



Raport medialny
POLSKA PIŁKA

wrzesień 2011

Spis treści

Wstęp.....	3
Komentarz	4
Dane historyczne	7
Medialność w regionach.....	11
Rozdział I – Dane miesięczne	12
Prasa + internet	12
Rozdział II – Ekstraklasa	16
Prasa	16
Ekwiwalent reklamowy	19
Internet	20
Rozdział III – I liga	21
Prasa	21
Ekwiwalent reklamowy	24
Internet	25
Rozdział IV – Gwiazdy i bramkarze	26
Prasa	26
Ekwiwalent reklamowy	28
Internet	30
Rozdział V – Podsumowanie	32
Prasa + internet	32

Wstęp

Na podstawie materiałów medialnych zebranych we wrześniu 2011 roku, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Analizie poddano kluby piłkarskie występujące w Ekstraklasie oraz I lidze. Ponadto w raporcie przedstawiono dane na temat jednego czołowego zawodnika z każdej z drużyn Ekstraklasy (piłkarze wybierani przez rzeczników prasowych każdego z zespołów). Zestawienia pokazują również medialne zainteresowanie polskimi bramkarzami, występującymi w zachodnioeuropejskich drużynach. Analizie poddano dziesięciu goalkeeperów: Artura Boruca, Łukasza Fabiańskiego, Tomasza Kuszczaka, Wojciecha Szczęsnego, Przemysława Tytonia, Grzegorza Sandomierskiego, Łukasza Załuskę, Marcina Cabaja, Wojciecha Kowalewskiego i Pawła Kieszka.

Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu 1100 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej i specjalistycznej oraz z 20 wybranych portali internetowych: www.sport.onet.pl, www.sport.wp.pl, www.sport.interia.pl, www.sportfan.pl, www.se.com.pl, www.efakt.pl, www.dziennik.pl, www.rp.pl, www.sport.pl, www.sports.pl, www.sport.tvp.pl, www.ekstraklasa.net, www.tvn24.pl, www.eurosport.pl, www.90minut.pl, www.pilkanozna.pl, www.sportowefakty.pl, www.futbol.pl, www.tylkopilka.pl oraz www.sport24.pl.

Raport składa się z następujących części:

- ▣ **Dane historyczne:** podsumowanie trzech najbardziej medialnych klubów piłkarskich z Ekstraklasy, I ligi, gwiazd Ekstraklasy oraz polskich bramkarzy występujących w ligach zagranicznych.
- ▣ **Medialność w regionach:** Mapa przedstawiająca sumę informacji prasowych na temat wszystkich klubów Ekstraklasy oraz I ligi w podziale na zasięg tytułów regionalnych.
- ▣ **Rozdział I – Dane miesięczne:** podsumowanie polskich klubów Ekstraklasy i I ligi oraz zestawienia prezentujące polskie gwiazdy i bramkarzy z lig europejskich. Publikacje zawarte w tym rozdziale pochodzą z analizy prasy i internetu. Przedstawiają statystyki z analizowanego miesiąca.
- ▣ **Rozdział II – Ekstraklasa:** rozdział ukazujący zestawienia ilościowe publikacji na temat zespołów występujących w Ekstraklasie. Analizie poddane zostały tytuły prasowe oraz wybrane portale internetowe. Wykresy prezentują najbardziej medialne kluby piłkarskie, najaktywniejsze województwa oraz najczęściej piszące o poszczególnych zespołach gazety i portale. W rozdziale tym można znaleźć również wycenę publikacji prasowych dla poszczególnych zespołów Ekstraklasy.
- ▣ **Rozdział III – I liga:** rozdział ukazujący zestawienia ilościowe publikacji na temat zespołów występujących w I lidze. Analizie poddane zostały tytuły prasowe oraz wybrane portale internetowe. Wykresy prezentują najbardziej medialne kluby piłkarskie i najaktywniejsze województwa. W rozdziale tym można znaleźć również wycenę publikacji prasowych dla poszczególnych zespołów I ligi.
- ▣ **Rozdział IV – Bramkarze:** rozdział ukazujący zestawienia ilościowe publikacji, w których występują nazwiska polskich bramkarzy grających w zachodnioeuropejskich klubach. Analizie poddane zostały tytuły prasowe oraz wybrane portale internetowe. Wykresy prezentują ilości publikacji na temat zawodników oraz wycenę materiałów prasowych.
- ▣ **Rozdział V – Podsumowanie:** graficzne zestawienie wybranych informacji prasowych i internetowych. Prezentacja bieżących wyników i danych z poprzednich miesięcy. Każdy kolejny raport będzie uzupełniany o aktualne wiadomości.

Komentarz

Wisła Kraków na czele

Po raz trzeci z rzędu krakowska Wisła okazała się najbardziej medialnym klubem w Polsce. Comiesięczny ranking zdominowany został przez drużyny krakowskie. Drugie miejsce zajęła Cracovia, która wyprzedziła reprezentującą Polskę na arenie międzynarodowej Legię Warszawa, a także Lecha Poznań i Śląsk Wrocław. O cieszącym się największym zainteresowaniem zespole, dziennikarze w ciągu trzydziestu dni września napisali 3,1 tys. tekstów, a więc około stu dziennie. To zdecydowanie więcej niż o reszcie stawki. Nazwa Cracovii wymieniana była w 2,7 tys. materiałów, a Legia w 2,6 tys.

Najmniej medialnymi klubami Ekstraklasy okazały się te łódzkie – ŁKS (1,0 tys.) oraz Widzew Łódź (1,2 tys.), przed którymi znalazło się Podbeskidzie Bielsko-Biała i GKS Bełchatów. We wrześniu znacząco zmniejszyła się względem sierpnia liczba publikacji na temat klubów ogółem. Jednakże w przypadku dwóch zespołów wystąpił trend wzrostowy. Mowa o Koronie Kielce oraz Podbeskidziu Bielsko-Biała. Dzięki temu Kielczanie awansowali do pierwszej dziesiątki zestawienia (z 11. na 9. miejsce), natomiast wspomniany beniaminek opuścił pozycję outsidera i usadowił się na lokacie 14.

Biorąc pod uwagę medialność klubów w przeciągu ostatniego roku w dalszym ciągu prowadzi Lech Poznań przed Wisłą Kraków i Legią Warszawa. Wynika to z faktu, że w okresie od lipca 2010 aż do maja 2011 poznaniacy w każdym miesiącu zajmowali pierwsze miejsce.

Ilość nie równa się jakość

Jeżeli chodzi o same publikacje prasowe to można podzielić je na te o zasięgu ogólnopolskim oraz regionalnym. Najczęściej do odbiorców w całym kraju docierały informacje na temat Legii Warszawa. Aż 40,8 proc. ze wszystkich tekstów w prasie stanowiły te wydrukowane w prasie ogólnopolskiej. Średnia w przypadku tego wskaźnika dla klubów Ekstraklasy wynosi 32,9 proc. Tylko warszawianie przekroczyli próg zarówno 40 jak i 35 proc. Drugie miejsce pod tym względem zajęło Podbeskidzie Bielsko-Biała (34,8 proc.). Najniższy odsetek publikacji ogólnopolskich zanotowała Jagiellonia Białystok – 28,1 proc.

Na pierwszych stronach gazet najczęściej występowała Wisła Kraków i Cracovia. Oba kluby odnotowały 59 tego typu publikacji. Jedyne o trzy mniej dotyczyło Lecha Poznań.

Reszta stawki znalazła się znacznie dalej. Legia we wrześniu na okładkach wystąpiła 46 razy, a Korona Kielce – 39.

Najwyższy ekwiwalent reklamowy publikacji zyskała warszawska Legia. Związane jest to w dużej mierze z wyraźnie najwyższym odsetkiem publikacji ogólnopolskich, których wartość przeważnie jest wyższa od tych pojawiających się w prasie regionalnej. Wartość przekazów prasowych o klubie z Łazienkowskiej wyniosła 19,8 mln zł. Jeżeli chodzi o media internetowe największą aktywność prezentowała Wisła Kraków.

Nowy lider w I lidze

Na zapleczu Ekstraklasy największe zainteresowanie budzi gdyńska Arka, która plasuje się w środkowych rejonach ligowej tabeli. Z kolei zajmująca drugie miejsce pod względem wyników sportowych Flota Świnoujście, w zestawieniu najbardziej medialnych klubów plasuje się dopiero na pozycji 10.

Pierwsze miejsce z poprzedniego miesiąca stracił Zawisza Bydgoszcz, który we wrześniu znalazł się tuż za plecami lidera. Rewelacyjny beniaminek przewodzący w tabeli I ligi wyprzedza w rankingu POLSKA PIŁKA Polonię Bytom, Piasta Gliwice oraz Wartę Poznań.

Dominacja napastników

Najbardziej medialną gwiazdą Ekstraklasy okazał się snajper Legii Warszawa – Danijel Ljuboja, który wyprzedził Tomasza Frankowskiego (Jagiellonia Białystok) i Arjoma Rudneva (Lech Poznań). Cała pierwsza trójka to napastnicy, co tylko potwierdza, że piłkarzom grającym na tej pozycji najłatwiej o status gwiazdy. W rankingu gwiazd badana jest obecność medialna jednego zawodnika z każdego zespołu. Piłkarze wybrani zostali przez rzeczników prasowych swoich klubów.

Kolejność czołówki nie zmieniła się w porównaniu do sierpnia. Natomiast na czwartym miejscu znalazł się pomocnik Korony Kielce – Aleksandar Vuković, zaledwie o kilka publikacji wyprzedzając Pawła Abbotta z Ruchu Chorzów.

Ekwiwalent reklamowy publikacji prasowych dotyczących Ljuboji wyniósł bagatela 7,4 mln złotych. Przy okazji drugiego, Tomasza Frankowskiego, kwota ta wyniosła 3,5 mln zł. Wartość promocyjna liczona w taki sposób w przypadku Rudneva to 2,7 mln zł.

Szczęśny niezagrożony na topie

Wśród polskich bramkarzy występujących w klubach zagranicznych przewodzi Wojciech Szczęśny. To już piąty miesiąc, w którym zawodnik Arsenalu Londyn pozostawił w tyle resztę konkurentów. Co ciekawe, pisało się o nim ponad dwukrotnie więcej aniżeli o drugim w zestawieniu Przemysławie Tytoniu. Golkiper PSV Eindhoven swoją medialność zawdzięcza w dużej mierze rywalizacji jego holenderskiego pracodawcy z Legią w tej samej grupie rozgrywek Ligi Europy.

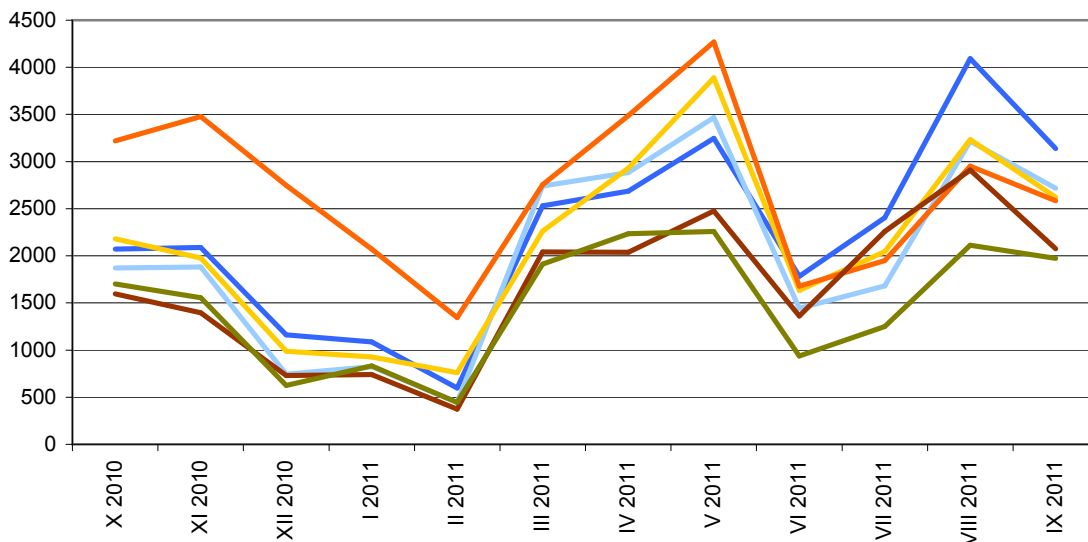
Na trzecim miejscu uplasował się Łukasz Fabiański, natomiast dopiero czwarty był Artur Boruc, który po raz ostatni (w kwietniu 2011) pokonał Szczęśnego. Istnieje grupa zawodników, o których po wyjeździe z Polski media praktycznie zapomniały. Wśród badanych bramkarzy zaliczyć do nich można Marcina Cabaja i Wojciecha Kowalewskiego. We wrześniu w prasie i poddanych badaniu serwisach internetowych wystąpili oni odpowiednio 17 i 8 razy.

Dane historyczne

Suma informacji z prasy i internetu na temat najbardziej medialnych klubów Ekstraklasy oraz I ligi, a także gwiazd Ekstraklasy i polskich bramkarzy występujących w zagranicznych klubach.

