



Vážení přátelé,

do rukou se vám dostává první číslo bulletinu Media Master info, ve kterém vás budeme pravidelně každý měsíc informovat o stavu sledovanosti vybraných televizních a rozhlasových stanic.

V každém čísle informačního bulletinu vám přineseme informace o zajímavých údajích týkajících se sledovanosti různých pořadů České televize a TV Barrandov v porovnání s konkurenčními televizními stanicemi. Jednotlivé zprávy jsou doplněné o grafy sledovanosti, které informují o výsledcích týkajících se složení diváků jak z hlediska věku, tak sociálního statutu.

V tomto čísle jistě vaši pozornost upoutá informace o rekordní sledovanosti ČT 24 v době vyhrčené politické situace a vysoké hodnoty share pořadů Všechnopárty a seriálu Rodáci. Nenechte si ujít také výsledky divácké struktury TV Barrandov za poslední dva roky, která poukazuje nejen na výrazné změny ve složení diváků z hlediska věku, ale sleduje i další parametry jako je pohlaví a vzdělání.

Doufám, že informace obsažené v bulletinu pro vás budou nejen přínosným, ale také zábavným čtením, které vám zpříjemní vaše volné chvíle.

S přáním slunečného května

Miroslav Šírl

INFORMACE O SLEDOVANOSTI

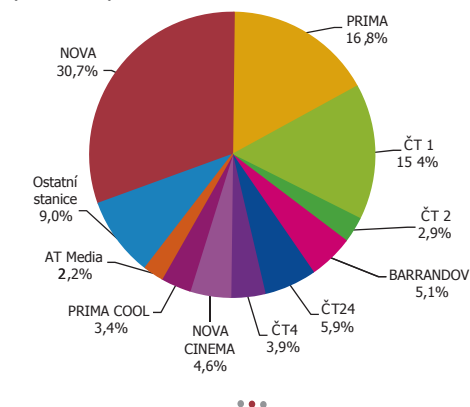
Rekordní sledovanost stanice ČT 24

Televizní kanál ČT 24 zaznamenal v minulém týdnu rekordní sledovanost. Podíl na sledovanosti v 15. týdnu činil 6%, což je historicky nejvyšší hodnota za dobu existence této televizní stanice. Hlavními důvody nárůstu byly zejména vyhrčená politická situace, monopolní postavení ČT 24 jako jediné celoplošné zpravodajské stanice a v neposlední řadě vysoká úroveň zpravodajského týmu a vysílaných pořadů. ČT 24 dosahuje vysoké sledovanosti zejména u manažerů a tzv. decision makerů.

„K mimořádné sledovanosti programu přispěl zejména zpravodajský servis ČT 24 monitorující kritickou situaci uvnitř vládní koalice a dále také pravidelné pořady, které se vládní krizi tematicky věnovaly,“ dodává Jan Matějka ze společnosti Médea Research, která výzkum vedla.

Nejúspěšnějšími dny 15. týdne na ČT 24 z hlediska celodenního podílu na celkové sledovanosti se staly čtvrtek 14. dubna se 7,7% a pondělí 11. dubna s podílem 7%. ČT 24 tak překonala rekord z 11. týdne letošního roku, kdy sledovanost dosáhla 5%. Tehdy se ČT 24 věnovala zejména situaci v Libyi, zemětřesení v Japonsku, zásahu komanda v ČT nebo volbě předsedy ČSSD.

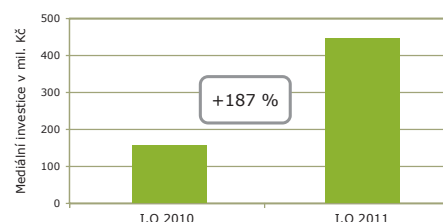
PODÍL NA SLEDOVANOSTI A JEHO VÝVOJ: CÍLOVÁ SKUPINA 15+ (15. TÝDEN)*



TV Barrandov je stále atraktivnější pro inzerenty

TV Barrandov, jež vstoupila na trh v lednu 2009, je pro inzerenty stále atraktivnějším médiem. V prvním čtvrtletí 2011 získala od inzerentů 442 milionů korun hrubých příjmů, což znamená výrazný meziroční nárůst mediálních investic. V porovnání se stejným obdobím loňského roku se investice do reklamy na TV Barrandov zvýšily o 288 milionů korun. TV Barrandov se tak se svým 7% podílem na rozpočtech všech televizních zadavatelů stala aktuálně čtvrtou nejsilnější televizní stanicí z hlediska inzertních příjmů.

MEZIROČNÍ VÝVOJ MEDIÁLNÍCH INVESTIC (I.Q.)*



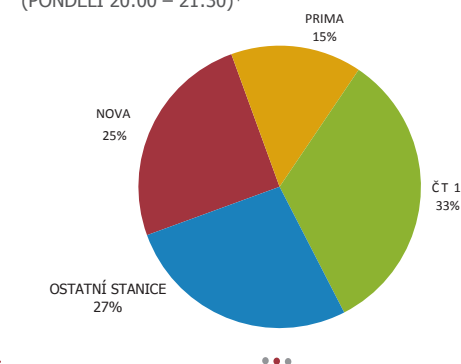
Četnické humoresky vítězí u manažerů

Divácky oblíbený seriál Četnické humoresky, vysílaný každé pondělí od 20:00 na ČT 1, je stálou programovou hvězdou veřejnoprávní stanice. Nejenže dominuje televizním obrazovkám ve svém programovém čase, ale přitahuje i manažery a vedoucí pracovníky, kteří jinak věnují televiznímu vysílání minimum svého času. O tom svědčí i výjimečný podíl na sledovanosti ČT1 manažery, který činí 33%. Sledovanost ostatních televizních stanic v téměř vysílacím čase byla výrazně nižší (TV Prima 15%, TV Nova 25%, ostatní stanice 27%).

„Cílová skupina manažerů a vedoucích pracovníků je klíčová pro zadavatele z oblasti financí, motorismu a B2B inzerce. Zastihnout manažery a vedoucí pracovníky tradičními i novými médii je z důvodu jejich náročného životního stylu a nedostatku volného času stále těžší a nákladnější. Nicméně i manažeri potřebují relaxovat a zdá se, že Četnické humoresky jsou k tomu ideálním prostředkem,“ dodává Jan Matějka, ředitel společnosti Médea Research, která výzkum vedla. Oblíbenost Četnických humoresek ve skupině manažerů a vedoucích pracovníků je dána i výjimečností seriálu – děj seriálu vychází z prostředí brněnské pátrací stanice, která byla předchůdkyní nynější kriminální služby. Seriál vychází z množství autentických případů nalezených v archívech. Pro režiséra Antonína Moskalyka je hledal jeden z nejzasvěcenějších znalců předválečného československého četnictva, policejní rada podplukovník Michal Dlouhý.

Četnické humoresky je původní český televizní seriál v produkci České televize. Za dobu svého vysílání si u diváků získal obrovský úspěch. Natočeno bylo celkem 39 dílů, které jsou rozděleny do tří sérií. Čtvrtá řada již není plánována. Důvodem je nejen úmrtí režiséra Antonína Moskalyka (třetí řadu seriálu již režírovala jeho dcera Pavlína Moskalyková), ale také to, že kasárna, kde měla seriálová brněnská pátráčka sídlo, již neexistují. Po dotočení seriálu zde začaly stavební úpravy, aby se tento prostor proměnil v areál moderního bydlení a služeb. Natáčení 3 řad seriálu zabralo téměř 10 let.

PODÍL NA SLEDOVANOSTI TV MANAŽERY A VEDOUcíMI PRACOVNÍKY: (PONDĚLÍ 20:00 – 21:30)*

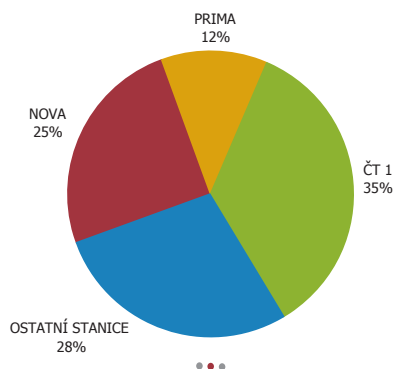


Všechnopárty dominuje pátečním večerům

Zábavná talk show **Všechnopárty**, kterou pravidelně v páteční večer uvádí ČT 1, byla třetím nejsledovanějším pořadem minulého týdne. Podíl na sledovanosti dosáhl v 16. týdnu 35%, což byl jednoznačně nejvyšší share napříč všemi stanicemi v exponovaný čas a den. **Všechnopárty tak poráží pořad Show Jana Krause, kterou v téměř stejném čase pravidelně uvádí TV Prima.**

„Všechnopárty byla v minulém týdnu třetím nejsledovanějším pořadem hned po seriálu Četnické humoresky a filmu Jak dostat tatínka do polepšovny,“ uvádí Jan Matějka ze společnosti Médea Research, která se na výzkumu podílela. **Všechnopárty je zábavná talk show, kterou moderuje Karel Šíp. Do divadla Semafor, kde se pořad natáčí, si každý týden zve tři hosty, s nimiž humornou formou probírá nejrůznější témata. Díky konverzačním schopnostem Karla Šípa, jeho příjemnému humoru a skvělému výběru hostů se Všechnopárty stala jedním z nejsledovanějších pořadů České televize. V pořadu se objevují osobnosti společenského života, které mají k tématu večera co říci na základě vlastní zkušenosti. Náměty bývají různorodé, od umělecké tvorby až po současné problémy v oblasti medicíny. Humor se zde mísí s profesionálním nadhledem a je podněcován vtipnými glosami moderátora.**

**PODÍL NA SLEDOVANOSTI:
CÍLOVÁ SKUPINA 15+**
(PÁTEK 22. 4., 21:30 – 22:15)*

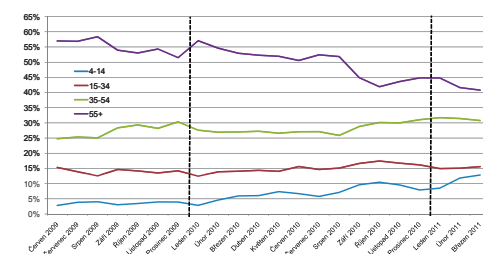


TV Barrandov sleduje více mladých diváků

Analýzy divácké struktury za poslední téměř dva roky ukazují, že TV Barrandov zaznamenala výrazné změny ve složení diváků z hlediska věku. TV Barrandov se v současnosti profiluje jako mladý a dynamicky se rozvíjející kanál zaměřený především na děti, mládež a lidi středního věku. Výrazně vzrostl podíl na sledovanosti u skupiny dětí mezi 4 – 14 lety a to až na 12%, což je po Prima Cool druhá nejvyšší úroveň sledovanosti u této věkové kategorie mezi hlavními stanicemi na trhu.

„Kromě podílu dětí ve věku 4 až 14 let vzrostl také podíl diváků v aktivním věku mezi 35 a 54 lety, který nyní činí 31%, a je srovnatelný s TV Nova nebo Prima Cool,“ dodává Miroslav Šírl, ředitel marketingu ze společnosti Media Master, která se na výzkumu podílela.

VÝVOJ DIVÁCKÉ STRUKTURY TV BARRANDOV Z HLEDISKA VĚKU*

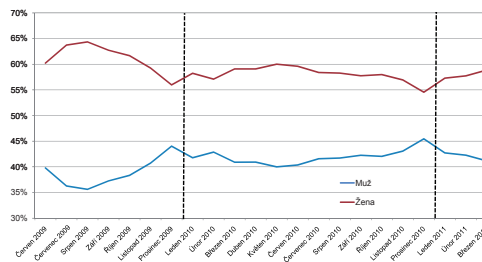


Analýza rovněž prokázala, že nadpoloviční většinu diváků tvoří ženy. Zajímavé jsou také opakující se změny ve struktuře diváků v průběhu roku – podíl žen na sledovanosti TV Barrandov na začátku roku roste, v průběhu jara dosahuje maxima, od léta má naopak klesající tendenci. Průzkum ukázal, že nejméně žen sleduje stanic v prosinci. Celkově lze konstatovat, že podíl žen na sledovanosti stanice od začátku vysílání mírně klesá.

