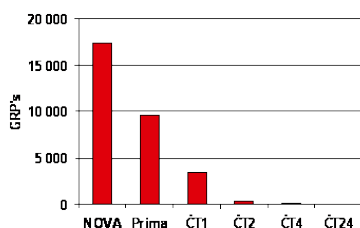
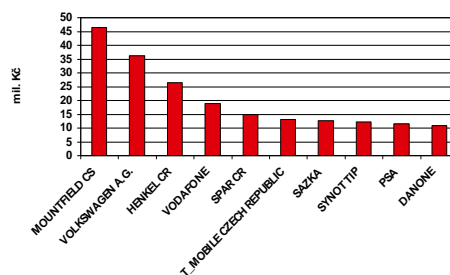


nather MEDIA NEWSLETTER

II.ledna 2009 EDITION



Titul	Kanál	Datum	Rating	Projekce	Share
Televizní noviny	NOVA	1.1.2009	36	3153	71,92
Sportovní noviny	NOVA	1.1.2009	30,8	2697	62,82
Počasi	NOVA	4.1.2009	25,4	2230	52,84
Princzna se zlatou hvězdou	NOVA	1.1.2009	21,8	1914	46,74
S tebou mě baví svět	NOVA	11.1.2009	21,1	1852	41,27
Víkend	NOVA	5.1.2009	17,4	1525	41,23
Setkání v Praze, s vraždou	ČT1	4.1.2009	17,4	1522	34,61
Václav	ČT1	1.1.2009	17,2	1504	33,64
Ztracený princ	ČT1	2.1.2009	16,9	1480	36,51
Štěpny	NOVA	1.1.2009	16,4	1438	48,13



TV Febio točí pro TV Barrandov a nedělá vlastní televizi

TV Barrandov představilo minulý týden první dva díly dokumentárního cyklu České milování, které připravilo pro digitální televizi Barrandov. Febio tento cyklus připravuje na klíč, by t samo má nárok na vlastní licenci pro celoplošné zemské digitální televizní vysílání. Otázky, které se nyní naskytují jsou: Kdy si Febio TV požádá o licenci a kdy začne vysílat, pokud vůbec? A chystá nějaké zakázky i pro jiné televize, jako tomu bylo dřív?

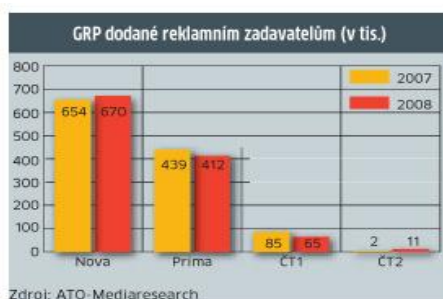
<http://www.digitzone.cz/clanky/proc-febio-toci-pro-barrandov-a-nedela-vlastni/>

Seznam vrátil reklamu na homepage, stojí 800 tis. Kč

Seznam.cz vrací po více než roce a půl reklamu na svou homepage. Za týdenní kampaň zaplatí klienti 800tis.CZK, což je nejvíce na českém internetu. Denní sazba za pozici je poté 200tis.CZK a základní CPT představuje 100CZK. Prvním inzerentem, který 12.ledna obsadil pozici byla Sazka pro kampaň podpory on-line sázení. Nastavení ceny pozice nasvědčuje tomu, že na HP Seznamu se budeme spíše setkávat s velkými zadavateli, pro které může tato forma kampaně představovat i náhradu TV.

TV loni dodaly 1,157mil. GRP

Čtyři nejsledovanější televizní stanice (ČT1, ČT2, Nova a Prima) dodaly v roce 2008 reklamním zadavatelům přes 1,157 mil. gross rating point (GRP). Meziročně se jedná o mírný pokles v úrovni 22 tis. GRP, tedy o pouhých 2 %. Nejlépe si, podle očekávání, vedla televize Nova, která prodala téměř 670 tis. GRP, což představuje 58% podíl na reklamních výdajích do těchto čtyř stanic. Nova, na rozdíl od České televize a Primy, si loni polepšila v dodávce GRP. Doručila o asi 15 tis. GRP více než v roce 2007. V případě Primy se podíl na GRP mírně snížil na 36 %, v absolutním vyjádření se jedná o 27 tis. GRP méně než předloni. Česká televize si loni udržela 7% podíl na reklamních GRP. Obecně lze konstatovat, že vyprodanost Novy není tak vysoká jako v případě Primy, i ta se však loni v tomto parametru zlepšila.



MTV v české mutaci již brzy

Příchod hudební televize MTV se předpokládá v období letošního léta. Jejím lokálním partnerem se stane TV Nova. MTV jen ve Velké Británii provozuje 16 různých kanálů. Dalších 34 tvoří národní nebo nadnárodní kanály. Vysílat chce MTV Czech programy z vlastních dílen, ale také produkci globální MTV s českými titulky

MF Dnes redukovala počet sešitů, ve kterých vychází

Druhý nejprodávanější tuzemský deník MF Dnes vstoupil do nového roku s úpravou své sešitové struktury. Dosavadní počet sešitů (platí hlavně pro út, st, čt) se snížil z pěti na čtyři. Do jednoho sešitu oproti předcházejícímu stavu bylo sloučeno regionální a sportovní zpravodajství. Deník tímto krokem zjednodušil a zlevnil výrobu.

Tradiční media mají důvěru Britů

Největší vliv na rozhodování britského spotřebitele o nákupech mají tradiční média jako BBC, přátelé a rodina. Vyplývá to z průzkumu agentury Ketchum a Bournemouthské univerzity na vzorku 500 britských spotřebitelů.

http://www.ketchum.com/media_myths_and_realities_2008_survey_news_release_uk