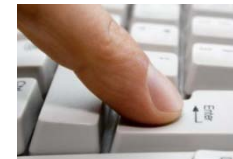


# MEDIA PROJEKT

3. a 4. čtvrtletí 2015

# Základní parametry výzkumu

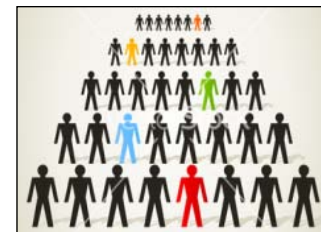
- realizace MEDIAN a STEM/MARK
- stratifikovaný náhodný výběr lokalit adresní výběr kombinovaný s náhodným výběrem v lokalitě s kvótním zakončením
- face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI)
- část dotazníku vyplněna samostatně respondentem
- vzorek 12 376 respondentů
- průměrná délka rozhovoru cca 22 minut



# Zdokonalování MP - změna metodiky výběru

## Co konkrétně se změnilo v r. 2015:

- 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 se navíc mění v letošním roce:

- Zlepšení zastoupení okresů ve vyšetřovém souboru (větší vyváženost)
- Teritoriální rozšíření dotazování obtížně zastižitelných skupin (CATI předrekrutace)

## Co zůstává:

- Základní princip metodiky výběru (stratifikovaný náhodný výběr lokalit)
- Kontroly náslechem všech rozhovorů + telefonické a korespondenční

## Analýza dopadů změn metodiky - závěry

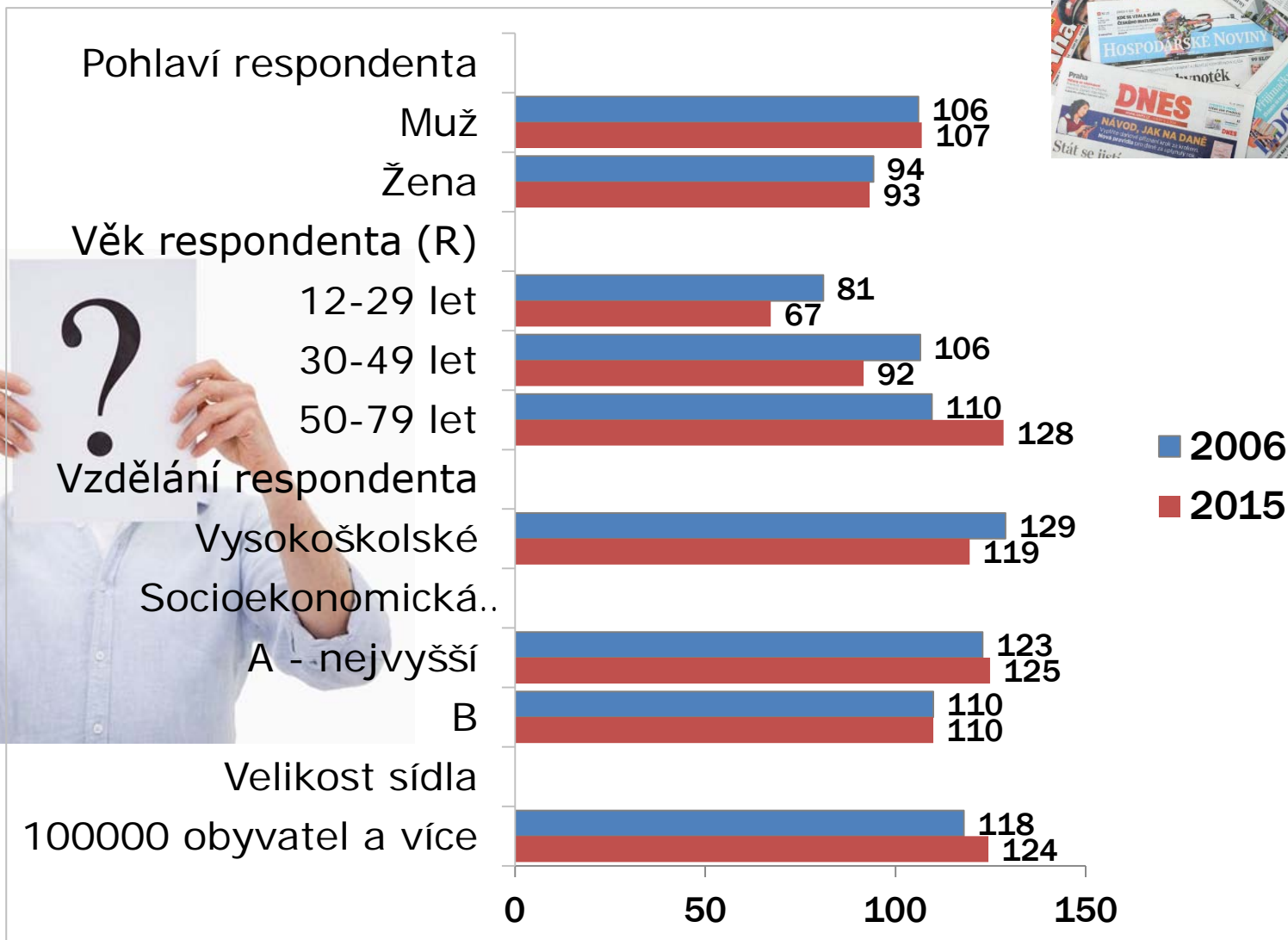
- **Vyšší soulad mezi sesbíraným vzorkem a populací.**
- **Zkvalitnění vzorku** z pohledu demografické struktury.
- **Průběžné zlepšení naplnění kvótních parametrů vzorku.**
- **Opakované snížení rozsahu vah.**
- Odhadované **čtenosti systematicky nevychýleny** v žádném směru.
- Odhadované **čtenosti navazují na předchozí období.**
- Snížení počtu titulů s extrémním počtem čtenářů

# Trendy vývoje odhadovaných čteností



# Jak se mění čtenáři tisku - deníky

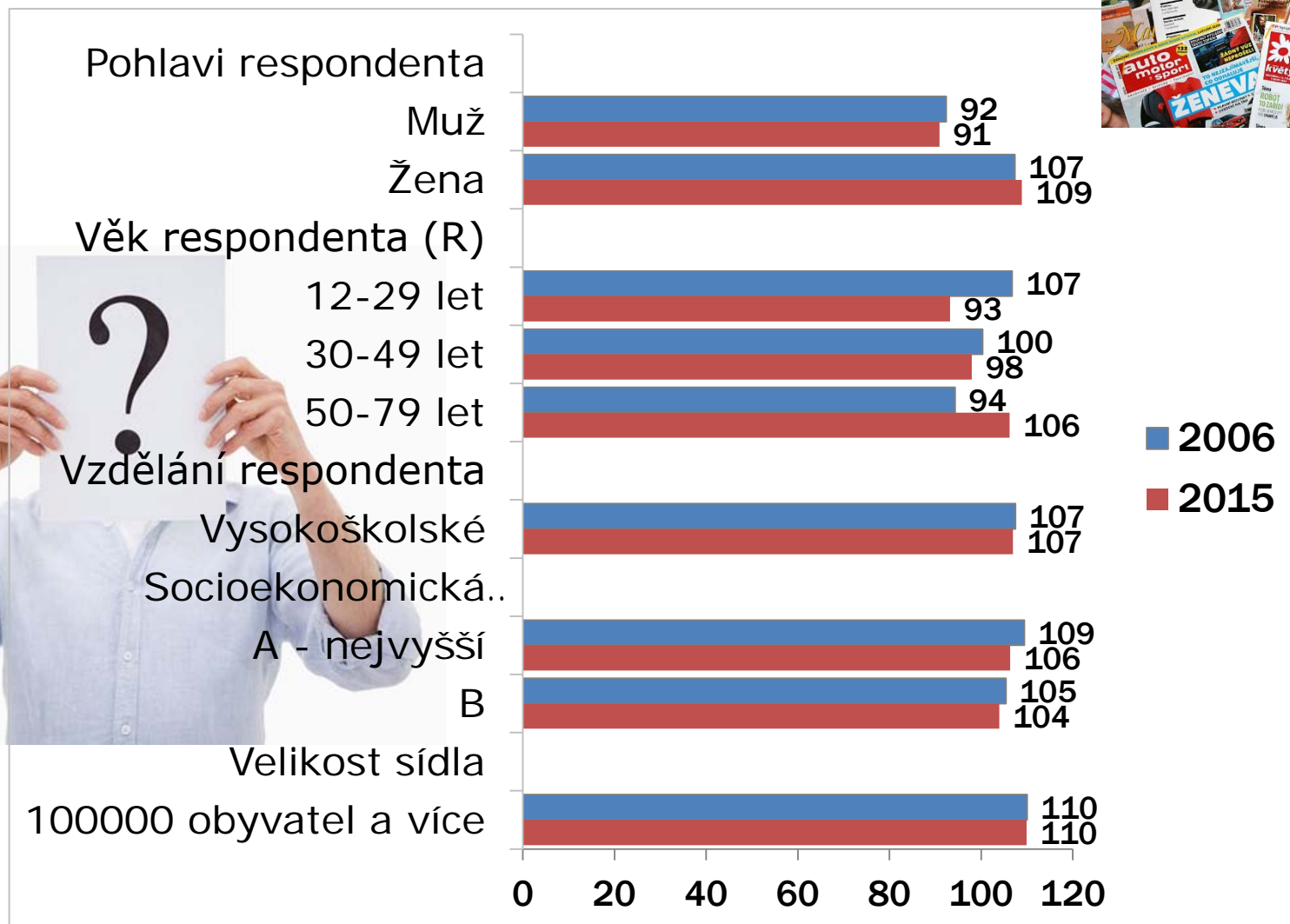
## – profil čtenáře deníku dnes a před 10 lety (index)



