

MEDIA PROJEKT

3. čtvrtletí 2020 a 4. čtvrtletí 2020

Situace ve druhém pololetí 2020



- Společnost (ale i mediální trh – a MP) v druhé vlně COVID-19
- Po letním uvolnění podzimní „přitvrzení“
- Sílí nárůst sledování televize
- Pokračuje trend online čtenosti na úkor tiskovin
- Obtížnější F2F dotazování, více bezpečnostních opatření, menší ochota respondentů
- Aplikovány cesty ke kontinuálnímu sběru i v případě omezeného kontaktu

Realizace MP v 2. pololetí 2020: došlo k částečné inovaci metodiky ...



Od klasického CAPI k Asistovanému CAPI S2S

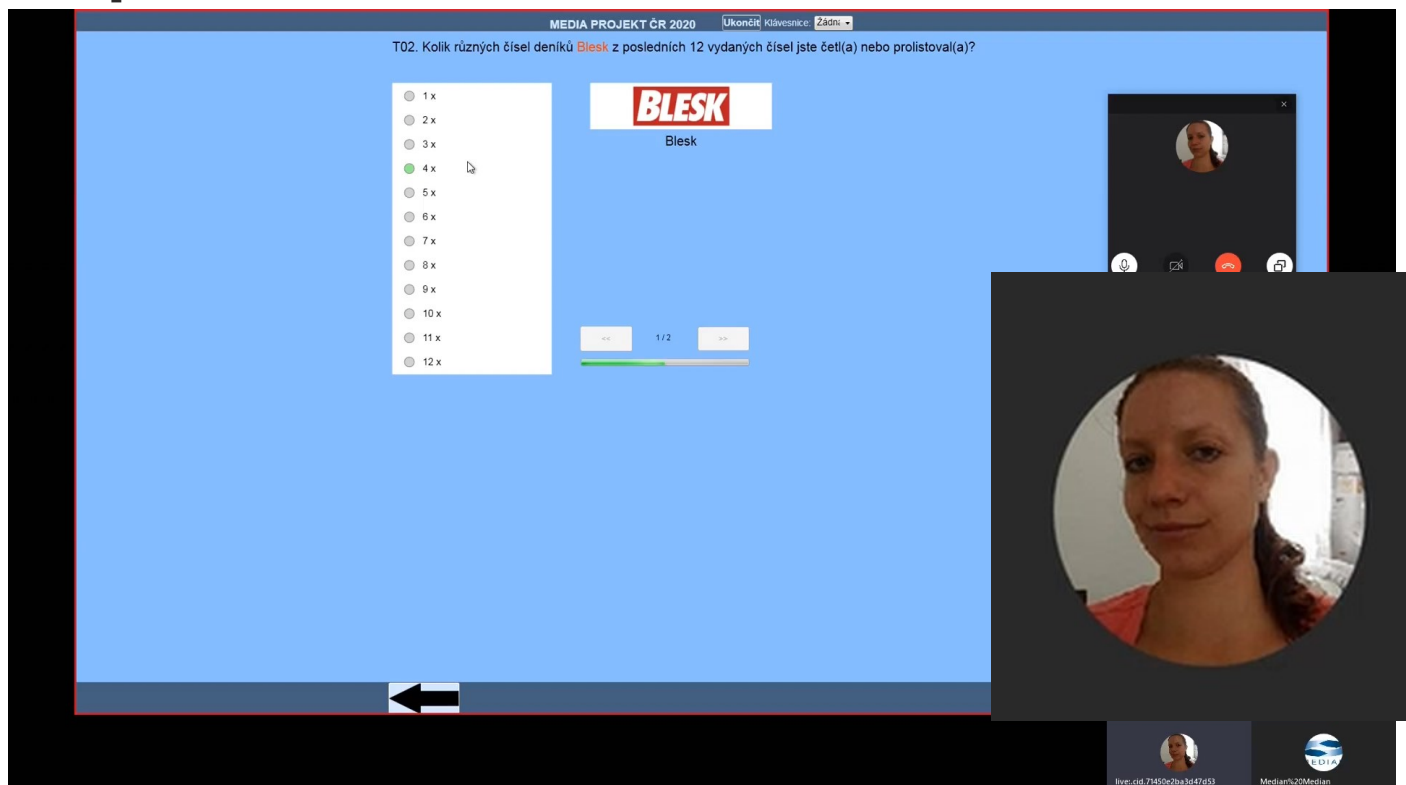
- Vzdálené dotazování, respondent odpovídá tazateli prostřednictvím telekonference, respondent vidí loga a může na ně reagovat, sám může ovládat dotazník, určit si dotazovací tempo. Tedy zcela **shodná situace** s tradičním postupem face-to-face.
- Nejčastěji Skype, Jit.si, Zoom, MS Teams a další aplikace (variabilita platforem).
- Prakticky ověřeno během 2. kvartálu.
- **Nasazení 800 rozhovorů během 4. kvartálu** (nástup 2. vlny pandemie).
- Plnohodnotný způsob dotazování, moderní, sleduje vývojové trendy ve světě. Zvyšuje regionální pokrytí, náhodnost výběru.
- **Data jsou plnohodnotnou součástí MP za čtvrté čtvrtletí.**

Asistované CAPI S2S

- Výzva, jak dotázat během pandemie neinternetovou populaci (cca 18%)
- „Dvojitá rekrutace“
- Spojení příjemného s užitečným
- Role technické podpory/asistenta
- Datová kontrola „efektivity“ metody sběru
- Délka dotazování je delší – až 45 minut, rozhovor je veden pečlivě.

Jak vypadá dotazovací prostředí CAPI S2S?

■ Respondentka 31 let:



Jak vypadá dotazovací prostředí CAPI S2S?

- Respondentka 27 let:

MEDIA PROJEKT ČR 2020 Ukončit Klávesnice: Žádná

T07. Kdy naposledy jste četl(a) nebo alespoň prolistoval(a) časopis....?

1 / 27

	včera	před 2-7 dny	před 8-14 dny	před 3-4 týdny	před méně než 3 měsíci	před méně než 6 měsíci	před méně než 12 měsíci	nečetl(a) posledníh 12 měsících
ELLE Elle	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒
Apetit Apetit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒
bydlení Marianne Bydlení	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒
marie claire Marie Claire	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒

23.3.2020 22:09
AT+JC+LR
Verze 1.0.0.3

Dopady epidemie na tiskový trh - čtenost



Dopady na čtenost tisku

Nárůsty čtenosti, aneb čtenáři si najdou cestu!

- Lidé nemohou cestovat, tak cestují alespoň „virtuálně“ a plánují si budoucnost (Lidé a Země)
- Nuda doma, luštíme křížovky a listujeme v TV programech (TV Max, Blesk Křížovky)
- Vaří se doma, stále více experimentují v kuchyni, učí se světové kuchyni (F.O.O.D., Gourmet)
- Obecně rostou čtenosti časopisů s „dlouhodobou platností“
- Omezený společenský život – čtení společenských a lifestylových kategorií (Rytmus života, Pestrý svět)
- Stále se zdokonalujeme v IT technologiích i prostřednictvím odborných časopisů (Computer)
- Muži se starají o svůj styl (ForMen)

Dopady na čtenost tisku

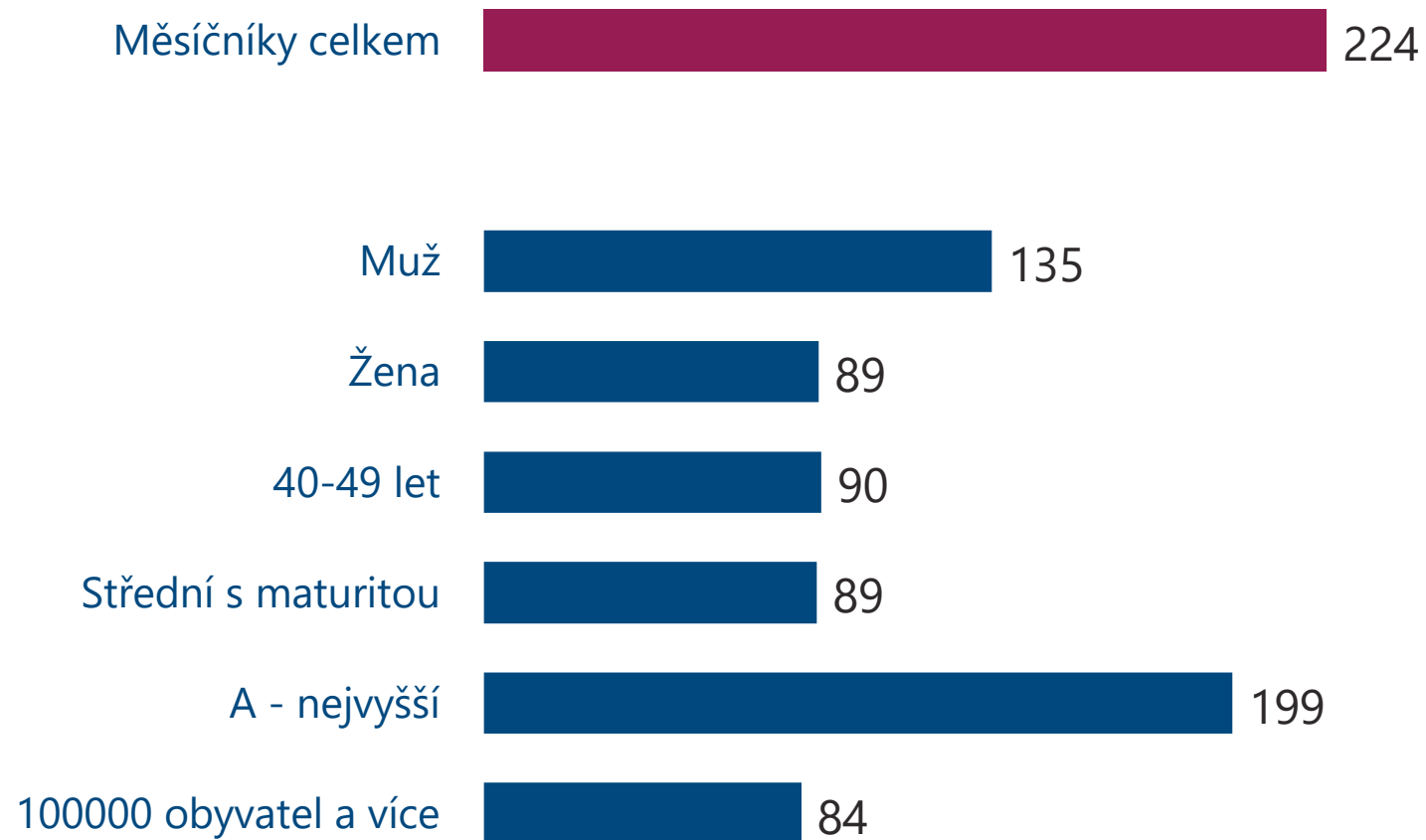


Poklesy čtenosti, aneb (částečně) zavřené obchody, knihkupectví a knihovny, ale dopady vidíme i jinde:

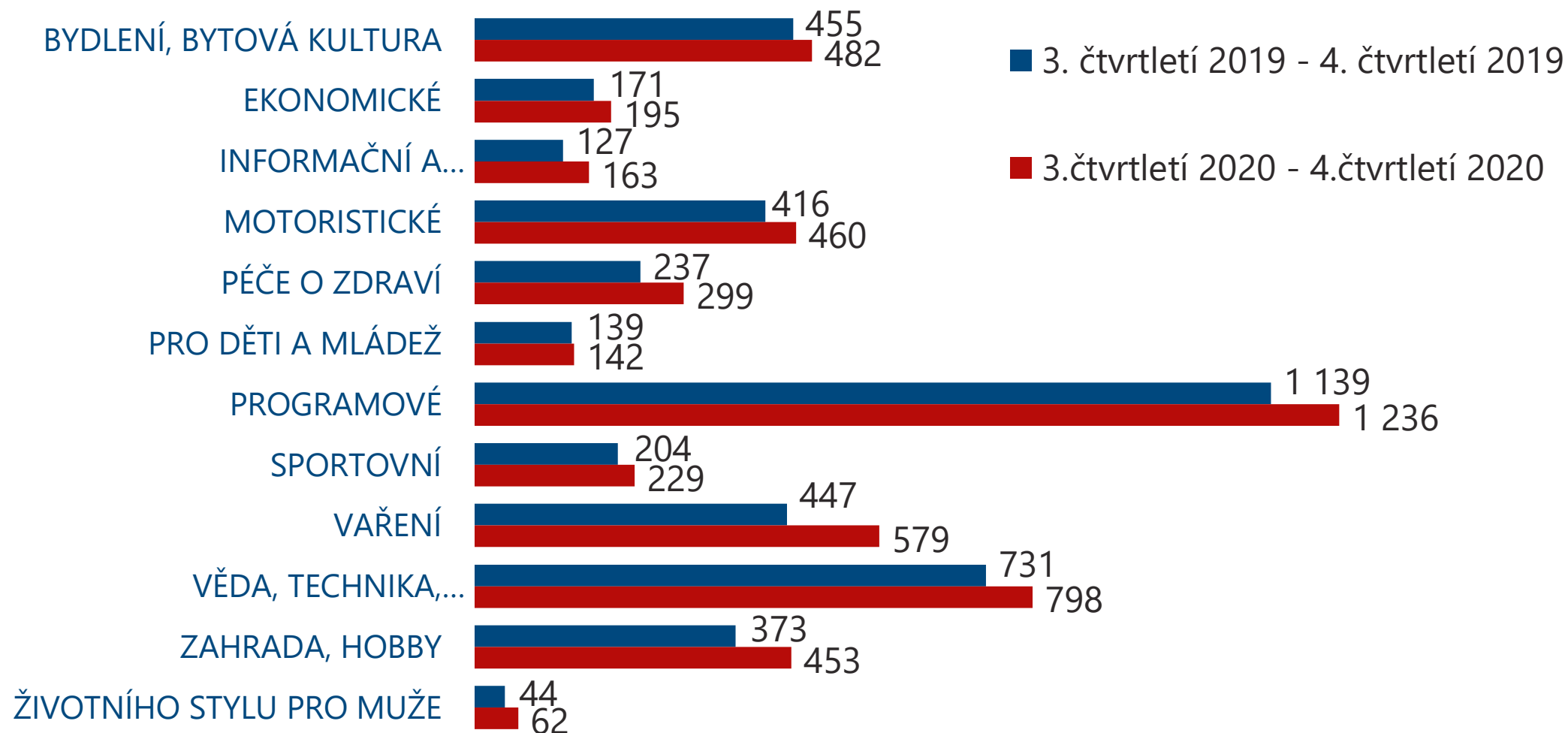
- Ubylo čtení pod lavicí (zavřené školy)
- Nelze číst v MHD přes rameno (homeoffice, distance, mlží se brýle)
- Méně se jezdí vlaky, autobusy
- Koupené číslo méně koluje (omezený pohyb obyvatelstva)
- Ubylo čtení v kadeřnictví (místa, kde jsou čísla nadprůměrně sdílena – kavárny, čekárny)
- Lékaři ordinují po telefonu nebo na objednání – méně času v čekárnách
- Méně se létá (tisk na palubě)

Meziročně vzrostla čtenost měsíčníků

rozdíl čtenosti v delším období alespoň jednoho měsíčníku (v tis.)



Meziročně rostoucí skupiny časopisů



Výsledky MP za 3. a 4. čtvrtletí 2020



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 12 494 respondentů

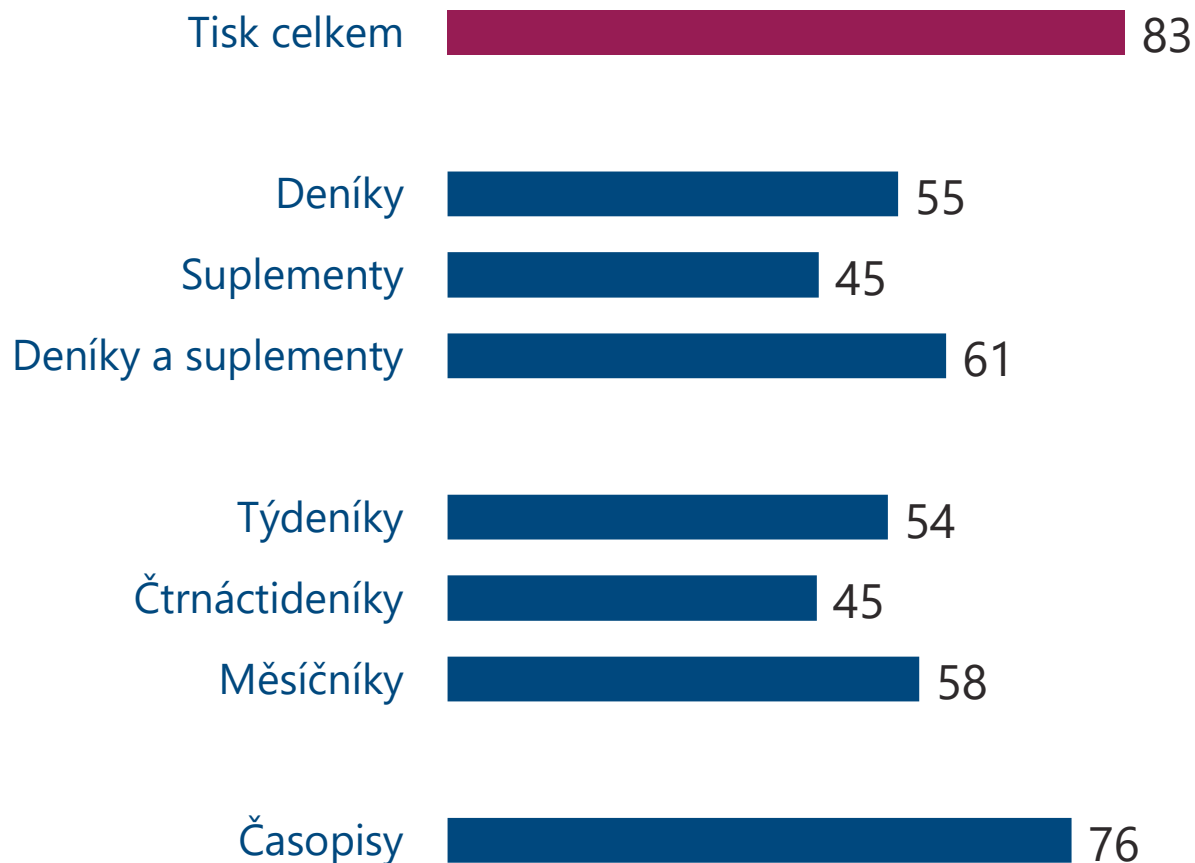
- Průměrná délka rozhovoru cca 27 minut

Celkový zásah tisku



Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

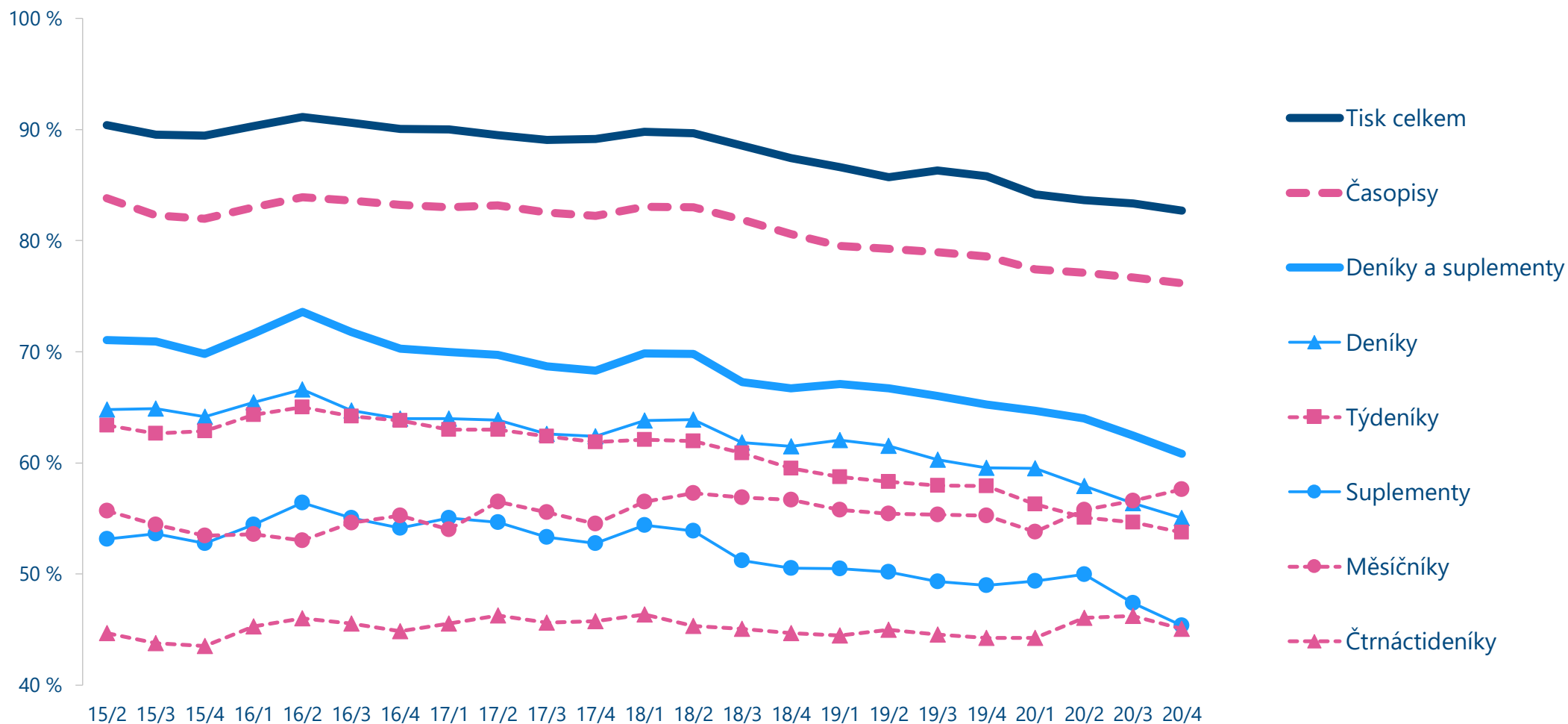
čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



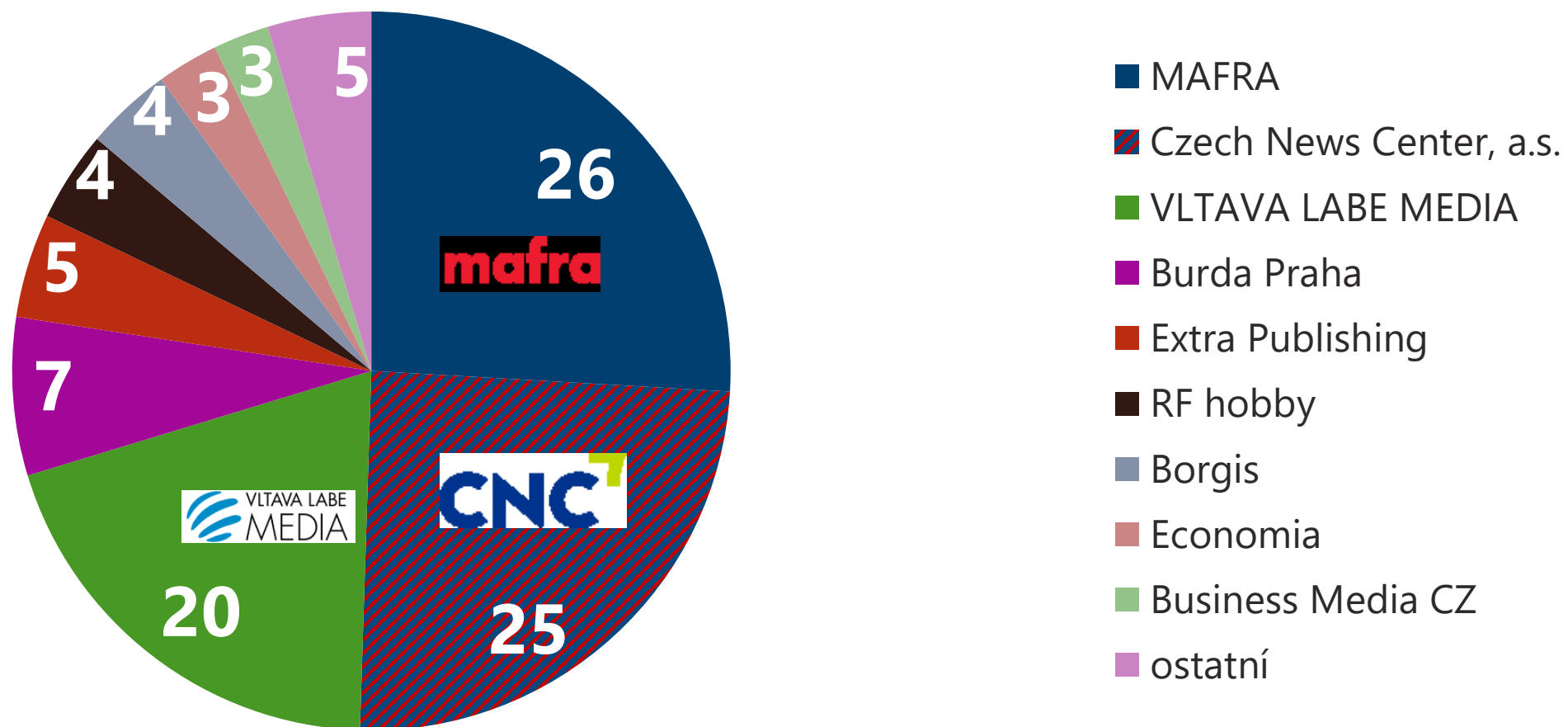
- Celkový zásah tisku je 7 308 000 osob

Základní trendy vývoje čtenosti

čtenost v % obyvatel (celková čtenost)



