

# Konzumace médií na mobilech

## Forum Media 2016

4. října 2016



Media audience  
measurement



Marketing research  
and data analysis



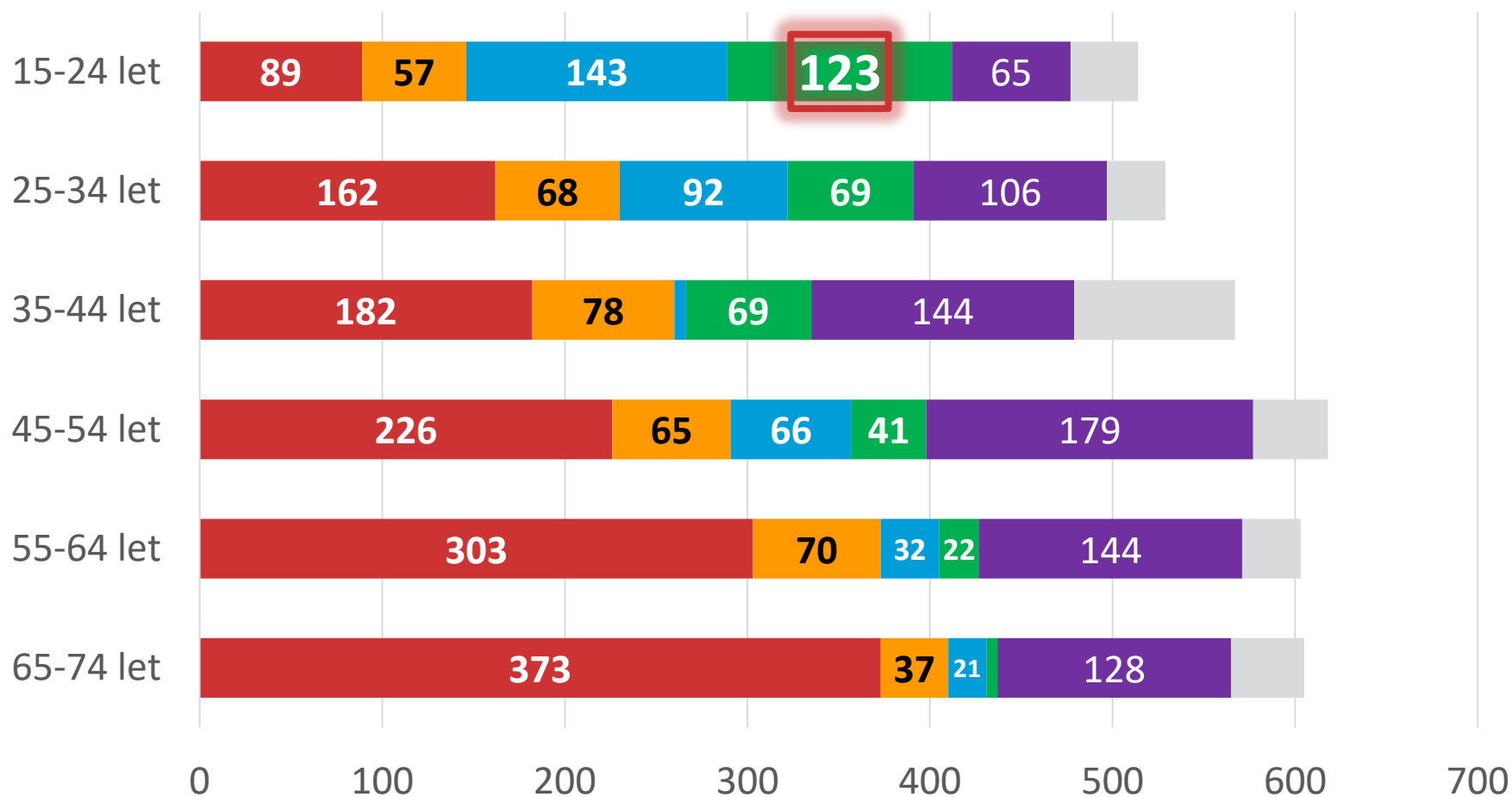
Advertising monitoring  
and media analysis



Software for media  
data processing

# Kolik času trávíme s ...

■ Televizor ■ PC desktop ■ Notebook ■ Smartphone ■ Rádio, mp3 ■ ostatní

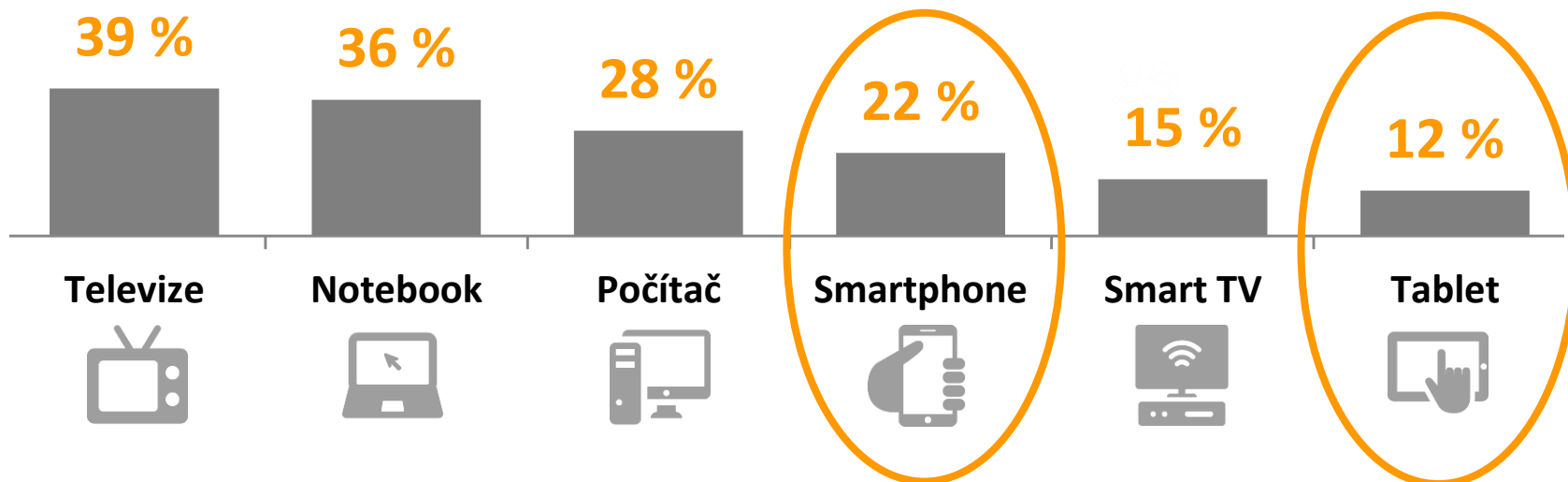


Základ: populace ČR 15-74, 13 401 denních dotazníků, 2 112 respondentů

Zdroj: Crossmediální studie 2015, ATO – Nielsen Admosphere

# Sledování videa na různých zařízeních (denně)

Základ: Sledují video na internetu, TV vysílání nebo jiná videa, N=1205\*



## Generation Z



Sledují nejvíc internetová videa, častěji než TV.  
Sledují hlavně v notebooku nebo **smartphonu**.  
Více než ostatní využívají ke sledování videí **smatphone**.