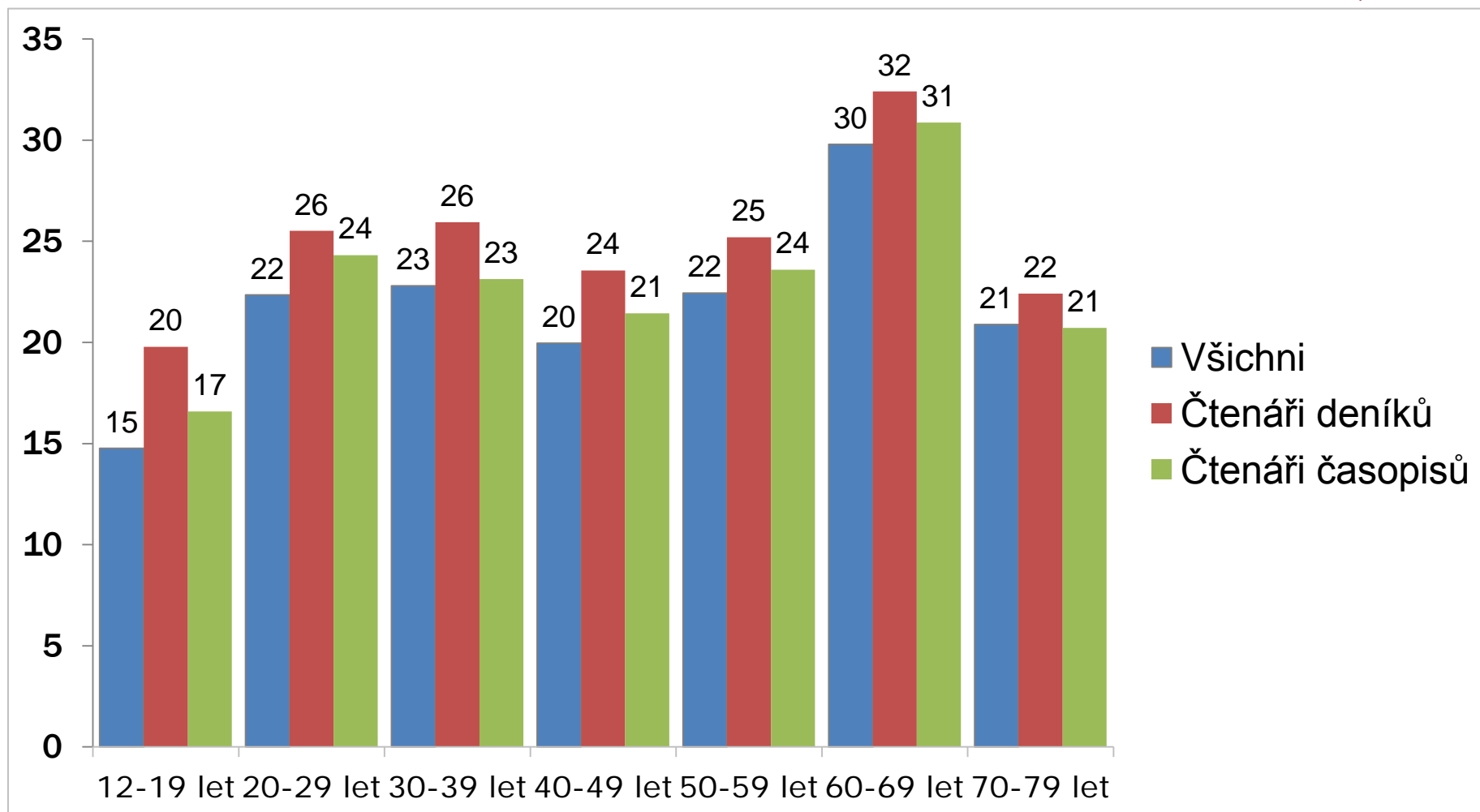


# Jak se mění čtenáři tisku - časopisy

– profil čtenáře časopisu dnes a před 10 lety (index)



## Rozdělení A+B skupin podle věku a četby tisku (podíl osob z dané věkové skupiny, která má A+B klasifikaci v %)



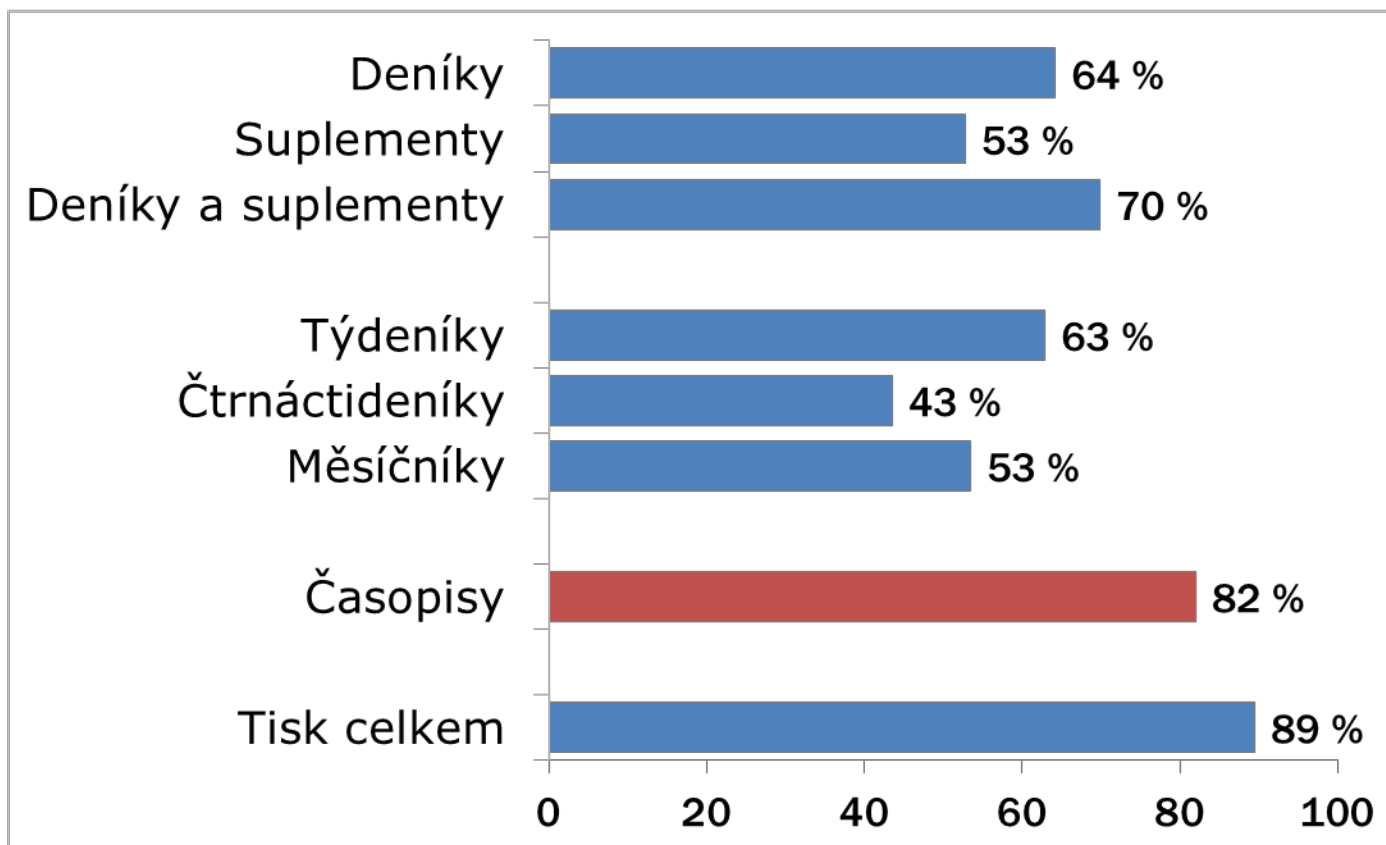


## Trendy ve vývoji odhadovaných čteností

- ↗ Velmi vysoká korelace mezi odhadovanou čteností a prodaným nákladem, na stejné úrovni jako v minulých výstupech
- Počet časopiseckých titulů s vyšším počtem čtenářů shodný jako v předchozím období
- ↗ Nově publikovány časopisy OK! a TV Expres

## Celkový zásah skupin tiskových titulů

odhad čtenosti v % obyvatel (čtenost v delším období)



Celkový zásah tisku je 7.867.000 osob starších 12 let

# Odhady čtenosti deníků a suplementů



## CELOSTÁTNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)

### Čtenáři deníků:



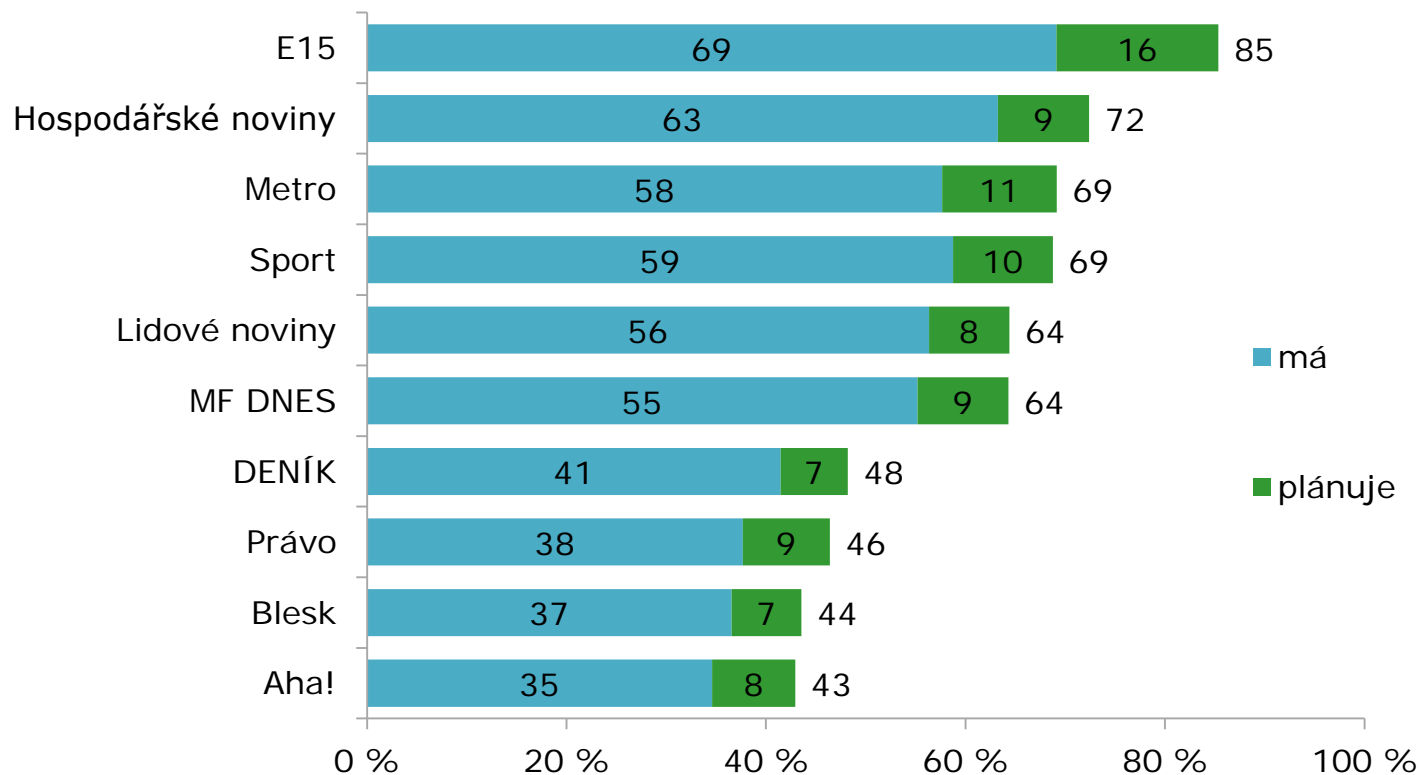
- Každý třetí Pražák či Středočech čte placený deník
- 30% Středně vzdělaní a vysokoškoláci
- Třetina podnikatelů a vedoucích pracovníků, ale i 40% důchodců čte placené deníky



Blesk	1032
MF DNES	636
Právo	303
Sport	277
Aha! (bez Nedělního Aha!)	245
Lidové noviny	199
Hospodářské noviny	152
DENÍK ČR	630

*/\*Oranžová barva označuje nárůst v odhadované čtenosti oproti Q2/2015+Q3/2015*

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



## PLACENÉ DENÍKY

Co také víme o čtenářích deníků:



- největší podíl stálých čtenářů má **Blesk (32 %)**, následuje **Sport**
- průměrně se čte **5 vydání** z posledních 12
- průměrný počet deníků čtených v posledních 14 dnech je **1,9**

## REGIONÁLNÍ PLACENÉ DENÍKY (odhad čtenosti na vydání)



Ve srovnání se čtenáři celostátních placených deníků mají častěji:

- rodinný dům
- 2 a více aut
- zahradu
- bazén

DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	106
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	85
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	83
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	72
DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	70
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	66
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	64
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	60
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	25



## DENÍKY ZDARMA (odhad čtenosti na vydání)

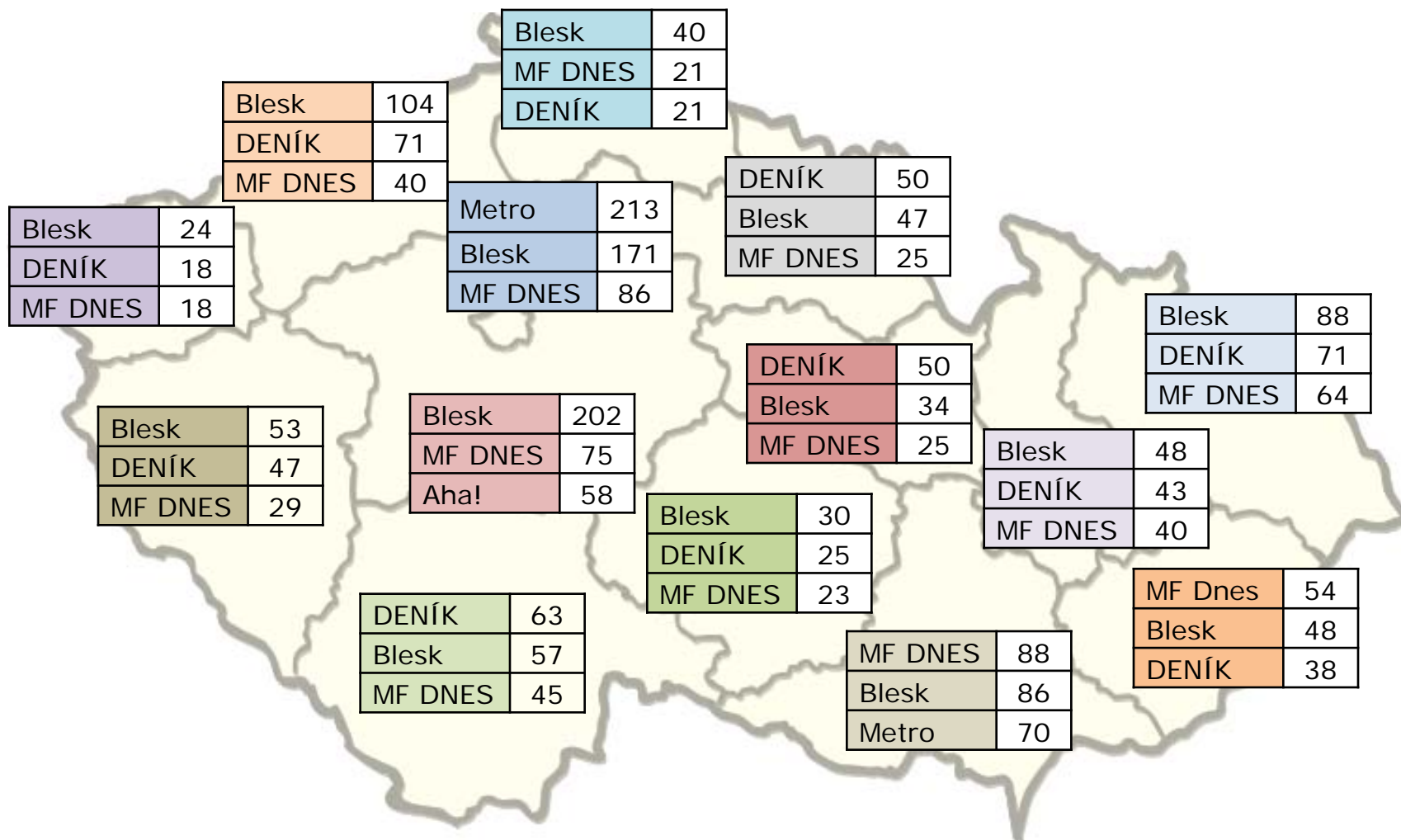
Co víme o denících zdarma...:

- čtenáři **E15** mají téměř 3x častěji chatu/ chalupu
- **20 %** čtenářů **Metra** má VŠ vzdělání (u placených celostátních deníků má VŠ 15% čtenářů)



Metro	451
<b>E15</b>	<b>74</b>

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



## SUPLEMENTY

(odhad čtenosti na vydání)

- 89% čtenářů suplementů čte i některý z deníků
- největší podíl čtenářů nosiče mezi čtenáři suplementů má **Rodina Dnes**
- nejvyšší podíl čtenářů suplementu mezi čtenáři deníku je u **Sportu**
- Průměrně 78% čtenářů přílohy čte i nosič

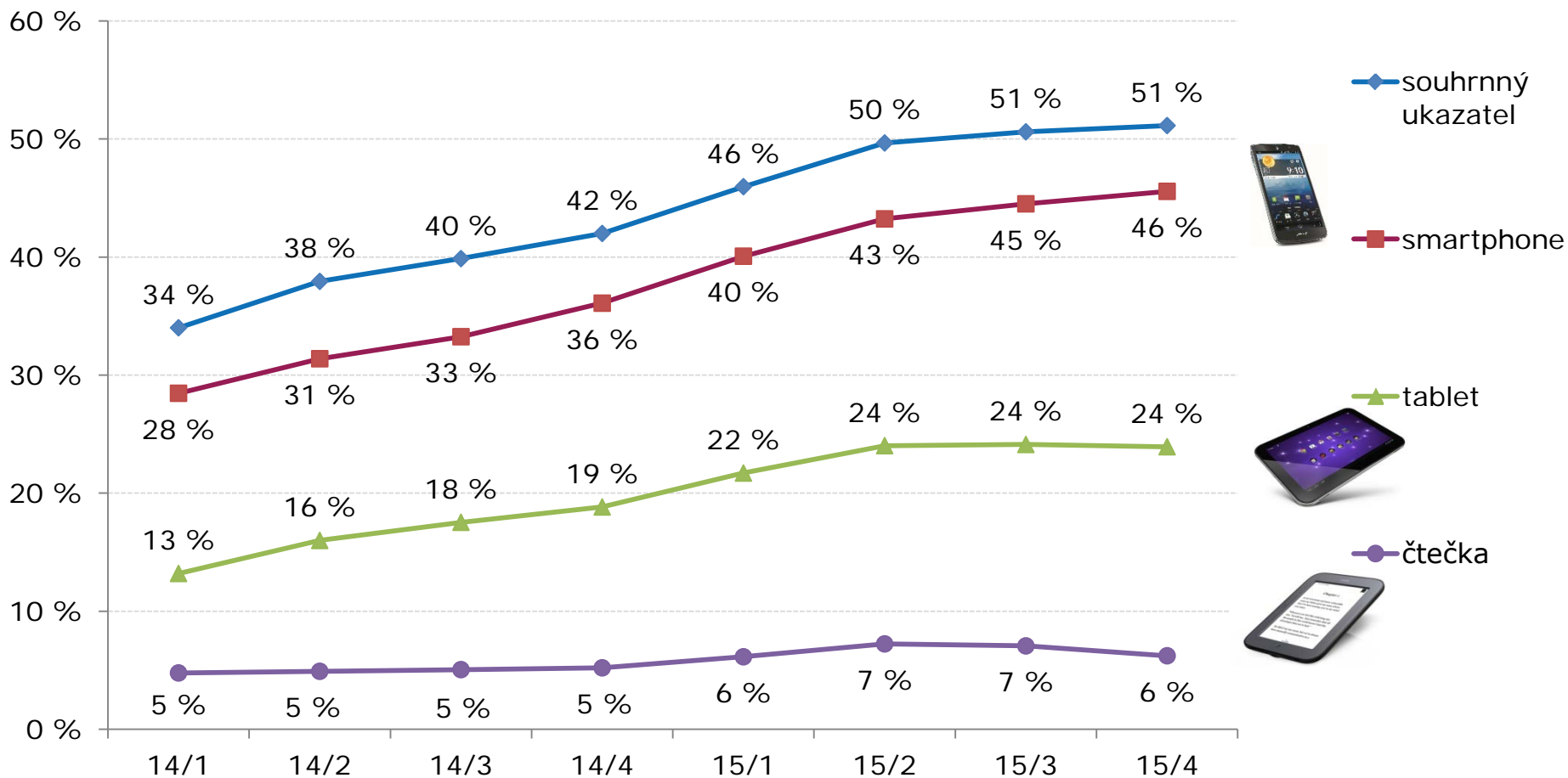


TV magazín	1241
<b>Blesk magazín</b>	<b>1232</b>
Magazín Dnes + TV	702
<b>Ona Dnes</b>	<b>508</b>
Víkend Dnes	450
Magazín Právo + TV	384
Sport magazín	370
<b>Doma Dnes</b>	<b>369</b>
Aha! TV	340
<b>TV Pohoda</b>	<b>336</b>
Pátek Lidové noviny	225
Test Dnes	224
<b>Rodina Dnes</b>	<b>212</b>
Moje rodina – Fajn život	195
Dům & bydlení	166
Víkend Právo	163
Styl pro ženy	116
Ego! magazín Hospodářských novin	112

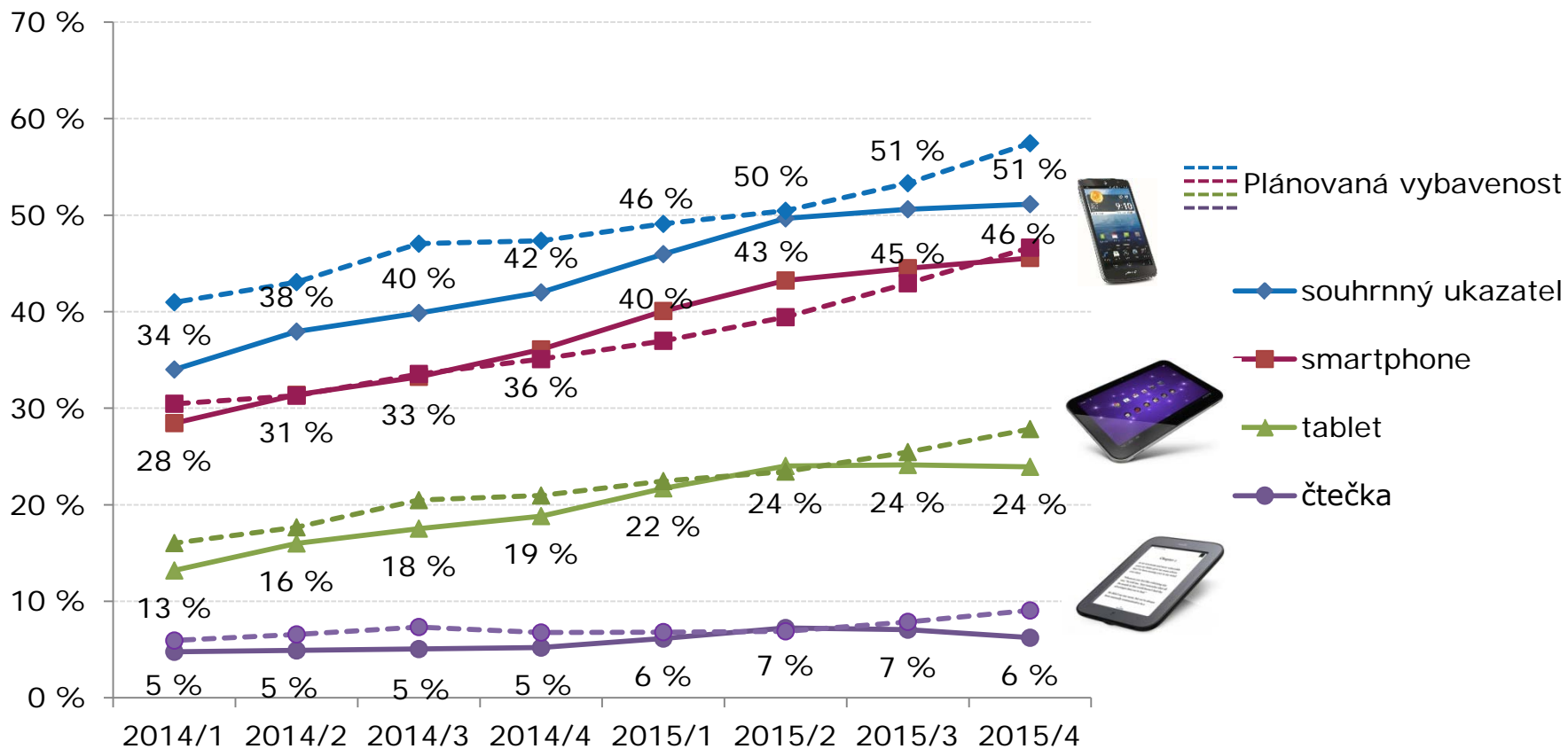
# Trendy vybavenosti čtecími zařízeními ... nad 50 % vybavenosti, ale zpomalení růstu



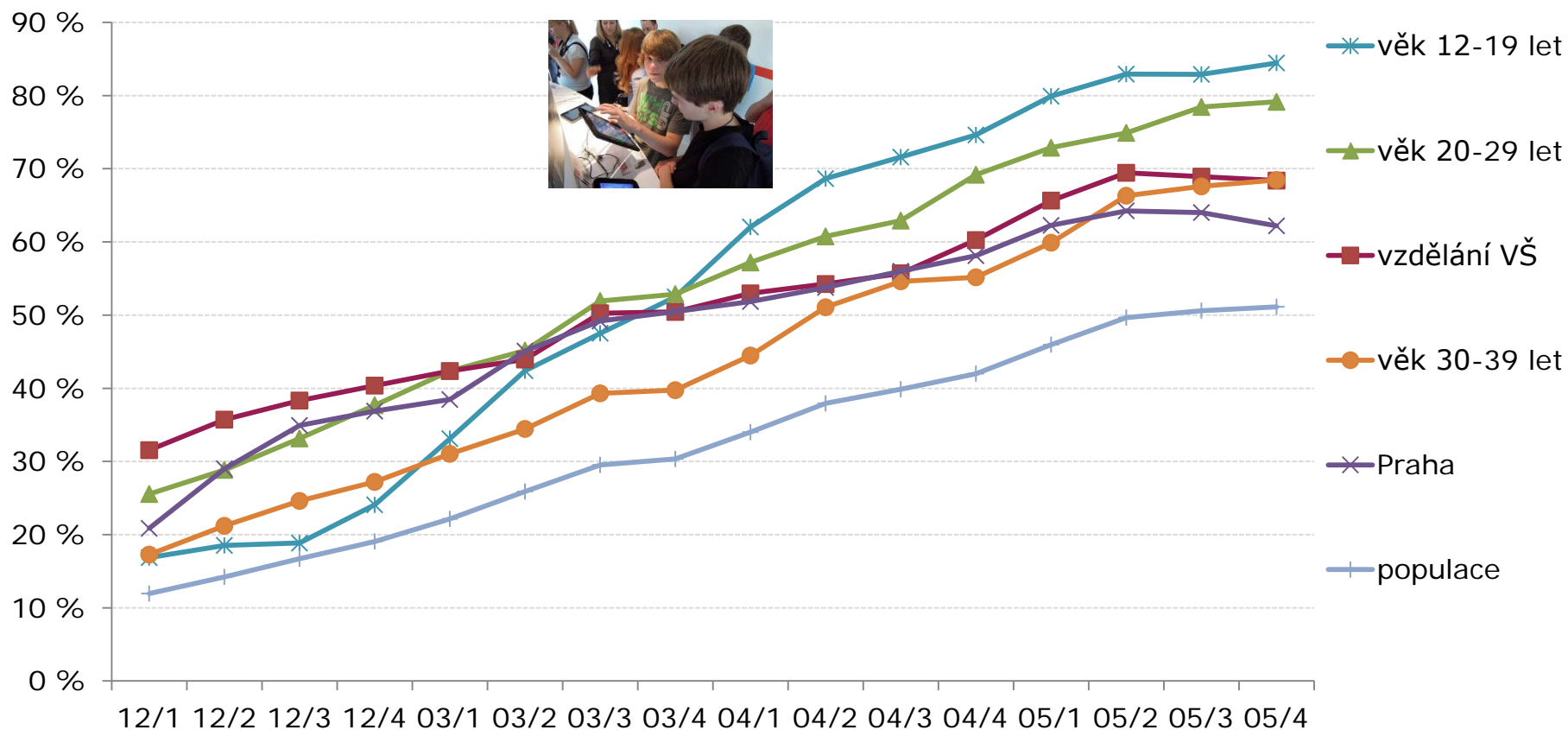
## Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními – zpomalení růstu



## Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními

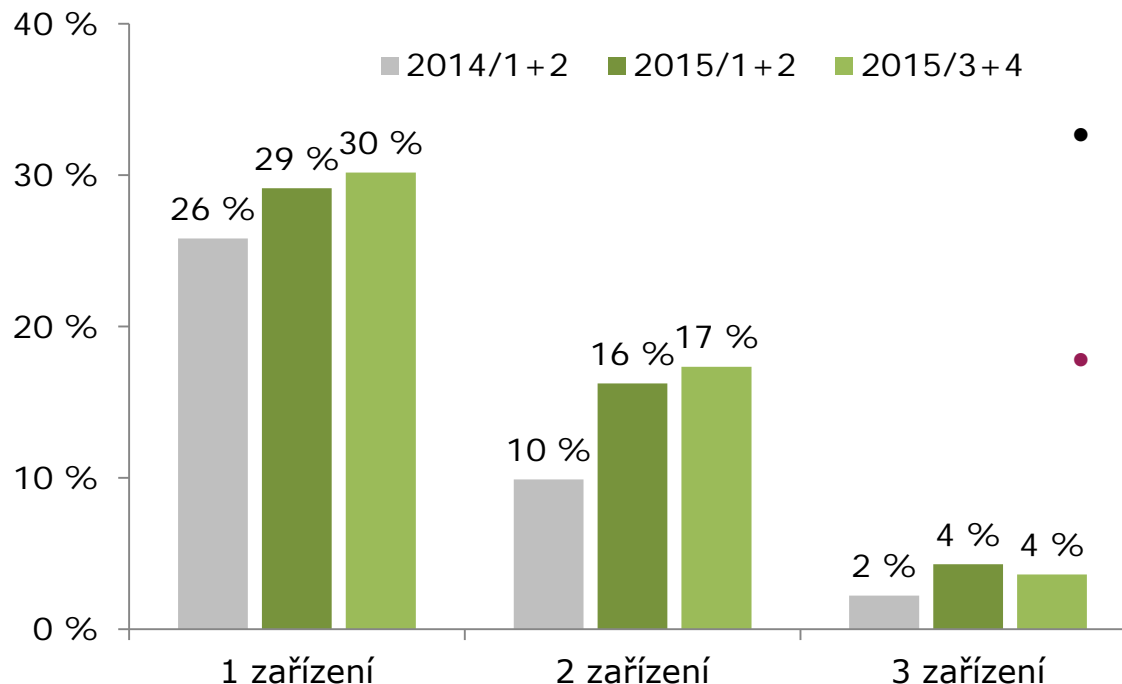


## Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem





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



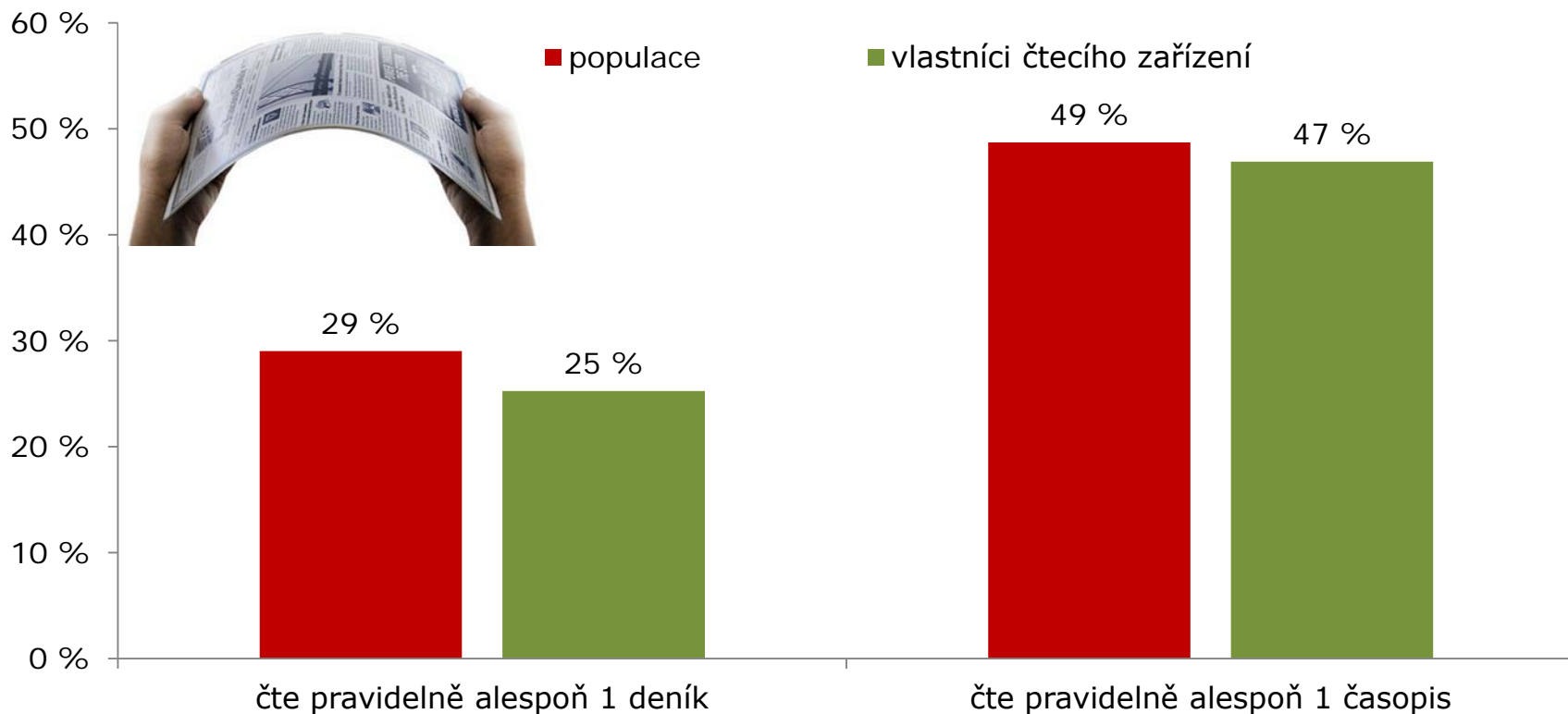
- Mezi uživateli všech 3 typů zařízení jsou **2/3** ve věku do 39 let
- **85 %** studentů vlastní alespoň 1 typ čtecího zařízení



