

MEDIA PROJEKT

1. čtvrtletí 2021 a 2. čtvrtletí 2021



STEM  MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Situace v prvním pololetí 2021



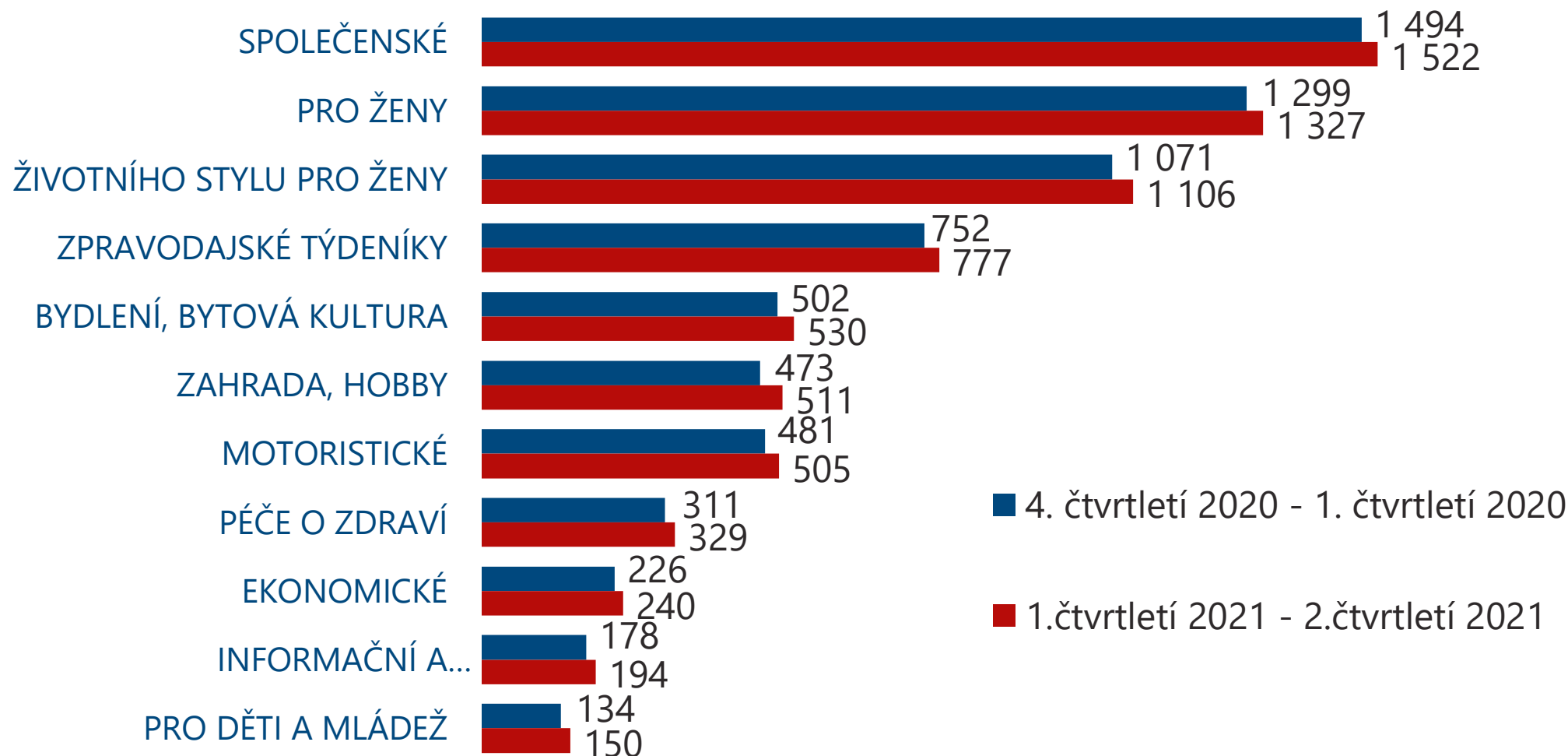
- Společenské (ale i mediální) důsledky COVID-19
- Q1 dotazováno v lockdownu, nižší mobilita do dubna
- Nespokojenost s opatřeními ve společnosti roste (z HO se stává nový „standard“)
- Pozvolný návrat F2F dotazování, návrat částečné ochoty respondentů
- Květen-červen – pokračuje uvolňování opatření, školy již otevřené, mnohde přetrvává HO
- Prázdniny OK, ale co nás čeká na podzim 2021?
- **MP je připraven i na případně komplikované situace.**

Mezikvartálně vzrostla čtenost týdeníků a měsíčníků

čtenost na vydání (v tis.)



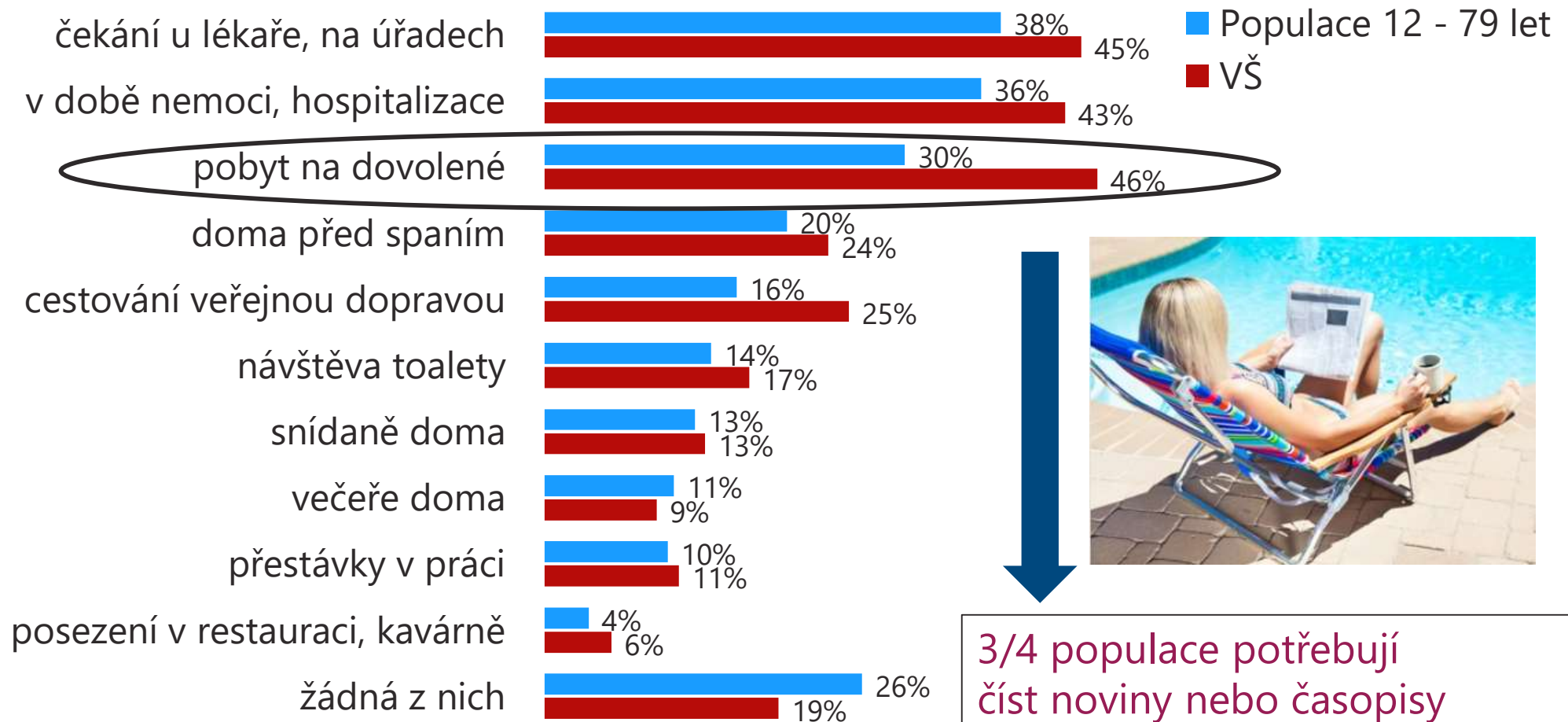
Mezikvartálně rostoucí skupiny časopisů



Tisk je dovolenkové médium

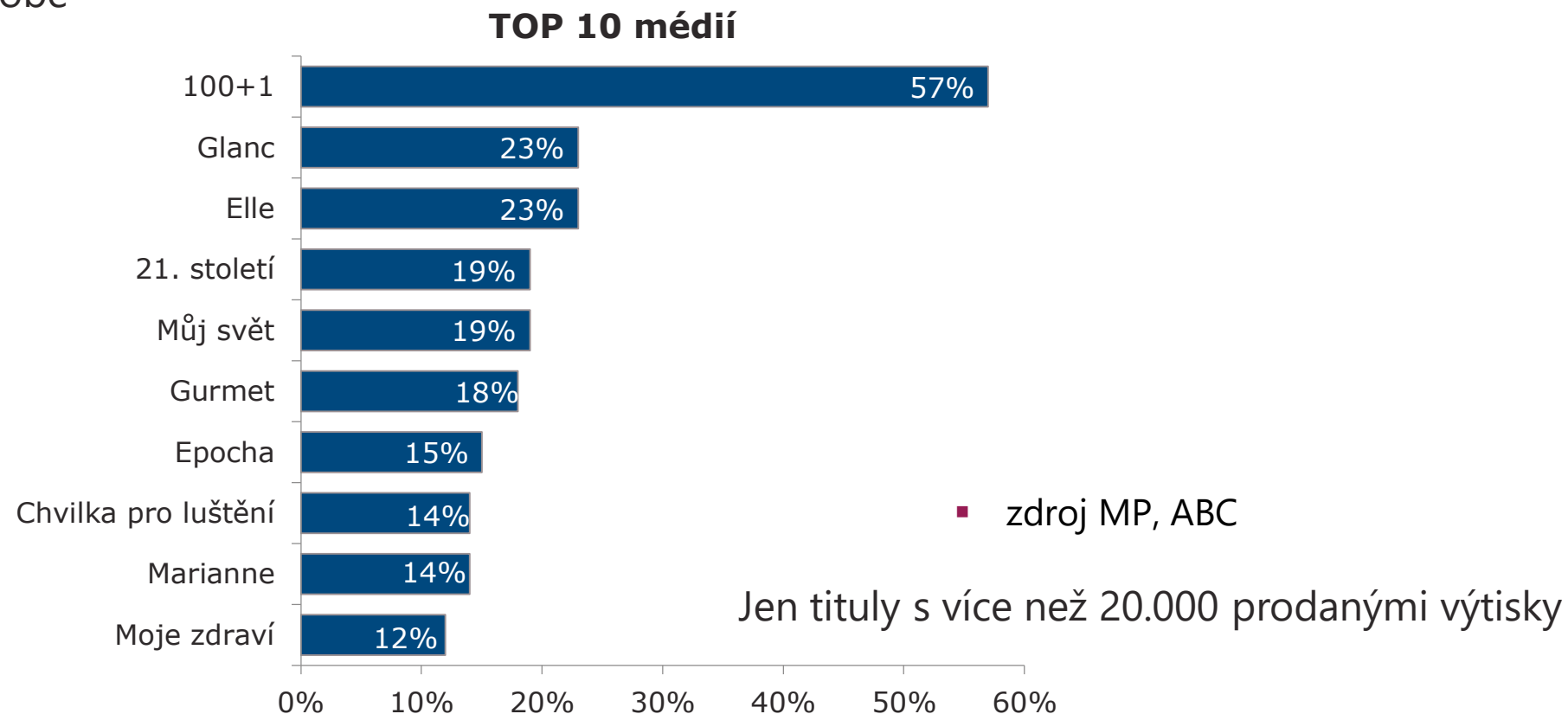


Které aktivity si nedokážete představit bez čtení novin nebo časopisů?



Časopisy s velkým nárůstem prodaného nákladu v letním období (červenec – srpen)

3 roky po sobě



3 roky po sobě:
v letní období
se mnohem více se nakupuje tisk,
čte se stejně,
ale méně se sdílí (dovolené, prázdniny...)

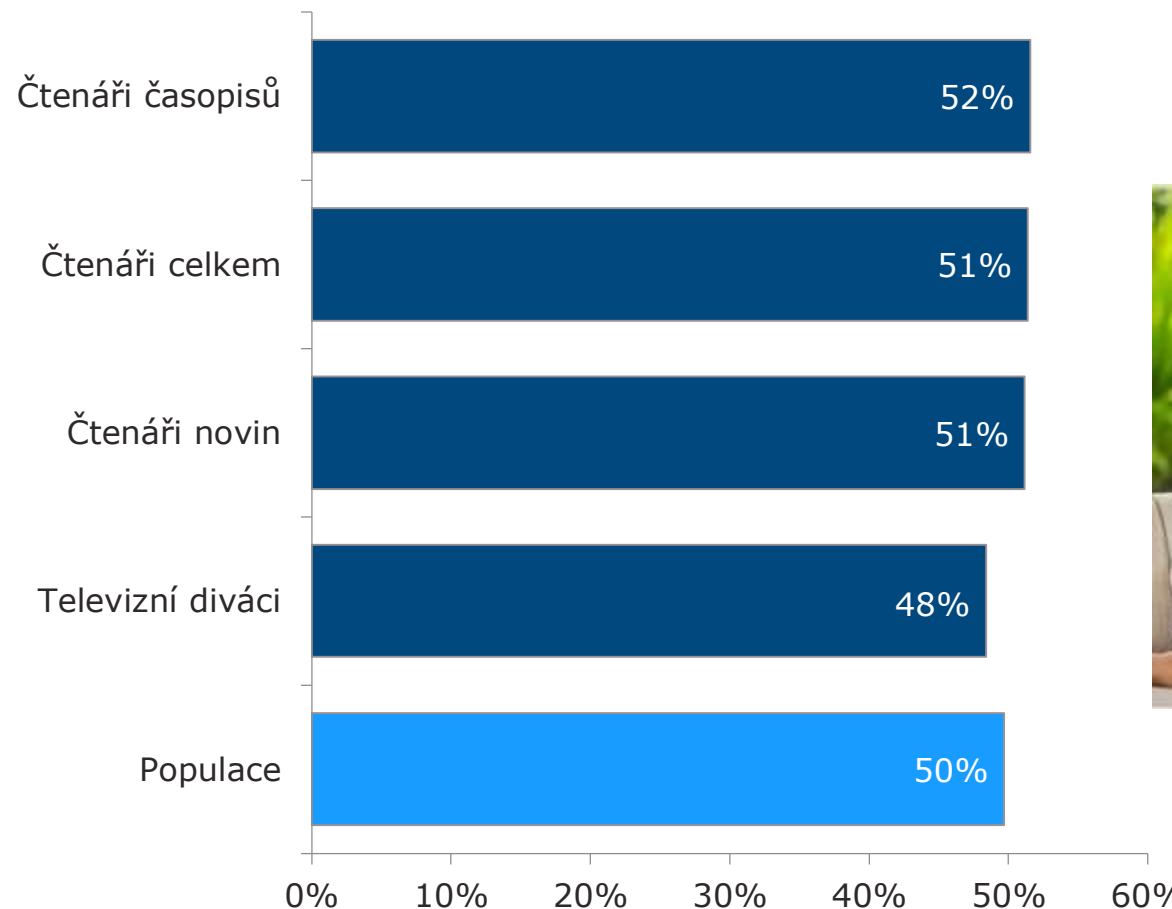
a čtenáři tisku plánují více utratit
za výlety i dovolenou
než diváci televize



