

NIJE SVE U BROJKAMA

NEŠTO JE I U PAŽNJI

MediaOmnibus

5/5/2020

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



PRINT MEDIJI U DOBA KORONA VIRUSA

Podaci vredni pažnje

Doba Korona virusa stvorilo je neke nove navike u konzumaciji medija, i o tome ne treba više pričati. TV i digital su „porasli“ (mereno veličinom auditorijuma), dok su ostali prilično „izgubili“ (pre svega print i OOH).

Međutim, šta se zaista događa u sferi konzumacije print medija, koji su pretrpeli naznačajniji gubitak auditorijuma upravo zbog ograničenih mogućnosti kretanja, izmenjenih dnevnih rutina i navika? Da li gubitak dela auditorijuma (pre svega najstarije populacije i najvernijeg dela publike print medija), doneo jedan novi/stari kvalitet u konzumaciji ove kategorije medija, koji nam je dugo vremena „nedostajao“?

Čitanje sa pažnjom!

Podaci Print MediaOmnibus-a, dodatnog istraživanja medijskih navika čitalačkog auditorijuma, sprovedenog tokom Aprila meseca 2020. upravo potvrđuju naša očekivanja.

Print MediaOmnibus je realizovan u sklopu dnevnog merenja print i radijskog auditorijuma (Media CATI Omnibus), na nacionalno-reprezentativnom uzorku od 1212 čitalaca dnevne štampe i 846 pratilaca magazinskih izdanja i podaci nam govore sledeće:

PAŽNJA!

DNEVNI PRINT



Skoro 27% čitalaca dnevnih novina izjavljuje da u proseku provodi više vremena čitajući svoja dnevna izdanja nego ranije.



Gotovo polovina čitalačkog auditorijuma dnevnih novina procenjuje da sa većom pažnjom iščitava sadržaje dnevnih novina nego pre Korona Virusa.



Skoro 45% čitalaca dnevne štampe izjavljuje da prati čak i one sadržaje u dnevnoj štampi koje ranije nije imala običaj da čita.

MAGAZINI



Nešto više od ¼ čitalaca magazina ocenjuje da u proseku provodi više vremena uz svoje omiljene magazine nego pre Korona krize.



Nešto više od 1/3 redovnih čitalaca magazinskih izdanja ocenjuje da sa većom pažnjom prati sadržaj svog omiljenog magazina.



Nešto više od 35% ljubitelja magazina izjavljuje da u svom omiljenom magazinu prati i teme i sadržaje na koje ranije nije obraćala pažnju.

**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS

