MEDIA PROJEKT

3. čtvrtletí 2025 – 2. čtvrtletí 2026

Zadavatelé výzkumu:

ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

Realizátoři výzkumu:

MEDIAN

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

1. Celkový zásah tisku

ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

MEDIAN

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

STEM/MARK
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 12 969 respondentů

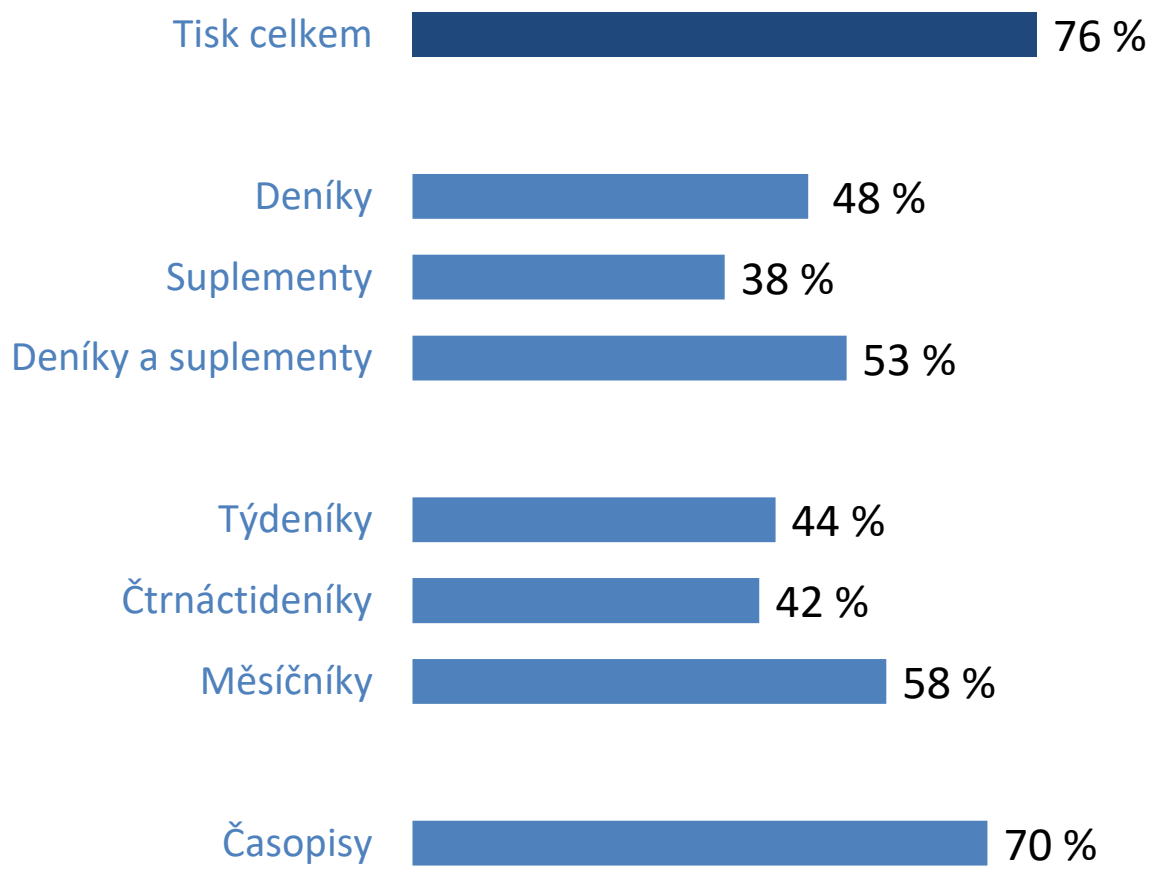
- Průměrná délka rozhovoru cca 22,5 minuty

MEDIAN

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

Čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)

