

Kódovací kniha & kódovací instrukce

Tvorba kódovací knihy vycházela z konceptuálního rozboru vybraného tématu. U jednotlivých analyzovaných příspěvků byl zaznamenán jejich původ, datum publikace, formát a přítomnost externího odkazu. Následně jejich téma, přítomnost komerčního sdělení a charakter externího odkazu, pokud byl přítomen. U nalezeného komerčního sdělení byl zaznamenán jeho charakter dle navrženého klíče. Proměnné kvantitativního výzkumu tvoří:

Identifikační proměnné

1.	Původ příspěvku	1	Skupina DÝMKÁŘI
		2	Skupina Czech Hookah
		3	Skupina Czech Hookah Forum

2.	Datum publikace	1	Příspěvek publikován v lednu 2020
		2	Příspěvek publikován v únoru 2020
		3	Příspěvek publikován v březnu 2020

3.	Formát příspěvku	1	Příspěvek tvoří text
		2	Příspěvek tvoří text a obrazový materiál
		3	Příspěvek tvoří text a audiovizuální materiál

4.	Externí odkaz	1	NE
		2	ANO

Analytické proměnné

5.	Téma příspěvku	1	Výměna zkušeností
		2	Nákup/prodej dýmkařského vybavení a tabáků
		3	Sdílení kuřáckého zážitku
		4	Recenze
		5	Ostatní obsah

6.	Komerční komunikace	0	Příspěvek neobsahuje komerční sdělení
		1	Příspěvek obsahuje přímé komerční sdělení
		2	Příspěvek obsahuje nepřímé komerční sdělení

7.	Charakter externího odkazu	1	Externí odkaz přesměrovává na komerční obsah
		2	Externí odkaz přesměrovává na běžný obsah

V případě nalezení komerčního obsahu v analyzovaném příspěvku, zakóduji komunikát doplňující proměnnou.

8.	Charakter obsahu	1	Produkty
		2	Soutěže
		3	Výhody
		4	Pořádané akce

Informovaný souhlas – kvalitativní výzkum

Za účelem výzkumu diplomové práce *Specifika komunikace v komunitě vodních dýmek na sociální síti Facebook* budou uskutečněny individuální polostrukturované rozhovory. Svým souhlasem stvrzujete, že z těchto rozhovorů může autor práce pořídit audiozáznam, který nadále pro účely výzkumu zpracuje. Všechna zjištění budou anonymní. Za předpokladu, že nesouhlasíte s osobním rozhovorem či rozhovorem prostřednictvím komunikačních platforem v audiovizuální formě, označte příslušnou odpověď.

Potvrzuji, že jsem byl/a seznámen/a s průběhem výzkumu a jeho účelem. Souhlasím s poskytnutím individuálního rozhovoru v jedné z následujících forem: osobní rozhovor, rozhovor prostřednictvím komunikačních platforem v audiovizuální formě, rozhovor formou oboustranné textové komunikace (instant messaging aplikace/e-mail):

ANO / NE

Souhlasím, aby byl z osobního rozhovoru či rozhovoru prostřednictvím komunikačních platforem pořízen audiozáznam:

ANO / NE

V Praze dne

Podpis:

Struktura rozhovoru – otázky & podotázky

Členství ve virtuální komunitě

Jak členové dýmkařské komunity vnímají své působení ve virtuální komunitě na Facebooku?

1. Identifikuješ sám/sama sebe jako člena dýmkařské komunity?
2. Působíš ve virtuální komunitě dýmkařů na Facebooku?
3. Co pro tebe znamená být součástí dýmkařské komunity?
4. Rozvíjí pobyt ve skupinách tvé dovednosti v oblasti dýmkaření?
5. Jak by ses, jako člen, definoval/a s ohledem na to, co ve skupinách děláš?
6. Co tě motivuje či naopak demotivuje k aktivitě ve skupinách?
7. Jaké potřeby ti pobyt ve skupině uspokojuje?
8. Jaké problémy ve skupinách identifikuješ a jak bys je řešil/a?

Komunikace ve skupinách

Jakým způsobem členové dýmkařské komunity komunikují?

1. V jakém formátu se podle tebe nejvíce objevují příspěvky ve skupinách?
2. Jaká jsou podle tebe nejčastěji řešená témata ve skupinách?
3. Myslíš si, že se komunikace ve skupinách, po dobu tvého pobytu v nich, změnila?
4. Jaká je tvoje komunikace ve skupinách?
5. Za jakým účelem ve skupinách komunikuješ?
6. Jaké faktory ovlivňují tvoji komunikaci a proč?
7. Jsi aktivní v komunikaci? Pokud ne, proč?
8. Jaká témata tě ve skupinách zajímají a která ignoruješ?
9. Setkal/a ses někdy s dehonestací, bagatelizací či jinými negativními projevy v komunikaci ve skupinách?
10. Řekl/a bys, že je v komunikaci ve skupinách rovnoprávnost mezi členy, nebo jsou někteří účastníci komunikace umlčováni či jinak penalizováni?

Komerční komunikace

Jaký postoj zastávají členové dýmkařské komunity ke komerční komunikaci?

1. Co je podle tebe komerční komunikace?
2. Myslíš si, že dokážeš rozeznat běžný příspěvek ve skupině od toho s komerčními prvky?
3. Pozoroval/a jsi, během svého působení ve skupinách, výskyt komerčních komunikace ze strany e-shopů, značek a jiných subjektů?
4. Myslíš si, že se komerční komunikace vyskytuje aktuálně ve skupinách?
5. Jaký je tvůj vztah k reklamě na sociálních sítích?
6. Kdybys zastupoval/a subjekt dýmkařského průmyslu, komunikoval/a bys ve skupinách a propagoval/a svoji značku?
7. Jak vnímáš příspěvky s komerčním obsahem ve skupinách?
8. Je-li tvůj postoj negativní, tak proč?
9. Je-li tvůj postoj pozitivní, tak proč?
10. Jaké je, dle tvého názoru, nejčastěji publikované téma komerčních příspěvků?

Výzkumné otázky & kandidáti na téma	R1: Hynek	R2: Marie	R3: Prokop	R4: Patrik	R5: Rudolf	R6: Tony	R7: Tobiáš
VO 1: Jak členové dýmkařské komunity vnímají své působení ve virtuální komunitě na Facebooku?							
členství	jsem spíš součástí undergroundu, aktivní na základě vnějších podnětů	zcela určitě, jsem v komunitě dlouho, neplánovala jsem to	neidentifikuji se tak, protože se nezapojuji do komunikace	ano, ale především jako zástupce značky	určitě ano	identifikuji se, je to moje hobby	jsem dlouholetým členem
dýmkařské skupiny	začínal jsem na DÝMKAŘÍCH, v CH jsem, aktivní jsem v CHF	od počátku všech skupin, jsem členem CH, CHF i DÝMKAŘŮ, sleduju pasivně	jsem členem skupin Czech Hookah, Czech Hookah Forum	působím asi ve 4 skupinách včetně CH a CHF	jsem ve známých skupinách, ale spíš pasivně	konkrétně v CHF, ostatní příliš nesleduji	jsem v CH, CHF, primárně v jiných skupinách nepůsobím
účel členství	vývoj dýmkařské kultury, sdílení zkušeností, taky je to o přátelství	ve skupinách mám kamarády, komunikuji s nimi, dosáhla jsem určitého věhlasu, jsem ráda za to uznání	jsem ve společnosti dalších milovníků dýmek, dobrá cesta ke zlepšení se v řemesle	vnímat rozvíjející se trh a potřeby zákazníků, pohled do komunikace a fungování konkurence	přátelská debata na téma dýmek, kterou mi skupiny zprostředkovávají	možnost angažovat se ve skupinách a přispívat do nich, čerpat informace	komunikace s dalšími členy, vzájemné vdělávání se v tom, co nás baví
rozvoj pomocí komunity	někam mě to posunulo, přimělo mě to zkoušet nové věci, bylo to finančně náročné	vždy rozvíjel a vždycky bude, důvodem k přidání se do skupin, vzájemná inspirace a rozvoj mezi členy	zkouším postupy na základě příspěvků zkušených členů, určitě mi to něco dává	určitě jo, nejsem profesionál a chci mít také dostatečný rozhled v odvětví	spíše ne, něco jsem vyzkoušel, ale rozvíjím se raději prakticky v reálném světě	zkušenost některých členů na skupině ovlivňuje moje nákupní rozhodnutí, takže se dá říct, že se určitým způsobem rozvíjím	v minulosti ano, protože jsem začínal jako amatér, v současné době si nemyslím, že by mi to přinášelo něco nového – příspěvků je mnoho a ztrácím se v tom
pozice ve skupinách	vnímají mě jako osobnost, já se tak neidentifikuji, udržuju si odstup, šířím osvětu, z počátku ostýchavý	proměnná role, nejdříve čtenář, pak rádce, dnes jsem správce a moderátor, také osobnost a komunitní stálice	pozorovatel, občas reaguji, dříve to bylo mou pracovní náplní	pozorovatel, občas figuruju jako zástupce značky, netlačím na pilu s propagací, snažím se rozvíjet harmonii ve skupinách	aktivní pozorovatel a občasný troll	aktivní tak na půl, přispívám a ptám se na různé dotazy	nejdříve jsem nasával informace, pak jsem si vytvořil ego a dělal si z lidí srandu, v současné době jsem čtenář a občas radím jiným
motivuje mě k aktivitě	přísun nových členů, pomáhám, vidina vývoje komunity do budoucna skrze nováčky	šance někomu pomoci a sdílet zkušenosti	dobrá debata, ze které si mohu něco vzít	vnější ani vnitřní impulsy nemají na motivaci k psaní příspěvků a odpovídání vliv	motivuje mě pomáhat nováčkům, začínal jsem stejně	když vidím zajímavé novinky, fakta a způsoby přípravy, na to reaguji	motivuje mě, když vidím zajímavé příspěvky o produktech či stylech nabíjení, tomu se připojím někdy
jsem pasivní, když	vidím repetitivní otázky na stejná témata	rivalita mezi členy, dětské chování, hádky a jiné negativní projevy	přítomnost internetových trollů	vnímám jako demotivující pranýřování nováčků	demotivují mě hádky a taky, když někdo komentuje jen proto, aby ukázal, jaký je to king a musí mít na vše názor	nemám rád odsuzování na základě kouřeného tabáku a napadání jiných členů – když to vidí, rozhodně mě to nemotivuje k aktivitě	demotivují mě opakující se dotazy, na jejichž zodpovězení stačí využít funkce vyhledávání ve skupině – je to otravné
uspokojení potřeb	sdílet zkušenosti a postupy, chci být informovaný, sám informuju o novinkách	potřeba sdílet zkušenosti, pochlubit se, socializuju se tam, protože ve skupinách mám mnoho přátel	naplňuje to mou potřebu informovanosti, zábavy a také potřebu se rozvíjet skrze zkušenosti jiných	informovanost, vzhled do aktuálního dění, reakce ze strany značky na potřeby členů komunity	potřebu osobního rozvoje, často i sebereflexe	potřebu informovanosti, dále také zábavy, hledám tam i kreativní nápady	potřebu předat informace hlavně lidem ze zahraničí, pak taky si z lidí dělat srandu, dále potřebu občas se vychloubat (i když je to zlé)

