

Tomáš Hanzák, Nielsen Admosphere

# Druhá vlna digitalizace pozemního televizního vysílání

Konference DIGIMEDIA, 6. 6. 2018



Měření  
sledovanosti médií



Marketingový výzkum  
a analýza dat

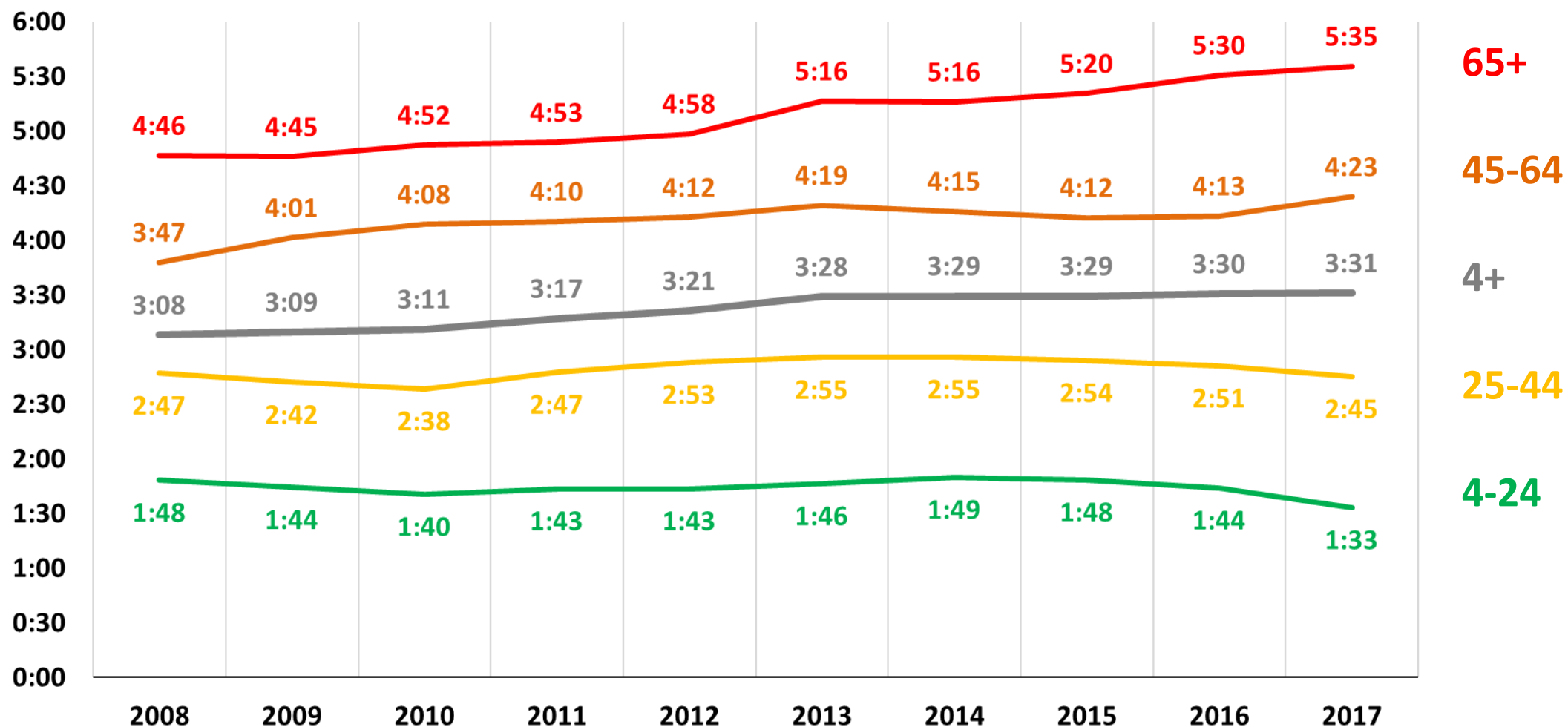


Monitoring reklamy  
a mediální analýzy



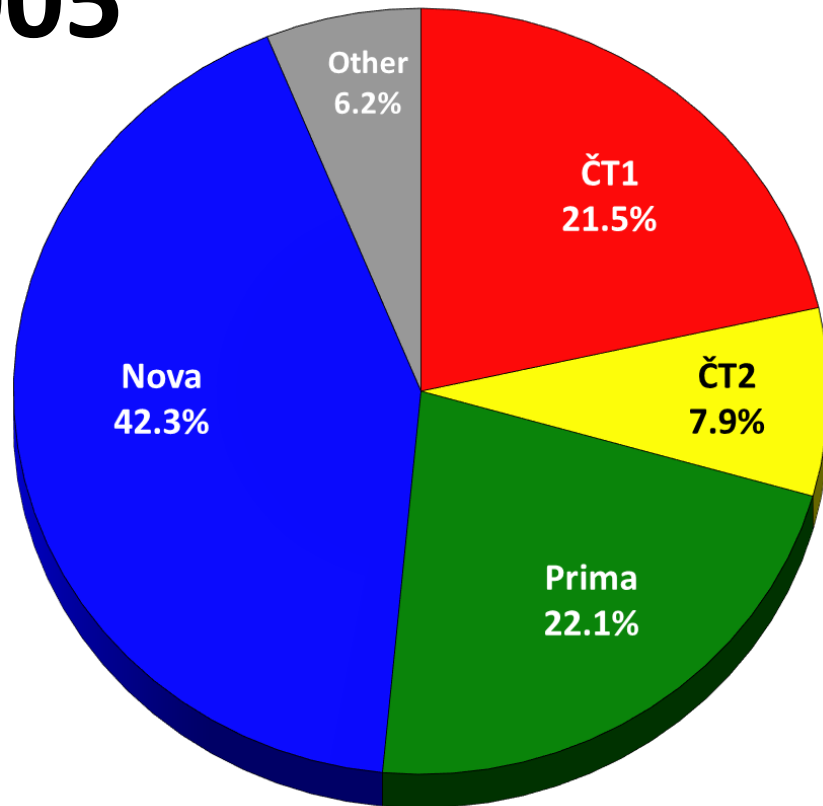
Vývoj software pro práci  
s mediálními daty

# TV SLEDOVANOST V ČR NEKLESÁ...

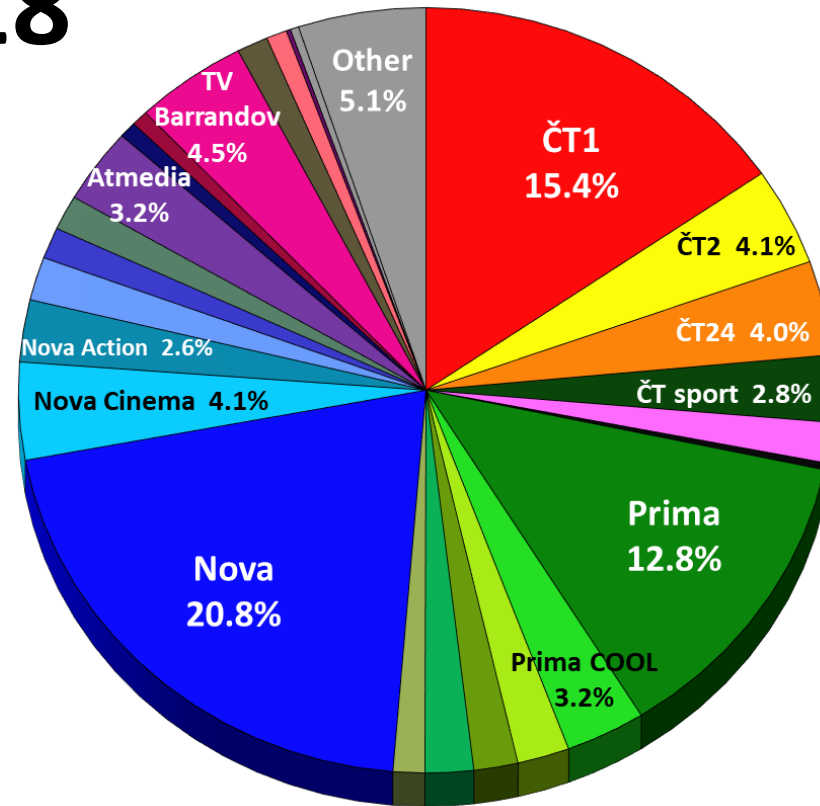


# ...ALE FRAGMENTUJE SE

## 2005

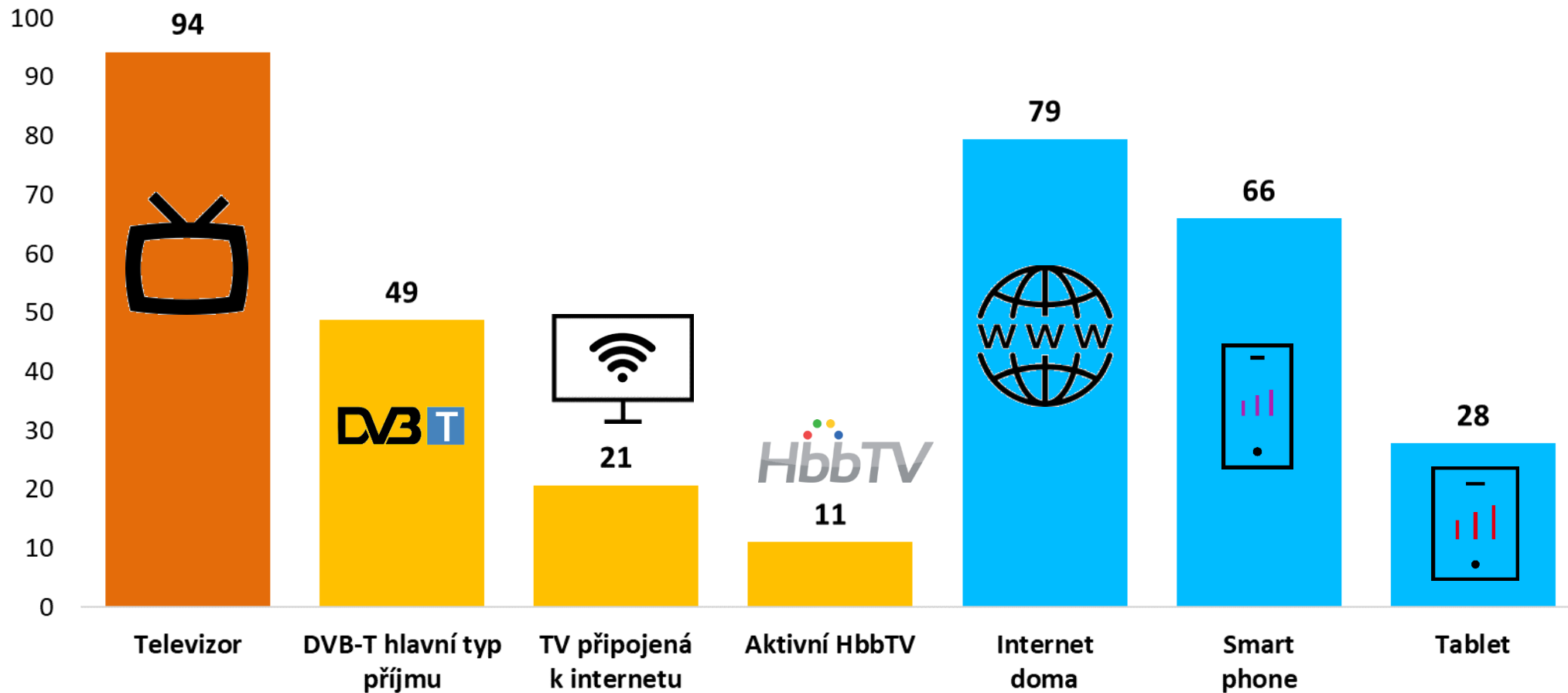


## 2018



Cílová skupina 4+, celý den, duben 2005 (živá) a 2018 (živá + TSO-3)

# ČESKÉ DOMÁCNOSTI V ROCE 2018



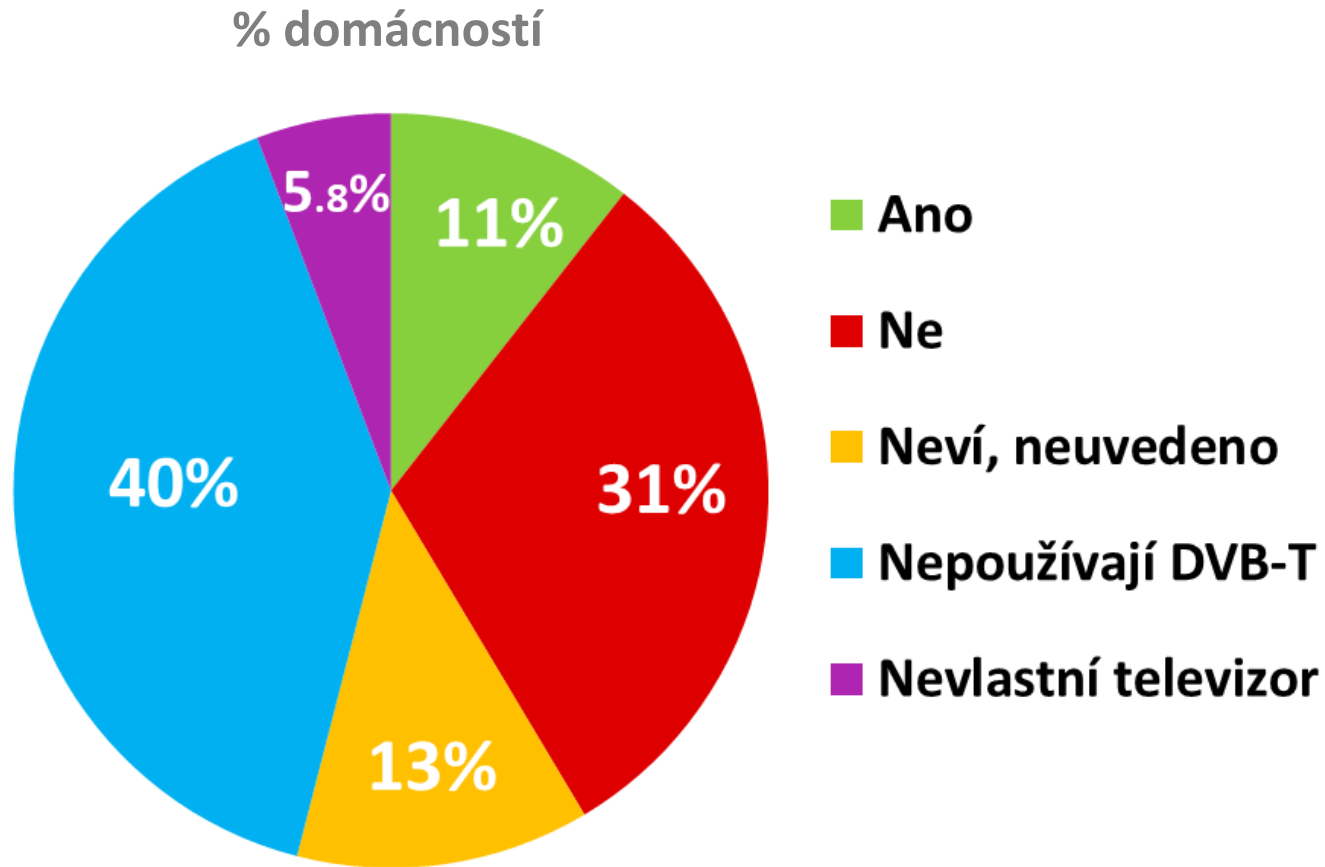
Kontinuální výzkum, 1. kvartál, % ze všech domácností

# PENETRACE SOUČASNÝCH MULTIPLEXŮ DVB-T

<b>DVB T</b>	<b>Kontinuální výzkum Q1 2018</b>	<b>Dle naměřené sledovanosti</b>	<b>Technické pokrytí dle ČTÚ</b>
<b>Vysílací síť 1</b>	100%	99%	100%
<b>Vysílací síť 2</b>	100%	99%	100%
<b>Vysílací síť 3</b>	94%	91%	98%
<b>Vysílací síť 4</b>	84%	86%	95%

Kontinuální výzkum, Q1 2018, odvozeno z přijímaných stanic Reach 30 vteřin souvisle na úrovni domácností, únor – květen 2018  
<https://digi.ctu.cz/dtv>

# JSTE PŘIPRAVENI NA PŘÍJEM DVB-T2?



Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, Kontinuální výzkum, 1. kvartál 2018  
Základ: Všechny domácnosti

**Děkuji za pozornost.**

**Tomáš Hanzák, Chief Analyst**

**Tomas.Hanzak@admosphere.cz**

**Tomas.Hanzak@nielsen.com**

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)