Vydavatelské domy (podíl na trhu v %)



Čtenost - deníky



Celostátní placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků jsou nadprůměrně často:

- Podnikatelé / živnostníci
- Vlastníci nemovitostí



Blesk	700
MF DNES	453
Právo	192
* Lidové noviny	180
Aha!	171
* Sport	163
* Hospodářské noviny	159
DENÍK ČR	417

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Regionální placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- Jsou živnostníci a podnikatel
- Mají bazén
- Používají čtečku



* DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	79
DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	60
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	51
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	50
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	50
DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	42
* DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	36
* DENÍK - KRAJ VYSOČINA	31
* DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	25

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Deníky zdarma

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků zdarma:

- Častěji mají tablet / čtečku
- Chataři / chalupaři
- Více než 40 % patří do A a B kategorií

* Metro	344
E15	62



Suplementy

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Pouze:

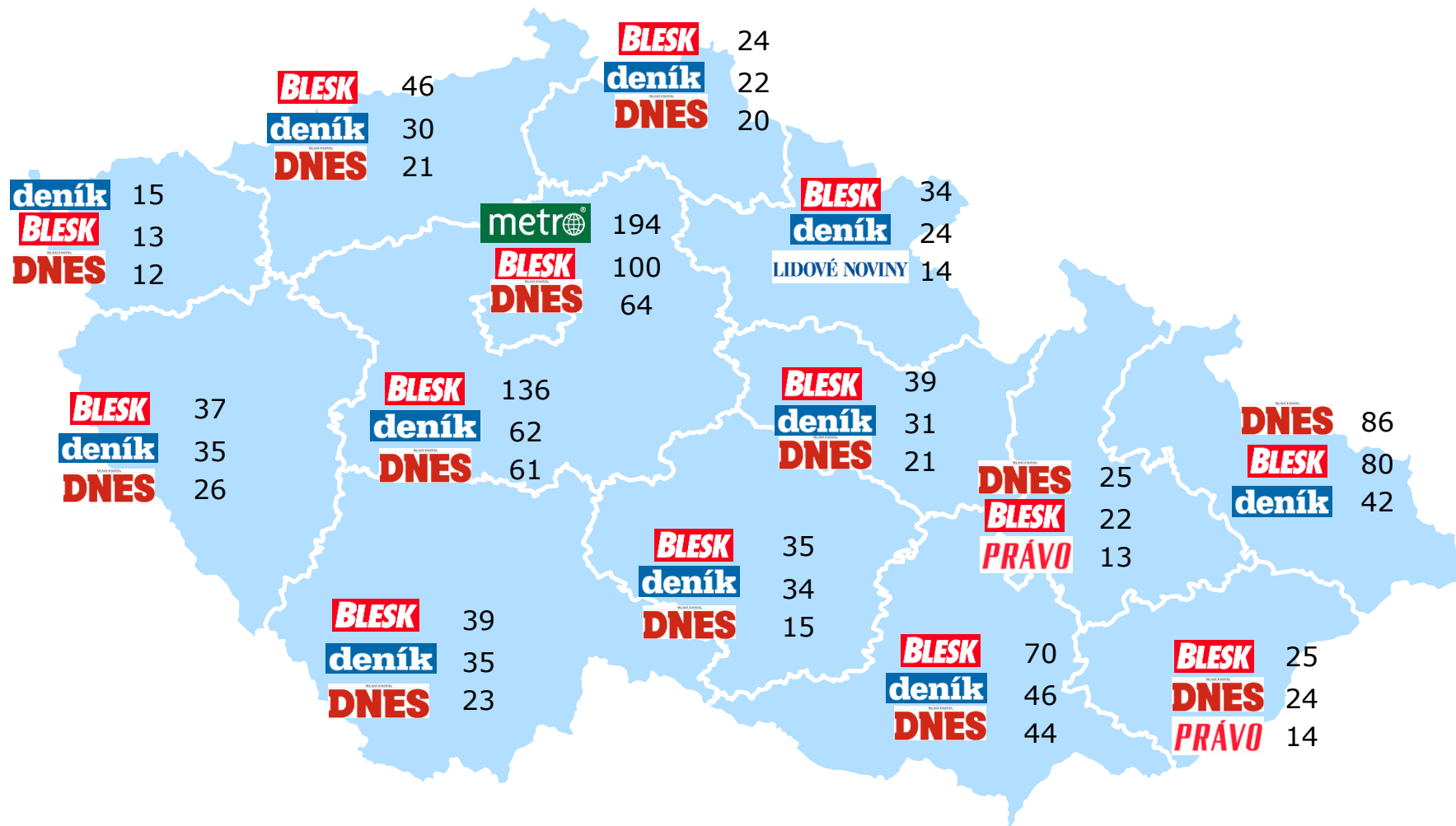
- 8 % z nich nečte žádný časopis

Blesk magazín TV	880
* TV magazín (celkem)	776
Magazín DNES + TV	524
Víkend DNES	338
Aha! TV	334
* Ona DNES	330
Magazín Právo + TV	321
TV pohoda (celkem)	263
Sport magazín	219
* Doma DNES	208
* Pátek Lidové noviny	200
* Deník víkend	197
* Auto DNES	177
Víkend Právo	159
* MF DNES Speciál	152
Dům & bydlení	137
Styl pro ženy	89

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Deníky v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Specifický zásah tisku – profesní skupiny



Cílová skupina – třídy A + B

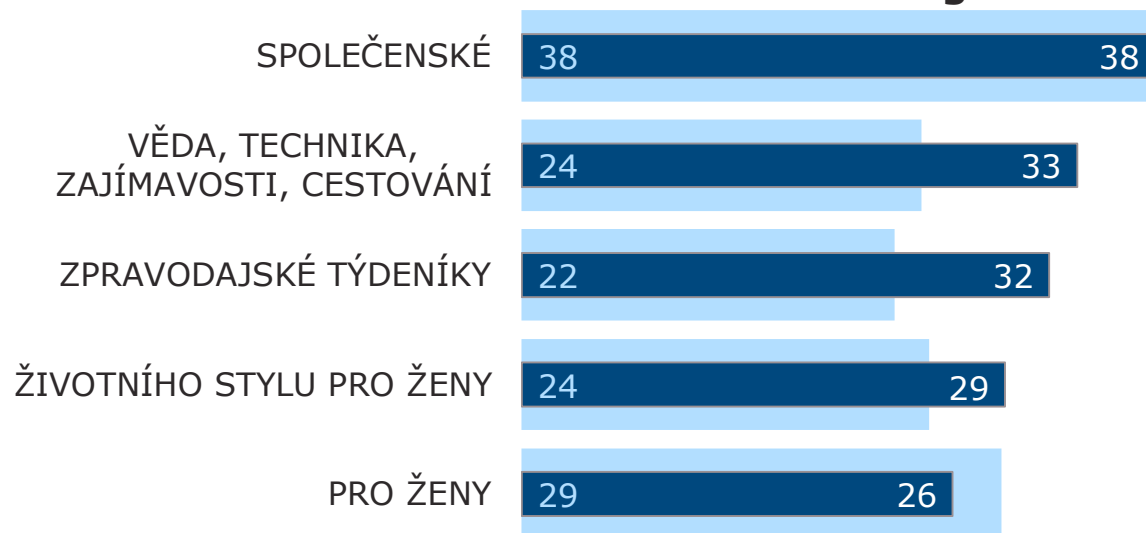
= celkový zásah v % (delší období)

2 638 tis. lidí



■ Podíl čtenářů v populaci
■ Podíl čtenářů v CS

TOP 5 kategorií

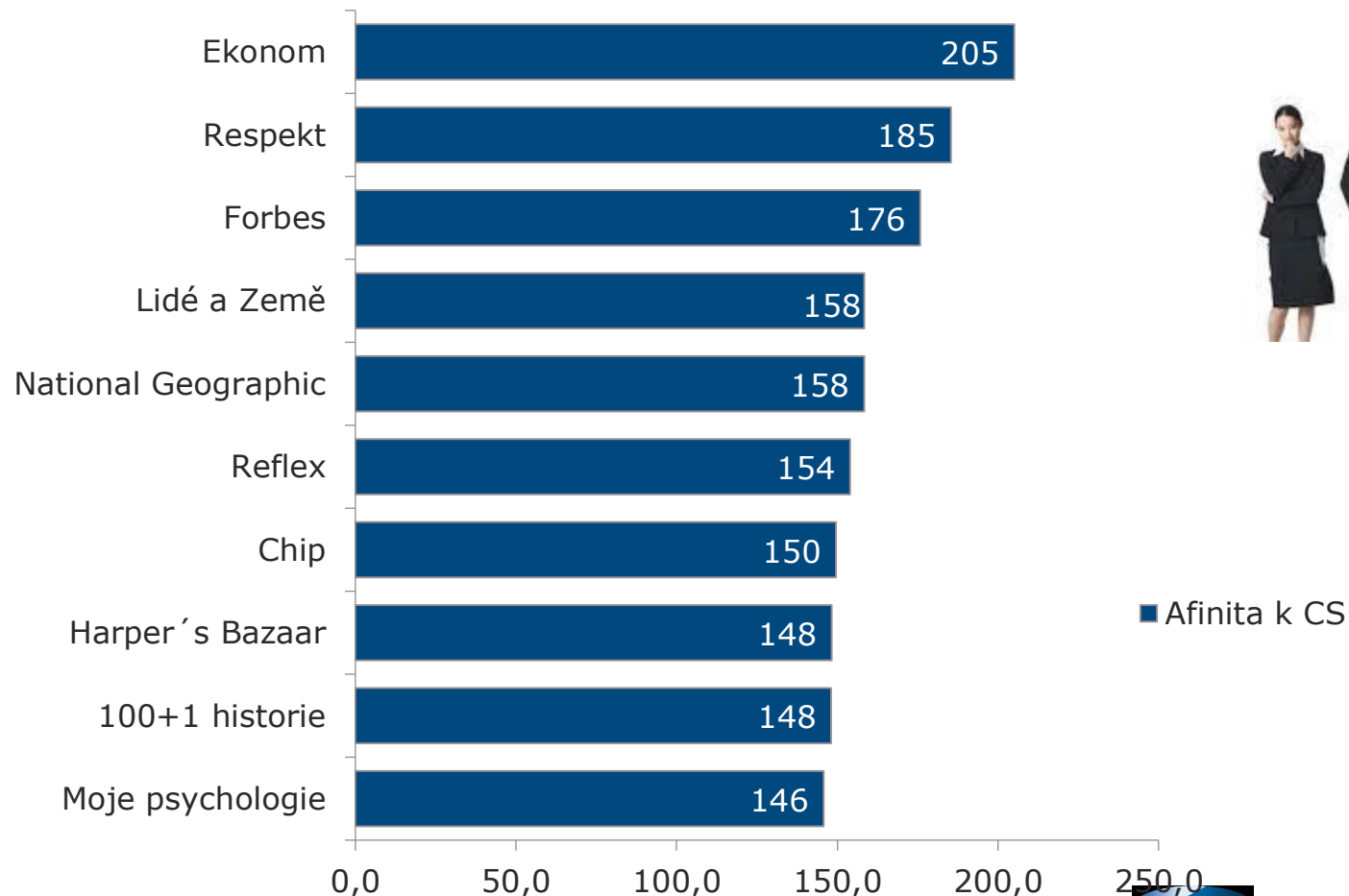


Cílová skupina – třídy A + B

tituly s největší afinitou (delší období)

2 638 tis. lidí

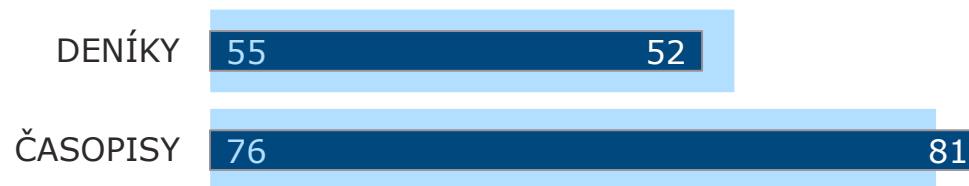
TOP 10 médií



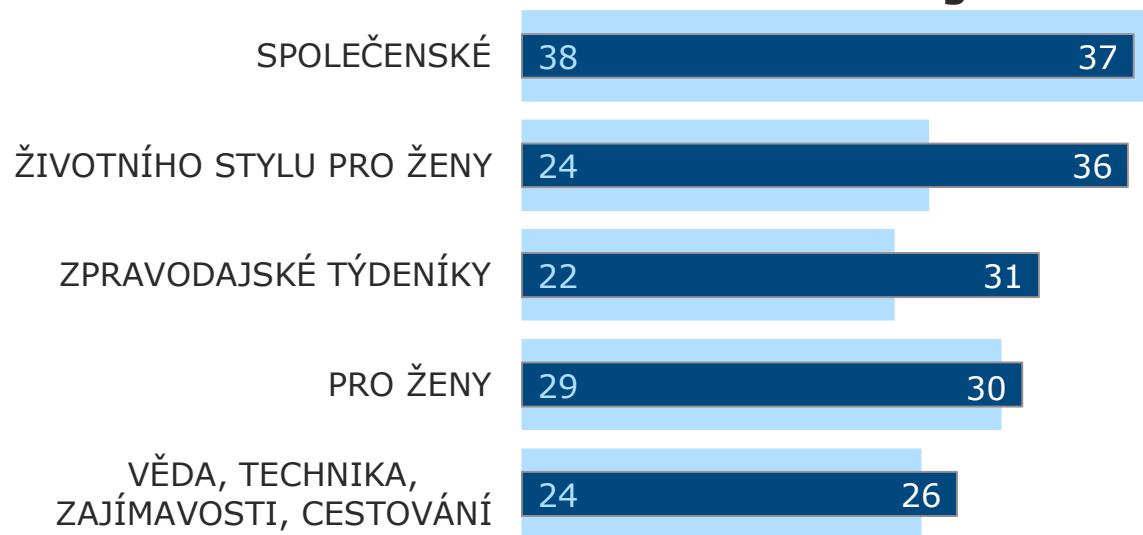
Cílová skupina – Lékaři, sestry a pracovníci ve zdravotnictví

celkový zásah v % (delší období)

174 tis. lidí



TOP 5 kategorií

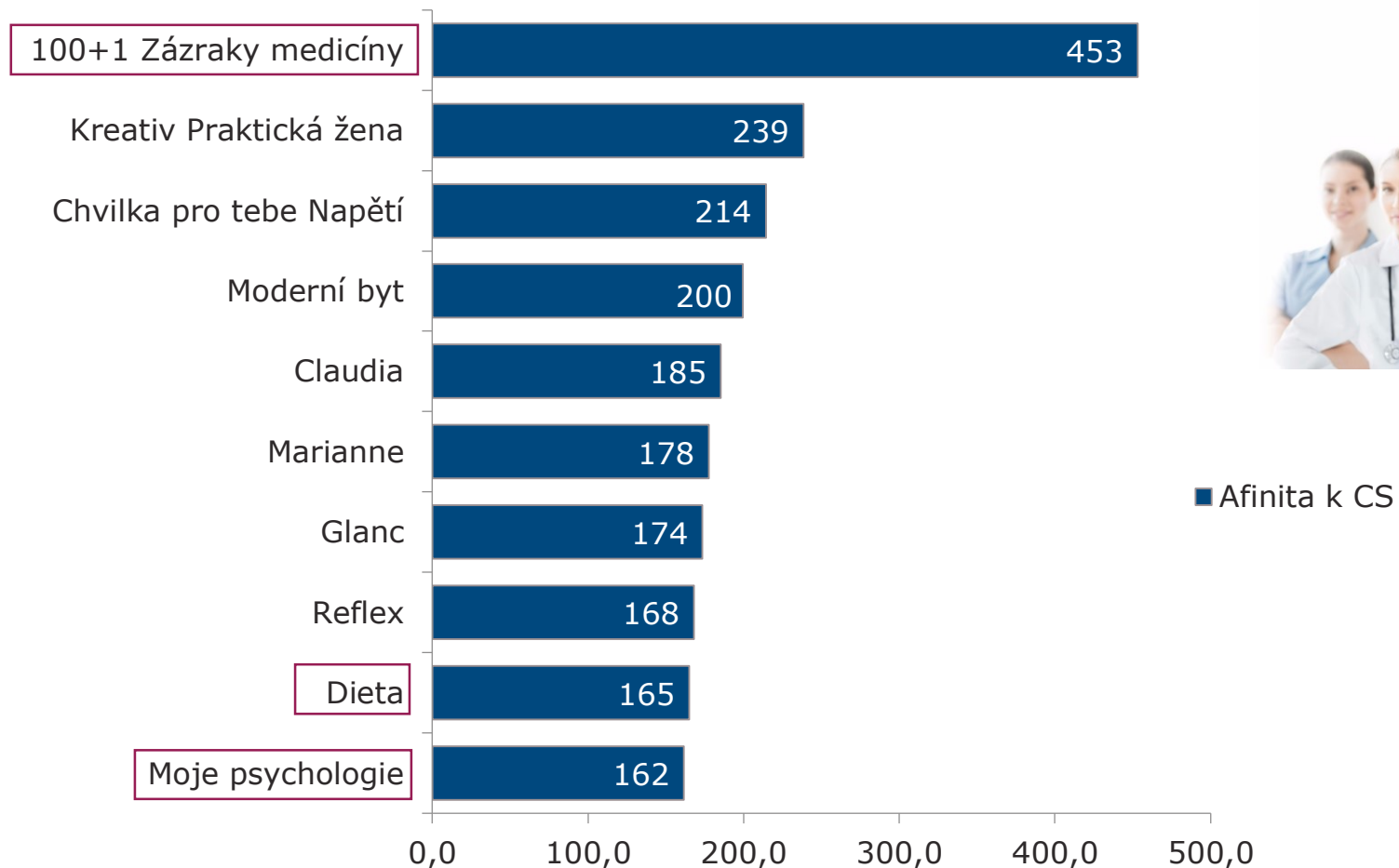


Cílová skupina – Lékaři a pracovníci ve zdravotnictví

tituly s největší afinitou (delší období)

174 tis. lidí

TOP 10 médií



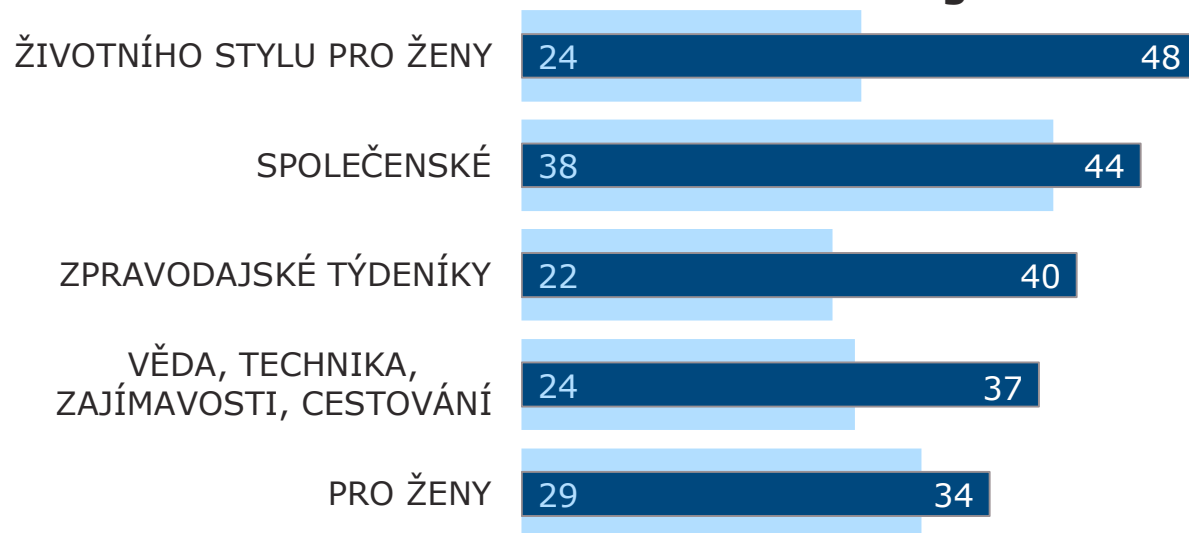
Cílová skupina – Učitelé

celkový zásah v % (delší období)

237 tis. lidí



TOP 5 kategorií

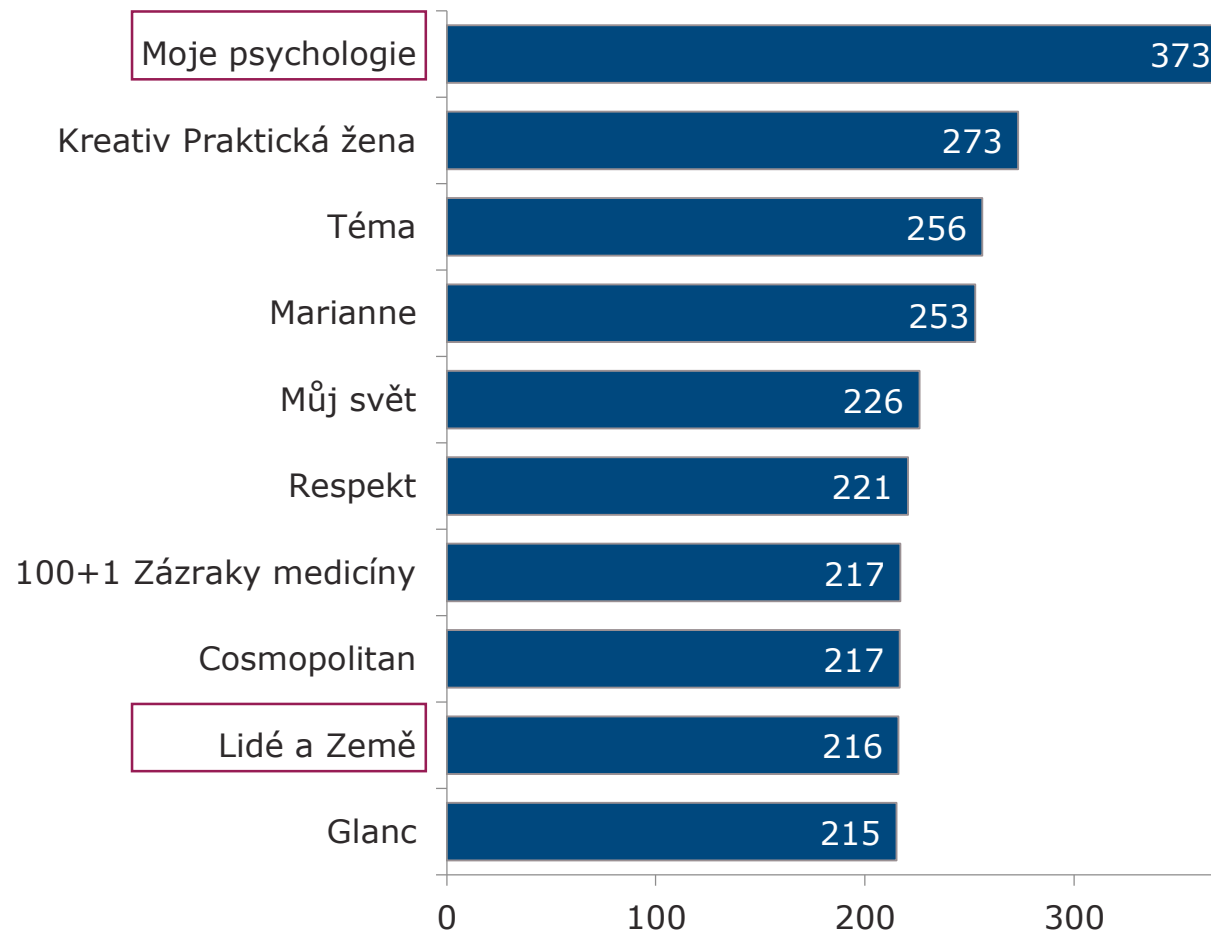


Cílová skupina – Učitelé

tituly s největší afinitou (delší období)

237 tis. lidí

TOP 10 médií



■ Afinita k CS

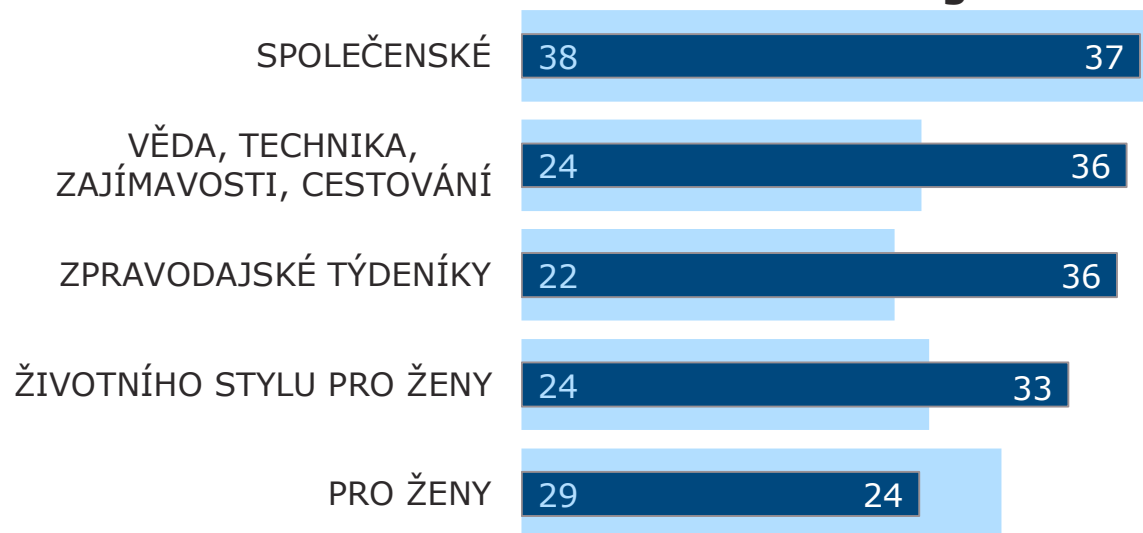
Cílová skupina – Vysokoškoláci

celkový zásah v % (delší období)

1 629 tis. lidí



TOP 5 kategorií

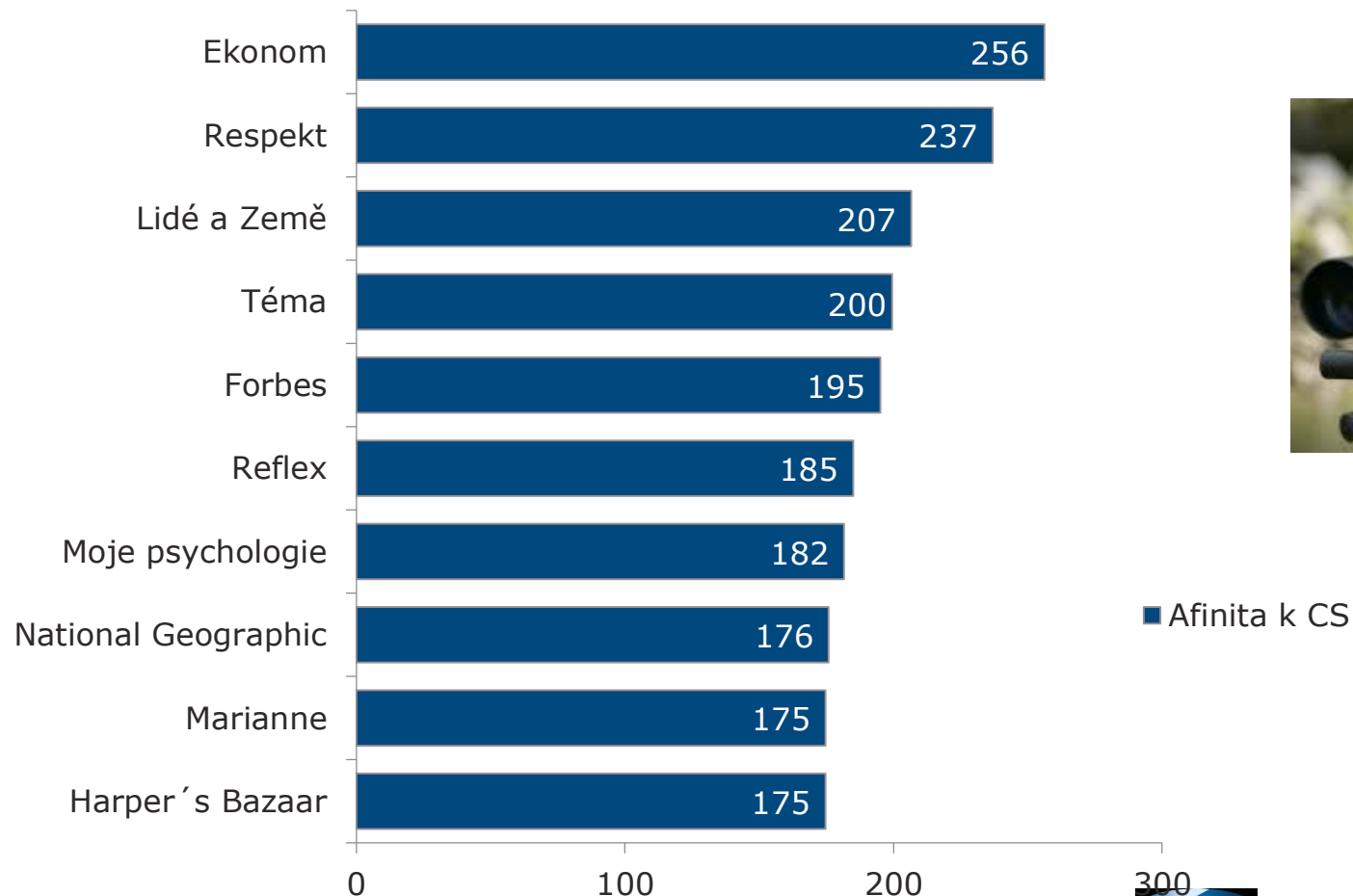


Cílová skupina – Vysokoškoláci

tituly s největší afinitou (delší období)

1 629 tis. lidí

TOP 10 médií



Čtenost – časopisy



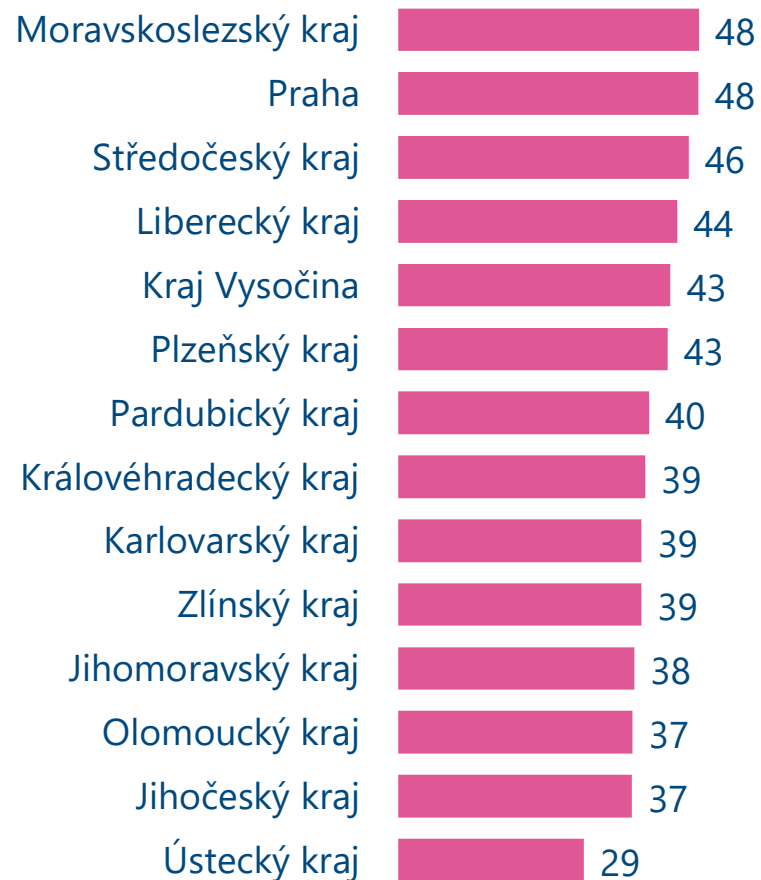
Čtenost v krajích

stálí a pravidelní čtenáři alespoň 1 titulu - zásah v %

Deníky a suplementy

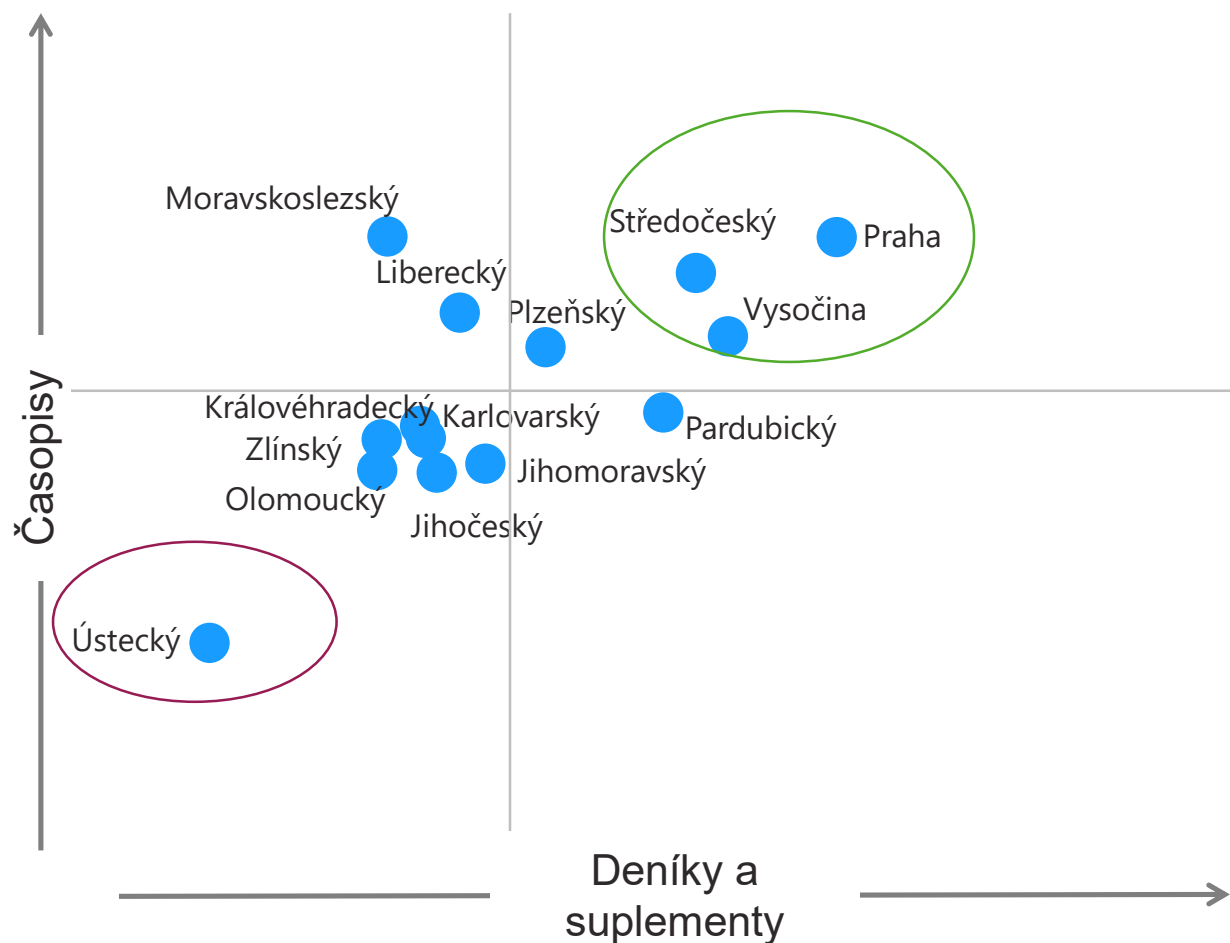


Časopisy



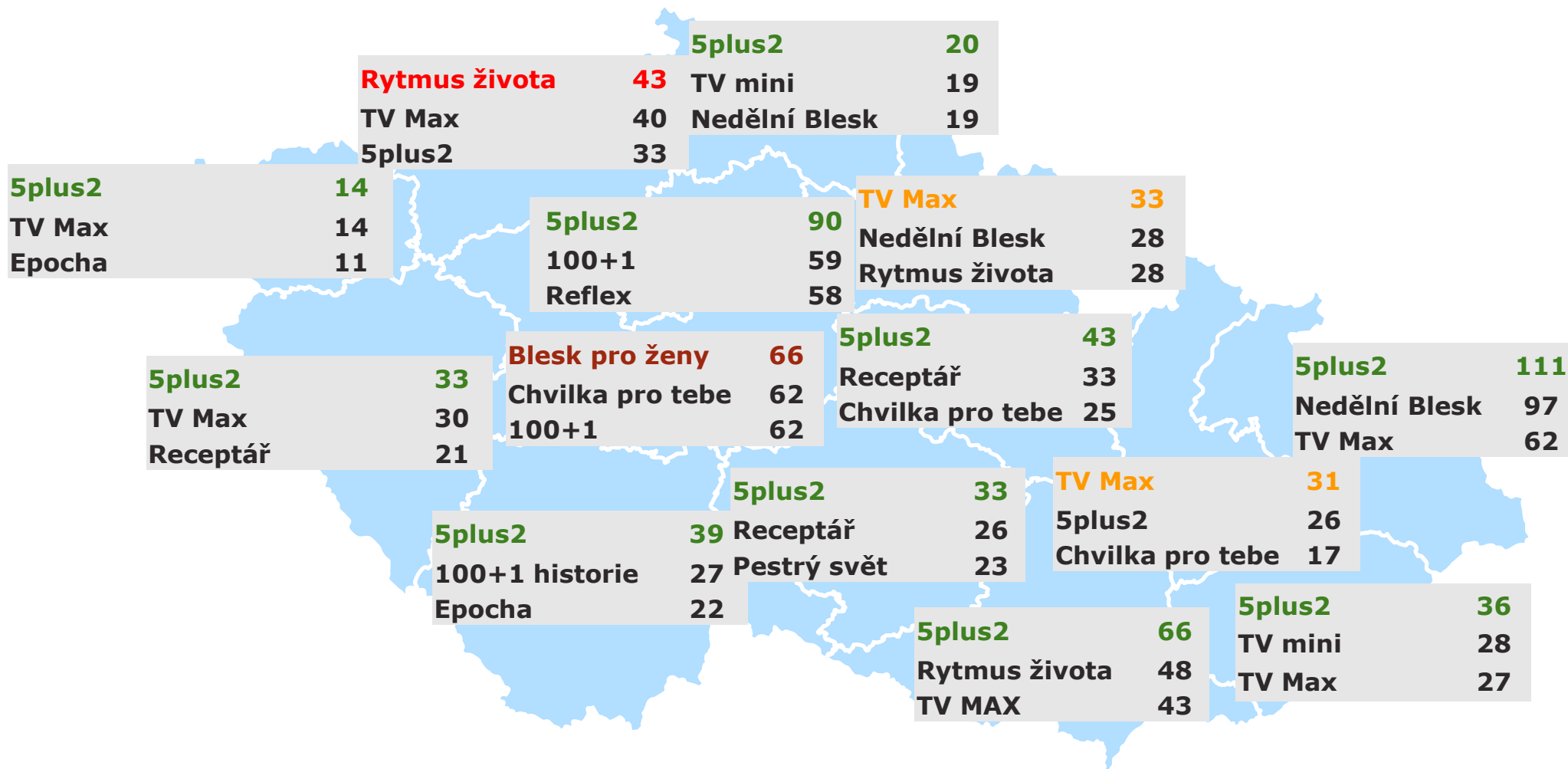
Čtenost v krajích

% obyvatel (stálí a pravidelní čtenáři)



Časopisy v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Bydlení, bytová kultura

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Dům a zahrada	148
* Blesk Bydlení	126
Bydlení	108
Svět koupelen	76
* Můj dům	72
Svět kuchyní	63
Marianne Bydlení	53
* Moderní byt	47

Častěji:

- Mají chatu nebo chalupu

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Ekonomické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Forbes	155
* Ekonom	48

- Téměř všichni mají smartphone

Informační a komunikační technologie

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Chip	102
* Computer	87

- Mezi čtenáři jen 12 % žen
- Téměř všichni mají smartphone

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Motoristické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Svět motorů Speciál	206
* Svět motorů	164
Auto Tip	105
Automobil	101
* Auto Tip Klassik	100

- Téměř polovina má auto mladší než 10 let

Péče o zdraví

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Blesk Zdraví	148
* Moje zdraví	117
100+1 Zázraky medicíny	94

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

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Čtenost roste s věkem

* Chvilka pro tebe	354
* Blesk pro ženy	351
* Překvapení	190
* Napsáno životem	154
Tina	145
* Aha! pro ženy	127
Maminka	123
Vlasta	113
* Čas na lásku	106
* Můj svět	106
* Claudia	94
Burda style	62

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Programové

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Nejvíce 60+ let

Životního stylu pro muže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Pětina jsou ženy

* TV Max	465
* TV mini	337
* TV expres	162
TV star	158
Týdeník Televize	117
* TV Plus 14	108
* TV Revue	92

* ForMen	62
----------	----

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Společenské

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Nejvyšší podíl mužů: 21. století (68 %)
- Nejvyšší podíl žen: Čas pro hvězdy a Pestrý svět (84 %)

* Nedělní Blesk	441
* Rytmus života	401
Epocha	344
21. století	231
* Pestrý svět	213
* Rytmus života RETRO	190
Nedělní Aha!	129
Pestrý svět Nostalgie	68
Čas pro hvězdy	62
* Story	61

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Sportovní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Nedělní Sport	140
* Sport Góóól!	109
Snow	27

- Součtenost s deníkem Sport: 62 tis.

Vaření

čtenost na vydání v tis. čtenářů



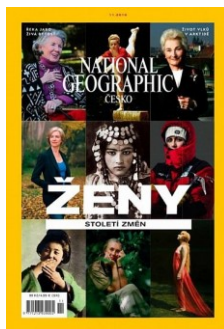
Blesk Vaše recepty	202
Apetit	198
Chvilka v kuchyni	142
* F.O.O.D.	117
* Gurmet	115

- Třetinu tvoří muži

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020

Věda, technika, zajímavosti, cestování

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Zahrada, hobby

čtenost na vydání v tis. čtenářů



100+1	281
* 100+1 historie	256
National Geographic	229
* Lidé a Země	171
* Živá historie	120

- Častěji vedoucí pracovníci

* Receptář	336
* Blesk Hobby	167

- Rodinný dům/chatu/zahradu mají 2/3

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020

Životního stylu pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



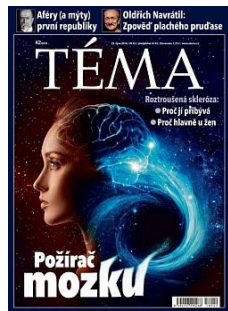
- 19 % žen četlo poslední vydání některého LS titulu pro ženy
- Nejvyšší podíl mužů – Harper's Bazaar (34%)

* Žena a život	229
* Svět ženy	210
* Marianne	197
* Kreativ Praktická žena	176
* Cosmopolitan	150
Glanc	144
Elle	135
* Moje psychologie	122
Dieta	107
* Harper's Bazaar	79
Vogue	71

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Zpravodajské týdeníky - celostátní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Reflex	253
* Téma	208
* Respekt	176
* Týdeník Květy	158

- Nejvíce v Praze

Zdarma distribuované časopisy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* 5plus2	600
----------	-----

- K tomu nějaký placený týdeník 44 %

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Pro ženy – čtení, křížovky a soutěže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Blesk Křížovky	255
* Nedělní Blesk Křížovky	227
Chvilka pro luštění	193
* Křížovkář TV magazín	153
* Nedělní Aha! Křížovky	138
* Chvilka pro tebe Napětí	94

Pro děti a mládež

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Blesk křížovky & Nedělní Blesk křížovky 97 tis.

ABC	142
-----	-----

- Téměř polovina ženatí/rozvedení – čtou i rodiče

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2020+Q3/2020*

Specifický zásah tisku – čtenářské obce



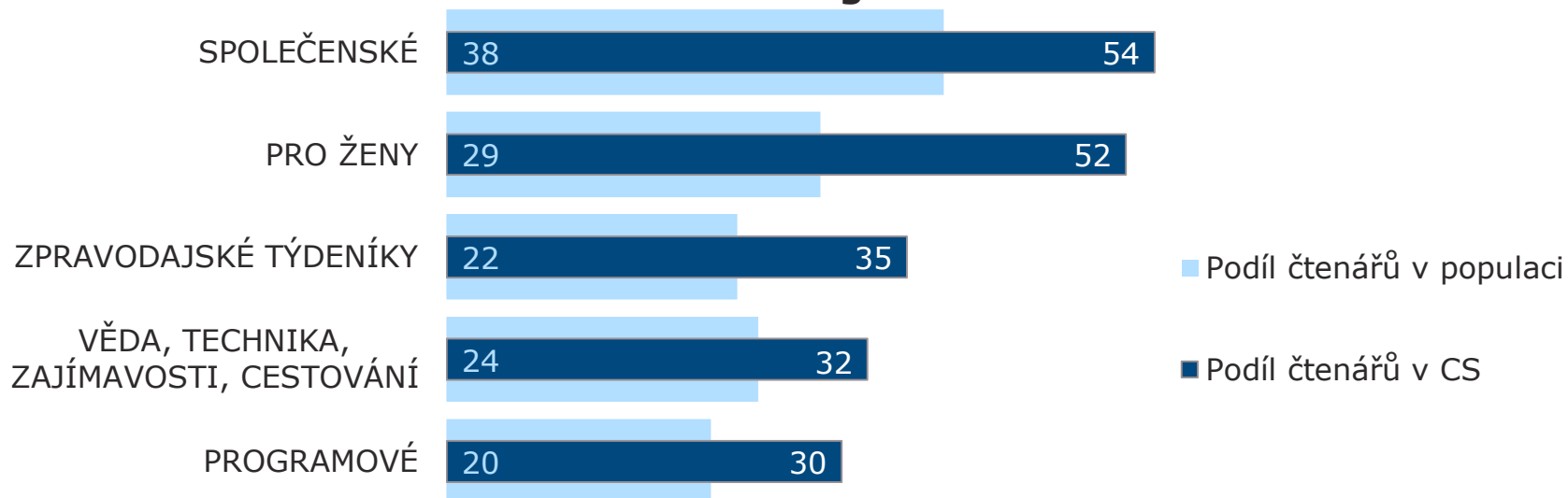
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



