

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.-30.6.2011)
2. vývoj divácké struktury pouze TV Barrandov (data za období 1.6.2009-30.6.2011)

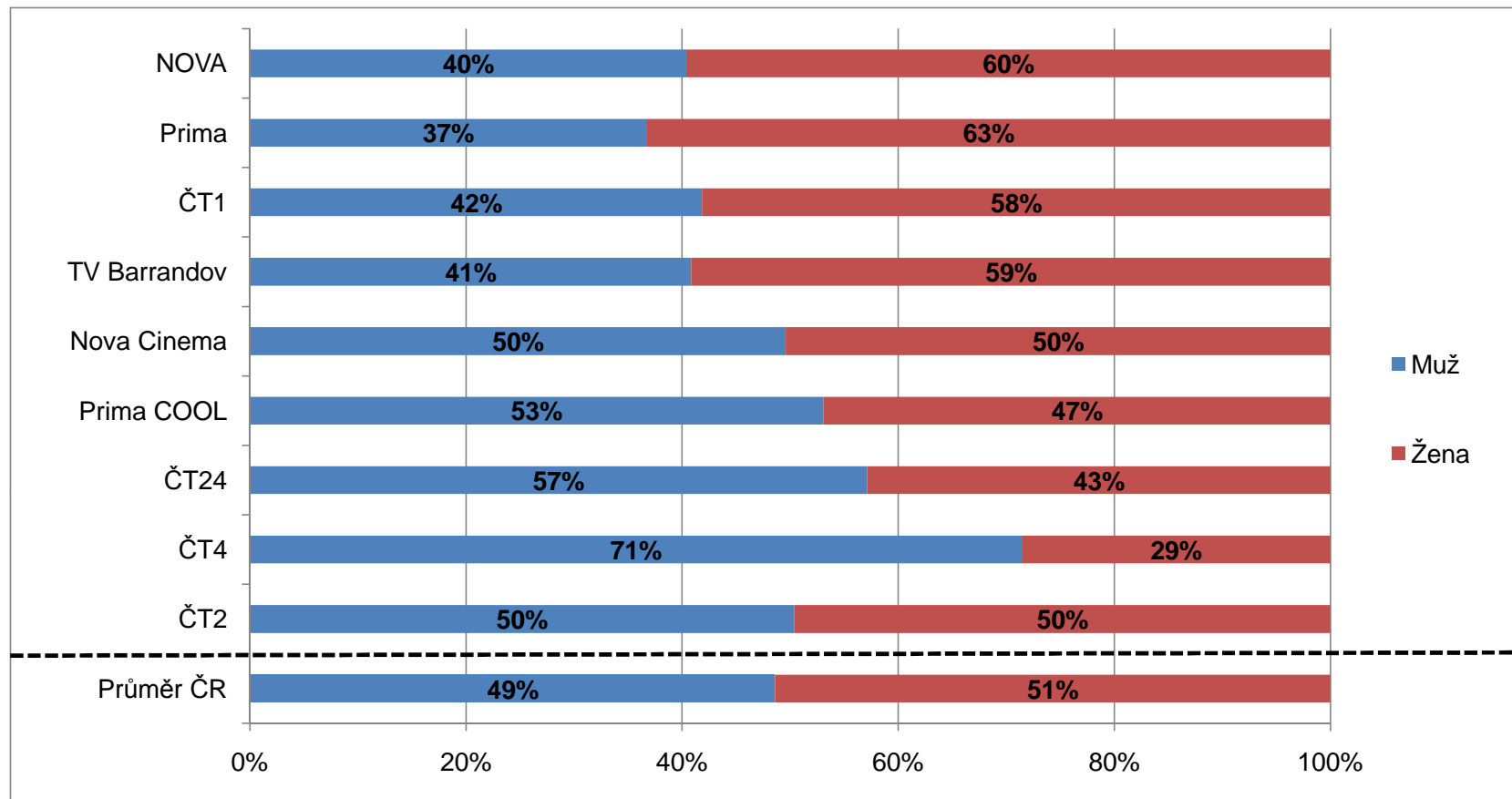
Obě analýzy jsou pak rozděleny podle 5 základních parametrů, které jsou nejčastěji používány při vytváření cílových skupin v rámci mediálního plánování:

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



1. POHLAVÍ

Srovnání jednotlivých TV stanic

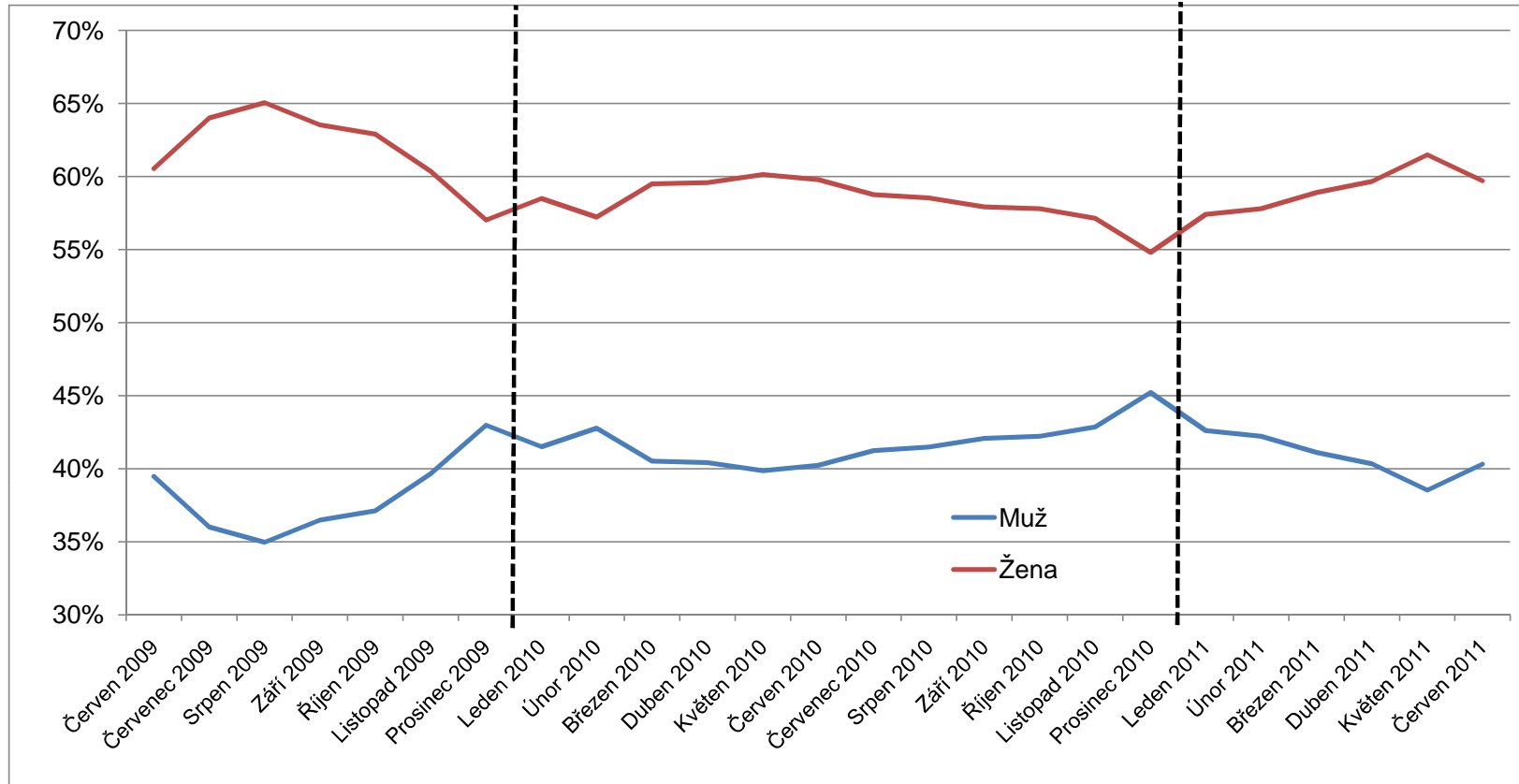


Komentář

- * 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, v menší intenzitě také na ČT24

1. POHLAVÍ

Vývoj TV Barrandov

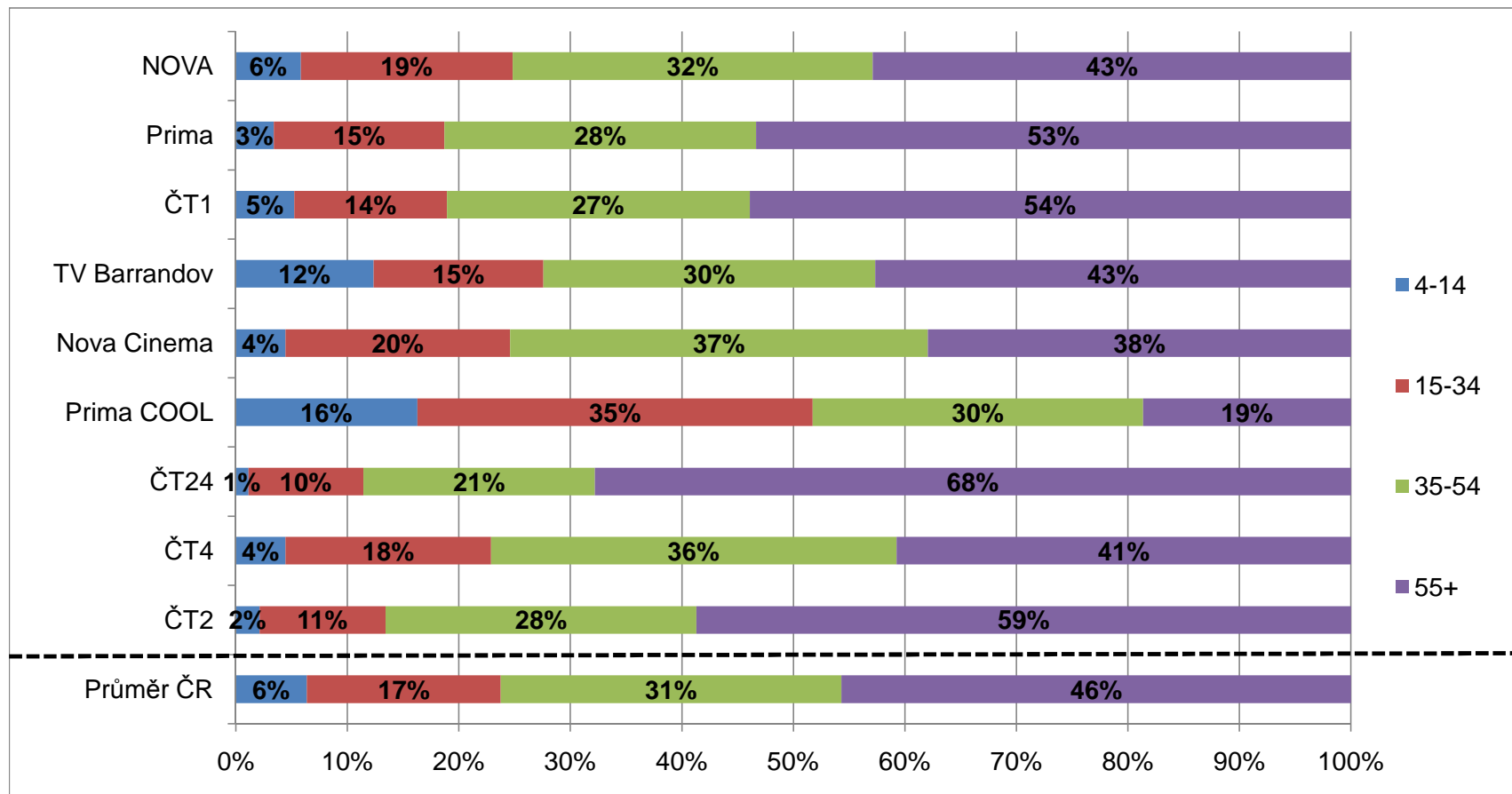


Komentář

- * 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)

2. VĚK

Srovnání jednotlivých TV stanic

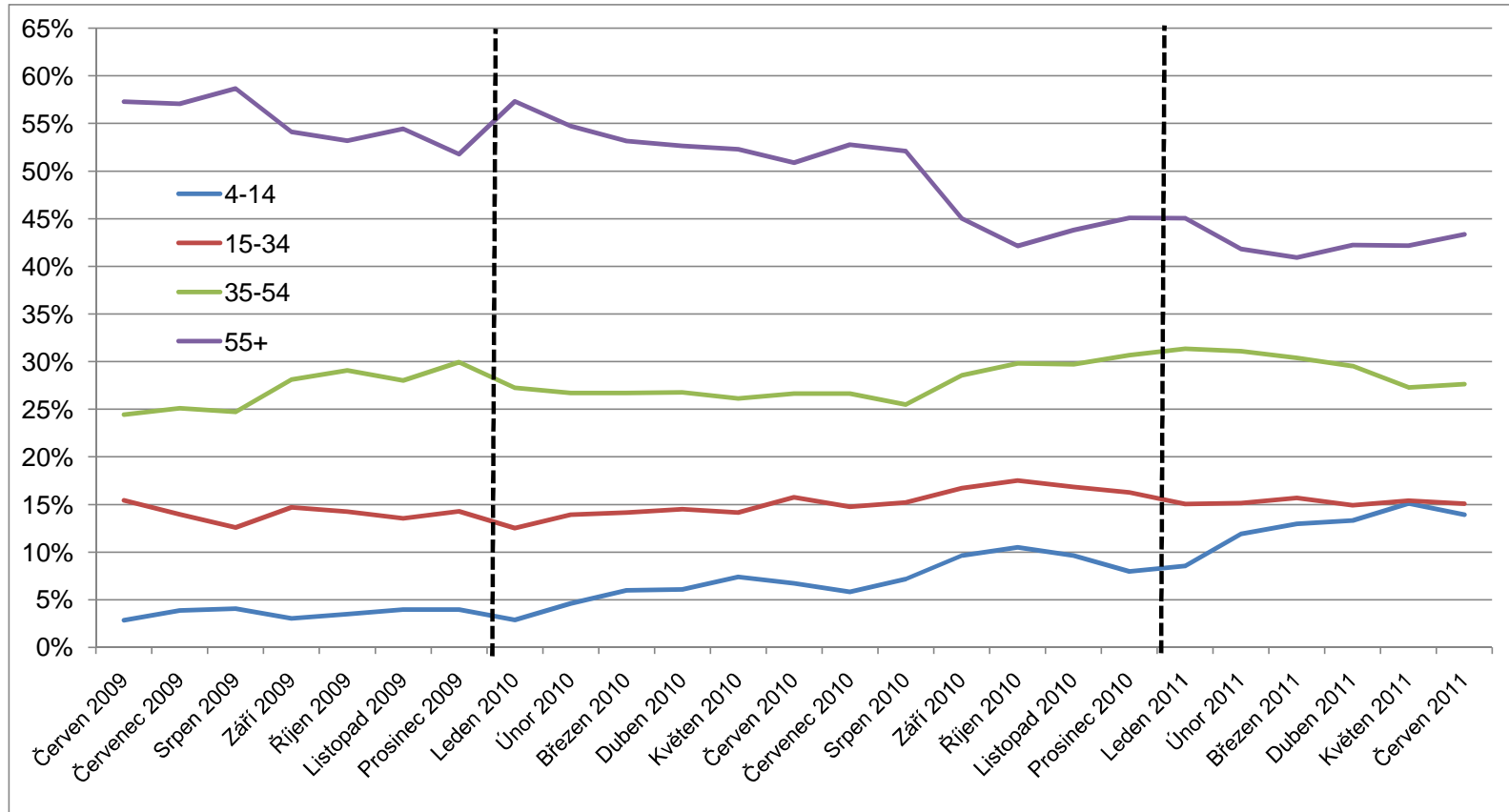


Komentář

- * 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, ČT4, Nova a TVB
- * 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

2. VĚK

Vývoj TV Barrandov

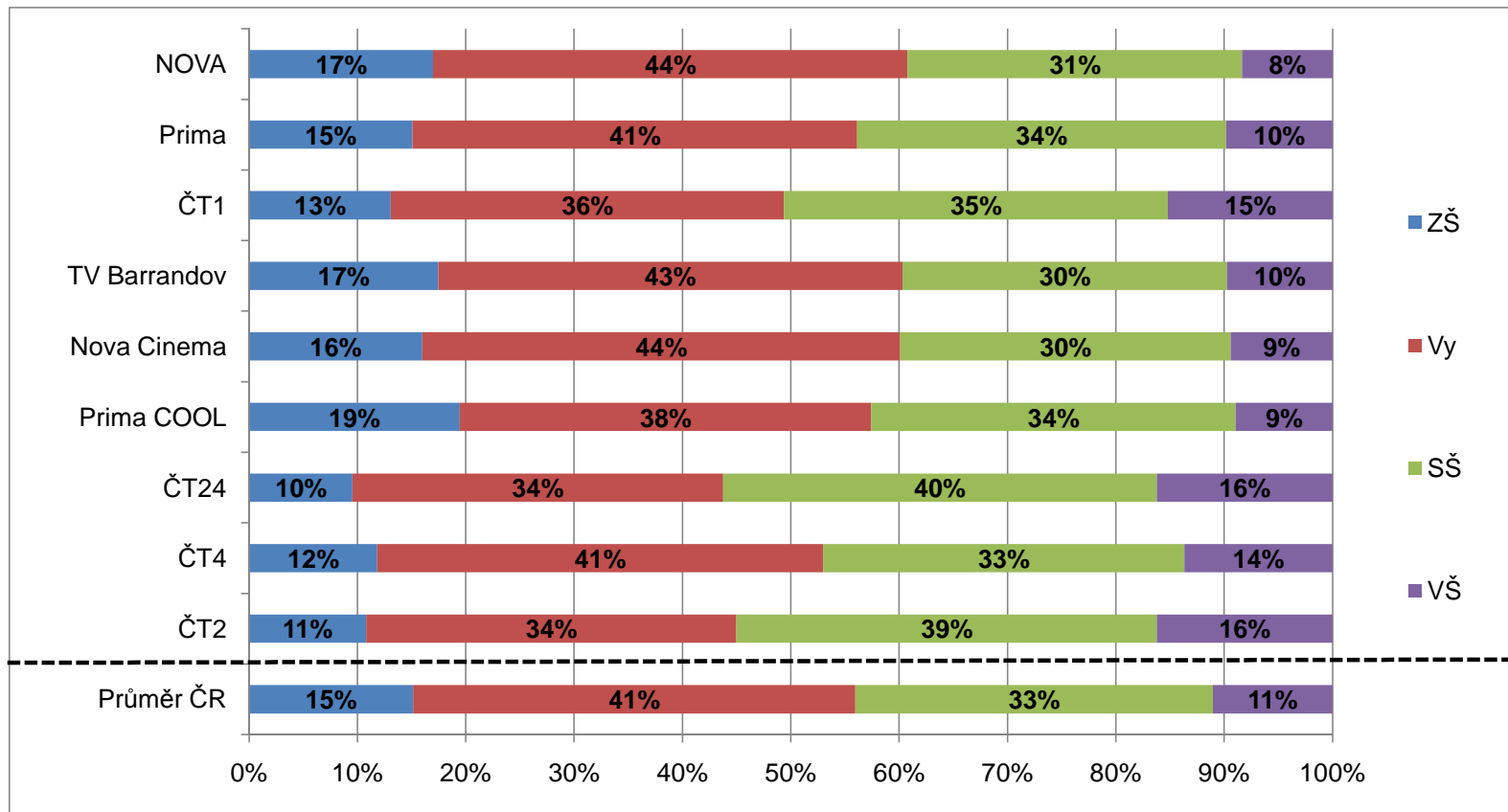


Komentář

- * 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 15%
- * 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), letos se však podíl již stabilizuje
- * 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

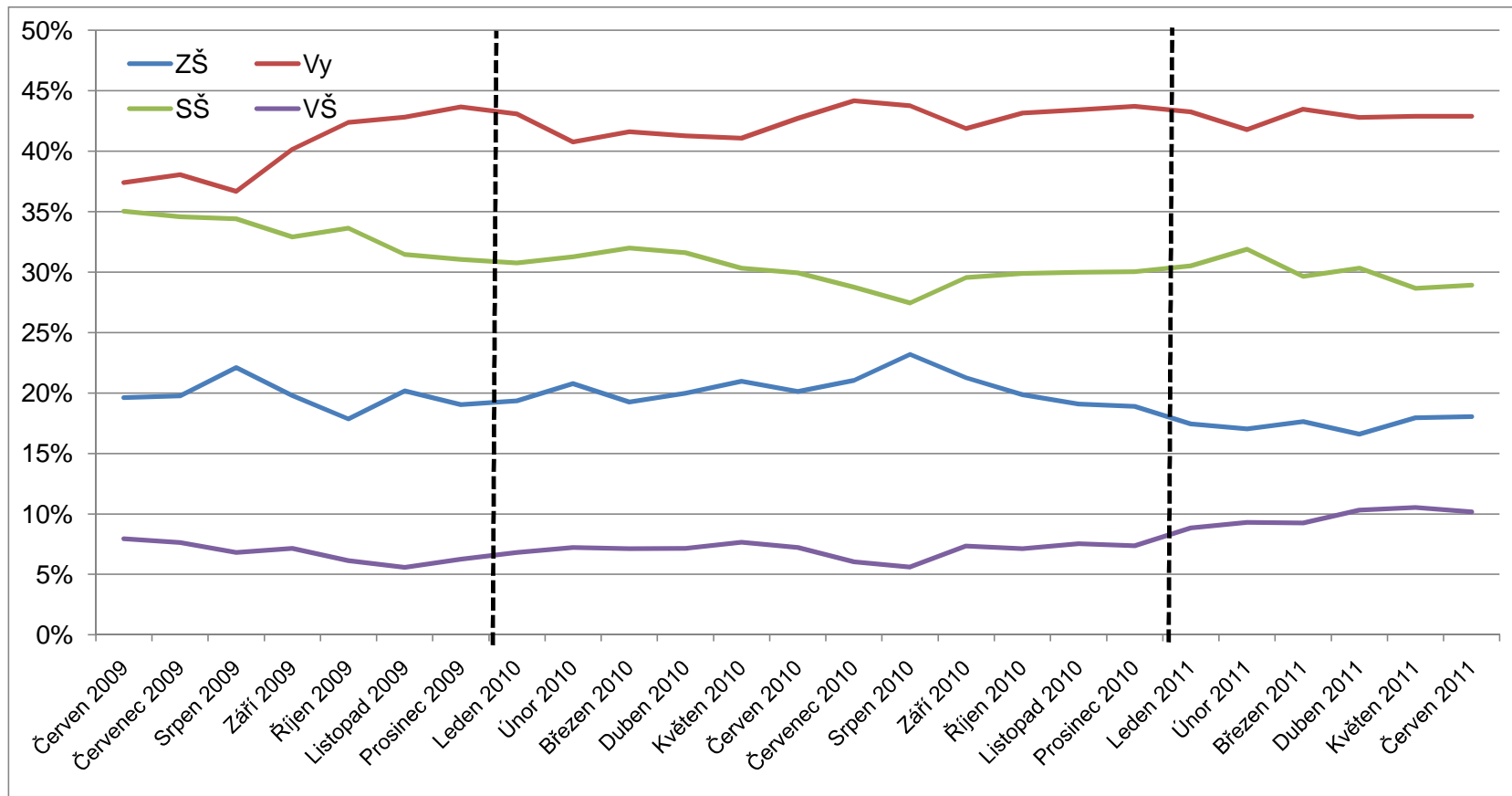
* Lidé s nižším vzděláním sledují Novu, TV Barrandov, Novu Cinemu a Prima Cool

* Divácké složení Primy přesně odpovídá průměru ČR

* Naopak lidé se SŠ a VŠ vzděláním mají nadpoloviční podíl na všech kanálech ČT mimo ČT4 (nejvíce na ČT24 a ČT2)

3. VZDĚLÁNÍ

Vývoj TV Barrandov

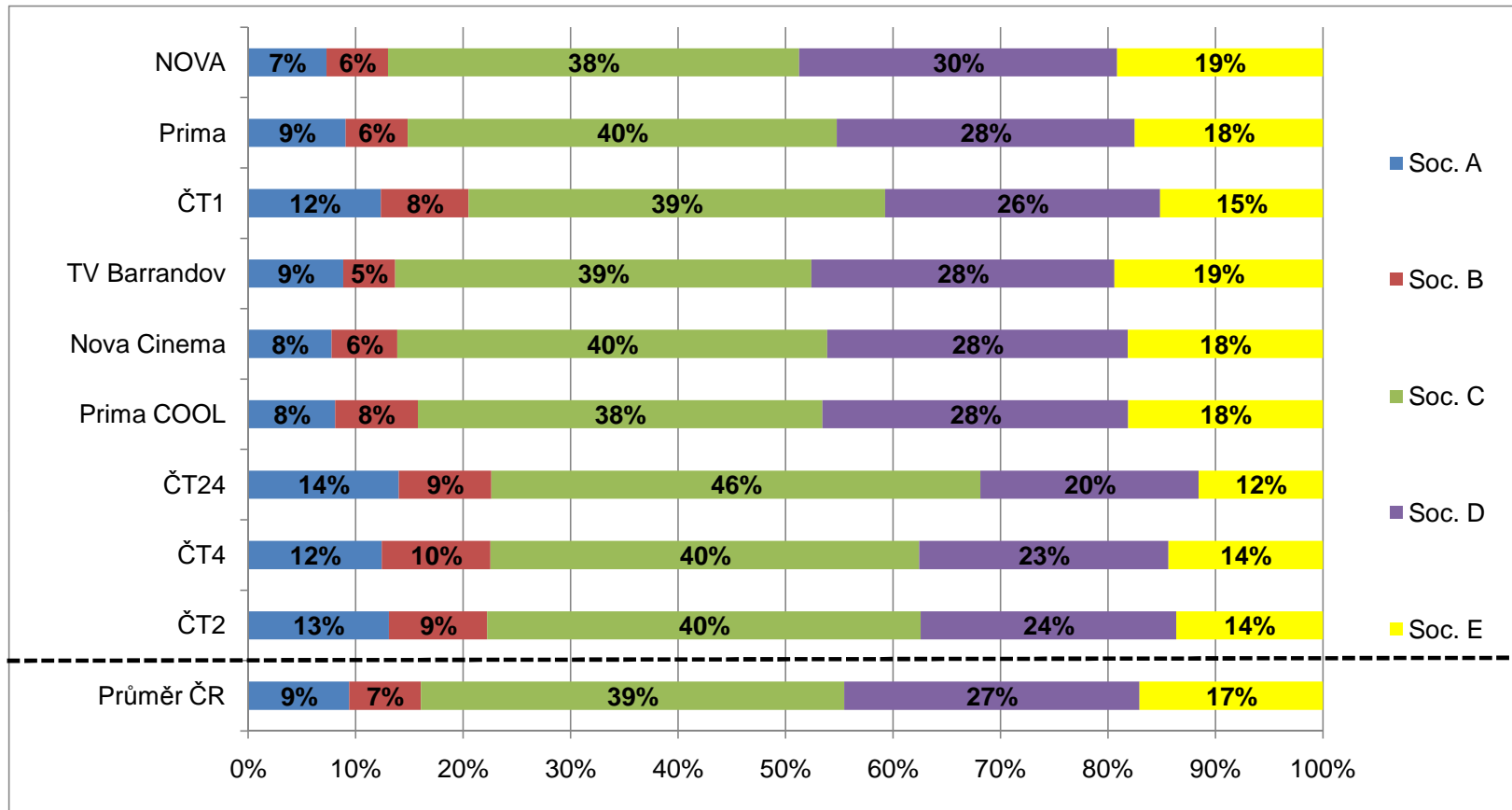


Komentář

- * Podíl lidí se **základním vzděláním** od podzimu 2010 **klesá** (až do dubna 2011) naopak podíl **vysokoškoláků roste**
- * 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 obrat a jejich podíl roste tak, že aktuálně osciluje kolem 40% (tedy blízko původní úrovně)
- * Lidé vyučení dosahují od začátku roku 2010 stabilního podílu kolem 43%

4. SOCIÁLNÍ PROFIL

Srovnání jednotlivých TV stanic

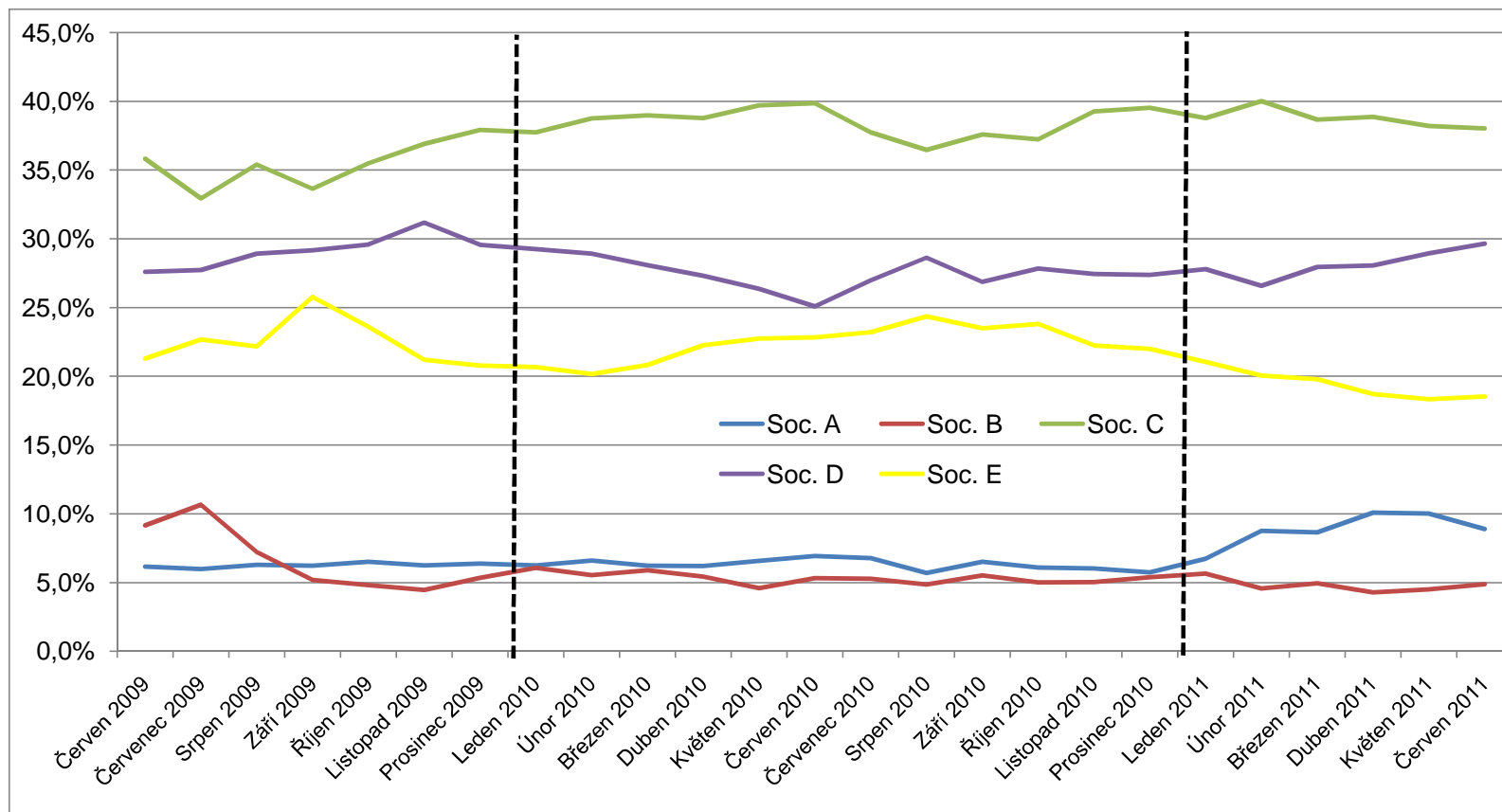


Komentář

- * Lidé s nejvyššími příjmy sledují nejvíce programy ČT, zejména ČT24, ČT24 a ČT2
- * Naopak lidé s nižšími příjmy mají v oblíbě Novu, TV Barrandov, Prima Cool a Novu Cinemu
- * Stejně jako v případě vzdělání je Prima ve všech sociálních profilech průměrná a nejvíce stabilní
- * Nejvíce střední třídy sleduje ČT24, ostatní TV mají podíl téměř totožný - kolem 40% (liší se tedy podílem vyšší a nižší třídy)

4. SOCIÁLNÍ PROFIL

Vývoj TV Barrandov

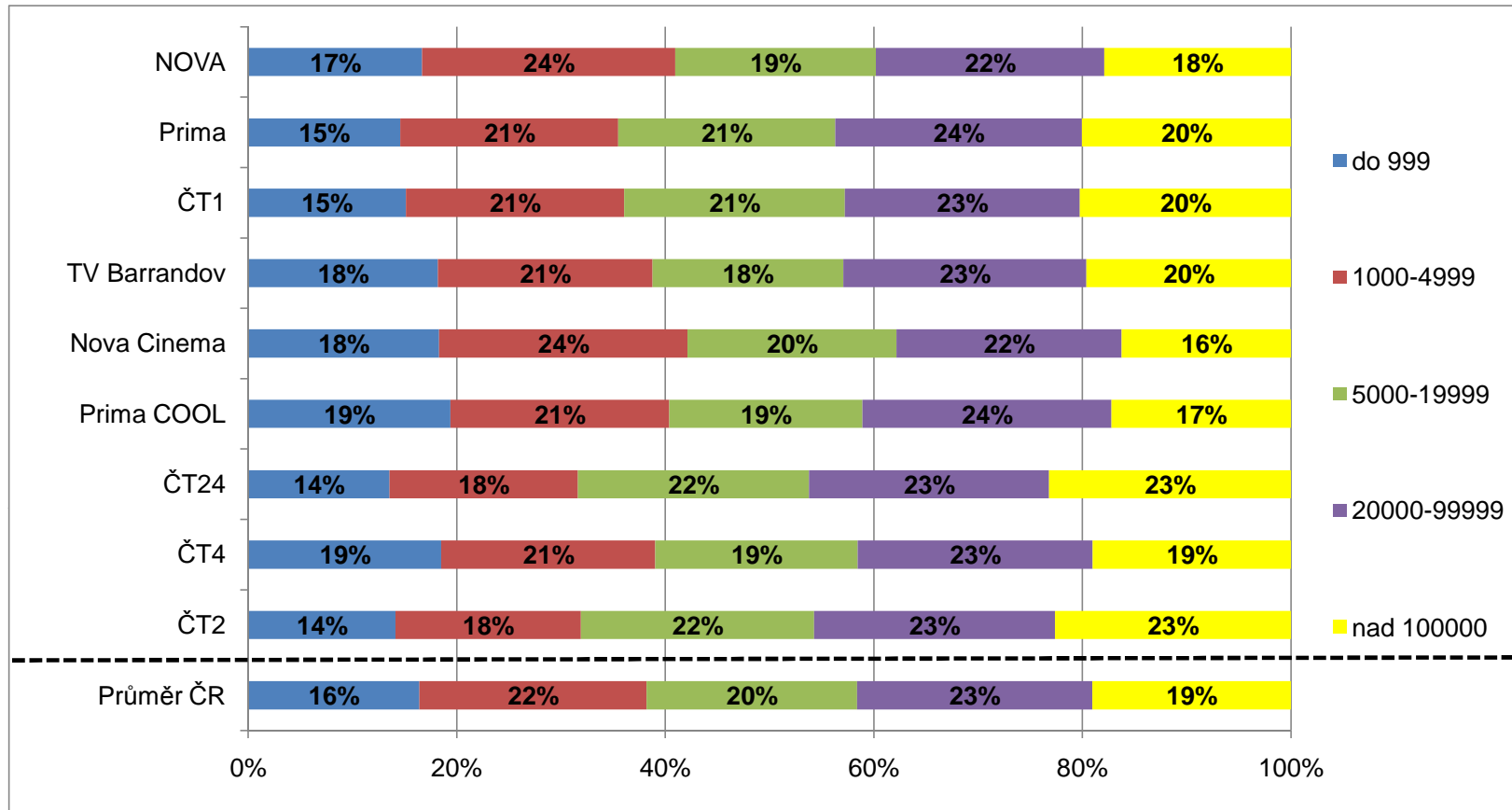


Komentář

- * 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 od počátku roku 2011 znatelný nárůst, lidi s profilem B naopak na začátku vysílání postihl významný propad
- * Lidé ze **střední vrstvy** postupně **navyšovali podíl** z 35% na úroveň téměř 40%, kterou si s výjimkou propadu v létě 2010 udržují
- * Souhrnný podíl lidí s **nejnižším** sociálním statusem (D, E) od léta 2010 postupně klesá (z úrovně 53%) až na současných 48%

5. VELIKOST MÍSTA BYDLIŠTĚ

Srovnání jednotlivých TV stanic



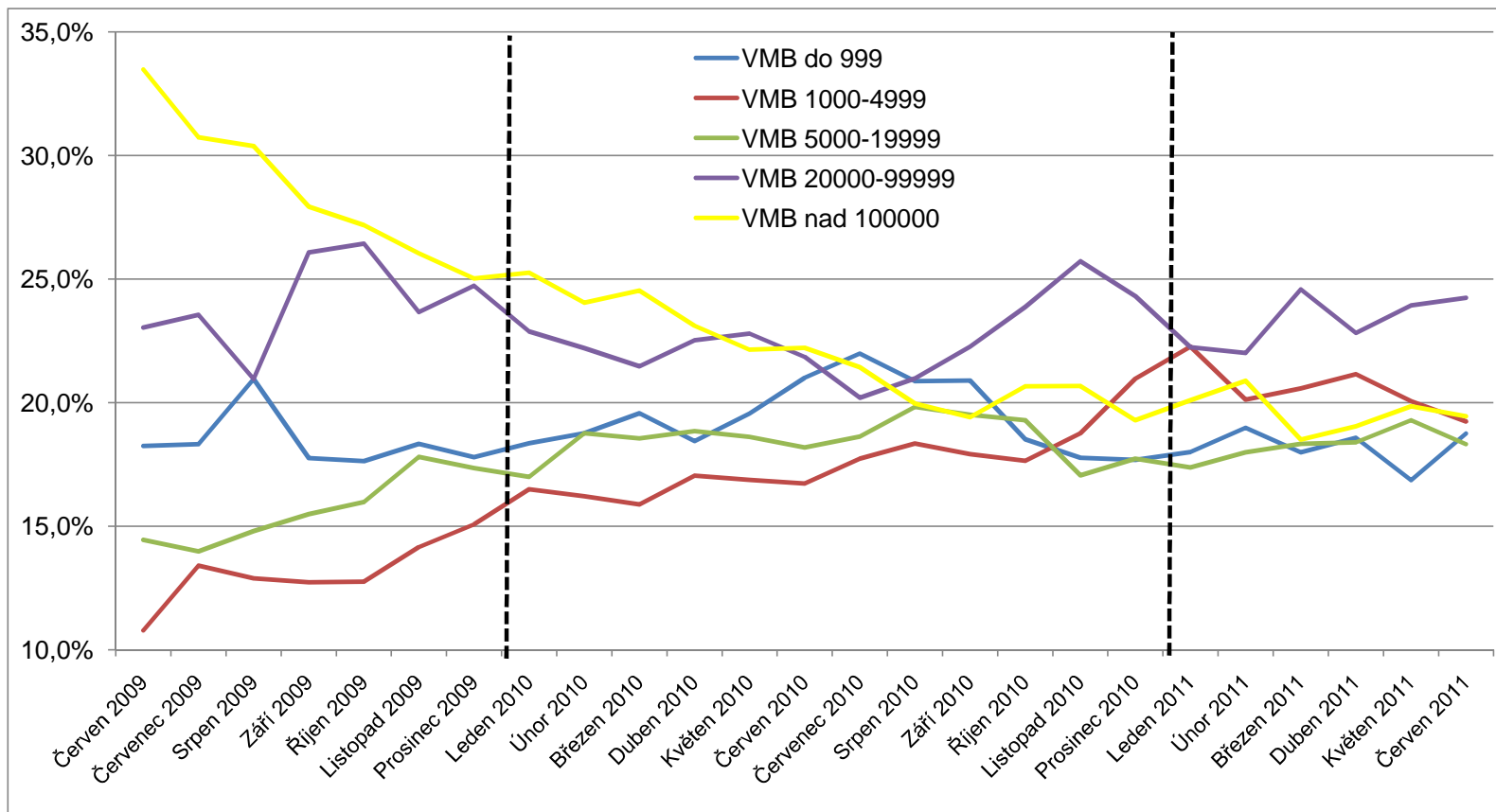
Komentář

* 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, TV Barrandov, ČT1 a ČT4

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