

MEDIA PROJEKT

1. čtvrtletí 2022 - 4. čtvrtletí 2022

Český tiskový trh v roce 2022

Podle informačního systému Národního informačního a poradenského střediska Ministerstva kultury ČR vycházelo v ČR **5 037 titulů periodického tisku**.

Z toho představovaly:

- Deníky 107 titulů (zahrnuje regionální mutace jako samostatné tituly)
- Týdeníky 91 titulů
- Čtrnáctideníky 67 titulů
- Měsíčníky 833 titulů
- Tituly s delší periodicitou 2 407 titulů

V rámci výzkumu MEDIA PROJEKT však není možné všechny tituly periodického tisku měřit, neboť existují metodické limity jako je maximálně čtvrtletní periodičita, definované pokrytí, ověřování nákladu u ABC ČR, minimální čtenost v projekci 24 000 čtenářů na vydání. A nakonec je tu také otázka ochoty vydavatelů jednotlivých titulů podílet se na financování výzkumu.

Objem tiskové produkce v ČR roce 2022

Placené deníky	123 milionů výtisků
Bezplatné deníky	55 milionů výtisků
Suplementy deníků	87 milionů výtisků
Časopisy	170 milionů výtisků
Bezplatné týdeníky	22 milionů výtisků
Celkem	457 milionů výtisků

Odhad na základě údajů ABC ČR o prodaném a tištěném nákladu ověřovaných titulů.

Inzerční trh v roce 2022 v ceníkových cenách

Inzerční výkony tiskových médií v letech 2021 a 2022 podle monitoringu inzerce

Rok	Hrubá inzerce v tis. Kč	Počet inzerátů	Počet inzerčních stran
2021	19 027 810	529 727	205 744
2022	20 130 166	517 237	204 281

Zdroj: Monitoring inzerce AdIntel, Nielsen Admosphere 2022

Údaje o hrubé inzerci uvedené v tabulce představují inzerční příjmy v ceníkových cenách. Počet inzerčních stran a inzerátů klesá přesto, že tisk dává prostor pro přesně cílenou a tudíž velmi efektivní reklamu.

Největší inzerenti v tisku podle objemu hrubých inzertních investic v roce 2022

	Inzerent	Hrubá ceníková inzerce v Kč
1	Simply You Pharmaceuticals	1 001 030 961
2	Mountfield	769 219 488
3	SAZKA	474 342 496
4	Kaufland Česká republika	386 378 393
5	Albert Česká republika	383 879 402
6	Lidl Česká republika	351 871 950
7	E.M.A. Europe	323 340 722
8	HORNBACH BAUMARKT CS	260 513 682
9	Penny Market	243 354 436
10	e-Finance	202 341 269
11	BILLA	199 679 445
12	Internet Mall	189 354 022
13	T-Mobile Czech Republic	183 122 385
14	FTV Prima	166 492 357
15	TV PRODUCTS CZ	163 971 698

Zdroj: Monitoring inzerce AdIntel, Nielsen Admosphere 2022

Výzvy vydavatelskému odvětví 2022/2023

- Neexistující státní podpora
- Růst cen tiskového papíru
- Růst cen energií a dalších vstupů
- Zdražování distribučních nákladů
- Zvyšování tarifů České pošty (pro rok 2023 o 25 %)
- Růst životních nákladů spotřebitelů
- Obavy spotřebitelů z recese
- Vládní záměry na zvyšování sazby DPH pro prodej tisku

Počet dotazovaných titulů v MEDIA PROJEKTU 2022

Deníky

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

V současné době není do výzkumu zahrnut z českých deníků jen titul Deník N.

Časopisy

- 22 týdeníků
- 16 čtrnáctideníků
- 45 měsíčníků
- 1 dvouměsíčník
- 3 čtvrtletníky
- 1 bezplatný časopis

Celkem se jedná o 89 titulů.

Výsledky MP za 1. - 4. čtvrtletí 2022



Situace v roce 2022

- Epidemiologická situace mírná
- Společnost zůstává nadále zjitřená (válka na Ukrajině, prezidentská volba)
- Dotazování se stabilizovalo na rozložení 70 % CAPI, 30 % alternativní metody
- Vývoj metody CATI + fúze
- Již dostatek dat ke kvalitě a frekvenci čtení (kvalitativní rozšíření)
- Výzkumy před prezidentskými volbami potvrdily přesnost měření (realizátoři nezaháleli)
- **MP nadále poskytuje stabilní a věrohodné výsledky**

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 13 088 respondentů

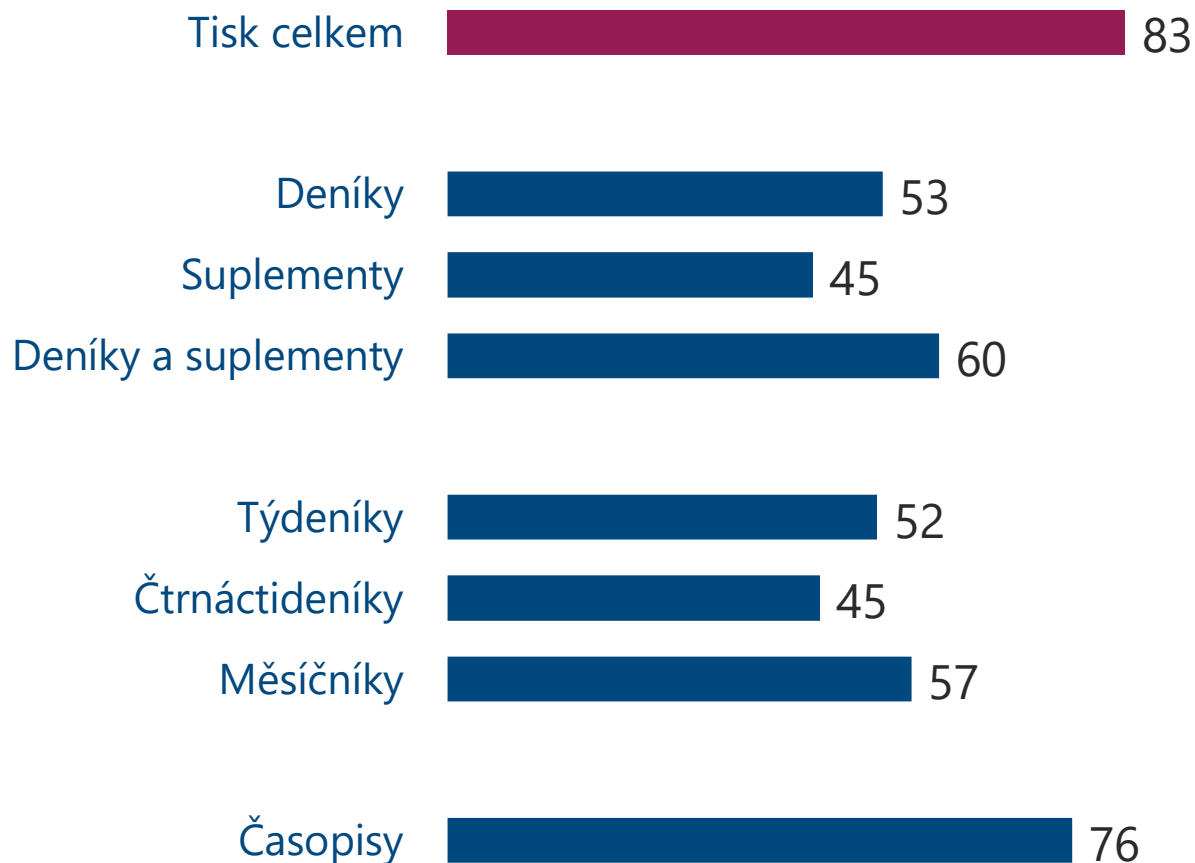
- Průměrná délka rozhovoru cca 23 minut

Celkový zásah tisku



Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

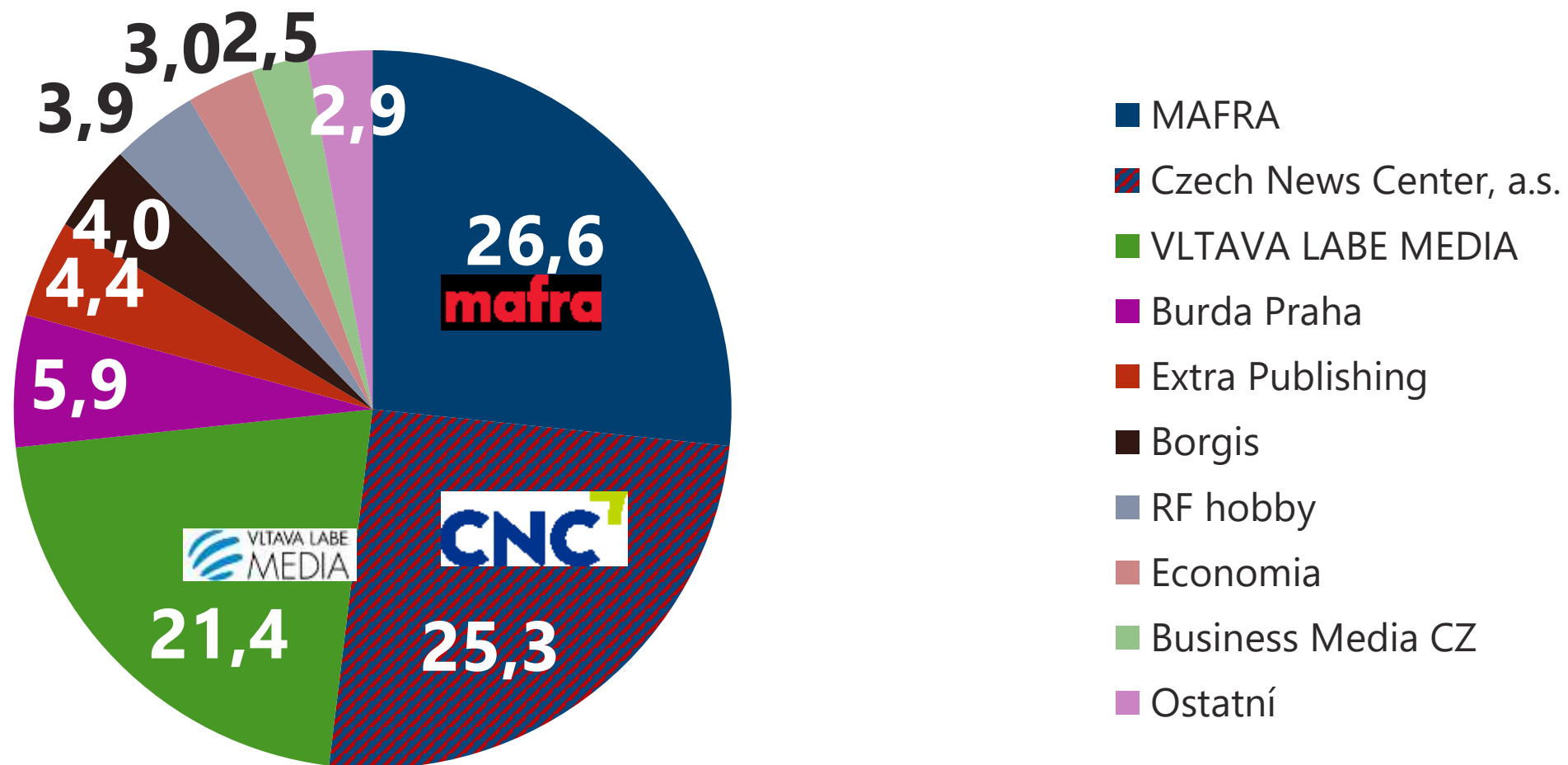
čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



- Celkový zásah tisku je 7 228 000 osob



Vydavatelské domy (podíl na trhu v %)



Čtenost - deníky



Celostátní placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři deníků jsou nadprůměrně často:

- Vysokoškolsky vzdělání
- Z vyšší socioekonomické třídy



Blesk	647
MF DNES	407
* Sport	177
* Lidové noviny	160
Právo	157
Aha!	146
* Hospodářské noviny	143
DENÍK ČR	375

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2021+Q3/2022*

Regionální placené deníky

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- Mají pevně zabudovaný bazén
- Mají zahradu



* DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	64
DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	61
DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	51
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	50
* DENÍK SEVERNÍ ČECHY	41
DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	36
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	32
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	29
* DENÍK - KRAJ VYSOČINA	20

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2021+Q3/2022*

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 35 %)

Metro	321
E15	48



Suplementy

čtenost na vydání v tis. čtenářů

Pouze:

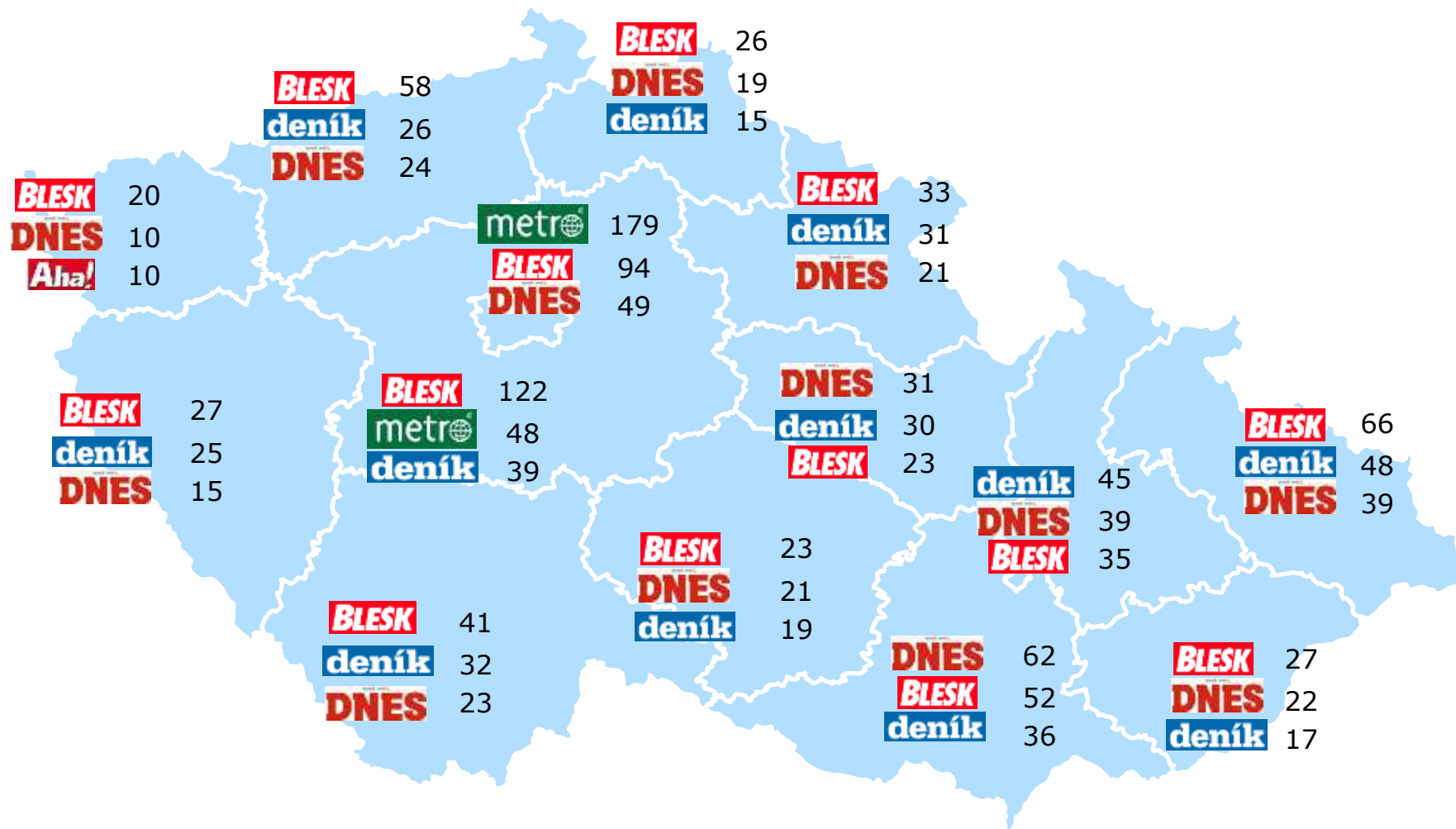
- 8 % z nich nečte žádný časopis

Blesk magazín TV	811
TV magazín (celkem)	690
Magazín DNES + TV	464
* Víkend DNES	313
Ona DNES	292
Aha! TV	284
Magazín Právo + TV	280
TV pohoda (celkem)	263
Sport magazín	237
Auto DNES (do 4Q22)	189
* Pátek Lidové noviny	176
* Speciál DNES	170
Doma DNES	160
Deník víkend	152
Dům & bydlení	123
Víkend Právo	120
Styl pro ženy	64

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2021+Q3/2022*

Deníky v regionech

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Specifický zásah tisku – profesní skupiny



Cílová skupina – třídy A + B

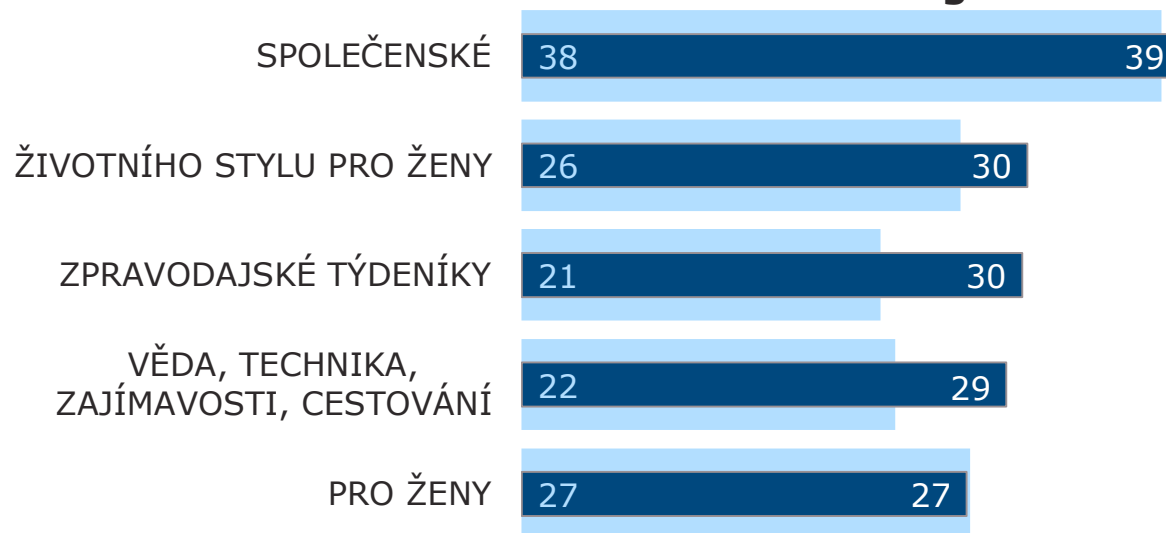
= celkový zásah v % (delší období)

3 024 tis. lidí



■ Podíl čtenářů v populaci
■ Podíl čtenářů v CS

TOP 5 kategorií

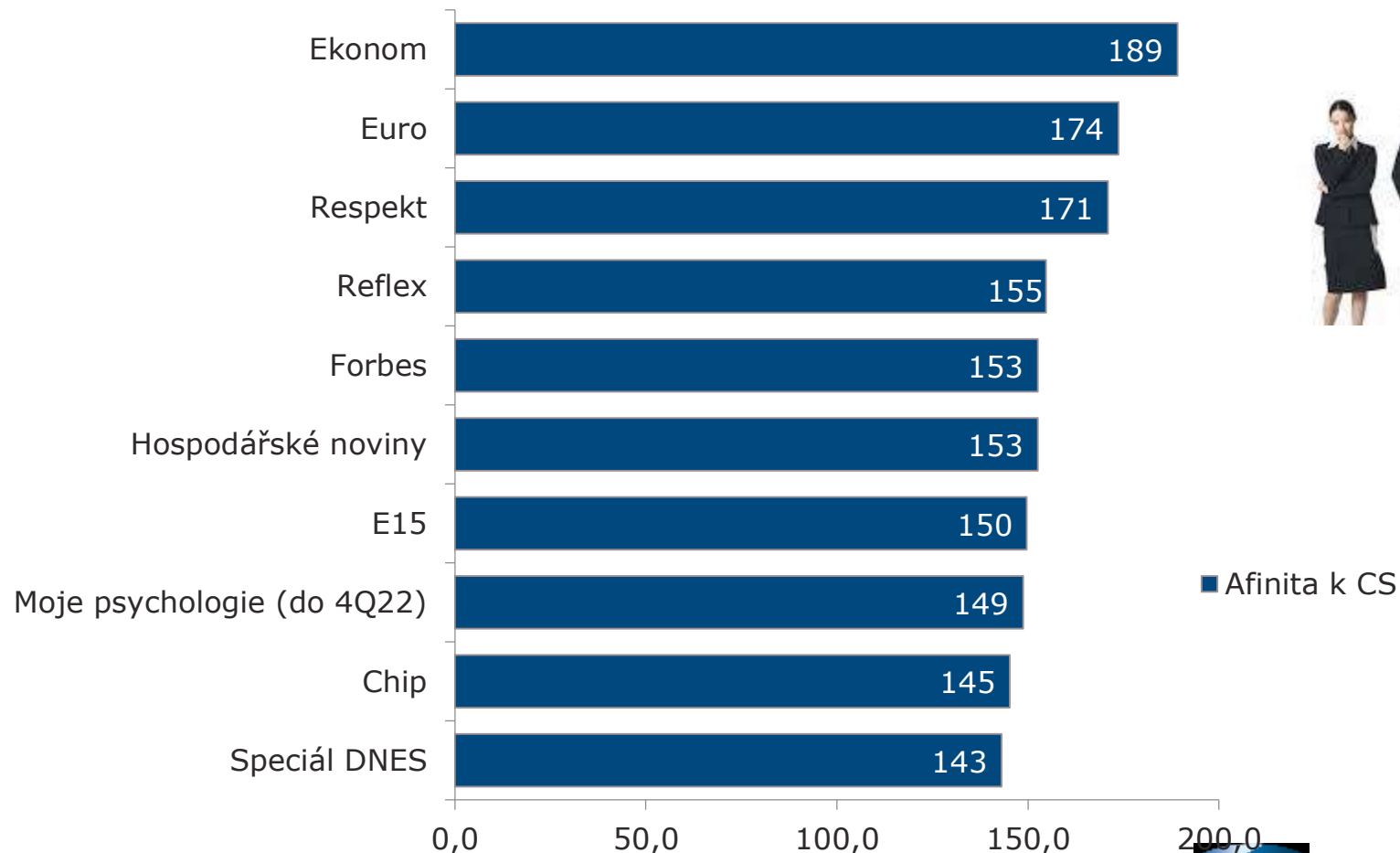


Cílová skupina – třídy A + B

tituly s největší afinitou (delší období)

3 024 tis. lidí

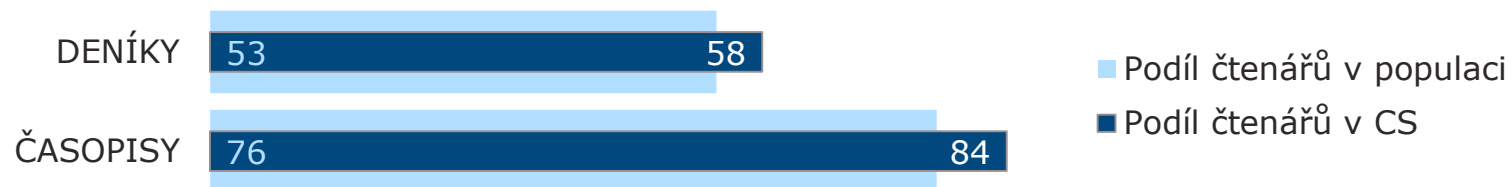
TOP 10 médií



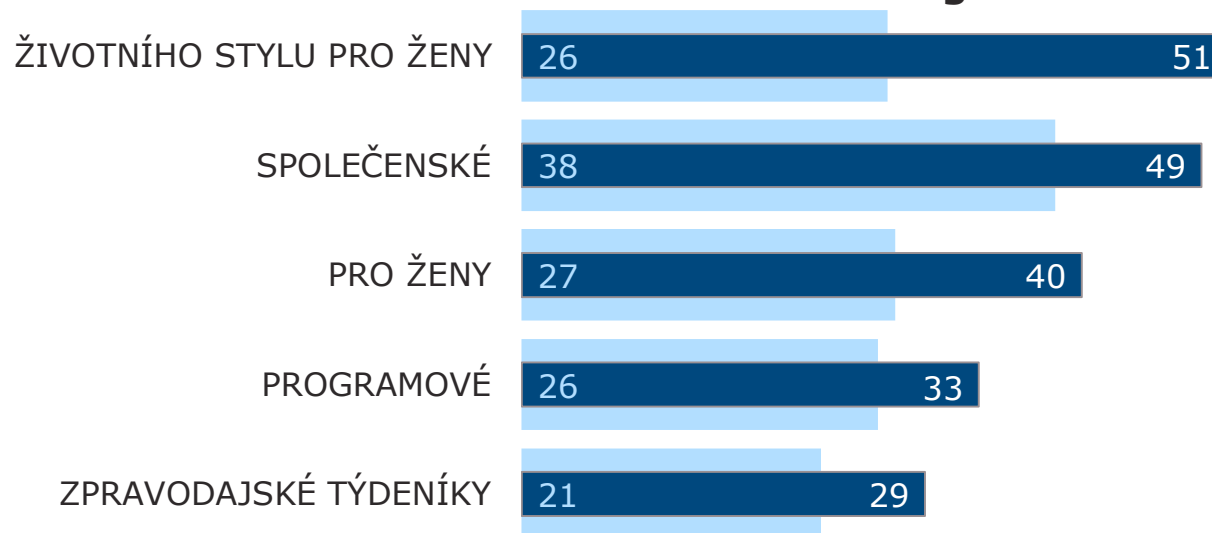
Cílová skupina – Lékaři, sestry a pracovníci ve zdravotnictví

celkový zásah v % (delší období)

167 tis. lidí



TOP 5 kategorií

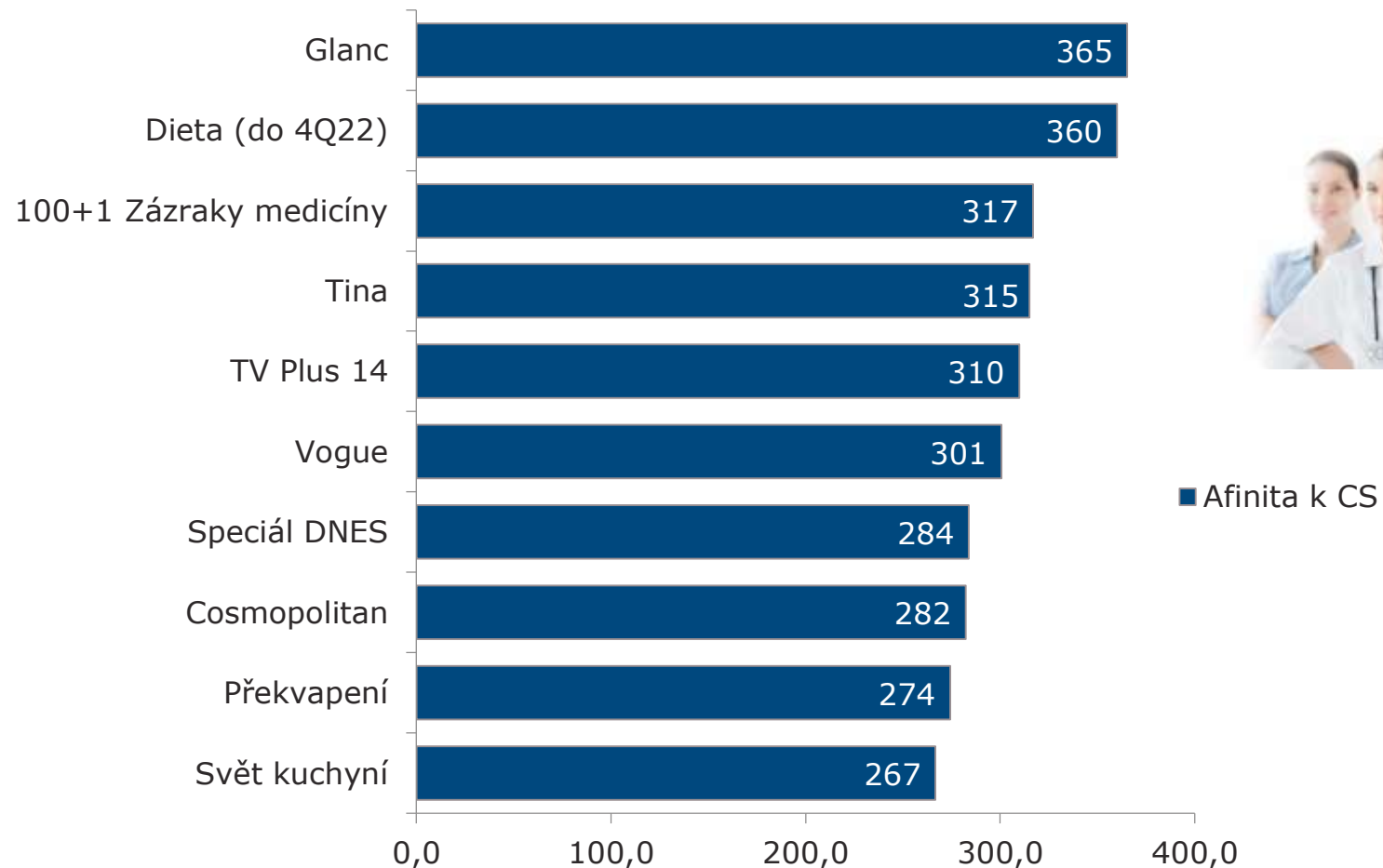


Cílová skupina – Lékaři a pracovníci ve zdravotnictví

tituly s největší afinitou (delší období)

