Zrádci
ČT1, neděle 20:10, únor – březen 2020
Sledovanost a kvalitativní parametry
## Zrádci
### Sledovanost (15+)

<table>
<thead>
<tr>
<th>DÍL</th>
<th>EPIZODA</th>
<th>DATUM</th>
<th>RATING (TIS.)</th>
<th>SHARE (%)</th>
<th>REACH (TIS.)</th>
<th>SLEDOVANOST NA INTERNETU (7 dní po odvysílání), 4+, Zdroj: PEM-D</th>
<th>SPOKOJ.</th>
<th>ORIG.</th>
<th>ZAUJETÍ</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.</td>
<td>Vstup do prázdnoty</td>
<td>23.02.2020</td>
<td>1041</td>
<td>24,45</td>
<td>1545</td>
<td>45</td>
<td>7,5</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>2.</td>
<td>Hlavně ať se to nedozví máma</td>
<td>01.03.2020</td>
<td>866</td>
<td>19,88</td>
<td>1294</td>
<td>43</td>
<td>7,7</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td>Ze života pozůstalých</td>
<td>08.03.2020</td>
<td>771</td>
<td>17,71</td>
<td>1133</td>
<td>41</td>
<td>7,8</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>4.</td>
<td>Dovolenka v Polsku</td>
<td>15.03.2020</td>
<td>810</td>
<td>16,64</td>
<td>1144</td>
<td>43</td>
<td>8,0</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>5.</td>
<td>Den pravdy</td>
<td>22.03.2020</td>
<td>741</td>
<td>16,12</td>
<td>1065</td>
<td>40</td>
<td>8,1</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>6.</td>
<td>Všechno bude OK</td>
<td>29.03.2020</td>
<td>735</td>
<td>15,39</td>
<td>1022</td>
<td>42</td>
<td>7,8</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>CELKEM</strong></td>
<td></td>
<td><strong>827</strong></td>
<td><strong>18,23</strong></td>
<td><strong>2 668</strong></td>
<td><strong>42</strong></td>
<td><strong>7,8</strong></td>
<td><strong>61 %</strong></td>
<td><strong>64 %</strong></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Zdroj:** ATO – Nielsen Admosphere, živá v TV + TS0-3
Zrádci
zastoupení diváckých cílových skupin

Podíl na divácích (%)
Shrnutí

• Sledovanost 827 tisíc diváků 15+ a podíl na publiku 18,23 %

• Celkový zásah více než 2,6 milionu dospělých diváků.

• V publiku více zastoupeny muži, zejména pak diváci 45-59 let. Zřetelný nárůst sledovanosti s vyšší vzdělaností. Nadprůměrně vyhledáván diváky z měst nad 20 tis. obyvatel, nejvíce z oblastí Praha a Moravskoslezsko.

• Sledovanost na internetu (7 dní po odvysílání) průměrně 42 tisíc diváků 4+.

• Hodnocení spokojenosti – 7,8. Průměrné hodnocení originality (61 %) a zaujetí (64 %).

zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, živá v TV + TS0-3