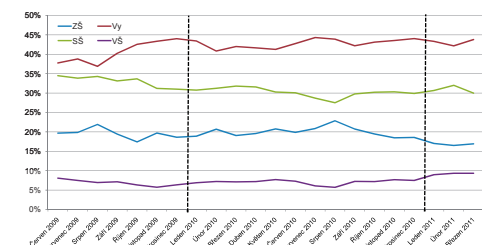
Dalším sledovaným parametrem, který přinesl zajímavé výsledky, je vzdělání. Podíl lidí se základním vzděláním na sledovanosti TV Barrandov od podzimu 2010

stále klesá, naopak podíl vysokoškolsky vzdělaných diváků pomalu vzrůstá. Sledovanost stanice lidmi ze středoškolským vzděláním se od konce léta 2010 nemění a udržuje se kolem 30%. Lidé vyučení dosahují od začátku roku 2010 stabilního podílu okolo 43%.

VÝVOJ DIVÁCKÉ STRUKTURY TV BARRANDOV Z HLEDISKA POHLAVÍ*



VÝVOJ DIVÁCKÉ STRUKTURY TV BARRANDOV Z HLEDISKA VZDĚLÁNÍ*



Seriál Rodáci hlásí úspěšný návrat na televizní obrazovky

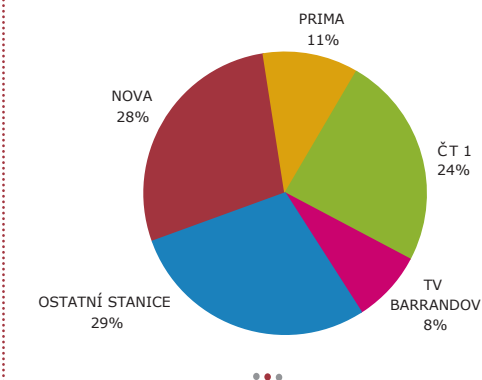
Normalizační seriál Rodáci, který se 15. dubna vrátil na televizní obrazovky, se stal druhým nejsledovanějším pořadem TV Barrandov v 15. týdnu letošního roku. Obnovená premiéra tohoto seriálu zaznamenalo nadprůměrný podíl na sledovanosti, který v cílové skupině diváků starších 15 let činil 8,4%.

TV Barrandov si zařazením seriálu upevnila pozici čtvrté nejsledovanější stanice v páteční večer. Seriál Rodáci je reprizován poprvé od revoluce, podle ředitele televizní tvorby Janise Sidovského je to na přání diváků.

„Rodáky nasazujeme na základě přání diváků. Pravidelně provádíme průzkum oblíbenosti pořadů a Rodáci jsou jedním z nejčastěji uváděných seriálů, které diváci chtějí vidět,“ řekl serveru iDnes.cz Sidovský. Jan Matějka ze společnosti Médea Research, která se podílela na výzkumu sledovanosti, k tomu dodává: „O kladném přijetí ze strany diváků svědčí i nadprůměrná sledovanost nedělní reprízy prvního dílu, která dosáhla 6,5%.“

Seriál, který zavede diváky do jedné moravské vesnice a vypráví jejich příběhy během druhé světové války a po ní, konkrétně v letech 1942 až 1948, vznikl na motivy románu Jaroslava Matějky Rodáci a odrodilci a Kam jdete rodáci. TV Barrandov sází na to, že právě normalizačními seriály přiláká diváky. Ti měli už možnost vidět seriál Ženu za pultem, Třicet případů majora Zemana nebo Chlapci a chlapi. Seriál se vysílal pouze jednou, a to při své premiéře v roce 1988. Důvodem byla velmi silná komunistická propaganda.

**PODÍL NA SLEDOVANOSTI:
CÍLOVÁ SKUPINA 15+**
(PÁTEK 15. 4., 20:00 – 22:00)*



* Zpracovala ATO ve spolupráci s Mediaresearch