164 tis. lidí

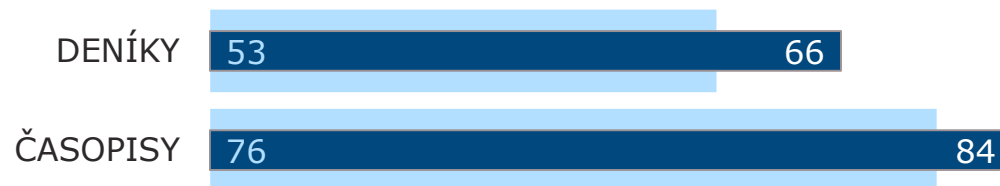
TOP 10 médií



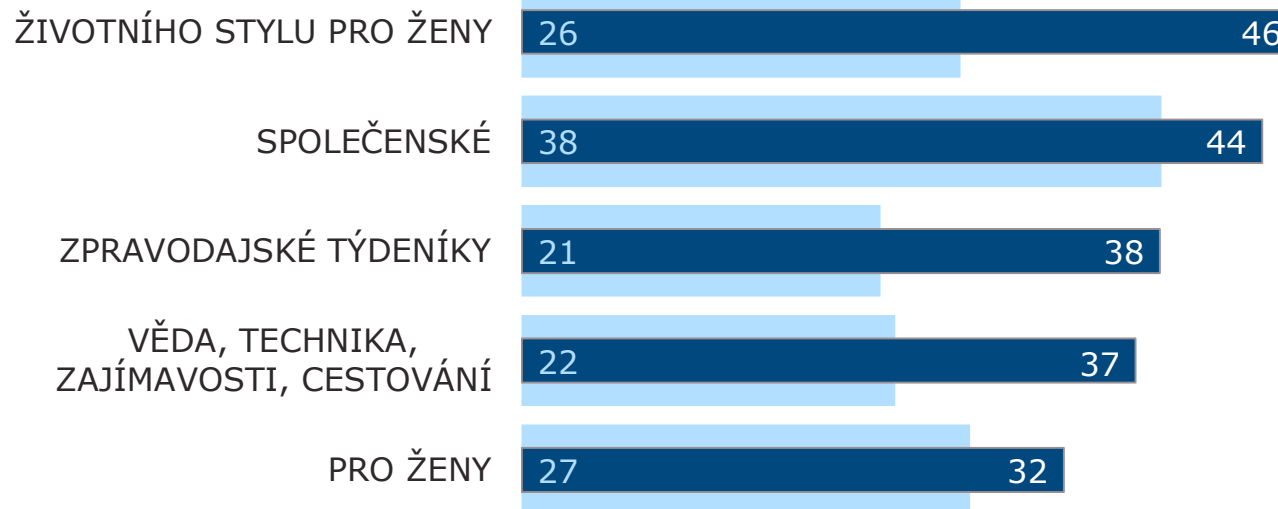
Cílová skupina – Učitelé

celkový zásah v % (delší období)

297 tis. lidí



TOP 5 kategorií

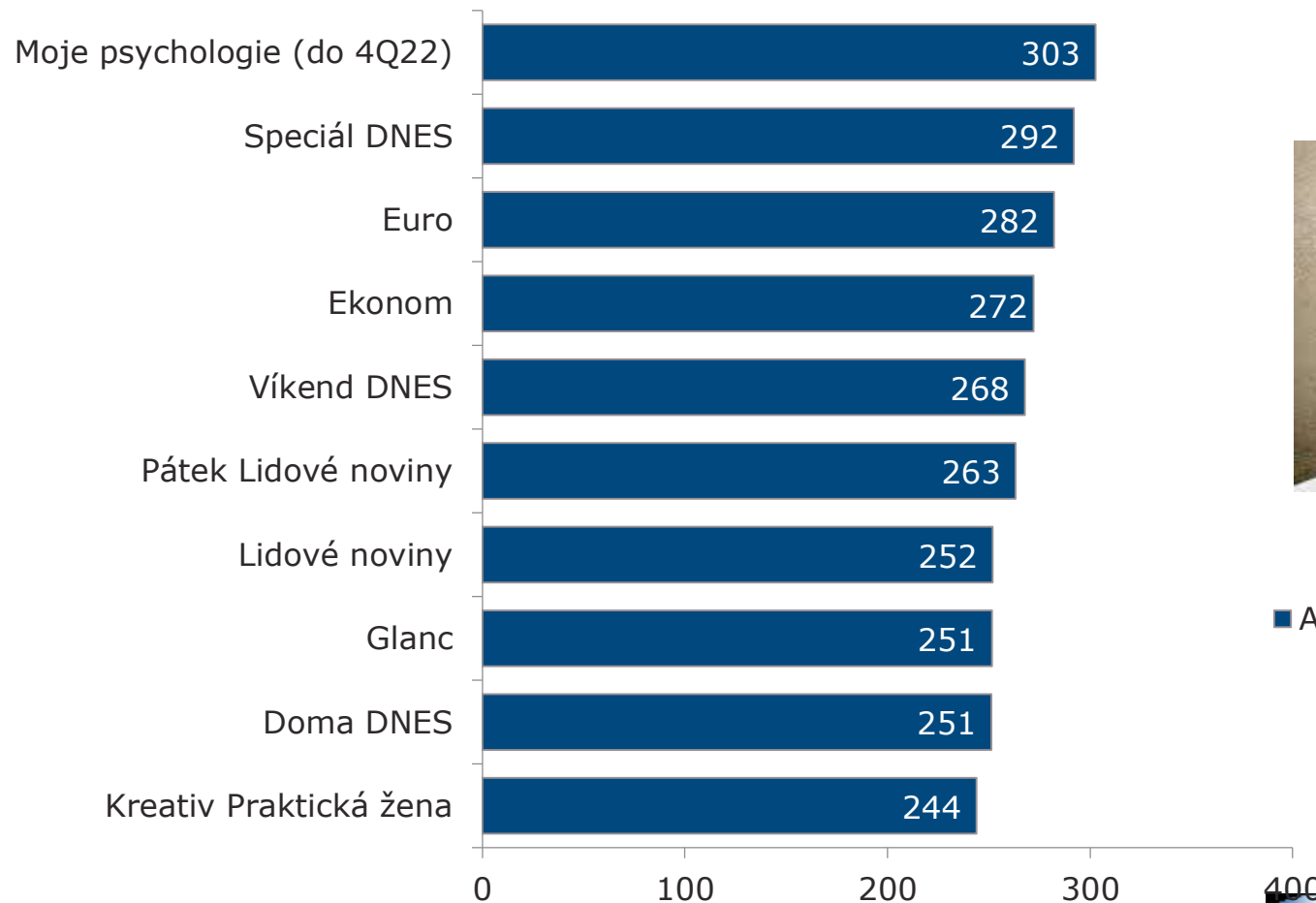


Cílová skupina – Učitelé

tituly s největší afinitou (delší období)

289 tis. lidí

TOP 10 médií

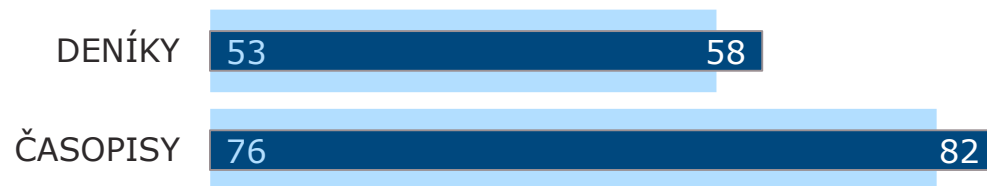


■ Afinita k CS

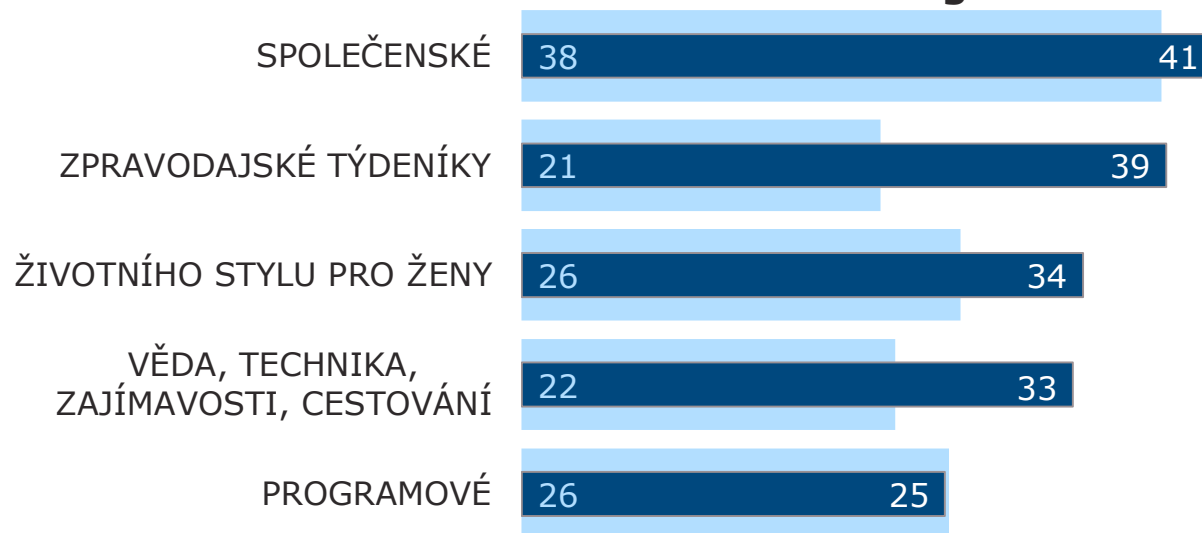
Cílová skupina – Vysokoškoláci

celkový zásah v % (delší období)

1 684 tis. lidí



TOP 5 kategorií

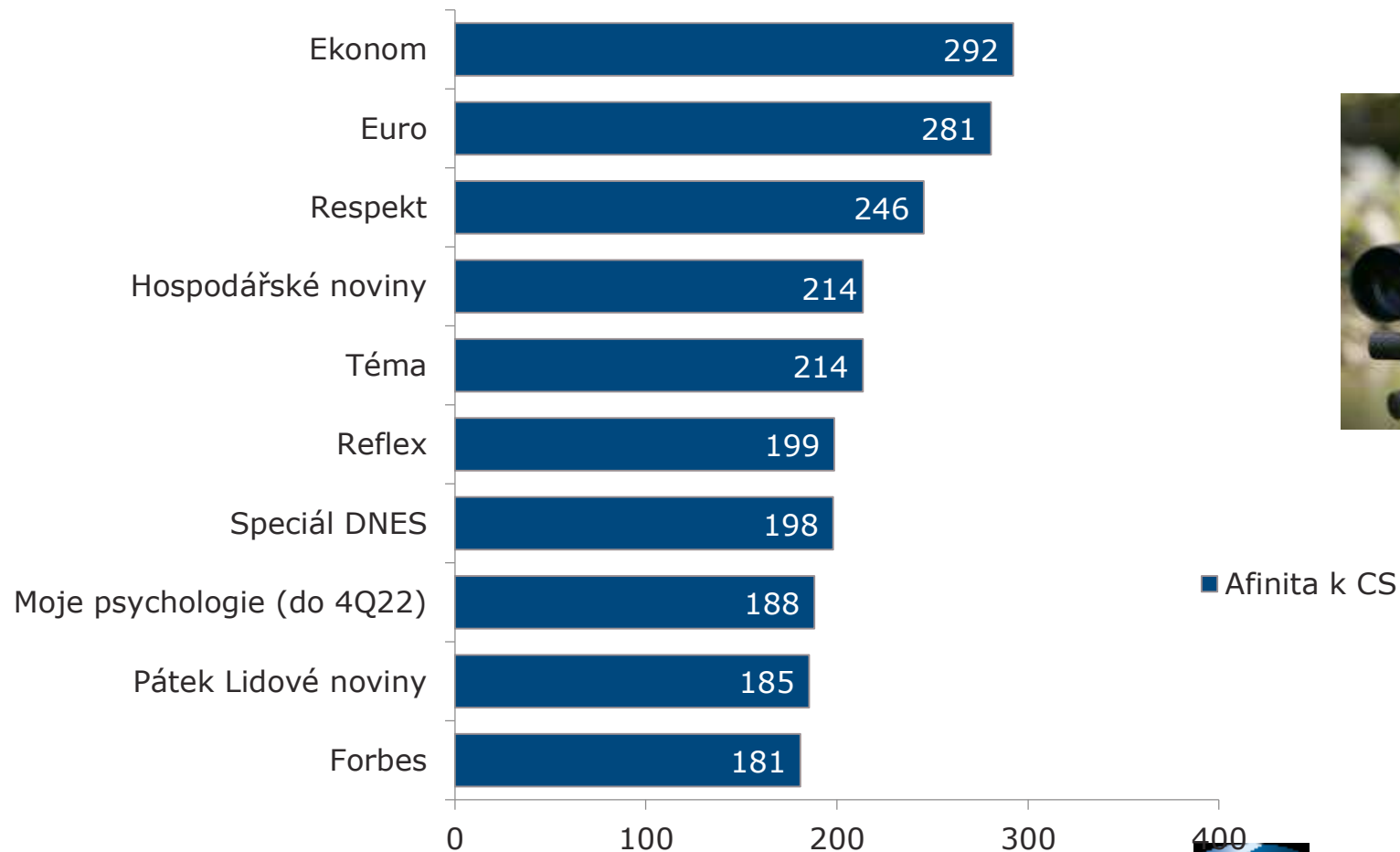


Cílová skupina – Vysokoškoláci

tituly s největší afinitou (delší období)

1 684 tis. lidí

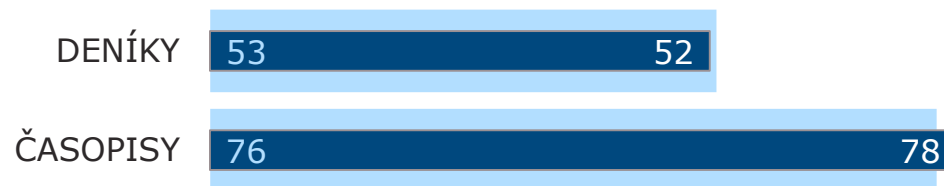
TOP 10 médií



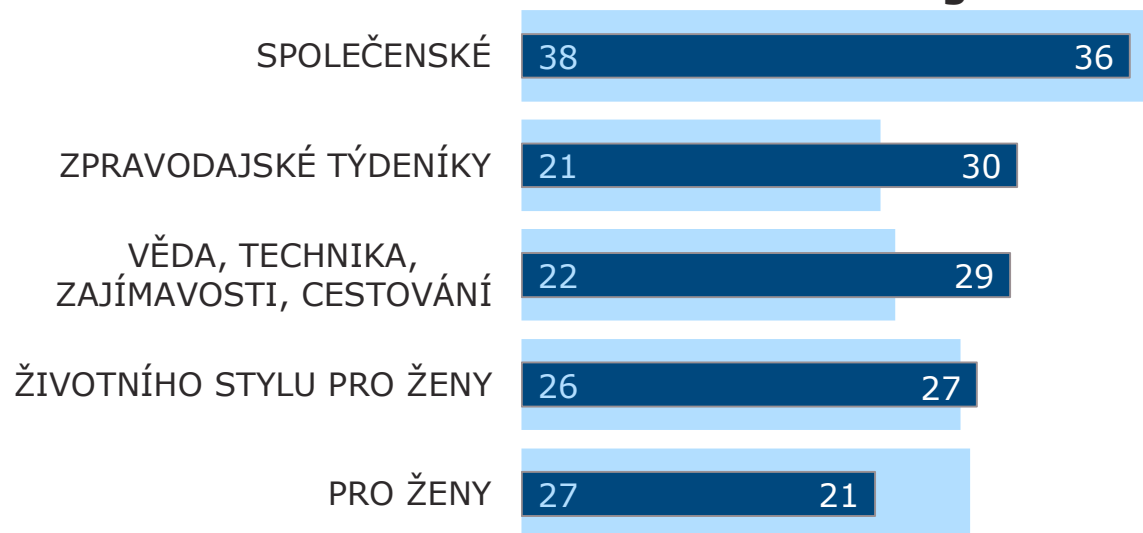
Cílová skupina – Manažeri, podnikatelé

celkový zásah v % (delší období)

734 tis. lidí



TOP 5 kategorií

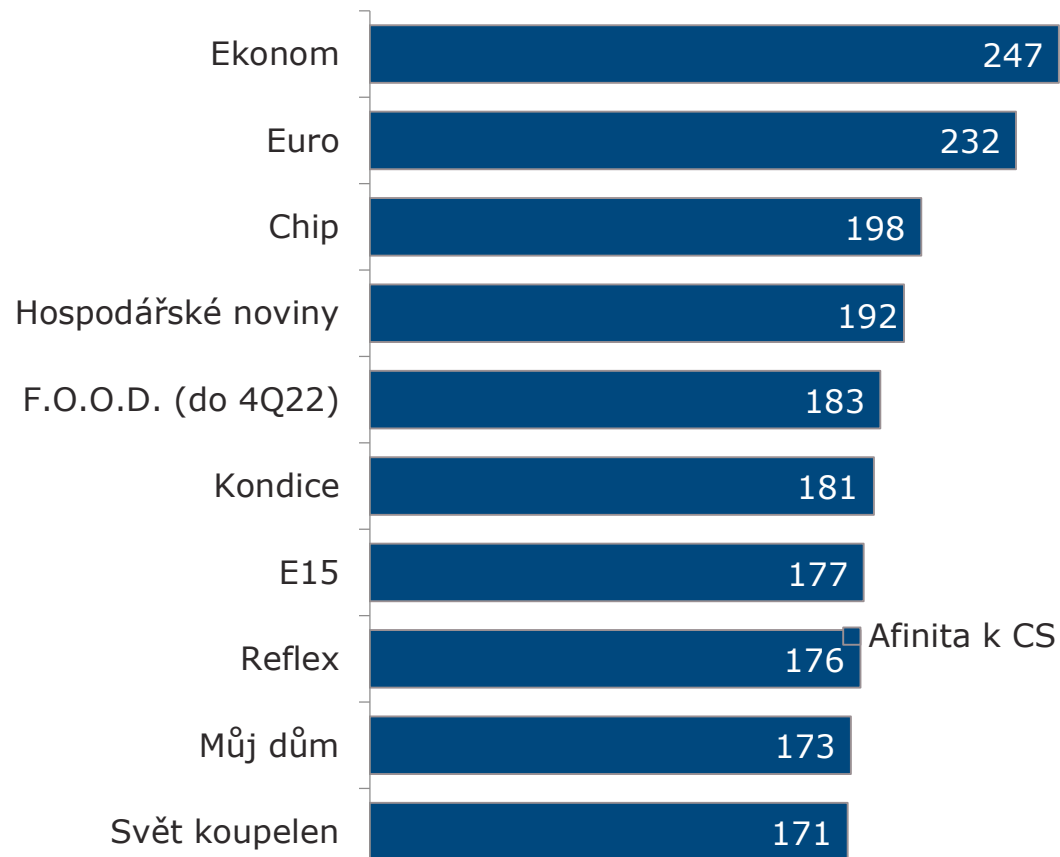


Cílová skupina – Manažeréři, podnikatelé

tituly s největší afinitou (delší období)

734 tis. lidí

TOP 10 médií



Základních zjištění z modulu sledování kvality čtení v dotazování MP



Kvalita čtení

1. Délka kontaktu s titulem:

Pokuste se prosím odhadnout, kolik času (v minutách) jste věnoval(a) četbě, listování posledního výtisku novin / časopisu XXX (uvažujte dohromady všechny čas, který jste s výtiskem strávil(a), včetně opakovaného čtení i po delší době)?

Odpověď na škále

2. Počet shlédnutí titulu (opakování četby):

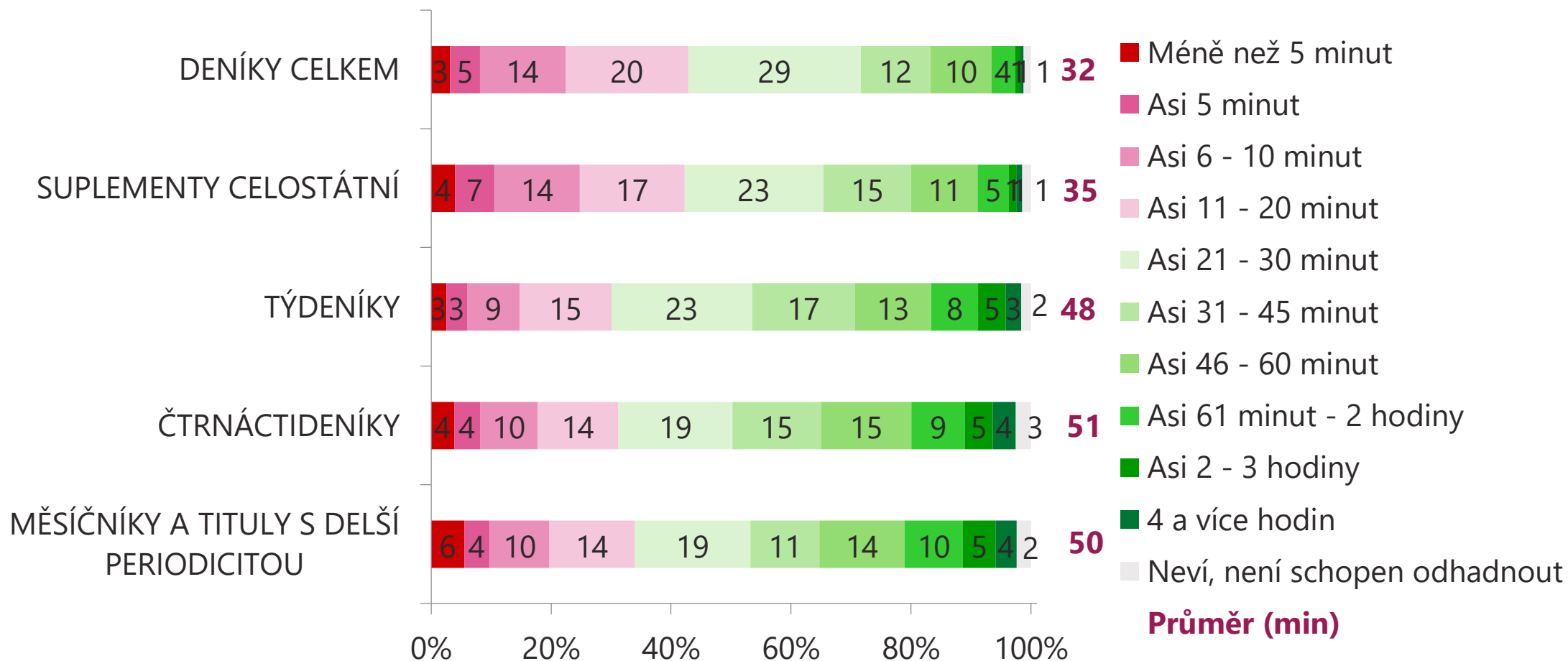
Pokuste se odhadnout, kolikrát jste se k tomuto poslednímu výtisku vrátil, nezáleží kde a kdy, např. doma, v dopravním prostředku, v práci nebo jinde.

Odpověď na škále

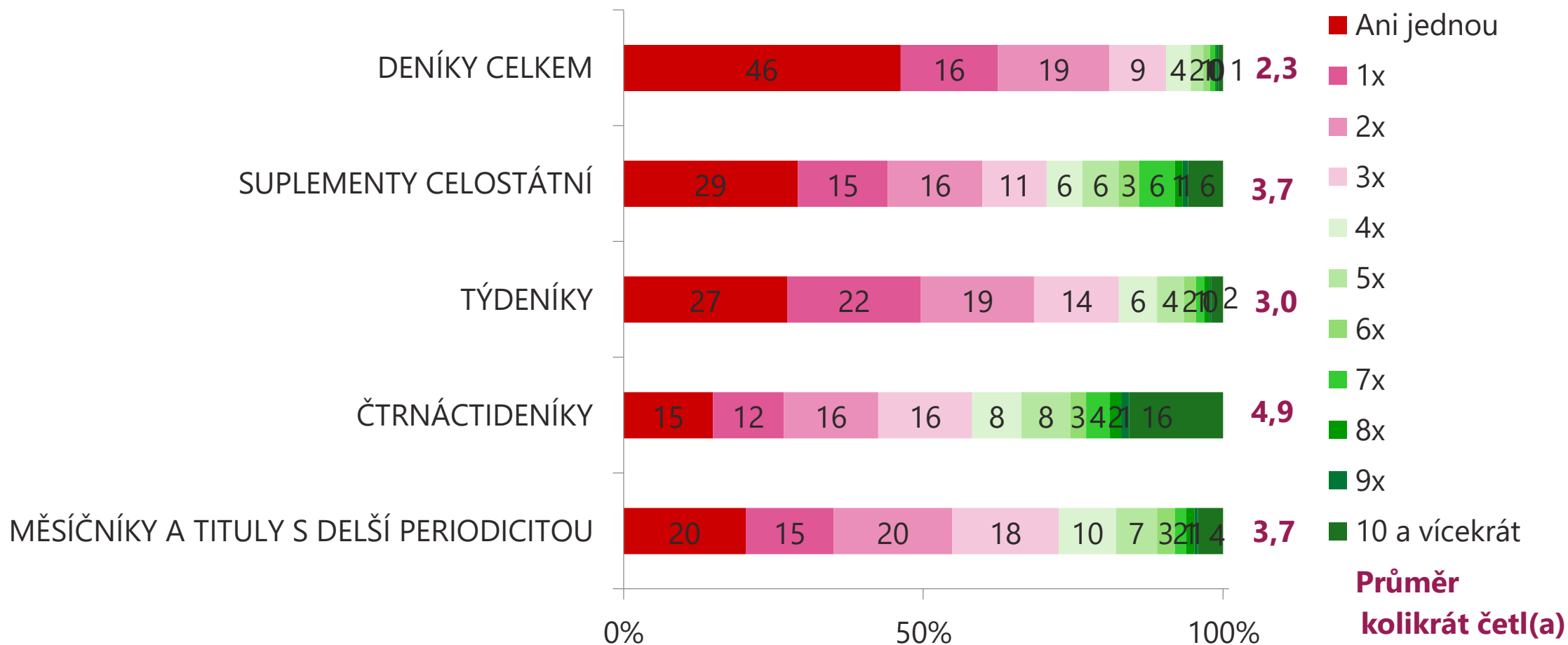
3. Ve kterých dnech obvykle čtete výtisk tohoto deníku?