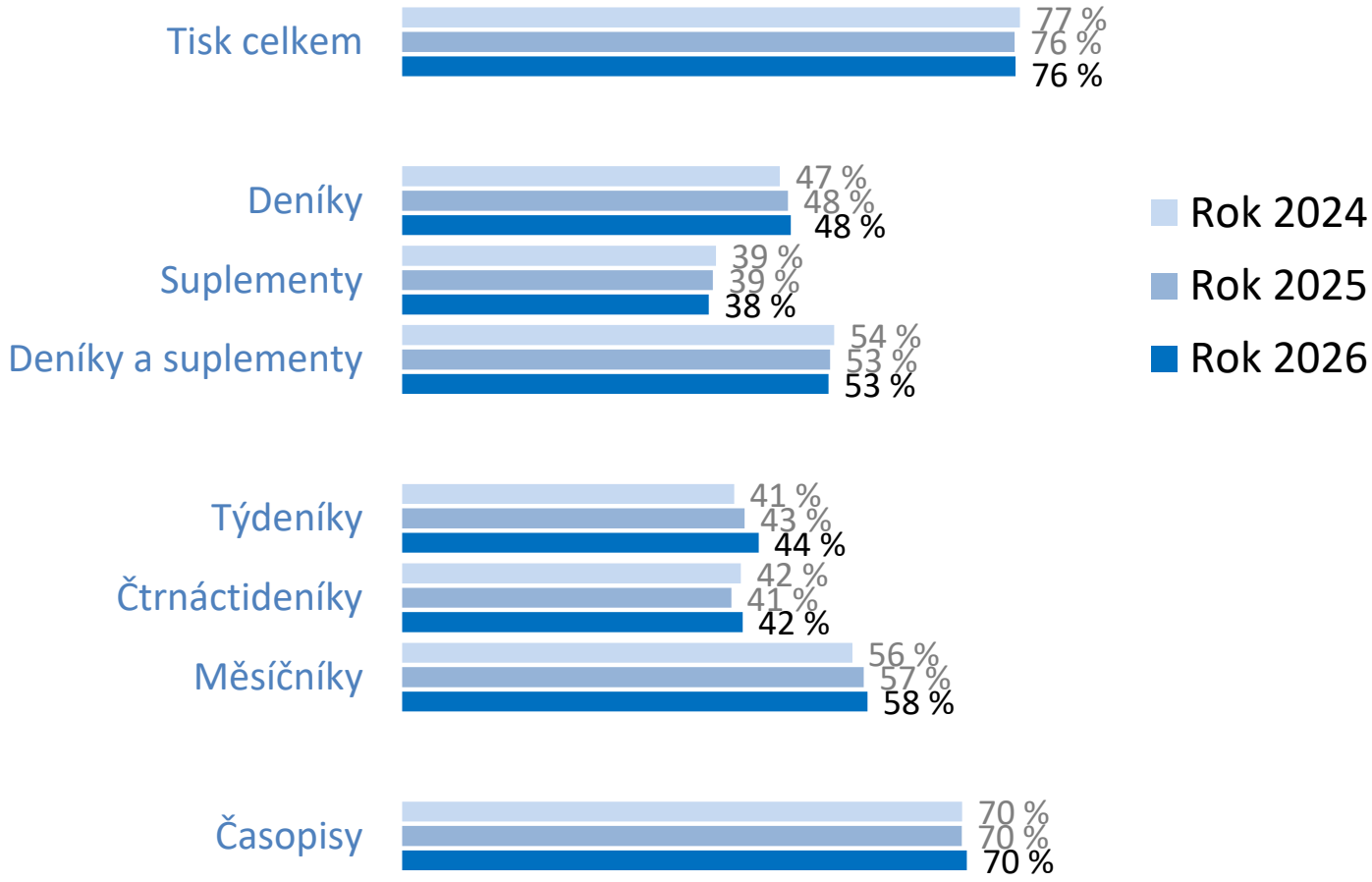


- Celkový zásah tisku je 6 897 000 osob

MEDIAN STEM/MARK MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

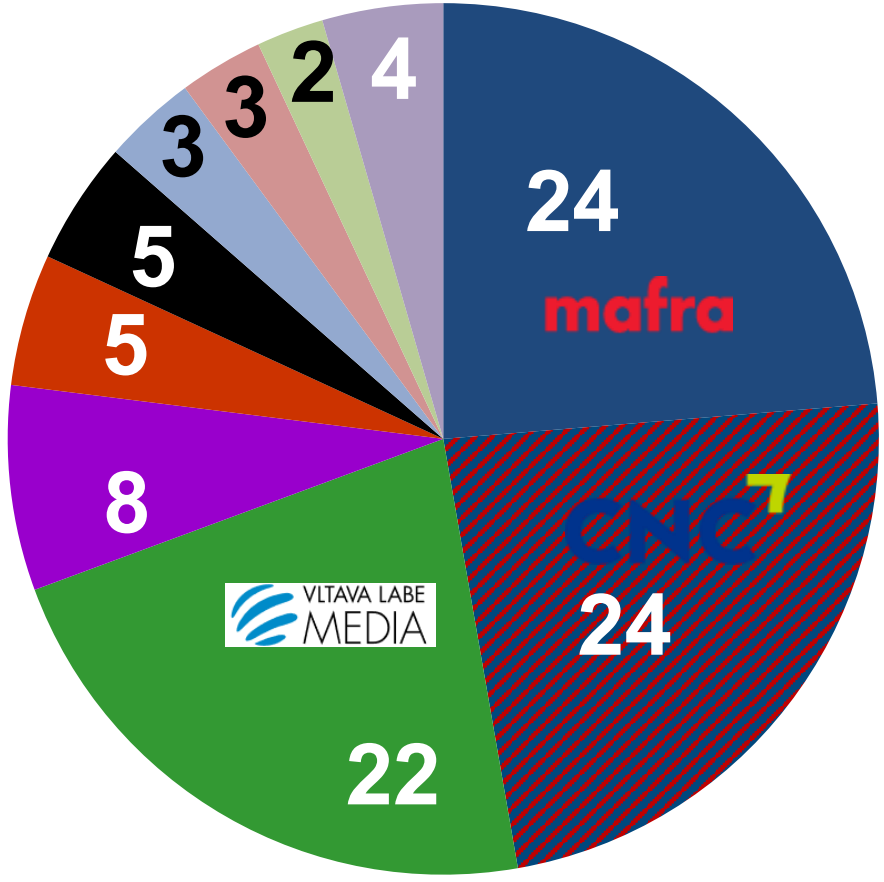
Tisk = stabilní médium

Čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



MEDIAN
STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Vydavatelské domy (podíl na trhu v %)



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

MEDIAN
STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

2. Data o čtenosti titulů za 3. čtvrtletí 2025 až 2. čtvrtletí 2026

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	421	7,9
MF DNES	369	7,6
* Sport	157	4,6
* Právo	115	2,2
* Hospodářské noviny	112	2,2
* Aha!	108	2,2
* DENÍK ČR	310	7,5

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2025-Q1/2026*

MEDIAN STEM/MARK MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Regionální placené deníky

Čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři regionálních deníků častěji:

- Mají chatu/chalupu
- Rozhodují o financích

*	DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	49
	DENÍK - MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ	44
*	DENÍK SEVERNÍ ČECHY	43
*	DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	40
	DENÍK - JIHOMORAVSKÝ KRAJ	40
*	DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	32
*	DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	32
*	DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	27
*	DENÍK - KRAJ VYSOČINA	16

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2025-Q1/2026*

MEDIAN STEM/MARK MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Deníky zdarma

Čtenost na vydání v tis. čtenářů / GRP v %

Čtenáři deníků zdarma:

- Mají VŠ vzdělání
- Více velká města nad 100 tis. ob.
- 44 % patří do A a B kategorií
  (v populaci je to 33 %)

		Čtenost	GRP
*	Metro	293	5,5

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2025-Q1/2026*

MEDIAN STEM MARK MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Suplementy

Čtenost na vydání v tis. čtenářů

Čtenáři přílohových titulů:

- 90 % z nich čte nějaký časopis (v delším období)
- Čtenář suplementu čte v průměru 1,6 suplementu během týdne
- Největší součtenost Magazín DNES + TV & Víkend DNES = 114 tis.

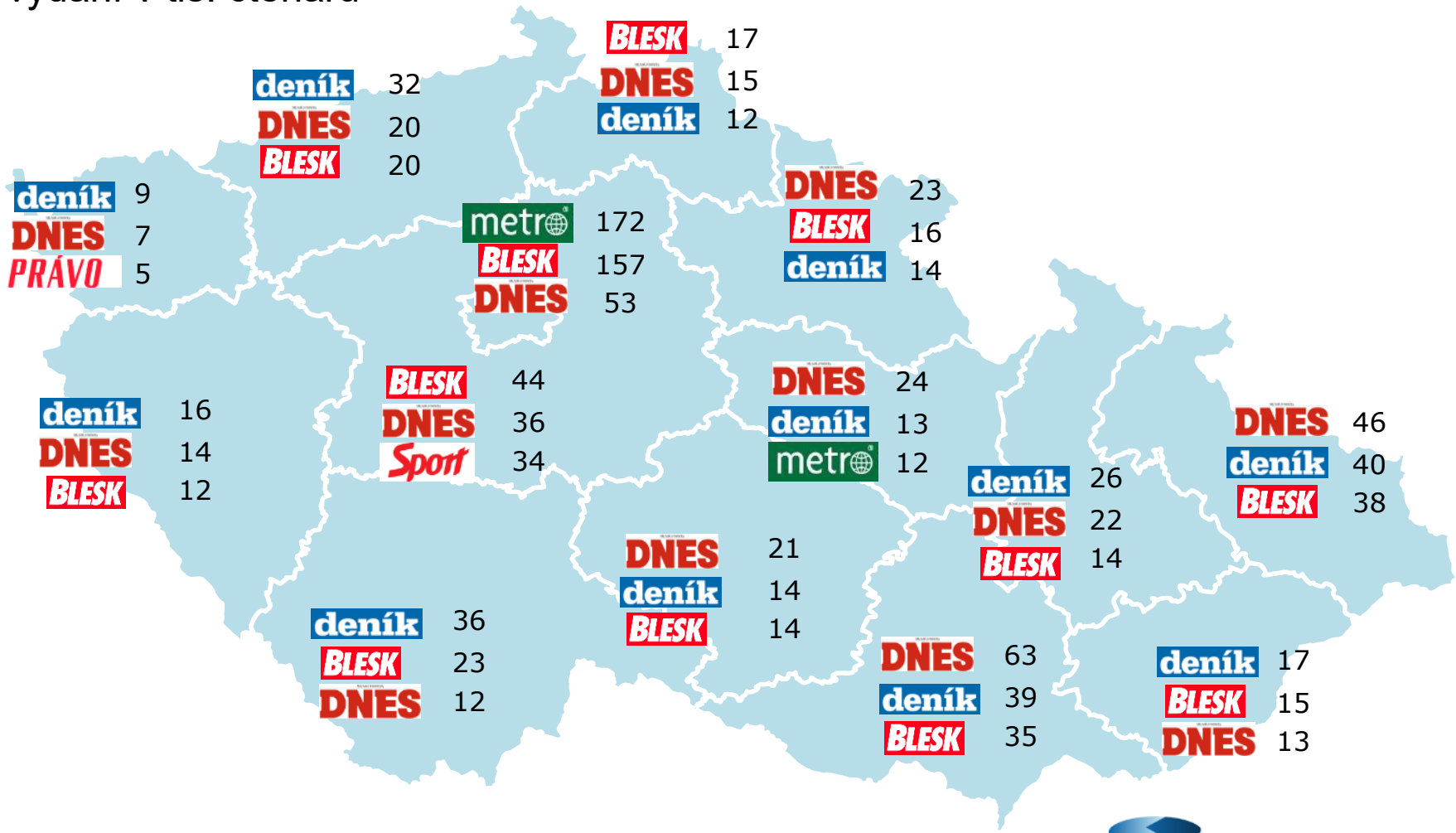
	Čtenost	GRP
* Blesk magazín TV	465	19,4
* TV magazín (celkem)	464	25,5
* Magazín DNES + TV	423	18,9
Magazín Právo + TV	242	10,8
* Sport magazín	210	6,0
TV pohoda (celkem)	209	12,1
* Víkend DNES	196	5,0
Aha! TV	190	7,5
Ona DNES	182	4,6
* Lidové noviny Orientace	118	2,6
* Speciál DNES	109	2,5
* Deník víkend	102	3,9
* Dům & bydlení	81	2,0
Styl pro ženy	52	1,0