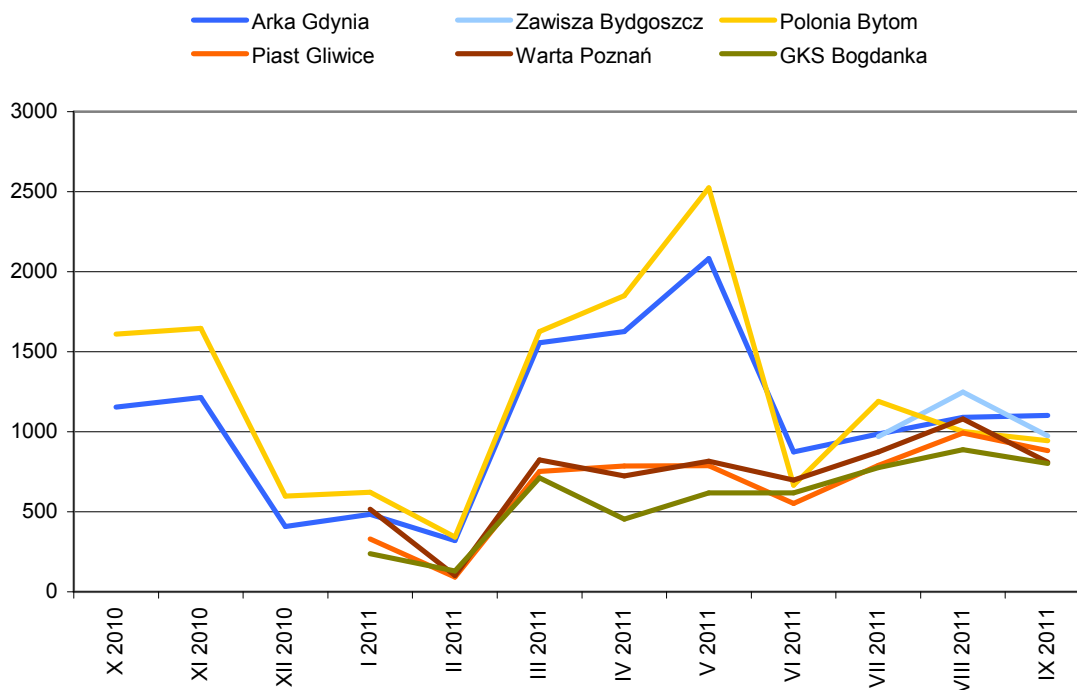
Ekstraklasa			
PRASA i INTERNET	Zwycięzca	II miejsce	III miejsce
IX 2011	Wisła Kraków	Cracovia	Legia Warszawa
VIII 2011	Wisła Kraków	Legia Warszawa	Cracovia
VII 2011	Wisła Kraków	Śląsk Wrocław	Legia Warszawa
VI 2011	Polonia Warszawa	Wisła Kraków	Lech Poznań
V 2011	Lech Poznań	Legia Warszawa	Cracovia
IV 2011	Lech Poznań	Legia Warszawa	Cracovia
III 2011	Lech Poznań	Cracovia	Polonia Warszawa
II 2011	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Legia Warszawa
I 2011	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Wisła Kraków
XII 2010	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Wisła Kraków
XI 2010	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Wisła Kraków
X 2010	Lech Poznań	Legia Warszawa	Wisła Kraków
IX 2010	Lech Poznań	Legia Warszawa	Wisła Kraków
VIII 2010	Lech Poznań	Wisła Kraków	Polonia Warszawa
VII 2010	Lech Poznań	Wisła Kraków	Polonia Warszawa
VI 2010	Polonia Warszawa	Górnik Zabrze	Wisła Kraków
V 2010	Wisła Kraków	Lech Poznań	Ruch Chorzów
IV 2010	Lech Poznań	Wisła Kraków	Legia Warszawa
III 2010	Wisła Kraków	Lech Poznań	Legia Warszawa

— Wisła Kraków — Cracovia — Legia Warszawa
— Lech Poznań — Śląsk Wrocław — Lechia Gdańsk



Wykres 1. Suma materiałów medialnych na temat sześciu klubów Ekstraklasy, które w analizowanym miesiącu zgromadziły najwięcej publikacji

I liga			
PRASA i INTERNET	Zwycięzca	II miejsce	III miejsce
IX 2011	Arka Gdynia	Zawisza Bydgoszcz	Polonia Bytom
VIII 2011	Zawisza Bydgoszcz	Arka Gdynia	Warta Poznań
VII 2011	Polonia Bytom	Arka Gdynia	Zawisza Bydgoszcz
VI 2011	Warta Poznań	Pogoń Szczecin	Podbeskidzie B.-Biała
V 2011	Pogoń Szczecin	Łódzki KS	Warta Poznań
IV 2011	Podbeskidzie B.-Biała	Pogoń Szczecin	Piast Gliwice
III 2011	Podbeskidzie B.-Biała	Pogoń Szczecin	Warta Poznań
II 2011	Łódzki KS	Pogoń Szczecin	GKS Bogdanka
I 2011	Pogoń Szczecin	Warta Poznań	Odra Wodzisław

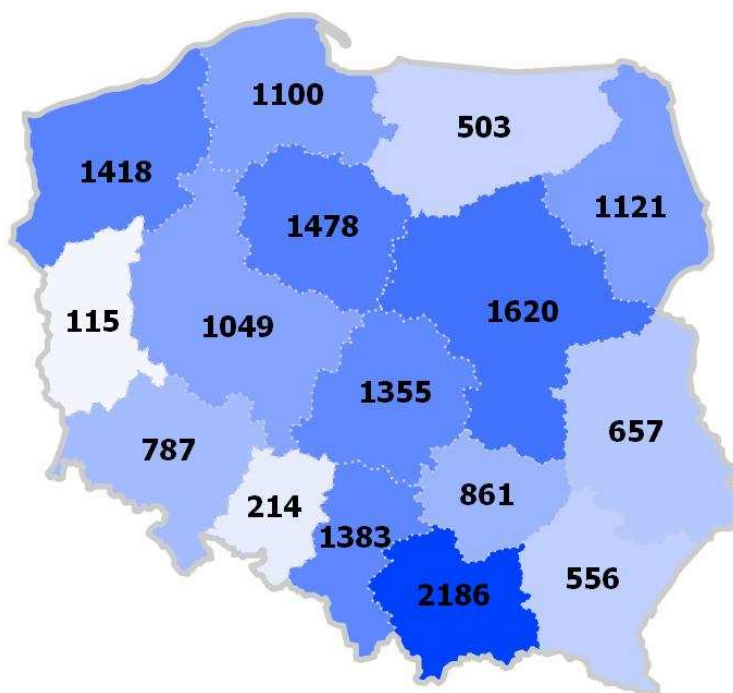


Wykres 2. Suma materiałów medialnych na temat sześciu klubów I ligi, które w analizowanym miesiącu zgromadziły najwięcej publikacji

Gwiazdy Ekstraklasy			
PRASA i INTERNET	Zwycięzca	II miejsce	III miejsce
IX 2011	Danijel Ljuboja	Tomasz Frankowski	Artjom Rudnev
VIII 2011	Danijel Ljuboja	Tomasz Frankowski	Artjom Rudnev
VII 2011	-	-	-
VI 2011	Artur Sobiech	Daniel Sikorski	Patryk Małecki
V 2011	Abdou Traore	Tomasz Frankowski	Saidi Ntibazonkiza
IV 2011	Abdou Traore	Patryk Małecki	Tomasz Frankowski
III 2011	Abdou Traore	Patryk Małecki	Tomasz Frankowski
II 2011	-	-	-
I 2011	-	-	-
XII 2010	Tomasz Frankowski	Maciej Sadlok	Marcin Robak
XI 2010	Maciej Sadlok	Marcin Żewłakow	Tomasz Frankowski
X 2010	Andrzej Niedzielan	Marcin Żewłakow	Euzebiusz Smolarek
IX 2010	Andrzej Niedzielan	Marcin Żewłakow	Tomasz Frankowski
VIII 2010	Marcin Żewłakow	Euzebiusz Smolarek	Maciej Sadlok
VII 2010	Artur Wichniarek	Maciej Żurawski	Euzebiusz Smolarek
VI 2010	Robert Lewandowski	Andraż Kirm	Dawid Nowak
V 2010	Robert Lewandowski	Dawid Nowak	Tomasz Frankowski
IV 2010	Robert Lewandowski	Maciej Iwański	Tomasz Frankowski
III 2010	Robert Lewandowski	Andrzej Niedzielan	Maciej Iwański

Bramkarze			
PRASA i INTERNET	Zwycięzca	II miejsce	III miejsce
IX 2011	Wojciech Szczęsny	Przemysław Tytoń	Łukasz Fabiański
VIII 2011	Wojciech Szczęsny	Grzegorz Sandomierski	Przemysław Tytoń
VII 2011	Wojciech Szczęsny	Tomasz Kuszczak	Artur Boruc
VI 2011	Wojciech Szczęsny	Jerzy Dudek	Artur Boruc
V 2011	Wojciech Szczęsny	Tomasz Kuszczak	Artur Boruc
IV 2011	Artur Boruc	Wojciech Szczęsny	Tomasz Kuszczak
III 2011	Wojciech Szczęsny	Artur Boruc	Łukasz Fabiański
II 2011	Wojciech Szczęsny	Artur Boruc	Łukasz Fabiański
I 2011	Wojciech Szczęsny	Łukasz Fabiański	Artur Boruc
XII 2010	Łukasz Fabiański	Wojciech Szczęsny	Jerzy Dudek
XI 2010	Artur Boruc	Łukasz Fabiański	Jerzy Dudek
X 2010	Artur Boruc	Łukasz Fabiański	Tomasz Kuszczak
IX 2010	Artur Boruc	Łukasz Fabiański	Tomasz Kuszczak
VIII 2010	Łukasz Fabiański	Artur Boruc	Wojciech Szczęsny
VII 2010	Artur Boruc	Łukasz Fabiański	Jerzy Dudek
VI 2010	Tomasz Kuszczak	Łukasz Fabiański	Jerzy Dudek
V 2010	Łukasz Fabiański	Tomasz Kuszczak	Jerzy Dudek
IV 2010	Jerzy Dudek	Łukasz Fabiański	Artur Boruc
III 2010	Tomasz Kuszczak	Artur Boruc	Łukasz Fabiański

Medialność w regionach



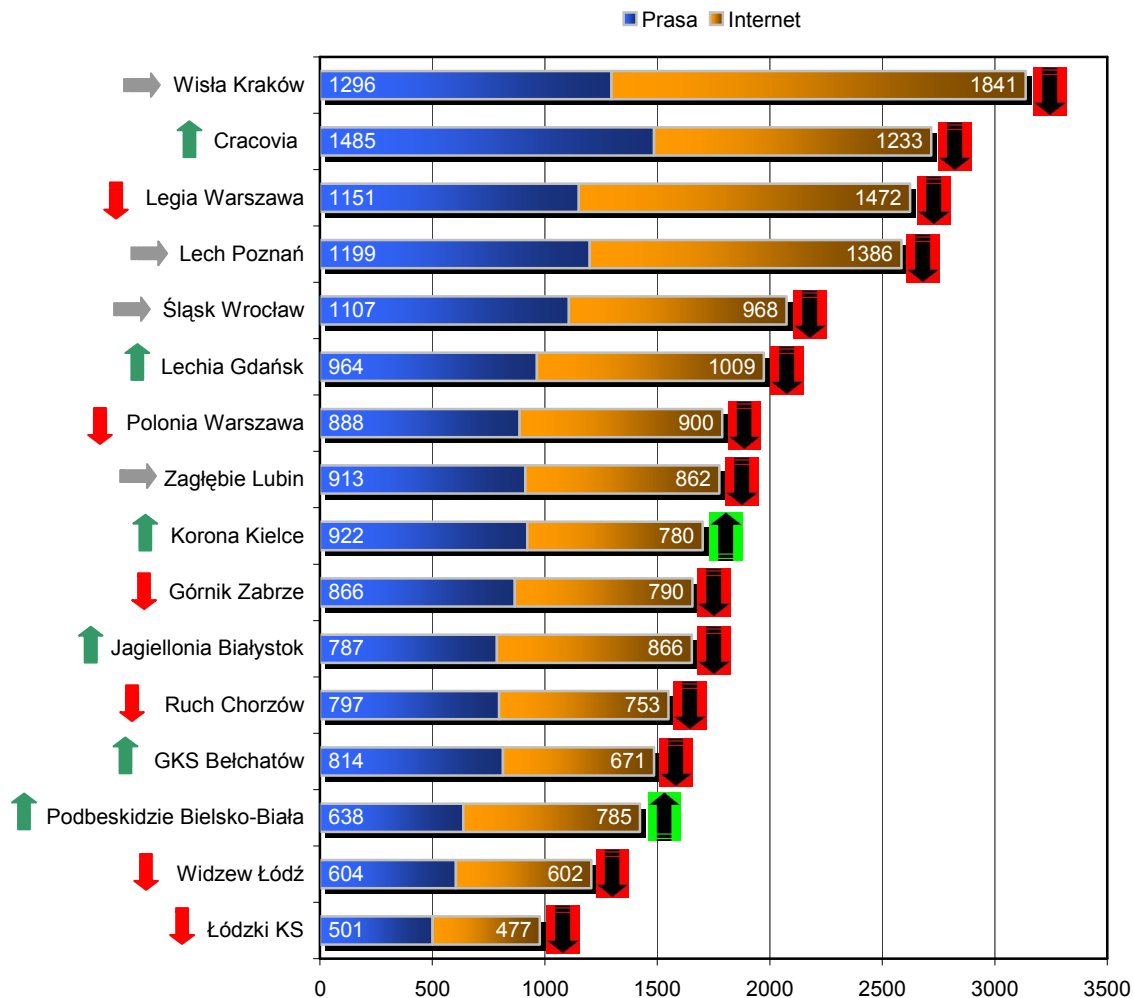
Wykres 3. Liczba informacji prasowych w podziale na zasięg tytułów regionalnych

Opis wykresu: Mapa prezentuje województwa, w których najczęściej pisano o klubach Ekstraklasy oraz I ligi. Powyższa analiza bierze pod uwagę wszystkie tytuły lokalne, wydawane w poszczególnych regionach Polski, w których pisano przynajmniej o jednym z szesnastu klubów Ekstraklasy lub osiemnastu klubów I ligi.

Medialne regiony			
PRASA REGIONALNA	Najwięcej informacji w województwie	II miejsce	III miejsce
IX 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Kujawsko-pomorskie
VIII 2011	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
VII 2011	Małopolskie	Łódzkie	Kujawsko-pomorskie
VI 2011	Małopolskie	Łódzkie	Zachodniopomorskie
V 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Śląskie
IV 2011	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
III 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Wielkopolskie
II 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Łódzkie
I 2011	Małopolskie	Śląskie	Wielkopolskie

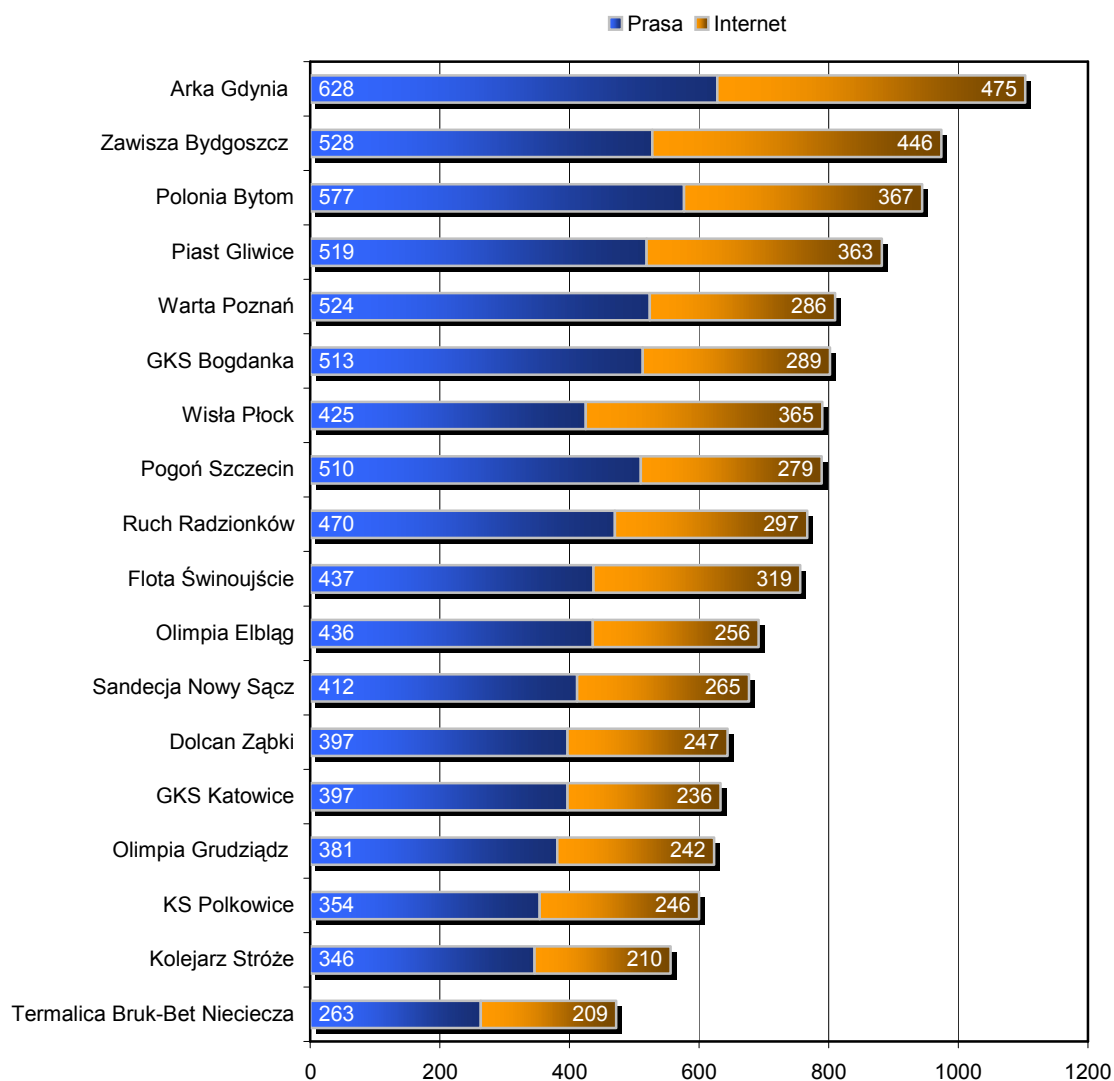
Rozdział I – Dane miesięczne

Prasa + internet

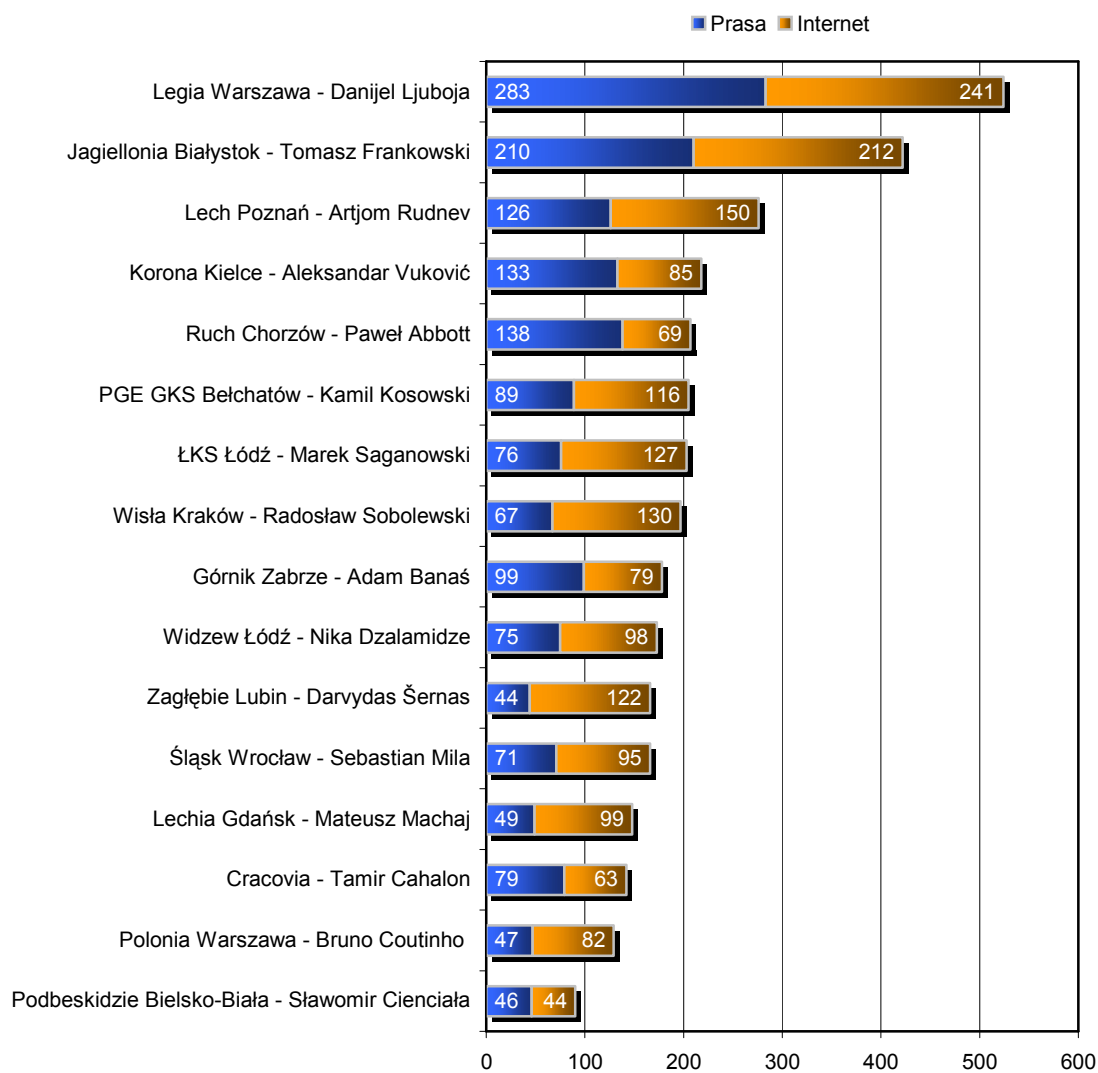


Wykres 4. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat klubów Ekstraklasy – wrzesień 2011

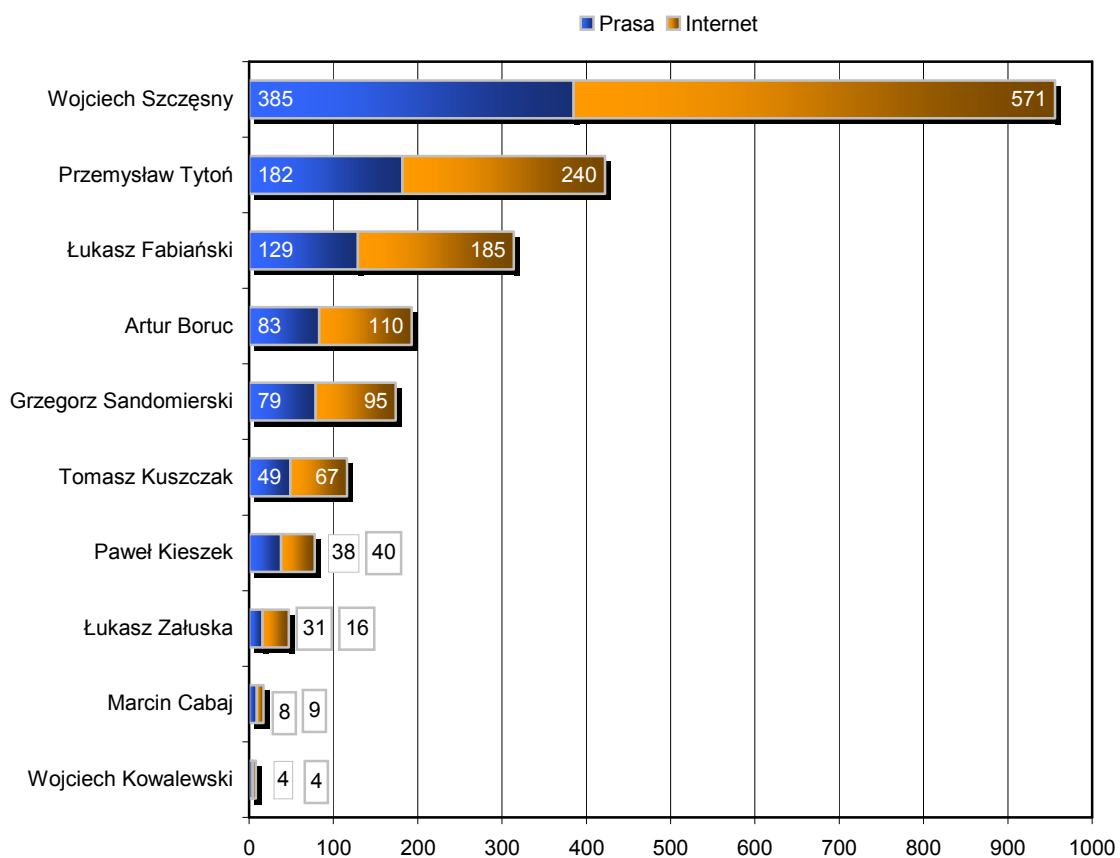
Opis wykresu: Strzałki umieszczone po lewej stronie wykresu, oznaczają zmianę miejsca w klasyfikacji zespołów Ekstraklasy. Jeżeli przy nazwie zespołu znajduje się zielona strzałka skierowana w górę, oznacza to, że w bieżącym raporcie zespół zajmuje wyższe miejsce niż w analizie z poprzedniego miesiąca. Czerwona strzałka skierowana w dół oznacza spadek, a szara strzałka to informacja, że zespół pozostaje na tej samej pozycji. Strzałki umiejscowione po prawej stronie wykresu, symbolizują spadek lub wzrost liczby publikacji medialnych na temat danego klubu, względem poprzedniego miesiąca.



Wykres 5. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat klubów I ligi – wrzesień 2011



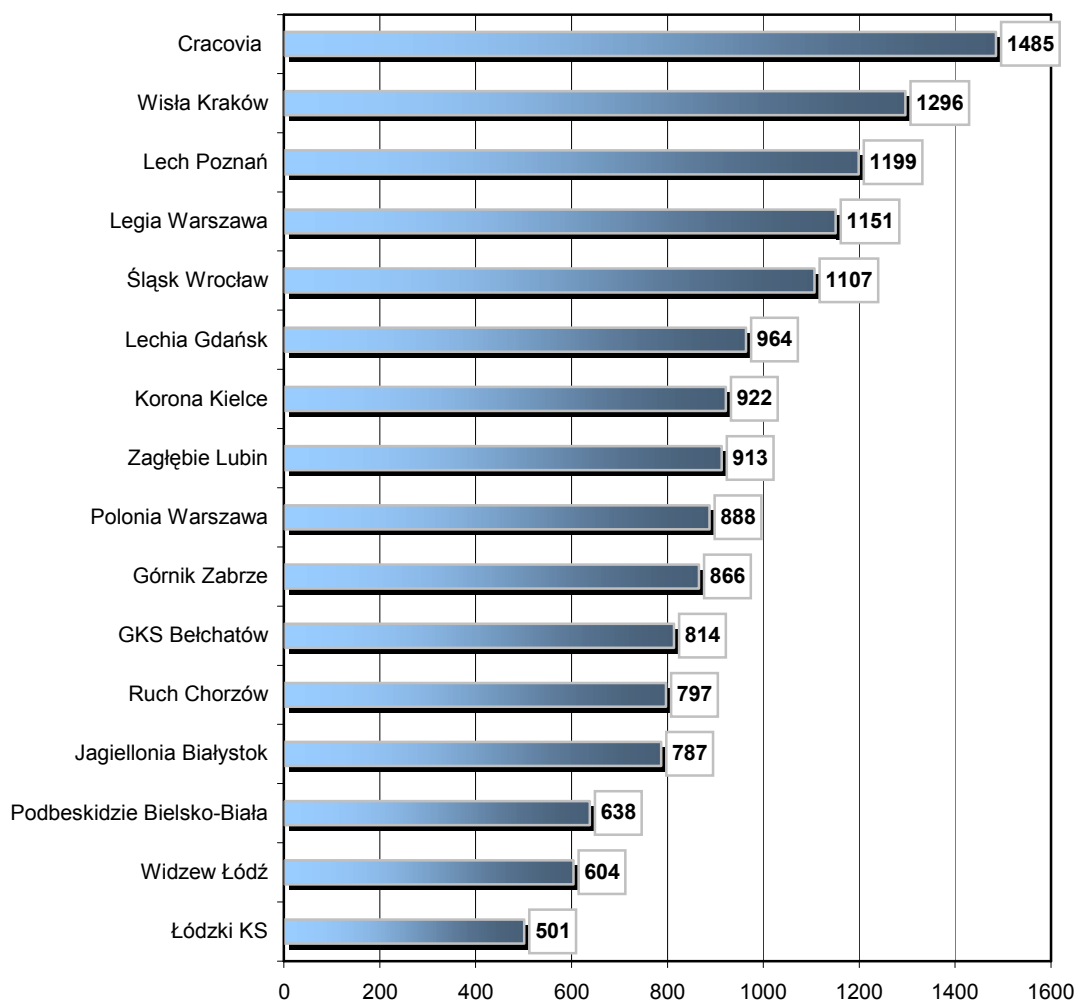
Wykres 6. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat gwiazd Ekstraklasy – wrzesień 2011



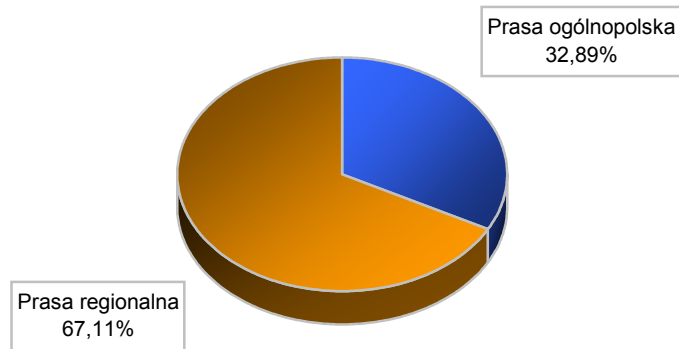
Wykres 7. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat polskich bramkarzy występujących w zachodnioeuropejskich klubach – wrzesień 2011

Rozdział II – Ekstraklasa

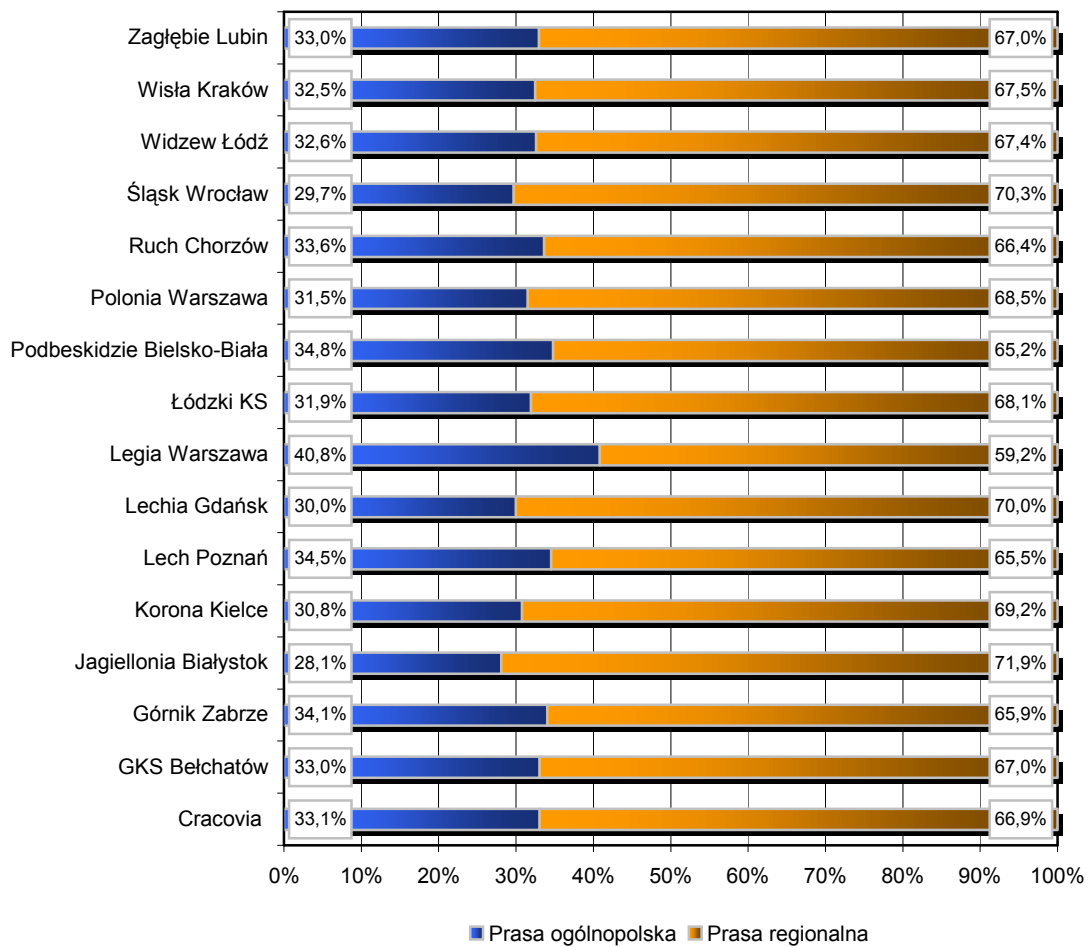
Prasa



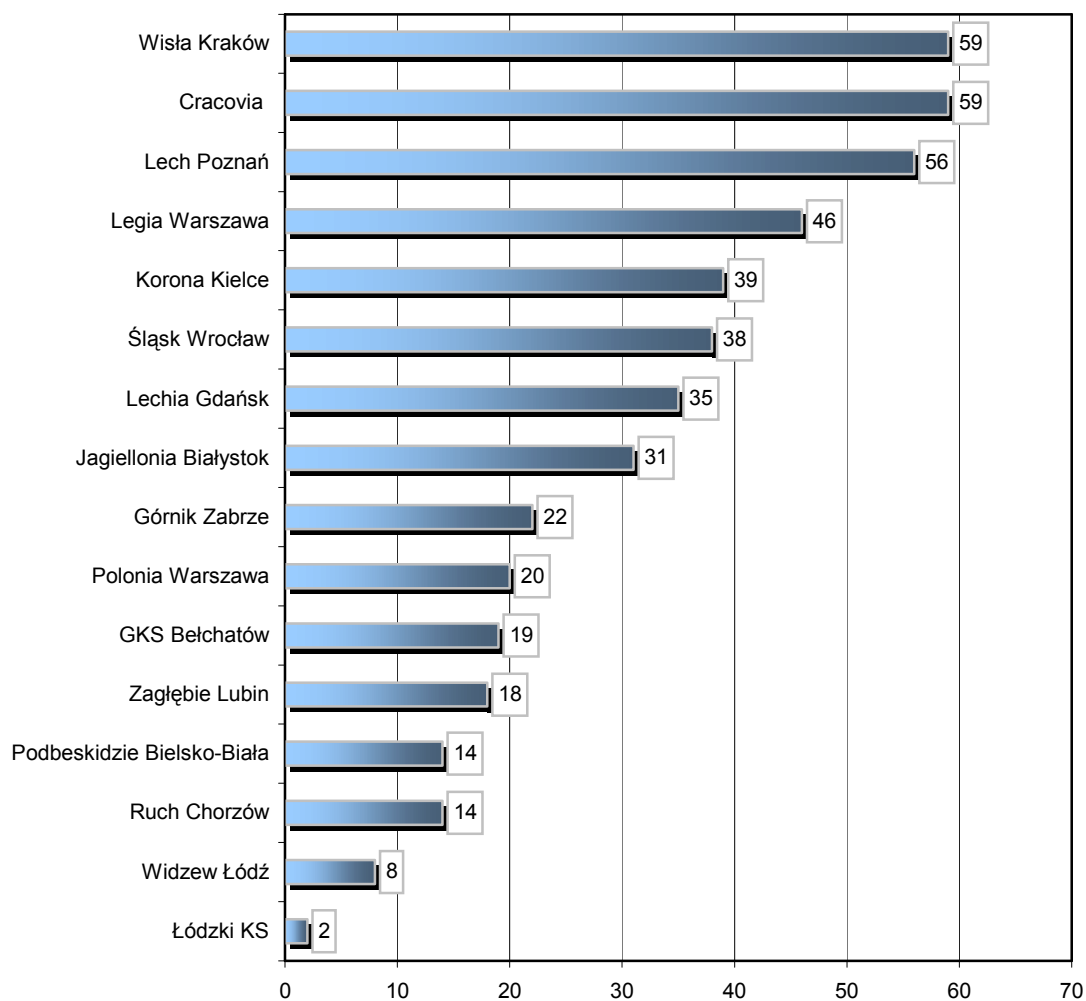
Wykres 8. Suma publikacji prasowych na temat klubów Ekstraklasy



Wykres 9. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów Ekstraklasy

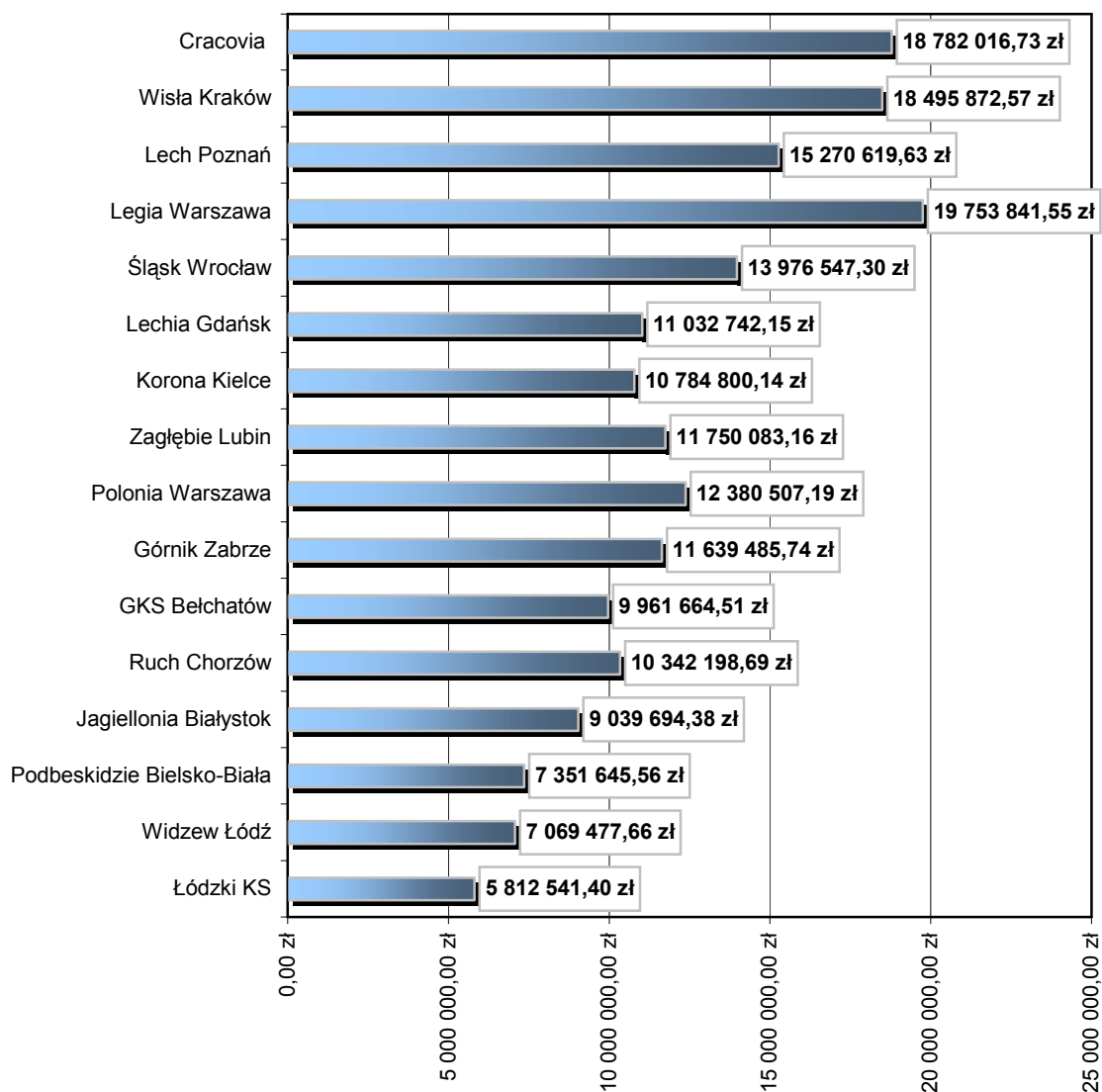


Wykres 10. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów Ekstraklasy, w podziale na konkretne zespoły

**Wykres 11. Liczba wystąpień na pierwszych stronach gazet**

Opis wykresu: Zestawienie pokazuje, ile razy informacje o konkretnym klubie Ekstraklasy, znalazły się na pierwszej stronie w tytule prasowym.

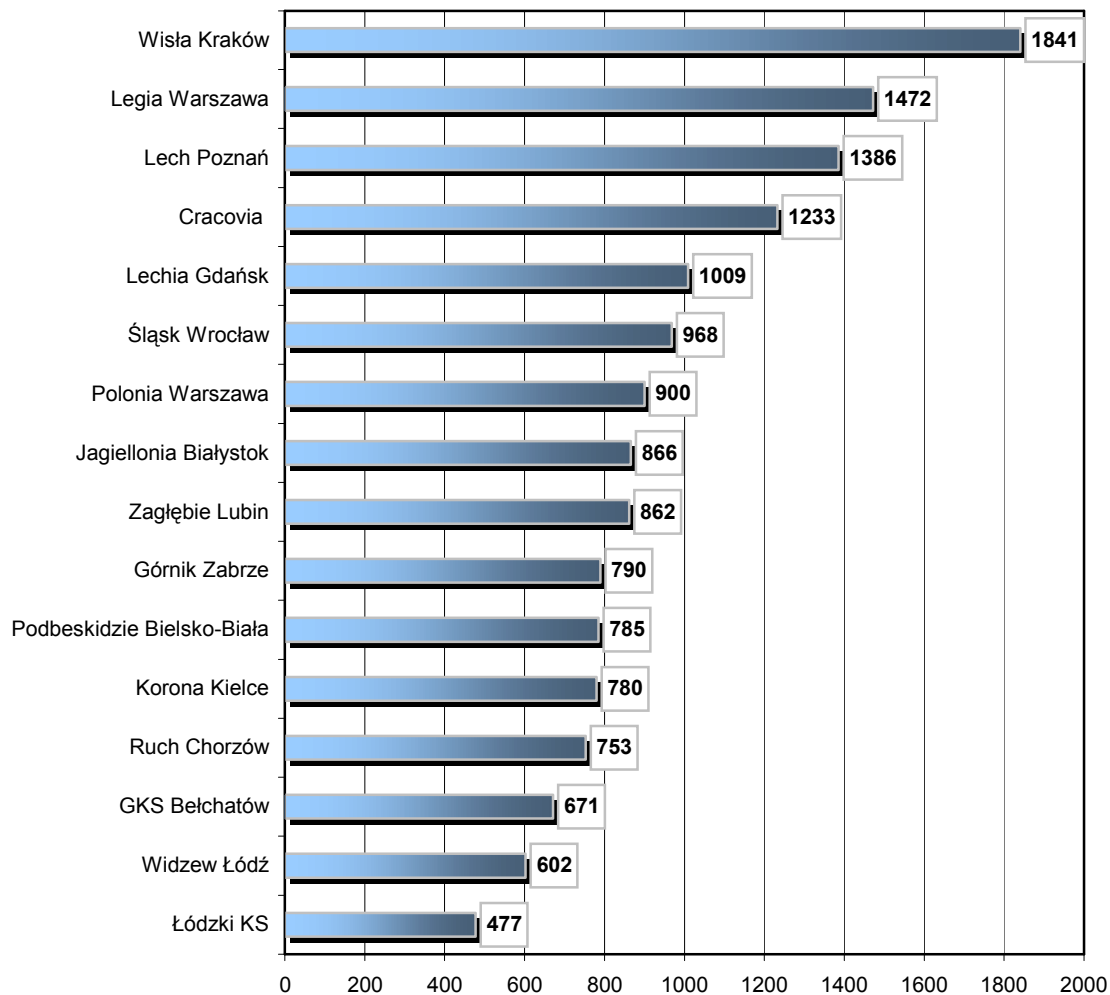
Ekwiwalent reklamowy



Wykres 12. Suma ekwiwalentu reklamowego dla klubów Ekstraklasy

Opis wykresu: Zestawienie prezentuje wycenę publikacji prasowych, w których pisano na temat klubów Ekstraklasy. Kolejność prezentowanych zespołów zgodnie z ilością publikacji prasowych.

