



**PBC**

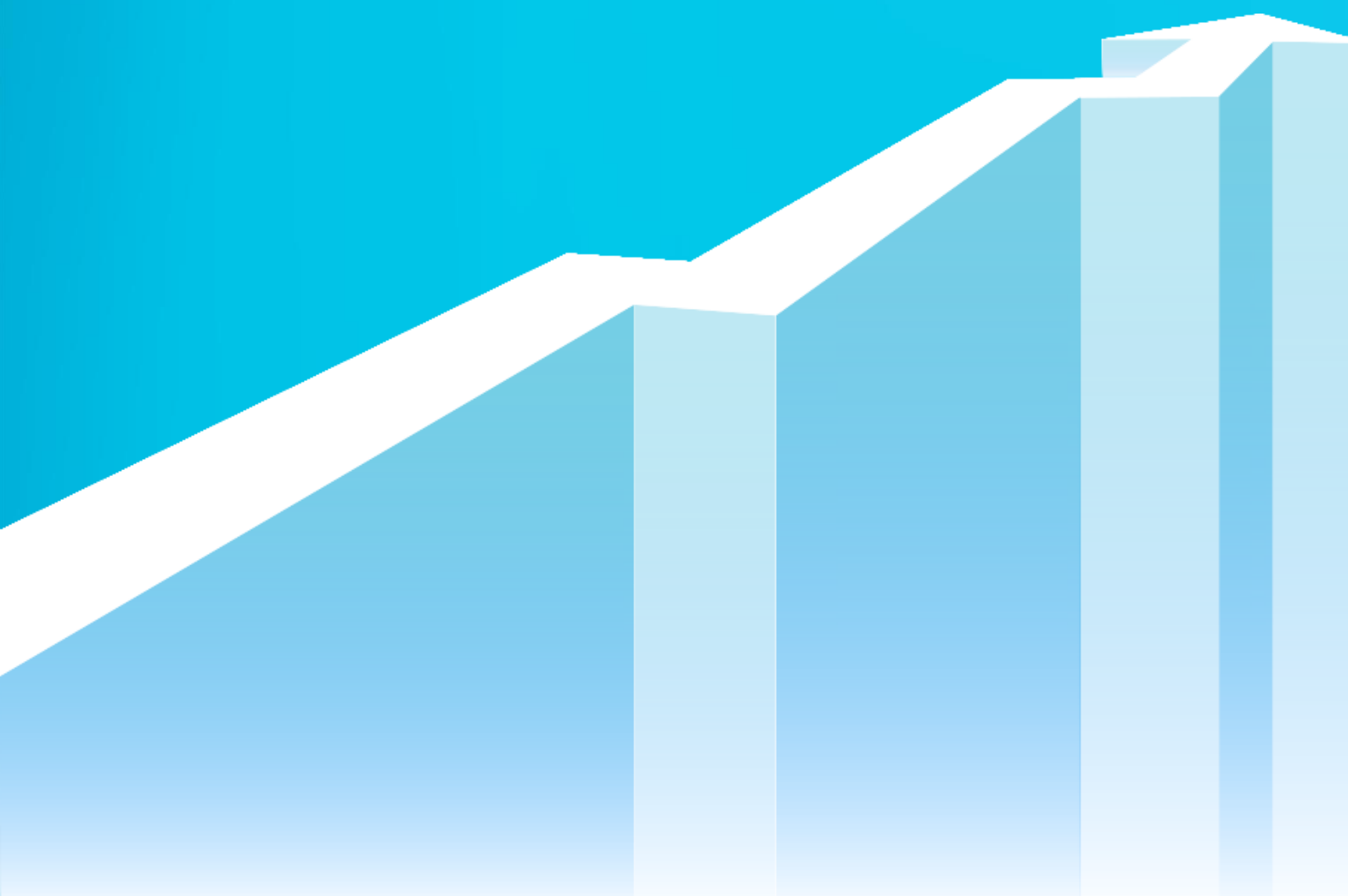
POLSKIE BADANIA CZYTELNICTWA



**NAKŁAD KONTROLOWANY**

# RAPORT

## WYDANIA CYFROWE CZASOPISM



## WYDANIA CYFROWE CZASOPISM I – IV 2020 rok

Najnowsze dane Polskich Badań Czytelnictwa pokazują, że w okresie styczeń – kwiecień 2020 roku sprzedano 591 tysięcy czasopism w wersji cyfrowej, w tym tygodników, dwutygodników, miesięczników i pism o rzadszej periodyczności. W porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku *sprzedaż e-wydań* wzrosła aż o **224 268** czyli o **ponad 60%**!

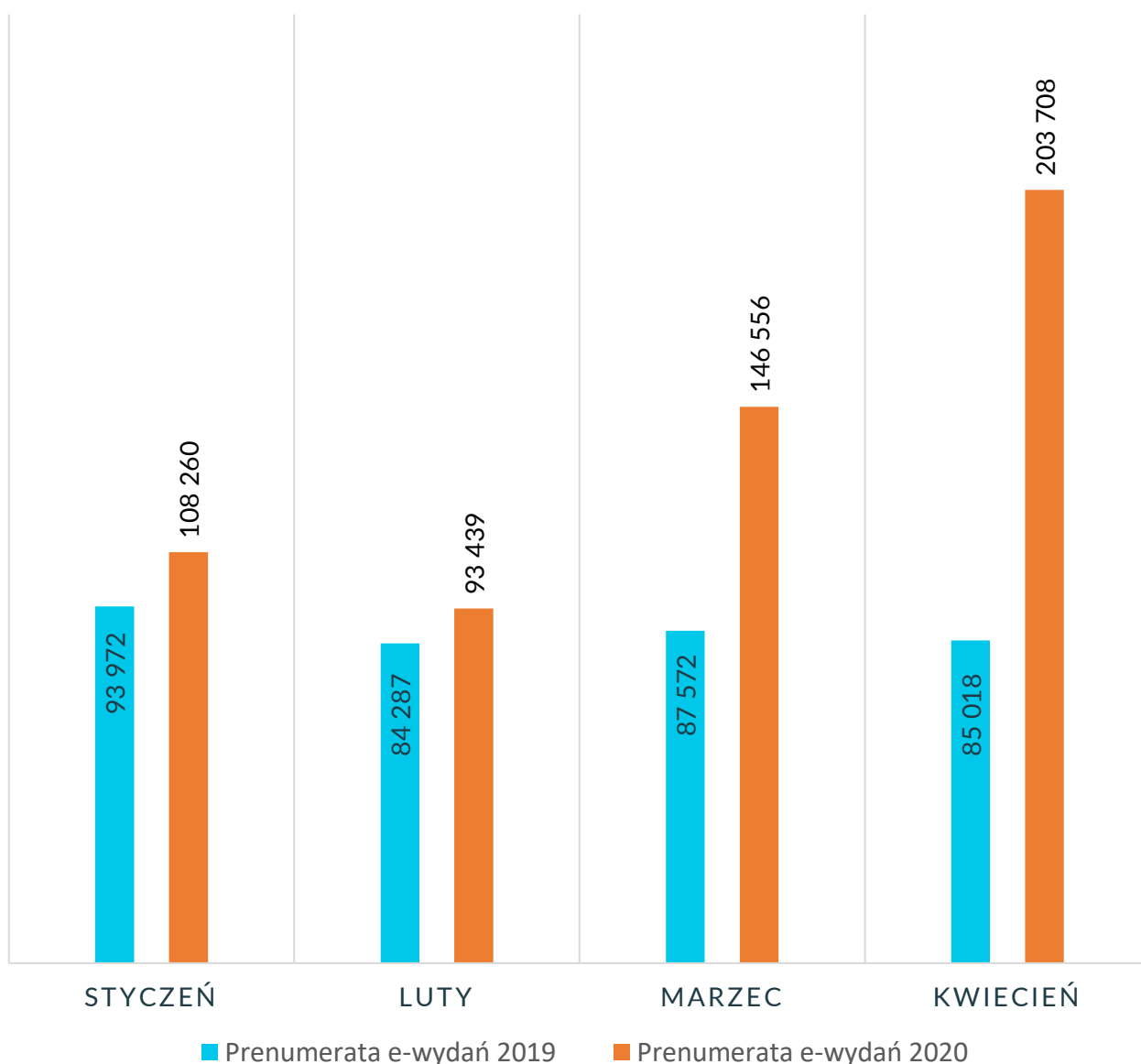
Miesiąc	Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań	Prenumerata e-wydań	Sprzedaż e-wydań
Styczeń 2020	5 147	108 260	113 407
Luty 2020	6 415	93 439	99 854
Marzec 2020	9 078	146 556	155 634
Kwiecień 2020	18 708	203 708	222 416
<b>Suma</b>	<b>39 348</b>	<b>551 963</b>	<b>591 311</b>

Miesiąc	Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań	Prenumerata e-wydań	Sprzedaż e-wydań
Styczeń 2019	3 867	93 972	97 839
Luty 2019	4 526	84 287	88 813
Marzec 2019	3 651	87 572	91 223
Kwiecień 2019	4 150	85 018	89 168
<b>Suma</b>	<b>16 194</b>	<b>350 849</b>	<b>367 043</b>

Suma prenumeraty e-wydań wzrosła o 57% (201 114 egzemplarzy),  
a podczas pandemii sprzedaż prenumeraty e-wydań wzrosła o 139%!

Prenumerata jest wyższa w każdym miesiącu 2020 roku w porównaniu z rokiem ubiegłym! Zakupienie prenumeraty oznacza, że czytelnik będzie otrzymywał cyklicznie każde wydanie czasopisma, więc zwiększa częstotliwość kontaktu z czytelnikiem, który staje się tym samym heavy userem prasy.

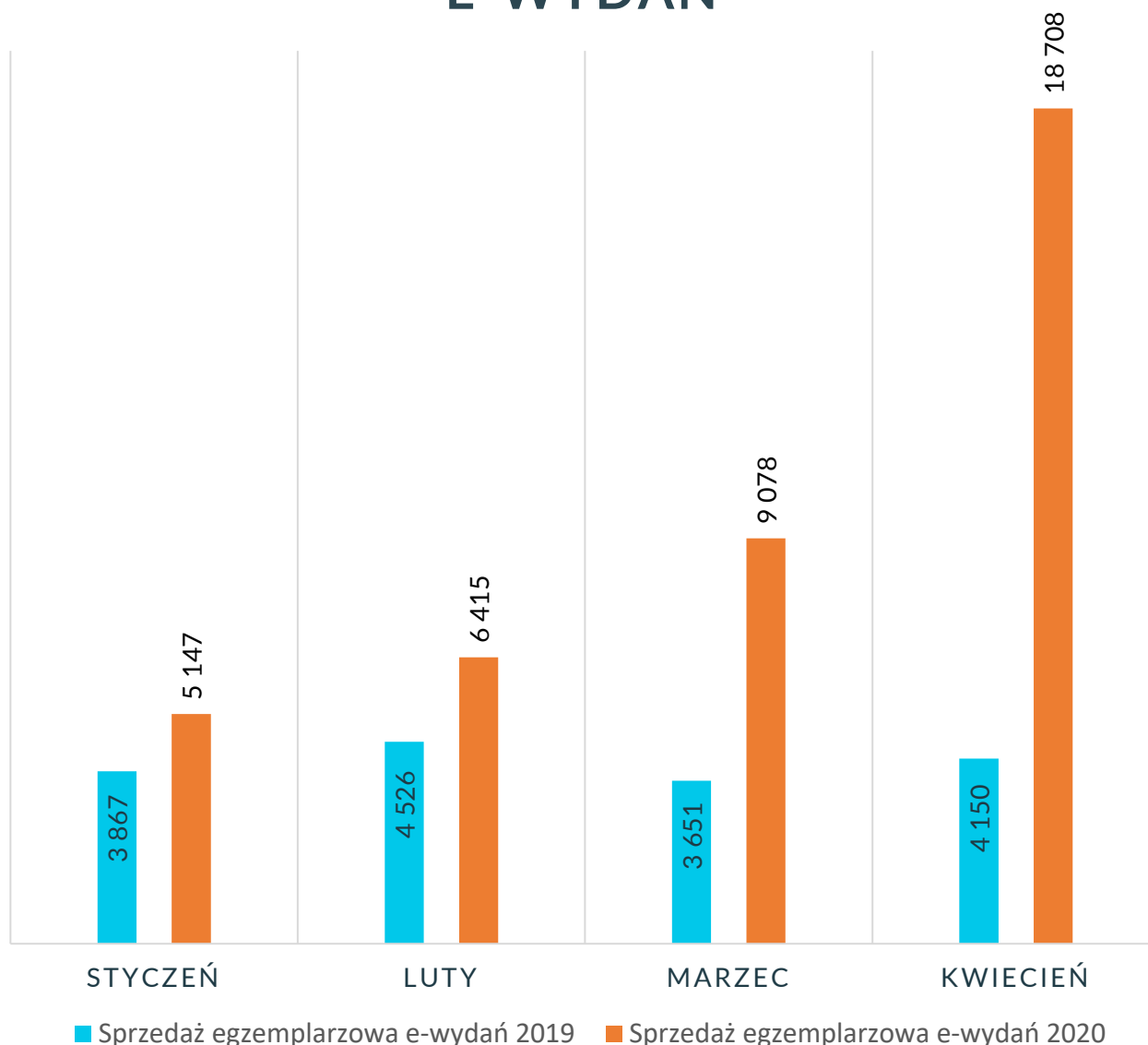
## PRENUMERATA E-WYDAŃ



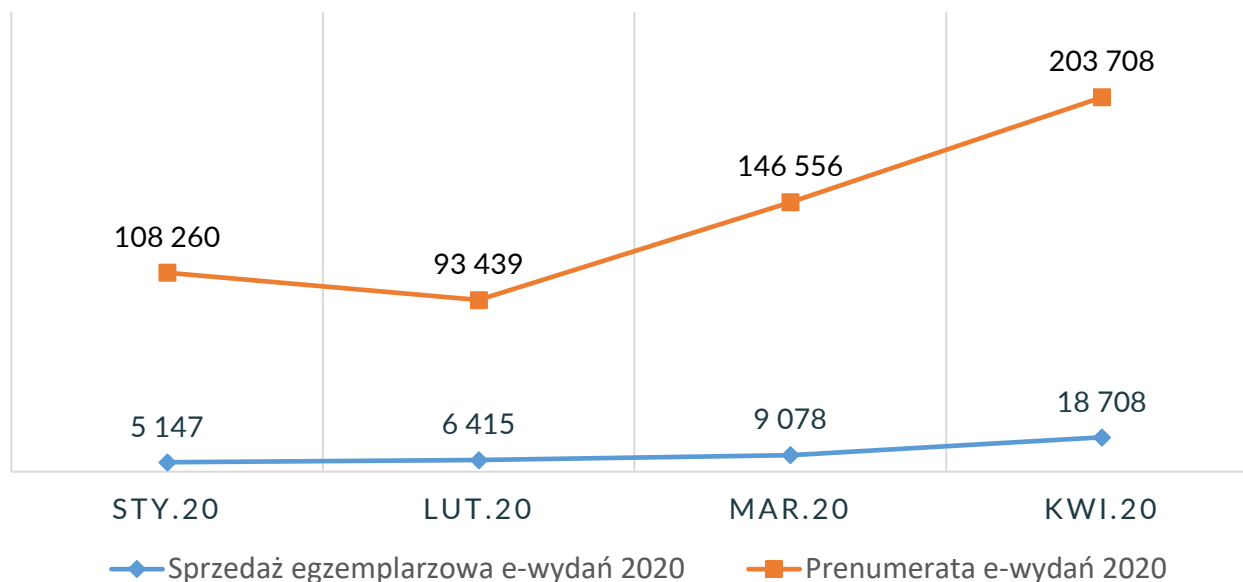
Wzrost dotyczy zarówno prenumeraty jak i sprzedaży egzemplarzowej w stosunku do okresu styczeń – kwiecień 2019 roku.

Suma sprzedaży egzemplarzowej e-wydań wzrosła o 143% (23 154 egzemplarzy)!  
Poniżej przedstawiamy porównanie poszczególnych miesięcy:

## SPRZEDAŻ EGZEMPLARZOWA E-WYDAŃ



## SPRZEDAŻ EGZEMPLARZOWA I PRENUMERATA E-WYDAŃ I-IV 2020



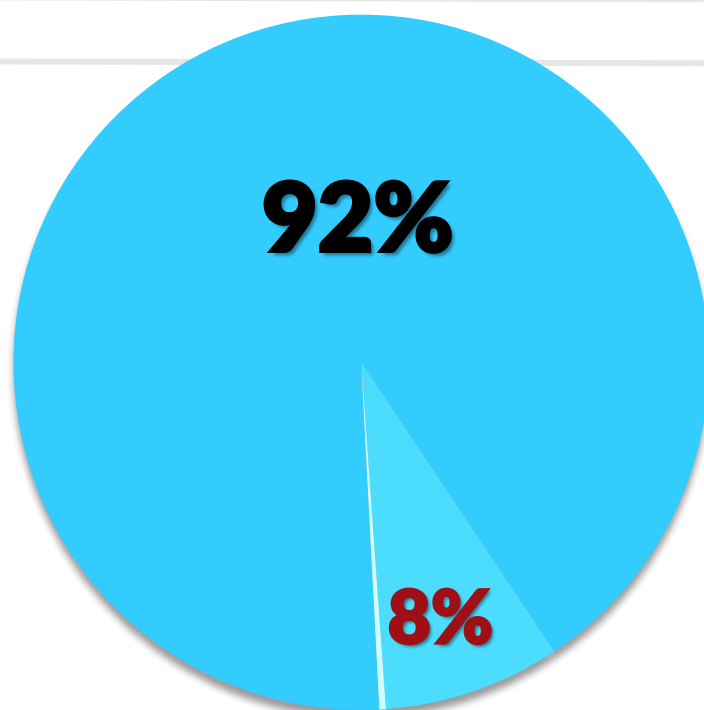
**P**atrząc na dane czasopism z bieżącego roku dla poszczególnych miesięcy, widoczny jest **znaczący wzrost zarówno sprzedaży egzemplarzowej, jak i prenumeraty wydań cyfrowych w marcu, a następnie dalszy skokowy wzrost w kwietniu**. Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań wzrosła w marcu o 76% w stosunku do stycznia, następnie w kwietniu nastąpił kolejny wzrost o 106%. Ostatecznie porównując dane kwiecień-styczeń można mówić o prawie **trzykrotnym wzroście sprzedaży egzemplarzowej e-wydań (o 263%)!** Z kolei prenumerata e-wydań wzrosła w marcu o 35% w stosunku do stycznia, po czym w kwietniu nastąpił kolejny wzrost o 39%. Ostatecznie porównując dane kwiecień-styczeń **dla prenumeraty e-wydań widoczny jest wzrost o 88%!**

Można więc z pewnością mówić o rosnącym zainteresowaniu czytelników cyfrowymi formami czasopism. Jest to wyraźna tendencja wzrostowa w porównaniu z zeszłym rokiem. Jednocześnie obserwowane są skokowe przyrosty danych w tym zakresie w marcu i kwietniu bieżącego roku, a więc w pierwszych miesiącach pandemii. Wzrosty te pokazują, że czytelnicy chętnie sięgają po te wygodne i łatwo dostępne formy wydań czasopism, zarówno w formie zakupu pojedynczych egzemplarzy, jak i zamawiania ulubionych periodyków na dłuższe okresy.

Tygodniki cieszą się zdecydowanie największą popularnością jeżeli chodzi o sprzedaż e-wydań w 2020 roku, stanowiąc aż 92% wszystkich czasopism sprzedanych w tej formie! Na drugim miejscu znajdują się miesięczniki, a na trzecim pozostałe czasopisma.



## SPRZEDAŻ E-WYDAŃ I-IV 2020



■ tygodniki

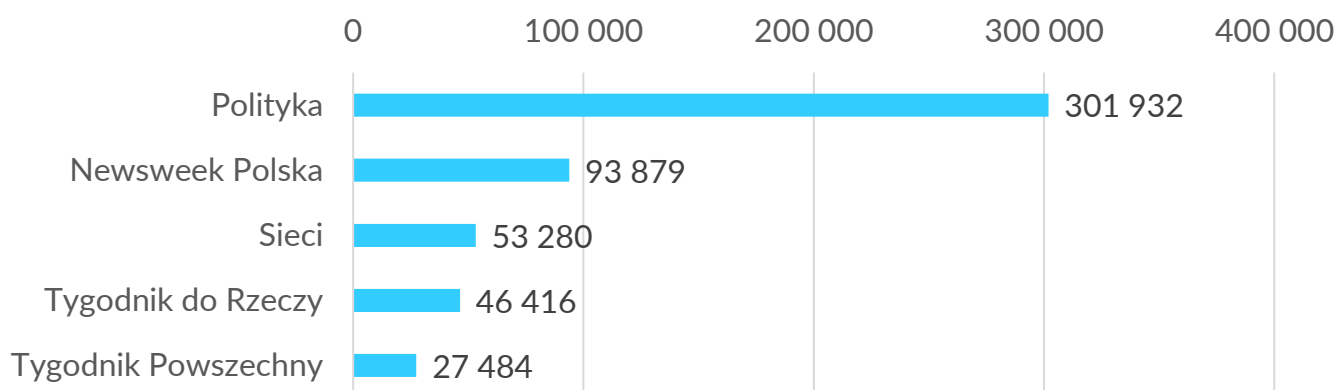
■ miesięczniki

■ pozostałe czasopisma

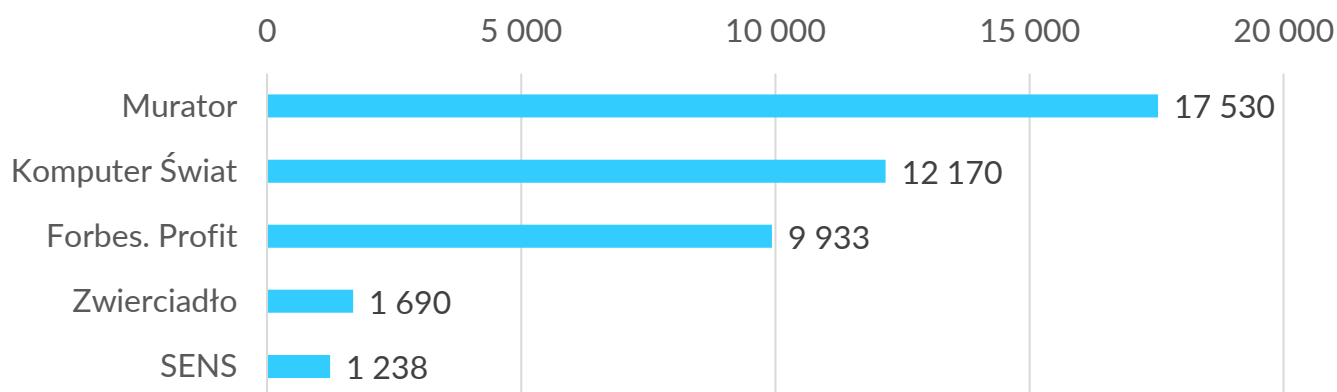
## Sprzedaż e-wydań I - IV 2020

Poniżej znajduje się zestawienie 5 tygodników płatnych „niebranżowych” oraz 5 miesięczników płatnych „niebranżowych” o najwyższej sprzedaży e-wydań:

### TYGODNIKI



### MIESIĘCZNIKI

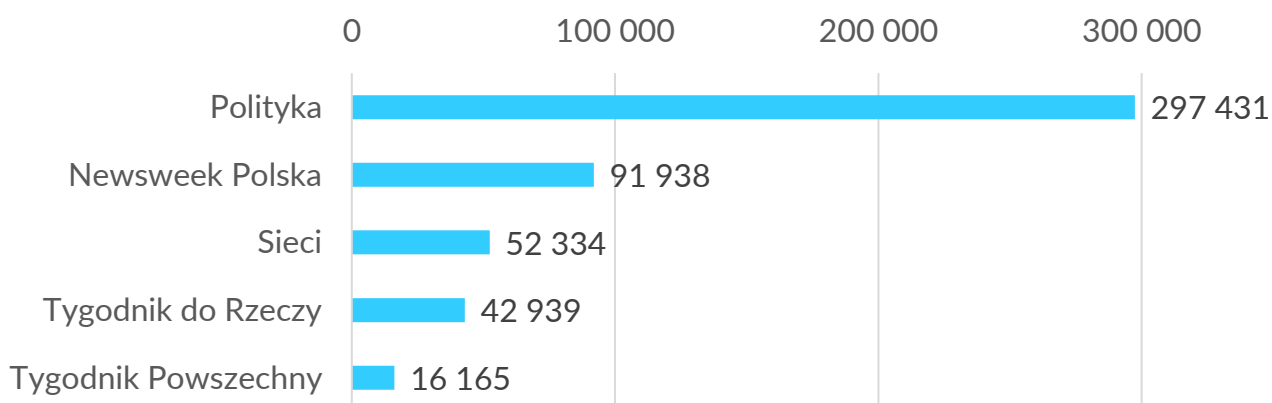


Wśród ogółu sprzedanych egzemplarzy wydań cyfrowych, 93% stanowi prenumerata. Zarówno w przypadku wydań cyfrowych czasopism jak i dzienników (patrz: [raport czerwiec 2020 – rozpowszechnianie dzienników](#)) czytelnicy chętniej wybierają regularny dostęp do treści niż zakup pojedynczych wydań.

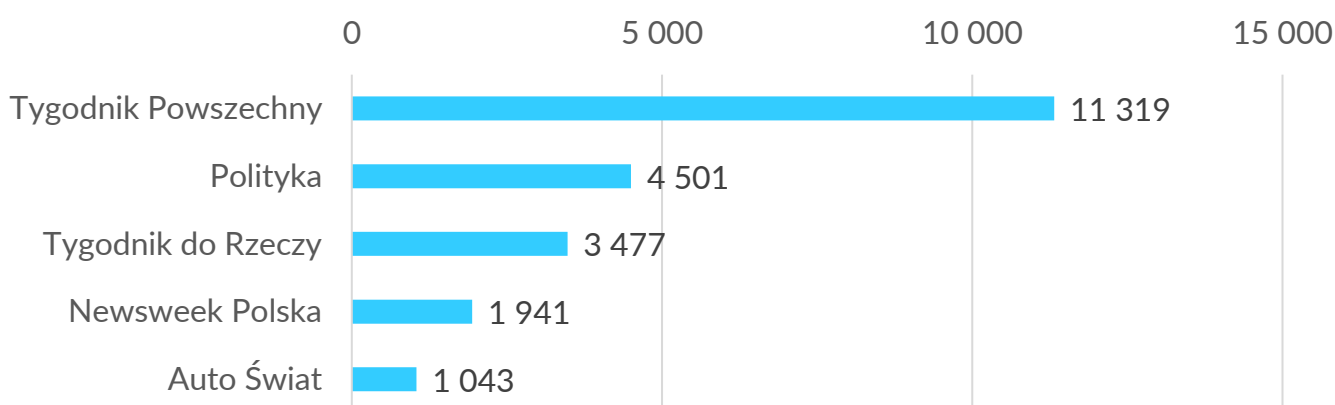
Poniżej znajduje się zestawienie tygodników z podziałem na sprzedaż prenumeraty i pojedynczych egzemplarzy. Tak układają się zestawienia tygodników płatnych „niebranżowych” odrębnie dla najwyższej sprzedaży egzemplarzowej oraz najwyższej prenumeraty e-wydań:

## TYGODNIKI

### PRENUMERATA E-WYDAŃ



### SPRZEDAŻ EGEMPLARZOWA E-WYDAŃ

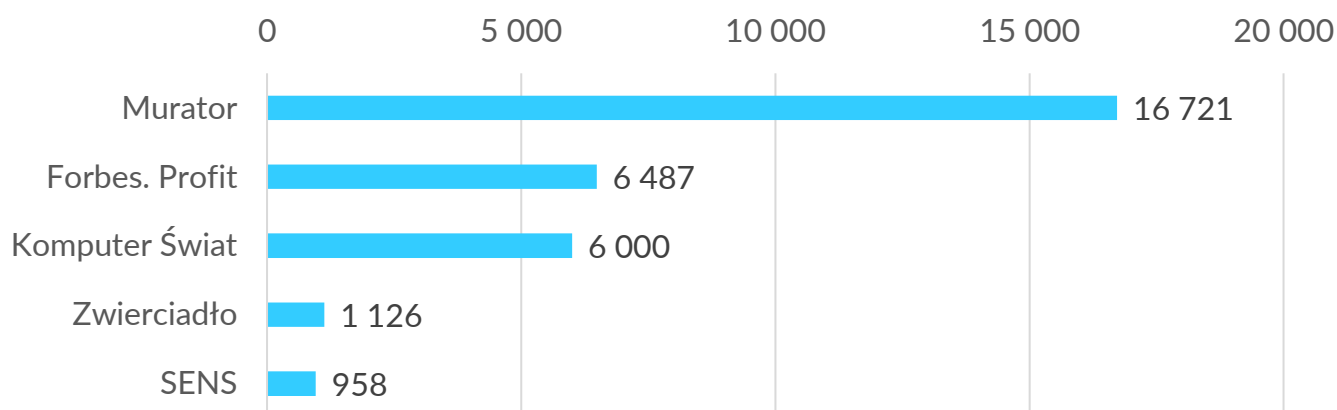




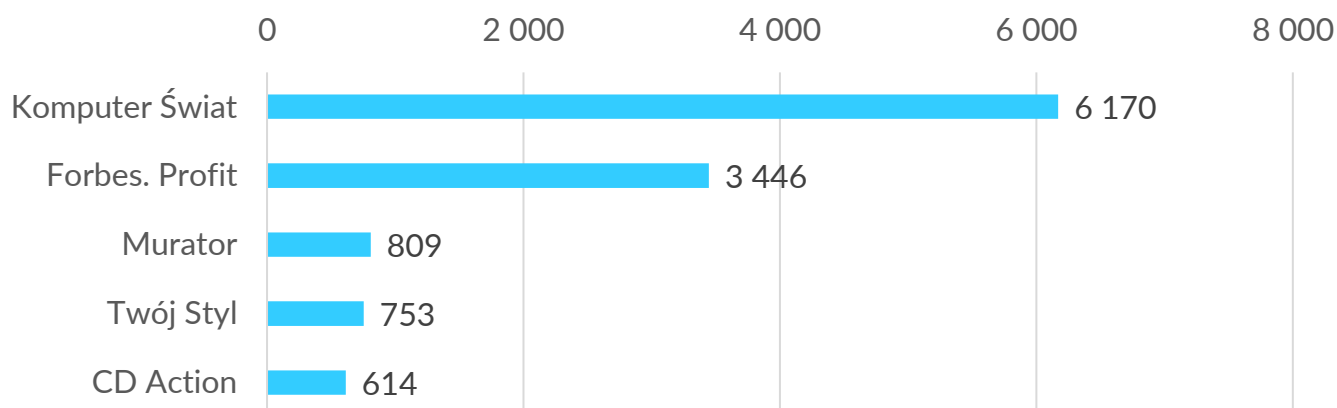
**Dla miesięczników płatnych „niebranżowych” zestawienie według najwyższych wielkości poszczególnych formy sprzedaży e-wydań wyglądają następująco:**

## MIESIĘCZNIKI

### PRENUMERATA E-WYDAŃ



### SPRZEDAŻ EGZEMPLARZOWA E-WYDAŃ



**Z** zaobserwowano znaczące wzrosty sprzedaży e-wydań czasopism. Ponadto warto zwrócić uwagę na dwie inne kwestie wyłaniające się z wyżej przytoczonych danych. Po pierwsze są to **znaczące różnice w popularności e-wydań w zależności od periodyczności** pisma – tygodniki cieszą się pod tym względem ogromną popularnością (niemal 92% w ogólnej puli sprzedawanych czasopism), przewyższając tym samym inne czasopisma. Po drugie ciekawym elementem jest także **różnica w rankingach pism tych samych periodyczności**. W zależności od tego, czy w analizie uwzględnione są prenumeraty czy sprzedaż egzemplarzowa rankingi, zarówno tygodników, jak i miesięczników wyglądają inaczej, chociaż pozornie mogłoby się wydawać, że jeżeli pismo cieszy się dużą popularnością w kategorii prenumeraty, to powinno tak też być przy sprzedaży egzemplarzowej.

Te dwie kwestie mogą wskazywać na to, że czytelnicy wybierają chętniej prenumeraty w przypadku **pism, które dostarczają świeże, bieżące informacje** (stąd taka popularność np. tygodników opinii) oraz w przypadku tytułów prasowych, które **dotyczą określonej tematyki**, których czytelnik nie znalazłby w innych źródłach (stąd wysoka sprzedaż prenumerat miesięczników specjalistycznych).

Wysoka sprzedaż egzemplarzowa może natomiast świadczyć o tym, że konkretny tytuł prasowy zawierał **wyjątkowo ciekawe treści**, stąd czytelnicy zdecydowali się na zakup danego numeru, ale już nie na wykupienie stałego dostępu w formie prenumeraty. Jest to z pewnością inna grupa czytelników – podejmująca decyzje zakupowe z uwzględnieniem konkretnych treści, a nie tematyki czy charakteru danego pisma. Dlatego tak istotne jest odrębne spojrzenie na kategorie prenumeraty i sprzedaży egzemplarzowej – nie są to tylko teoretyczne podziały tytułów prasowych, ale także praktyczne informacje dla wydawców i reklamodawców na temat specyfiki pism i ich czytelników.



## PROGRAM TELESKOP

W OPROGRAMOWANIU TELESKOP  
ZAMIESZCZAMY DANE NA TEMAT  
NAKŁADU I ROZPOWSZECHNIANIA  
AUDYTOWANYCH PISM.

OPUBLIKOWALIŚMY TAKŻE  
MATERIAŁ NA TEMAT TEGO, JAK  
WYDAWCY PODCHODZĄ DO  
E-WYDAŃ W DOBIE  
KORONAWIRUSA.

## MATERIAŁ E-WYDANIA

## STRONA PBC

NA STRONIE WWW POLSKICH  
BADAŃ CZYTELNICTWA ZNAJDUJE  
SIĘ SZEREG AKTUALNYCH DANYCH  
NA TEMAT CZYTELNICTWA PRASY.