

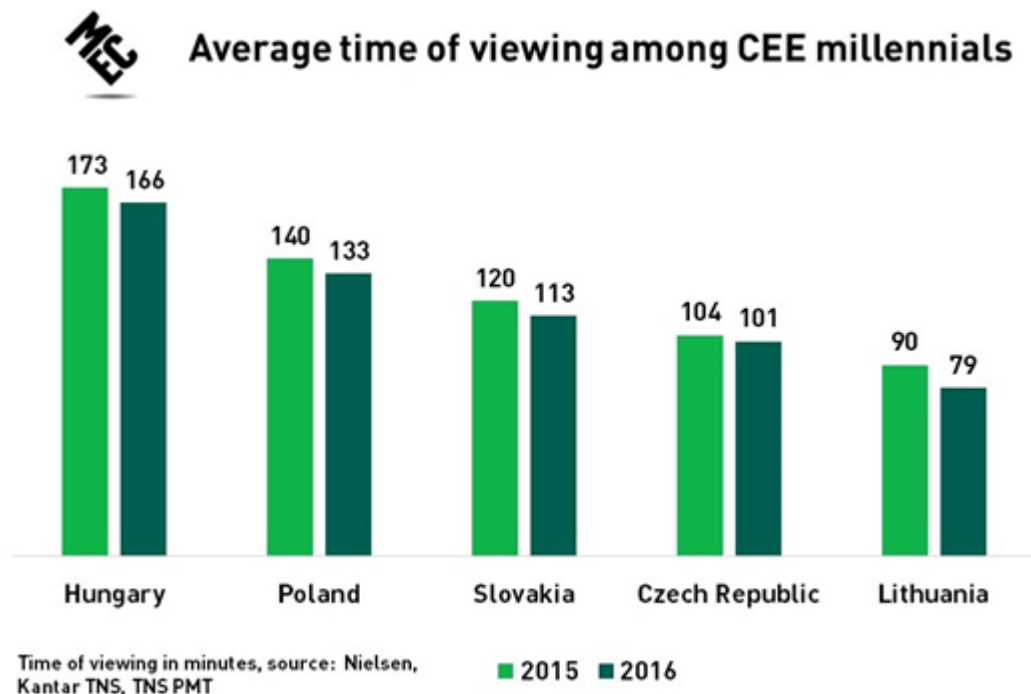
MEC Czech:

„Generace Y v regionu střední a východní Evropy tráví sledováním televize méně času, ale úbytek sledovanosti není tak výrazný jako v zemích západní Evropy.“

Pokles sledování TV koreluje s rostoucí nabídkou placeného videoobsahu

Generace Y, anglicky označovaná také jako "millennials", tráví sledováním televize stále méně času. V meziročním srovnání došlo ve všech středoevropských zemích k několikaprocentnímu poklesu průměrné denní doby sledování televize u této cílové skupiny. Podle analýzy MEC je pokles sledování televize korelovan se zvyšující se nabídkou služeb placeného videoobsahu.

Průměrná denní doba sledování televize u lidí Generace Y (mladí lidé ve věku 13-29 let) poklesla v různých zemích střední a východní Evropy o 3 až 13 procent. Podobný pokles byl i mezi těmi, kteří uvedli, že se na televizi dívají každý den.

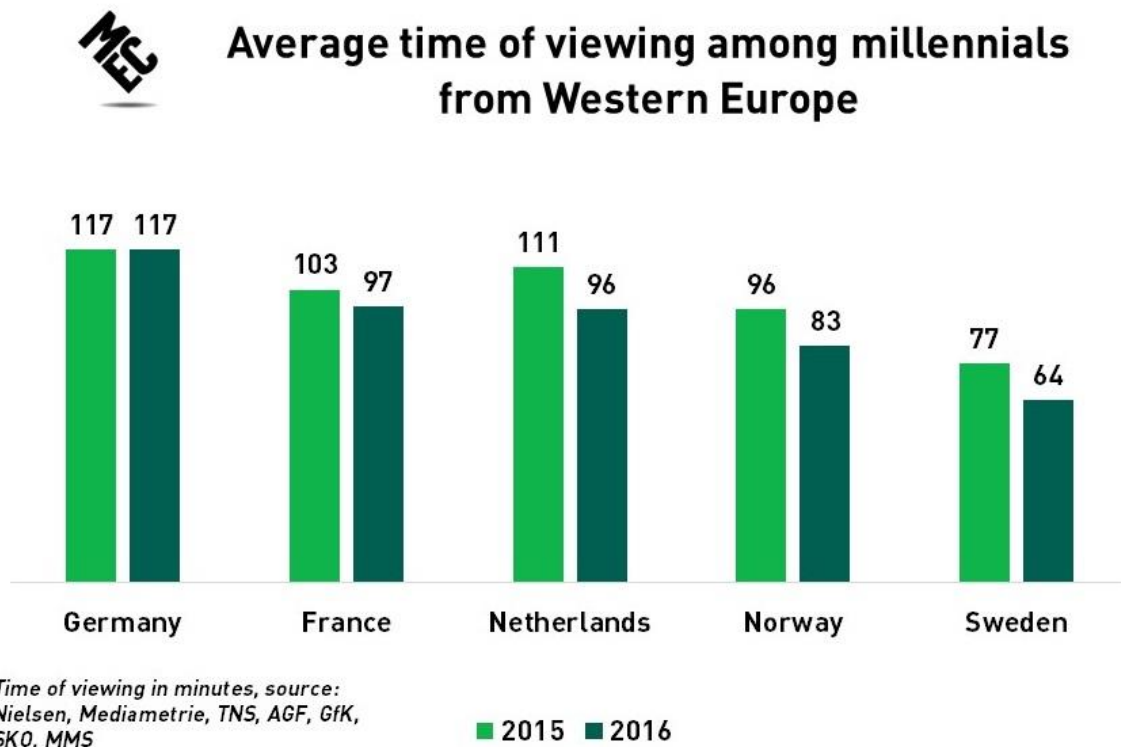


Data za Českou republiku vykazují 3% pokles průměrné denní sledovanosti a jde o pokles z celého regionu nejnižší. Generace Y v ČR tráví denním sledováním televize 101 minut (1 hodinu a 41 minut), což nás řadí do spodní části tabulky. Vyšší průměrnou sledovanost vykazuje Maďarsko, Polsko i Slovensko. Naopak Generace Y z Litvy tráví sledováním televize pouze 79 minut denně a méně než jeden člověk ze tří uvádí, že televizi zapíná každý den na alespoň 5 minut. V ostatních zemích regionu zapíná televizi na 5 minut každý den zhruba polovina lidí z Generace Y.

Placený videoobsah funguje, pokud je kvalitní

Pokles průměrné denní sledovanosti mezi Litevci ve věku 13-29 let koresponduje se statistikami reportovanými např. skandinávskými trhy nebo Nizozemím, kde expanze služeb placeného videoobsahu v posledních letech oslabila tradiční televizi. Ve Švédsku klesla průměrná denní sledovanost u Generace Y o 17 % (na pouhých 64 minut denně), v Norsku a Nizozemí o 14 %. V těchto zemích tradiční televize čelí silné konkurenci ze strany služeb placeného videoobsahu, které nabízejí videoobsah vysoké kvality.

Pokles v popularitě tradiční televize není tak významný v těch zemích Západní Evropy, kde jsou služby placeného videoobsahu méně úspěšné. Francie a Německo jsou pod průměrem Západní Evropy v množství předplatitelů placeného videoobsahu mezi uživateli internetu (průměr se podle Digital TV Research pohybuje okolo 14 %). Zároveň v těchto zemích průměrná denní sledovanost u lidí Generace Y buď neklesá (v Německu), nebo klesla o 6% (ve Francii). Tento údaj je podobný s údajem např. na Slovensku. Obě země jsou na čele tabulky průměrné denní sledovanosti lidí Generace Y v Západní Evropě.



Mladí lidé tolik nevnímají bariéry vůči placenému videoobsahu

"Mladí lidé vždy trávili sledováním televize méně času. K obrazovkám se zpravidla vraceli poté, co založili rodinu. Zdá se, že služby placeného videoobsahu jsou zatím největším konkurentem, kterému kdy tradiční televize čelila. U mladé generace může dojít ke změně způsobu, jakým budou televizi sledovat. Mladí lidé zároveň nevnímají bariéry, které starší generace vůči placenému videoobsahu mohou mít", říká Anna Lubowska, regionální CEO v MEC.

Z průzkumu VideoTrack, který byl před několika měsíci realizován polskou pobočkou MEC, a který sleduje souvislosti a situace spojené se sledováním televize a videoobsahu, vyšlo najevo, že Generace Y je jedinou skupinou, pro kterou je placený videoobsah první volbou po příchodu ze školy či z práce nebo při domácích činnostech. Všechny ostatní skupiny při těchto činnostech preferovaly tradiční televizi.