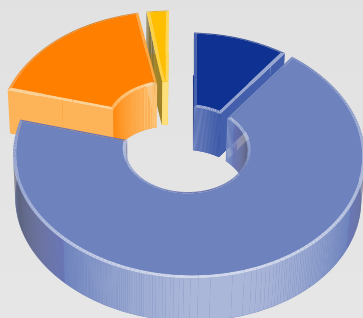
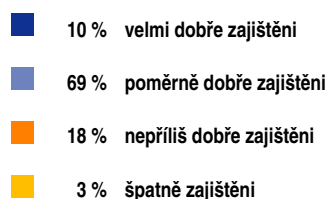
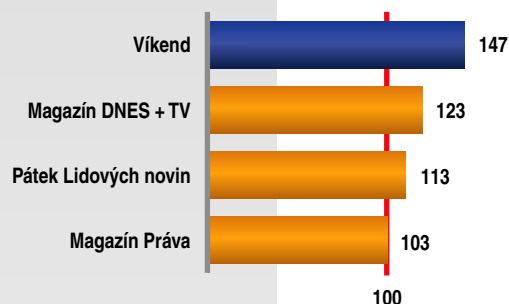


základní charakteristika čtenářů – komodita SPOTŘEBA

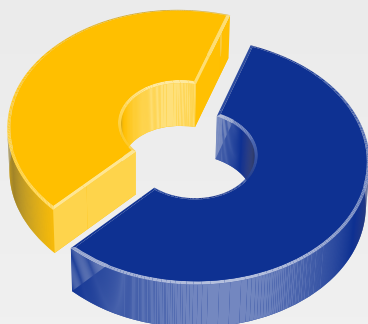
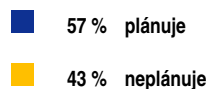
Tři čtvrtiny čtenářů Víkendu žijí v ekonomicky dobře zajištěných domácnostech



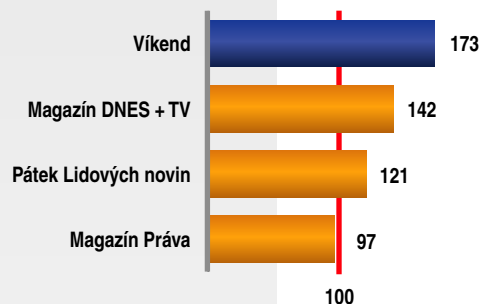
Víkend má mezi svými čtenáři nejvyšší podíl osob žijících v domácnostech s dobrým ekonomickým zázemím (index afinity*)



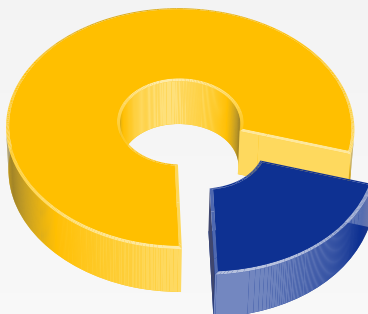
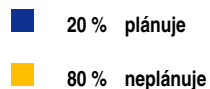
Více než polovina čtenářů Víkendu plánuje v tomto roce zahraniční dovolenou



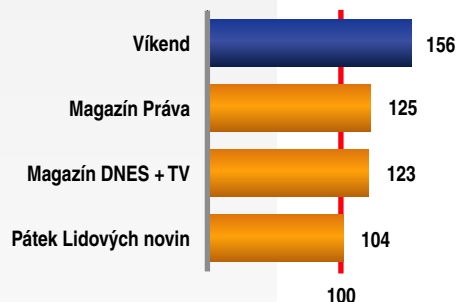
Víkend má mezi svými čtenáři nejvyšší podíl osob plánujících letos dovolenou v zahraničí (index afinity*)



20 % čtenářů Víkendu plánuje letos nákup techniky pro kutily a zahradní techniky



Víkend má mezi svými čtenáři nejvyšší podíl osob plánujících v tomto roce nákup techniky pro kutily a zahradní techniky (index afinity*)



Každý čtvrtý čtenář Víkendu plánuje letos nákup bílé techniky

- 25 % plánuje
- 75 % neplánuje



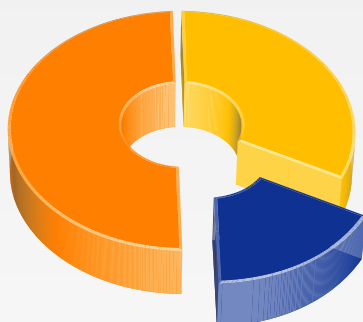
Třetina čtenářů Víkendu konzumuje minimálně 1x týdně destiláty (100 % = osoby starší 18-ti let)

- 28 % minimálně 1x týdně
- 53 % méně často
- 19 % nikdy

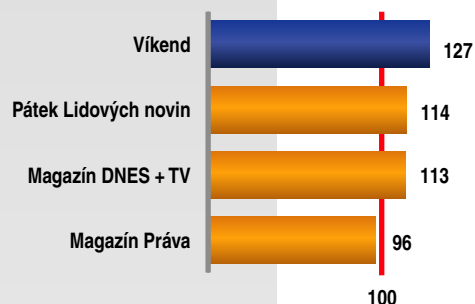


17 % čtenářů Víkendu nakupuje alespoň 1x za půl roku klenoty a hodinky

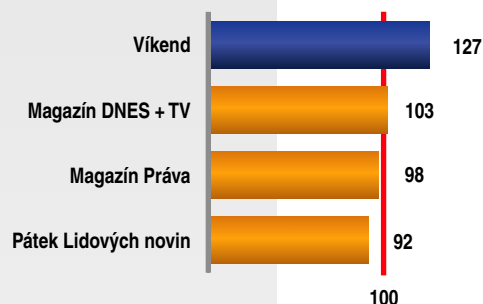
- 17 % minimálně 1x za půl roku
- 50 % méně často
- 33 % nenakupuje



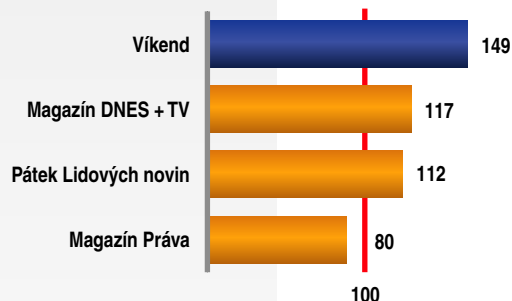
Víkend má mezi svými čtenáři nejvyšší podíl osob plánujících v tomto roce nákup bílé techniky (indexy afinity)



Víkend má mezi svými čtenáři nejvyšší podíl osob konzumujících minimálně 1x týdně destiláty (indexy afinity)



Víkend má mezi svými čtenáři nejvyšší podíl osob nakupujících minimálně 1x za půl roku klenoty a hodinky (index afinity*)



* Index afinity nad hodnotou 100 – nadprůměrné oslovení cílové skupiny v deníku vzhledem k populaci
Zdroj: Media Projekt, SKMO, Sdružení GfK - TN Sofres - STEM/MARK, výsledky za období 1. 1.–17. 12. 2002