

Struktura diváků jednotlivých TV stanic

Struktura TV diváků je analyzována ze 2 základních pohledů:

1. srovnání současné divácké struktury mezi jednotlivými TV stanicemi (data za období 1.1.-31.3.2011)
2. vývoj divácké struktury pouze TV Barrandov (data za období 1.6.2009-31.3.2011)

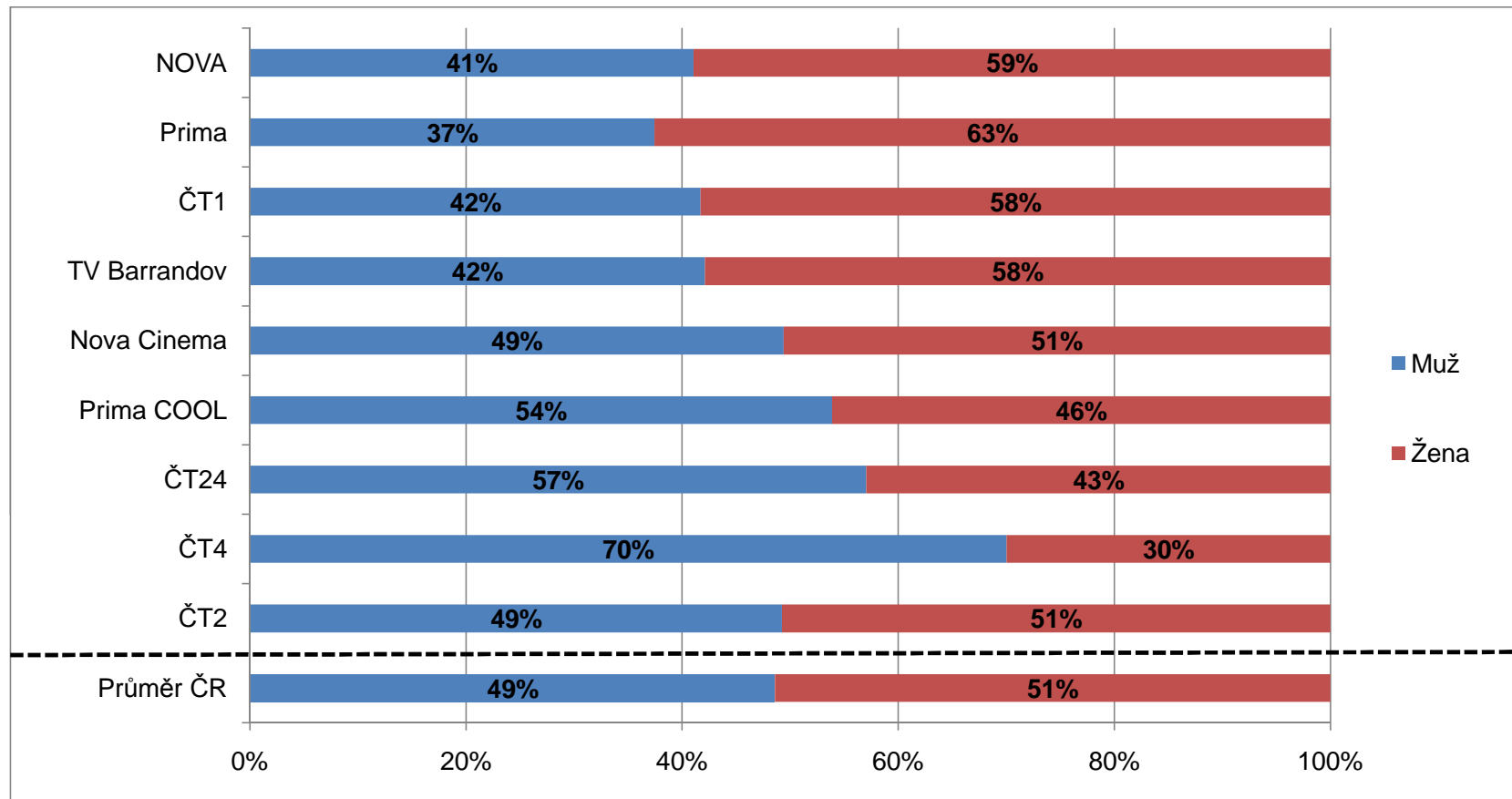
Obě analýzy jsou pak rozděleny podle 5 základních parametrů, které jsou nejčastěji používány při vytváření cílových skupin v rámci mediálního plánování:

1. pohlaví
2. věk
3. vzdělání
4. sociální profil (klasifikace)
5. velikost místa bydliště



1. POHLAVÍ

Srovnání jednotlivých TV stanic

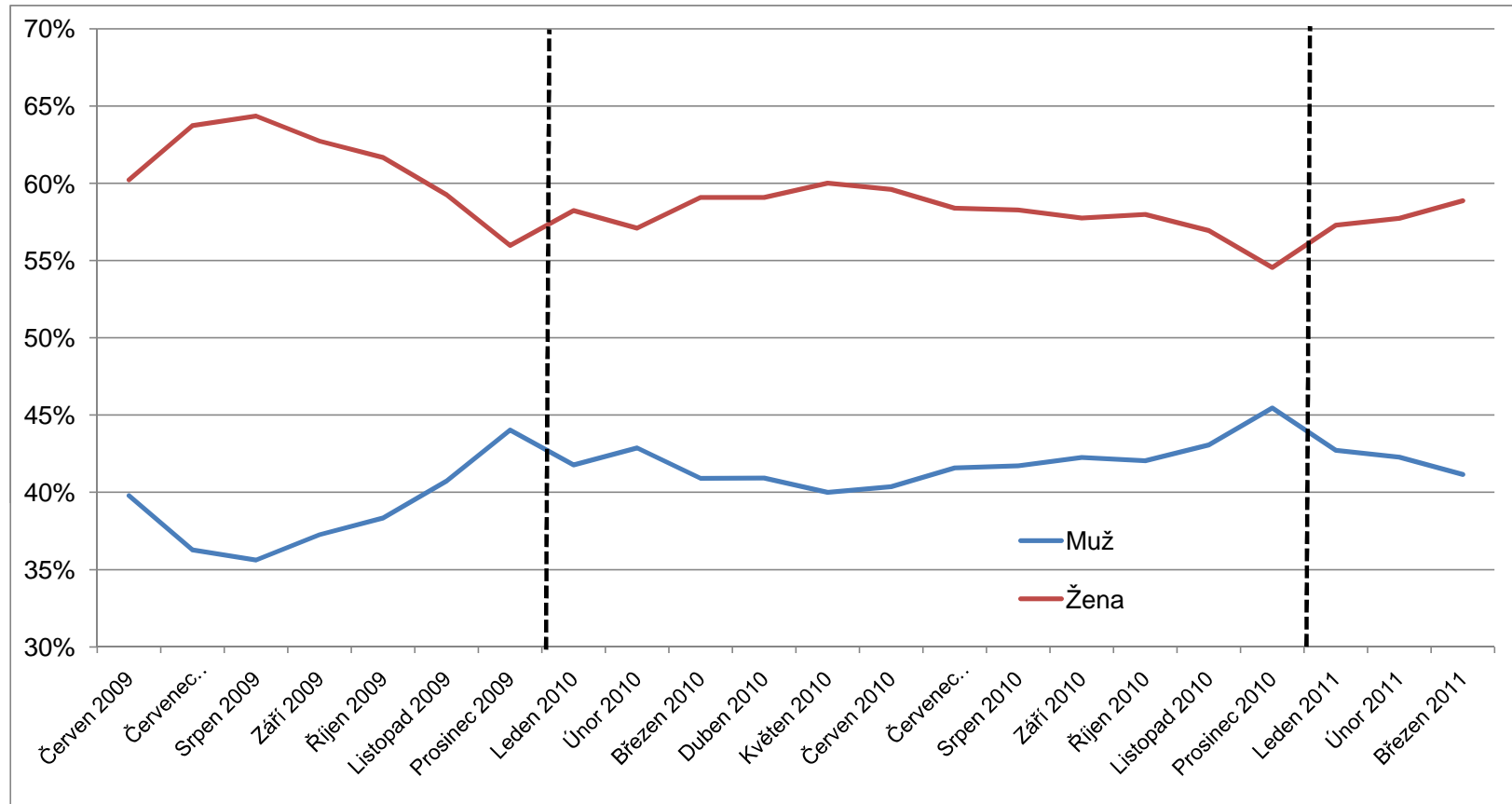


Komentář

- * TOP stanice (Nova, Prima, ČT1 a TVB) jsou zaměřeny spíše na ženy, z toho nejvíce Prima
- * Nova Cinema a zejména Prima Cool mají nadprůměrný podíl mužů
- * Nejvíce se muži profilují na sportovním kanále ČT4
- * Konkurenti TV Barrandov s podobnou strukturou diváků: **ČT1 a Nova**

1. POHLAVÍ

Vývoj TV Barrandov

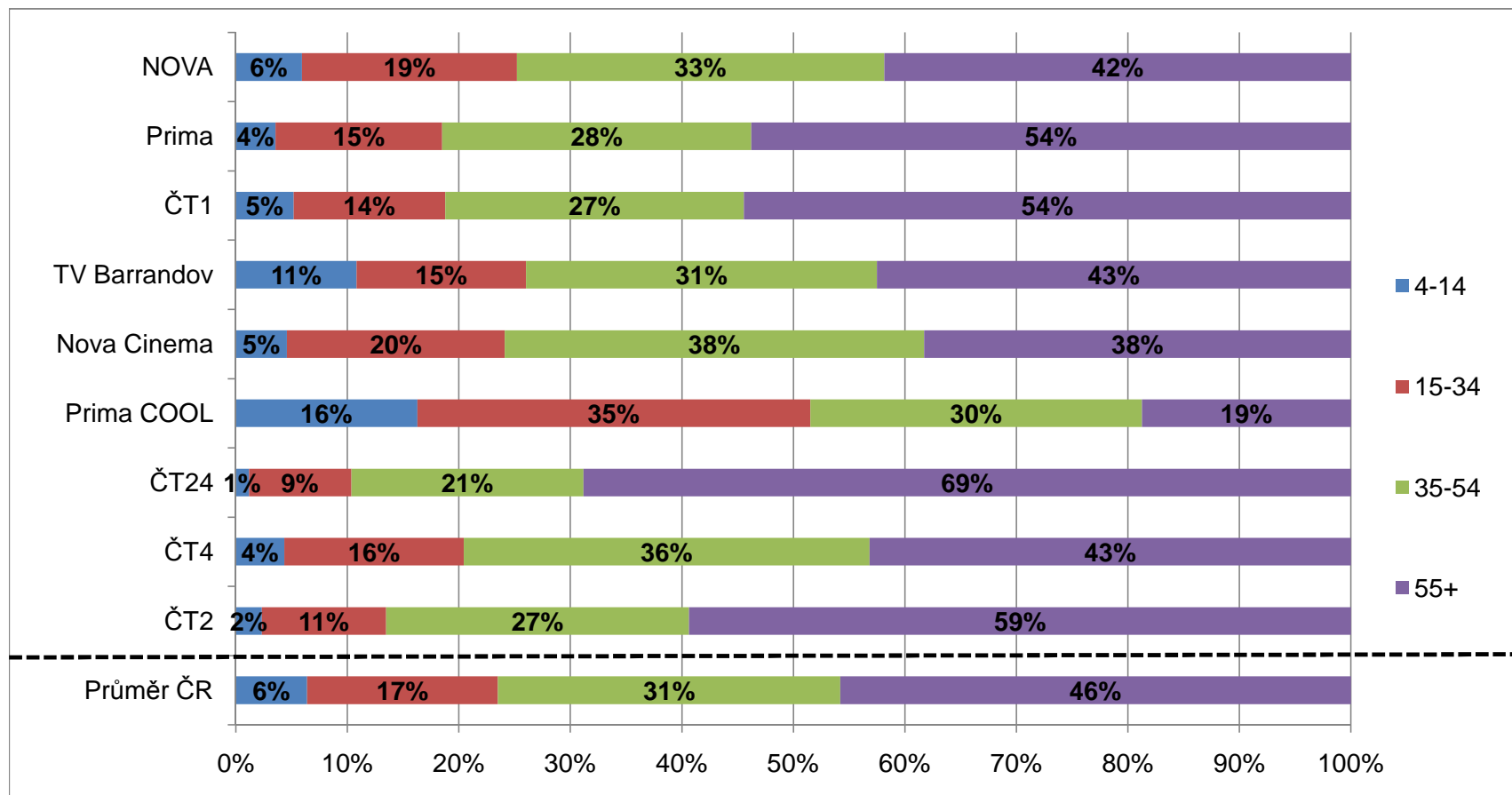


Komentář

- * Ženy tvoří nadpoloviční většinu diváků stanice
- * Zajímavé jsou **opakující se změny** ve struktuře diváků **v průběhu roku**: na začátku podíl žen roste, v průběhu jara dosahuje maxima a od léta zase klesá tak, že nejméně žen se na stanici dívá v prosinci (průběh u mužů je logicky opačný)
- * Celkově lze konstatovat, že podíl žen od začátku vysílání mírně klesá

2. VĚK

Srovnání jednotlivých TV stanic

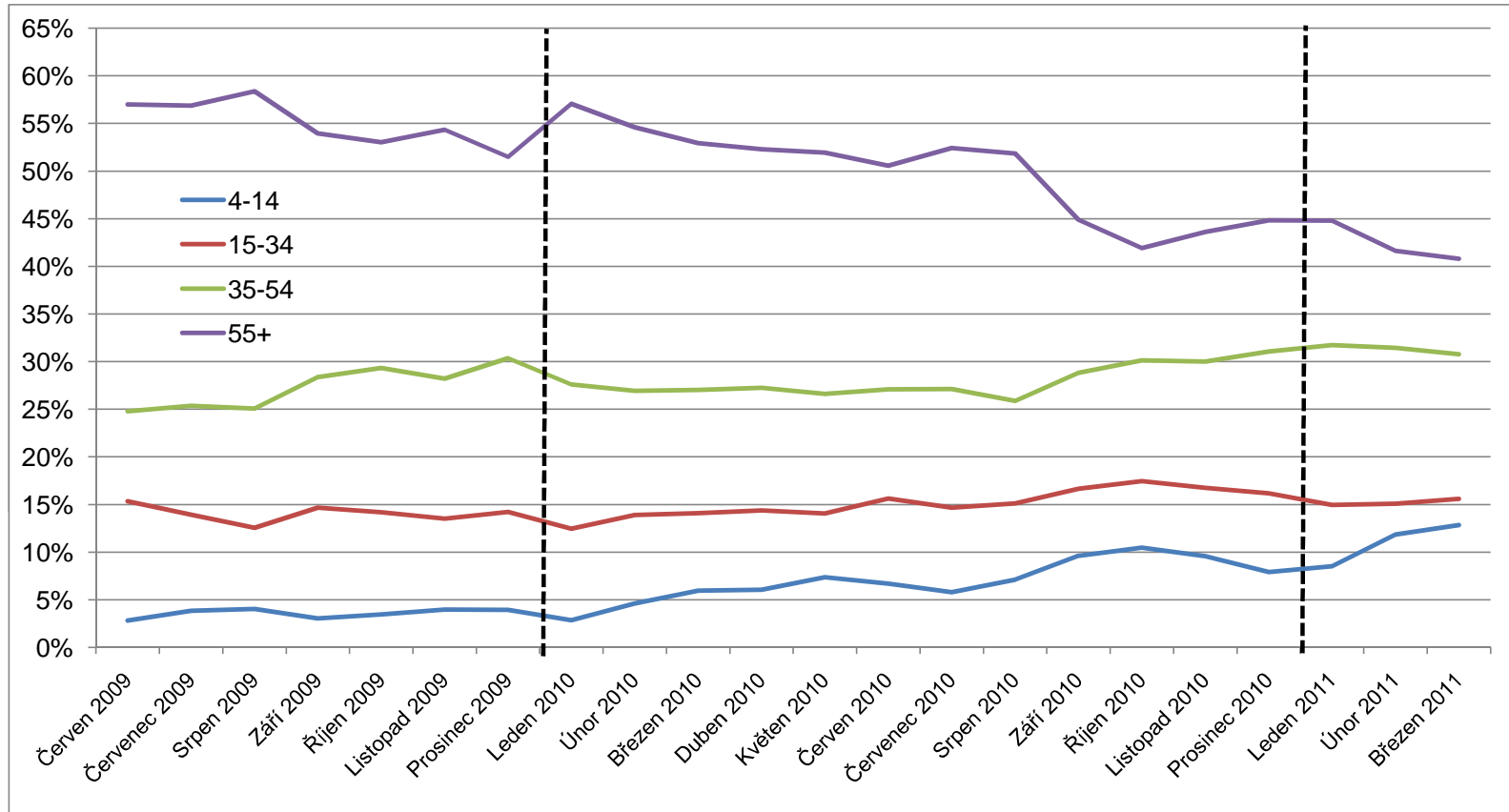


Komentář

- * Děti nejvíce sledují Prima Cool a TV Barrandov
- * Prima Cool je stanice primárně určena mladým lidem - více než 50% jejich diváků je mladších 34 let
- * Dalšími stanicemi, které se orientují na mladé lidi a zejména na lidi ve středním věku, jsou Nova Cinema, Nova, TVB a ČT4
- * TOP stanice Prima a ČT1, mající prakticky stejné věkové složení, jsou určeny zejména pro lidi středního a staršího věku
- * Starší lidé mají v oblibě nejvíce ČT24 a ČT2
- * Konkurenti TV Barrandov s podobnou strukturou diváků: **Nova, Nova Cinema a ČT4**

2. VĚK

Vývoj TV Barrandov

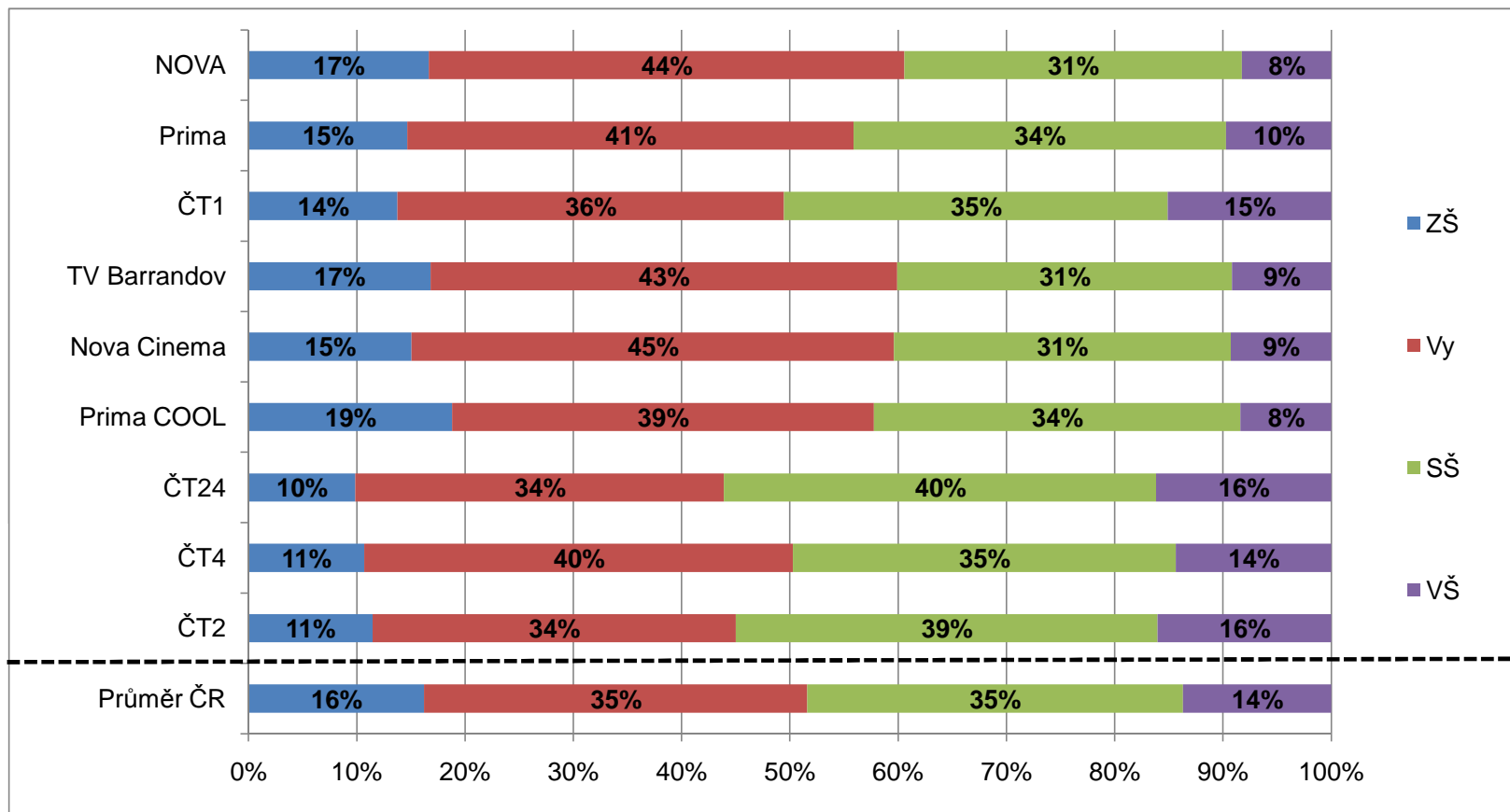


Komentář

- * Z grafu je patrné, že stanice se postupně **omlazuje**
- * K **nejvýraznějšímu nárůstu** podílu dochází od začátku roku 2010 **u dětí** ve věku 4-14 let, a to z 3% až na úroveň 12%
- * Dále **roste** podíl lidí středního věku **35-54 let** (od podzimu 2010). Tyto 2 skupiny mají hlavní podíl na omlazování stanice
- * Naopak podíl starších lidí nad 55 let strmě klesá (od začátku roku 2010)
- * Mladí lidé do 35 let sledují stanici bez výrazných výkyvů (pouze na podzim roku 2010 došlo k mírnému nárůstu)

3. VZDĚLÁNÍ

Srovnání jednotlivých TV stanic

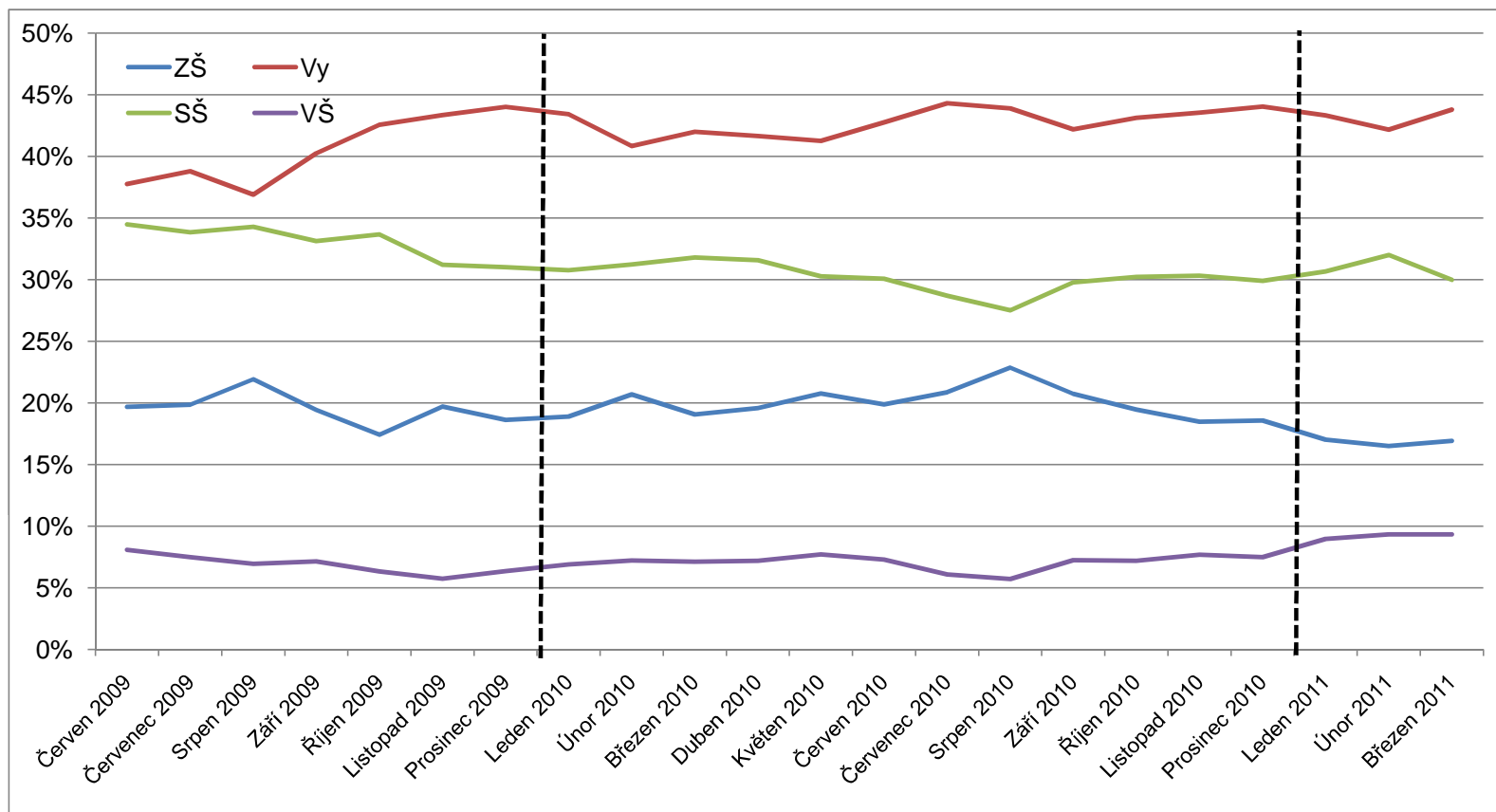


Komentář

- * Lidé s nízkým vzděláním sledují Novu, Novu Cinemu, TV Barrandov a Prima Cool
- * Naopak lidé se SŠ a VŠ vzděláním mají nadpoloviční podíl na všech kanálech ČT (nejvíce na ČT24 a ČT2)
- * Konkurenti TV Barrandov s podobnou strukturou diváků: **Nova Cinema, Nova a Prima Cool**

3. VZDĚLÁNÍ

Vývoj TV Barrandov

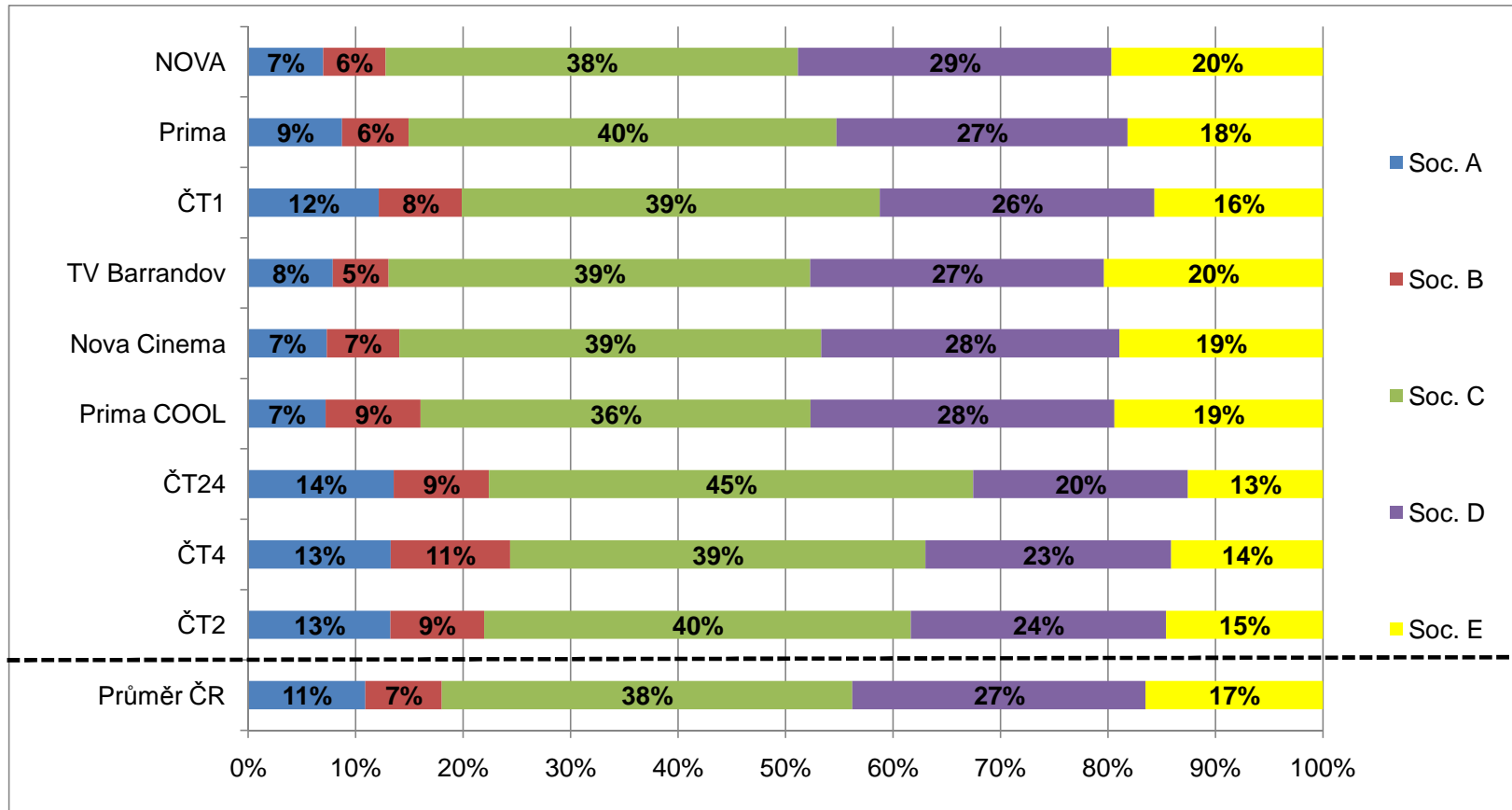


Komentář

- * Podíl lidí se **základním vzděláním** od podzimu 2010 stále **klesá**, naopak podíl **vysokoškoláků roste** (avšak menším tempem)
- * Středoškolsky vzdělaní lidé svůj podíl ztráceli až do konce léta 2010, od kdy se jejich pozice nemění (30%)
- * To má za následek, že lidé s vyšším vzděláním (SŠ/VŠ) postupně sledovali stanici stále méně (pokles z 42% až pod úroveň 35%, přičemž tento pokles kopíruje vývoj u středoškoláků - VŠ vzdělaní do té doby nezaznamenávali větší výkyvy).
Od podzimu 2010 však nastává obrát a jejich podíl roste tak, že aktuálně přesahuje hranici 40% a blíží se tak původní úrovni
- * Lidé vyučení dosahují od začátku roku 2010 stabilního podílu kolem 43%

4. SOCIÁLNÍ PROFIL

Srovnání jednotlivých TV stanic

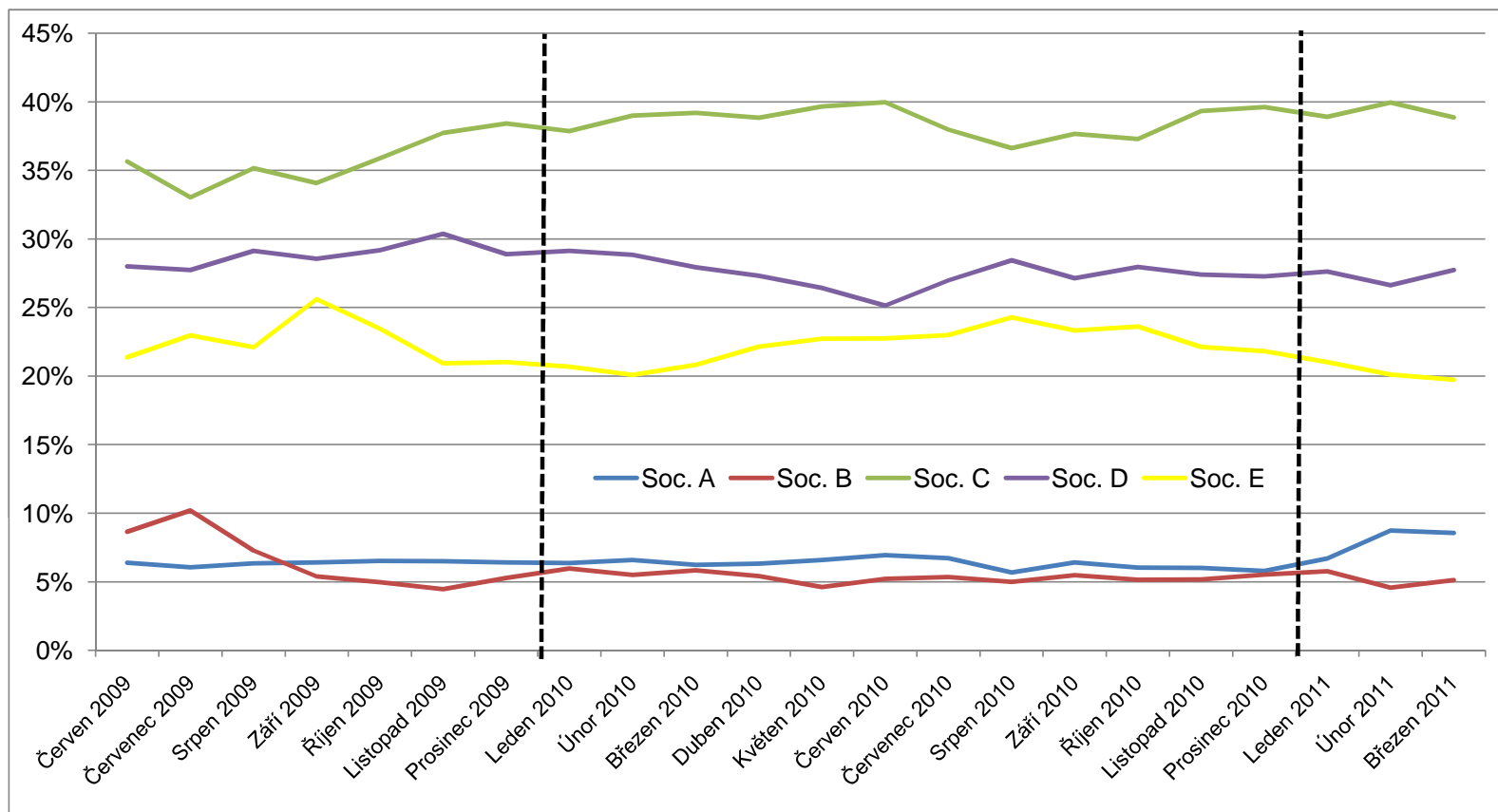


Komentář

- * Lidé s nejvyššími příjmy sledují nejvíce programy ČT, zejména ČT4 a ČT24
- * Naopak lidé s nižšími příjmy mají v oblíbenosti Novu, Primu, TV Barrandov, Prima Cool a Novu Cinemu
- * Stejně jako v případě vzdělání je Prima ve všech sociálních profilech průměrná a nejvíce stabilní
- * Konkurenti TV Barrandov s podobnou strukturou diváků: **Nova, Prima Cool a Nova Cinema**

4. SOCIÁLNÍ PROFIL

Vývoj TV Barrandov

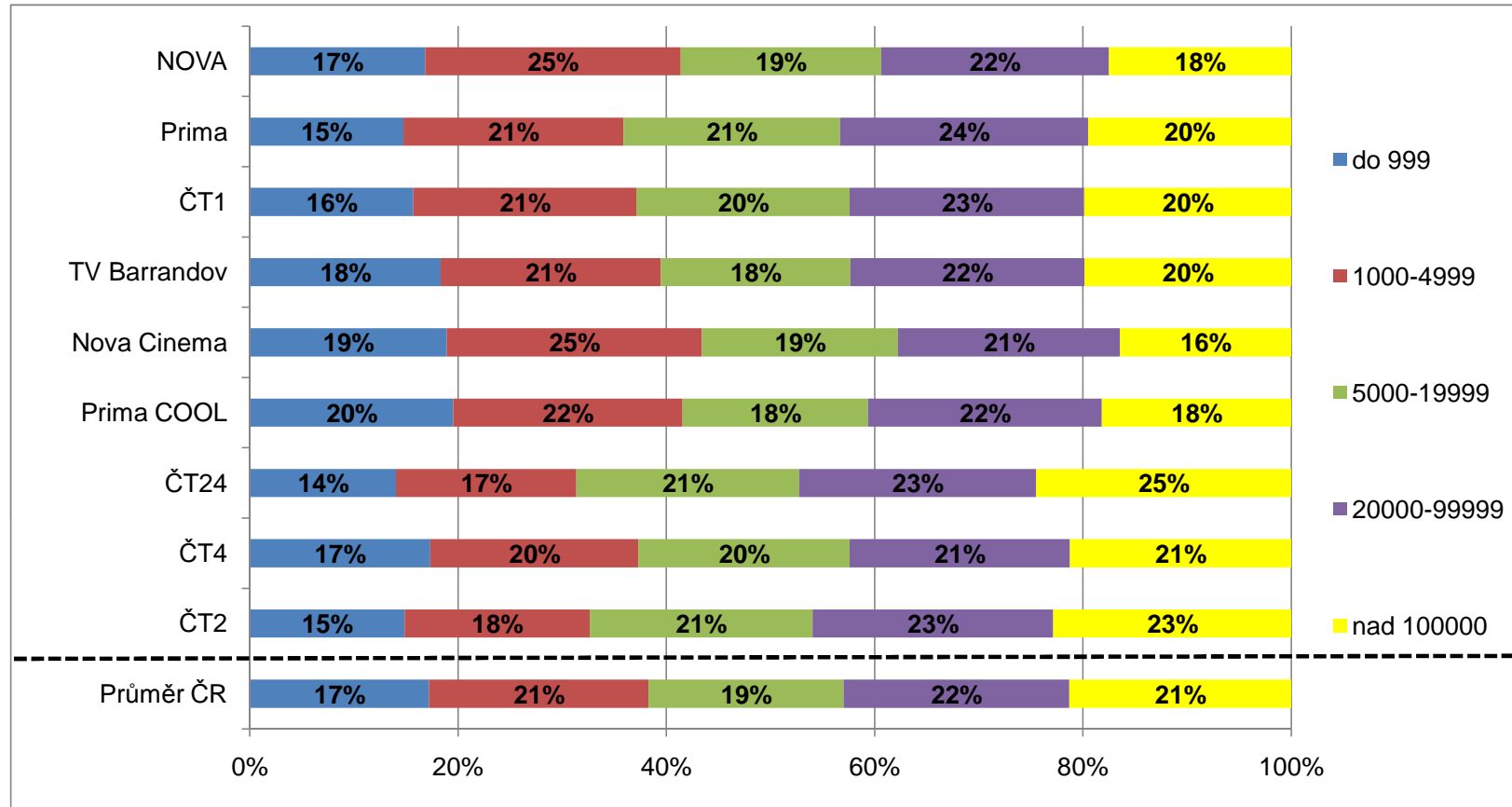


Komentář

- * Lidé s **nejvyššími** příjmy (A, B) si udržují prakticky po celou dobu **konstantní** podíl s jedním výkyvem, který se však u obou skupin liší: zatímco lidé s profilem A zaznamenali v posledních třech měsících znatelný nárůst, lidi s profilem B naopak na začátku vysílání postihl významný propad
- * Lidé ze **střední vrstvy** postupně **navyšovali podíl** z 35% na úroveň 40%, kterou si s výjimkou propadu v létě 2010 udržují stále
- * Souhrnný podíl lidí s **nejnižším** sociálním statutem (D, E) je po celou dobu **konstantní** (přibližně na úrovni 50%), avšak od začátku roku 2011 je patrný pokles k hranici 45% (zejména v důsledku propadu třídy E)

