

# Mediamonitor: realitní kanceláře mají média v oblibě

Author: Newton Media / SF | Published: 07.07.2009

Na základě studie lze rozdělit zmíněné společnosti podle jejich přítomnosti v médiích do třech skupin. První představují nejvíce medializované firmy - s celkem 514 příspěvky tento žebříček vede Mexx Reality před AAabyty.cz (423). „Střední“ skupinu tvoří RK, případně franšizové realitní řetězce Century 21 (161), Lexxus (160), Real Spektrum (131) a Re/Max(121), jimž dýchá na záda Maxima Reality (81). Na konci „pelotonu“ pak spatříme Professionals Reality (31), M&M Reality holding (28) a ERA Reality (21).

Dlužno dodat, že k těmto rozdílům přispěly vydatně Deníky Bohemia a Moravia, jež tisknou totožný příspěvek v desítkách svých mutací současně. Byly to ony, které v březnu citovaly Jana Šinágla (Mexx Reality) komentujícího rostoucí zájem o malé byty a které v dubnu i v květnu zaujaly pětinové slevy na byty u této společnosti, tedy koncept, jež média obvykle spojují se společností Finep. Média různé provenience nenechala bez povšimnutí ani personálie, konkrétně lednové jmenování Jana Šinágla na post obchodního ředitele Mexx Reality, jakož i březnový vstup Jana Kočky mezi vlastníky této společnosti.

Společnost AAABYTY.cz se v médiích objevila v lednu v souvislosti se zprávou předpovídající letošní vývoj realitního trhu a později se profilovala prostřednictvím jejího ředitele Aleše Budína, jež v dubnu glosoval pokles poptávky po panelových bytech a v červnu růst zájmu o nájemní bydlení.

Re/Max Reality pronikla do médií (opět zásluhou regionálních deníků) v dubnu, když se Pavel Hájek vyjádřil k poklesu cen u všech bytových kategorií. V případě Century 21 přitáhly pozornost médií nabízené benefity (např. kuchyňská linka), mající za úkol přesvědčit váhavé klienty. Rovněž v květnu upozornila média mj. s odkazem na společnost Lexxus, že oficiální nabídkové ceny převyšují skutečné ceny bytů o třicet až sto tisíc korun. Lexxus byl dále spoluautorem v červnu publikované studie, podle níž satelitní městečka již nevyhovují preferencím klientů - ti nyní údajně kladou důraz na občanskou vybavenost, dostatek skutečné přírody a soukromí.

Bereme-li ale v potaz pouze autentické příspěvky a nikoliv i jejich kopie, snížil se podíl regionálního tisku na celkové mediální ploše věnované realitním společnostem z 51 na 20 %. Jsou tak zastíněny internetovými portály (35 %), „vedenými“ servery Reality.iHNed.cz a reality.iDNES.cz i celostátními deníky (22 %), z nichž byla s celkem 118 příspěvky neaktivnější MF Dnes. Ve všech třech výše uvedených médiích se největší pozornosti mohla těšit společnost AAABYTY.cz, solidně zastoupeny zde byly nicméně i další - vedle Mexx Reality také Real Spektrum a Maxima Reality.

Grafy: Newton Media

1. Medializace realitních kanceláří - Graf znázorňuje rozsah medializace každé z deseti vybraných realitních společností v první polovině roku 2009.
2. Skupiny médií - Graf znázorňuje strukturu medializace deseti vybraných realitních společností z hlediska skupin médií. Mnohočetné příspěvky Deníků Bohemia a Moravia zde byly na rozdíl od předchozího grafu započteny pouze jednou.

---

07.07.2009 08:00, Newton Media / SF