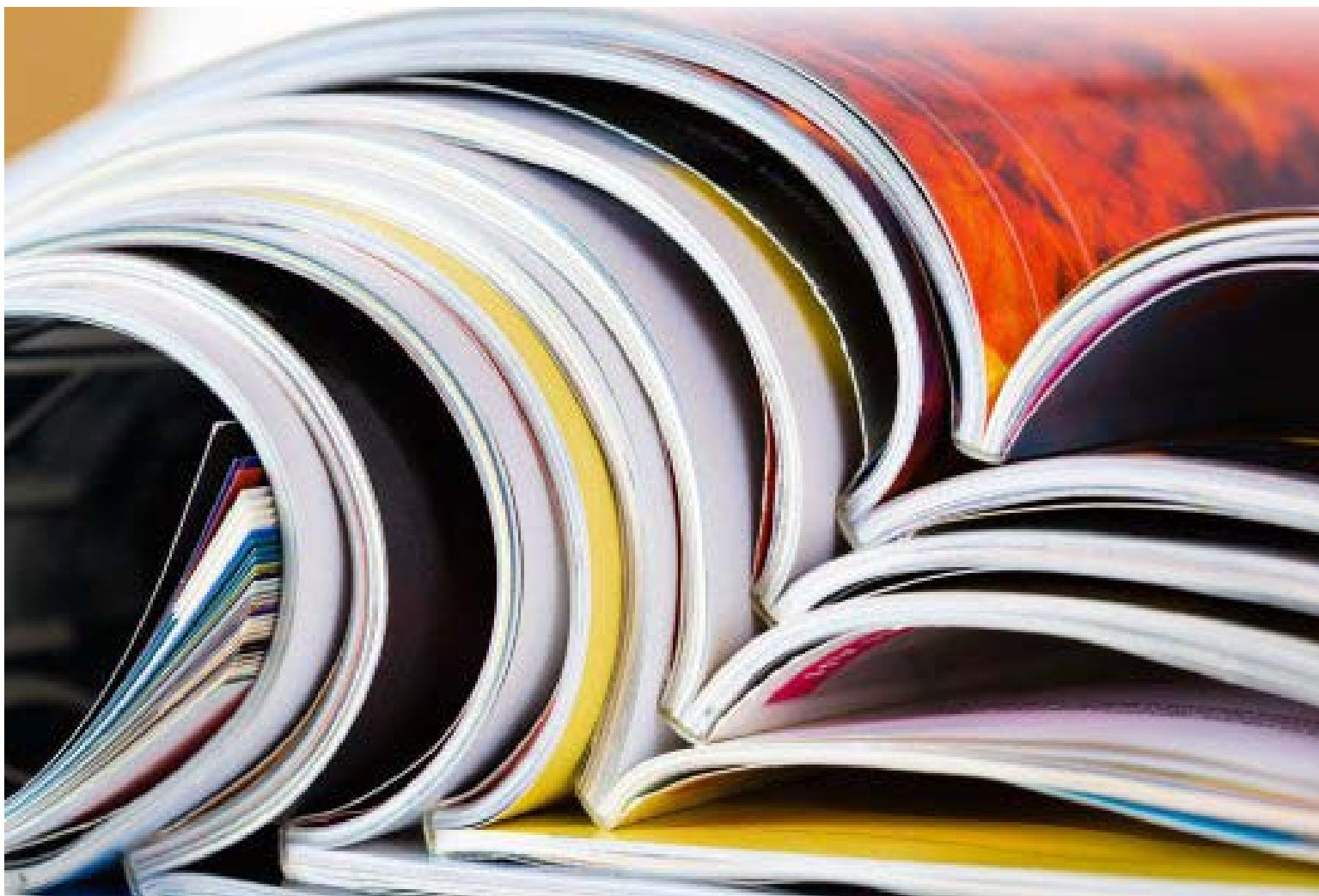
## Moderní technologie nebrání četbě tisku

Pravidelní čtenáři alespoň 1 tištěného titulu podle vybavenost čtecími zařízeními

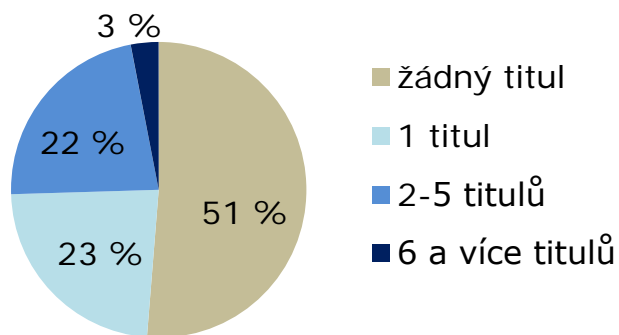
- $\frac{1}{4}$  majitelů čtecích zařízení čte pravidelně nějaký **tištěný deník**
- Téměř **polovina** čte pravidelně nějaký **tištěný časopis**



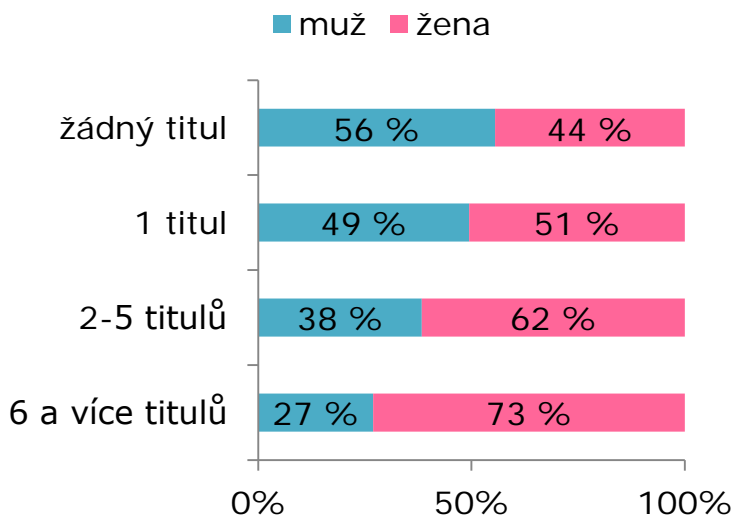
# Odhady čtenosti časopisů



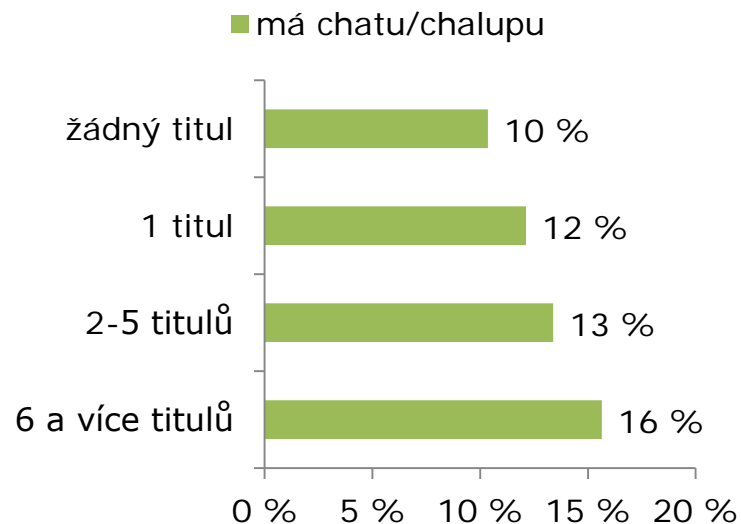
# ČTENÁŘI PODLE POČTU PRAVIDELNĚ ČTENÝCH ČASOPISECKÝCH TITULŮ



## Podle pohlaví

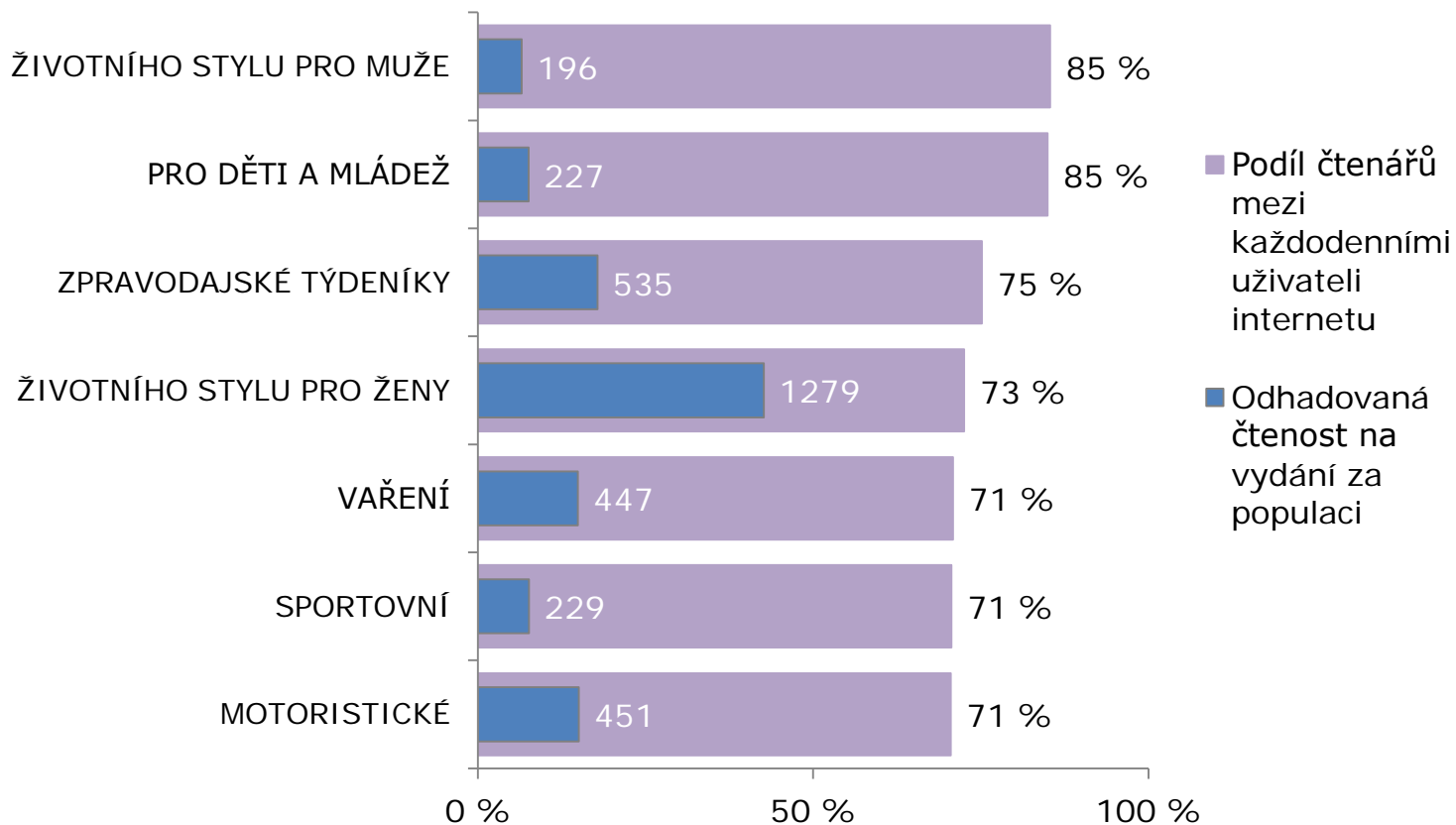


## Podle vlastnictví chaty/chalupy



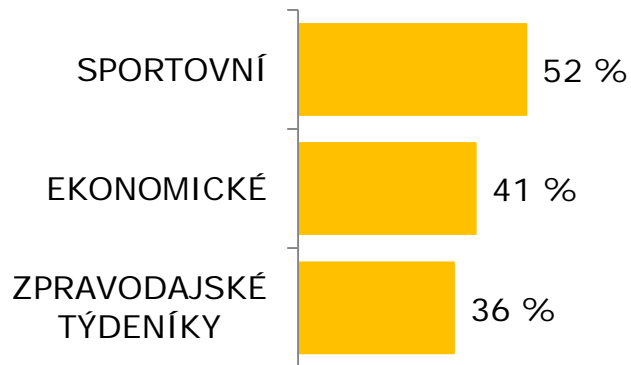
## ŽÁNROVÉ SKUPINY ČASOPISŮ

Podíl čtenářů mezi každodenními uživateli internetu



## SKUPINY ČTENÁŘŮ – podle nejvyššího podílu v žánr. skupinách časopisů

Podíl čtenářů – **čtenáři zpravodajských deníků**



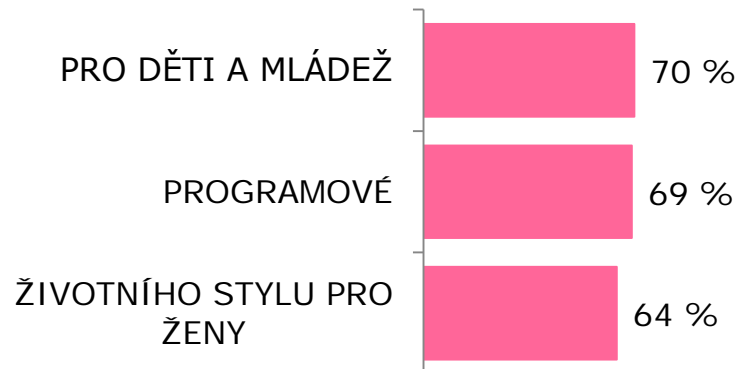
Podíl čtenářů – **čtenáři společenských deníků**



Podíl čtenářů – **čtenáři deníků zdarma**



Podíl čtenářů – **nečtenáři deníků**





# NEČTEME JEN „SVOJE“ – občas je to i opačně





## odhad čtenosti na vydání v tis. osob

### ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY

Žena a život	353
Svět ženy	294
Marianne	181
Glanc	173
Elle	157
Cosmopolitan	133
Kreativ Praktická žena	120
Joy	110
Moje psychologie	96
Dieta	88
Marie Claire	61
Harper´s Bazaar	54
InStyle	43
Kondice	36
OK!	29

#### Studentky VŠ:

- 3 % čtenářů žánrové skupiny
- 1 % z populace



#### Vedoucí pracovnice:

- 4 % čtenářů žánrové skupiny
- 2 % z populace



#### Ženy 20-39 let

- 37 % čtenářů žánrové skupiny
- 17 % z populace



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## BYDLENÍ, BYTOVÁ KULTURA

Dům a zahrada	120
Chatař & chalupář	84
Bydlení	75
Marianne Bydlení	64
Svět koupelen	56
Katka Náš útulný byt	52
Můj dům	51
Bydlení Stavby Reality	40
Tina Bydlíme	35
Rodinný dům	35
Svět kuchyní	35
Magazín Pěkné bydlení	34
Moderní byt	33
Domov	27



### SŠ s maturitou / VŠ

45 % populace

62 % čtenářů z této skupiny

### Vlastnictví chaty, chalupy

12 % populace

20 % čtenářů z této skupiny

### Vlastnictví zahrady

51 % populace

59 % čtenářů z této skupiny

odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## PROGRAMOVÉ

TV max	471
TV mini	279
TV Star	164
<b>Týdeník Televize</b>	<b>147</b>
TV expres	87
TV Revue	78
TV Plus 14	66

Čtenáři programových titulů dále čtou ve srovnání s populací

- 31% časopisy společenské  
(23 % čte v populaci)
- 25 % časopisy pro ženy  
(17 % čte v populaci)
- 21 % časopisy zdarma  
(13 % čte v populaci)



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## ZDARMA DISTRIBUOVANÉ ČASOPISY

5plus2	964
Čilichili	162
Kraj Vysočina	82



### 5plus2 čte:

- 24 % čtenářů deníku Metro
- 24 % čtenářů deníku DENÍK ČR
- 11 % populace

- 26 % náruživých čtenářů časopisů  
(náruživý čtenář čte pravidelně 5 a více časopiseckých titulů)



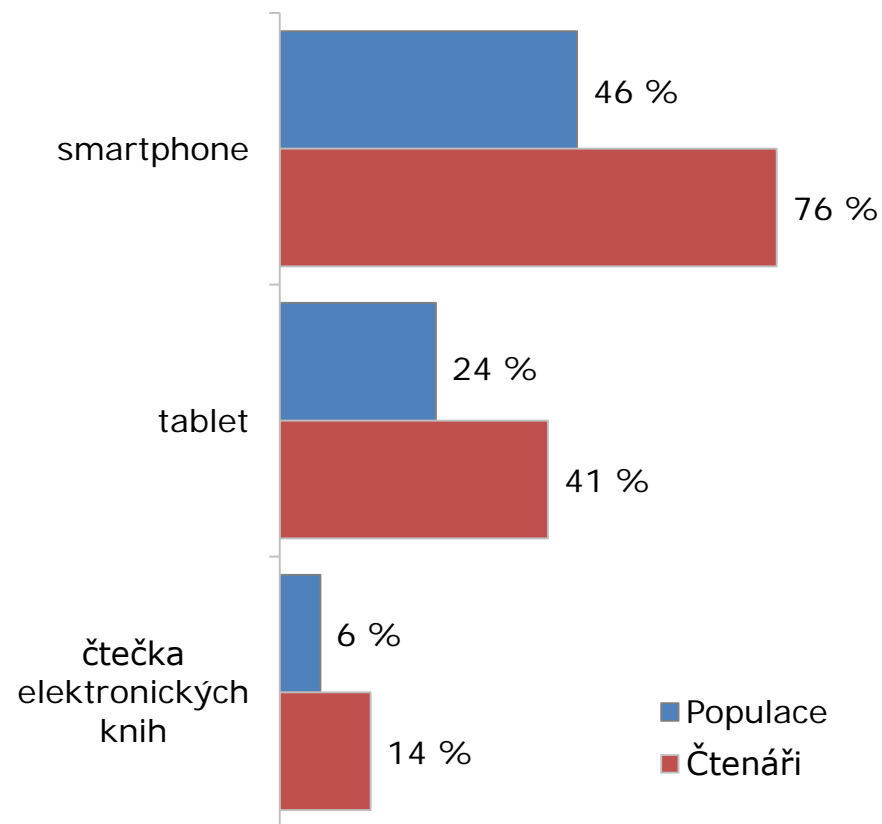
odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE

Computer	68
Chip	68
Počítač pro každého	33
Extra PC	30



### Porovnání osobní vybavenosti v %



## odhad čtenosti na vydání v tis. osob

### PRO ŽENY

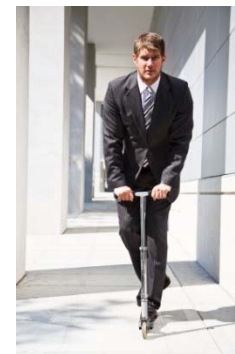
Blesk pro ženy	431
Chvilka pro tebe	417
Překvapení	210
Vlasta	208
Tina	198
Katka	170
Napsáno životem	144
Maminka	113
Claudia	100
Betyнка	70
Čas na lásku	55
Burda style	55



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## ŽIVOTNÍHO STYLU PRO MUŽE

Maxim	163
Formen	35



## CELOSTÁTNÍ ZPRAVODAJSKÉ TÝDENÍKY

Reflex	232
Respekt	162
Týden	149
Téma	80





odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## O VĚDĚ, TECHNICE, ZAJÍMAVOSTECH A CESTOVÁNÍ

100+1	265
National Geographic	140
Lidé a Země	124
Živá historie	123
Koktejl	72



## PRO DĚTI A MLÁDEŽ

ABC	130
Top dívky	66
Popcorn	59



## odhad čtenosti na vydání v tis. osob

### VAŘENÍ

Blesk Vaše recepty	170
Apetit	125
Chvilka v kuchyni	103
F.O.O.D.	81
Gurmet	58



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## SPOLEČENSKÉ

Nedělní Blesk	593
Rytmus života	571
Epocha	370
Sedmička	329
Pestrý svět	290
Týdeník Květy	211
Nedělní Aha!	171
Instinkt	97
Story	86



odhad čtenosti na vydání v tis. osob

## SPORTOVNÍ

Nedělní Sport	154
---------------	-----

Sport Góóól	101
-------------	-----



## POČÍTAČOVÉ HRY

Score	82
-------	----



## odhad čtenosti na vydání v tis. osob

### ZAHRADA A HOBBY

Receptář	241
Blesk Hobby	112
Flóra	39



### PÉČE O ZDRAVÍ

Moje zdraví	107
Blesk Zdraví	82



### EKONOMICKÉ

Forbes	101
Ekonom	64
Euro	35



## odhad čtenosti na vydání v tis. osob

### MOTORISTICKÉ

Svět motorů	196
<b>Svět motorů Speciál</b>	<b>146</b>
Auto Tip	114
Automobil	74
Auto Tip Klassik	49
Trucker	27



### PRO ŽENY – ČTENÍ KŘÍŽOVKY A SOUTĚŽE

<b>Blesk Křížovky</b>	<b>260</b>
Nedělní Blesk Křížovky	250
Nedělní Aha! Křížovky	168
Chvilka pro luštění	164
Chvilka pro tebe Napětí	45





## Nadstavba „kvalita čtení“



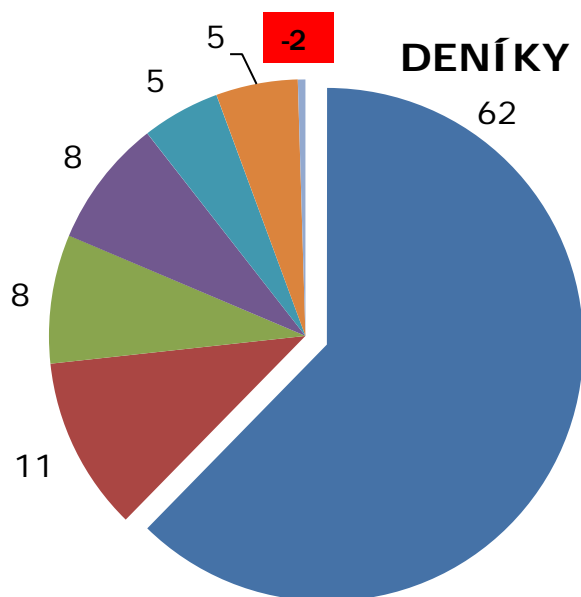


## Realizace nadstavby - postup

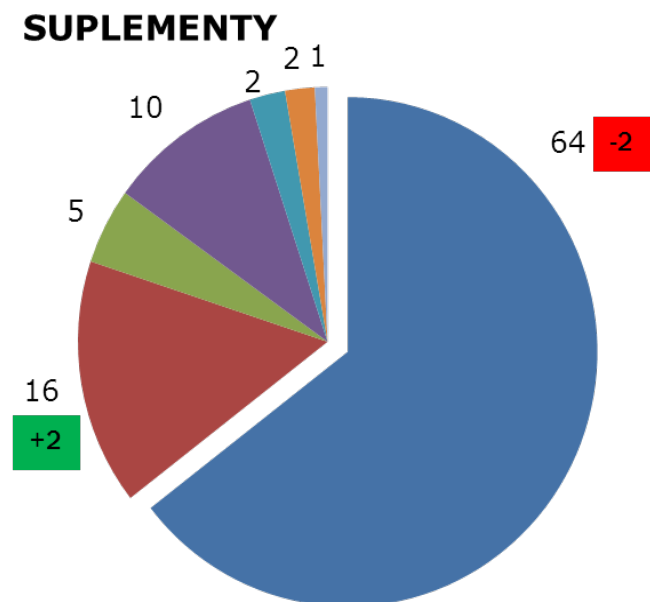
- Cílová skupina: čtenáři časopisů v periodě vydání
- Dotázáno: 12 376 respondentů - 2. pololetí 2015
- Co nás zajímalo:
  - ✓ způsob získání výtisku
  - ✓ intenzita čtení
  - ✓ způsob následného sdílení titulu
  - + navíc možnost meziročního srovnání



## Způsob získání - 2/3 čtenářů přímými příjemci titulu



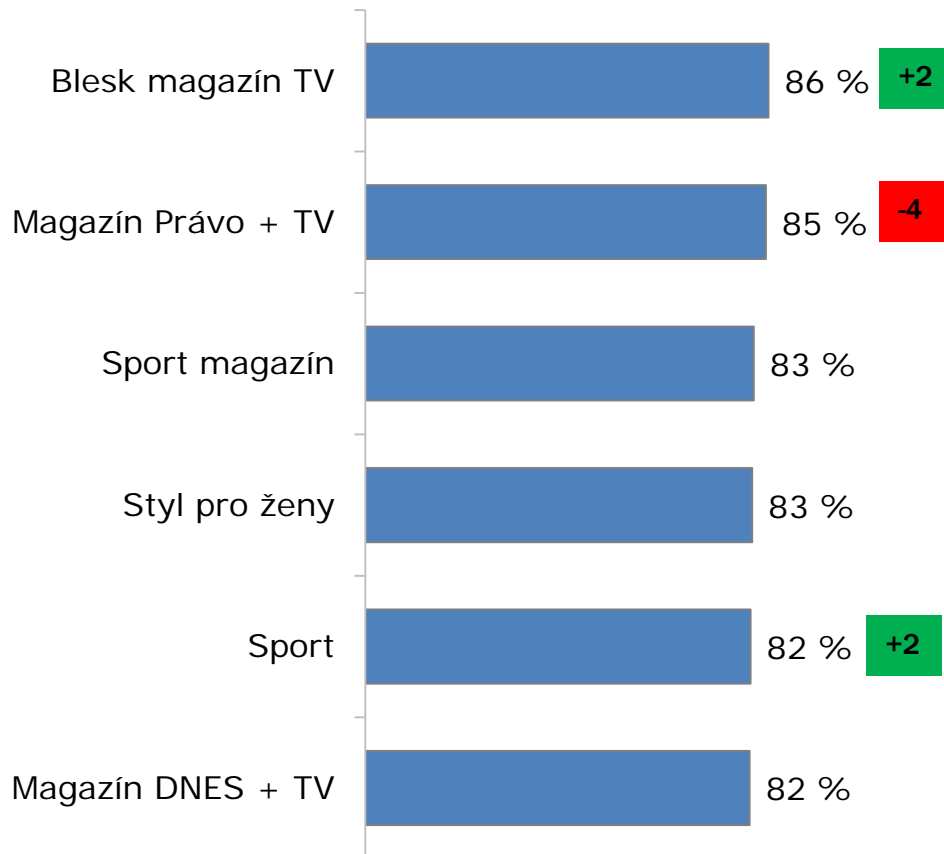
- Mám jej předplacený nebo si jej sám(a) kupuji
- Má jej předplacený nebo si jej kupuje jiný člen domácnosti
- Získávám jej v zaměstnání
- Půjčil, dal mi jej příbuzný, známý
- Půjčil(a) jsem si ho na veřejném místě
- Získal(a) jsem ho jiným způsobem



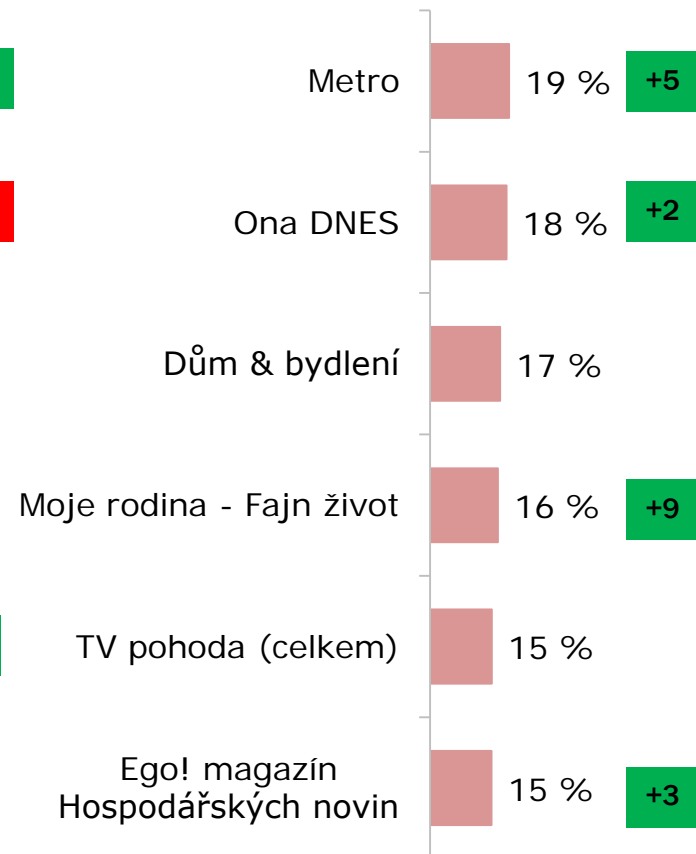
TV Magazín a TV Pohoda pouze jako suplement

# Způsob získání

Předplacený nebo kupuje  
(sám nebo jiný člen domácnosti)



Půjčuje si  
(příbuzný/známý, veřejné místo)



## Způsob získání – podobně jako u časopisů

- Neprofiluje se „typický předplatitel“, předplatné je rozloženo po všech kategoriích
- častěji si deníky kupují mladí do 39 let, nezaměstnaní, studenti a ženy na mateřské
- v zaměstnání nejčastěji čtenáři 30–59 let s vysokou školou
- získávání deníků v zaměstnání typické především pro zaměstnance, spíše na vedoucích postech

# Způsob získání

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



- Nejčastěji se na veřejných místech objevují suplementy:
  - Ego! magazín Hospodářských novin
  - Víkend Právo
  - Dům & bydlení

# Způsob získání

- Nejčastěji se v zaměstnání získávají deníky:



- Nejčastěji se v zaměstnání získávají suplementy:

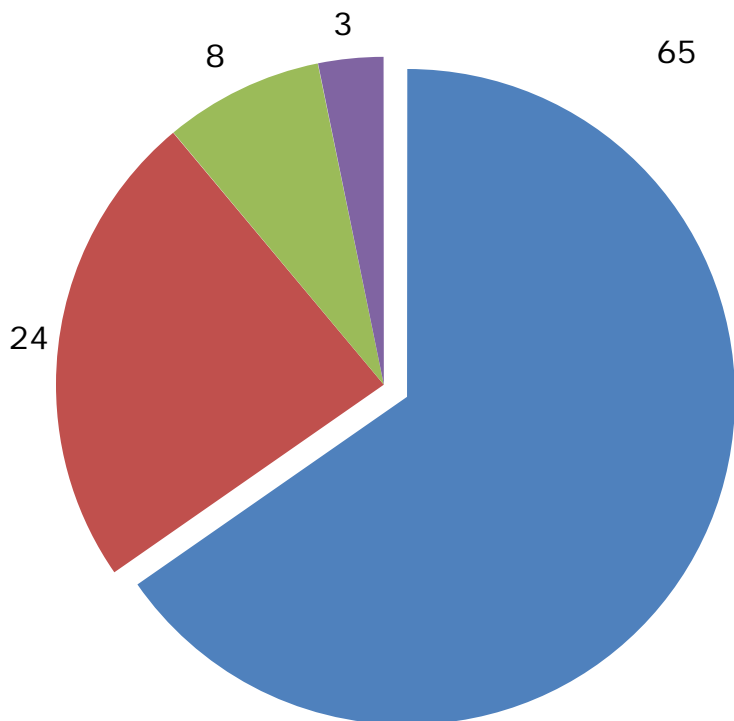
- Ego! magazín Hospodářských novin
- Ona DNES
- Test DNES

# Intenzita čtení



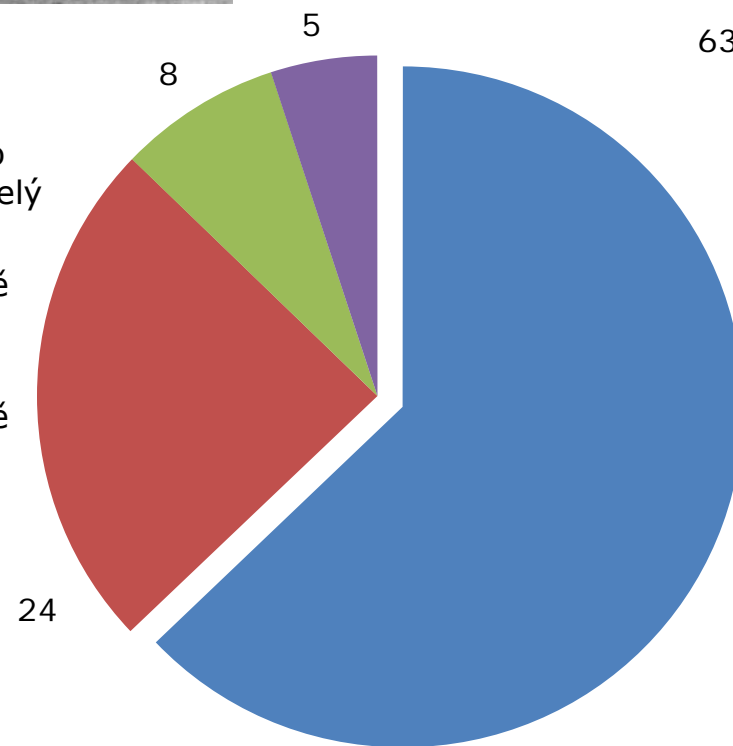
DENÍKY

SUPLEMENTY



65

- Přečetl(a) jsem ho celý nebo téměř celý
- Četl(a) jsem méně než polovinu
- Četl(a) jsem méně než čtvrtinu
- Pouze jsem ho prolistoval(a), nečetl(a) jsem ho



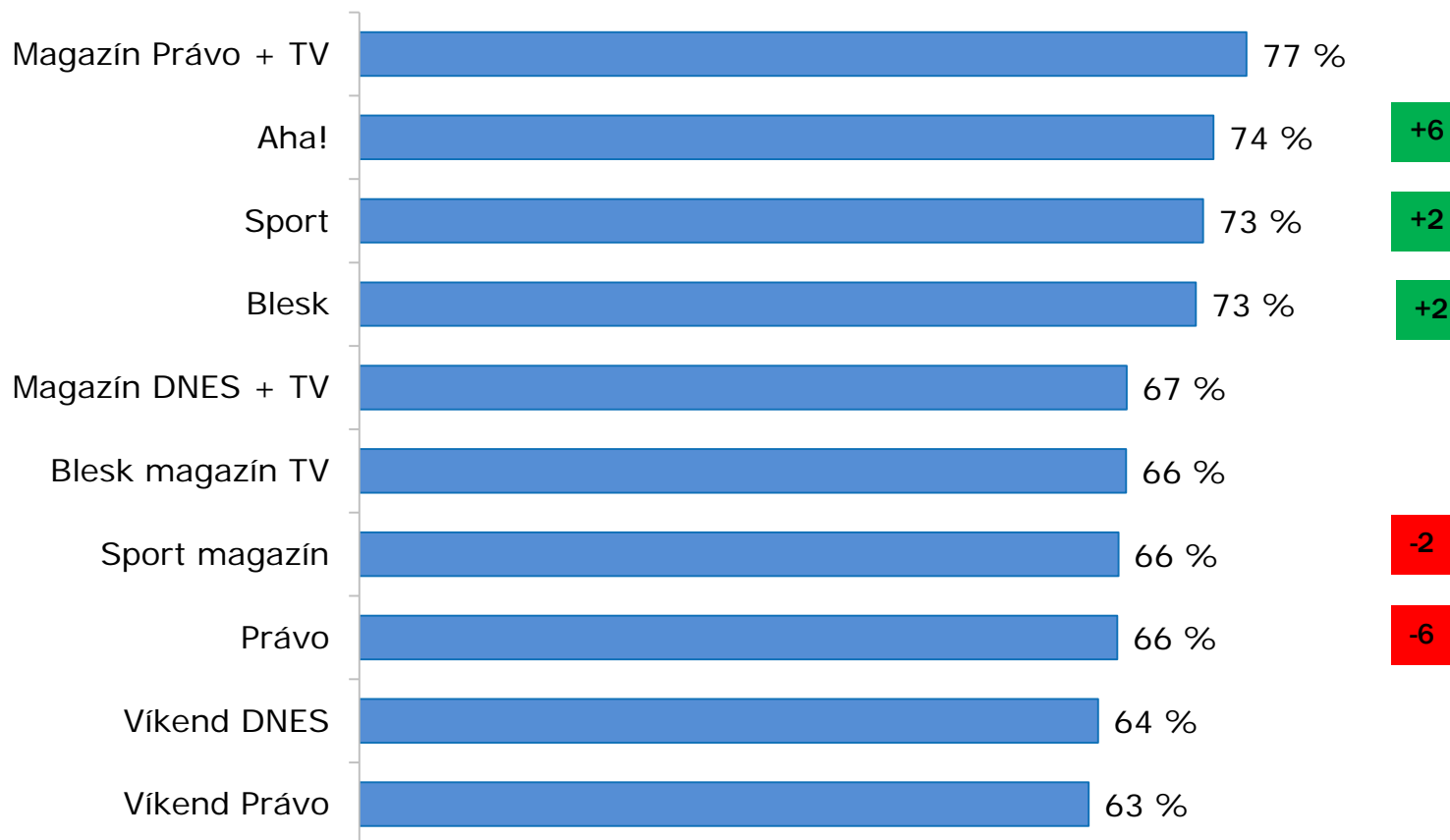
63

24



# Intenzita četby deníků a suplementů

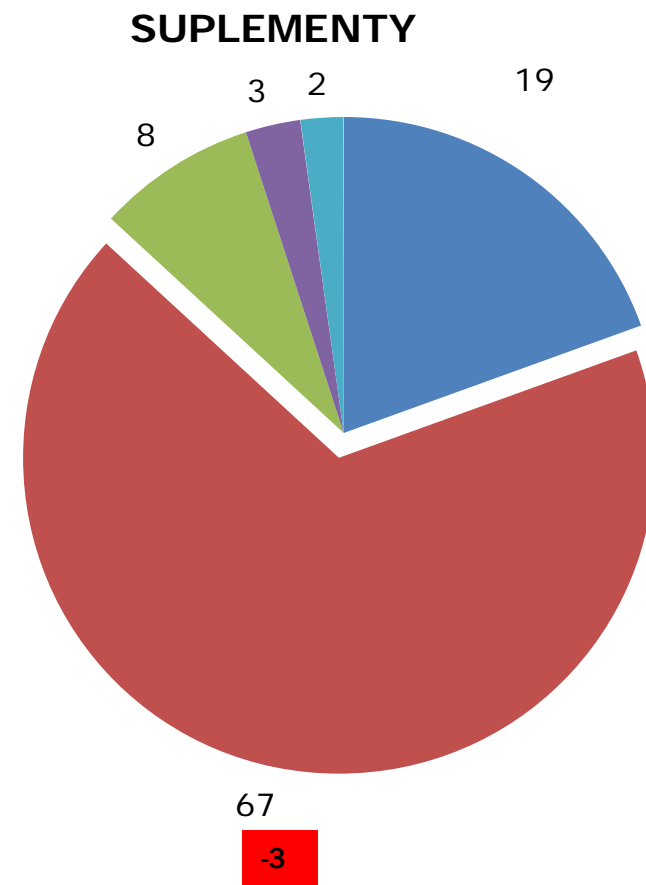
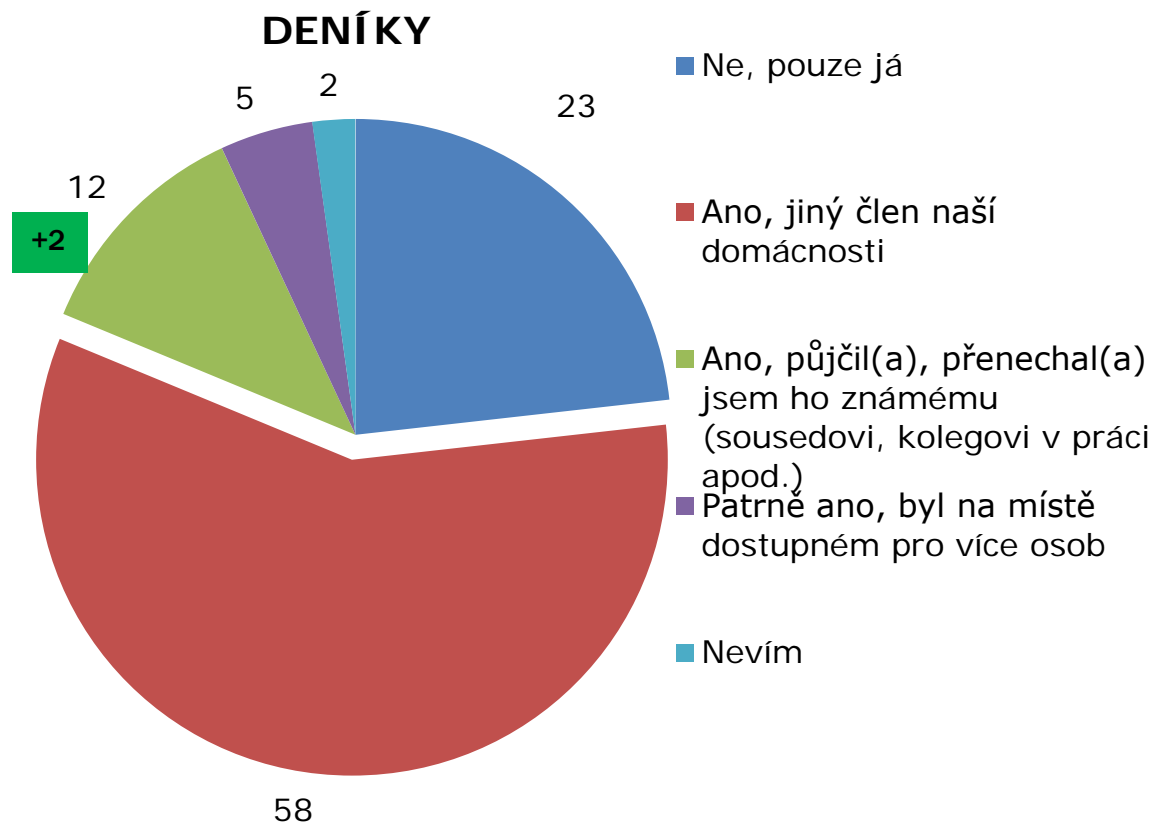
Přečetl(a) jsem ho celý nebo téměř celý



# Intenzita čtení

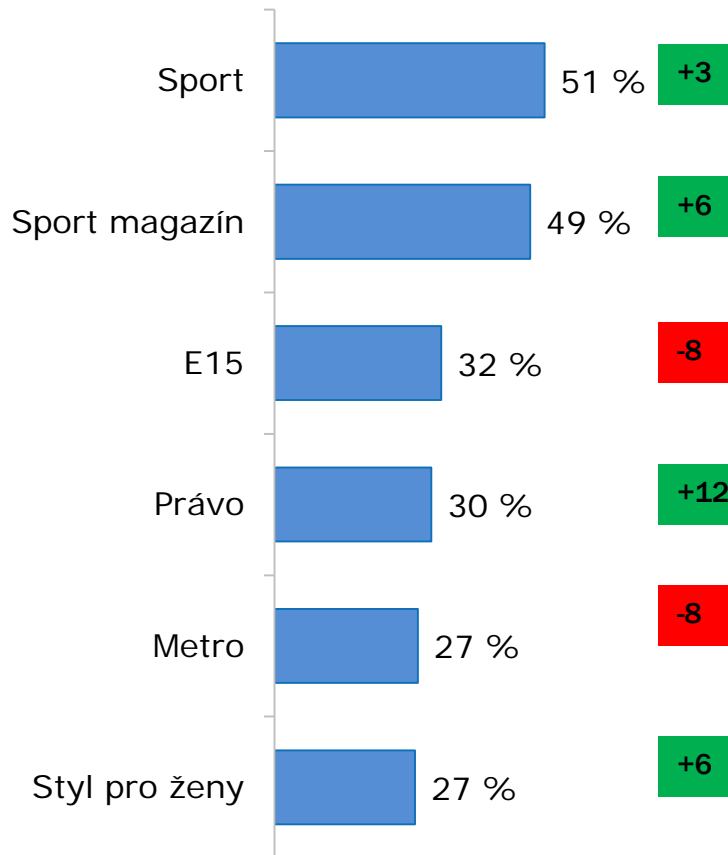
- Nejčastěji jsou prolistované deníky:
  - Hospodářské noviny
  - Právo
  - Aha!
- A suplementy:
  - Ego! magazín Hospodářských novin
  - Styl pro ženy
  - Test DNES

## Následné sdílení titulu

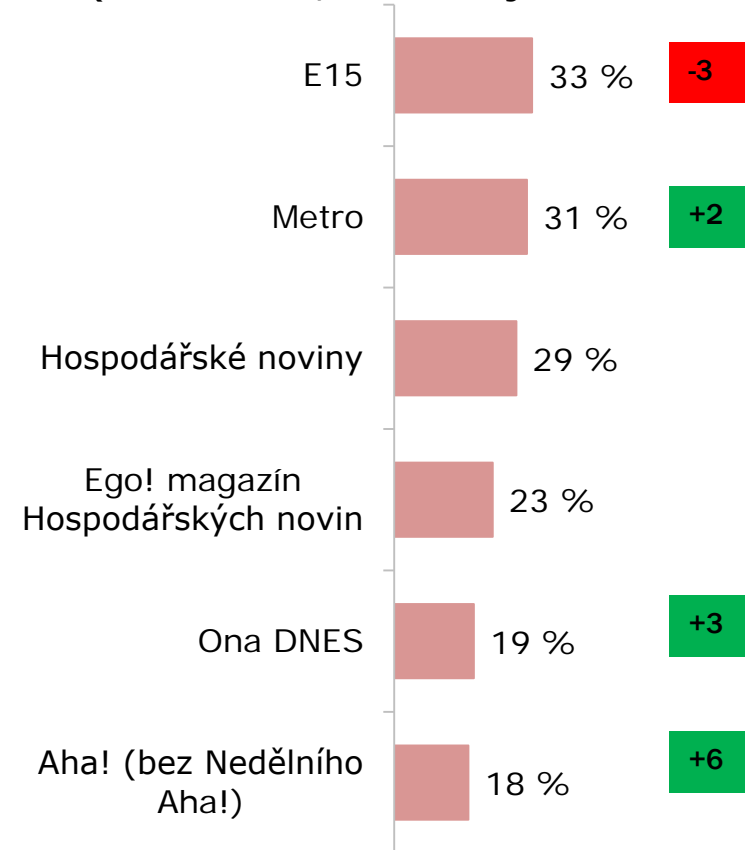


## Následné sdílení titulu - deníky a suplementy

### Četl jsem pouze já



### Přenechal dál (známému, na veřejném místě)



Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

*MEDIA PROJEKT: 3. a 4. čtvrtletí 2015*  
*Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK*