Čtenáři a krátké výlety



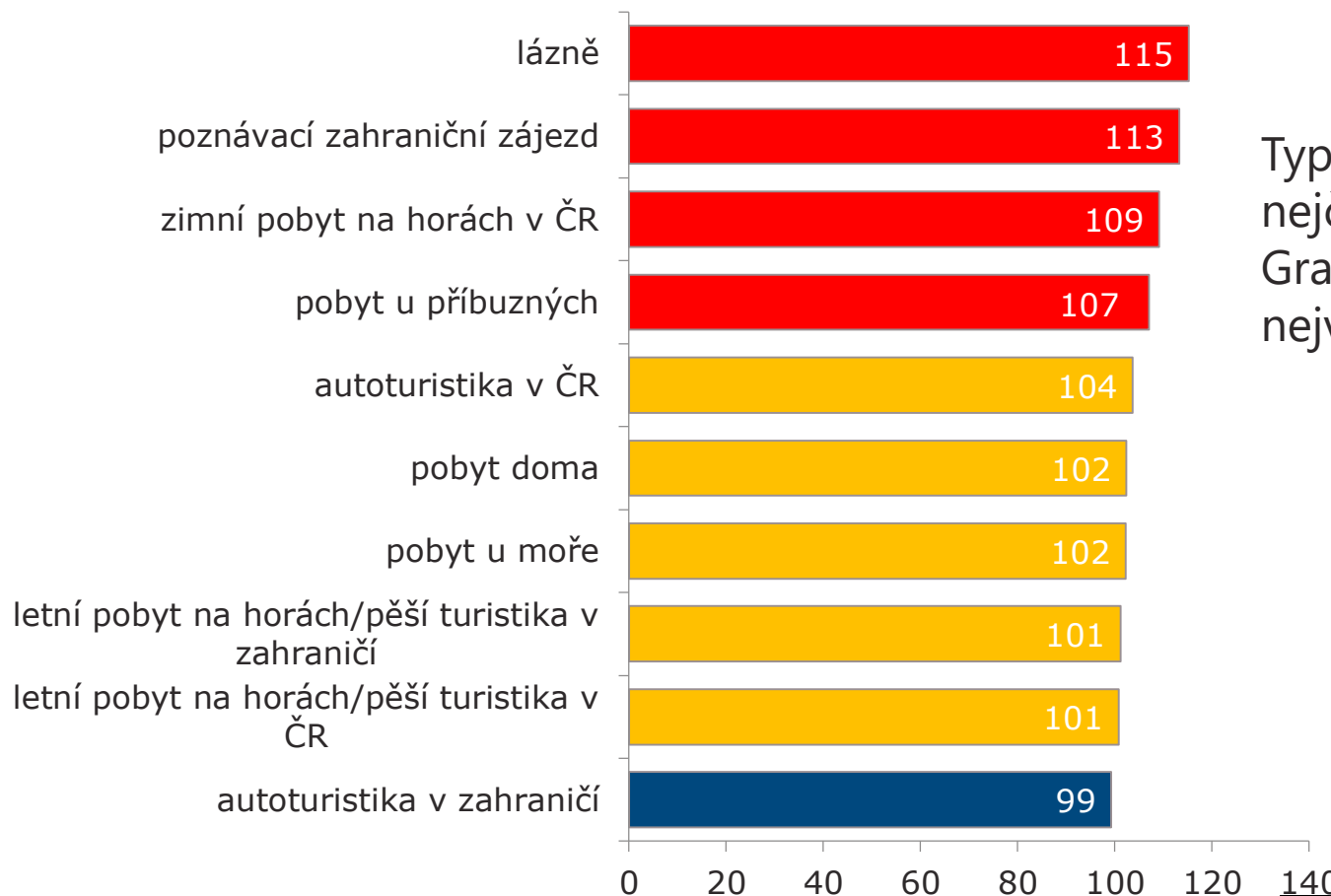
Čtenáři tisku plánují více krátké výlety než televizní diváci



% uvádí podíl z cílové skupiny

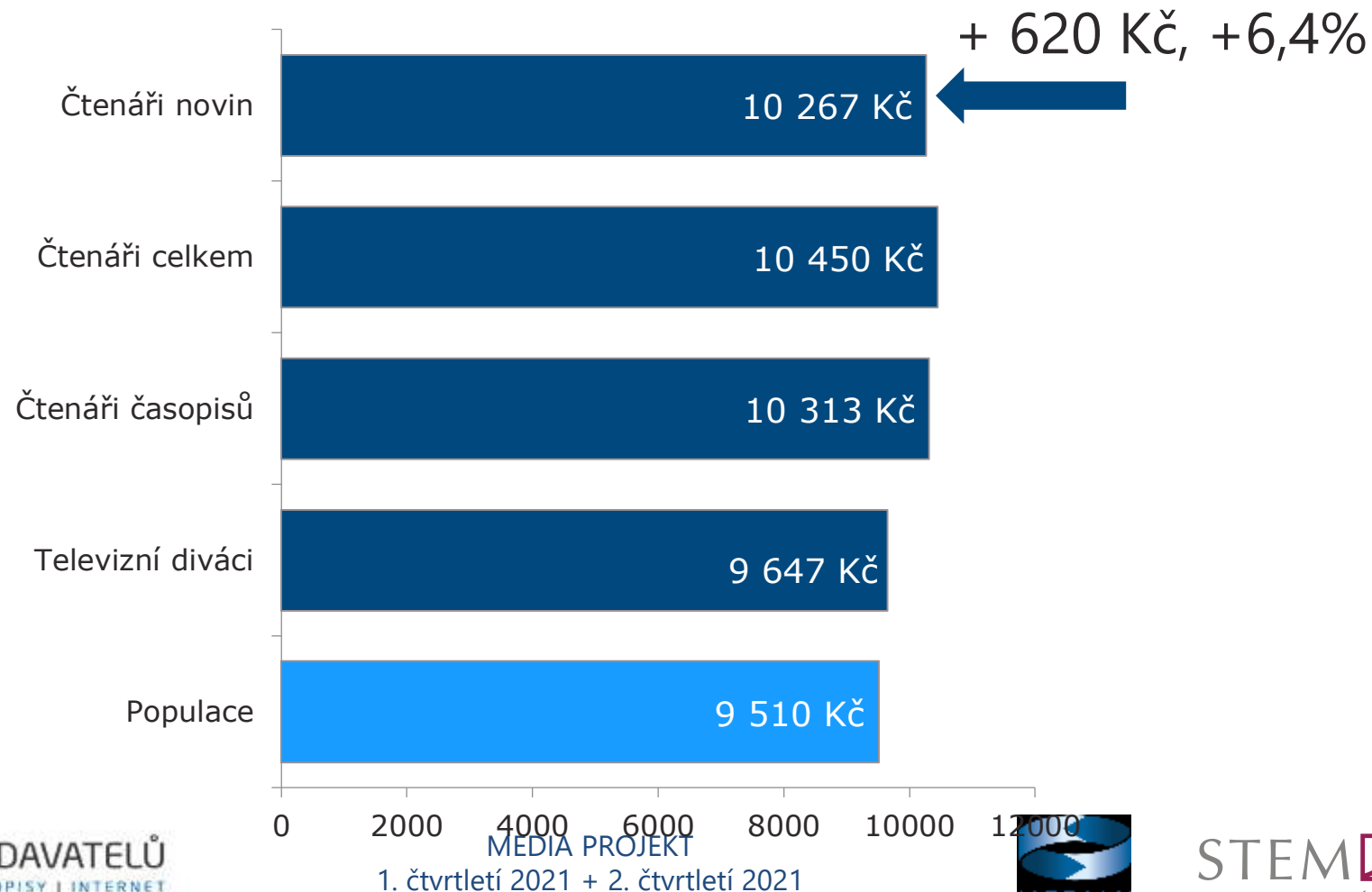
Jaké typy krátkých výletů plánují čtenáři tisku nejčastěji?

TOP 10 typů – srovnání čtenářů tisku celkem s populací (index)



Typy výletů jsou seříděny od nejčastějšího v populaci. Graf ukazuje, kde se čtenáři nejvíce odlišují.

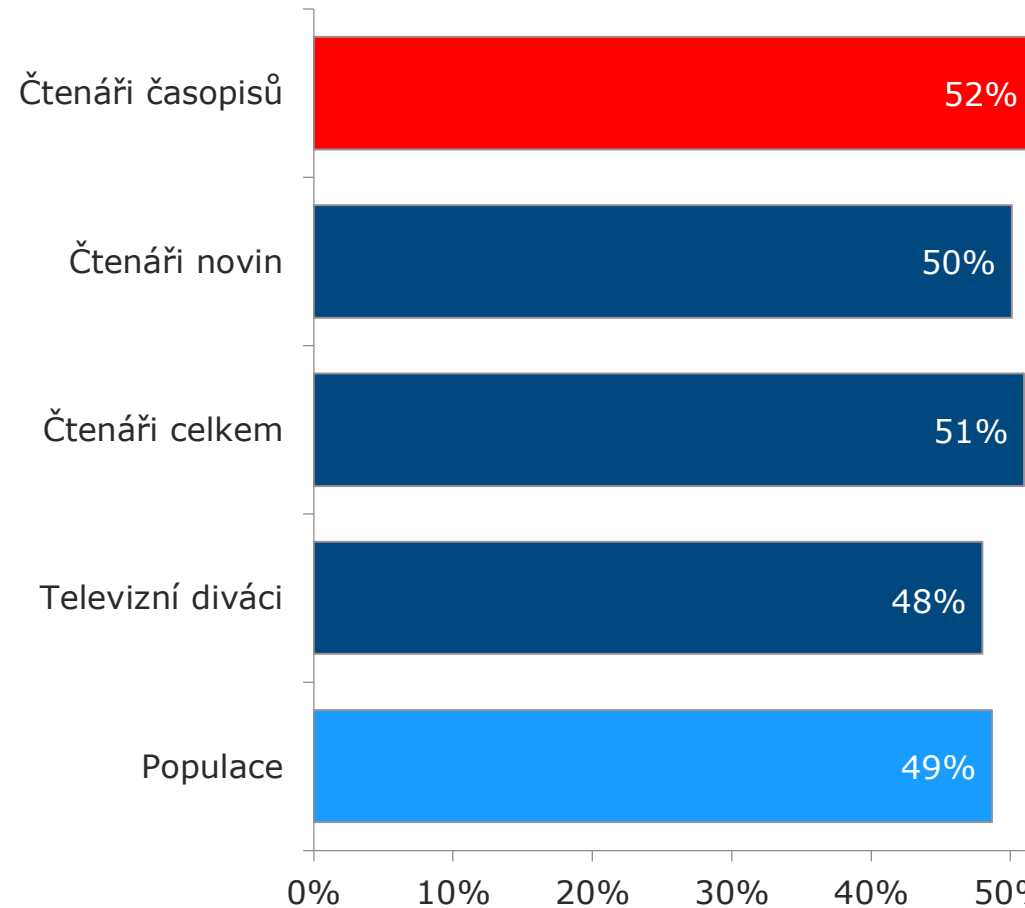
Čtenáři tisku utratí mnohem vyšší částku na krátkých dovolených než televizní diváci



Čtenáři a delší dovolené (5 a více dní)



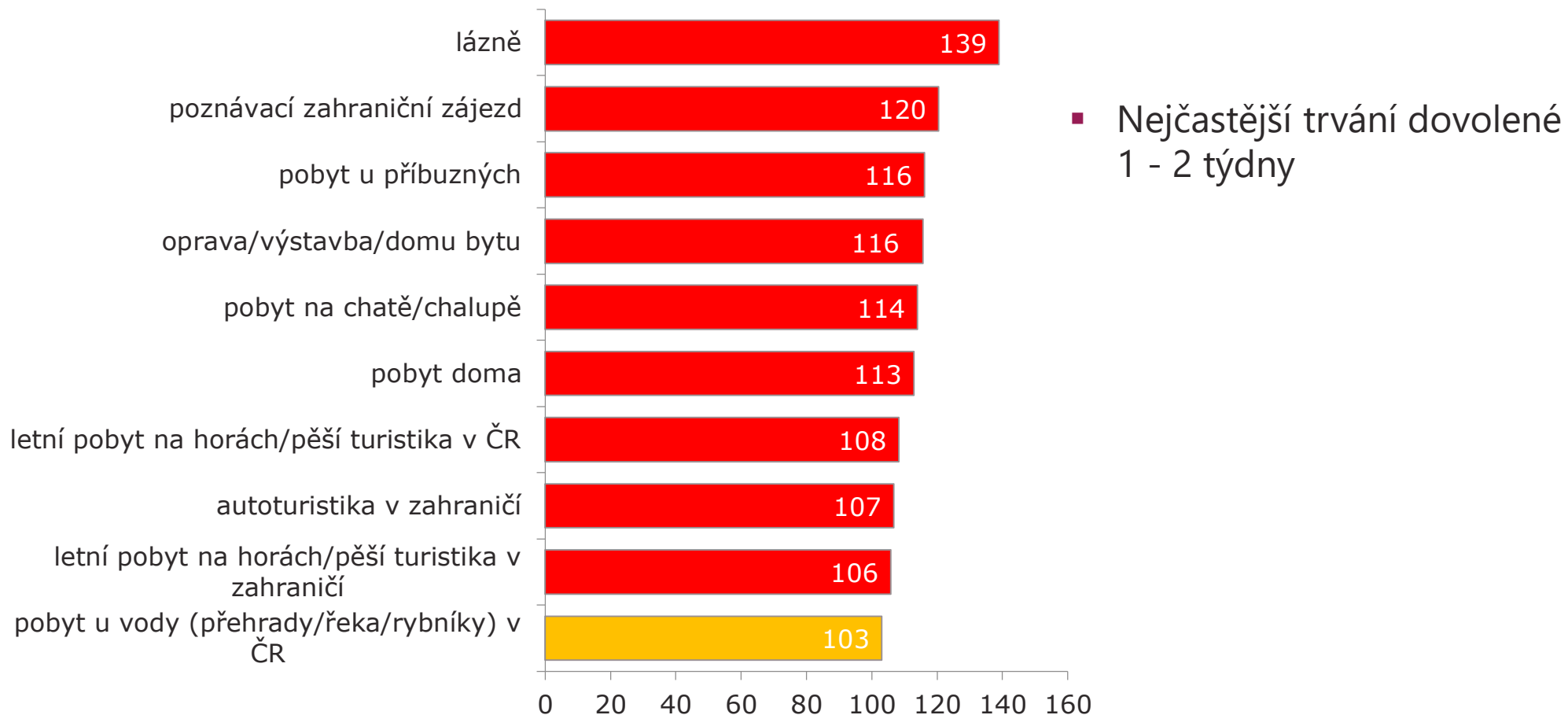
Čtenáři tisku plánují více delší dovolenou než diváci televize