87 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



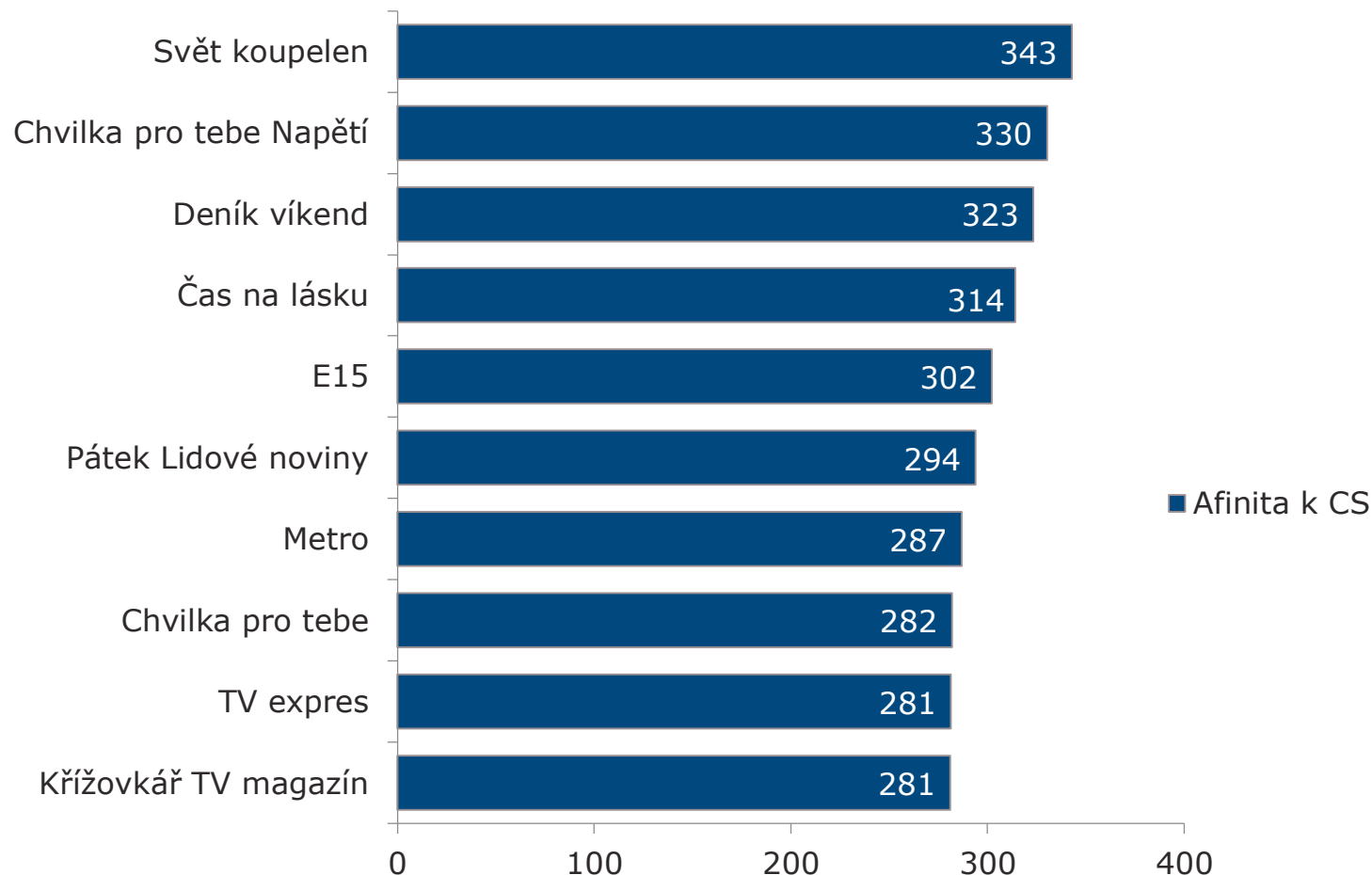
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1592 tis.
z toho 13 %
stálých

TOP 10 médií



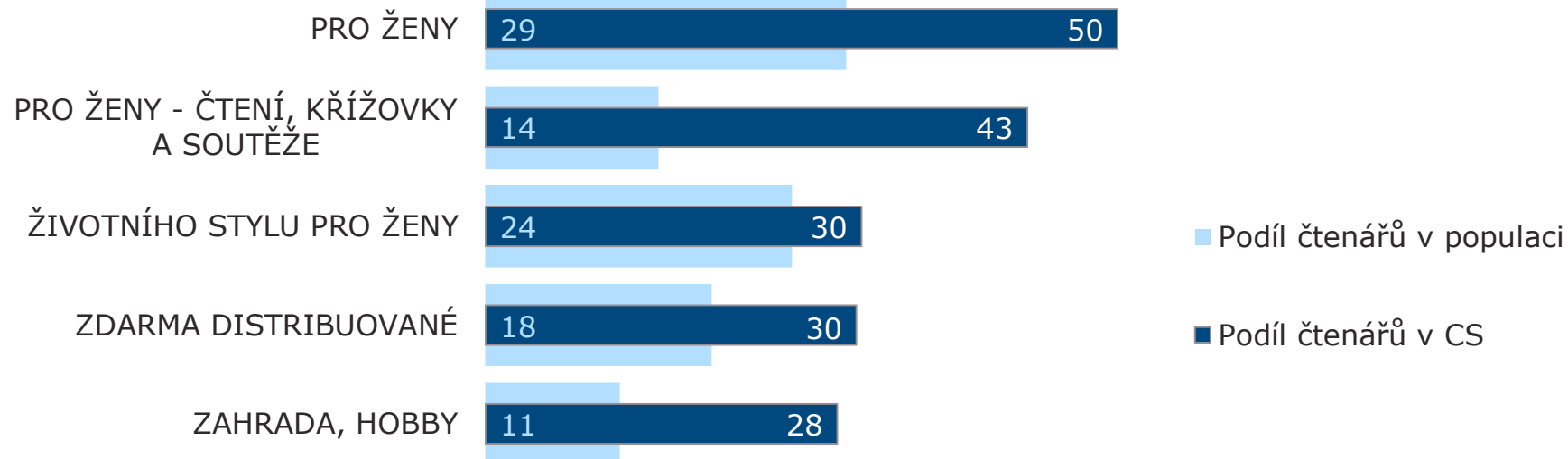
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



94 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



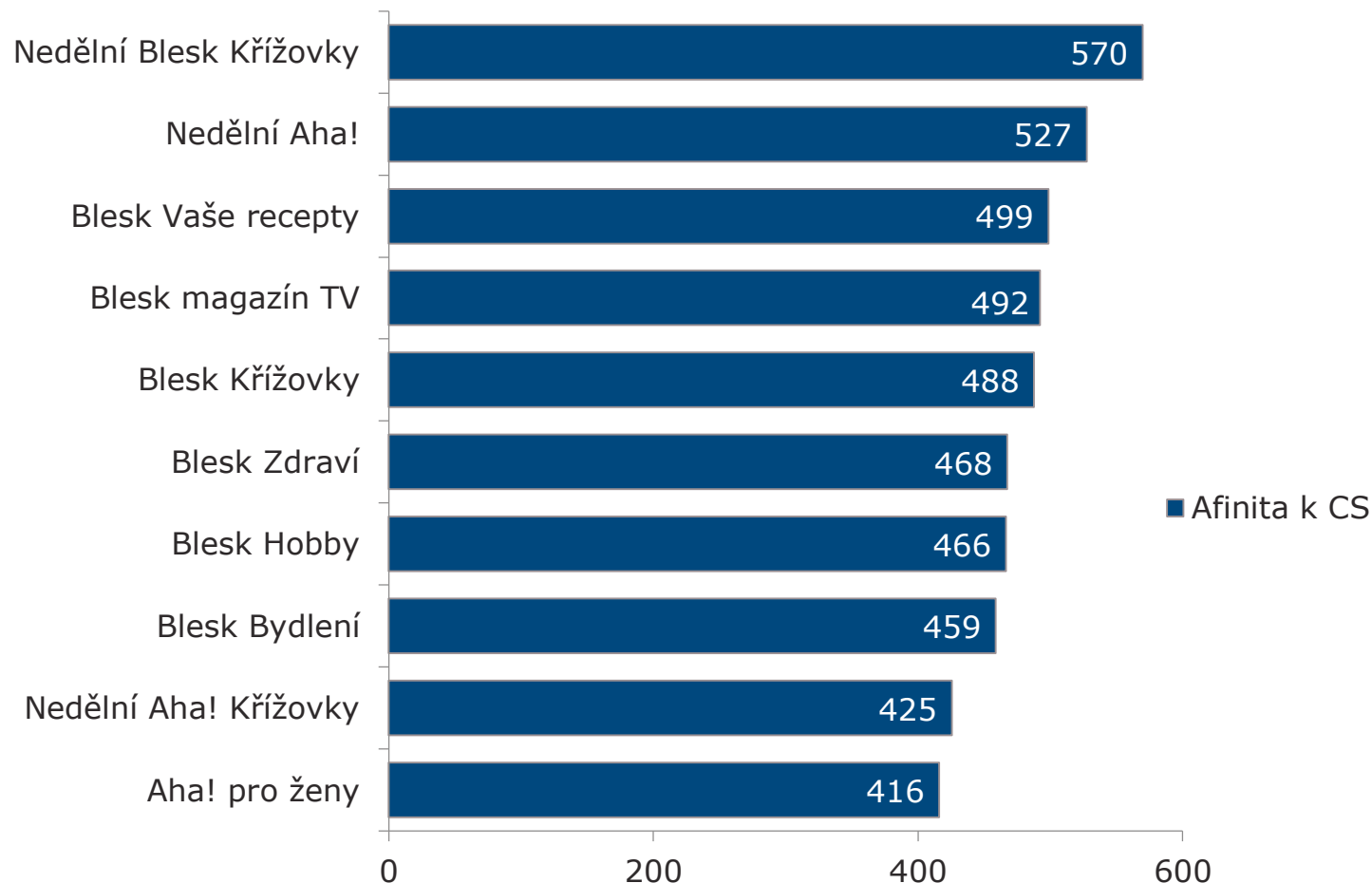
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1253 tis.
z toho 11 %
stálých

TOP 10 médií

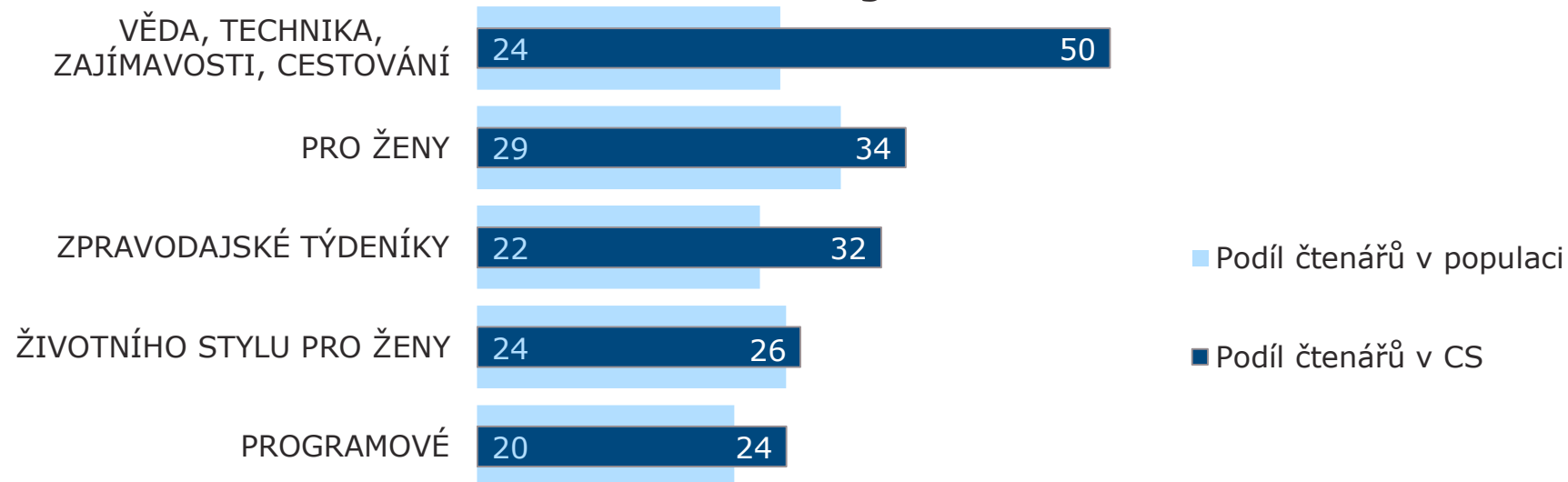


Cílová skupina – stálí čtenáři celkový zásah v % (delší období)