problémy ve skupinách a jejich řešení	sexuální narážky, lidi informace nevyhledávají → pomohlo by klasické fórum	problémy nevychází z koníčku, ale z lidské povahy, netolerance, povyšování na základě mylných představ o vlastní osobě, navázení se do jiných členů na základě vlastních přesvědčení, vyřešit	členové neumí hledat informace, to by vyřešilo fórum, velké množství toxicity ve skupinách, napadání členů, řešit by to mohly častější srazy	pranířování členů, ale to je spíš sociální problém, který se nedá řešit, zvyšování ega starších členů proti nováčkům, měli by to řešit správci pravidly a moderováním	promítání vztahů z reálného života, způsobuje to hádky a nevím, jak to řešit	problém slabé informovanosti nováčků, také napadání lidí kvůli jejich oblíbenému tabáku, dále bezohlednost a vychloubání se	vzájemné hádky, příspěvky opakujícího se rázu, přechytralí noví členové, to nejde moc řešit, protože jsme všichni byli takoví, dá se to řešit cenzurou, ale to by vedlo k úpadku komunity
VO 2: Jakým způsobem členové dýmkařské komunity komunikují?							
formát příspěvků	fotky s textem, málo videí, samotný text zřídka → lidi se ptají	příspěvky s fotkou	většinou textové příspěvky s otázkami, dále fotky a pak minimum videí	fotka, protože to je nejsnazší způsob, jak se vyjádřit a odprezentovat se	fotky s popisem, hodně je taky čistého textu, který je obvyklý u nováčků	fotky prezentující členem kouřenou dýmku	text ve formě otázky, pak fotky s popisem
nejčastější komunikační témata	dýmkařské zážitky, dotazy na postupy a navázané odpovědi	nákup/prodej a shánění věcí, dále sdílení zážitků	rozhodně dotazy na nabíjení tabáků do korunek	dotazy na nabíjení tabáku a nákup zboží, dále čistá prezentace a ukázání se před ostatními	otázky na nabíjení tabáku a nákup vybavení	nejvíce se sdílí zážitky	výměna zkušeností mezi členy, pak užívání si dýmkařského zážitku, vychloubavé příspěvky atd.
změna komunikace za dobu členství	změnila se, dříve hodně otázek, objevovaly se časté reklamy, dnes se radí nováčkům s větší ochotou	dříve spousta kultů osobností zkušených členů, dnes už méně a projevuje se to v komunikaci, snížení počtu hádek	na základě vývoje dýmek a kultury kolem ní se proměňuje i komunikace	nevnímám žádný rozdíl	přijde mi to stejné	změna má souvislost s trendy v dýmkaření, protože ty se komunikují – ty změny vnímám	dříve na sebe byli lidé milejší a bylo to více osobní, dnes se více chrání nováčci a myslím si, že už ve skupinách není takové volnosti se vyjadřovat – vyhazuje se za vulgaritu, já na základě toho skupinu opustil z
jak komunikuješ ve skupinách?	pasivní, komentuju po nalezení chyby v úsudku, nepíšu příspěvky, sdílím zahraniční obsah	přátelsky, úderně, lakonicky, vtipně a stručně, moc se nerozepisuju	když mám náladu, komentuju vtipné příspěvky, reaguji v komentářích na známé členy	nepravidelná komunikace, spíše nahodilá, šířím pozitivní obraz o dýmkaření, ale neslouží mi to k prezentaci	spíše pasivně, nepíšu komentáře a nereaguji, nepíšu ani příspěvky	aktivní člen, ptám se na různé věci a sleduji novinky	z počátku jsem pasivně přijímal informace, dnes se snažím radit a případně neudělat si z těch lidí moc srandu – v minulosti jsem byl hodně útočný
účel komunikace člena	sdílení poznatků ze zahraničí, osvěta	moderování diskuze, nabídnout členům rady	někomu poradit	navodit pozitivní obraz o dýmkařích, reagovat na označení v komentářích	účastním se nákupu a prodeje dýmkařského vybavení	rád nakupuji vybavení, u těchto příspěvků jsem aktivní	předat nebo pochytit informace o dýmkaření, také se komunikací bavím, jak už jsem zmínil
faktory ovlivňující komunikaci člena	žádost o radu, nalezení chyby a reakce na ni	potřeba rovnováhy na skupinách, zasáhnu v případě převahy nadávek i chvály	když mám čas, takže třeba na záchodě čtu a komentuju ve skupinách, nemám snahu se chlubit nebo radit	když mě někdo označí v komentáři, tak reaguji, jinak žádné další faktory nevnímám	potřeba mít aktuální informace	reaguji na známé členy, kteří něco píšou a také se tam bavím, takže potřeba zábavy ovlivňuje i to, jak někdy komunikuju	když se chci seberalizovat, navýšit si trochu ego či jméno na skupině, reaguji na označení v příspěvcích, jsem aktivní i díky zjištění, že na skupinách jsou fakt tragédi a potřebují pomoc
důvody pro (ne)aktivitu člena	pomoc nováčkům, nejsem již tak aktivní	méně aktivní než dříve, dávám prostor nováčkům	nejsem tak aktivní kvůli té toxicitě a dogmaticky argumentujícím členům	velmi málo aktivní, nemám potřebu se zapojovat do diskuzí a není to v mých silách i časových možnostech	jsem introvertní v komunikaci s lidmi, které neznám, upřednostňuji osobní kontakt	jsem aktivní, protože mě věci zajímají – ptám se, komentuju a reaguju	považuji se za relativně aktivního, ale už ne tak jako v minulosti, dříve jsme se všichni znali a dnes jsou tam tisíce členů – vidím každý den stejné příspěvky a přijde mi to otravné