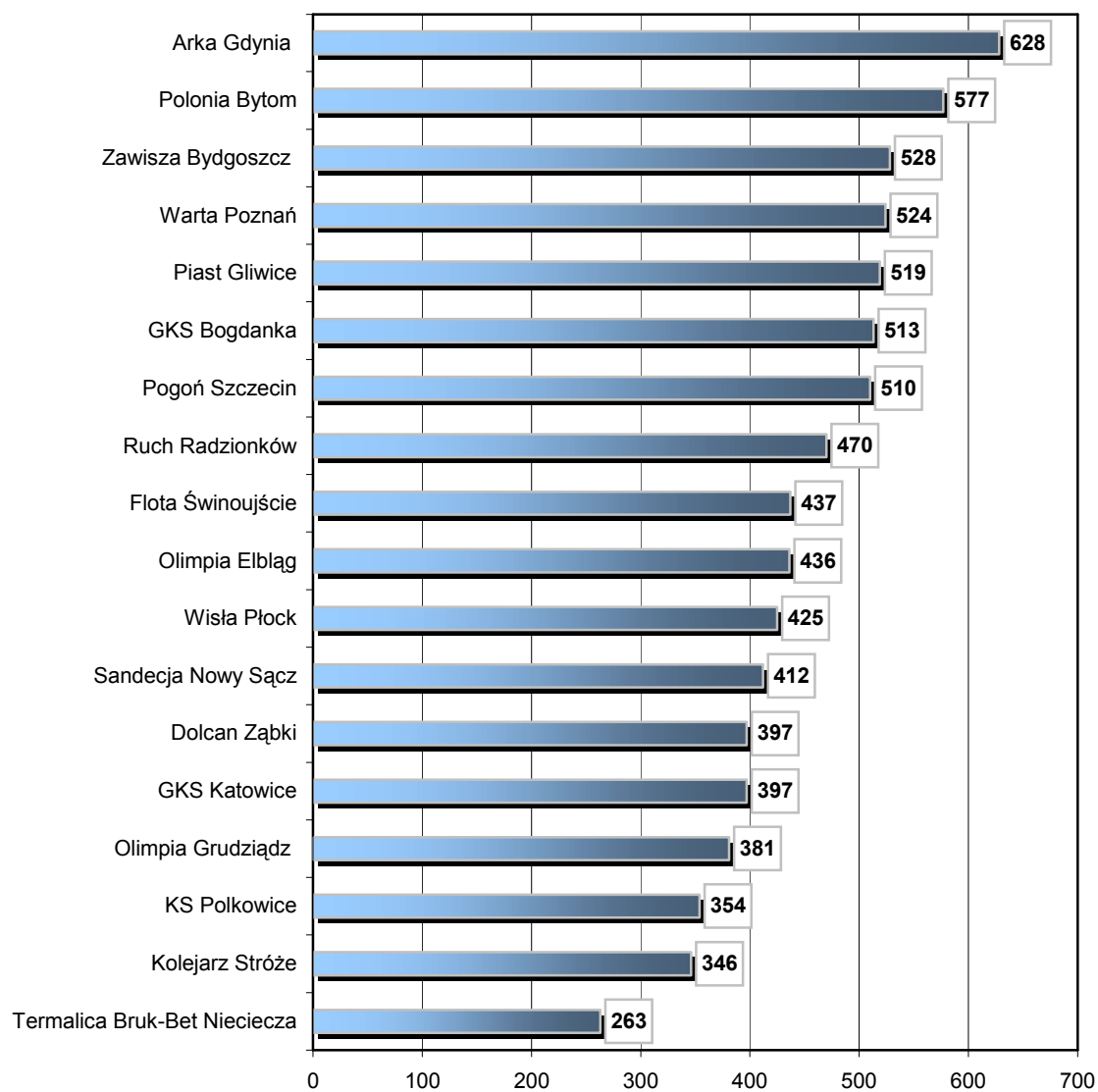
Internet



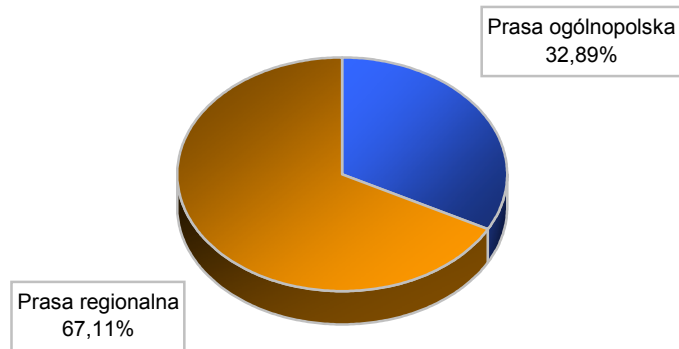
Wykres 13. Suma publikacji internetowych na temat klubów Ekstraklasy

Rozdział III – I liga

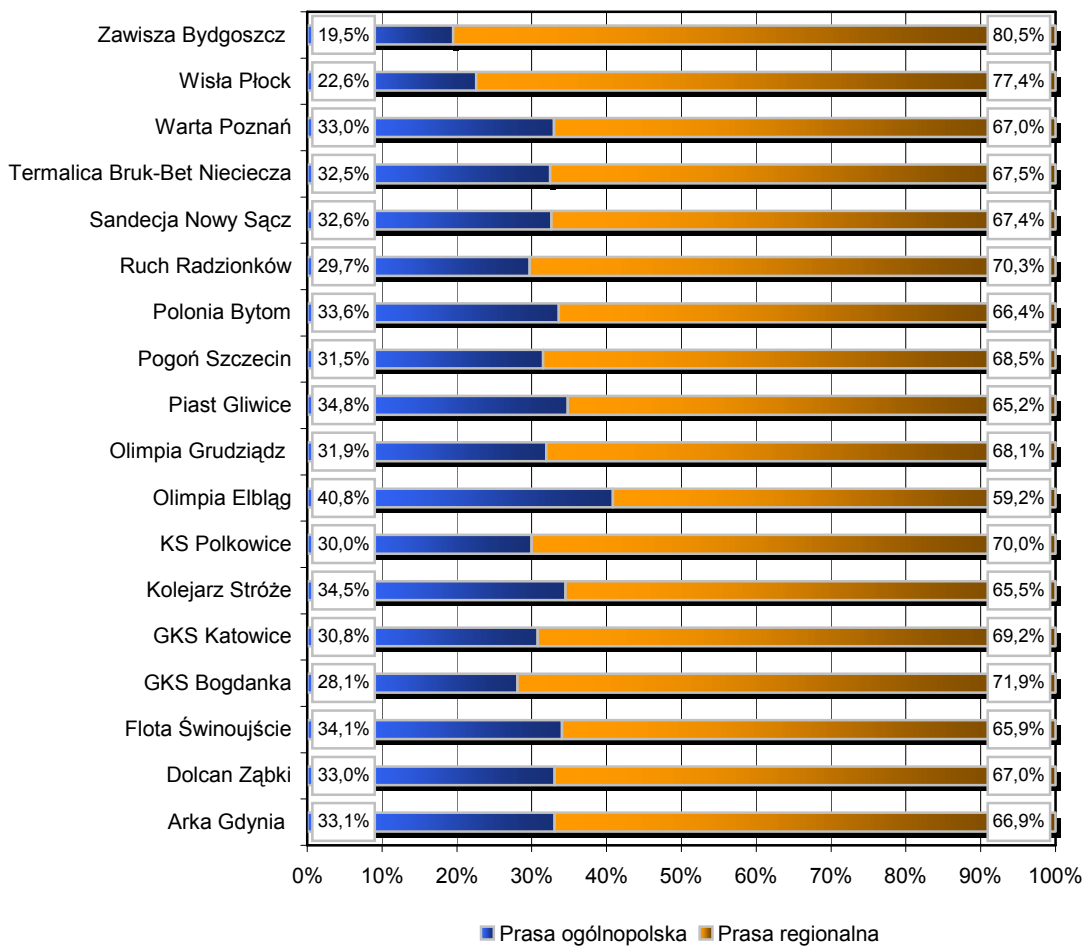
Prasa



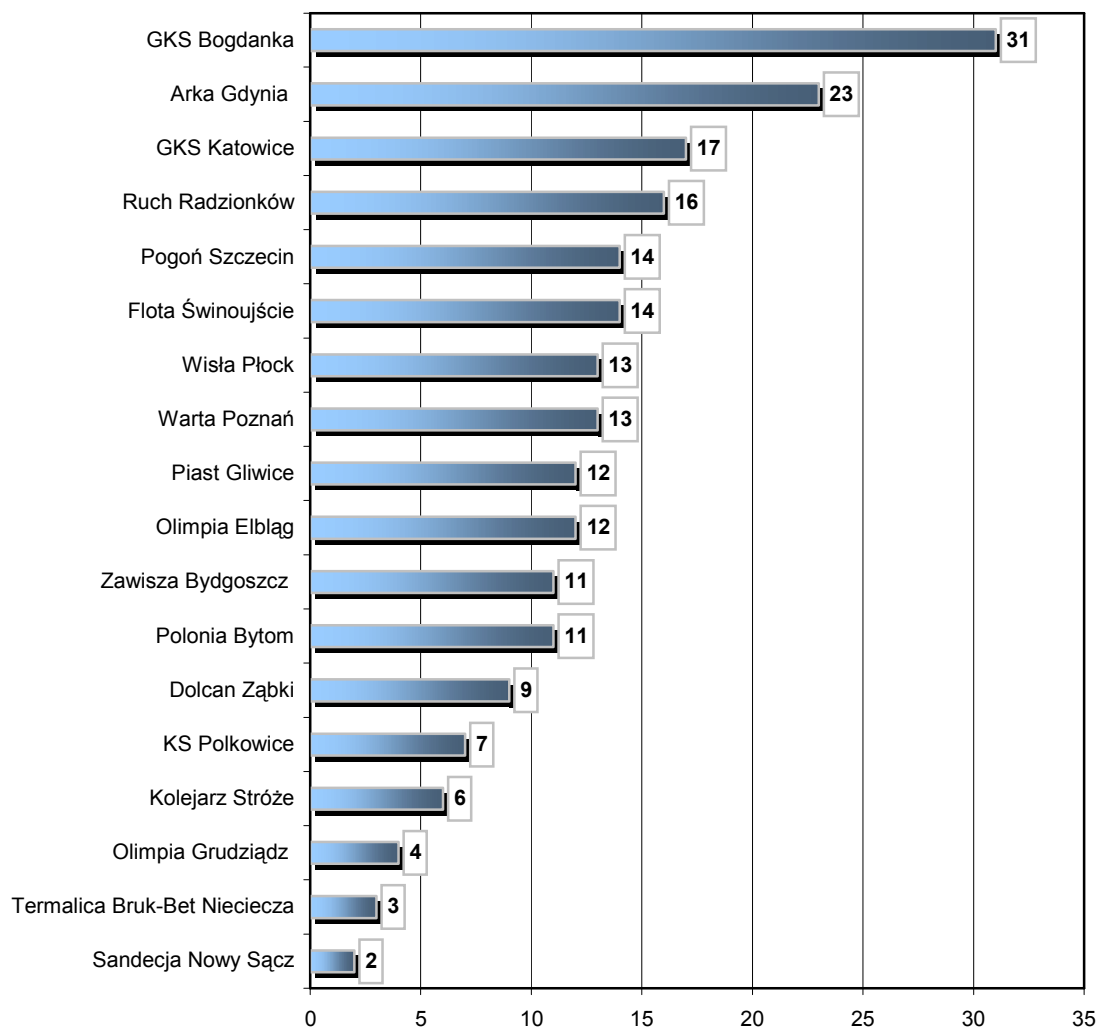
Wykres 14. Suma publikacji prasowych na temat klubów I ligi



Wykres 15. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów I ligi

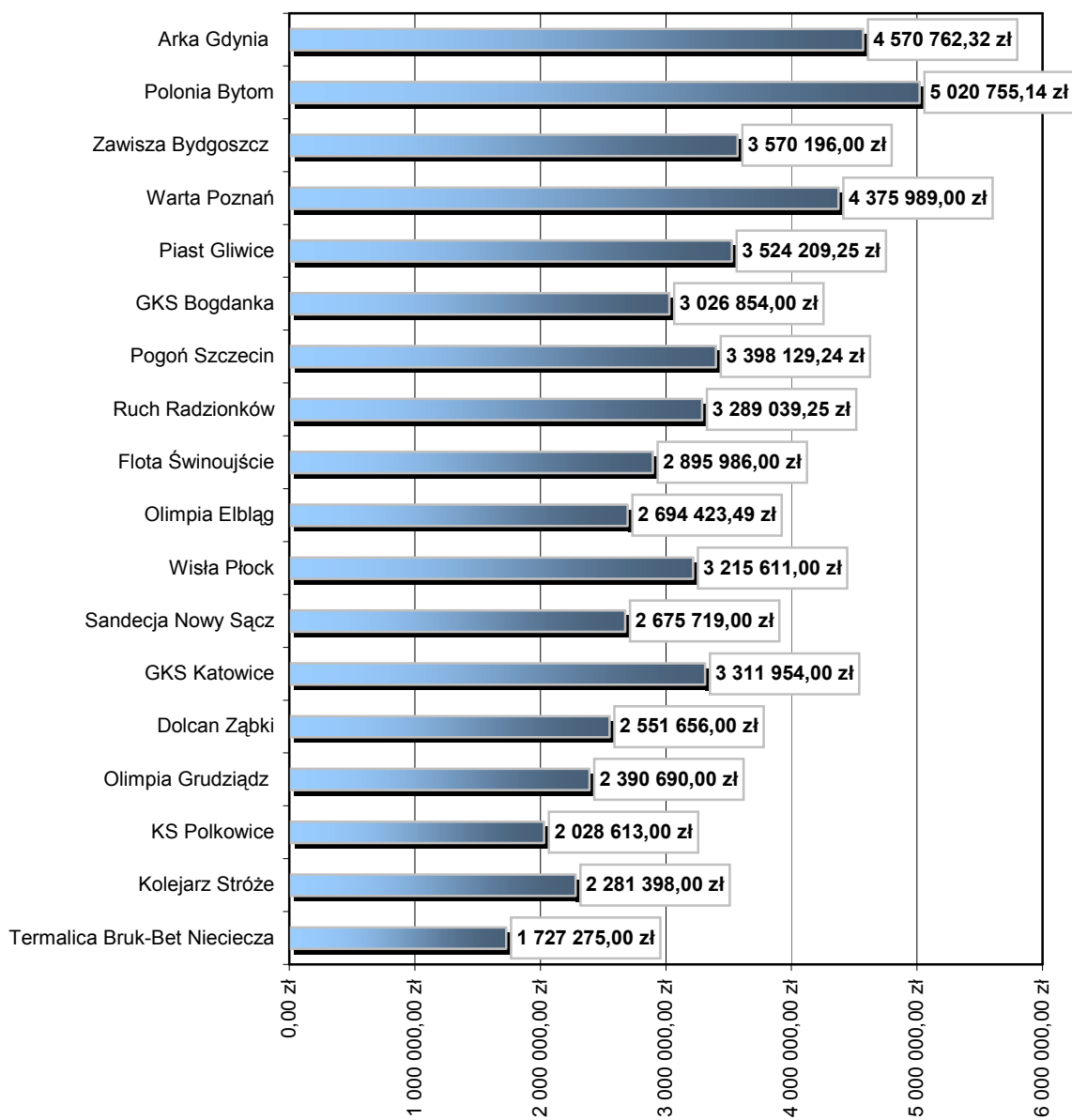


Wykres 16. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów I ligi, w podziale na konkretne zespoły

**Wykres 17. Liczba wystąpień na pierwszych stronach gazet**

Opis wykresu: Zestawienie pokazuje, ile razy informacje o konkretnym klubie I ligi, znalazły się na pierwszej stronie w tytule prasowym.

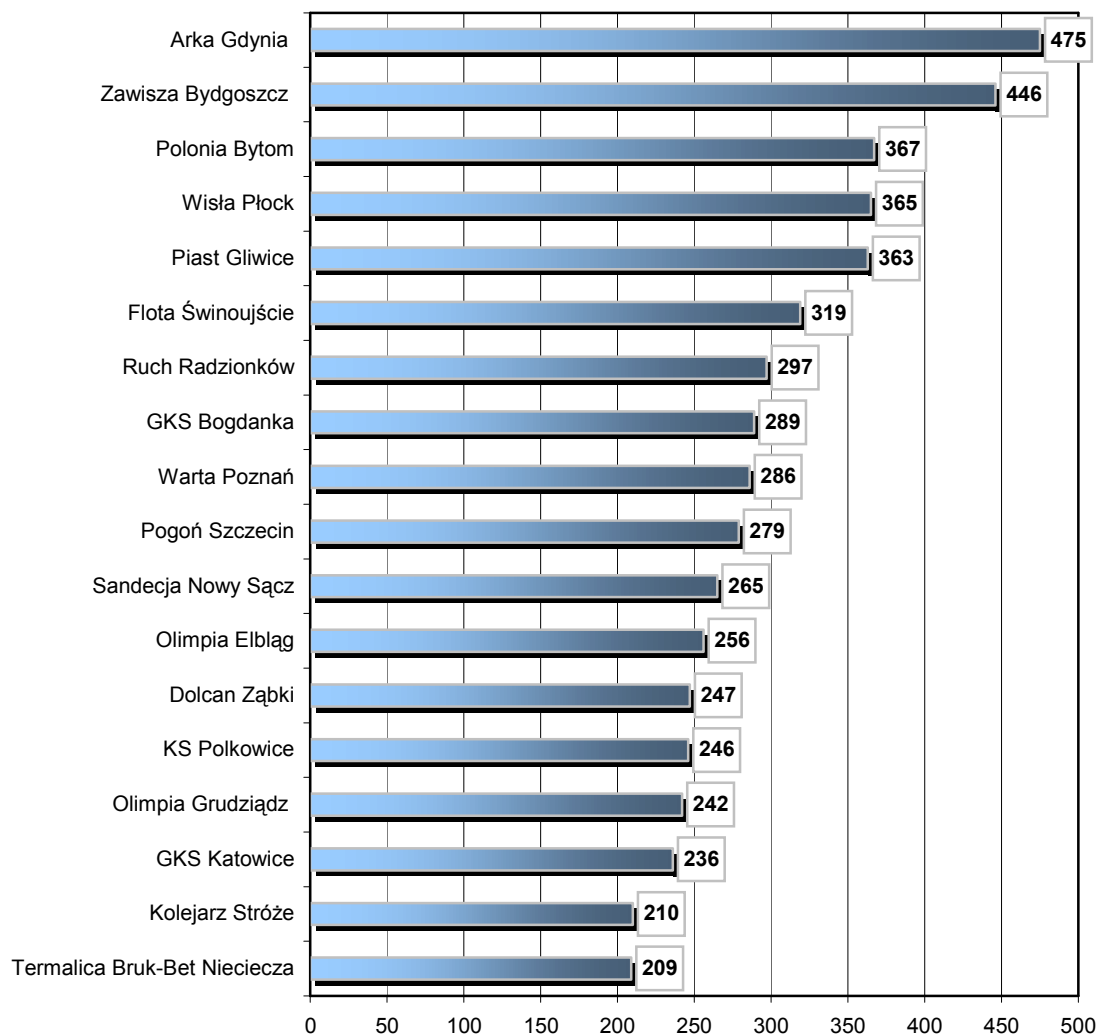
Ekwiwalent reklamowy



Wykres 18. Suma ekwiwalentu reklamowego dla klubów I ligi

Opis wykresu: Zestawienie prezentuje wycenę publikacji prasowych, w których pisano na temat klubów I ligi.

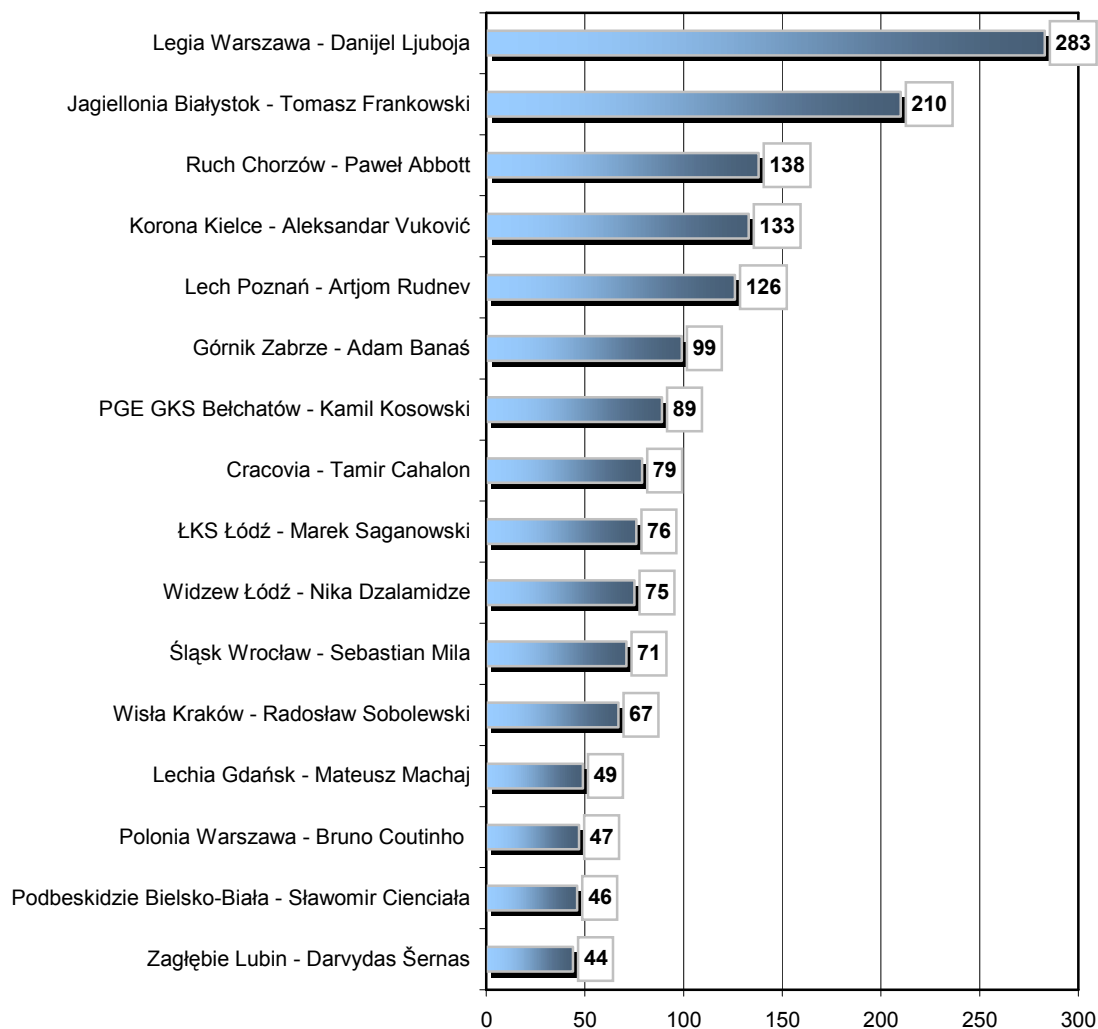
Internet



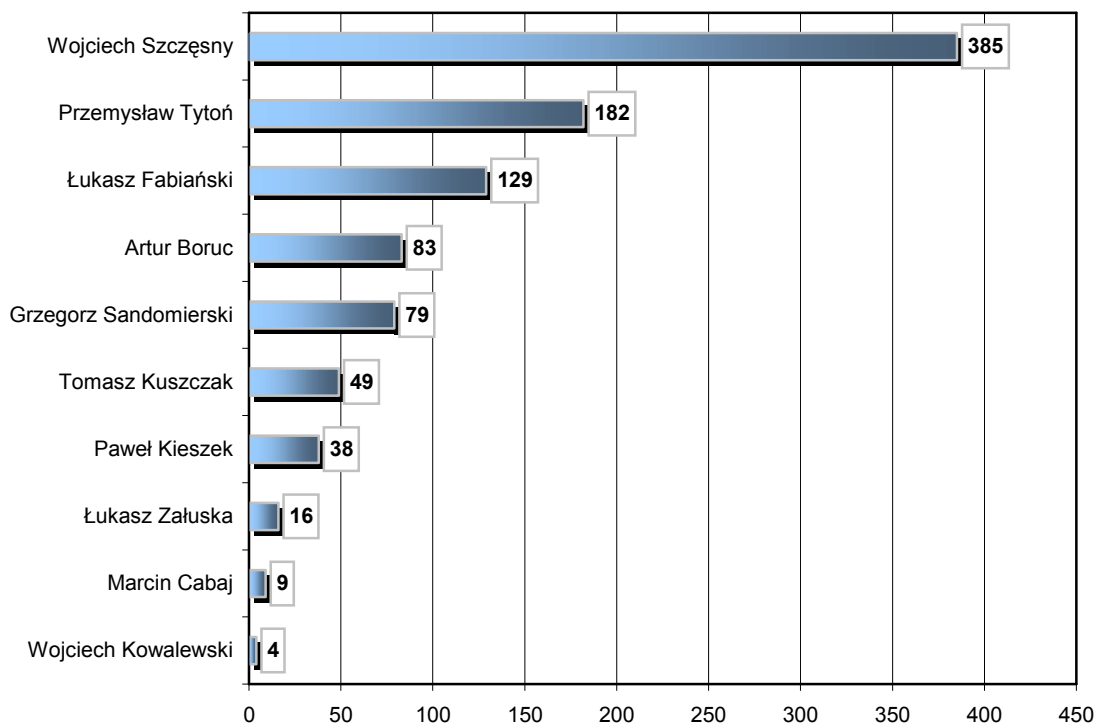
Wykres 19. Suma publikacji internetowych na temat klubów I ligi

Rozdział IV – Gwiazdy i bramkarze

Prasa

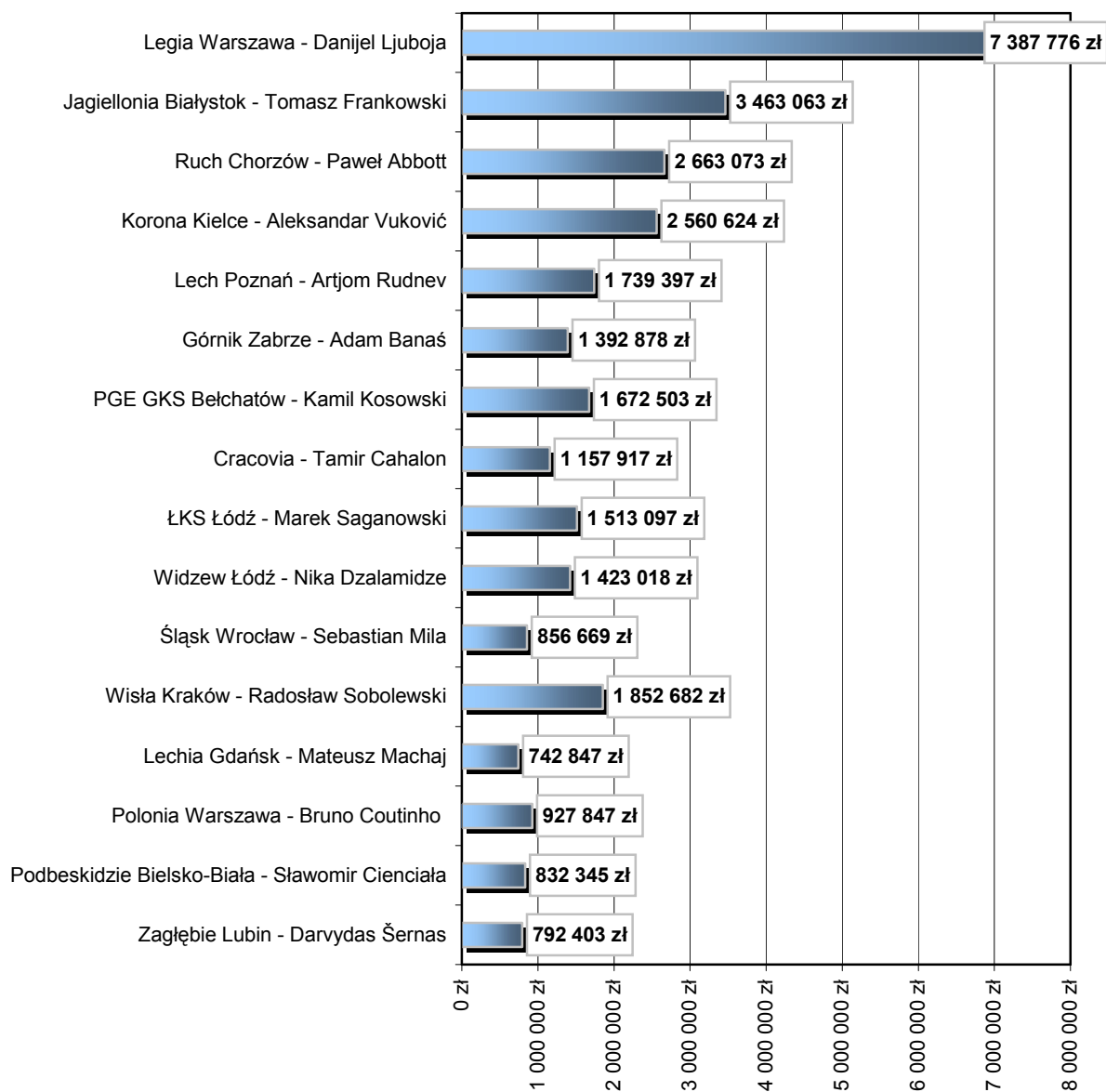


Wykres 20. Suma publikacji prasowych na temat gwiazd Ekstraklasy

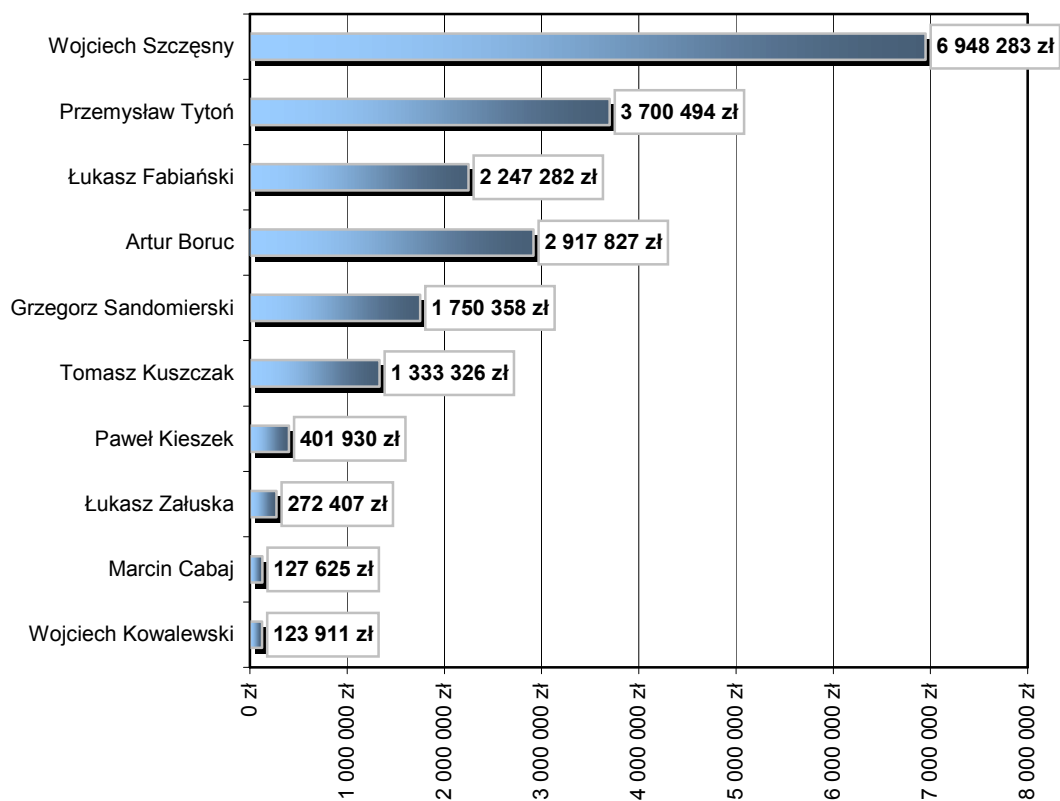


Wykres 21. Suma publikacji prasowych na temat polskich bramkarzy występujących w klubach z lig zachodnioeuropejskich

Ekwiwalent reklamowy

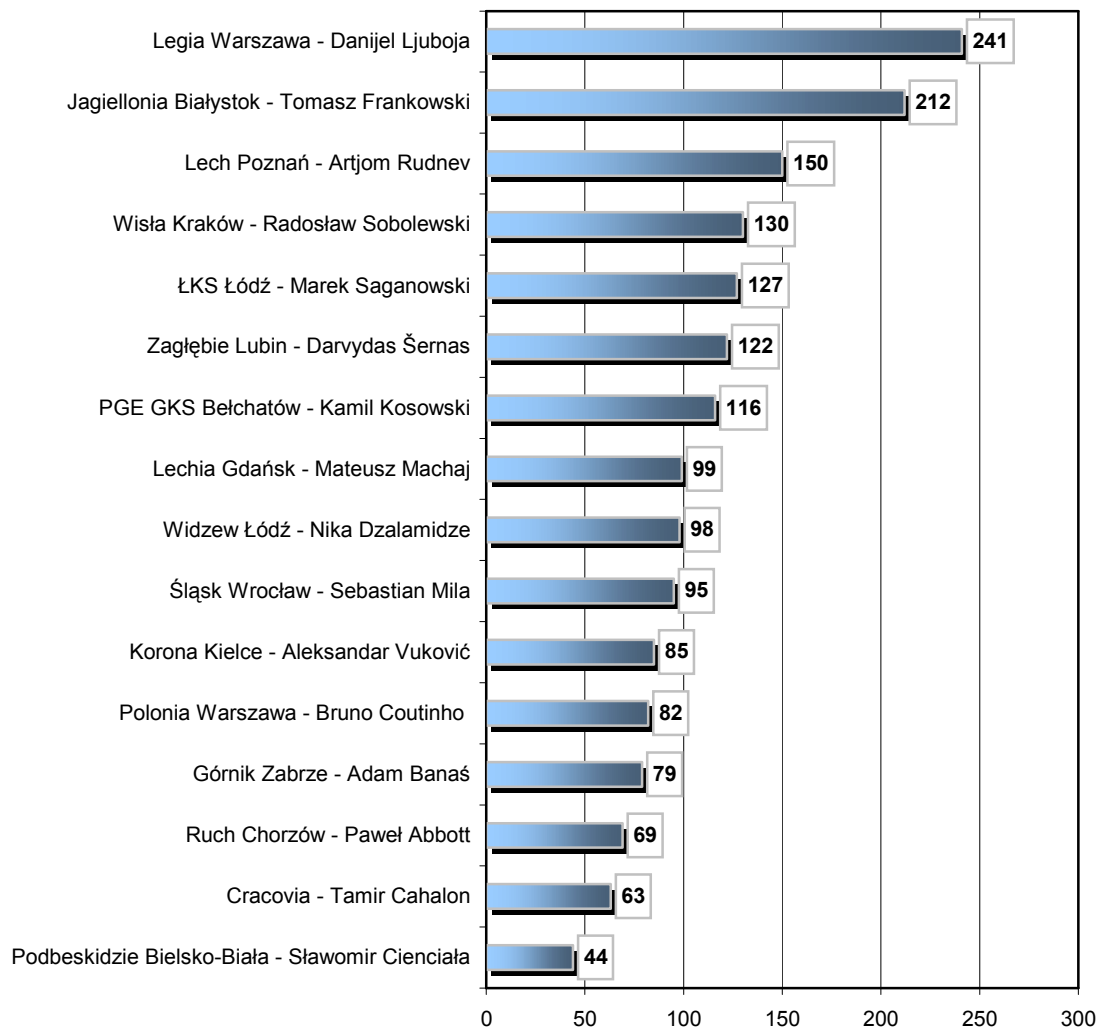


Wykres 22. Wycena publikacji prasowych na temat gwiazd Ekstraklasy

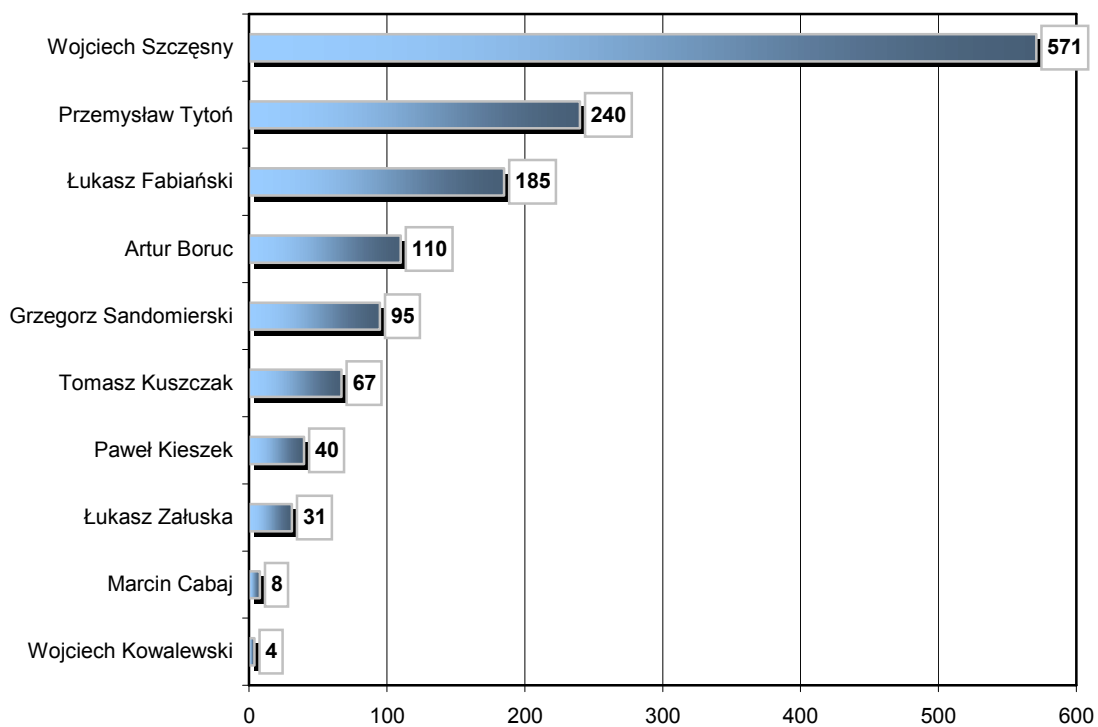
**Wykres 23. Wycena publikacji prasowych na temat polskich bramkarzy**

Opis wykresu: Zestawienie prezentuje wycenę publikacji prasowych, w których padło nazwisko przynajmniej jednego z analizowanych polskich bramkarzy.

Internet



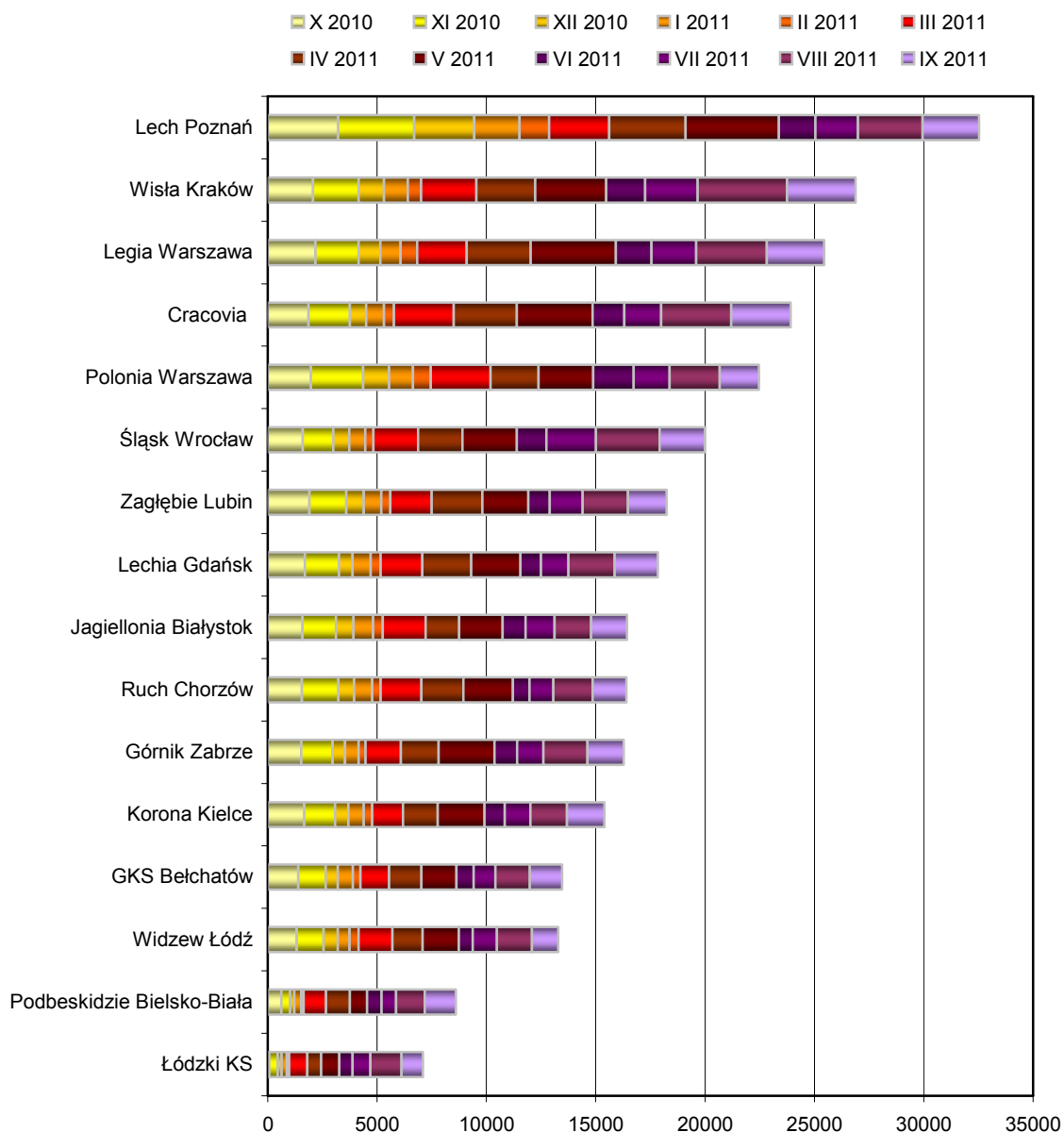
Wykres 24. Suma publikacji internetowych na temat gwiazd Ekstraklasy



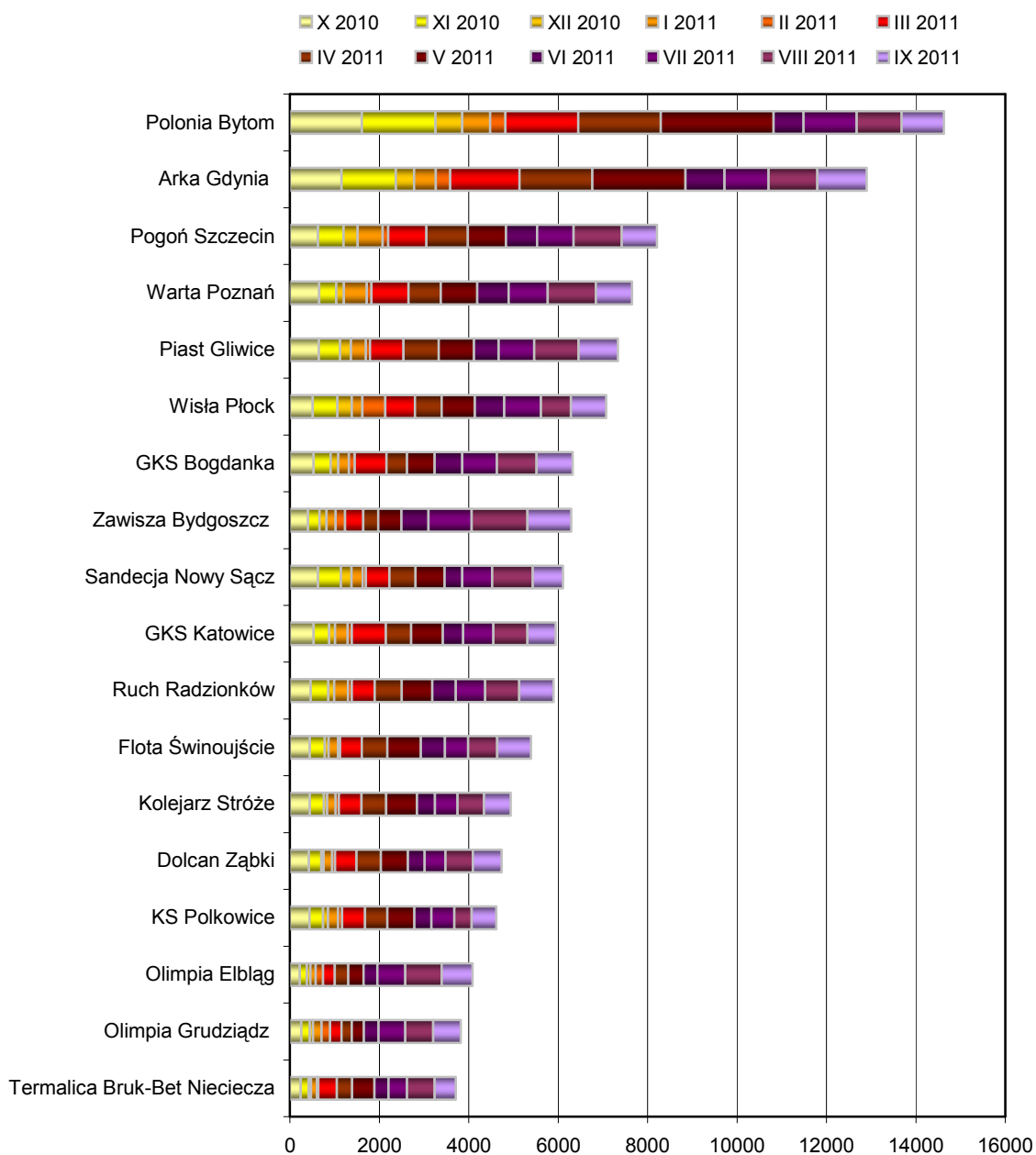
Wykres 25. Suma publikacji internetowych na temat polskich bramkarzy występujących w klubach z lig zachodnioeuropejskich

Rozdział V – Podsumowanie

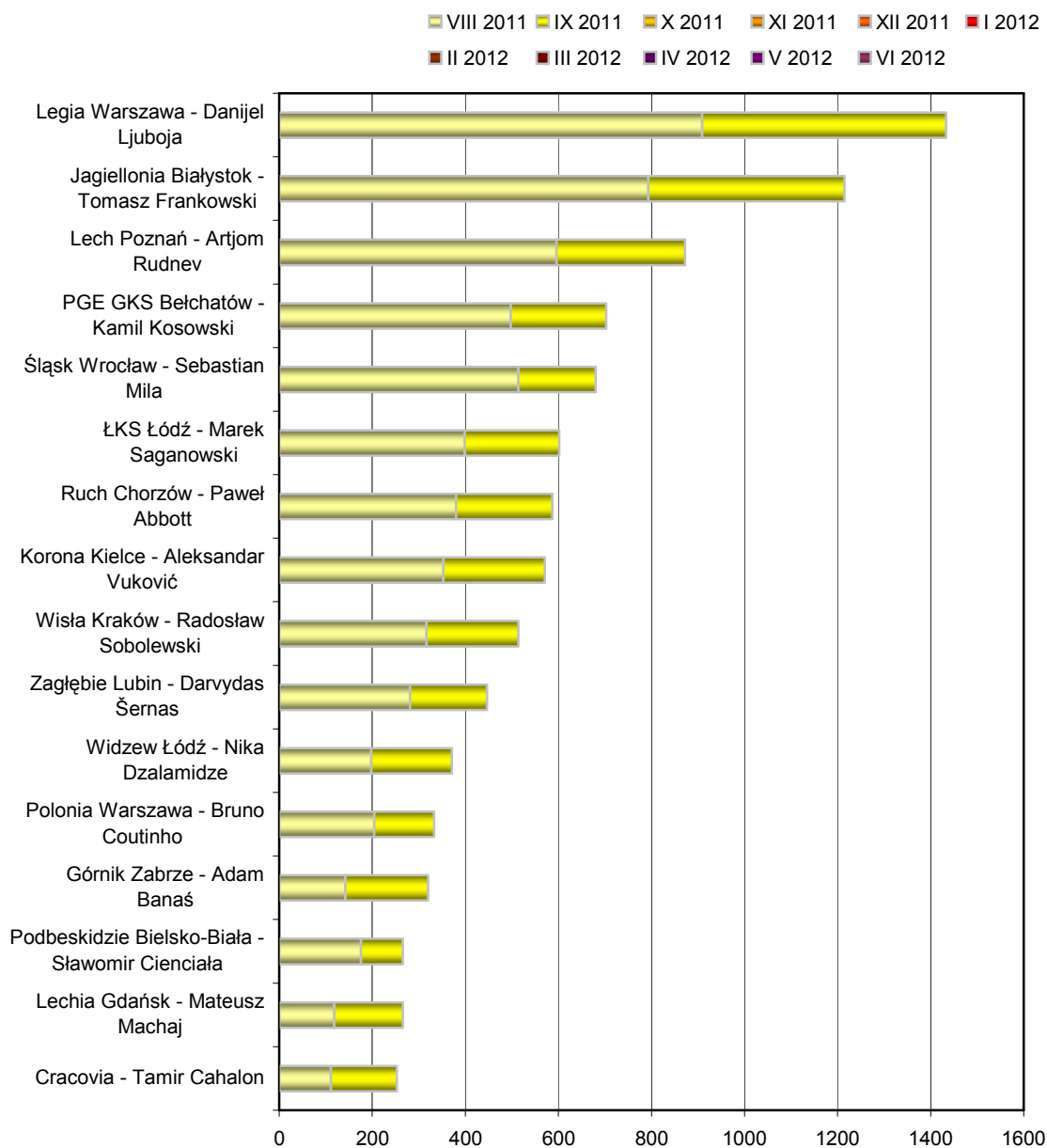
Prasa + internet



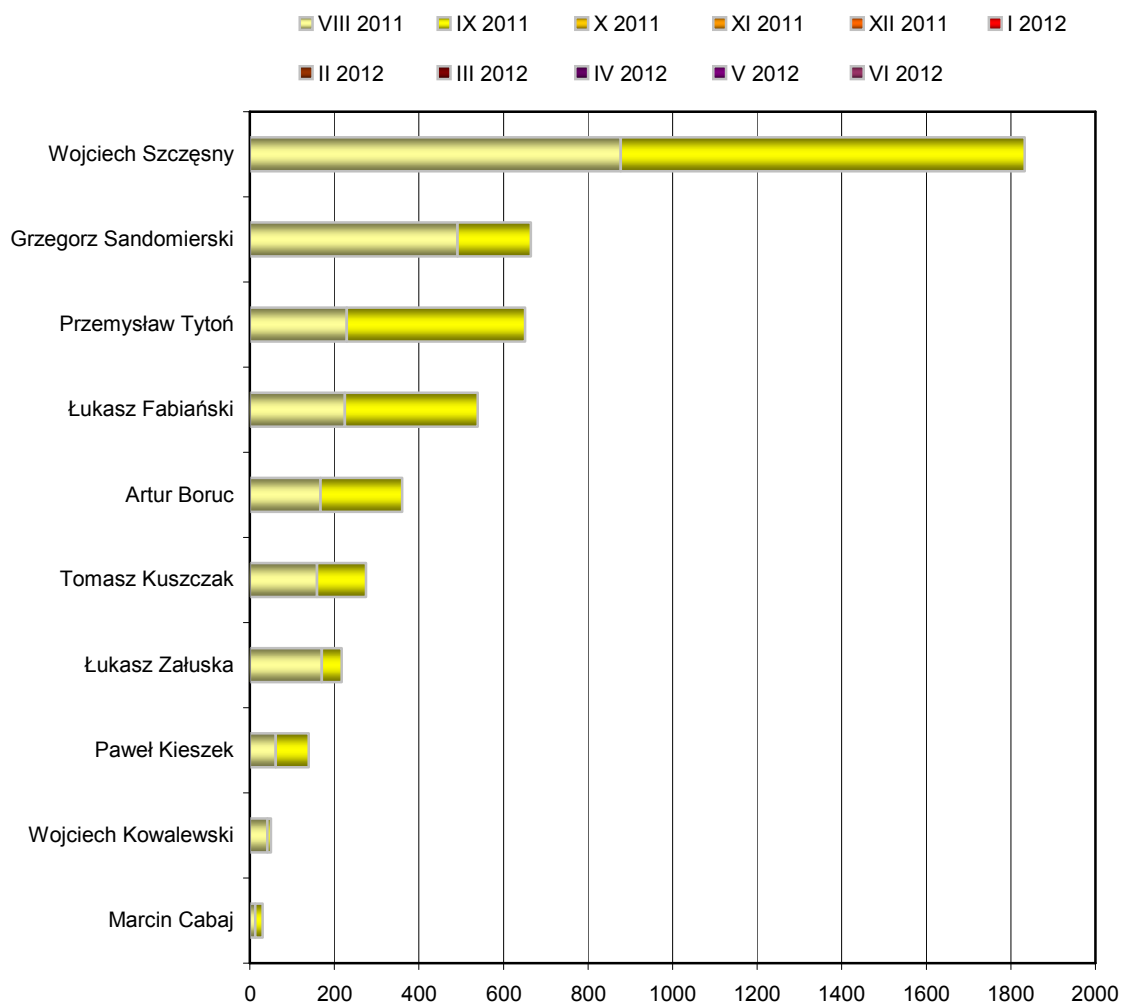
Wykres 26. Suma publikacji medialnych na temat klubów Ekstraklasy z ostatnich dwunastu analizowanych miesięcy



Wykres 27. Suma publikacji medialnych na temat klubów I ligi z ostatnich dwunastu analizowanych miesięcy



Wykres 28. Suma publikacji medialnych na temat gwiazd Ekstraklasy w podziale na miesiące



Wykres 29. Suma publikacji medialnych na temat polskich bramkarzy w podziale na miesiące



PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

ul. Grunwaldzka 19
60-782 Poznań,
tel./fax: +48 61 66 26 005
e-mail: biuro@press-service.com.pl
www.press-service.com.pl