** Nárůst čtenosti oproti Q2/2025-Q1/2026*

MEDIAN
STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Deníky v regionech

Čtenost na vydání v tis. čtenářů



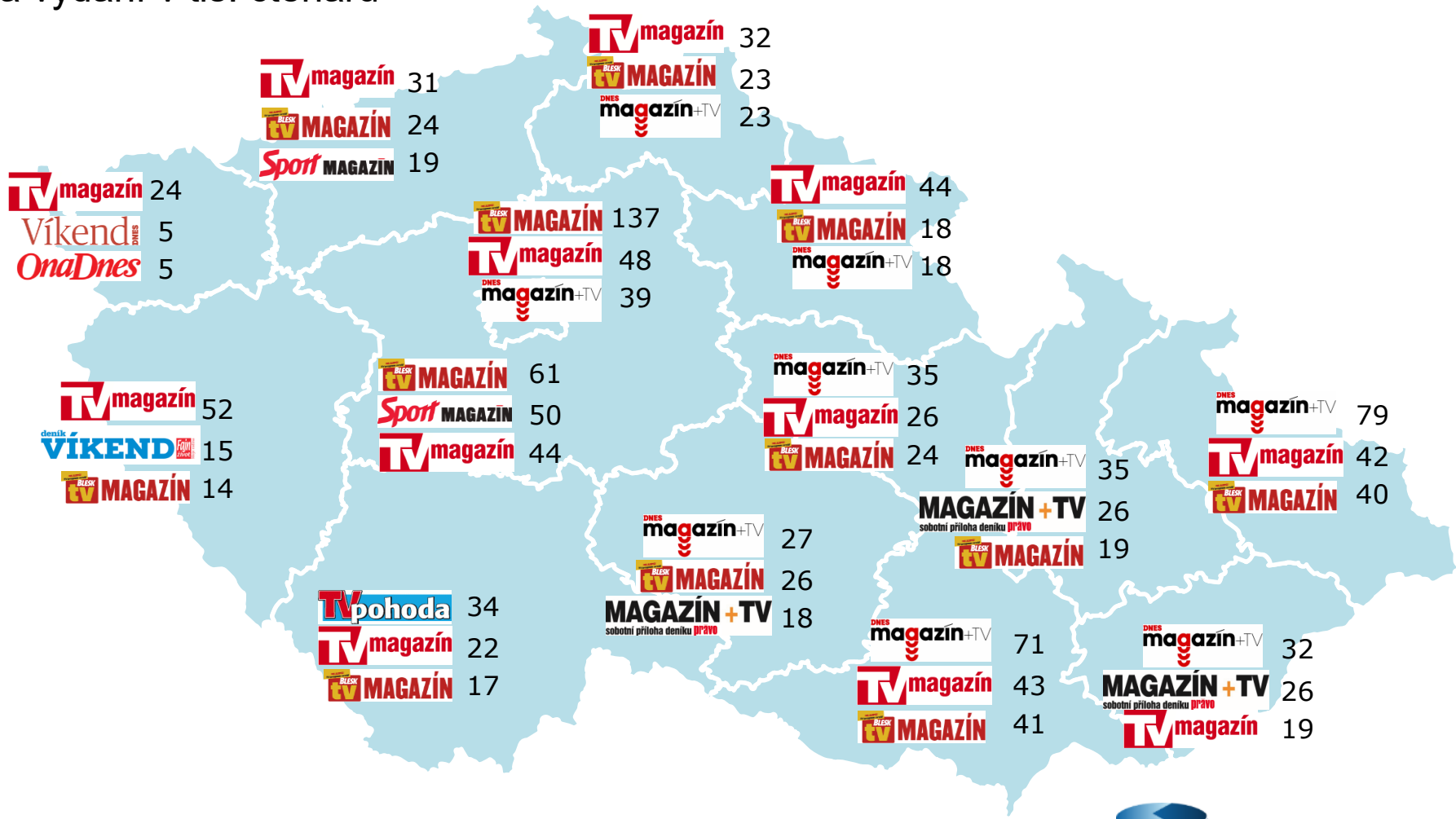
MEDIA PROJEKT 3. čtvrtletí 2025 - 2. čtvrtletí 2026

