

14 %

Takový je podíl time-shifted TV (+29 min) na denní sledovanosti ve Velké Británii. V USA je to 12 % (+30 min). V České republice tento podíl dosahuje pouze 3 % (+7 min). (Zdroj: Eurodata TV Worldwide)

29. 10. – 4. 11. 2018

Také věříte mýtům?

Stále častěji se říká, že televizi sledujeme méně, nebo dokonce, že řada lidí ji ani nemá. Výzkum sledovanosti realizovaný Nielsen Admosphere pro Asociaci televizních organizací ale ukazuje opak, televizi se pořád daří.

3 h 45 min

Taková byla v loňském roce průměrná denní sledovanost televize českou populací starší patnácti let (živá+TSO-3 pro 15+).

3 h 14 min

2007

3 h 31 min

2012

3 h 45 min

2017

MÝTUS I.

„Jiným médiím věnujeme více času než lineární televizi.“



46 %



29 %



20 %



5 %

Konzumace médií (průměrný den, 15+)

MÝTUS II.

„Je velké množství domácností, které televizi ani nemají.“



Téměř všechny domácnosti (95 %)

MAJÍ TELEVIZOR.



Více než tři z deseti domácností mají

DVA A VÍCE TELEVIZORŮ.

MÝTUS III.

„Mladším generacím už televize nic neříká.“



4 až 14 let
1 h 49 min



15 až 24 let
1 h 14 min



25 až 34 let
2 h 27 min

Denní konzumace televize u mladších věkových skupin

MÝTUS IV.

„On-demand a placené služby televizi zabíjejí.“



98 % českých TV domácností **NEVYUŽÍVÁ ŽÁDNOU PLACENOU SLUŽBU**, která umožňuje sledování filmů a seriálů podle vlastního výběru.



0,7 %

Placenou službu Netflix využívá necelé procento domácností.



1,6 %

Jiné placené služby využívají ani ne dvě procenta domácností.

MÝTUS V.

„Diváci si chtějí sami rozhodovat, kdy se na co podívají.“



3 h 45 min



7 min 7 s



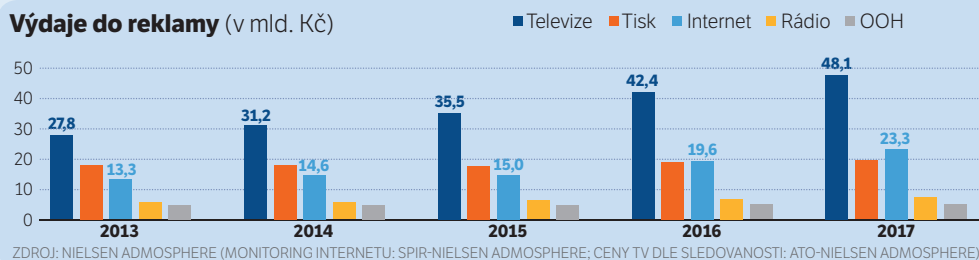
= 3 %

Podíl „time-shifted“ TV na denní sledovanosti dosahuje pouze 3 procent.

MÝTUS VI.

„Digitál ohrožuje televizní příjmy z reklamy.“

Výdaje do reklamy (v mld. Kč)



Digitální reklama si ukrajuje čím dál větší podíl z celkového trhu, ale i hodnota TV reklamy nadále roste, rozhodně nestagnuje.

MÝTUS VII.

„Sledovat aktuální dění v televizi je v době internetu přežitek.“

62 %

lidí dnes od **TV OČEKÁVÁ ZPRAVODAJSTVÍ.**



Více než třetina (36 %) lidí denně **vyhledává aktuální zprávy v TV.** Několikrát týdně tak činí 20 %.



Přes čtvrtinu (26 %) lidí denně **vyhledává aktuální zprávy na internetu.** Několikrát týdně tak činí 14 %.

MÝTUS VIII.

„Mediální multitasking při sledování TV je výrazným trendem.“



28 %



15 %



6 %



5 %

Denní činnosti u televize

MÝTUS IX.

„Český peoplemetrový projekt oproti Západu zaostává.“



1900 domácností



4450 jednotlivců

Panel českého projektu svou velikostí předčí například Rakousko, Nizozemsko, Finsko, Norsko, Irsko, Belgie, Řecko a Portugalsko.

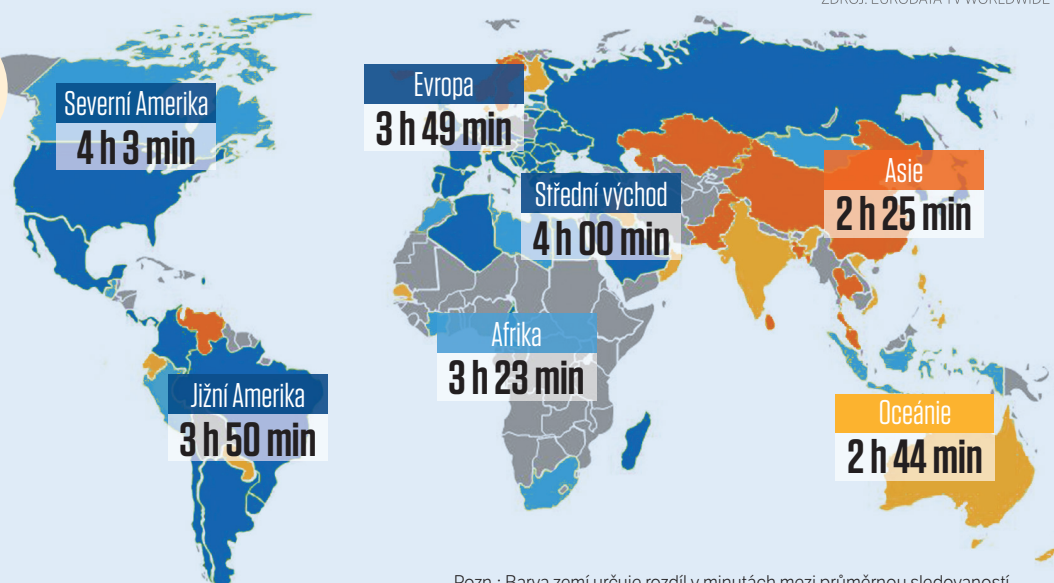
MÝTUS X.

„Pokud se televizi v ČR daří, tak na Západě je už určitě překonána.“



Denní celosvětová průměrná sledovanost:

2 h 56 min



Pozn.: Barva zemí určuje rozdíl v minutách mezi průměrnou sledovaností (AVT, average viewing time) v jednotlivých zemích a celosvětovým průměrem. Modrá barva určuje nadprůměrné hodnoty, oranžová podprůměrné.

AVT země > 30 min AVT země ≥ 0–30 min AVT země ≤ 0–30 min AVT země < 30 min