

Lepší než by se zdálo

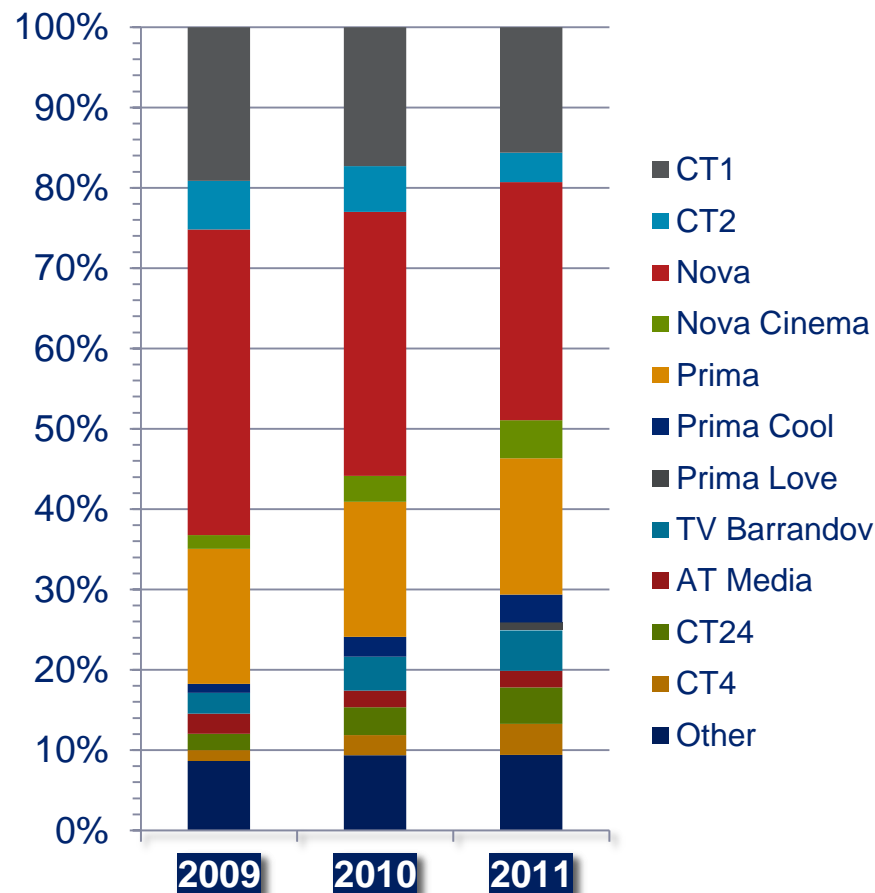
Aktuální dění na českém mediálním trhu
z mírného nadhledu



Situace na mediálním trhu

Televize

- Omezení reklamy na ČT1 a ČT 24
- Boj o podíl na sledovanosti mezi Novou a Primou
- Posilování mediálního výkonu „nových“ televizních stanic
- Ohlášené zdražování reklamního času v televizích v roce 2012

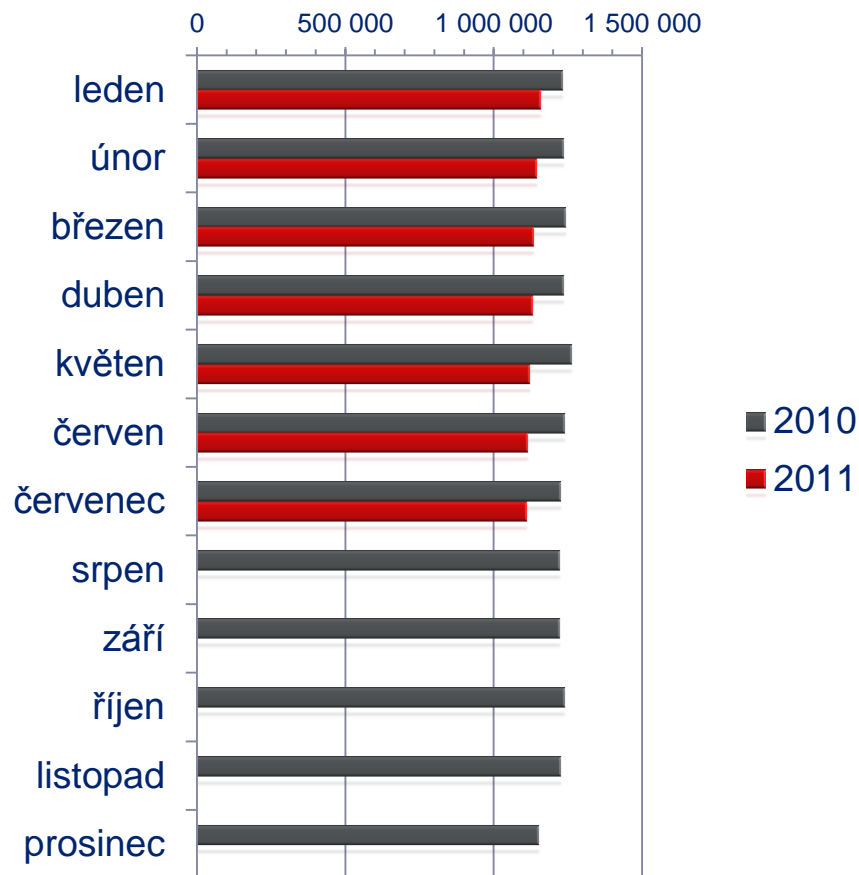


Podíl na sledovanosti D15+, zdroj: ATO - Mediaresearch

Situace na mediálním trhu

Tisk

- Vytrvalý pokles prodaného nákladu i čtenosti tiskových médií
- Větší důraz na digitální distribuci obsahu
- Dochází ke změnám ve vlastnické struktuře médií



Vývoj prodaného nákladu deníků MF Dnes, Lidové noviny, Hosp.noviny, Blesk, Sport, Právo, VLP, AHA, zdroj: ABC ČR

Situace na mediálním trhu

Rádio

- Dlouhodobě stabilní úroveň mediálního výkonu
- Pokles mediálních investic zvyšuje konkurenční tlak mezi dvěma největšími hráči na trhu RRM a MMS

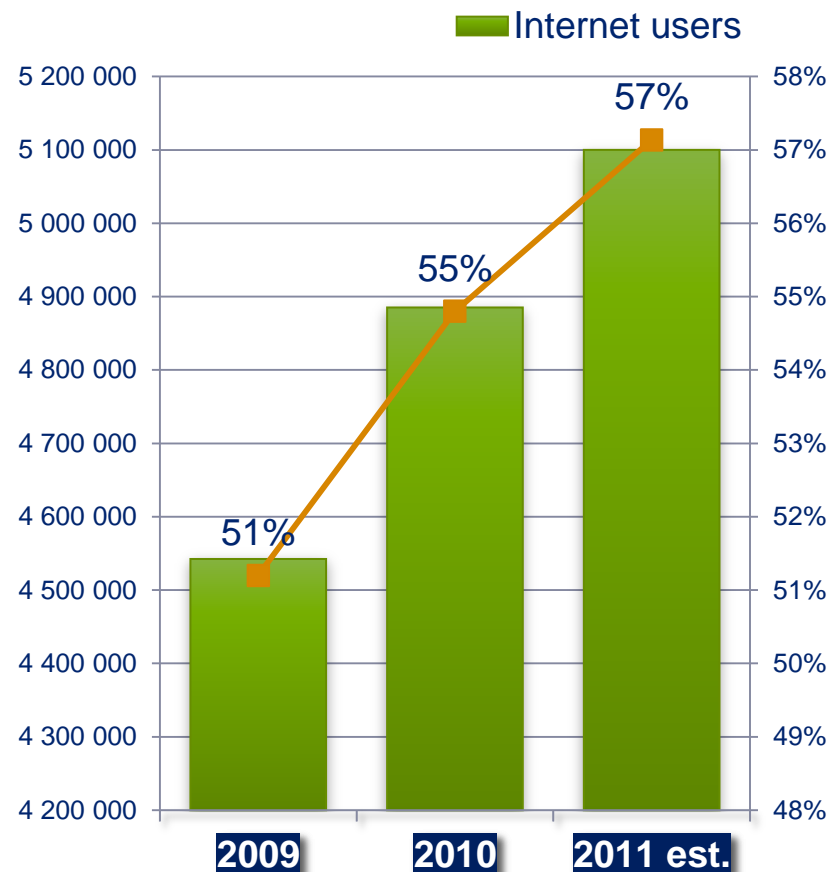
Venkovní reklama

- Po volebním roce 2010 došlo k prudkému poklesu mediálních investic
- I zde se chystají změny ve vlastnické struktuře médií
- Snaha o zavedení jednotného měření mediálního výkonu

Situace na mediálním trhu

Digitální média

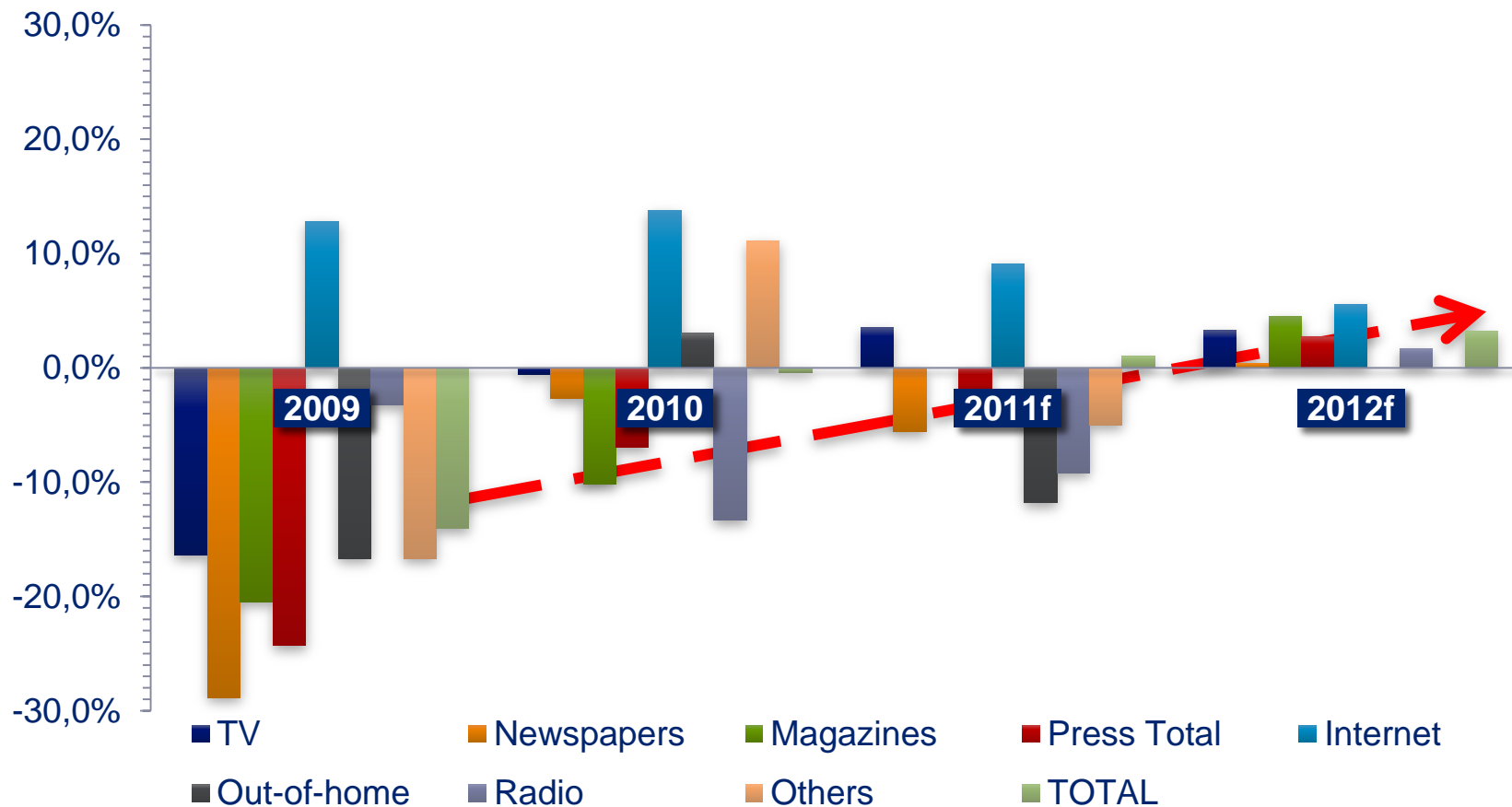
- Jediný typ média, který dlouhodobě vykazuje růst mediálního výkonu a investic do reklamy
- Charakter média umožňuje velké množství inovací reklamních sdělení
- S příchodem chytrých telefonů a tabletů roste význam „mobilního internetu“
- Možnost okamžité reakce na reklamní sdělení



Zdroj: NetMonitor

Vývoj mediálních investic

Meziroční změna



Pohled do budoucna

Jsme na dobré cestě ...



Jednotná produkce
mediálního **obsahu**,
který je různorodě
distribuován
dle požadavků
uživatelů jednotlivých
platforem

Wikipedia:	"Já vím všechno."
Google:	"Najdu všechno."
Facebook:	"Já znám všechny."
Internet:	"Beze mě, jste v ..."
Elektrina:	"Tak se uklidníme, jo?!"

Děkuji za pozornost!