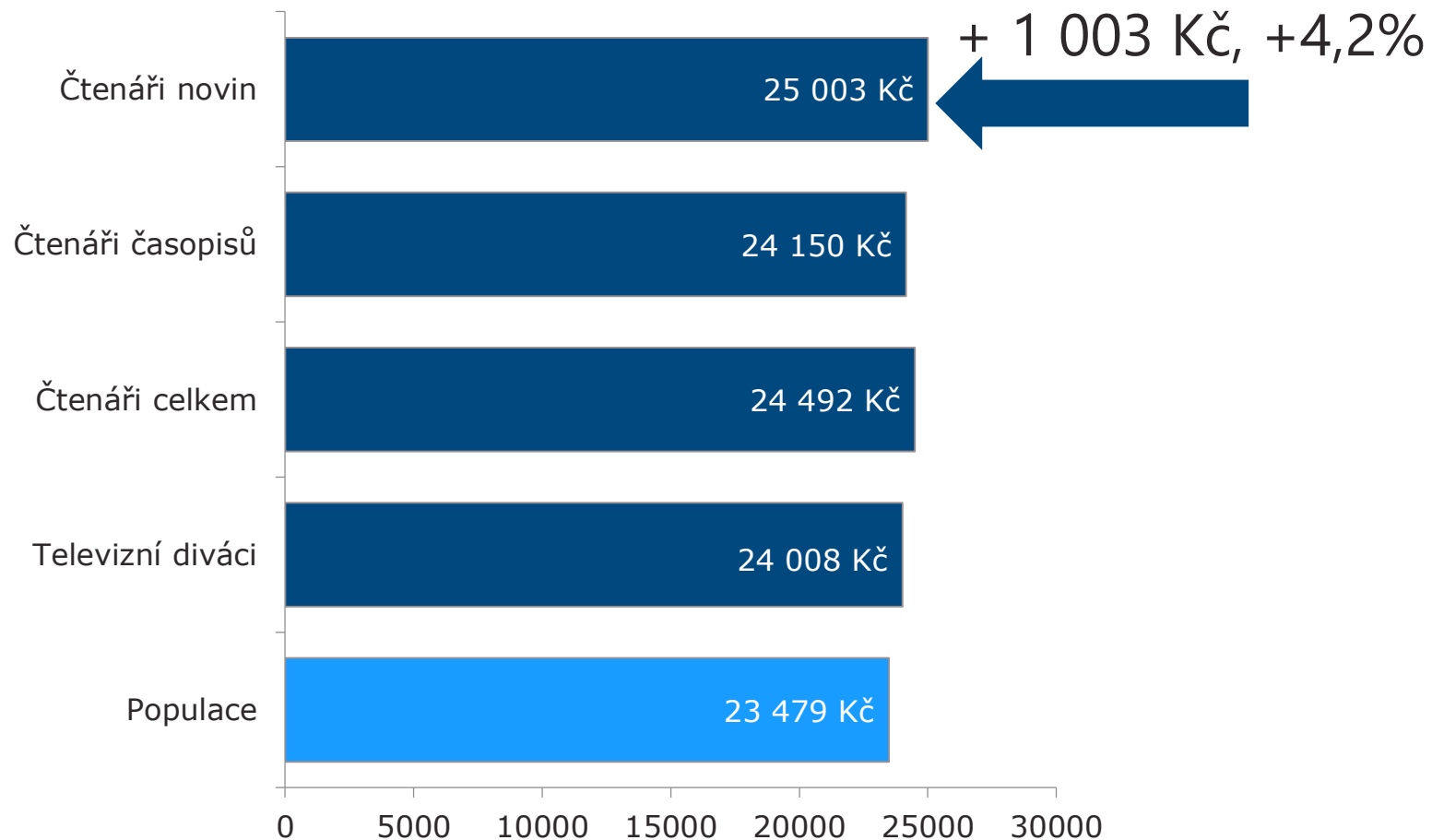
% uvádí podíl z cílové skupiny

Jaký typ dovolené čtenáři tisku plánují nejvíce?

TOP 10 typů – srovnání čtenářů tisku celkem s populací (index)



Čtenáři tisku plánují utratit na delší dovolené vyšší částky než diváci televize



Výsledky MP za 1. a 2. 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 12 493 respondentů

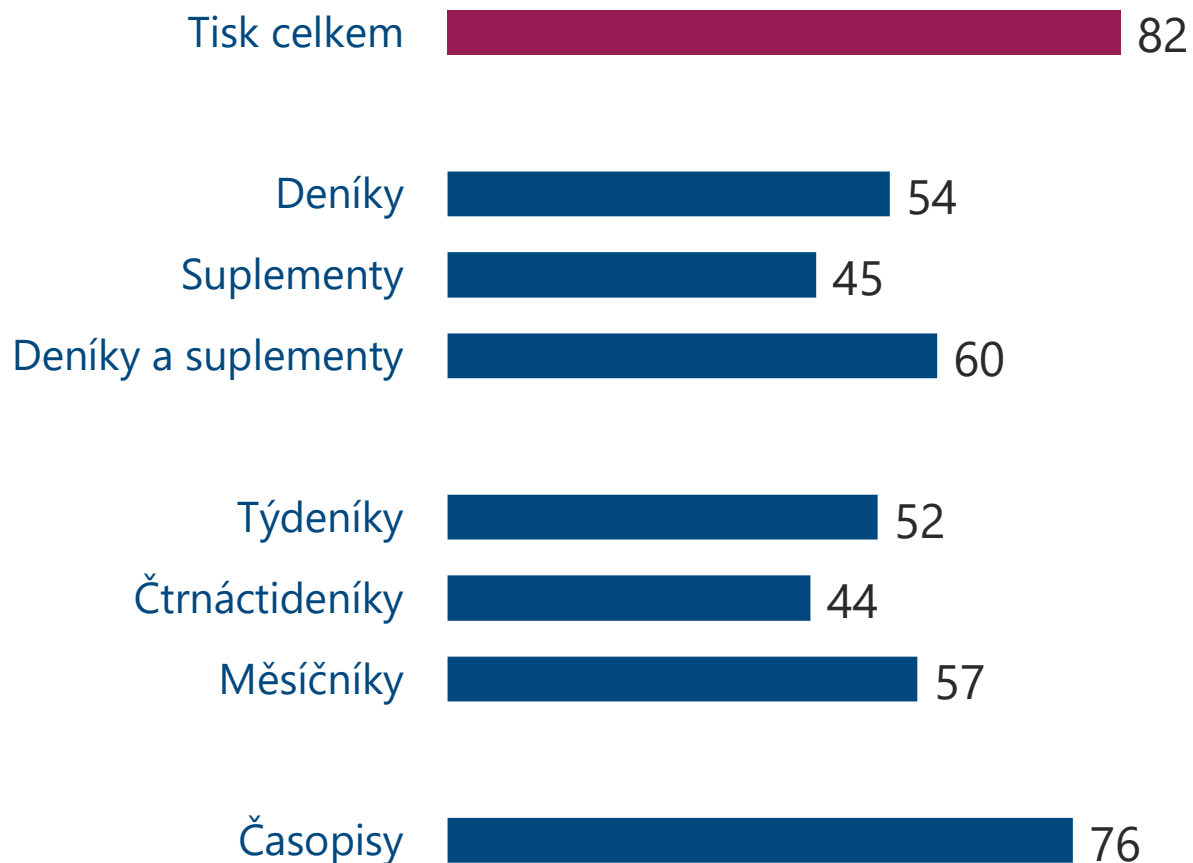
- Průměrná délka rozhovoru cca 26 minut

Celkový zásah tisku



Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

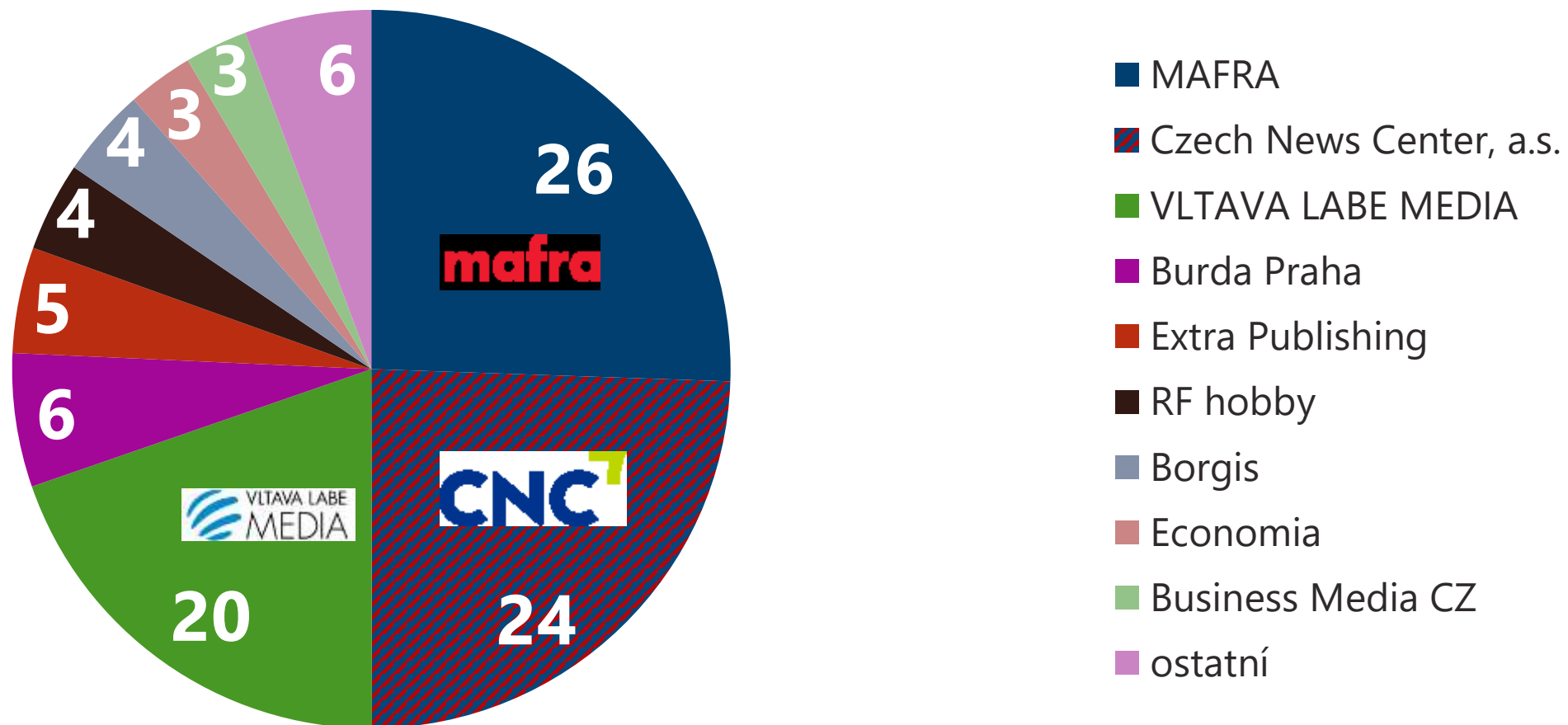
čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



- Celkový zásah tisku je 7 291 000 osob



Vydavatelské domy (podíl na trhu v %)



Čtenost - deníky



Celostátní placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků jsou nadprůměrně často:

- Ze socioekonomických tříd A a B
- Chataři a chalupáři



Blesk	686
MF DNES	455
* Právo	192
* Sport	171
* Aha!	153
Lidové noviny	153
Hospodářské noviny	148
* DENÍK ČR	435

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Regionální placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- Mají rodinný dům, chalupu či zahradu
- Mají dvě a více aut



DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	78
* DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	58
* DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	57
* DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	56
DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	52
* DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	43
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	41
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	37
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	30

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

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	341
E15	71



Suplementy

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Pouze:

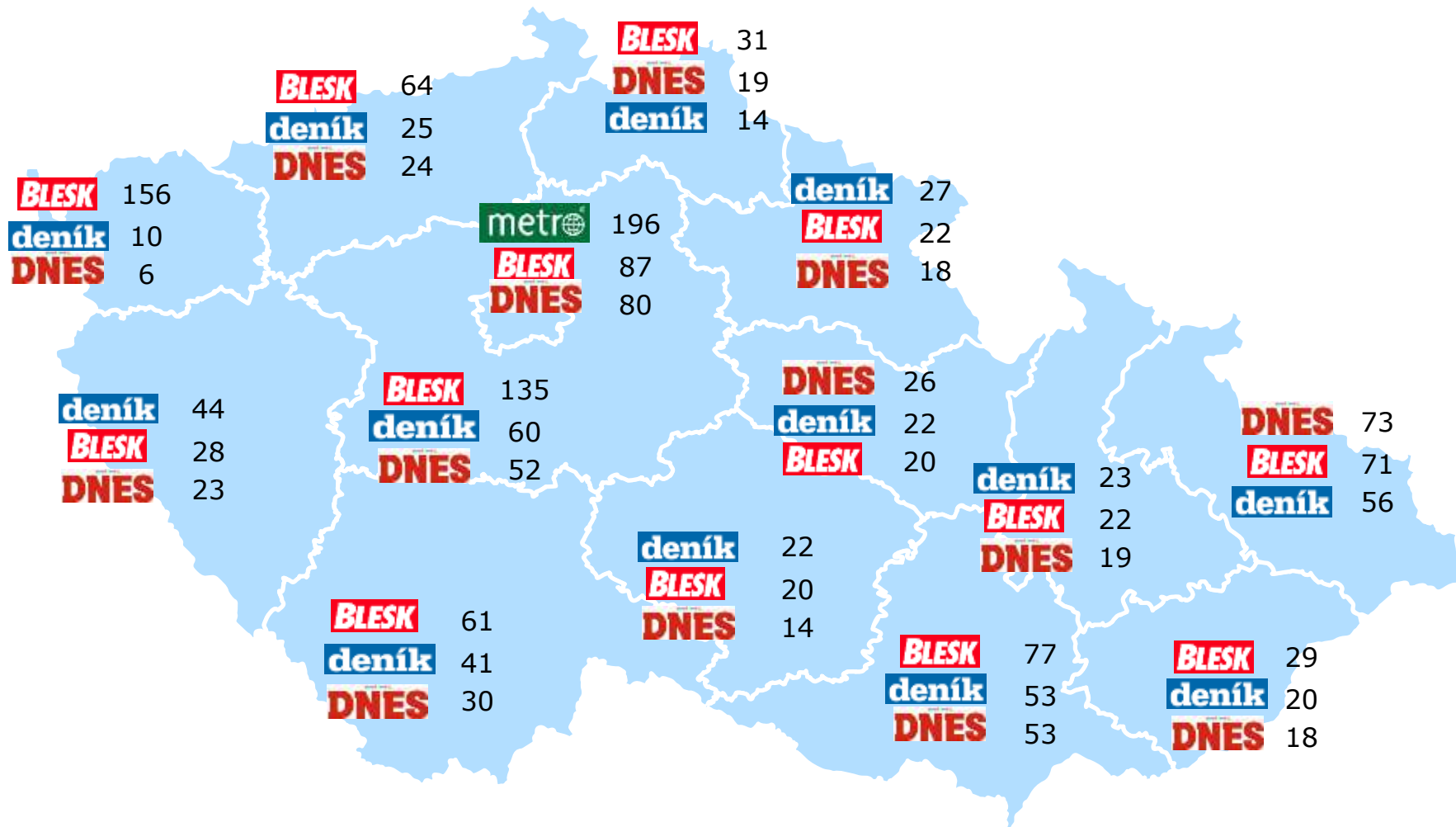
- 7 % z nich nečte žádný časopis

Blesk magazín TV	866
TV magazín (celkem)	781
Magazín DNES + TV	530
Ona DNES	335
* Magazín Právo + TV	334
Víkend DNES	331
* TV pohoda (celkem)	327
* Aha! TV	316
* Sport magazín	245
Pátek Lidové noviny	203
Deník víkend	202
Doma DNES	201
* Auto DNES	183
* Víkend Právo	176
* Dům & bydlení	162
MF DNES Speciál	151
* Styl pro ženy	103

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Deníky v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



