

## Tisková zpráva Unie vydavatelů

Praha, 12. srpna 2021

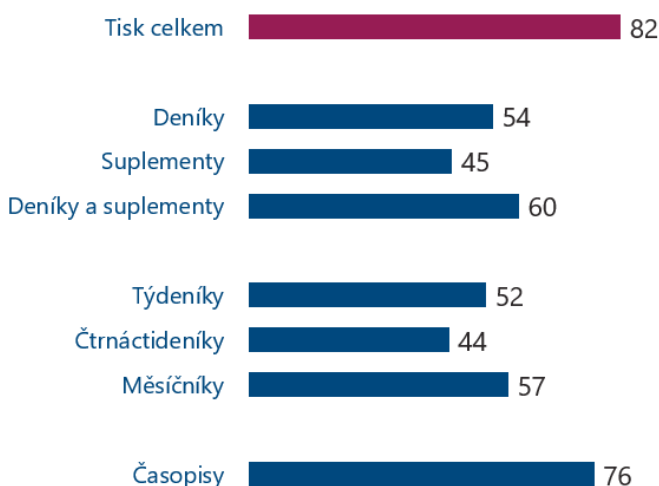
### V době pandemie byl zásah tiskových médií vysoký

Dnes byly zveřejněny a předány uživatelům výsledky celostátního jednotného výzkumu čtenosti periodického tisku v České republice MEDIA PROJEKT za 1. a 2. čtvrtletí 2021. Prezentovaná data ukázala, že pandemie koronaviru neměla negativní vliv na zásah a čtenost tisku jako celku. Čtenost některých skupin tisku dokonce vzrostla. Realizátoři MEDIA PROJEKTU také v průběhu prezentace doložili, že výzkum probíhal i přes omezující podmínky korektně. Pomocí operativních a inovativních opatření, jako bylo například použití metody distančního dotazování CAPI online, se podařilo získat potřebný počet rozhovorů a zajistit validitu dat obvyklou pro tento výzkum. Výkonný ředitel Unie vydavatelů Václav Mach u této příležitosti uvedl: „Děkujeme realizátorům a všem tazatelům působícím v rámci výzkumu MEDIA PROJEKT, tedy agenturám MEDIAN a STEM/MARK, že dokázali i v obtížných podmínkách vyvolaných pandemií a vládními opatřeními, které byly přijaty k jejímu překonání, provádět dotazování v požadovaném rozsahu, a jak ukázala analýza terénních prací, tak i v metodikou výzkumu stanovené kvalitě.“

Celkový zásah tisku dosáhl v 1. a 2. čtvrtletí 2021 hodnoty 82 % české populace ve věku 12-79 let, což je obdobná výše tohoto ukazatele jako v předcházejícím období 4. čtvrtletí 2020 a 1. čtvrtletí 2021. Podrobnější údaje přináší následující graf.

## Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



▪ Celkový zásah tisku je  
7 291 000 osob

V porovnání s předchozími výsledky za 4. čtvrtletí 2020 a 1. čtvrtletí 2021 zůstal zachován stejný podíl čtenářů tisku v populaci (82 %). Podíl čtenářů deníků a suplementů se mírně zvýšil o 1 procento a podíl čtenářů časopisů zůstal také na úrovni 76 %.

V rámci časopisů se zvýšila v 1. a 2. čtvrtletí 2021 v porovnání s předchozími výsledky průměrná čtenost na vydání v celkem 11 žánrových skupinách časopisů, nejvíce u časopisů o bydlení a bytové kultuře (+12 %), časopisů o zahradě a hobby (+9 %) a u ekonomických časopisů (+ 8 %).

### **Kdo jsou čtenáři tisku?**

Představené výsledky MEDIA PROJEKTU ukazují, že tisk preferuje řada prestižních sociodemografických skupin obyvatel. To by mělo být podnětem pro inzerenty především prémiových značek, aby tiskovou inzerci v rámci svých reklamních kampaní více využívali. Například podíl čtenářů deníků mezi příslušníky vyšších socioekonomických tříd je 59 % oproti 55 % v průměrné populaci. Také časopisy čte 81 % členů těchto skupin ve srovnání se 76 % průměrné populace. Nejvýrazněji je patrná orientace této skupiny na časopisy o vědě, technice, zajímavostech o cestování či na zpravodajské týdeníky, kde je podíl čtenářů těchto titulů v rámci skupiny o 9 % vyšší, než v průměrné populaci. Nadprůměrnými čtenáři tisku jsou ale podle Media projektu také například lékaři, zdravotní sestry a další pracovníci ve zdravotnictví, učitelé, vysokoškoláci vůbec, manažeři či podnikatelé.

V úvodu se účastníci online konference seznámili se situací na mediálním trhu v Austrálii a také s automatizovaným systémem nákupu inzertních ploch Buy on Platform. Ten je úspěšně využíván pro podporu prodeje tiskové inzerce australskými vydavateli, mediálními agenturami a zadavateli inzertních kampaní. Účastníci prezentace se měli možnost také seznámit s některými informacemi týkajícími se konzumace tisku v letním období. Z průzkumu vyplývá, že například 46 % vysokoškoláků si nedokáže představit pobyt na dovolené bez čtení novin a časopisů.

**Informace o základních výsledcích průzkumu MEDIA PROJEKT jsou zájemcům k dispozici v příloze této zprávy. Za delší časové období jsou údaje k dispozici na webu profesní asociace Unie vydavatelů. Tam je také k dispozici prezentace představená 12. 8. 2021 v průběhu video konference. Naleznete v ní mnoho dalších zajímavých dat o tisku a jeho čtenářích z výzkumu MEDIA PROJEKT.**

**MEDIA PROJEKT** je „one currency“ výzkum čtenosti titulů českého periodického tisku a sociodemografické struktury jeho čtenářů. Ročně je dotazováno 25 000 respondentů vybraných kombinací náhodného a kvótního výběru proporcionálně z celého území České republiky. Jedná se o v evropském kontextu nadstandardní výzkum například z hlediska počtu respondentů připadajících na celkovou populaci či důsledného celoplošného pokrytí celého území a obcí všech velikostních typů. MEDIA PROJEKT je nejdéle probíhajícím mediálním výzkumem v ČR, který v předloňském roce oslavil 25 let od svého zahájení. Výzkum přitom prochází průběžným zkvalitňováním. Zadavateli výzkumu jsou Unie vydavatelů, jako profesní asociace vydavatelů novin a časopisů v České republice, a Asociace mediálních agentur (ASMEA). MEDIA PROJEKT je datovým zdrojem pro mediální plánování a jeho data jsou pro jejich důvěryhodnost široce akceptována celým reklamním trhem.

### **Kontakt:**

Unie vydavatelů, z. s., Pobřežní 370/4, 186 00 Praha 8,  
tel.: 222 329 730, e-mail: [unie@unievydavatelu.cz](mailto:unie@unievydavatelu.cz), [www.unievydavatelu.cz](http://www.unievydavatelu.cz)

Příloha: Základní výsledky MEDIA PROJEKTU za 1. a 2. čtvrtletí 2021.