



nielsen | ADMOSPHERE

Jak se změnila vybavenost domácností TV přijímači a preference diváků mezi první a druhou TV digitalizací

Tereza Šimečková
Digimedia, 22. 9. 2021

ATO

ASOCIACE TELEVIZNÍCH
ORGANIZACÍ



Měření
sledovanosti médií



Marketingový výzkum
a analýza dat



Monitoring reklamy
a mediální analýzy



Vývoj software pro práci
s mediálními daty

SLEDOVANOST TV V ČR NEKLESÁ

ATS, Total TV, celý den, živě + TS0-3, cílová skupina 15+

Za rok 2021 období 1. 1. – 28. 8. (lze předpokládat, že celoroční hodnota bude vyšší)

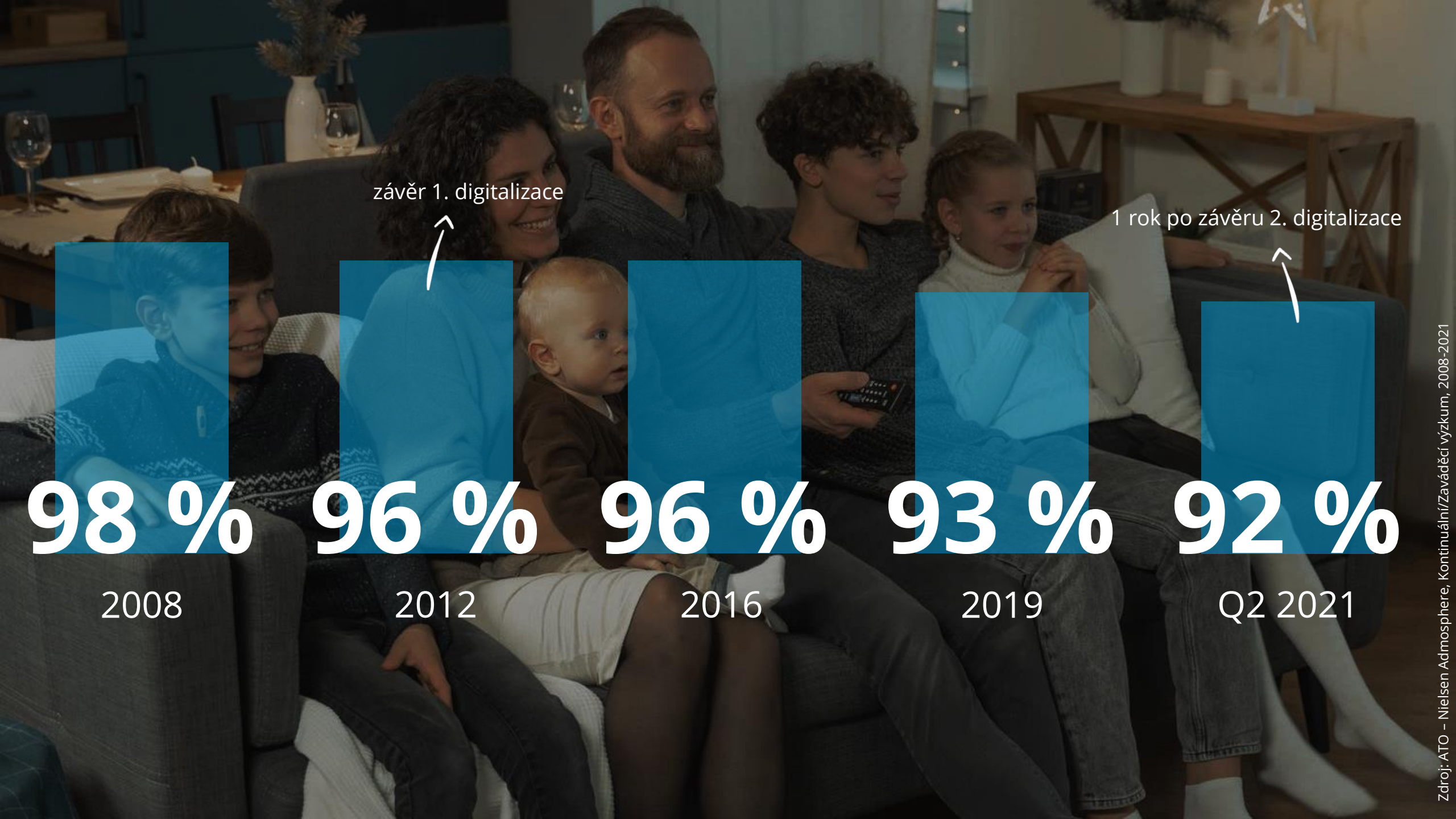


DOMÁCNOSTÍ S ALESPOŇ JEDNÍM TELEVIZOREM

JE V ČR

92%

DATA Q2 2021



98 %

2008

96 %

2012

96 %

2016

93 %

2019

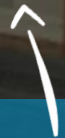
92 %

Q2 2021

závěr 1. digitalizace



1 rok po závěru 2. digitalizace





PRŮMĚRNÝ POČET TELEVIZORŮ V DOMÁCNOSTI ROSTE

1,4

2008

1,6

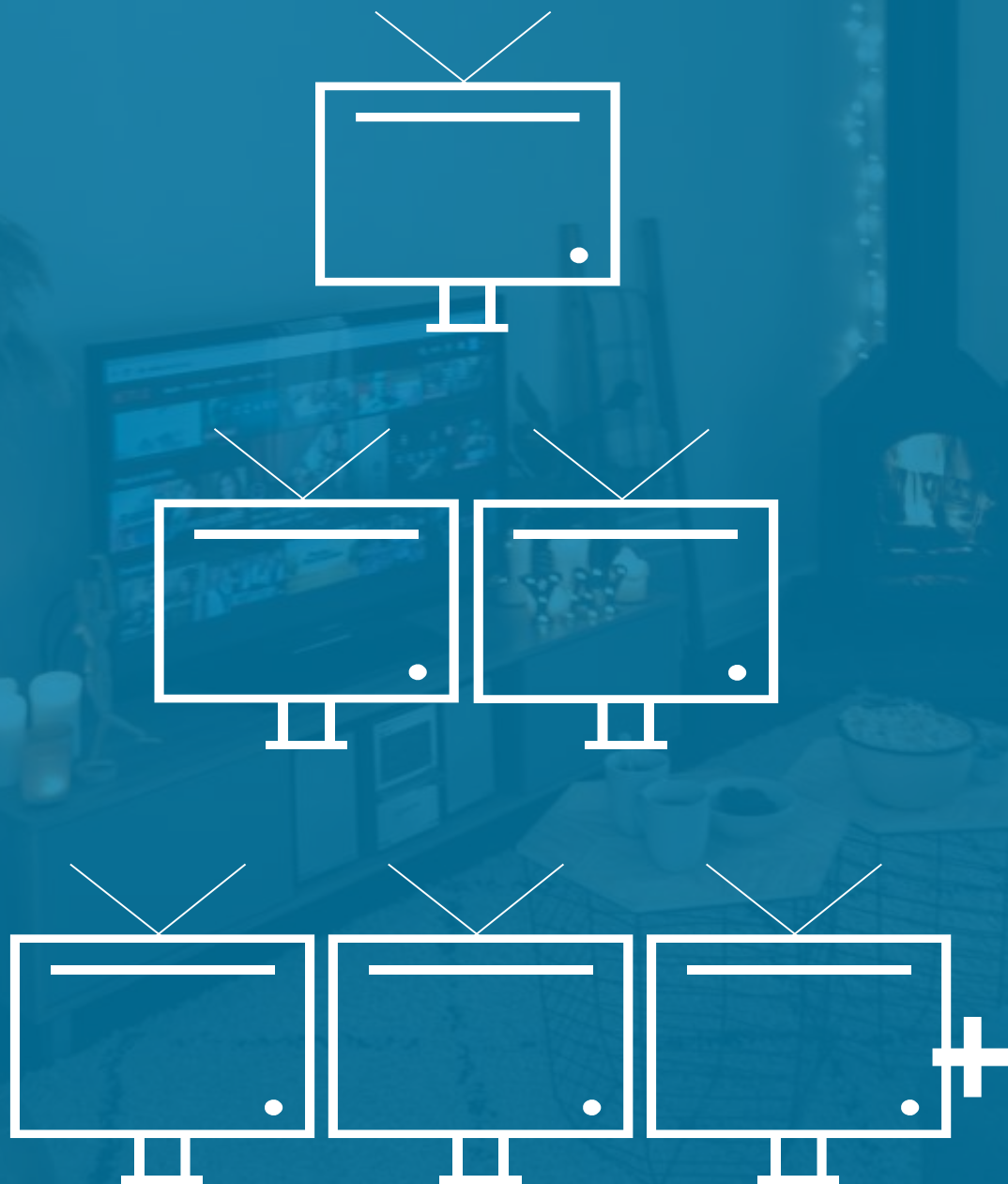
Q2 2021

2008

70 %

25 %

6 %



Q2 2021

63 %

28 %

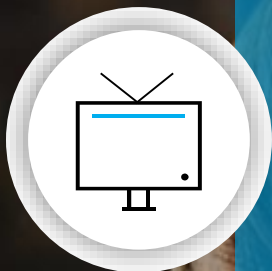
9 %

RŮZNÉ ZPŮSOBY PŘÍJMU TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ



2008**2012****2016****Q2 2021**

POZEMNÍ

DIGI 69 %
ANALOG 12 %**57 %****58 %****55 %**

SATELIT

**19 %****29 %****27 %****21 %**

KABEL

**23 %****22 %****20 %****14 %**

IPTV

**2 %****2 %****4 %****22 %**

*Od roku 2021 je rozdělení skupiny Kabel/IPTV určeno dle deklarovaného poskytovatele TV vysílání.



DĚKUJI ZA POZORNOST.

tereza.simeckova@admosphere.cz

nielsen

ADMOSPHERE

ATO

ASOCIACE TELEVIZNÍCH
ORGANIZACÍ

Českobratrská 2778/1
130 00 Praha 3
+420 222 717 763

www.nielsen-admosphere.cz