



**ČESKÁ  
ASOCIACE  
ESPORTU**

# **Rok sebevědomí a prázdných hledišť**

**Analýza českých esportových soutěží  
za rok 2020**

**dentsu**



## Management summary:

### Než začnete čist, měli byste vědět

- Jako hlavní streamovací platforma je v analýze sledován Twitch. Ten je v českém prostředí tradiční a nabízí mnohem detailnější pohled na diváka. Více o rozdílech ve streamovacích platformách se dozvíte na straně 7 v podkapitole 3.1. Sledování streamů.
- Metrika prize pool se zaměřuje pouze na finanční hodnotu, která byla hráčům či týmům vyplacena za umístění v soutěži, nikoliv dodatečné věcné ceny. Detailní postup pro určení prize poolu najdete na straně 9 v podkapitole 3.4. Prize pool.
- Dlouhodobé soutěže mají výhodu v kumulativních metrikách. Naproti tomu krátkodobější soutěže mohou mít výhodu v metrikách, které se vztahují k zájmu publika v jeden okamžik. Blížší vysvětlení najdete na straně 15 v úvodu kapitoly 6: Esportové ligy a turnaje 2020.

### Hlavní zjištění analýzy

- Počet zhlédnutí českých esportových soutěží na platformě Twitch se meziročně zvýšil o 92%, počet odsledovaných hodin dokonce o 113 %.
- Jednoznačně nejsledovanějšími herními tituly v Česku jsou Counter-Strike: Global Offensive a League of Legends.
- Výrazně se zvýšilo i mediální pokrytí soutěží. Jenom v online prostoru se počet článků zvýšil o 123 %, hodnota AVE o 100 % a hodnota GRP o 262 %.
- Nejsledovanější soutěží roku 2020 na kanálu Twitch byla již podruhé v řadě soutěž Hitpoint Masters. Jako jediná ze sledovaných soutěží překonala magickou hranici 1 000 000 zhlédnutí. Soutěž díky tomu zaznamenala i nejvyšší počet odsledovaných hodin.
- Nejintenzivnější zájem diváků mělo Vodafone Mistrovství České republiky v počítačových hrách. Na platformě Twitch zaznamenala soutěž nejvyšší dohledatelný peak diváků v historii vysílání českých esportových soutěží (více než 12 000) a také nejvyšší průměrný počet diváků (více než 1 000).
- Největší mediální pokrytí v online prostoru měla Tipsport COOL Liga, a to ve všech sledovaných metrikách (počet článků, hodnota AVE, hodnota GRP).
- Největší prize pool nabídla soutěž Sazka eLEAGUE, za umístění si týmy odnesly celkem 1,3 milionu korun.
- Téměř u všech soutěží, kde lze zjistit meziroční srovnání, byl zaznamenán růst ve sledovanosti, a to v řádu desítek i stovek procent.



## Obsah

1. Slovo úvodem: Rok rekordních streamů a prázdných hledišť .....	4
2. Organizátoři .....	5
2.1. Členové České asociace esportu (dle abecedního pořadí) .....	5
2.2. Organizátoři, kteří nejsou členy České asociace esportu (dle abecedního pořadí)....	5
3. Základní metriky pro porovnání jednotlivých soutěží .....	7
3.1. Sledovanost streamů .....	7
3.2. Mediální dosah .....	8
3.3. Počet návštěvníků na eventu .....	9
3.4. Celková finanční dotace (prize pool) turnaje .....	9
3.5. Způsob porovnání soutěží .....	10
4. Rok 2019 vs 2020 .....	12
5. Sledovanost jednotlivých her .....	13
6. Esportové ligy a turnaje v roce 2020 .....	15
6.1. 3E Liga / 3E Akademické mistrovství .....	16
6.2. CEE Champions .....	18
6.3. COOL Ligy .....	20
6.4. CZC.cz iSport Liga .....	22
6.5. DATART e:LIGA .....	24
6.6. ENYAQ hokejová liga .....	26
6.7. Hitpoint Masters .....	28
6.8. Hitpoint Winter .....	30
6.9. Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách .....	32
6.10. Sazka eLEAGUE .....	34
6.11. Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách .....	36
7. Závěrečné slovo autora .....	38
Příloha 1: Porovnání jednotlivých soutěží .....	39
Seznam grafů a tabulek .....	44
Grafy .....	44
Tabulky .....	44



## 1. Slovo úvodem: Rok rekordních streamů a prázdných hledišť

Rok 2020 se nesl ve znamení pandemie koronaviru, který ovlivnil životy lidí po celém světě ve všech oblastech. Esport nevyjímaje. Tradiční finálové zápasy turnajů mohli diváci sledovat pouze ze svých domovů. I přesto český esport nestagnoval. Naopak se v něm představilo několik nových velkých projektů, které mají zásadní vliv na formování scény. Vydavatelství Czech News Center představilo novou Sazka eLEAGUE, agentura PLAYzone hostila jubilejný 10. ročník Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách a Hitpoint zorganizoval 13. a 14. sezónu tradičního Hitpoint Masters. Vyšší úroveň profesionalizace jsme mohli zaznamenat také na klubové scéně. Již dříve oznámili svůj vstup do esportu český fotbalový reprezentant Jakub Jankto (Tipsport.Sampi) i investor Petr Andrásek (Sazka.Brute). Během roku 2020 se jejich řady rozšířily o pokerového hráče Martina Kabrhela (Entropiq) a také o majitele hokejového klubu Bílí Tygři Liberec. Ti odhalili organizaci SINNERS. Tradičním týmům tak za rok vyrostla silná konkurence.

**Cílem dokumentu je prezentovat fakta z esportového trhu a pracovat s jednotnými metrikami tak, aby nedocházelo k jejich dezinterpretaci. Výsledkem je vytvoření přehledu českých soutěží pro partnery esportu i zájemce z řad širší veřejnosti.**

Analýza pracuje v maximální míře s veřejnými zdroji, aby všechny zkoumané soutěže měly stejné podmínky. Pokud tedy organizátor partnerovi turnaje reportuje výsledky, mohou se od čísel v analýze lišit. Některé metriky (například ve vysílání) totiž může sledovat pouze majitel daného účtu. Zároveň se reportovaná veřejná čísla mohou lišit od neveřejných. Příkladem může být počet zhlédnutí na platformě Twitch. Interní analytika této platformy totiž udává o něco vyšší čísla než nástroj Twitchtracker.com, který v analýze používáme. Vybrané metriky ale mají vypovídající hodnotu z hlediska porovnání soutěží. **Zástupci všech organizátorů byli před vydáním kontaktováni s prosbou o vyjádření a upozornění na možné nesrovnanosti. Případné relevantní připomínky byly zapracovány.**

Pro zařazení do tohoto výčtu musela soutěž splňovat alespoň jedno z následujících kritérií:

- její organizátor je oficiálně registrován v České republice;
- jedná se o jasně odlišenou českou pobočku nadnárodního organizátora.

Do výčtu tak například nejsou zahrnuty soutěže, na které měla organizace vysílací práva, nicméně oficiálně se na organizaci nepodílela. Analýza trhu proběhla pod odborným dohledem analytiků ze společnosti Dentsu Czech Republic.



## 2. Organizátoři

Za organizátora označujeme společnost, která je uvedena v pravidlech soutěže jako její pořadatel. Pořadatel musí být buď česká právní společnost či česká pobočka nadnárodní společnosti.

### 2.1. Členové České asociace esportu (dle abecedního pořadí)

#### eSuba

Herní organizace eSuba provozuje nejenom esportový tým, ale věnuje se také agenturní činnosti, která zahrnuje i pořádání turnajů. Na svých webových stránkách esuba.eu pravidelně informuje o svých aktivitách. Je také provozovatelem školy nazvané Esport univerzita.

#### Vybraná soutěž

- CEE Champions

#### PLAYzone

Agentura PLAYzone zajišťuje chod esportového portálu PLAYzone.cz. Kromě zařazených soutěží pořádá také LAN akci PLAYzone Challenge. V roce 2019 se strategicky spojila se skupinou PRIMA MEDIA CLUB GROUP, která je provozovatelem jedné z největších televizních stanic v Česku.

#### Vybrané soutěže

- Vodafone Mistrovství České republiky v počítačových hrách
- Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách
- Tipsport COOL Liga CS:GO
- FIFA COOL Liga

### 2.2. Organizátoři, kteří nejsou členy České asociace esportu (dle abecedního pořadí)

#### BPA Sport Marketing

Agentura BPA Sport Marketing zaměřuje na poskytování komplexních služeb z oblasti sportovního marketingu, sponzoringu a reklamy v souvislosti se sportovními projekty, především pak s českým hokejem. Je výhradním marketingovým partnerem extraligy ledního hokeje a výhradním marketingovým partnerem Českého hokeje, který zastupuje výkonnostní hokej a reprezentační tým.

- ENYAQ hokejová liga

#### CZECH NEWS CENTER

CZECH NEWS CENTER je jedním z největších mediálních domů v České republice. Mediální dům disponuje šesti integrovanými newsroomy. Vlajkovou lodí je deník Blesk, který doplňuje čistě bulvární deník Aha! Třetím deníkem je specializovaný Sport, který se v České republice jako jediný zabývá výhradně sportovní tematikou.



### Vybrané soutěže

- Sazka eLEAGUE
- CZC.cz iSport Liga

### **ESA (Esportovní studentská asociace)**

Esportovní studentská asociace (ESA) je celorepublikový studentský meziuniverzitní spolek, který se zaměřuje především na vysokoškolský esport.

### Vybraná soutěž

- 3E Liga / 3E Akademické Mistrovství

### **Hitpoint**

Společnost Hitpoint se zaměřuje především na pořádání soutěží v hře League of Legends. Hitpoint navázalo exkluzivní partnerství s vydavatelem Riot Games. Týmy proto mohou z Hitpoint Masters postoupit do evropské ligy EU Masters.

### Vybrané soutěže

- Hitpoint Masters
- Hitpoint Winter

### **Ligová fotbalová asociace**

Ligová fotbalová asociace je zájmové sdružení všech profesionálních klubů v České republice hájící zájmy ve všech oblastech jejich činnosti. Řídí a organizuje profesionální soutěže. Členem LFA musí být každý klub hrající první a druhou nejvyšší fotbalovou soutěž.

- DATART e:LIGA



## 3. Základní metriky pro porovnání jednotlivých soutěží

### 3.1. Sledovanost streamů

Zájem diváků je pro rozvoj esportu nezbytný. I proto je v kategorii sledovanosti streamů využito v analýze nejvíce metrik. Akcelerace obliby esportů u nás i ve světě nastala v souvislosti s rozvojem vysílacích platform, především pak s platformou Twitch. Snadná dostupnost videoobsahu a velmi blízká interakce mezi divákem, hráči a organizátory dělá z esportu velmi zajímavou oblast, jak vtáhnout fanoušky přímo do děje. Hlavní vysílací platformou v Česku je Twitch. Organizátoři nicméně stále častěji vysílají také na Facebooku. I na něj se analýza zaměřuje. Jednotliví organizátoři ale mohou využívat i jiné způsoby doručení videoobsahu v přímém přenosu. Vysílání je však sporadické, a to především z důvodu podmínek platformy Twitch. Některé soutěže může vysílat na svém kanále vybraný streamer. Ten pak může oslovit fanoušky ze své komunity, naopak organizátoři zpravidla na svém kanále dokážou zajistit profesionálnější vysílání. I vysílání na kanálech streamerů bylo do analýzy započítáno, pokud organizátor veřejně uváděl tento kanál jako vysílací. Výpočty byly provedeny na základě údajů nástroje Twitchtracker a veřejně dostupných statistik na Facebooku v sekci Videos.

Mezi veřejně dostupné metriky, které byly do analýzy zahrnuty patří:

- **Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch):** Jde o součet živých zhlédnutí (live views) ze všech streamů. Nejdňá o počet unikátních diváků, kteří soutěž sledovali. Přesný způsob, jakým Twitchtracker započítává 1 view není přesně známý.
- **Odsledované hodiny (Twitch):** Určuje celkový počet hodin, který diváci u streamu strávili. Jeden divák sledující stream hodinu tak má stejnou hodnotu jako šest diváků, kteří vydrželi deset minut. Metrika odráží celkovou oblibu vysílání.
- **Average Minute Audience (Twitch):** Analytická společnost Nielsen definuje metriku Average Minute Audience (AMA) jako „*průměrný počet jednotlivců sledujících televizní kanál, který se počítá každou minutu během daného časového období v průběhu programu*“. Tuto metriku používají také organizátoři globálních esportových soutěží. Nelze ji však považovat za jedinou směrodatnou, a to z toho důvodu, že pokud organizátor streamuje pouze finále, bývá AMA vyšší, než pokud by například streamoval i všechna ligová kola. Ta zpravidla bývají pro diváka méně zajímavá. AMA se vypočítává jako celkový součet odsledovaných minut / celkový počet odstreamovaných minut. Je důležité zdůraznit, že do vysílání byly započítány záznamy, kvalifikace i nižší divize soutěží. Reálně je tak u mnoha soutěží AMA hlavní fáze ligy či turnaje výrazně vyšší.
- **Peak diváků (Twitch):** Udává, jaký byl nejvyšší počet diváků sledujících soutěž v jeden okamžik. Metrika neurčuje celkový počet unikátních diváků jednoho streamu. Ten je vždy vyšší, často i několikanásobně. Peak diváků je možné výrazně zvýšit, pokud vysílání sdílí na svém Twitch účtu jiní streameri.
- **Počet zhlédnutí (Facebook):** Jako 1 view započítává Facebook spuštění videa na jeho zdi (feedu) alespoň na 3 sekundy, což nemusí odrážet skutečný zájem daného uživatele o přenos. Facebook automaticky ukládá videa z vysílání do sekce Videos, ze které čerpáme údaje o sledovanosti. Metrika tak sčítá živý přenos i pozdější přehrání z archivu. Zároveň nelze přesně zjistit dobu sledování z veřejných zdrojů. Někteří organizátoři na Facebooku nemohou streamovat z důvodu podmínek partnerství s platformou Twitch.



### 3.2. Mediální dosah

Mediální dosah odráží celkové oslovení širšího publiku, nejenom esportovou komunitu, která následně sleduje živé zápasy. Pro analytiku mediálního dosahu byl využit nástroj Monitora, který dokáže zmapovat mediální pokrytí v Česku i na Slovensku.

U porovnání jsme vycházeli pouze z online článků, výstupy v tisku či televizi nebyly započítány. Důvodem jejich vynechání je silně anomální chování takových výstupů, především pak u metriky AVE. Nástroje pro monitoring totiž nedokážou spolehlivě rozlišit míru pokrytí tématu v článku (zda se jedná o malou zmínku či zda se výstup věnuje pouze tématu). Zároveň nedokážou monitorovací nástroje spolehlivě vyhledat všechny výstupy v televizním a rozhlasovém vysílání.

Pro lepší porozumění mediálního zásahu analýza pracuje se třemi základními metrikami.

- **Počet článků:** Základní metrika, která odráží četnost, avšak příliš nevypovídá o celkovém zásahu širšího publiku. Články ve specializovaných médiích (zaměřených například právě na esportovou komunitu) mají nižší přesah do mainstreamu. Naopak lépe oslovují primární cílovou skupinu. Nutno podotknout, že pro zvýšení sledovanosti a zájem o streamy hraje pravidelný zpravodajský servis nezastupitelnou roli. Je vhodné mediálnímu dosahu rozumět v širších souvislostech, které odráží i další metriky.
- **Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent):** Tato metrika odráží hodnotu mediálního prostoru, která se rovná ekvivalentu inzerční hodnoty. To znamená, kolik by organizátor musel zaplatit, aby dosáhl stejného mediálního pokrytí. Hodnota AVE dokáže dobře odrážet mediální pokrytí soutěže v čase. Pro partnera akce je ale vhodné doplnit i o další údaje. Samotné AVE není nositelem celé informace o mediálním pokrytí.
- **Hodnota GRP (Gross Rating Point):** Tato hodnota odpovídá zásahu v široké cílové skupině (tedy 15+). Ta je považovaná za koupeschopnou část populace. Hodnota vyjadřuje dosah mediálního pokrytí, nevypovídá však nic o konkrétní cílové skupině.

Pro analýzu byl do monitorovacího nástroje Monitora zadán vyhledávaný výraz jako celé slovní spojení názvu soutěže, nikoliv jako jednotlivá slova. K tomu v nástroji slouží vložení hledaného výrazu do uvozovek. Tedy autor zadal spojení „*Hitpoint Masters*“, nikoliv pouze Hitpoint Masters. Soutěže jsou také vyhledávány v pádech, tedy do vyhledávání je zahrnut například i výraz „*COOL Ligy*“, nikoliv pouze první pád „*COOL Liga*“.





### 3.3. Počet návštěvníků na eventu

V letošním roce se akce odehrávaly bez přítomnosti diváků. Do porovnání tak tato metrika nebyla začleněna.

### 3.4. Celková finanční dotace (prize pool) turnaje

Metrika prize pool se zaměřuje na finanční hodnotu, která byla hráčům či týmům vyplacena za umístění v soutěži. Věcné ceny, ani možné poukazy na nákup nejsou do statistiky promítnuty. Celková finanční dotace (prize pool) nemusí být úměrná zájmu fanoušků, týmů či hráčů, ale patří mezi předpoklady pro jeho zvýšení. Zároveň může fungovat jako komunikační linka směrem k médiím. Na soutěži s vyšším prize poolem může být také nahlíženo jako na více prestižní. Není to však pravidlem.

**Do celkové finanční dotace se nepočítají:**

- náklady spojené s podporou týmů;
- náklady spojené s produkcí;
- náklady spojené s marketingovými aktivitami;
- další výdaje spojené s organizací turnaje.

Pokud byl v soutěži vyplácen prize pool v jiné měně, než je česká koruna, je započítán průměrný kurz za rok 2020 podle České národní banky. Údaje o výši prize poolů jsou vybrány z veřejně dostupných zdrojů, jako jsou webové či facebookové stránky organizátorů nebo encyklopédie Liquipedia.

Jiné metriky nebyly do porovnání zahrnuty z důvodu nedostatečné možnosti jejich ověření z veřejně dostupných zdrojů.



### 3.5. Způsob porovnání soutěží

Každá soutěž je porovnávána s ostatním na základě 9 metrik, jejichž podrobnější popis naleznete v předcházející podkapitolách.

#### Mezi porovnávané metriky byly zařazeny:

- kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch);
- odsledované hodiny (Twitch);
- Average Minute Audience (Twitch);
- peak diváků (Twitch);
- počet zhlédnutí (Facebook);
- počet článků v online médiích;
- hodnota AVE (Advertising Value Equivalent) v online médiích;
- hodnota GRP (Gross Rating Point) v online médiích;
- prize pool.

Tyto metriky jsou u každé soutěže zasazeny do paprskového grafu. Hodnota metriky u dané soutěže odráží poměr k největší soutěži v dané metrice, a to na škále 0 až 100. Jinými slovy, pokud je soutěž v dané metrice největší, pak získává 100 bodů. Ostatní soutěže získávají bodů méně, a to podle své ztráty na vítěze metriky.

#### Ukázkový příklad

##### Metrika 1

- Soutěž A dosáhla výsledku 100 000. Je největší v dané metrice, získává 100 bodů.
- Soutěž B dosáhla výsledku 37 000. Jde tedy o 37 % zisku soutěže A. Získává v dané metrice 37 bodů.
- Soutěž C dosáhla výsledku 53 694. Jde o 53,69 % zisku soutěže A. Získává v dané metrice 53,69 bodů.

##### Metrika 2

- Soutěž A dosáhla výsledku 58 800. Jde tedy o 10,68 % zisku soutěže B. Získává v dané metrice 10,68 bodů.
- Soutěž B dosáhla výsledku 550 670. Je největší v dané metrice, získává 100 bodů.
- Soutěž C dosáhla výsledku 266 640. Jde o 48,42 % zisku soutěže B. Získává v dané metrice 48,42 bodů.



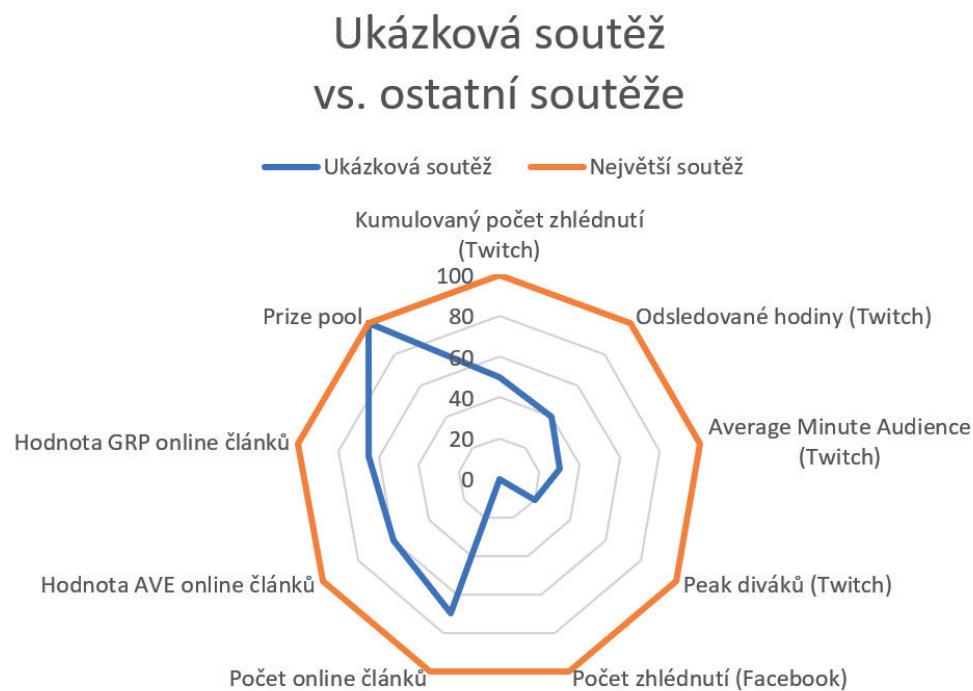
## Zanesení do grafu

Každá metrika v grafu představuje jeden vrchol devítiúhelníku. Z grafu Ukázkové soutěže můžeme zjistit, že tato soutěž:

- měla největší prize pool – hodnota u metriky prize pool dosahuje 100 bodů;
- nebyla vysílána na Faceboooku – hodnota u metriky Počet zhlédnutí (Facebook) dosahuje 0 bodů;
- podprůměrného výsledku dosáhla soutěž na kanále Twitch – hodnoty se pohybují mezi 20 až 50 body;
- v oblasti mediálního dosahu ale soutěž dosáhla nadprůměrného výsledku – hodnoty se pohybují mezi 60 až 70 body.

**Profil Ukázkové soutěže za rok 2020:** Soutěž nabídla nejvyšší finanční odměnu. Média se o tuto soutěž zajímala, na celkovou diváckou atraktivitu to výrazný vliv nemělo. Soutěž oproti těm nejúspěšnějším zaostávala.

Graf 1: Ukázková soutěž vs. ostatní soutěže





## 4. Rok 2019 vs 2020

### 3.1. Sledovanost streamů

Stejně jako v loňském roce bylo do analýzy zahrnuto 11 soutěží českých organizátorů. Zvýšený zájem o český esport můžeme demonstrovat i na meziročním srovnání součtu výsledků sledovaných soutěží. Ve všech metrikách byl i přes všechny problémy rok 2020 úspěšnější než rok 2019. To ukazuje, že esport může být pro partnery perspektivním odvětvím i v těžkých dobách.

**Tabulka 1: Meziroční srovnání součtu všech soutěží**

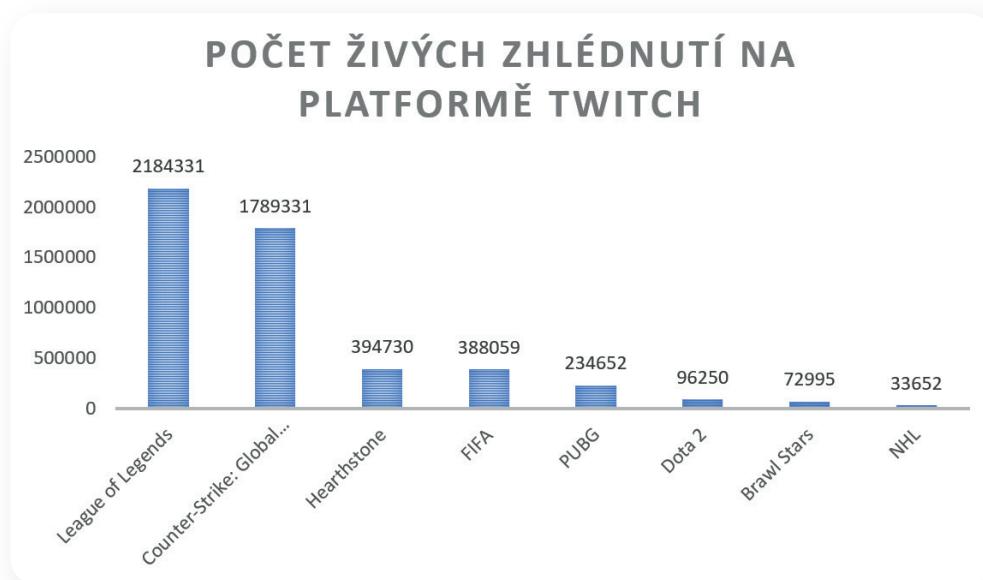
Metrika	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	2 704 905	5 189 450	+92 %
Odsledované hodiny (Twitch)	700 392	1 489 512	+113 %
Average Minute Audience (Twitch)	437	652	+49 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	593 397	2 599 253	+338 %
Počet online článků	1 426	3 181	+123 %
Hodnota AVE online článků	32 780 850	65 404 570	+100 %
Hodnota GRP online článků	1107,42	4 012,81	+262 %



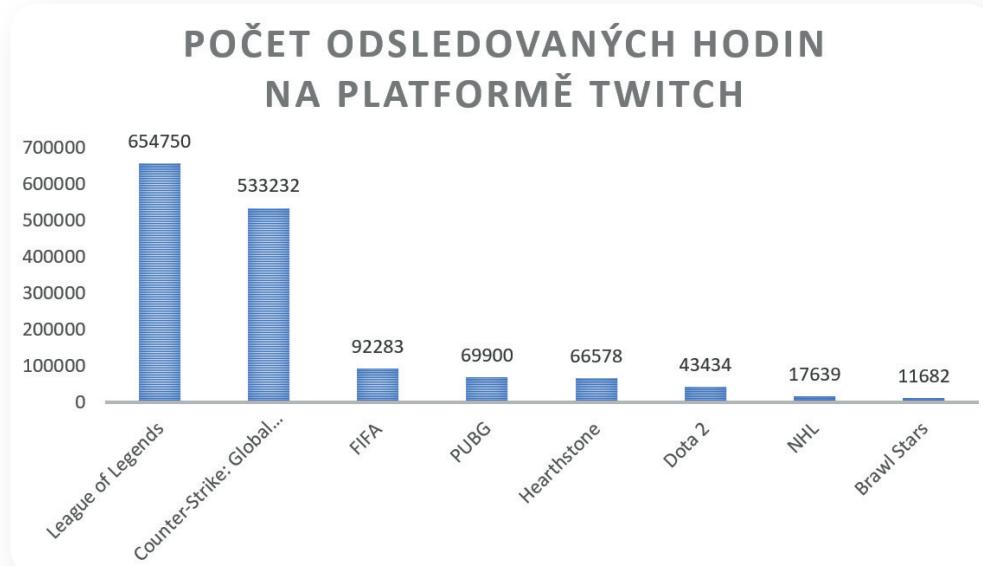
## 5. Sledovanost jednotlivých her

V českém prostředí jsou nejsledovanějšími hrami střílečka Counter-Strike: Global Offensive a MOBA titul League of Legends. Zatímco CS:GO je silné na obou sledovaných platformách (tedy Facebook a Twitch), League of Legends je sledováno pouze na Twitchi, a to především z důvodu partnerství této platformy s organizátorem Hitpoint.

**Graf 2: Počet živých zhlédnutí jednotlivých her na platformě Twitch**

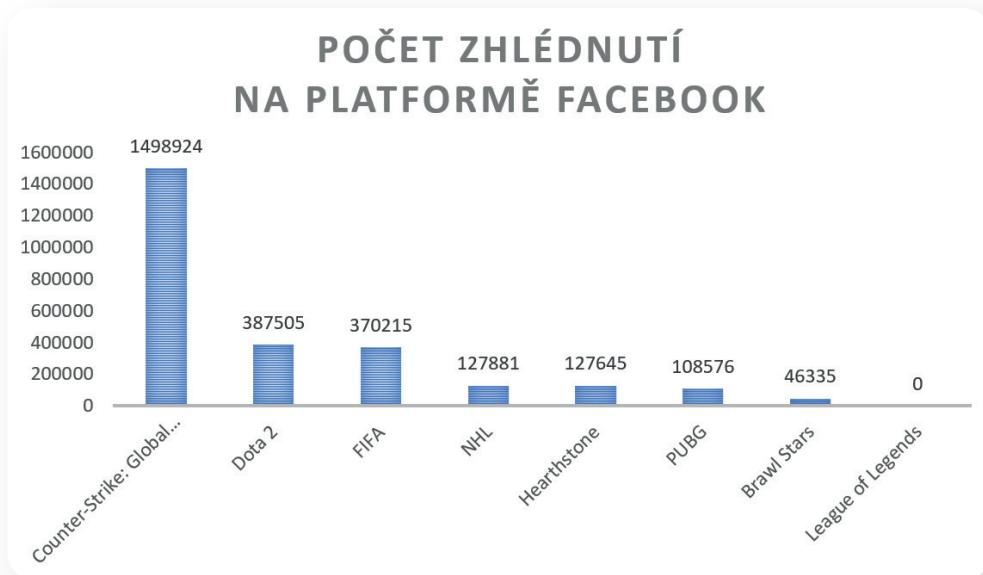


**Graf 3: Počet odsledovaných hodin jednotlivých her na platformě Twitch**





Graf 4: Počet zhlédnutí jednotlivých her na platformě Facebook





## 6. Esportové ligy a turnaje v roce 2020

Obecně můžeme esportové soutěže rozdělit do dvou kategorií.

**Ligy:** Zpravidla se jedná o déle trvající soutěže, ve kterých se odehrává základní část a případně také vyřazovací.

**Turnaje:** Zpravidla má krátkou, ale intenzivní finálovou část. Kvalifikace mohou probíhat po celý rok, nicméně hlavní pozornost se ubírá právě k závěru.

Ve vybraných soutěžích za rok 2020 se ale rozdíly mezi turnaji a ligami často stírají. Soutěže v této analýze jsou označeny jako liga / turnaj, a to pro pochopení jejich podstaty a kvůli výše zmíněným specifikám. Při označení autor vzal v úvahu i postoj organizátora soutěže. Pokud jí explicitně označuje jako liga, byla soutěž mezi ligy také zařazena.

**Nahlížení na porovnání:** Pokud srovnáváme soutěže, tak pro celkový obraz je důležité vzít v úvahu i její charakter. Dlouhodobé soutěže (většinou ligy) mají výhodu v kumulativních metrikách (například počet zhlédnutí, odsledované hodiny), neboť probíhají v delším časovém období. Naproti tomu krátkodobější soutěže (většinou turnaje) mohou mít turnaje výhodu v metrikách, které se vztahují k aktuálnímu zájmu publika (například peak diváků či Average Minute Audience). To platí i u meziročního srovnání. Pokud bude soutěž oproti předchozímu roku zkrácena, lze očekávat pokles v kumulativních metrikách a nárůst metrik jako peak diváků či AMA. Platí to ale i naopak a pokud je soutěž rozšířená, má ideální podmínky pro nárůst kumulativních metrik.

Pokud soutěž pokrývala více herních titulů, je u každé z nich na konci uvedena i tabulka s rozpadem sledovanosti právě na jednotlivé hry.

Vzájemné porovnání proběhlo pouze na úrovni všech soutěží.



## 6.1. 3E Liga / 3E Akademické mistrovství

**Popis ligy:** 3E liga je základním stavebním kamenem univerzitní ligy v počítačových hrách. Pro letní semestr byla 3E Liga přejmenována na 3E Akademické mistrovství. Kvůli kontinuitě jsou obě soutěže i přes změnu názvu počítány do jedné. Ligu organizovala Esportovní studentská asociace.

**Formát: liga**

**Vybrané hry:** Counter-Strike: Global Offensive, League of Legends, Hearthstone

**Termín konání:** 26. 3. až 6. 12. 2020

**Webová stránka:** [www.esportsa.cz](http://www.esportsa.cz)

**Statistiky 3E Ligy (3E Akademického mistrovství) za rok 2020:**

**Vysílání:**

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 280 024
- Počet streamů na platformě Twitch: 49
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 5 005
- Odsledované hodiny (Twitch): 22 057
- Average Minute Audience (Twitch): 117
- Peak diváků: 422
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0

**Mediální dosah online výstupů**

- Počet článků: 17
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 238 610 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 6,07

**Ostatní**

- Celkový prize pool: 25 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** 3E Akademické mistrovství zaznamenalo i díky svému rozšířenému streamu výrazný meziroční růst sledovanosti, nárůst v řádu desítek procent lze sledovat i v mediálním pokrytí. Vzhledem k zaměření na univerzitní sféru se ale stále jedná o malou soutěž s menším přesahem k mainstreamovému publiku.



**Graf 5: 3E Akademické mistrovství vs. ostatní soutěže**

### 3E Liga vs. ostatní soutěže

— 3E Liga — Největší soutěž



**Tabulka 2: Meziroční srovnání 3E ligy (3E Akademického mistrovství)**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	4 105	280 024	+6 722 %
Odsledované hodiny (Twitch)	1 361	22 057	+1 521 %
Average Minute Audience (Twitch)	39	117	+200 %
Peak diváků (Twitch)	102	422	+314 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	0	0	0 %
Počet online článků	8	17	113 %
Hodnota AVE online článků	170 720	238 610	+40 %
Hodnota GRP online článků	3,28	6,07	+85 %
Prize pool	0	25 000 Kč	0 %

**Tabulka 3: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci 3E ligy (3E Akademického mistrovství)**

	CS:GO	League of Legends	Hearthstone
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	78 582	105 117	96 325
Odsledované hodiny (Twitch)	6 494	9 184	6 379
Average Minute Audience (Twitch)	101	117	141
Peak diváků (Twitch)	275	422	272
Počet zhlédnutí (Facebook)	0	0	0



## 6.2. CEE Champions

**Popis soutěže:** CEE Champions je mezinárodní turnaj organizovaný agenturou eSuba. Do soutěže se zapojily CS:GO týmy ze střední a východní Evropy, které nejprve musely projít národní kvalifikací. Turnaj byl vysílán v několika jazycích a pro potřeby analýzy byl počítán dosah pouze z vysílání v českém jazyce.

**Formát:** turnaj

**Hra:** Counter-Strike: Global Offensive

**Termín konání:** 10. 10. až 31. 10. 2020

**Webová stránka:** [www.ceechampions.com](http://www.ceechampions.com)

**Statistiky CEE Champions za rok 2020:**

### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 153 573
- Počet streamů na platformě Twitch: 21
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 7 313
- Odsledované hodiny (Twitch): 29 336
- Average Minute Audience (Twitch): 254
- Peak diváků: 963
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0

### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 79
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 1 690 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 38,94

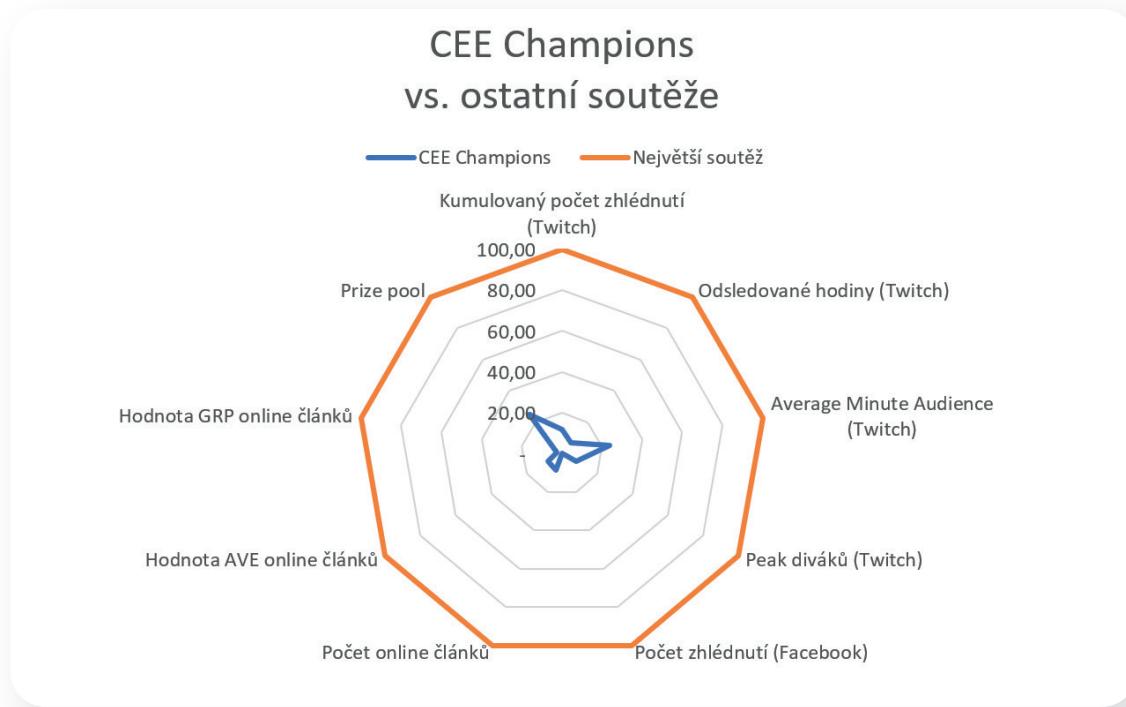
### Ostatní

- Celkový prize pool: 321 630 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Turnaj CEE Champions trval ze všech sledovaných soutěží nejkratší dobu, 3 týdny. I proto jsou celkové hodnoty metrik nižší než u velkých projektů. I přestože se český tým nedostal do finále, své diváky si soutěž našla. Vysílání bylo zajištěno pro 16 zúčastněných zemí střední a východní Evropy. V součtu všech vysílacích kanálů měl turnaj dle veřejně ověřitelných zdrojů 284 507 živých zhlédnutí a 55 533 odsledovaných hodin na platformě Twitch. Navíc byl v zahraničí vysílán také na platformě YouTube, proto celkový počet zhlédnutí může být výrazně vyšší.



**Graf 6: CEE Champions vs. ostatní soutěže**



**V roce 2019 nebyla soutěž CEE Champions zařazena do měření.**



## 6.3. COOL Ligy

**Popis soutěže:** COOL Ligy jsou tradiční české soutěže, jejíž CS:GO část v roce 2020 proběhla pod patronátem sázkové kanceláře Tipsport. Ligy jsou propojené se seriálem Vodafone MČR v počítačových hrách, ale v této studii jsou analyzovány samostatně. Do analýzy jsou zahrnuté i hry, které proběhly pouze pod značkou COOL Ligy. Pořadatelem je agentura PLAYzone.

**Formát: liga**

**Vybrané hry:** Counter-Strike: Global Offensive, Hearthstone,

FIFA Ultimate Team 20 / FIFA Ultimate Team 21

**Termín konání (včetně kvalifikačních turnajů):** 14. 3. až 19. 12. 2020

**Webová stránka:** [www.coolliga.cz](http://www.coolliga.cz)

### Statistiky COOL Lig za rok 2020

#### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 980 467
- Počet streamů na platformě Twitch: 75
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 13 073
- Odsledované hodiny (Twitch): 226 980
- Peak diváků: 3 824
- Average Minute Audience (Twitch): 554
- Počet zhlédnutí (Facebook): 572 691

#### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 930
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 21 530 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 1468,17

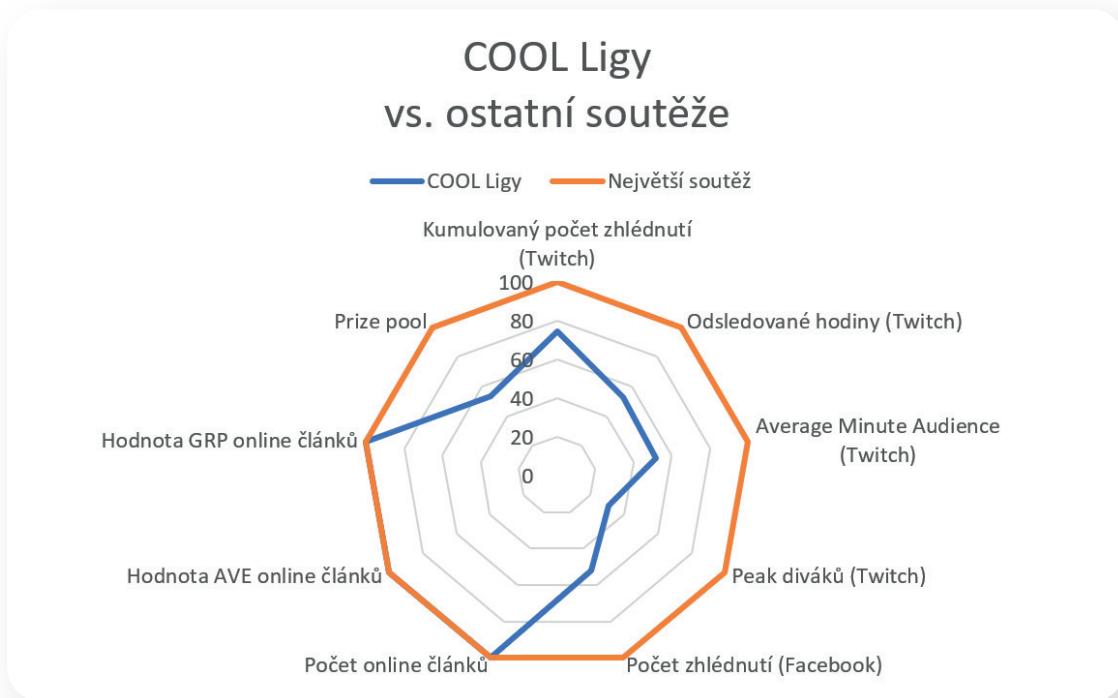
#### Ostatní

- Prize pool: 691 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** V celkovém počtu zhlédnutí na platformě Twitch i Facebook dosáhla soutěž nadprůměrných výsledků. Nejsilnější je tato soutěž v celkovém online mediálním pokrytí. Skutečný mediální dosah je ale mnohem vyšší z důvodu pokrytí v televizním vysílání FTV Prima. Ze všech soutěží má COOL Liga nejvíce streamů, což ovlivňuje výsledky kumulovaných metrik.



**Graf 7: COOL Ligy vs. ostatní soutěže**



**Tabulka 4: Meziroční srovnání COOL Ligy**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	393 795	980 467	+149 %
Odsledované hodiny (Twitch)	68 285	226 980	+232 %
Average Minute Audience (Twitch)	240	554	+131 %
Peak diváků (Twitch)	2 843	3 824	+35 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	6 500	572 691	+8 711 %
Počet online článků	226	930	+312 %
Hodnota AVE online článků	5 050 000	21 530 000	+1 180 %
Hodnota GRP online článků	114,72	1 468,17	+326 %
Prize pool	305 000	691 000	+127 %

**Tabulka 5: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci COOL Lig**

	CS:GO	FIFA	Hearthstone
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	691 550	200 519	88 398
Odsledované hodiny (Twitch)	167 765	46 259	12 942
Average Minute Audience (Twitch)	656	436	276
Peak diváků (Twitch)	3 824	1 463	588
Počet zhlédnutí (Facebook)	463 298	95 025	14 368



## 6.4. CZC.cz iSport Liga

CZC.cz iSport LIGA představila svůj druhý ročník soutěže ve hře FIFA. Finále se uskutečnilo ve druhé polovině listopadu a účastníci si rozdělili 60 000 korun. Pořadatelem je společnost CZECH NEWS CENTER.

**Formát:** liga

**Hra:** FIFA 20/ FIFA 21

**Termín konání:** 29. 10. až 22. 11. 2020

**Webová stránka:** [www.isport.blesk.cz/isportliga](http://www.isport.blesk.cz/isportliga)

**Statistiky CZC.cz iSport Ligy za rok 2020:**

### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 66 432
- Počet streamů na platformě Twitch: 5
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 13 286
- Odsledované hodiny (Twitch): 17 075
- Average Minute Audience (Twitch): 634
- Peak diváků: 1 814
- Počet zhlédnutí (Facebook): 63 628

### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 119
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 2 250 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 166,85

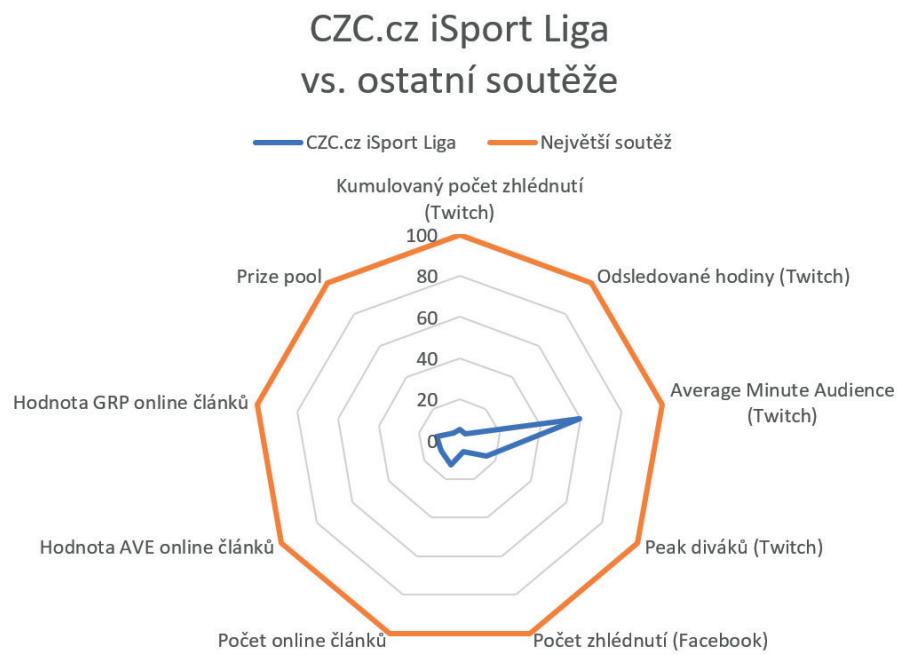
### Ostatní

- Celkový prize pool: 60 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Letošní ročník soutěže měl výrazně nižší dotaci, což se projevilo i na celkových výsledcích. Přesto sledovanost zůstala velmi podobná. Celkem však nabídla soutěž na platformě Twitch pouze 5 streamů, proto v dosahu nemůže konkurovat největším soutěžím. Díky menšímu počtu streamů však měla CZC.cz iSport Liga poměrně vysoký průměrný počet diváků.



**Graf 8: CZC.cz iSport Liga vs. ostatní soutěže**



**Tabulka 6: Meziroční srovnání CZC.cz iSport Ligy**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	58 626	66 432	+13 %
Odsledované hodiny (Twitch)	20 648	17 075	-17 %
Average Minute Audience (Twitch)	728	634	-13 %
Peak diváků (Twitch)	1 437	1 814	+26 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	64 612	63 628	-1,5 %
Počet online článků	170	119	-30 %
Hodnota AVE online článků	3 390 000	2 250 000	-34 %
Hodnota GRP online článků	291,68	166,85	-43 %
Prize pool	300 000	60 000	-80 %



## 6.5. DATART e:LIGA

**Popis soutěže:** DATART e:LIGA je českou ligovou soutěží ve fotbalové hře FIFA. Základní část ligy proběhla v roce 2019. Offline finále se ale odehrálo v roce 2020. V dubnu 2020 proběhla ještě Datart e:LIGA Challenge, která byla také zahrnuta. DATART e:LIGA je jedinou českou soutěží zapojenou do prestižního seriálu Global Series od vydavatele EA Sports. Pořadatelem soutěže byla Ligová fotbalová asociace.

**Formát:** liga

**Vybrané hry:** FIFA 20

**Termín konání:** 8. 1. a 31. 5. (měření pouze za rok 2020)

**Webová stránka:** [www.e-liga.cz](http://www.e-liga.cz)

### Statistiky DATART e:LIGY za rok 2020:

#### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí: 121 108
- Počet streamů na platformě Twitch: 10
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 12 111
- Odsledované hodiny (Twitch): 28 949
- Average Minute Audience (Twitch): 762
- Peak diváků: 2 766
- Počet zhlédnutí (Facebook): 211 562

#### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 236
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 3 450 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 251,37

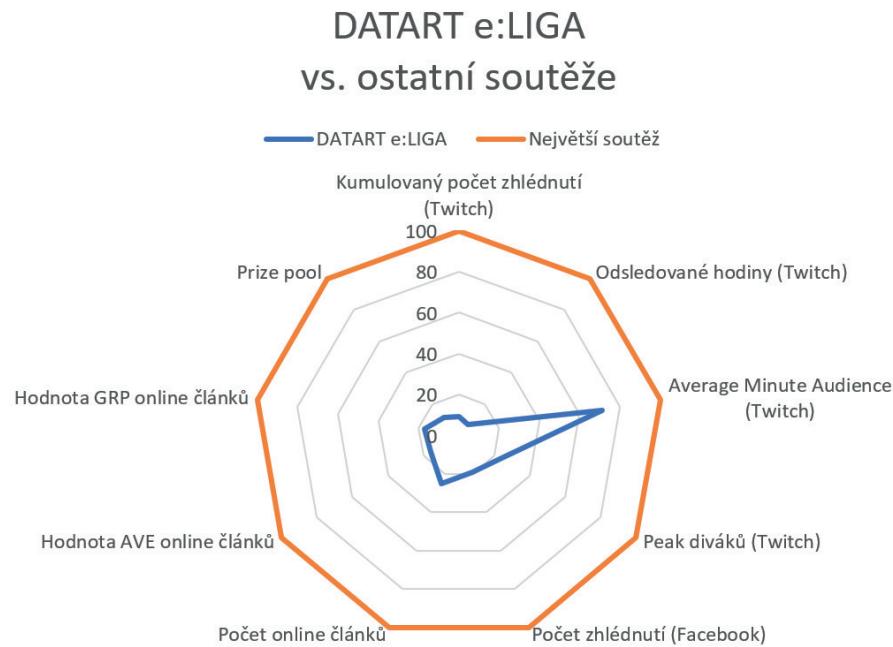
#### Ostatní

- Prizepool: 150 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Vysílání na Facebooku i Twitch kanále výrazně překonalo výsledky z roku 2019. Velký nárůst také soutěž zaznamenala v mediálním zájmu. Velmi dobrý výsledek, i díky menšímu počtu streamů, měla soutěž v metrice Average Minute Audience, kde dosáhla 4. místa.



**Graf 9: DATART e:LIGA vs. ostatní soutěže**



**Tabulka 7: Meziroční srovnání DATART e:LIGY**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	9 772	121 108	+1 139 %
Odsledované hodiny (Twitch)	4 557	28 949	+535 %
Average Minute Audience (Twitch)	264	762	+189 %
Peak diváků (Twitch)	546	2 766	+407 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	79 500	211 562	+166 %
Počet online článků	82	236	+189 %
Hodnota AVE online článků	810 150	3 450 000	+326 %
Hodnota GRP online článků	32,08	251,37	+684 %
Prize pool*	150 000	150 000	0 %

\*poznámka: jde o jeden a ten stejný prize pool



## 6.6. ENYAQ hokejová liga

**Popis soutěže:** ENYAQ Hockey League je první videoherní NHL 21 ligou v České republice. Soutěž se hraje na konzolích PlayStation 4. Nejlepší čeští hráči reprezentují v soutěži 14 týmů Tipsport extraligy. Organizátorem soutěže je agentura BPA Sport Marketing.

**Formát:** liga

**Vybrané hry:** NHL 20 / NHL 21

**Termín konání:** 8. 2. až 29. 12. 2020

**Webová stránka:** [www.esporthokej.cz](http://www.esporthokej.cz)

**Statistiky soutěže ENYAQ hokejová liga za rok 2020:**

### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 33 652
- Počet streamů na platformě Twitch: 10
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 3 365
- Odsledované hodiny (Twitch): 17 639
- Average Minute Audience (Twitch): 347
- Peak diváků: 1 014
- Počet zhlédnutí (Facebook): 127 881

### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 99
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 922 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 45,9

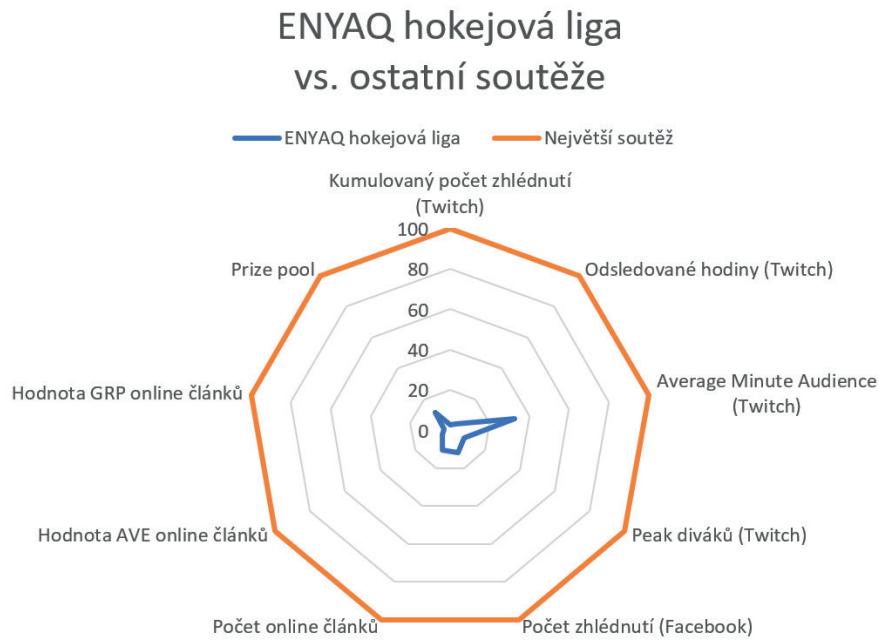
### Ostatní

- Prizepool: 150 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Díky svému zaměření na hru NHL jde o menší ligu v porovnání s ostatními, a to ve všech sledovaných metrikách. Nejsilnější je soutěž v metrice Average Minute Audience, ve svém mediálním pokrytí čerpá především ze článků na stránkách extraligových klubů.



**Graf 10: ENYAQ hokejová liga vs. ostatní soutěže**



**V roce 2019 nebyla soutěž ENYAQ hokejová liga zařazena do měření.**



## 6.7. Hitpoint Masters

**Popis soutěže:** Hitpoint Masters je největší česká liga ve hře League of Legends. V roce 2020 se konaly dvě sezóny soutěže (Hitpoint Masters 13 a Hitpoint Masters 14). První z nich začala 17. února, druhá 21. července. Liga je součástí okruhu EU Masters, kterou organizuje vývojář hry Riot Games. Organizátorem soutěže je agentura Hitpoint.

**Formát: liga**

**Vybraná hra:** League of Legends

**Termín konání:** 16. 1. až 23. 8. 2020

**Webová stránka:** [www.hitpoint.cz](http://www.hitpoint.cz)

### Statistiky Hitpoint Masters za rok 2020:

#### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 1 314 413
- Počet streamů na platformě Twitch: 57
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 23 060
- Odsledované hodiny (Twitch): 428 360
- Average Minute Audience (Twitch): 797
- Peak diváků: 5 868
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0

#### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 160
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 3 440 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 98,6

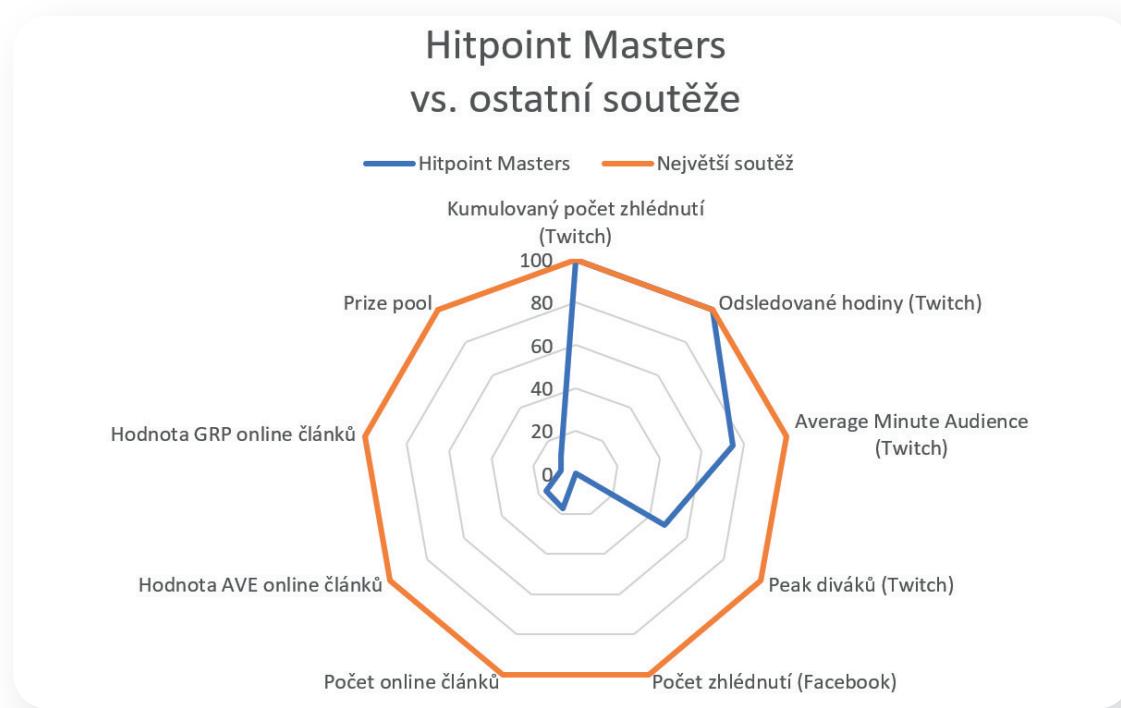
#### Ostatní

- Prize pool: 140 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Soutěž Hitpoint Masters potvrdila svoji loňskou dominanci v celkovém počtu zhlédnutí na platformě Twitch, se kterou má pořadatel exkluzivní partnerství. Proto není soutěž vysílána na Facebooku. Propracovaný má i svůj YouTube kanál, kde mohou diváci zhlédnout záznamy odvysílaných zápasů. Hitpoint Masters naopak neklade důraz na mediální prezentaci. Pokrytí soutěže v médiích meziročně vzrostlo, přesto se jejich pozornost upíná spíše k jiným soutěžím. Na Twitchi vysílal pořadatel mnoho záznamů i živých zápasů mimo nejvyšší divizi, výsledné číslo AMA pro hlavní část soutěže tak může být organizátorem udáváno mnohem vyšší.



**Graf 11: Hitpoint Masters vs. ostatní soutěže**



**Tabulka 7: Meziroční srovnání DATART e:LIGY**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	636 886	1 314 413	+106 %
Odsledované hodiny (Twitch)	223 302	428 360	+92 %
Average Minute Audience (Twitch)	1 229	798	-35 %
Peak diváků (Twitch)	7 756	5 868	-24 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	0	0	0 %
Počet online článků	49	160	+227 %
Hodnota AVE online článků	1 360 000	3 440 000	+153 %
Hodnota GRP online článků	32,13	98,6	+207 %
Prize pool*	140 000	140 000	0 %



## 6.8. Hitpoint Winter

**Stručný popis:** Hitpoint Winter je oficiální zimní česko-slovenská liga ve hře League of Legends, kde osm nejlepších domácích týmů každý víkend bojuje v základní části o postup do play-off. Tam si týmy rozdělí 100 000 korun. Organizátorem soutěže je agentura Hitpoint.

**Formát: liga**

**Vybraná hra:** League of Legends

**Termín konání:** 11. 10. až 10. 12. 2020

**Webová stránka:** [www.hitpoint.cz](http://www.hitpoint.cz)

### Statistiky Hitpoint Winter za rok 2020:

#### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 764 801
- Počet streamů na platformě Twitch: 23
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 33 252
- Odsledované hodiny (Twitch): 217 206
- Average Minute Audience (Twitch): 1 047
- Peak diváků: 7 762
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0

#### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 32
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 420 680 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 7,64

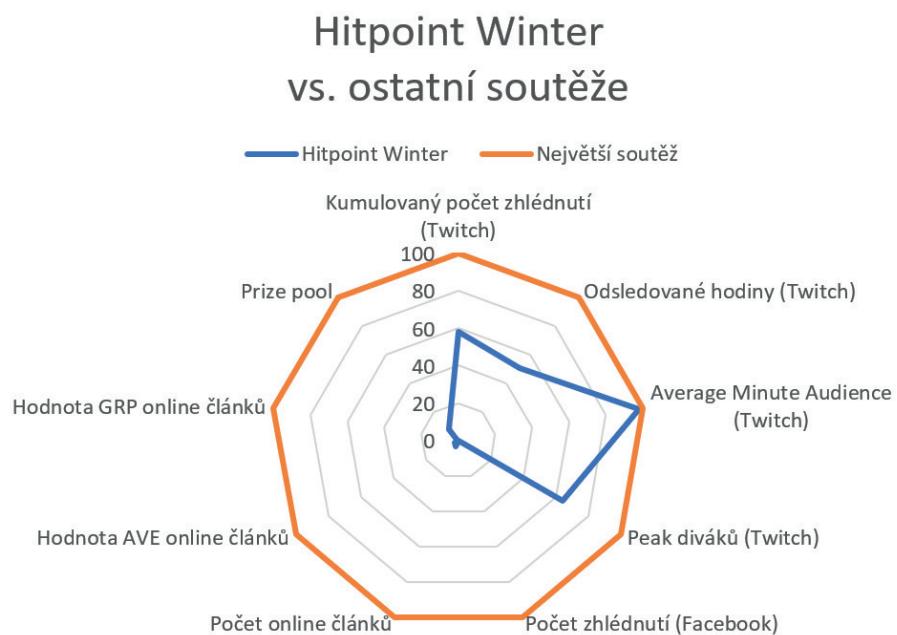
#### Ostatní

- Prize pool: 100 000 korun

**Profil soutěže za rok 2019:** Hitpoint Winter úspěšně navázal na Hitpoint Masters. Probíhal však kratší dobu, což se promítá i do kumulovaného počtu živých zhlédnutí. Přesto zaznamenala soutěž Hitpoint Winter jedno z nejvyšších počtu zhlédnutí na Twitchi (3. místo) a Average Minute Audience (2. místo). Stejně jako Hitpoint Masters nebyl ani Hitpoint Winter vysílán na Facebooku z důvodu exkluzivního partnerství s platformou Twitch. Mediální pokrytí soutěže je nízké. Na Twitchi vysílal pořadatel i mnoho záznamů i soutěží mimo nejvyšší divizi, výsledné číslo AMA pro hlavní část soutěže tak může být organizátorem udáváno mnohem vyšší.



**Graf 12: Hitpoint Winter vs. ostatní soutěže**



**V roce 2019 nebyla soutěž Hitpoint Winter zařazena do měření.**



## 6.9. Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách

**Popis soutěže:** Turnaj Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách je největší esportový turnaj zaměřený na mobilní platformy. Kvalifikace probíhají po celý rok, vrcholnou akcí je pak závěrečná fáze turnaje, která každoročně probíhá v listopadu. Organizátorem soutěže je agentura PLAYzone.

**Formát:** turnaj

**Vybrané hry:** Brawl Stars, Hearthstone

**Termín konání:** 23. 3. až 15. 11. 2020

**Webová stránka:** [www.mcrmobil.cz](http://www.mcrmobil.cz)

**Statistiky Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách za rok 2020:**

**Vysílání:**

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 283 002
- Počet streamů na platformě Twitch: 24
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 11 791
- Odsledované hodiny (Twitch): 58 939
- Average Minute Audience (Twitch): 381
- Peak diváků: 1 764
- Počet zhlédnutí (Facebook): 159 612

**Mediální dosah online výstupů**

- Počet článků: 270
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 5 940 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 229,27

**Ostatní**

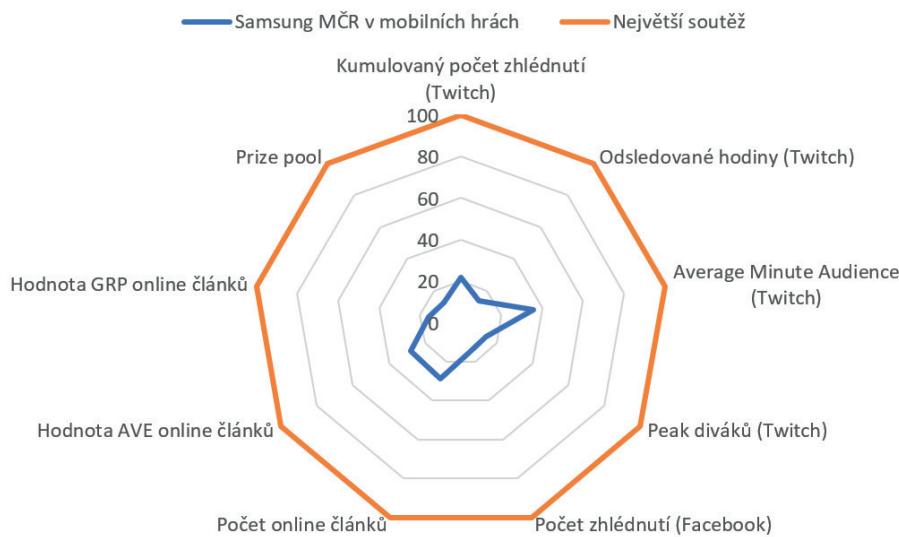
- Prize pool: 164 600 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách se v každé sledované metrice umístilo zhruba uprostřed sledovaných soutěží. V průběhu turnaje je však mediální komunikace výrazně zaměřena do televizního vysílání FTV Prima, které porovnání nereflektuje. I proto, že je turnaj zaměřen na mobilní tituly, dosahuje nižších výsledků než Mistrovství v počítačových hrách. I přes snížený prize pool a absenci tradičního finále v rámci festivalu Life! na Brněnském výstavišti dosáhla soutěž výrazného meziročního nárůstu v ostatních sledovaných metrikách. Výsledná metrika AMA zahrnuje kvalifikace po celý rok, proto u finálové části turnaje může být udávána jako výrazně vyšší.



**Graf 13: Samsung MČR v mobilních hrách vs. ostatní soutěže**

### Samsung MČR v mobilních hrách vs. ostatní soutěže



**Tabulka 9: Meziroční srovnání Samsung MČR v mobilních hrách**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	196 900	283 002	+44 %
Odsledované hodiny (Twitch)	42 552	58 939	+39 %
Average Minute Audience (Twitch)	308	381	+24 %
Peak diváků (Twitch)	989	1 764	+78 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	383	159 612	+41 574 %
Počet online článků	215	270	+26 %
Hodnota AVE online článků	4 340 000	5 940 000	+37 %
Hodnota GRP online článků	131,42	229,27	+74 %
Prize pool	216 320	164 600	-24 %

**Tabulka 10: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci Samsung MČR v mobilních hrách**

	Hearthstone	Brawl Stars
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	210 007	72 995
Odsledované hodiny (Twitch)	47 257	11 682
Average Minute Audience (Twitch)	444	241
Peak diváků (Twitch)	1 764	581
Počet zhlédnutí (Facebook)	113 277	46 335



## 6.10. Sazka eLEAGUE

**Popis soutěže:** Sazka eLEAGUE oznámila v roce 2020 svůj první ročník, který se dělil na jarní a podzimní split. Liga zaujala především vysokou finanční dotaci, která v součtu všech her a včetně podpory týmů činila 2,5 milionu korun. Pořadatelem soutěže je společnost CZECH NEWS CENTER.

**Formát:** liga

**Vybrané hry:** Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2

**Termín konání (včetně kvalifikačních turnajů):** 27. 3. až 18. 10. 2020

**Webová stránka:** [www.sazkaeleague.cz](http://www.sazkaeleague.cz)

### Statistiky Sazka eLEAGUE za rok 2020

#### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 563 389
- Počet streamů na platformě Twitch: 46
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 12 410
- Odsledované hodiny (Twitch): 217 672
- Average Minute Audience (Twitch): 628
- Peak diváků: 5 659
- Počet zhlédnutí (Facebook): 1 100 493

#### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 929
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 19 950 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 1334,6

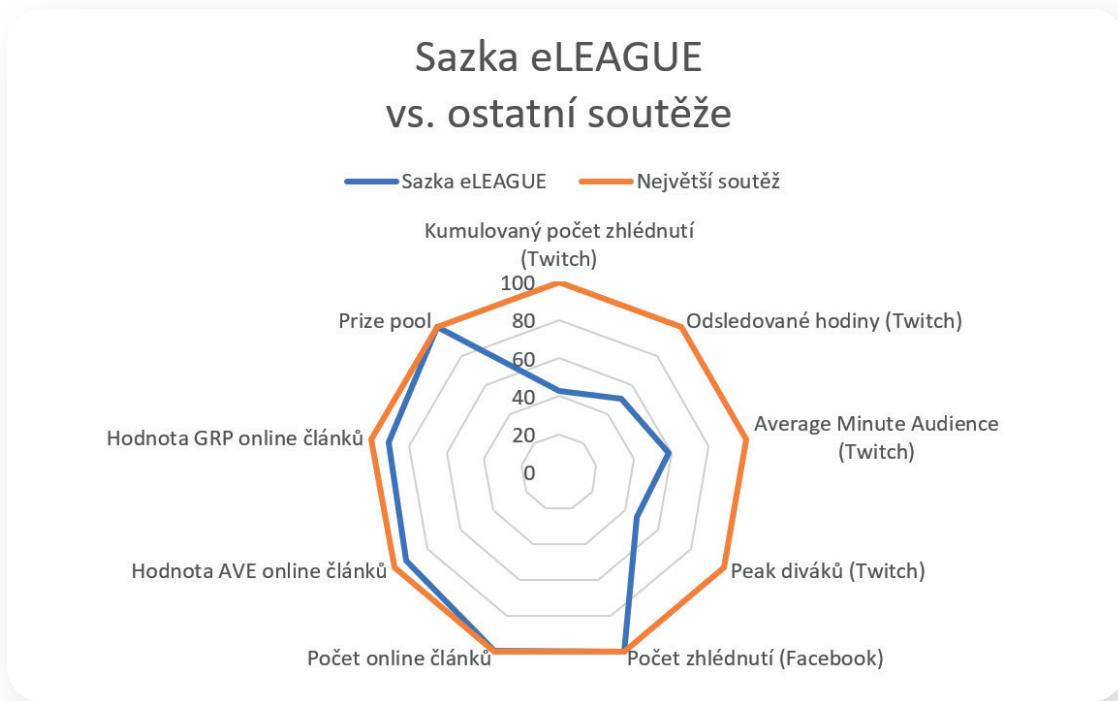
#### Ostatní

- Prize pool: 1 300 000 korun

**Profil soutěže za rok 2020:** Sazka eLEAGUE je novou soutěží, která rovnou nabídla i největší prize pool v historii českého esportu a navíc částkou 1,2 milionu podpořila všechny zúčastněné týmy. Nejsilnější ze všech soutěží byla Sazka eLEAGUE na Facebooku. K nejlepším patřila také v mediálním pokrytí. Celkové mediální pokrytí je ale ještě vyšší, protože mediální dům Czech News Center má tradičně silná tištěná média, například Deník Sport. Celková sledovanost na platformě Twitch dosahovala nadprůměru.



**Graf 14: Sazka eLEAGUE vs. ostatní soutěže**



**V roce 2020 proběhl první ročník soutěže, proto ji nelze meziročně srovnávat.**

**Tabulka 11: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci Sazka eLEAGUE**

	CS:GO	Dota 2
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	474 645	96 250
Odsledované hodiny (Twitch)	174 238	43 434
Average Minute Audience (Twitch)	825	321
Peak diváků (Twitch)	5 659	1 333
Počet zhlédnutí (Facebook)	712 988	387 505



## 6.11. Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách

Mistrovství České republiky v počítačových hrách je pomyslným vyvrcholením celoroční sezóny. V průběhu roku se do kvalifikačních turnajů pro MČR, které se pořádají online na portále [www.PLAYzone.cz](http://www.PLAYzone.cz) a další LAN akce zařazené do MČR klasifikace, může zapojit kdokoliv. Organizátorem soutěže je agentura PLAYzone.

**Formát:** turnaj

**Vybrané hry:** Counter-Strike: Global Offensive, PUBG

**Termín konání (včetně kvalifikačních turnajů):** 2. 3. až 29. 11. 2020

**Webová stránka:** [www.mcrpc.cz](http://www.mcrpc.cz)

### Statistiky Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách za rok 2020:

#### Vysílání:

- Kumulovaný počet živých zhlédnutí (Twitch): 628 589
- Počet streamů na platformě Twitch: 47
- Průměrný počet živých zhlédnutí jednoho streamu: 13 374
- Odsledované hodiny (Twitch): 225 299
- Average Minute Audience (Twitch): 1 069
- Peak diváků: 12 169
- Počet zhlédnutí (Facebook): 367 586

#### Mediální dosah online výstupů

- Počet článků: 310
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 5 570 000 korun
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 365,25

#### Ostatní

- Prize pool: 315 000 korun

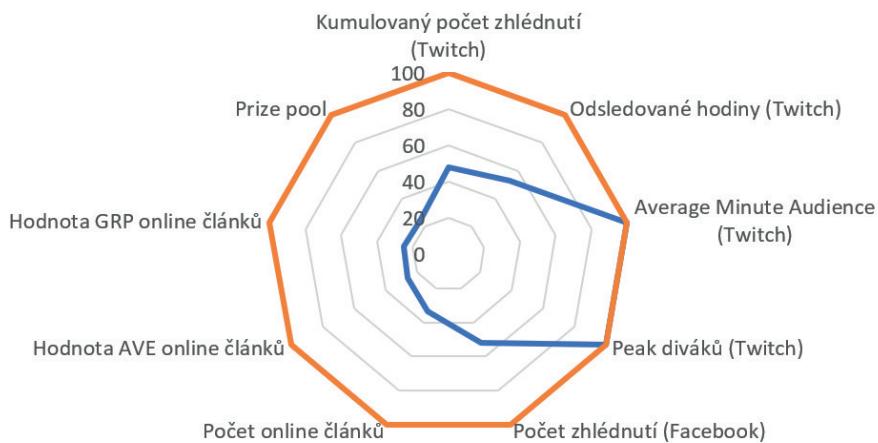
**Profil soutěže za rok 2020:** Soutěž Vodafone MČR v počítačových hrách dosáhla nejlepšího výsledku v metrikách Average Minute Audience a peak diváků. Z dohledatelných údajů se jedná o nejvyšší peak v historii českých esportových soutěží. V celkovém mediálním pokrytí zaostává za pravidelnými ligami, protože nevytváří kontinuální celoroční zpravodajství, ale intenzivní komunikace probíhá okolo finálové části. Navíc organizátoři kladou důraz na prezentaci v televizním vysílání stanic FTV Prima a v roce 2020 i v éteru rádia Spin. I přes snížený prize pool a absenci tradičního finále v rámci festivalu Life! na Brněnském výstavišti dosáhla soutěž výrazného meziročního nárůstu v ostatních sledovaných metrikách. Výsledná metrika AMA zahrnuje kvalifikace po celý rok, proto u finálové části turnaje může být udávána jako výrazně vyšší.



**Graf 15: Vodafone MČR v počítačových hrách vs. ostatní soutěže**

### Vodafone MČR v PC hrách vs. ostatní soutěže

— Vodafone MČR v PC hrách — Největší soutěž



**Tabulka 12: Meziroční srovnání Vodafone MČR v počítačových hrách**

	2019	2020	Meziroční změna
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	548 317	628 589	+15 %
Odsledované hodiny (Twitch)	129 950	225 299	+73 %
Average Minute Audience (Twitch)	531	1 069	+101 %
Peak diváků (Twitch)	4 538	12 169	+168 %
Počet zhlédnutí (Facebook)	23 378	363 386	+1 454 %
Počet online článků	222	310	+40 %
Hodnota AVE online článků	4 420 000	5 570 000	+26 %
Hodnota GRP online článků	170,2	365,25	+115 %
Prize pool	415 000	315 000	-24 %

**Tabulka 13: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci Vodafone MČR v počítačových hrách**

	CS:GO	PUBG
Kumulovaný počet zhlédnutí (Twitch)	390 981	234 652
Odsledované hodiny (Twitch)	155 399	69 900
Average Minute Audience (Twitch)	1 796	564
Peak diváků (Twitch)	12 169	4 429
Počet zhlédnutí (Facebook)	259 010	108 576



## 7. Závěrečné slovo autora

V letošním vydání studie si nekladu za cíl určit největší českou soutěž za rok 2020, ale přinést relevantní měřitelná data. Jakkoliž už by byla metrika pro určení největší soutěže nastavena, vždy by zvýhodňovala některého z organizátorů. Protože je analýza vydaná pod hlavičkou České asociace esportu, musí fungovat jako garant nezávislého pohledu na český trh, proto pouze interpretuje veřejně dostupné údaje. Data z této studie lze použít pro jakoukoliv obchodní prezentaci, avšak předem upozorňuji, že v žádném případě nepotvrzuji „vítězství“ jakékoli české soutěže či jejich pořadí jako celků, pouze v měřitelných metrikách.

Na trhu probíhaly dvě velké ligy ve hře ve hře CS:GO - Sazka eLEAGUE a Tipsport COOL Liga. Každá z nich dokázala svoji konkurenci překonat v různých metrikách. Na Twitchi dominovala soutěž Hitpoint Masters (hra League of Legends), která se více než na mediální prezentaci soustředí na práci s diváky. Vodafone MČR v počítačových hrách zase ze všech soutěží dokázalo oslovit největší počet diváků během své finálové části. Tyto soutěže si rozdělily všechna první místa ve sledovaných metrikách.

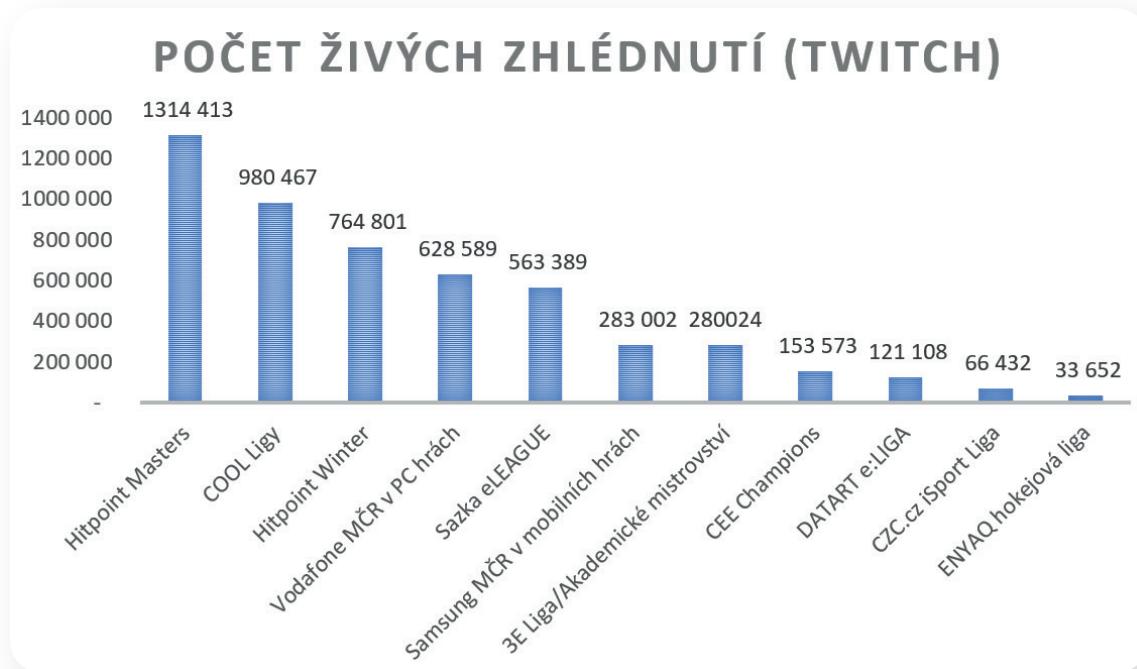
Jako autorovi studie mi dovolte vyjádřit velké poděkování všem, kteří se svojí prací podíleli na tomto neuvěřitelném růstu esportu i v časech, kdy jsme se nemohli potkávat na živých akcích. Poděkování patří velkým investorům stejně jako adminům těch nejmenších turnajů. Ať už si konkurujeme, nebo pracujeme na společných projektech, výsledek je jeden. Český esport roste obrovským tempem, a dokonce si z čísel troufnu tvrdit, že je přes rok dvakrát tak velký. Laťku pro rok 2021 jsme nastavili hodně vysoko.



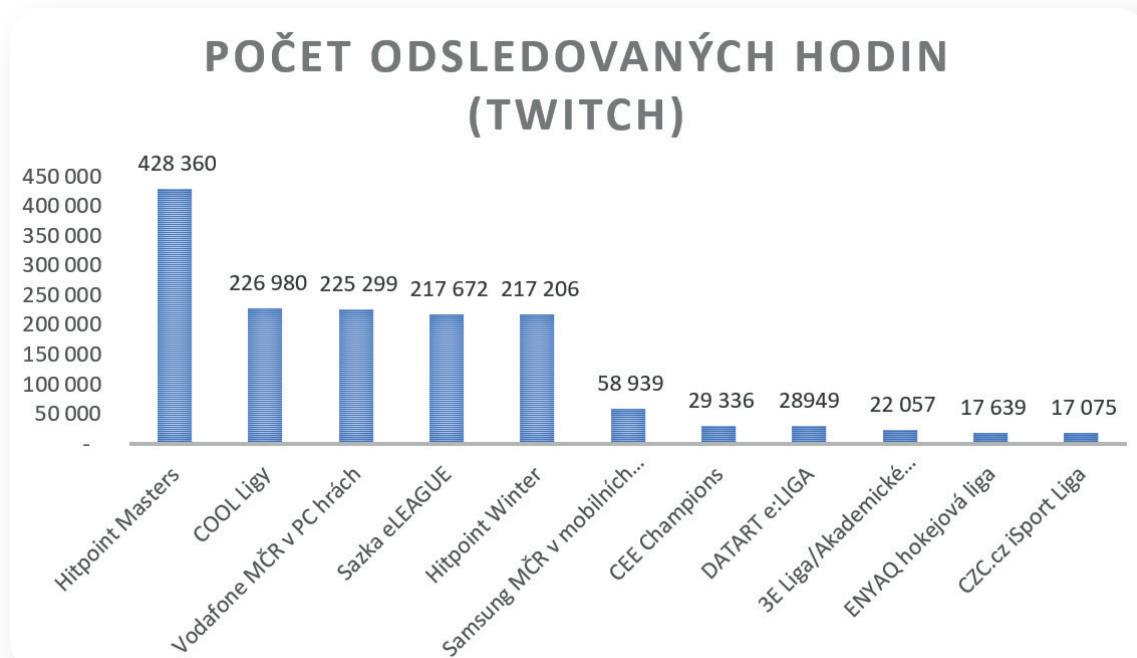


## Příloha 1: Porovnání jednotlivých soutěží

Graf 16: Porovnání soutěží dle kumulovaného počtu živých zhlédnutí (Twitch)

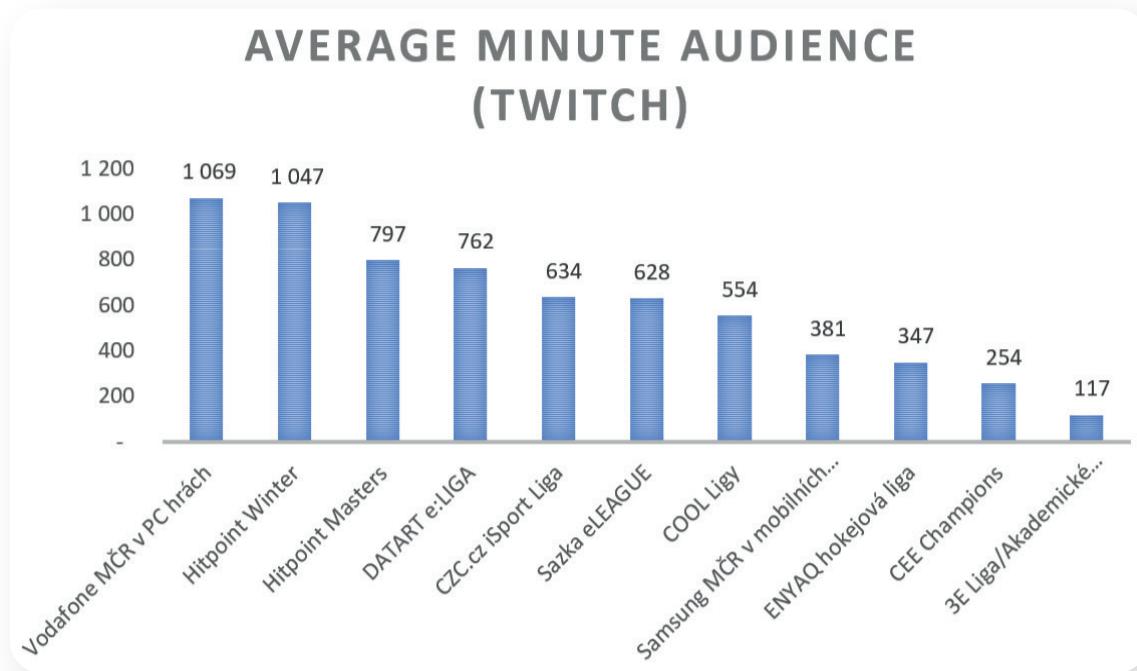


Graf 17: Porovnání soutěží dle odsledovaných hodin (Twitch)

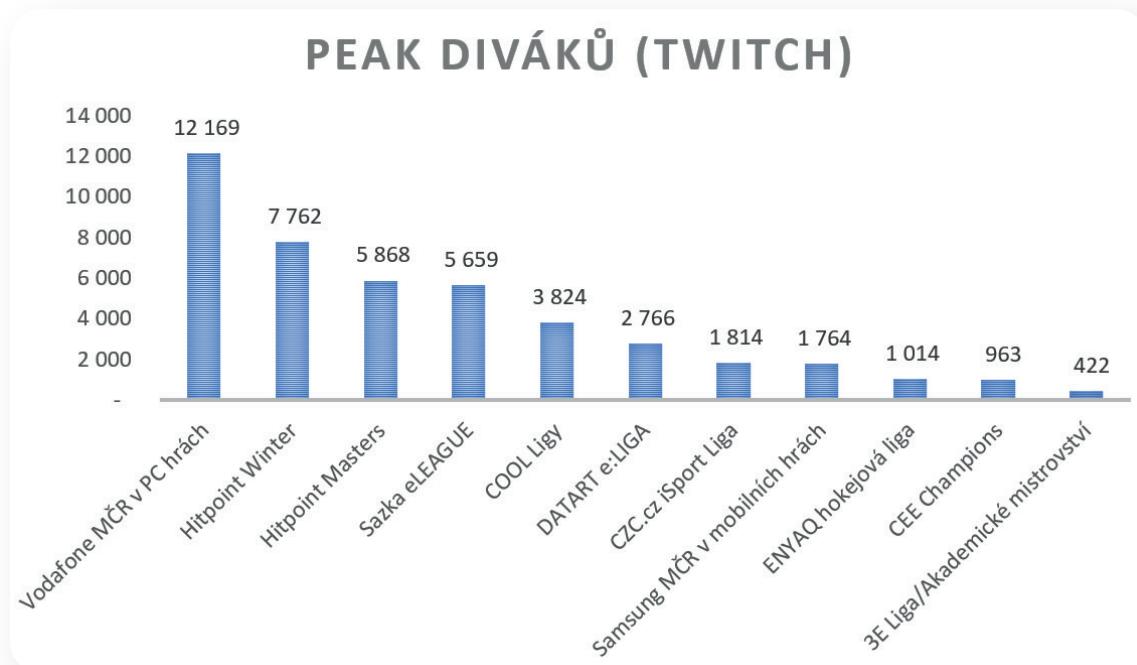




**Graf 18: Porovnání soutěží dle metriky Average Minute Audience (Twitch)**

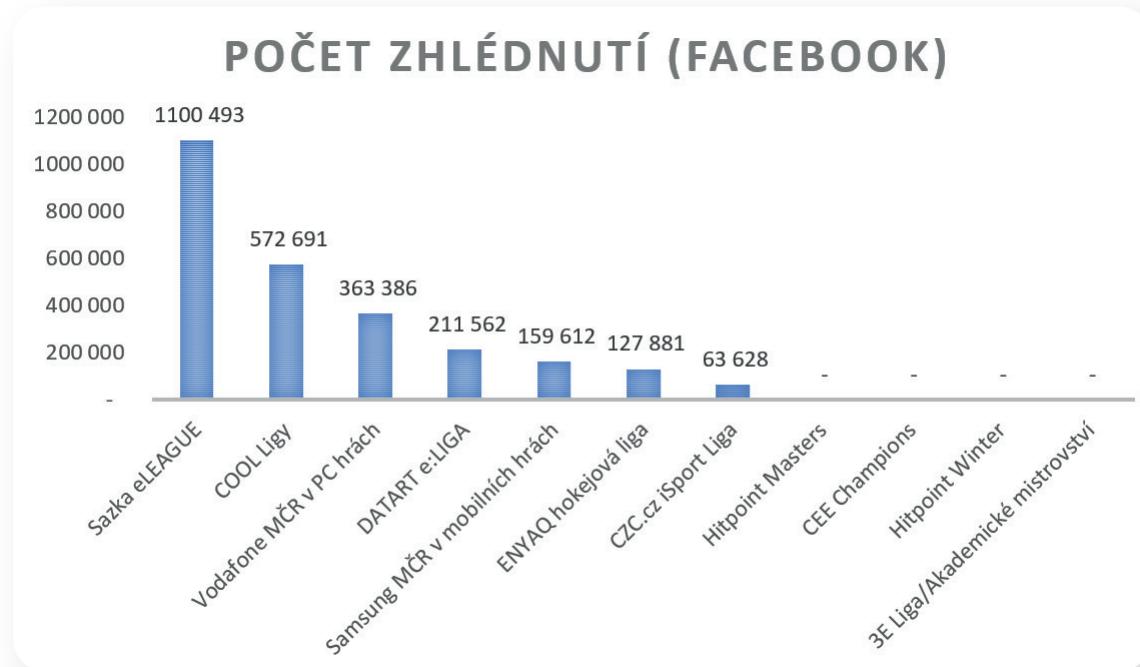


**Graf 19: Porovnání soutěží dle peaku diváků (Twitch)**

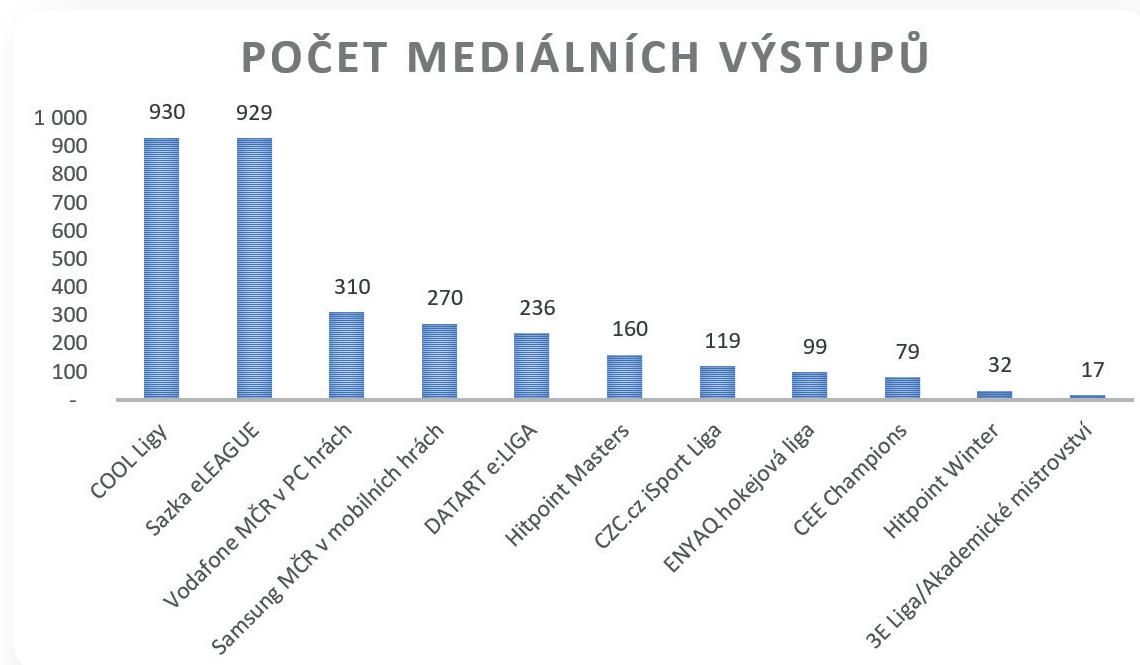




**Graf 20: Porovnání soutěží dle počtu zhlédnutí (Facebook)**



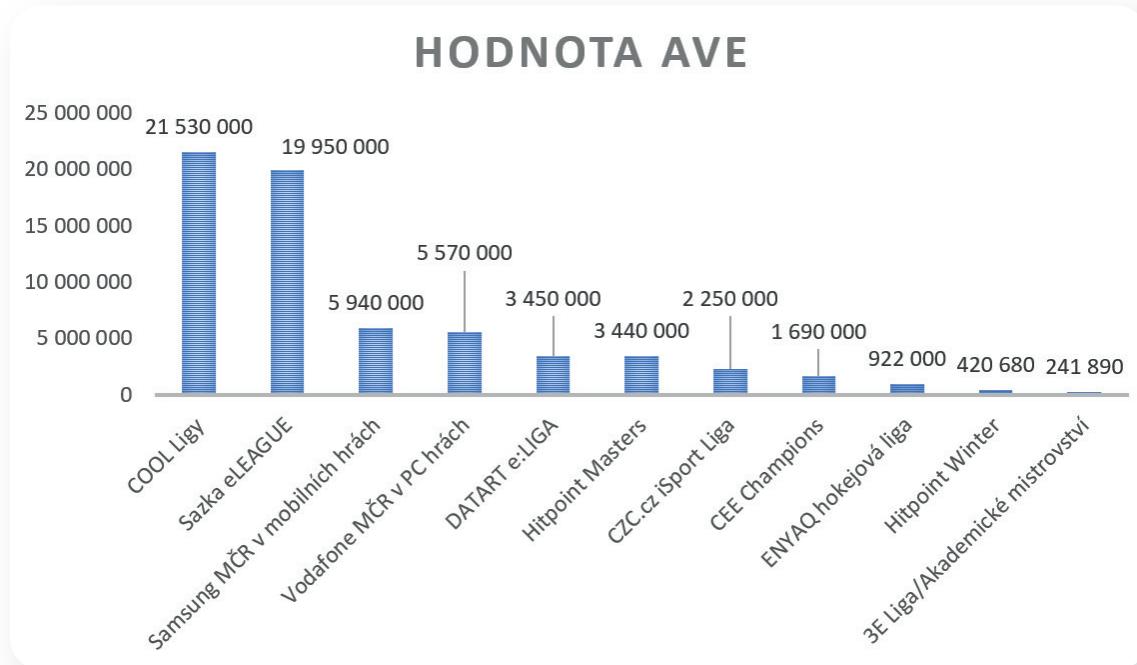
**Graf 21: Porovnání soutěží dle počtu mediálních výstupů**



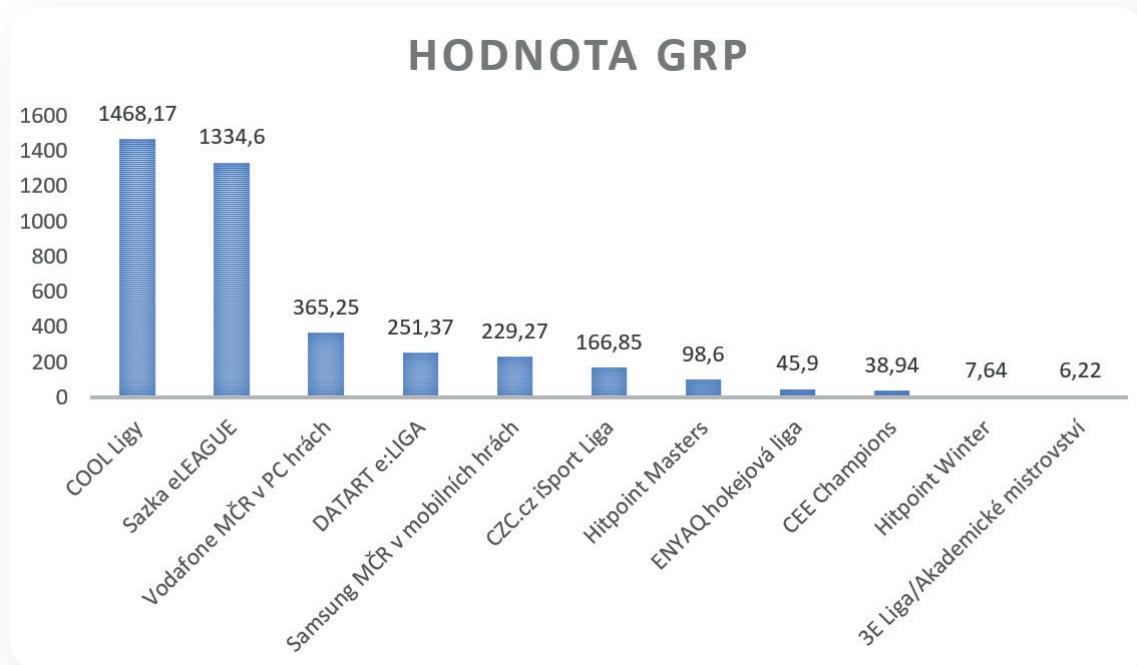


## Příloha 2: Porovnání jednotlivých lig

**Graf 22: Porovnání soutěží dle hodnoty AVE**

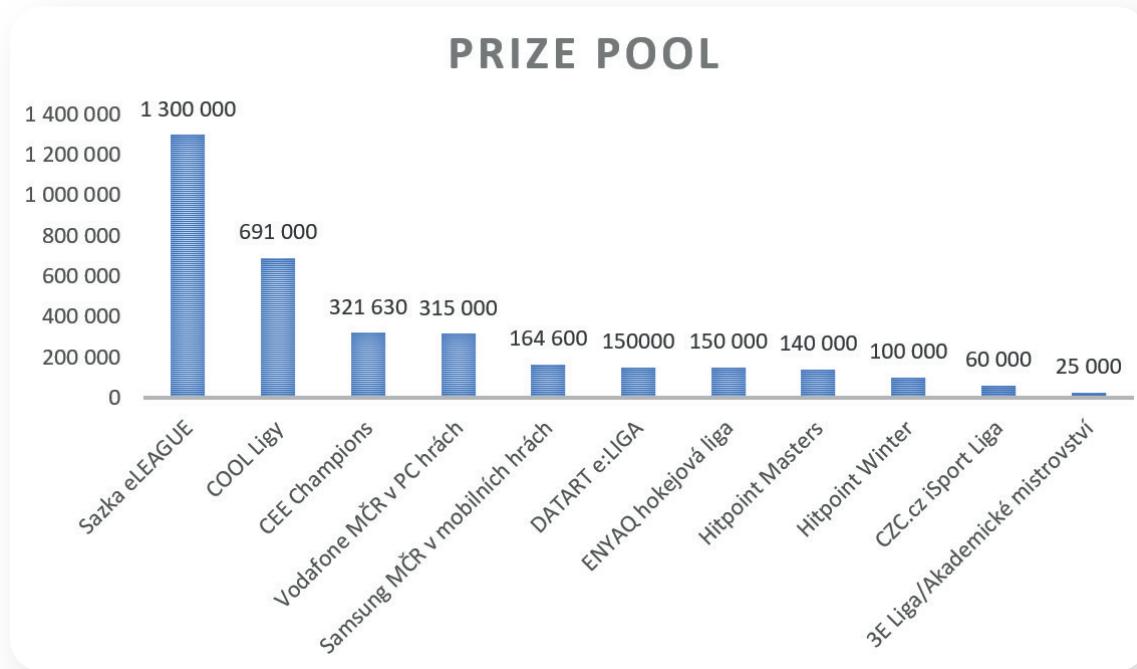


**Graf 23: Porovnání soutěží dle hodnoty GRP**





**Graf 24: Porovnání soutěží dle hodnoty výše prize poolu**





## Seznam grafů a tabulek

### Grafy

- Graf 1: Ukázková soutěž vs. ostatní soutěže
- Graf 2: Počet živých zhlédnutí jednotlivých her na platformě Twitch
- Graf 3: Počet odsledovaných hodin jednotlivých her na platformě Twitch
- Graf 4: Počet zhlédnutí jednotlivých her na platformě Facebook
- Graf 5: 3E Akademické mistrovství vs. ostatní soutěže
- Graf 6: CEE Champions vs. ostatní soutěže
- Graf 7: COOL Ligy vs. ostatní soutěže
- Graf 8: CZC.cz iSport Liga vs. ostatní soutěže
- Graf 9: DATART e:LIGA vs. ostatní soutěže
- Graf 10: ENYAQ hokejová liga vs. ostatní soutěže
- Graf 11: Hitpoint Masters vs. ostatní soutěže
- Graf 12: Hitpoint Winter vs. ostatní soutěže
- Graf 13: Samsung MČR v mobilních hráčů vs. ostatní soutěže
- Graf 14: Sazka eLEAGUE vs. ostatní soutěže
- Graf 15: Vodafone MČR v počítačových hráčů vs. ostatní soutěže
- Graf 16: Porovnání soutěží dle kumulovaného počtu živých zhlédnutí (Twitch)
- Graf 17: Porovnání soutěží dle odsledovaných hodin (Twitch)
- Graf 18: Porovnání soutěží dle metriky Average Minute Audience (Twitch)
- Graf 19: Porovnání soutěží dle peaku diváků (Twitch)
- Graf 20: Porovnání soutěží dle počtu zhlédnutí (Facebook)
- Graf 21: Porovnání soutěží dle počtu mediálních výstupů
- Graf 22: Porovnání soutěží dle hodnoty AVE
- Graf 23: Porovnání soutěží dle hodnoty GRP
- Graf 24: Porovnání soutěží dle hodnoty výše prize poolu

### Tabulky

- Tabulka 1: Meziroční srovnání součtu všech soutěží
- Tabulka 2: Meziroční srovnání 3E ligy (3E Akademického mistrovství)
- Tabulka 3: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci 3E ligy (3E Akademického mistrovství)
- Tabulka 4: Meziroční srovnání COOL Ligy
- Tabulka 5: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci COOL Lig
- Tabulka 6: Meziroční srovnání CZC.cz iSport Ligy
- Tabulka 7: Meziroční srovnání DATART e:LIGY
- Tabulka 8: Meziroční srovnání Hitpoint Masters
- Tabulka 9: Meziroční srovnání Samsung MČR v mobilních hráčů
- Tabulka 10: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci Samsung MČR v mobilních hráčů
- Tabulka 11: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci Sazka eLEAGUE
- Tabulka 12: Meziroční srovnání Vodafone MČR v počítačových hráčů
- Tabulka 13: Sledovanost jednotlivých soutěží v rámci Vodafone MČR v počítačových hráčů