



MEDIA PROJEKT

3. čtvrtletí 2024 – 2. čtvrtletí 2025

Zadavatelé výzkumu:



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

Realizátoři výzkumu:



STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG



MEDIA PROJEKT

1. čtvrtletí 2024 – 4. čtvrtletí 2024

Program prezentace:

- aktuální data o zásahu a čtenosti tisku a sledovaných titulů,
- strategie distribuce reklamních investic mezi jednotlivé mediatypy a přínos printové inzerce pro jejich úspěšnost (Zdeněk Kubena, KNOWLIMITS),
- případová studie - využití tiskové inzerce v reklamních kampaních retailového řetězce (Markéta Jelínková, ALBERT).



1. Celkový zásah tisku

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ

DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA



MEDIAN

STEM²MARK

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Základní parametry výzkumu

- Realizace MEDIAN a STEM/MARK

Stratifikovaný náhodný výběr lokalit

- adresní výběr kombinovaný s náhodným výběrem v lokalitě s kvótním zakončením
prostý náhodný výběr (CAPI)

- Face to face dotazování s využitím notebooku (CAPI) = největší mediální F2F výzkum
CAPI, CAWI, CATI + fúze

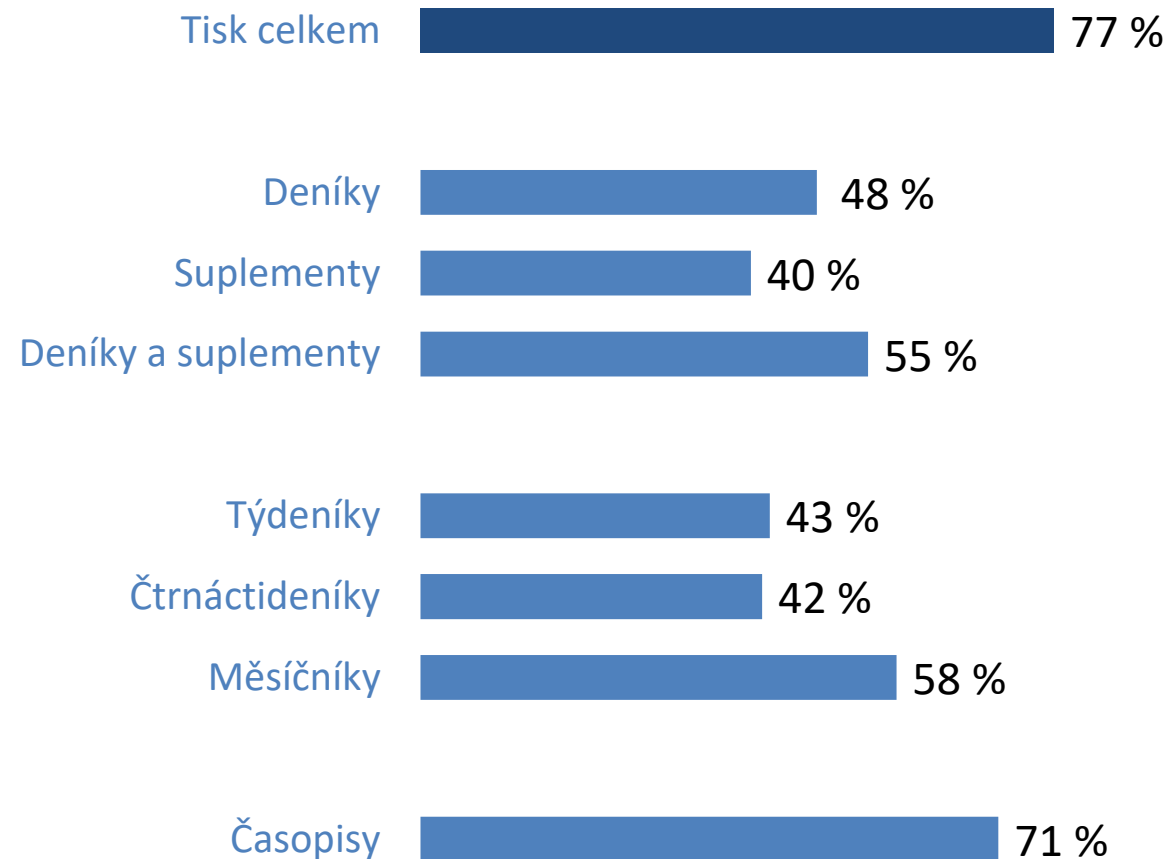
- Část dotazníku vyplněna samostatně respondentem

- Vzorek 13 564 respondentů

- Průměrná délka rozhovoru cca 22,5 minuty

Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

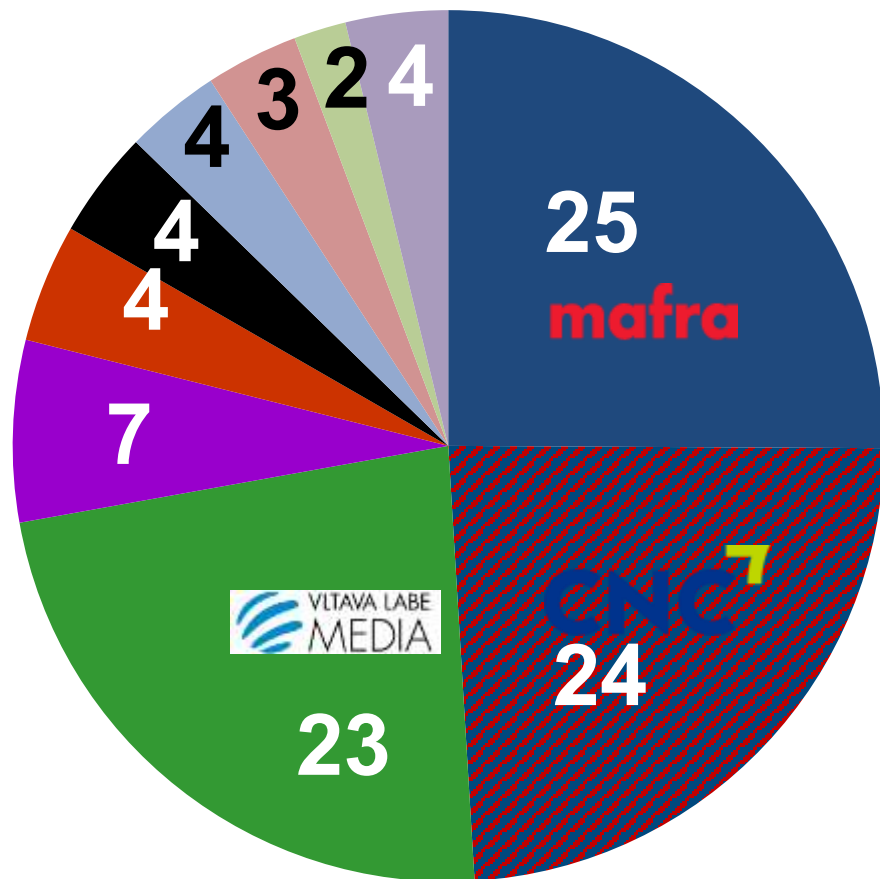
Čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



▪ Celkový zásah tisku je 6 969 000 osob



Vydavatelské domy (podíl na trhu v %)



- MAFRA
- Czech News Center, a.s.
- VLTAVA LABE MEDIA
- BurdaMedia Extra
- Extra Publishing
- RF hobby
- Borgis
- Business Media CZ
- Media Rey, S. E.
- Ostatní



2. Data o čtenosti titulů za 3. čtvrtletí 2024 až 2. čtvrtletí roku 2025

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



MEDIAN



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ

DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

STEM**MARK**

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Čtenost - deníky

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ

DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA



MEDIAN

STEM**MARK**

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Celostátní placené deníky

Čtenost na vydání v tis. čtenářů / GRP v %

Čtenáři deníků jsou nadprůměrně často:

- Vysokoškolsky vzdělaní
- Z vyšší socioekonomické třídy



	Čtenost	GRP
Blesk	458	9,25
* MF DNES	369	8,34
Sport	138	3,31
Právo	129	2,74
Aha!	113	1,83
Hospodářské noviny	105	1,87
DENÍK ČR	315	6,43

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Regionální placené deníky

Čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- Mají zahradu
- Mají rodinný dům
- Rozhodují o financích



DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	68
* DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	50
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	43
* DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	35
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	33
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	31
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	24
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	23
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	17

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Deníky zdarma

Čtenost na vydání v tis. čtenářů / GRP v %

Čtenáři deníků zdarma:

	Čtenost	GRP
Metro	281	5,42

- Mají VŠ vzdělání
- Nadprůměrně vybaveni čtecími zařízeními (tablet, čtečka)
- 41 % patří do A a B kategorií (v populaci je to 31 %)



* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Suplementy

Čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři přílohových titulů:

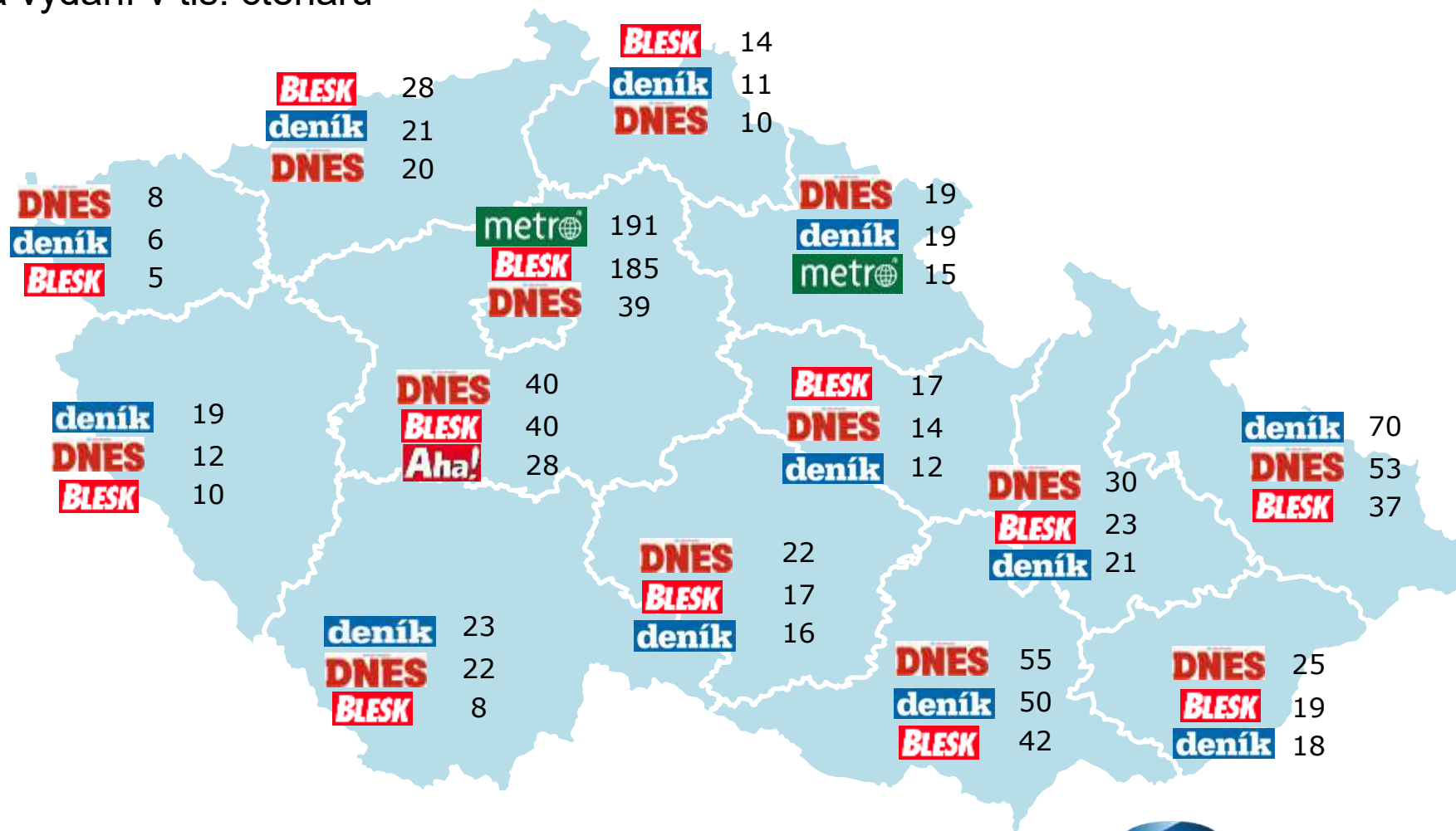
- 90 % z nich čte nějaký časopis (v delším období)
- Čtenář supplementu čte v průměru 1,6 supplementu během týdne
- Největší součtenost Magazín DNES + TV & Víkend DNES = 124 tis.

	Čtenost	GRP
Blesk magazín TV	501	21,38
TV magazín (celkem)	468	26,87
* Magazín DNES + TV	403	17,62
* Magazín Právo + TV	283	14,86
* Ona DNES	211	5,92
* Aha! TV	207	9,58
Sport magazín	192	5,97
Víkend DNES	189	3,75
TV pohoda (celkem)	189	13,15
* Doma DNES	143	2,66
Speciál DNES	117	1,81
Lidové noviny Orientace	93	2,37
Deník víkend	92	2,67
Dům & bydlení	82	1,81
Styl pro ženy	60	0,94

* *Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025*

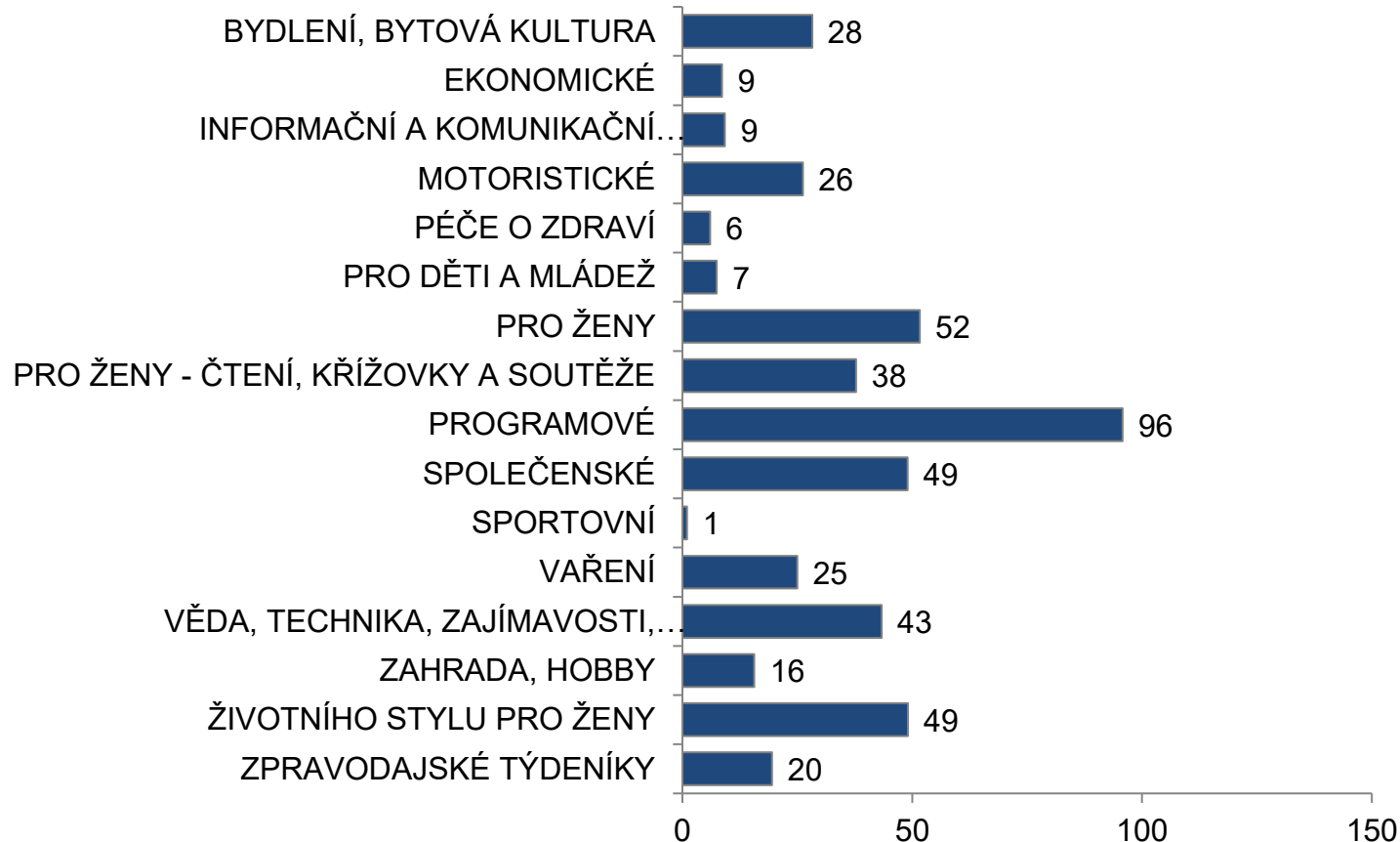
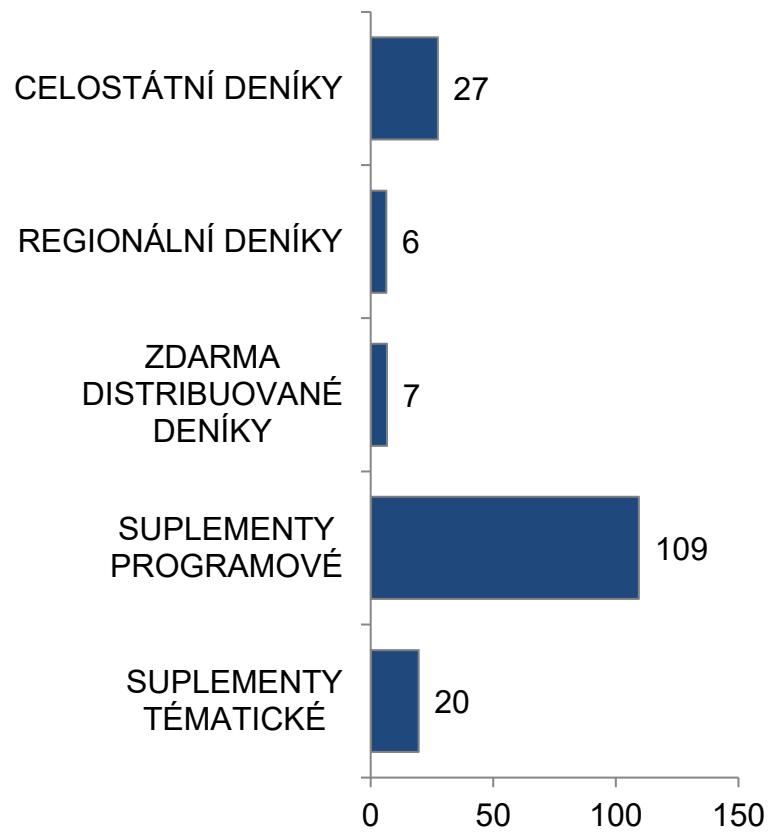
Deníky v regionech

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



GRP v % podle skupin tisků

Čtenost podle MEDIA PROJEKTU



Čtenost - časopisy

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ

DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA



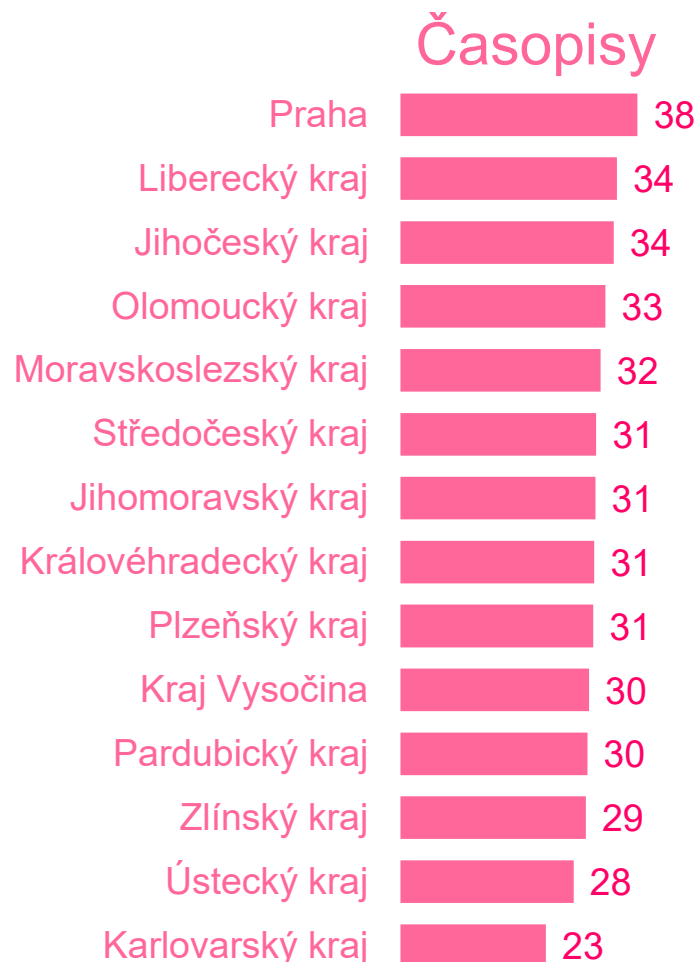
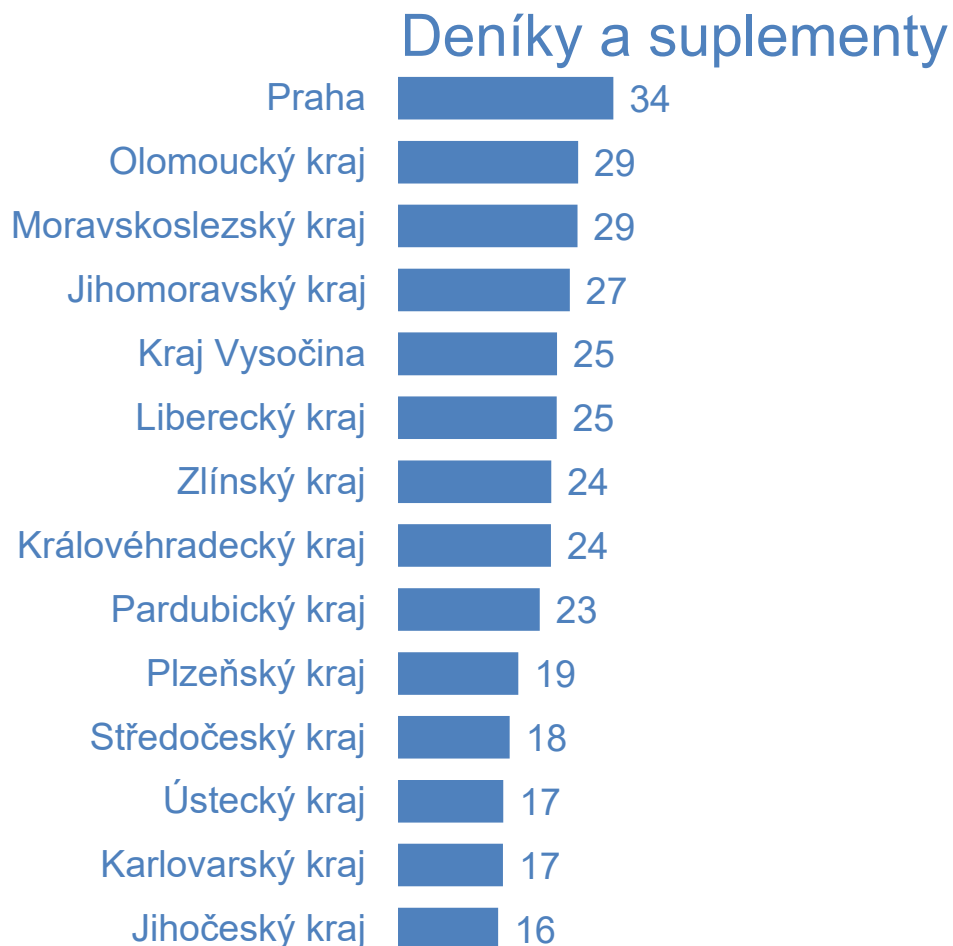
MEDIAN

STEM MARK

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

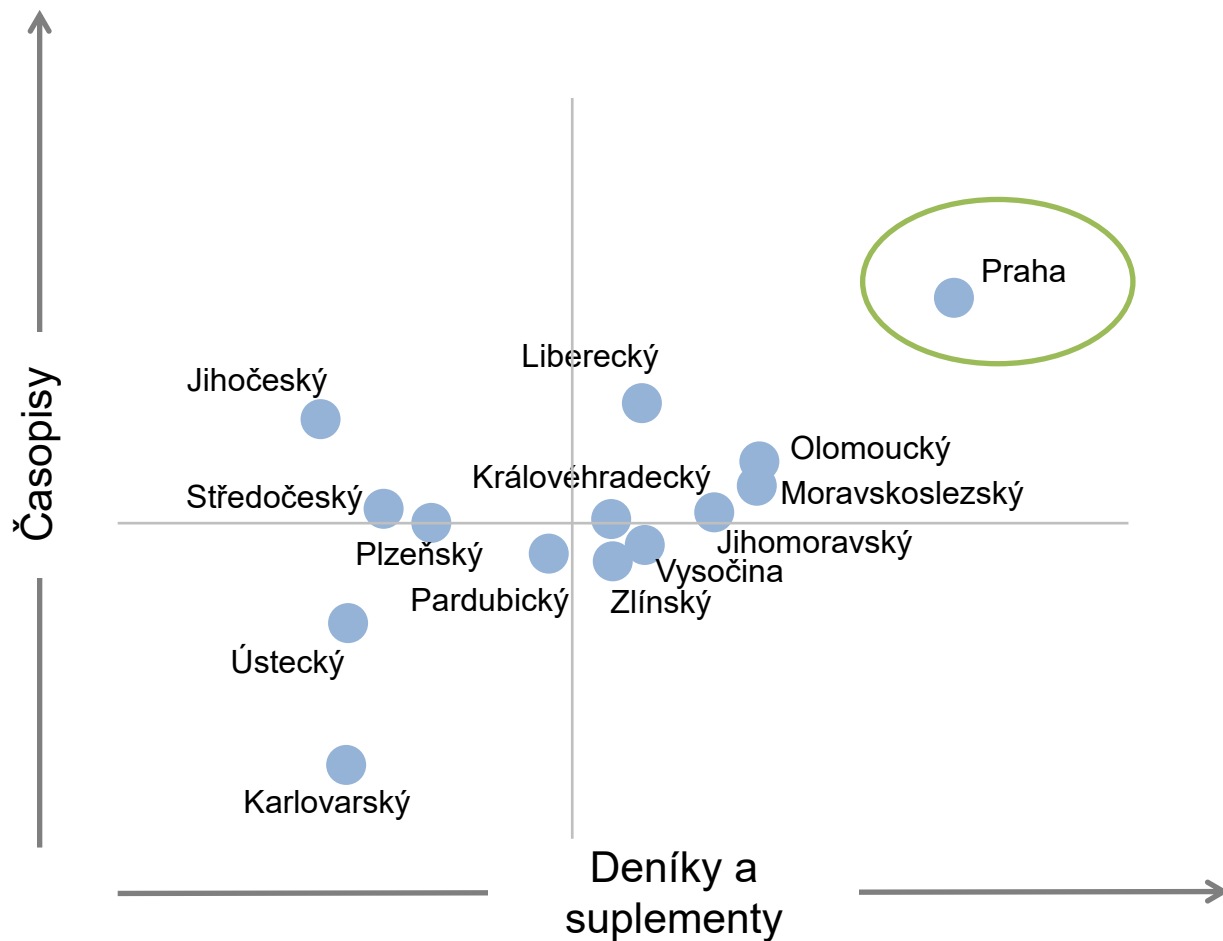
Čtenost v krajích

Stálí a pravidelní čtenáři alespoň 1 titulu – zásah v %



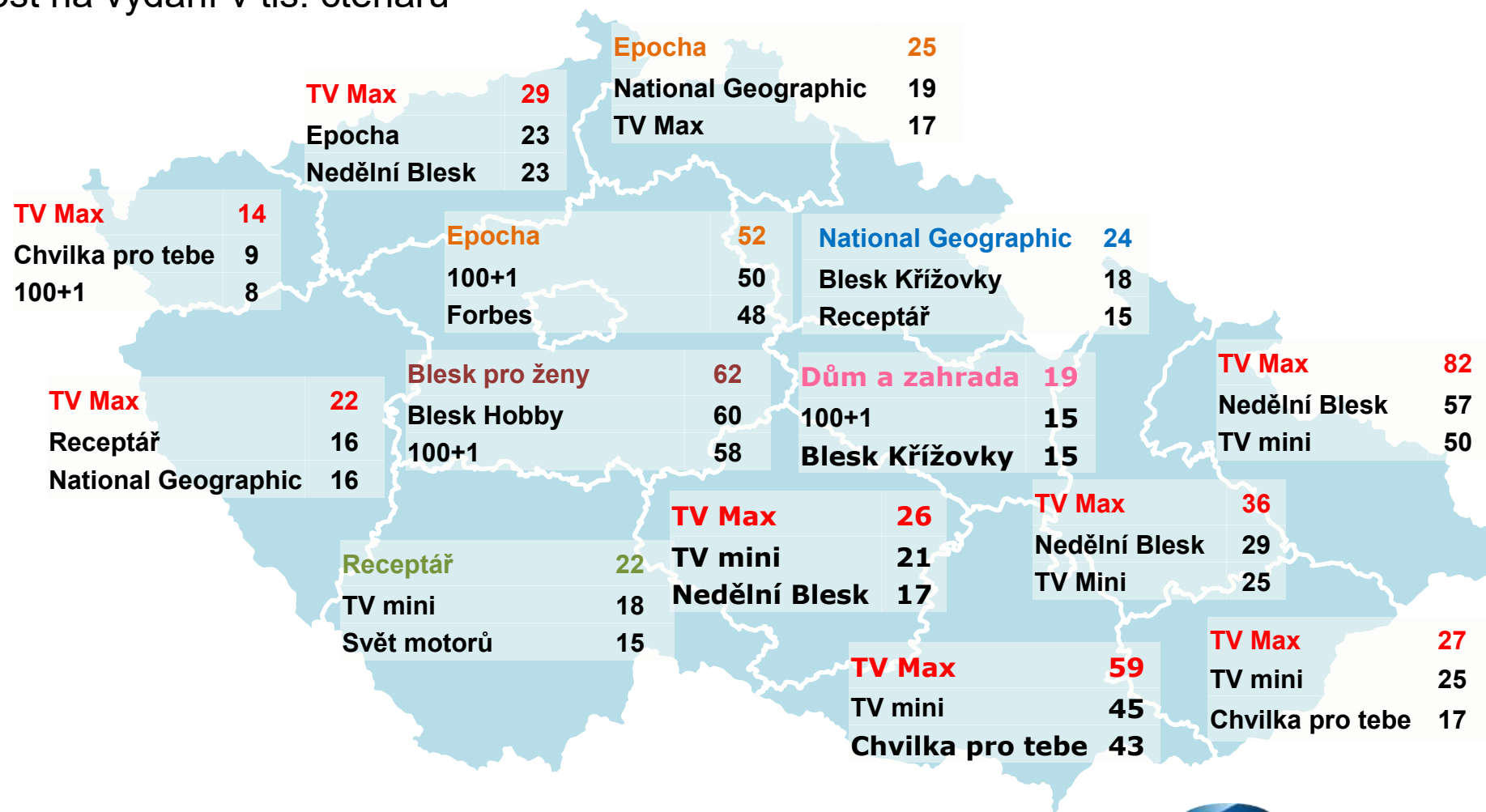
Čtenost v krajích

% obyvatel (stálí a pravidelní čtenáři)



Časopisy v regionech

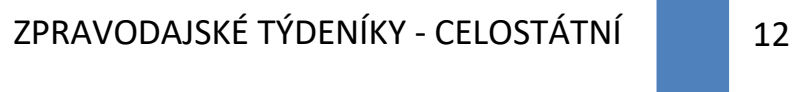
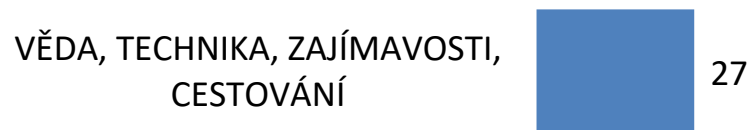
Čtenost na vydání v tis. čtenářů



TOP nárůsty čtenosti - mezikvartální

(v tis. čtenářů)

ŽÁNROVÉ SKUPINY



TITULY



TOP nárůsty čtenosti - meziroční

(v tis. čtenářů)

ŽÁNROVÉ SKUPINY

VĚDA, TECHNIKA, ZAJÍMAVOSTI,
CESTOVÁNÍ
(„Nový“ titul Koktejl)



MOTORISTICKÉ 59

EKONOMICKÉ 50
(„Nový“ titul E15 Magazín)

TITULY

Auto Tip 38

Bydlení 37

Svět motorů
Speciál 28

Auto Tip (do konce roku 2023 sledován jako čtrnáctideník)

Bydlení, bytová kultura

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



Častěji:

- Mají chatu nebo chalupu
- Součtenost Blesk bydlení + deník Blesk 49 tis.
- Mariane bydlení – téměř 71 % jsou ženy
- Svět kuchyní – téměř 54 % jsou muži

	Čtenost	GRP
Dům a zahrada	178	6,50
* Bydlení	131	3,83
* Blesk Bydlení	128	3,56
Můj dům	109	3,35
* Svět kuchyní	96	2,91
* Marianne Bydlení	93	1,81
Svět koupelen	87	2,97
Moderní byt	75	3,29

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Ekonomické

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
Forbes	191	6,46
* Ekonom	40	2,17
E15 Magazín	37	1,82

- Třetina rozhoduje v zaměstnání o financích
- Podíl mužů 2/3

Informační a komunikační technologie

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
Computer	102	4,97
Chip	91	4,28

- Mezi čtenáři jen 16 % žen
- 95 % má smartphone

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Motoristické

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
* Svět motorů Speciál	198	7,64
Auto Tip	177	7,16
* Svět motorů	133	5,76
Automobil	132	4,05
* Auto Tip Klassik	70	1,59

- Součtenost Svět motorů + Svět motorů Speciál 59 tis.

Péče o zdraví

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
* Blesk Zdraví	115	3,80
100+1 Zázraky medicíny	57	2,22

- Nejvíce čtou ve velkoměstech (nad 100 tis. ob.)
- 2/5 nakupuje zboží nebo služby na internetu alespoň jednou týdně

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Pro ženy

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
Chvilka pro tebe	265	9,97
Blesk pro ženy	263	9,98
Tina	153	6,29
Napsáno životem	135	3,79
* Vlasta	126	4,67
Překvapení	122	5,19
Čas na lásku	93	3,79
Aha! pro ženy	88	2,42

- Více čtou denní tisk než populace, nejvyšší index Blesk a Aha!
- Součtenost Chvilka pro tebe + Blesk pro ženy 40 tis.

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Programové

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
TV Max	416	27,70
* TV mini	293	23,59
* TV star	163	12,66
TV expres	157	11,25
* Týdeník Televize	117	7,35
TV Plus 14	106	7,62
TV Revue	85	5,59

- Alespoň jeden titul z kategorie Programové 1 312 tis. čtenářů. Jde o největší žánrovou skupinu před kategorií Společenské (1 175 tis.)
- Alespoň jeden titul z kategorie Programové a současně z kategorie Společenské - 272 tis. čtenářů

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Společenské

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



- Nejvyšší podíl mužů: 21. století (74 %)
- Nejvyšší podíl žen: Pestrý svět (78 %), Rytmus života (76 %)
- Součtenost titulů Rytmus života a Rytmus života RETRO je 36 tis.

	Čtenost	GRP
Nedělní Blesk	289	5,96
Epocha	276	13,17
* Rytmus života	254	8,53
* 21. století	182	6,79
Pestrý svět	138	4,75
Rytmus života RETRO	131	4,18
* Nedělní Aha!	106	2,02
Story	71	2,57

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Vaření

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
* Blesk Vaše recepty	161	7,84
* Apetit	154	9,39
Chvilka v kuchyni	104	3,13
Gurmet	96	4,62

- Třetinu tvoří muži
- Čtvrtina čtenářů Blesk Vaše recepty čte i deník Blesk

Sportovní

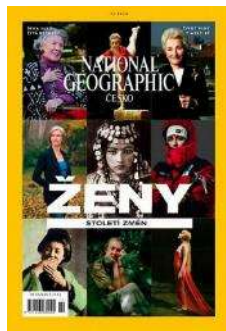


	Čtenost	GRP
Snow	50	1,00

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Věda, technika, zajímavosti, cestování

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



* 100+1	245	10,11
* National Geographic	240	9,15
* 100+1 historie	185	8,46
* Lidé a Země	147	6,36
Koktejl	123	5,09
* Živá historie	91	4,18

- Častěji vedoucí pracovníci a podnikatelé
- Součtenost 100+1 a 100+1 historie je 59 tis.

Zahrada, hobby

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
* Receptář	250	10.09
* Blesk Hobby	174	5,56

- Rodinný dům/chatu/zahradu mají 2/3
- Více než 1/5 čtenářů Blesk Hobby čte i deník Blesk

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Životního stylu pro ženy

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



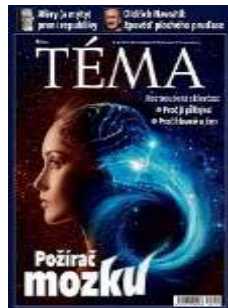
- Největší podíl žen je u titulu Žena a život – 90 % čtenářů tohoto titulu
- Největší podíl mužů je u titulu Esprit, stylový magazín – 56 % čtenářů tohoto titulu

	Čtenost	GRP
Žena a život	188	6,36
Svět ženy	184	5,01
Marianne	165	6,31
* Kreativ Praktická žena	163	8,51
* Moje psychologie	133	4,42
Cosmopolitan	122	4,47
* Elle	111	2,88
Glanc	106	3,71
ESPRIT, stylový magazín	93	2,35
* Vogue	89	2,93
Harper's Bazaar	72	1,84
Kondice	69	2,64
Burda style	67	4,53

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Zpravodajské týdeníky - celostátní

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
Reflex	177	6,80
* Týdeník Květy	151	6,05
* Téma	145	6,65

- Nejvíce v Praze a Středočeském kraji – dohromady 167 tis. čtenářů

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025

Pro ženy - čtení, křížovky a soutěže

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
* Blesk Křížovky	228	9,74
Chvilka pro luštění	164	7,47
* Nedělní Blesk Křížovky	150	7,13
Křížovkář TV magazín	146	6,75
* Nedělní Aha! Křížovky	130	6,67

- Blesk křížovky & Nedělní Blesk křížovky 86 tis.
- V průměru čtou (luští) 1,6 titulu

Pro děti a mládež

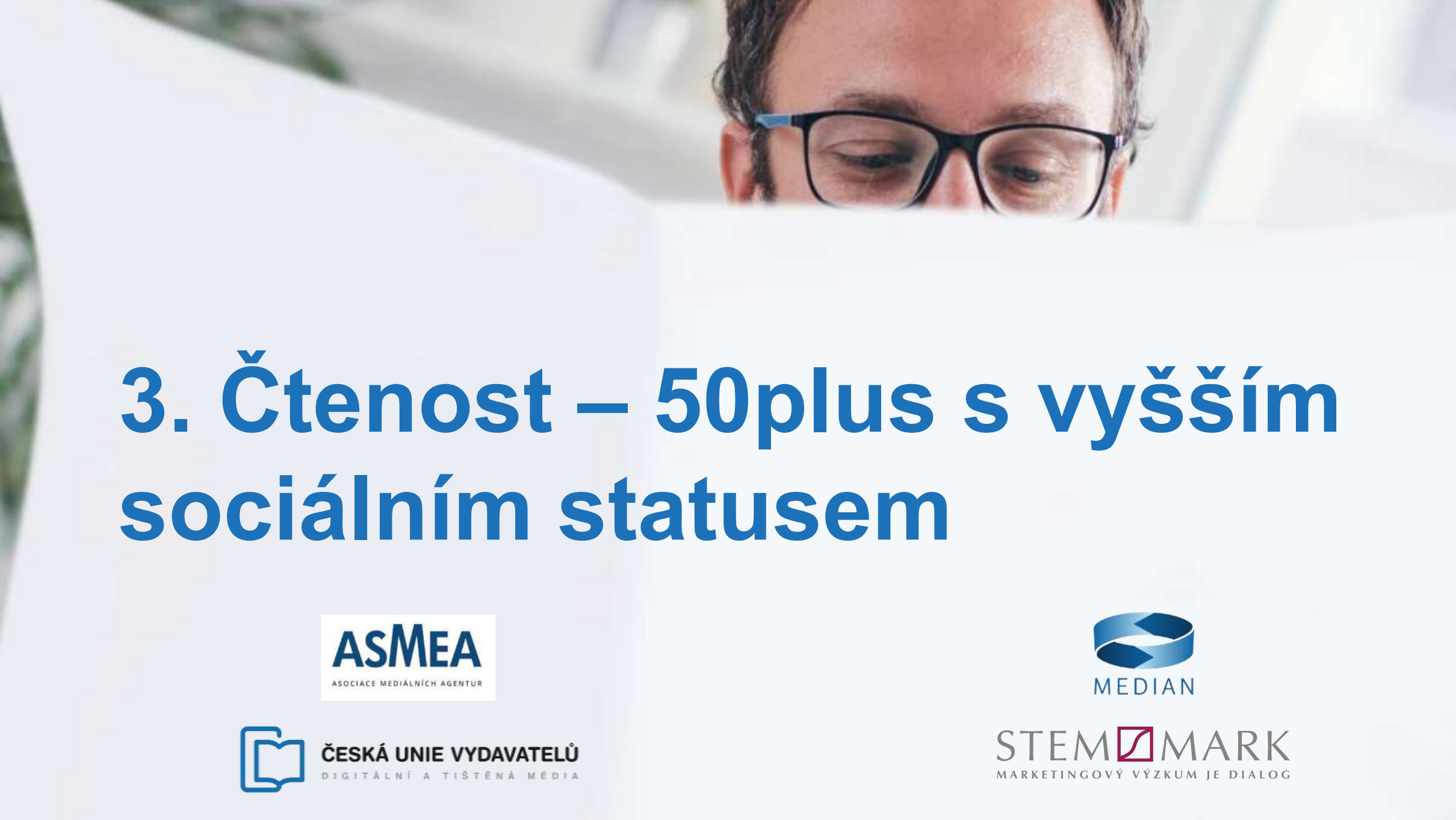
Čtenost na vydání v tis. čtenářů



	Čtenost	GRP
* ABC	141	7,48

- Přes polovinu ženatí/rozvedení – čtou i rodiče
- 2/5 čte nějaký titul ze skupiny
Věda, technika, zajímavosti, cestování

* Nárůst čtenosti oproti Q2/2024-Q1/2025



3. Čtenost – 50plus s vyšším sociálním statusem

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ

DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA



MEDIAN

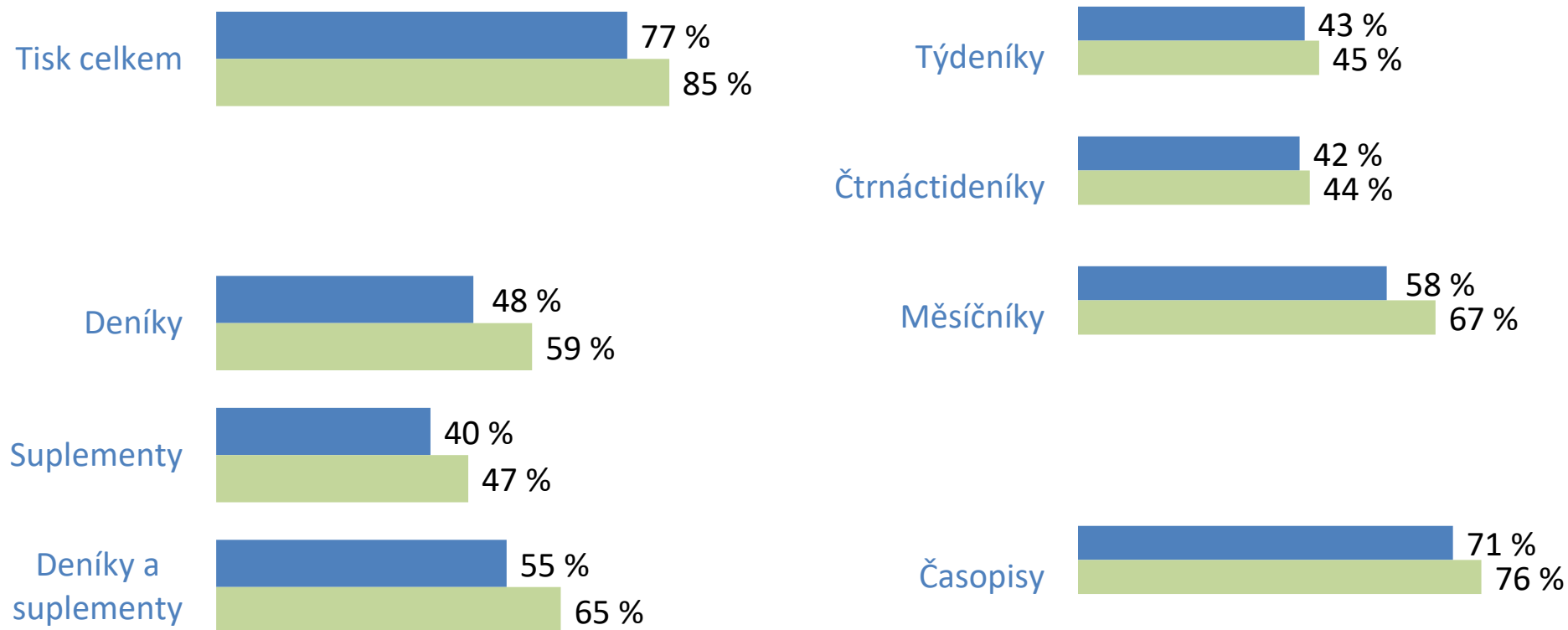
STEM²MARK

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Čtou více deníky i časopisy než populace

Čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)

■ Populace 12-79 let (9 015 tis.)
■ 50plus s vyšším sociálním statusem (542 tis.)

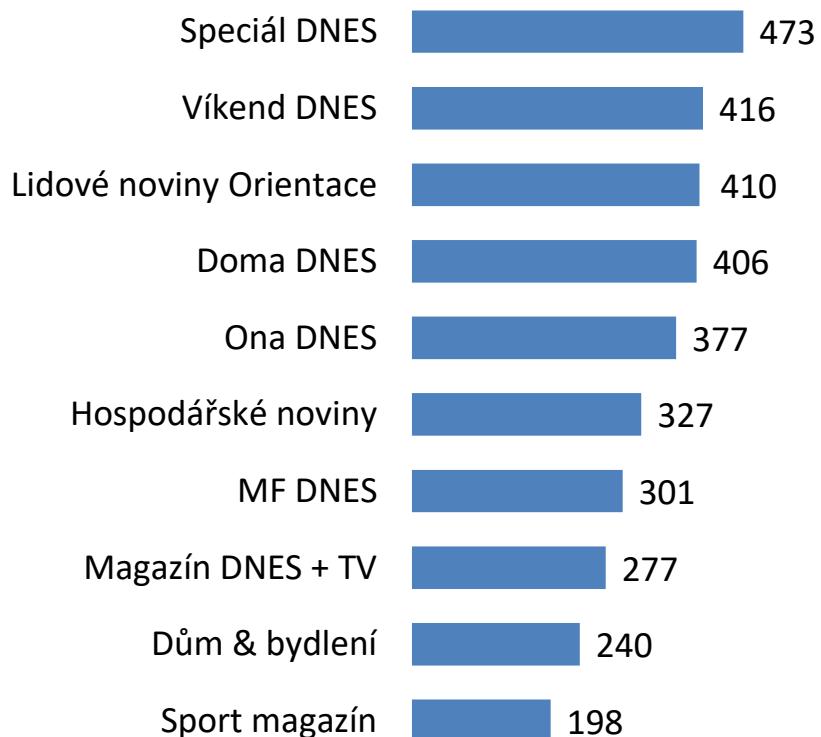


TOP tituly jsou čtené výrazně nadprůměrně

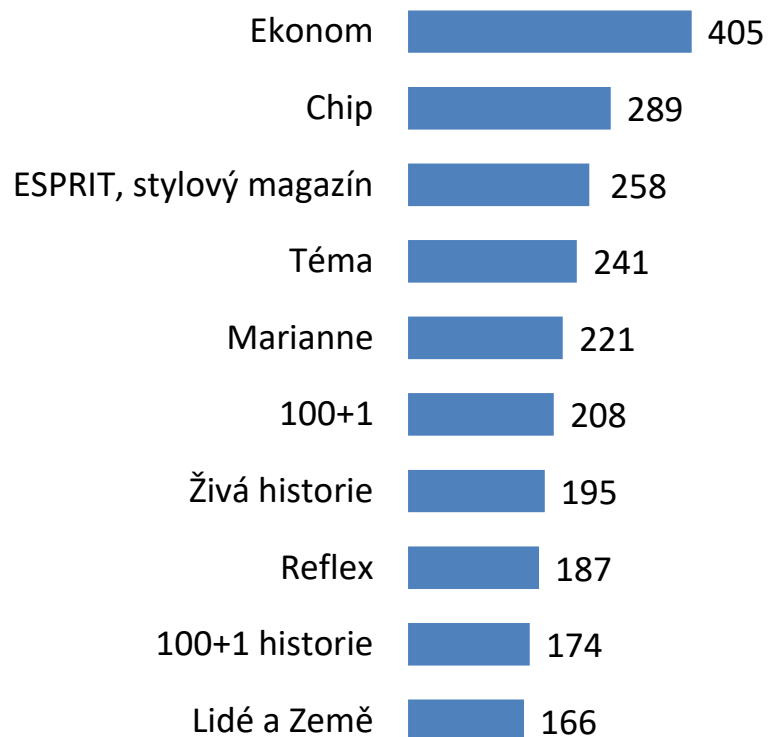
TOP 10 titulů (podle indexu afinity)

50plus s vyšším sociálním statusem

Deníky a suplementy

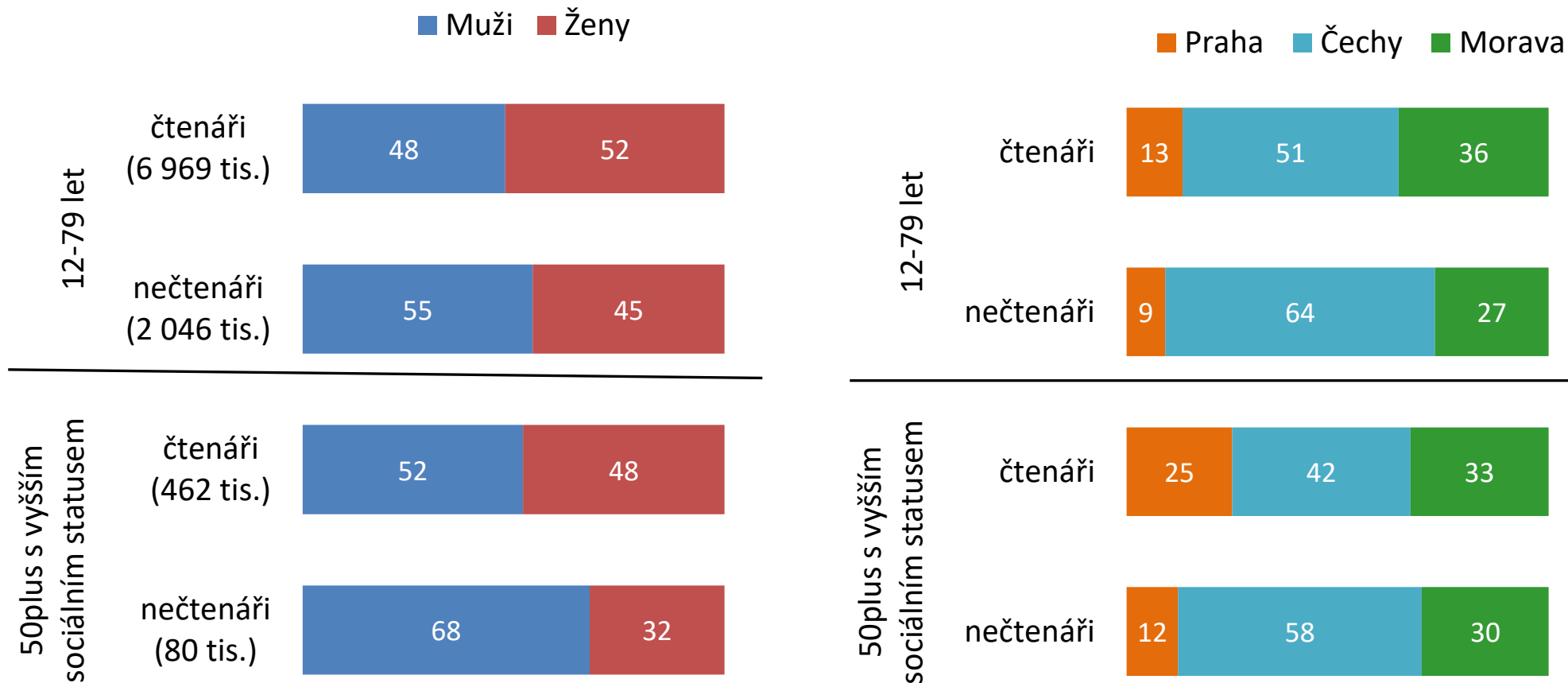


Časopisy



Čtenáři mají v Praze vyšší zastoupení než nečtenáři

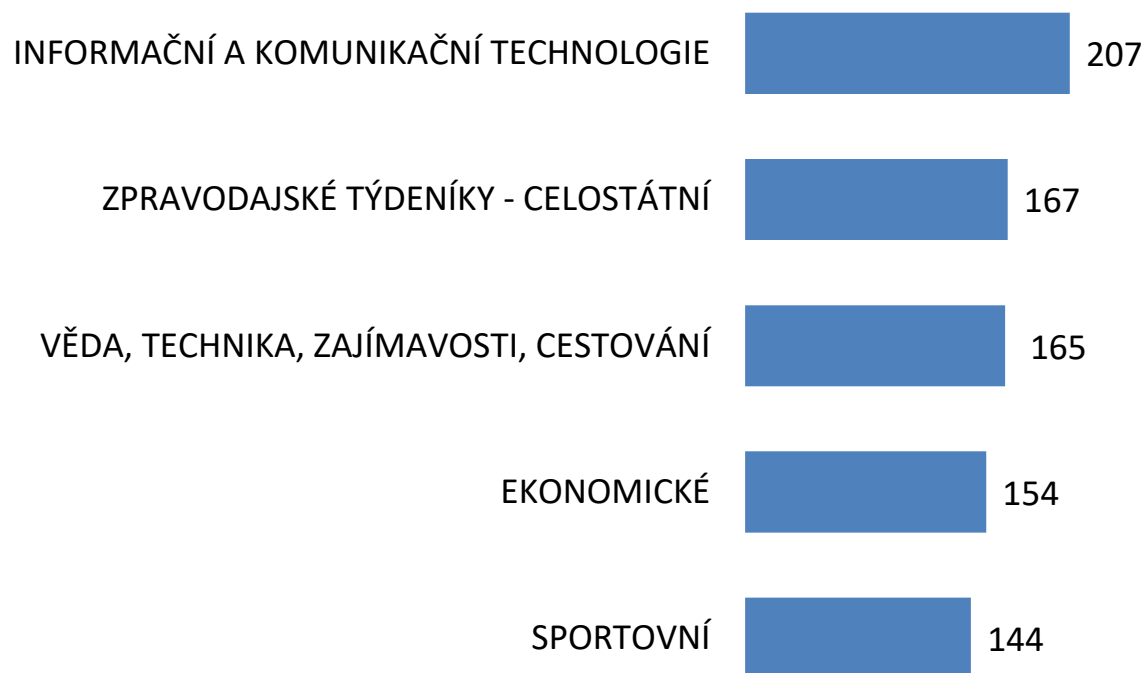
Struktura čtenářů a nečtenářů (delší období, údaje v %)



Více než populace čtou ...

TOP 5 žánrových skupin časopisů (podle indexu afinity)

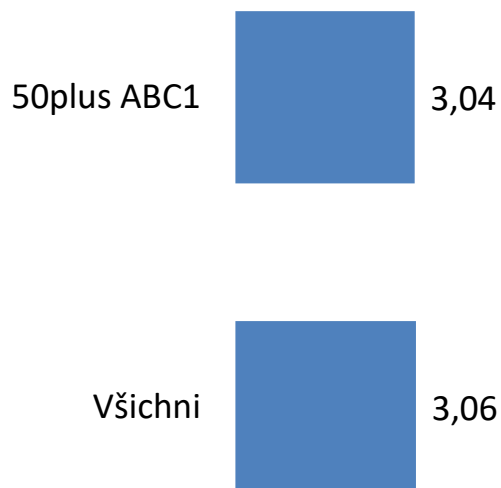
50plus s vyšším sociálním statusem



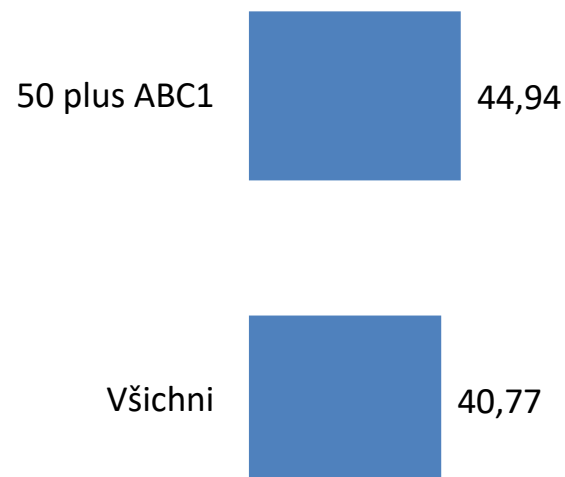
Kvalita čtení 50plus s vyšším sociálním statusem

Počet kontaktů a délka čtení

Průměrný počet kontaktů



Průměrná délka četby



V počtu kontaktů jsou 50 plus ABC srovnatelní s populací, ale v průměru čtou jeden titul o téměř 4 minuty delší dobu.



4. Čtenost – prémiový čtenář

ASMEA

ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ

DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA



MEDIAN

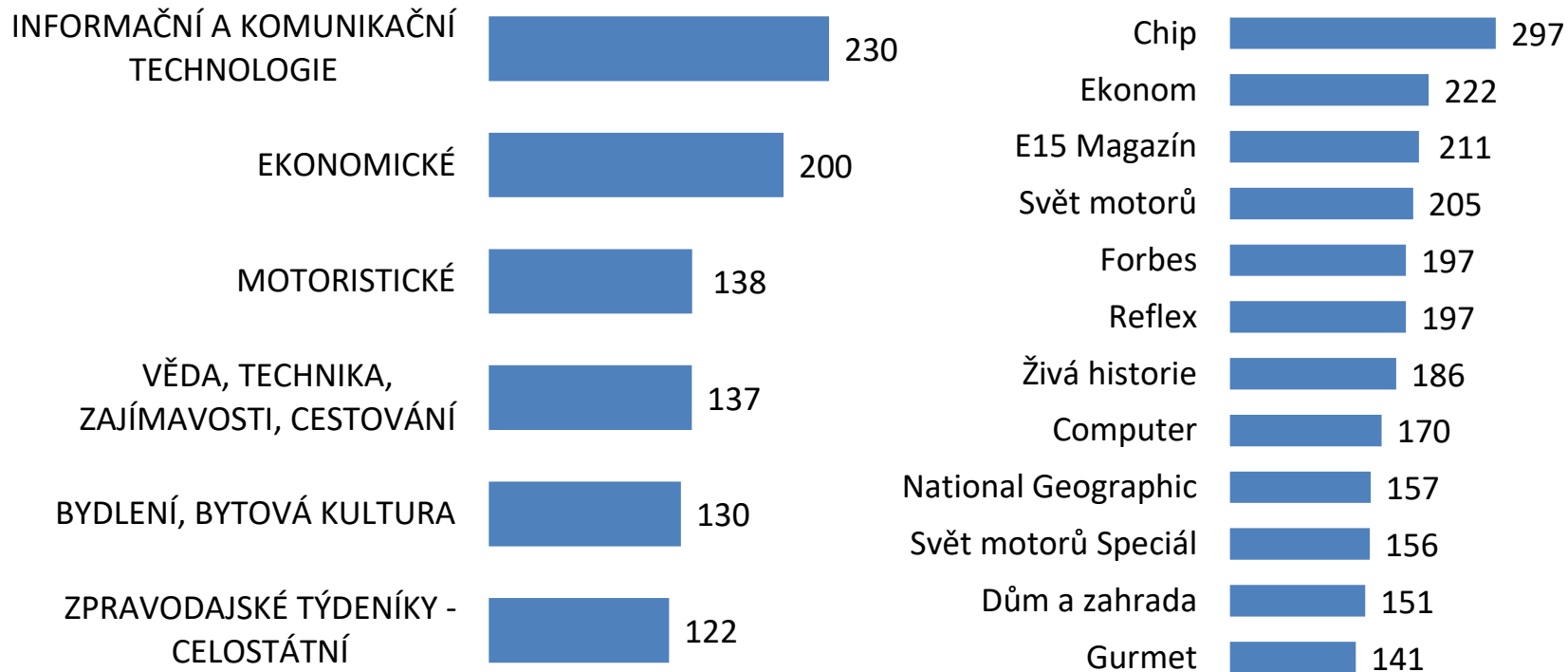
STEM²MARK

MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

CÍLOVÁ SKUPINA – RODINNÝ DŮM A OSOBNÍ ČISTÝ MĚSÍČNÍ PŘÍJEM NAD 50 TISÍC

NEJČTENĚJŠÍ ŽÁNROVÉ SKUPINY A TITULY PODLE INDEXU AFINITY

388 tis. lidí

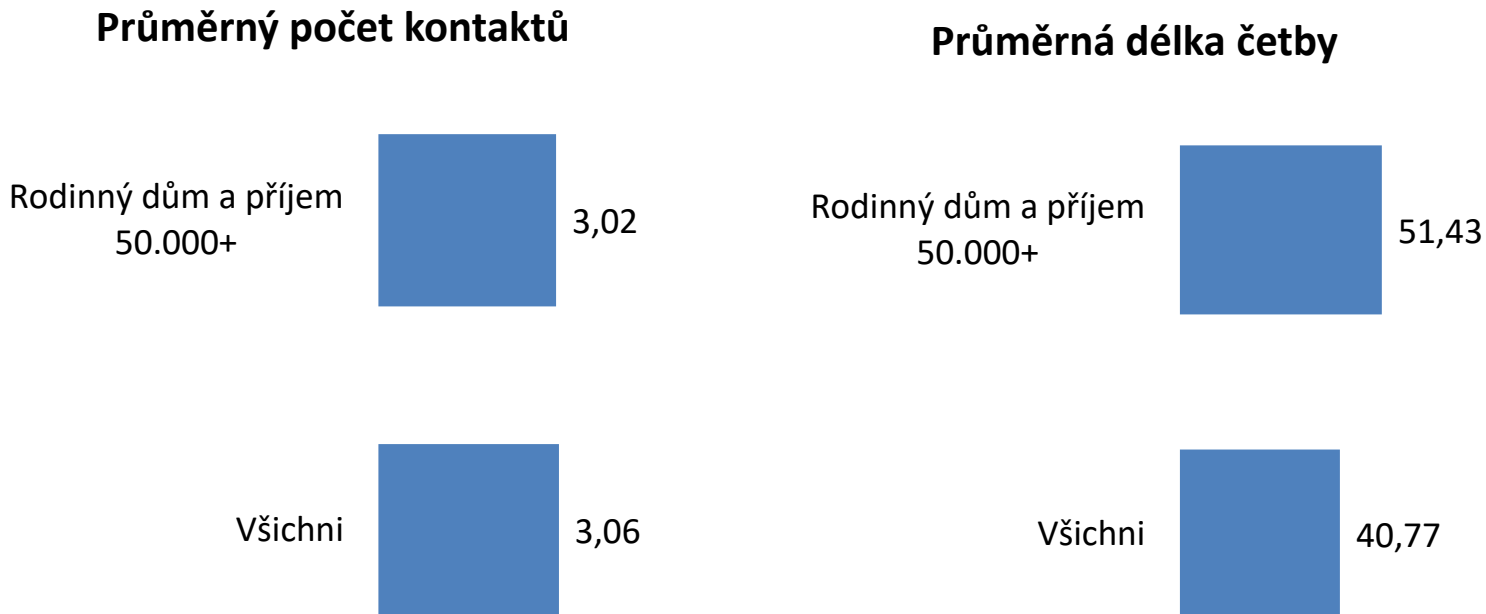


Typicky vysokoškolsky vzdělaní muži ze socioekonomické skupiny A, podnikatelé a vedoucí zaměstnanci, z menších obcí Středočeského, Jihočeského nebo Plzeňského kraje.



KVALITA ČTENÍ – RODINNÝ DŮM A OSOBNÍ ČISTÝ MĚSÍČNÍ PŘÍJEM NAD 50 TISÍC

Počet kontaktů a délka čtení



Lidé s rodinným domem a nadprůměrným příjmem mají nepatrně nižší počet kontaktů s tiskem, ale zato čtou o více než 10 minut déle

5. Letní čtení



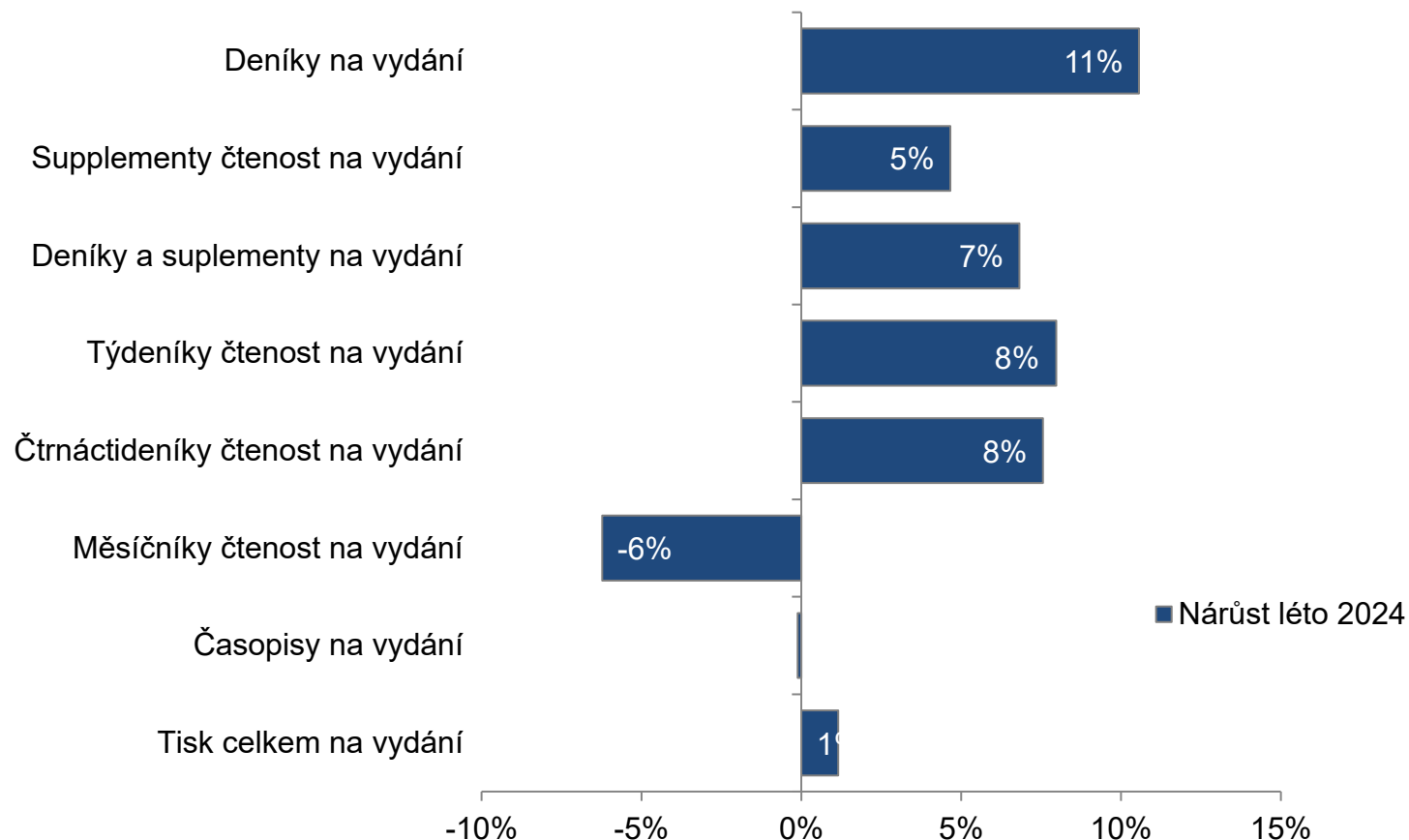
ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA



STEM²MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Souhrnné ukazatele o prázdninách, srovnání s průměrem roku

Nárůsty v létě 2024 v porovnání s průměrem roku



Čtenost dle MP 1.7. 2024 – 30.6.2025

MEDIA PROJEKT 3. čtvrtletí 2024 - 2. čtvrtletí 2025

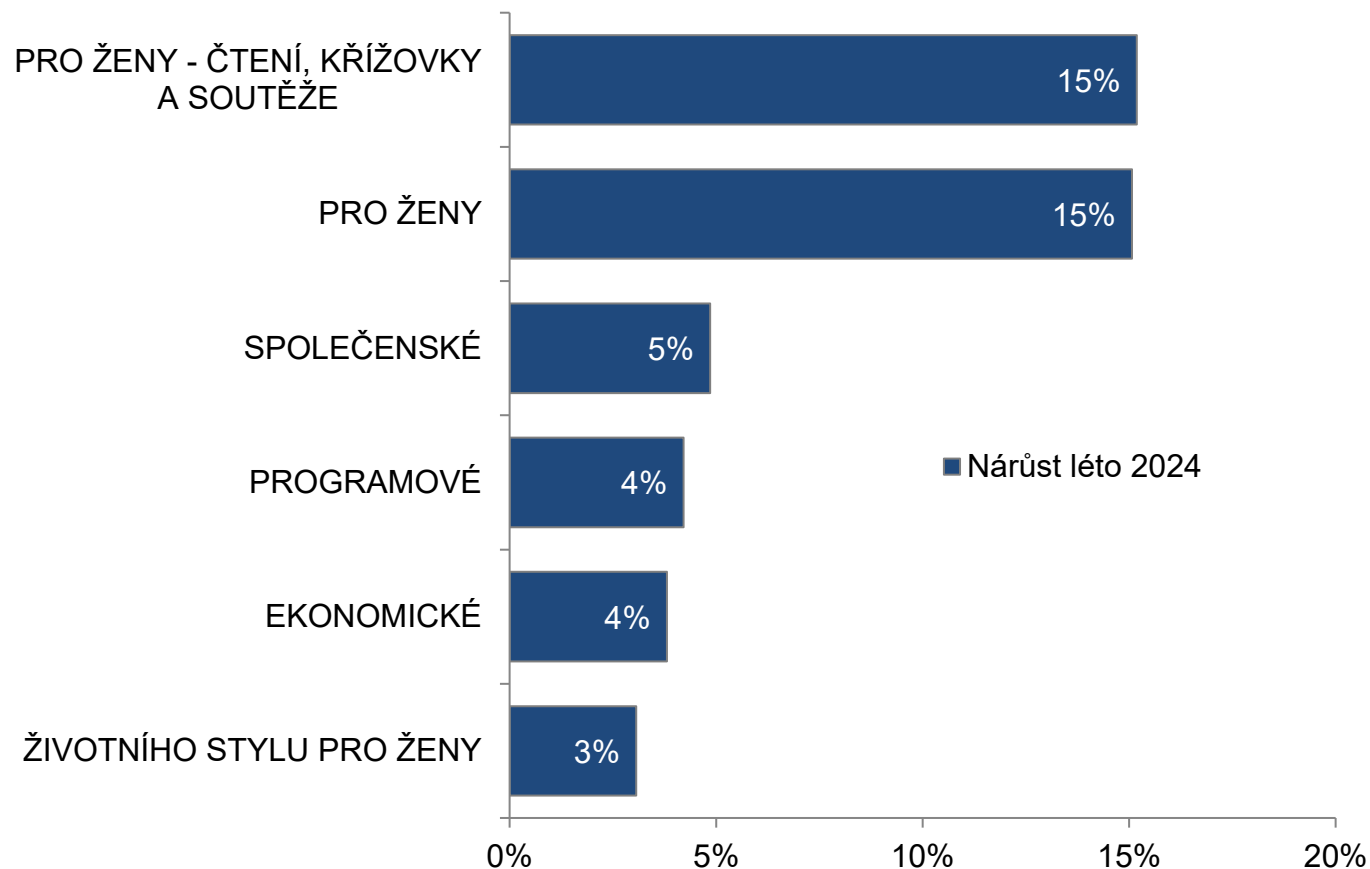


STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Skupiny, jejichž prodaný náklad roste o prázdninách

Nárůsty 2024 v porovnání s průměrem roku

Počty rostoucích titulů ve skupinách



PRO ŽENY - ČTENÍ, KŘÍŽOVKY A SOUTĚŽE	3
PRO ŽENY	7
SPOLEČENSKÉ	5
PROGRAMOVÉ	4
EKONOMICKÉ	2
ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY	7

Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

MEDIA PROJEKT: 3. čtvrtletí 2024 – 2. čtvrtletí 2025

Zadavatelé výzkumu:



ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

Realizátoři výzkumu:



STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG