

# Esport

## Závěrečná zpráva z kvantitativního výzkumu



Petr Gajdušek | únor 2022

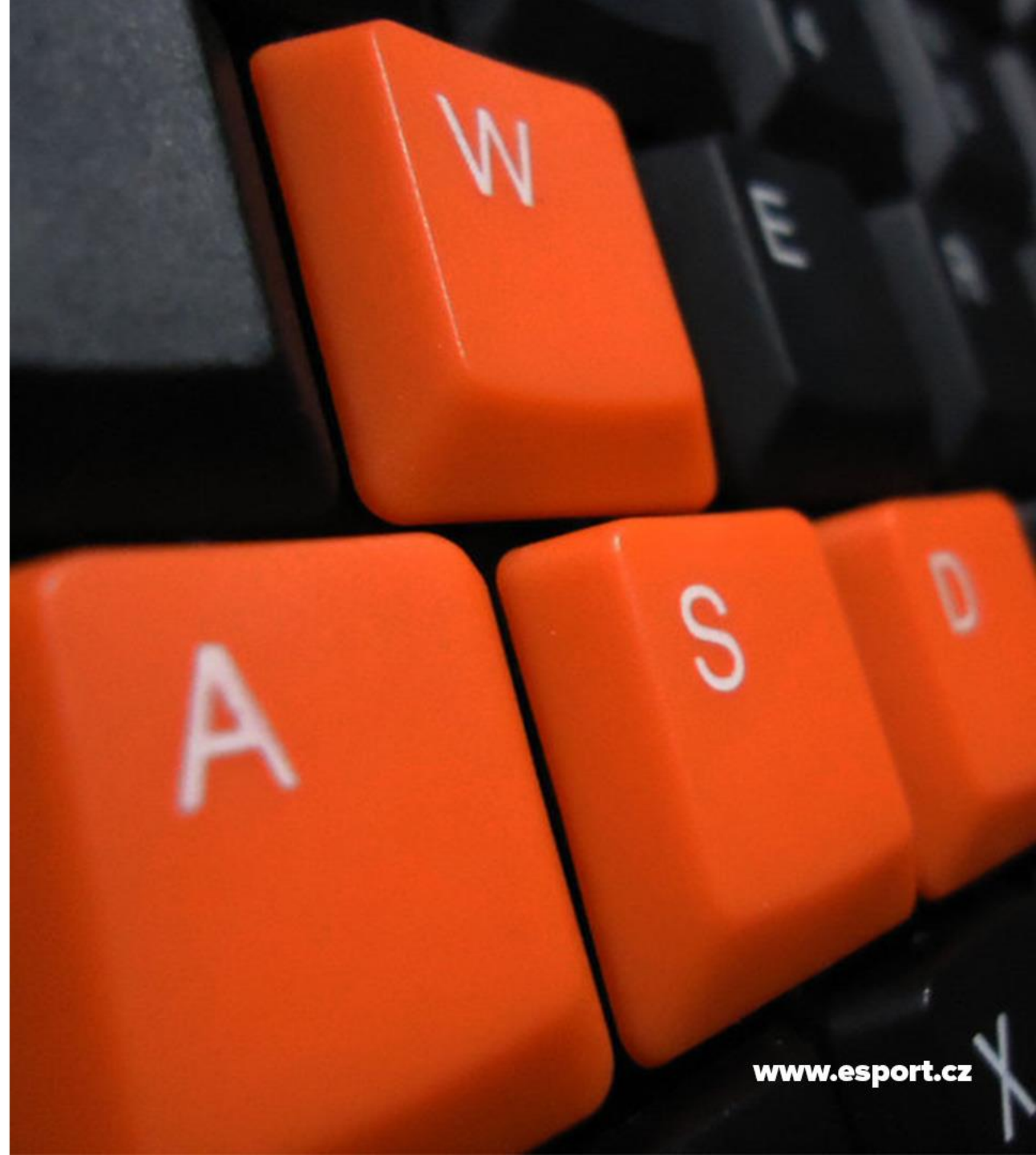
Průzkum byl financován společností Pragosport a.s.



# PŘEHLED KAPITOL



Hlavní zjištění	str. 3
Parametry výzkumu	str. 6
Esport a hraní her	str. 8
Sledování esportu	str. 14
Nakupování herního vybavení	str. 26



# HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ – OBECNÁ POPULACE



- » **Téměř 40 %** obyvatel České republiky dokáže popsat, co znamená esport.
- » **Dle výsledků šetření je v populaci ve věku 15+ 11 % hráčů, kteří se věnují esportovým hrám.** Častěji se jedná o muže a podíl hrajících klesá s rostoucím věkem.
- » **Diváků esportů v populaci 15+ je dle výsledků šetření 18 %.** Častěji jsou to mladí (15-29 let), muži a přirozeně také ti, kteří sami hrají videohry.
  - » **Skupiny fanoušků esportů tvoří v Česku 21 % populace,** konkrétně jsou to skupiny:
    - » **7,5 %: Hrající diváci** – hrají i sledují esportové tituly
    - » **10,4 %: Nehrající diváci** – nehrají, ale sledují esportové tituly
    - » **3,1 %: Nesledující hráči** – hrají, ale nesledují esportové tituly
- » **77 % fanoušků esportů se věnuje nějakému sportu.** Nejoblíbenějšími sporty jsou cyklistika, běh a plavání.
- » **Hrající diváci se ale nejčastěji věnují fotbalu.**

# HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ – HRÁČI ESPORTU



- » **Nejčastější platformou pro hru videoher je počítač** s 82 % hrajících, který má nejnižší věkový průměr hráčů. Výrazně méně hráčů hraje videohry na mobilním telefonu (47 % hrajících), na herní konzoli (35 %) a jen zlomek používá tablet (7 %).
- » **Průměrný čas strávený hraním videoher mezi hráči je 16 hodin týdně.**
- » **Herní vybavení kupuje 69 % hráčů esportu.** Častěji jde o muže, mladší a vášnivější hráče. **94 % kupujících** za tímto účelem **využívá e-shopy**, ale většina by uvítala možnost vyzkoušet si vybavení předem. Při výběru produktu se řídí nejčastěji kvalitou, odbornými recenzemi a cenou. **Nejznámější značky** jsou pak **Razer a Logitech**.
- » **Většina z dotázaných hráčů provozuje nějaký fyzický sport.** Čtvrtina pak nesportuje z různých důvodů. Šetření také ukázalo, že **čím více času se hráč věnuje hraní videoher, tím více sportuje.**
  - » **Hráči esportu, kteří jej sledují**
    - » Nejčastěji hrají Counter-Strike (56,3 %), League of Legends (42,7 %) a Call of Duty (30,4%).
    - » Více než 8 hodin týdně stráví hraním 67,1 %.
  - » **Hráči esportu, kteří jej nesledují**
    - » Nejčastěji uvedli, že hrají Call of Duty (51,7 %), Counter-Strike (28,4 %) a Fortnite (20,3 %).
    - » Více než 8 hodin týdně stráví hraním 33 %.
- » Většina hráčů provozuje nějaký fyzický sport.



# HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ – DIVÁCI ESPORTU



- » **Většina diváků sleduje elektronické sporty na svém počítači v průměru 4 hodiny týdně.** 3 % dotázaných, kteří esport nyní nesledují, deklarují o jeho sledování zájem.
  
- » **Mezi diváky esportu je zájem o častější sledování turnajů s kamarády či naživo a zároveň o častější sledování esportu v televizi.**
  
- » **Diváci esportu, kteří tyto hry hrají**
  - » Nejčastěji sledují Counter-Strike (55 %), League of Legends (41,4 %) a VALORANT (14,7 %).
  - » Většina (72,3 %) vnímá sponzoring v esportu pozitivně.
  - » 21,6 % sází na esporty.
  - » 85,1 % sleduje platformu Twitch.
  - » Denně či alespoň několikrát týdně sleduje esport 39,7 %.
  
- » **Diváci esportu, kteří tyto hry nehrají**
  - » Nejčastěji uvedli, že sledují hry FIFA (36,8 %), NHL (35,9 %) a Counter-Strike (17,7 %).
  - » Většina (58,9 %) říká, že reklamu v esportu vnímají jako každou jinou.
  - » 11,5 % sází na esporty.
  - » 64,8 % nesleduje platformu Twitch.
  - » Denně či alespoň několikrát týdně sleduje esport 5,7 %. Přes 75 % pak méně často než několikrát měsíčně.
  