MEDIAN

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Suplementy v regionech

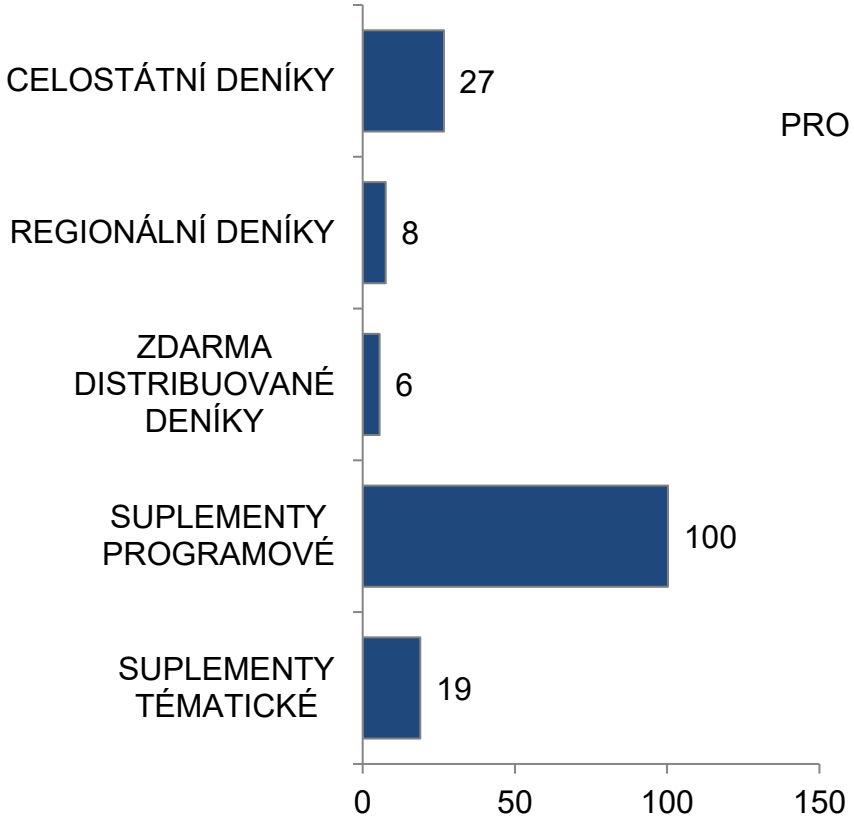
Čtenost na vydání v tis. čtenářů

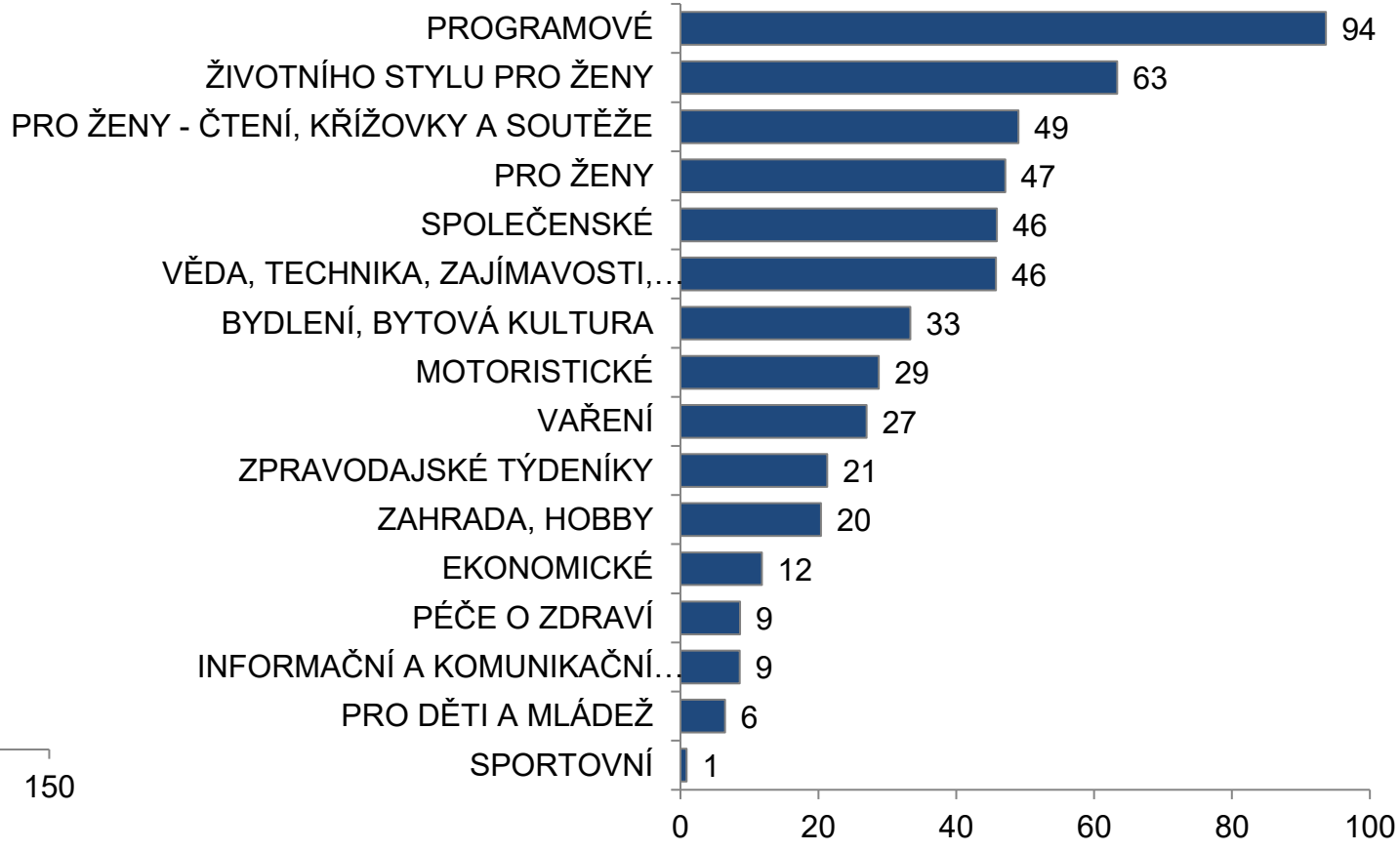


MEDIAN
STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

GRP v % podle skupin tisků

Čtenost podle MEDIA PROJEKTU





MEDIAN
STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Čtenost - časopisy

ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

MEDIAN

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

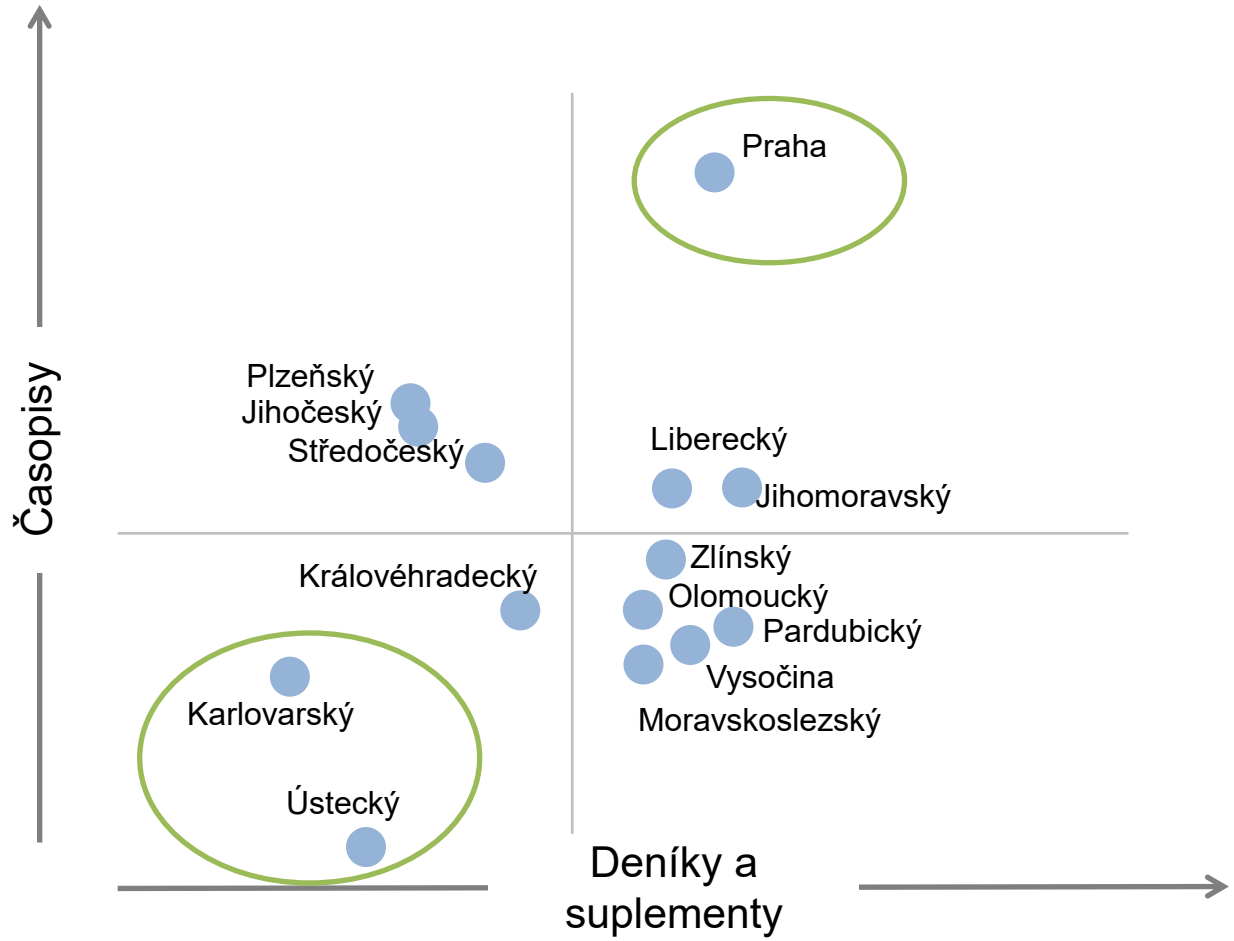
Čtenost v krajích

Stálí a pravidelní čtenáři alespoň 1 titulu – zásah v %

MEDIAN
STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Čtenost v krajích

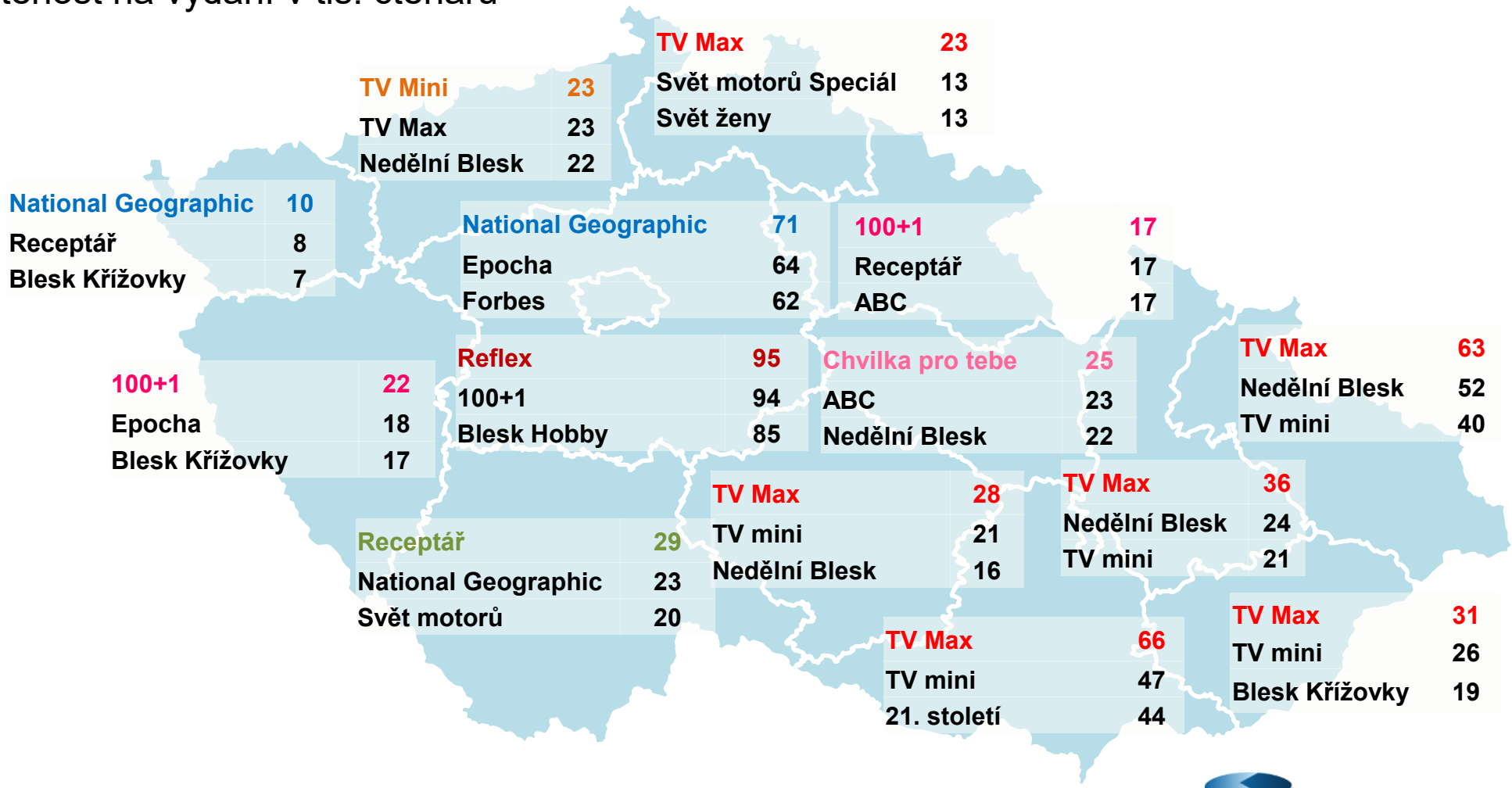
% obyvatel (stálí a pravidelní čtenáři)



MEDIAN
STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Časopisy v regionech

Čtenost na vydání v tis. čtenářů

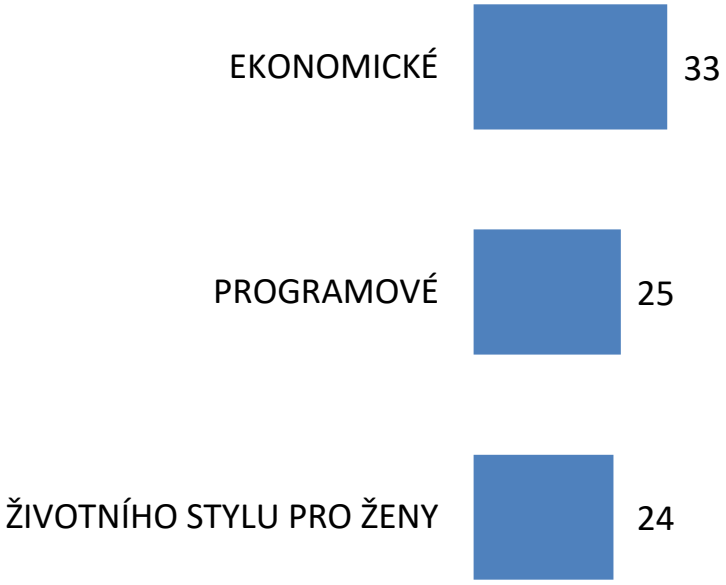


MEDIAN
STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

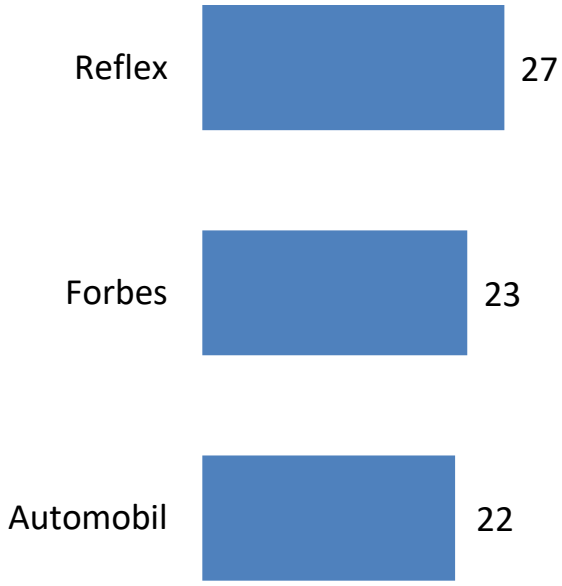
TOP nárůsty čtenosti - mezikvartální

(v tis. čtenářů)

ŽÁNROVÉ SKUPINY



TITULY

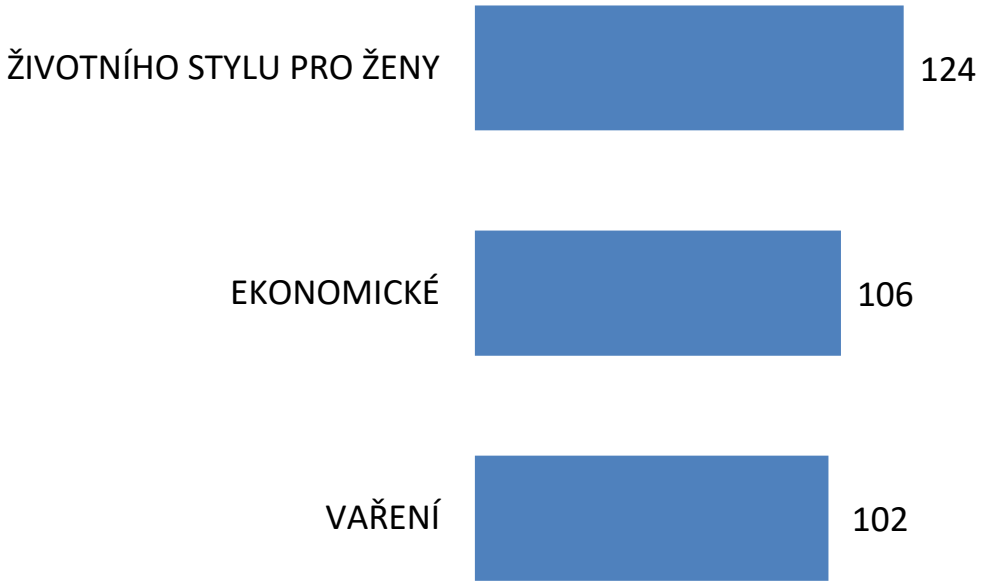


MEDIAN
STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

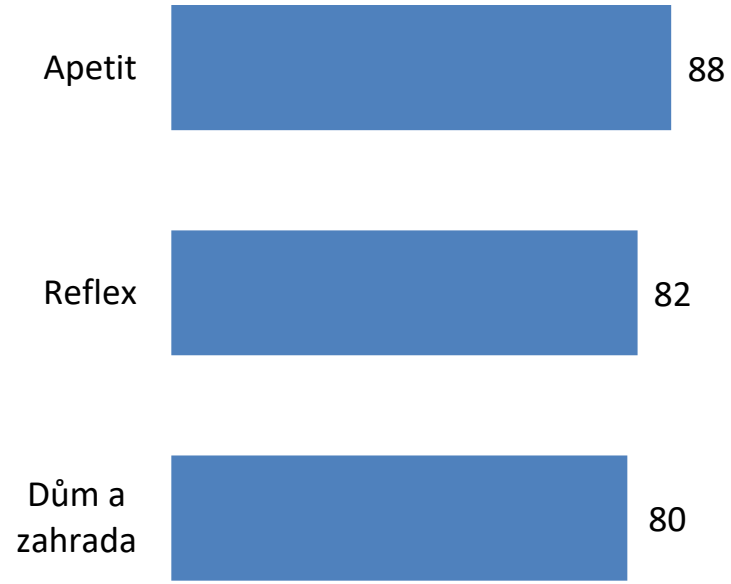
TOP nárůsty čtenosti - meziroční

(v tis. čtenářů)

ŽÁNROVÉ SKUPINY



TITULY



MEDIAN
STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

3. FAKTA:
Čtenost podle velikosti sídel

ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

MEDIAN

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Čtenost – Velikost sídel

ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

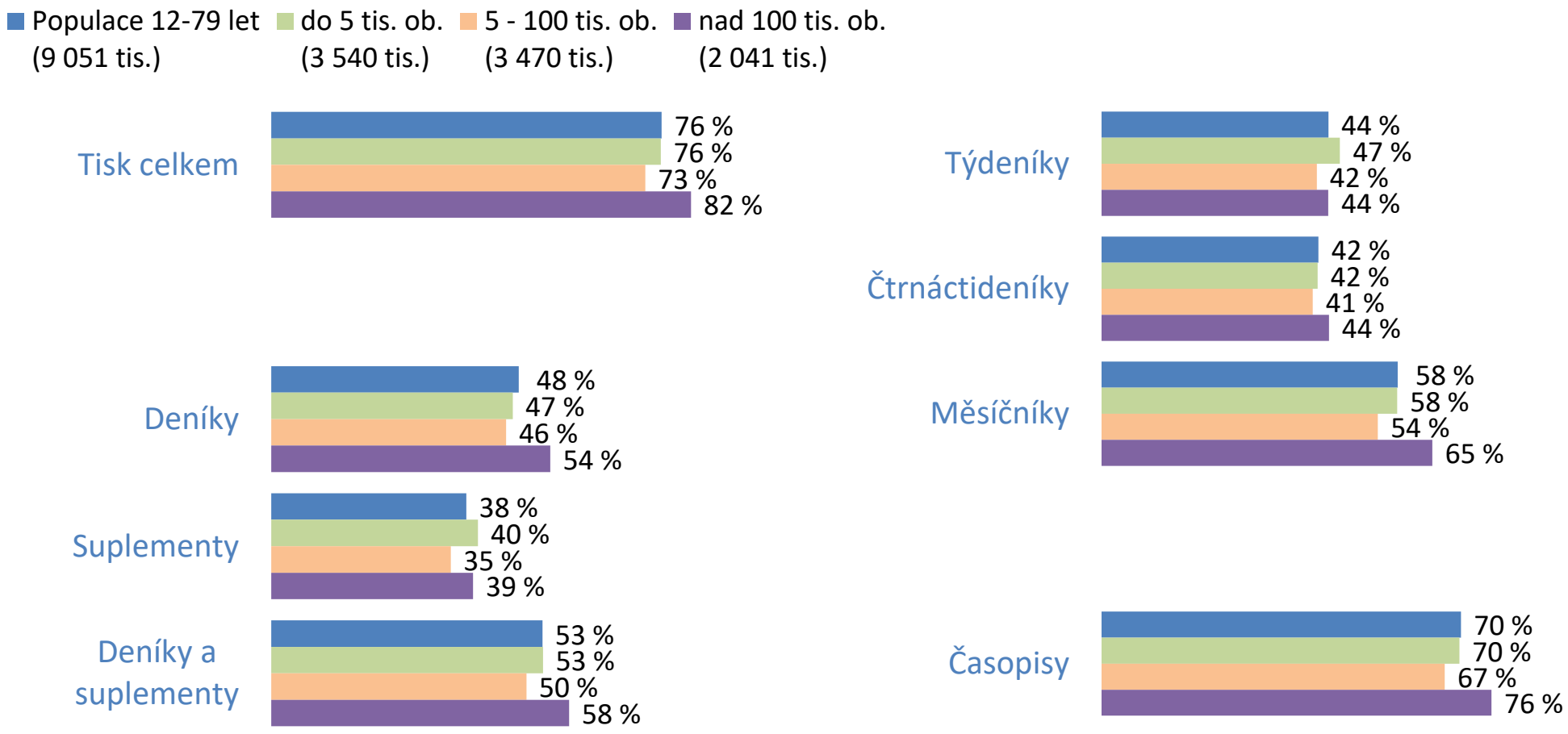
MEDIAN

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Velká města čtou více

Čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)

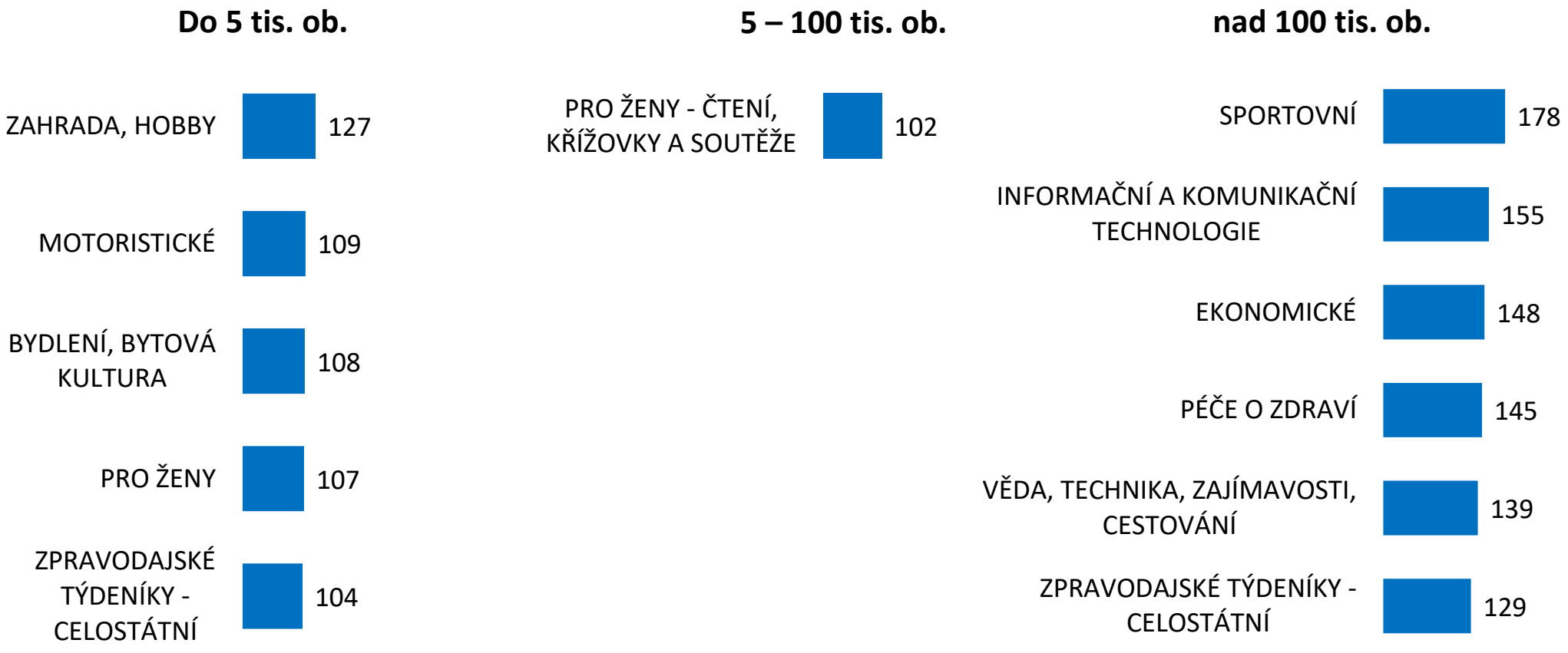


MEDIAN

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

TOP tituly mají ve velkých městech vysoký index

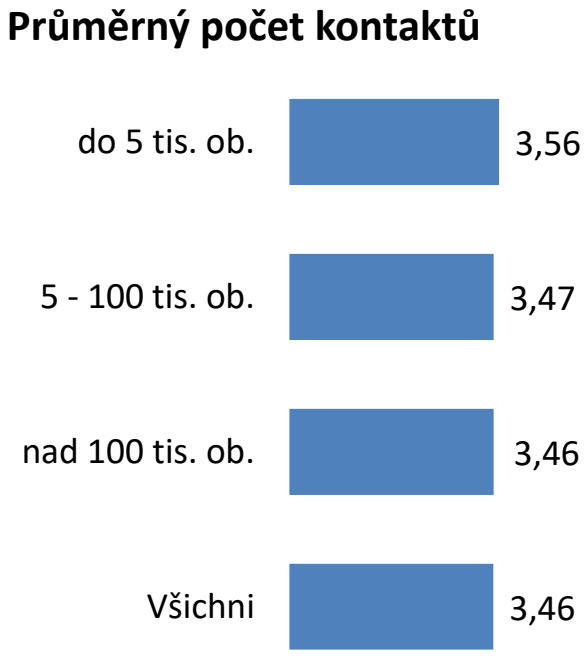
TOP žánrové skupiny časopisů (podle indexu afinity)

