

MEDIA PROJEKT

3. čtvrtletí 2021 a 4. čtvrtletí 2021

Situace na tiskovém trhu

Objemy prodeje periodik zařazených do systému ABC ČR
v období od ledna do prosince 2021 (v mil. výtisků)

Deníky placené	139,3
Deníky bezplatné	52,7
Suplementy	97,6
Týdeníky	93,9
Čtrnáctideníky	38,1
Měsíčníky	23,5
Bezplatné časopisy	77,6
Tisk celkem	558,5

- první nouzový stav trval v ČR od 12. března do 17. května 2020
- druhý nouzový stav byl zahájen na podzim 2020
- různá omezující opatření trvala nepřetržitě po celý rok 2021
- v období „koronakrize“ v roce 2021 bylo prodáno nebo na trhu v ČR distribuováno celkem

558.500.000 ks



auditovaných výtisků novin a časopisů

5.488

vydávaných titulů

932

vydavatelů

35.121

pracovních míst

Výzkum čtenosti

Výzkum MEDIA PROJEKT za 4. čtvrtletí 2021 měřil:

- 8 placených deníků (včetně regionálních mutací)
- 2 bezplatné deníky
- 17 suplementů

V současné době tak nejsou do výzkumu zahrnuty jen dva deníky vydávané na českém trhu, a to Deník N a HaNo - Haló noviny.

Dále jsou měřeny v kategorii časopisů:

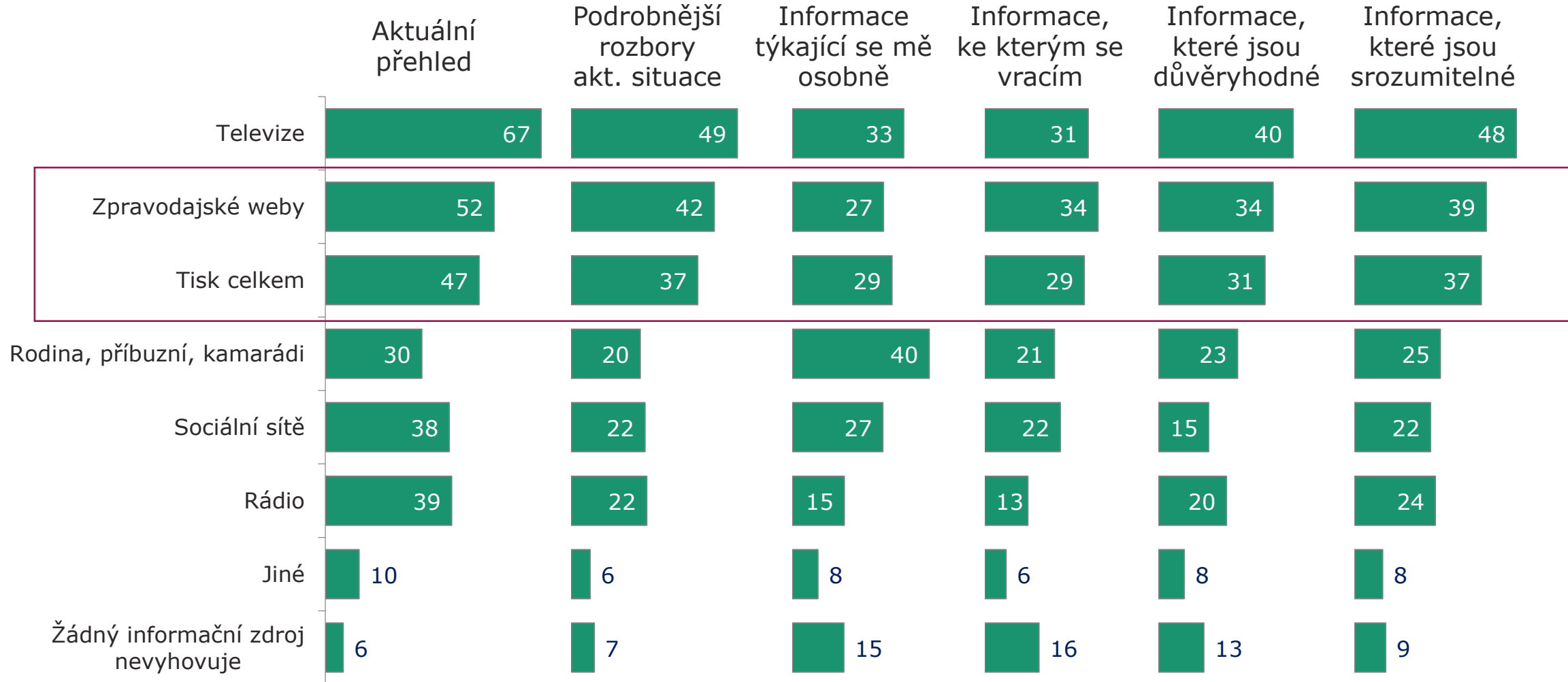
- 23 týdeníků
- 16 čtrnáctideníků
- 46 měsíčníků
- 1 dvouměsíčník
- 3 čtvrtletníky
- 1 bezplatný časopis

Celkem se jedná o 91 titulů v této kategorii zařazených do výzkumu.



Tisk a zpravodajské weby představovaly významný informační zdroj

Jaký typ informací získáváte v posledních několika týdnech z následujících informačních zdrojů?



Globální vývoj reklamních investic

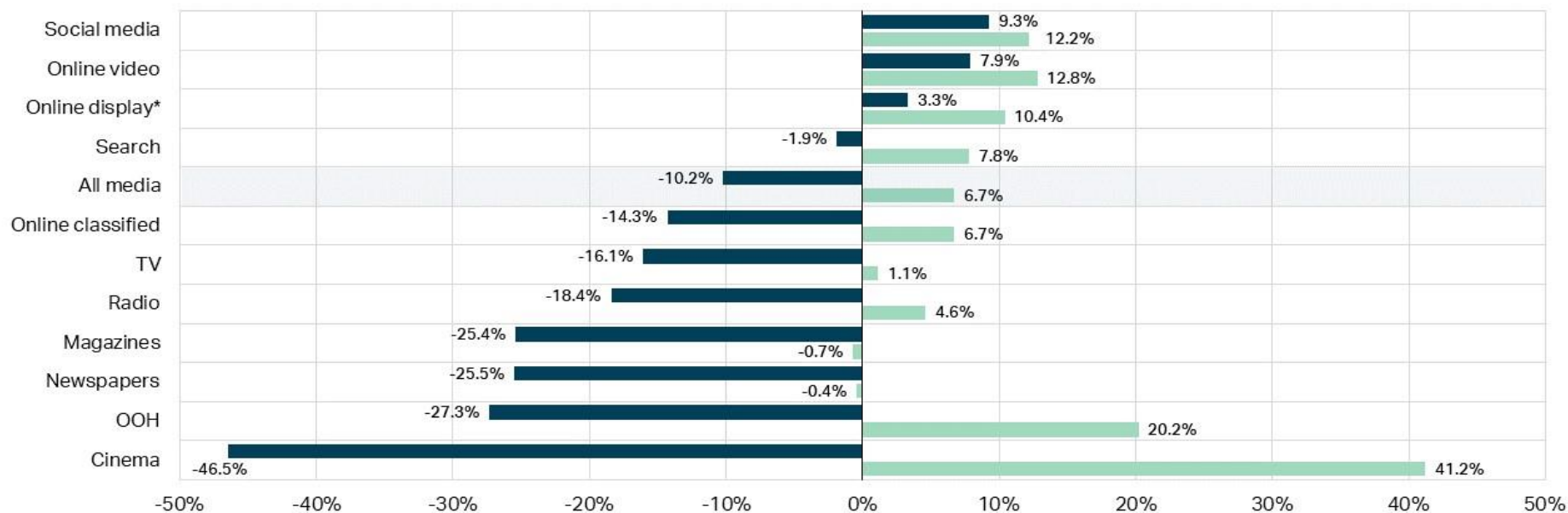
... a očekávání pro rok 2022

U všech ostatních mediatypů se v roce 2021 očekával obrat, pouze u tisku měla stagnace pokračovat.

Global, Advertising investment forecast

Year-on-year % change, US\$ Nominal

■ 2020 ■ 2021



Note: Data are net of discounts, include agency commission and exclude production costs. Online display includes social media and online video.

SOURCE: WARC Data, *Global Ad Trends: State of the Industry 2020/21*

© Copyright WARC 2020. All rights reserved.

Globální vývoj reklamních investic

... a očekávání pro rok 2022

Přestože mediální trh celkově roste, reklamní rozpočty se přesouvají do online kampaní (až 60 % podíl).

WARC DATA Global Ad Trends

Global ad market to top \$700bn next year

Year-on-year growth of 8.2% is forecast for 2022 and this would push the total value of the global advertising market above \$700bn. While it took six years to move from \$500bn to \$600bn, it has now taken just four years to reach \$700bn. This is in no small part due to rapid investment in online formats, which has doubled in the last five years.

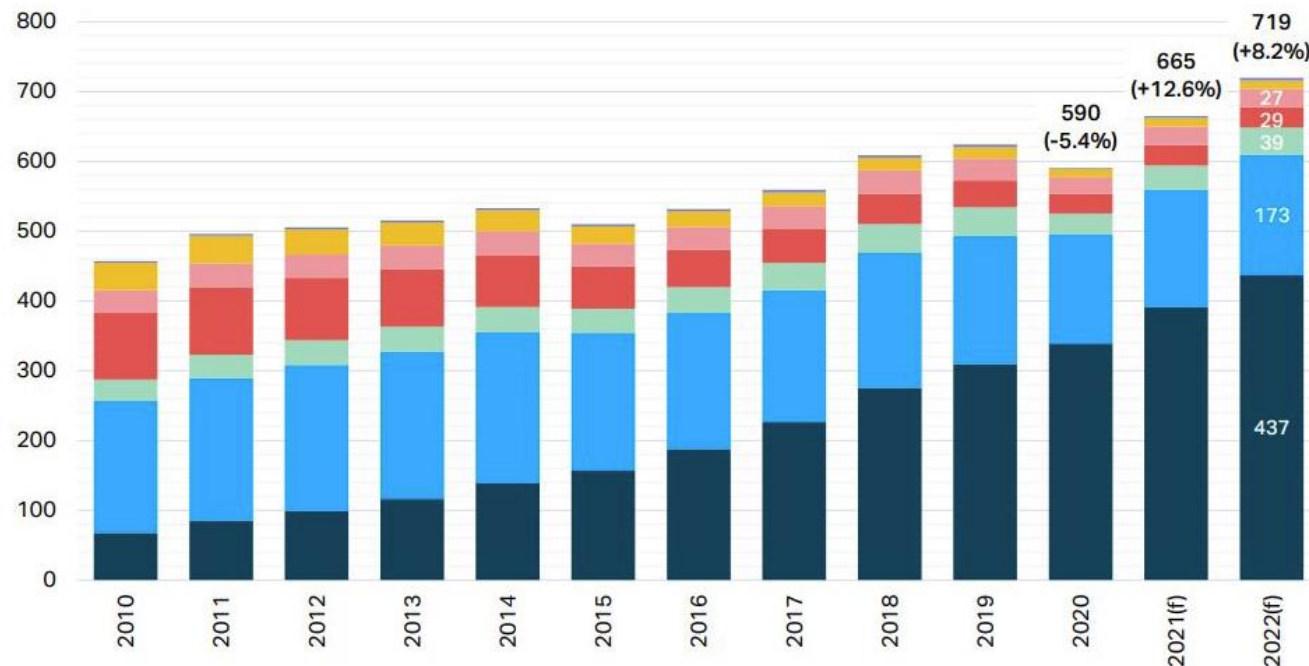
Although legacy media will see two consecutive years of growth in 2021 (8.8%) and 2022 (3.1%) for the first time in a decade, budgets continue to move online. More than 60% of spend is expected to be on digital media in 2022, an increase in share from 50% before the pandemic in 2019.

07/21 Ad Investment 2021/22

05

Global, Advertising investment, US\$ billions and year-on-year % change, Nominal

■ Online ■ TV ■ Out-of-home ■ Newspapers ■ Radio ■ Magazines ■ Cinema



Note: Data are net of discounts, include agency commission and exclude production costs. Global figures encompass research from 100 markets.

SOURCE: WARC Data, Global Ad Trends: Ad Investment 2021/22

© Copyright WARC 2021. All rights reserved.

Tisková inzerce

- Celkový objem hrubé inzerce v tisku podle monitoringu inzerce v roce 2021 činil 19 555 698 tis. Kč, což je o 13,7 % více, než v roce 2020.
- Objem hrubých inzertních výkonů se tak podle těchto údajů dostal na téměř předpandemickou úroveň roku 2019.

Porovnání výsledků monitoringu inzerce v posledních třech letech ukazuje srovnávací tabulka:

	2019	2020	2021
Inzerce v tis. Kč	19 788 006	17 202 426	19 555 698
Počet inzerátů	529 000	467 000	529 000
Počet inzertních stran	190 389	178 302	205 339

V roce 2021 využilo tiskovou reklamu 13 000 inzerentů, kteří byli měřením identifikováni a dalších asi 2 500 neidentifikovaných zadavatelů. Tím se mimo jiné také zvýšil počet firem používajících tiskovou reklamu. V roce 2020 bylo totiž evidováno pouze 12 350 zadavatelů tiskové inzerce.

Největší tiskoví inzerenti v ČR

Žebříček TOP 10 tiskových inzerentů – pořadí největších inzerentů v tisku za rok 2021 podle objemu hrubých inzertních investic a počtu inzertních stran, přičemž předpokládáme, že odhad čistých inzertních výkonů pořadí nezmění :



Největší inzerenti v ČR	Pořadí	Gross Ad (Kč)
Mountfield	1.	803 946 357
Simply You Pharmaceuticals	2.	723 056 407
Kaufland Česká republika	3.	442 196 371
Albert Česká republika	4.	441 716 669
SAZKA	5.	402 142 883
E.M.A. Europe	6.	307 391 297
Lidl Česká republika	7.	296 588 844
Penny Market	8.	275 843 099
Alza.cz	9.	243 730 358
Internet Mall	10.	224 203 487

Zdroj: Monitoring hrubých inzertních výkonů AdIntel – Nielsen Admosphere, data za rok 2021

Podpora inzerce

Buy on Platform

- online nákupní platforma pro vydavatele,
- zjednodušuje nákup všech forem plošné inzerce na úroveň obchodování s online inzercí,
- realizace se společností Publishers Internationalé,
- prezentace inzertním ředitelům,
- lokalizace a testování systému,
- pilotní provoz systému v roce 2022,
- rekrutace uživatelů systému (mediální agentury).



BUY ON PLATFORM

Extremně jednoduché plánování a nákup inzerce v širokém portfoliu českých novin a časopisů. Realizace printové kampaně od prvního nápadu až po doručení podkladů vám zabere jen pár kliknutí! Rychlejší a efektivnější jako digitální reklama.

Situace v druhém pololetí 2021

- Pokračování pandemie COVID-19, parlamentní volby – obojí hýbe trhem a společností
- Mírnější pandemická situace
- Byly vyzkoušeny a ověřeny alternativní postupy realizace MP i v nestandardních situacích jako je covidová pandemie
- Osvědčuje se diverzifikace postupů sběru
- Rozdělená společnost, zvyšuje se tlak
- Klesá ochota účastnit se výzkumů
- Dotazování MP přesto probíhá a poskytuje kvalitní a věrohodné výsledky

Modernizace MP v roce 2022

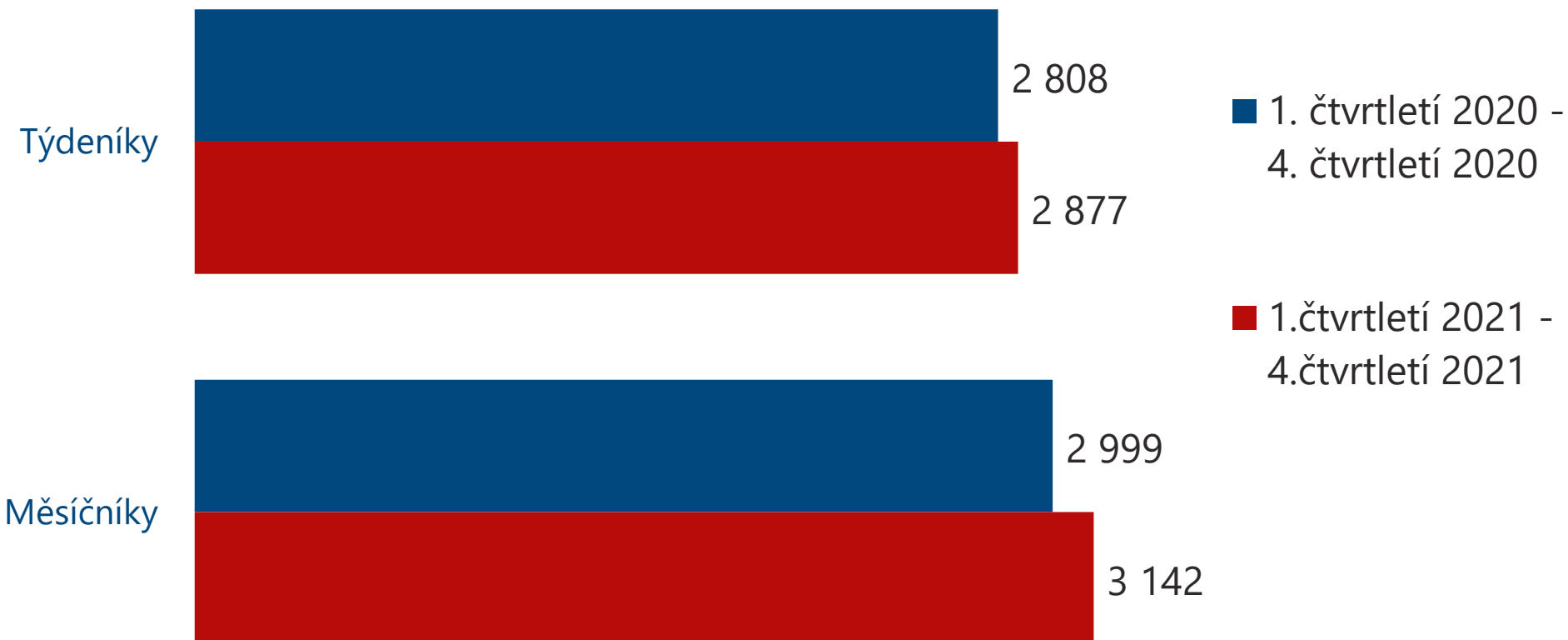
- Nové informace - kvalita čtení
 - Opakované kontakty s titulem
 - Délka kontaktu s titulem
 - Využití ke konstrukci vylepšeného tiskového zásahu, více odpovídajícího přímo měřeným metrikám
- Diverzifikace metod sběru dat
- Osvědčené metody dotazování získávají stabilní pozici a testují se další techniky sběru dat
- Velikost vzorku pro výstupy zůstává zachována na úrovni 12 500 respondentů

Připomenutí pilotu kvality a frekvence čtení 2017

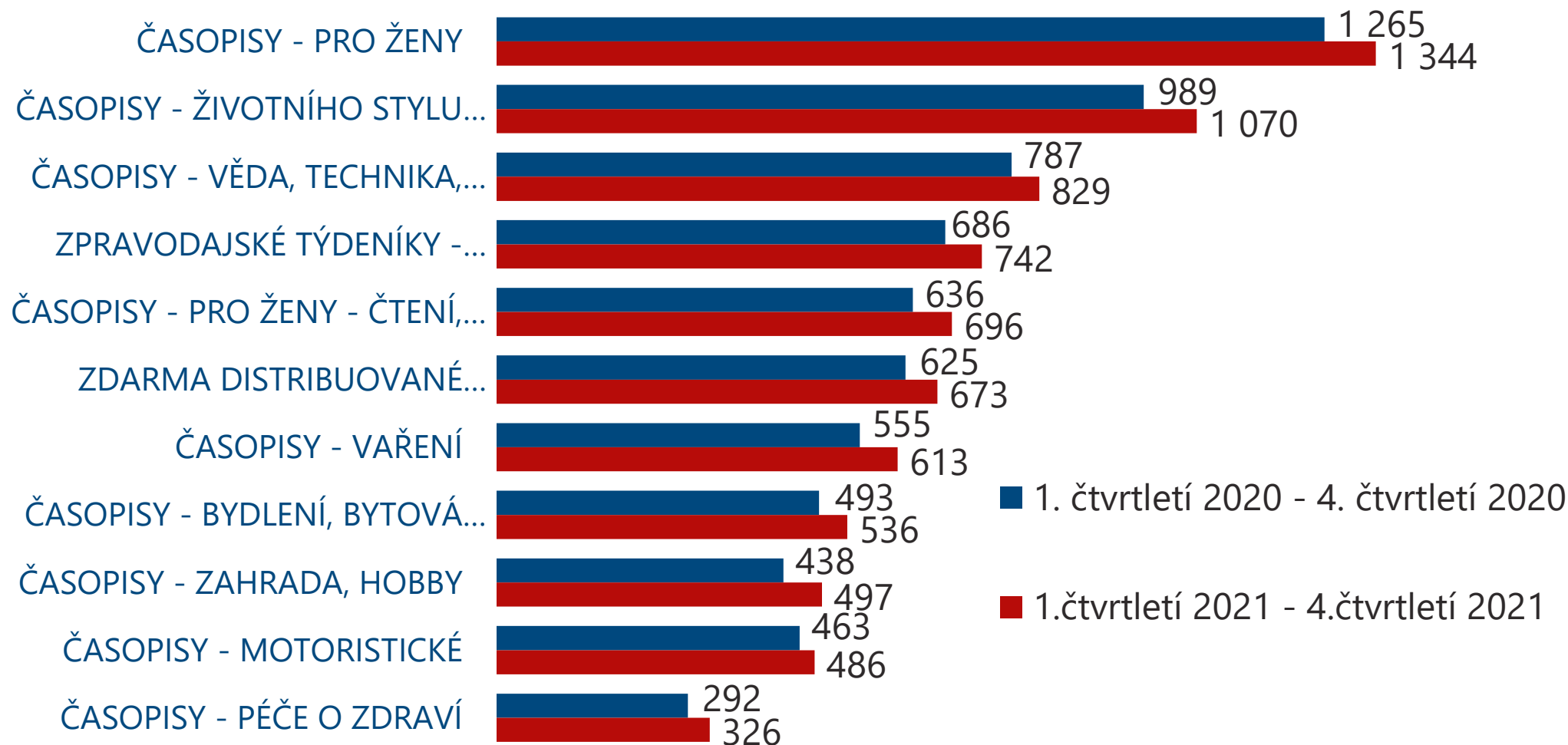
- **Průměrná doba** strávená s **deníkem** je více než **30 minut**, s deníkem zdarma **20 minut**
- **Průměrná doba** strávená s **časopisem** je téměř **40 minut**
- Průměrný počet kontaktů s deníkem je 2, s časopisem více než 3

Meziročně vzrostla čtenost týdeníků a měsíčníků

čtenost na vydání (v tis.)



Meziročně rostoucí skupiny časopisů



Výsledky MP za 3. a 4. čtvrtletí 2021



Základní parametry výzkumu

- Realizace MEDIAN a STEM/MARK

Stratifikovaný náhodný výběr lokalit

- adresní výběr kombinovaný s náhodným výběrem v lokalitě s kvótním zakončením
prostý náhodný výběr (CAPI, CAPI S2S)

- Face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI) = největší mediální F2F výzkum
CAWI, CAPI, CAPI S2S, A-CAPI S2S

- Část dotazníku vyplněna samostatně respondentem

- Vzorek 12 655 respondentů

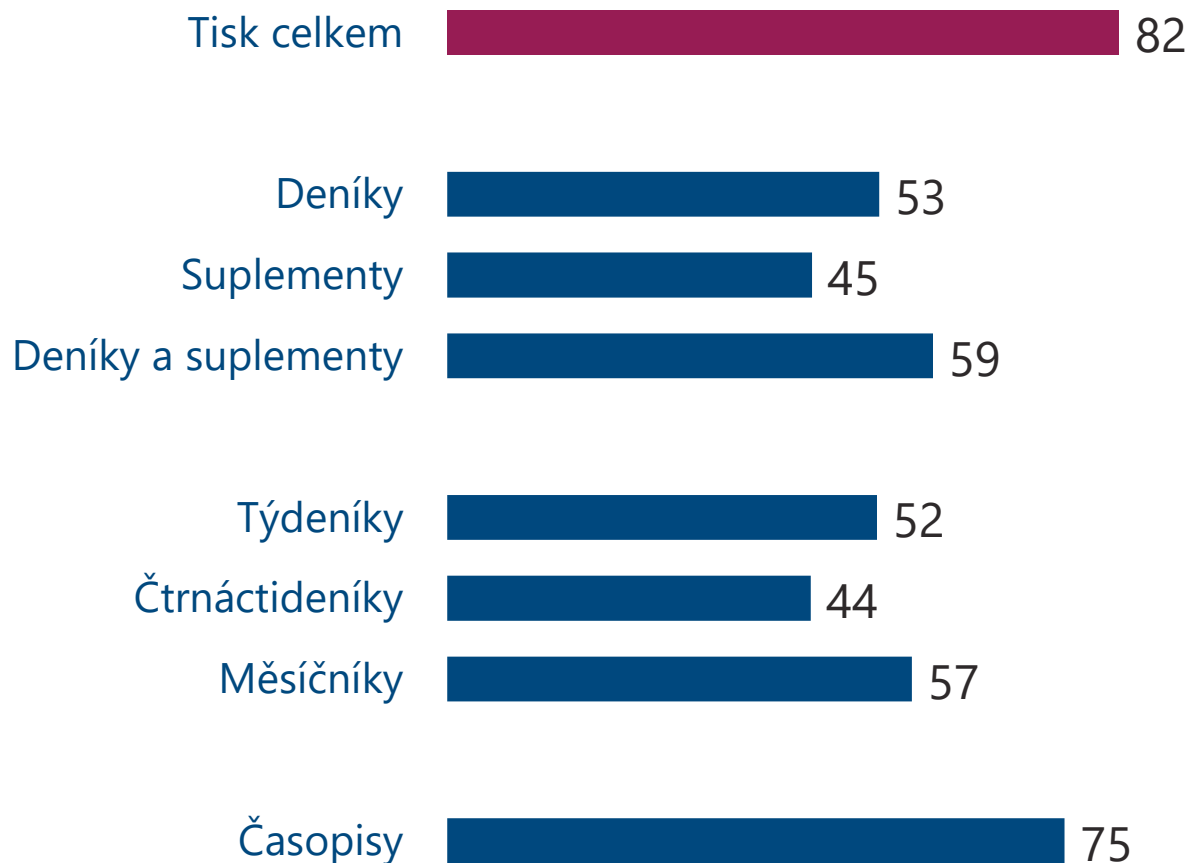
- Průměrná délka rozhovoru cca 23 minut

Celkový zásah tisku



Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

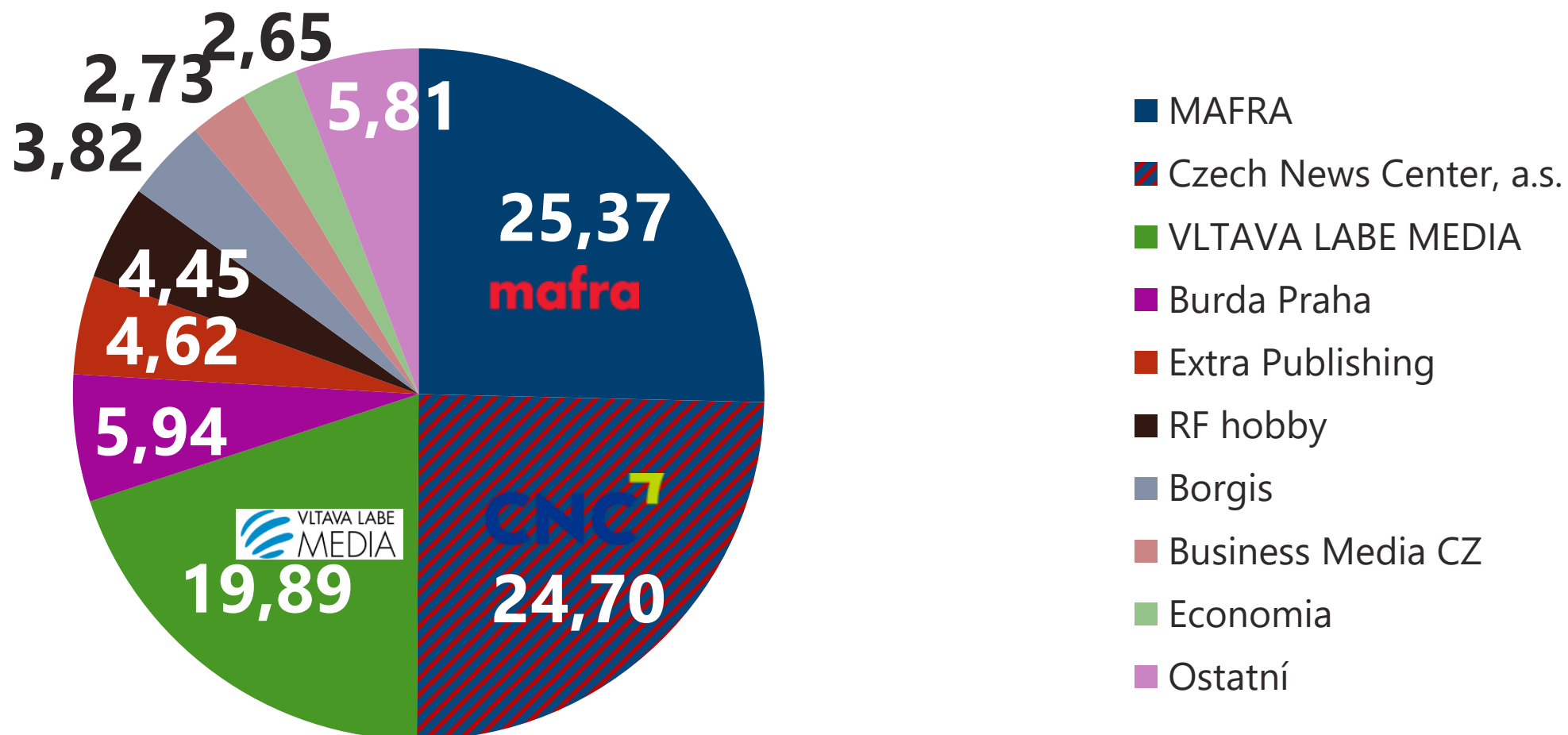
čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



- Celkový zásah tisku je 7 278 000 osob



Vydavatelské domy (podíl na trhu v %)



Čtenost - deníky



Celostátní placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků jsou nadprůměrně často:

- Vysokoškolsky vzdělaní
- Podnikatelé nebo vedoucí pracovníci



Blesk	685
MF DNES	440
Sport	196
Aha!	184
Právo	172
Lidové noviny	152
Hospodářské noviny	128
DENÍK ČR	425

Regionální placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- Mají rodinný dům, nebo byt
- Mají chalupu či zahradu



* DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	83
* DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	64
DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	54
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	52
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	51
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	43
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	40
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	30
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	18

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Deníky zdarma

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků zdarma:

- Mají VŠ vzdělání
- Nadprůměrně vybaveni čtecími zařízeními
- Více než 40 % patří do A a B kategorií (v populaci je to 32 %)

* Metro	370
* E15	69



Suplementy

čtenost na vydání v tis. čtenářů

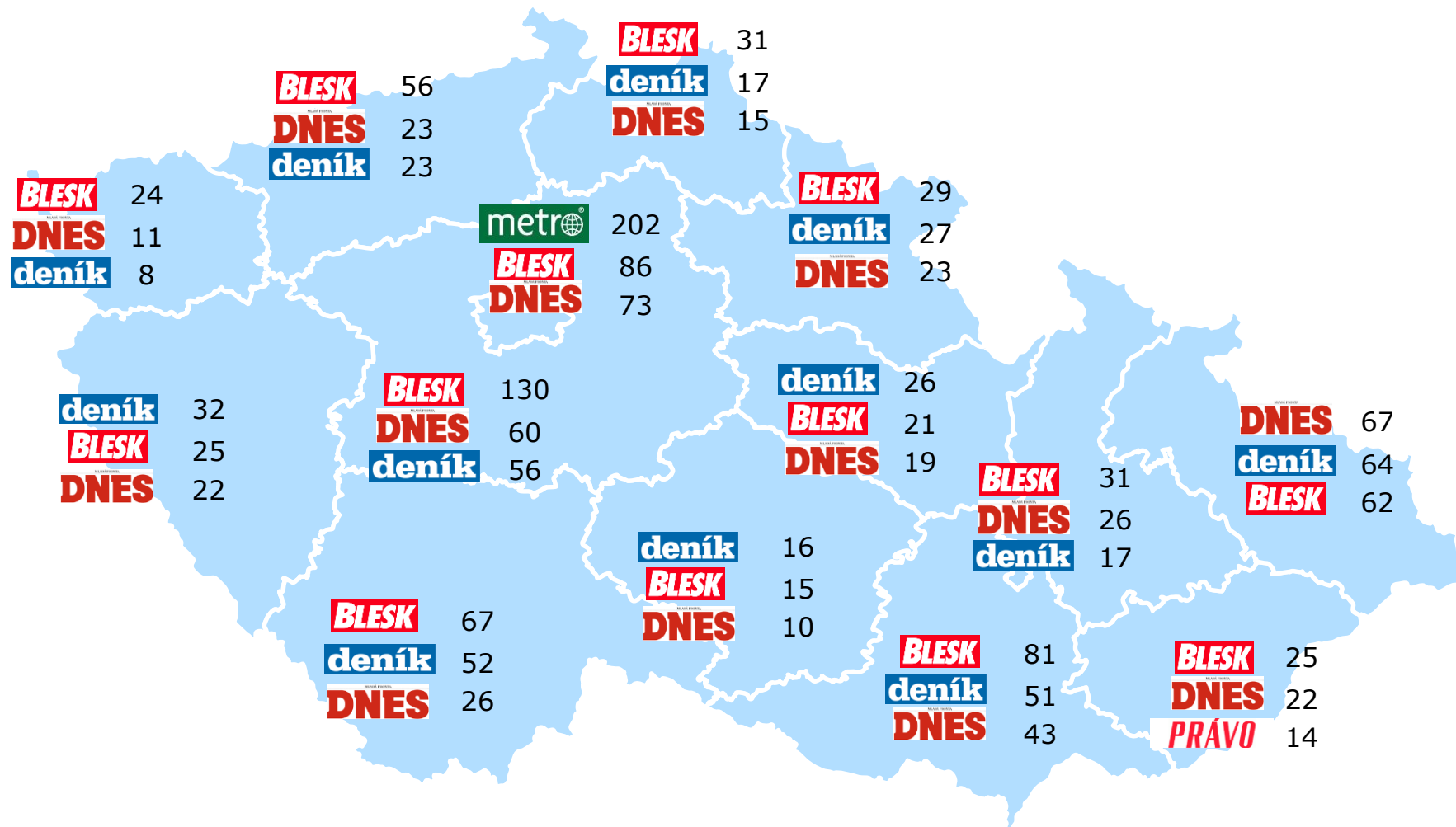
Pouze:

- 8 % z nich nečte žádný časopis

Blesk magazín TV	891
TV magazín (celkem)	768
Magazín DNES + TV	490
Aha! TV	341
Magazín Právo + TV	317
Ona DNES	311
Víkend DNES	307
TV pohoda (celkem)	303
Sport magazín	267
Deník víkend	199
Auto DNES	187
Doma DNES	187
Pátek Lidové noviny	183
Speciál DNES	149
Víkend Právo	140
Dům & bydlení	131
Styl pro ženy	85

Deníky v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



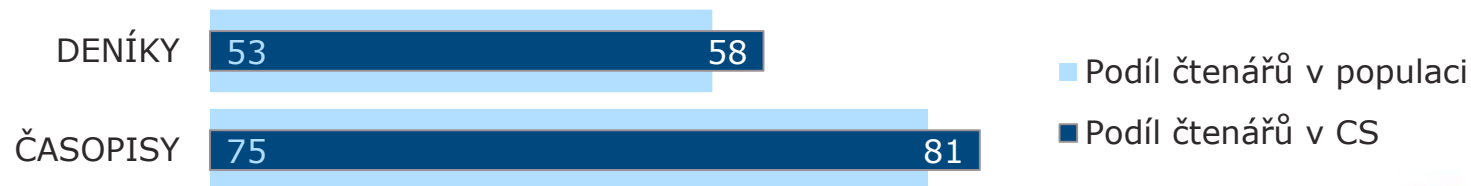
Specifický zásah tisku – profesní skupiny



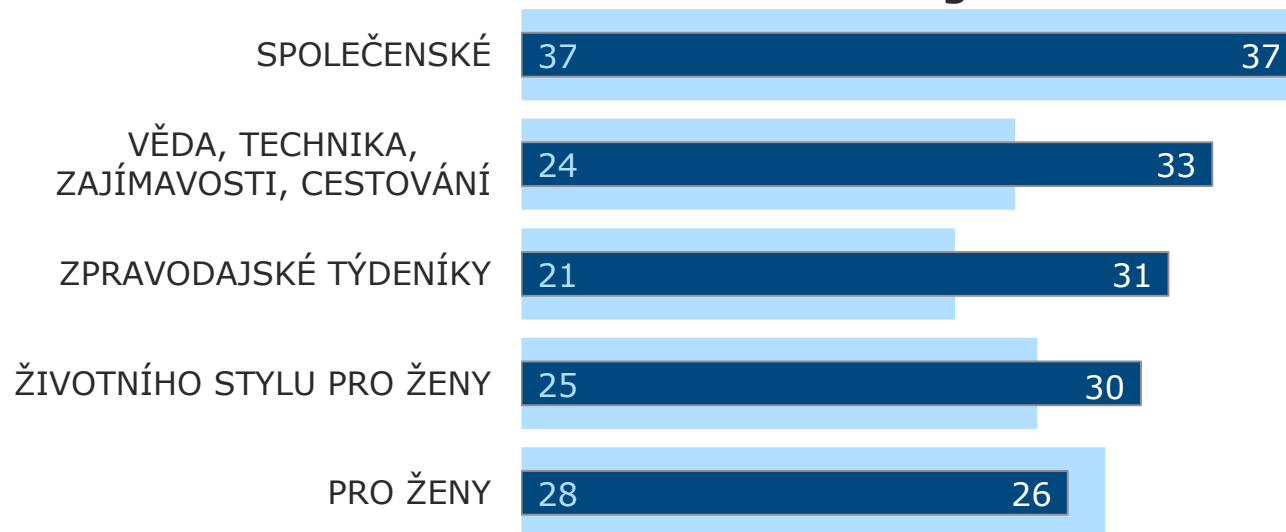
Cílová skupina – třídy A + B

= celkový zásah v % (delší období)

2 714 tis. lidí



TOP 5 kategorií

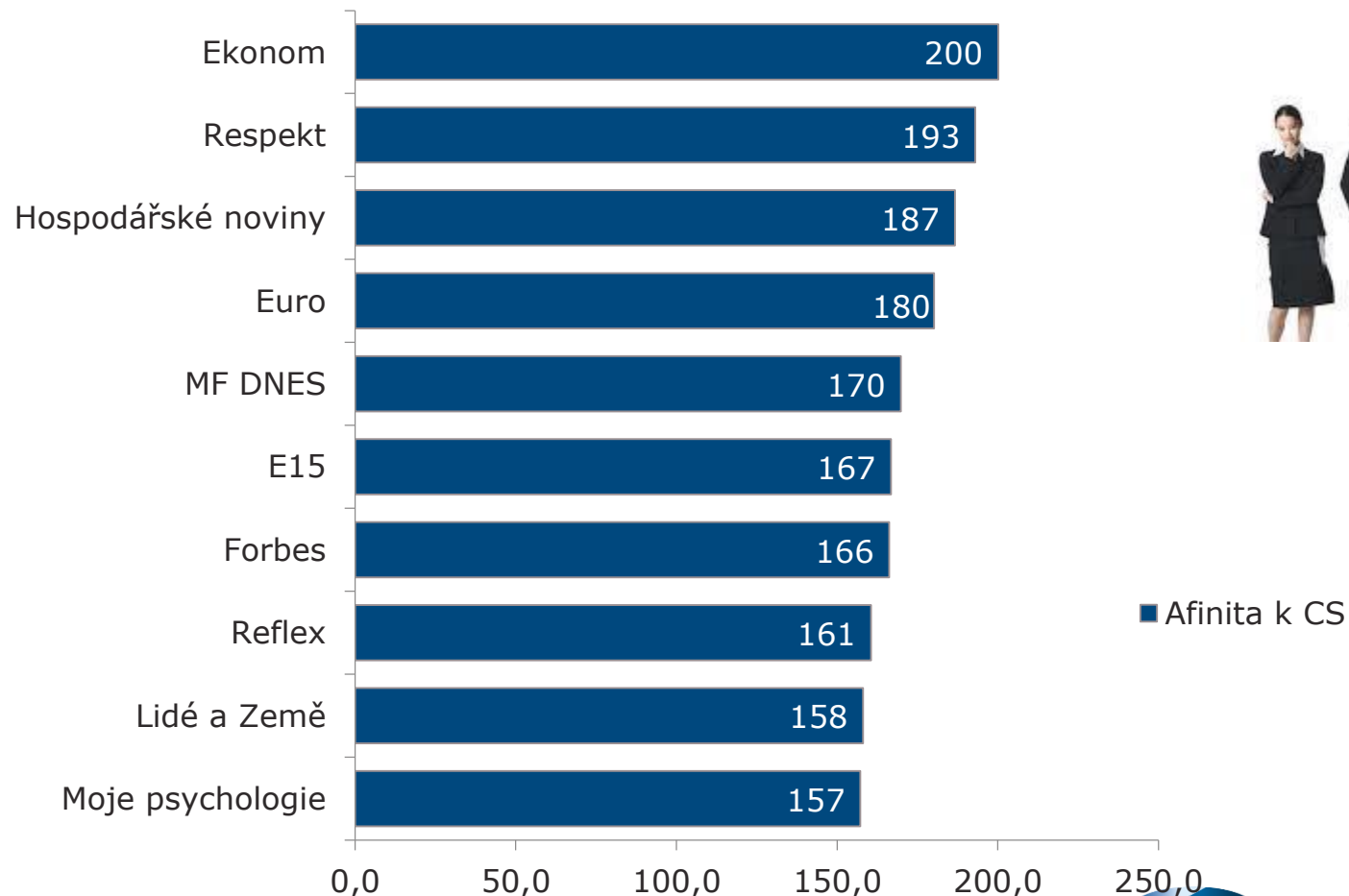


Cílová skupina – třídy A + B

tituly s největší afinitou (delší období)

2 714 tis. lidí

TOP 10 médií



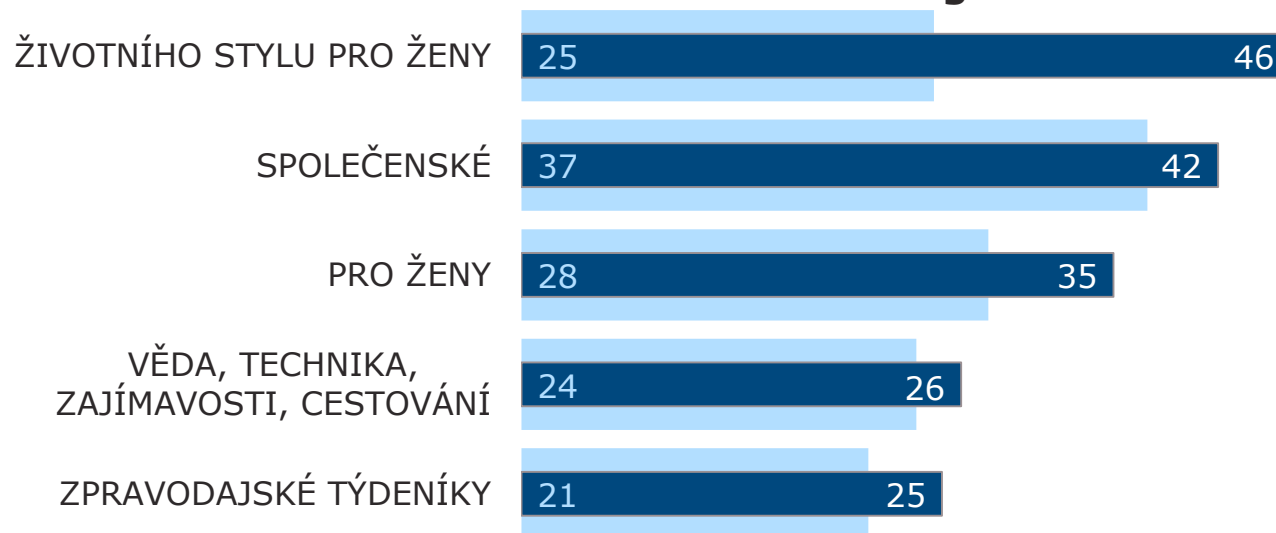
Cílová skupina – Lékaři, sestry a pracovníci ve zdravotnictví

celkový zásah v % (delší období)

164 tis. lidí



TOP 5 kategorií

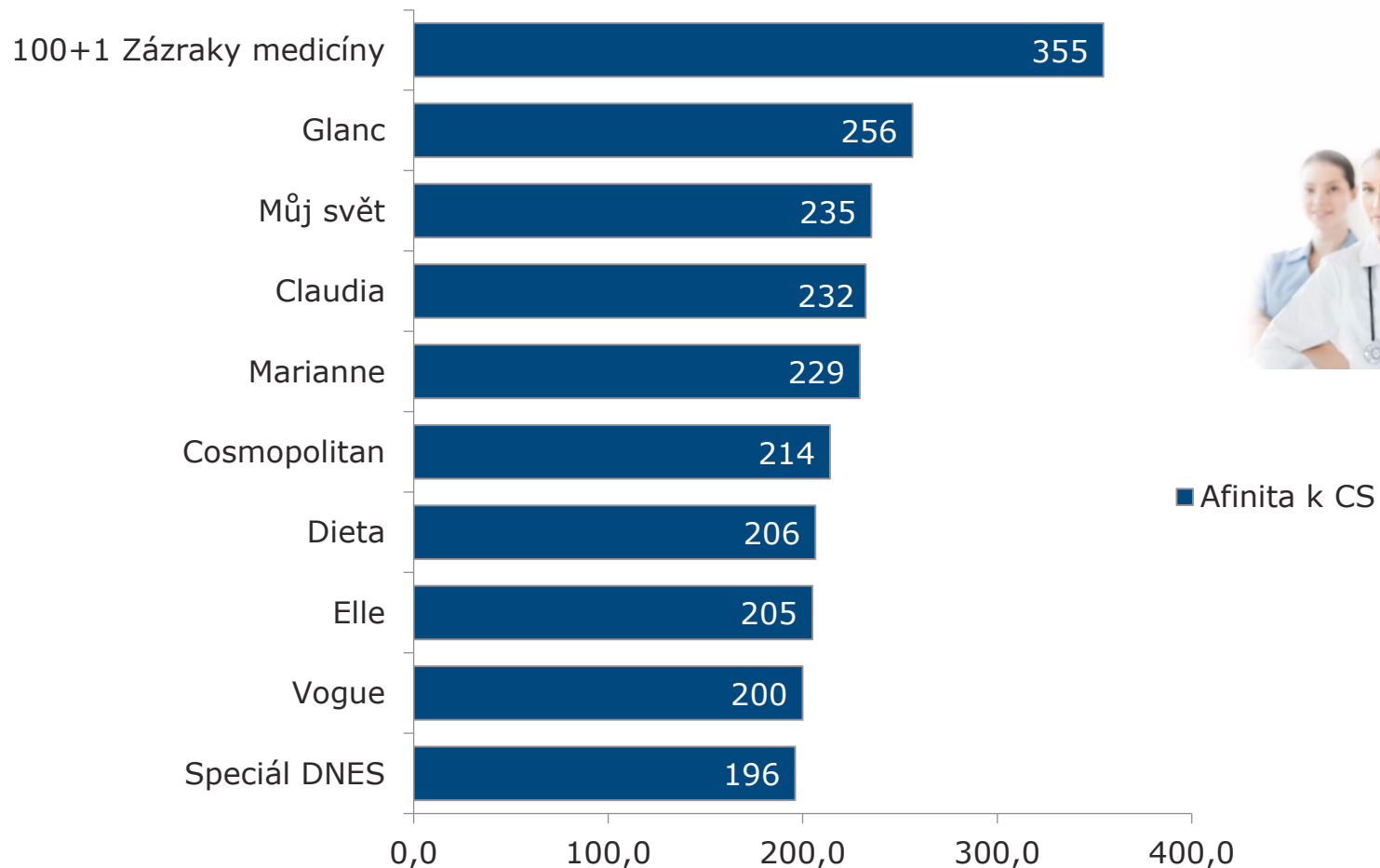


Cílová skupina – Lékaři a pracovníci ve zdravotnictví

tituly s největší afinitou (delší období)

164 tis. lidí

TOP 10 médií



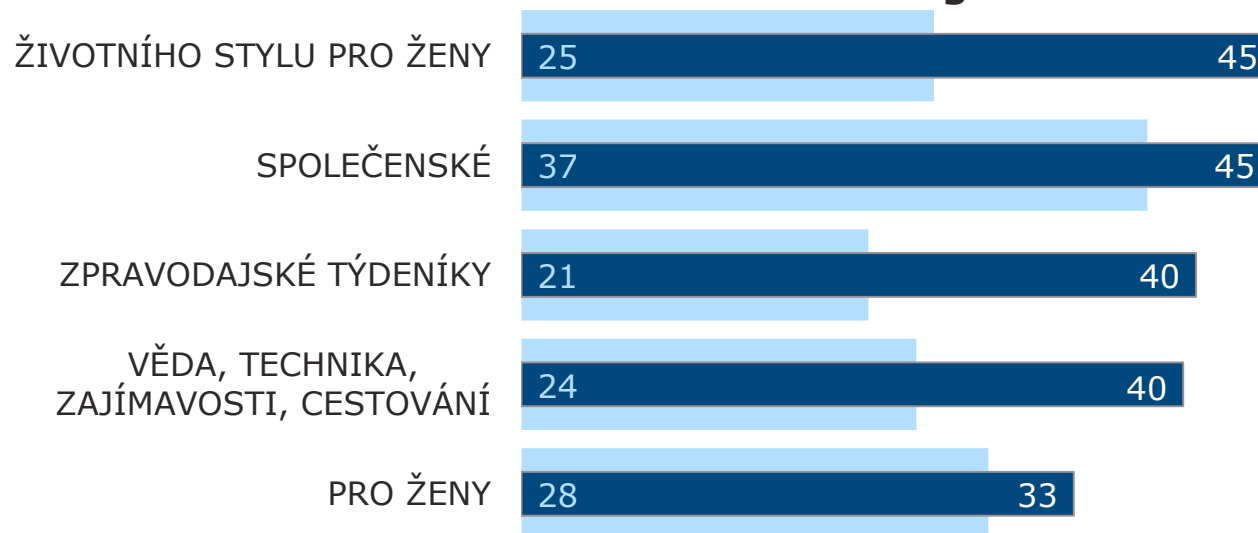
Cílová skupina – Učitelé

celkový zásah v % (delší období)

289 tis. lidí



TOP 5 kategorií

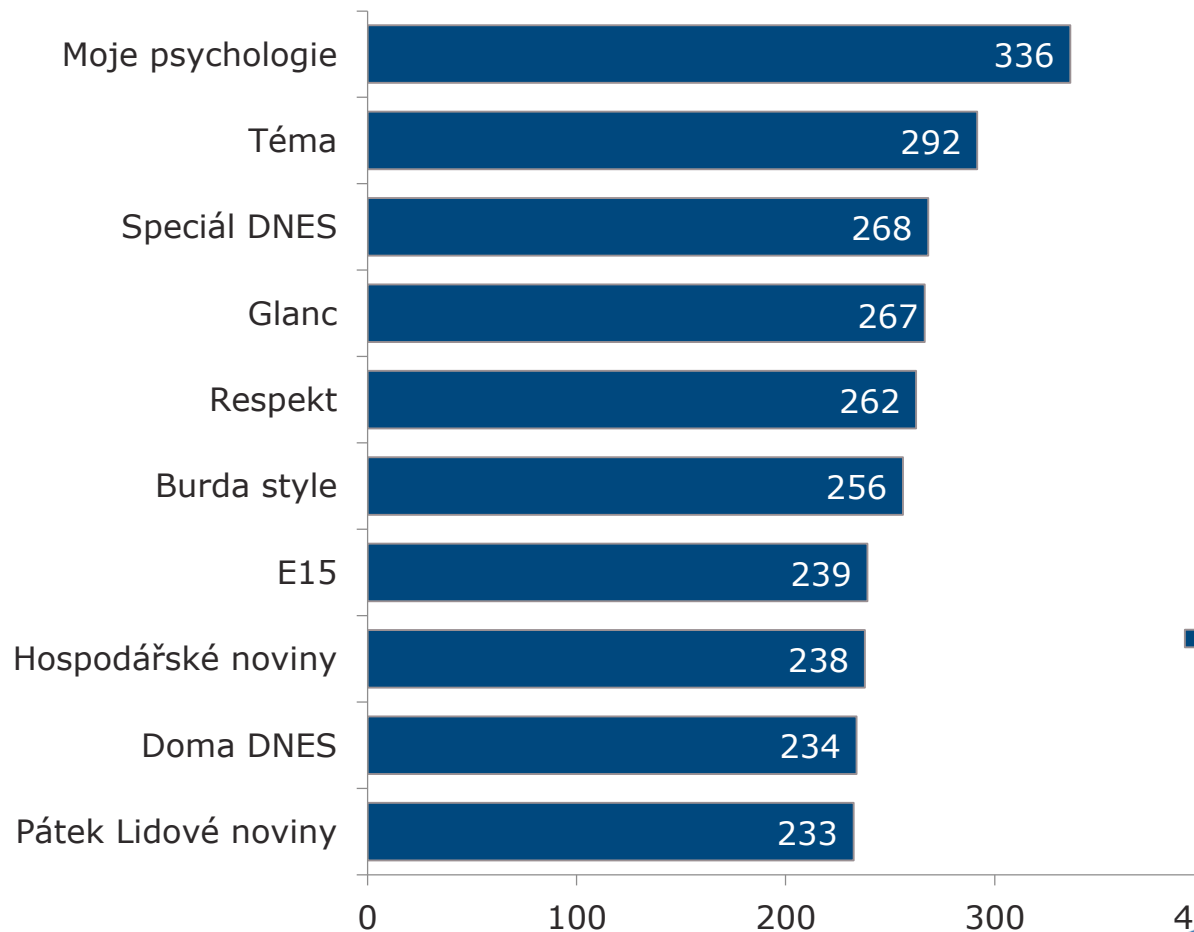


Cílová skupina – Učitelé

tituly s největší afinitou (delší období)

289 tis. lidí

TOP 10 médií



■ Afinita k CS

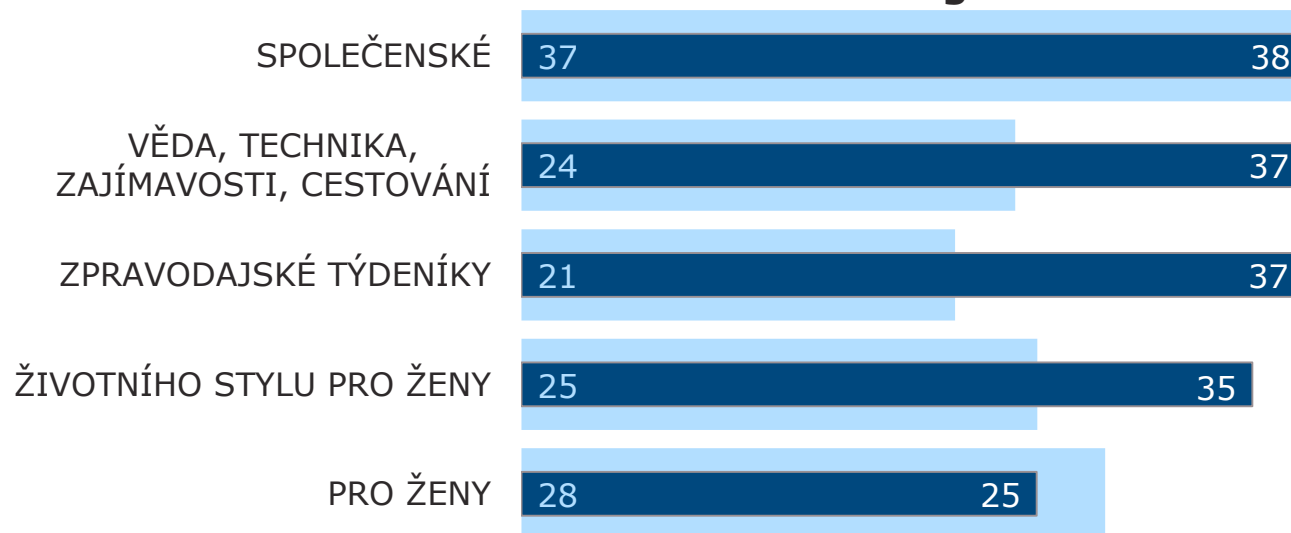
Cílová skupina – Vysokoškoláci

celkový zásah v % (delší období)

1 650 tis. lidí



TOP 5 kategorií

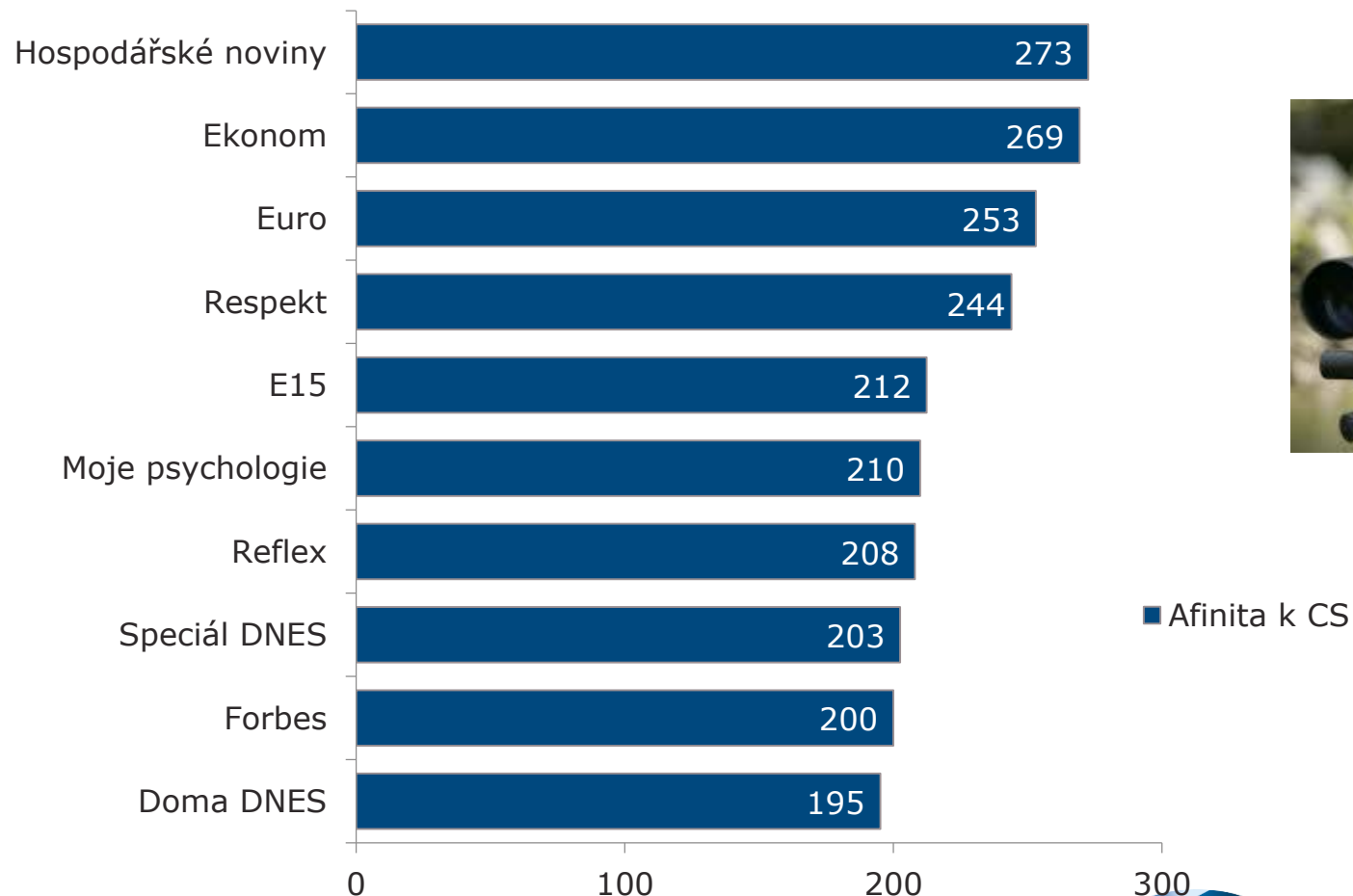


Cílová skupina – Vysokoškoláci

tituly s největší afinitou (delší období)

1 650 tis. lidí

TOP 10 médií



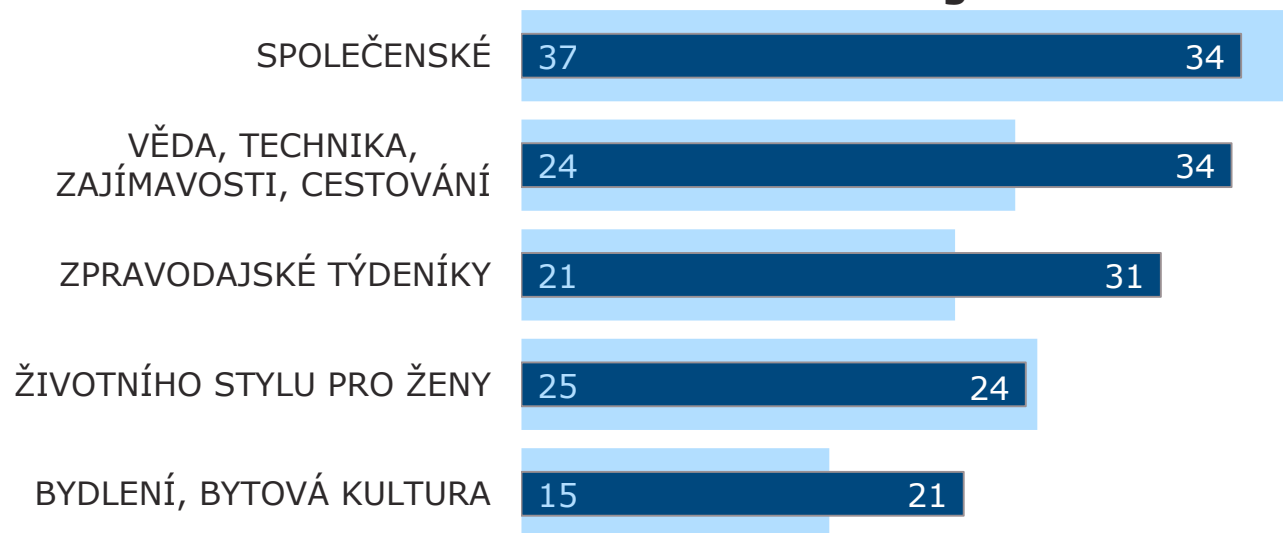
Cílová skupina – Manažeri, podnikatelé

celkový zásah v % (delší období)

665 tis. lidí



TOP 5 kategorií

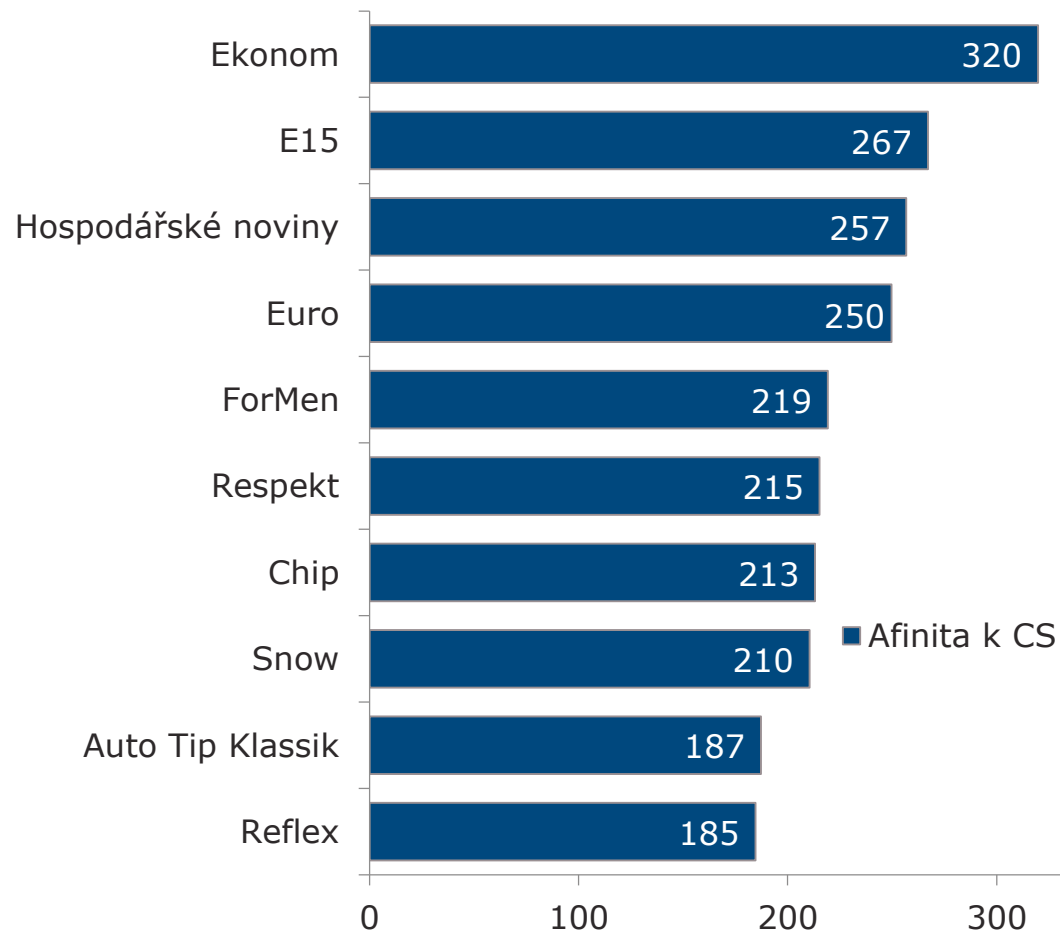


Cílová skupina – Manažeri, podnikatelé

tituly s největší afinitou (delší období)

665 tis. lidí

TOP 10 médií



Čtenost – časopisy



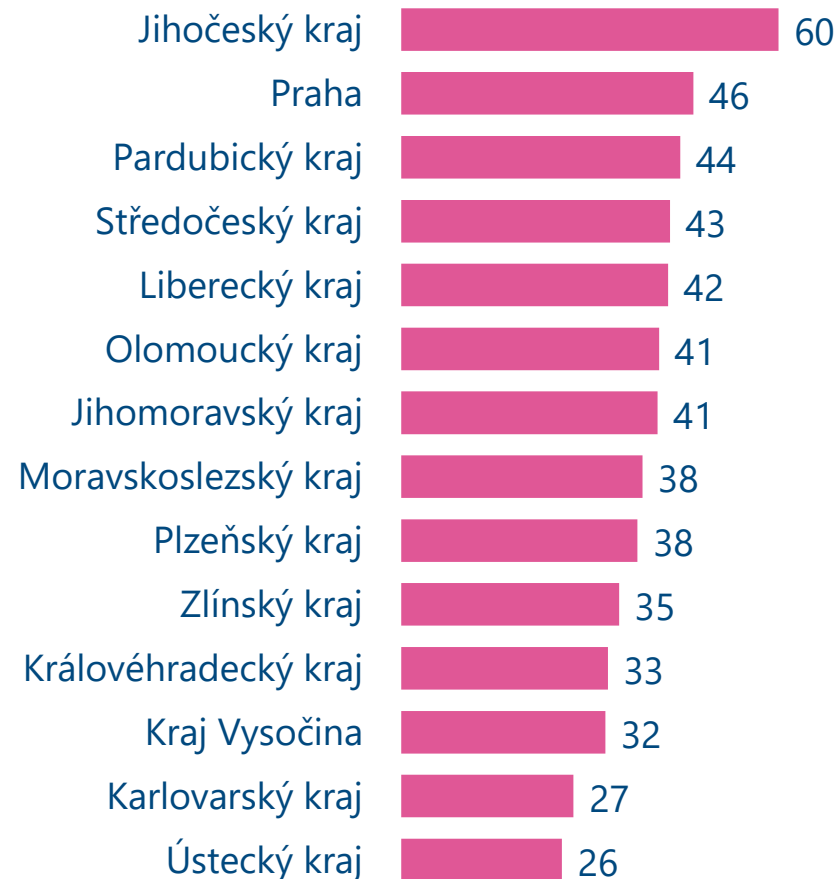
Čtenost v krajích

stálí a pravidelní čtenáři alespoň 1 titulu - zásah v %

Deníky a suplementy

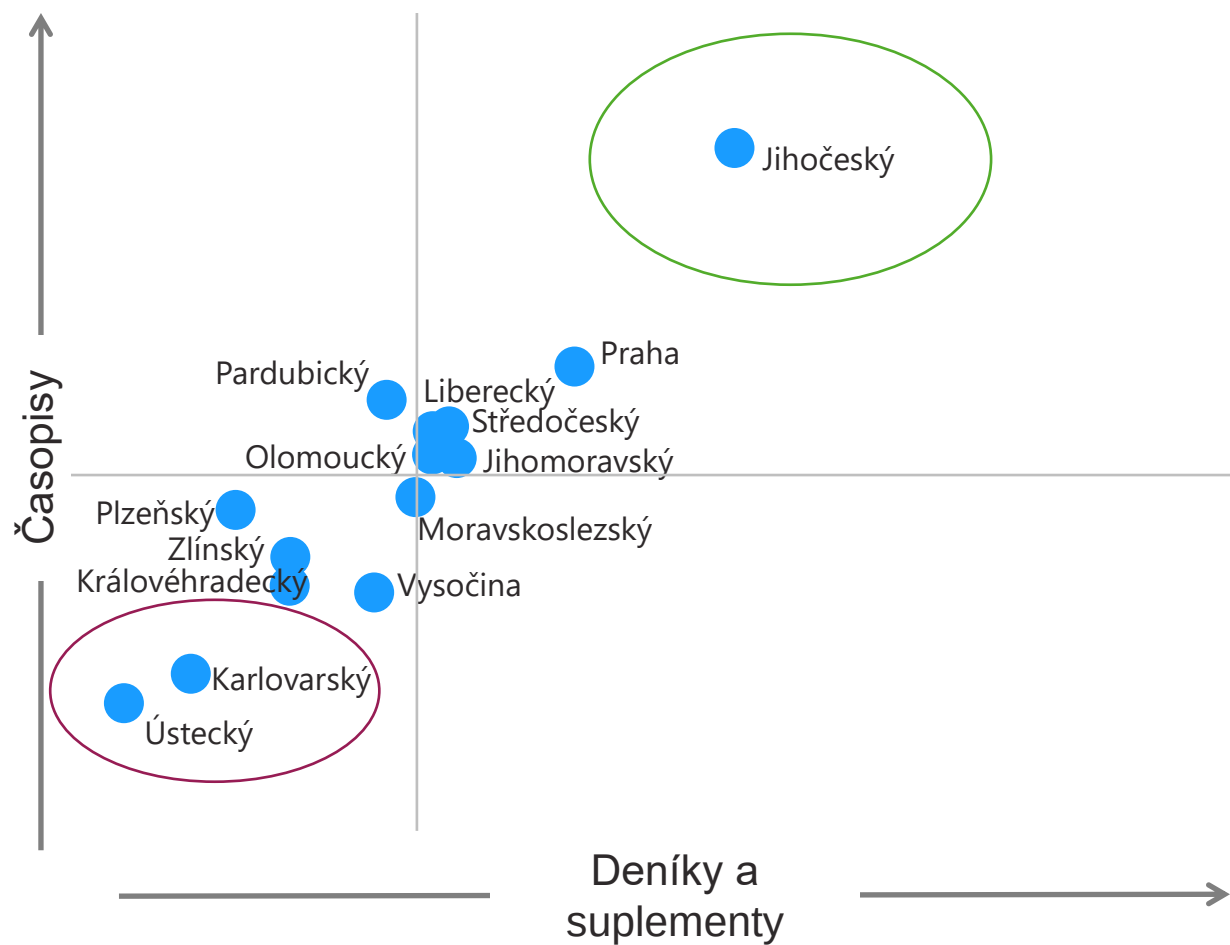


Časopisy



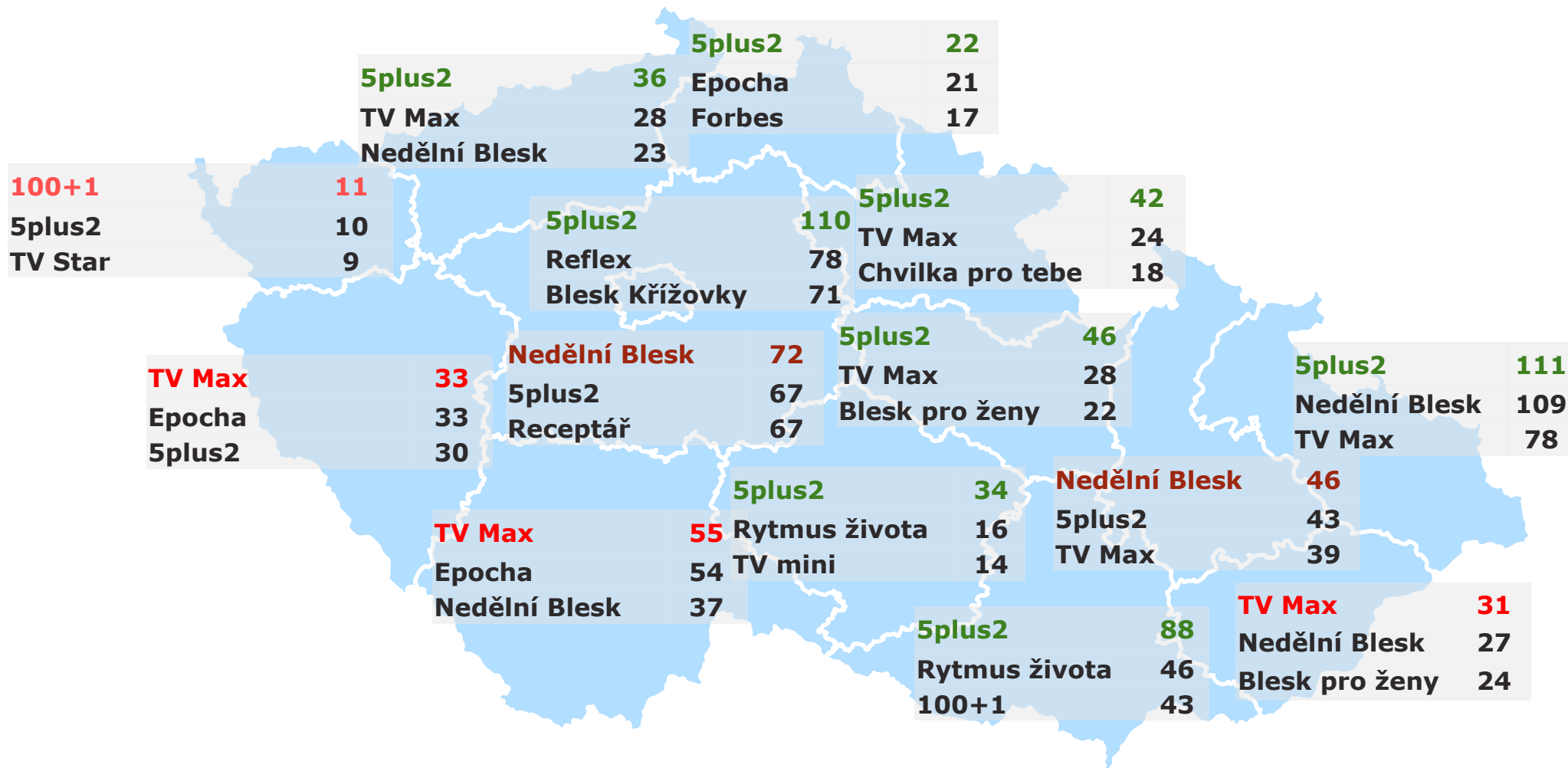
Čtenost v krajích

% obyvatel (stálí a pravidelní čtenáři)



Časopisy v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Bydlení, bytová kultura

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Častěji:

- Mají chatu nebo chalupu

Dům a zahrada	176
* Blesk Bydlení	150
Bydlení	121
Svět koupelen	99
* Marianne Bydlení	90
Můj dům	88
Svět kuchyní	82
Moderní byt	69

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Ekonomické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Forbes	207
Ekonom	54
Euro	27

- Přes 90 % má smartphone

Informační a komunikační technologie

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Computer	126
* Chip	107

- Mezi čtenáři jen 11 % žen
- Přes 90 % má smartphone

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Motoristické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Svět motorů Speciál	210
Svět motorů	173
* Auto Tip	127
Automobil	117
Auto Tip Klassik	66

- Téměř polovina má auto mladší než 10 let

Péče o zdraví

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Blesk Zdraví	191
Moje zdraví	119
100+1 Zázraky medicíny	92

- Nejvíce čtou ve velkoměstech (nad 100 tis. ob.)

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Více čtou denní tisk než populace, nejvyšší index Aha!, Blesk a Deník

Blesk pro ženy	380
Chvilka pro tebe	333
Překvapení	187
Tina	170
Vlasta	146
Můj svět	144
Napsáno životem	143
Aha! pro ženy	136
Maminka	129
Claudia	98
Čas na lásku	95
Burda style	79

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021

Programové

čtenost na vydání v tis. čtenářů



TV Max	488
* TV mini	332
* TV star	182
* TV expres	173
* Týdeník Televize	144
TV Revue	109
TV Plus 14	97

Životního stylu pro muže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* ForMen	63
----------	----

- Téměř pětina čtenářů jsou ženy

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Společenské

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Nejvyšší podíl mužů: 21. století (68 %)
- Nejvyšší podíl žen: Rytmus života (80 %)

Nedělní Blesk	455
* Epoque	399
Rytmus života	363
* 21. století	246
Rytmus života RETRO	235
Pestrý svět	179
Nedělní Aha!	142
* Pestrý svět Nostalgie	95
* Story	68
Čas pro hvězdy	49

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Sportovní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Nedělní Sport	162
Snow	33

- Součtenost s deníkem Sport: 55 tis.

Vaření

čtenost na vydání v tis. čtenářů



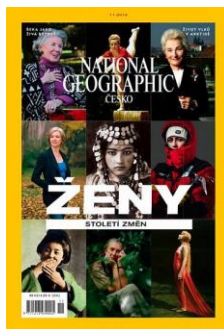
* Blesk Vaše recepty	255
Apetit	196
Chvilka v kuchyni	161
F.O.O.D.	122
Gurmet	102

- Třetinu tvoří muži

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021

Věda, technika, zajímavosti, cestování

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Zahrada, hobby

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* 100+1	297
100+1 historie	278
* National Geographic	253
* Lidé a Země	179
Živá historie	123

- Častěji vedoucí pracovníci a podnikatelé

Receptář	339
Blesk Hobby	205

- Rodinný dům/chatu/zahradu mají 2/3

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021

Životního stylu pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



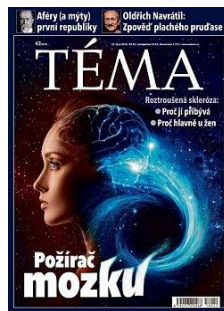
- 20 % žen četlo poslední vydání některého LS titulu pro ženy

Žena a život	252
Svět ženy	233
Marianne	185
Kreativ Praktická žena	182
Glanc	165
* Cosmopolitan	151
Elle	134
Moje psychologie	130
Dieta	103
* Harper's Bazaar	95
Vogue	84
Kondice	77

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Zpravodajské týdeníky - celostátní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Reflex	255
Téma	208
Respekt	192
Týdeník Květy	147

- Nejvíce v Praze

Zdarma distribuované časopisy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



5plus2	698
--------	-----

- K tomu nějaký placený týdeník 45 %

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Pro ženy – čtení, křížovky a soutěže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Blesk Křížovky	281
Nedělní Blesk Křížovky	233
Chvilka pro luštění	211
Křížovkář TV magazín	182
Nedělní Aha! Křížovky	181
* Chvilka pro tebe Napětí	110

Pro děti a mládež

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Blesk křížovky & Nedělní Blesk křížovky 109 tis.

ABC	175
-----	-----

- Více než 40 % ženatí/rozvedení – čtou i rodiče

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2021+Q3/2021*

Specifický zásah tisku – čtenářské obce



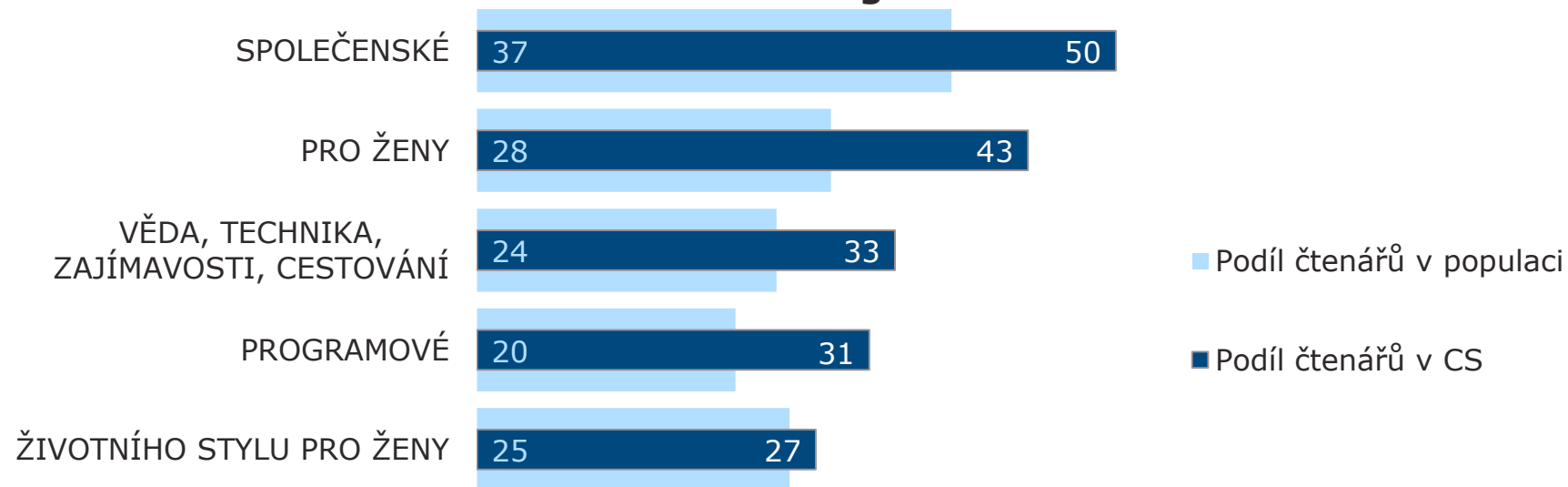
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



75 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



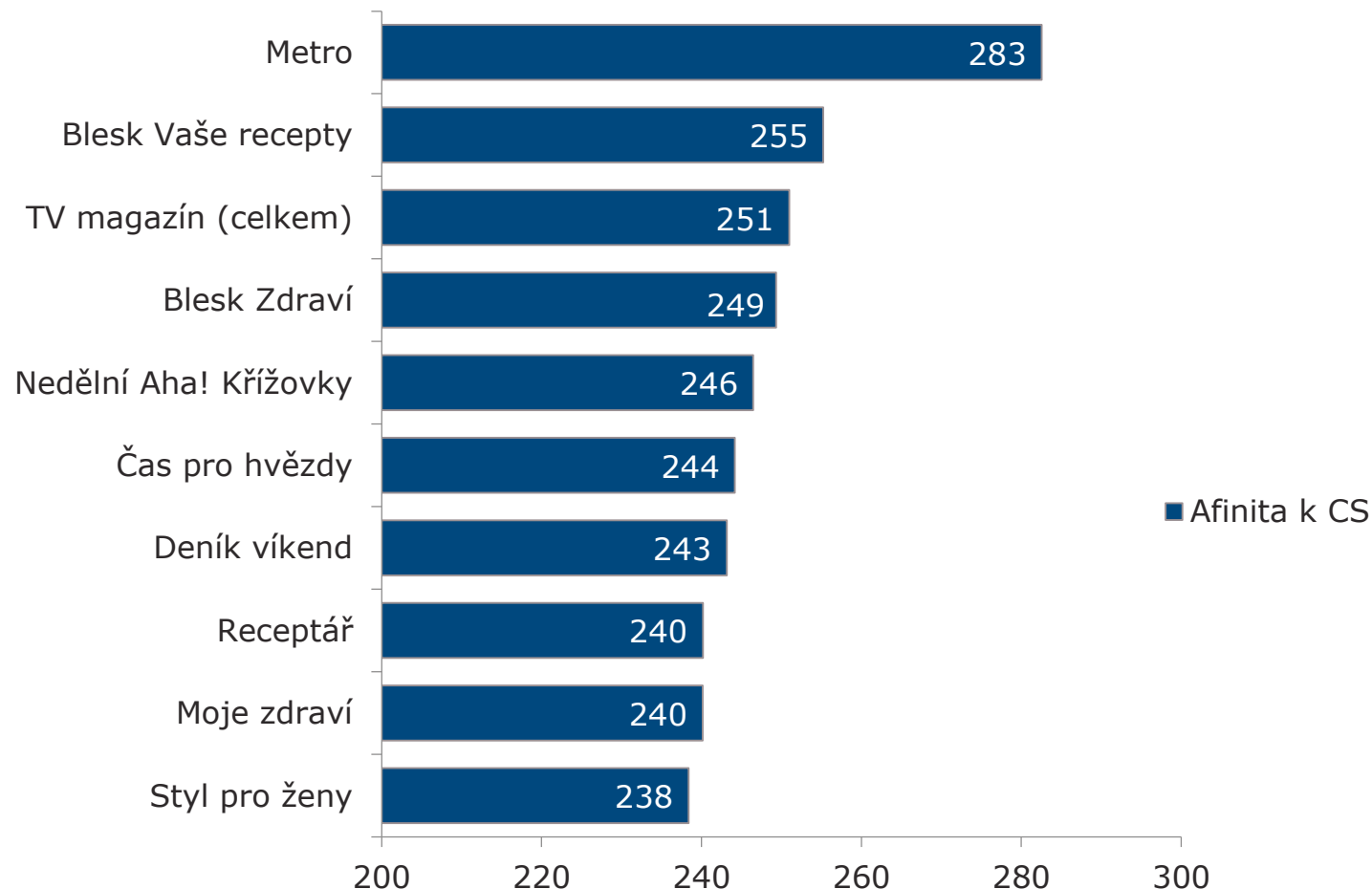
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1755 tis.
z toho 18 %
stálých

TOP 10 médií



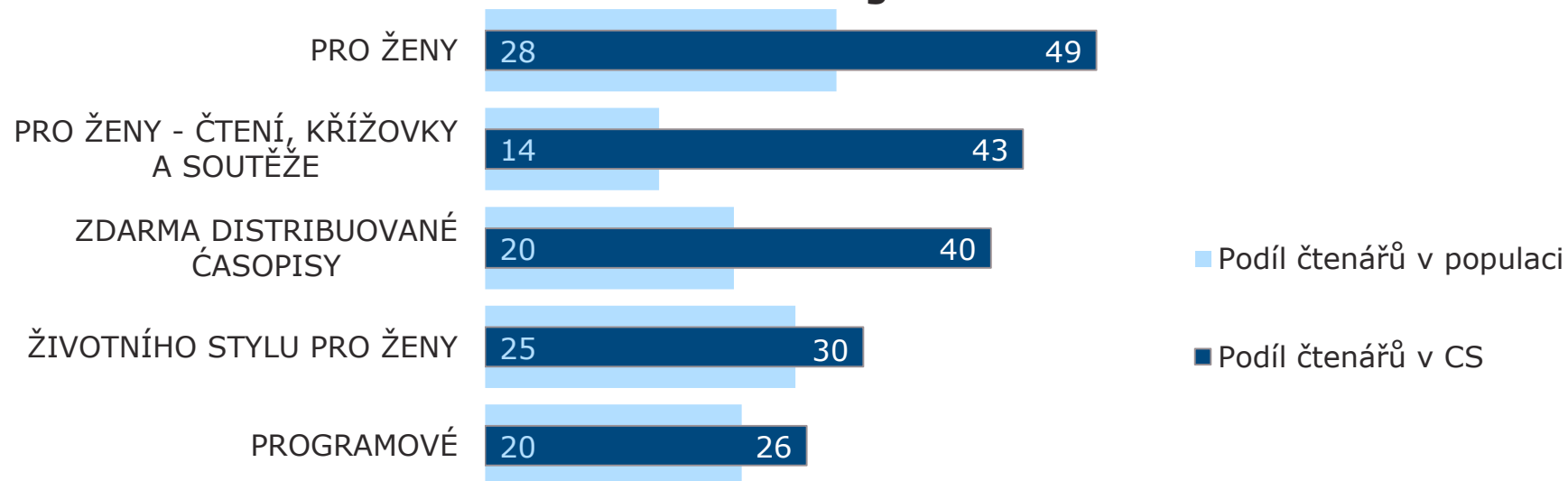
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



95 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



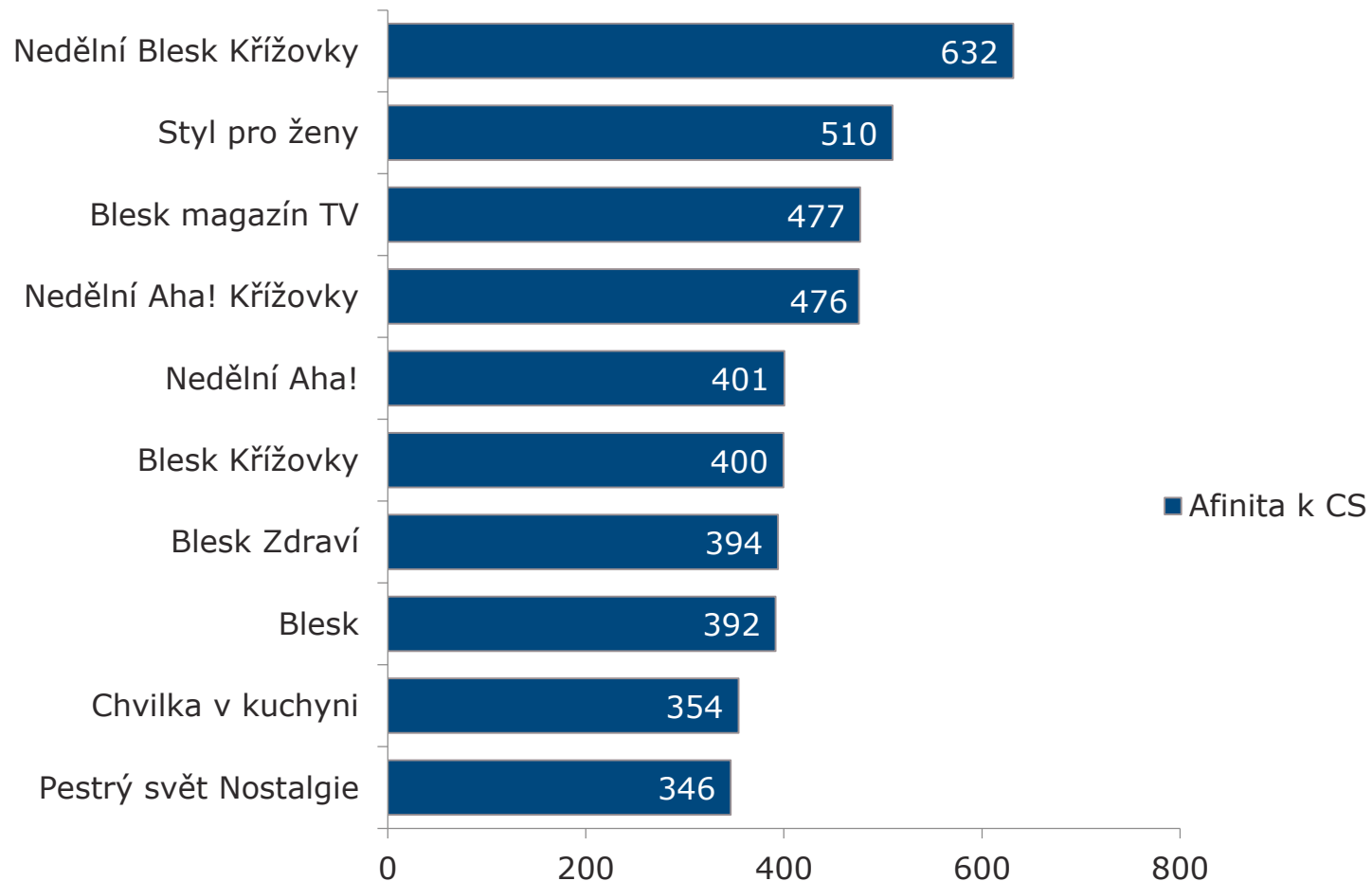
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1225 tis.
z toho 9 %
stálých

TOP 10 médií

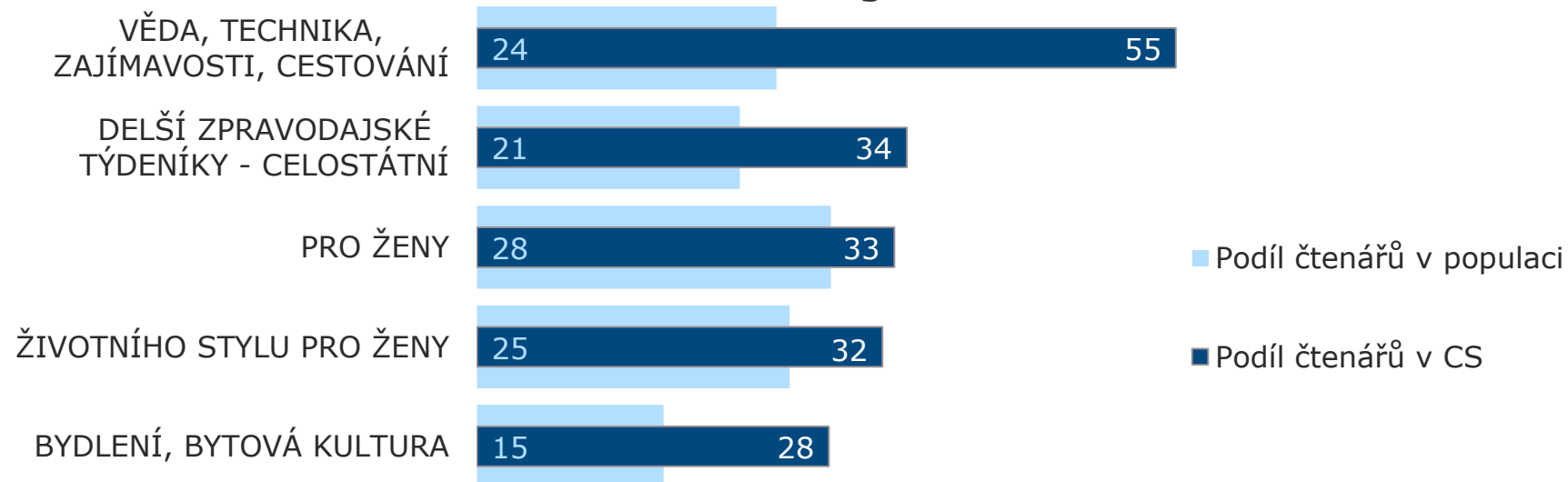


Cílová skupina – stálí čtenáři celkový zásah v % (delší období)



69 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



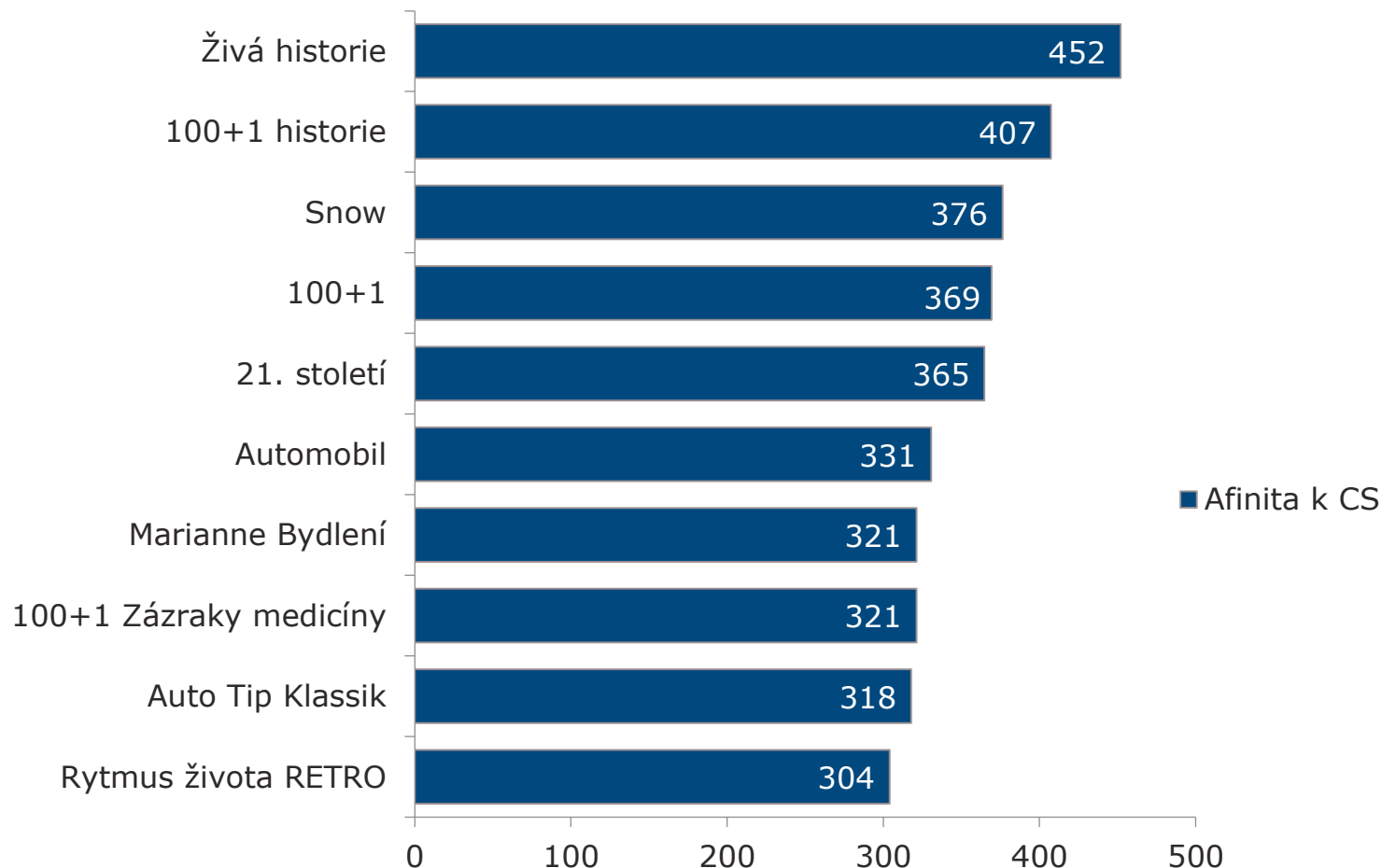
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1218 tis.
z toho 10 %
stálých

TOP 10 médií



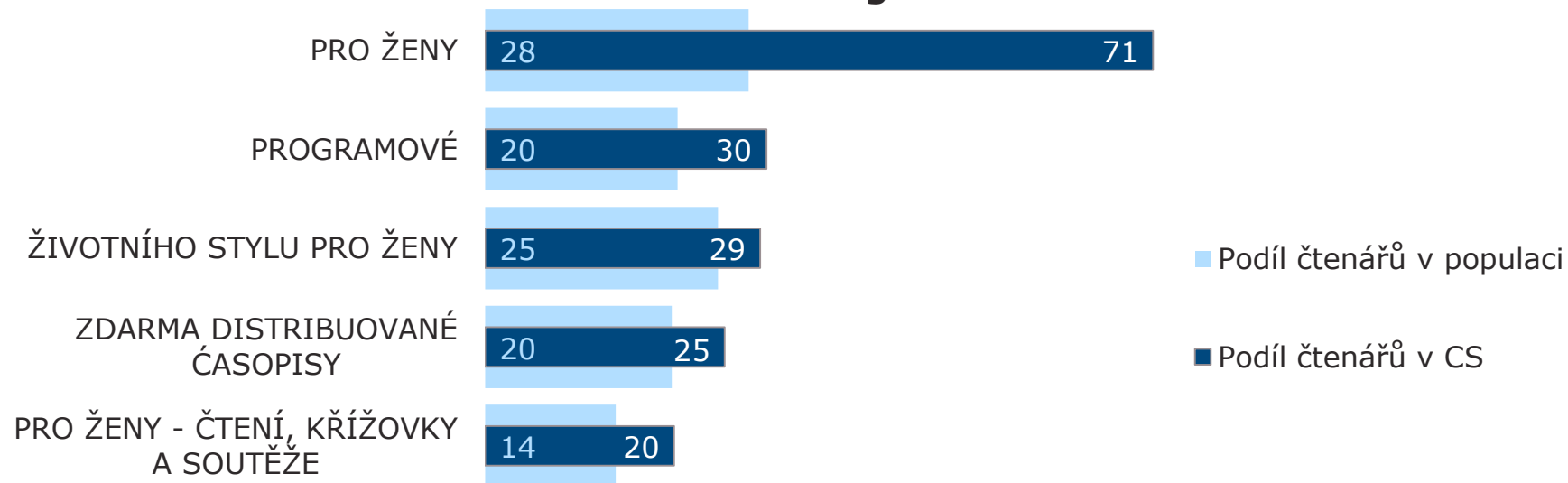
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



70 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



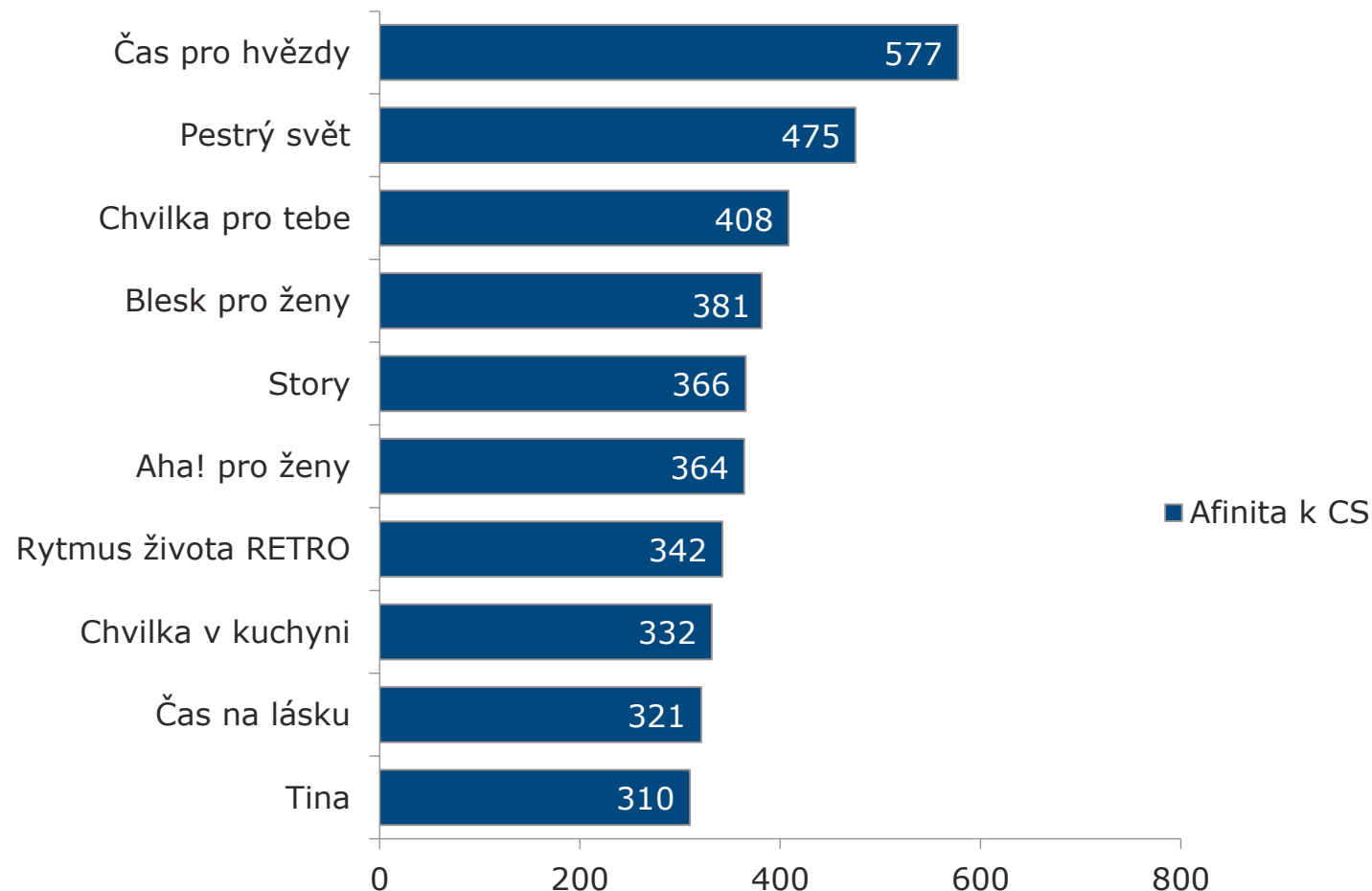
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1273 tis.
z toho 9 %
stálých

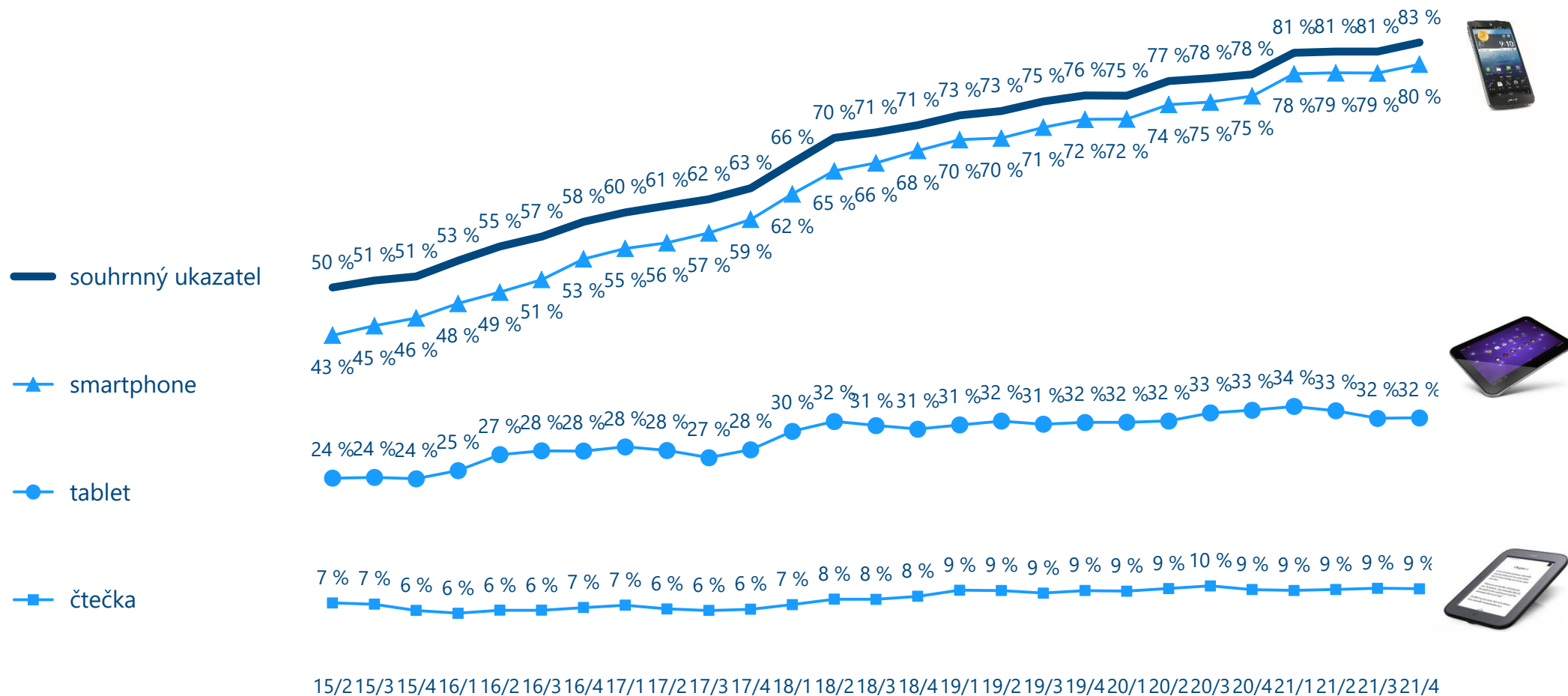
TOP 10 médií



Trendy vybavenosti čtecími zařízeními



Nárůst vybavenosti populace čtecími zařízeními



Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

*MEDIA PROJEKT: 3. čtvrtletí 2021
a 4. čtvrtletí 2021*

Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