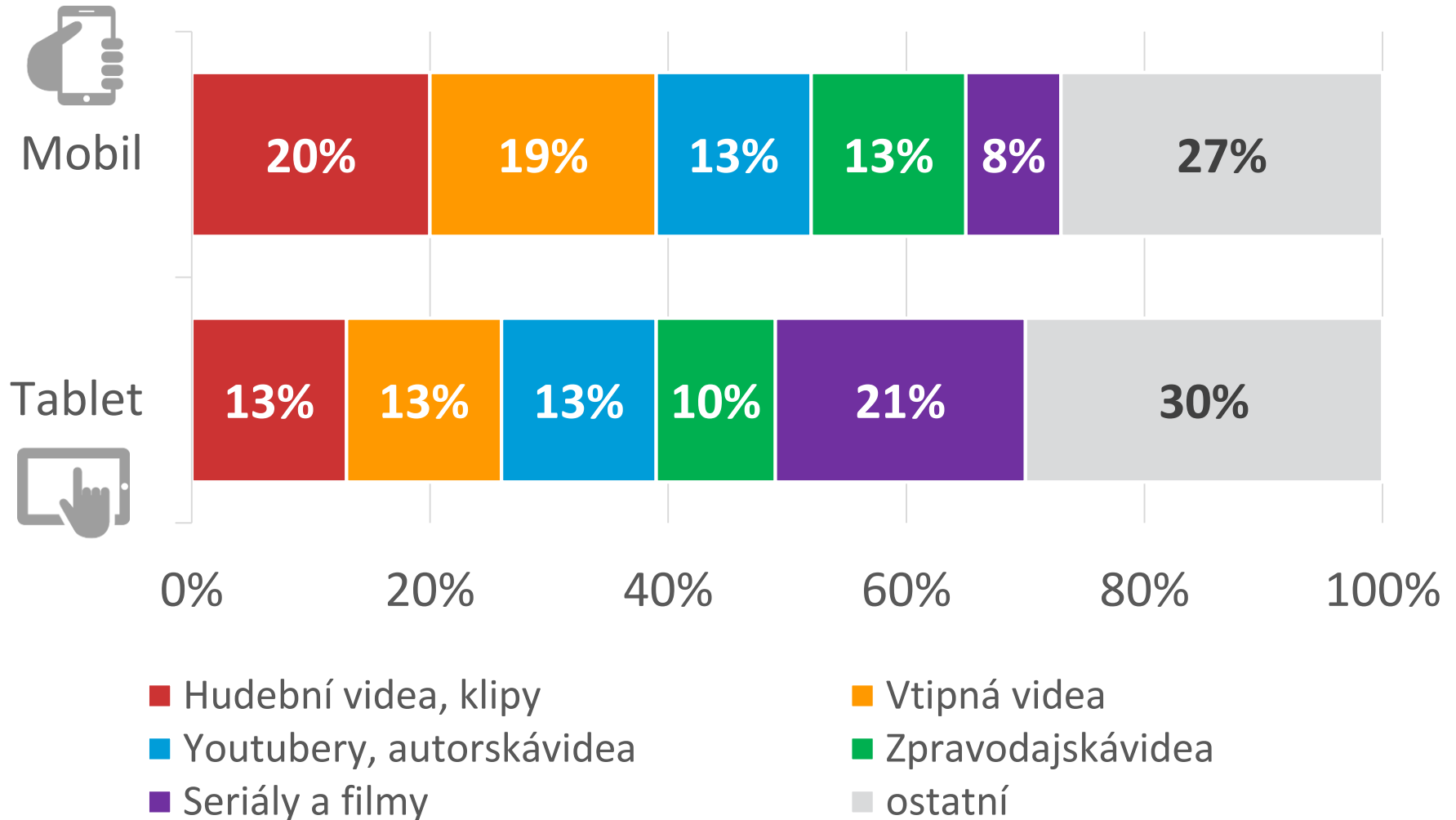
## Millenials



Na živé **TV** vysílání koukají ze všech **nejméně**  
Častěji než TV **sledují internetová videa**.  
Častěji než ostatní sledují videa zpravodajských webů.

Zdroj: Nielsen Admosphere, studie Videoservery 2016

# Který typ internetového videoobsahu na následujících zařízeních nejčastěji sledujete?



Zdroj: Nielsen Admosphere, studie Videoservery 2016

# Sledovanost televizního obsahu mimo televizor



Základ: jednotlivci 4+, 15-24  
Zdroj: ATO-Nielsen Admosphere, Kontinuální výzkum 2016 1. kvartál

# Zpravodajské weby a aplikace

## Denně sleduje zpravodajství na zařízení



42 %



34 %



5 %

## Preferovaný způsob sledování zpráv



79 %

21 %



88 %

12 %

Web

Aplikace

## Kde sledujete zpravodajská videa?



95 %  
doma



21 %  
v práci



11 %  
při čekání



10 %  
na cestě



7 %  
ve škole

Základ: internetová populace 15+

Zdroj: Nielsen Admosphere, studie Zpravodajské weby 2015

# Děkuji za pozornost

Tomáš Bičík, ředitel pro obchodní rozvoj, [tomas.bicik@admosphere.cz](mailto:tomas.bicik@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | [www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)