



**ČESKÁ
ASOCIACE
ESPORTU**

Rok velkých hráčů a akvizic

**Výroční zpráva českého esportu
za rok 2019**

Vytvořil: Martin Roháček
Poslední aktualizace: 5. října 2020



Management summary:

- Žádná soutěž nedominovala ve všech měřených metrikách.¹
- Největší soutěží dle Indexu velikosti bylo Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách
- Největší ligou dle Indexu velikosti byla FORTUNA COOL Liga
- Nejsledovanější soutěží roku 2019 byl Hitpoint Masters a to jak z hlediska veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí (636 886 zhlédnutí), tak počtu odsledovaných hodin na platformě Twitch (223 302 hodin).
- Na Facebooku byla nejsledovanější soutěží ESL Nationals CZ/SK (419 024 zhlédnutí)
- Nejvíce článků bylo napsáno v souvislosti s FORTUNA COOL Ligou, konkrétně eviduje analýza 263.
- Největší mediální dosah měla iSport Liga, která dosáhla hodnoty AVE 14 860 000 Kč a hodnotu GRP 394,41.
- Nejvíce návštěvníků z mapovaných akcí eviduje veletrh For Games, kde se odehrálo finále ligy Alienware Game Arena a turnaje Tiger Masters.
- Největší prize pool nabídla soutěž Alienware Game Arena, ve které se v součtu hrálo o téměř milion korun.

¹Vysvětlení jednotlivých metrik najeznete v Kapitole 1.



Obsah

1. Rok velkých hráčů	4
2. Základní metriky pro porovnání jednotlivých soutěží	6
2.1. Sledovanost streamů	6
2.2. Mediální dosah	7
2.3. Počet návštěvníků na eventu	9
2.4. Celková finanční dotace turnaje	9
2.5. Index velikosti	10
2.6. Počet účastníků	10
3. Esportové ligy v roce 2019	11
3.1. 3E Liga	12
3.2. Alienware Game Arena	14
3.3. CZC.cz iSport Liga	16
3.4. DATART e:LIGA	18
3.5. ESL Nationals CZ/SK	20
3.6. FORTUNA COOL Liga	22
3.7. Hitpoint Masters	24
4. Esportové turnaje v roce 2019	26
4.1. PLAYzone Challenge	27
4.2. Samsung Mistrovství ČR v mobilních hrách	29
4.3. Tiger Masters	31
4.4. Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách	33
5. Srovnání všech soutěží dle Indexu velikosti	35
Příloha 1: Porovnání jednotlivých soutěží	37
Příloha 2: Porovnání jednotlivých lig	42
Příloha 3: Porovnání jednotlivých turnajů	47
Seznam grafů a tabulek	52
Grafy	52
Tabulky	53



1. Rok velkých hráčů

V roce 2019 se na českém esportovém trhu udaly dvě velké investice. V červenci oficiálně oznámila televizní skupina Prima vlastněná Ivanem Zachem (35. nejbohatší Čech) spojení s agenturou PLAYzone. O měsíc později, kdy investiční skupina ECI (Daniel Křetínský – 5. nejbohatší Čech, Patrik Tkáč a Roman Korbačka) akvirovala polovinu agentury Grunex. Na týmové scéně můžeme zmínit například investici Petra Andryska do týmu Brute. Vstup těchto investorů do oblasti organizování soutěží představuje velký příslib českého esportu. Cílem dokumentu je zmapovat jednotlivé soutěže za rok 2019 a vytvořit tak jejich přehled pro partnery esportu i zájemce z řad širší veřejnosti.

Analýza pracuje v maximální míře s veřejnými zdroji, aby všechny zkoumané soutěže mely stejné podmínky. Pokud tedy organizátor partnerovi turnaje reportuje výsledky, mohou se od čísel v analýze kumulovaná čísla lišit. Některé metriky (například ve vysílání) totiž může sledovat pouze majitel daného účtu. Vybrané metriky ale mají vypovídající hodnotu z hlediska porovnání soutěží a mohou sloužit jako základ pro budoucí reportovací standard.

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. Pro větší přehlednost byly jednotlivé soutěže rozděleny do dvou kategorií: liga a turnaj. Obě kategorie totiž mají svá určitá specifika, která je nutné brát v úvahu. Definice jednotlivých kategorií je v dané kapitole.

Mezi hlavní soutěže esportového roku 2019 byly zařazeny:

Organizátor PLAYzone

- Vodafone Mistrovství České republiky v počítačových hrách
- Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách
- PLAYzone Challenge
- FORTUNA COOL Liga

Organizátor mediální dům CNC

- iSport Liga
- DATART e:LIGA

Organizátor Hitpoint

- Hitpoint Masters

TopGaming

- Tiger Masters
- Alienware Gaming Arena



ESL (Electronic Sports League)

- ESL Nationals CZ/SK

ESA (Esportovní Studentská Asociace)

- 3E Liga

Zástupci všech organizátorů byli před vydáním kontaktováni a případné připomínky byly zpracovány. Veškeré otázky k použitým metrikám či jiné dotazy prosím směřujte na rohacek@esport.cz.



2. Základní metriky pro porovnání jednotlivých soutěží

2.1. Sledovanost streamů

Díky stále se zvyšujícímu zájmu diváků může esport růst. 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 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. Mezi hlavní platformy v Česku patří Twitch a Facebook, na které 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, kde organizátoři zpravidla své soutěže vysílají. 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 unikátních diváků (Twitch):** Jde o součet unikátních diváků ze všech streamů. Z důvodu vysokého překrytí diváků se nejdá o počet unikátních diváků, kteří soutěž sledovali. Tato metrika ale vyjadřuje minimální počet zhlédnutí na platformě Twitch. Metrika video views je na Twitchi dostupná pouze po přihlášení do účtu, který vysílal. Nelze ji tak spolehlivě ověřit z veřejně dostupných nástrojů.
- **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 sledující 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. AMA se vypočítává jako celkový součet odsledovaných minut / celkový počet odstreamovaných minut.
- **Počet zhlédnutí (Facebook):** Facebook automaticky ukládá videa z vysílání s ukládá je u stránky do sekce Videos. Celkový počet zhlédnutí videa je pak veřejně dostupný. Z tohoto údaje také analýza vychází. Někteří organizátoři na Facebooku nemohou streamovat z důvodu podmínek partnerství s platformou Twitch.
- **Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ):** Speciálně vytvořená metrika s cílem porovnat jednotlivou sledovanost vysílání soutěží. Jedná se o jednoduchý součet kumulovaných unikátních uživatelů na platformě Twitch se součtem zhlédnutí na platformě Facebook.
- Důvodem vytvoření této metriky je nutnost rovných podmínek mezi organizátory. Zahrnutí pouze platformy Twitch by výrazně penalizovalo organizátory, kteří své vysílání zaměřují také na Facebook a naopak. Zároveň se jedná o zastřešující metriku, díky které lze soutěže porovnávat na úrovni vysílání.



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

Mezi aktivity zvyšující mediální dosah patří

- Public Relations (PR)
- Využití vlastního mediálního prostoru
- Inzerce v externích médiích

Mezi metriky mediálního dosahu patří:

- **Počet článků:** Základní metrika, která odráží četnost, avšak 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 hodnota odráží hodnotu mediálního prostoru, která se rovná ekvivalentu inzertní hodnoty. To znamená, kolik by organizátor musel zaplatit, aby dosáhl stejného mediálního pokrytí. Hodnota AVE dokáže dobře odrážet pokrytí v čase, porovnání jednotlivých soutěží. Pro partnera akce je ale vhodné doplnit i o další údaje. Metrika AVE může zkreslovat, protože:
 - Monitorovací nástroje nedokážou úplně spolehlivě monitorovat zdroje založené na mluveném slovu, tedy výstupy v rádiu či televizi. U některých soutěží tak může docházet k podstatnému snížení celkové hodnoty.
 - Nedokáže vždy přesně ocenit konkrétní prostor pro téma v monitorovaném výstupu.
- **Hodnota GRP (Gross Rating Point):** Tato hodnota odpovídá zásahu v široké cílové skupině (tedy 15+). Ta je považována jako koupěschopná část populace. Hodnota vyjadřuje sílu kampaně, nevypovídá však nic o konkrétní cílové skupině.



Mediální dosah lze také doplnit o sdílení mediálních výstupů na sociálních sítích. Jde pouze o sdílení článků, nikoliv celkové pokrytí soutěže na sociálních sítích. Hledaný výraz v médiích je vždy celé slovní spojení názvu soutěže, nikoliv jednotlivá slova. Tedy hledaný výraz je „*Hitpoint Masters*“, nikoliv pouze Hitpoint Masters. Soutěže jsou také hledány v ostatních pádech, tedy do vyhledávání je zahrnut výraz „*COOL Ligy*“, nikoliv pouze první pád „*COOL Liga*“.



2.3. Počet návštěvníků na eventu

V současnosti v České republice neexistuje event, který by samostatně přilákal desítky tisíc návštěvníků z různých koutů světa jako tomu je například u turnajů typu IEM Katowice. Vodafone Mistrovství České republiky v počítačových hrách a Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách jsou součástí festivalu Life!, finále Tiger Masters a Alienware Game Arena zase proběhlo jako součást veletrhu FOR GAMES. Ne všichni návštěvníci zastřešujících akcí navštíví esportové turnaje. Návštěvnost je tak zajímavým údajem především pro partnery, kteří v místě turnaje vystavují, nebo jakýmkoliv způsobem prezentují svůj brand. Pokud je pro partnera esportové akce důležitá návštěvnost přímo místa konání soutěže, doporučuji si od organizátora vyžádat i vizuální materiály s účastí přímo v místě vysílání.

2.4. Celková finanční dotace turnaje

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 soutěž s vyšším prize poolem může být také nahlíženo jako na více prestižní.

Do celkové finanční dotace může organizátor zahrnout:

- Celkovou sumu výher, kterou si soutěžící odnesou
- Finanční podporu, kterou organizátor poskytuje účastníkům jako je proplacení cestovních nákladů.

Do celkové finanční dotace se naopak nepočítá:

- 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 2019 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.



2.5. Index velikosti

Pro nejkomplexnější porovnání jednotlivých soutěží je použita nová metrika, takzvaný Index velikosti. Ten odráží všechny zkoumané oblasti a vychází z myšlenky, že největší česká soutěž musí být zaměřena na všechny oblasti, nikoliv pouze na jednu z nich. Pro výpočet Indexu velikosti využíváme **průměrné umístění soutěže v porovnání s ostatními**. Pokud se soutěž v dané metrice umístí nejvýše, je její index 1, pokud nejníže 11 (tedy počet soutěží, které porovnáváme). Součet umístění v jednotlivých metrikách je pak vydělen jejich počtem. Čím nižší číslo, tím větší je dle tohoto indexu daná soutěž.

Pokud by se soutěž umístila ve všech metrikách nejlépe, pak by měla index 1,00, pokud na samostatném posledním místě, pak 11,00.

VZOREC:

$$\frac{\text{součet umístění ve sledovaných metrikách}}{\text{počet metrik}} = \text{Index velikosti}$$

2.6. Počet účastníků

Obecně se pod počtem účastníků setkáváme s kumulovaným součtem hráčů, kteří se zúčastnili vybrané soutěže. Organizátor může uvádět buď počet hráčů v hlavní fázi soutěže, nebo zahrnout i hráče, kteří se účastnili kvalifikací. Pokud organizátor oznámí otevřené kvalifikace, pak počet účastníků zpravidla dramaticky naroste. Do finálových kol ale zpravidla proniká pouze menší procento těch nejlepších, kteří v rámci soutěže odehrají mnohem více zápasů než neúspěšní z kvalifikací. **Do analýzy nebyl počet účastníků započítán z důvodu nemožnosti ověření u všech organizátorů soutěží a chybějícího zpětného ověření z veřejně dostupných zdrojů.**

Měření počtu účastníků je vhodné pro:

- **Individuální amatérské turnaje s cílem účasti širší komunity.** Může se jedna například o turnaj, v kterém se soutěží o produkty partnera soutěže. V těchto typech turnajů může být účast preferována nad sledování streamů. Ten navíc nemusí být zajištěn z toho důvodu, že potenciální diváci se raději sami účastní.

Měření celkového počtu účastníků není vhodné pro:

- **Nejprestižnější soutěže**, kde se střetává pouze nejužší špička. Při účasti vyššího počtu týmů dochází častěji k nevyrovnaným zápasům a slabší celky snižují úroveň celé soutěže. Nicméně počet účastníků i v kvalifikační části může být vhodnou ukázkou (doplněním) toho, kolik lidí mělo o soutěž zájem.
- **Speciální turnaje pro pozvané týmy**



3. Esportové ligy v roce 2019

Za ligu je v tomto dokumentu považována soutěž, ve které se opakovaně odehrávají soutěžní kola. Body, které týmy v těchto kolech získávají se počítají do tabulky, ze které vzešel vítěz či postupující do vyřazovací fáze turnaje. Pro zařazení soutěže do kategorie „Liga“ byla důležitá také interpretace organizátora soutěže. Jinými slovy, pokud svoji soutěž prezentoval organizátor jako ligu, byla do této kategorie zahrnuta. U každé ligy se nachází dva grafy, které znázorňují porovnání s ostatními ligami či soutěžemi

Pro porovnání pracuje analýza s těmito metrikami, jejich podrobný popis je dostupný v kapitole 1.

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch):
- Odsledované hodiny (Twitch)
- Average Minute Audience (Twitch)
- Počet zhlédnutí (Facebook)
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ)

Mediální dosah:

- Počet článků
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent)
- Hodnota GRP (Gross Rating Point)

Ostatní:

- Počet návštěvníků eventu
- Celkový prize pool

Profily jednotlivých lig jsou seřazeny podle abecedního pořadí.



3.1. 3E Liga

Popis ligy: 3E liga je základním stavebním kamenem univerzitní ligy v počítačových hrách. Soupeřilo se ve hrách Counter-Strike: Global Offensive, League of Legends a Hearthstone. Finále proběhlo v esportové učebně Vysoké školy báňské. Ligu organizovala Esportovní studentská asociace.

Termín konání: 9. 3. až 7. 12. 2019

Webová stránka: www.esportsa.cz

Statistiky 3E Ligy za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 4 105
- Počet streamů na platformě Twitch: 6
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 684
- Odsledované hodiny (Twitch): 1 361
- Average Minute Audience (Twitch): 39
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 4 105

Mediální dosah:

- Počet článků: 8
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 74 520 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 0,81

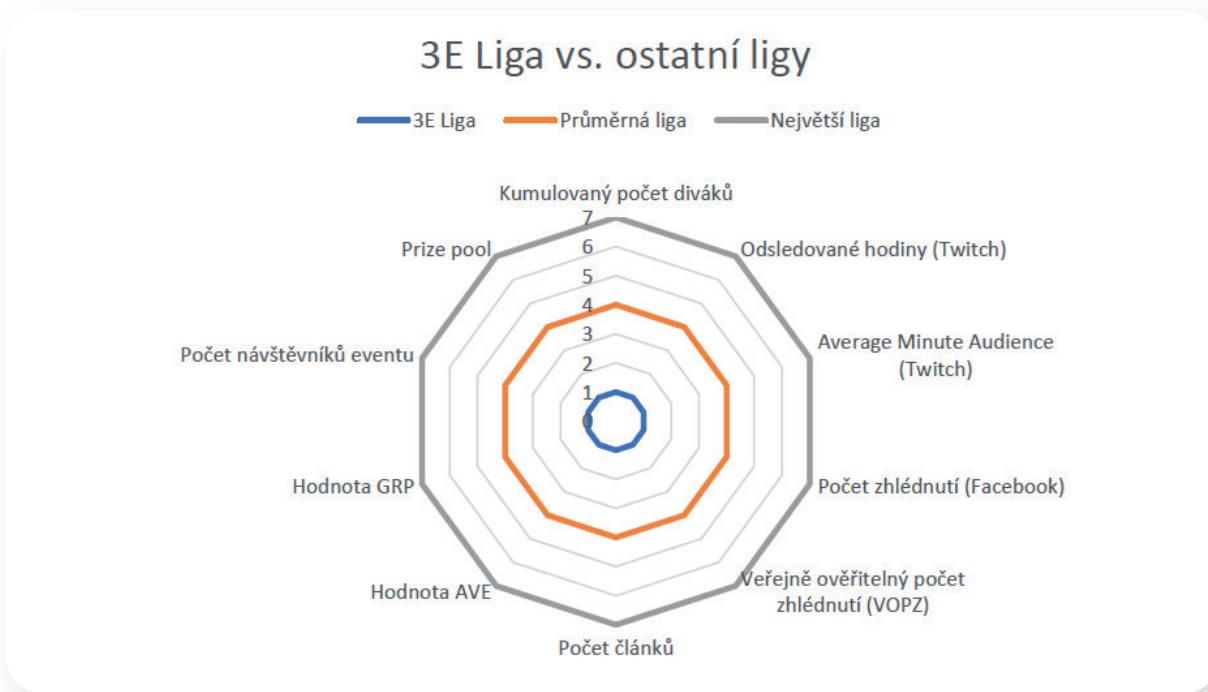
Ostatní:

- Celkový prize pool: věcné ceny
- Počet návštěvníků eventu: 0 – nebyl samostatný event

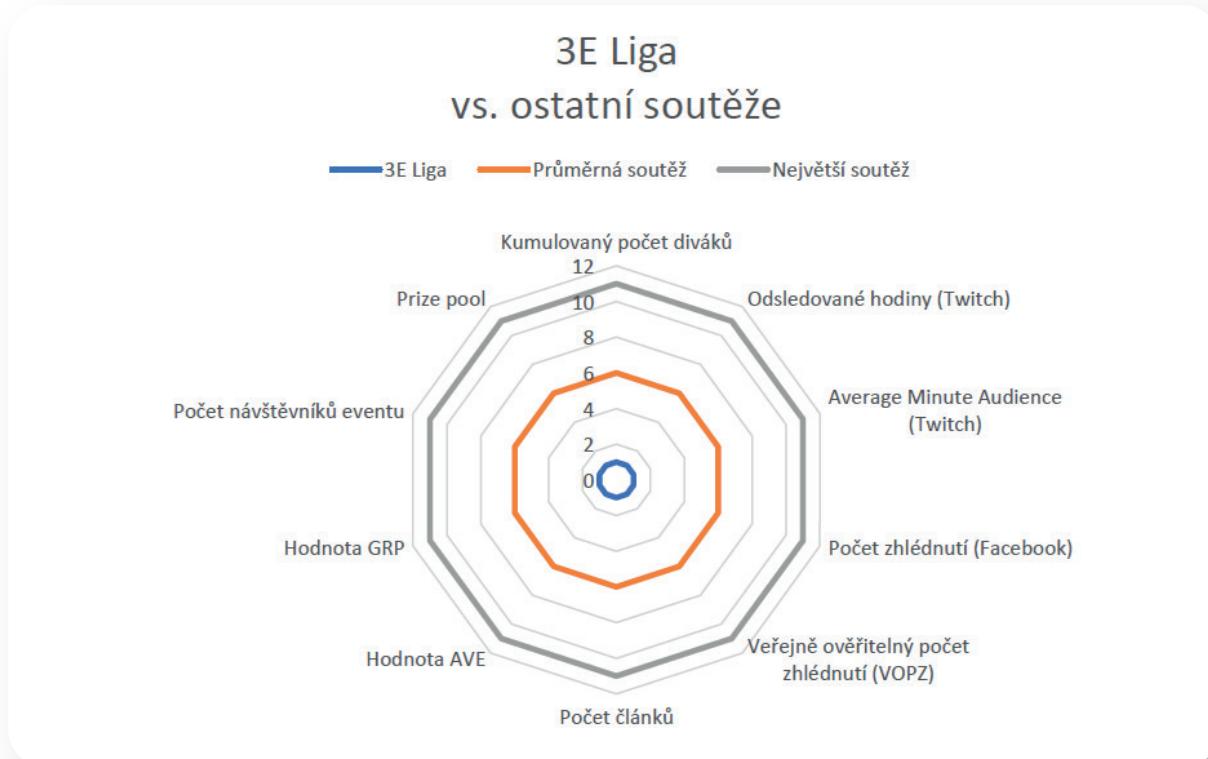
Profil soutěže za rok 2019: 3E Liga je zaměřena především na akademickou sféru. Z mapovaných lig je tou nejmenší ve všech sledovaných metrikách. Do analýzy byla přesto zahrnuta, neboť dlouhodobě monitorovaná data mohou velmi vypovídat o rozvoji akademického esportu a jeho pozici v porovnání s komerční sférou.



Graf 1: 3E Liga vs. ostatní ligy



Graf 2: 3E Liga vs. ostatní soutěže





3.2. Alienware Game Arena

Popis soutěže: Alienware Game Arena byla celoroční soutěž ve hře Counter-Strike: Global Offensive. Jako jediná z vybraných soutěží se nezaměřovalo pouze na Česko a Slovensko, ale účastnily se jí například i týmy z Ruska, Dánska nebo Polska. Soutěž měla celkem 3 splity a finálovou část, která se odehrála v rámci veletrhu For Games. Organizátorem soutěže byl TopGaming.