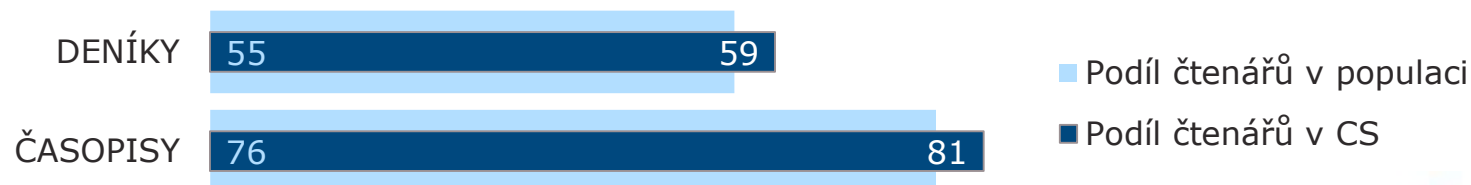
Specifický zásah tisku – profesní skupiny



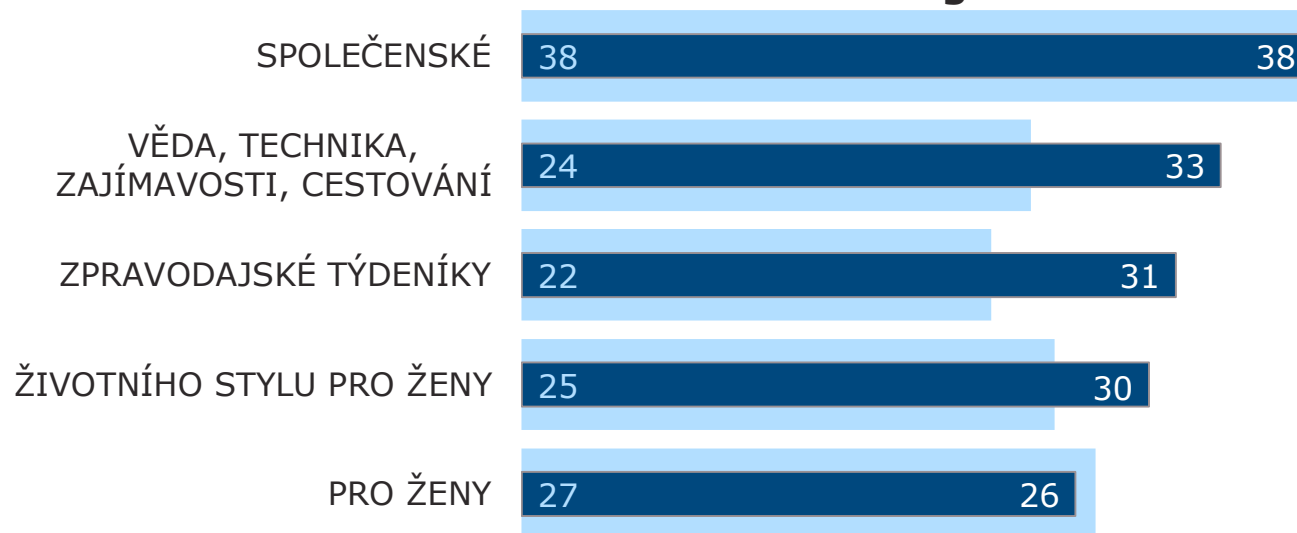
Cílová skupina – třídy A + B

= celkový zásah v % (delší období)

2 870 tis. lidí



TOP 5 kategorií

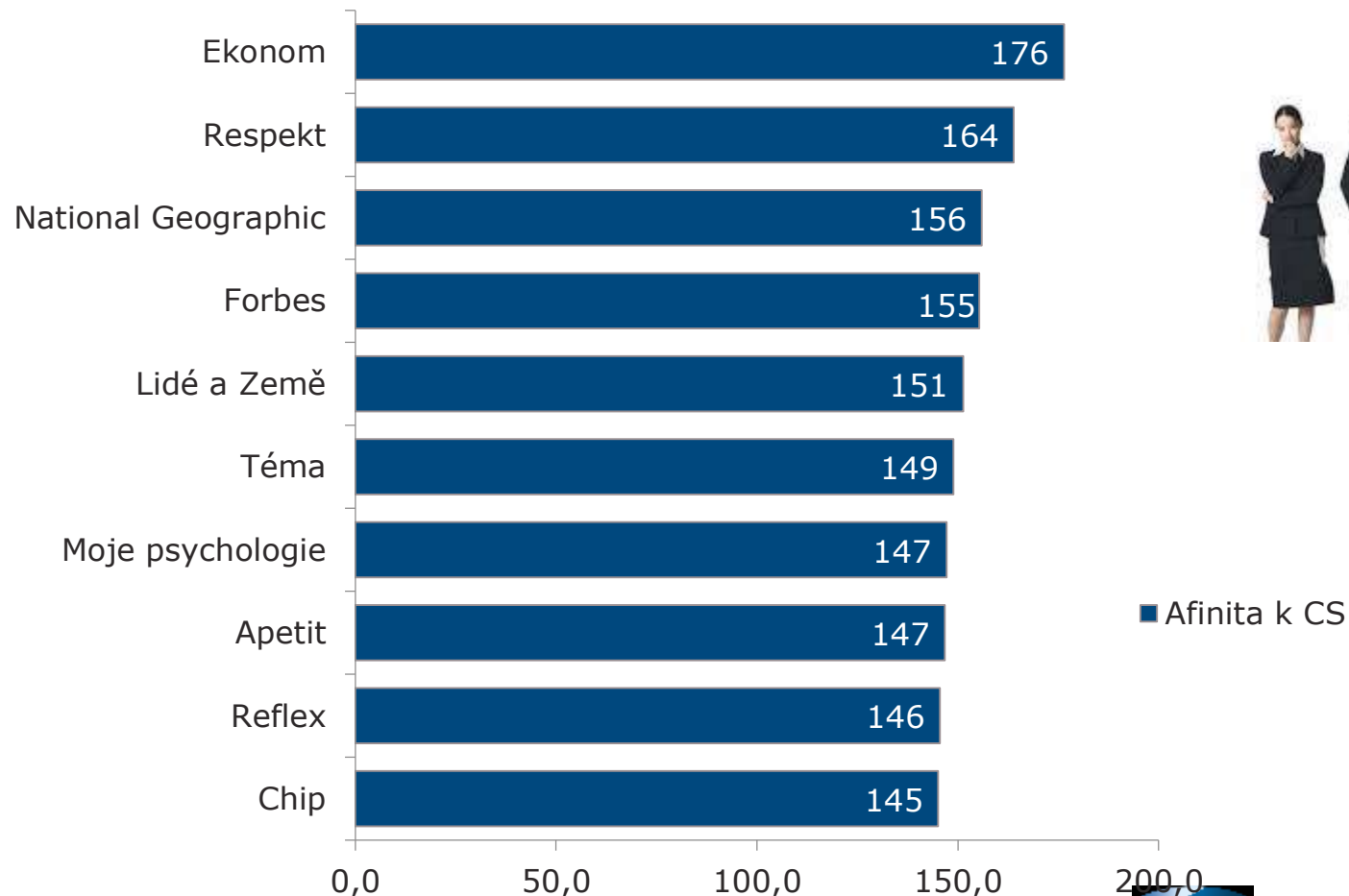


Cílová skupina – třídy A + B

tituly s největší afinitou (delší období)

2 870 tis. lidí

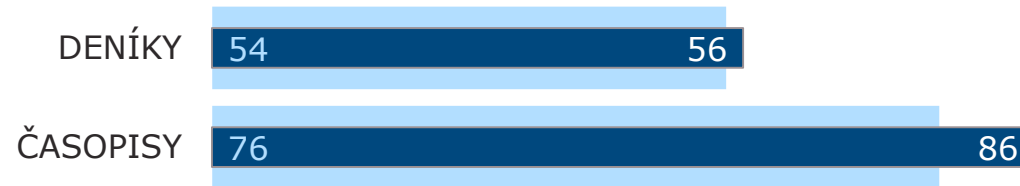
TOP 10 médií



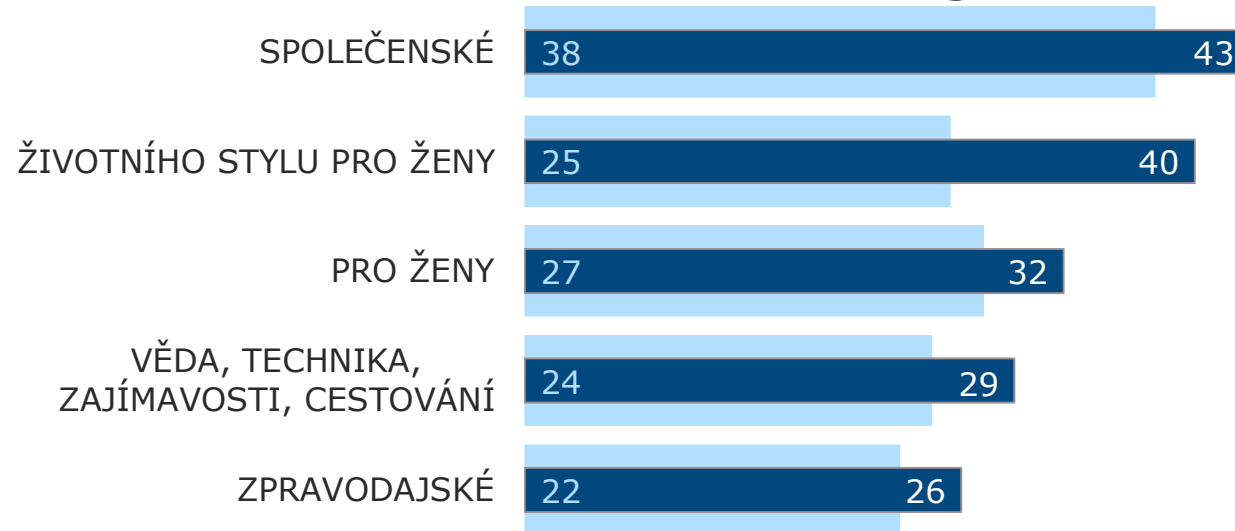
Cílová skupina – Lékaři, sestry a pracovníci ve zdravotnictví

celkový zásah v % (delší období)

160 tis. lidí



TOP 5 kategorií

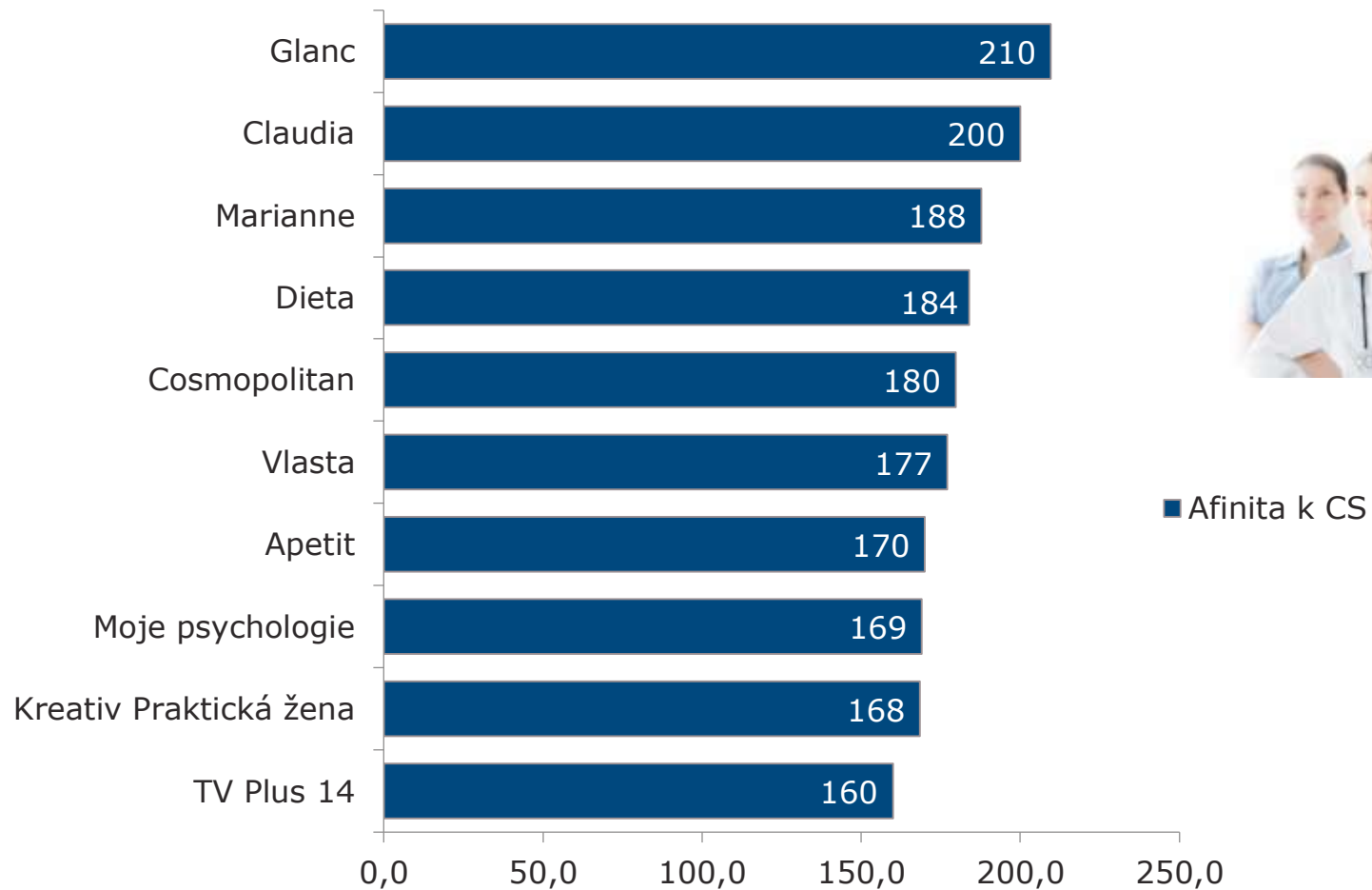


Cílová skupina – Lékaři a pracovníci ve zdravotnictví

tituly s největší afinitou (delší období)

160 tis. lidí

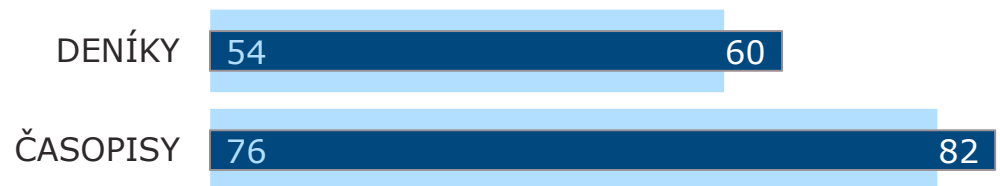
TOP 10 médií



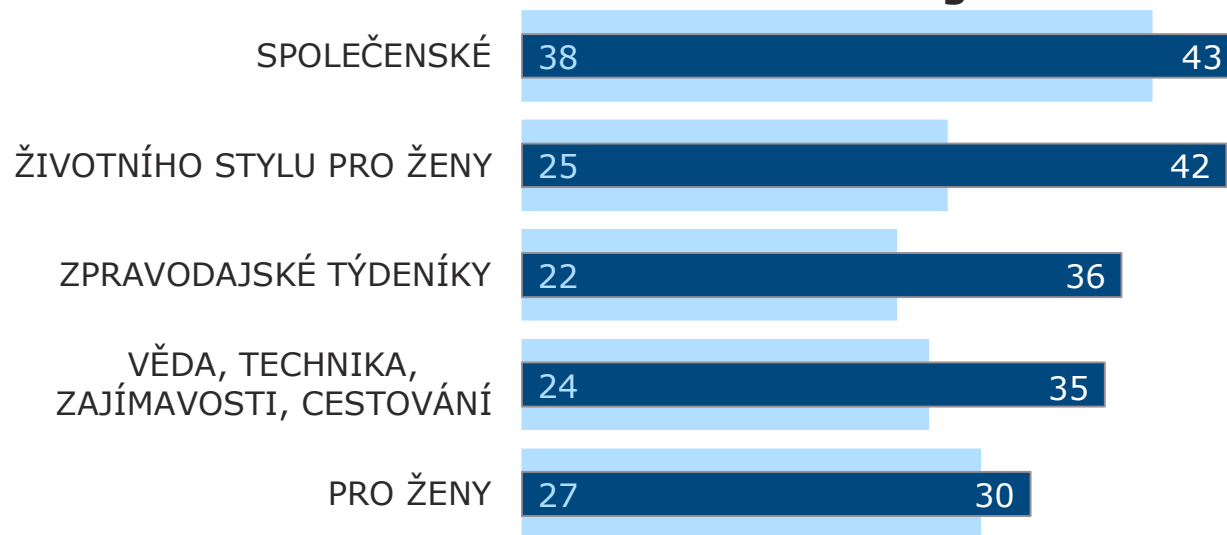
Cílová skupina – Učitelé

celkový zásah v % (delší období)

289 tis. lidí



TOP 5 kategorií

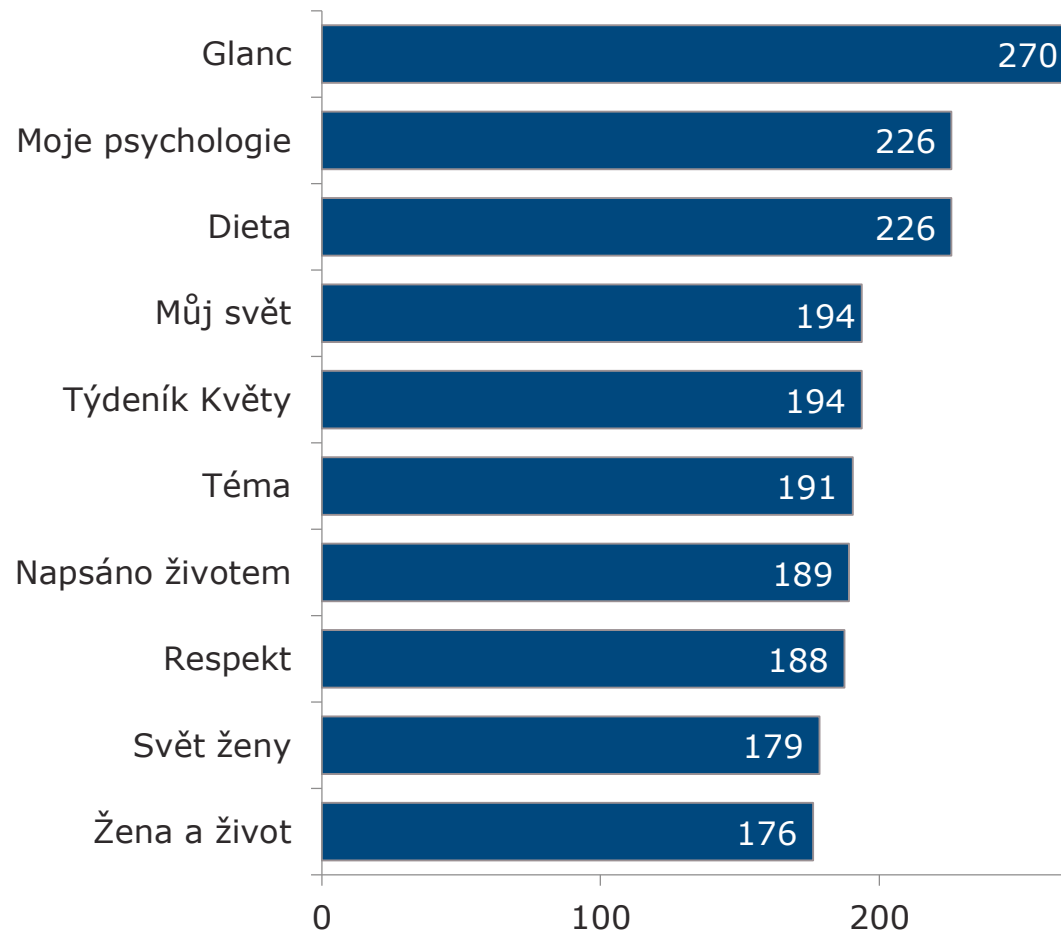


Cílová skupina – Učitelé

tituly s největší afinitou (delší období)

289 tis. lidí

TOP 10 médií



■ Afinita k CS

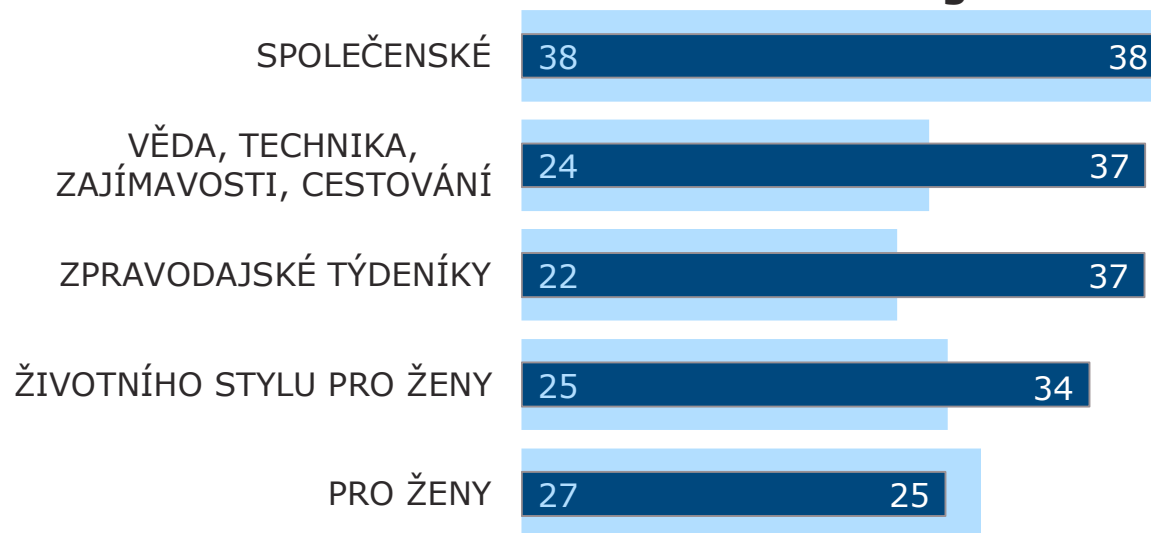
Cílová skupina – Vysokoškoláci

celkový zásah v % (delší období)

1 663 tis. lidí



TOP 5 kategorií

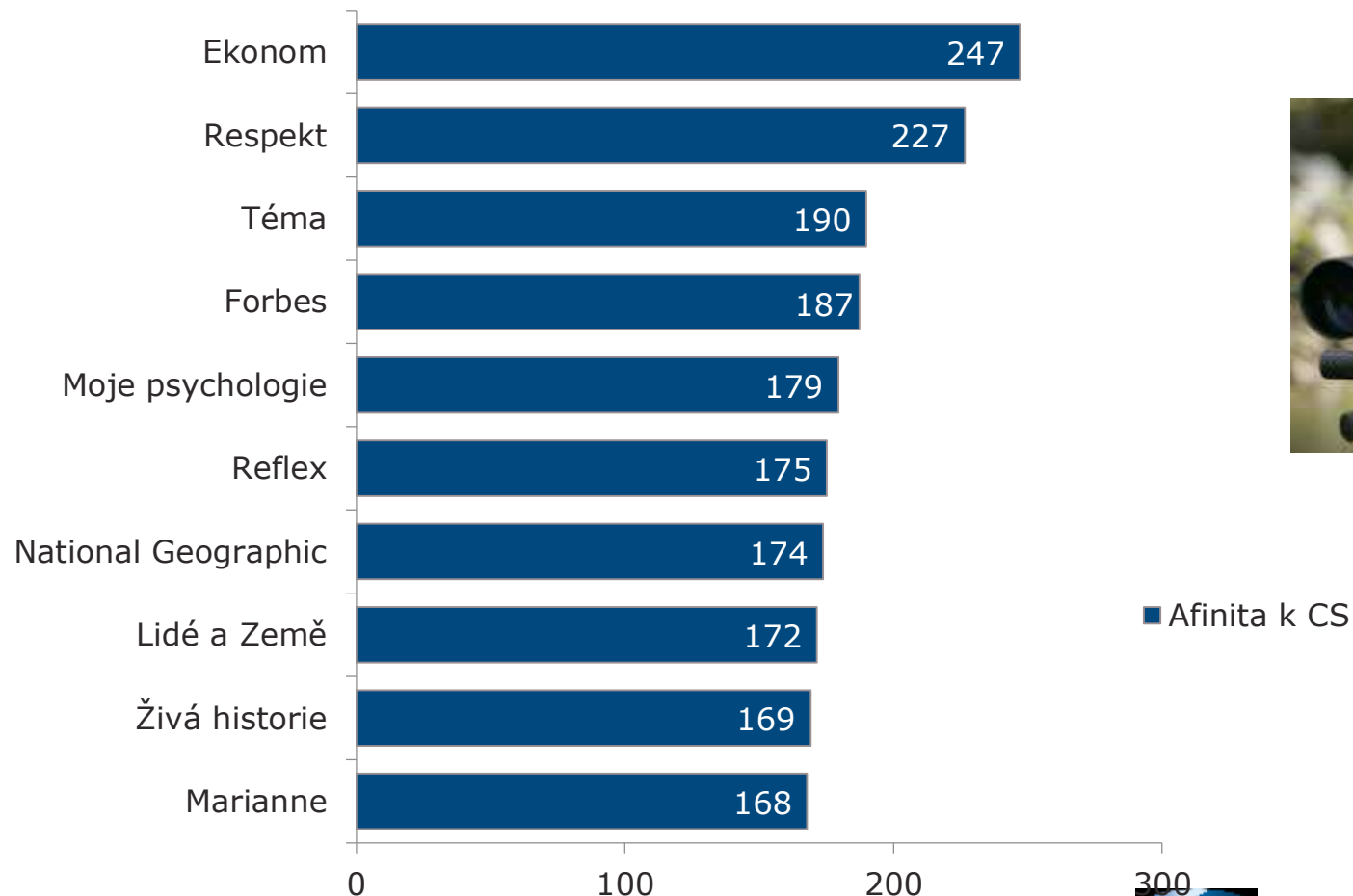


Cílová skupina – Vysokoškoláci

tituly s největší afinitou (delší období)

1 663 tis. lidí

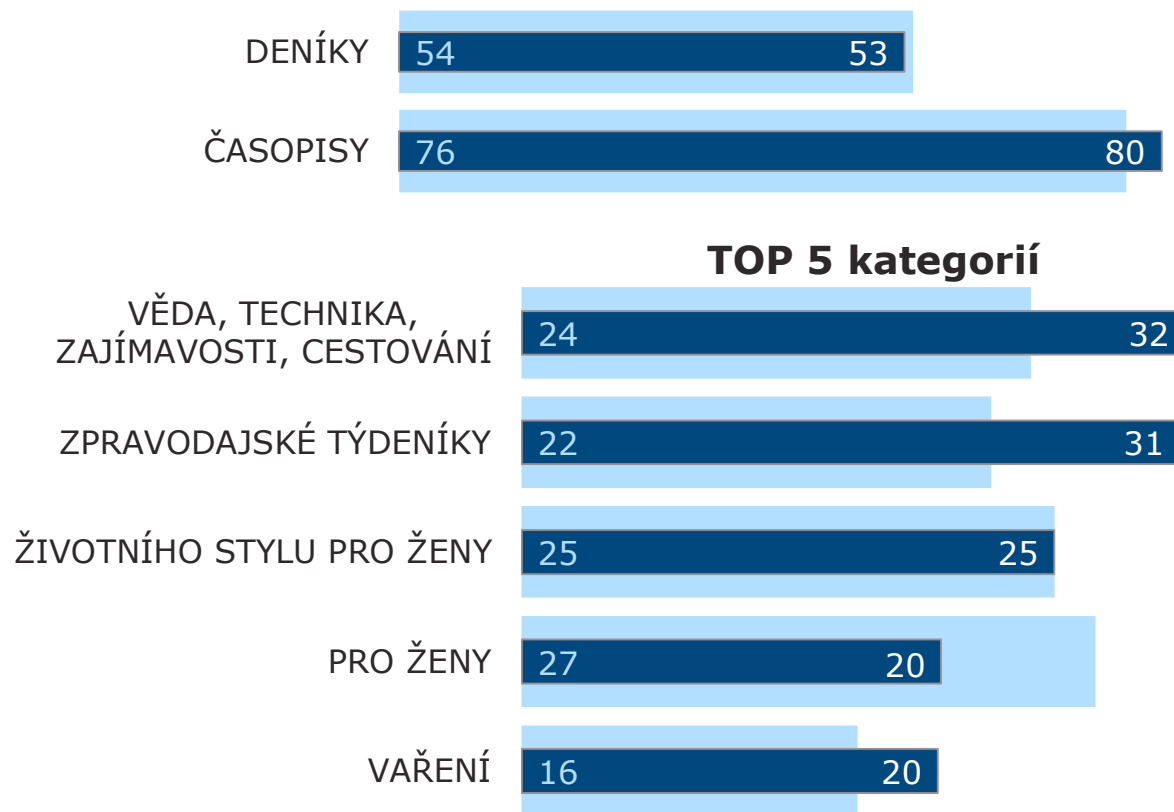
TOP 10 médií



Cílová skupina – Manažeri, podnikatelé

celkový zásah v % (delší období)

700 tis. lidí

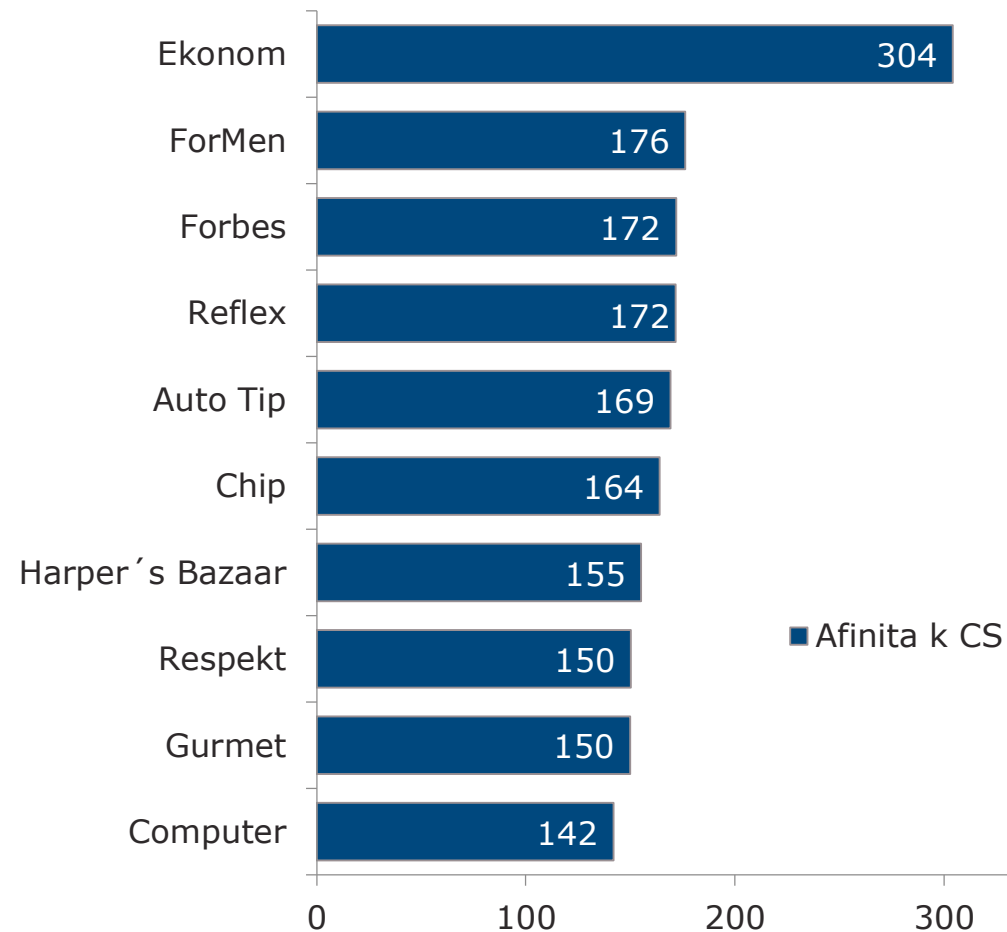


Cílová skupina – Manažeri, podnikatelé

tituly s největší afinitou (delší období)

700 tis. lidí

TOP 10 médií



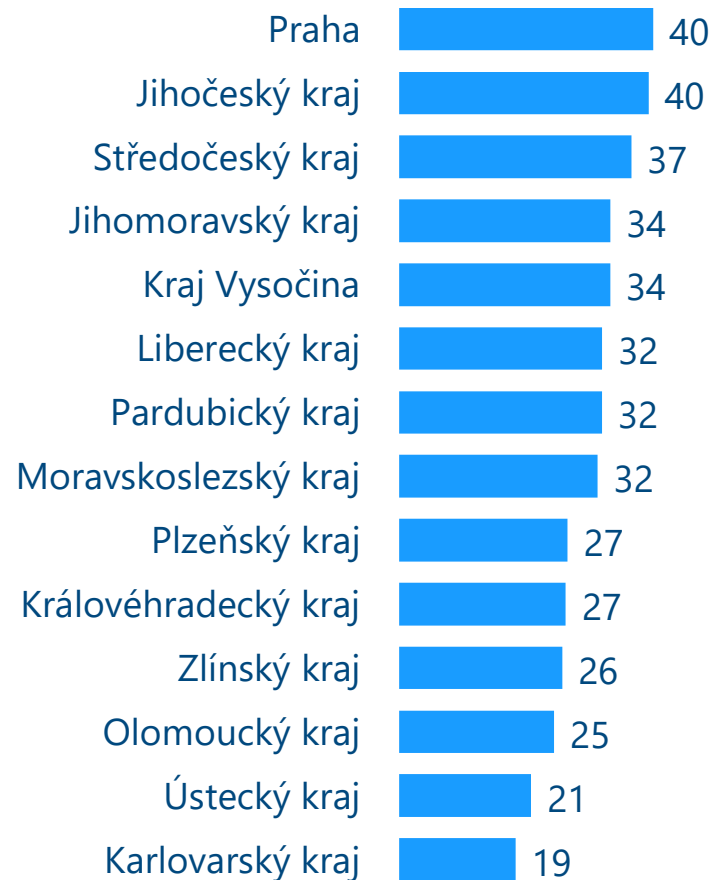
Čtenost – časopisy



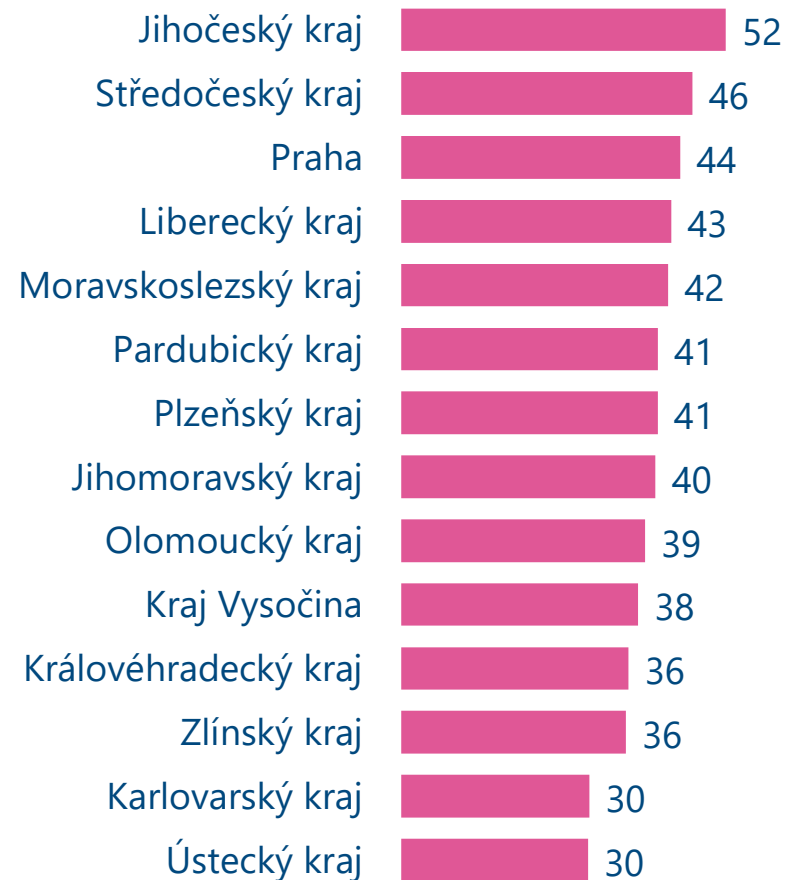
Čtenost v krajích

stálí a pravidelní čtenáři alespoň 1 titulu - zásah v %

Deníky a suplementy

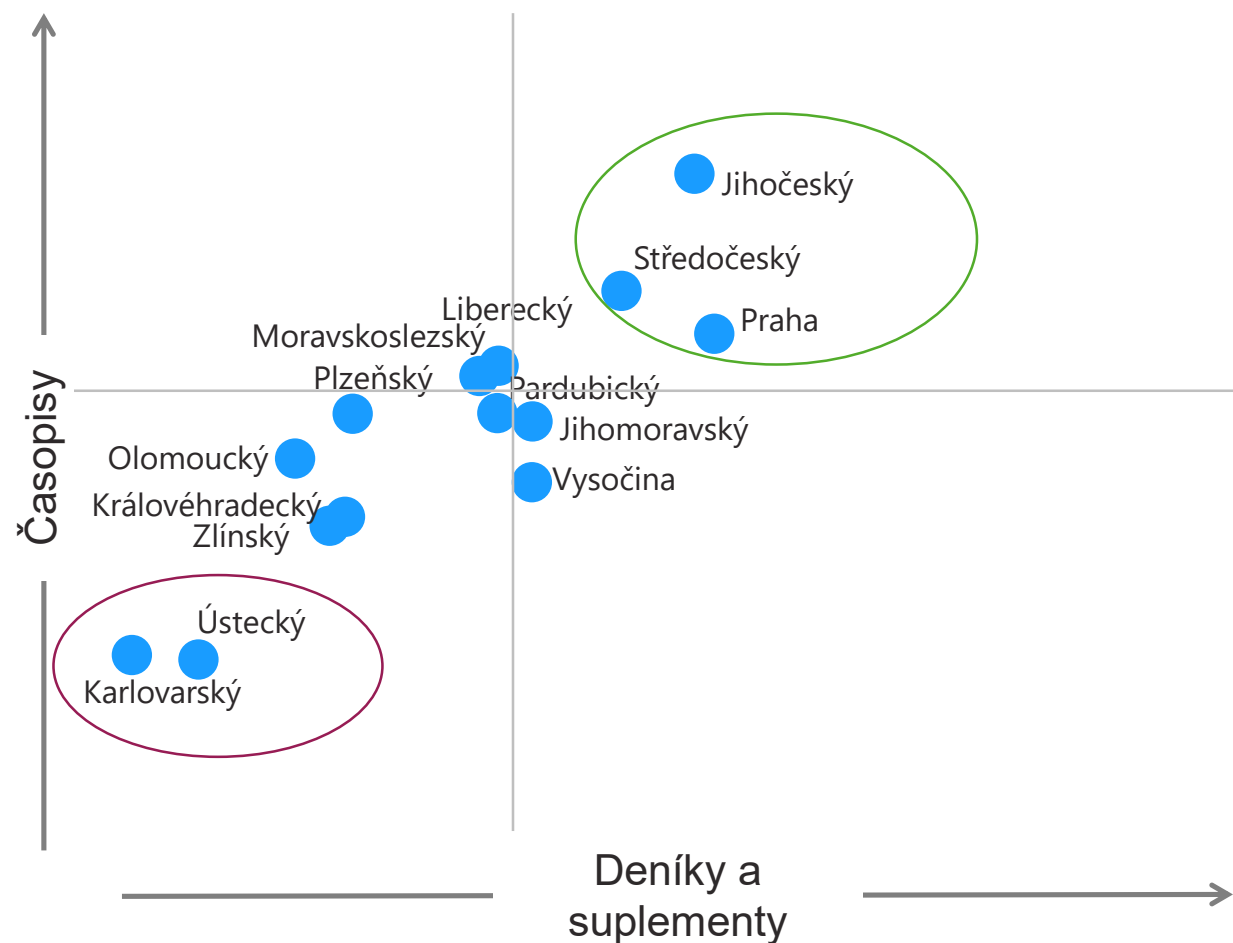


Časopisy



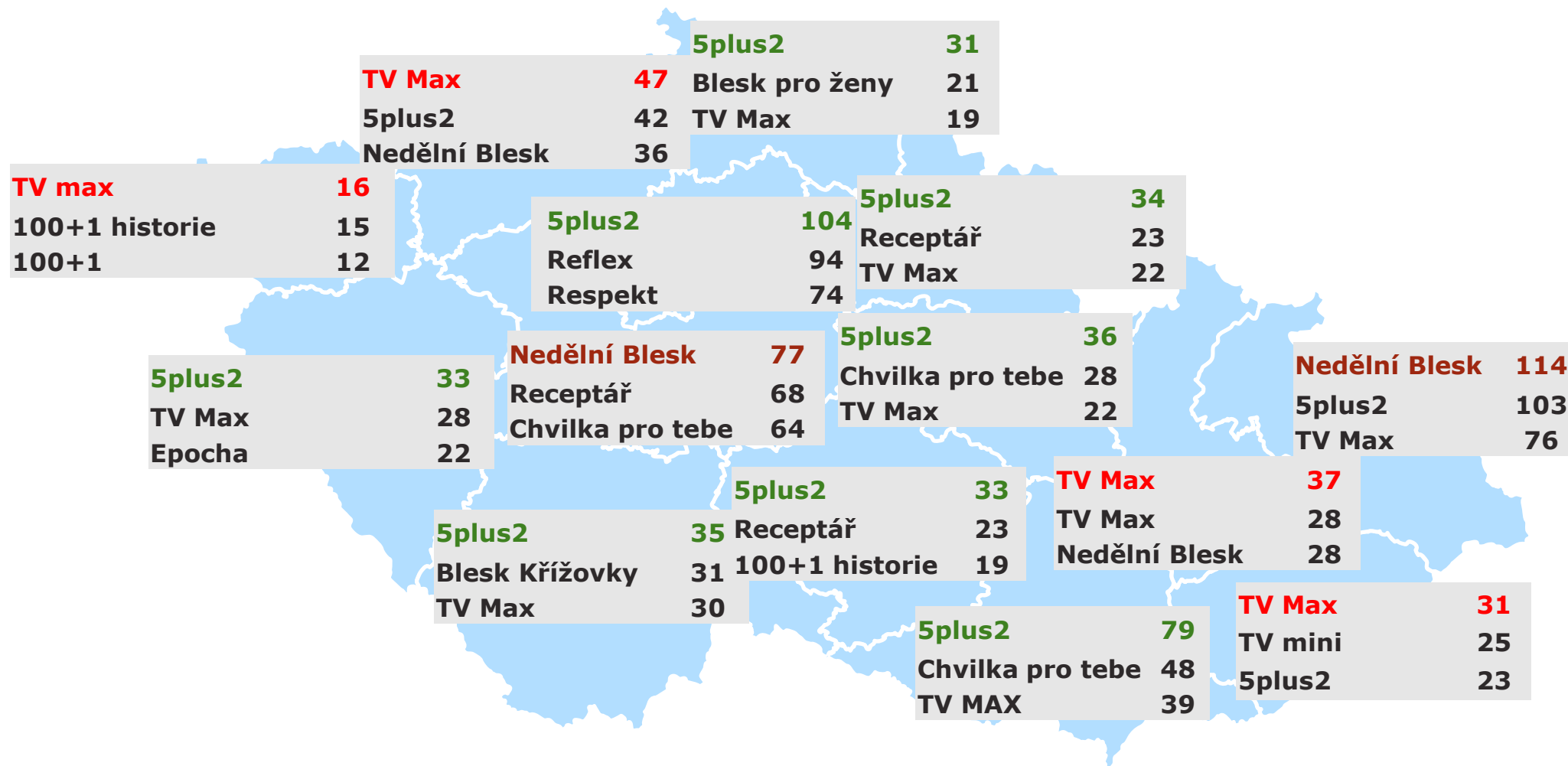
Čtenost v krajích

% 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
- Pevně zabudovaný bazén

* Dům a zahrada	173
* Blesk Bydlení	141
* Bydlení	124
* Svět koupelen	101
* Můj dům	91
* Marianne Bydlení	89
* Moderní byt	82
* Svět kuchyní	77

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Ekonomické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Forbes	197
* Ekonom	58

- Přes 90 % má smartphone

Informační a komunikační technologie

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Computer	111
Chip	108

- Mezi čtenáři jen 15 % žen
- Téměř 90 % má smartphone

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Motoristické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Svět motorů Speciál	249
* Svět motorů	184
* Automobil	106
Auto Tip	101
Auto Tip Klassik	64

- Téměř polovina má auto mladší než 10 let

Péče o zdraví

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Blesk Zdraví	167
* Moje zdraví	143
* 100+1 Zázraky medicíny	99

- Nejvíce čtou ve velkoměstech (nad 100 tis. ob.)
- Téměř 2/3 jsou ženy

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



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

* Blesk pro ženy	375
* Chvilka pro tebe	360
Překvapení	185
* Napsáno životem	180
* Tina	164
* Vlasta	136
* Můj svět	135
* Aha! pro ženy	131
* Maminka	118
Čas na lásku	97
* Claudia	92
* Burda style	73

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Programové

čtenost na vydání v tis. čtenářů



TV Max	479
TV mini	333
TV star	173
TV expres	155
* Týdeník Televize	145
TV Plus 14	115
* TV Revue	104

Životního stylu pro muže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



ForMen	56
--------	----

- Téměř pětina čtenářů jsou ženy

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Společenské

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Nejvyšší podíl mužů: 21. století (67 %)
- Nejvyšší podíl žen: Rytmus života (83 %)

* Nedělní Blesk	436
* Rytmus života	370
* Epoque	345
21. století	231
* Rytmus života RETRO	215
* Pestrý svět	207
* Nedělní Aha!	163
Pestrý svět Nostalgie	74
* Čas pro hvězdy	65
Story	50

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Sportovní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Nedělní Sport	142
Snow	32

- Součtenost s deníkem Sport: 49 tis.

