

PEOPLEMETRY

**aneb Crossplatformní elektronické měření
sledovanosti televize a konzumace videoobsahu
2023 - 2027**

OBSAH

- **Měření v České republice – metodika, panel, technologie**

ZADAVATEL A REALIZÁTOR

Zadavatel a vlastník dat

Realizátor

ATO

ASOCIACE TELEVIZNÍCH
ORGANIZACÍ

Nielsen

Prima



Česká televize

nova

group
barrandov

ÓČKO

SEZNAM.CZ | TV

AMC NETWORKS

atmedia

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



Měření sledovanosti televize

Jsme odborníci na elektronické měření sledovanosti televize.
V ČR měříme sledovanost pro ATO již od roku 2002.



Marketingový výzkum a analýza dat

Díky bohatým zkušenostem a pevnému zázemí nabízíme od roku 2005 širokou paletu výzkumů na vysoké úrovni.



Monitoring reklamy Ad Intel

Náš monitoring reklamy přináší už více než 10 let ucelený
přehled o realizované reklamě napříč celou mediální sférou.



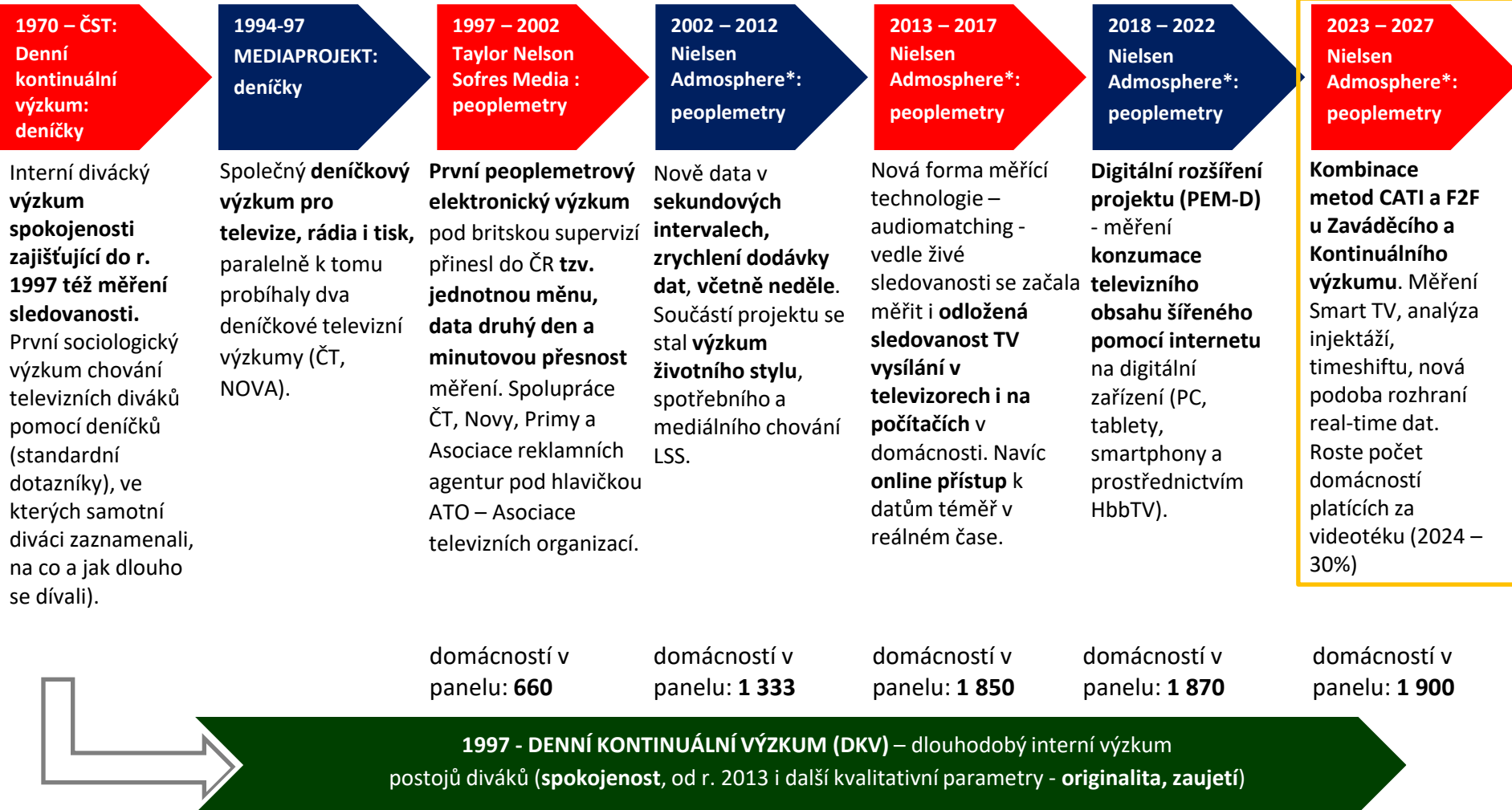
Adwind Kite pro práci s daty

Od roku 2012 se zabýváme vytvářením a podporou softwaru
Adwind Kite na zpracování dat z mediálních výzkumů a
monitoringu reklamy.



HISTORIE MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI V ČR

Výzkum / Projekt: období - poskytovatel – metoda měření





1 900

domácností

4 450

jednotlivců

PANEL ČESKÉHO PROJEKTU SVOU VELIKOSTÍ PŘEDČÍ NAPŘÍKLAD:

- > Rakousko
- > Holandsko
- > Finsko
- > Norsko
- > Irsko
- > Belgii
- > Řecko
- > Portugalsko



PCEM 2023-2027

**TVMETROVÉ MĚŘENÍ
V ČESKÉ REPUBLICE**

PEM 2023–2027 SOUHRN

PEM TV – TV část

Panel **1 900 dom.** (4 500 jednotlivců), Net **1 700 dom.**

Měření až **100 TV stanic**

Peoplemetr – Audiomatchingová technologie

Živá a odložená sledovanost (0–7 dní)

„Kontinuální výzkum“ **12 000 domácností ročně**

LSS – výzkum životního stylu (15+ a děti 4–14)

Dodání dat (TV den 6:00–6:00) do 8:00 (**obvykle 7:15**)

Data reportována se **sekundovou přesností**

Analytický SW – Cloudové řešení, Realtime data

PEM D – digitální část

Site-centric měření, census data

Nielsen SDK technologie

Zapojená média: ČT, Nova, Prima, Óčko, Barrandov TV

PC, chytré telefony, tablety

Videoobsah (Programy, Reklamní spoty, živé streamy)

HbbTV

Videoobsah & statický obsah

Dodání dat (TV den 6:00–6:00) do 12:00 (**obvykle 11:00**)

Harmonizace dat (PEM TV × PEM D)

Koordinované značení digitálního a televizního obsahu

Demografizace digitální sledovanosti

Unikátní modelování sociodemografického profilu sledovanosti pořadů na internetu (dle PEM TV, PEM D a KV)

Reportování sledovanosti na všech zařízeních (TV, PC, tablet, smartphone, HbbTV, Smart TV) společně v jednom software

PEM D - DIGITÁLNÍ ROZŠÍŘENÍ TV MĚŘENÍ (Smart TV od 1/2024)

Site-centric měření (měření na straně serveru) přinášející **census data**

→ *Projekt Crossplatformního Elektronického Měření sledovanosti a konzumace obsahu*



Zařízení	PC + Smartphone + Tablet + Smart TV (HbbTV + Smart TV)
Platformy	Web + Mobilní aplikace + HbbTV
Měřeno	Programy + Spoty + Statický obsah
Sledovanost	Živá + Archivy
Metriky	<u>Views</u> (počet spuštění videí) + <u>Total Time Spent</u> (celkový čas sledování) + odvozené

HLAVNÍ PARAMETRY MĚŘENÍ V ČR



Všechny TV
v domácnosti

Měření až
100 TV stanic



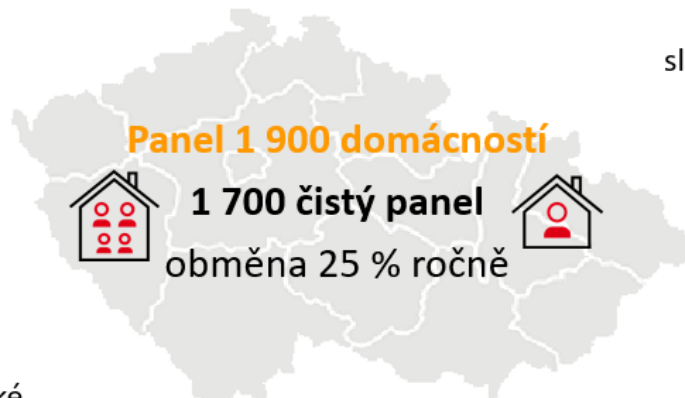
Všechny TV platformy
Satelit, kabel, IPTV, terestrické

Audiomatching



Real Time Data

Data do úrovně
sekund



Kontinuální výzkum
12 000 domácností/rok

Výzkum životního stylu (LSS)

15+ a děti 4–14 let



Živá a odložená

sledovanost (0–7 dní)



Data k dispozici
druhý den **do 8:00**

Měření hostů



Měření na digitálních zařízeních

PC, tablet, smartphone, smart TV, HbbTV

Adwind Kite

Analytický cloudový SW



Pravidelná
kontrola kvality Nielsen

PEM TV Panel

Velikost panelu

Instalováno: **1 900 domácností** (cca 4 500 jednotlivců)

Čistý panel: **1 700 domácností** (cca 4 050 jednotlivců)

Jednotlivci 4+ měření/reportování

Obměna panelu: **15–25 % ročně**

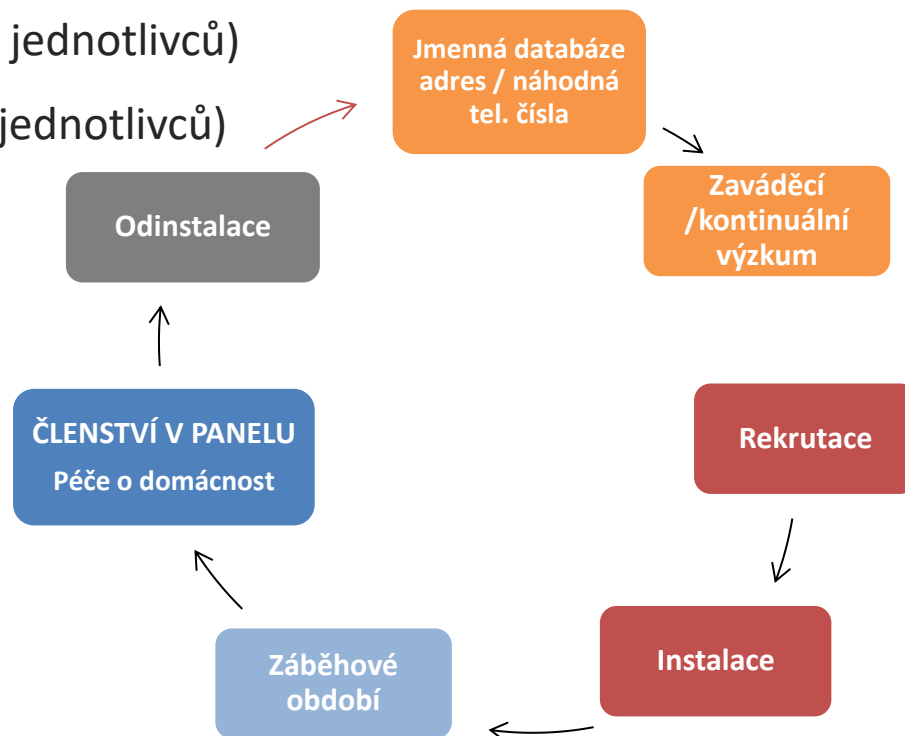
Reprezentativita a nezávislost

Transparentní metodika

Domácnosti rekrutovány ze vzorku
Zaváděcího/Kontinuálního výzkumu

Struktura panelu v souladu s populací:

- **Normy panelu** – nadstandardních 11 proměnných
- **Vážení dat** – vysoká efektivita (90 %), váhy v rozsahu [0.4, 2]



LSS – Výzkum životního stylu

LSS (LifeStyle Survey) = kontinuální kvantitativní výzkum životního stylu členů TVmetrového panelu

Rozšíření sociodemografického popisu domácností a jednotlivců – členů TVM panelu ve spojení s daty TV sledovanosti.

Může být použito i jako samostatný výzkum pro analýzy socioekonomických, lifestyleových, spotřebních a jiných charakteristik.

Dospělí 15+



Televizní chování
Internet a jiná média
Vybavení domácností
Příjem a výdaje domácnosti
Spotřební chování
Aktivity ve volném čase
Zájmy, postoje, hodnoty

Děti 4-14



Mediální vybavenost a mediální chování
Děti a televize
Děti a výpočetní technika
Hodnoty a postoje
Činnosti a zájmy
Rodina a škola

STATISTICKÁ CHYBA

- Měření sledovanosti TV má povahu **výběrových šetření** = snažíme se podat výpověď o stavu **celé populace** pomocí **výběrového vzorku** z této populace.
- Např. **TVM panel** = vzorek 2 500 x menší než je celá populace
- Sebelepší zpracování dat nemůže eliminovat možnou **statistickou chybu** – jednotlivci v měřeném panelu se náhodou chovali jinak než průměr celé populace.
- Statistická chyba spočívá v **náhodném výběru** respondentů do měřeného vzorku i jejich následném **náhodném chování** (sledovanosti)
- Statistickou chybu měříme **směrodatnou odchylkou chyby** odhadu.

Velikost vzorku	Rating pořadu	Počet diváků v panelu	Směrodatná odchylka	80% interval spolehlivosti		Relativní stat. chyba
				Dolní mez	Horní mez	
250	0.5%	1.25	0.45%	0.00%	1.07%	89.2%
500	0.5%	2.5	0.32%	0.10%	0.90%	63.1%
1 000	0.5%	5	0.22%	0.21%	0.79%	44.6%
2 000	0.5%	10	0.16%	0.30%	0.70%	31.5%
4 000	0.5%	20	0.11%	0.36%	0.64%	22.3%
250	1.0%	2.5	0.63%	0.19%	1.81%	62.9%
500	1.0%	5	0.44%	0.43%	1.57%	44.5%
1 000	1.0%	10	0.31%	0.60%	1.40%	31.5%
2 000	1.0%	20	0.22%	0.71%	1.29%	22.2%
4 000	1.0%	40	0.16%	0.80%	1.20%	15.7%
250	2.5%	6	0.99%	1.23%	3.77%	39.5%
500	2.5%	12.5	0.70%	1.61%	3.39%	27.9%
1 000	2.5%	25	0.49%	1.87%	3.13%	19.7%
2 000	2.5%	50	0.35%	2.05%	2.95%	14.0%
4 000	2.5%	100	0.25%	2.18%	2.82%	9.9%
250	5.0%	12.5	1.38%	3.23%	6.77%	27.6%
500	5.0%	25	0.97%	3.75%	6.25%	19.5%
1 000	5.0%	50	0.69%	4.12%	5.88%	13.8%
2 000	5.0%	100	0.49%	4.38%	5.62%	9.7%
4 000	5.0%	200	0.34%	4.56%	5.44%	6.9%
250	10.0%	25	1.90%	7.57%	12.43%	19.0%
500	10.0%	50	1.34%	8.28%	11.72%	13.4%
1 000	10.0%	100	0.95%	8.78%	11.22%	9.5%
2 000	10.0%	200	0.67%	9.14%	10.86%	6.7%
4 000	10.0%	400	0.47%	9.39%	10.61%	4.7%
250	20.0%	50	2.53%	16.76%	23.24%	12.6%
500	20.0%	100	1.79%	17.71%	22.29%	8.9%
1 000	20.0%	200	1.26%	18.38%	21.62%	6.3%
2 000	20.0%	400	0.89%	18.85%	21.15%	4.5%
4 000	20.0%	800	0.63%	19.19%	20.81%	3.2%

Cílové skupiny



Rozšíření o mobilní panel - účel

- ▶ Doměření sledovanosti mimo domov – rest měření, který se diskutuje již od roku 1997
- ▶ Televizní chování osob, které nejsou součástí „televizní populace“
- ▶ Větší robustnost řešení, ať už ve smyslu technologickém, tak i ve smyslu pokrytí populace
- ▶ Zároveň rozšíření zahrnuje doměření rozlišení velkých a malých obrazovek (kvalita reklamních GRPs)

Obdobné projekty např.
v **Polsku** či **Francii**.
Data spojená z více zdrojů jsou
dnes spíše standardem než
výjimkou

Důsledky

- ▶ Nárůst sledovanosti cca o **6–12%**, různě v různých cílových skupinách
- ▶ Fúzovaná data k dispozici v softwarech způsobem obdobným stávající praxi (ale odpoledne)



ReDAM – mobilní měření

Výzkumná agentura,
realizátor projektu ReDAM: **Res
SOLUTION**

DCore Software,
subdodavatel projektu: **DCore**

TRANSPARENTNOST

Měření televizní sledovanosti
na novém, jednoúčelovém
panelu ve vlastnictví ATO.

PANEL

Čistý panel
1000 jednotlivců 15+
od 1. 1. 2026.

NEZÁVISLOST

Projekt ReDAM je zcela
nezávislý na projektu PCEM.

Kompletní
naměřená data
dodávka
denně

REKRUTACE členů panelu:
F2F a CATI

NORMY PANELU: pohlaví,
věk, vzdělání, region,
velikost místa bydliště

Základem výstupních dat
je **datová fúze** a spojení
dat ReDAM a PCEM dle
dohodnuté metodologie.

Měřicí technologie



Specificky vyvíjená pro měření **sledovanosti televize mimo domov** za použití mobilních telefonů



Běh aplikace **na pozadí telefonu**



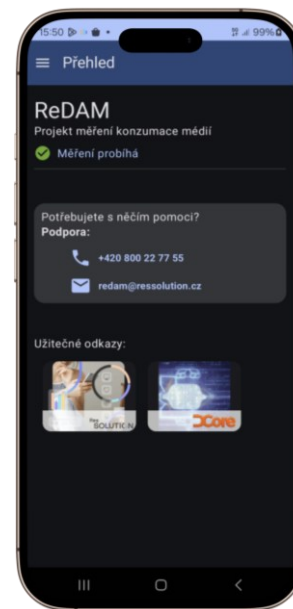
Detekce polohy **doma a mimo domov** (GPS, Wi-Fi)



Záznam **zvukových otisků** z okolí zařízení

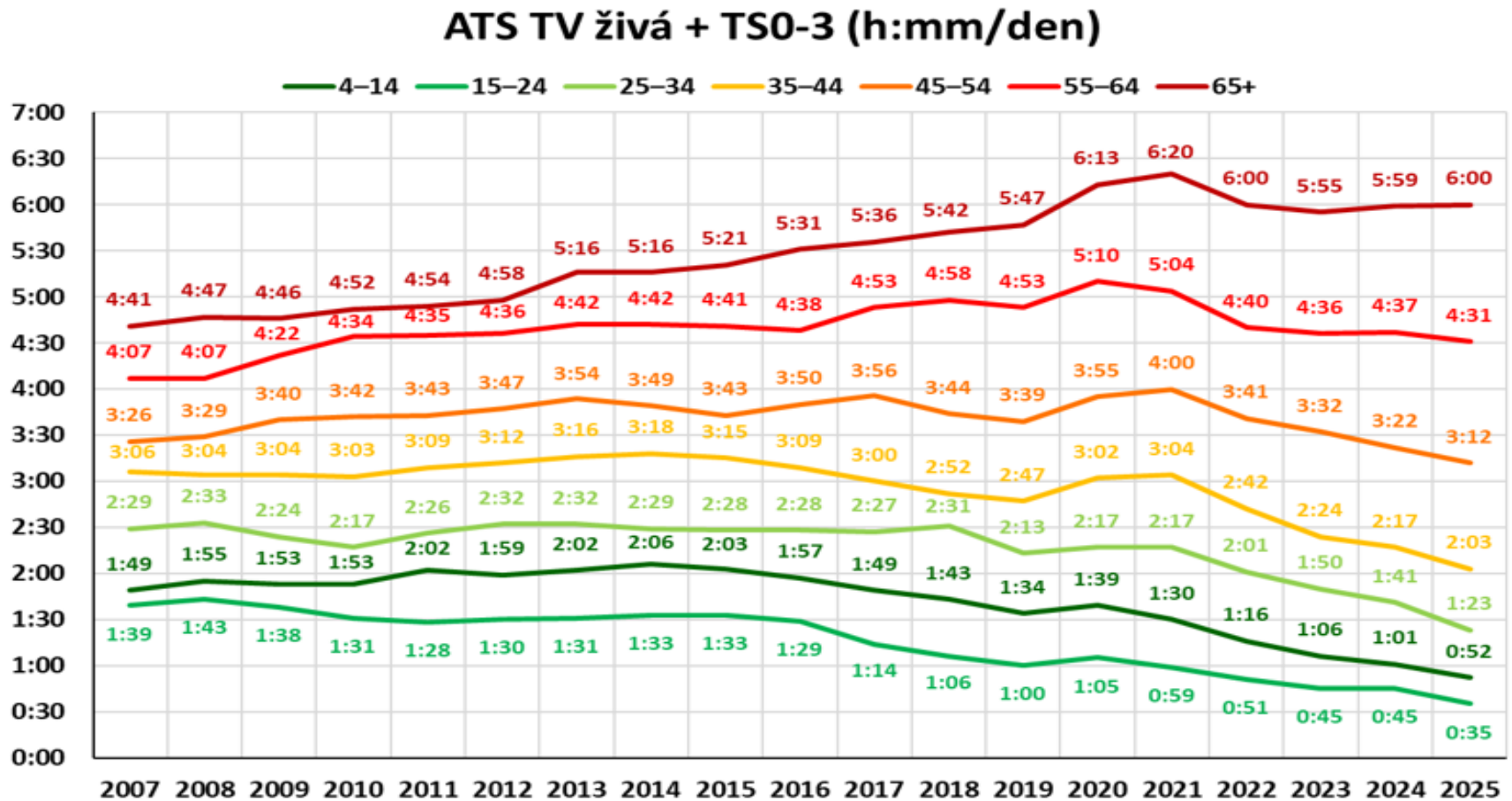
Detekce přítomnosti respondenta (zařízení) v dosahu zvuku televizního vysílání měřených TV stanic

Audiomatching optimalizovaný pro **zaručený zvuk** (v dosahu telefonu jakékoliv další zvuky)



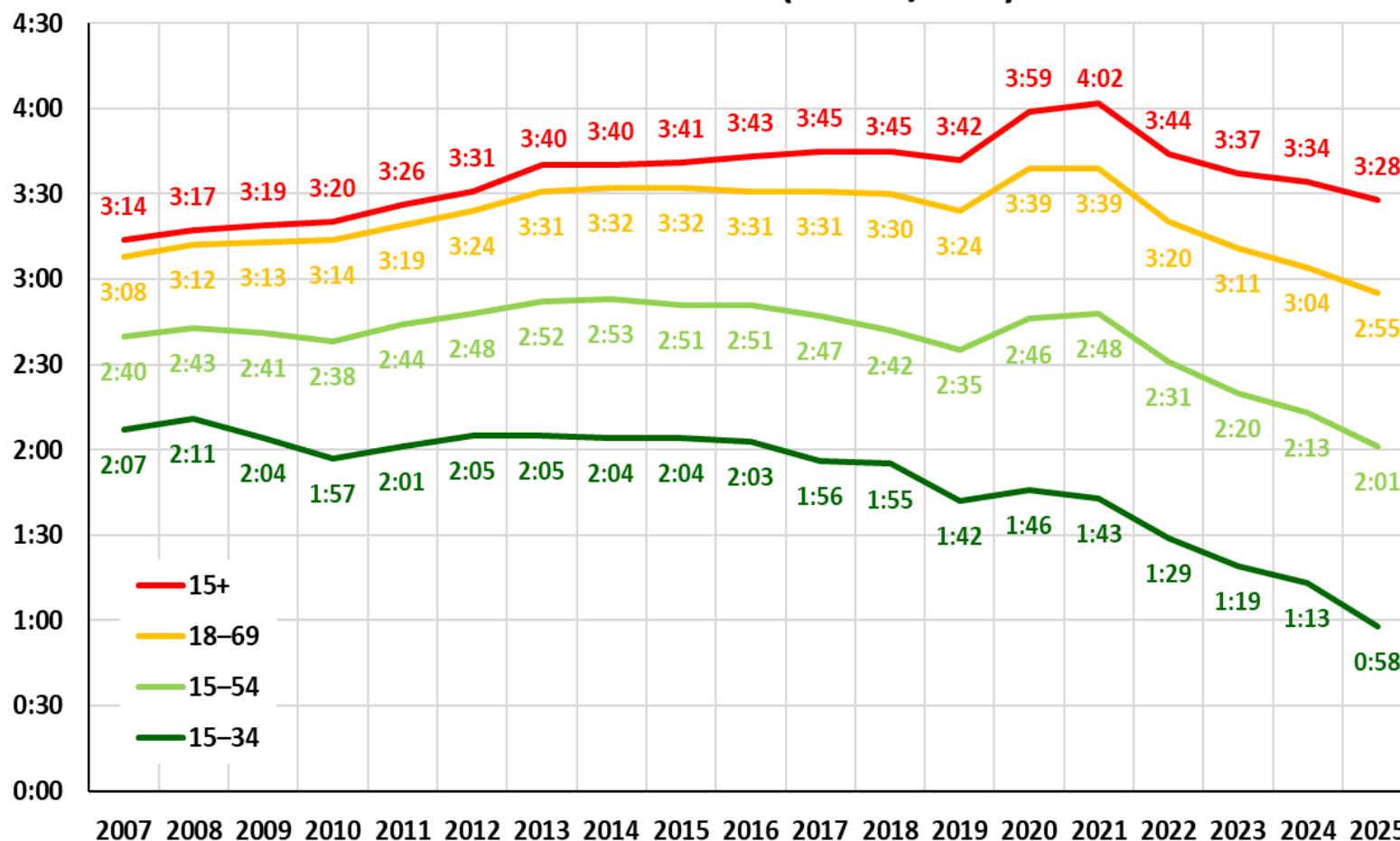
INTERPRETACE DAT SLEDOVANOSTI

Vývoj (celodenní celkové) TV sledovanosti po věkových skupinách za posledních 19 let



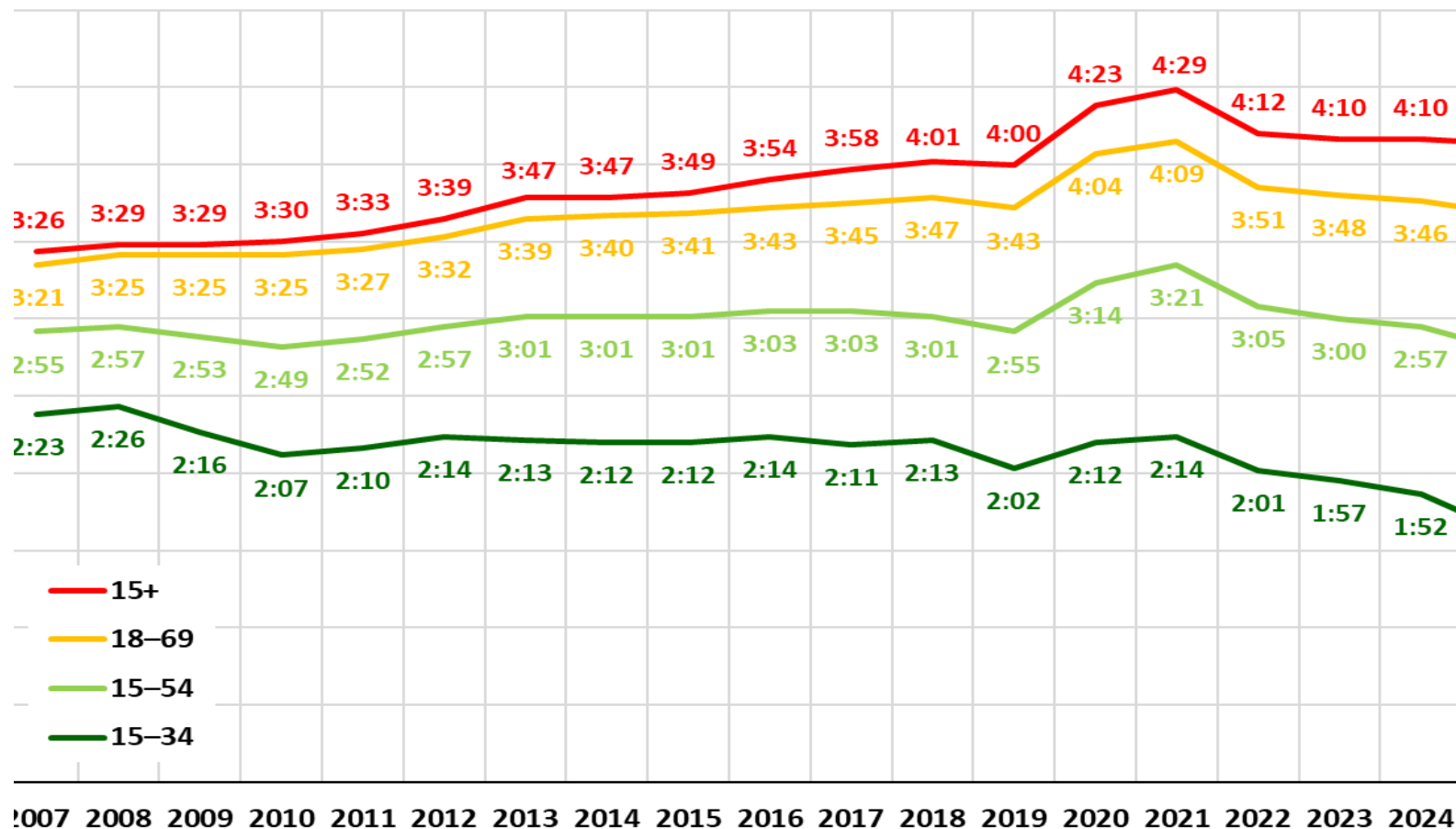
Pokles ATS ve všech věkových skupinách, přičemž čím mladší CS, tím větší procentuální pokles.

ATS TV živá + TS0-3 (h:mm/den)



Veškerý čas trávený u TV obrazovky

ATS používání TV obrazovky (h:mm/den)



Vývoj celkového času tráveného před TV obrazovkou („Celkový čas“) a kolik z toho tvoří živá a odložená TV sledovanost („TV živě + TS0-7“) a kolik „ostatní aktivity“

CS 15+

Rok	Celkový čas	TV živě + TS0-7	Ostatní aktivity	% ostat. aktivit
2013	3:47	3:40	0:07	3.2%
2014	3:47	3:40	0:07	3.0%
2015	3:49	3:41	0:08	3.5%
2016	3:54	3:44	0:11	4.6%
2017	3:58	3:45	0:13	5.3%
2018	4:01	3:46	0:15	6.3%
2019	4:00	3:43	0:17	7.0%
2020	4:23	4:01	0:22	8.3%
2021	4:29	4:04	0:25	9.5%
2022	4:12	3:46	0:26	10.3%
2023	4:10	3:39	0:30	12.1%
2024	4:10	3:36	0:33	13.4%
2025	4:08	3:31	0:37	15.0%

CS 18-69

Rok	Celkový čas	TV živě + TS0-7	Ostatní aktivity	% ostat. aktivit
2013	3:39	3:31	0:08	3.6%
2014	3:40	3:32	0:07	3.3%
2015	3:41	3:33	0:09	3.9%
2016	3:43	3:31	0:12	5.2%
2017	3:45	3:31	0:14	6.2%
2018	3:47	3:30	0:16	7.3%
2019	3:43	3:25	0:18	8.2%
2020	4:04	3:40	0:24	9.8%
2021	4:09	3:41	0:28	11.2%
2022	3:51	3:23	0:29	12.5%
2023	3:48	3:13	0:34	15.1%
2024	3:46	3:07	0:38	16.9%
2025	3:41	2:58	0:43	19.3%

CS 15-54

Rok	Celkový čas	TV živě + TS0-7	Ostatní aktivity	% ostat. aktivit
2013	3:01	2:53	0:09	4.7%
2014	3:01	2:53	0:08	4.4%
2015	3:01	2:51	0:09	5.2%
2016	3:03	2:51	0:12	6.6%
2017	3:03	2:48	0:15	8.1%
2018	3:01	2:43	0:17	9.6%
2019	2:55	2:36	0:19	11.0%
2020	3:14	2:48	0:26	13.3%
2021	3:21	2:50	0:31	15.2%
2022	3:05	2:34	0:32	17.1%
2023	3:00	2:23	0:37	20.8%
2024	2:57	2:16	0:42	23.4%
2025	2:48	2:03	0:45	26.6%

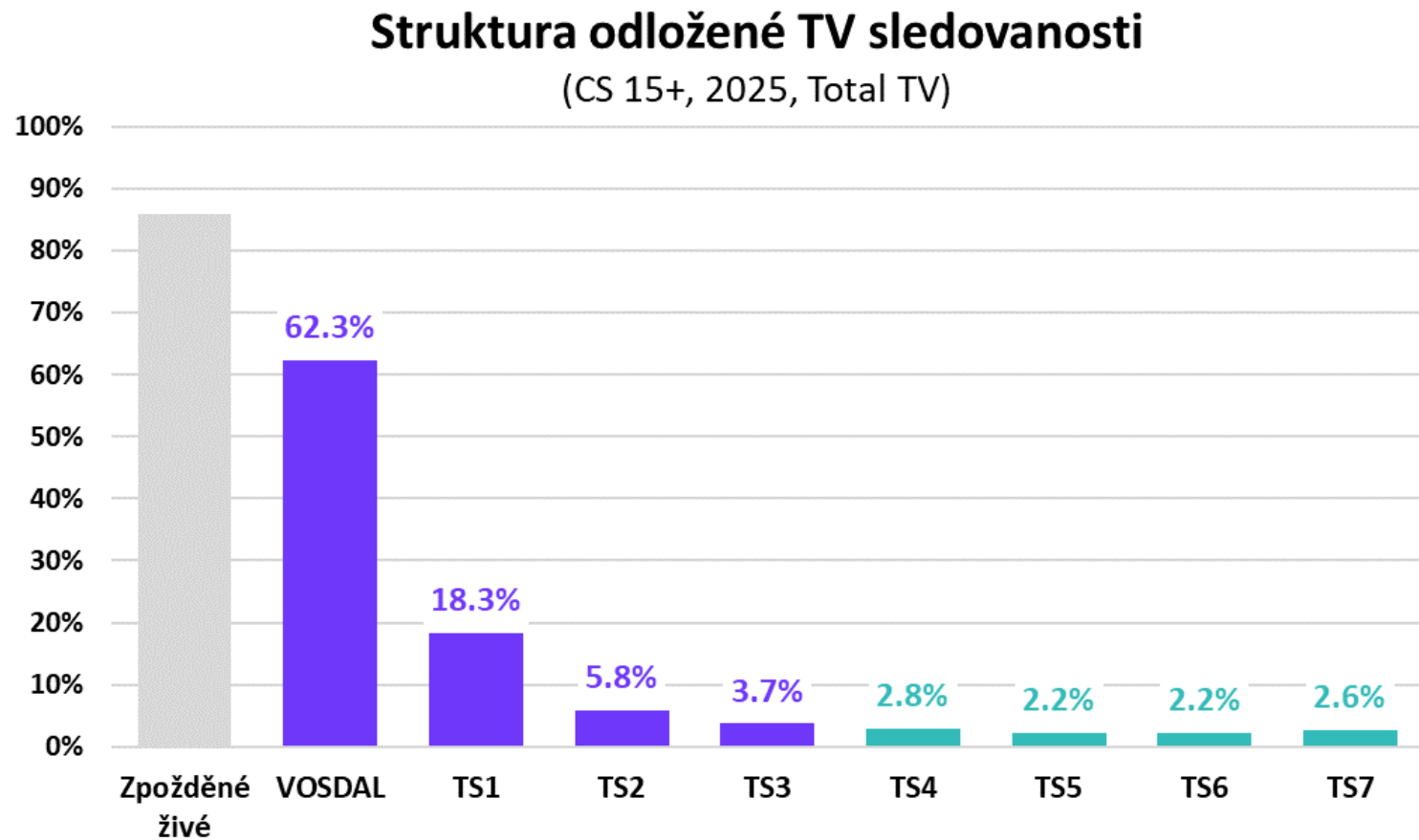
CS 15-34

Rok	Celkový čas	TV živě + TS0-7	Ostatní aktivity	% ostat. aktivit
2013	2:13	2:05	0:08	5.9%
2014	2:12	2:05	0:07	5.3%
2015	2:12	2:04	0:08	6.2%
2016	2:14	2:03	0:11	8.2%
2017	2:11	1:56	0:15	11.1%
2018	2:13	1:56	0:17	12.9%
2019	2:02	1:43	0:19	15.9%
2020	2:12	1:47	0:25	19.1%
2021	2:14	1:44	0:29	22.0%
2022	2:01	1:31	0:31	25.3%
2023	1:57	1:21	0:36	30.8%
2024	1:52	1:15	0:37	33.4%
2025	1:38	1:00	0:38	38.7%

Vývoj odložené TV sledovanosti

% odložené z celkové TV sledovanosti	15+	18–69	15–54	15–34
2013	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%
2014	1.1%	1.3%	1.5%	1.7%
2015	1.5%	1.6%	2.0%	2.1%
2016	2.1%	2.4%	2.9%	2.7%
2017	2.7%	3.1%	3.8%	3.8%
2018	3.3%	3.9%	4.8%	5.6%
2019	4.6%	5.4%	6.7%	7.6%
2020	6.5%	7.9%	9.5%	11.3%
2021	8.1%	9.8%	11.9%	15.1%
2022	9.5%	11.6%	14.3%	17.3%
2023	10.8%	13.2%	16.1%	18.1%
2024	12.2%	15.1%	17.8%	20.4%
2025	13.6%	17.1%	19.7%	21.4%

Struktura odložené sledovanosti



Shrnutí

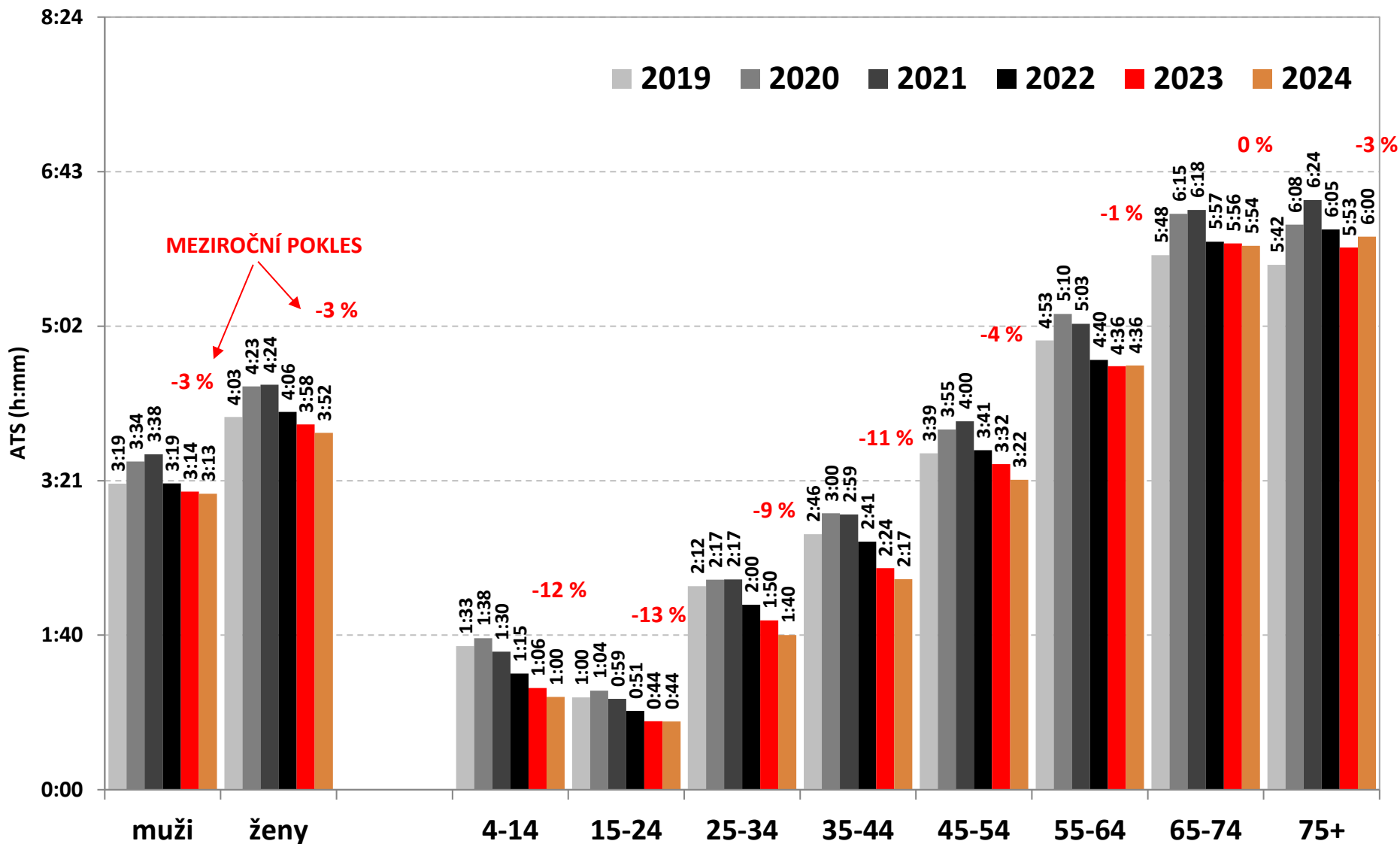
Celoroční ATS v CS 15+ kleslo v roce 2025 meziročně o **2.7 %**, absolutně o necelých **6 minut**. Meziroční změny v jednotlivých měsících se liší v závislosti na mimořádných událostech (MS v hokeji, ME ve fotbale, LOH, volby do PS, povodně), počasí a počtu dní pracovního volna v daném měsíci.

Poklesy v **mladších CS** jsou výraznější kvůli **dlouhodobému klesajícímu trendu** jejich TV sledovanosti. To mj. opět přineslo rekordně nízkou sledovanost v mladších věkových skupinách. V roce 2025 dále pokračovalo rozevírání pomyslných nůžek sledovanosti mladších a starších věkových skupin a tím mj. **nárůst průměrného věku TV diváka** (váženo časem sledování) až na **59 let**.

Pokles TV sledovanosti v ČR mezi roky 2023 a 2024, především v mladších skupinách, je **v souladu s trendy ve většině sledovaných zemí Evropy**.

Letos v ČR dále pokračují trendy směrem k netradičnímu používání TV obrazovek: růst **% ne-TV aktivit** i **% odložené TV sledovanosti** (tažen růstem IPTV). Pozorujeme pokračující růst **penetrace televizorů připojených k internetu** (a placených využívání možností, které to nabízí) a využívání video služeb typu **Netflix** (jak obecně, tak na TV obrazovkách). Tyto jevy se zřejmě spolupodílejí na klesajícím trendu TV sledovanosti u mladších CS.

ATS – 2019 - 2024 – věkové skupiny (h:mm)



ATS (průměrný čas strávený denně u TV), 2024

ATS (2024)	celá ČR, 15+
TV CELKEM	3h 33m

- muži **3h 13m**
- ženy **3h 52m**

ATS (průměrný čas strávený denně u TV), 2024

ATS (2024)	celá ČR, 15+
TV CELKEM	3h 33m

- 4-14 1h 00m
 - 15-29 0h 57m
 - 30-44 2h 10m
 - 45-59 3h 38m
 - 60-69 5h 14m
 - 70+ 6h 08m
- 

ATS (průměrný čas strávený denně u TV), 2024

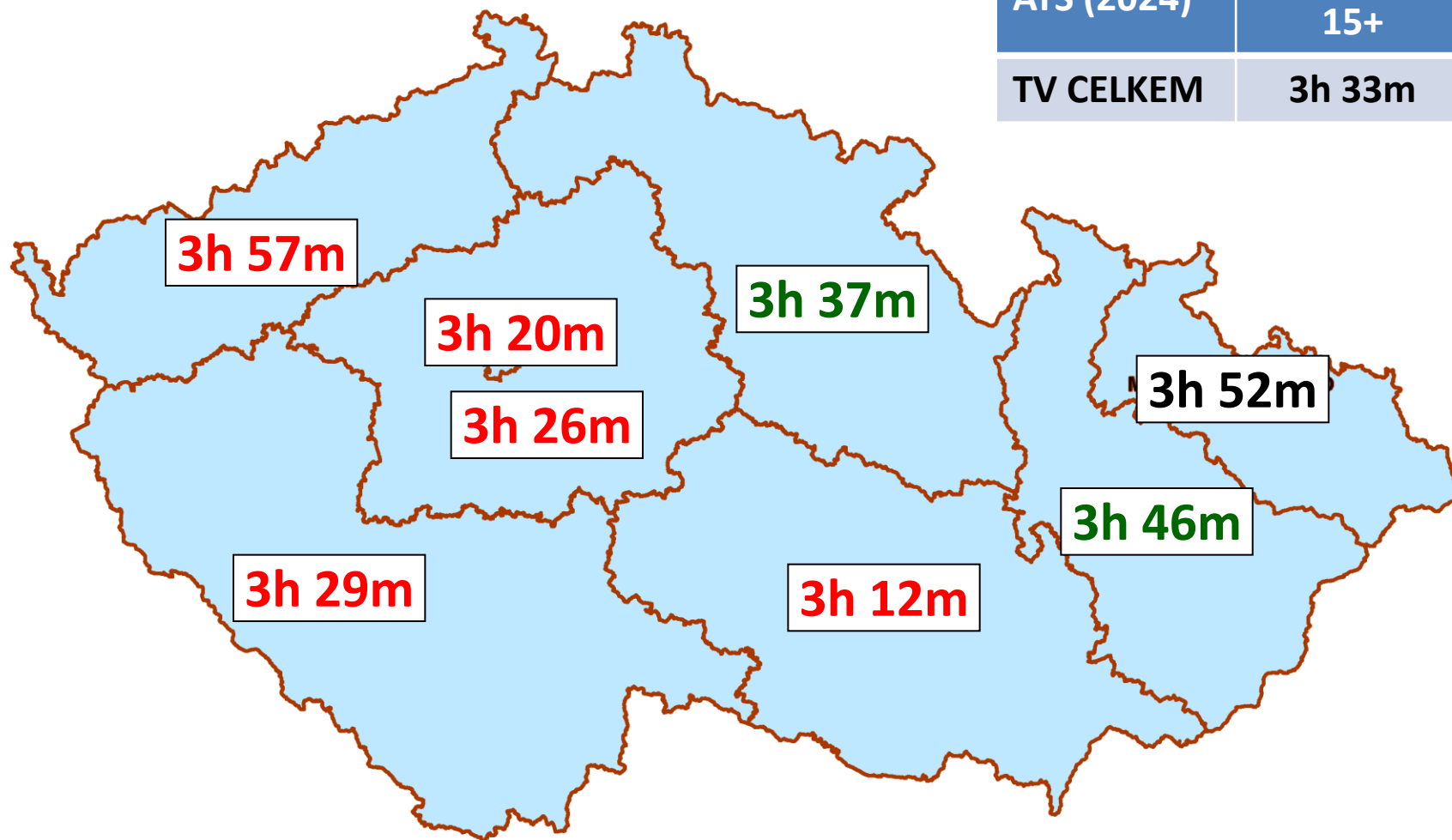
ATS (2024)	celá ČR, 15+
TV CELKEM	3h 33m

- **bez maturity** **4h 47m**
- **s maturitou** **3h 43m**
- **VŠ** **2h 36m**

ATS (průměrný čas strávený denně u TV), 15+, 2024



ATS (2024)	celá ČR, 15+
TV CELKEM	3h 33m



ATS (průměrný čas strávený denně u TV)

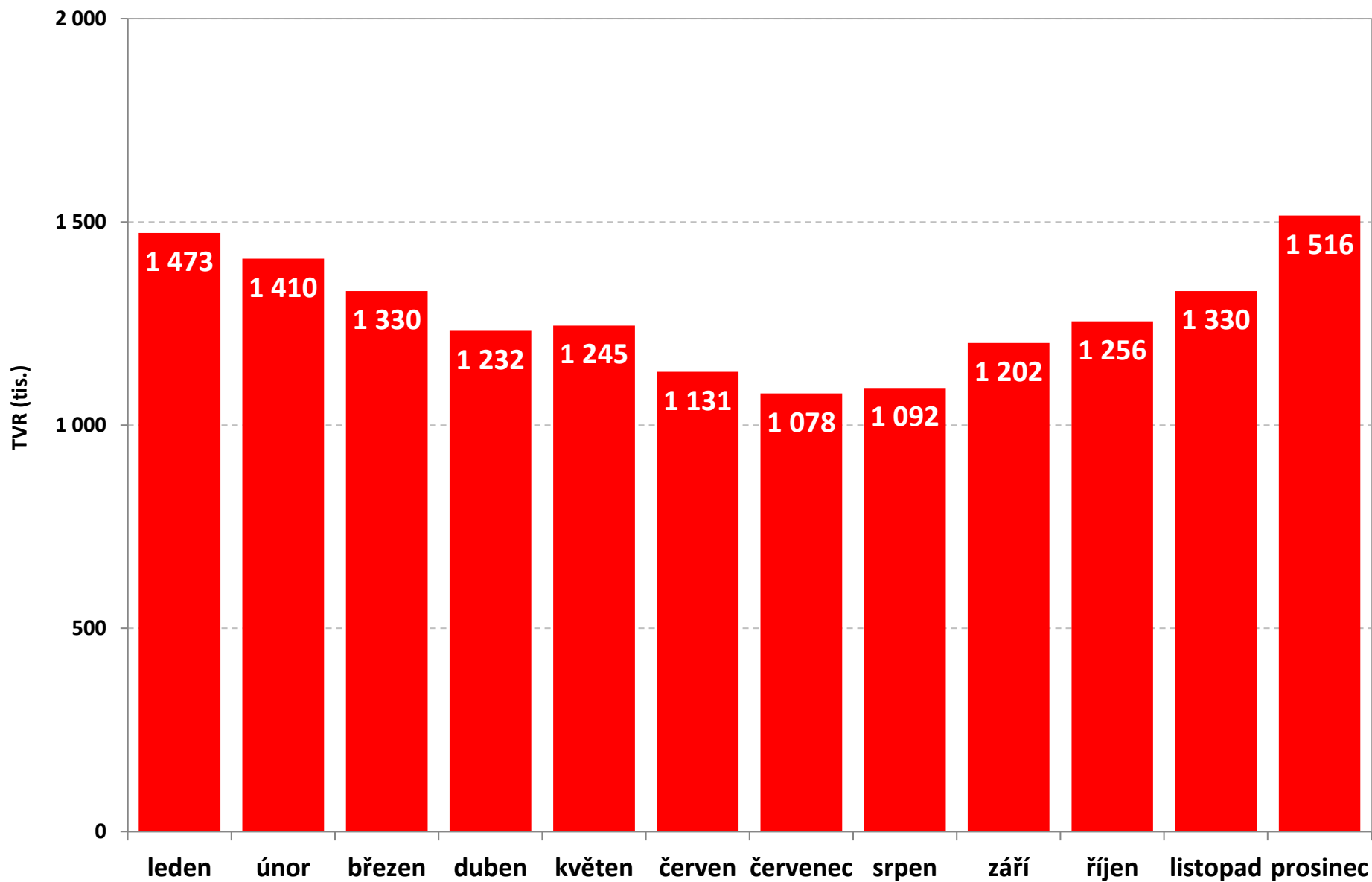


ATS (2024)	celá ČR, 15+
TV CELKEM	3h 33m

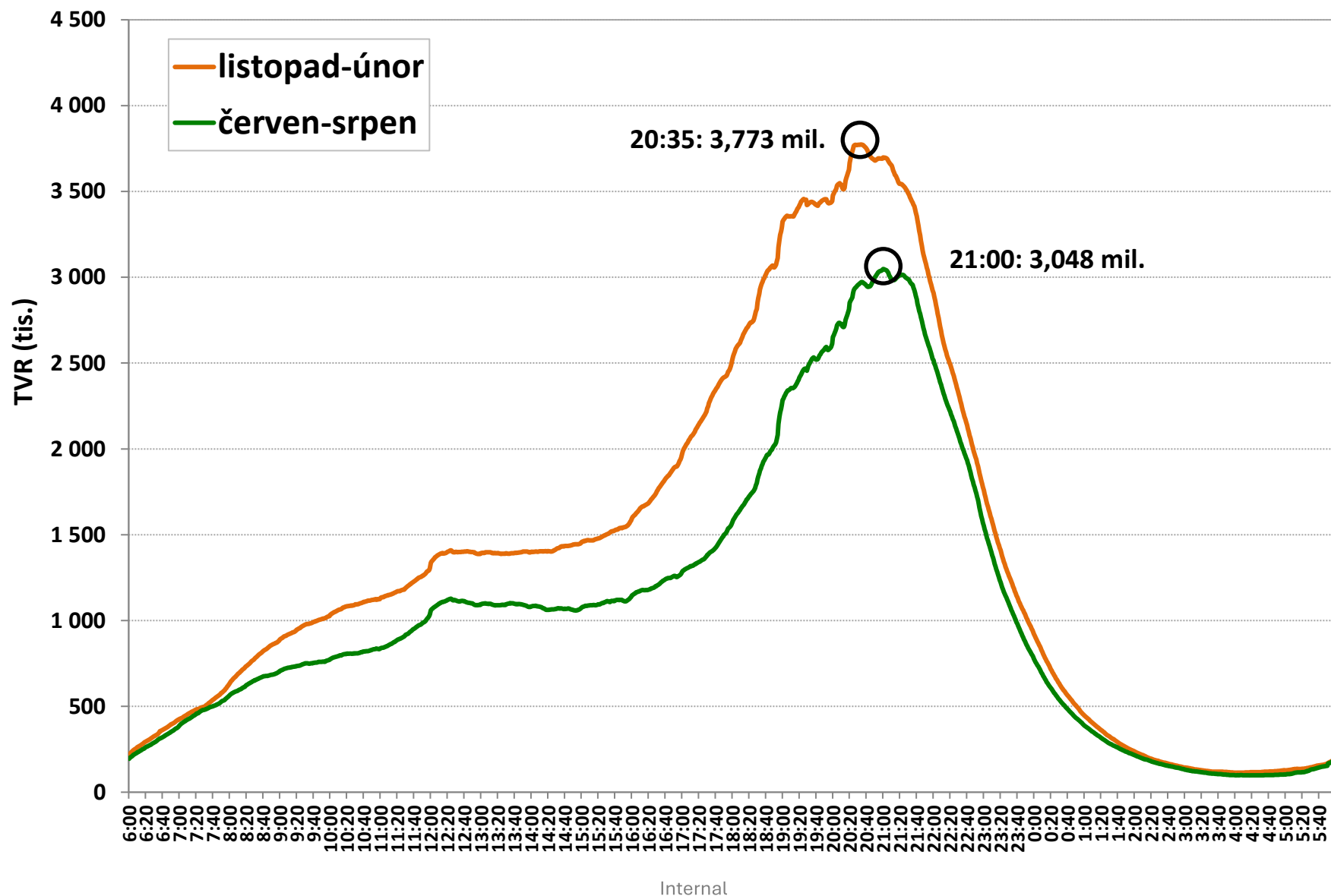
- do 1 tis. 3h 34m
- 1 – 5 tis. 3h 36m
- 5 – 20 tis. 3h 32m
- 20 – 100 tis. 3h 56m
- 100 tis. a více 3h 09m

VÝVOJ TVR V RÁMCI ROKU

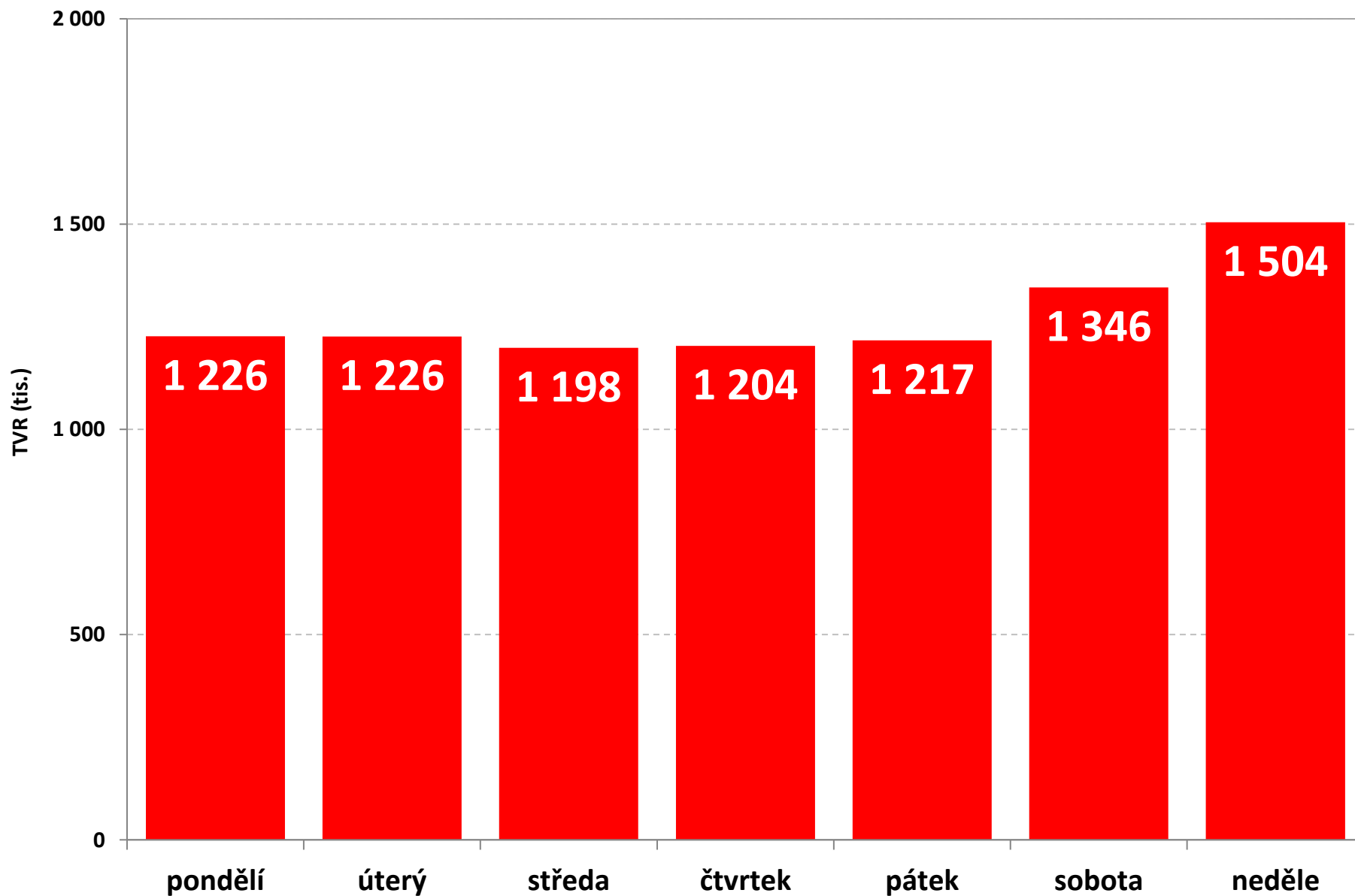
TVR /2024/ měsíce / 4+ / celý den



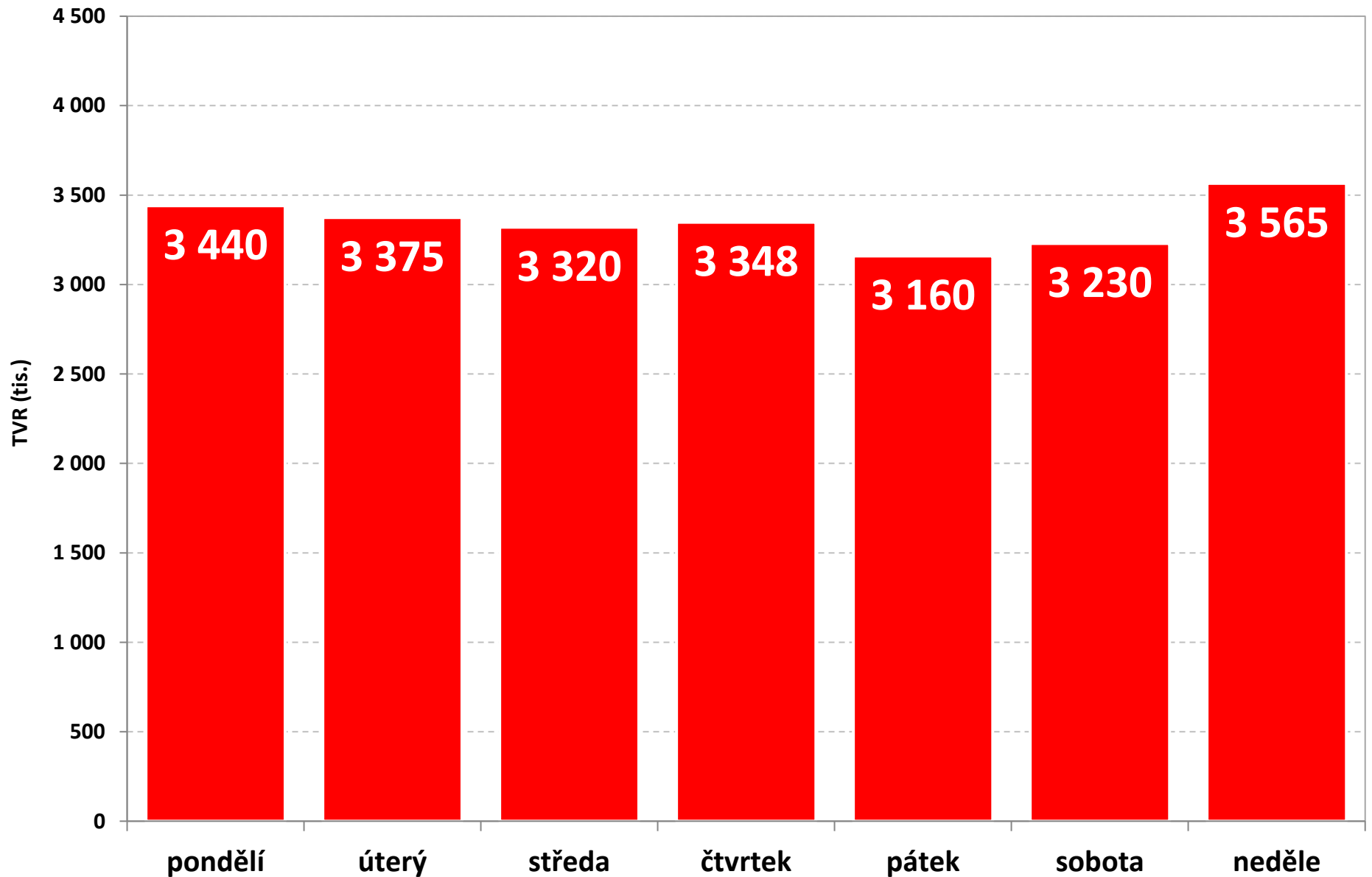
PRŮBĚH SLEDOVANOSTI TV OBEČNĚ, 4+, 2024



TVR / 2024 / dny v týdnu / 4+ / celý den



TVR / 2024 / dny v týdnu / 4+ / prime time (19h-22h)

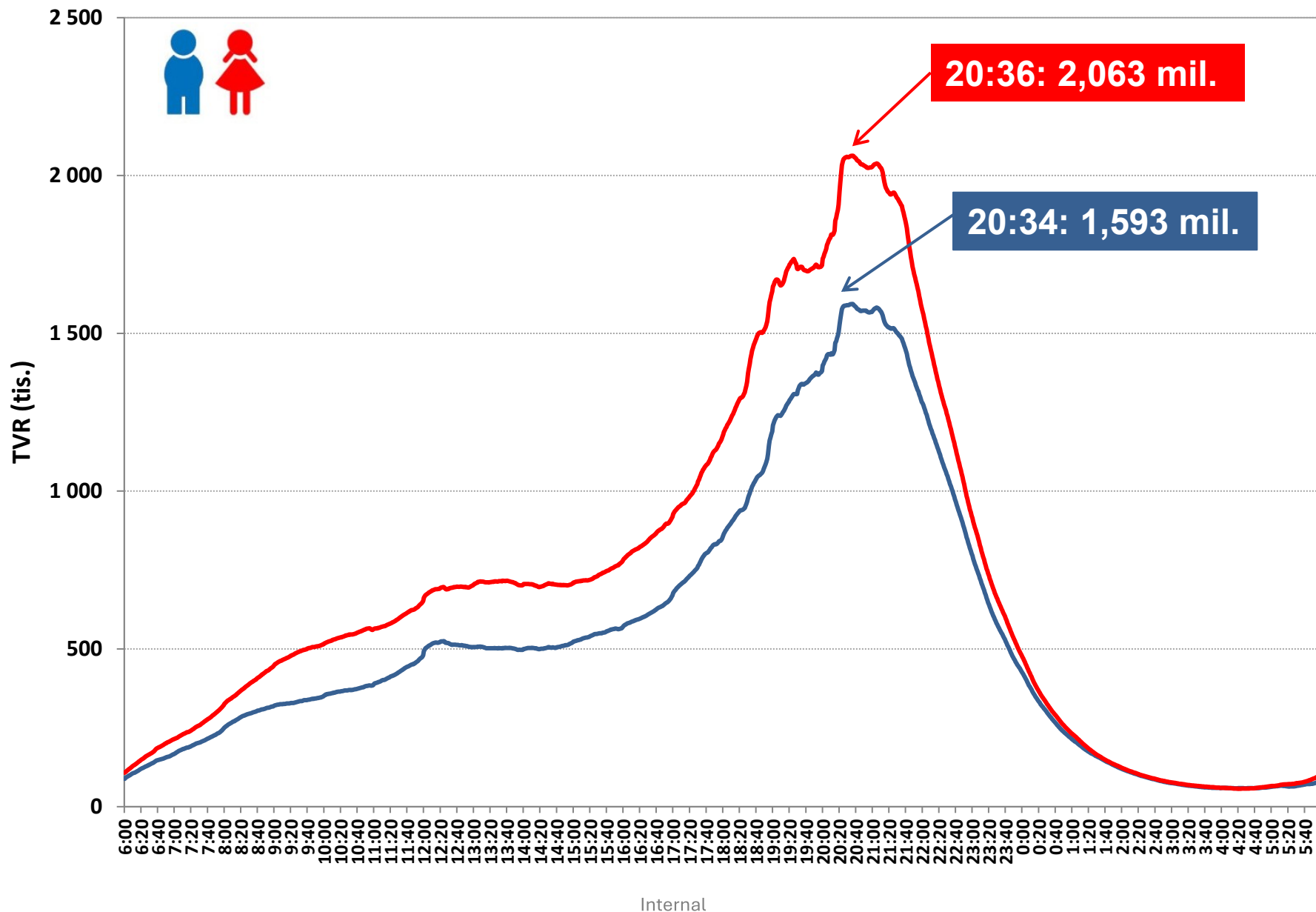


PROFIL TV STANIC

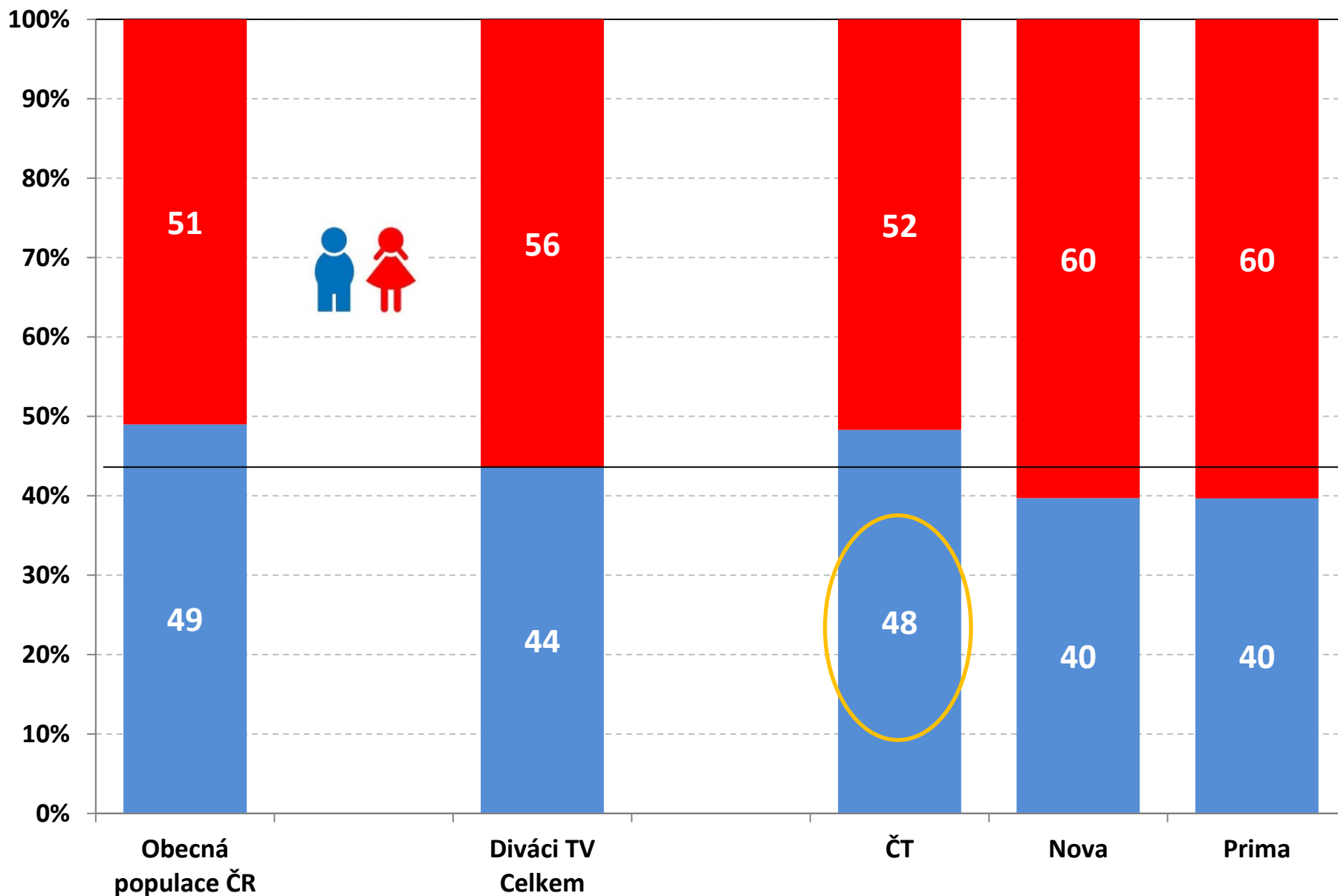
PROFIL DIVÁKŮ TV STANIC 2025

ženy x muži

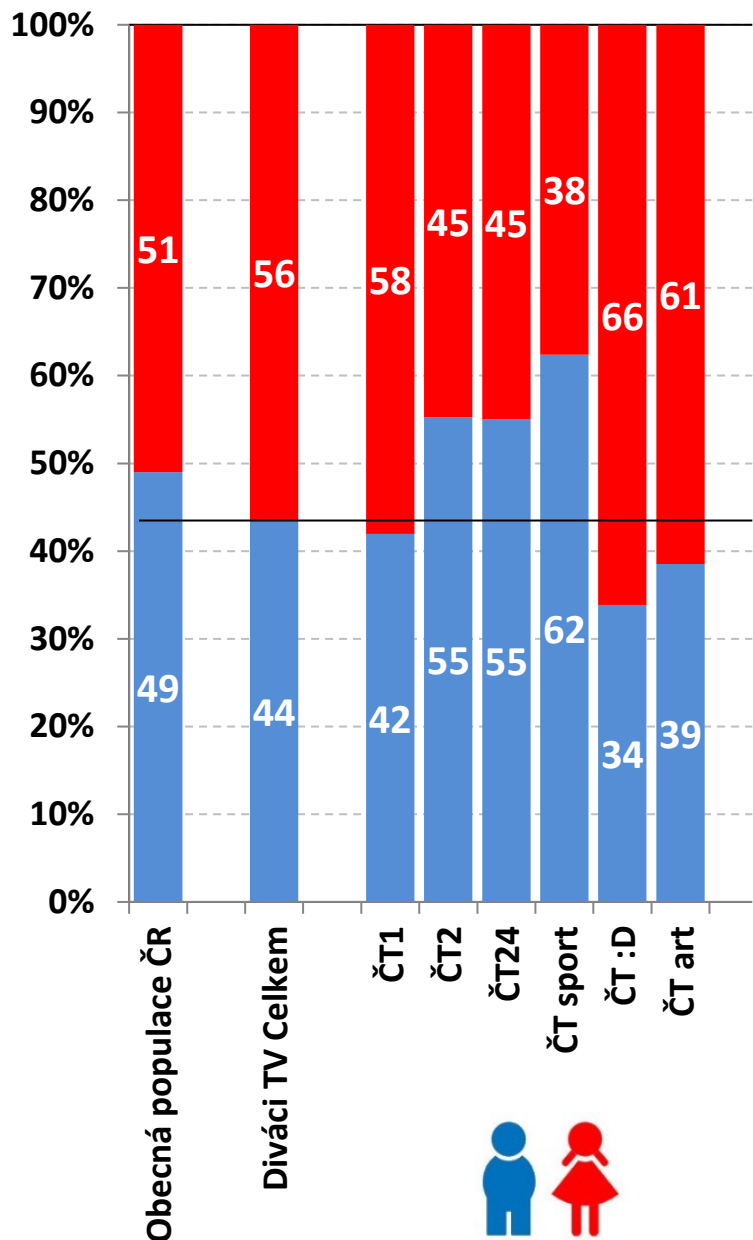
PRŮBĚH SLEDOVANOSTI TV OBEČNĚ, 15+, 2025



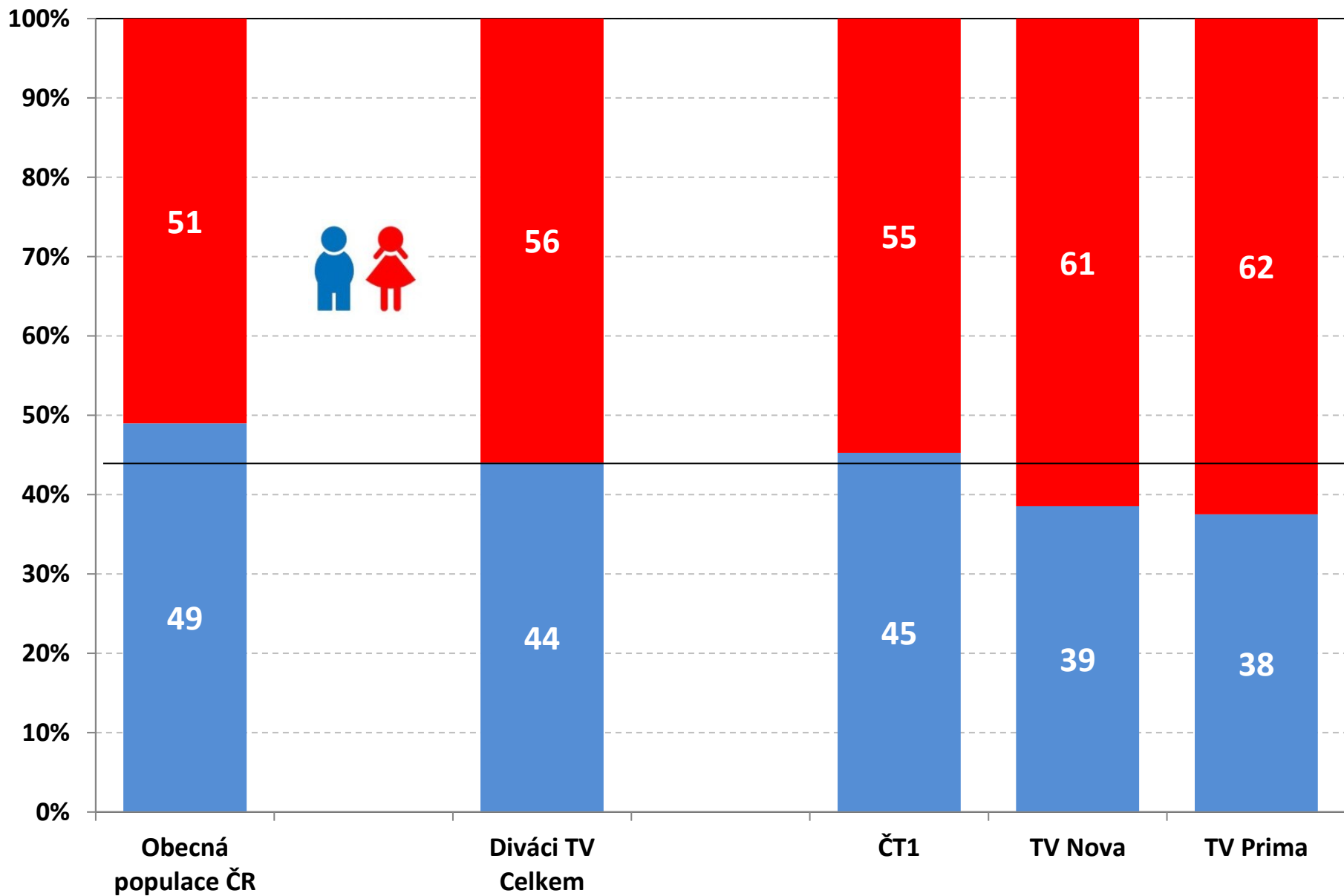
Zastoupení mužů a žen v TV skupinách, 15+, 2025



Zastoupení mužů a žen v TV stanicích, 15+, 2025



Zastoupení mužů a žen v TV skupinách, 15+, prime time, 2025



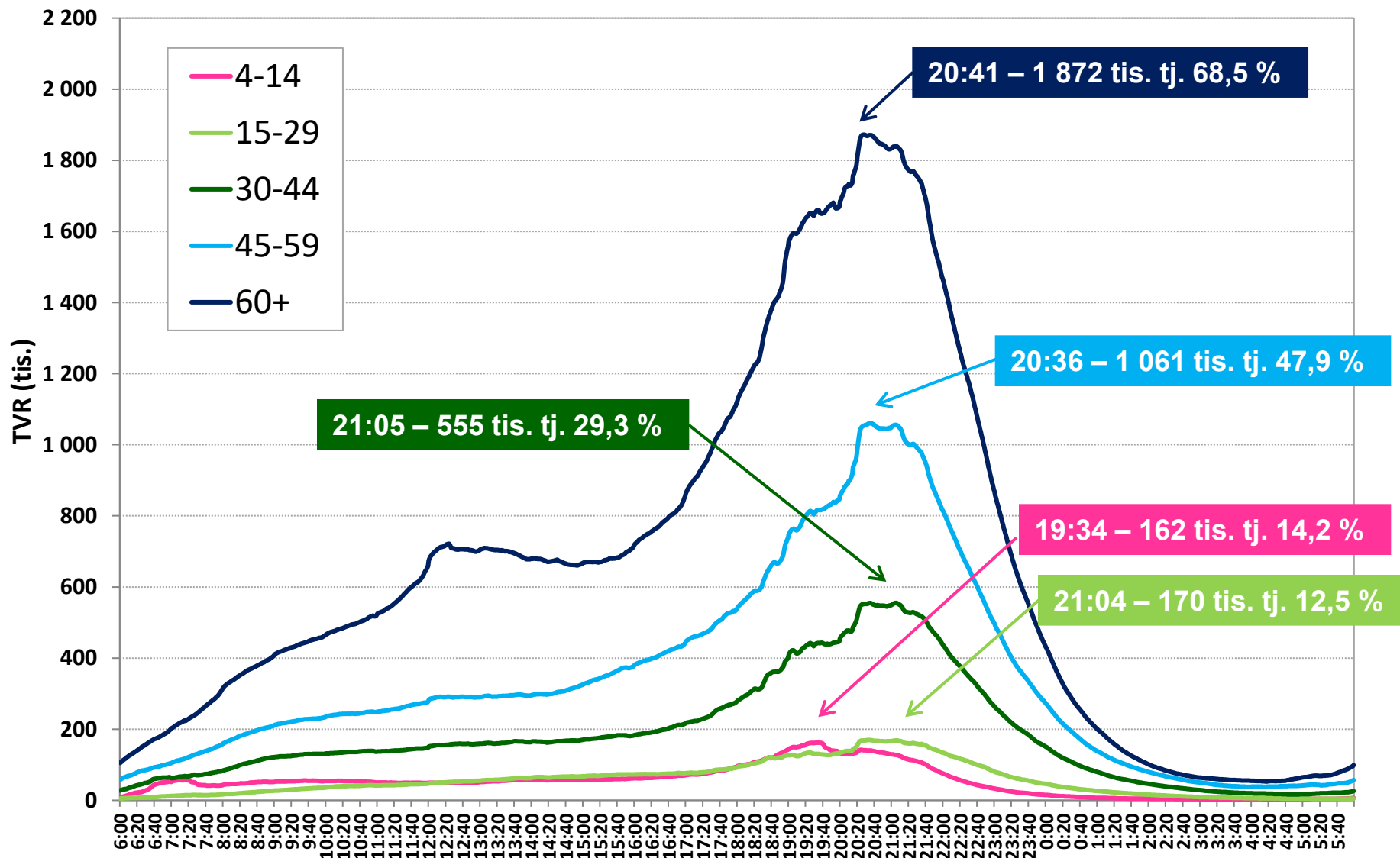
věk

VELIKOST VĚKOVÝCH CÍLOVÝCH SKUPIN

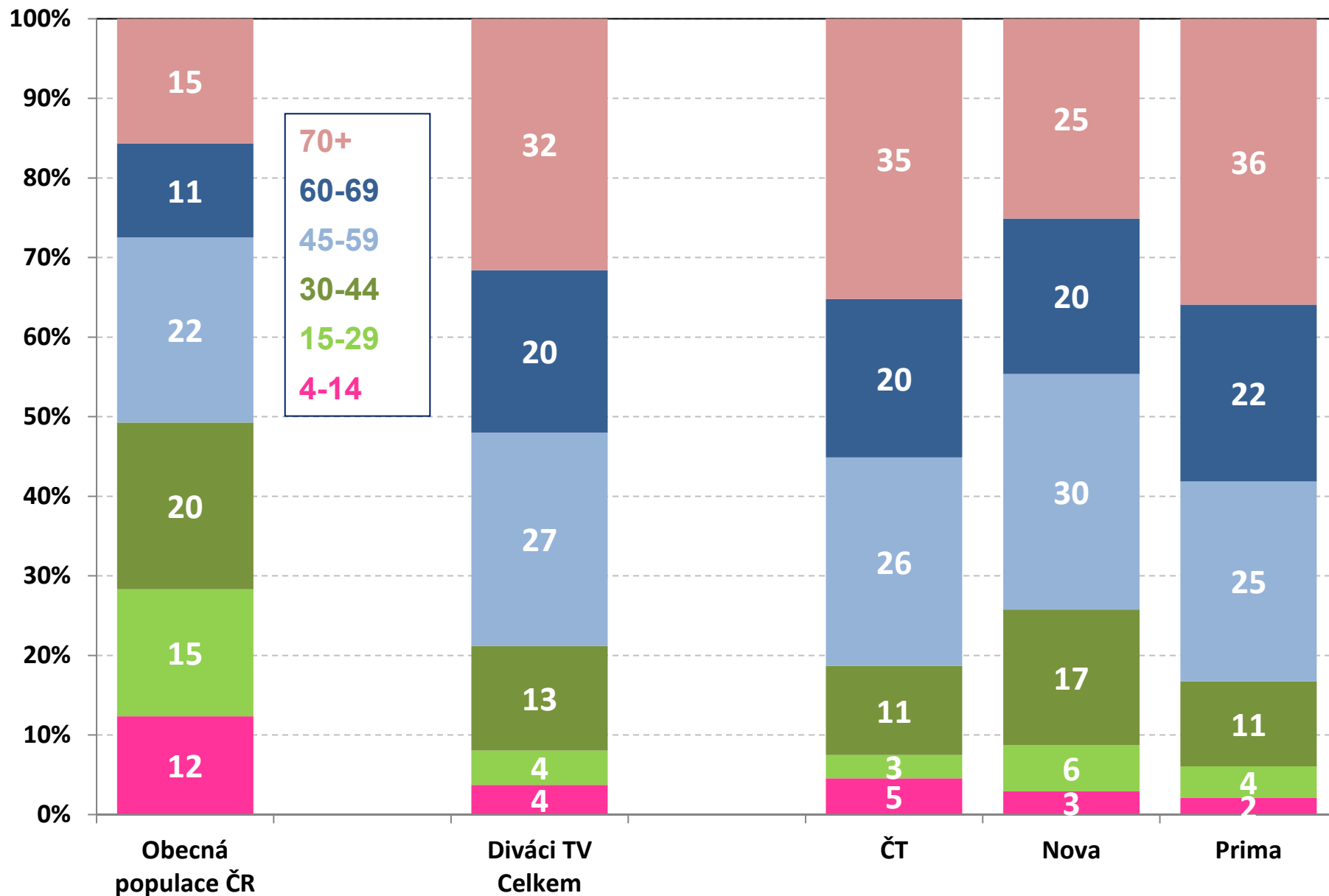


VĚKOVÁ KATEGORIE	ZASTOUPENÍ V <u>OBEČNÉ</u> POPULACI ČR (4+)		ZASTOUPENÍ V <u>TV</u> POPULACI ČR (4+)	
	%	000	%	000
4-9	6,8	702	6,5	609
10-19	11,2	1 161	11,1	1 042
20-29	10,4	1 075	9,1	855
30-39	13,9	1 448	12,7	1 187
40-49	17,0	1 764	16,9	1 578
50-59	13,8	1 428	14,4	1 349
60-69	12,0	1 249	12,8	1 193
70+	15,0	1 555	16,5	1 541

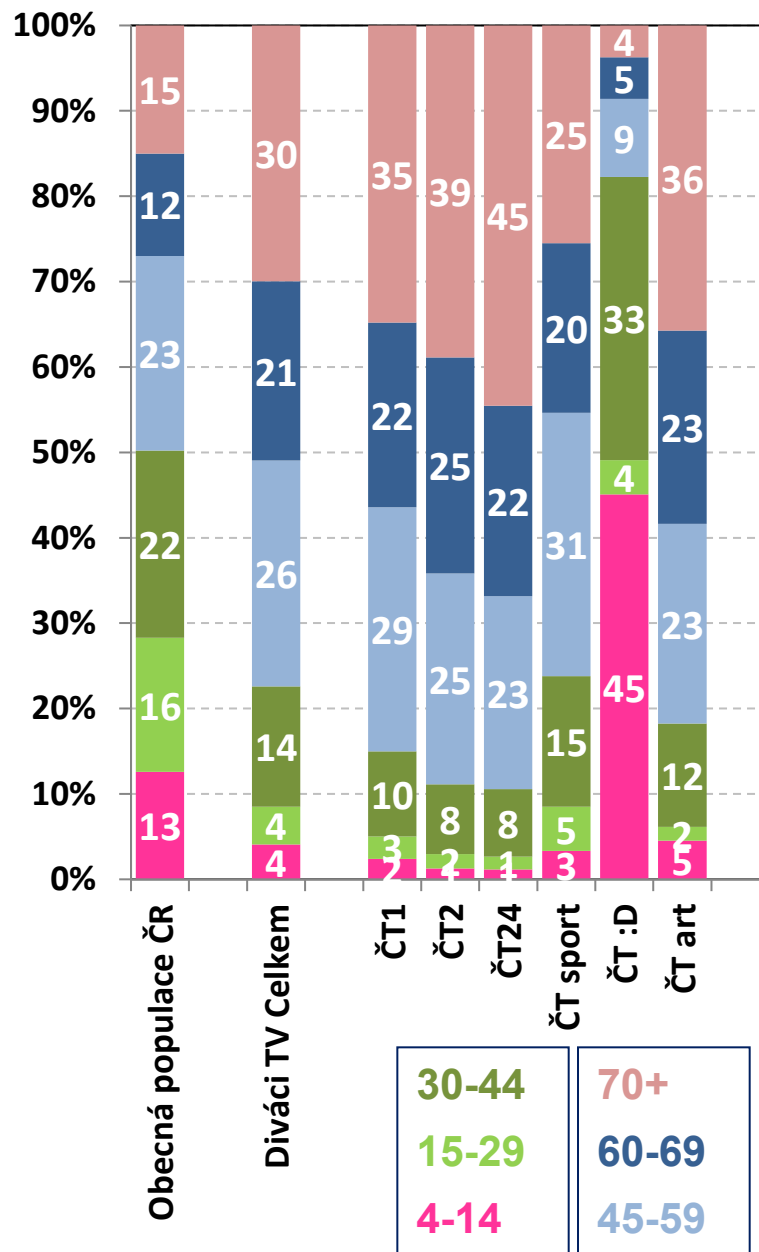
PRŮBĚH SLEDOVANOSTI TV OBECNĚ VE VĚKOVÝCH SKUPINÁCH, 2023



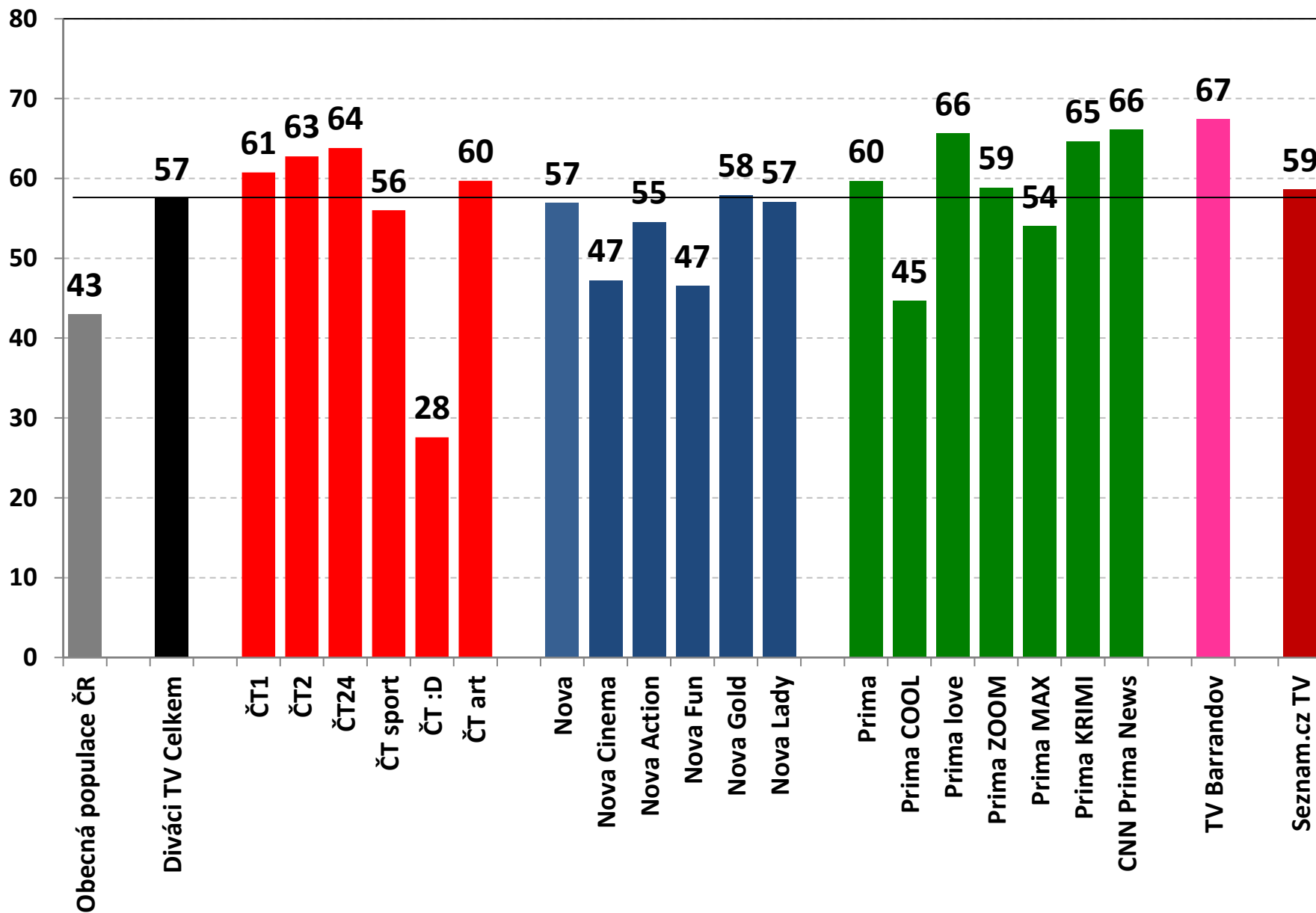
Zastoupení věkových skupin v TV skupinách, 4+, 2025



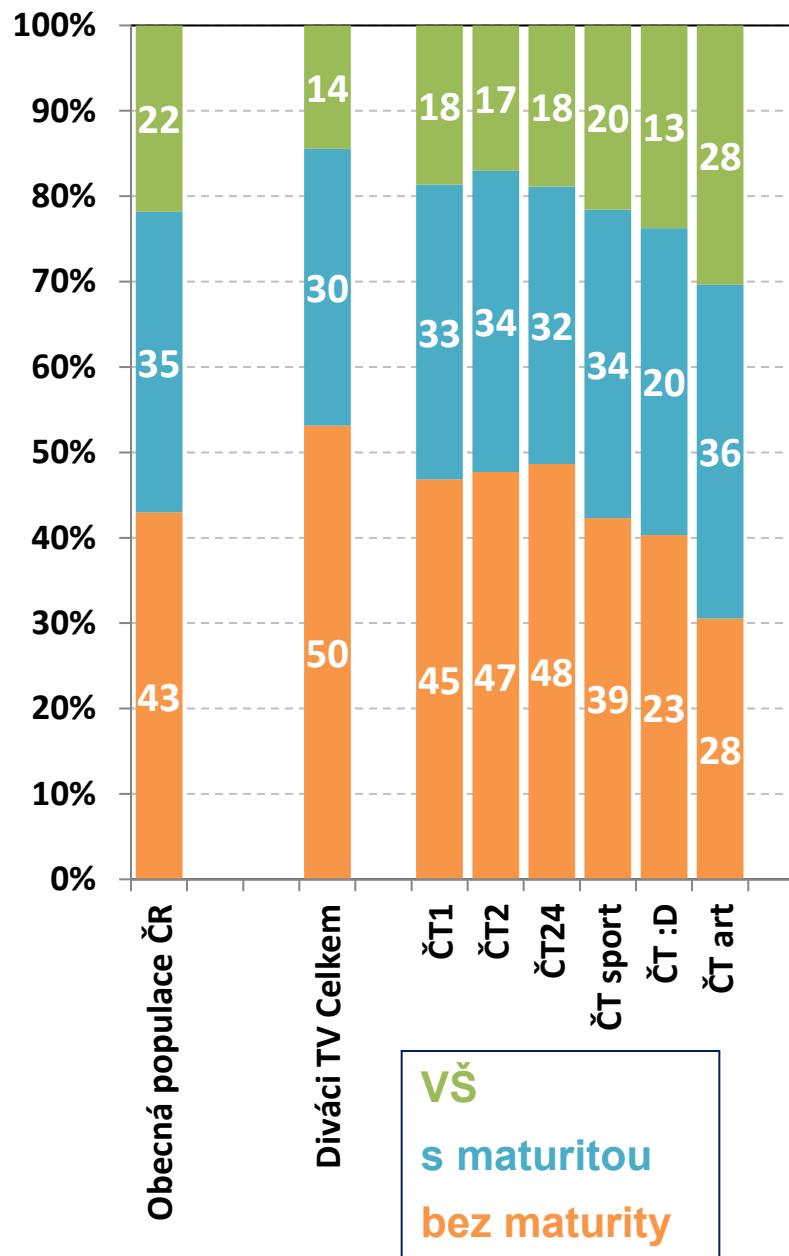
Zastoupení věkových skupin v TV stanicích, 4+, 2025



Průměrný věk diváků TV stanic, 2024

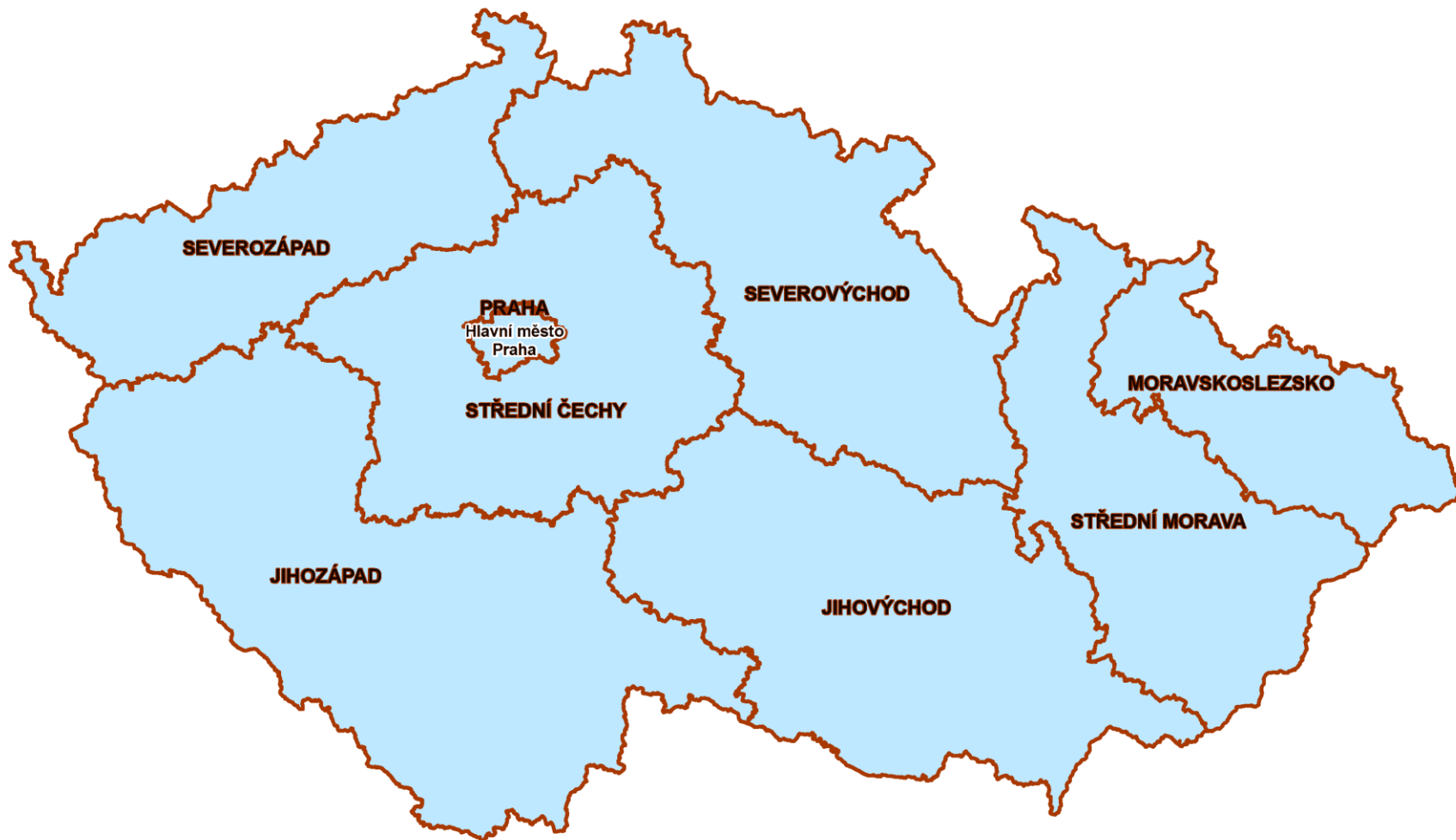


Zastoupení vzdělanostních skupin v TV stanicích, 25+, 2024



regiony

REGIONY ČR, NUTS-2



Share (%) TV skupin v regionech ČR (2024)



REGION	ČT CELKEM	NOVA CELKEM	PRIMA CELKEM
15+	30,43	26,89	26,83
Praha	33,63	27,49	23,46
Střední Čechy	32,23	27,64	24,61
Jihozápad	30,00	25,68	27,59
Severozápad	27,46	27,33	28,30
Severovýchod	32,44	26,21	28,33
Jihovýchod	32,23	26,77	25,41
Střední Morava	28,81	25,14	27,97
Moravskoslezsko	26,03	28,96	28,66

velikost místa bydliště (VMB)

Velikost místa bydliště (VMB), 2024



	podíl obyvatel ČR	
• do 1 tis.	17 %	DEŠTNÁ MILETÍN MAŠŮV BOŽÍ DAR BLŠANY ROŽMBERK NAD VLT.
• 1 – 5 tis.	23 %	VLACHOVO BŘEZÍ BOJKOVICE KRYRY SLAVONICE PROTIVÍN PŘIBYSLAV
• 5 – 20 tis.	18 %	MIKULOV BÍLOVEC LOUNY VRCHLABÍ PODĚBRADY BRUNTÁL JIČÍN
• 20 – 100 tis.	17 %	ÚSTÍ NAD LABEM SOKOLOV PARDUBICE ZLÍN TEPLICE MOST TRINEC PÍSEK
• 100 tis. a více	13 %	OSTRAVA PRAHA PLZEŇ BRNO LIBEREC

DEFINICE SOCIOEKONOMICKÝCH SKUPIN

A+B



VYŠŠÍ TŘÍDA + VYŠŠÍ STŘEDNÍ TŘÍDA

- nadprůměrný příjem domácnosti
- nadprůměrně vybavená domácnost
- hlava domácnosti - ekonomicky aktivní
 - manažeři, vedoucí pracovníci, podnikatelé
 - řadoví zaměstnanci s VŠ vzděláním

25 %

C



STŘEDNÍ TŘÍDA

- průměrný příjem domácnosti
- průměrně vybavená domácnost
- hlava domácnosti – převážně ekonomicky aktivní
 - řadoví zaměstnanci s nižším či středním vzděláním

44 %

D+E



NIŽŠÍ STŘEDNÍ TŘÍDA A NIŽŠÍ TŘÍDA

- podprůměrný příjem domácnosti
- podprůměrně vybavená domácnost
- hlava domácnosti – převážně ekonomicky neaktivní (důchodci, nezaměstnaní) či manuální pracovníci bez kvalifikace

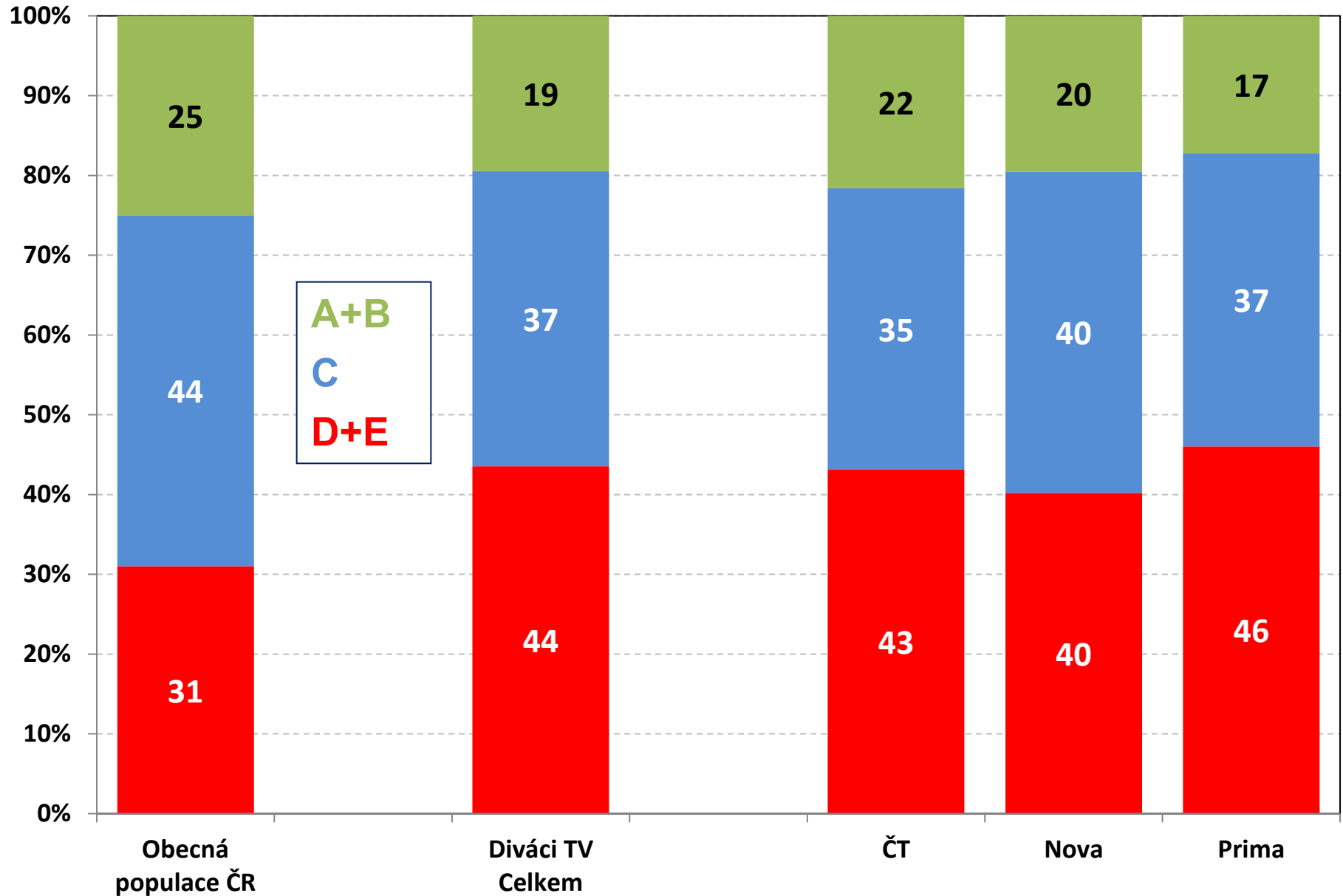
31 %

ATS (průměrný čas strávený denně u TV)

ATS (2023)	celá ČR, 15+
TV CELKEM	3h 37m

- **A+B** **2h 30m**
- **C** **2h 48m**
- **D+E** **4h 50m**

Zastoupení socioekonomických skupin v TV skupinách, 4+, 2023



INTERPRETACE DAT SLEDOVANOSTI

OKTOPUS II příklad interpretace dat sledovanosti

DÍL	NÁZEV	RATING (TIS.)	SHARE (%)	REACH (TIS.)	SLEDOVANOST NA INTERNETU (7 dní), 4+	Spokojenost
1.	Víkend	1 182	32,86	1 402	110	8,8
2.	Samá voda	1 282	36,80	1 431	110	8,9
3.	Hluboký spánek	1 358	36,99	1 504	116	8,8
4.	Hotýlek	1 416	37,44	1 561	118	8,9
5.	Veterán	1 361	35,35	1 530	120	8,9
6.	Kondiční jízda	1 407	37,92	1 560	122	8,9
7.	Karkulka	1 440	38,07	1 616	125	8,9
8.	Tenkrát ve Franzenbadu	1 412	37,45	1 583	142	8,9
9.	Berliner	1 377	36,11	1 495	135	8,9
10.	Albertov	1 411	36,78	1 554	143	-
11.	Marukeeta	1 357	33,41	1 511	141	-
CELKEM		1 363	36,26	3 005	125	8,9

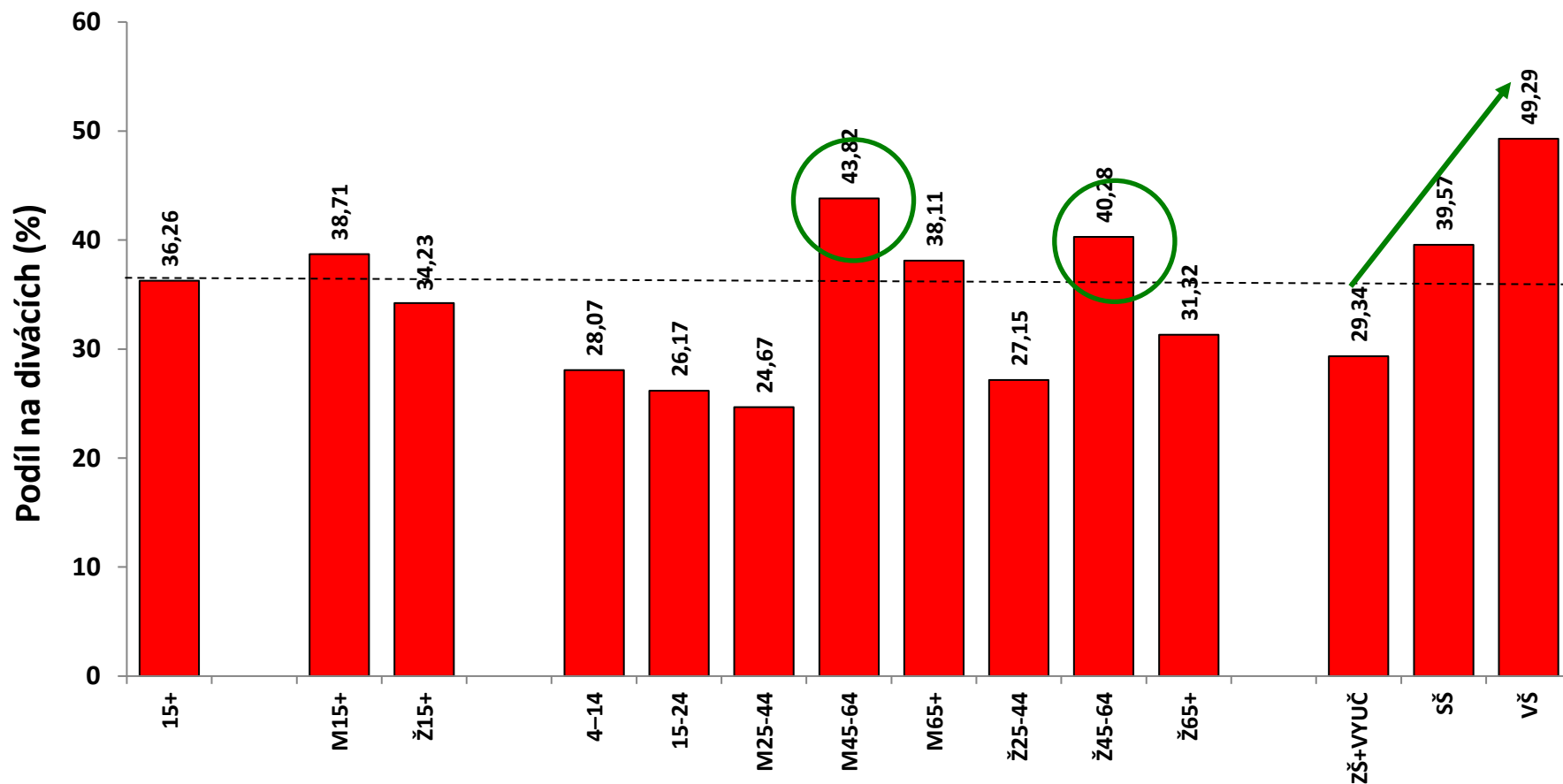
Průměrná sledovanost seriálu OKTOPUS II je 1 milion a 363 tisíc diváků starších 15 let, share (podíl na sledovanosti) 36,26 %.

Prvních 11 dílů zasáhlo (= reach - alespoň třiminutová unikátní kontinuální sledovanost) celkem 3 miliony a 5 tisíc diváků starších 15-ti let.

Průměrná odložená sledovanost na internetu v rámci 7 dní po odvysílání byla 125 tisíc diváků 4+.

OKTOPUS II

zastoupení diváckých cílových skupin



SUPERDEBATA

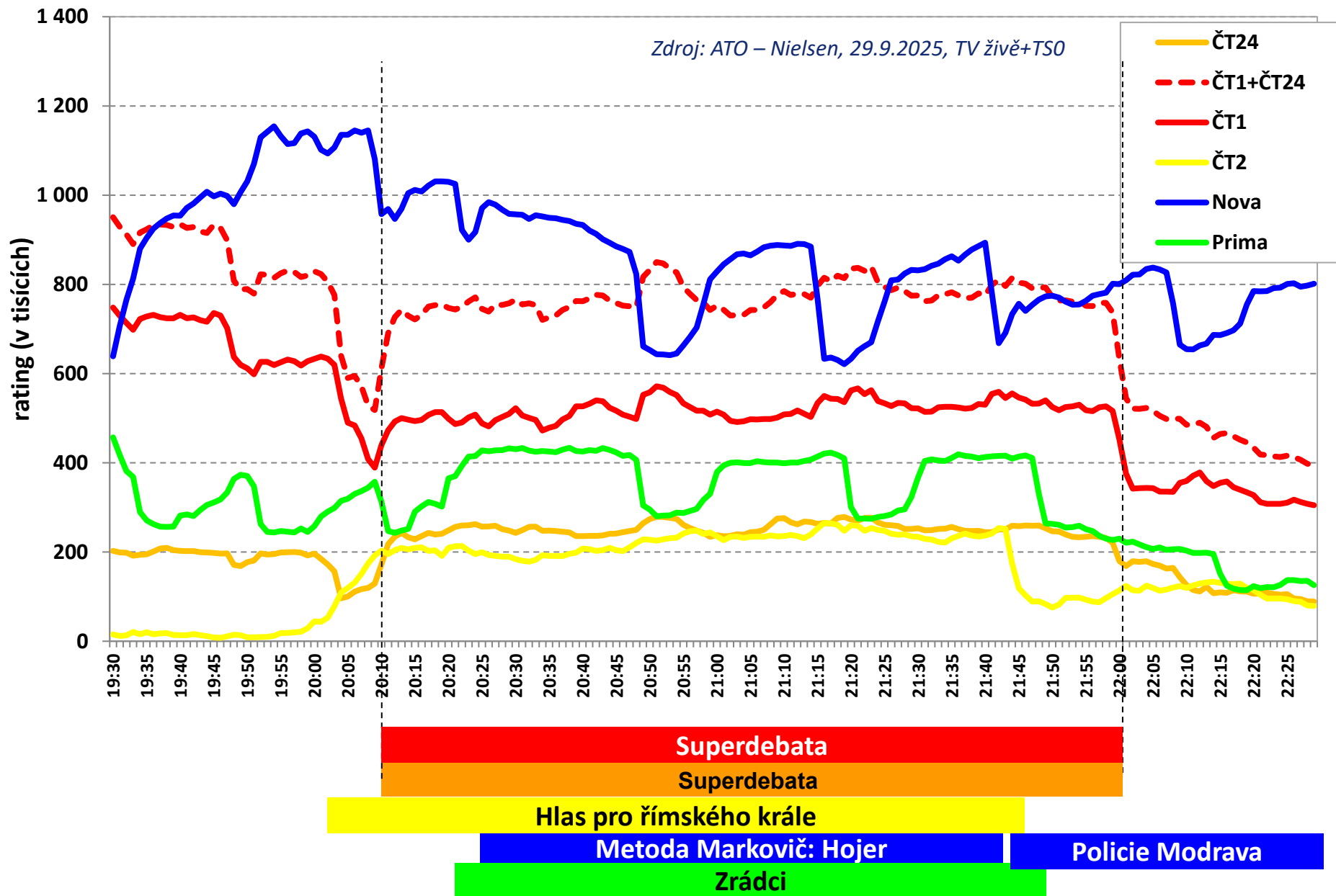
ČT1+ČT24, po 20 hod., 15+ / internet (4+)

POŘADÍ	DATUM	DEN V TÝDNU	TÉMA	MODERÁTOR	TV RATING (TIS.)	SHARE (%)	REACH (TIS.)	INTERNET (TIS.)	INTERNET (VIEWS, TIS.)
			ČT1		526	14,52	1 088	33	-
			ČT24		284	7,83	507	35	-
celkem	28.9.	neděle	ČT1+ČT24	M.Augustová	810	22,35	1 486	34	157
2021	6.10.	středa	ČT1+ČT24	S.Witowská	1 051	26,48	1 806	41	-

DATUM	hosté
28.9.2025	K.Havlíček, P.Fiala, V.Rakušan, T.Okamura, Z.Hřib, K.Konečná, P.Macinka, R.Šlachta

SUPERDEBATA ČT1+ČT24 - NEDĚLE 28.9.2025

Č1 Č24



SUPERDUEL

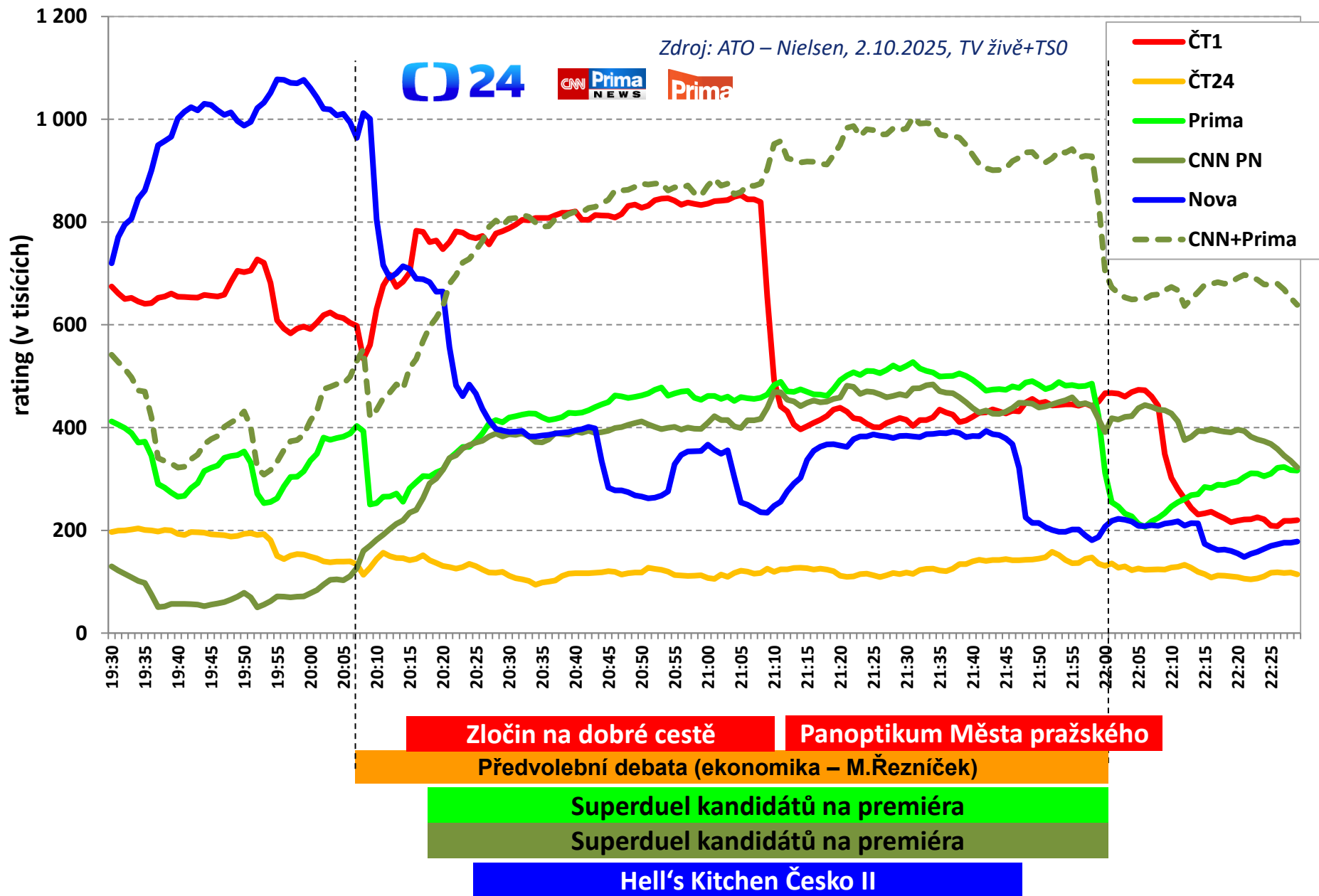
CNN PN + Prima, po 20:00, 15+ / internet (4+)

VOLBY 25
DO POSLANECKÉ SNĚMOVNY



POŘADÍ	DATUM	DEN V TÝDNU	CHARAKTERISTIKA	TV RATING (TIS.)	SHARE (%)	REACH (TIS.)	INTERNET (TIS.)	INTERNET (VIEWS, TIS.)
	1.10.	středa	Superduel – CNN PN	442	12,78	739	13	52
	1.10.	středa	Superduel – Prima hlavní kanál	473	13,66	884	5	29
celkem	1.10.	středa	Superduel kandidátů na premiéra A.Babiš a P.Fiala	914	26,44	1 483	18	82
2021	3.10.	neděle	Česko hledá premiéra CNN PN + Prima	650	16,80	1 500	-	-

DEBATA ČT24 a SUPERDUEL CNN PN + Prima - **STŘEDA 1.10.2025**

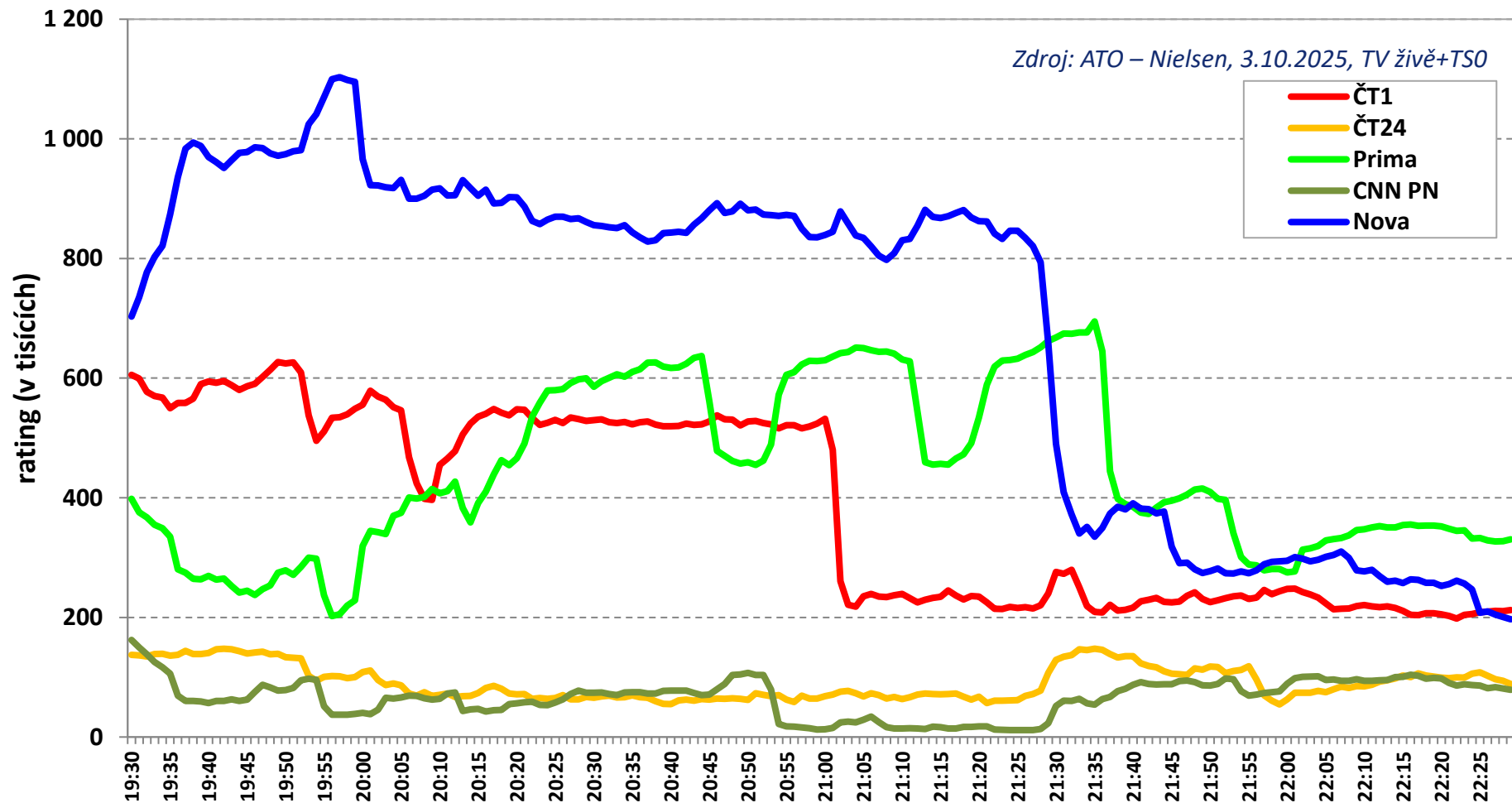


DEBATY

NOVA, 17:00 a 20:00, 15+ / internet (4+)

POŘADÍ	DATUM	DEN V TÝDNU	CHARAKTERISTIKA	TV RATING (TIS.)	SHARE (%)	REACH (TIS.)	INTERNET (TIS.)	INTERNET (VIEWS, TIS.)
1.	2.10.	čtvrtek	Debata, po 17 hod.	341	20,23	714	0	1
2.	2.10.	čtvrtek	Debata, po 20 hod. A.Babiš, P.Fiala	879	24,91	1 575	2	5
2021	7.10.	čtvrtek	Debata	849	21,33	1 835	-	-

DEBATA Nova - ČTVRTEK 2.10.2025



Inspektorka C.Renoirová

Gejzír

Superdebata (repríza)

Polabí

6 let bez Karla

Zprávy

Volby 2025: Debata

SUPERDEBATA / SUPERDUEL

Sledovanost (15+)



základní shrnutí k 3.10.2025:

- Superdebata na České televizi byla nejméně sledovaná v porovnání se hlavními debatami na Nově a Primě. Debata na Nově (kratší stopáž o délce 1,5 hodiny) získala o 98 tisíc diváků a o 3,24 p.b. share více než Superdebata ČT, Superduel na Primě dokonce o 107 tisíc diváků a o 4,37 p.b. share více než Superdebata ČT. Superduel na Primě byl tedy letos nejsledovanější předvolební politickou diskusí.
- Superdebatu ČT v neděli 28. září po 20 hodině s osmi představiteli nejsilnějších stran, hnutí a koalic dle volebního potenciálu před volbami do Poslanecké sněmovny moderovala Marcela Augustová. Debatu sledovalo v součtu na ČT1 a na ČT24 769 tisíc diváků 15+ při podílu 22,61%, z toho na ČT1 519 tisíc, podíl 15,25 % a na ČT24 250 tisíc, podíl 7,36 %.
- Pořad Debata ve čtvrtek 2. října ve 20 hodin s A.Babišem a P.Fialou moderoval R.Koranteng. Debatu sledovalo na hlavním kanále Novy 867 tisíc diváků 15+ při podílu 25,85%.
- Superduel kandidátů na premiéra ve středu 1. října po 20.15 hodině s A.Babišem a P.Fialou moderovala T.Tománková. Duel sledovalo v součtu na CNN PN a na hlavním kanále Primy 876 tisíc diváků 15+ při podílu 26,98%, z toho na CNN PN 419 tisíc, podíl 12,91 % a na hlavním kanále Primy 457 tisíc, podíl 14,07 %.
- Odložená sledovanost naší Superdebaty do dnešního dne činí 41 tisíc diváků navíc k uvedeným číslům, na Primě 38 tisíc. Odložená sledovanost bude v pondělí aktualizovaná a čísla budou doplněna.
- Podrobnosti o těchto debatách na následujících slide.

Měření internetové sledovanosti – PEM D

Měří videoobsah a statický obsah

Měření PEM D – definice výpočetních ukazatelů

Základní

- Views – počet spuštění videí / zobrazení stránky
- TTS – celkový čas sledování / používání

Odvozené

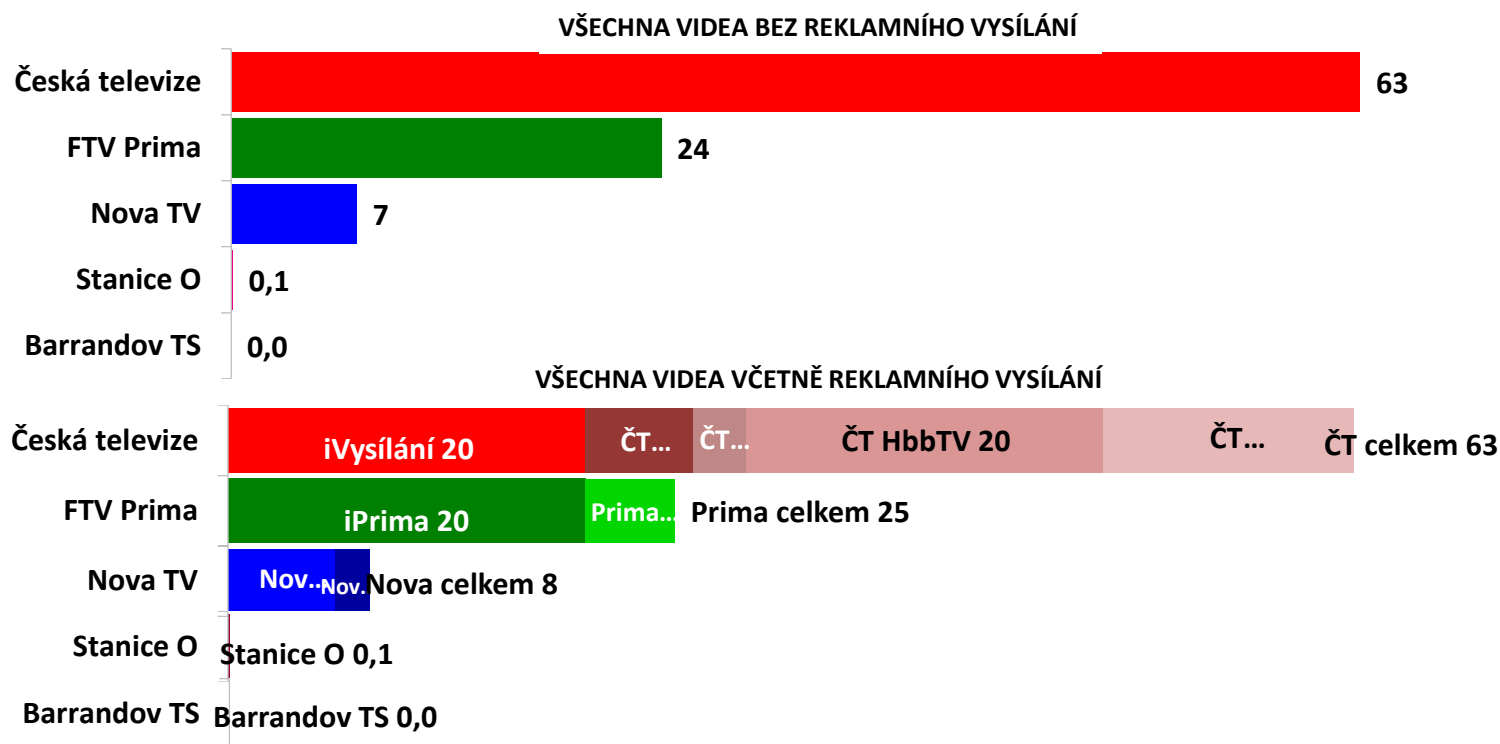
- Time per View- $[TTS] / [Views]$
- % per View - $[TTS] / [Views] / [délka(s)]$ (pouze videoobsah)
- TRP 000 – $[TTS] / [délka(s)]$ (pouze videoobsah)

Ukazatel TRP 000 (Internetový rating v tisících) je internetovým ekvivalentem ratingu pořadů v televizi po metodické i výpočetní stránce. TV rating a internetový TRP 000 pro konkrétní lze tak s výhodou vykazovat a klást vedle sebe.

Příklady použití dat PEM D

1. POLOLETÍ 2025: VIDEOOBSAH – OBJEM ODSLEDOVANÉHO ČASU (TTS)

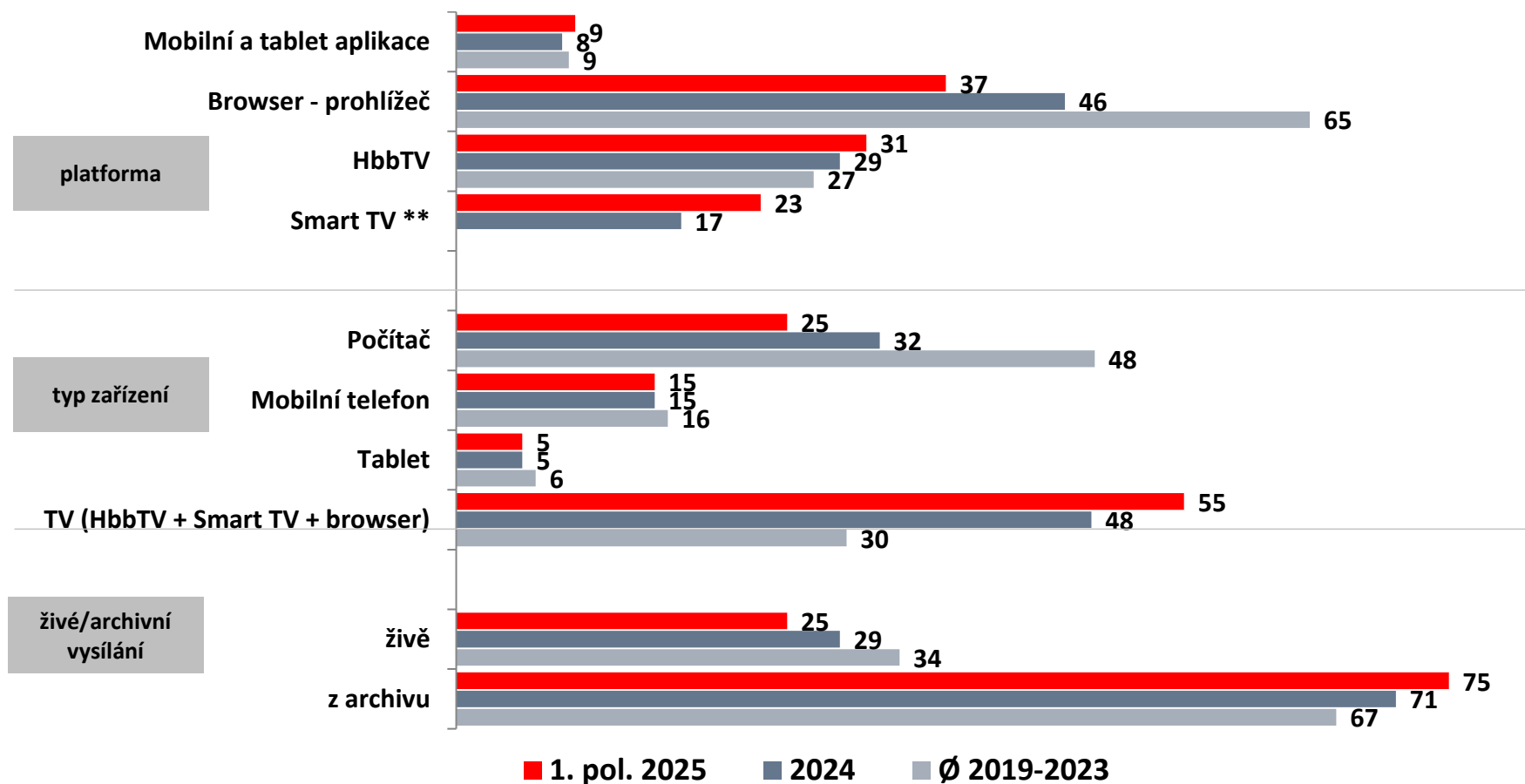
Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v milionech hodin



Poznámka: Při interpretaci hodnot je třeba vzít v úvahu, že Nova TV a FTV Prima měří jen část svého videoobsahu a čísla za videotéky Voyo a Prima+ nejsou k dispozici. TV Barrandov a Stanice O měří pouze prohlížeče, nikoliv mobilní a tabletové aplikace či HbbTV.

VIDEOOBSAH ČT* – PODÍL ODSLEDOVANÉHO ČASU DLE PLATFORMY, TYPU ZAŘÍZENÍ A TYPU VYSÍLÁNÍ

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v %

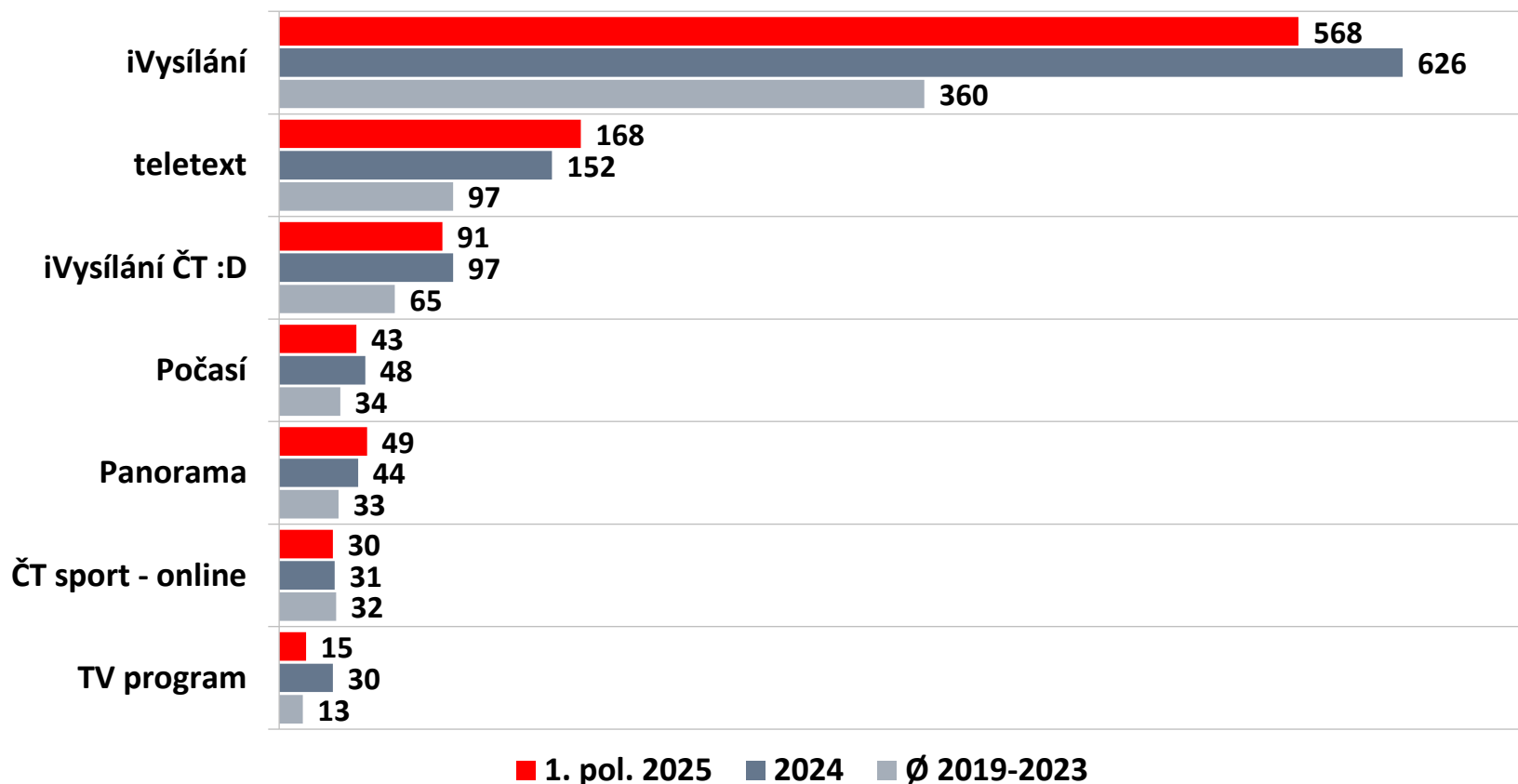


* Videoobsahem ČT rozumíme jakékoli video umístěné na webu ČT, v mobilní aplikaci ČT nebo v nabídce HbbTV či Smart TV, ať už se jedná o pořad České televize nebo jiné, typicky krátké zpravodajské video, sportovní sestřih či doplňkové video pro děti.