Termín konání: 7. 1. až 20. 10. 2019

Webová stránka: www.alienwaregamearena.eu

Statistiky Alienware Game Arena za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 483 244
- Počet streamů na platformě Twitch: 49
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 9 862
- Odsledované hodiny (Twitch): 94 405
- Average Minute Audience (Twitch): 478
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 483 244

Mediální dosah

- Počet článků: 9
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 146 680 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 10,58

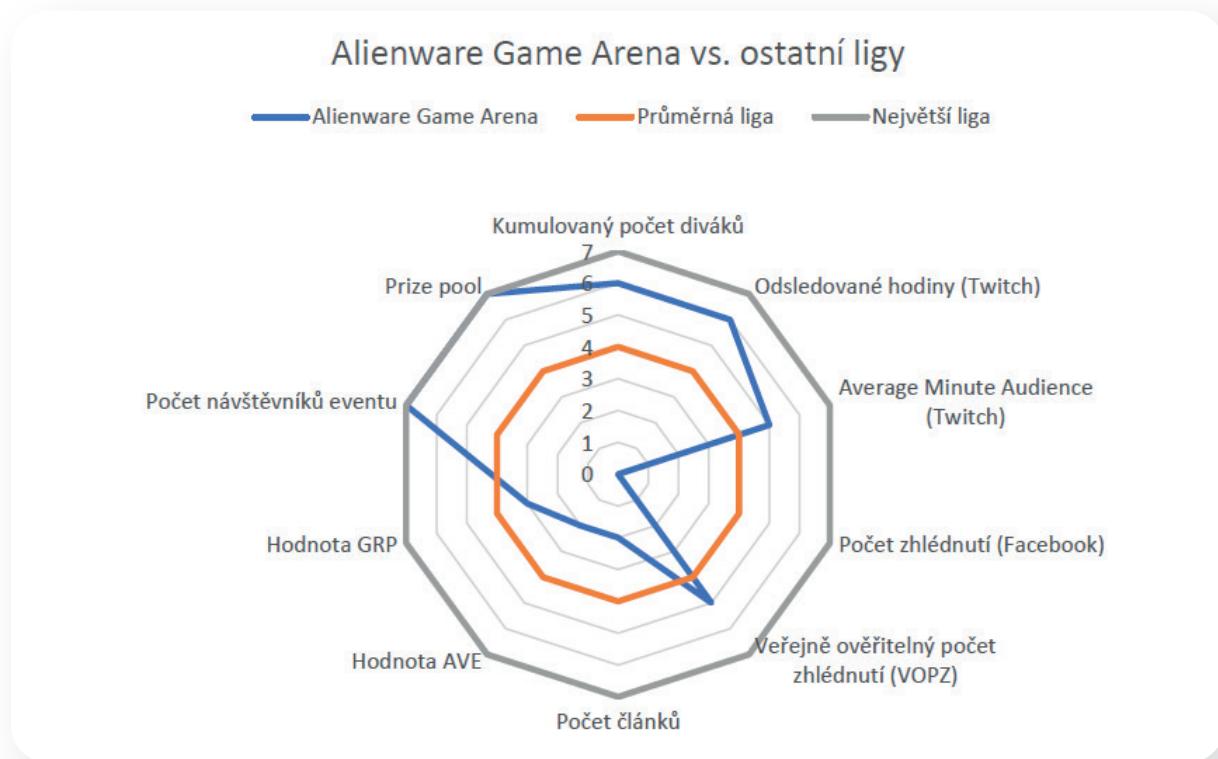
Ostatní

- Počet návštěvníků eventu: 58 841 (FOR GAMES)
- Prize pool: 963 228 CZK

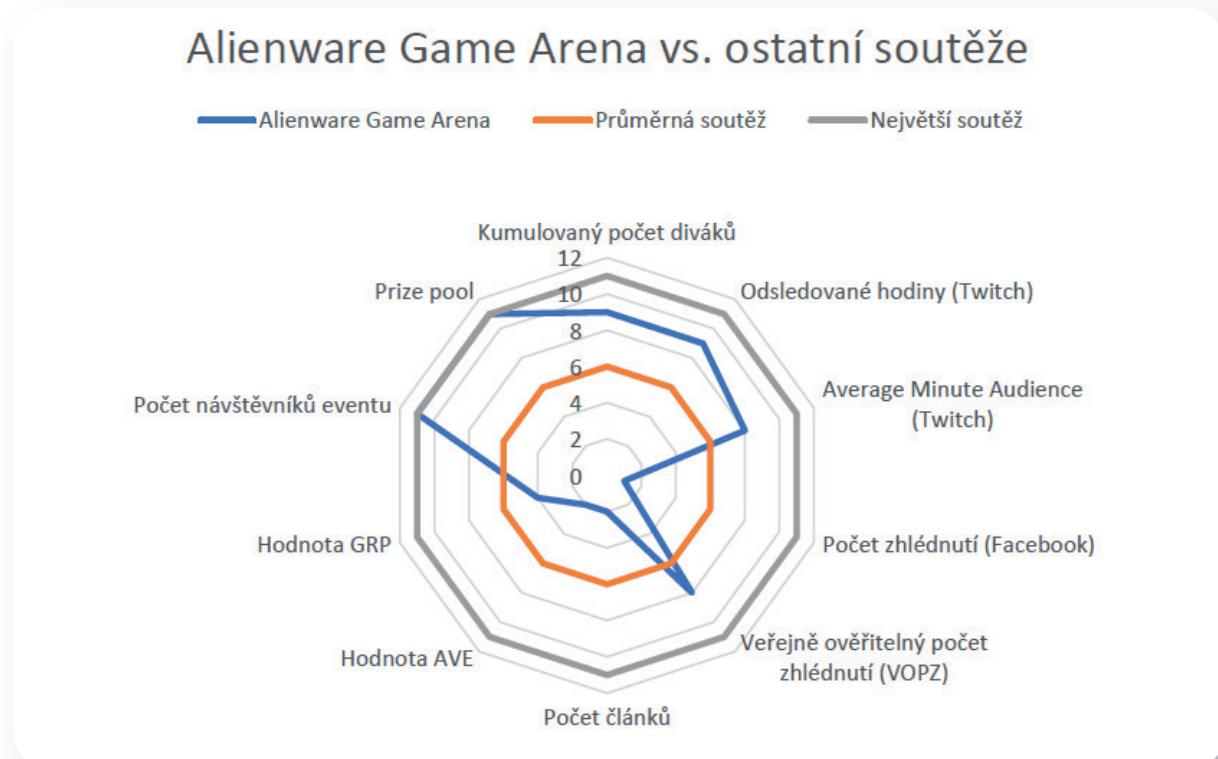
Profil soutěže za rok 2019: Alienware Game Arena měla ze všech soutěží nejvyšší prize pool, který se rozděloval ve třech splitech a velkém finále. Zároveň se uskutečnila na veletrhu FOR GAMES, který má dle veřejných



Graf 3: Alienware Game Arena vs. ostatní ligy



Graf 4: Alienware Game Arena vs. ostatní soutěže





3.3. CZC.cz iSport Liga

CZC.cz iSport LIGA byla první dlouhodobou soutěží ve fotbalové hře FIFA. Hráči za každé vítězství, postupem kvalifikací a umístění v offline finále sbírali body, které se promítlo do průběžného žebříčku. Nejúspěšnějších 16 hráčů žebříčku se kvalifikovalo do GRANDFINÁLE, kde mistr iSport ligy získal titul nejlepšího česko-slovenského hráče FIFA. To proběhlo na stadionu pražské Sparty. Organizátorem soutěže byl mediální dům CNC.

Termín konání: 28. 4. až 2.11. 2019

Webová stránka: www.isport.blesk.cz/isportliga

Statistiky CZC.cz iSport Liga za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 58 626
- Počet streamů na platformě Twitch: 4
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 14 657
- Odsledované hodiny (Twitch): 20 648
- Average Minute Audience (Twitch): 728
- Počet zhlédnutí (Facebook): 64 612
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 123 238

Mediální dosah

- Počet článků: 249
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 14 860 000 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 394,41

Ostatní

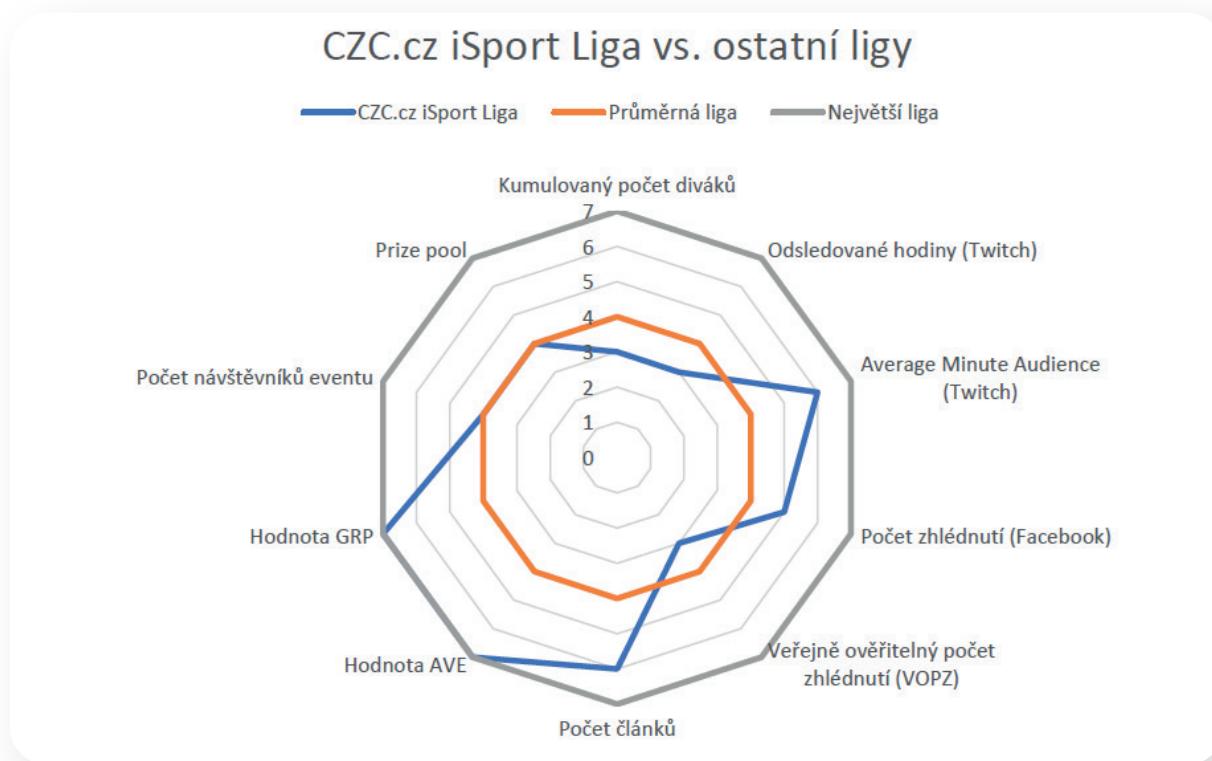
- Počet návštěvníků eventu: 250
- Prize pool: 300 000 CZK

Profil soutěže za rok 2019: CZC.cz iSport Liga dosáhla nejlepšího mediálního pokrytí ze všech českých esportových soutěží, a to podle metrik AVE a GRP. Především díky nízkému počtu streamovaných kol je ale celková sledovanost za českým průměrem.

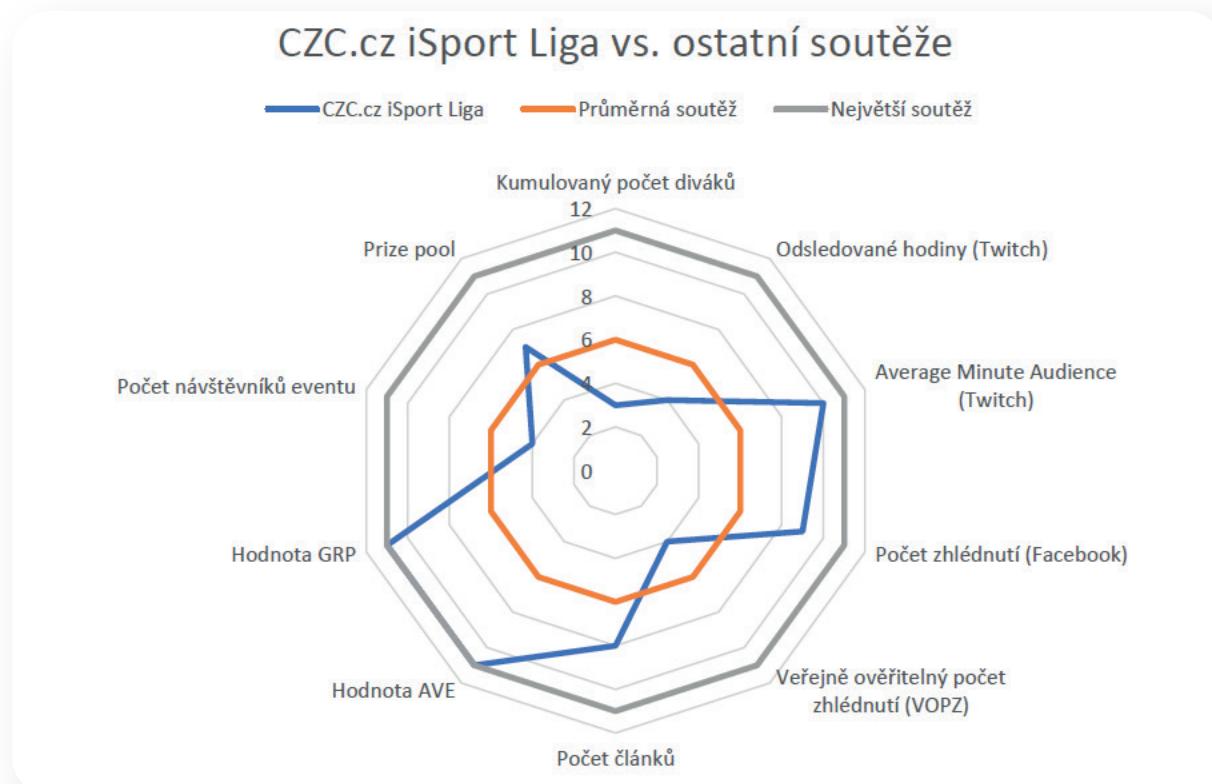




Graf 5: CZC.cz iSport Liga vs. ostatní ligy



Graf 6: CZC.cz iSport Liga vs. ostatní soutěže





3.4. DATART e:LIGA

Popis soutěže: DATART e:LIGA byla oficiální českou ligovou soutěží ve fotbalové hře FIFA. Její finále proběhlo až v roce 2020, proto analýza z důvodu zvolené metodiky neviduje statistiky pro celou soutěž. Ta byla realizovaná pod záštitou Ligové fotbalové asociace (LFA). Organizátorem soutěže byl mediální dům CNC.

Termín konání: 16. 11. a 17. 11. (měření pouze za rok 2019)

Webová stránka: www.e-liga.cz

Statistiky DATART e:LIGY za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 9 772
- Počet streamů na platformě Twitch: 2
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 4 886
- Odsledované hodiny (Twitch): 4 557
- Average Minute Audience (Twitch): 264
- Počet zhlédnutí (Facebook): 79 500
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 89 272

Mediální dosah

- Počet článků: 84
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 1 040 000 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 34,49

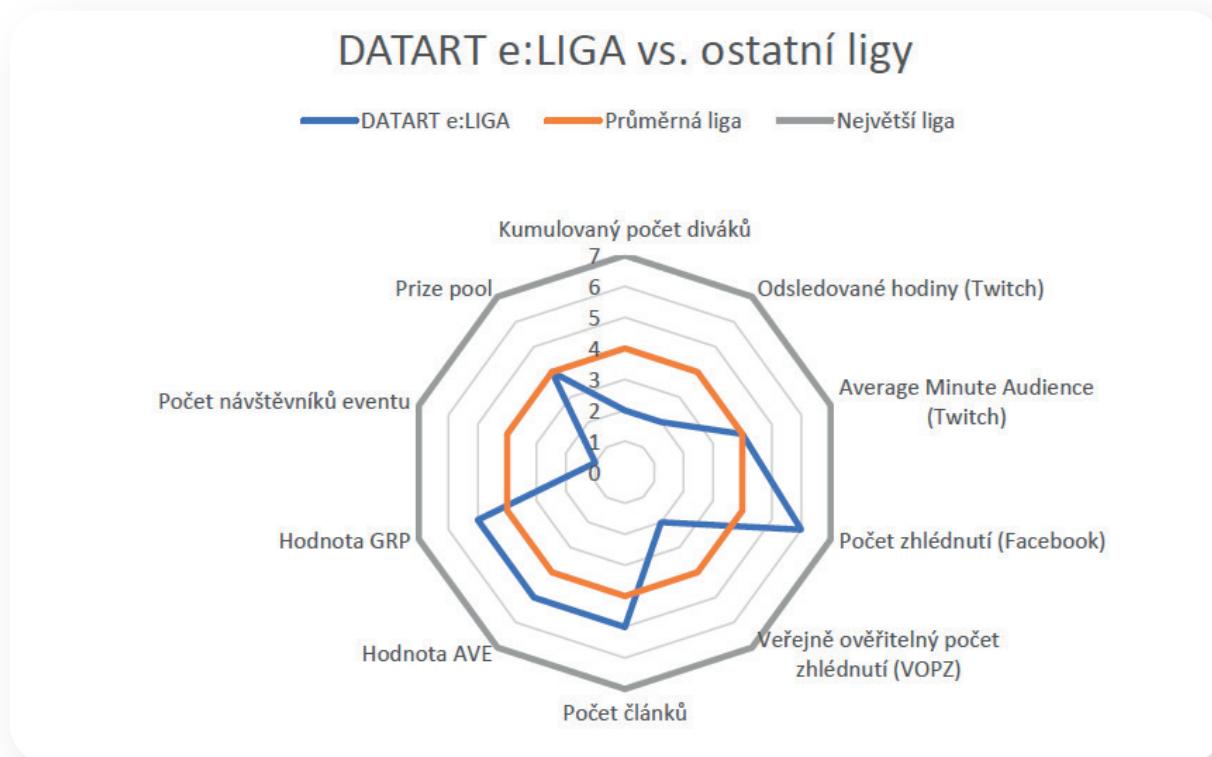
Ostatní

- Počet návštěvníků eventu: za rok 2019 pouze online
- Prizepool: 150 000 CZK

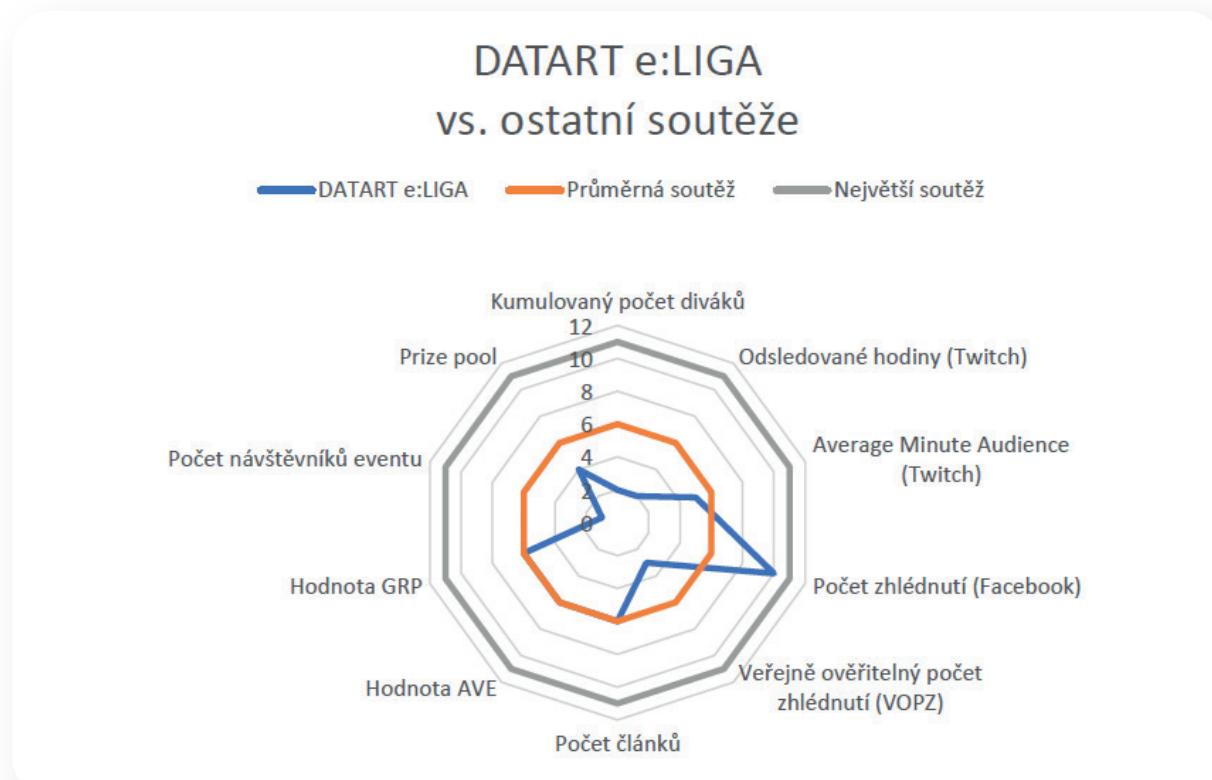
Profil soutěže za rok 2019: Přestože soutěž měla vyvrcholení až v roce 2020, dosáhla DATART e:LIGA nadprůměrné mediální pokrytí. Zároveň patřila mezi nejsledovanější na platformě Facebook. Naopak na platformě Twitch měla nižší zájem publika.



Graf 7: DATART e:LIGA vs. ostatní ligy



Graf 8: DATART e:LIGA vs. ostatní soutěže





3.5. ESL Nationals CZ/SK

Popis soutěže: ESL Nationals CZ/SK byla celoroční liga pro české a slovenské hráče v titulech Counter-Strike: Global Offensive, Hearthstone a League of Legends. V roce 2019 se odehrály dvě sezóny soutěže. Finále CS:GO a LoL proběhlo v ESL Aréně v polských Katowicích. Organizátorem byla česká pobočka ESL.

Termín konání: 7. 4. až 14. 12. 2019

Webová stránka: www.pro.eslgaming.com/czsk/

Statistiky ESL Nationals CZ/SK za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 122 260
- Počet streamů na platformě Twitch: 62
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 1 972
- Odsledované hodiny (Twitch): 44 035
- Average Minute Audience (Twitch): 164
- Počet zhlédnutí (Facebook): 419 024
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 541 284

Mediální dosah

- Počet článků: 45
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 418 900 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 3,36

Ostatní

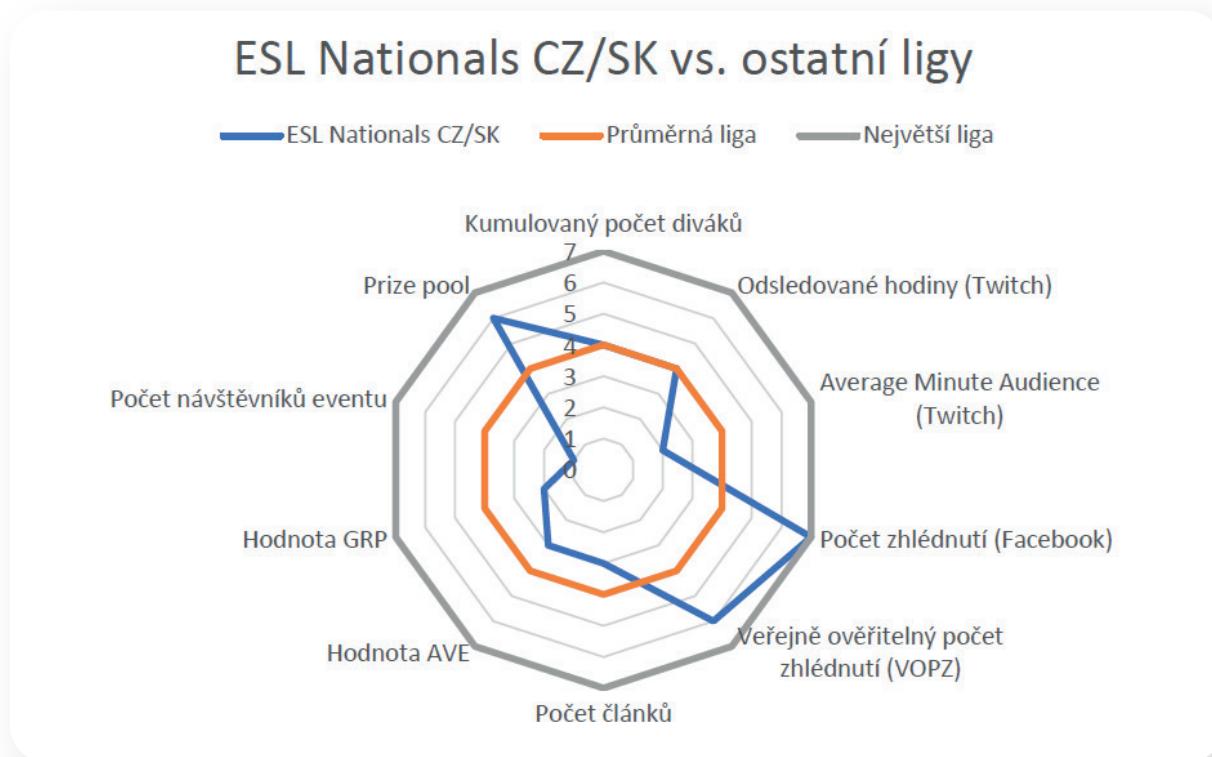
- Počet návštěvníků eventu: offline finále bez diváků
- Prize pool: 375 000 CZK

Profil soutěže za rok 2019: ESL Nationals CZ/SK měla nejvyšší sledovanost na Facebooku, zároveň nabízela hráčům zajímavý prize pool. Naopak zaostávala v mediálním pokrytí a ve sledovanosti na platformě Twitch.

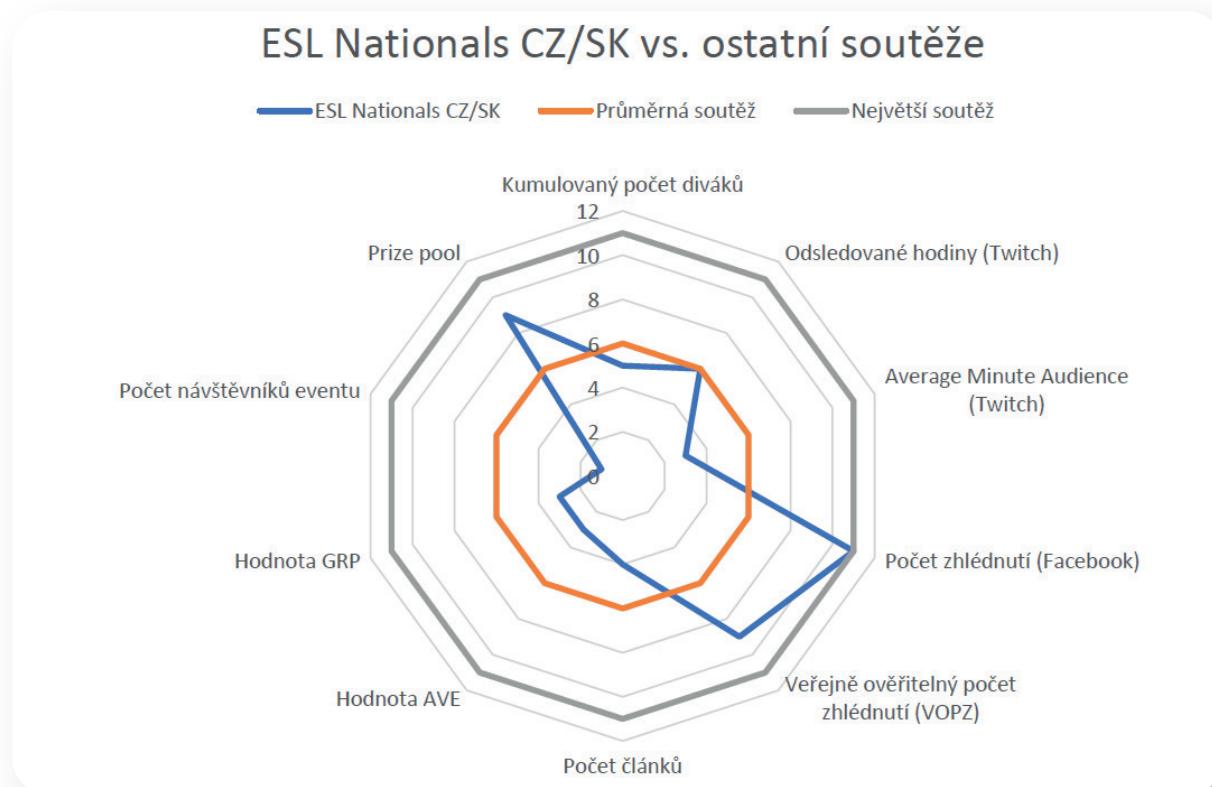




Graf 9: ESL Nationals CZ/SK vs. ostatní ligy



Graf 10: ESL Nationals CZ/SK vs. ostatní soutěže





3.6. FORTUNA COOL Liga

Popis soutěže: FORTUNA COOL Liga je již tradiční několika měsíční soutěž v esportových titulech CS:GO a Hearthstone. COOL Liga patří mezi nejznámější ligy na české a slovenské scéně, do které se dle organizátora zapojují stovky týmů a tisíce hráčů. Organizátorem soutěže byla agentura PLAYzone.

Termín konání: 2. 3. až 14. 9. 2019

Webová stránka: www.cool.iprima.cz/fortuna-cool-liga

Statistiky FORTUNA COOL Ligy za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 393 795
- Počet streamů na platformě Twitch: 55
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 7 159
- Odsledované hodiny (Twitch): 68 285
- Average Minute Audience (Twitch): 240
- Počet zhlédnutí (Facebook): 6500
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 400 295

Mediální dosah

- Počet článků: 263
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 2 610 000 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 174,3

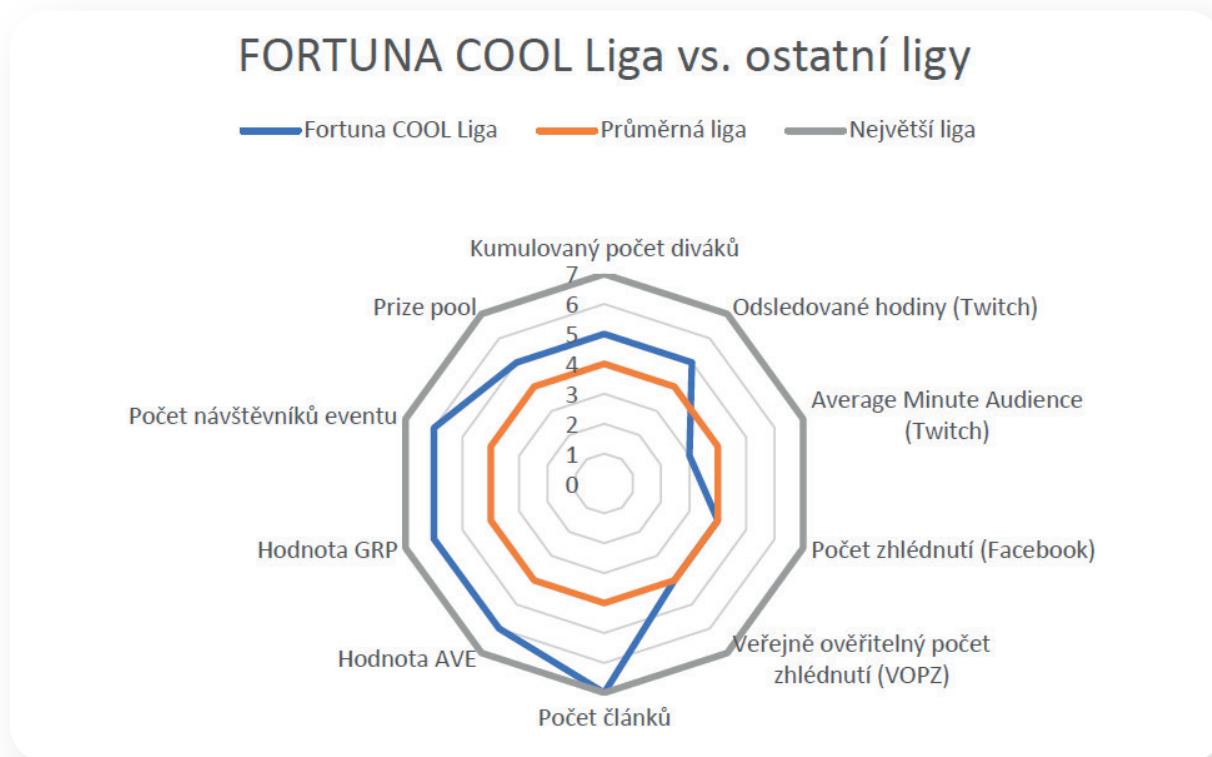
Ostatní

- Počet návštěvníků eventu: 10 000 (Kamiq YouFest)
- Prize pool: 305 000 CZK

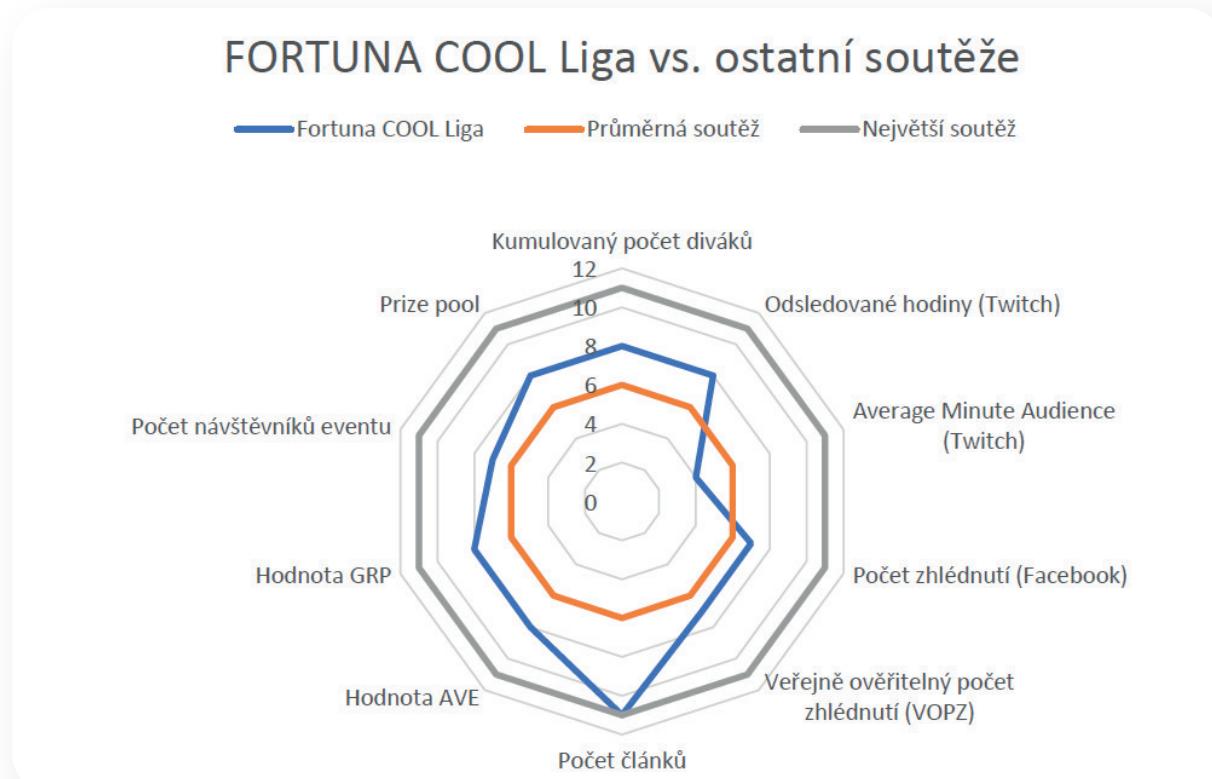
Profil soutěže za rok 2019: FORTUNA COOL Liga ukazuje nadprůměrné výsledky ve všech metrikách s výjimkou Average Minute Audience. Ze všech českých soutěží je v souvislosti s ligou evidován nejvyšší počet článků.



Graf 11: FORTUNA COOL Liga vs. ostatní ligy



Graf 12: FORTUNA COOL Liga vs. ostatní soutěže





3.7. Hitpoint Masters

Stručný popis: Hitpoint Masters je největší česká liga ve hře League of Legends. V roce 2019 se konaly dvě sezóny soutěže (Hitpoint Masters 11 a Hitpoint Masters 12). 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.

Termín konání: 17. 2. až 25. 8. 2019

Webová stránka: www.hitpoint.cz

Statistiky Hitpoint Masters za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 636 886
- Počet streamů na platformě Twitch: 19
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 33 520
- Odsledované hodiny (Twitch): 223 302
- Average Minute Audience (Twitch): 1229
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 636 886

Mediální dosah

- Počet článků: 78
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 771 020
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 16,82

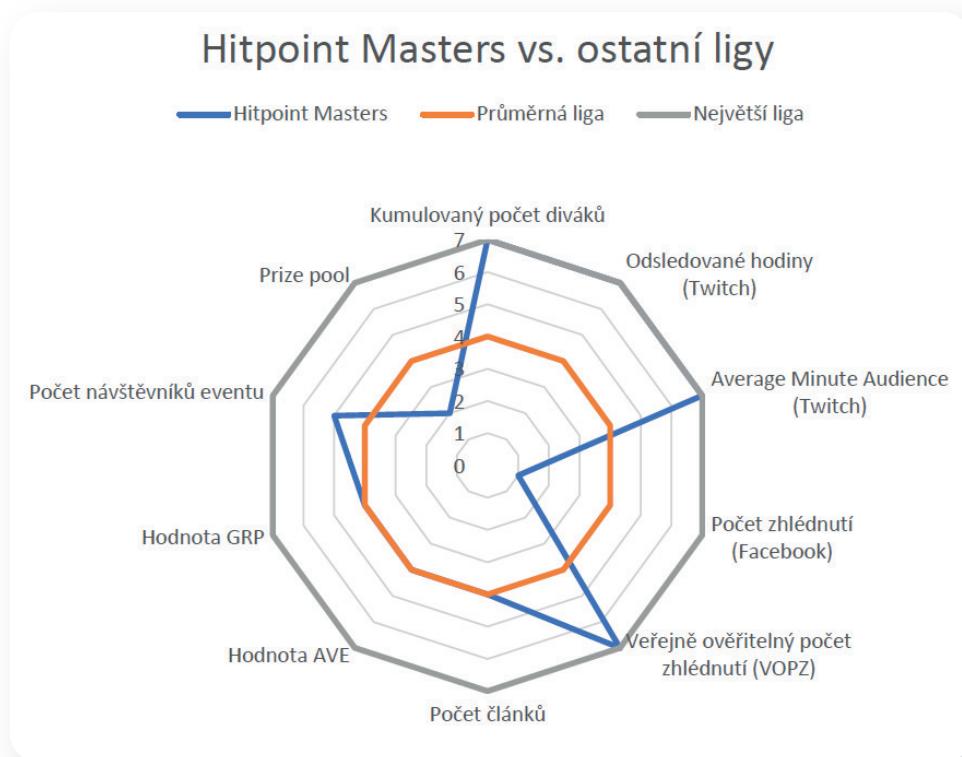
Ostatní

- Počet návštěvníků eventu: odhad 2500 (4 finálové dny)
- Prize pool: 140 000 CZK

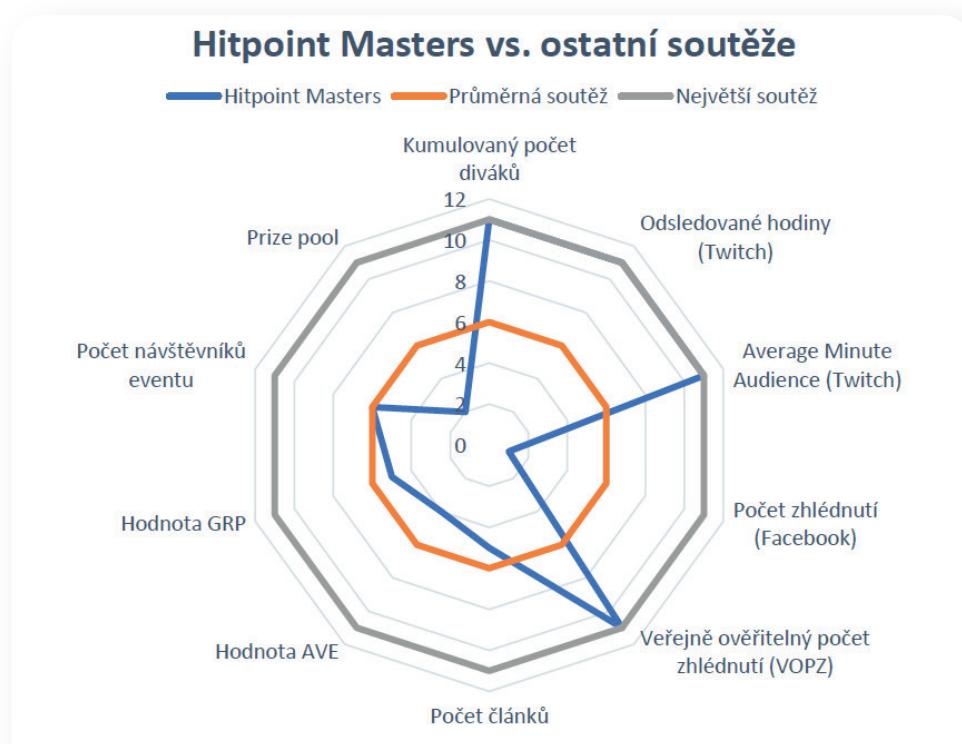
Profil soutěže za rok 2019: Hitpoint Masters je za rok 2019 nejsledovanější esportovou soutěží, a to i přesto, že nebyla vysílána na Facebooku. Mezi slabší stránky soutěže patří mediální pokrytí, kde patří mezi český průměr a nižší celkový prize pool. Hráčům ale umožňuje přímou kvalifikaci do evropské ligy



Graf 13: Hitpoint Masters vs. ostatní ligy



Graf 14: Hitpoint Masters vs. ostatní soutěže





4. Esportové turnaje v roce 2019

Jako turnaje jsou do dokumentu klasifikovány takové soutěže, kde probíhá intenzivní závěrečná fáze, přičemž před nimi neprobíhala žádná základní část s pravidelnými koly. Do této definice nespadají soutěže, kde probíhala kvalifikace za účelem dostat se do závěrečné fáze turnaje. Příklad: I přesto, že týmy z FORTUNA COOL Ligy získávaly body do klasifikace Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách, nepočítaly se její výsledky do výsledku MČR. Žádná data se tedy v analýze nezdvojují a jsou striktně oddělena. Udaje u jednotlivých turnajů zahrnují i kvalifikaci.

Pro porovnání pracuje analýza stejně jako u lig s těmito metrikami, jejich podrobný popis je dostupný v kapitole 1.

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch):
- Odsledované hodiny (Twitch)
- Average Minute Audience (Twitch)
- Počet zhlédnutí (Facebook)
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ)

Mediální dosah

- Počet článků
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent)
- Hodnota GRP (Gross Rating Point)

Ostatní

- Počet účastníků
- Počet návštěvníků eventu
- Celkový prize pool

Do analýzy jsou zahrnuty Mistrovství ČR v počítačových a mobilních hrách jako dva samostatné turnaje. Mediální překryv je však velmi výrazný, neboť oba turnaje probíhají současně v jenom pavilonu v rámci festivalu Life!.





4.1. PLAYzone Challenge

Popis soutěže: PLAYzone Challenge 2019 proběhla 21. až 23. června v pavilonu G2 brněnského výstaviště. Šlo o první ročník této akce, která si klade za cíl vytvořit největší novodobou BYOC LANku v Česku a na Slovensku. Organizátorem soutěže je agentura PLAYzone.

Termín konání: 21. až 23. 6. 2019

Webová stránka: www.pzchallenge.cz

Statistiky PLAYzone Challenge za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 191 029
- Počet streamů na platformě Twitch: 19
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 10 054
- Odsledované hodiny (Twitch): 62 373
- Average Minute Audience (Twitch): 440
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 191 029

Mediální dosah

- Počet článků: 168
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 1 790 000 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 50,72

Ostatní

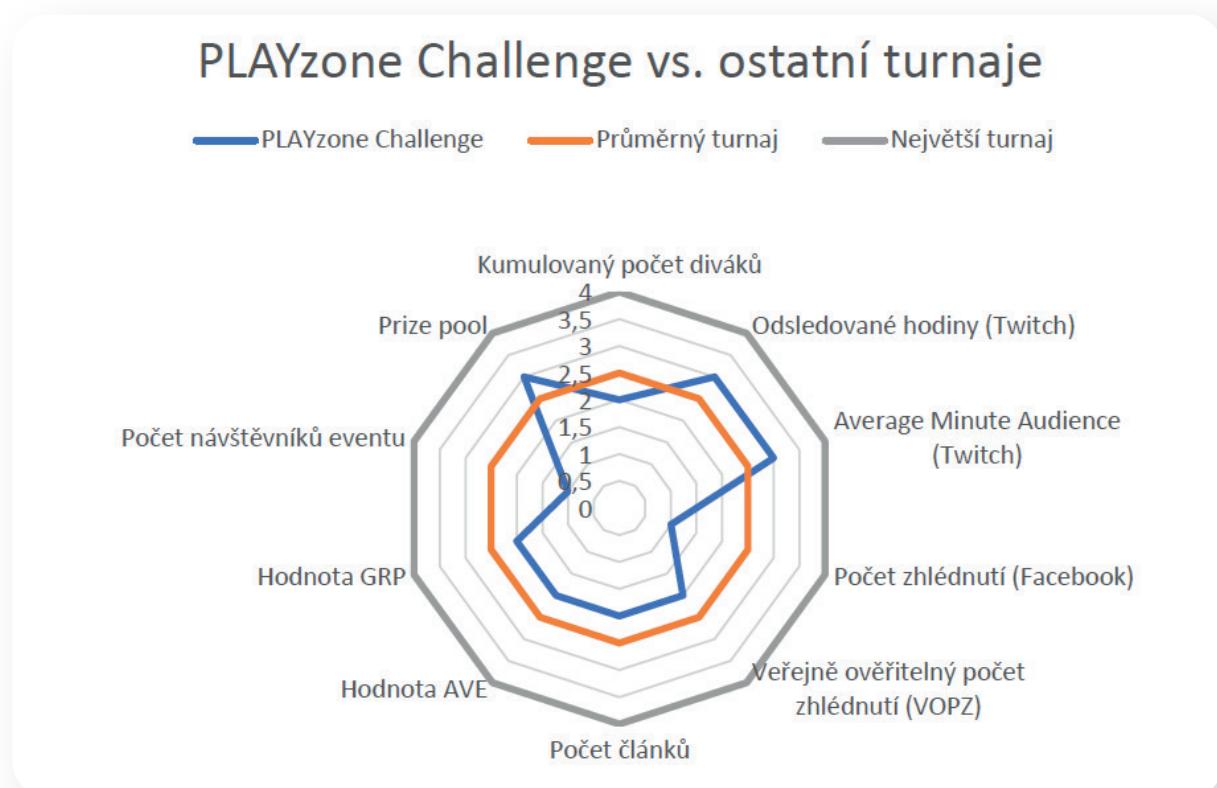
- Počet účastníků: 1133
- Prizepool: 274 100 CZK

Profil soutěže za rok 2019: Turnaj PLAYzone Challenge se ve většině měřených metrik pohyboval mírně nad průměrem. V žádné statistice v konkurenci ostatních soutěží nedominoval. Ze všech sledovaných soutěží měl nejmenší měřený rozptyl konání, a to tři dny, po které se offline akce konala.

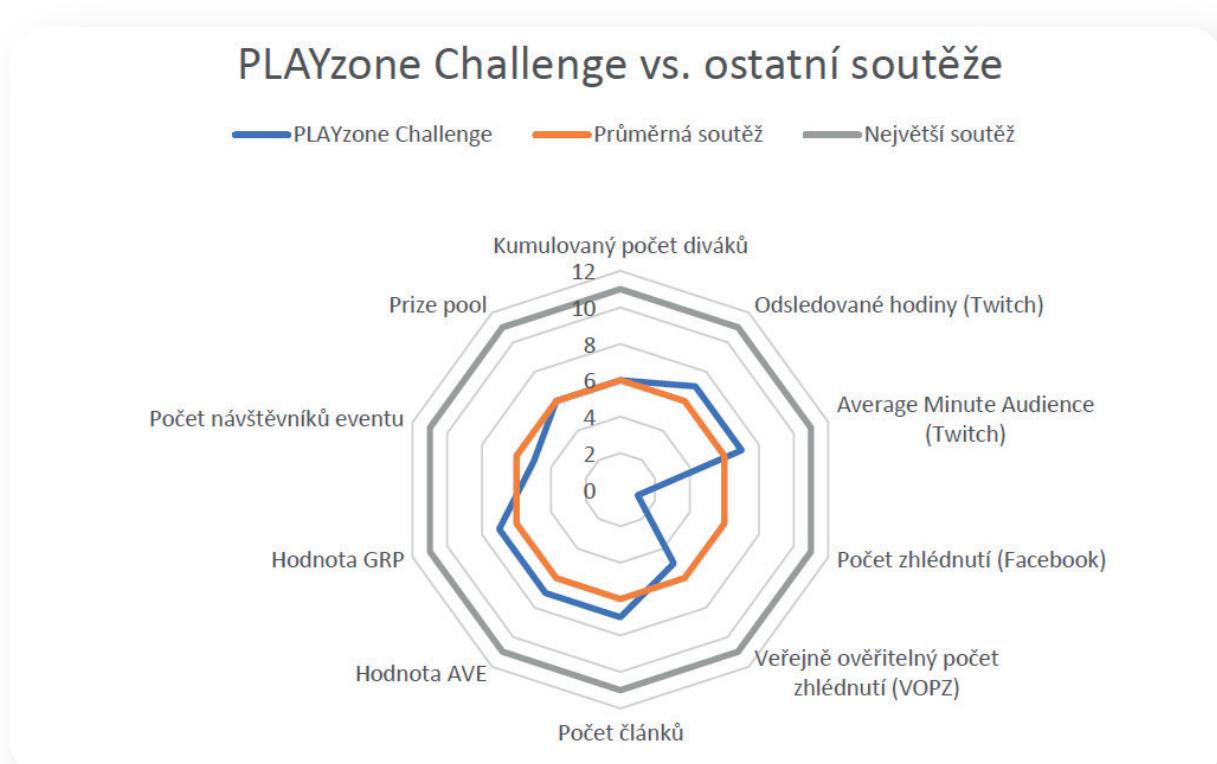




Graf 15: PLAYzone Challenge vs. ostatní turnaje



Graf 16: PLAYzone Challenge vs. ostatní soutěže





4.2. Samsung Mistrovství ČR v mobilních hrách

Popis soutěže: Mobilní hry nabírají ve světě i u nás stále větší popularitu, na mobil cílí i nejznámější světové studia a lze bezpečně říct, že jde, co se hraní týče, o plnohodnotného konkurenta počítačů či konzolí. Raketově rostou i počty hráčů, jen téměř nejlepším se ale dostane skutečná sláva a je radost sledovat, že se na této cestě nebojí ani profesionální týmy ve velkém angažovat i plně mobilní sekce. Vrcholem sezony na domácí scéně je Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách, které se v roce 2019 uskutečnilo již počtvrté. Organizátorem soutěže je agentura PLAYzone.

Termín konání (včetně kvalifikačních turnajů): 25. 2. až 10. 11. 2019

Webová stránka: www.mcrmobil.cz

Statistiky Samsung Mistrovství ČR v mobilních hrách za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 196 900
- Počet streamů na platformě Twitch: 30
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 6 563
- Odsledované hodiny (Twitch): 42 552
- Average Minute Audience (Twitch): 308
- Počet zhlédnutí (Facebook): 383
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 197 283

Mediální dosah

- Počet článků: 251
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 4 870 000 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 189,76

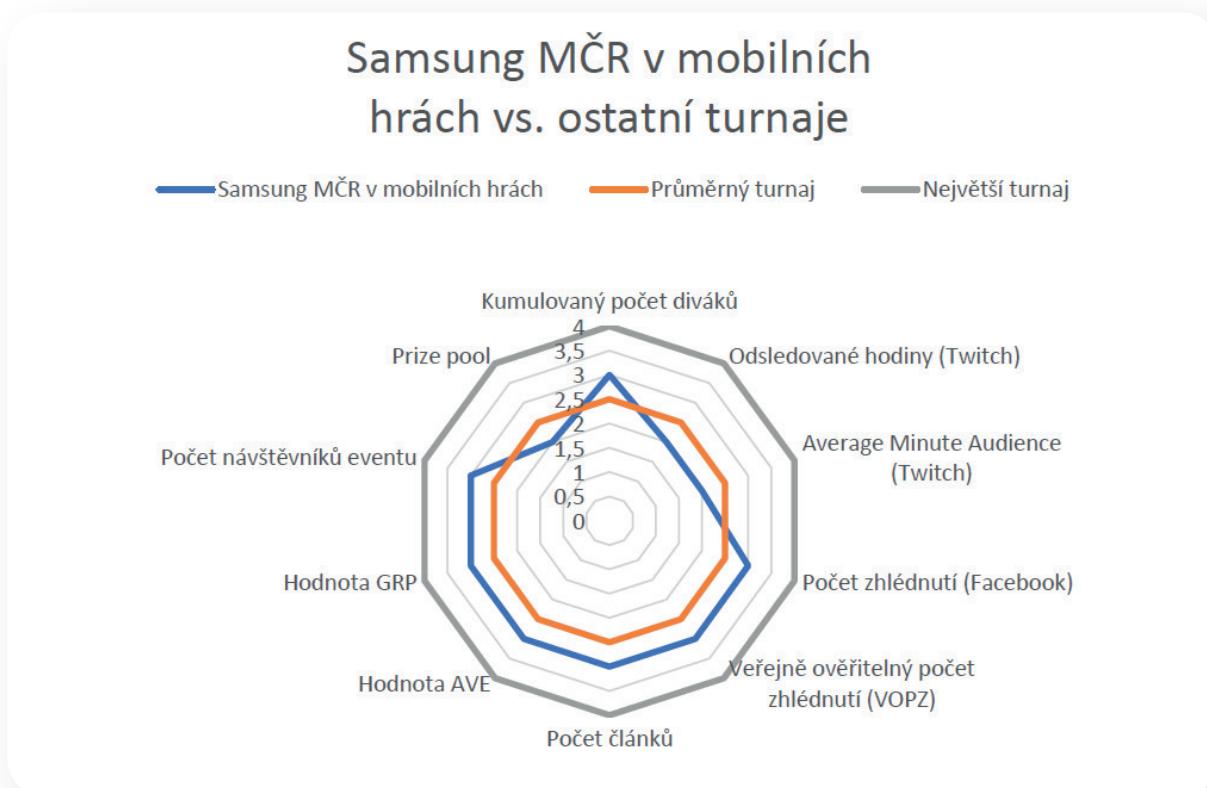
Ostatní

- Počet návštěvníků eventu: 52 000 (festival Life!)
- Prizepool: 216 320 CZK

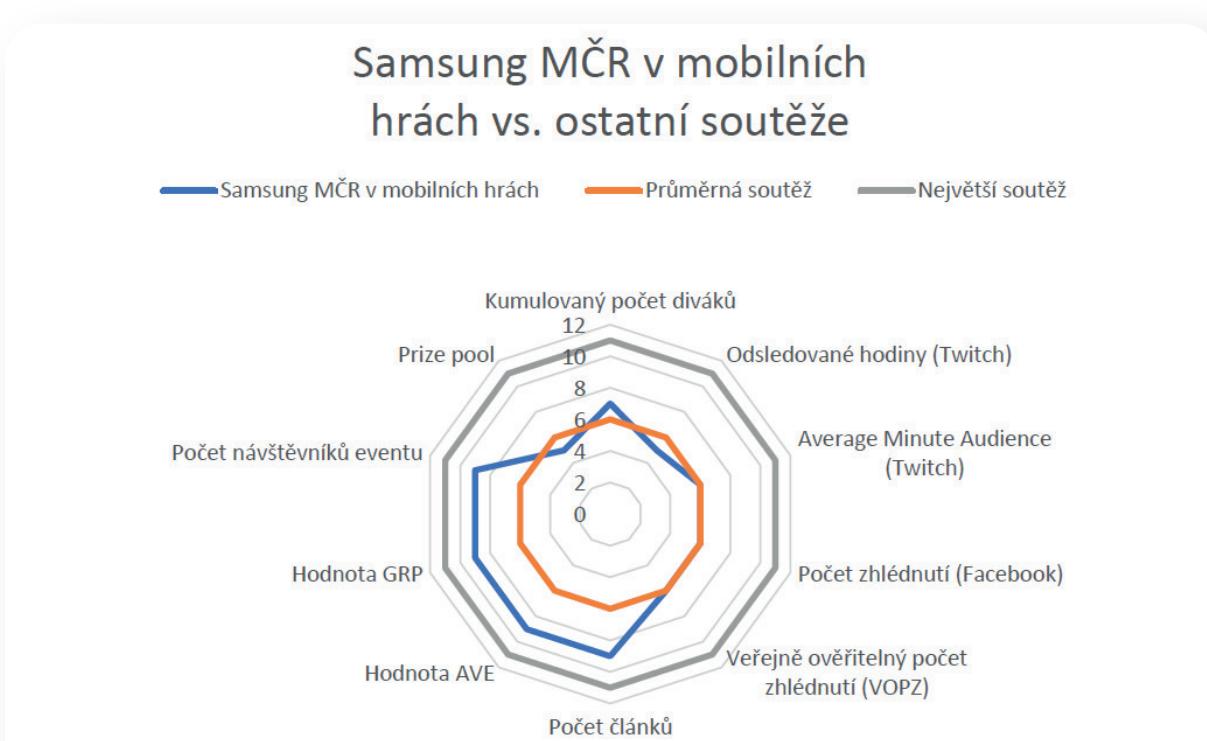
Profil soutěže za rok 2019: Samsung Mistrovství České republiky v mobilních hrách je jedinou soutěží specializující se na tuto kategorii esportu. Silnou stránkou turnaje je především jeho mediální pokrytí. U ostatních metrik se pohybuje kolem soutěžního průměru.



Graf 17: Samsung MČR v mobilních hrách vs. ostatní turnaje



Graf 18: Samsung MČR v mobilních hrách vs. ostatní soutěže





4.3. Tiger Masters

Jedním z vrcholů domácí esportové sezóny je také veletrh For Games, kde se odehrává řada zajímavých turnajů. Mezi nimi v roce 2019 nechybělo ani vyvrcholení páté sezóny Tiger Masters od organizátora TopGaming.

Termín konání (včetně kvalifikačních turnajů): 25. 5. až 18. 10. 2019

Webová stránka: www.topgaming.eu

Statistiky Tiger Masters za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 59 971
- Počet streamů na platformě Twitch: 14
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 4 283
- Odsledované hodiny (Twitch): 8 924
- Average Minute Audience (Twitch): 135
- Počet zhlédnutí (Facebook): 0
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 59 971

Mediální dosah

- Počet článků: 251
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 929 730 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 2,15

Ostatní

- Počet návštěvníků eventu: 58 841 (FOR GAMES)
- Prizepool: 147 500 CZK

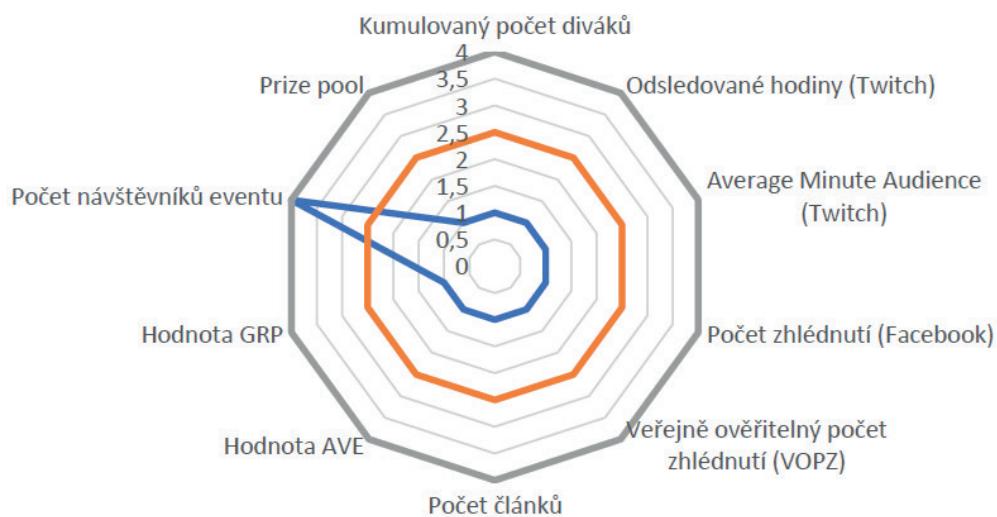
Profil soutěže za rok 2019: Tiger Masters převyšuje ostatní soutěže především v místě svého konání, neboť veletrh FOR GAMES zaznamenal nejvyšší návštěvnost ze všech eventů, kde se konaly esportové turnaje. V ostatních metrikách ale patří Tiger Masters mezi nejmenší monitorované soutěže.



Graf 19: Tiger Masters vs. ostatní turnaje

Tiger Masters vs. ostatní turnaje

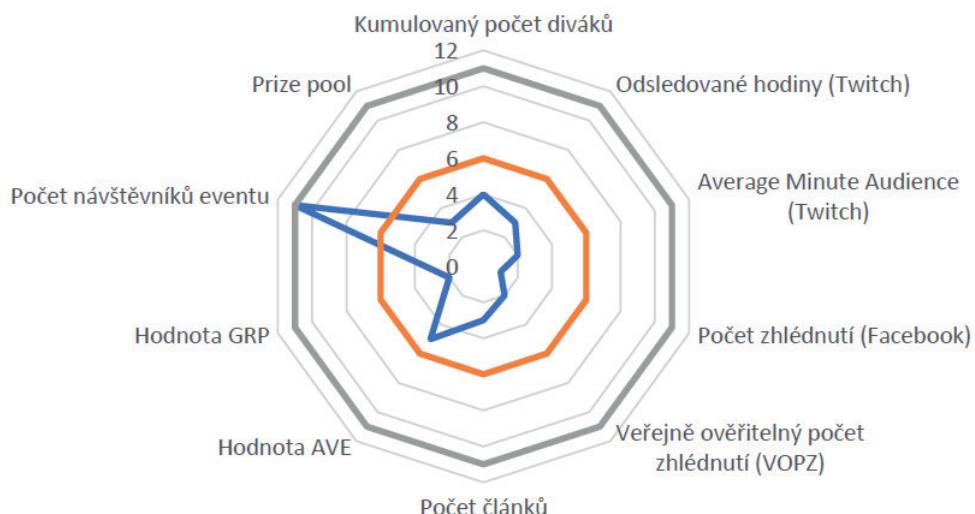
— Tiger Masters — Průměrný turnaj — Největší turnaj



Graf 20: Tiger Masters vs. ostatní soutěže

Tiger Masters vs. ostatní soutěže

— Tiger Masters — Průměrná soutěž — Největší soutěž





4.4. Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách

Vodafone Mistrovství České republiky v počítačových hrách je každoročně největší událostí tuzemské herní scény a zároveň pomyslným vyvrcholením celoroční sezóny. V průběhu roku se do kvalifikačních turnajů pro MČR, které se pořádají online na portále www.PLAYzone.cz a další LAN akce zařazené do MČR klasifikace, může zapojit kdokoliv. Organizátorem soutěže je agentura PLAYzone.

Termín konání (včetně kvalifikačních turnajů): 28. 3. až 10. 11. 2019

Webová stránka: www.mcrpc.cz

Statistiky Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách za rok 2019:

Vysílání:

- Kumulovaný počet unikátních diváků (Twitch): 548 317
- Počet streamů na platformě Twitch: 48
- Průměrný počet unikátních diváků na jeden stream: 11 423
- Odsledované hodiny (Twitch): 129 950
- Average Minute Audience (Twitch): 531
- Počet zhlédnutí (Facebook): 23 378
- Veřejně ověřitelný počet zhlédnutí (VOPZ): 571 695

Mediální dosah

- Počet článků: 253
- Hodnota AVE (Advertising Value Equivalent): 5 270 000 CZK
- Hodnota GRP (Gross Rating Point): 230,02

Ostatní

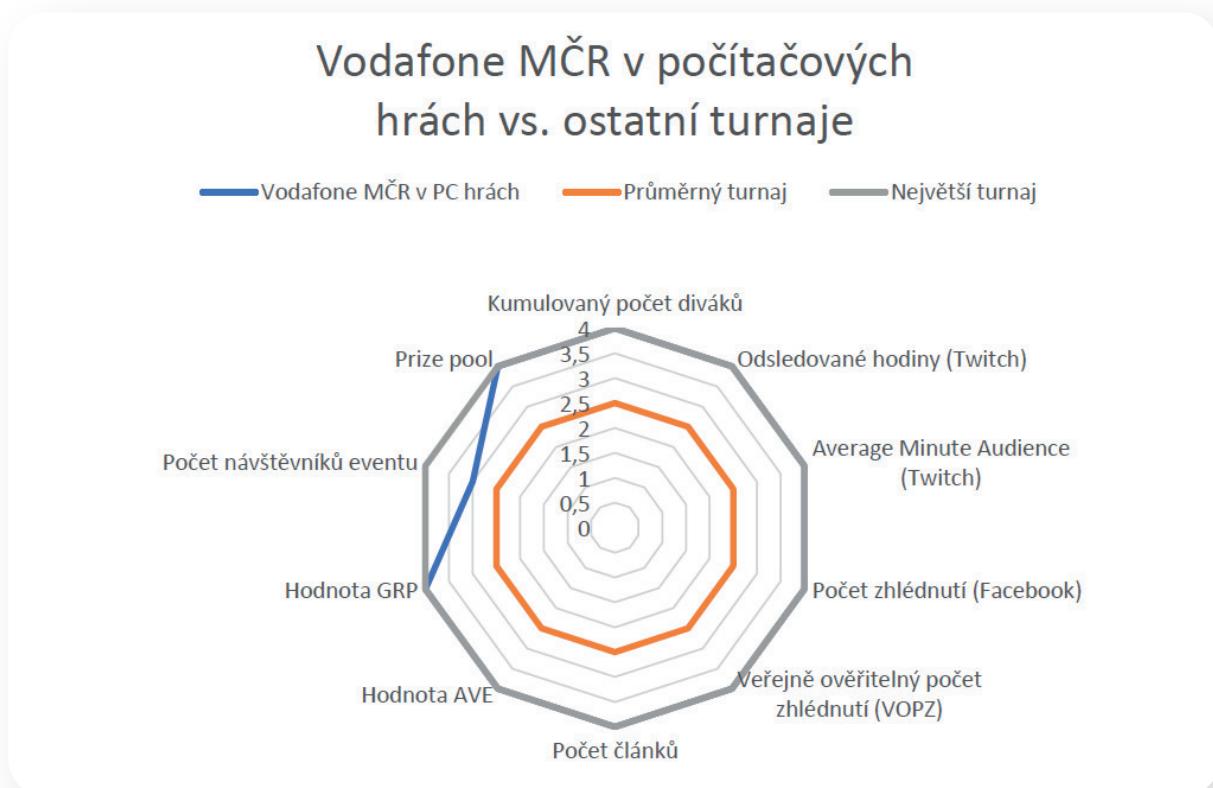
- Počet návštěvníků eventu: 52 000 (festival Life!)
- Prizepool: 415 000 CZK

Profil soutěže za rok 2019: Vodafone Mistrovství ČR v počítačových hrách patří ke špičce ve všech sledovaných metrikách. V žádné z nich nedominuje, přesto lze říci, že se jedná o nejkomplexnější soutěž v Česku za rok 2019, která kombinuje sledovanost, mediální pokrytí i návštěvnost offline eventu.

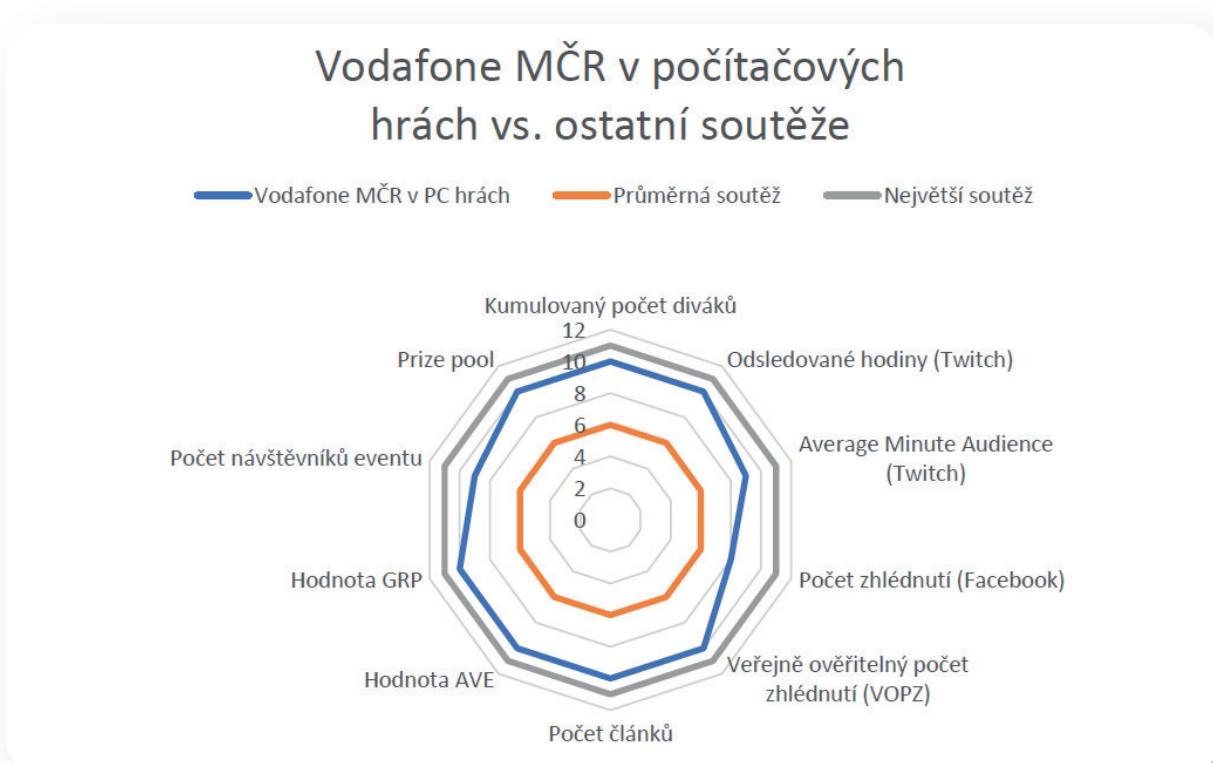




Graf 21: Vodafone MČR v počítačových hrách vs. ostatní turnaje



Graf 22: Vodafone MČR v počítačových hrách vs. ostatní soutěže





5. Srovnání všech soutěží dle Indexu velikosti

Žádná ze soutěží nedominuje ve většině sledovaných metrik. Nejsledovanější soutěží se stal Hitpoint Masters, největší mediální pokrytí měla CZC.cz iSport Liga. Největší návštěvnost z akcí, kde se konal esportový turnaj měl veletrh For Games, následován festivalem Life!. Největší soutěží je ale podle metriky Index velikosti, která odráží všechny sledované oblasti, turnaj Vodafone MČR v počítačových hrách. Ten dosáhl výsledku především díky vysokému umístění ve všech metrikách. Ostatní soutěže měly zpravidla silnější pouze na jednu zkoumanou oblast.

Tabulka 1: Pořadí soutěží podle Indexu velikosti

Pořadí	Soutěž	Index velikosti
1.	Vodafone MČR v PC hrách	2,40
2.	Fortuna COOL Liga	4,40
3.-5.	CZC.cz iSport Liga	4,90
3.-5.	Hitpoint Masters	4,90
3.-5.	Samsung MČR v mobilních hrách	4,90
6.	Alienware Game Arena	5,10
7.	PLAYzone Challenge	5,80
8.	ESL Nationals	6,40
9.	DATART e:LIGA	7,30
10.	Tiger Masters	8,00
11.	E Liga	10,40

Výsledný Index velikosti odráží jednotlivá umístění, která přibližují Tabulky 2 až 4.

Tabulka 2: Umístění soutěží podle vysílání

Soutěž	Unikátní uživatelé	Odsledované hodiny	AMA	FB zhlédnutí	VOPZ
Vodafone MČR v PC hrách	2	2	3	4	2
Fortuna COOL Liga	4	4	8	5	5
Samsung MČR v mobilních hrách	5	7	6	6	6
Hitpoint Masters	1	1	1	7	1
CZC.cz iSport Liga	9	8	2	3	8
Alienware Game Arena	3	3	4	7	4
PLAYzone Challenge	6	5	5	7	7
ESL Nationals	7	6	9	1	3
DATART e:LIGA	10	10	7	2	9
Tiger Masters	8	9	10	7	10
3E Liga	11	11	11	7	11



Tabulka 3: Umístění soutěží mediálního pokrytí

Soutěž	Počet článků	AVE	GRP
Vodafone MČR v PC hrách	2	2	2
Fortuna COOL Liga	1	4	4
Samsung MČR v mobilních hrách	3	3	3
Hitpoint Masters	7	8	7
CZC.cz iSport Liga	4	1	1
Alienware Game Arena	10	10	8
PLAYzone Challenge	5	5	5
ESL Nationals	8	9	9
DATART e:LIGA	6	6	6
Tiger Masters	9	7	10
3E Liga	11	11	11

Tabulka 4: Umístění soutěží v ostatních sledovaných metrikách

Soutěž	Velikost eventu	Prize pool
Vodafone MČR v PC hrách	3	2
Fortuna COOL Liga	5	4
Samsung MČR v mobilních hrách	3	7
Hitpoint Masters	6	10
CZC.cz iSport Liga	8	5
Alienware Game Arena	1	1
PLAYzone Challenge	7	6
ESL Nationals	9	3
DATART e:LIGA	9	8
Tiger Masters	1	9
3E Liga	9	11

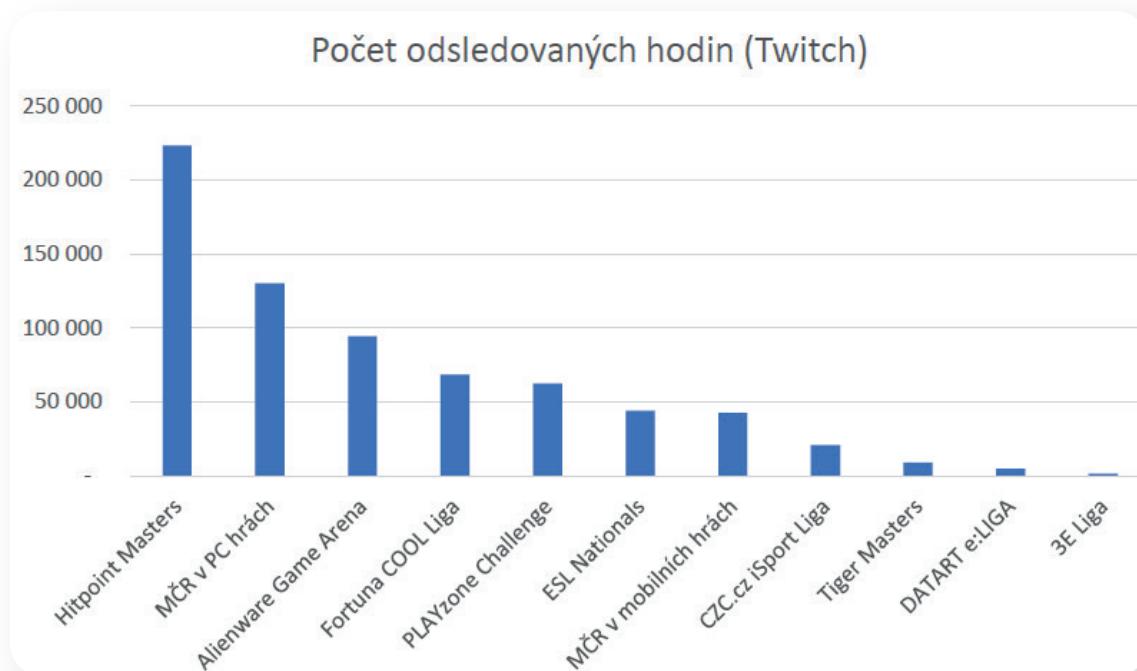


Příloha 1: Porovnání jednotlivých soutěží

Graf 23: Porovnání soutěží dle kumulovaného počtu unikátních diváků (Twitch)

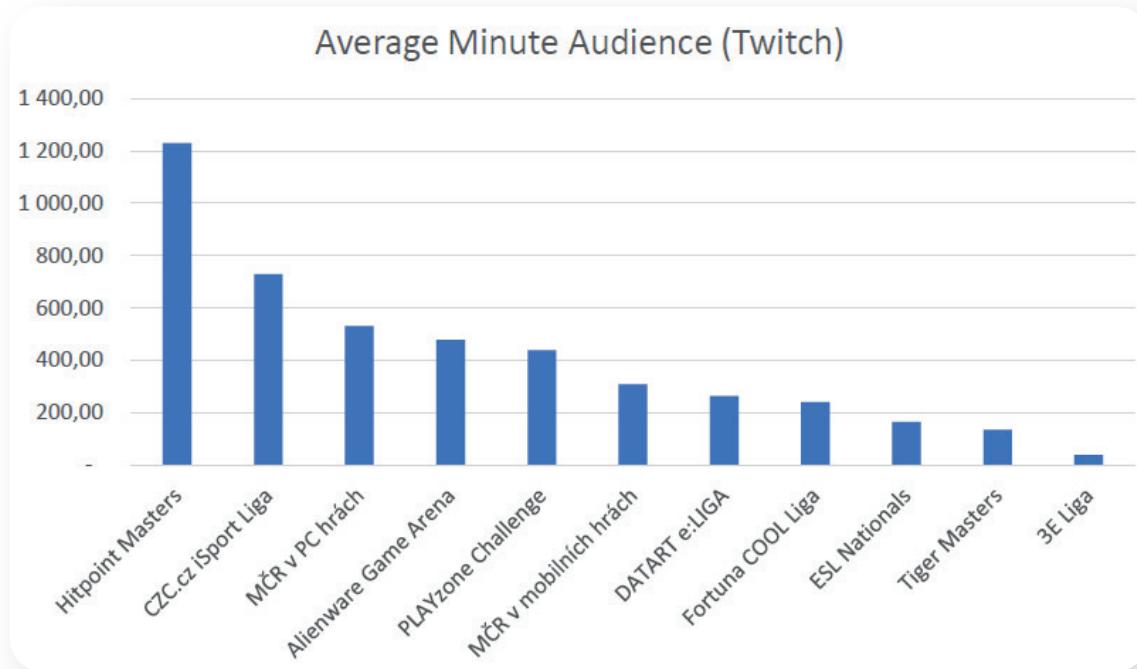


Graf 24: Porovnání soutěží dle odsledovaných hodin (Twitch)

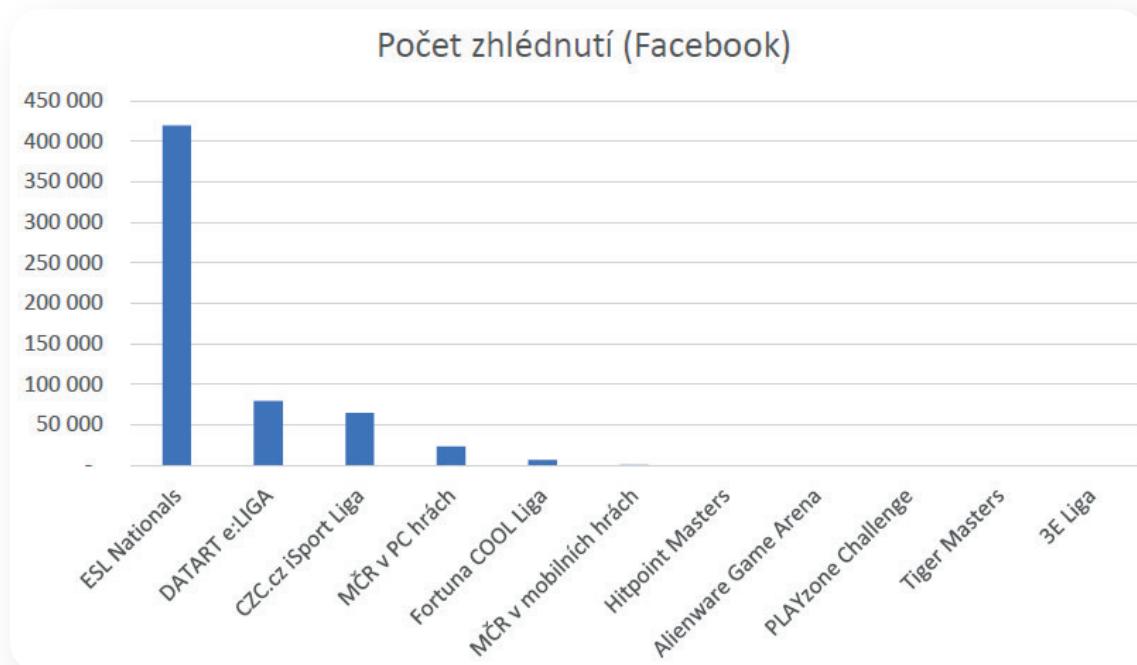




Graf 25: Porovnání soutěží dle metriky Average Minute Audience (Twitch)



Graf 26: Porovnání soutěží dle počtu zhlédnutí (Facebook)

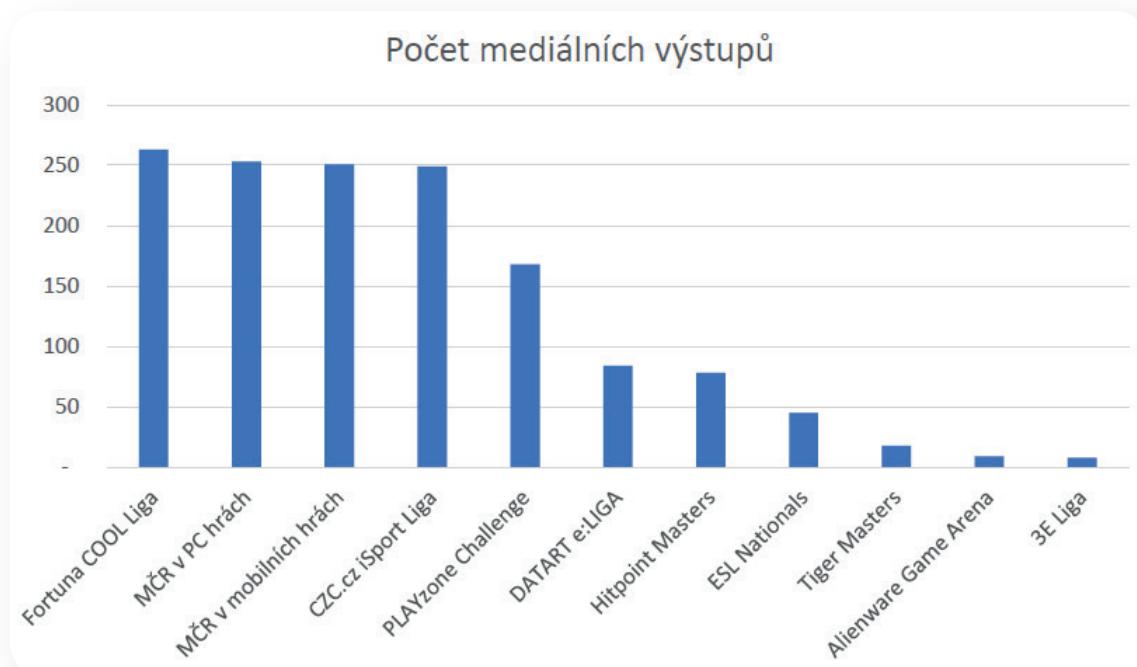




Graf 27: Porovnání soutěží dle veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí

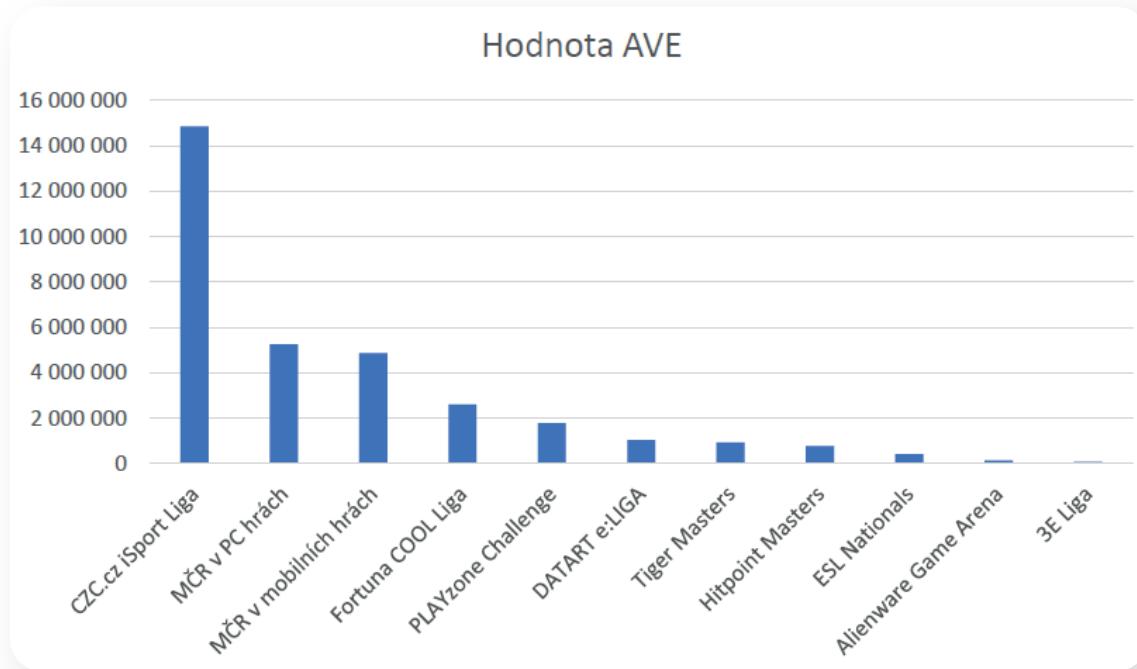


Graf 28: Porovnání soutěží dle počtu mediálních výstupů

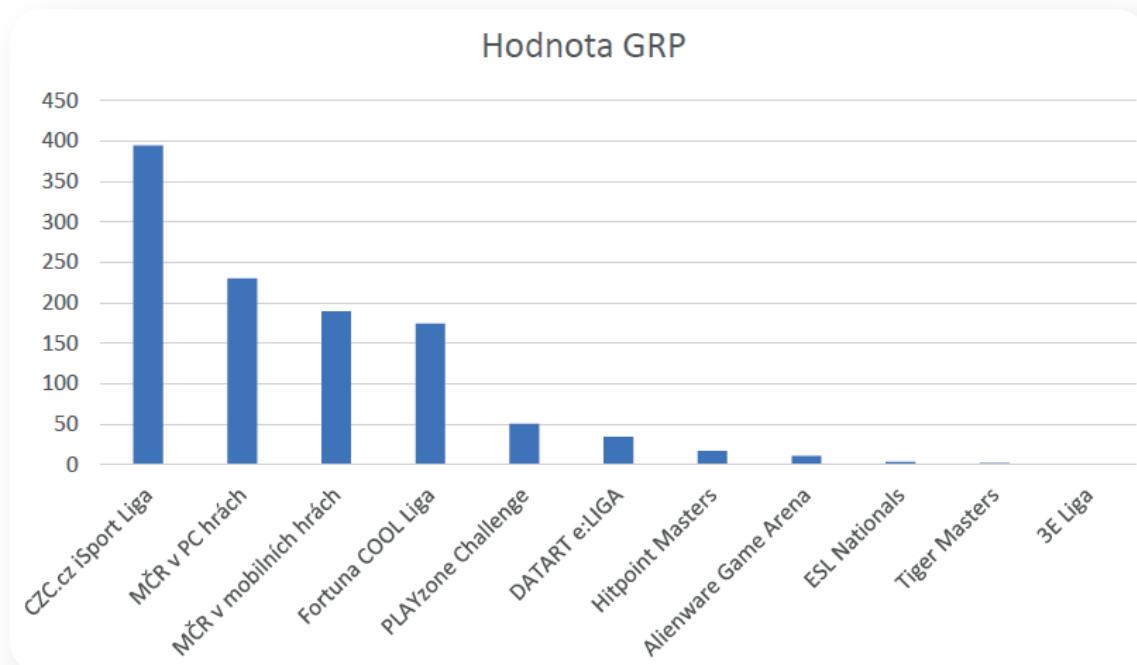




Graf 29: Porovnání soutěží dle hodnoty AVE

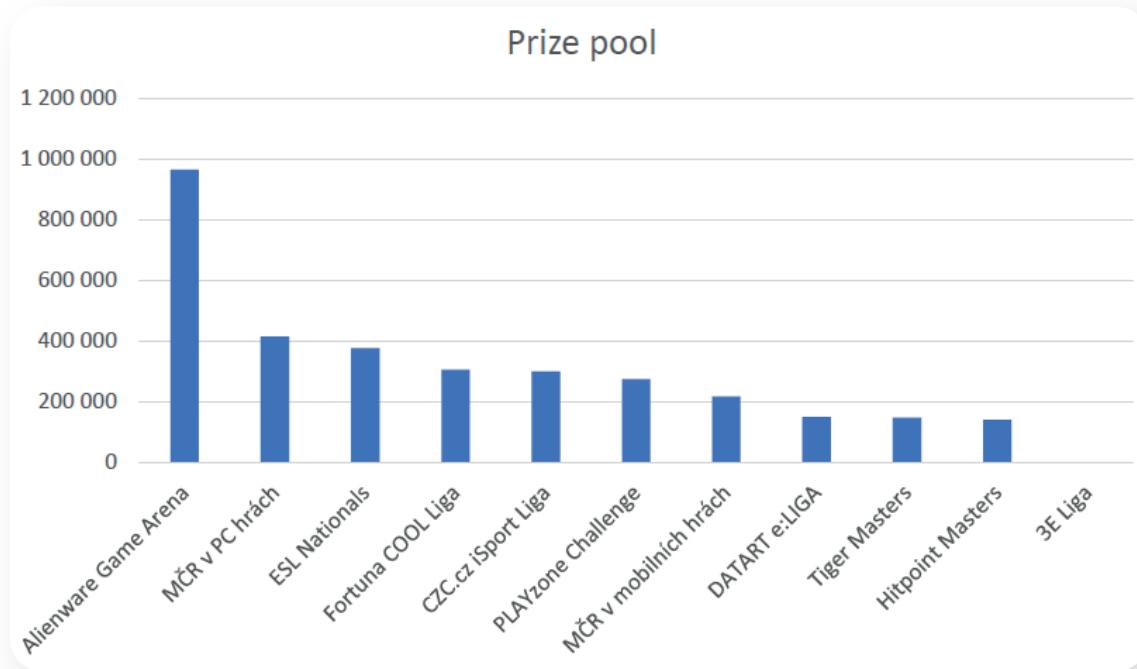


Graf 30: Porovnání soutěží dle hodnoty GRP





Graf 31: Porovnání soutěží dle hodnoty výše prize poolu



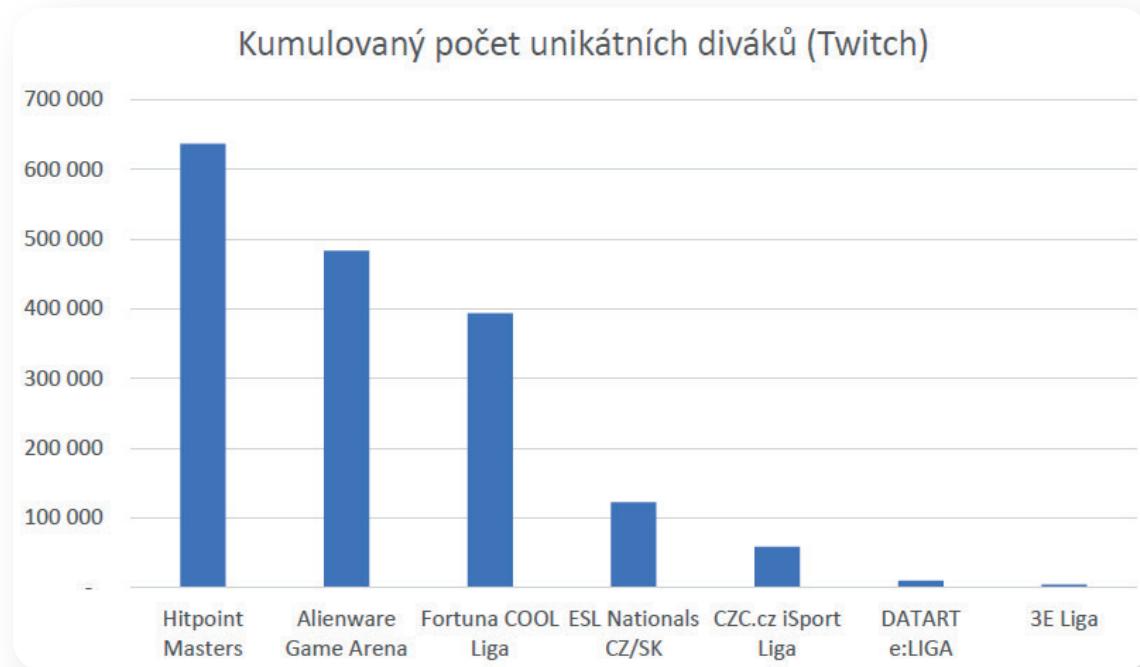
Graf 32: Porovnání soutěží dle návštěvnosti eventu



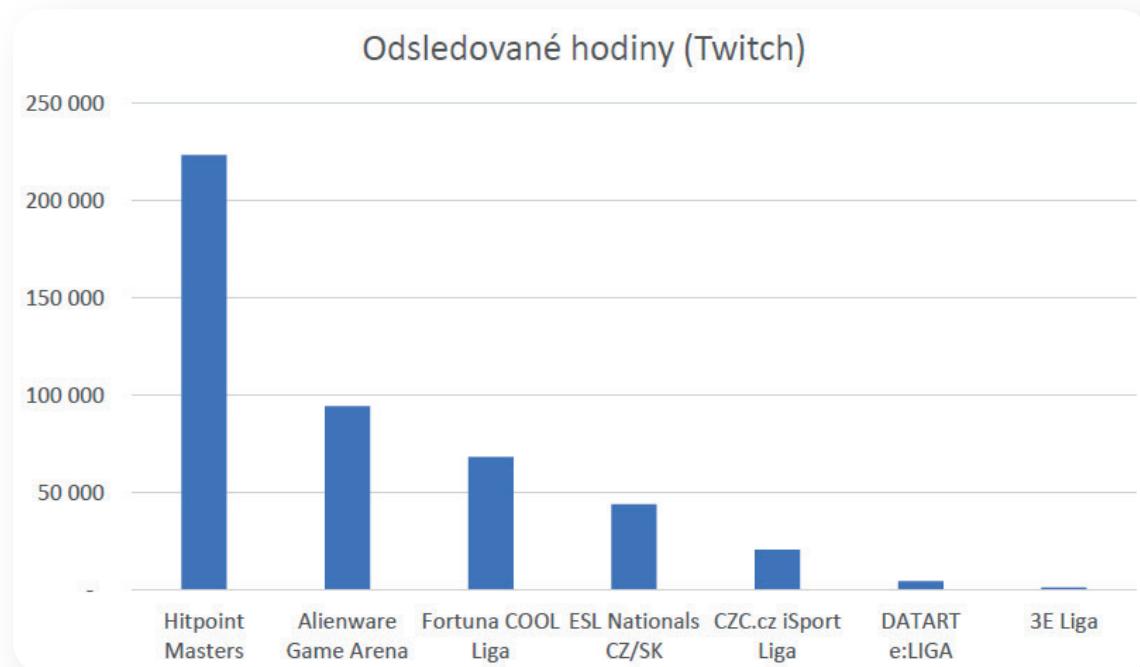


Příloha 2: Porovnání jednotlivých lig

Graf 33: Porovnání lig dle kumulovaného počtu unikátních diváků (Twitch)

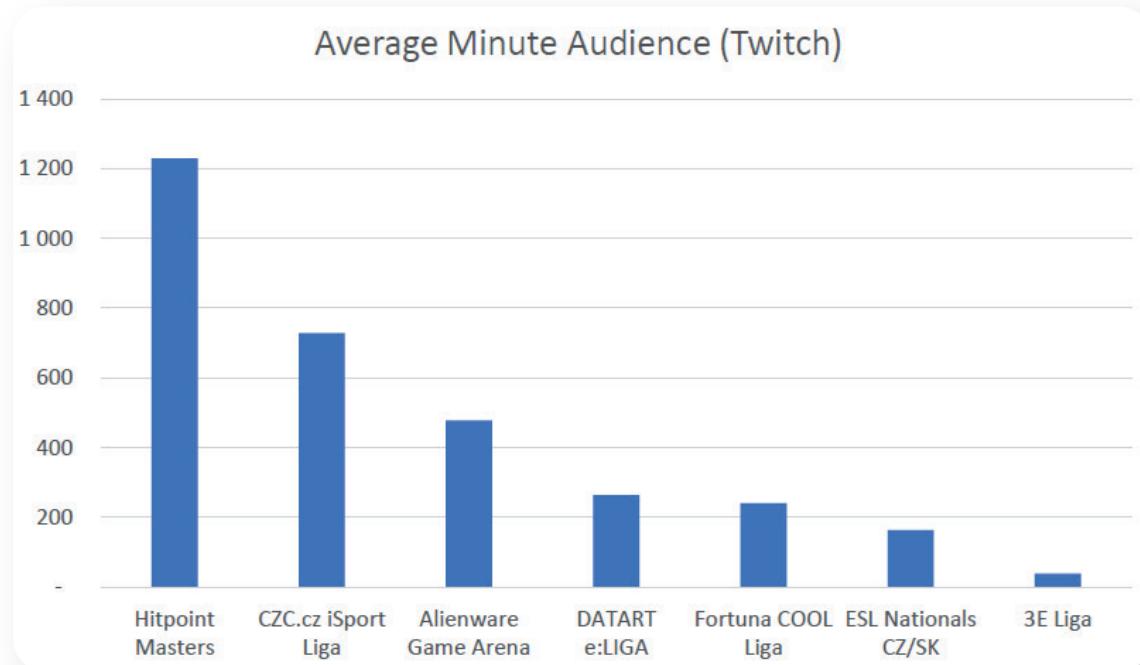


Graf 34: Porovnání lig dle odsledovaných hodin (Twitch)

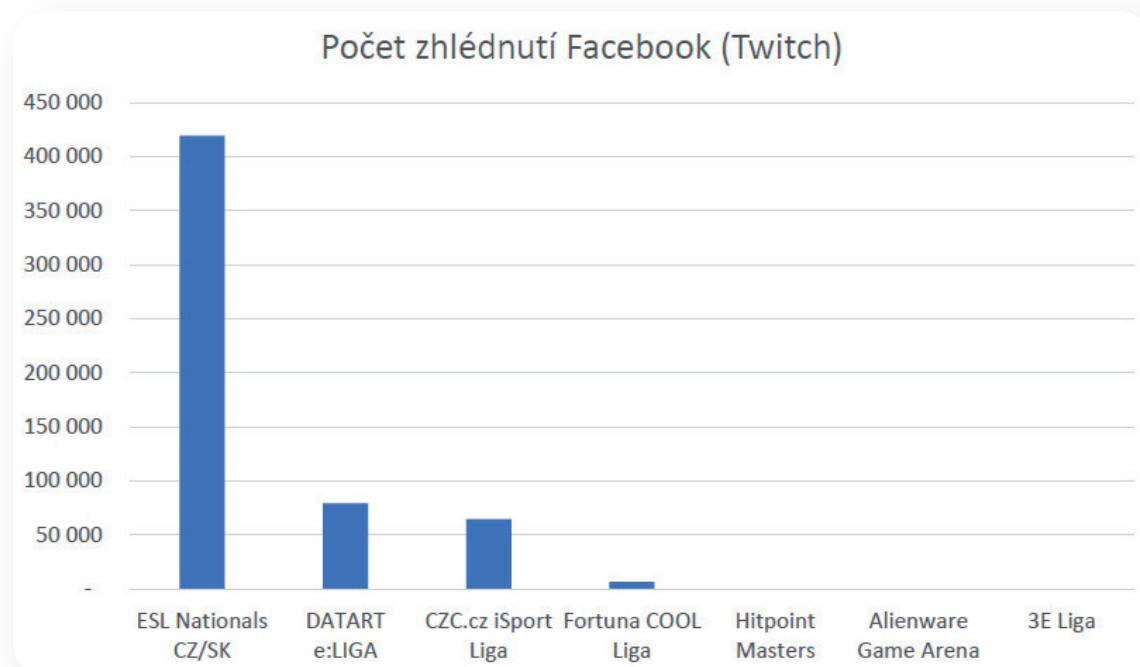




Graf 35: Porovnání lig dle metriky Average Minute Audience (Twitch)

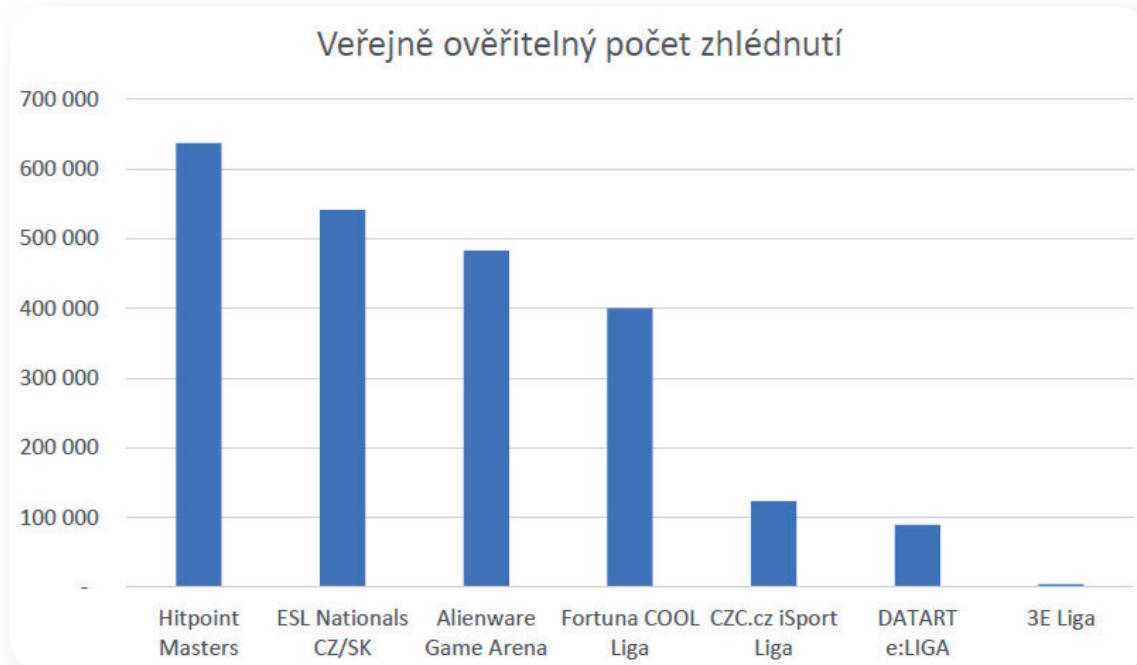


Graf 36: Porovnání lig dle počtu zhlédnutí (Facebook)

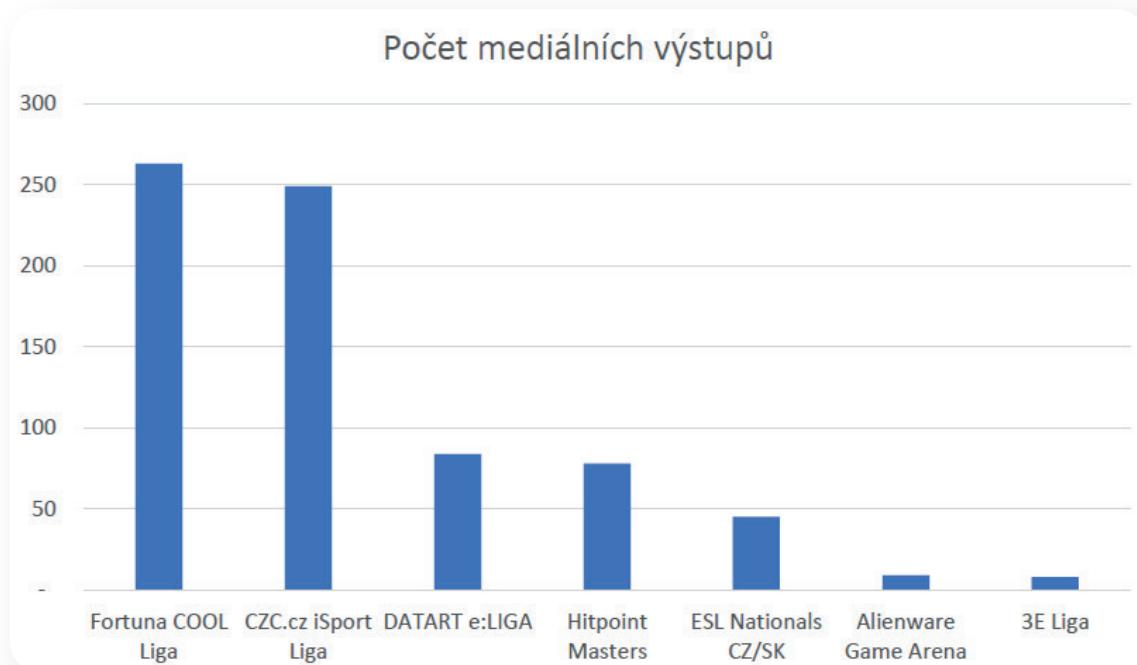




Graf 37: Porovnání lig dle veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí

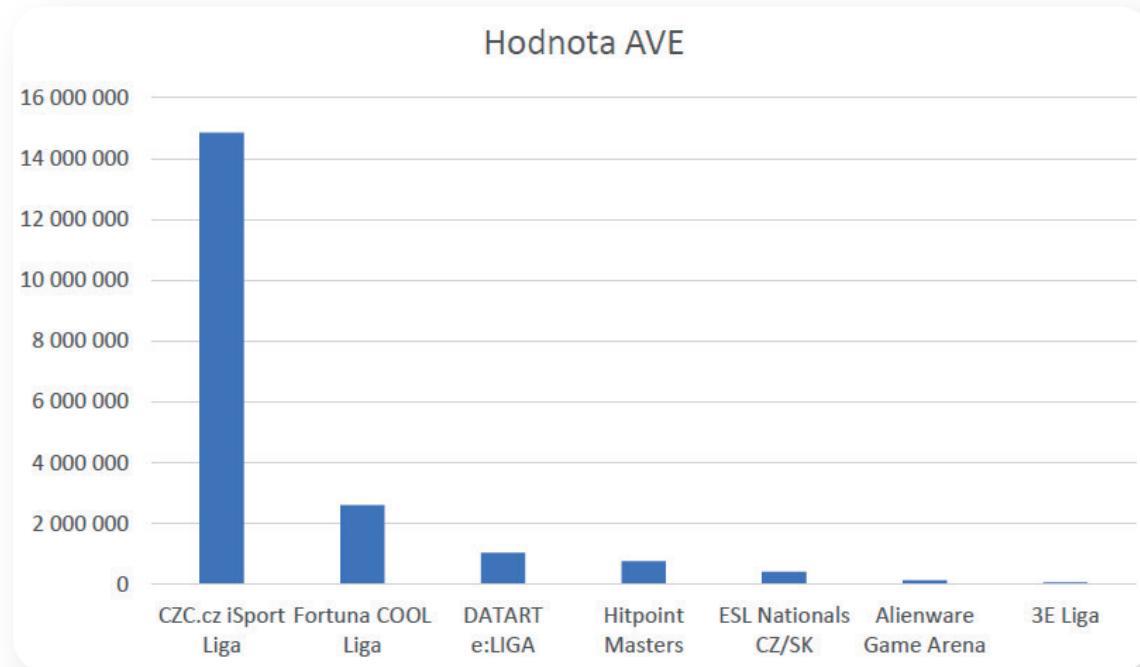


Graf 38: Porovnání lig dle počtu mediálních výstupů

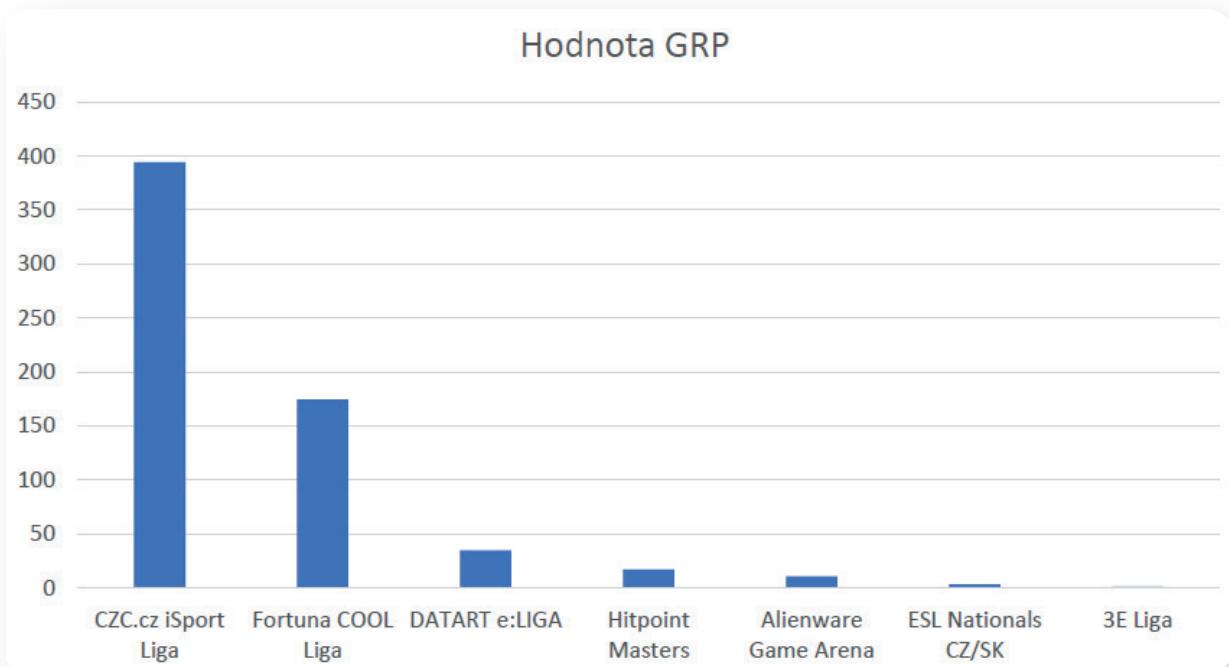




Graf 39: Porovnání lig dle hodnoty AVE

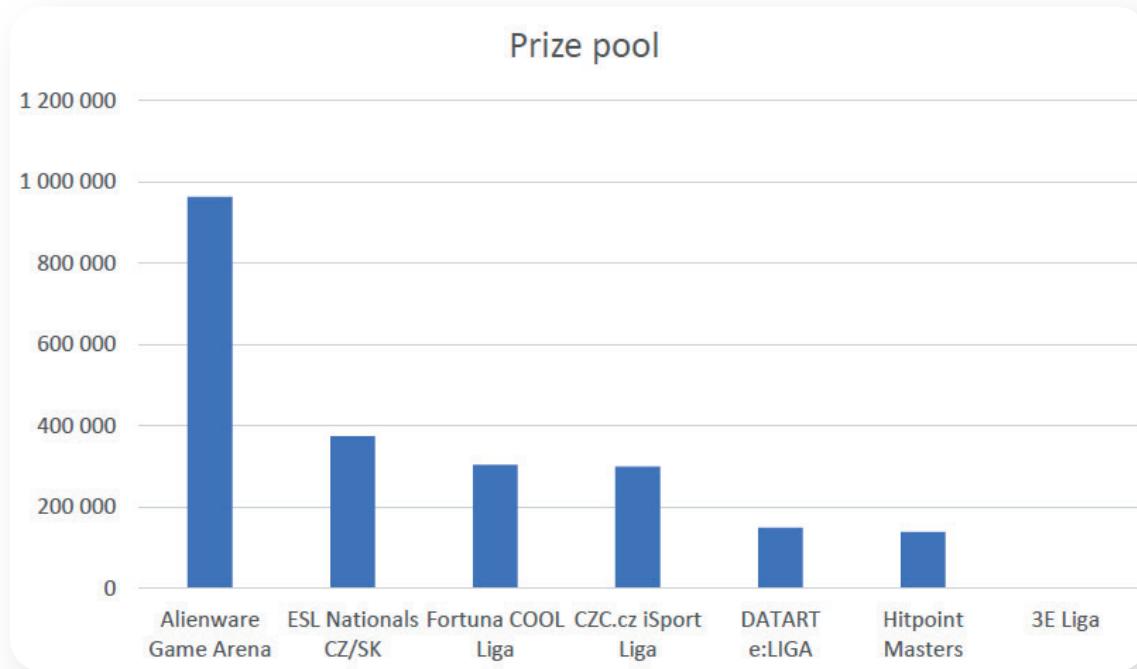


Graf 40: Porovnání lig dle hodnoty GRP

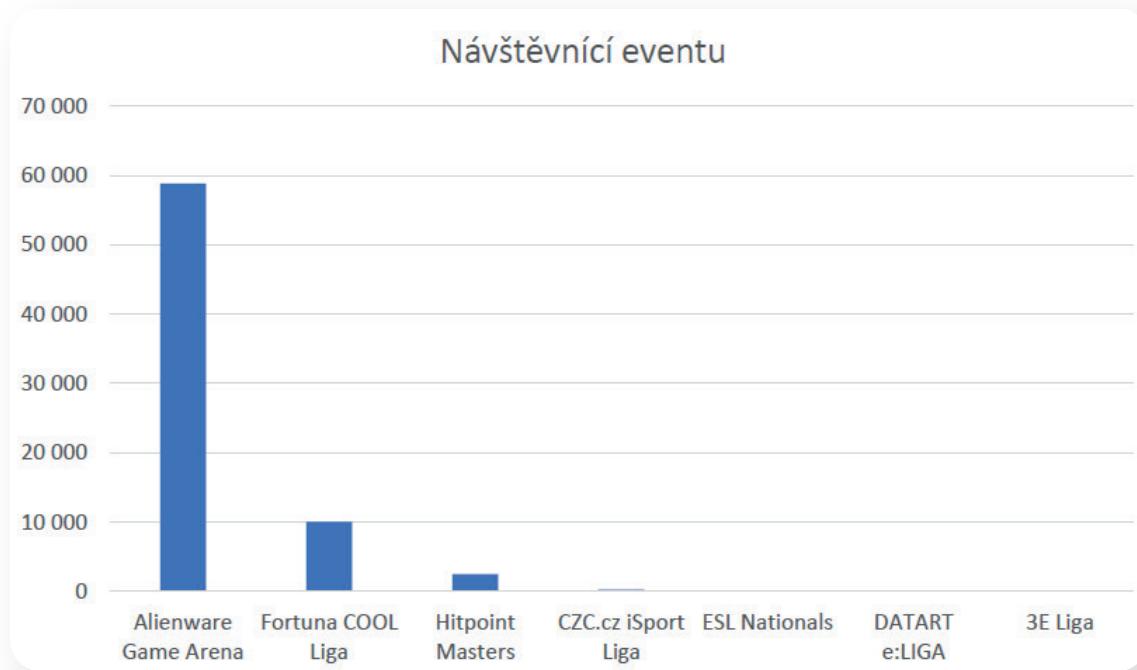




Graf 41: Porovnání lig dle hodnoty výše prize poolu



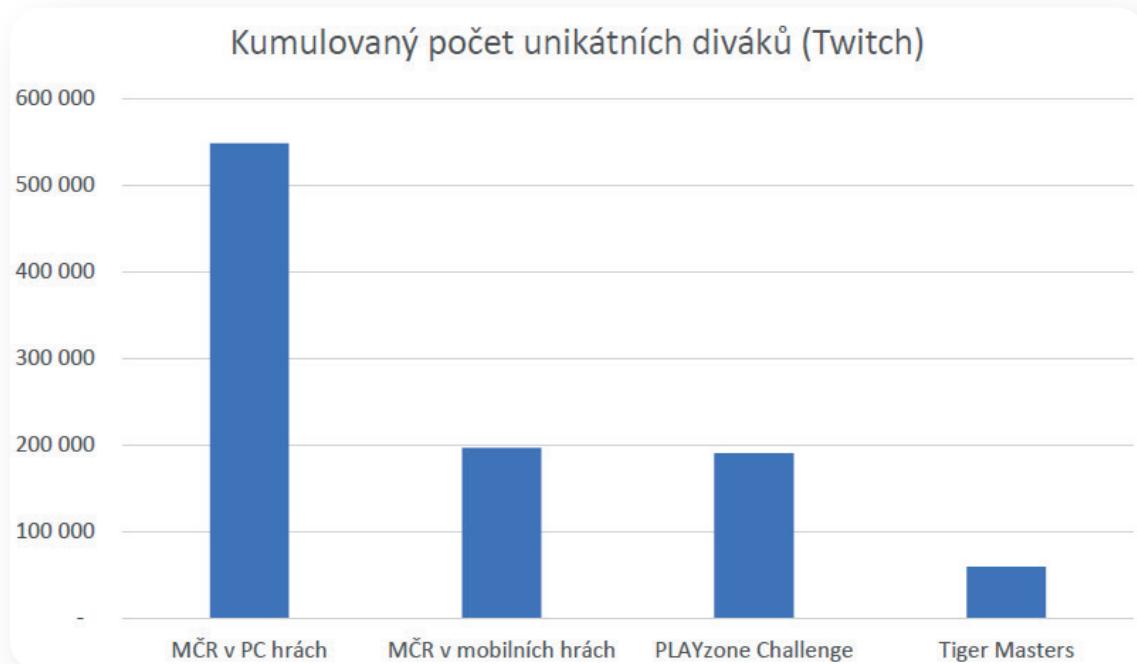
Graf 42: Porovnání lig dle návštěvnosti eventu



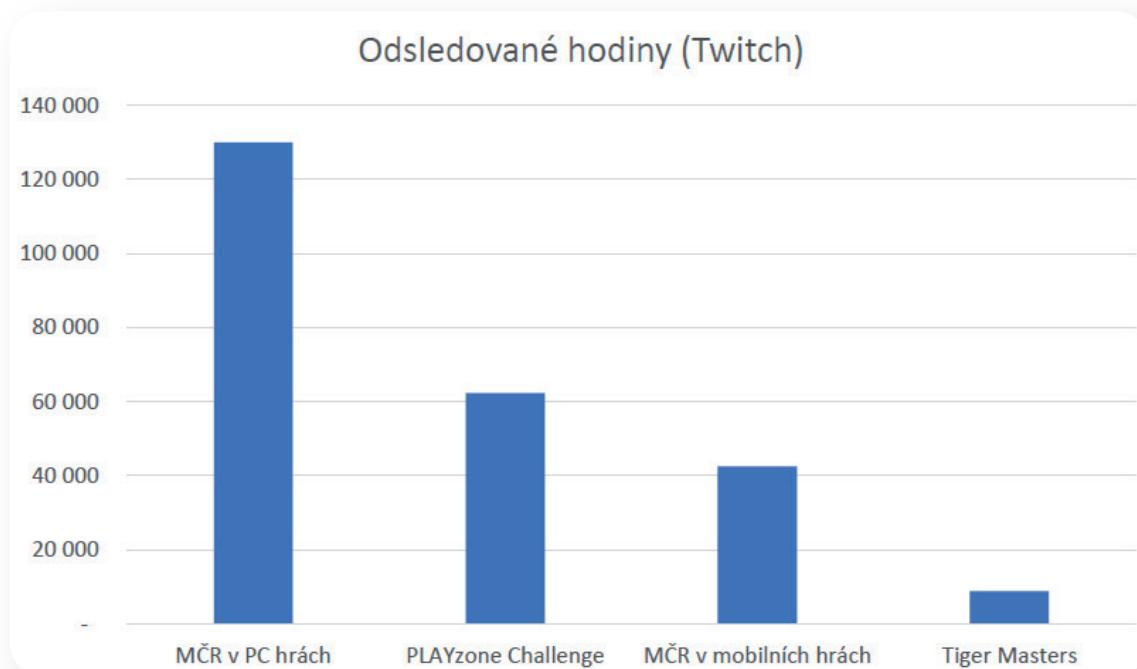


Příloha 3: Porovnání jednotlivých turnajů

Graf 43: Porovnání turnajů dle kumulovaného počtu unikátních diváků (Twitch)

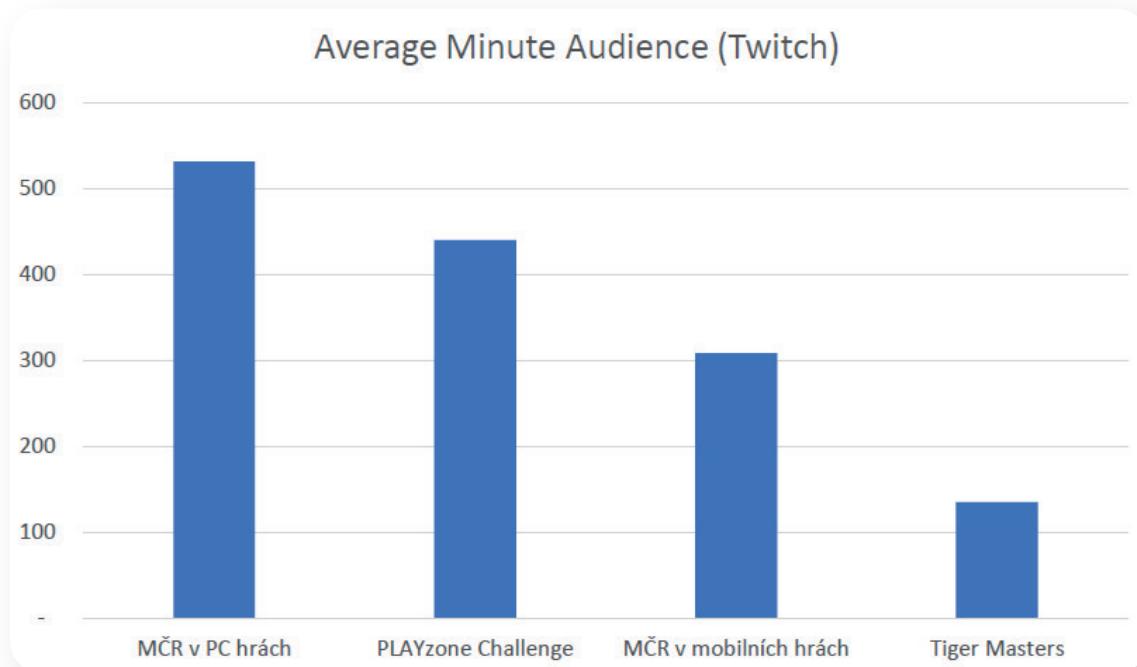


Graf 44: Porovnání turnajů dle odsledovaných hodin (Twitch)

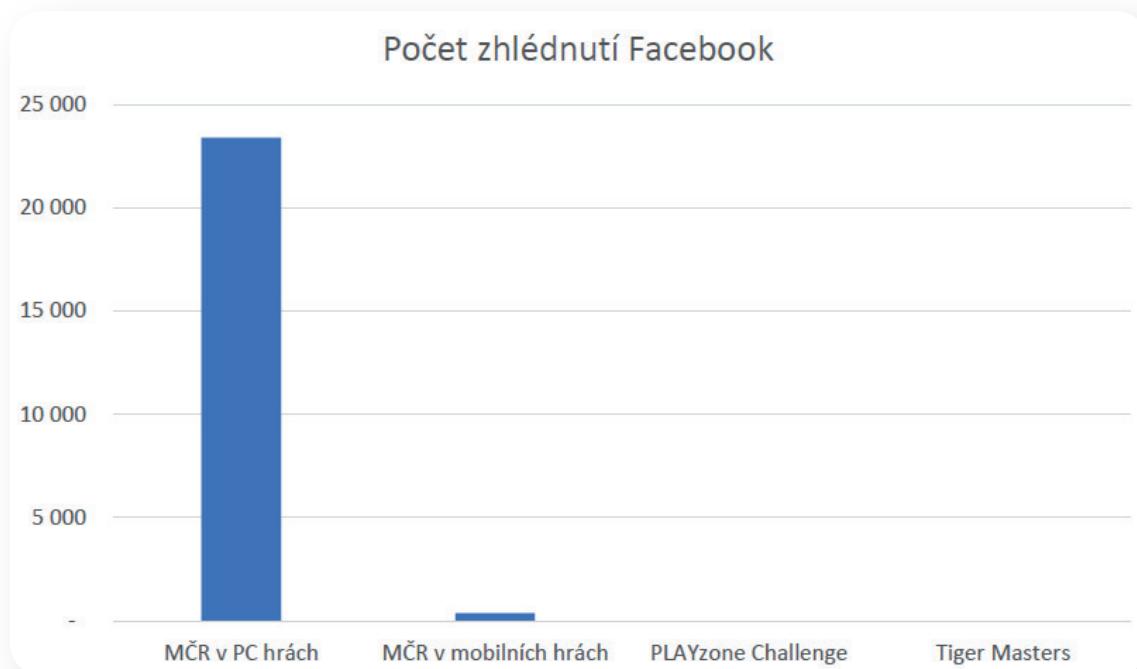




Graf 45: Porovnání turnajů dle metriky Average Minute Audience (Twitch)

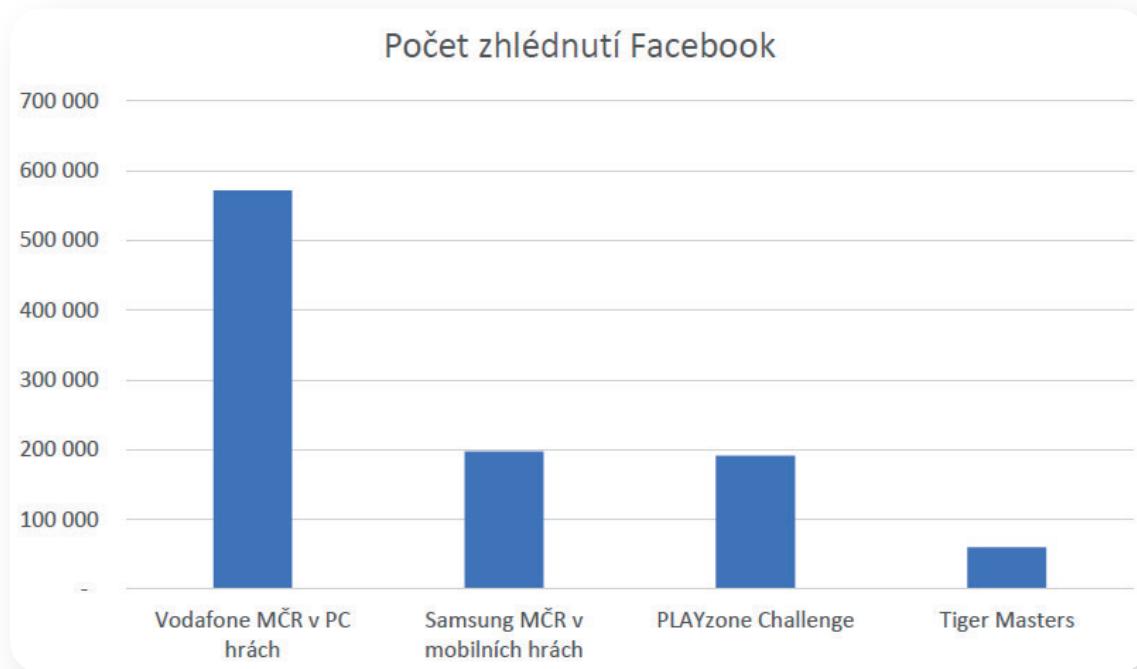


Graf 46: Porovnání turnajů dle počtu zhlédnutí (Facebook)

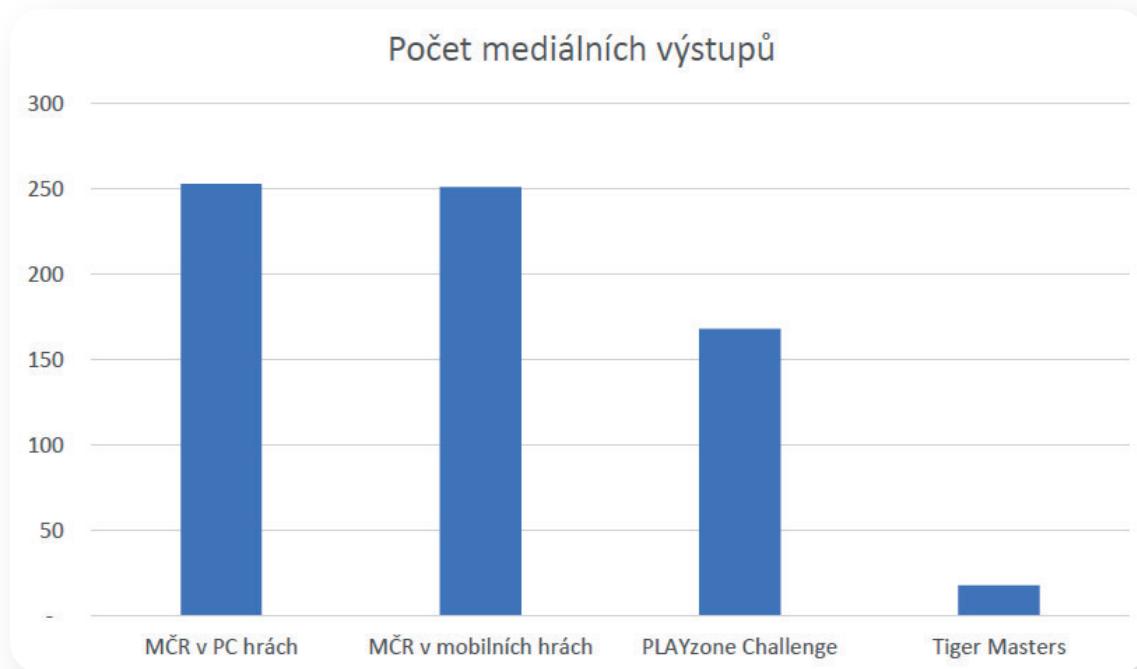




Graf 47: Porovnání turnajů dle veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí

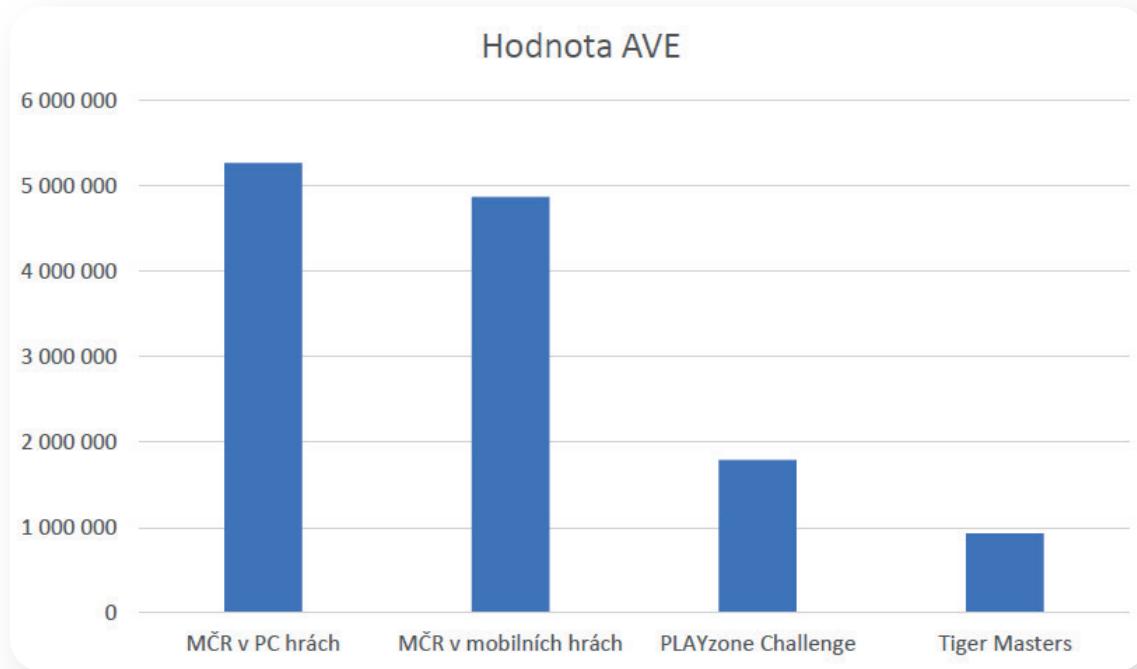


Graf 48: Porovnání turnajů dle počtu mediálních výstupů

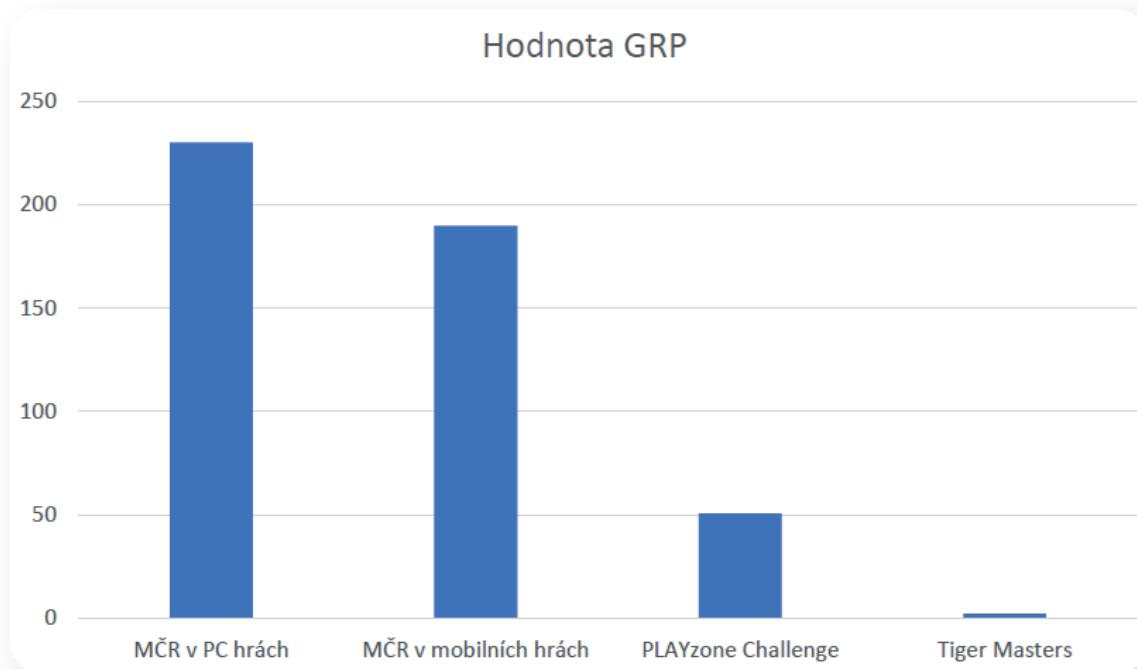




Graf 49: Porovnání turnajů dle hodnoty AVE

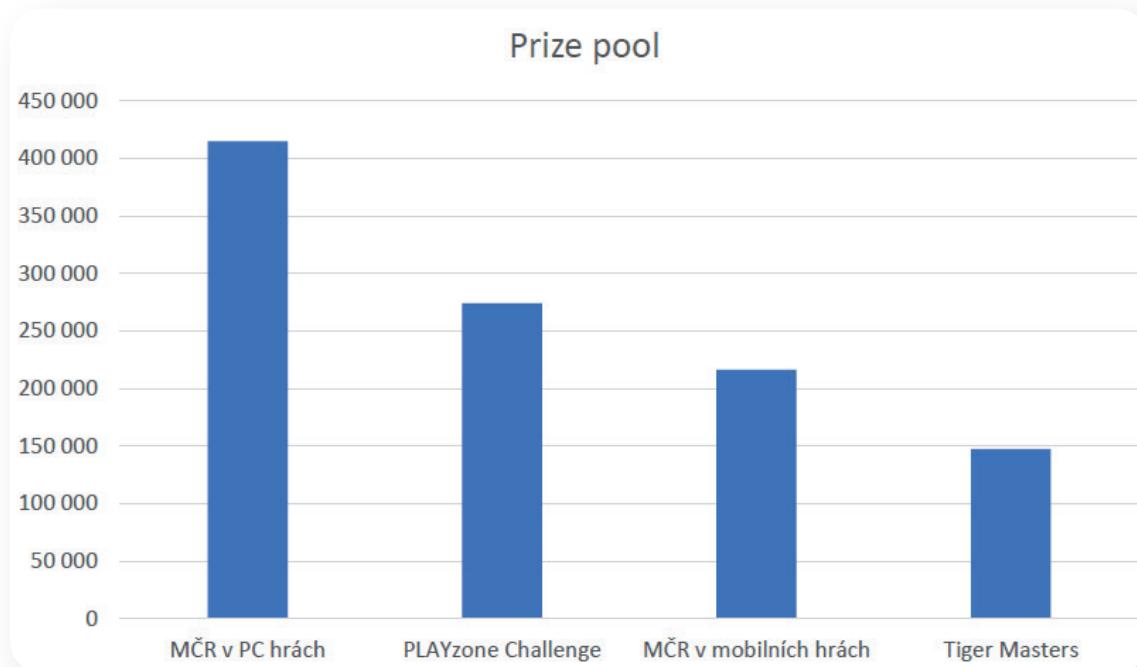


Graf 50: Porovnání turnajů dle hodnoty GRP

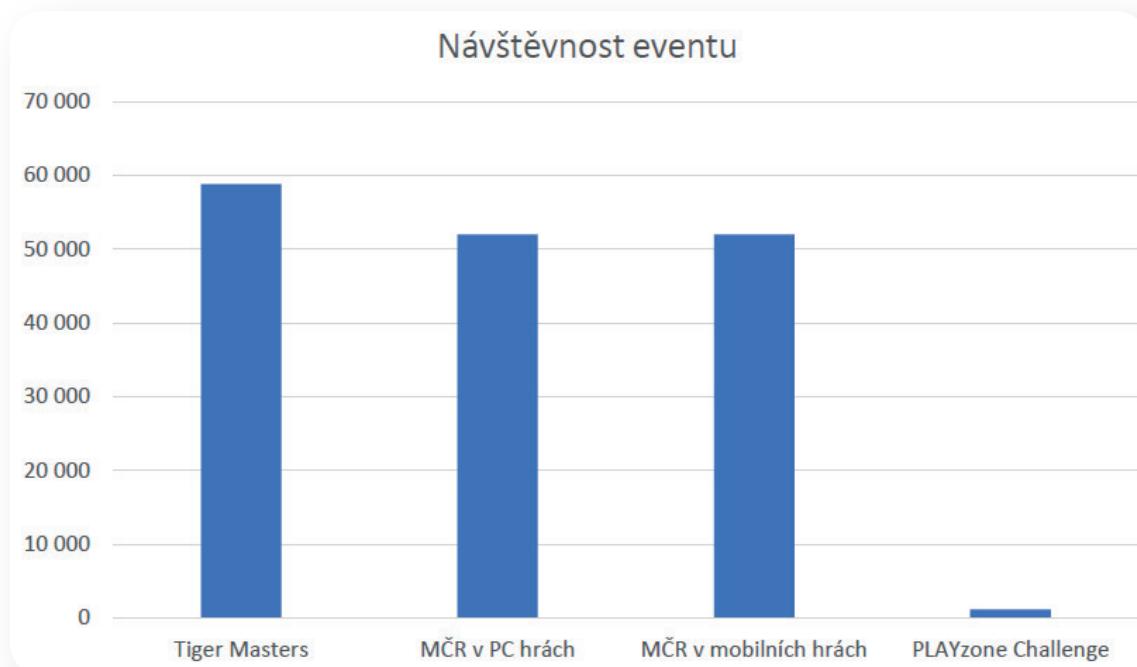




Graf 51: Porovnání turnajů dle hodnoty výše prize poolu



Graf 52: Porovnání turnajů dle návštěvnosti eventu





Seznam grafů a tabulek

Grafy

- Graf 1: 3E Liga vs. ostatní ligy
- Graf 2: 3E Liga vs. ostatní soutěže
- Graf 3: Alienware Game Arena vs. ostatní ligy
- Graf 4: Alienware Game Arena vs. ostatní soutěže
- Graf 5: CZC.cz iSport Liga vs. ostatní ligy
- Graf 6: CZC.cz iSport Liga vs. ostatní soutěže
- Graf 7: DATART e:LIGA vs. ostatní ligy
- Graf 8: DATART e:LIGA vs. ostatní soutěže
- Graf 9: ESL Nationals CZ/SK vs. ostatní ligy
- Graf 10: ESL Nationals CZ/SK vs. ostatní soutěže
- Graf 11: FORTUNA COOL Liga vs. ostatní ligy
- Graf 12: FORTUNA COOL Liga vs. ostatní soutěže
- Graf 13: Hitpoint Masters vs. ostatní ligy
- Graf 14: Hitpoint Masters vs. ostatní soutěže
- Graf 15: PLAYzone Challenge vs. ostatní turnaje
- Graf 16: PLAYzone Challenge vs. ostatní soutěže
- Graf 17: Samsung MČR v mobilních hráčích vs. ostatní turnaje
- Graf 18: Samsung MČR v mobilních hráčích vs. ostatní soutěže
- Graf 19: Tiger Masters vs. ostatní turnaje
- Graf 20: Tiger Masters vs. ostatní soutěže
- Graf 21: Vodafone MČR v počítačových hráčích vs. ostatní turnaje
- Graf 22: Vodafone MČR v počítačových hráčích vs. ostatní soutěže
- Graf 23: Porovnání soutěží dle kumulovaného počtu unikátních diváků (Twitch)
- Graf 24: Porovnání soutěží dle odsledovaných hodin (Twitch)
- Graf 25: Porovnání soutěží dle metriky Average Minute Audience (Twitch)
- Graf 26: Porovnání soutěží dle počtu zhlédnutí (Facebook)
- Graf 27: Porovnání soutěží dle veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí
- Graf 28: Porovnání soutěží dle počtu mediálních výstupů
- Graf 29: Porovnání soutěží dle hodnoty AVE
- Graf 30: Porovnání soutěží dle hodnoty GRP
- Graf 31: Porovnání soutěží dle hodnoty výše prize poolu
- Graf 32: Porovnání soutěží dle návštěvnosti eventu
- Graf 33: Porovnání lig dle kumulovaného počtu unikátních diváků (Twitch)
- Graf 34: Porovnání lig dle odsledovaných hodin (Twitch)
- Graf 35: Porovnání lig dle metriky Average Minute Audience (Twitch)
- Graf 36: Porovnání lig dle počtu zhlédnutí (Facebook)
- Graf 37: Porovnání lig dle veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí
- Graf 38: Porovnání lig dle počtu mediálních výstupů
- Graf 39: Porovnání lig dle hodnoty AVE
- Graf 40: Porovnání lig dle hodnoty GRP
- Graf 41: Porovnání lig dle hodnoty výše prize poolu



Seznam grafů a tabulek

Grafy

- Graf 42: Porovnání lig dle návštěvnosti eventu
- Graf 43: Porovnání turnajů dle kumulovaného počtu unikátních diváků (Twitch)
- Graf 44: Porovnání turnajů dle odsledovaných hodin (Twitch)
- Graf 45: Porovnání turnajů dle metriky Average Minute Audience (Twitch)
- Graf 46: Porovnání turnajů dle počtu zhlédnutí (Facebook)
- Graf 47: Porovnání turnajů dle veřejně ověřitelného počtu zhlédnutí
- Graf 48: Porovnání turnajů dle počtu mediálních výstupů
- Graf 49: Porovnání turnajů dle hodnoty AVE
- Graf 50: Porovnání turnajů dle hodnoty GRP
- Graf 51: Porovnání turnajů dle hodnoty výše prize poolu
- Graf 52: Porovnání turnajů dle návštěvnosti eventu

Tabulky

- Tabulka 1: Pořadí soutěží podle Indexu velikosti
- Tabulka 2: Umístění soutěží podle vysílání
- Tabulka 3: Umístění soutěží mediálního pokrytí
- Tabulka 4: Umístění soutěží v ostatních sledovaných metrikách