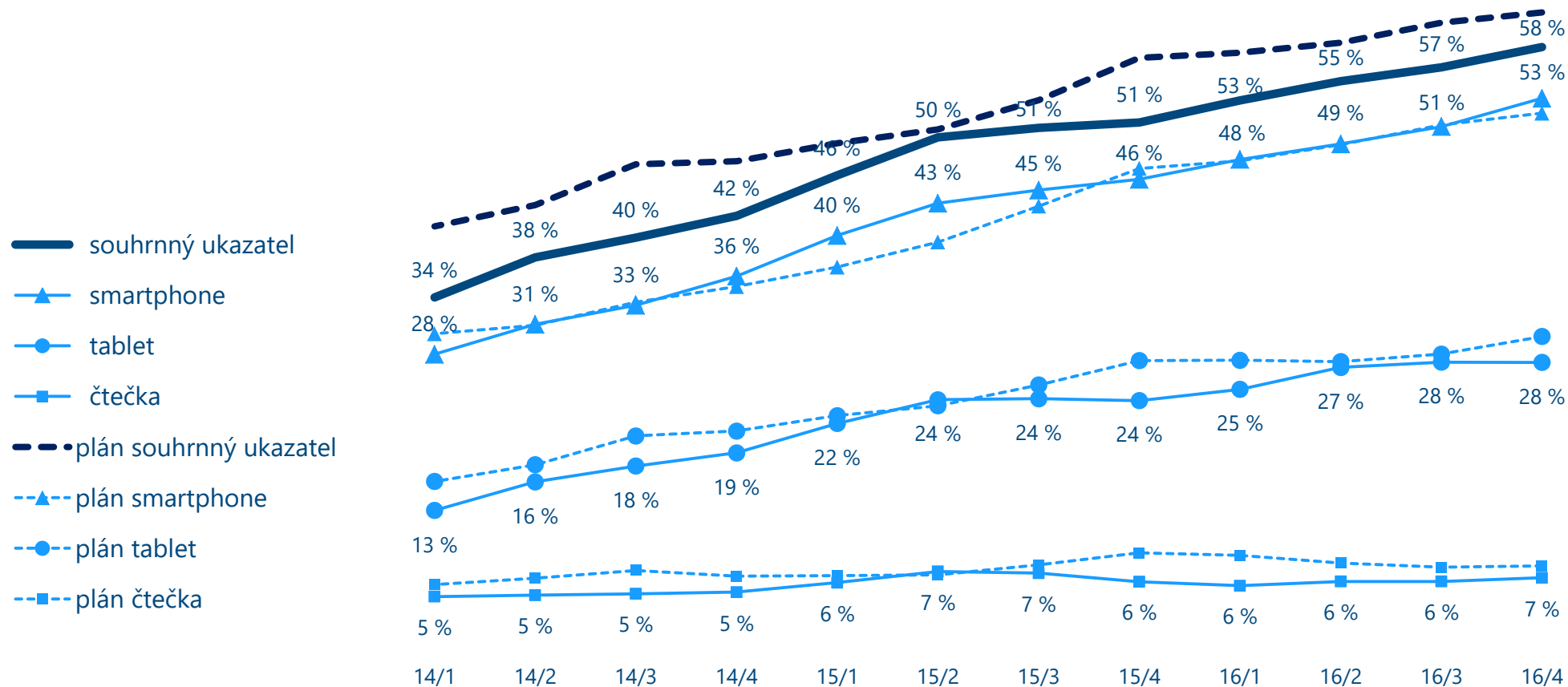
Trendy vybavenosti čtecími zařízeními



Nárůst vybavenosti populace čtecími zařízeními

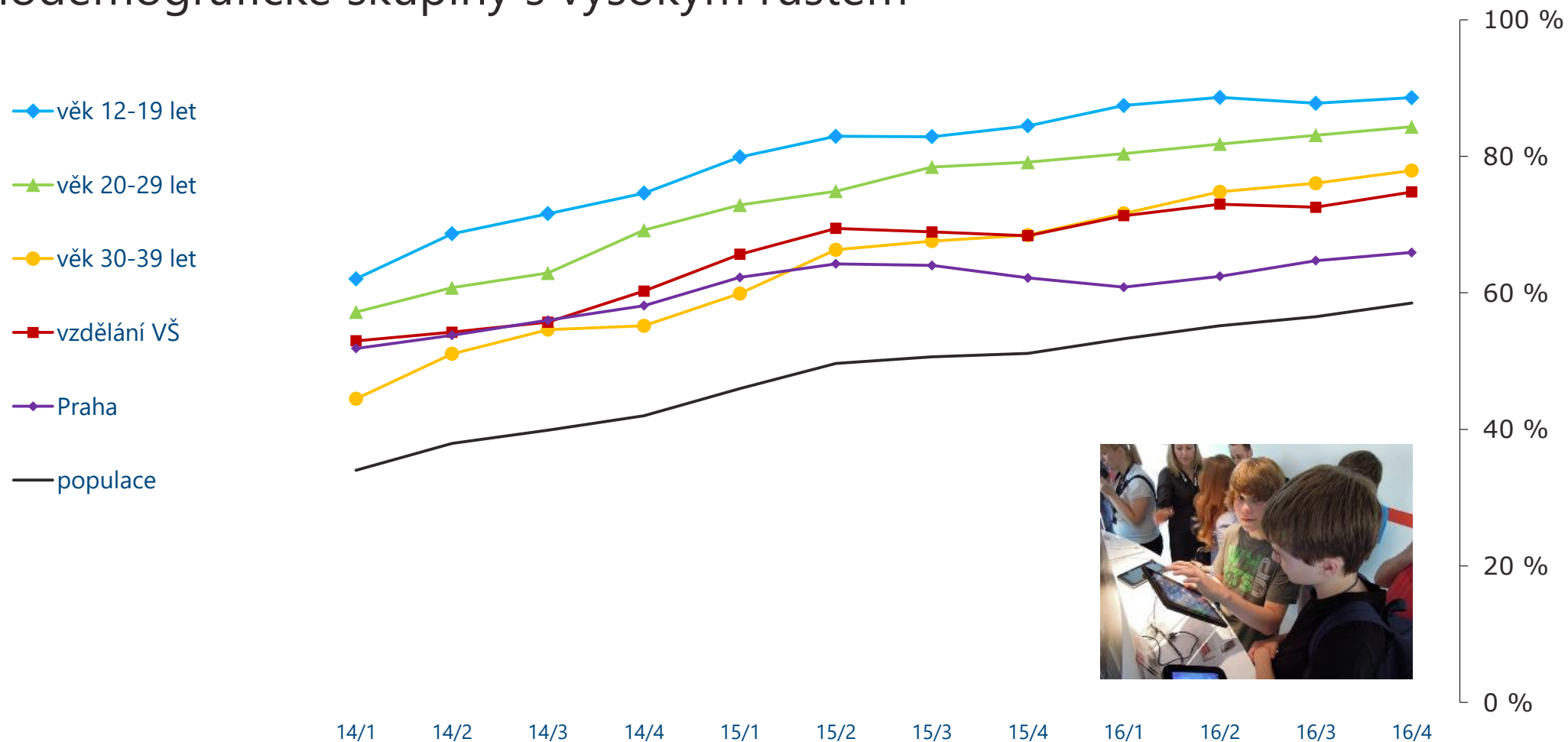


Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními



Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními

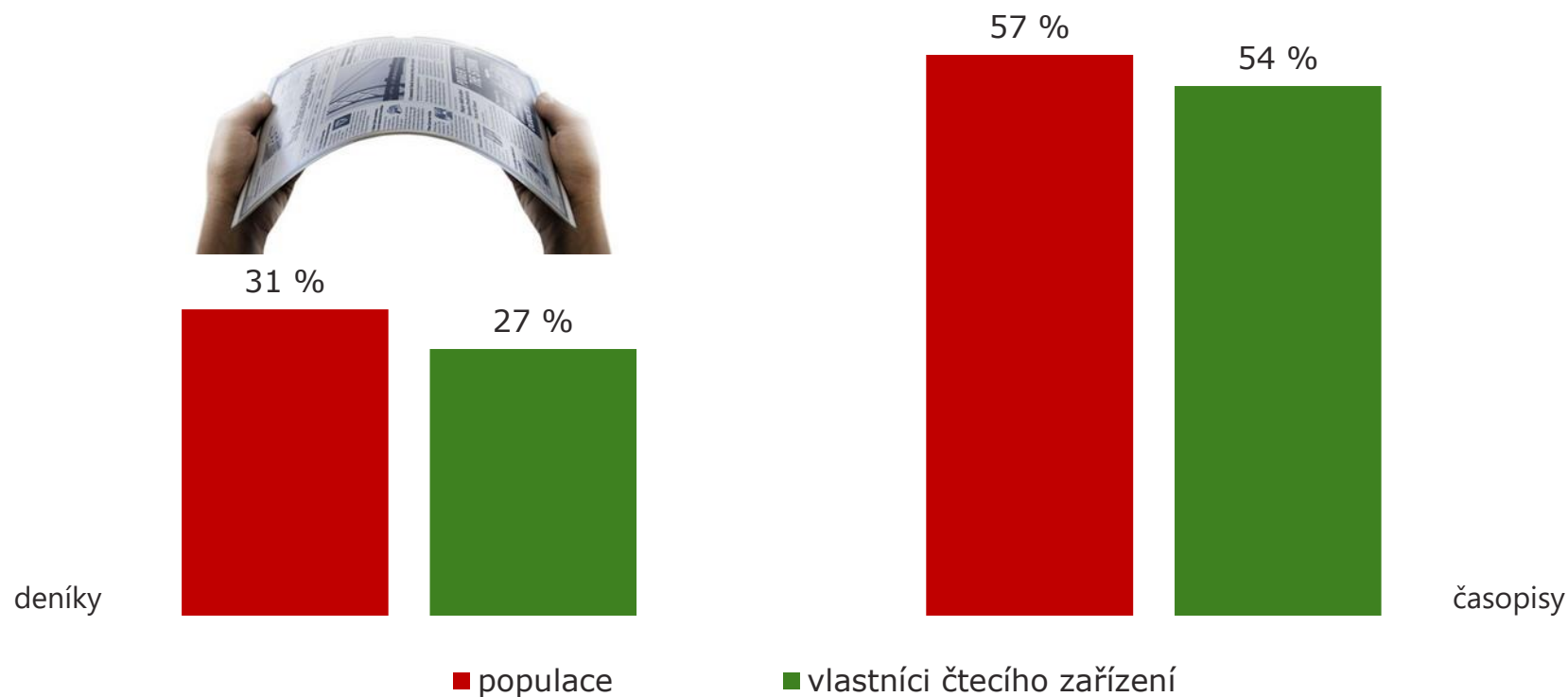
sociodemografické skupiny s vysokým růstem



