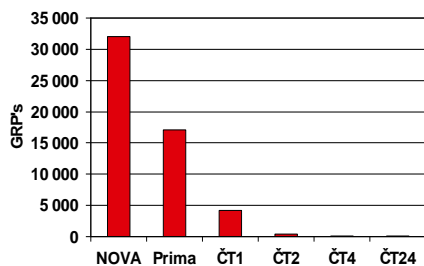


mather MEDIA NEWSLETTER

II. únor 2009 EDITION



Prima mění strategii, cílí na mladé

Komerční dvojka se místo seriálů soustředí na nové zábavní licence. Na jaře se diváci dočkají i nového kanálu Prima Cool (název je zatím jen pracovní a cílit by TV chtěla zejména na mužskou část populace), připravuje se 2. kanál Prima Klub cílený na ženy.

http://mam.ihned.cz/c4-10000115-34208120-101000_d-prima-meni-strategii-cili-na-mlade

Kuchařská show i hypnóza na Primě

Kuchařskou show Ano, šéfe! nebo pořad, v němž hraje hlavní roli hypnóza, nabídne Prima jako novinky pro jarní vysílací schéma.

<http://www.digizone.cz/texty/jarni-schema-televiz-prima-pro-rok-2009/>

Prima se propadla v týdenním podílu na divácích na sedmileté minimum

Průměrný týdenní podíl TV Prima na sledovanosti se v prvních týdnech února propadl na nejnižší hodnotu za posledních sedm let. Primu po celý den sledovalo v průměru pouze 15,41 procenta diváků starších patnácti let, kteří trávili čas u televize. Horšího výsledku Prima dosáhla naposledy první lednový týden v roce 2002, kdy vykazala průměrný podíl 15,08 procenta. Prima se propadla i v hlavním vysílacím čase od 19 do 23 hodin, kdy dosáhla průměrného podílu na dospělé publiku 15,84 procenta.

<http://www.digizone.cz/texty/tydenni-sledovanost-televiz/http://www.digizone.cz/aktuality/prima-se-propadla-v-tydennim-podilu-na-minimu>

| Titul | Kanál | Datum | Rating | Projekce | Share |
|-------------------------|-------|-----------|--------|----------|-------|
| Televizní noviny | NOVA | 1.2.2009 | 33,6 | 2942 | 68,75 |
| Sportovní noviny | NOVA | 10.2.2009 | 31 | 2715 | 68,92 |
| Počasi | NOVA | 10.2.2009 | 25,8 | 2260 | 57,44 |
| Víkend | NOVA | 2.2.2009 | 17,9 | 1565 | 41,13 |
| Slavnosti sněženek | NOVA | 15.2.2009 | 17,7 | 1550 | 37,1 |
| Všechnoharty | ČT1 | 7.2.2009 | 17,6 | 1544 | 40,75 |
| Proč bychom se netopili | ČT1 | 2.2.2009 | 17,4 | 1529 | 35,51 |
| Střepiny | NOVA | 15.2.2009 | 17,3 | 1515 | 47,84 |
| Zázraky přírody | ČT1 | 14.2.2009 | 17 | 1493 | 39,68 |
| Đáblůva loď | ČT1 | 15.2.2009 | 16,6 | 1455 | 34,24 |

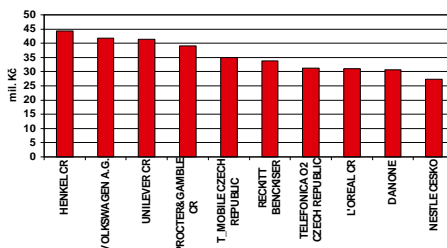
TV reklama spadla o patnáct procent

Kvůli omezení výdajů do médií klesl v lednu objem odvysílané reklamy na čtyřech hlavních televizních kanálech o patnáct procent. Celkový objem dodaných gross rating pointů (GRP - bodů sloužících k výpočtu ceny reklamy) zadavatelům dosáhl v lednu 69 tisíc, před rokem to bylo až 81 tisíc. Nejvíce se opatření zadavatelů projevila na ČT1 a ČT2. Ty v lednu dodaly o 28 procent GRP méně v meziročním srovnání. Primě klesl objem GRP o 21 procent, Nově o osm procent.

Motoristická televize

Na českém internetu startuje Autotelevize.cz - první webová motoristická televize. "Jsme dokonce i první v evropském měřítku," řekl týdeníku Ekonom Pavel Foltýn, ředitel společnosti Newsdrive, která za projektem stojí. Firma původně vydávala stejnojmenné motoristické noviny, ale přešla na internet. Majitelé společnosti předpokládají, že se na kanál Autotelevize.cz bude dívat zhruba pět tisíc unikátních diváků denně. "Počáteční investice do projektu dosáhla zhruba jednoho milionu korun a očekáváme, že se vrátí do dvou let," plánuje Foltýn.

<http://www.autotelevize.cz/>



Deník Šíp končí. Od dubna bude vycházet jen jednou týdně

Vydavatelství Vltava-Labe-Press přestane posledního března vydávat bulvární deník Šíp. Zůstane pouze páteční vydání s televizním magazínem, kterého se prodává necelých osmdesát tisíc kusů. Ve všední den je zájem sotva poloviční.

Portál Seznam.cz jde do rádií, chystá internetovou stanici pro ženy

Internetový portal Seznam.cz se hodlá pustit do rozhlasového vysílání. Zatím sice jen na internetu, ale ještě v letošním roce chce spustit internetové rádio pro ženy, které by mělo fungovat na stránkách spřízněného webu Prozeny.cz.

Nejrychleji pádí čas na internet

„Hitem internetu loni byly virální, tedy jakoby volně se šířící kampaně. Teď se nejvíc mluví o komunitních sítích. Ale málokdo ví, jak funguje jedno či druhé,“ říká Pavel Hacker, mediální konzultant agentury Mather Advertures.

http://www.hdovky.cz/nejrychleji-padi-cas-na-internetu-dlk/in-noviny.asp?c=A990211-000070-In-noviny_sko&lic=730002&mes90211_0

Jak jsme surfovali v roce 2008

Obdobně jako v předloňském roce byl měsícem s nejvyšším počtem uživatelů listopad. Hodně času jsme na Internetu trávili v lednu a březnu, tyto hodnoty překonalo až Q4 09.

<http://www.lupa.cz/clanky/jak-jisme-surfovali-v-roce-2008/>