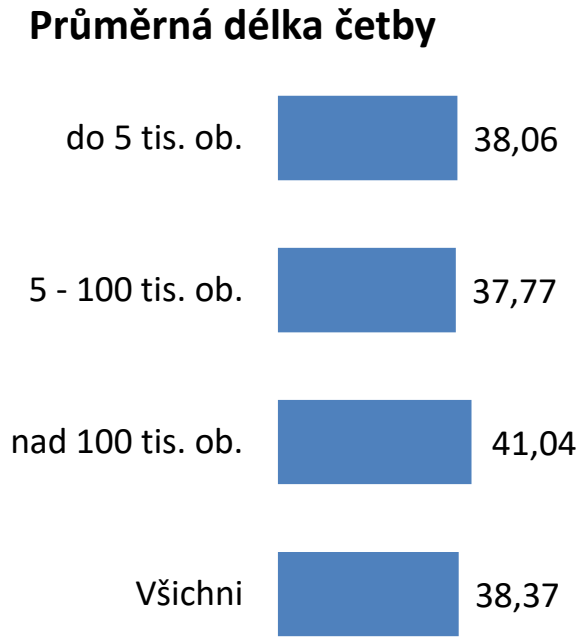


MEDIAN
STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Kvalita čtení – Velikost obce

Počet kontaktů a délka čtení





Lidé z největších městech čtou o něco málo déle, počet kontaktů je ale velmi podobný.

MEDIAN
STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Letní čtení

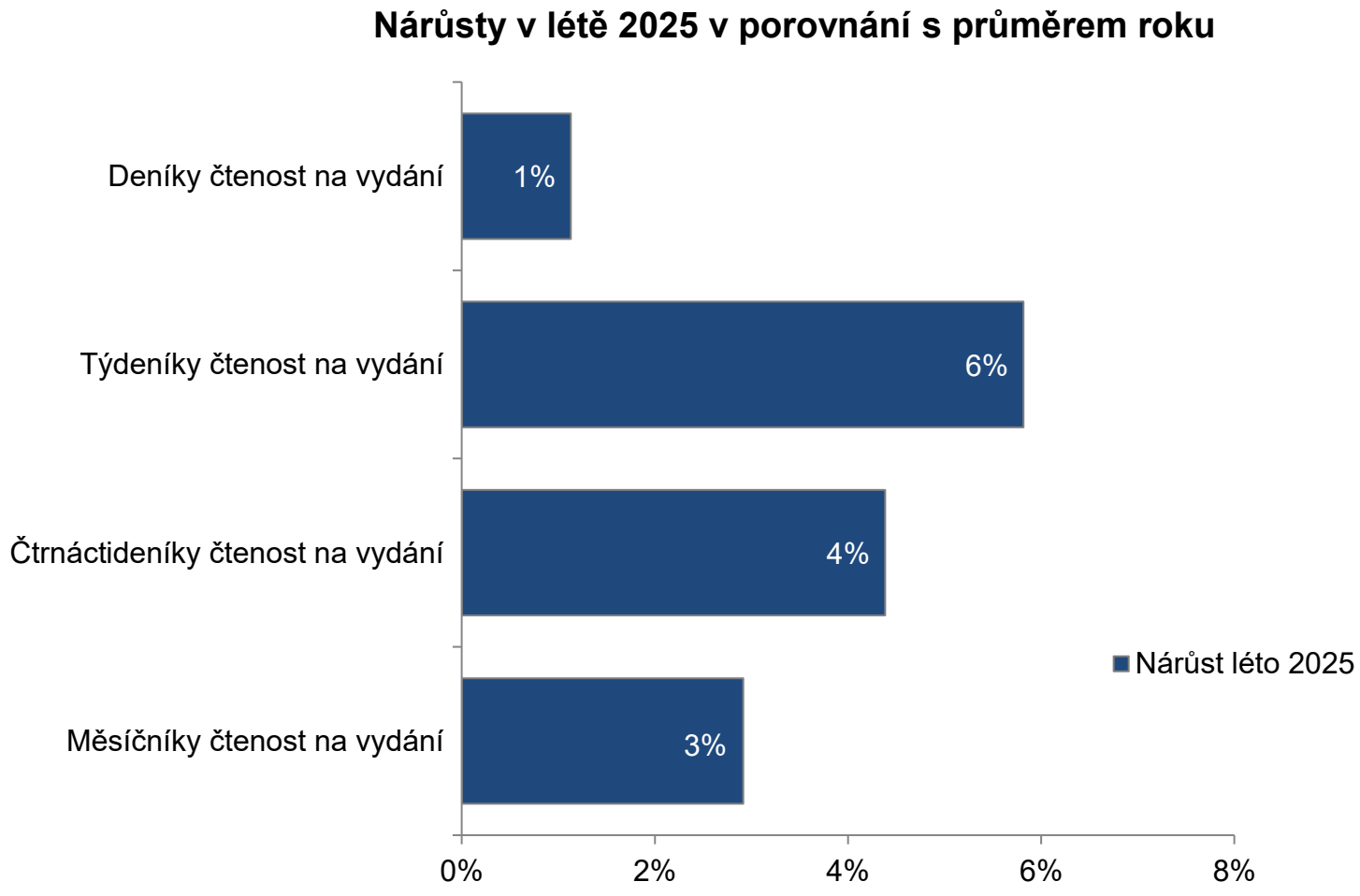
ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

MEDIAN

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Souhrnné ukazatele o prázdninách, srovnání s průměrem roku