- » **Většina diváků provozuje nějaký fyzický sport.**

# PARAMETRY VÝZKUMU

## Cíl výzkumu

» Zmapování segmentů hráčů videoher a diváků elektronických sportů

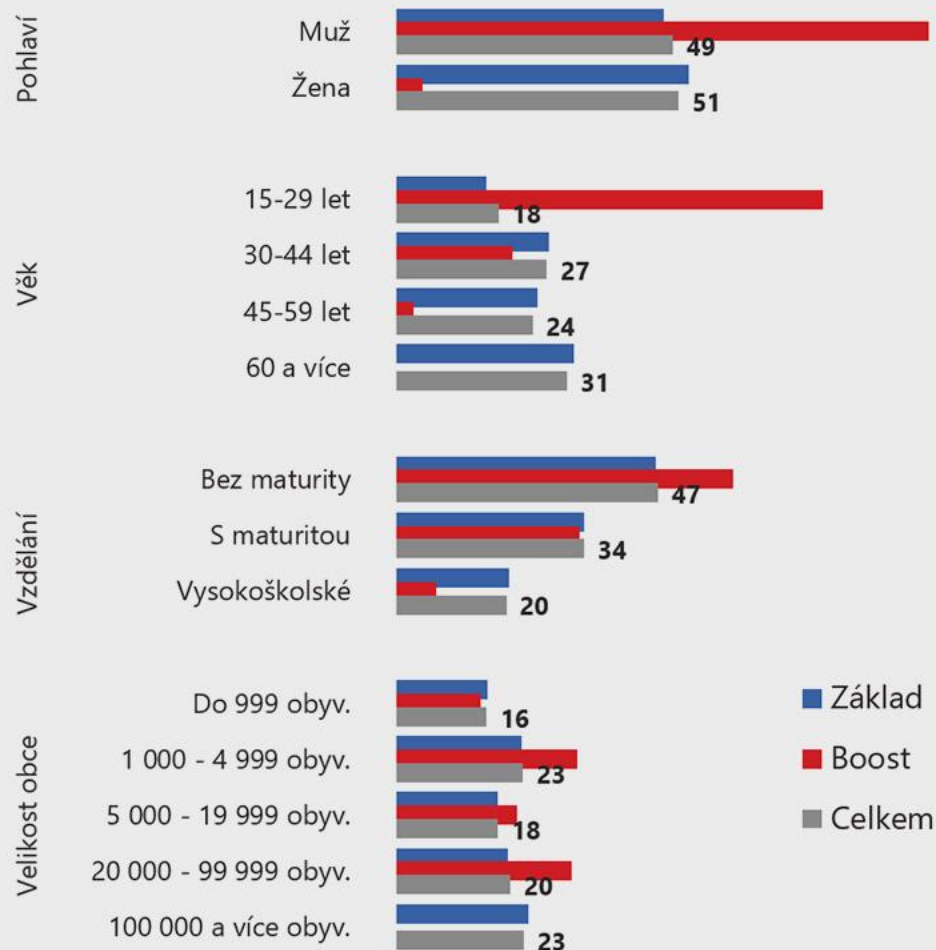
## Cílová skupina

- » Věk 15+ let
- » Reprezentativně dle pohlaví, věku, vzdělání, regionu, velikosti místa bydliště

## Detaily terénního šetření

- » Metodika: CAWI dotazování prostřednictvím Evropského národního panelu a prostřednictvím emailové výzvy
- » Počet realizovaných rozhovorů: 2009
- » Termín sběru dat: 12. 11. - 15. 12. 2021
- » Výběr: kvótní
- » Data: vážená

Data ze vzorku hráčů sebraného přes email (boost) byla převážena dle vzorku hráčů ze sběru přes online panel (basic) tak, aby odpovídala reprezentativnímu vzorku hráčů v populaci.



n=2009 (Celkem), 1936 (Základ), 73 (Boost) [údaje v %]



STEM  MARK  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

# Esport a hraní her





# DEFINICE HRÁČŮ



Hráčem rozumíme respondenta hrajícího proti ostatním hráčům alespoň v jedné z této her:  
CS:GO, League of Legends, VALORANT, Dota 2, Fortnite, Brawl Stars, Rocket League, Teamfight Tactics, Call of Duty



**Q3. Hrajete Vy sám/sama videohry?**  
**Pokud ano, na jaké platformě?**  
(možnost více odpovědí)  
Všichni respondenti, n=2009 [údaje v %]

častější výskyt hráčů  
než v celkovém vzorku

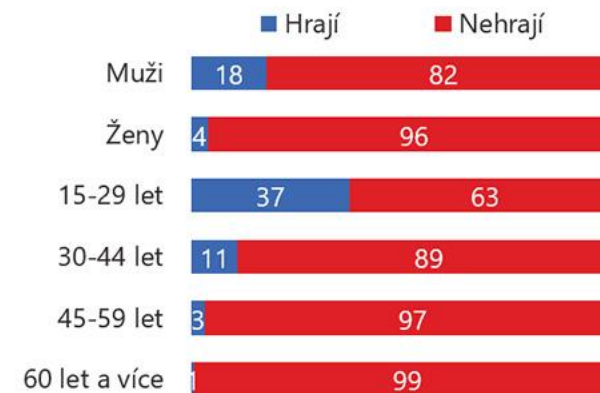


Muži, 15-29 let

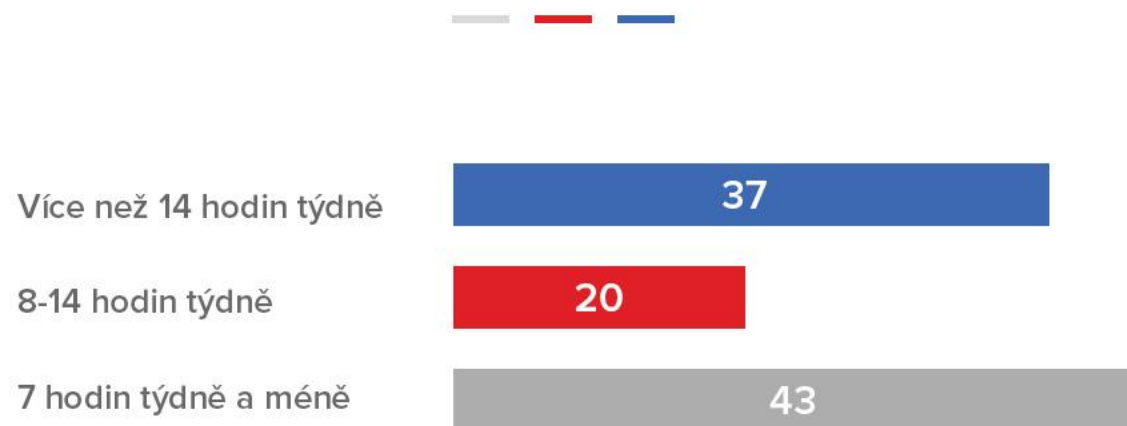
Muži, 15-29 let

Muži, 15-29 let

Muži, 15-44 let



# VĚTŠINA HRÁČŮ VIDEOHER HRAJE VÍCE NEŽ 7 HOD. TÝDNĚ



Průměrný čas strávený hraním videoher mezi hráči je 16 hodin týdně.

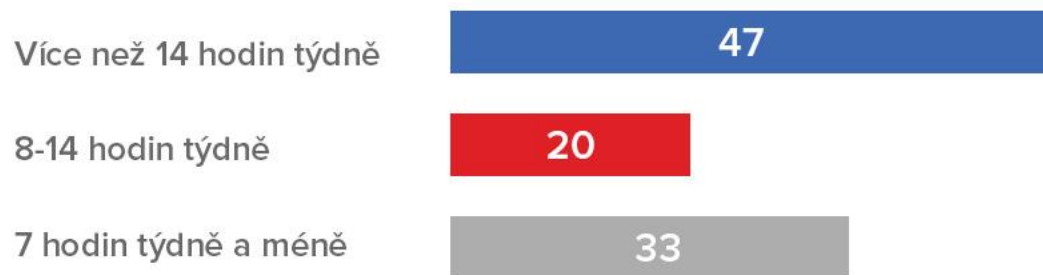
Významně nižší průměr vykazují hráči nad 45 let (5) a hráčky ženy (8).

**Q4. Kolik času strávíte hraním videoher v průměru týdně?**

Respondenti, kteří hrají videohry, n=213 [údaje v %]

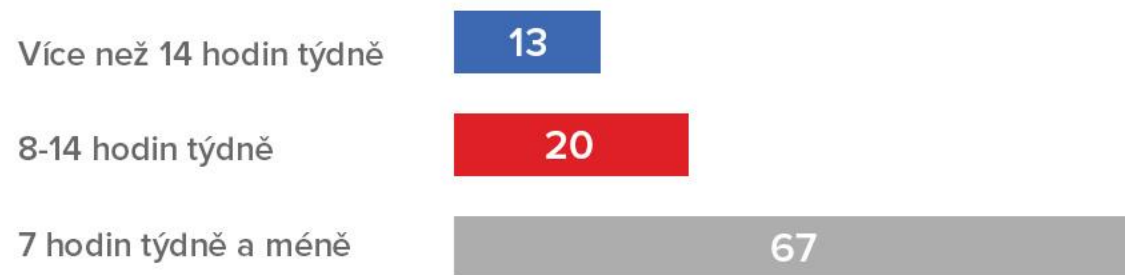


# SROVNÁNÍ HRÁČŮ, KTEŘÍ SLEDUJÍ A NESLEDUJÍ ESPORT



**Q4. Kolik času strávíte hraním videoher v průměru týdně?**

Respondenti, kteří hrají a sledují esporty, n=151 [údaje v %]



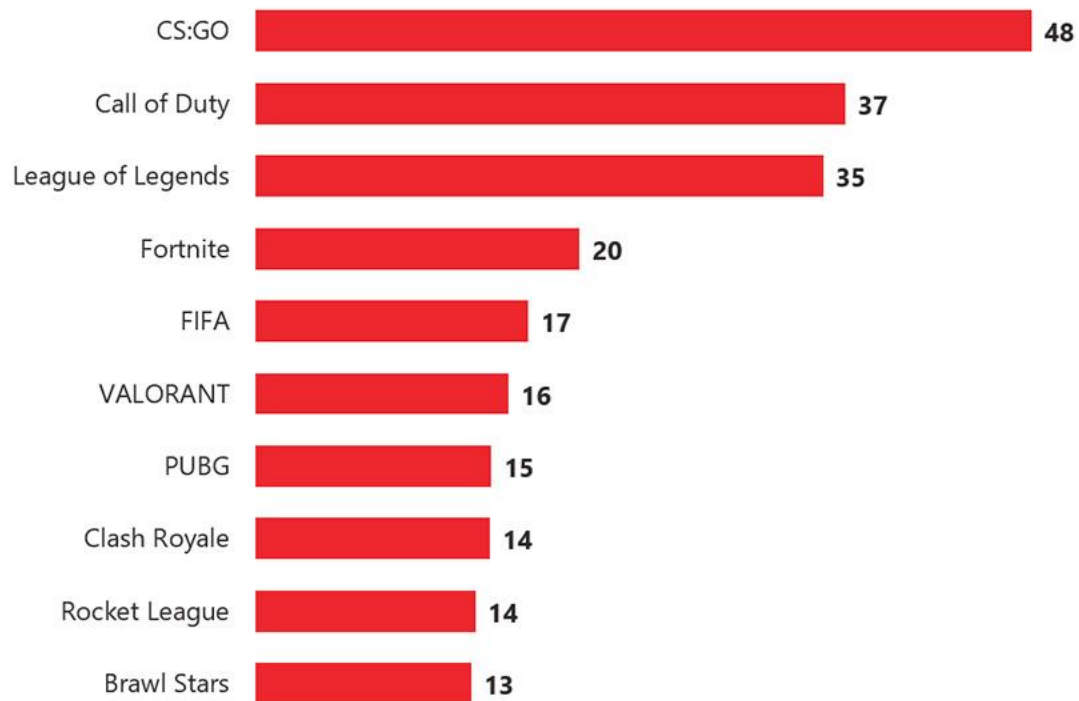
**Q4. Kolik času strávíte hraním videoher v průměru týdně?**

Respondenti, kteří hrají, ale nesledují esporty, n=62 [údaje v %]

# NEJHRANĚJŠÍ HRY



## TOP 10



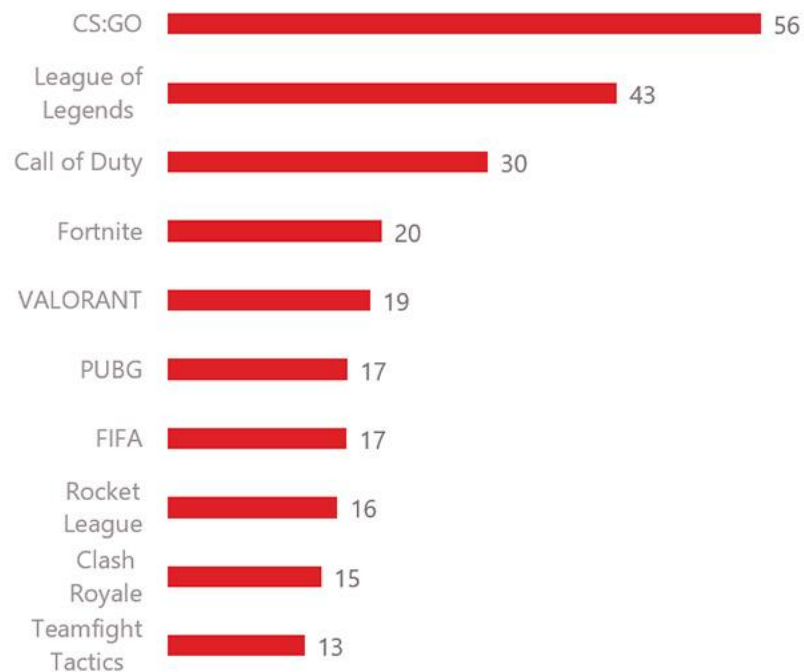
Nejvyšší podíl hráčů hraje Counter-Strike, Call of Duty nebo League of Legends.

Mezi jinými hrami, jež se nevešly do grafu, jsou WoW nebo NHL.

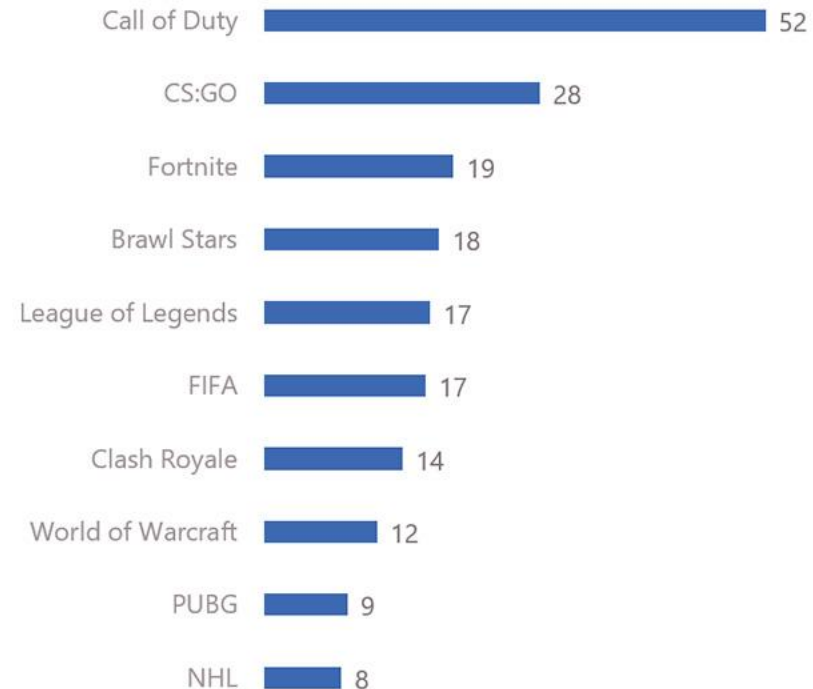
**Q6. Které videohry hrajete?** (možnost více odpovědí)

Respondenti, kteří hrají videohry proti jiným hráčům, n=213 [údaje v %]

# NEJHRANĚJŠÍ HRY



**Q6. Které videohry hrajete?** (možnost více odpovědí)  
Respondenti, kteří hrají a sledují esporty, n=151 [údaje v %]



**Q6. Které videohry hrajete?** (možnost více odpovědí)  
Respondenti, kteří hrají, ale nesledují esporty, n=62 [údaje v %]



STEM  MARK  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

# Sledování esportu



# DEFINICE DIVÁKŮ ESPORTU



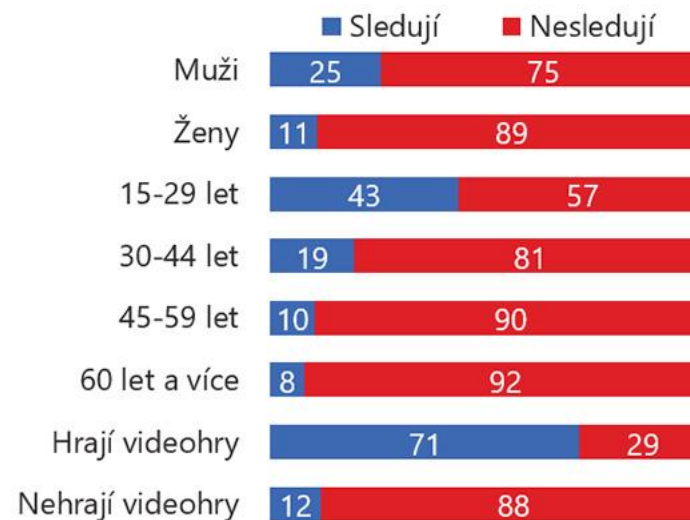
Divákem esportu rozumíme respondenta sledujícího alespoň jednu z následujících multiplayer her:

CS:GO, League of Legends, VALORANT, Dota 2, PUBG, Hearthstone, Fortnite, FIFA, NHL, NBA, UFC, Brawl Stars, Clash Royale, Wild Rift, Rocket League, Teamfight Tactics, Rainbow 6, Overwatch, Call of Duty, Magic: the Gathering, World of Tanks



Diváky esportu jsou častěji mladí respondenti ve věku 15-29 let, muži a přirozeně také hráči.

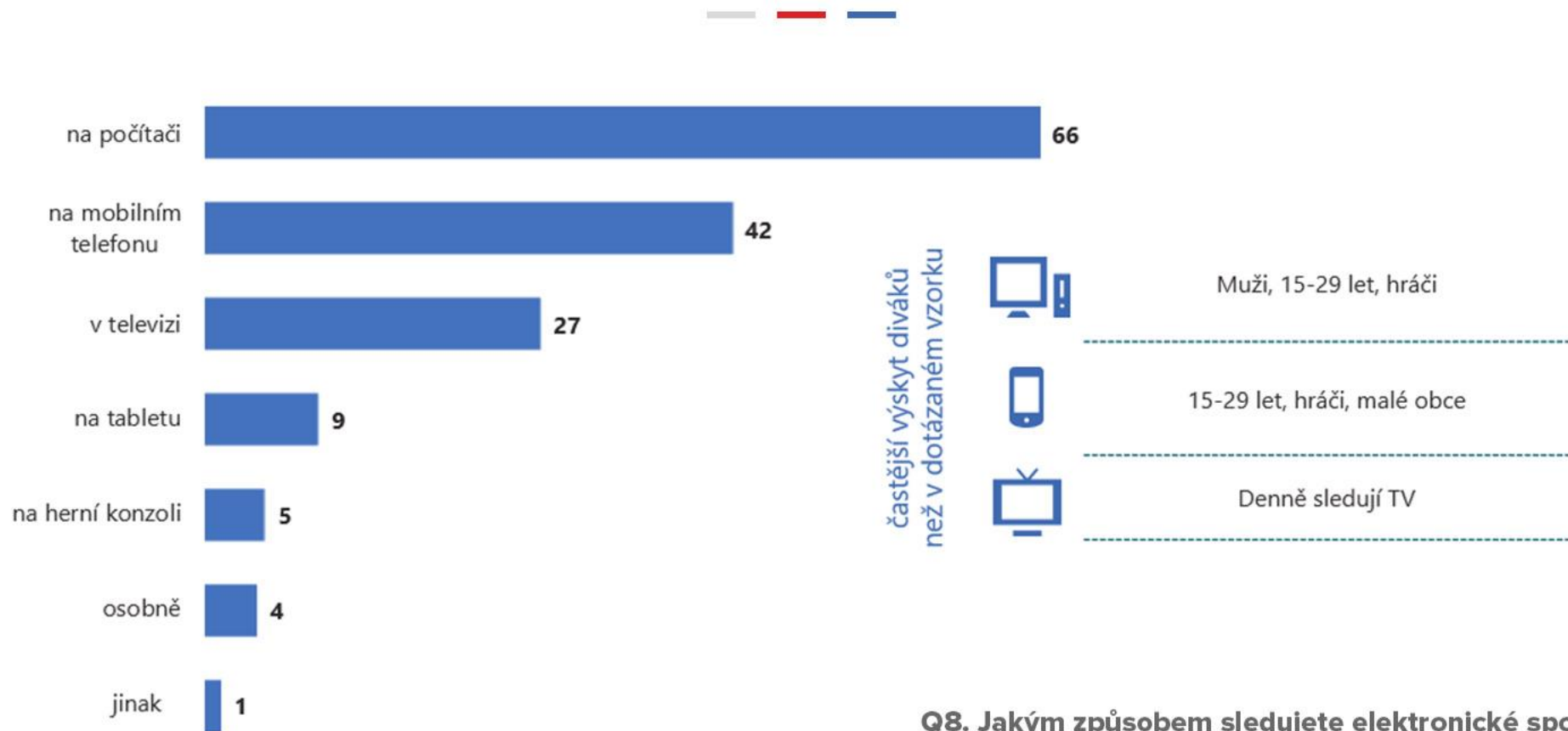
Zájem o sledování esportu jako divák projevily 3 % respondentů, kteří jej nyní nesledují.



