

mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

NAD DATY O MÉDIÍCH

KDO JE TO?

Cílová skupina, kterou spojuje jedna charakteristika. Jaká?

1/3 obyvatel ČR

- není starších než 39 let

700 tis. • má maturitu anebo VŠ vzdělání

- patří do socio-ekonomických kategorií ABC1

1,1 mil. z nich je ekonomicky aktivních



2,1 mil. z nich čte deníky (na vydání)

2,3 mil. z nich čte časopisy (na vydání)

ČETLI JSME A ČTEME

Jak se změnil obsah vytvářený vydavateli deníků?

Rok 2001:

Čtenost na vydání: deníky 4,3 mil., magazíny 6,2 mil.

(Online - www): *zásah adekvátní penetraci 24 %*

Rok 2011:

Čtenost na vydání: deníky 3,6 mil., magazíny 5,2 mil.

Online (www): 1,4 mil. (2,5 mil. vč. Novinek) RU denně-součet

+ epaper, iPad/tablety, ebook verze

**Čtenost obsahu vytvářeného vydavateli tištěných titulů
se za posledních 10 let jednoznačně zvýšila.**

PAGE VIEWS

Počet shlédnutých stránek v denících

Podle studie prováděné vydavatelstvím Mafra v letech 2002-2011 na celkem 2900 respondentech přečte většinu stránek 89 % čtenářů MF DNES, u Lidových novin 92 %.

Aha!+Blesk+Deník+Hospodářské noviny+Lidové noviny+MF DNES+Právo+Sport+zdarma:

Σ (čtenost x stran) = ~~2,9 ml.~~ PV měsíčně (~~2,6 ml.~~ po korekci psti shlédnutých stran):

- Bez vkládaných magazínů.
- Stran obsahu shlédnutých aktivně, koncentrovaně, vnímavě.
- Čtenářů platících za obsah.
- Čtenářů, kteří si tyto stránky na internetu třeba nepřečtou.

= miliardy