*jen ve dni, kdy výtisk vyjde
obvykle se k výtisku vracím ještě druhý den
obvykle se k výtisku vracím v průběhu týdne
často si výtisk nechám a vracím se k němu dlouhodobě*

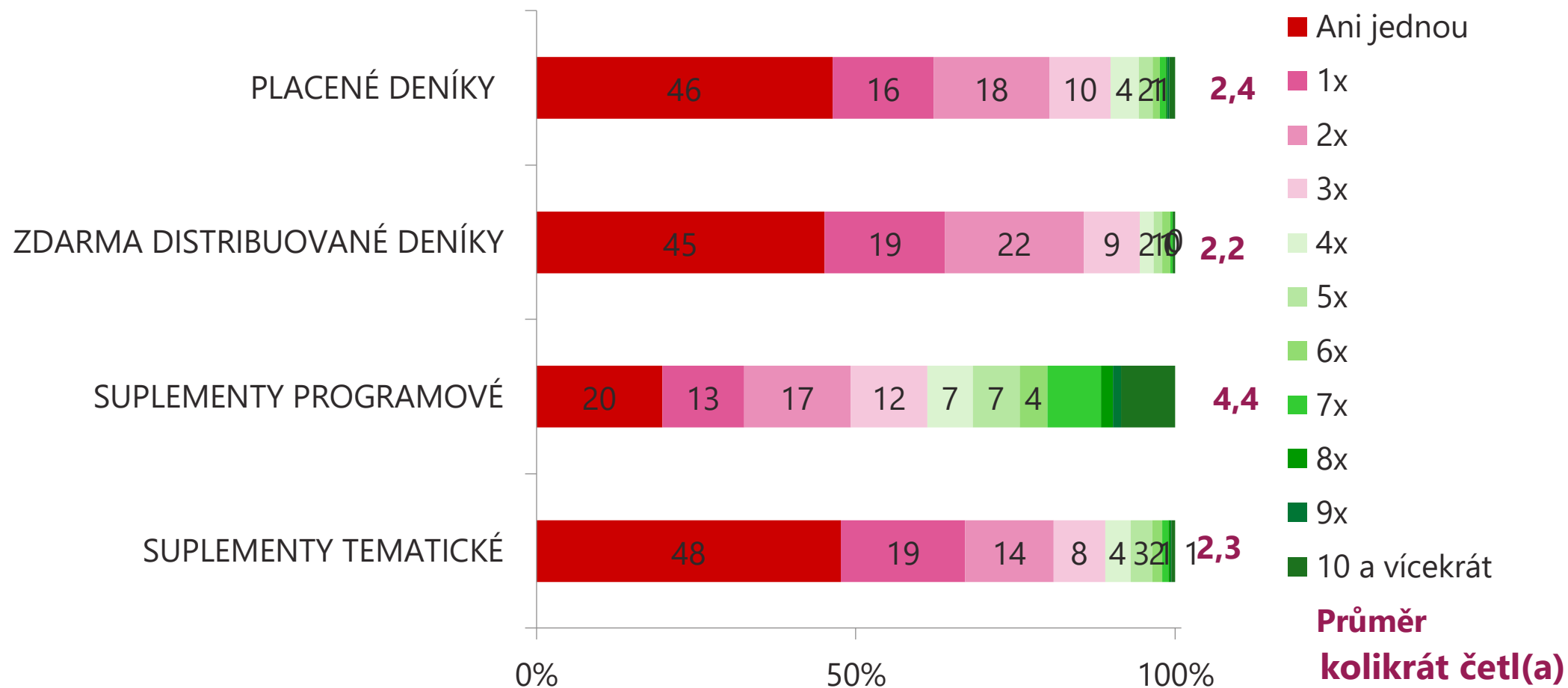
Kolik času (v minutách) jste věnoval(a) četbě, listování posledního výtisku? – skupiny dle periody vydání



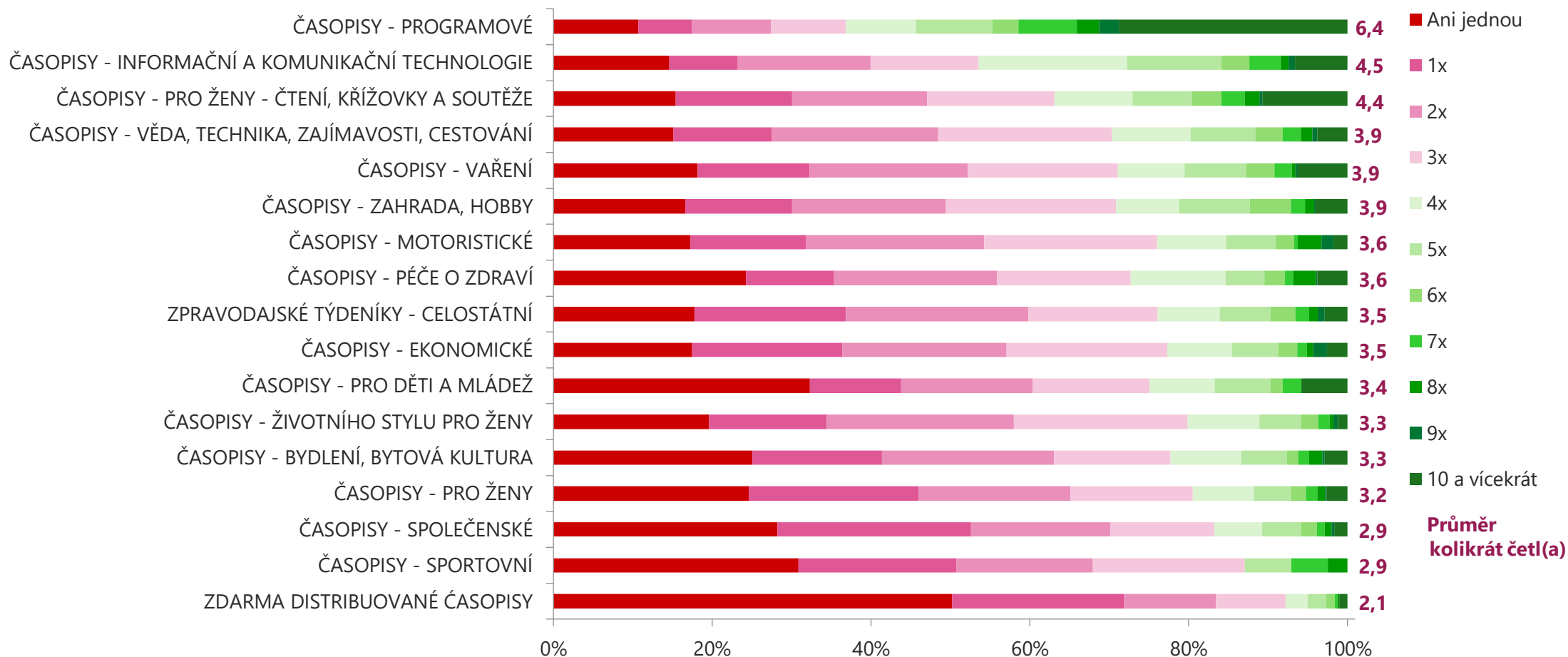
Kolikrát jste se k tomuto poslednímu výtisku vrátil? – skupiny dle periody vydání



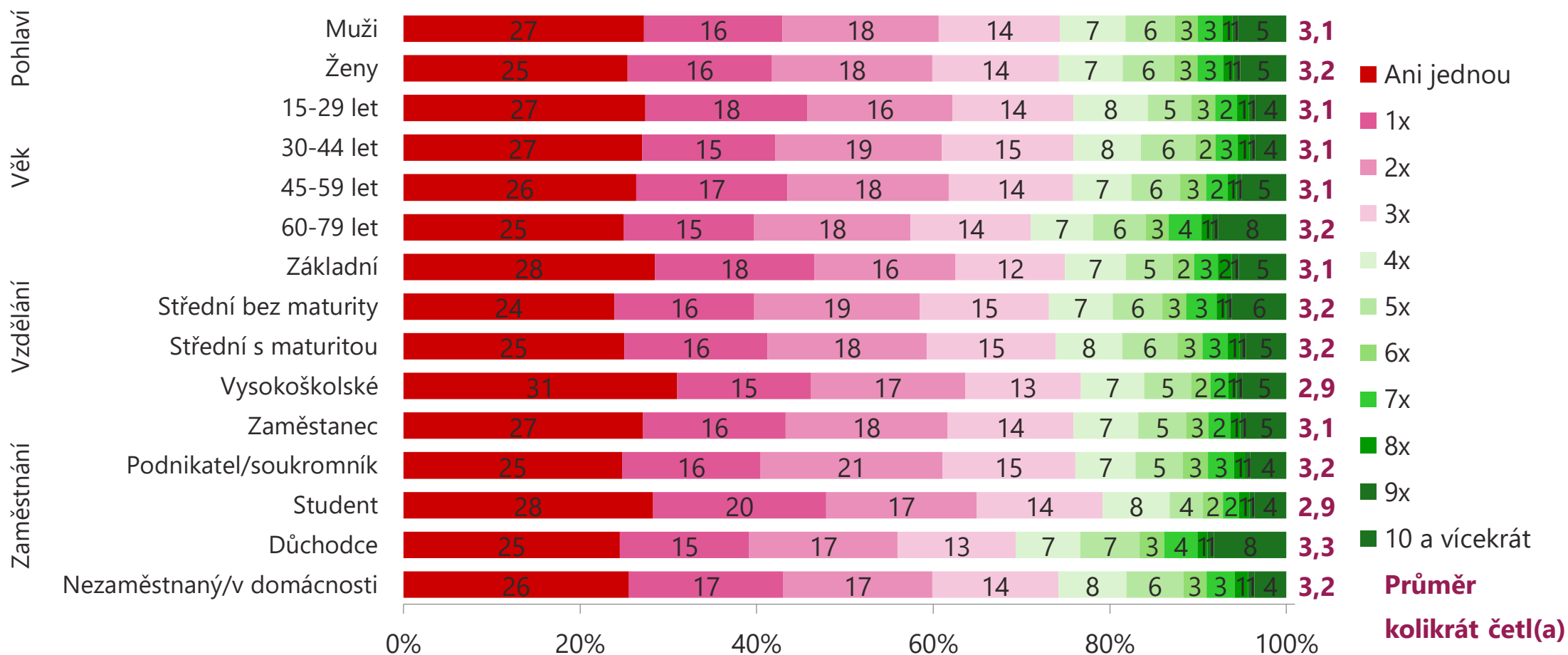
Kolikrát jste se k tomuto poslednímu výtisku vrátil? – deníky a suplementy



Kolikrát jste se k tomuto poslednímu výtisku vrátil? – skupiny časopisů



Kolikrát jste se k tomuto poslednímu výtisku vrátil? – sociodemografické třídění



Kvalita čtení – shrnutí výsledků

- **Průměrná doba** strávená s **deníkem** je průměrně **32 minut**, s **deníky zdarma** 22 minut
- **Průměrná doba** strávená s **přílohou deníku** je průměrně **35 minut**
- **Průměrná doba** strávená s **časopisem** je téměř **50 minut**
- To je doba, po kterou čtenář věnuje výtisku **plnou pozornost**
- Nejvíce času tráví čtenáři s **ICT tituly, časopisy o vědě, technice, zajímavostech a cestování** a **zpravodajskými týdeníky** (více než hodinu)
- **Nejrychleji** čtou **studenti**

Kvalita čtení – shrnutí výsledků

- Průměrný počet **kontaktů s deníkem je 2,4, s časopisem 3,8**
- Průměrný počet **kontaktů s přílohou deníku je 3,7**
- **Více** kontaktů je s **programovými suplementy**
- Nejvíce kontaktů je s **programovými tituly** (6,4), ICT tituly a křížovkářskými magazíny
- Všechny cílové skupiny mají v průměru téměř stejně kontaktů

Kvalita čtení – shrnutí výsledků

- **Deníky** se nejčastěji čtou **v den vydání (62 %)**, 38 % se k výtisku vrací v jiné dny
- **Suplementy a týdeníky** se čtou **po celý týden (66 %)**
- **Suplementy programové** se čtou celý týden dokonce **v 77 %**
- Nejčastěji se **archivují** týdeníky **ekonomické, motoristické a zpravodajské**

Čtenost – časopisy



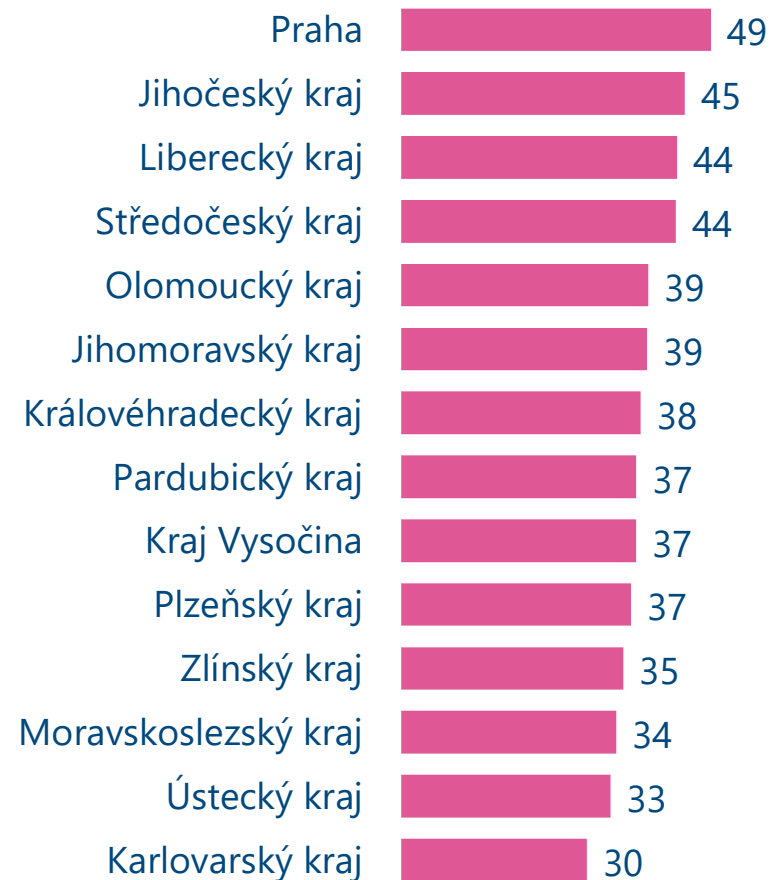
Čtenost v krajích

stálí a pravidelní čtenáři alespoň 1 titulu - zásah v %

Deníky a suplementy

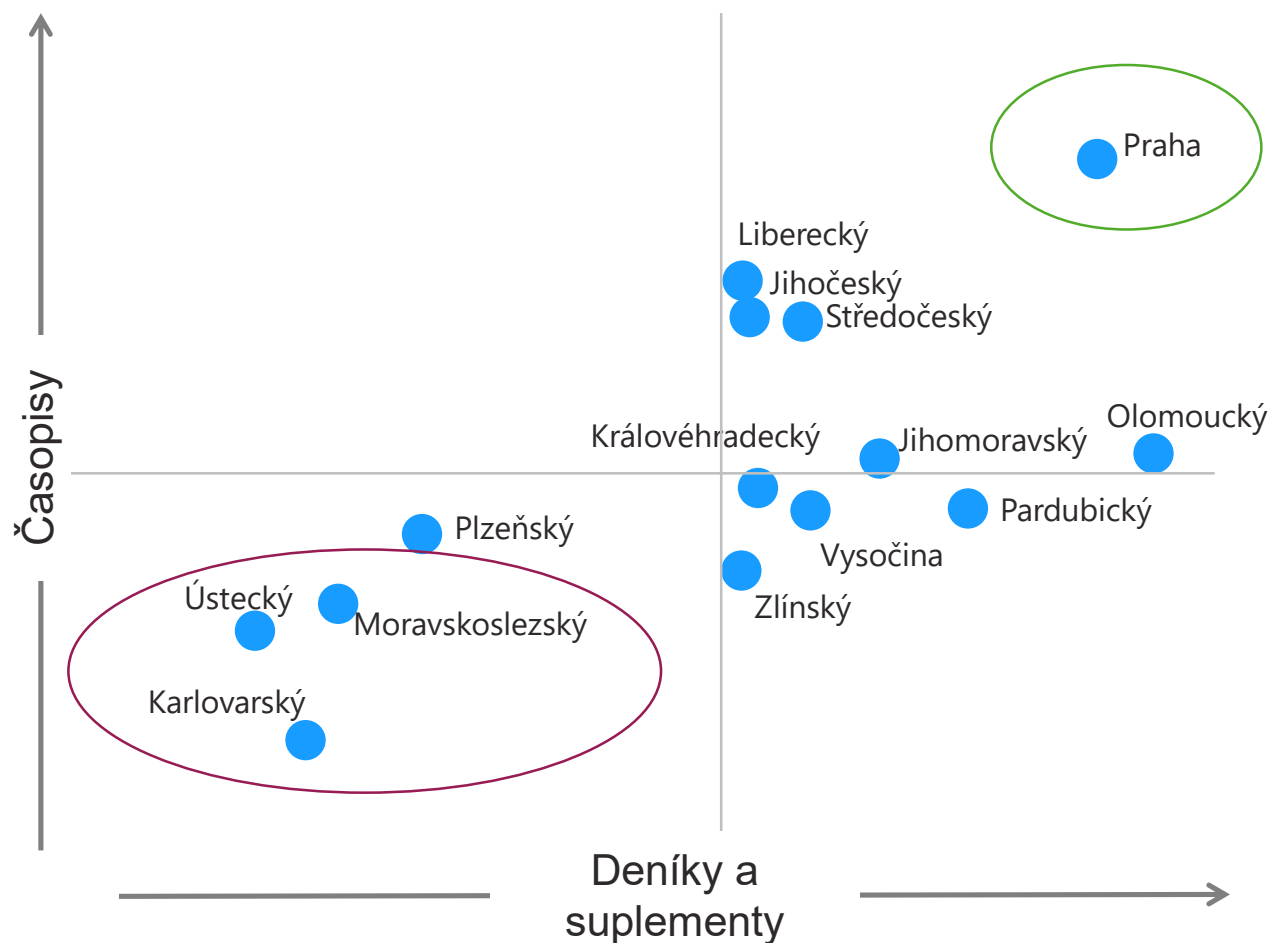


Časopisy



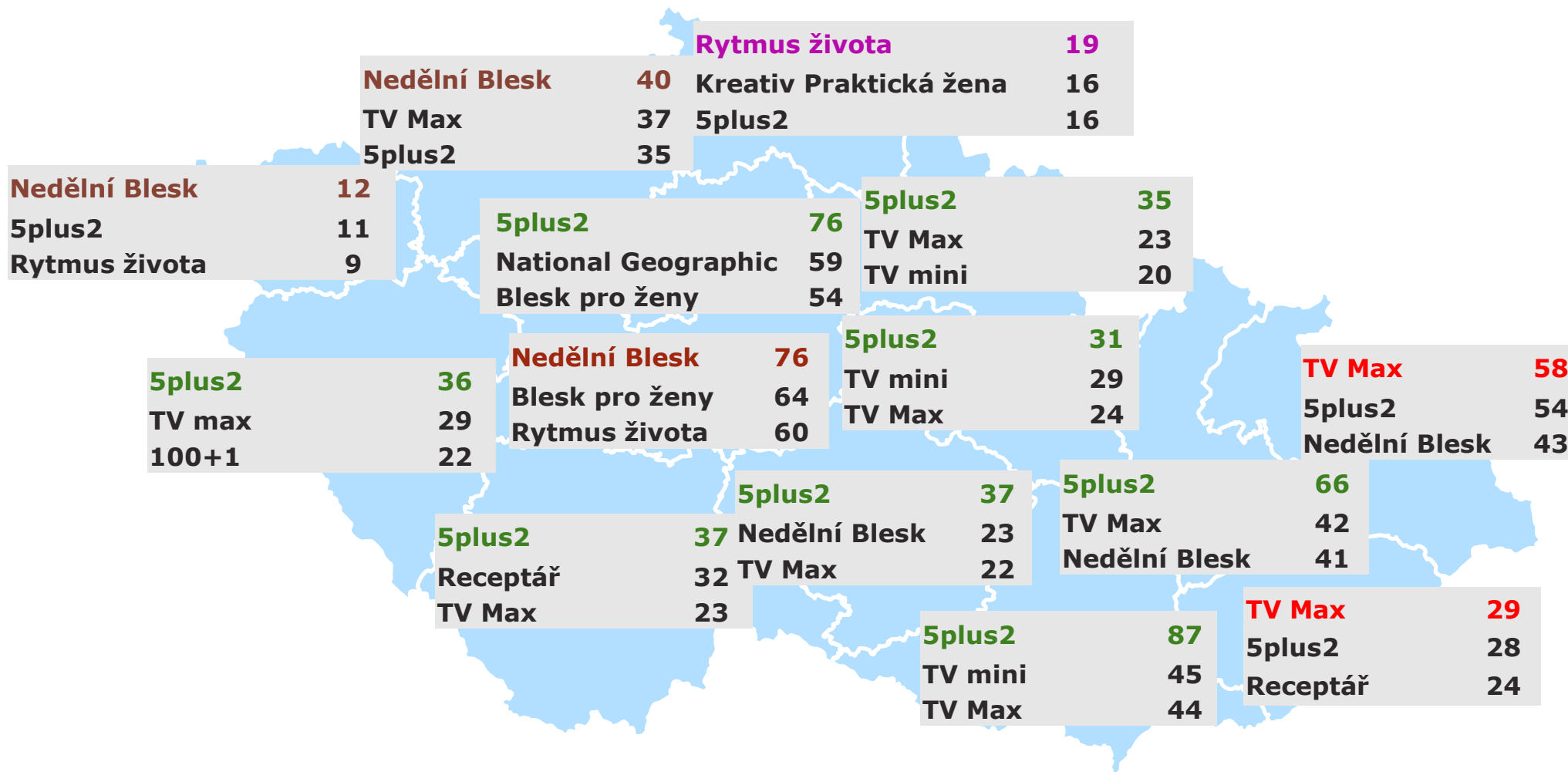
Čtenost v krajích

% 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
- Součtenost Blesk bydlení + deník Blesk 31 tis.
- Mariane bydlení, Svět kuchyní – 2/3 jsou čtenářky
- Můj dům – skoro 60 % jsou muži

Dům a zahrada	141
Blesk Bydlení	134
Bydlení	111
* Marianne Bydlení	87
Svět koupelen	69
Můj dům	67
Moderní byt	63
Svět kuchyní	54

** Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Ekonomické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Forbes	175
Ekonom	45
* Euro	30

- Přes 90 % má smartphone
- 2/3 muži
- Nejvyšší index afinity u věku v kategorii 20-39 let

Informační a komunikační technologie

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Computer	116
Chip	89

- Mezi čtenáři jen 12 % žen
- Přes 90 % má smartphone

* Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022

Motoristické

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Svět motorů Speciál	200
Svět motorů	144
Auto Tip	108
Automobil	93
Auto Tip Klassik	52

Péče o zdraví

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Téměř polovina má auto mladší než 10 let
- Součtenost Svět motorů + Svět motorů Speciál 59 tis.

Blesk Zdraví	158
Moje zdraví (do 4Q22)	86
100+1 Zázraky medicíny	77

- Nejvíce čtou ve velkoměstech (nad 100 tis. ob.)
- 30 % nakupuje často zboží nebo služby na internetu

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Více čtou denní tisk než populace, nejvyšší index Aha! a Blesk
- Součtenost Blesk pro ženy + Chvilka pro tebe 54 tis.

Blesk pro ženy	364
Chvilka pro tebe	303
Překvapení	166
* Tina	155
* Můj svět (do 4Q22)	142
Vlasta	132
Aha! pro ženy	123
* Napsáno životem	113
* Claudia	86
Maminka (do 4Q22)	84
Čas na lásku	59

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Programové

čtenost na vydání v tis. čtenářů



TV Max	453
TV mini	319
TV expres	158
TV star	142
Týdeník Televize	120
* TV Plus 14	107
TV Revue	86

- Alespoň jeden titul z kategorie Programové 1 419 tis. čtenářů. Jde o druhou největší žánrovou skupinu po kategorii Společenské (1 432 tis.)
- Alespoň jeden titul z kategorie Programové a současně z kategorie Společenské - 386 tis. čtenářů

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Společenské

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Nejvyšší podíl mužů: 21. století (76 %)
- Nejvyšší podíl žen: Rytmus života (79 %)
- Součtenost titulů Rytmus života a Rytmus života RETRO je 56 tis.

Nedělní Blesk	419
Rytmus života	344
Epocha	320
21. století	188
Rytmus života RETRO	186
Pestrý svět	170
Nedělní Aha!	107
Pestrý svět Nostalgie	72
Story	47
Čas pro hvězdy	31

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Vaření

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Blesk Vaše recepty	193
Appetit	163
Chvilka v kuchyni	126
F.O.O.D. (do 4Q22)	90
Gurmet	73

- Třetinu tvoří muži
- Třetina čtenářů Blesk Vaše recepty čte i deník Blesk

* Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022

Věda, technika, zajímavosti, cestování

čtenost na vydání v tis. čtenářů



100+1	271
* National Geographic	263
100+1 historie	209
Lidé a Země	171
* Živá historie	112

- Častěji vedoucí pracovníci a podnikatelé
- Součtenost 100+1 a 100+1 historie je 71 tis.

Zahrada, hobby

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Receptář	317
Blesk Hobby	161

- Rodinný dům/chatu/zahradu mají přes 2/3
- 1/4 čtenářů Blesk Hobby čte i deník Blesk

* Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022

Životního stylu pro ženy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



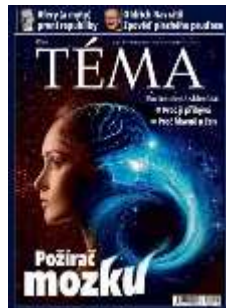
- 20 % žen četlo poslední vydání některého LS titulu pro ženy
- Největší podíl mužů je u titulu Kondice – 45 % čtenářů tohoto titulu

* Žena a život	237
Svět ženy	188
* Marianne	177
Kreativ Praktická žena	151
Cosmopolitan	116
Glanc	114
Moje psychologie (do 4Q22)	114
Elle	98
Burda style	80
Harper's Bazaar	80
Vogue	78
Dieta (do 4Q22)	78
Kondice	56

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Zpravodajské týdeníky - celostátní

čtenost na vydání v tis. čtenářů



Reflex	234
Respekt	193
Téma	175
* Týdeník Květy	145

- Nejvíce v Praze
- Součtenost Reflex + Respekt je 47 tis.

Zdarma distribuované časopisy

čtenost na vydání v tis. čtenářů



5plus2	602
--------	-----

- K tomu nějaký placený týdeník 38 %
- K tomu nějaký placený deník 35 %

* Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022

Pro ženy – čtení, křížovky a soutěže

čtenost na vydání v tis. čtenářů



* Blesk Křížovky	295
* Nedělní Blesk Křížovky	217
Chvilka pro luštění	188
Křížovkář TV magazín	151
* Nedělní Aha! Křížovky	141
Chvilka pro tebe Napětí	63

Pro děti a mládež

čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Blesk křížovky & Nedělní Blesk křížovky 103 tis.
- V průměru čtou (luští) 1,8 titulu

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

- 40 % ženatí/rozvedení – čtou i rodiče
- 30 % čte nějaký titul ze skupiny Věda, technika, zajímavosti, cestování

* *Nárůst čtenosti oproti Q4/2021-Q3/2022*

Specifický zásah tisku – čtenářské obce



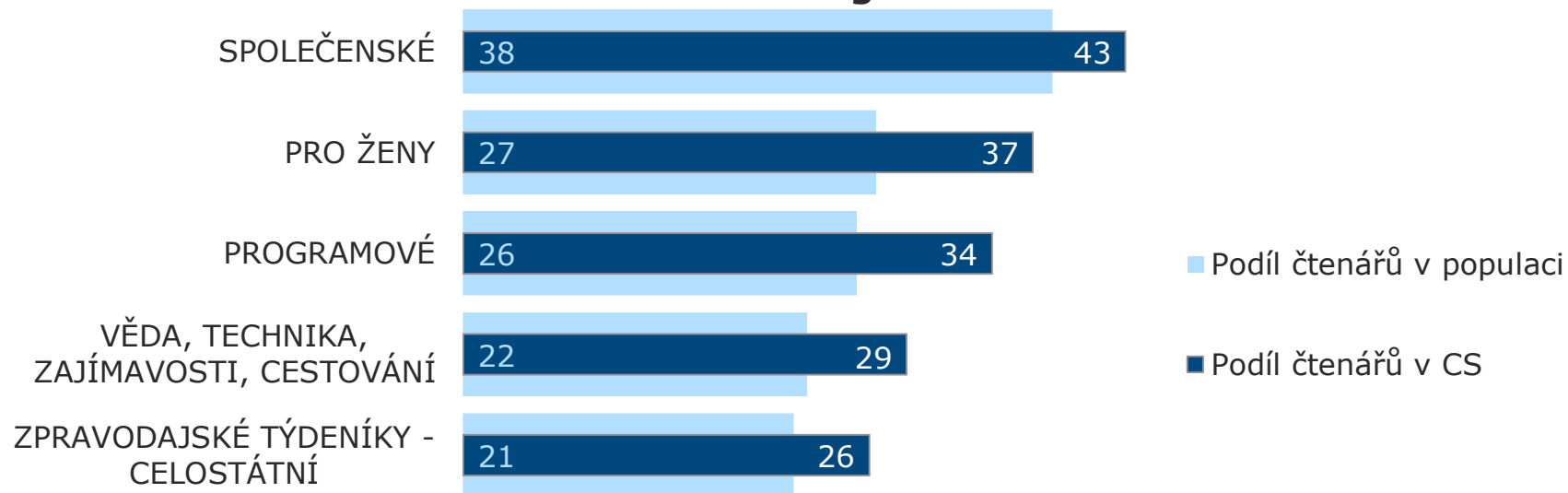
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



80 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



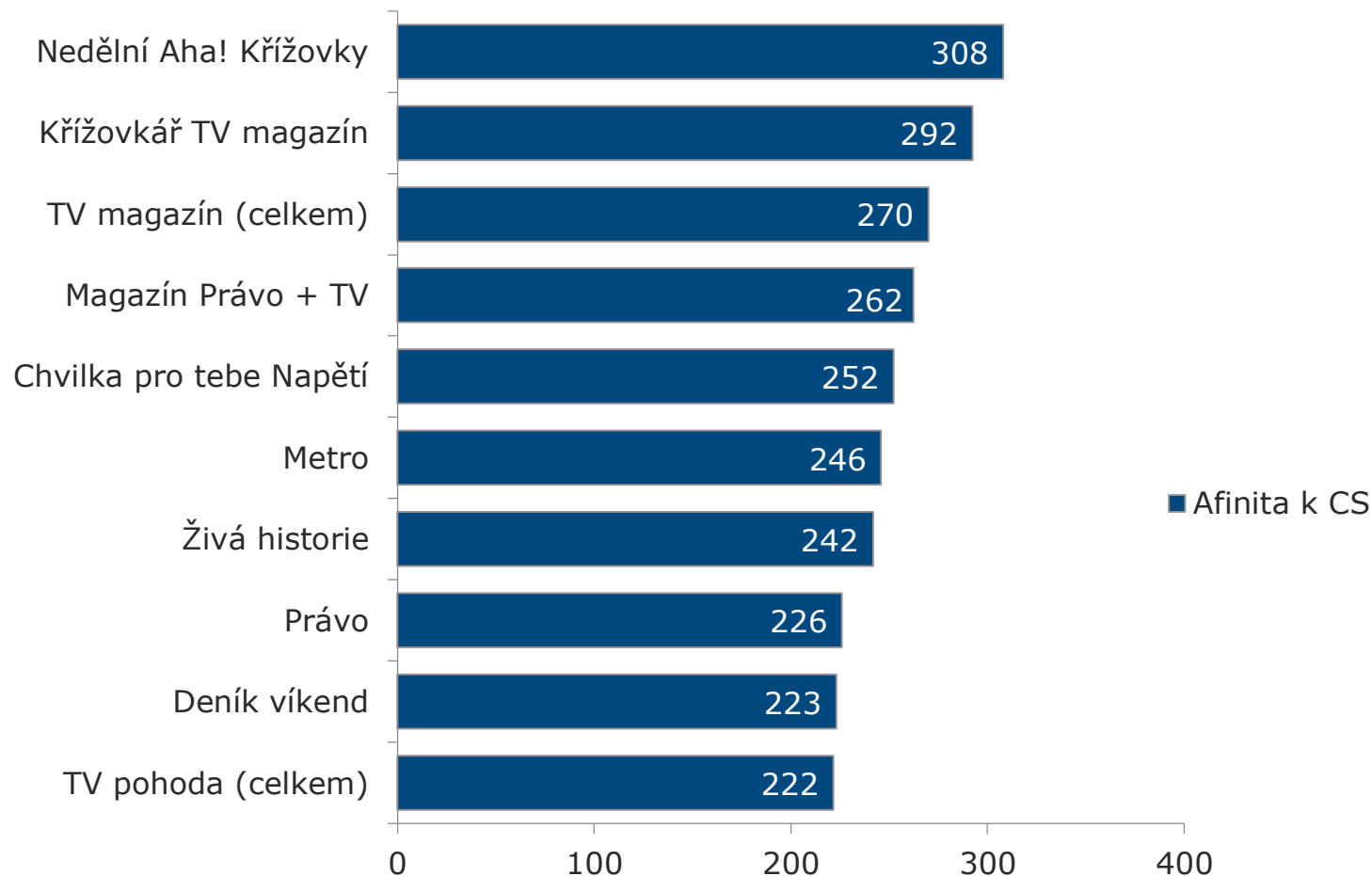
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1744 tis.
z toho 13 %
stálých

TOP 10 médií



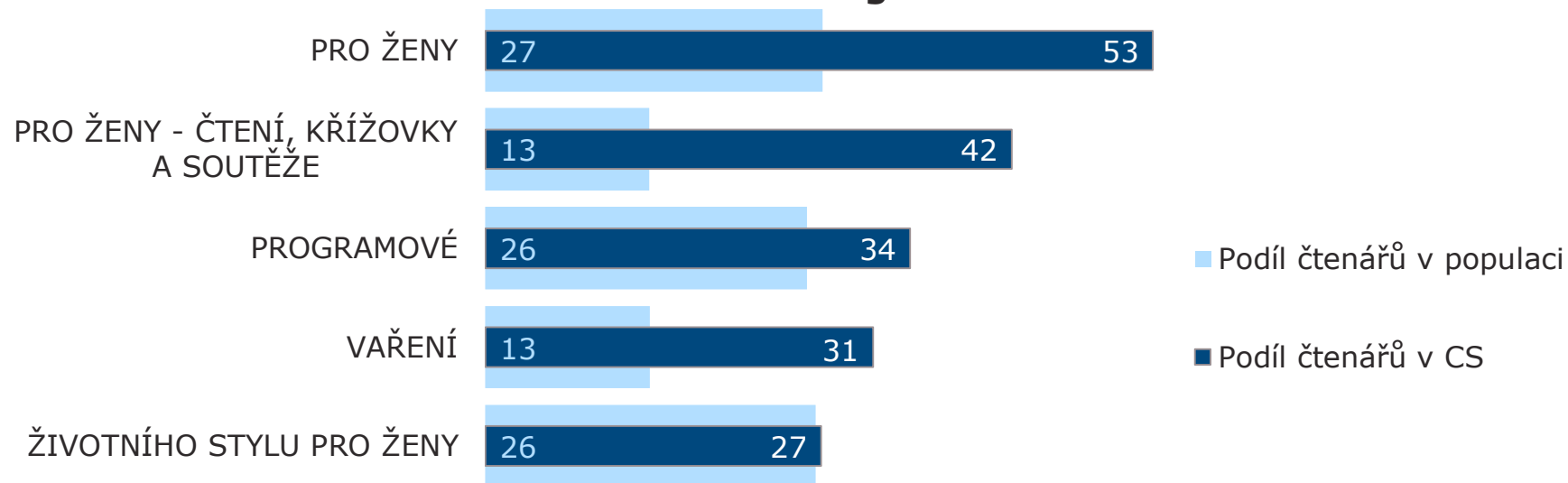
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



92 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



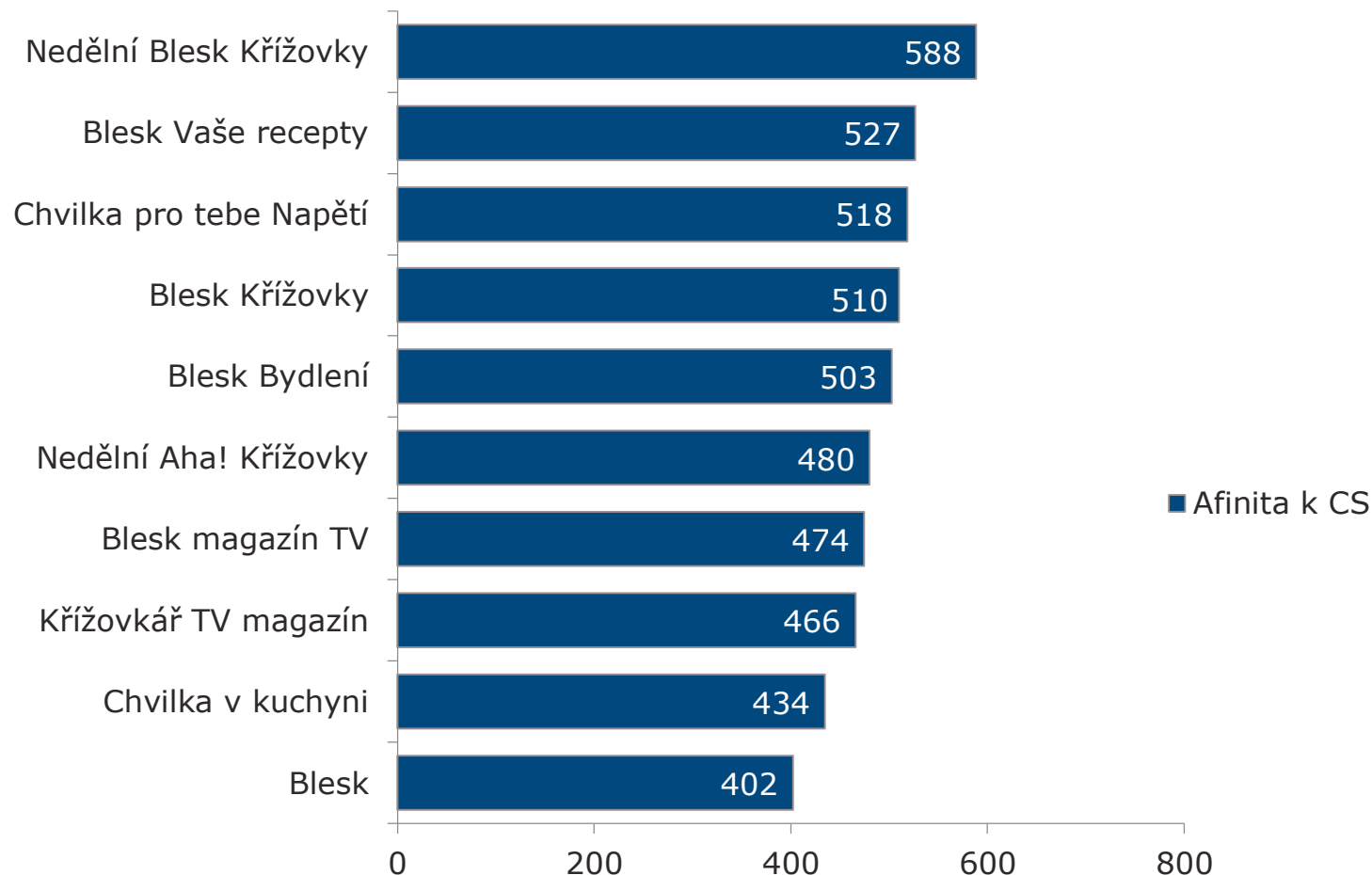
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1429 tis.
z toho 9 %
stálých

TOP 10 médií



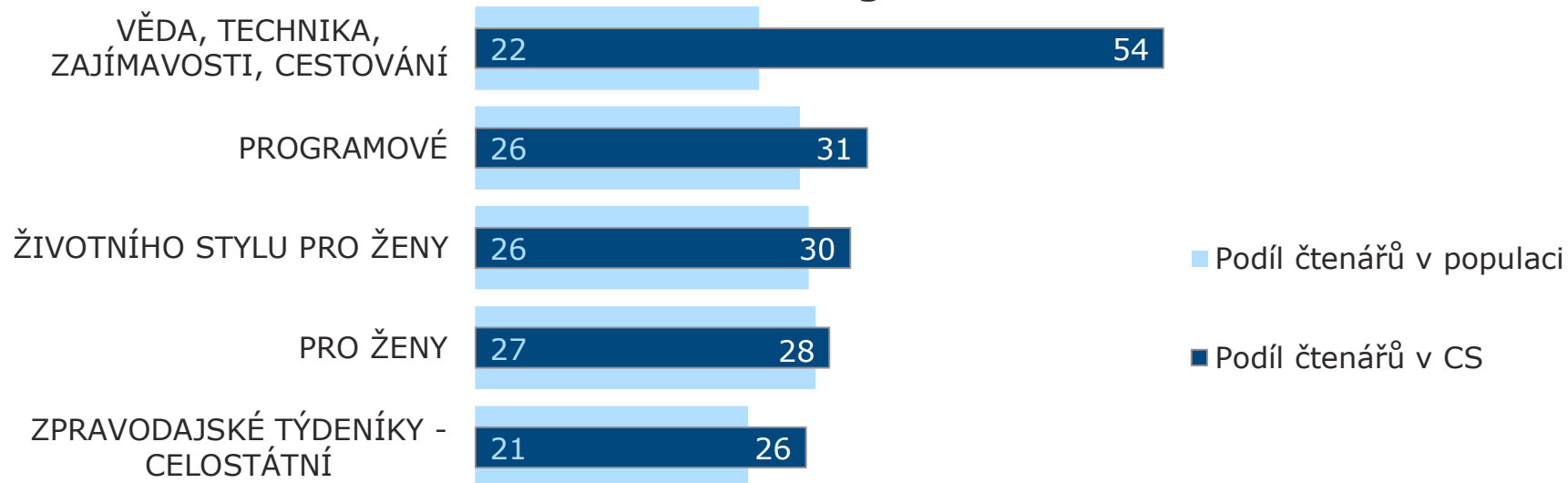
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



66 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií

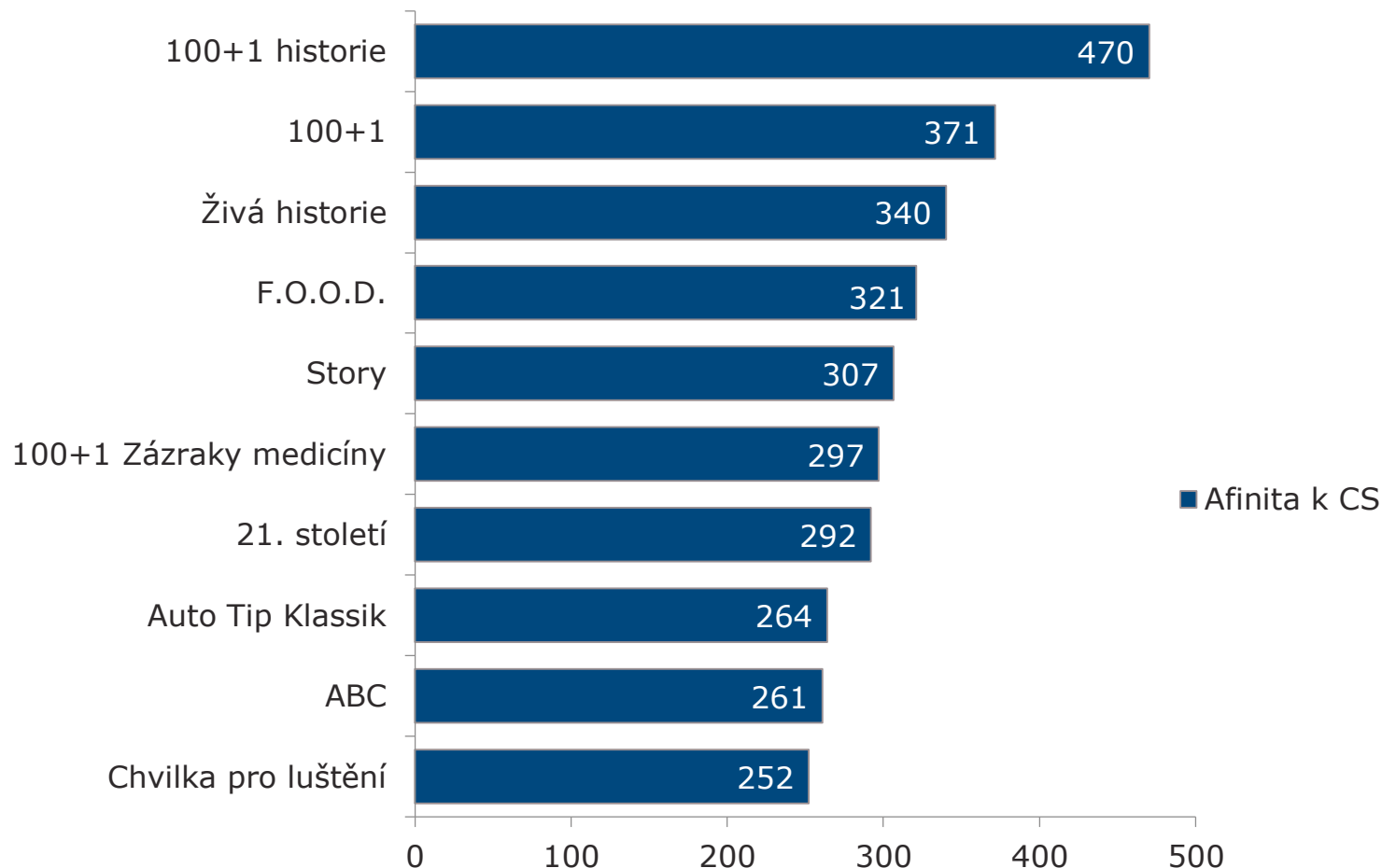


Cílová skupina – stálí čtenáři tituly s největší afinitou (delší období)



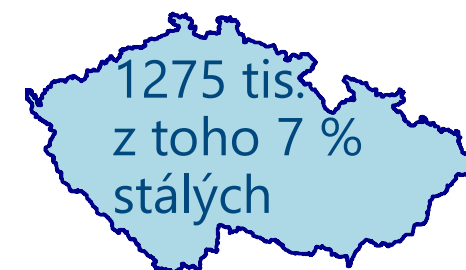
1248 tis.
z toho 8 %
stálých

TOP 10 médií



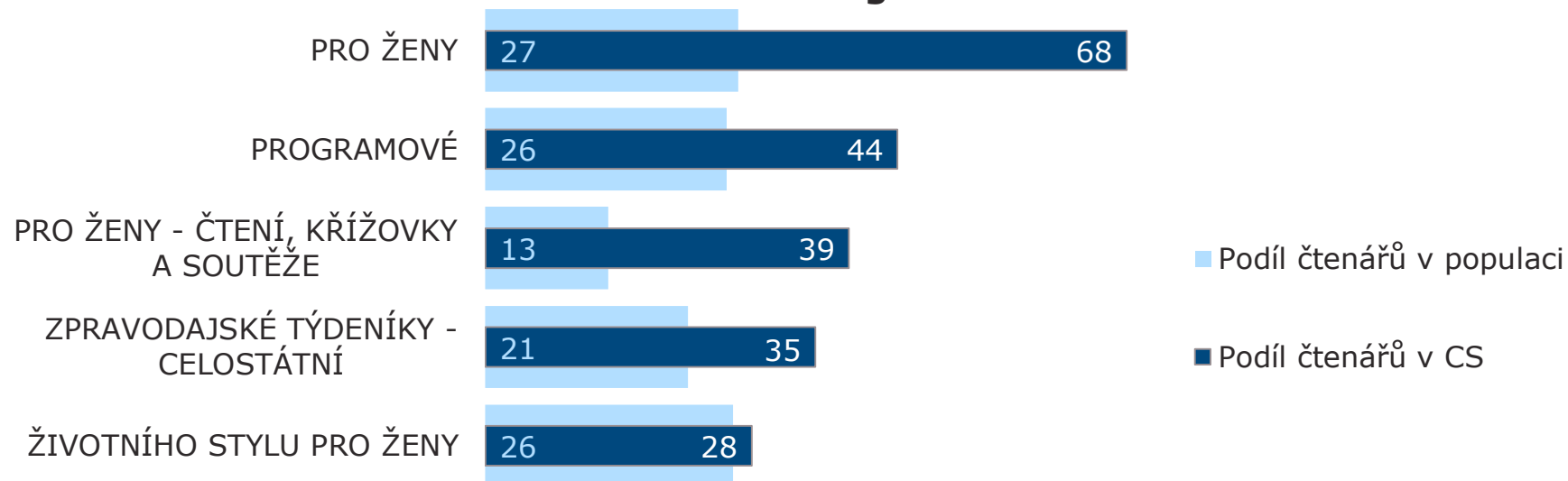
Cílová skupina – stálí čtenáři

celkový zásah v % (delší období)



75 %
čte nějaký deník

TOP 5 kategorií



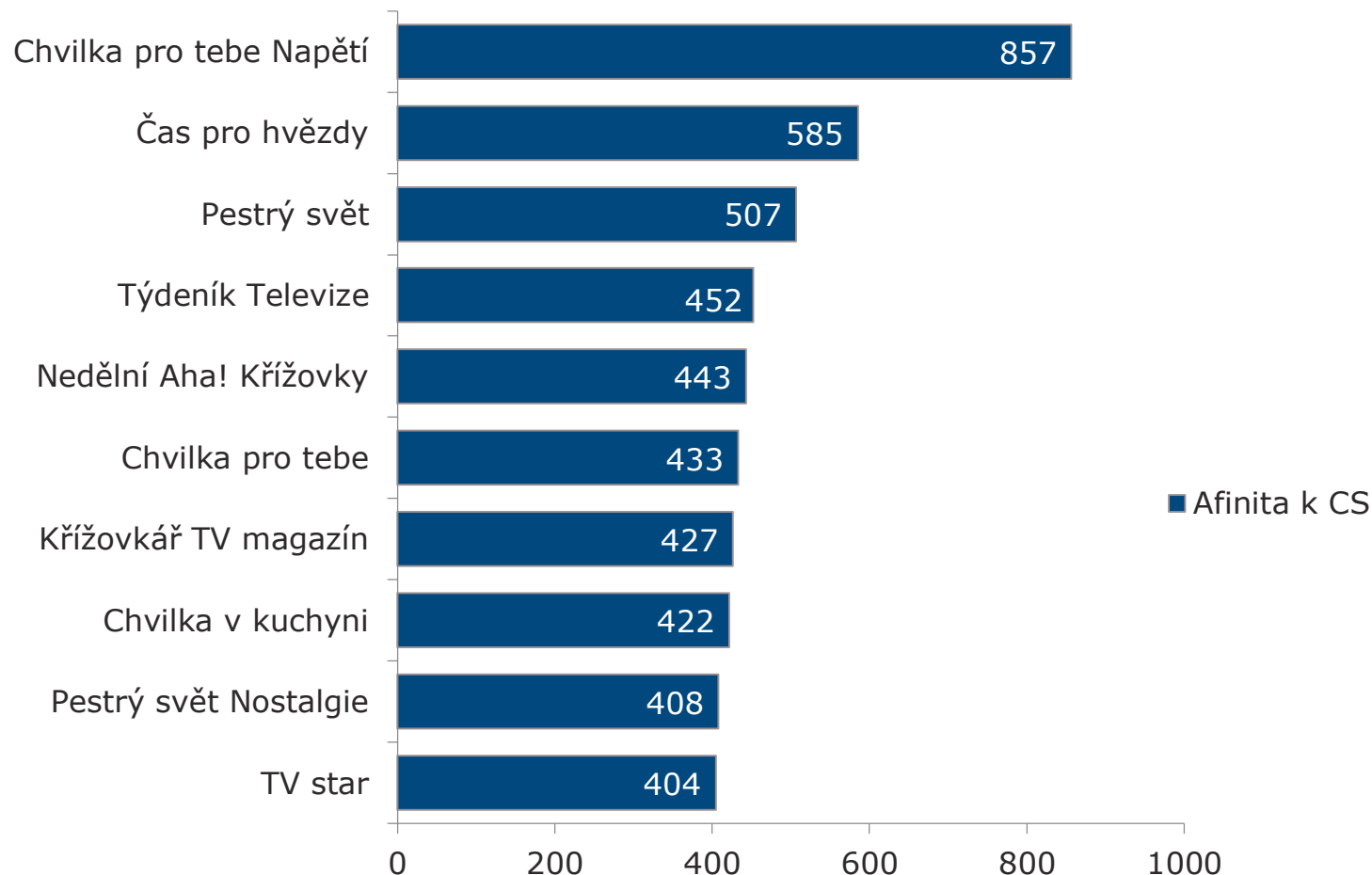
Cílová skupina – stálí čtenáři

tituly s největší afinitou (delší období)



1275 tis.
z toho 7 %
stálých

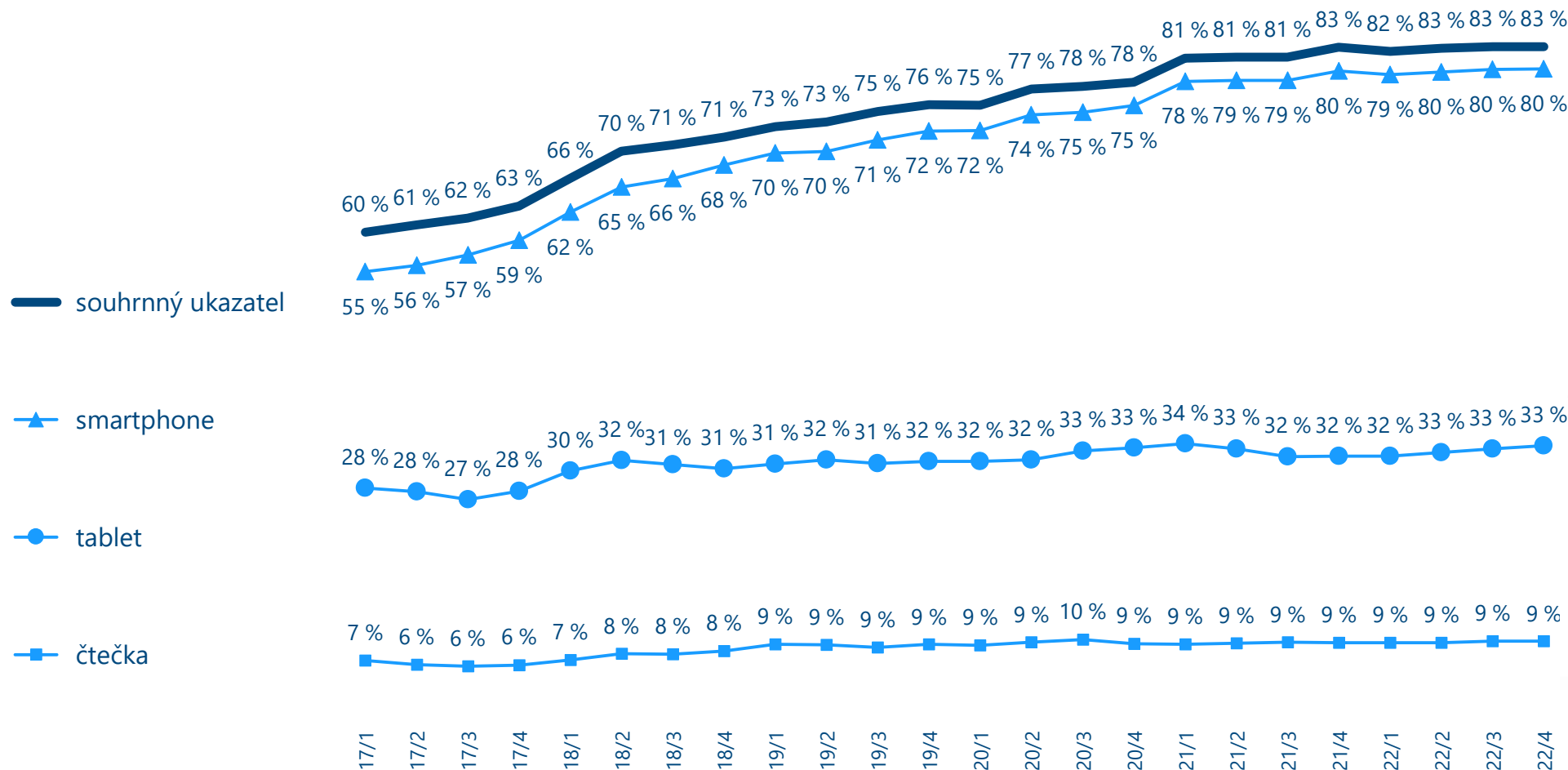
TOP 10 médií



Trendy vybavenosti čtecími zařízeními



Nárůst vybavenosti populace čtecími zařízeními



Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

*MEDIA PROJEKT: 1. čtvrtletí 2022
- 4. čtvrtletí 2022*

Realizátoři: MEDIAN a STEM/MARK

