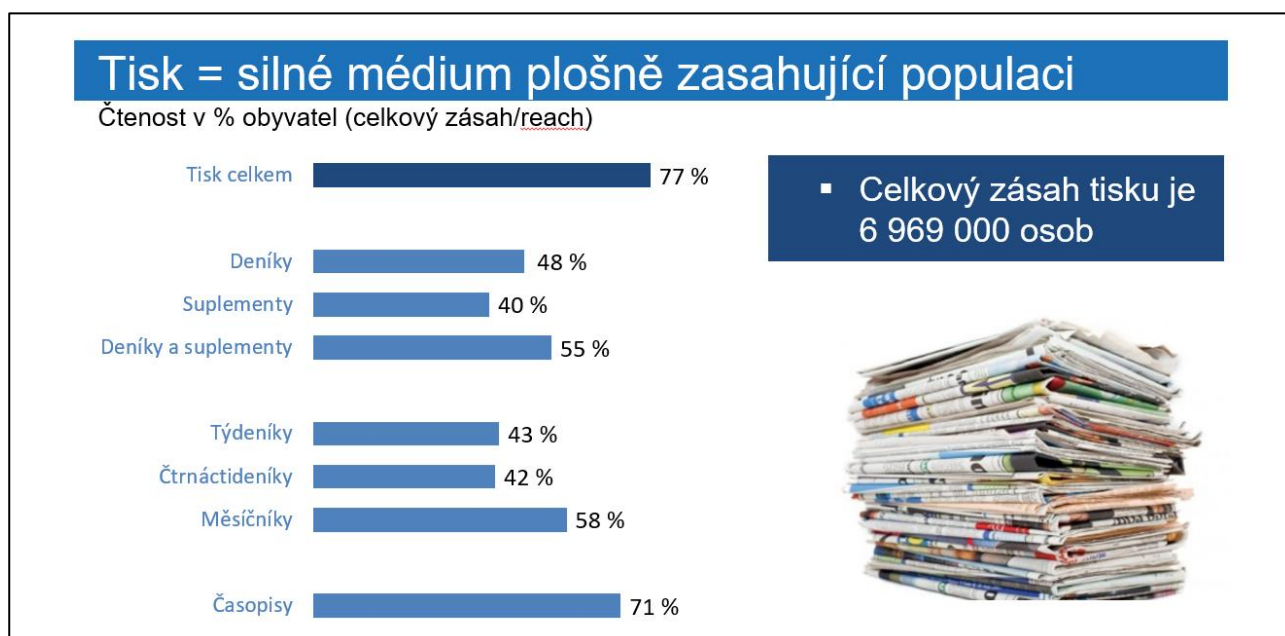


Tisková zpráva k výsledkům výzkumu MEDIA PROJEKT za 3. čtvrtletí 2024 až 2. čtvrtletí 2025

Čtenářů tisku je téměř 7 milionů

(Praha, 14. srpna 2025) **Nejnovější výsledky jednotného výzkumu čtenosti periodického tisku MEDIA PROJEKT za období od třetího čtvrtletí 2024 do druhého čtvrtletí 2025 byly předány a zveřejněny ve čtvrtek 14. 8. 2025 v Presscentru ČTK. Printové tituly dosáhly i za toto období opět průměrného zásahu 77 % české populace ve věku 12 až 79 let, což představuje 6 969 000 osob. Tisk je stabilním a silným médiem, protože ve stejném období 12 měsíců, jako jsou výsledky MEDIA PROJEKTU, bylo prodáno více než 86 milionů jednotlivých výtisků deníků a více než 64 milionů výtisků časopisů (období 1.7.2024-30.6.2025, zdroj: auditem ověřená data ABC ČR).**

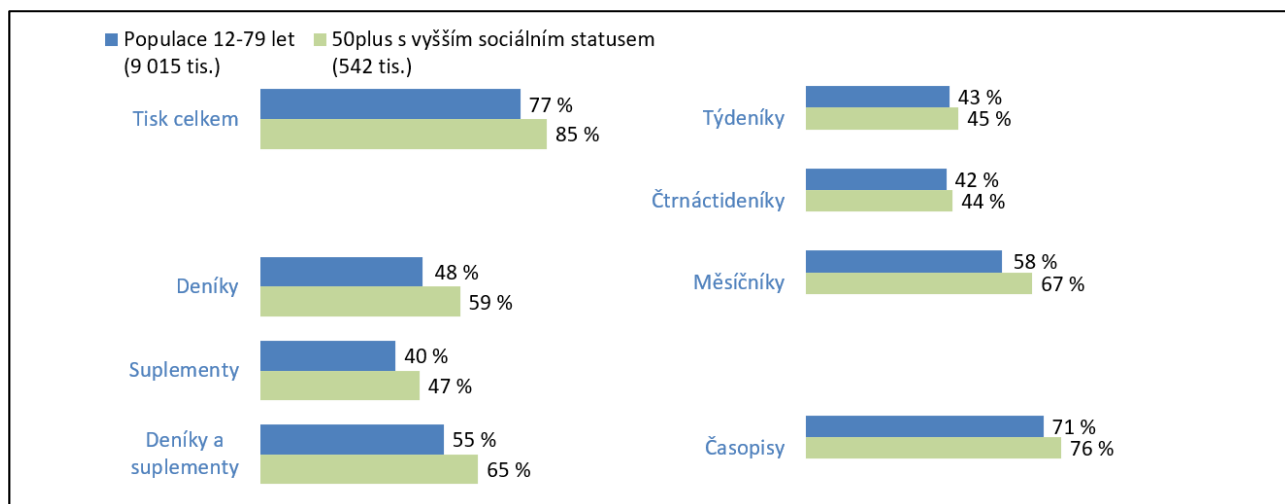


Zdroj: MEDIA PROJEKT, 3. Q 2024 až 2. Q 2025, realizace MEDIAN a STEM/MARK, zadavatelé: Česká unie vydavatelů a ASMEA

Deníky a jejich přílohy čte nadpoloviční většina, přesně 55 % z celé populace. Časopisy čte 71 % obyvatel z uvedené populační skupiny. Podrobnější data o počtech čtenářů tisku znázorňuje výše uvedený graf.

Výsledky zahrnují odpovědi téměř 13 500 respondentů o tom, jak četli celkem 128 titulů deníků, příloh a časopisů vydávaných vydavateli, kteří se podílí na financování výzkumu.

Realizátoři výzkumu se ve své prezentaci mimo základních výsledků věnovali také čtenářskému chování cílové skupiny 50+ s vyšším sociálním statutem. Příslušníci této skupiny vykazují výrazně vyšší afinitu ke čtení tištěných médií v porovnání s průměrnou populací (viz graf níže) a díky příjmům a společenskému postavení jsou významnou inzerční cílovou skupinou. Podobnou významnou sociodemografickou skupinou, kterou lze efektivně oslovit tiskovou reklamou, je například prémiová skupina čtenářů vlastníků rodinný dům a disponujících čistým příjmem nad 50 000 Kč, jejíž čtenářské chování bylo také tématem prezentace. Jako obvykle zazněly na srpnové prezentaci také informace o čtení v letním období, kdy stoupá čtenost některých žánrových skupin tisku o 5 až 10 %.



Zdroj: MEDIA PROJEKT, 3. Q 2024 až 2. Q 2025, realizace MEDIAN a STEM/MARK, zadavatelé: Česká unie vydavatelů a ASMEA

Dalšími součástmi programu bylo vystoupení Zdeňka Kubeny z mediální agentury KNOWLIMITS na téma strategie distribuce reklamních investic mezi jednotlivé mediatypy a přínos printové inzerce pro jejich úspěšnost a prezentace Markéty Jelínkové ze společnosti ALBERT, která představila případovou studii o využití tiskové inzerce v reklamních kampaních retailového řetězce.

Předseda správní rady České unie vydavatelů Tomáš Tkačík se v úvodním vystoupení věnoval také přípravě pokračování výzkumu čtenosti od roku 2027 a pozitivním ekologickým aspektům tištěných médií, které v současné době hrají nezanedbatelnou roli při rozhodování inzerentů o distribuci svých reklamních investic.

Další informace

Podrobné údaje o počtu čtenářů a GRP jednotlivých titulů jsou uvedeny v příloze.

Více informací a metodologii výzkumu, jednotlivé prezentace a videozáznam akce lze nalézt také na [webové stránce České unie vydavatelů](#).

Česká unie vydavatelů (ČUV) je profesní asociace vydavatelů České republiky, která zastupuje 44 členů se 400 tištěnými a více než 200 online tituly. Tištěné tituly členů ČUV mají zásah 77 % populace České republiky, online tituly tvoří převážnou většinu online obsahu vytvářeného v České republice. Členové ČUV zaměstnávají na 5000 pracovníků ve svých společnostech a podílejí se zásadně na reklamním trhu ČR.

ČUV je členem evropských vydavatelských asociací EMMA - ENPA a světových vydavatelských asociací WAN IFRA a FIPP.

Kontakt: Česká unie vydavatelů, Pobřežní 370/4, 186 00 Praha 8, tel.: +420 222 329 730, e-mail: info@cuv.cz, www.cuv.cz