5. VELIKOST MÍSTA BYDLIŠTĚ

Srovnání jednotlivých TV stanic



Komentář

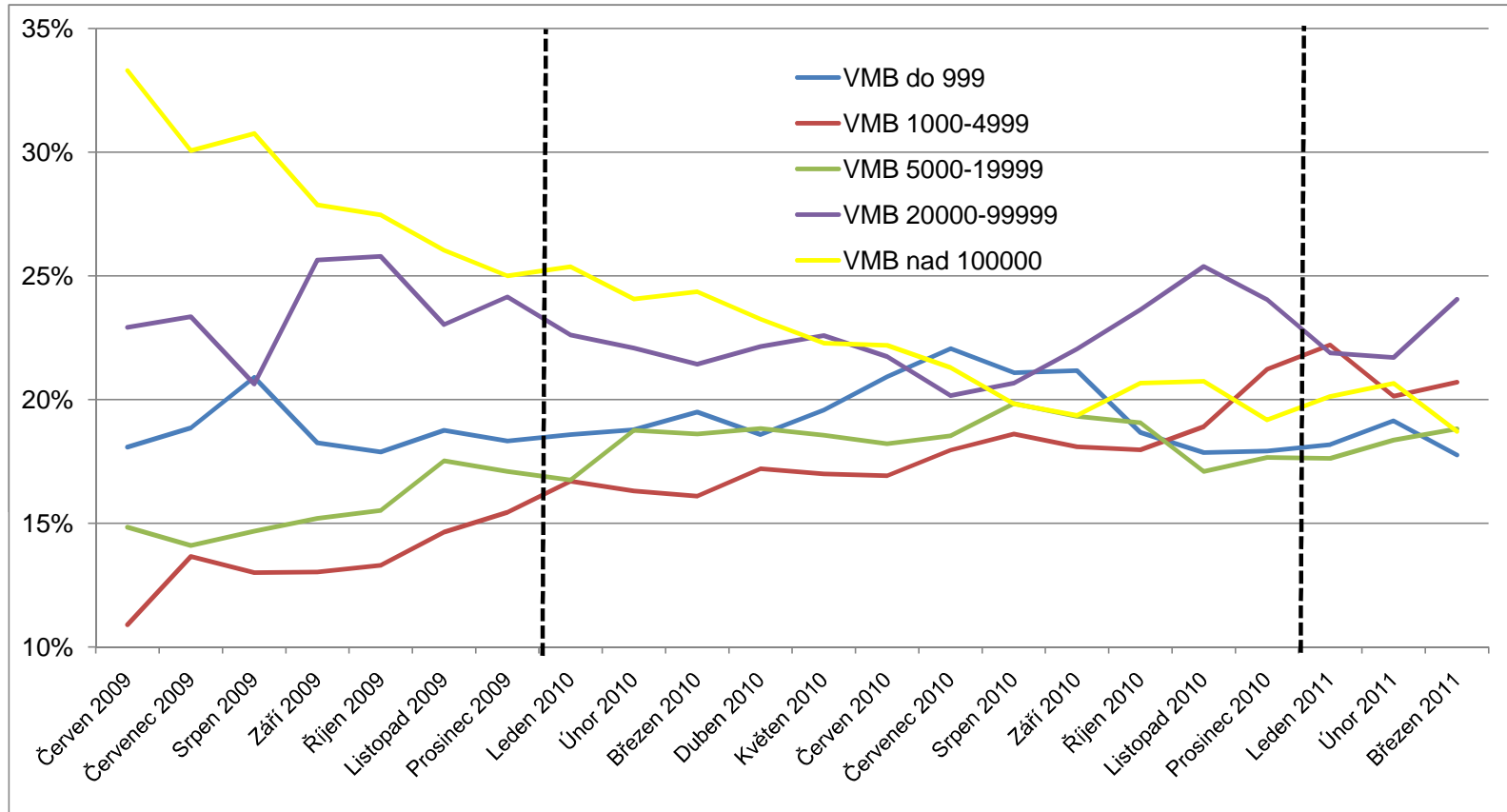
* Lidé z malých obcí a měst sledují nejvíce Novu Cinemu, Novu a Prima Cool

* Naopak lidé z velkých měst a velkoměst se zaměřují zejména na ČT24 a ČT2, dále pak na Primu, ČT1, ČT4 a TV Barrandov

* Konkurenti TV Barrandov s podobnou strukturou diváků: **ČT1, ČT4 a Prima**

5. VELIKOST MÍSTA BYDLIŠTĚ

Vývoj TV Barrandov



Komentář

* Z grafu je zcela zřejmý protichůdný trend u menších obcí a velkoměst - zatímco lidé z velkoměst (na začátku vysílání lidí v této kategorii) svoji pozici postupně ztráceli až na téměř poloviční úroveň (z 33% na 19%), lidé z menších obcí naopak svůj podíl zdvojnásobili. Tento vývoj je primárně způsoben procesem postupného nárůstu technického pokrytí, kdy na začátku vysílání byla stanice pokryta pouze ve velkých městech

* Lidé ze **středních obcí a měst** si s určitými výkyvy udržují **konstantní** podíl