## Q7. Sledujete elektronické sporty jako divák?

Všichni respondenti, n=2009 [údaje v %]

# DIVÁCI SLEDUJÍ ESPORT NEJČASTĚJI NA POČÍTAČI



**Q8. Jakým způsobem sledujete elektronické sporty jako divák?**

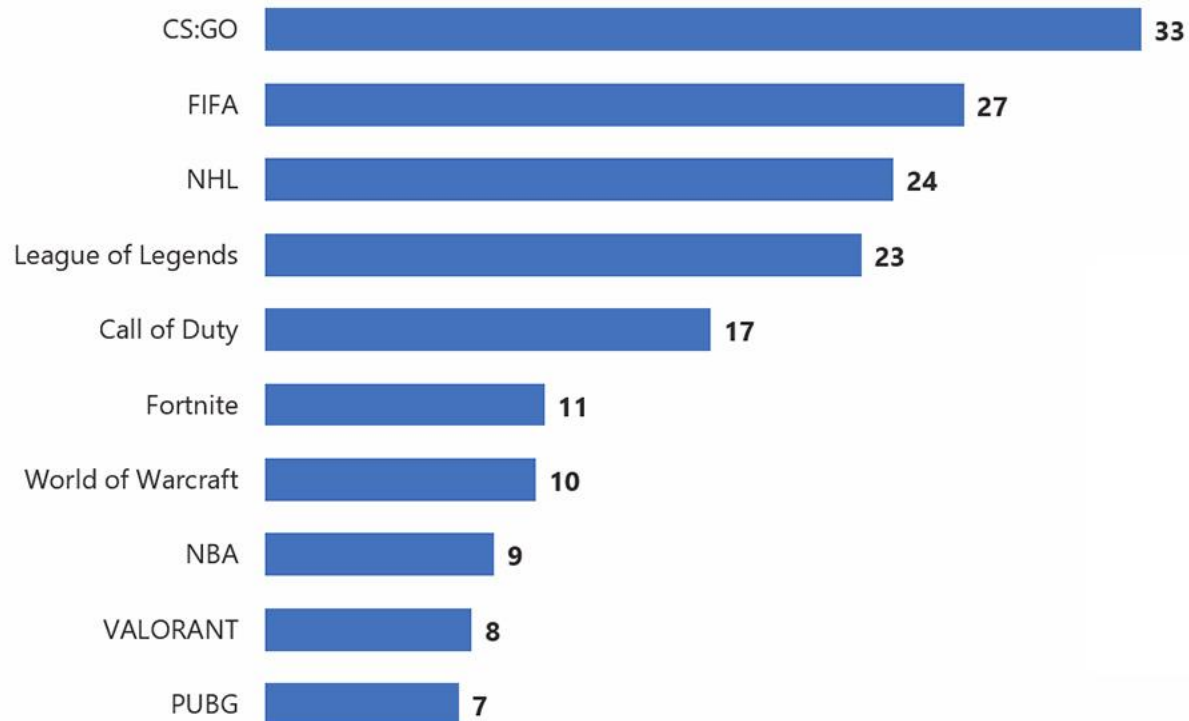
(možnost více odpovědí)

Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v %]

# NEJSLEDOVANĚJŠÍ HRY



## TOP 10



Nejvyšší podíl respondentů, kteří sledují elektronické sporty, sleduje Counter-Strike, následují FIFA, NHL a League of Legends, všechny hry s alespoň 20 % podílem diváků.

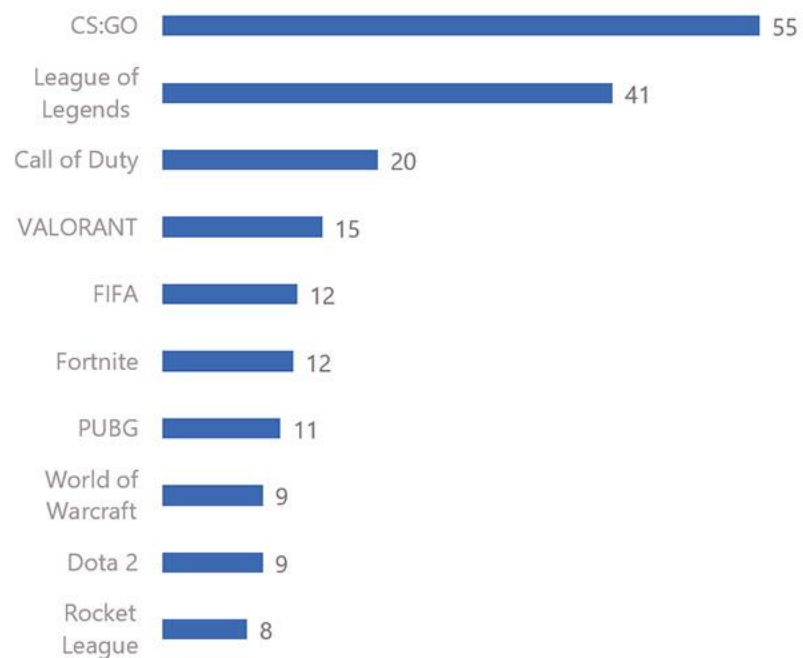
Mezi jinými hrami, jež se nevešly do grafu, jsou mezi dotázanými nejsledovanější UFC, Clash Royale nebo Dota 2.

### Q9. Které elektronické sporty jako divák sledujete?

(možnost více odpovědí)

Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v %]

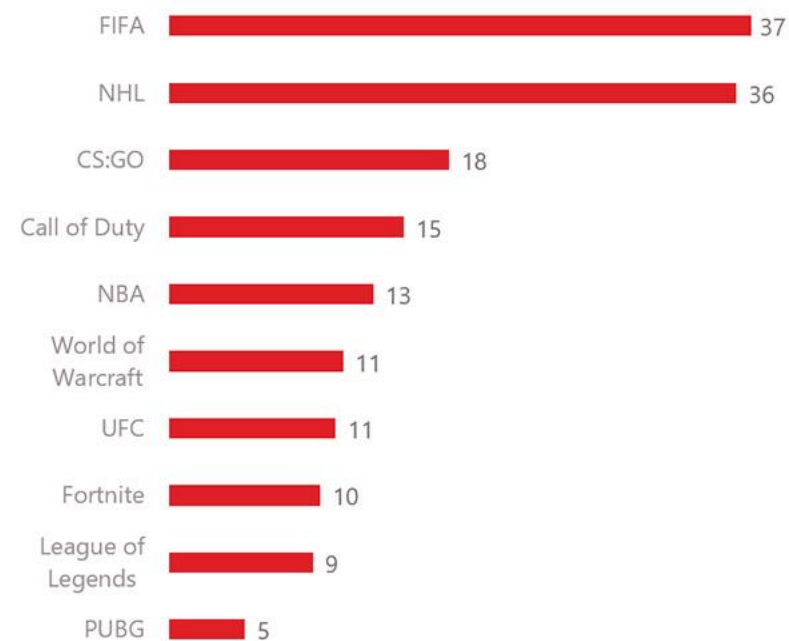
# NEJSLEDOVANĚJŠÍ HRY



**Q9. Které elektronické sporty jako divák sledujete?**

(možnost více odpovědí)

Respondenti, kteří hrají a sledují esporty, n=151 [údaje v %]



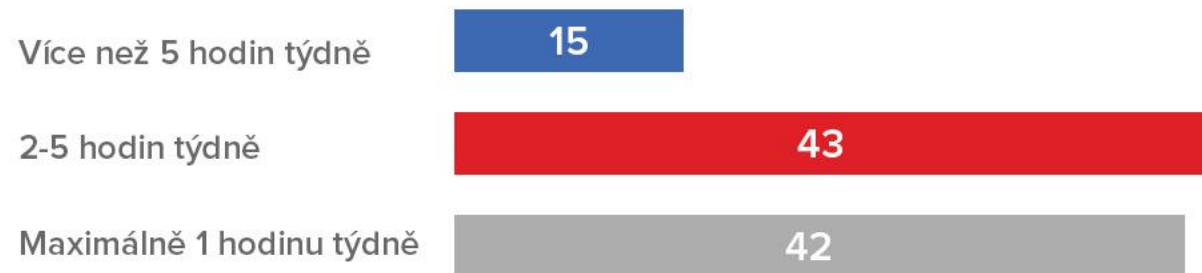
**Q9. Které elektronické sporty jako divák sledujete?**

(možnost více odpovědí)

Respondenti, kteří sledují, ale nehrají esporty, n=209 [údaje v %]



# VĚTŠINA DIVÁKŮ SLEDUJE ESPORT ALESPON 2 HOD. TÝDNĚ



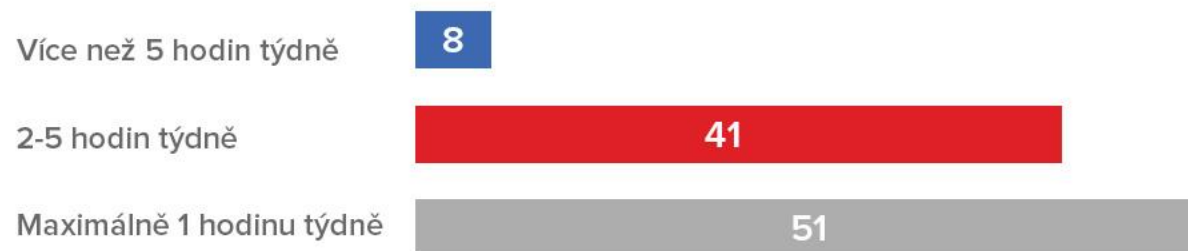
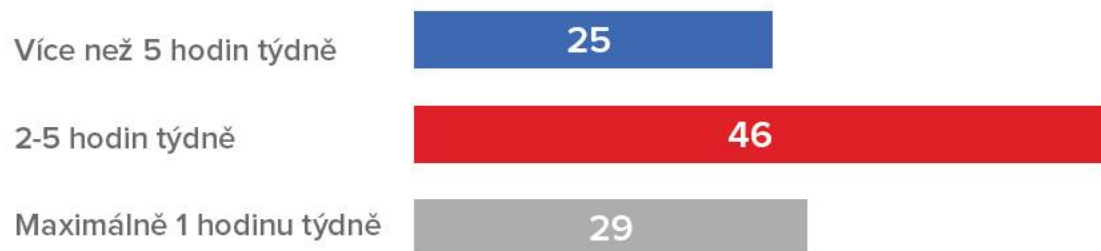
Průměrný čas strávený sledováním videoher mezi respondenty, kteří je jako diváci sledují, jsou 4 hodiny týdně.

Kratší dobu sledují ženy (2,5 hodiny) a sledující nad 45 let (2 hodiny)

**Q10. Kolik času strávíte sledováním elektronických sportů jako divák v průměru týdně?**

Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v %]

# SROVNÁNÍ DIVÁKŮ ESPORTU, KTEŘÍ HRAJÍ A NEHRAJÍ



**Q10. Kolik času strávíte sledováním elektronických sportů jako divák v průměru týdně?**

Respondenti, kteří hrají a sledují esportsy, n=151 [údaje v %]

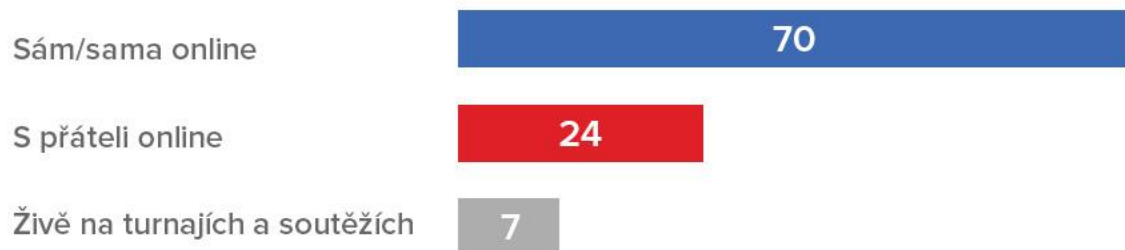
**Q10. Kolik času strávíte sledováním elektronických sportů jako divák v průměru týdně?**

Respondenti, kteří sledují, ale nehrají esportsy, n=209 [údaje v %]

# DIVÁCI SLEDUJÍ ESPORT HLAVNĚ SAMI ONLINE, ALE RÁDI BY JEJ SLEDOVALI VÍCE S PŘÁTELI ČI NAŽIVO



Jak často sledujete esport těmito způsoby?

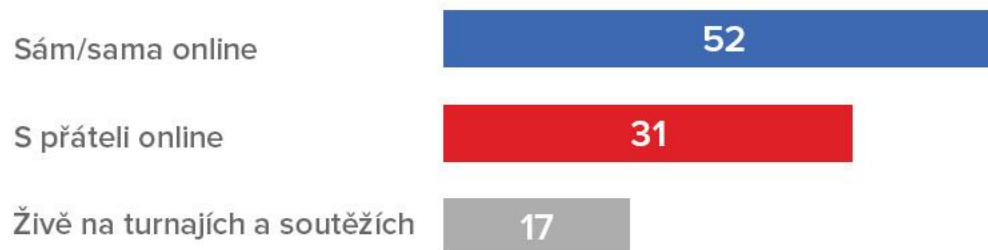


**Q10a. Jak často sledujete elektronické sporty následujícími způsoby?**

U každého z nich alespoň odhadněte procento z celkového času, který věnujete sledování elektronických sportů.

Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v průměrech]

Jak často byste chtěl/a sledovat esport těmito způsoby?



**Q10b. A jak často byste těmito způsoby chtěl/a ideálně elektronické sporty sledovat?**

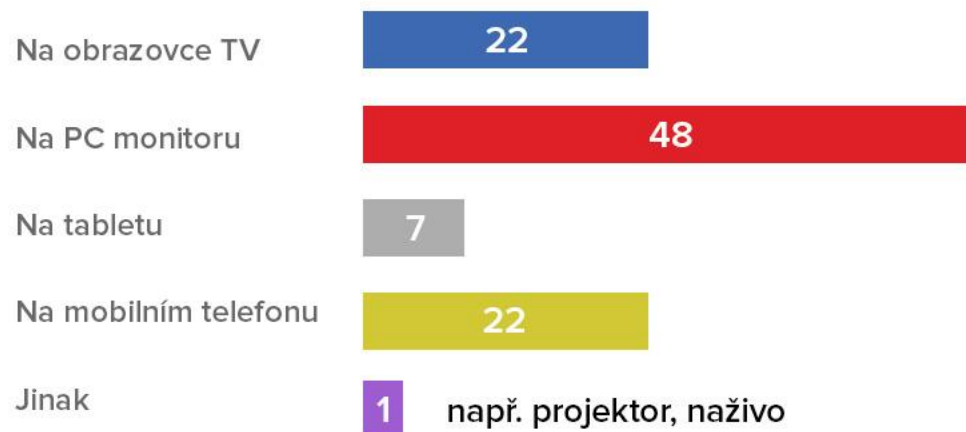
U každého z nich uveďte procento z celkového času, který byste chtěl/a věnovat sledování elektronických sportů.

Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v průměrech]

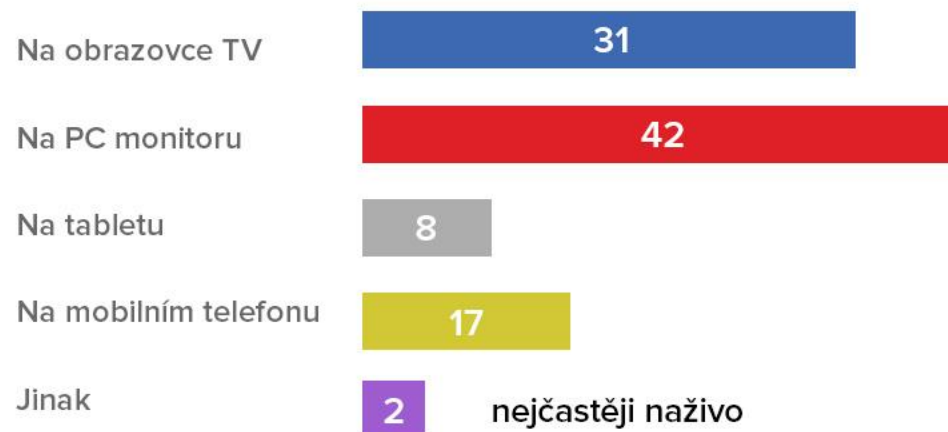
# DIVÁCI SLEDUJÍ ESPORT NEJČASTĚJI NA POČÍTAČI, ALE RÁDI BY JEJ VÍCE NEŽ DOPOSUD SLEDOVALI V TELEVIZI



Jak často sledujete esport těmito způsoby?



Jak často byste chtěl/a sledovat esport těmito způsoby?



**Q10c. Jak často sledujete elektronické sporty následujícími způsoby?**

U každého z nich alespoň odhadněte procento z celkového času, který věnujete sledování elektronických sportů.

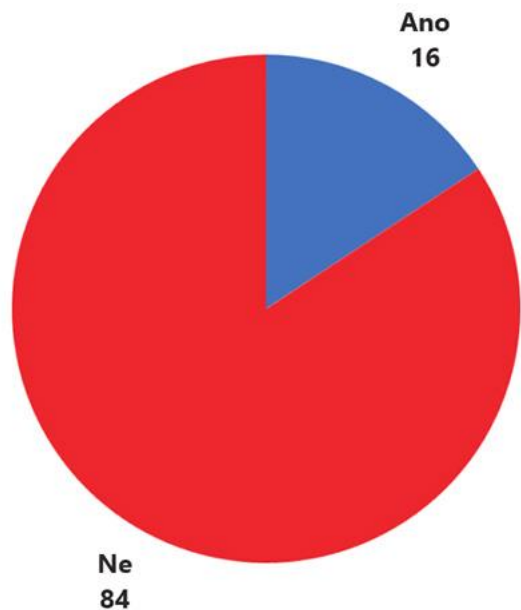
Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v průměrech]

**Q10d. A jak často byste těmito způsoby chtěl/a ideálně elektronické sporty sledovat?**

U každého z nich uveďte procento z celkového času, který byste chtěl/a věnovat sledování elektronických sportů.

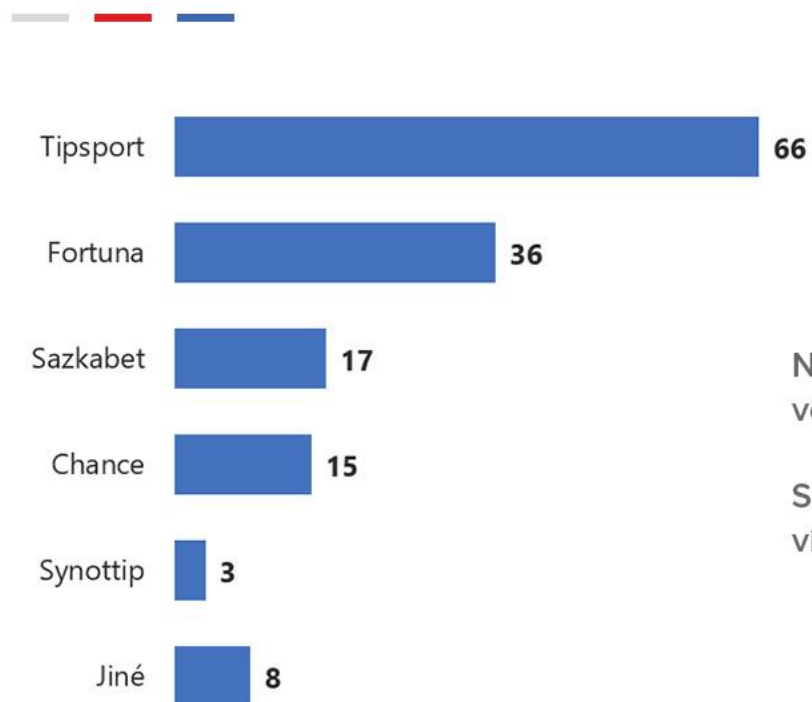
Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v průměrech]

# NA ESPORTY SÁZÍ 16 % OSLOVENÝCH DIVÁKŮ



## Q12. Sázíte na elektronické sporty?

Respondenti, kteří sledují elektronické sporty, n=360 [údaje v %]



## Q13. U kterých sázk. kanceláří sázíte na esport?

(možnost více odpovědí)

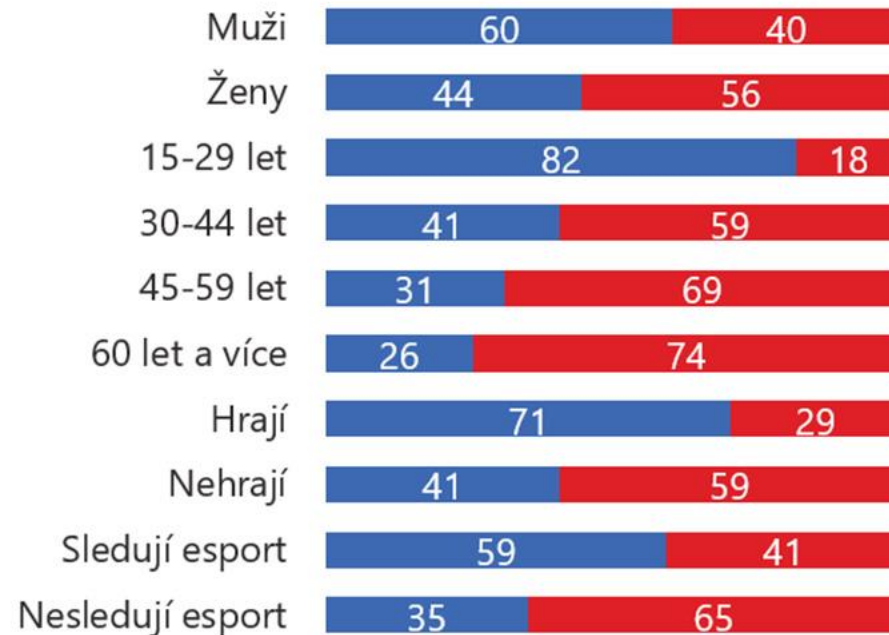
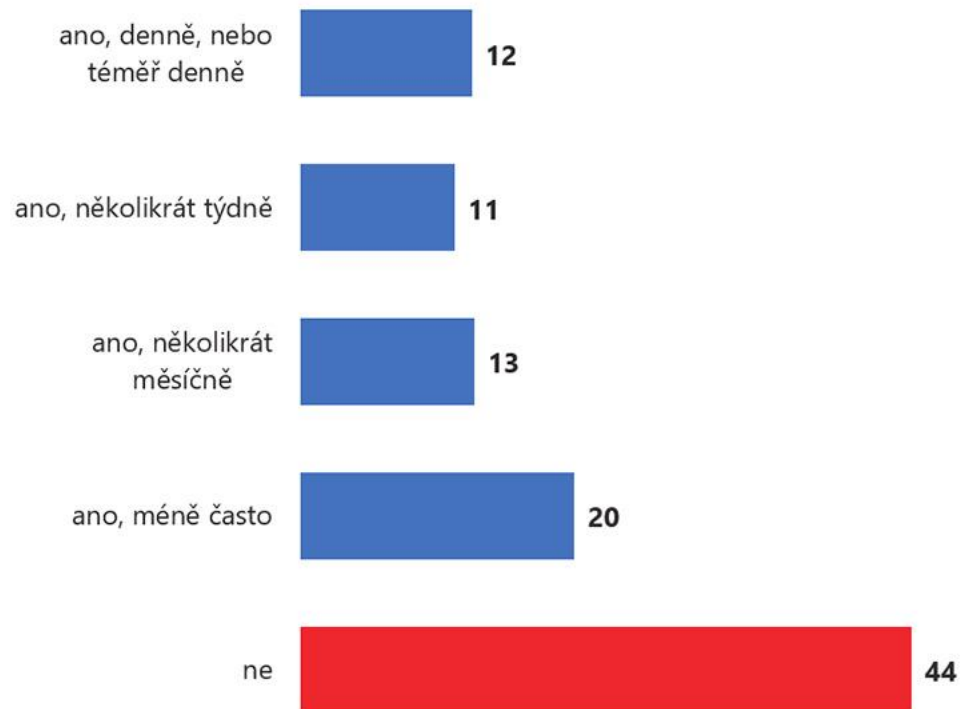
Respondenti, kteří sázejí na elektronické sporty, n=57 [údaje v %]

Na esport sází častěji diváci ve věku 30-44 let, muži a hráči.

Sázkaři častěji sledují esporty více než 5 hodin týdně.



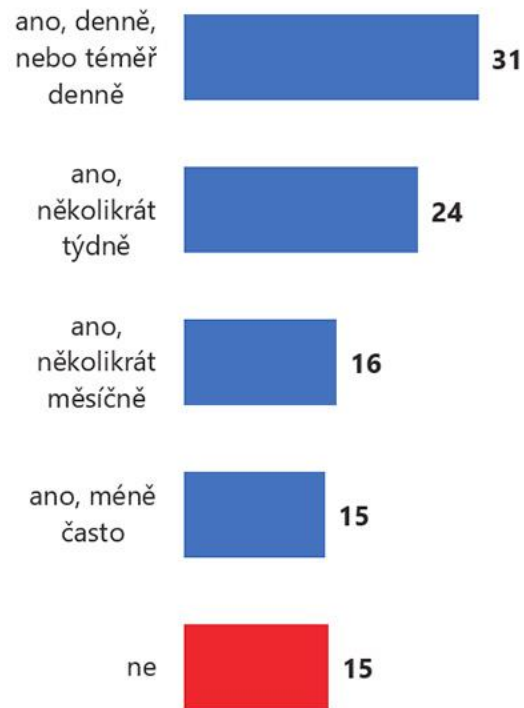
# TWITCH.TV SLEDUJE 56 % HRÁČŮ NEBO DIVÁKŮ VIDEOHER



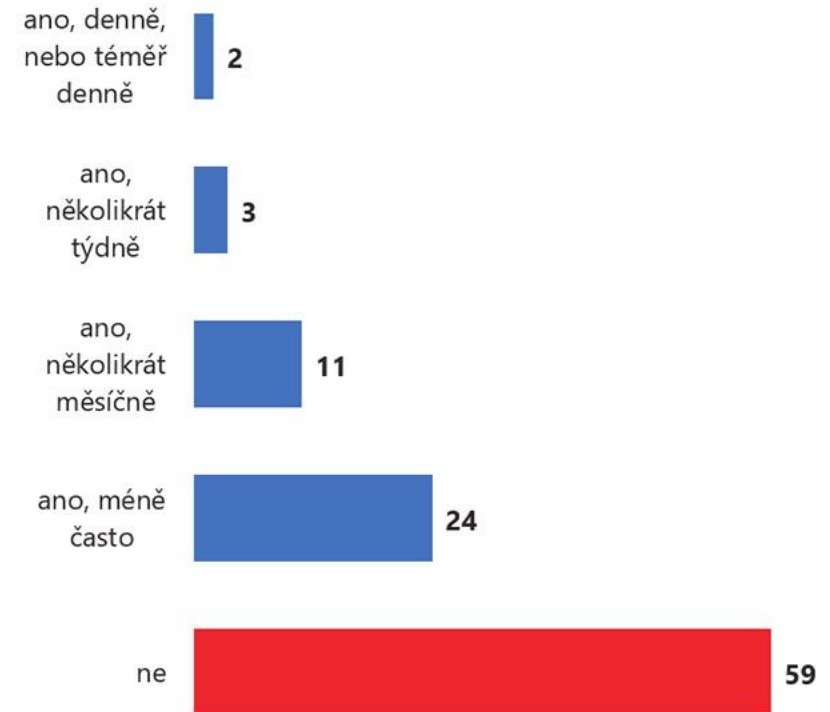
**Q18b. Sledujete platformu Twitch.tv? Pokud ano, jak často?**

Respondenti, kteří hrají nebo sledují videohry, n=422 [údaje v %]

# TWITCH: SROVNÁNÍ DIVÁKŮ ESPORTU, KTEŘÍ HRAJÍ A NEHRAJÍ

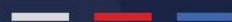


**Q18b. Sledujete platformu Twitch.tv? Pokud ano, jak často?**  
Respondenti, kteří hrají a sledují esporty, n=151 [údaje v %]

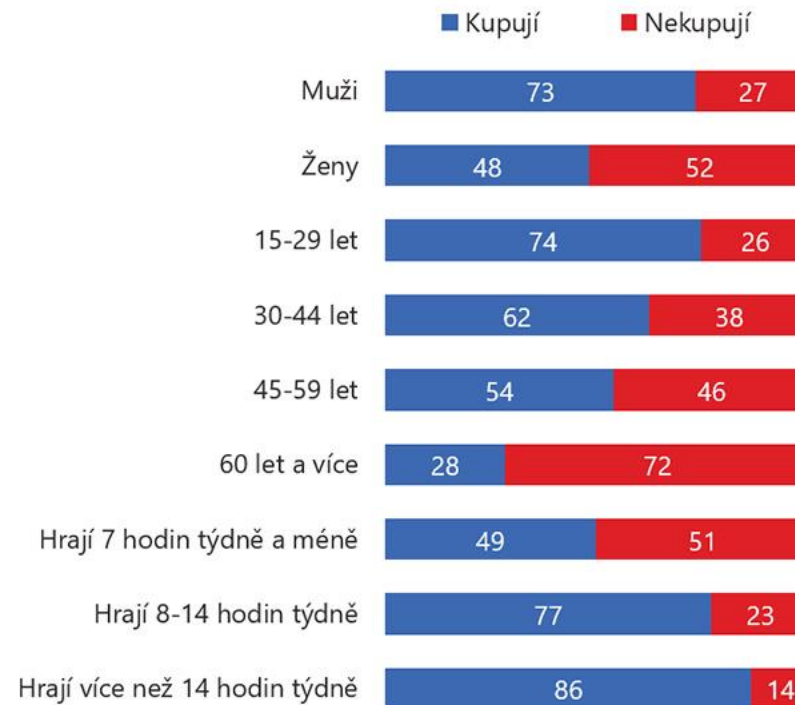
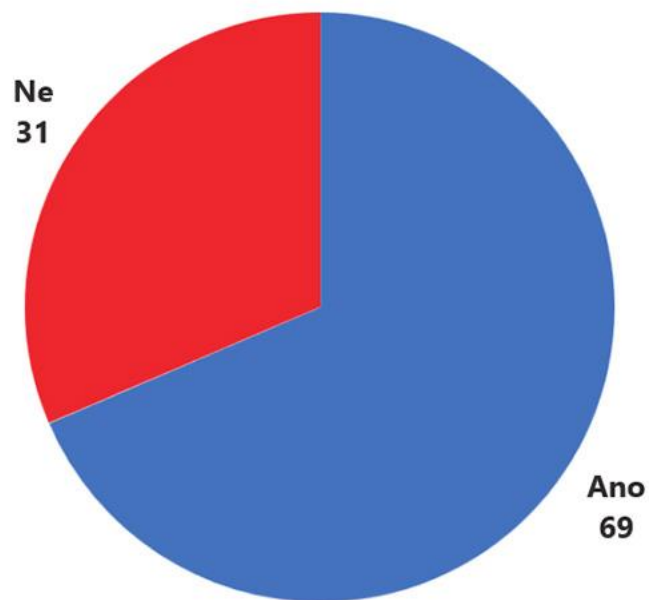


**Q18b. Sledujete platformu Twitch.tv? Pokud ano, jak často?**  
Respondenti, kteří sledují, ale nehrají esporty, n=209 [údaje v %]

# Nakupování herního vybavení



# HERNÍ VYBAVENÍ KUPUJE 69% HRÁČŮ



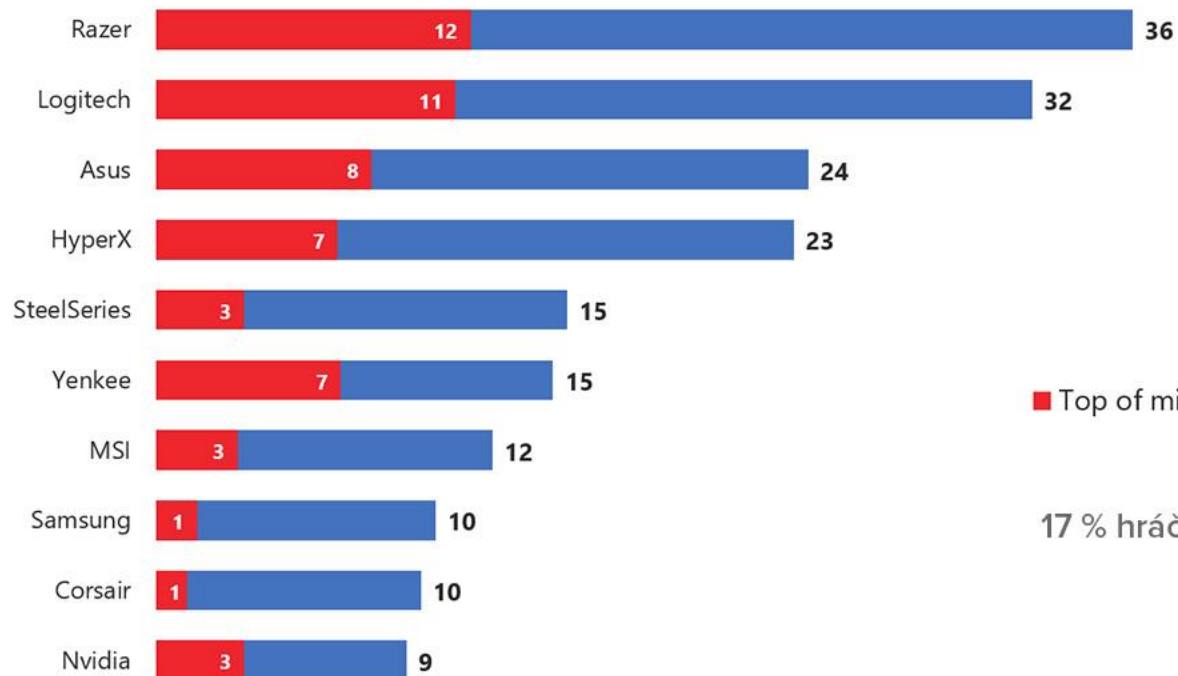
**Q14. Uvedl/a jste, že hrajete počítačové hry proti jiným hráčům. Kupujete si pro tento účel nějaká herní vybavení, jako například PC hardware, software, hry, doplňky do her apod.?**

Respondenti, kteří hrají videohry, n=213 [údaje v %]

# NEJZNAMĚJŠÍ ZNAČKY HERNÍHO VYBAVENÍ



TOP 10



■ Top of mind

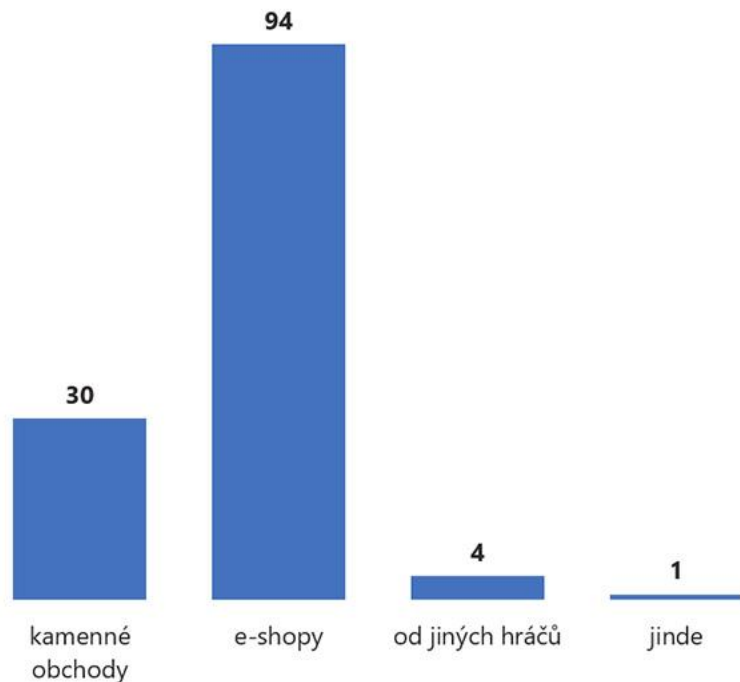
17 % hráčů si nevybavilo žádnou značku.

**Q14a. Když se řekne herní vybavení pro esport, které značky si vybavíte? (možnost více odpovědí)**

Respondenti, kteří hrají videohry proti jiným hráčům, n=213 [údaje v %]

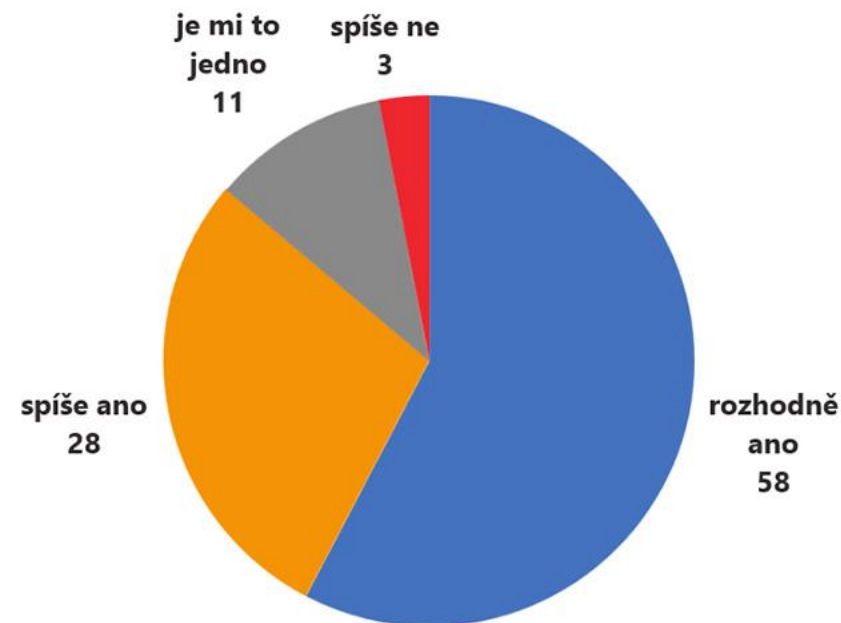


# HERNÍ VYBAVENÍ DOTÁZANÍ NAKUPUJÍ HLAVNĚ NA E-SHOPECH, ALE UVÍTALI BY VYZKOUŠET SI ZBOŽÍ PŘEDEM



**Q17. Kde toto herní vybavení nakupujete?**

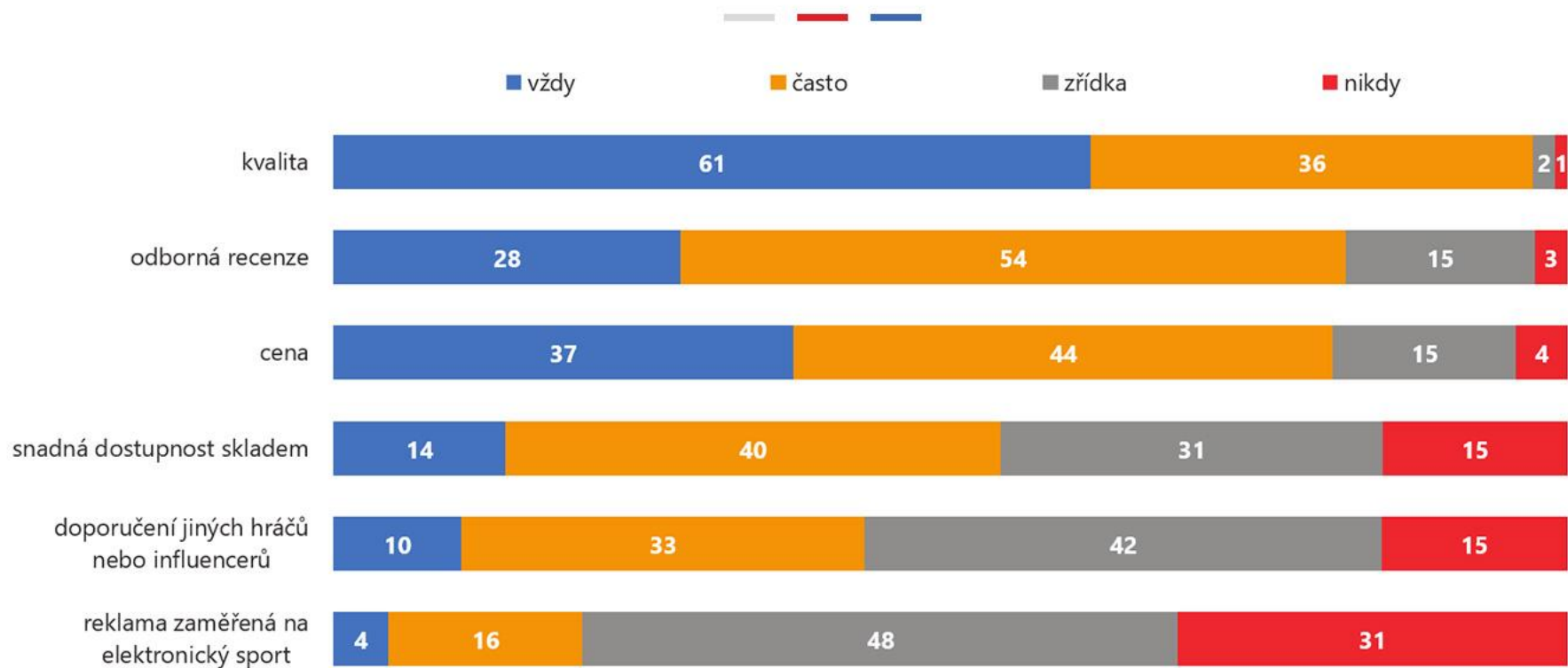
Respondenti, kteří nakupují herní vybavení, n=146 [údaje v %]



**Q18a. Uvítal/a byste možnost vyzkoušet si herní vybavení předtím, než je koupíte?**

Respondenti, kteří nakupují herní vybavení, n=146 [údaje v %]

# DLE ČEHO VYBÍRÁTE KUPOVANÉ HERNÍ VYBAVENÍ?

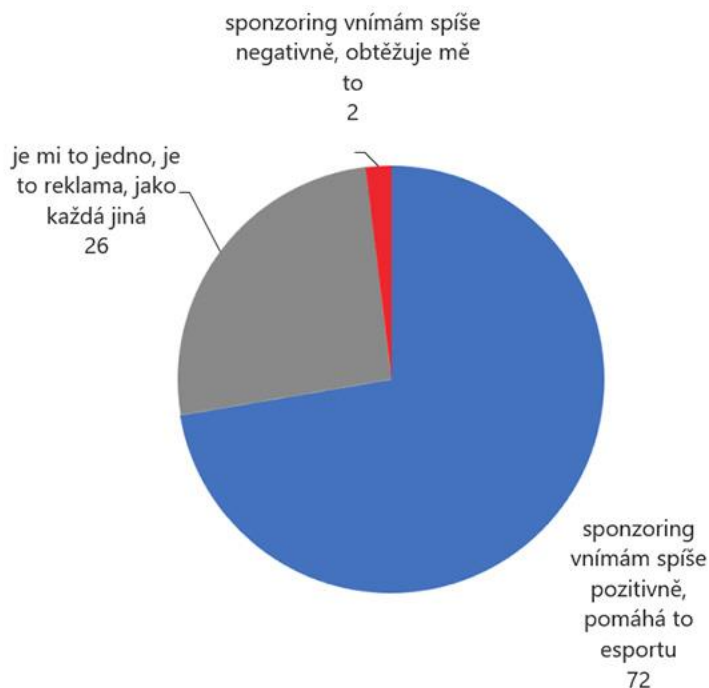


## Q18. Na základě čeho se rozhodujete při nákupu herního vybavení?

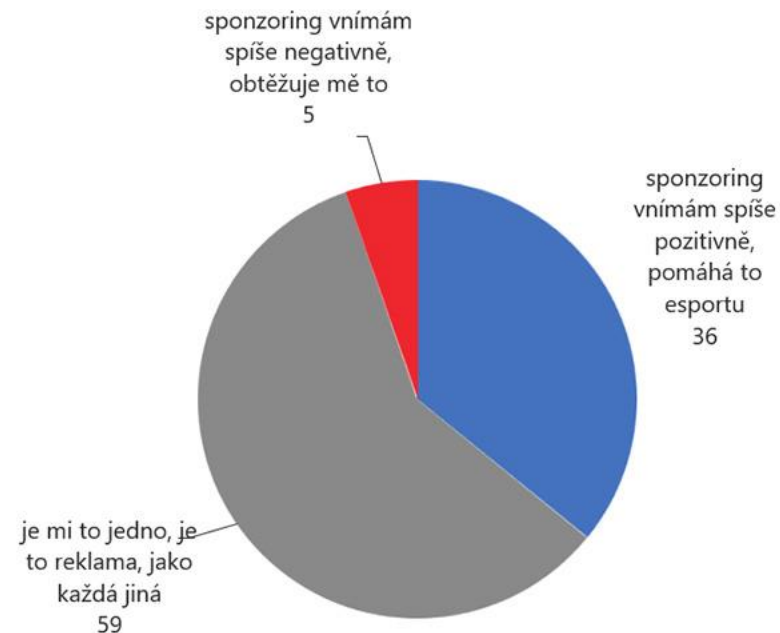
Respondenti, kteří nakupují herní vybavení, n=146 [údaje v %]

Mezi dalšími parametry, které zákazníci zvažují při nákupu herního vybavení, jsou například doporučení od známých, poměr kvalita vs. cena nebo design produktu.

# SPONZORING A VNÍMÁNÍ JEDNOTLIVÝCH SKUPIN



**Q18e. Jak na Vás působí sponzoring esportu? Který z následujících výroků nejlépe odpovídá Vaším pocitům?**  
Respondenti, kteří sledují i hrají esportové hry, n=151 [údaje v %]



**Q18e. Jak na Vás působí sponzoring esportu? Který z následujících výroků nejlépe odpovídá Vaším pocitům?**  
Respondenti, kteří sledují i hrají esportové hry, n=209 [údaje v %]

# KONTAKTY



**Lukáš Pleskot**

Předseda asociace

**E:** [pleskot@esport.cz](mailto:pleskot@esport.cz)

**T:** +420 603 399 803

