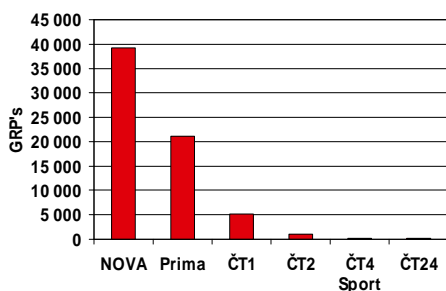


nather MEDIA NEWSLETTER

17.října 2008 EDITION



Startuje česká verze YouTube!

Společnost Google počestila další, v pořadí již 25. ze svých služeb. Tentokrát se jedná o populární videosever YouTube, který bude nově i na adrese YouTube.cz. Česko se tak stalo 22. Zemí na světě a 10. V Evropě kde byl YouTube lokalizován.

Zdeněk Bakala může koupit vydavatelství Economia

Vydavatel týdeníku Respekt Zdeněk Bakala může koupit vydavatelství Economia. Prodej schválil prvostupňovým rozhodnutím Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). Spojení společností Respekt Media a Economie podle něj nepřinese zásadní změny na trhu, sdělil předseda antimonopolního úřadu Martin Pecina.

http://mam.lhned.cz/c4-10000145-28997600-100000_d-uzohs-zdenek-bakala-muze-koupit-vydatelstvi-economia

Velká televizní revoluce

Česko čeká digitální podzim. Všechny televize přistoupily na plán postupného vypínání klasického, tedy analogového vysílání, které bude nahrazováno digitálním signálem. Přejít na "digitál" se týká každé televizní domácnosti. Co to pro ně konkrétně znamená a kolik je to bude stát?

http://mam.lhned.cz/c4-10000115-28840760-101000_d-velka-televizni-revoluce

Titul	Kanal	Datum	Rating	Projekce	Share
Televizní noviny	NOVA	12.10.2008	29,4	2553	66,01
Sportovní noviny	NOVA	13.10.2008	29,2	2540	66,6
Počesí	NOVA	7.10.2008	26	2293	59,66
13. koňráta	ČT1	10.10.2008	18,9	1699	47,56
Nemocnice na kraji města - nové osudy	ČT1	3.10.2008	17,6	1553	41,82
Uvlněte se, prosím	ČT1	10.10.2008	17,3	1500	40,46
Víkend	NOVA	13.10.2008	16,8	1460	43,92
Sřeciny	NOVA	5.10.2008	15,5	1345	35,95
3 plus 1 s Miroslavem Donutlem	ČT1	5.10.2008	15,1	1314	31,05
Předpověď počasí	ČT1	4.10.2008	14,7	1273	40,14

Nova jde na web s novým portálem

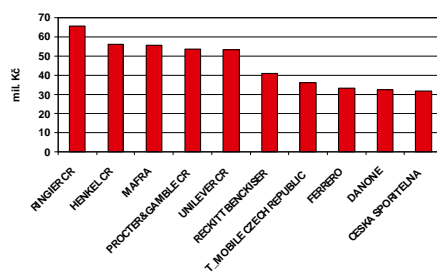
Česká televizní jednička dokazuje, že to s prosazením na internetu myslí vážně. V neděli 19. října totiž TV Nova spustí svůj nový zábavní web nova.cz, na němž chce divákům nabídnout televizní archiv vlastních pořadů ve vysoké kvalitě obrazu a především speciální stránky pro jednotlivé seriály.

http://mam.lhned.cz/c4-10000115-28994410-101000_d-nova-jde-na-web-s-novym-portalem

Krise se projeví i na reklamním trhu

Světová finanční krize bude mít podle expertů vliv i na český reklamní trh a mohla by zpomalit nárůst výdajů firem na reklamu. „Dopad krize na českém reklamním trhu zatím příliš vidět není, ale jistě se ukáže. A může se ukázat i velmi citelně. Důvodů je několik,“ uvedl ředitel mediální agentury Media One Štěpán Wolde.

<http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=382993>



Lagardere a Lidé.cz spustili prvních patnáct internetových rádií

Mediální skupina Lagardere společně se serverem Lidé.cz patřícím pod portál Seznam.cz spustili speciální web s patnácti internetovými rádii.

http://mam.lhned.cz/c4-10000115-2899820-101000_d-lagardere-a-lide-cz-spustili-prvni-patnact-internetovych-radii

Nový magazín pro padesátníky

Magazín 55+ má oslovit vzdělanější a movitější část generace padesátníků. Zaměřuje se na lidi, kteří chtějí žít aktivně a zajímají se o všeobecné dění. Cílem časopisu je podle vydavatele, společnosti 55+ Communications, oslovit opinion leadery skupiny 55+, tedy ty, kteří určují trendy a jejichž názor ostatní respektují.

<http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=382475>



mather MEDIA NEWSLETTER

17.října 2008 EDITION



ARBOMedia koupili Novozélandčané

Českou pobočku společnosti ARBOMedia, která zajišťuje obchod s televizní reklamou pro ČT, koupila novozélandská firma NZ Media Group. Informoval o tom deník E15 s odvoláním na šéfa ARBOMedia.net Praha Davida Bártíka. Cena transakce nebyla zveřejněna. ARBOMedia.net přitom nedávno získala švýcarská mediální skupina **Goldbach Media** poté, co převzala 72,7 procenta německé společnosti ARBOMedia AG. Podle novozélandského obchodního rejstříku byla firma **NZ Media Group** registrována 19. června letošního roku. Je tedy pravděpodobné, že společnost vznikla právě proto, aby koupila ARBOMedia.net Praha, píše deník. „Nechceme prozrazovat jméno skutečného investora. Chtěli bychom v Česku uskutečnit ještě jeden velký obchod a nechceme vzbuzovat zbytečný zájem. Skutečného investora ale plánujeme zveřejnit,“ řekl Bártík. Českou televizi změna majitele ARBOMedia.net Praha podle deníku neznepokojuje. „Ve vztahu mezi ČT a ARBOMedia **nedochází k žádné změně**, nepředpokládáme proto ani jakoukoli změnu v příjmech z reklamy,“ uvedl mluvčí veřejnoprávní televize Ladislav Šticha.

<http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=382986>

V neděli začne vysílat JOJ Plus

Slovenská soukromá televize Joj spustí v neděli večer svůj druhý program. Kanál Joj Plus nabídne hlavně filmy a seriály. Televizní vysílání odstartuje dvěma československými filmovými klasikami, snímkem Vesničko má středisková, za kterým budou následovat Postřižiny.

<http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=382408>

Klikněte a zničte berlínskou filharmonii

Fanoušci klasické hudby jsou většinou konzervativní, vzdělaní a starší lidé. Jak k ní přilákat i ostatní? Jedna nejmenovaná reklamní agentura ve své kampani udělala něco cool, co je přímo zaměřené na mladé lidi. Díky online simulátoru hráče na cello se stala Berliner Philharmonie internetovou atrakcí a její sály se zaplnily novými návštěvníky. Dámy a pánové. Zapněte si prosím svoje reproduktory a klikněte na [philharmoniker](http://philharmoniker.com). Přejeme Vám krásný kulturní zážitek.

PS. Myší se snažte ovládat bílý kruh tak, aby byl vždy nad černým bodem. Když se Vám bude dařit a nezničíte vystoupení, můžete vyhrát lístky do filharmonie.

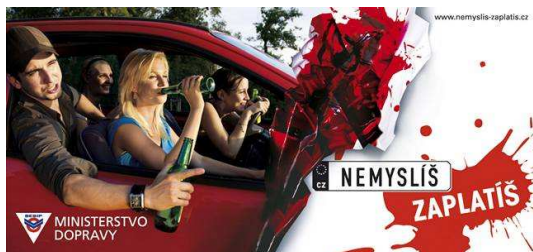
<http://philharmoniker.com/feedback/>

mather MEDIA NEWSLETTER

17.října 2008 EDITION

Stát se stává reklamním gigantem

Stát se propracoval do první desítky zadavatelů reklamy. Letos předběhne i takové reklamní kolosy, jakými jsou firmy Danone či Nestlé. Časopis Marketing & Media spočítal, že za první pololetí letošního roku zaplatil stát za kampaně 320 milionů korun. Za druhý půlrok je třeba přičíst kampaň „Nemyslíš – zaplatíš“ ministerstva dopravy a „Ryba je dobrá, zdravá a domácí“ ministerstva zemědělství (každá za 150 milionů korun). Spolu s dalšími, méně nákladnými kampaněmi se částka investovaná vládou do reklamy vyšplhá až k sedmi stům milionů korun. Firma Danone dala loni za reklamu zhruba 668 milionů korun, Nestlé 566 milionů korun. Před státem tak zůstanou v podstatě už jen provozovatelé telefonních sítí a výrobci pracích prášků (nejvíce dala minulý rok za reklamu Telefónica O2 – přes 1,6 miliardy korun).



http://www.lidovky.cz/stat-se-stava-reklamnim-gigantem-dov-/in-media.asp?c=A081006_190812_in_domov_mtr

Fotbal, to je hra. I na Internetu

Obliba kopané v Česku se promítá i do aktivity fanoušků na Internetu. Mnohé amatérské weby dosahují lepší úrovně než oficiální servery, fanoušci navíc neváhají využívat videí, diskusních fór i sociálních sítí. Světová pavučina omotala kopací míč už před mnoha lety. Pro stovky milionů lidí na celém světě jsou sportovní hvězdy životními vzory, například fotbalisté mají více obdivovatelů než politici nebo herci. Informace z oblasti sportu jsou jednou z nejdůležitějších kategorií obsahu, a to nejenom na Internetu. Zapomeňme alespoň na chvíli na mainstreamové internetové sportovní zpravodajství (tedy to, které přináší média) a oficiální webové stránky fotbalových klubů. Fotbal a Internet, toto spojení neznámá jenom působení, které zaznamenává snad každý uživatel Internetu, ale i aktivity příznivců a fanoušků, kteří mnohdy přináší kvalitní zprávy a zábavu pro vyznavače honby za kulatým nesmyslem. Jenom v České republice se na Internetu pohybují tisíce fanoušků fotbalu, kteří aktivně vytvářejí obsah. Ať je to při debatách v internetových diskuzích (a ne vždy jde o nadávky mezi fandami dvou největších pražských klubů), nebo při pořizování amatérských videozáznamů, zakládání fanouškovských webů a jejich vedení, psaní článků a reportáží. Je toho zkrátka dost a obsah, který neprodukuje média (případně manažeri komunikace jednotlivých klubů), mnohdy stojí za to.



<http://www.lupa.cz/danky/fotbal-to-je-hra-i-na-internetu/>