vztah ke komunikovaným tématům	zajímají mě novinky, nevnímám přípravu dýmek	vyhledávám nové produkty, recenze, ignoruji útoky, narážky a hádky, neodpovídám na všechny položené otázky	koukám na příspěvky o nových dýmkách, recenzích a tabácích, ignoruji nákupní a prodejní příspěvky	ignoruju téměř všechno, ale vlastně mě to i zajímá – ze všeho si mohu něco vzít, nebyl bych součástí skupin, kdybych nepracoval v dýmkařském odvětví	sleduji novinky, nechávají mě chladným příspěvky o tom, kdo si udělal jakou dýmku	extra mě zajímají nové produkty, ignoruju amatérské dotazy	nedá se říct, že by mě v těch skupinách něco zajímalo, ale reaguji na příspěvky, kterým se povede mě zaujmout, ignoruju repetitivní dotazy
negativní projevy v komunikaci	napadání nováčků, neochota sdílet znalosti	dnes a denně, velká část mužů na skupinách se navzájem dobírá z různých důvodů	dehonestace, zesměšňování, naschvál udělované špatné rady	velmi často, lidé se potřebují ukázat a zároveň shodit jiné, častá je dehonestace	viděl jsem to, jsou to hádky zkušených členů s novými, což je pro ně směla, protože nemohou o těch členech a jejich vztazích vědět všechno	jsou tam pořád, hlavně dehonestace členů na základě toho, co kouří – to je může odradit od dýmkaření či komunity	určitě a bylo jich více, třeba internetovou šikanu ve formě dělání si srandy z členů, kteří provedou nějakou hloupost nebo si stojí za prokazatelně špatným názorem
rovnoprávnost členů ve skupinách	není rovnoprávnost, protěžování zábavných členů	rovnoprávnost je, moderátoři ji neomezují, komunita si to s pochybnými členy vyřeší sama – regulace	nikdo není protěžovaný správci, dlouholetí členové mají větší hodnotu oproti nováčkům	nedokážu si vybavit situaci, kdy by byl někdo umlčován	moderátoři to neovlivňují, někteří členové se ale snaží umlčet ostatní, kteří nesdílejí jejich názor	moderátoři to často neovlivňují, komunita si usměrňuje komunikaci i členy sama	moderátoři a stará garda má větší hlas v komunitě, osobnosti komunity jsou trochu zvýhodňováni, nováčci dostanou sežrat, když udělají nějakou chybu
VO 3: Jaký postoj zastávají členové dýmkařské komunity ke komerční komunikaci?							
definice komerční komunikace	prodejci nabízejí produkty skrze dýmkařské skupiny	reklamní sdělení nějaké firmy, značky nebo podniku	majitelé a zaměstnanci obchodů dávají odkaz na své produkty a firmu, taky propagace dýmkařských podniků a akcí	cokoliv, co vede ku prospěchu značky	ukázat produkt s úmyslem jej prodat	souhrn informací, které značky komunikují do skupin a na své firemní profily za účelem podpory prodeje	reklama skrze uživatele, nejčastěji publikují zaměstnanci, majitelé firem reaguji na příspěvky
rozpoznání reklamy	většinou poznám	určitě poznám nehledě na publikaci z firemního nebo soukromého profilu	určitě rozpoznám	určitě ano, protože jsem sám komerčním příspívatelem	poznám, například když zaměstnanci těch společností něco publikují	ano, protože komerční příspěvky mají většinou něco společného	nejsem si na sto procent jistý
výskyt reklamy ve skupinách	dříve hodně, dnes střídavě	zástupci průmyslu přítomni v komunitě, komunikují se střídavou úspěšností, dříve mnohem víc reklam s bohem dýmkaření, dnes je toho méně – lidé jsou více tolerantní	velké firmy to nedělají, mají vlastní kanály, pozorují výskyt reklamních příspěvků hlavně od pochybných e-shopů	jsou tam, ale ne tak často	vždycky se tam nějaký takový příspěvek našel	ve skupinách se silně projevují osobnosti a značky, propagují své věci nebo pomáhají členům	ano, je tam a dělal jsem ji i sám v době, když jsem byl ve firmě XY, dýmkařské firmy nemohou mít placenou reklamu, tak propagují na skupinách
výskyt reklamy ve skupinách v současnosti	myslím, že už tam není	vyskytuje se, ale mnohem méně než v minulosti	určitě tam je	určitě, v přímé i nepřímé formě	pravidelně se objevuje	ano, je tam	pozorují neustále, například příspěvky od zaměstnanců výrobců, obchodů a dýmkařů
vztah k reklamě	nikdy mi to nevadilo	nevadí mi, když je dobře zacílená	myslím si, že to funguje, ale štvě mě špatně zacílená reklama	placená reklama na kuřácké produkty zakázána, rád se podívám na dobrou reklamu, která mě inspiruje a pobaví, nemám rád reklamní odpad	reklamu nevnímám a snažím se ji vyhýbat	marketing je důležitý a já rozumím tomu, proč tam ta reklama je	obecně mi vadí cílení reklam na mou osobu, v rámci komunity mi vadí vysoká četnost soutěží časem je to stereotypní a otravné

komunikoval/a bys značku, kdybys mohl/a?	minimálně, z počátku ano, používal bych vlastní komunikační kanály	byla bych opatrná, ale dělala bych to, lidem lze správnou formou nabídnout cokoli	v jisté míře ano	to se tak nějak děje, mám takovou úlohu	pokud bych byl majitel, tak ne, jestli bych byl zaměstnanec, tak ano	baví mě kreativa a určitě bych se zapojil	pracoval jsem ve firmě XY a dodnes si vyčítám, jak jsem byl agresivní na jiné obchody, v současnosti pracuju v dýmkařně, ale jsem schopen doporučit i jiné
vztah k reklamě ve skupinách	je mi to jedno, nevádí mi to	pokud je to střídme a relevantní, nevádí mi to, irituje mě spam a nesouvislost s tématy na skupině	dříve mi to vadilo, dnes je mi to jedno, je to prostě součástí skupin	když někdo komunikuje za sebe a není poznat, že zároveň i za značku, tak je to dobré PR, vítám propagaci na skupině, je to i o rozprůdění debaty	jedním uchem dovnitř, druhým uchem ven – neřeším to	takové příspěvky mi nevádí, naopak je vyhledávám a jsem za ně rád – rád podpořím, když je nabídka dobrá	prostě to k tomu patří
negativní postoj k reklamě ve skupinách	neřeším to	nesmí toho být moc, pak mě to štve	vnucování podniků nebo dané firmy do komunikace ve skupině	nesmí to být spam či balast, také se nesmí moc tlačit na pilu	nemám rád, když někdo říká, že něco dělá nejlépe ze všech, to samé tvrdit o produktech, že jsou nejlepší a třeba je koupí jen u něj	když je mi nabízeno něco, co mě vůbec nezajímá a nemá to pro mě přínos	vádí mi spam, nekvalitní příspěvky, když někdo udělá reklamu v komunitě a nenabídne ji nic na oplátku – využití síly skupiny pro obohacení bez oplátky
pozitivní postoj k reklamě ve skupinách	je mi to jedno	člověk má možnost se seznámit s novým produktem	je prima, když se firmy přihlásí v příspěvku a pomohou tam v jakékoliv formě	když si s tím dá někdo práci a zamyslí se nad tím	když to někdo dělá nenásilně a snaší se vcítit do potřeb té komunity	jestli mi ty příspěvky dávají nějaký přínos, tak je vítám	lidí dostávají věci zdarma a mohou si s nimi hrát, což je pozitivní
nejčastější téma komerčních příspěvků	soutěže, méně pak pořádané akce	akce ve formě slev, potom doporučení produktů a pozvánky na dýmkařské akce	tabák, dýmky a příslušenství	nejčastěji soutěž, protože to funguje	soutěže značek, ve stejné míře jsou informace o produktech – ne přímo od e-shopů, ale od jejich zaměstnanců či lidí s vazbami na daný obchod	nejvíce soutěže, které se objevují celkem často	podle mě soutěže, následují příspěvky o produktech, třeba o vyprodání zásob, čímž firma chce navodit pocit, že produkt jde na dračku a přitom třeba přivezli jen několik kusů a většina z nich již byla

ČLENSTVÍ

- 6 ze 7 se identifikují jako členi
- R1 underground
- R2, R4 obouhlohák, stálice + R2 to napíná
- R3 se necítí členem, protože moc nekomunikuje
- R4 přímo reprezentuje značku, jinak by tam nebyl
- 2 ze 4 v DÝMKÁŘIČI, 6 ze 7 v CH, všichni v CHF
- R2, R5 tam jsou pasivně
- ucel členství
- R1, R3, R6, R4 jsou tam kvůli rozvoji a vztahování
- R2, R5 kvůli kamarádům a přátelské debatě
- R4 z důvodu vnímání potřeb zákazníků a monitorování konkurence
- role ve virt. komunitě
- R1, R2 osobnosti, R2 správce, R1 udržuje přístup a rádce
- všichni popsali, že se role mění
- R3, R4, R5 pracovali s kolísající aktivitou, R6 přispěvatel
- R7 radce

ROZVOJ DOVEDNOSTÍ

- 6 ze 7 virt. kom. rozvíjela v dýmkaření
- R1 zmiňuje finanční náročnost
- R2 rozvoj byl důvodem k přidání se
- R4 to dává rozhod v odvětví kvůli zákazníkům
- R5 se rozvíjí raději v reálném světě, virt. ho spíše rozruš.
- R6 dle zkušenosti členů dává nákup. rozhodnutí
- R7 se rozvíjel v minulosti, dnes ne

Jak činné dýmkařské komunity vnímají své působení ve virtuální komunitě na Facebooku?

MOTIVACE

- R1, R2, R5 motivuje pomoc nováčkům
- R3, R6, R7 motivuje dobrá debata, novinky
- R4 motivuje na jeho motivaci nemá vliv nic, co osobním

DEMOTIVACE

- 4 ze 6 demotivují komunitní problémy
- R1, R7 se nezapojují při opakovaných, triviálních dotazech
- R2, R3, R4, R5, R6 demotivují hádky, osobní útoky, pranýřování členů, trollové, odsuzování členů, přamardění členova

KOMUNITNÍ PROBLEMY

- R1, R3, R6 problémy informovanosti nováčky → roumí hledat
- R2, R4 obecně sociální, špatné řešitelné problémy → o lidech
- R1 sexuální haražky → USA
- R2, R4, R6 povyšování členů nad druhé → méně zkušený
- R3 toxická komunita → napadání členů + R6 majetně
- R4 cenzura komunikace vešle k úpalku komunity
- R5 promítání vztahů z osobního do virt. života → hádky

USPOKOJENÍ POTŘEB

- 4 ze 7 uspokojují potřebu informovanosti R1, R3, R4, R6
- R3, R6, R7 se tam baví
- R1, R2 potřeba sdílení vlastních zkušeností + R4
- R2, R4 potřeba uznání → pochlibit se, budovat image
- R2 socializace
- R3 touha radit ostatním
- R4 vhlad do chování zákazníků + reakce na ně
- R5 osobní rozvoj + sberofkete
- R6 se inspiroje kreativními nápady

NEGATIVNÍ PROJEVY

- L1 ze 4 je pozorný na vlastní věci (kariéru) → všichni R1i málokdy zaznamenali
- R3, R4, R6 dabrořtvoce → nováčky, méně majetných a zkušených, za to, co kouří + R2
- R2 muži mají potřebu se mezi sebou dobit
- R1 nechce sálet analost, R3 zájemně špatně udělané rady
- R6 dabrořtvoce může nováčky cochat celou komunitu i dýmkaření obecně
- R4 šílára členů za chyby → promlouvání členů R4
- R5 hořdky kvůli neznalosti vztahů ve skupinách ze strany nováčků

ROVNOPRAVNOST V KOMUNIKACI

- R1, R3, R4 protažování starších, zkušených, zábovných členů
- 5 ze 4 má, že moderátoři nikoho nezvýchodí
- R2, R6 komunita si usměrňuje komunikaci samy
- R5 snaha některých členů kmitat jiné s rozdílným názorem

R1 - konkrétní případ

FORMÁTY

- 5 ze 4 fotka hlavní formát
- R3, R4 nejvíce je textu → otázky
- R1, R3 minimum videí
- R4, R6 fotka nejlepší formou prezentace

Jakým způsobem členové dýmkařské komunity komunikují?

FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ KOMUNIKACI

- R6, R4 potřeba zábavy
- R4 potřeba sebartizace
- R4 nálezání chyb a její korigace
- R2 potřeba nastolení rovnováhy
- R4 reakce na označení
- R5 potřeba informovanosti
- R3 dostatek času

TEMATA

- 4 ze 4 výměna zkušeností → dotazy na nabíjení R1, R4, R5
- R1, R5 sdílení zážitků
- R2 nákup/práce
- R3 vývoj témat spjat s rozvojem komunity → trendy * + R6
- 5 ze 4 vyhledává novinky + R1, R2, R3, R5, R6
- dýmky, tabáky, podniky, inovace
- 4 ze 4 ignorují přípravu a kouření dymek
- R6, R4 ignorují amatérské, opakující se dotazy
- R2 ignoruje hořdky, R3 nákupní příspěvky
- R4 ignoruje témata vše

AKTIVITA

- 5 ze 4 málo aktivní
- R1, R2, R3, R4 méně aktivní než dřív → máni čas, zájem, práčnost nováčků, tezičita
- R4 nemá potřebu se zapojovat → nízká zkušenost
- R5 je introvert → upřednostňuje osobní kontakt
- R6 aktivní → zájem o dýmkaření, R4 aktivní → radí a dělá si legraci

ZMĚNA V ČASE

- 5 ze 4 pozorují změny za dobu členství
- R1 dřív více reklam a otázek, R2 dřív více kultů osobnosti a jejich adorace, dnes méně hořdků
- * R4 a R5 nevímají rozdíl → do 2 let ve skupinách
- + R6 - R4 dřív více osobní větší volnost v komunikaci → ochrana nováčků před napadáním

KOMUNIKAČNÍ STYL

- R1, R5 pasivní, napíše příspěvek + R4 komunikuje nevhodně
- R3 komentuje a reaguje
- R2 je stručná, učerna, pozitivní + R4 šífi, pozitivní obraz dýmkaření
- R6 polháda otázky, R4 v minulosti útočný

ÚČEL KOMUNIKACE

- R2, R3 radit ostatním
- R1, R4 sdílet poznatky
- R4 odpovídat za značky, budovat poz. obraz
- R5, R6 nákup/práce/vybavení
- R4 šavit se

VZTAH K REDLAME

- R1, R2 navodi mi
- R2, R3, R4 vadi mi špatné cilení reklam na mou osobu } **OBEČNĚ**
- R6 chápe důležitost marketingu
- R5 blokuje reklamu, R4 nemá rád rekl. odpad
- všichni R uvedli, že reklamy ve skupinách jim v urč. formách navadí } **VE SKUPINÁCH**
- R1, R5 to máš v úboce
- R3, R4 je to prostě součástí skupin odjakživa
- R3 drví mě to vadilo, R2 lidé jsou dnes více toleranti nebo etupeti

• pozitivní KK

- R2 relevantnost nabídky, seznámení s novými produkty
- R3 firmy řeší potřeby členů + R5
- R4 kvalitní zpracování, nerozpoznatelnost, rozprosdění debaty
- R6 **neagresivní forma**, R6 osobní přínos, R4 produkty zdarma

• negativní KK

- R2, R3, R4 vysoký výskyt -> spam
- R3 vnikování ~~pevně~~ firm do neformální kom. na skupinách
- R4 vytváření komunity, nízký přínos pro členy + klamavá prohlášení
- R6 reklama pro mě není relevantní -> špatné cílení
- R4 agresivní tón
- R5 promování stylem nejlepší na světě

Jaký postoj zastávají členové digitální komunity ke komerční komunikaci?

TEMA KOMERČNÍCH PŘÍSPĚVŮ

- 5 ze 4 uvádějí soutěžní příspěvky jako neefektivnější
- R3 informace o produktech + R2, R4, R5
- R2 skrytá pozvánky na akce a info o produktech
- R4 soutěže, protože fungují -> zastupuje značky

V KOMUNITĚ

KOMERČNÍ KOMUNIKACE OSTŘICOU ČLENU

- R1, R3, R5 informace o produktech za účelem prodeje + R6
- R2, R4 komunikace na podporu značky
- R4 reklama skrz uživatele -> zaměst. propagují, majitelé reagují +
- 6 ze 4 rozpoznají KK 5
- R1, R4 si nejšou zcela jisti
- všichni R by za značku komunikovali ve skupinách, kdyby měli možnost
- R1, R2, R3 nízká frekvence
- R1 z počátku, pak na vlně končí
- R4 aktuálně to dělám, R5 jako zaměstnanec ano
- R6 by se zapojil do dialogu
- R4 to dělal a vůči si agresivní přístup

VÝSLEK KOMERČNÍ KOMUNIKACE VE SKUPINÁCH

- R1, R2 drví hodně, dnes mána -> dluholhá členové
- všichni R ji během svého působení ve skupinách zaznamenali
- 6 ze 4 tvrdí, že se objevuje i v roce 2020
- 4 ze 4 to přisuzují přítomnosti zaměstnanců a majitelů firm ve skupině
- R2, R4
- R4 dum. firmy nemohou mít plac. reklamu, proto kom. ve skupinách + i
- R3 velké firmy to nedělají -> vlastní kanály -> výskyt p. od menších
- R6 firmy pomáhají členům nabídkou svých produktů

- publikují zaměstnanci
- R5 info o produktech od zaměstnanců či lidí s vztahy na značky

Příspěvek	Původ příspěvku	Datum publikace	Formát příspěvku	Externí odkaz	Téma příspěvku	Komerční obsah	Charakter obsahu
D 2k20 1 1	1	1	1	1	2	0	-
D 2k20 1 2	1	1	1	2	1	0	-
D 2k20 1 3	1	1	1	1	2	0	-
D 2k20 1 4	1	1	1	1	1	0	-
D 2k20 1 5	1	1	1	2	1	0	-
D 2k20 1 6	1	1	2	1	3	0	-
D 2k20 1 7	1	1	1	1	2	0	-
D 2k20 1 8	1	1	2	1	2	0	-
D 2k20 1 9	1	1	2	1	1	0	-
D 2k20 1 10	1	1	1	2	1	2	2
D 2k20 2 1	1	2	2	1	2	0	-
D 2k20 2 2	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 3	1	2	1	1	3	0	-
D 2k20 2 4	1	2	1	2	1	2	2
D 2k20 2 5	1	2	1	2	1	0	-
D 2k20 2 6	1	2	2	1	2	0	-
D 2k20 2 7	1	2	1	1	1	1	1
D 2k20 2 8	1	2	1	1	1	0	-
D 2k20 2 9	1	2	1	2	1	1	4
D 2k20 2 10	1	2	2	1	1	0	-
D 2k20 2 11	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 12	1	2	2	1	2	0	-
D 2k20 2 13	1	2	1	1	1	0	-
D 2k20 2 14	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 15	1	2	1	1	1	0	-
D 2k20 2 16	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 17	1	2	2	1	2	0	-
D 2k20 2 18	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 19	1	2	1	1	1	0	-
D 2k20 2 20	1	2	1	1	1	0	-
D 2k20 2 21	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 22	1	2	2	1	2	0	-
D 2k20 2 23	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 24	1	2	1	2	1	0	-
D 2k20 2 25	1	2	1	1	2	0	-
D 2k20 2 26	1	2	1	2	1	1	4
D 2k20 2 27	1	2	2	1	3	0	-
D 2k20 2 28	1	2	1	2	3	0	-
D 2k20 3 1	1	3	2	1	2	0	-
D 2k20 3 2	1	3	1	1	1	0	-
D 2k20 3 3	1	3	1	1	2	0	-
D 2k20 3 4	1	3	1	1	1	0	-
D 2k20 3 5	1	3	1	2	1	0	-
D 2k20 3 6	1	3	2	1	3	0	-
D 2k20 3 7	1	3	2	1	2	0	-
D 2k20 3 8	1	3	1	1	1	1	1
D 2k20 3 9	1	3	1	1	1	0	-
D 2k20 3 10	1	3	1	2	1	1	1
D 2k20 3 11	1	3	2	1	2	0	-
D 2k20 3 12	1	3	1	2	1	0	-
D 2k20 3 13	1	3	1	1	2	0	-
D 2k20 3 14	1	3	1	2	1	1	3
D 2k20 3 15	1	3	1	2	1	0	-
D 2k20 3 16	1	3	2	1	3	0	-
D 2k20 3 17	1	3	2	1	1	0	-
D 2k20 3 18	1	3	2	1	2	0	-
D 2k20 3 19	1	3	2	1	3	0	-
D 2k20 3 20	1	3	2	1	2	0	-
D 2k20 3 21	1	3	1	1	2	0	-
D 2k20 3 22	1	3	1	1	2	0	-
D 2k20 3 23	1	3	1	2	1	1	3
D 2k20 3 24	1	3	1	2	1	2	2
D 2k20 3 25	1	3	1	2	1	0	-
D 2k20 3 26	1	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 1	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 2	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 3	2	1	3	1	3	0	-
CH 2k20 1 4	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 5	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 6	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 7	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 8	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 9	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 10	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 11	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 12	2	1	1	2	1	2	4
CH 2k20 1 13	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 14	2	1	3	1	3	0	-
CH 2k20 1 15	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 16	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 17	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 18	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 19	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 20	2	1	1	2	5	0	-
CH 2k20 1 21	2	1	1	1	3	0	-
CH 2k20 1 22	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 23	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 24	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 25	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 26	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 27	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 28	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 29	2	1	3	1	5	0	-

Hodnoty	Původ příspěvku	Datum publikace	Formát příspěvku	Externí odkaz	Téma příspěvku	Komerční obsah	Charakter obsahu
Hod. 0						1006	
Hod. 1				942	391		32
Hod. 2	64	238	426				6
Hod. 3	346	303	594	114	172	43	
Hod. 4	646	515	36		424		3
Hod. 5					14		9
					55		

Období	Výskyt témat	Hodnoty	Výskyt
I.20		Hod. 1	82
		Hod. 2	45
		Hod. 3	92
		Hod. 4	3
		Hod. 5	16

II.20	Výskyt témat	Hod. 1	122
		Hod. 2	51
		Hod. 3	110
		Hod. 4	5
		Hod. 5	15

III.20	Výskyt témat	Hod. 1	187
		Hod. 2	76
		Hod. 3	222
		Hod. 4	6
		Hod. 5	24

Období	Výskyt KK	Hodnoty	Výskyt
I.20		Hod. 0	225
		Hod. 1	0
		Hod. 2	13

II.20	Výskyt KK	Hod. 0	288
		Hod. 1	3
		Hod. 2	12

III.20	Výskyt KK	Hod. 0	493
		Hod. 1	4
		Hod. 2	18

Výskyt témat dle skupiny

DÝMKÁŘI	Výskyt témat	Hodnoty	Výskyt
I.20		Hod. 1	5
		Hod. 2	4
		Hod. 3	1
		Hod. 4	0
		Hod. 5	0

II.20	Výskyt témat	Hod. 1	12
		Hod. 2	13
		Hod. 3	3
		Hod. 4	0
		Hod. 5	0

III.20	Výskyt témat	Hod. 1	13
		Hod. 2	10
		Hod. 3	3
		Hod. 4	0
		Hod. 5	0

CH	Výskyt témat	Hodnoty	Výskyt
I.20		Hod. 1	34
		Hod. 2	27
		Hod. 3	38
		Hod. 4	1
		Hod. 5	7

II.20	Výskyt témat	Hod. 1	44
		Hod. 2	21
		Hod. 3	24
		Hod. 4	2
		Hod. 5	7

III.20	Výskyt témat	Hod. 1	43
		Hod. 2	37
		Hod. 3	50
		Hod. 4	1
		Hod. 5	10

CHF	Výskyt témat	Hodnoty	Výskyt
I.20		Hod. 1	43
		Hod. 2	14
		Hod. 3	53
		Hod. 4	2
		Hod. 5	9

II.20	Výskyt témat	Hod. 1	66
		Hod. 2	17
		Hod. 3	83
		Hod. 4	3
		Hod. 5	8

Externí odkaz	Hodnoty	Výskyt
114	Hod. 1	85
	Hod. 2	29

Charakter příspěvků s ex. od.	Hodnoty	Výskyt
	Hod. 1	29
	Hod. 2	85

Výskyt témat komerční kom.	Hodnoty	Výskyt
	Hod. 1	32
	Hod. 2	6
	Hod. 3	3
	Hod. 4	9

Celkem	Výskyt KK	Hodnoty	Výskyt
		Hod. 0	1006
		Hod. 1	7
		Hod. 2	43

Skupiny	Výskyt témat	Hodnoty	Výskyt
DÝMKÁŘI		Hod. 1	30
		Hod. 2	27
		Hod. 3	7
		Hod. 4	0
		Hod. 5	0

Czech Hookah	Výskyt témat	Hod. 1	121
		Hod. 2	85
		Hod. 3	112
		Hod. 4	4
		Hod. 5	24

CH Forum	Výskyt témat	Hod. 1	240
		Hod. 2	60
		Hod. 3	305
		Hod. 4	10
		Hod. 5	31

CH 2k20 1 30	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 31	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 32	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 33	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 34	2	1	2	1	5	0	-
CH 2k20 1 35	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 36	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 37	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 38	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 39	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 40	2	1	2	1	4	0	-
CH 2k20 1 41	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 42	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 43	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 44	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 45	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 46	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 47	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 48	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 49	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 50	2	1	2	1	1	2	4
CH 2k20 1 51	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 52	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 53	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 54	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 55	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 56	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 57	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 58	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 59	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 60	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 61	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 62	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 63	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 64	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 65	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 66	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 67	2	1	1	2	1	2	1
CH 2k20 1 68	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 69	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 70	2	1	1	2	5	0	-
CH 2k20 1 71	2	1	1	1	3	0	-
CH 2k20 1 72	2	1	2	1	1	2	1
CH 2k20 1 73	2	1	2	1	1	0	-
CH 2k20 1 74	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 75	2	1	3	1	3	0	-
CH 2k20 1 76	2	1	2	1	5	0	-
CH 2k20 1 77	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 78	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 79	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 80	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 81	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 82	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 83	2	1	1	2	1	2	4
CH 2k20 1 84	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 85	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 86	2	1	1	2	1	2	1
CH 2k20 1 87	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 88	2	1	2	1	5	0	-
CH 2k20 1 89	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 90	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 91	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 92	2	1	3	1	3	0	-
CH 2k20 1 93	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 94	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 95	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 96	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 97	2	1	3	1	2	0	-
CH 2k20 1 98	2	1	1	2	1	2	1
CH 2k20 1 99	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 100	2	1	2	1	1	2	1
CH 2k20 1 101	2	1	1	1	1	0	-
CH 2k20 1 102	2	1	1	2	5	0	-
CH 2k20 1 103	2	1	2	1	1	2	1
CH 2k20 1 104	2	1	1	1	2	0	-
CH 2k20 1 105	2	1	2	1	2	0	-
CH 2k20 1 106	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 1 107	2	1	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 1	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 2	2	2	2	1	5	0	-
CH 2k20 2 3	2	2	1	2	1	2	2
CH 2k20 2 4	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 5	2	2	1	2	5	0	-
CH 2k20 2 6	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 7	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 8	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 9	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 10	2	2	1	2	1	0	-
CH 2k20 2 11	2	2	1	2	5	0	-
CH 2k20 2 12	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 13	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 14	2	2	2	1	1	0	-
CH 2k20 2 15	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 16	2	2	2	1	3	0	-

III.20	Výskyt témat	Hod. 1	131
		Hod. 2	29
		Hod. 3	169
		Hod. 4	5
		Hod. 5	14

CH 2k20 2 17	2	2	1	2	1	0	-
CH 2k20 2 18	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 19	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 20	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 21	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 22	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 23	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 24	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 25	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 26	2	2	2	1	4	0	-
CH 2k20 2 27	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 28	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 29	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 30	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 31	2	2	1	2	1	2	1
CH 2k20 2 32	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 33	2	2	2	1	1	0	-
CH 2k20 2 34	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 35	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 36	2	2	1	2	1	0	-
CH 2k20 2 37	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 38	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 39	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 40	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 41	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 42	2	2	2	1	1	0	-
CH 2k20 2 43	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 44	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 45	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 46	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 47	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 48	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 49	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 50	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 51	2	2	2	1	1	2	1
CH 2k20 2 52	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 53	2	2	2	1	1	0	-
CH 2k20 2 54	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 55	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 56	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 57	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 58	2	2	1	2	5	0	-
CH 2k20 2 59	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 60	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 61	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 62	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 63	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 64	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 65	2	2	1	2	1	2	1
CH 2k20 2 66	2	2	1	2	1	2	1
CH 2k20 2 67	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 68	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 69	2	2	2	1	5	0	-
CH 2k20 2 70	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 71	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 72	2	2	1	2	5	0	-
CH 2k20 2 73	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 74	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 75	2	2	2	1	1	2	1
CH 2k20 2 76	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 77	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 78	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 79	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 80	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 81	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 82	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 83	2	2	1	2	5	0	-
CH 2k20 2 84	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 85	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 86	2	2	1	2	1	2	1
CH 2k20 2 87	2	2	1	1	2	0	-
CH 2k20 2 88	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 89	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 2 90	2	2	1	2	1	2	4
CH 2k20 2 91	2	2	2	1	2	0	-
CH 2k20 2 92	2	2	1	2	1	0	-
CH 2k20 2 93	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 94	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 95	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 96	2	2	2	1	4	0	-
CH 2k20 2 97	2	2	1	1	1	0	-
CH 2k20 2 98	2	2	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 1	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 2	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 3	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 4	2	3	1	2	1	2	1
CH 2k20 3 5	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 6	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 7	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 8	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 9	2	3	1	1	3	0	-
CH 2k20 3 10	2	3	1	2	3	0	-
CH 2k20 3 11	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 12	2	3	2	1	1	0	-

CH 2k20 3 13	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 14	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 15	2	3	1	2	1	2	1
CH 2k20 3 16	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 17	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 18	2	3	2	1	4	0	-
CH 2k20 3 19	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 20	2	3	1	2	5	0	-
CH 2k20 3 21	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 22	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 23	2	3	1	2	5	0	-
CH 2k20 3 24	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 25	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 26	2	3	2	1	5	0	-
CH 2k20 3 27	2	3	2	1	5	0	-
CH 2k20 3 28	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 29	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 30	2	3	2	1	1	0	-
CH 2k20 3 31	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 32	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 33	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 34	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 35	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 36	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 37	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 38	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 39	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 40	2	3	1	2	1	0	-
CH 2k20 3 41	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 42	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 43	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 44	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 45	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 46	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 47	2	3	1	2	1	0	-
CH 2k20 3 48	2	3	1	2	1	2	1
CH 2k20 3 49	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 50	2	3	1	2	1	2	1
CH 2k20 3 51	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 52	2	3	2	1	1	0	-
CH 2k20 3 53	2	3	1	1	1	2	3
CH 2k20 3 54	2	3	2	1	1	0	-
CH 2k20 3 55	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 56	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 57	2	3	1	2	5	0	-
CH 2k20 3 58	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 59	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 60	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 61	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 62	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 63	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 64	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 65	2	3	2	1	5	0	-
CH 2k20 3 66	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 67	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 68	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 69	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 70	2	3	3	1	1	0	-
CH 2k20 3 71	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 72	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 73	2	3	2	1	1	0	-
CH 2k20 3 74	2	3	1	2	1	2	1
CH 2k20 3 75	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 76	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 77	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 78	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 79	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 80	2	3	1	2	3	0	-
CH 2k20 3 81	2	3	1	2	5	0	-
CH 2k20 3 82	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 83	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 84	2	3	2	1	1	0	-
CH 2k20 3 85	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 86	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 87	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 88	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 89	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 90	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 91	2	3	2	1	1	2	1
CH 2k20 3 92	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 93	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 94	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 95	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 96	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 97	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 98	2	3	1	1	1	0	-
CH 2k20 3 99	2	3	2	1	2	0	-
CH 2k20 3 100	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 101	2	3	1	2	1	0	-
CH 2k20 3 102	2	3	2	1	1	0	-
CH 2k20 3 103	2	3	1	2	1	0	-
CH 2k20 3 104	2	3	2	1	3	0	-
CH 2k20 3 105	2	3	1	1	2	0	-
CH 2k20 3 106	2	3	1	1	2	0	-

CH 2k20 3 107	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 108	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 109	2	3	1	1	2	0	--
CH 2k20 3 110	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 111	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 112	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 113	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 114	2	3	1	1	2	0	--
CH 2k20 3 115	2	3	1	2	5	0	--
CH 2k20 3 116	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 117	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 118	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 119	2	3	1	2	5	0	--
CH 2k20 3 120	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 121	2	3	1	1	1	0	--
CH 2k20 3 122	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 123	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 124	2	3	1	1	1	0	--
CH 2k20 3 125	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 126	2	3	1	1	2	0	--
CH 2k20 3 127	2	3	2	1	2	0	--
CH 2k20 3 128	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 129	2	3	1	2	1	2	1
CH 2k20 3 130	2	3	1	1	1	0	--
CH 2k20 3 131	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 132	2	3	1	1	1	0	--
CH 2k20 3 133	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 134	2	3	1	2	5	0	--
CH 2k20 3 135	2	3	1	1	1	0	--
CH 2k20 3 136	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 137	2	3	1	2	3	0	--
CH 2k20 3 138	2	3	2	1	1	0	--
CH 2k20 3 139	2	3	2	1	3	0	--
CH 2k20 3 140	2	3	1	1	2	0	--
CH 2k20 3 141	2	3	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 1	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 2	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 3	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 4	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 5	3	1	2	1	3	2	2
CHF 2k20 1 6	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 7	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 8	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 9	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 10	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 11	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 12	3	1	2	1	2	0	--
CHF 2k20 1 13	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 14	3	1	1	1	3	0	--
CHF 2k20 1 15	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 16	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 17	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 18	3	1	3	1	3	0	--
CHF 2k20 1 19	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 20	3	1	2	1	4	0	--
CHF 2k20 1 21	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 22	3	1	1	2	5	0	--
CHF 2k20 1 23	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 24	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 25	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 26	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 27	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 28	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 29	3	1	3	1	3	0	--
CHF 2k20 1 30	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 31	3	1	2	1	2	0	--
CHF 2k20 1 32	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 33	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 34	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 35	3	1	3	1	5	0	--
CHF 2k20 1 36	3	1	2	1	5	0	--
CHF 2k20 1 37	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 38	3	1	1	1	3	0	--
CHF 2k20 1 39	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 40	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 41	3	1	1	1	2	0	--
CHF 2k20 1 42	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 43	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 44	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 45	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 46	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 47	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 48	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 49	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 50	3	1	1	1	2	0	--
CHF 2k20 1 51	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 52	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 53	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 54	3	1	2	1	3	0	--
CHF 2k20 1 55	3	1	2	1	5	0	--
CHF 2k20 1 56	3	1	1	1	1	0	--
CHF 2k20 1 57	3	1	1	1	2	0	--
CHF 2k20 1 58	3	1	2	1	1	0	--
CHF 2k20 1 59	3	1	2	1	5	0	--

CHF 2k20 1 60	3	1	2	1	5	0	-
CHF 2k20 1 61	3	1	1	2	5	0	-
CHF 2k20 1 62	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 63	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 64	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 65	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 66	3	1	2	1	1	0	-
CHF 2k20 1 67	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 68	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 69	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 70	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 71	3	1	1	1	2	0	-
CHF 2k20 1 72	3	1	1	1	3	0	-
CHF 2k20 1 73	3	1	1	1	2	0	-
CHF 2k20 1 74	3	1	1	1	2	0	-
CHF 2k20 1 75	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 76	3	1	1	2	1	0	-
CHF 2k20 1 77	3	1	2	1	2	0	-
CHF 2k20 1 78	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 79	3	1	1	1	3	0	-
CHF 2k20 1 80	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 81	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 82	3	1	3	1	1	0	-
CHF 2k20 1 83	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 84	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 85	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 86	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 87	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 88	3	1	3	1	4	0	-
CHF 2k20 1 89	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 90	3	1	1	1	2	0	-
CHF 2k20 1 91	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 92	3	1	2	1	2	0	-
CHF 2k20 1 93	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 94	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 95	3	1	1	2	5	0	-
CHF 2k20 1 96	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 97	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 98	3	1	1	2	1	0	-
CHF 2k20 1 99	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 100	3	1	2	1	3	2	1
CHF 2k20 1 101	3	1	2	1	3	2	1
CHF 2k20 1 102	3	1	2	1	5	0	-
CHF 2k20 1 103	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 104	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 105	3	1	2	1	1	0	-
CHF 2k20 1 106	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 107	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 108	3	1	1	2	1	0	-
CHF 2k20 1 109	3	1	1	1	2	0	-
CHF 2k20 1 110	3	1	1	1	2	0	-
CHF 2k20 1 111	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 112	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 113	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 114	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 115	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 1 116	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 117	3	1	2	1	2	0	-
CHF 2k20 1 118	3	1	1	1	3	0	-
CHF 2k20 1 119	3	1	1	1	1	0	-
CHF 2k20 1 120	3	1	3	1	3	0	-
CHF 2k20 1 121	3	1	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 1	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 2	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 3	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 4	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 5	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 6	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 7	3	2	1	1	2	0	-
CHF 2k20 2 8	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 9	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 10	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 11	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 12	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 13	3	2	1	2	5	0	-
CHF 2k20 2 14	3	2	2	1	5	0	-
CHF 2k20 2 15	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 16	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 17	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 18	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 19	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 20	3	2	1	1	5	0	-
CHF 2k20 2 21	3	2	1	2	5	0	-
CHF 2k20 2 22	3	2	1	2	5	0	-
CHF 2k20 2 23	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 24	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 25	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 26	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 27	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 28	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 29	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 30	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 31	3	2	1	1	2	0	-
CHF 2k20 2 32	3	2	1	1	2	0	-

CHF 2k20 2 33	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 34	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 35	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 36	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 37	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 38	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 39	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 40	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 41	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 42	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 43	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 44	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 45	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 46	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 47	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 48	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 49	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 50	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 51	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 52	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 53	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 54	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 55	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 56	3	2	1	1	2	0	-
CHF 2k20 2 57	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 58	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 59	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 60	3	2	2	1	5	0	-
CHF 2k20 2 61	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 62	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 63	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 64	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 65	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 66	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 67	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 68	3	2	2	1	4	0	-
CHF 2k20 2 69	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 70	3	2	1	2	4	0	-
CHF 2k20 2 71	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 72	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 73	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 74	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 75	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 76	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 77	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 78	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 79	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 80	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 81	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 82	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 83	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 84	3	2	2	1	4	0	-
CHF 2k20 2 85	3	2	2	1	1	2	1
CHF 2k20 2 86	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 87	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 88	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 89	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 90	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 91	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 92	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 93	3	2	1	1	2	0	-
CHF 2k20 2 94	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 95	3	2	1	1	2	0	-
CHF 2k20 2 96	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 97	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 98	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 99	3	2	1	1	3	0	-
CHF 2k20 2 100	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 101	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 102	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 103	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 104	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 105	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 106	3	2	1	1	3	0	-
CHF 2k20 2 107	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 108	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 109	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 110	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 111	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 112	3	2	2	1	5	0	-
CHF 2k20 2 113	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 114	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 115	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 116	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 117	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 118	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 119	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 120	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 121	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 122	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 123	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 124	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 125	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 126	3	2	2	1	3	0	-

CHF 2k20 2 127	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 128	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 129	3	2	2	1	3	2	4
CHF 2k20 2 130	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 131	3	2	2	1	5	0	-
CHF 2k20 2 132	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 133	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 134	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 135	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 136	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 137	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 138	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 139	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 140	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 141	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 142	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 143	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 144	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 145	3	2	1	2	1	2	4
CHF 2k20 2 146	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 147	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 148	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 149	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 150	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 151	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 152	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 153	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 154	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 155	3	2	2	1	1	0	-
CHF 2k20 2 156	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 157	3	2	3	1	1	0	-
CHF 2k20 2 158	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 159	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 160	3	2	1	2	1	0	-
CHF 2k20 2 161	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 162	3	2	1	1	3	0	-
CHF 2k20 2 163	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 164	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 165	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 166	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 167	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 168	3	2	1	1	1	0	-
CHF 2k20 2 169	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 170	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 171	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 172	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 173	3	2	1	1	2	0	-
CHF 2k20 2 174	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 2 175	3	2	2	1	2	0	-
CHF 2k20 2 176	3	2	3	1	3	0	-
CHF 2k20 2 177	3	2	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 1	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 2	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 3	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 4	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 5	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 6	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 7	3	3	3	1	1	0	-
CHF 2k20 3 8	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 9	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 10	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 11	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 12	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 13	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 14	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 15	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 16	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 17	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 18	3	3	1	2	3	0	-
CHF 2k20 3 19	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 20	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 21	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 22	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 23	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 24	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 25	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 26	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 27	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 28	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 29	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 30	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 31	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 32	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 33	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 34	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 35	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 36	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 37	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 38	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 39	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 40	3	3	2	1	5	0	-
CHF 2k20 3 41	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 42	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 43	3	3	2	1	1	2	1

CHF 2k20 3 44	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 45	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 46	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 47	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 48	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 49	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 50	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 51	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 52	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 53	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 54	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 55	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 56	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 57	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 58	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 59	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 60	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 61	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 62	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 63	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 64	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 65	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 66	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 67	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 68	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 69	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 70	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 71	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 72	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 73	3	3	2	1	4	0	-
CHF 2k20 3 74	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 75	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 76	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 77	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 78	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 79	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 80	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 81	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 82	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 83	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 84	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 85	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 86	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 87	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 88	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 89	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 90	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 91	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 92	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 93	3	3	2	1	4	0	-
CHF 2k20 3 94	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 95	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 96	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 97	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 98	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 99	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 100	3	3	2	1	1	2	1
CHF 2k20 3 101	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 102	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 103	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 104	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 105	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 106	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 107	3	3	1	2	1	2	1
CHF 2k20 3 108	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 109	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 110	3	3	1	2	3	0	-
CHF 2k20 3 111	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 112	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 113	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 114	3	3	2	1	4	0	-
CHF 2k20 3 115	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 116	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 117	3	3	1	1	3	0	-
CHF 2k20 3 118	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 119	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 120	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 121	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 122	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 123	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 124	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 125	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 126	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 127	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 128	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 129	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 130	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 131	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 132	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 133	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 134	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 135	3	3	3	1	1	2	4
CHF 2k20 3 136	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 137	3	3	2	1	1	0	-

CHF 2k20 3 138	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 139	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 140	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 141	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 142	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 143	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 144	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 145	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 146	3	3	2	1	1	2	1
CHF 2k20 3 147	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 148	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 149	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 150	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 151	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 152	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 153	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 154	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 155	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 156	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 157	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 158	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 159	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 160	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 161	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 162	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 163	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 164	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 165	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 166	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 167	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 168	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 169	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 170	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 171	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 172	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 173	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 174	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 175	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 176	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 177	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 178	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 179	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 180	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 181	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 182	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 183	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 184	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 185	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 186	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 187	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 188	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 189	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 190	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 191	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 192	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 193	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 194	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 195	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 196	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 197	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 198	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 199	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 200	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 201	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 202	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 203	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 204	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 205	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 206	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 207	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 208	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 209	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 210	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 211	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 212	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 213	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 214	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 215	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 216	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 217	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 218	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 219	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 220	3	3	1	2	1	2	2
CHF 2k20 3 221	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 222	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 223	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 224	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 225	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 226	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 227	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 228	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 229	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 230	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 231	3	3	1	1	1	0	-

CHF 2k20 3 232	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 233	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 234	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 235	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 236	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 237	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 238	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 239	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 240	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 241	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 242	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 243	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 244	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 245	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 246	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 247	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 248	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 249	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 250	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 251	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 252	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 253	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 254	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 255	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 256	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 257	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 258	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 259	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 260	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 261	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 262	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 263	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 264	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 265	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 266	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 267	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 268	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 269	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 270	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 271	3	3	1	2	3	0	-
CHF 2k20 3 272	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 273	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 274	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 275	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 276	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 277	3	3	2	1	4	0	-
CHF 2k20 3 278	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 279	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 280	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 281	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 282	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 283	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 284	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 285	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 286	3	3	1	2	5	0	-
CHF 2k20 3 287	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 288	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 289	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 290	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 291	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 292	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 293	3	3	3	1	5	0	-
CHF 2k20 3 294	3	3	3	1	2	0	-
CHF 2k20 3 295	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 296	3	3	1	1	3	0	-
CHF 2k20 3 297	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 298	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 299	3	3	1	2	1	2	1
CHF 2k20 3 300	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 301	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 302	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 303	3	3	1	1	2	0	-
CHF 2k20 3 304	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 305	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 306	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 307	3	3	2	1	4	0	-
CHF 2k20 3 308	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 309	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 310	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 311	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 312	3	3	2	1	1	2	1
CHF 2k20 3 313	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 314	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 315	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 316	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 317	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 318	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 319	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 320	3	3	2	1	5	0	-
CHF 2k20 3 321	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 322	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 323	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 324	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 325	3	3	2	1	1	0	-

CHF 2k20 3 326	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 327	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 328	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 329	3	3	2	1	5	0	-
CHF 2k20 3 330	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 331	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 332	3	3	1	2	3	0	-
CHF 2k20 3 333	3	3	2	1	1	2	1
CHF 2k20 3 334	3	3	2	1	2	0	-
CHF 2k20 3 335	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 336	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 337	3	3	1	2	1	0	-
CHF 2k20 3 338	3	3	3	1	3	0	-
CHF 2k20 3 339	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 340	3	3	2	1	1	0	-
CHF 2k20 3 341	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 342	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 343	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 344	3	3	1	1	1	0	-
CHF 2k20 3 345	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 346	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 347	3	3	2	1	3	0	-
CHF 2k20 3 348	3	3	2	1	3	0	-

VO 1: V jakém formátu je obsah ve skupinách nejčastěji publikován?

H1 – výsledky a interpretace
<i>Nejčastěji publikovanými příspěvky jsou obrázky/fotografie doplněné o textový popis.</i>
Potvrzeno

Celkem	Hod. 1	Hod. 2	Hod. 3
1056	426	594	36
	40,3%	56,3%	3,4%

VO 2: Jaká je tematická skladba příspěvků publikovaných ve skupinách?

H1 – výsledky a interpretace
<i>Nejvíce příspěvků je věnováno tématu výměny zkušeností.</i>
Vyvráceno

Celkem	Hod. 1	Hod. 2	Hod. 3	Hod. 4	Hod. 5
1056	391	172	424	14	55
	37%	16,3%	40,2%	1,3%	5,2%

H2 – výsledky a interpretace
<i>Výskyt jednotlivých témat se napříč skupinami liší.</i>
Potvrzeno

Témata dle skupin	Celkem	Hod. 1	Hod. 2	Hod. 3	Hod. 4	Hod. 5
DÝMKÁŘI	64	30	27	7	0	0
		46,9%	42,2%	10,9%	0,0%	0,0%
Czech Hookah	346	121	85	112	4	24
		35,0%	24,6%	32,4%	1,2%	6,9%
CH Forum	646	240	60	305	10	31
		37,2%	9,3%	47,2%	1,5%	4,8%

VO 3: Vyskytuje se v analyzovaných skupinách komerční komunikace?

H1 – výsledky a interpretace
<i>V analyzovaném období se ve skupinách vyskytuje přímá i nepřímá komerční komunikace.</i>
Potvrzeno

Celkem	Hod. 0	Hod. 1	Hod. 2	Celkem
1056	1006	7	43	114
	95,3%	0,7%	4,1%	

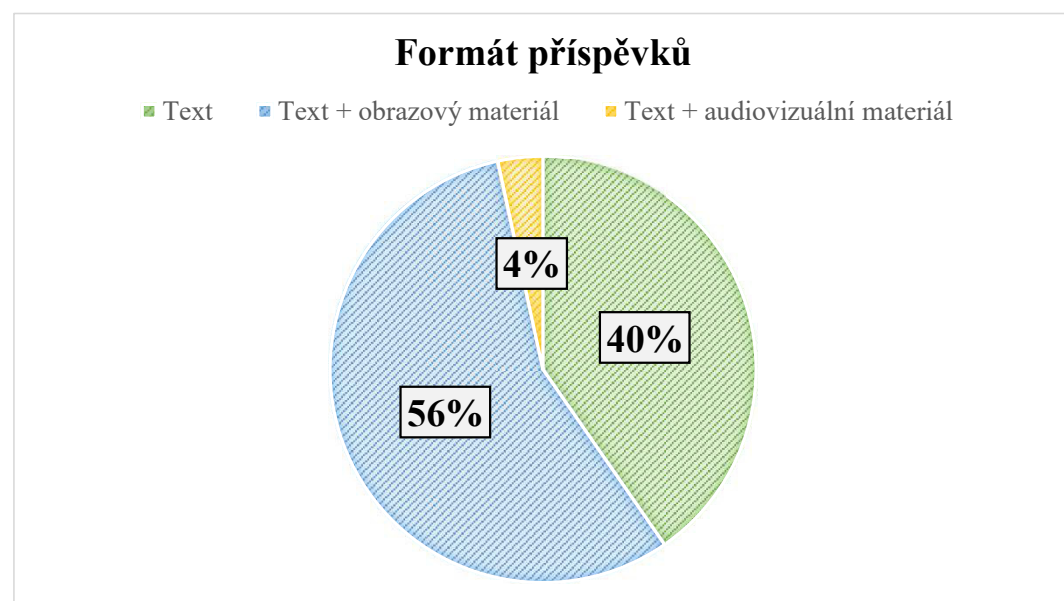
H2 – výsledky a interpretace
<i>Nejvíce komerčních příspěvků je věnováno tématu výhod.</i>
Vyvráceno

Celkem	Hod. 1	Hod. 2	Hod. 3	Hod. 4
50	32	6	3	9
	64%	12%	6%	18%

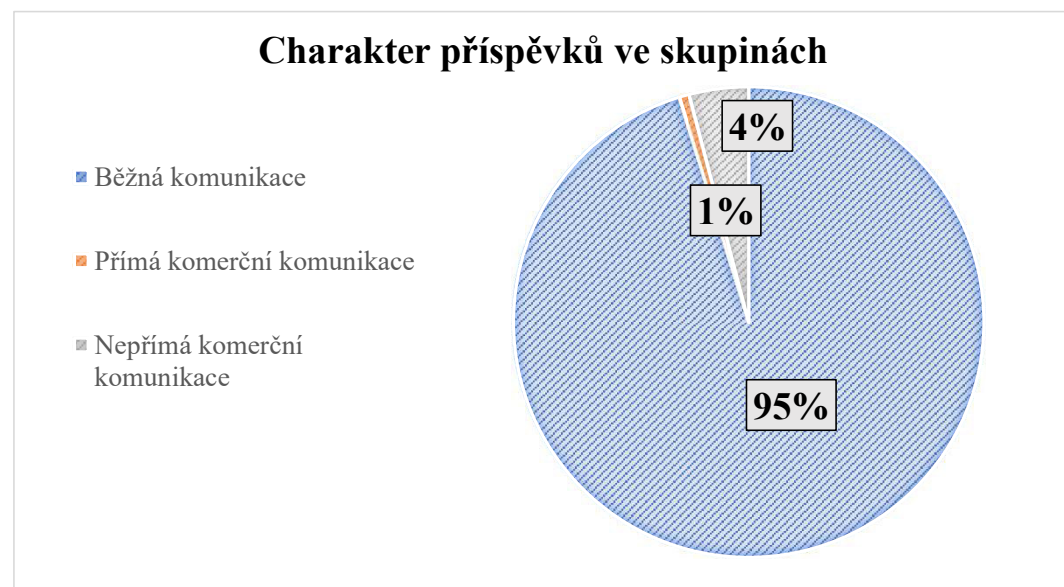
Hod. 1	Hod. 2
85	29
74,6%	25,4%

Témata dle skupin	Celkem	Hod. 1	Hod. 2	Hod. 3	Hod. 4	Hod. 5
DÝMKÁŘI	64	30	27	7	0	0
		46,9%	42,2%	10,9%	0,0%	0,0%
Czech Hookah	346	121	85	112	4	24
		35,0%	24,6%	32,4%	1,2%	6,9%
CH Forum	646	240	60	305	10	31
		37,2%	9,3%	47,2%	1,5%	4,8%

VO 1: H1 – graf č. 1	Celkem	Text	Text + obrazový materiál	Text + audiovizuální materiál
	1056	426	594	36



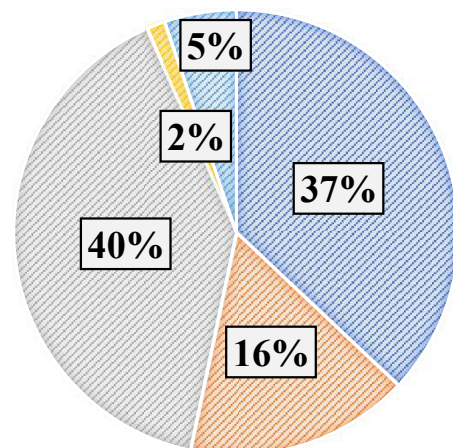
VO 3: H1 – graf č. 1	Běžná komunikace	Přímá komerční komunikace	Nepřímá komerční komunikace
	1006	7	43



VO 2: H1 – graf č. 1	Celkem	Výměna zkušeností	Nákup/prodej dýmkařského vybavení a tabáků	Sdílení kuřáckého zážitku	Recenze	Ostatní obsah
	1056	391	172	424	14	55

Tematická skladba příspěvků

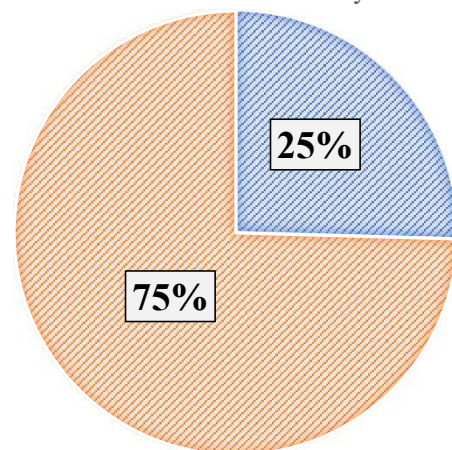
- Výměna zkušeností
- Nákup/prodej dýmkařského vybavení a tabáků
- Sdílení kuřáckého zážitku
- Recenze
- Ostatní obsah



VO 3: H1 – graf č. 2	Celkem	Komerční sdělení	Běžný obsah
	114	29	85

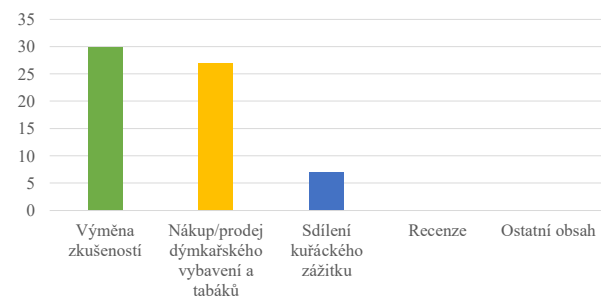
Charakter příspěvků s externím odkazem

- Komerční sdělení
- Běžný obsah

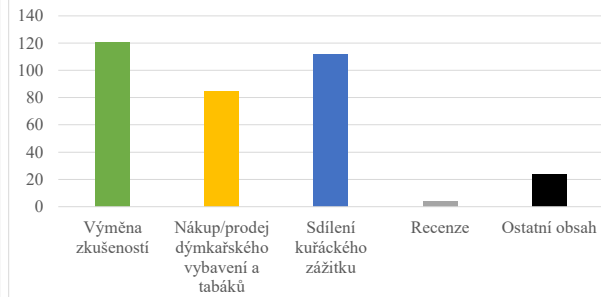


VO 2: H2 – graf č. 1–3	Celkem	Výměna zkušeností	Nákup/prodej dýmkařského vybavení a tabáků	Sdílení kuřáckého zážitku	Recenze	Ostatní obsah
DÝMKÁŘI	64	30	27	7	0	0
Czech Hookah	346	121	85	112	4	24
Czech Hookah Forum	646	240	60	305	10	31

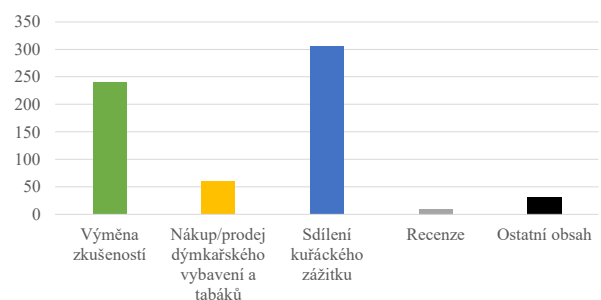
Tematická skladba příspěvků DÝMKÁŘI



Tematická skladba příspěvků Czech Hookah



Tematická skladba příspěvků Czech Hookah Forum



VO 2: H2 – graf č. 1	Celkem	Produkty	Soutěže	Výhody	Pořádané akce
	50	32	6	3	9

Charakter komerčního sdělení