Moderní technologie nebrání četbě

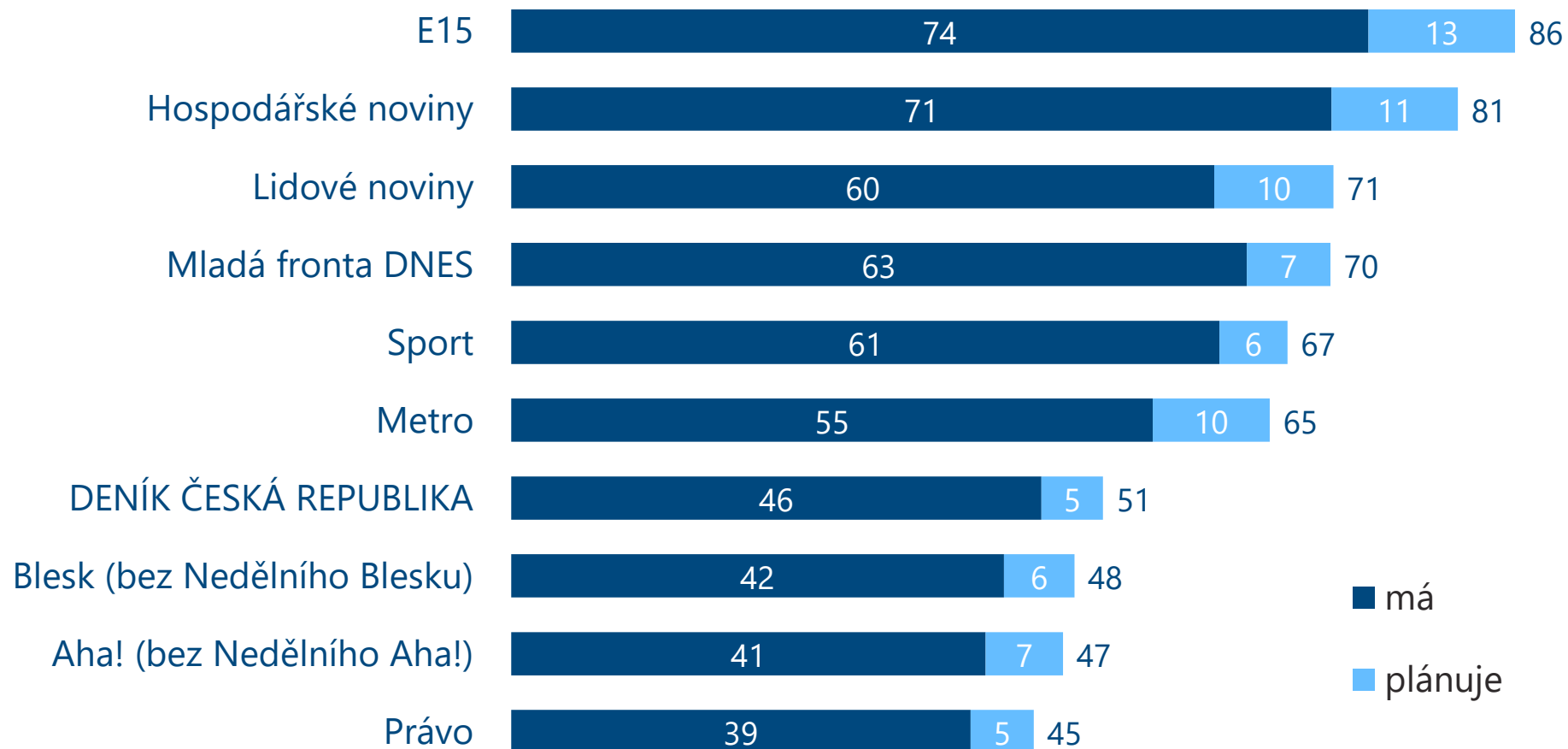
Pravidelní čtenáři alespoň 1 tištěného titulu podle vybavenost čtecími zařízeními

- $\frac{1}{4}$ majitelů čtecích zařízení čte pravidelně nějaký **tištěný deník**
- Přes **polovinu** čte pravidelně nějaký **tištěný časopis**



Vybavenost a její budoucí potenciál mezi čtenáři deníků

čtecí zařízení v %



Čtenost – časopisy – II.



Společenské

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Nedělní Blesk	540
Rytmus života	537
* EPOCHA	389
Sedmička	308
Pestrý svět	260
* 21. století	241
Nedělní Aha!	155
Story	91
Instinkt	86
* Exkluziv	78
Interview	67

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Sportovní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Nedělní Sport	158
Sport Góóól!	110

Vaření

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Blesk Vaše recepty	144
Apetit	132
Chvilka v kuchyni	91
F.O.O.D.	79
Gourmet	59

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Věda, technika, zajímavosti, cestování

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* 100+1	226
* Lidé a Země	145
* Živá historie	144
National Geographic	135
Koktejl	60

Zahrada, hobby

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Receptář	304
* Blesk Hobby	121

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Životního stylu pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Žena a život	298
* Svět ženy	285
* Marianne	201
Glanc	184
* Elle	149
* Cosmopolitan	114
* Joy	114
* Kreativ Praktická žena	112
* Moje psychologie	105
Dieta	92
* Marie Claire	63
* InStyle	55
* Harper's Bazaar	50
* Kondice	43
OK!	24

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Zpravodajské týdeníky - celostátní

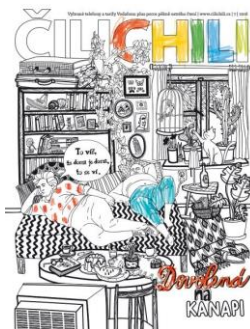
čtenost na vydání v tis. čtenářů



Reflex	238
Týdeník Květy	222
* Respekt	161
Týden	143
Téma	138

Zdarma distribuované časopisy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



5plus2	836
* Čilichili	149
Kraj Vysočina	140

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Pro ženy – čtení, křížovky a soutěže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Nedělní Blesk Křížovky	236
Blesk Křížovky	194
* Nedělní Aha! Křížovky	184
* Chvilka pro luštění	143
Křížovkářský TV magazín	104
* Chvilka pro tebe Napětí	44

Pro děti a mládež

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* ABC	154
* Top dívky	77
Popcorn	65

* *Nárůst čtenosti proti Q2/2016+Q3/2016*

Chystané kroky v oblasti PR Media Projektu

*Transparentní veřejný přístup k
uvolněným výsledkům MP v online
prohlížeči*

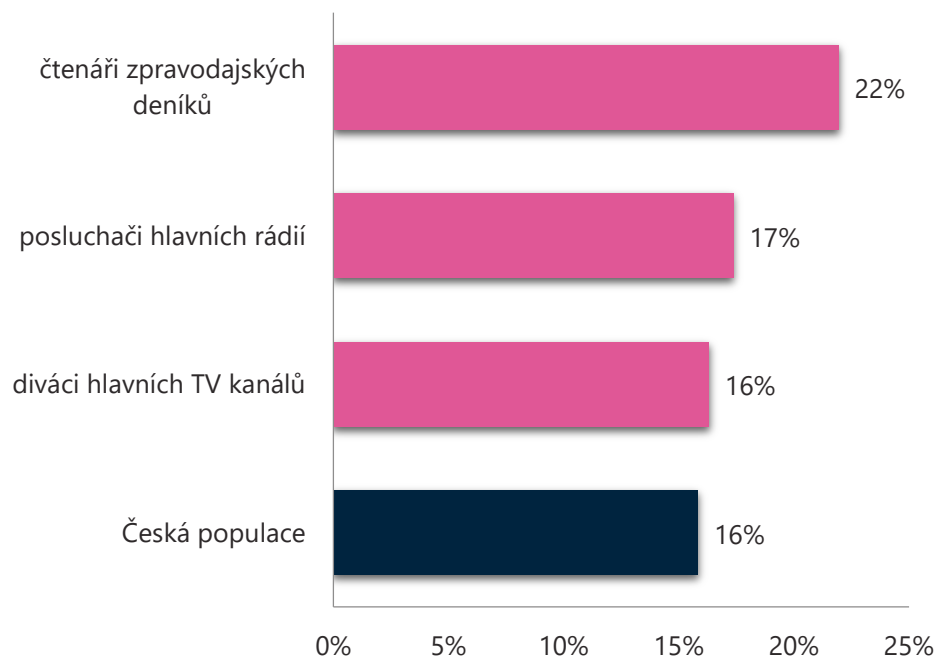
<http://statistiky.stemmark.cz/mp/>

<http://mediaprojekt.median.cz/>

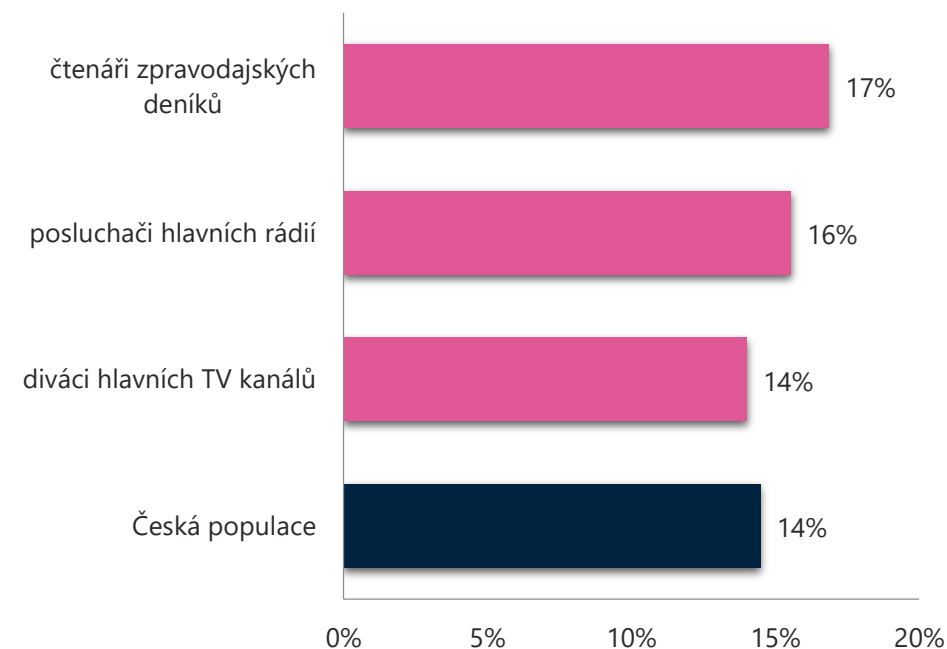
jméno: mediaprojekt, heslo: mediaprojekt2018

Chystané kroky v oblasti PR Media Projektu

Zastoupení názorových vůdců v oblasti
politického a společenského dění v jednotlivých
skupinách



Zastoupení názorových vůdců v oblasti práce a
kariéry v jednotlivých skupinách



Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

MEDIA PROJEKT: 3. a 4. čtvrtletí 2016

Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