77 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



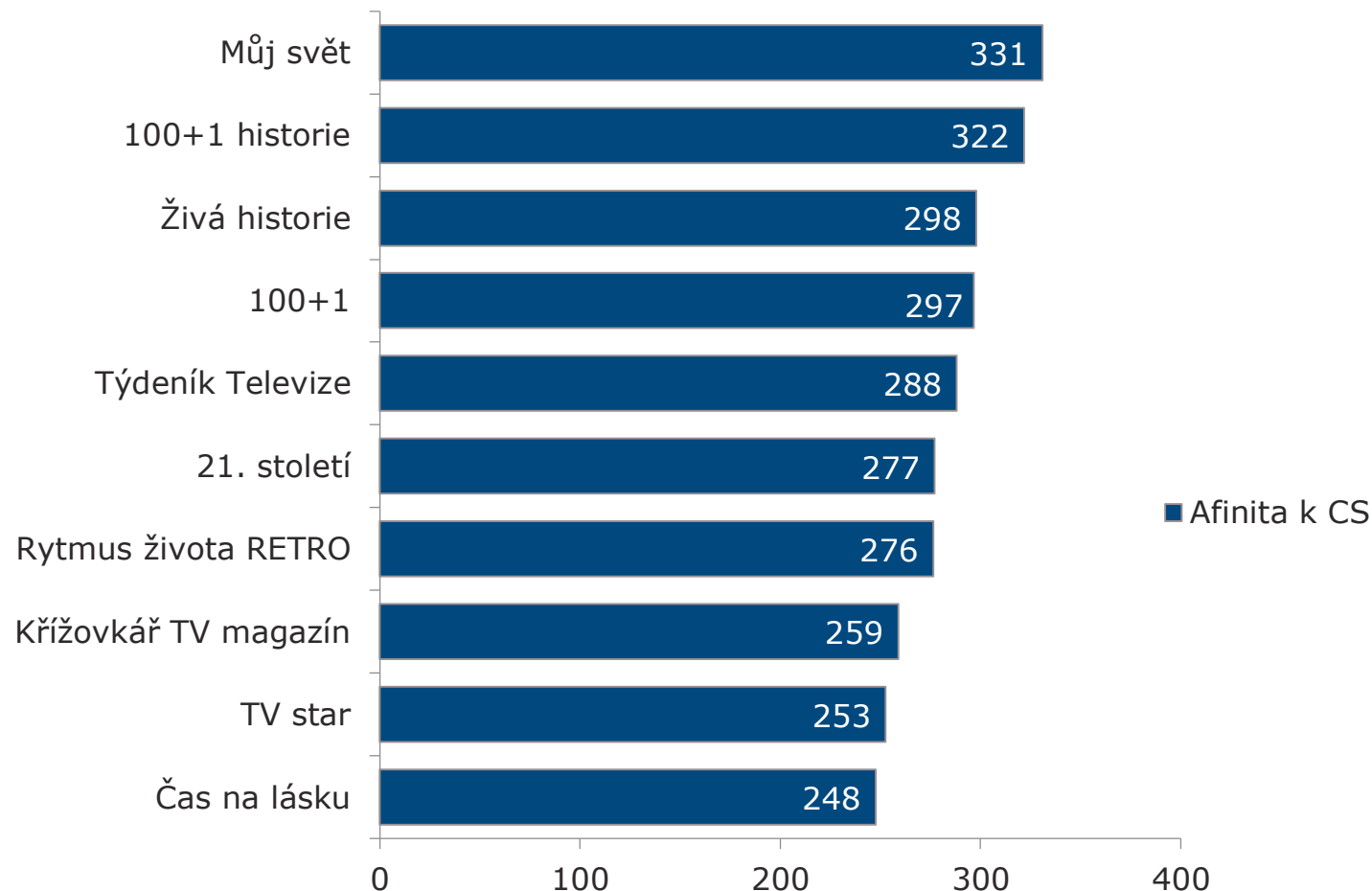
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1225 tis.
z toho 11 %
stálých

TOP 10 médií



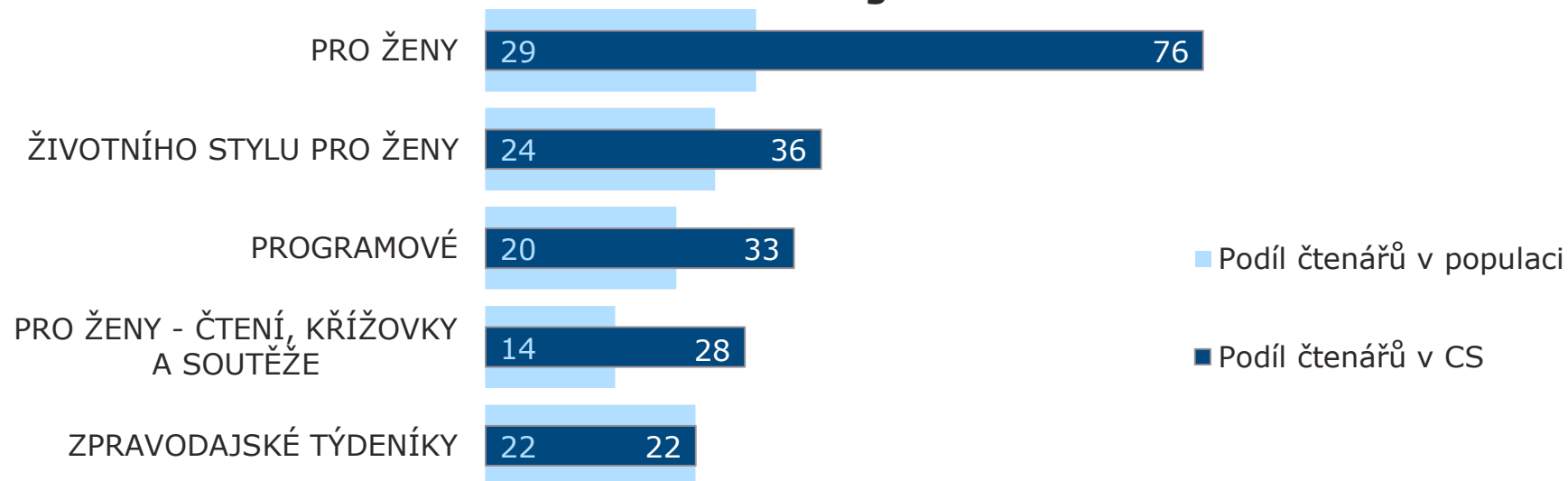
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



84 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



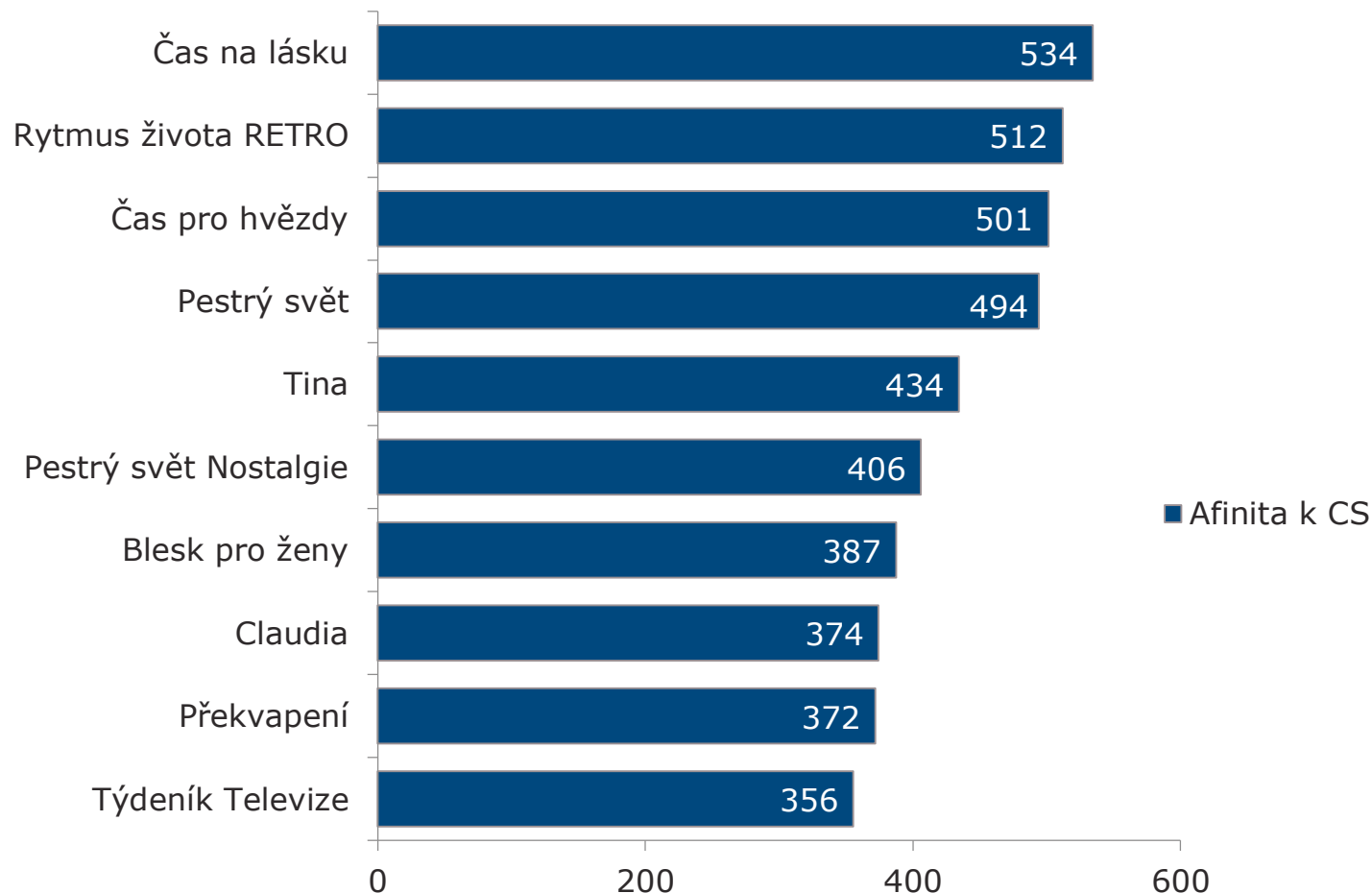
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1266 tis.
z toho 10 %
stálých

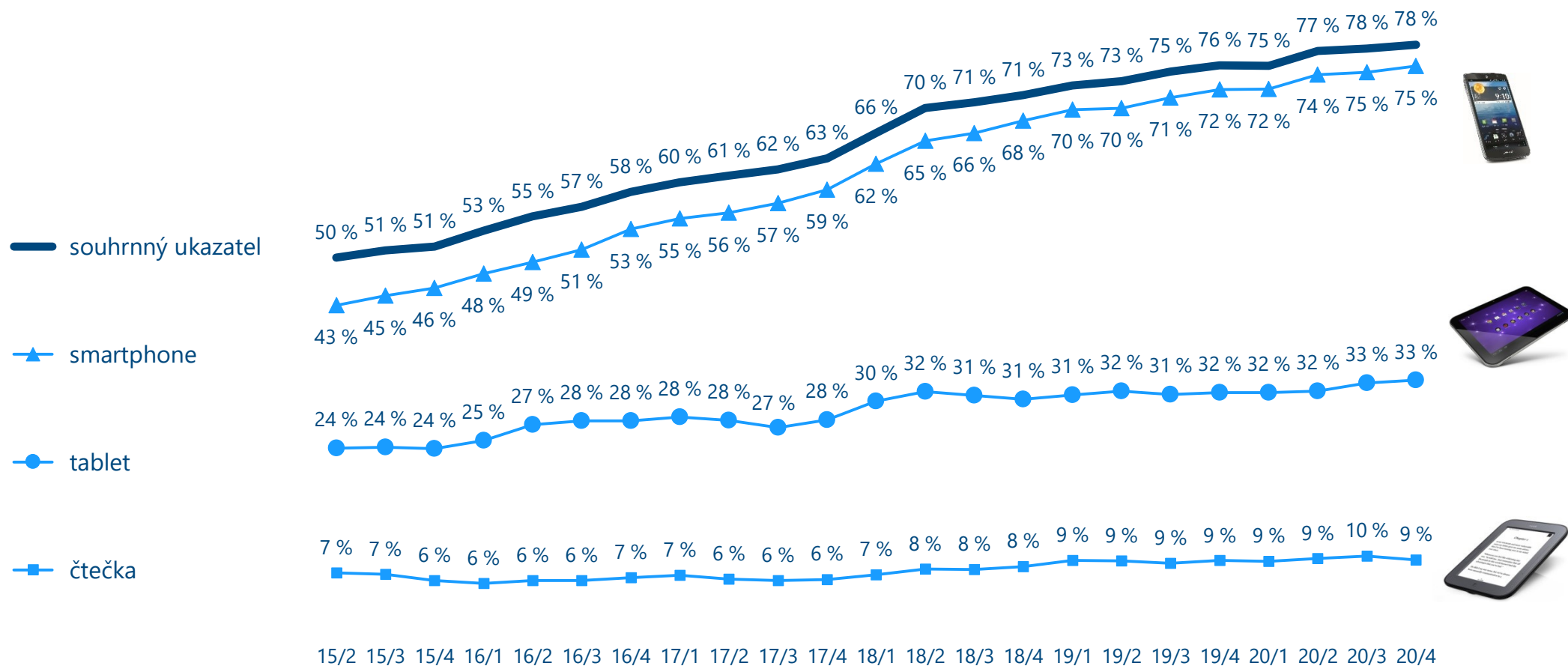
TOP 10 médií



Trendy vybavenosti čtecími zařízeními



Nárůst vybavenosti populace čtecími zařízeními



Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

*MEDIA PROJEKT: 3. čtvrtletí 2020
a 4. čtvrtletí 2020*

Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