Vaření

čtenost na vydání v tis. čtenářů



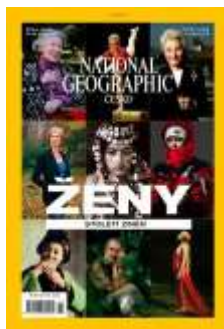
* Blesk Vaše recepty	224
Apetit	209
* Chvilka v kuchyni	166
F.O.O.D.	127
Gurmet	113

- Necelou třetinu tvoří muži

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Věda, technika, zajímavosti, cestování

čtenost na vydání v tis. čtenářů



100+1	297
* 100+1 historie	294
National Geographic	236
Lidé a Země	190
* Živá historie	124

- Častěji vedoucí pracovníci

Zahrada, hobby

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Receptář	373
* Blesk Hobby	195

- Rodinný dům/chatu/zahradu mají 3/4

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Životního stylu pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



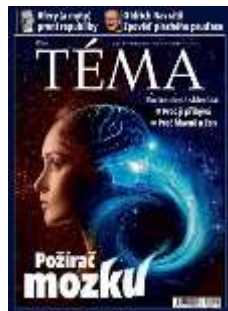
- 21 % žen četlo poslední vydání některého LS titulu pro ženy

* Žena a život	270
* Svět ženy	245
Kreativ Praktická žena	198
* Marianne	193
* Glanc	158
Cosmopolitan	156
* Moje psychologie	144
Elle	123
* Dieta	114
* Vogue	85
Harper's Bazaar	74

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Zpravodajské týdeníky - celostátní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Reflex	284
* Téma	234
* Respekt	220
* Týdeník Květy	155

- Nejvíce v Praze

Zdarma distribuované časopisy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* 5plus2	649
----------	-----

- K tomu nějaký placený týdeník 47 %

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Pro ženy – čtení, křížovky a soutěže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Blesk Křížovky	282
* Nedělní Blesk Křížovky	236
* Chvilka pro luštění	225
* Nedělní Aha! Křížovky	180
Křížovkář TV magazín	167
Chvilka pro tebe Napětí	107

Pro děti a mládež

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Blesk křížovky & Nedělní Blesk křížovky 117 tis.

* ABC	150
-------	-----

- Téměř polovina ženatí/rozvedení – čtou i rodiče

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2020+Q1/2021*

Specifický zásah tisku – čtenářské obce

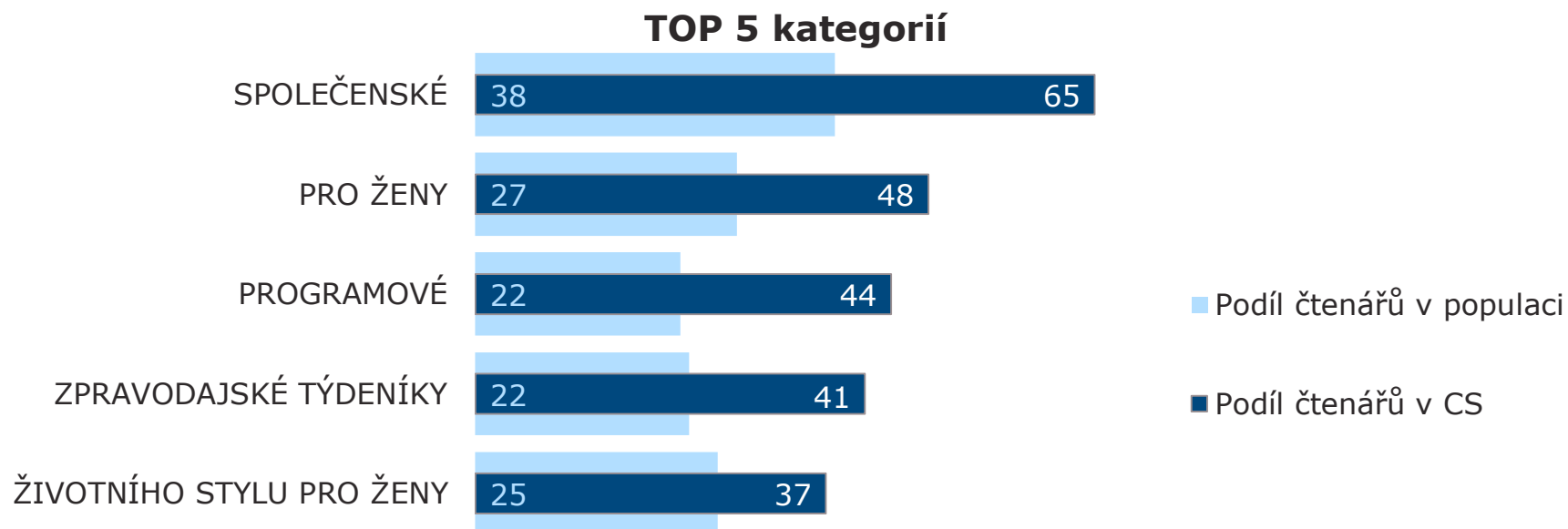


Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



85 %
čte nějaký deník



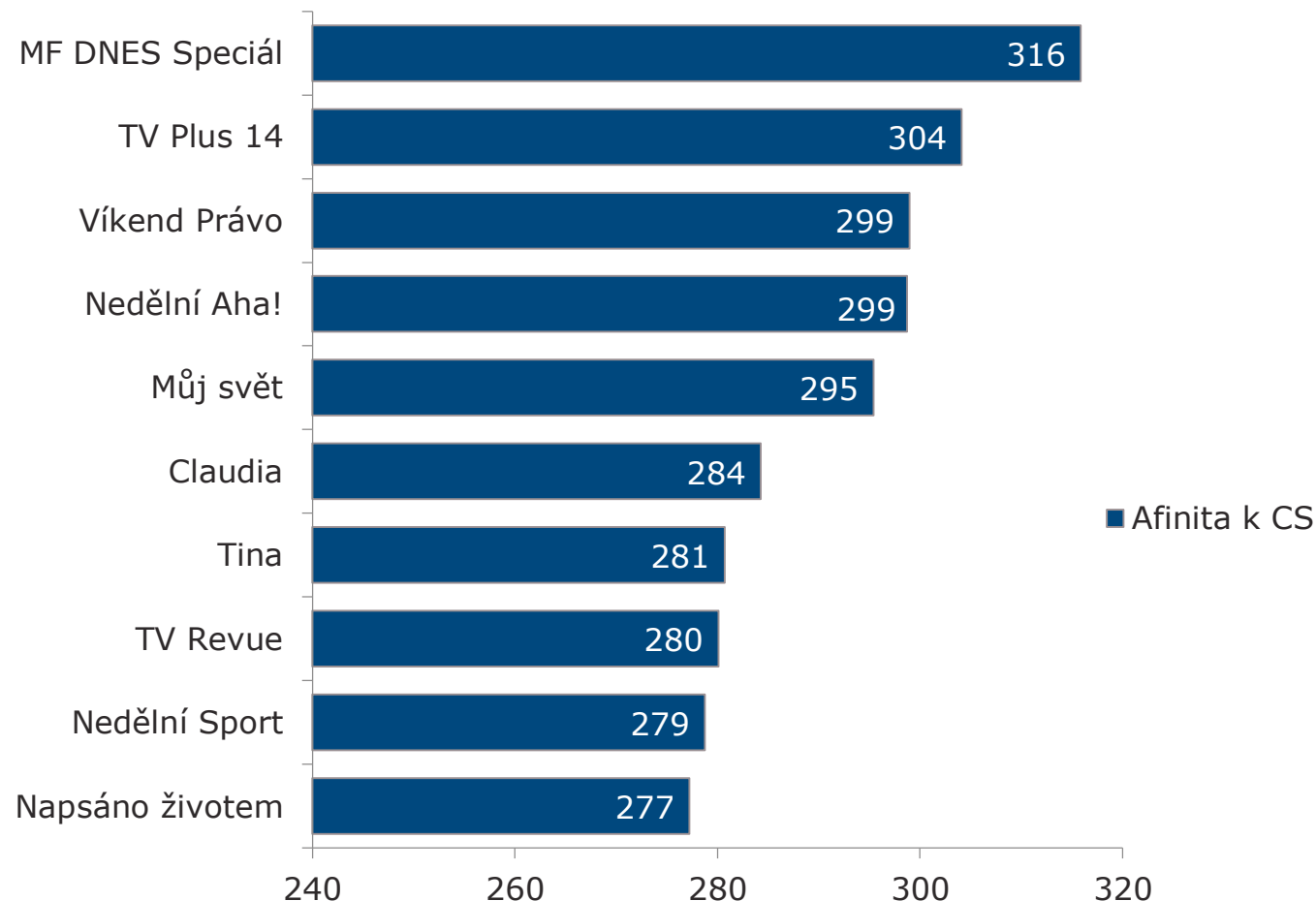
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1636 tis.
z toho 16 %
stálých

TOP 10 médií



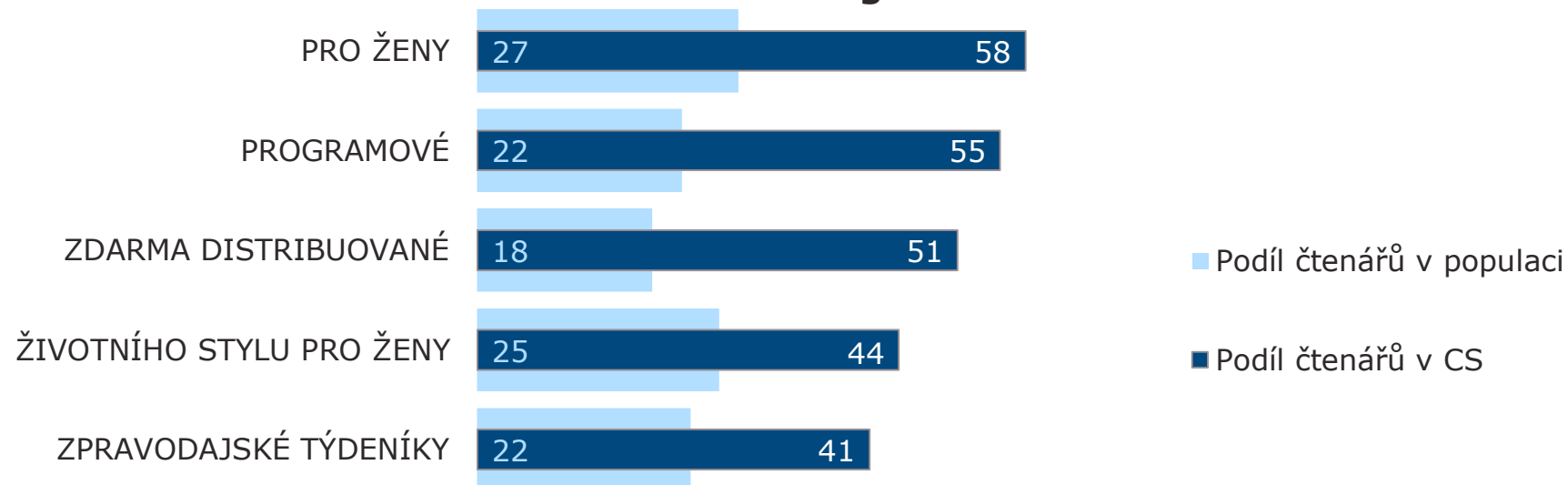
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



94 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



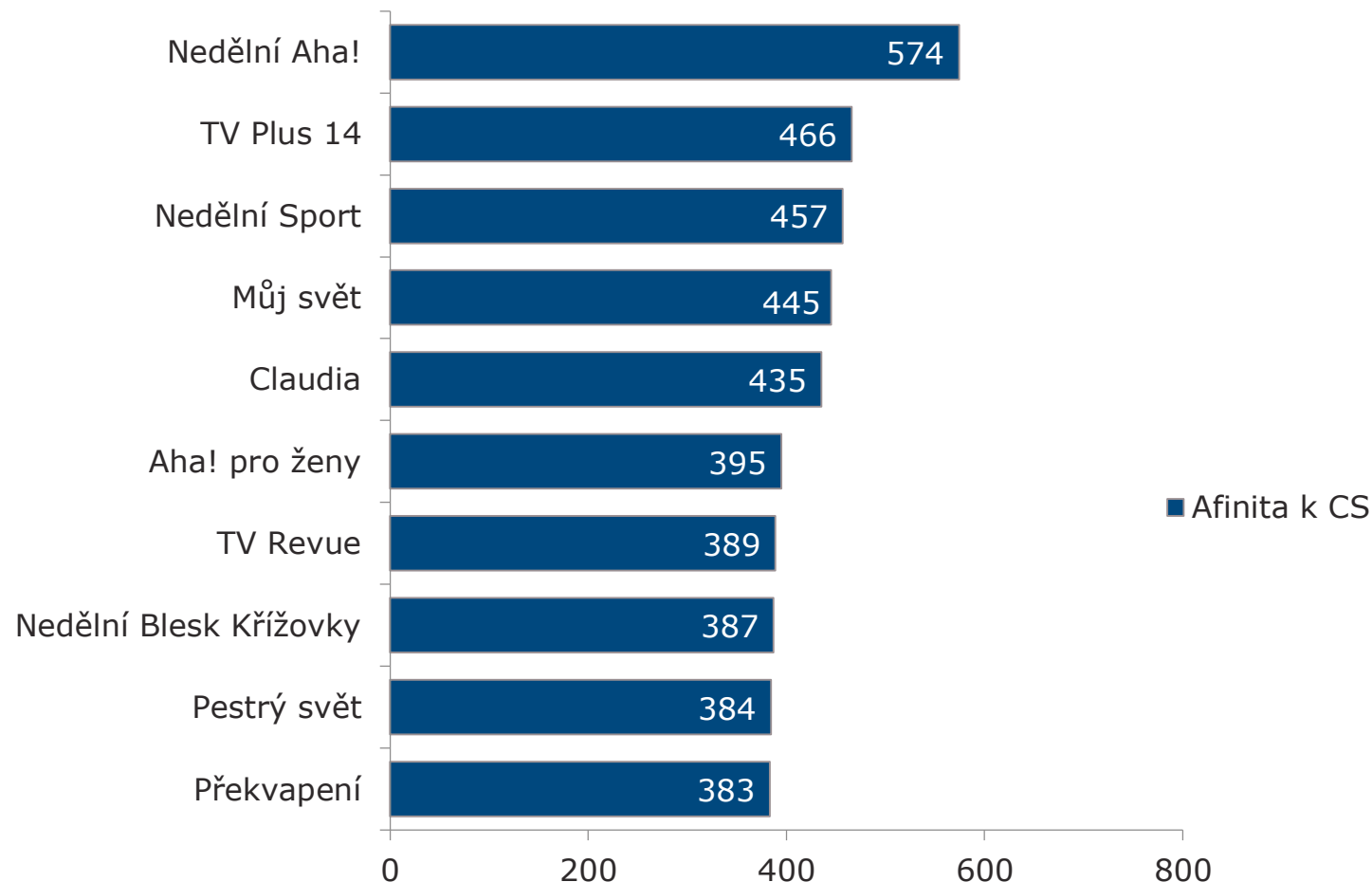
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1241 tis.
z toho 9 %
stálých