** Měřeno od roku 2024

HBBTV STATICKÝ OBSAH – TOP APLIKACE

Zdroj: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících zobrazení denně *



* Od ledna 2023 byla upravena metodika výpočtu zobrazení na televizních přijímačích (zahrnutí tzv. co-viewing koeficientu).

1. POLOLETÍ 2025: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT1

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících diváků, 4+

Název pořadu	Živá sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost v TV, CS 4+, v tis.	Odložená sledovanost na internetu 7 dní, CS 4+, v tis.	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Kroky vraha	1 309	385	67	35 %
Bratři	859	164	36	23 %
Limity	820	255	75	40 %
Když lumpa trápí pumpa	723	320	56	52 %
Manželé Stodolovi	686	213	31	36 %
Tom je v tom	670	194	45	36 %
Kotrmelce pana herce	631	210	28	38 %
Tancuj Matyldo	598	168	30	33 %
Děcko	568	194	98	51 %
Němá tajemství	529	218	54	52 %
Sucho	508	137	31	33 %
Anna K.	369	99	30	35 %

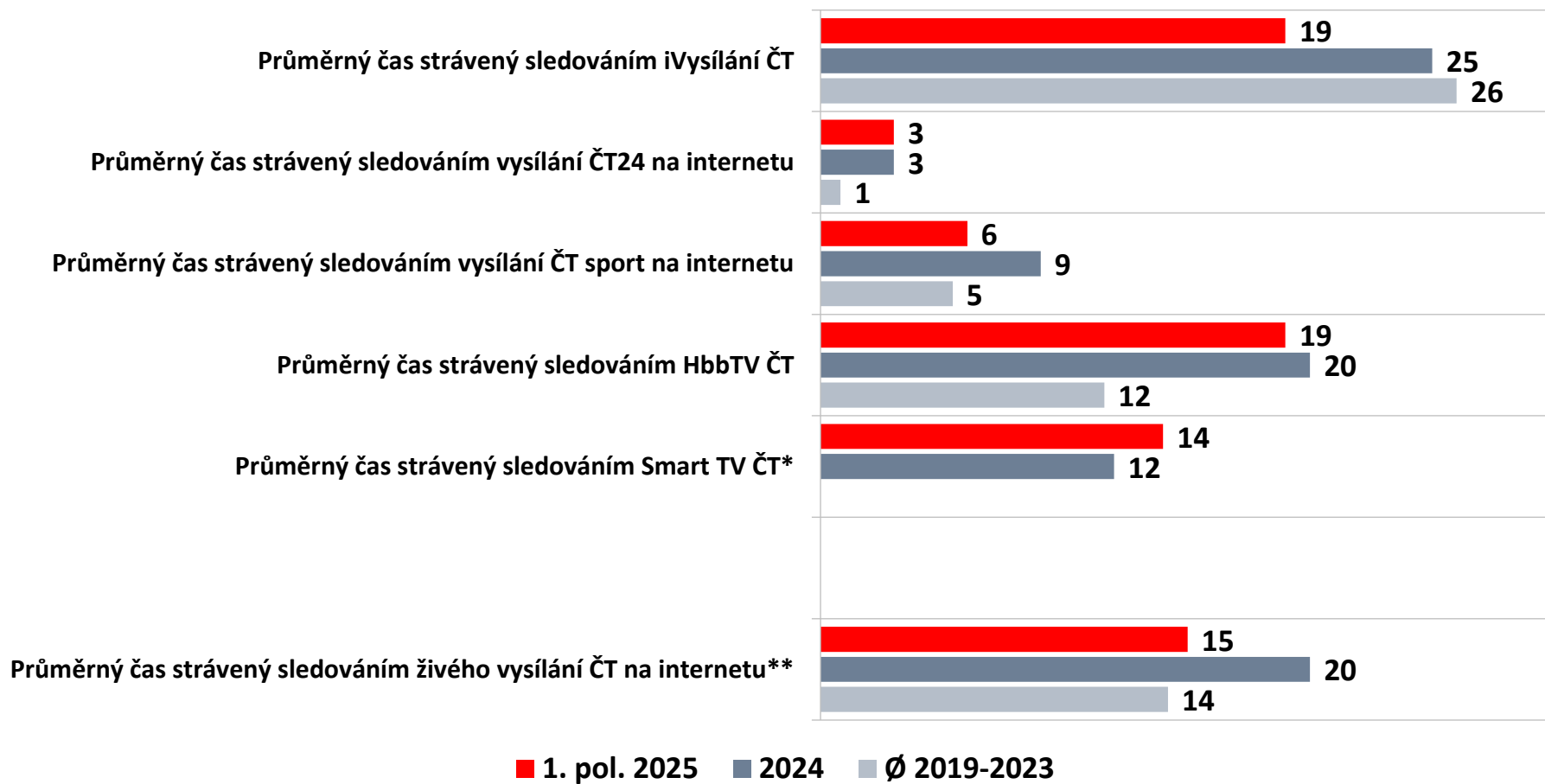
1. POLOLETÍ 2025: PŘÍKLADY ODLOŽENÉ SLEDOVANOSTI POŘADŮ ČT V TELEVIZI A NA INTERNETU – ČT2

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v tisících diváků, 4+

Název pořadu	Živá sledovanost v TV	Odložená sledovanost v TV	Odložená sledovanost na internetu 7 dní	Příspěvek odložené sledovanosti k živé v TV
Zrozena pro Afriku	208	46	13	29 %
Stezka Českem II	194	99	23	62 %
C. a k. Technické památky českých zemí	176	89	10	56 %
České řeky z výšky	155	93	21	74 %
Krajina Dana Bártý	135	49	13	46 %
Naše generace	115	58	12	61 %
Mise hledání lásky	100	31	14	45 %

SLEDOVANOST ARCHIVU ČT A ŽIVÉHO VYSÍLÁNÍ ČT NA INTERNETU V POPULACI 4+

Zdroje: ATO – Nielsen, PEM-D, v minutách za měsíc





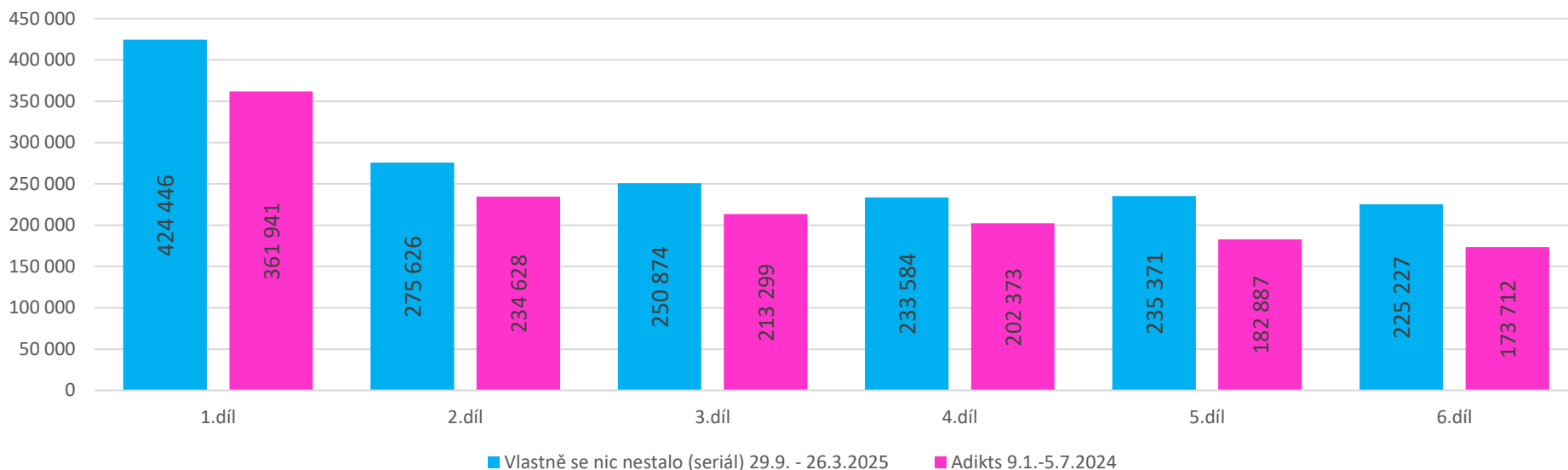
Vlastně se nic nestalo

1 645 128

Adikts

1 368 840

Vlastně se nic nestalo / Adikts



Počet diváků na jeden díl v tisících

Vlastně se nic nestalo

176,3

Adikts

137,3

INTERNET



NetMonitor - návštěvnost

Sdružení pro internetový rozvoj

Profesní sdružení subjektů působících v oblasti internetu

- Reklamní a marketingové služby, ale i neinzertní oblasti: právní aspekty internetového podnikání, komunikace se státní správou apod.
- Expertní analýzy vývoje internetového trhu u nás, samoregulátor autorsky chráněného obsahu na internetu, garant samoregulačního rámce pro online behaviorální reklamu (OBA) v ČR
- Vznik 2000, v současnosti sdružuje cca **46 členů**.

NETMONITOR

Základní parametry výzkumu	
Realizátor	SPIR; Gemius
Počet měřených serverů	cca 290 (06/25)
Velikost internetové populace 06/2025	9,1 milionu (06/2025)
Cílová skupina	Populace 10+ (navštěvující internet alespoň jednou měsíčně)
Reach NetMonitoru	96% internetové populace

NetMonitor - metodika

Měření návštěvnosti

- Zadavatelem projektu je SPIR, realizátorem je společnost GEMIUS, S.A.
- Měření návštěvnosti je prováděno na straně měřeného serveru pomocí javascriptových kódů vložených do měřených stránek
- Tato technologie shromažďuje informace o všech návštěvnicích serveru, umožňuje získat rozsáhlý soubor dat a sledovat např. i technické parametry počítačů uživatelů

Výzkum sociodemografie návštěvníků

- Výzkum sociodemografického profilu návštěvníků je realizován na panelu respondentů. Panel je tvořen dvěma složkami - tzv. Pop-up panelem, realizovaným na základě pop-up dotazníků na straně měřeného serveru a tzv. NetMonitor panelem, který využívá lokální aplikace NetSoftware nainstalované na počítačích jednotlivých členů NetMonitor panelu. Ve výsledném tzv. joint panelu, jehož velikost se pohybuje kolem 30.000 lidí, jsou reportována sloučená data.

Definice ukazatelů

- **Uživatel (reálný uživatel)** - počet uživatelů internetu, kteří vygenerovali alespoň jedno zobrazení na vybraném webovém serveru během daného období
- **Pageviews (zobrazení stránky)** – počet zobrazených stránek během daného období
- **Návštěva** - sled zobrazení na daném webovém serveru, nepřerušný časovým úsekem delším než 30 minut.
- **Celkový strávený čas** - celkový strávený čas průměrným uživatelem (reálným uživatelem) na vybraném webovém serveru během daného období.

85

NetMonitor – měření návštěvnosti internetu



- Od roku 2005 pro Sdružení pro internetový rozvoj ([SPIR](#))
- Výzkum českého internetu zaměřený zejména na reklamní servery
- Zjišťuje se: návštěvnost, sociodemografie a chování návštěvníků

Dvě hlavní části:

- Měření aktivit všech návštěvníků na straně serverů.
- Výzkum sociodemografie na panelu internetových uživatelů.

Výsledná data návštěvnost včetně sociodemografie.



NetMonitor – metodika

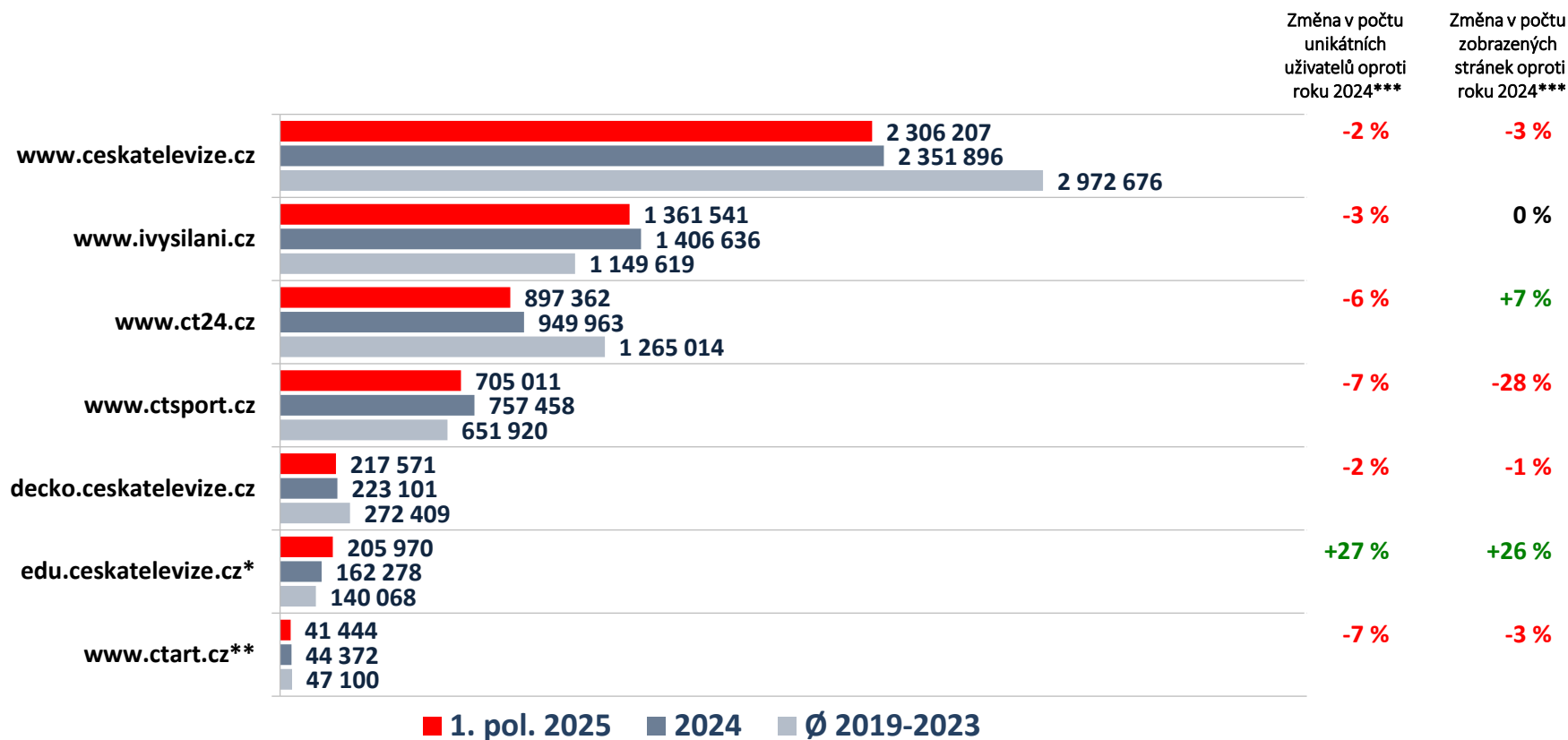


Pop-up panel – měření na základě pop-up dotazníků na straně měřených serverů (site-centric)

SW panel – měření aktivity uživatelů na straně internetového prohlížeče (user-centric) pomocí programu netSoftware nainstalovaného na počítačích respondentů

PRŮMĚRNÝ POČET UNIKÁTNÍCH UŽIVATELŮ WEBOVÝCH STRÁNEK ČT ZA MĚSÍC

Zdroj: NetMonitor, počet unikátních uživatelů za měsíc, populace 4+



* Provoz zahájen v roce 2020.

** Měřeno od března 2021

*** Průměr za 6 měsíců roku 2025 vs. průměr za 12 měsíců roku 2024

Landscape českého online trhu (10/2025)

Období: 10/2025

Platforma: **všechny platformy** (TOTAL = PC + MOBIL + TABLET)

Zdroj návštěvnosti: **domácí** (návštěvnost z ČR)

Cílová skupina: **internetová populace 10-99**, Univerzum: **8 796 580**

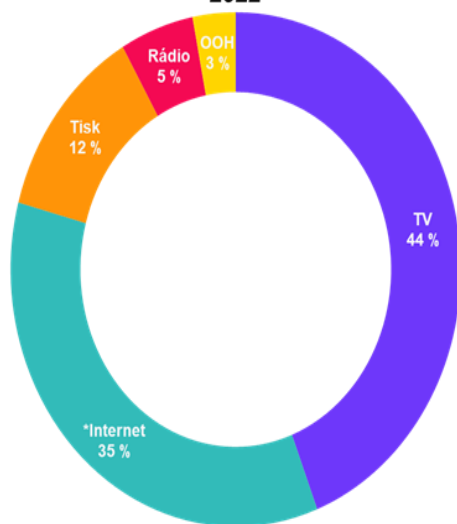
Zahrnutí provozovatelé: [všichni zapojení provozovatelé v projektu NetMonitor](#) + [VLOP a VLOSE](#)



Provozovatel	RU z ČR	Reach (ČR)	TTS [hod] (ČR)	Zdroj dat
Google	8 350 944	94.9%	183 222 505	Gemius
Meta	8 099 044	92.1%	179 090 964	Gemius
Seznam.cz	7 776 296	88.4%	69 093 044	NetMonitor
Mediální skupina Mafra	6 937 832	78.9%	11 068 277	NetMonitor
FTV Prima / Impression Media	6 721 616	76.4%	14 026 755	NetMonitor
Whaleco (temu)	5 765 325	65.5%	4 983 534	Gemius
VLTAVA-LABE-MEDIA, a.s.	5 469 112	62.2%	2 516 131	NetMonitor
Microsoft	4 970 963	56.5%	7 580 773	Gemius
BurdaMedia Extra	4 696 736	53.4%	2 717 181	NetMonitor
Wikimedia	4 387 848	49.9%	839 636	Gemius
Economia	4 278 648	48.6%	4 262 223	NetMonitor
Czech News Center / Active	4 119 016	46.8%	2 468 599	NetMonitor
TISCALI MEDIA / ARBOmedia	4 002 768	45.5%	1 204 726	NetMonitor
Heureka Group a.s.	3 438 424	39.1%	387 140	NetMonitor
Česká televize	2 999 216	34.1%	12 113 261	NetMonitor
AliaWeb	2 738 208	31.1%	267 202	NetMonitor
Nova Group	2 655 488	30.2%	2 696 103	NetMonitor
Český rozhlas	2 527 184	28.7%	913 240	NetMonitor
Internet Info	2 378 728	27.0%	197 878	NetMonitor
Pinterest	2 345 276	26.7%	1 837 645	Gemius
Twitter/X	2 328 176	26.5%	852 388	Gemius

Data pro mediální a reklamní trh

Ceníková hodnota reklamního prostoru
2022



Zdroj: Nielsen (ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen)
*Zdroj internetu: SPIR, dostupné z <https://www.inzertivvykony.cz/>

bez vlastní inzerce

Mediální výzkumy ČR

