

MEDIA LANDSCAPE

ČESKÁ REPUBLIKA 2010

MEDIA LANDSCAPE 2010

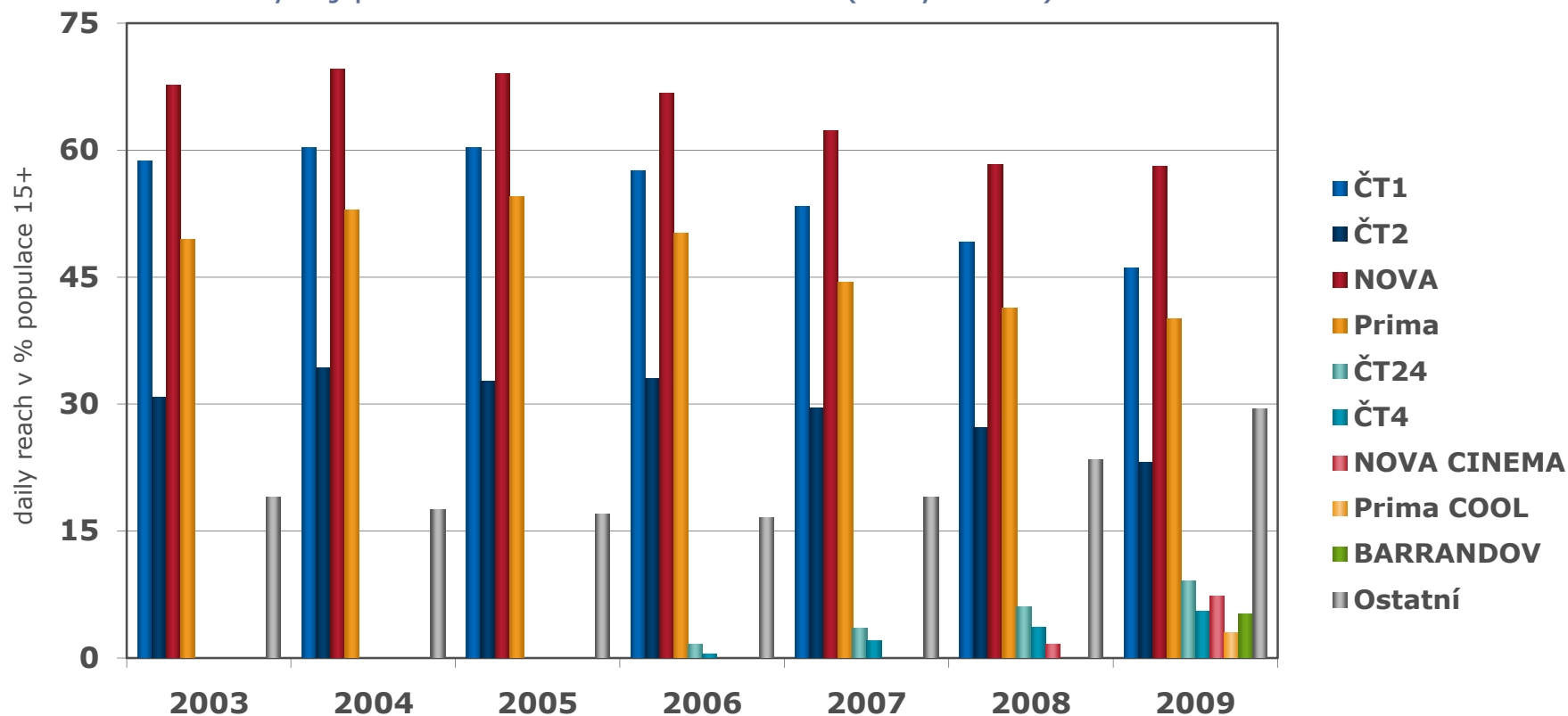
Obsah

● MÉDEA credentials	3
● Základní ekonomické informace	24
● Mediální prostředí a výdaje	27
● TV Landscape	49
● Tisk Landscape	91
● Rozhlas Landscape	150
● Out-of-home Landscape	170
● Internet Landscape	200
● Kino Landscape	220
● Budoucnost médií	233
● Mediální ukazatele	236
● Mediální výzkumy	249
● Lifestyle	260

TV - LANDSCAPE

Zdroj: ATO Mediaresearch

Vývoj průměrného denního zásahu (daily reach)



- nejvyšší průměrný denní reach si drží TV Nova, kterou si denně naladí 58 % populace starší 15 let
- Novu následují ČT 1 a Prima
- zásah hlavních stanic klesá
- vzrostl zásah „ostatními“ televizemi

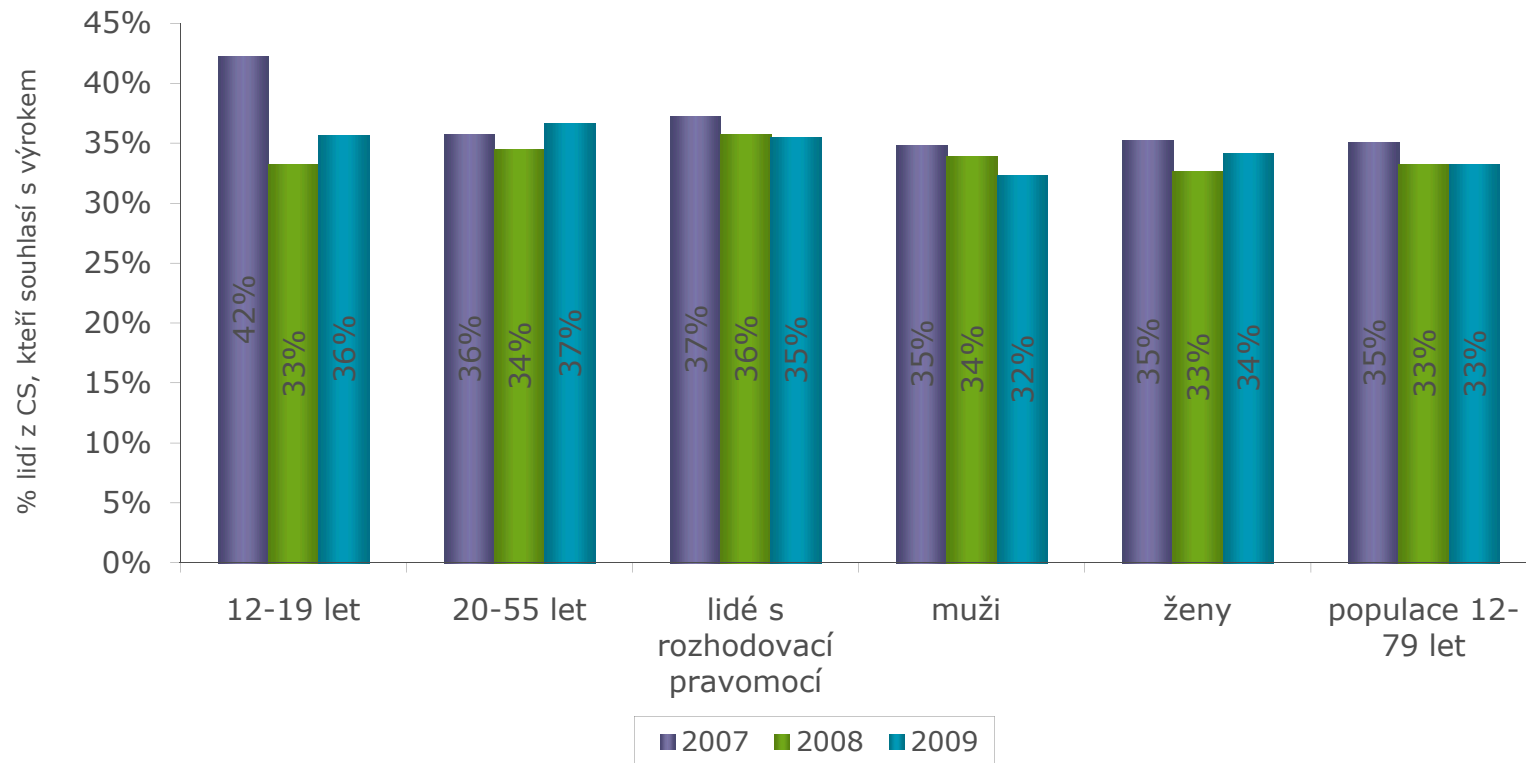
LIFESTYLE - MÉDIA

Zdroj dat: Median MML TGI
25.6.2007-09.12.2007
23.6.2008-07.12.2008
22.6.2009-06.12.2009

Venkovní reklama

Vliv na rozhodování

Billboardy přispívají k zapamatování si nové značky



- s výrokem: „Billboardy přispívají k zapamatování si nové značky“ souhlasí v nadprůměrné míře lidé v aktivním produktivním věku a mladí lidé