TOP 10 médií



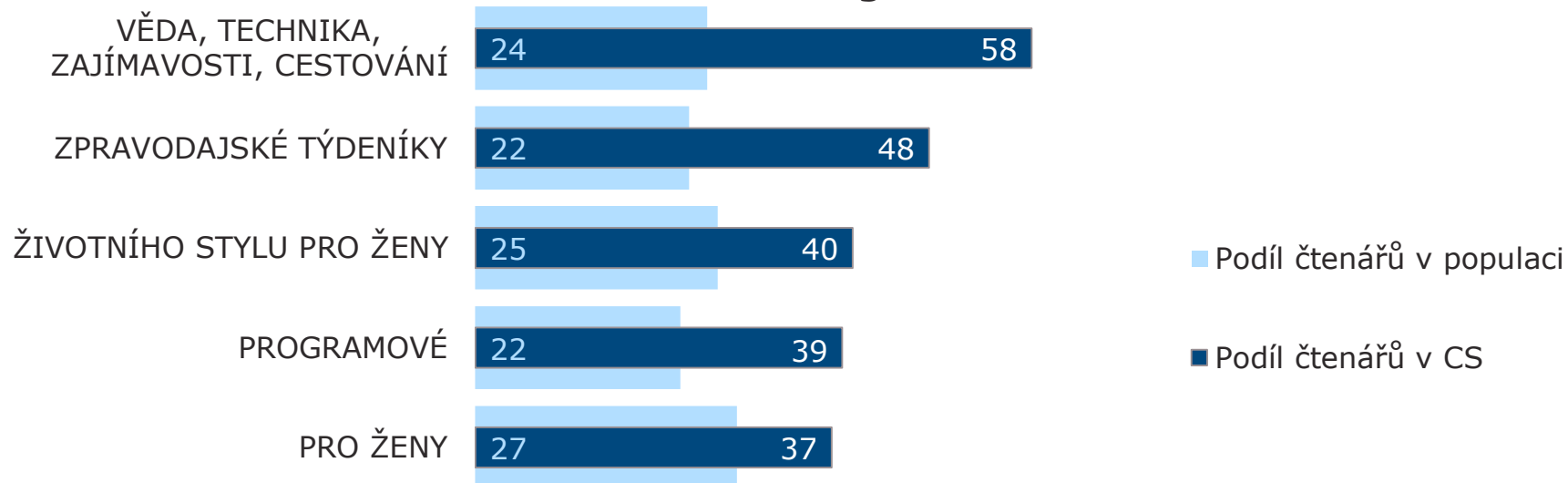
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



74 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



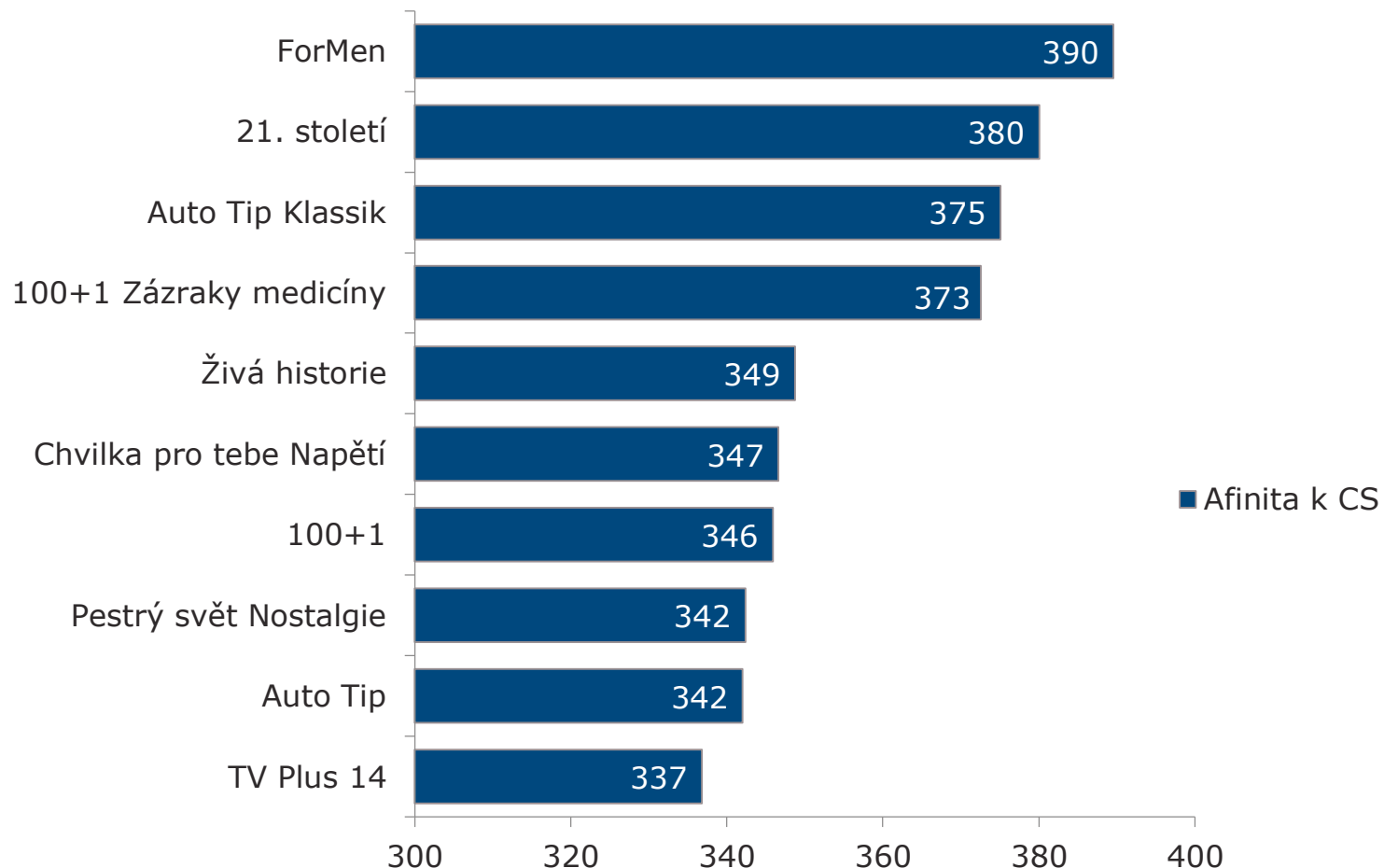
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1176 tis.
z toho 10 %
stálých

TOP 10 médií



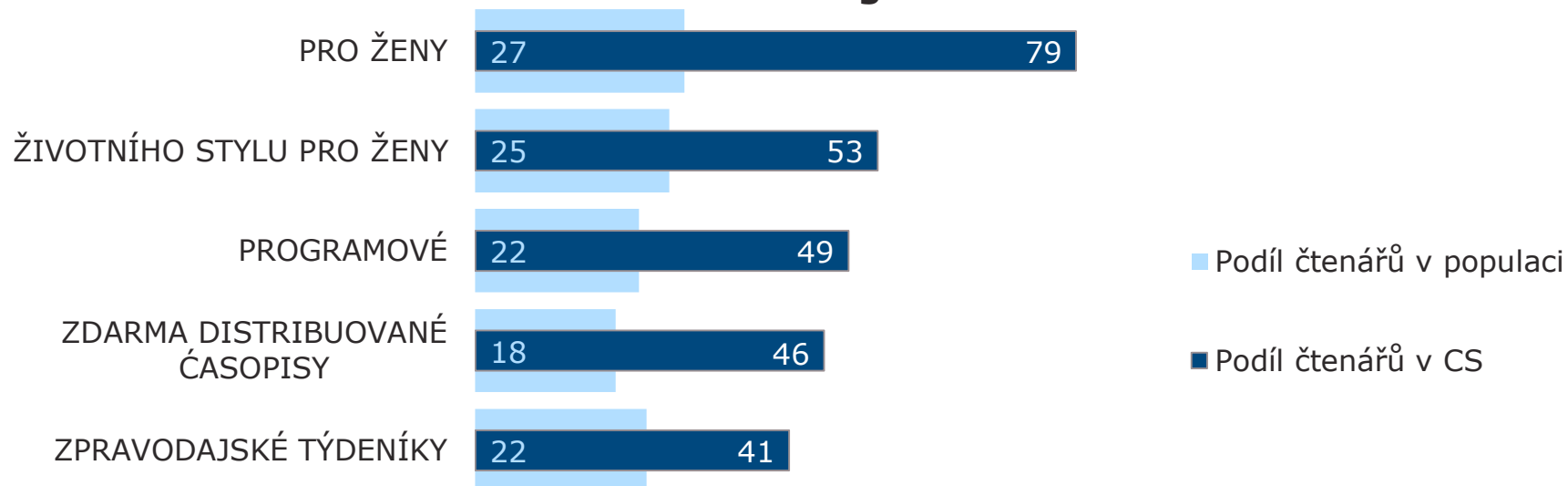
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



85 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



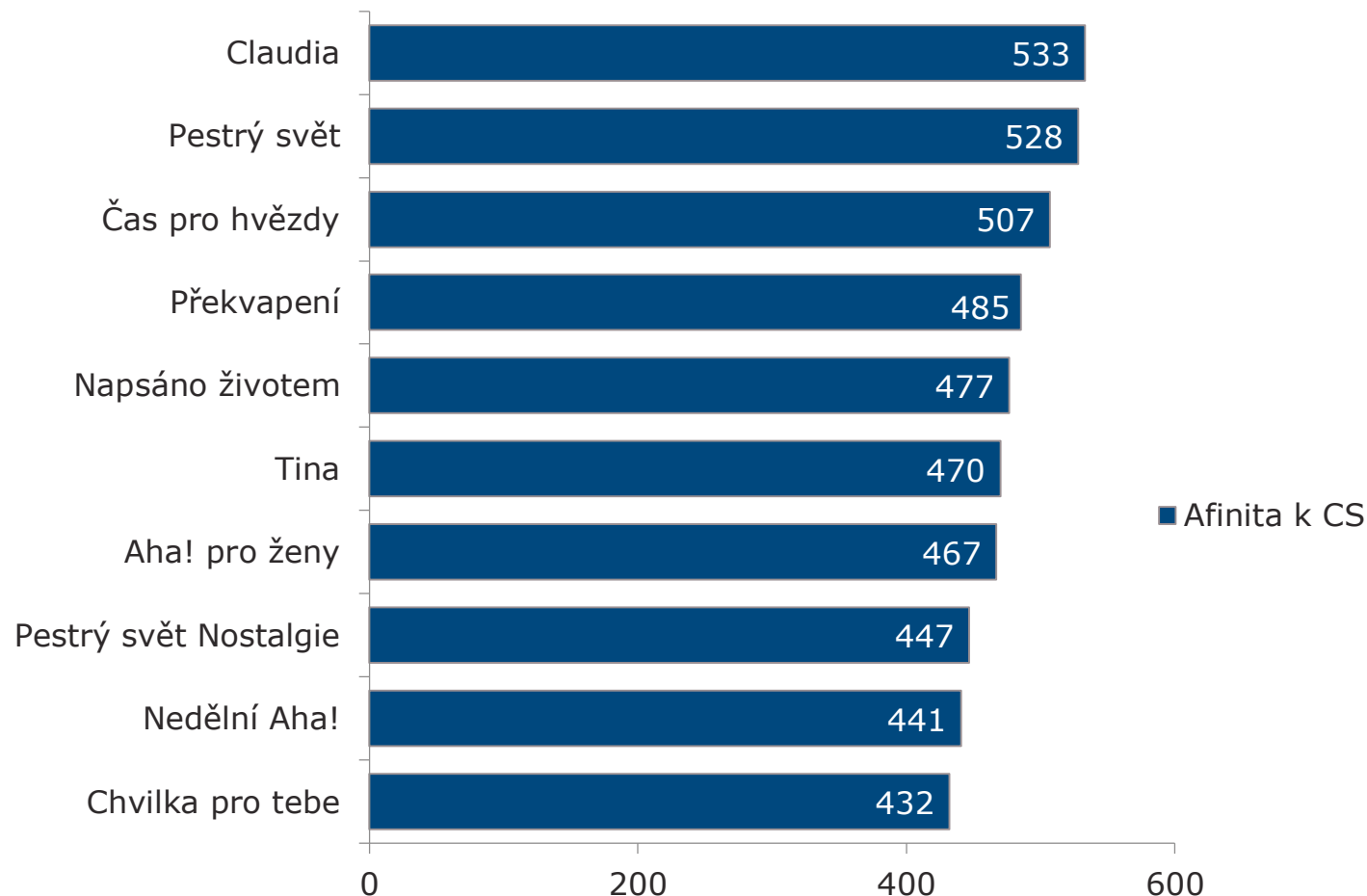
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1228 tis.
z toho 9 %
stálých

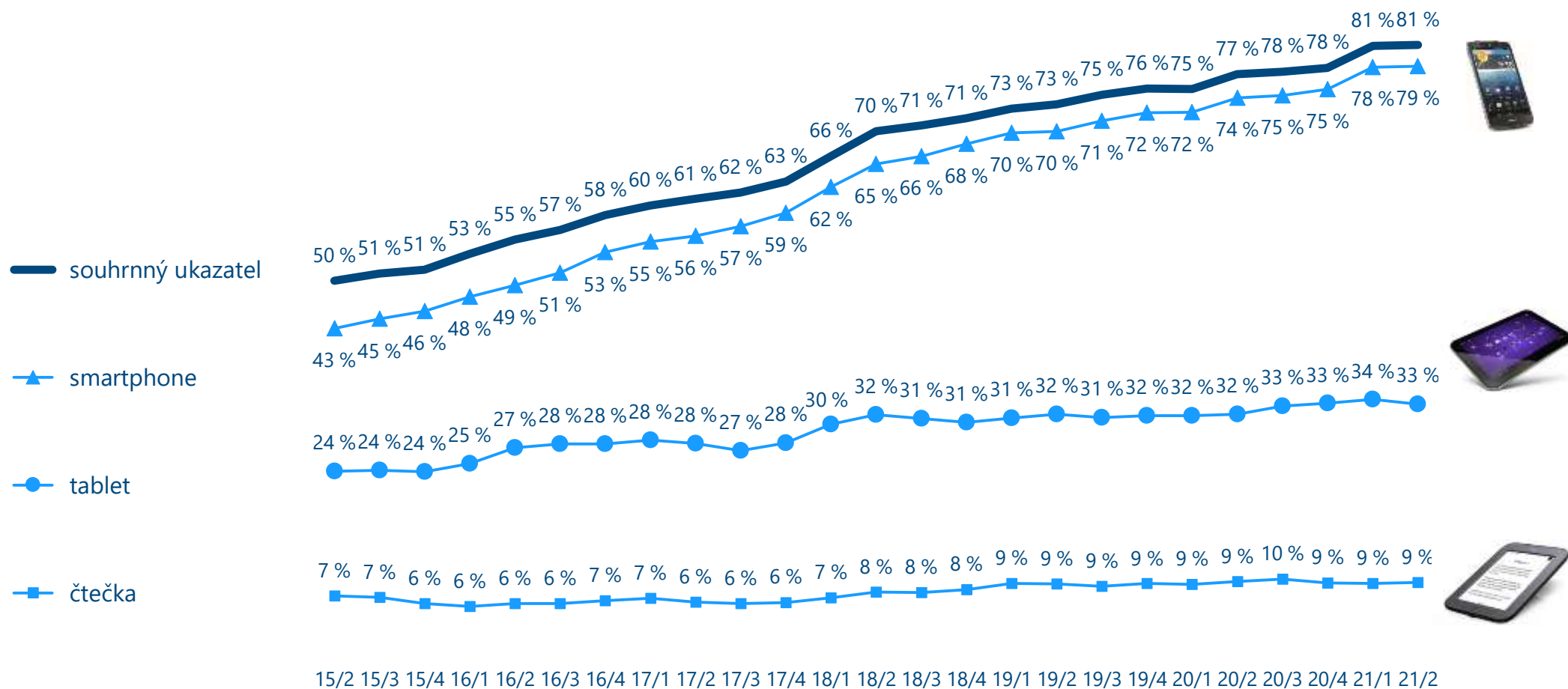
TOP 10 médií



Trendy vybavenosti čtecími zařízeními



Nárůst vybavenosti populace čtecími zařízeními



Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

*MEDIA PROJEKT: 1. čtvrtletí 2021
a 2. čtvrtletí 2021*

Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