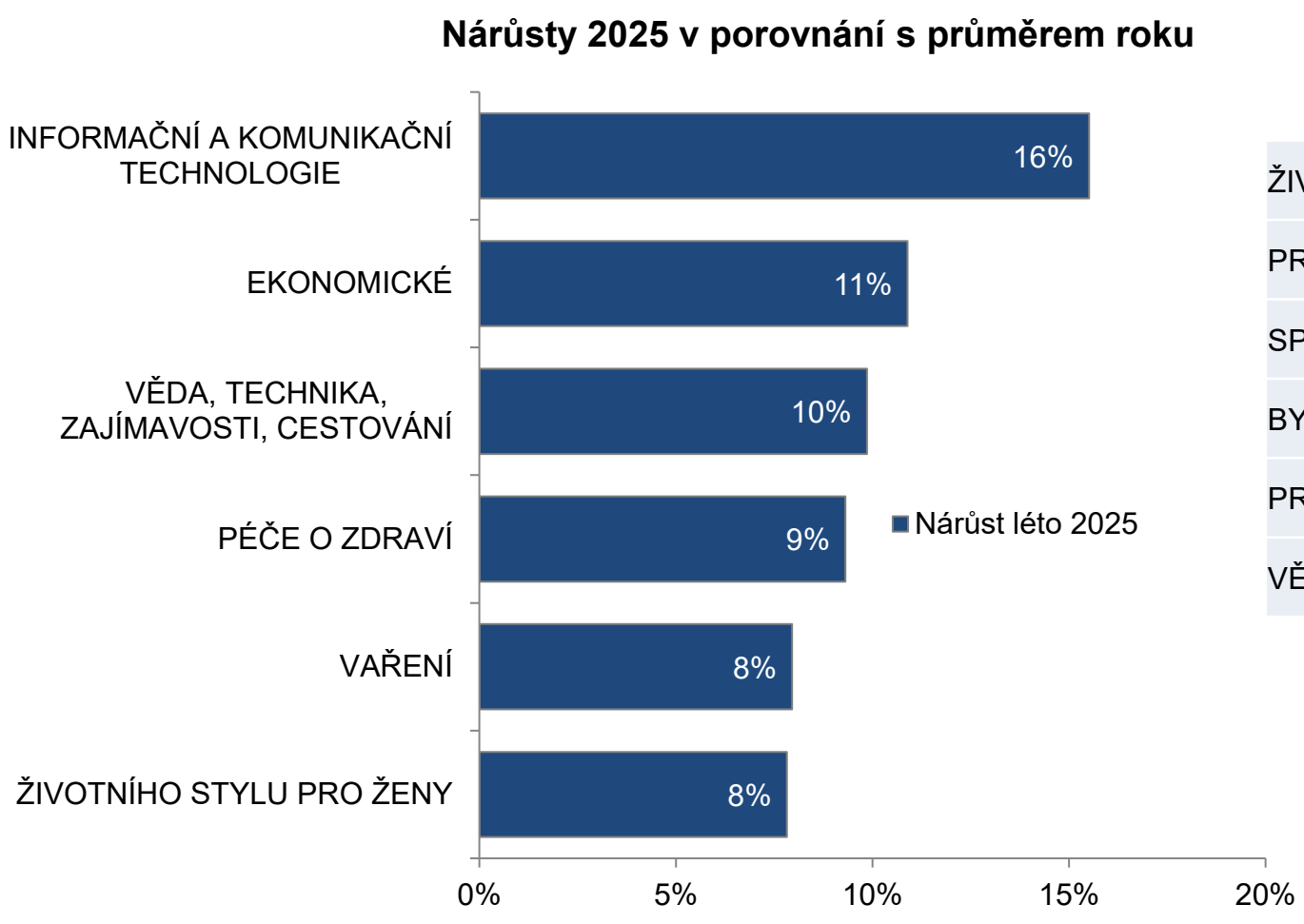


Čtenost dle MP 1.1.2025 – 17.12.2025

MEDIAN

STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Skupiny, jejichž čtenost roste o prázdninách



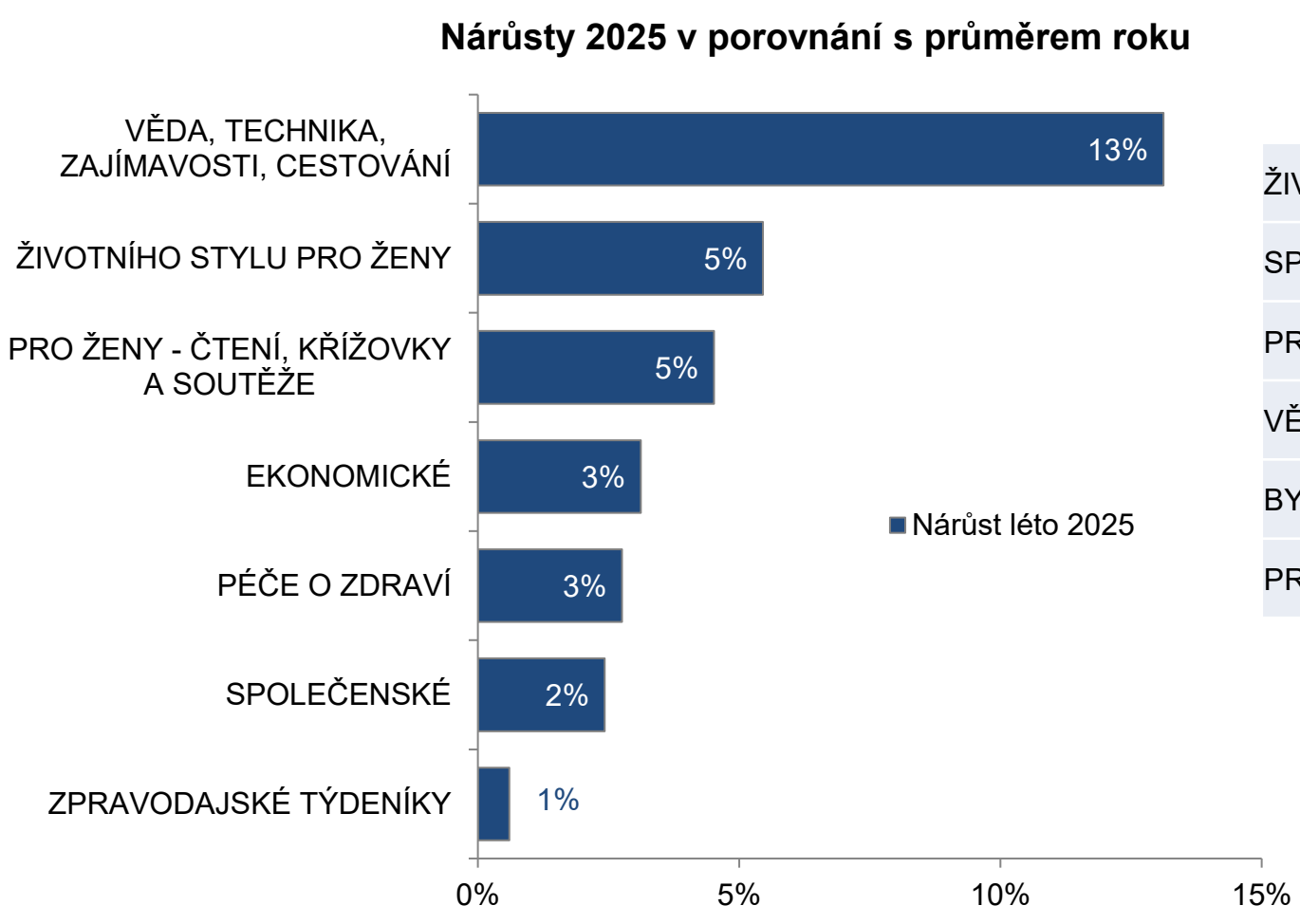
Počty rostoucích titulů ve skupinách

ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY	10
PROGRAMOVÉ	7
SPOLEČENSKÉ	7
BYDLENÍ, BYTOVÁ KULTURA	6
PRO ŽENY	5
VĚDA, TECHNIKA, ZAJÍMAVOSTI, CESTOVÁNÍ	5

Čtenost dle MP 1.1.2025 – 17.12.2025 MEDIA PROJEKT 3. čtvrtletí 2025 - 2. čtvrtletí 2026

MEDIAN STEM/MARK MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Skupiny, jejichž prodaný náklad roste o prázdninách



Počty rostoucích titulů ve skupinách

ŽIVOTNÍHO STYLU PRO ŽENY	10
SPOLEČENSKÉ	5
PRO ŽENY	5
VĚDA, TECHNIKA, ZAJÍMAVOSTI, CESTOVÁNÍ	4
BYDLENÍ, BYTOVÁ KULTURA	4
PRO ŽENY - ČTENÍ, KŘÍŽOVKY A SOUTĚŽE	3

PN dle MP 1.1. 2025 – 31.12. 2025

MEDIAN

STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Děkujeme za pozornost

Prosíme o správnou citaci zdroje dat:

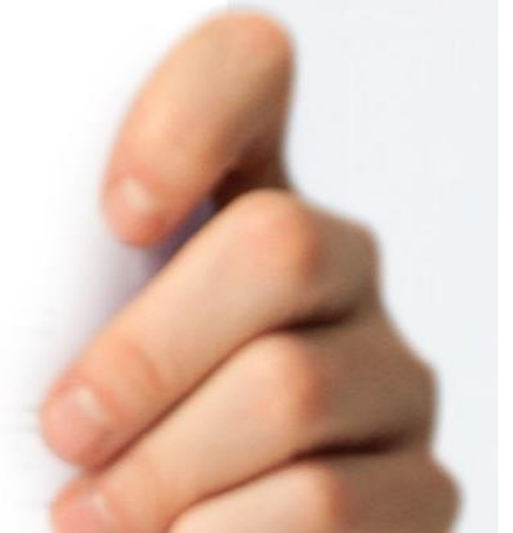
MEDIA PROJEKT: 3. čtvrtletí 2025 – 2. čtvrtletí 2026

Zadavatelé výzkumu:

ASMEA
ASOCIACE MEDIÁLNÍCH AGENTUR

ČESKÁ UNIE VYDAVATELŮ
DIGITÁLNÍ A TIŠTĚNÁ MÉDIA

Realizátoři výzkumu:

MEDIAN

STEM/MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG