



digimedia 2026
digitalizace ■ tvorba ■ média

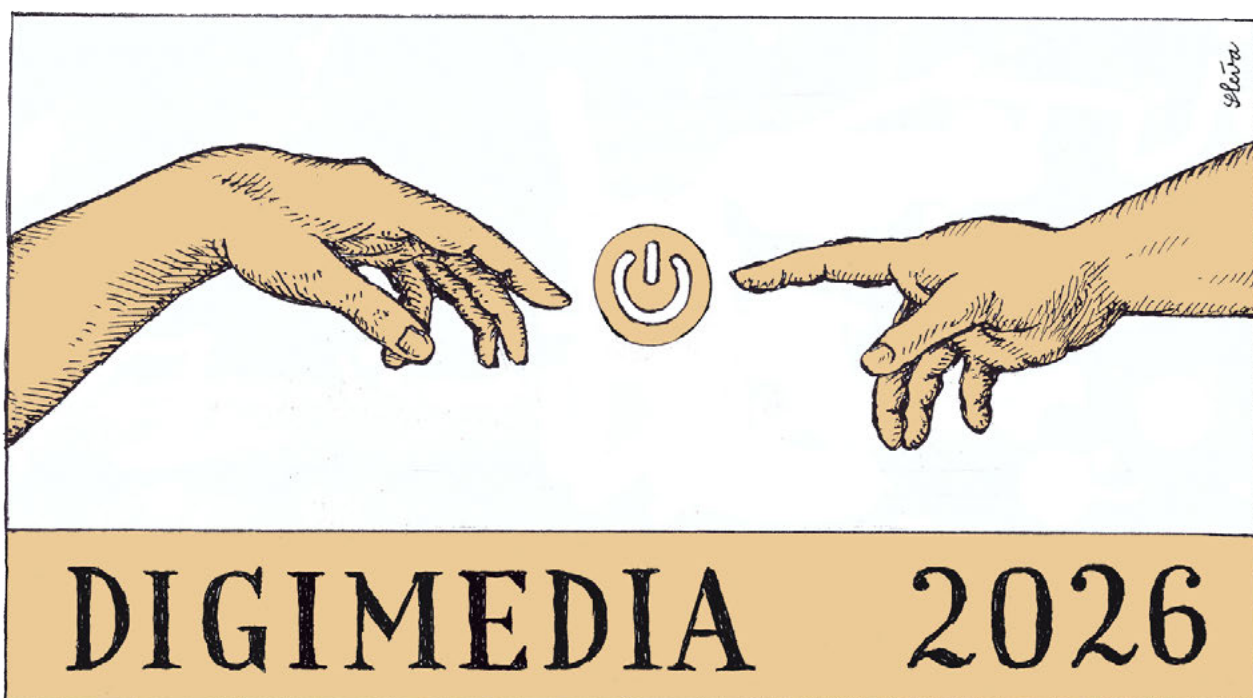


ASOCIACE ČESKÝCH REKLAMNÍCH AGENTUR
A MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE
WWW.ACRA-MK.CZ

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA

21. ročník konference o médiích, reklamě a digitalizaci

3. června 2026, Česká televize



ÚVOD

Konference DIGIMEDIA 2026 potvrdila svou pozici nejvýznamnější odborné platformy pro diskusi o budoucnosti médií, digitalizace a veřejné služby v České republice.

Již 21. ročník tradiční konference pořádané Asociací českých reklamních agentur a marketingové komunikace přivedl do Velkého projekčního sálu České televize zástupce veřejnoprávních i komerčních médií, technologických společností, státní správy, regulátorů, akademické sféry a odborné veřejnosti.

Program reagoval na nejaktuálnější témata současného mediálního trhu – financování médií veřejné služby, nástup umělé inteligence, proměnu televizního trhu pod vlivem streamovacích platforem a další rozvoj digitálního rozhlasového vysílání.

Význam konference podtrhla účast generální ředitelky finské veřejnoprávní společnosti YLE Marit af Björkesten, která nabídla mezinárodní pohled na fungování a transformaci médií veřejné služby v digitální době.



PROGRAM KONFERENCE

Blok I: Financování médií veřejné služby

Úvodní část konference byla věnována budoucnosti financování médií veřejné služby a jejich roli v rychle se měnícím mediálním prostředí.

Mezi hlavními vystupujícími byli:

- Milan Fridrich
- Martina Májíček Poliaková
- Marit af Björkesten (YLE)
- Marek Singer
- Jiří Hrabák
- Oto Klempíř
- Martin Baxa
- Ondřej Babka
- David Smoljak

Blok II: Umělá inteligence ve službách médií

Druhý blok se zaměřil na praktické využití AI v médiích, etické aspekty jejího nasazení a dopady na tvorbu obsahu i mediální byznys.

Vystoupili:

- Daniel Všetečka
- Alena Obermann Müllerová
- Robert Mitka
- Alžběta Solarczyk Krausová
- Jan Cibulka
- Josef Šlerka
- Petr Herian

Blok III: Televize a streamovací služby

Diskuse se věnovala vývoji televizního trhu, rostoucímu významu streamovacích služeb a novým modelům distribuce audiovizuálního obsahu.

Vystoupili:

- Petr Víték
- Milan Fridrich
- Jan Wykrytowicz
- Lucie Oravčíková
- Štěpán Wolde
- Miloš Mastník
- Nikola Chrenčíková Pařízková
- Jiří Šuchman
- Jiří Grund
- Vladimír Pořízek

Blok IV: Rádía a digitální budoucnost audio obsahu

Závěrečná část konference se věnovala rozvoji DAB+, novému měření poslechovosti a budoucnosti rozhlasového trhu.

Vystoupili:

- Karel Zýka
- Michal Bureš
- Miroslav Pýcha
- Jiří Duchač
- Jiří Hrabák
- Tomáš Řapek
- Jakub Juhas
- Pavel Hájek
- Martin Hroch

Vážený pan
Mgr. Pavel Brabec
prezident
Asociace českých reklamních agentur
a marketingové komunikace
Holušická 3
148 01 Praha 4

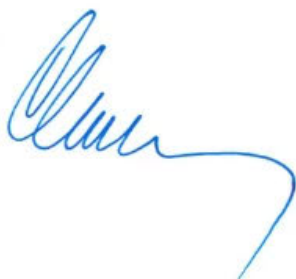
V Praze dne 29.září 2025

Vážený pane prezidente,

v návaznosti na naši předchozí úspěšnou spolupráci potvrzuji zájem České televize být partnerem nadcházejícímu 21.ročníku konference o digitalizaci a médiích DIGIMEDIA 2026.

Zároveň potvrzuji, že Česká televize je připravena také následující ročník konference DIGIMEDIA 2026 podpořit prostřednictvím mediálních výstupů.

S pozdravem





Ministerstvo
průmyslu a obchodu



doc. Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA
1. místopředseda vlády a ministr průmyslu a obchodu

uděluje

ZÁŠTITU MINISTERSTVA PRŮMYSLU A OBCHODU

21. ročníku konference DIGIMEDIA 2026, která se uskuteční 4. června 2026
v Praze

V Praze dne 15 -01- 2026

ZÁŠTITA



Ministr kultury

Oto Klempíř

přebírá

ZÁŠTITU

nad 21. ročníkem konference

DIGIMEDIA 2026,

která se bude konat dne 3. června 2026 v Praze.

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Oto Klempíř.

V Praze dne 10. února 2026



MINISTERSTVO
KULTURY



**věrný
svobodě**

STÁLÁ KOMISE SENÁTU PRO SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY

David Smoljak

PŘEDSEDA

uděluje záštitu

21.ročníku konference o médiích, tvorbě a
digitalizaci v České televizi

DIGIMEDIA 2026

Konference se uskuteční 3.6.2026 ve spolupráci s Českou
televizí

V Praze 20. ledna 2026

ZÁŠTITA



RADA
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ
VYSÍLÁNÍ

Ing. arch. Václav Mencl / Předseda Rady

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétkova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: +420 274 813 830 / e-mail: vaclav.mencl@rrtv.gov.cz
rrtv.gov.cz

V Praze dne 3. února 2026

Vážený pane prezidente,

s potěšením Vám oznamuji, že Rada pro rozhlasové a televizní vysílání rozhodla na svém druhém zasedání o opětovném převzetí záštity nad konferencí DIGIMEDIA 2026. Přeji Vám i Vaším kolegům hodně invence a věřím, že i další ročník konference bude na tak vysoké odborné úrovni jako v uplynulých letech.

S pozdravem

Ing. arch. Václav Mencl

*předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání*

Vážený pan
Mgr. Pavel Brabec
Asociace českých reklamních agentur
a marketingové komunikace
Holušická 2221/3
148 00 Praha 4 - Chodov

DIGIMEDIA 2026 V MÉDIÍCH

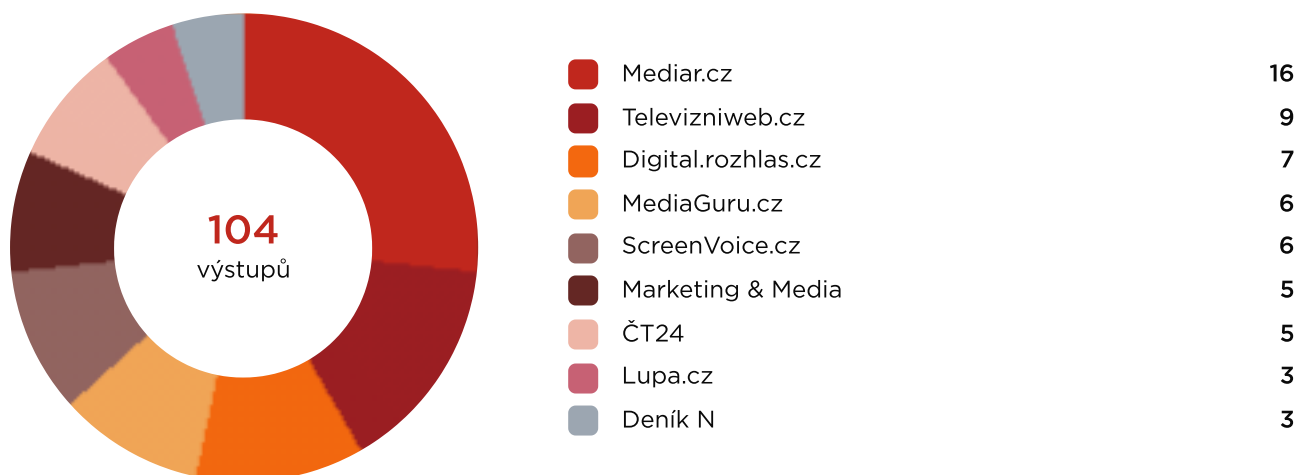
Mediální ohlas konference DIGIMEDIA 2026 významně překročil rámec samotného konání akce a potvrdil její dlouhodobý význam pro český mediální trh.

Diskutovaná témata byla široce reflektována odbornými médii, zpravodajskými servery, televizním vysíláním i specializovanými oborovými platformami.

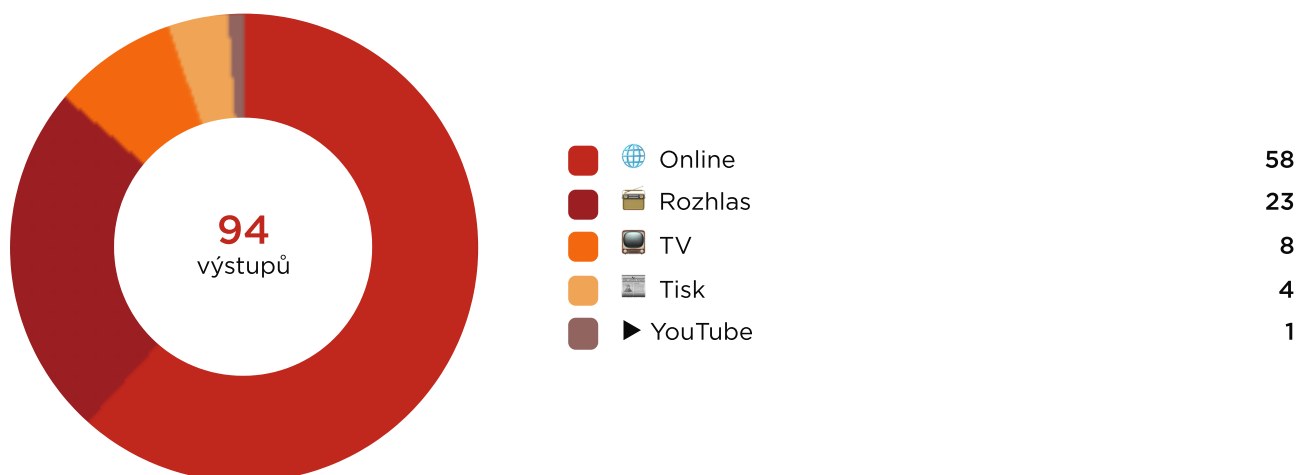
Výsledky mediálního monitoringu

- **104** mediálních výstupů
- **44** různých médií
- televizní, rozhlasové, online i odborné výstupy
- vysoká viditelnost mezi klíčovými profesionály mediálního trhu

Nejaktivnější média



Mediální impact konference



TELEVIZNÍ A AUDIOVIZUÁLNÍ VÝSTUPY

Významnou součástí publicity představovaly televizní reportáže a audiovizuální výstupy.

Mezi nejvýznamnější patřily:

- reportáže ČT24 z průběhu konference
- reportáž v pořadu Newsroom ČT24
- rozhovor České televize s Marit af Björkesten
- online záznam celé konference
- navazující využití výstupů v odborných médiích

HLAVNÍ TÉMATA MEDIÁLNÍCH VÝSTUPŮ

Média nejčastěji reflektovala:

- budoucnost financování médií veřejné služby
- roli České televize a Českého rozhlasu
- umělou inteligenci v médiích
- dopady AI na tvorbu obsahu
- rozvoj streamovacích platforem
- transformaci televizního trhu
- digitální rozhlas DAB+
- zkušenosti finské veřejnoprávní společnosti YLE



MEDIÁLNÍ VÝSTUPY

13.01.2026	MediaGuru.cz	Přehled oborových konferencí a soutěží v roce 2026
30.03.2026	Screenvoice.cz	O médiích v neklidné době: již 3. června se v Praze uskuteční 21. ročník odborné konference DIGIMEDIA
30.03.2026	Screenvoice.cz	ON THE MEDIA IN TURBULENT TIMES. THE 21ST ANNUAL DIGIMEDIA CONFERENCE WILL TAKE PLACE IN PRAGUE IN JUNE
30.03.2026	aktv.cz	O médiích v neklidné době. V červnu se v Praze uskuteční 21. ročník konference DIGIMEDIA
30.03.2026	mam.cz	O médiích v neklidné době. V červnu se v Praze uskuteční 21. ročník konference DIGIMEDIA
01.04.2026	Televizniweb.mediar.cz	O médiích v neklidné době: s čím přichází konference DIGIMEDIA 2026
07.04.2026	Marketing & Media	Svodka / O médiích v neklidné době
15.04.2026	Mediar.cz	Klempíř odmítl jít do Událostí, komentářů, ČT ho zve do Nedělní debaty. Schůzku chce i Rada ČT
17.04.2026	Medium.seznam.cz	Zrušení poplatků omezí nezávislost veřejnoprávních médií
18.04.2026	Screenvoice.cz	Digimedia 2026
24.04.2026	hlidacipes.org	Klempířův program ani knihu jízd ministerstvo nesdělí, jde prý o soukromí
24.04.2026	centrum.cz	Klempířův program ani knihu jízd ministerstvo nesdělí, jde prý o soukromí
28.04.2026	mam.cz	Je finský model médií veřejné služby vhodný pro Česko? Ředitelka YLE o tom promluví na Digimedii
28.04.2026	MediaGuru.cz	Digimedia o vhodném modelu financování médií veřejné služby v Česku
11.05.2026	ceskatelevize.cz	Je finský model médií veřejné služby vhodný pro Česko? Ředitelka YLE o tom promluví na Digimedii
12.05.2026	digital.rozhlas.cz	Konference Média a technologie se loni konala naposledy, přesun z Pardubic do Prahy ji nezachránil
12.05.2026	Mediar.cz	Jak Finové rušili koncesionářské poplatky: šéfka YLE přijede do Prahy popsat zkušenosti
12.05.2026	Mediar.cz	Jiří Hrabák po 27 letech končí v čele rádia Impuls. Jsem stár, vysvětlil pro Blesk
16.05.2026	centrum.cz	Digimedia uspořádá diskusi o financování médií veřejné služby, pozván je Klempíř
16.05.2026	Borovan.cz	Digimedia uspořádá diskusi o financování médií veřejné služby, pozván je Klempíř
19.05.2026	aktv.cz	Oto Klempíř vs. Martin Baxa: konference DIGIMEDIA 2026 nabídne „ministerský“ duel o médiích veřejné služby
19.05.2026	Screenvoice.cz	Oto Klempíř vs. Martin Baxa: konference DIGIMEDIA 2026 nabídne „ministerský“ duel o médiích veřejné služby
19.05.2026	Mediar.cz	Klempíř vs. Baxa: třaskavý duel z Novy bude mít pokračování na konferenci Digimedia

22.05.2026	mam.cz	Oto Klempíř vs. Martin Baxa: konference DIGIMEDIA 2026 nabídne „ministerský“ duel o médiích veřejné služby
23.05.2026	Mediar.cz	Klempíř přes palubu! Vláda vyběhla s vlastním ministrem
27.05.2026	Tvguru.cz	Jen pár kilometrů od českých hranic začal problém. Slovensko udělalo krok, ze kterého má teď obavy i Česko
01.06.2026	Mediar.cz	Nejen Moravec, ale i Nova víkendovou politickou debatu předtáčí. Už v pátek
03.06.2026	MediaGuru.cz	Digimedia: Oneplay chystá reklamní tarif, iVysílání hledá model, Óčko zůstává v Mafře
03.06.2026	MediaGuru.cz	ČT by po snížení rozpočtu o miliardu musela propustit 300 až 500 lidí
03.06.2026	ČTK	ČT by po snížení rozpočtu o miliardu musela propustit 300 až 500 lidí
03.06.2026	MediaGuru.cz	Šéfka Yle: Omezení médií veřejné služby nepřinese víc peněz komerčním médiím
03.06.2026	ČRo Karlovy Vary	Dobré ráno / očekávané události - konference Digimedia 2026
03.06.2026	ČRo Hradec Králové	Dobré ráno / očekávané události - konference Digimedia 2026
03.06.2026	ČRo Zlín	Dobré ráno / očekávané události - konference Digimedia 2026
03.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	Sledujte živě konferenci DIGIMEDIA 2026 nejen o financování ČT a rozhlasu
03.06.2026	Mediar.cz	Sledujte přenos z konference Digimedia 2026
03.06.2026	Screenvoice.cz	Digimedia: Oneplay chystá reklamní tarif, iVysílání hledá model, Óčko zůstává v Mafře
03.06.2026	Screenvoice.cz	DIGIMEDIA: ONEPLAY IS PREPARING AN ADVERTISING PACKAGE, IVYSÍLÁNÍ IS LOOKING FOR A MODEL
03.06.2026	ČT24	Studio ČT24 / Konference o médiích DIGIMEDIA
03.06.2026	denikn.cz	Česká televize se obává hromadného propouštění, kdyby bylo přijato částečné zrušení mediálních poplatků
03.06.2026	signaltrade.cz	Fridrich: ČT by po snížení rozpočtu o miliardu musela propustit 300 až 500 lidí
03.06.2026	aktualne.cz	Česká televize propustí až 500 lidí, pokud jí sníží rozpočet o miliardu
03.06.2026	Borovan.cz	Česká televize: Pokud projde poslanecký návrh, propustíme až 500 lidí
03.06.2026	iDnes.cz	Při snížení rozpočtu o miliardu by ČT musela propustit až šestinu lidí, říká Fridrich
03.06.2026	media24.cz	Česká televize propustí až 500 lidí, pokud jí sníží rozpočet o miliardu
03.06.2026	Radio Prague International	Czech Television may lay off up to 500 employees after budget cut
03.06.2026	Novinky.cz	Novináři ČT vysílají v černém

03.06.2026	Lidovky.cz	Při snížení rozpočtu o miliardu by ČT musela propustit až šestinu lidí, říká Fridrich
03.06.2026	Český rozhlas Vltava	Polední Vltava / očekávané události - konference Digimedia 2026
03.06.2026	impuls.cz/regiony	Při snížení rozpočtu o miliardu by ČT musela propustit až šestinu lidí, říká Fridrich
03.06.2026	ČT24	Zprávy ve 12 / Konference o médiích Digimedia 2026
03.06.2026	media24.cz	Při snížení rozpočtu o miliardu by ČT musela propustit až šestinu lidí, říká Fridrich
03.06.2026	Mediar.cz	Když nám vezmete miliardu, propustíme až 500 lidí, vzkazuje ČT vládě
03.06.2026	ČT24	Studio ČT24 / Konference o médiích Digimedia 2026
03.06.2026	respekt.cz	České televize protestuje a vysílá v černé proti změnám financování
03.06.2026	ČT24	Studio ČT24 / Konference o médiích Digimedia 2026
03.06.2026	zpravy.tiscali.cz	Česká televize by po snížení rozpočtu o miliardu musela propustit 300 až 500 lidí, řekl Fridrich
03.06.2026	centrum.cz	Česká televize: Pokud projde poslanecký návrh, propustíme až 500 lidí
03.06.2026	ct24.cz	Změnám se nejde vyhnout, ale potřebujete stabilitu, říká šéfka finských veřejnoprávních médií
03.06.2026	ČT24	Události, komentáře / rozhovor s generální ředitelkou finské veřejnoprávní YLE
04.06.2026	Mediar.cz	Do Česka vstoupilo vídeňské Radio Fantasy, vysílá v pražské digitální síti Joe Media
04.06.2026	Lupa.cz	Financování médií z rozpočtu? Ve Finsku by to nikoho ani nenapadlo, říká šéfka Yle
04.06.2026	Lupa.cz	Oneplay připravuje levnější tarif s reklamou, termín Nova zatím neoznámila
04.06.2026	digital.rozhlas.cz	Operátor EmiTel rušení české DAB+ sítě ignoruje, šancí je tlak přes polského regulátora
04.06.2026	Český rozhlas Dvojka	Jak to vidí...: Filip Rožánek, mediální analytik
04.06.2026	mam.cz	Konference Digimedia řešila konec poplatků, vliv AI i budoucnost televize
04.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	Digimedia 2026: propouštění v ČT, zákon o AI, Oneplay s reklamou a státní podpora pro DAB+
04.06.2026	digital.rozhlas.cz	Nová DAB+ síť Českých Radiokomunikací plánuje rozvoj, Color i Hey rádio odhalily zaváděcí nabídku
05.06.2026	Mediar.cz	Óčko zůstává v Mafře, Prima ho nekoupí. A Štěpán Wolde se stáhl z CoolLabu
05.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	A zase ty frekvence. Seberou je mobilní operátoři televizím, nebo to bude naopak?
05.06.2026	digital.rozhlas.cz	V Česku zatím přechod na DAB+ nehrozí, počet FM přijímačů je stále velmi vysoký

05.06.2026	Medium.seznam.cz	Severské země nehradí veřejná média ze státního rozpočtu, jak tvrdí Babiš
05.06.2026	Tvkompas.cz	Konference DIGIMEDIA 2026 letos zaujala jen debatou o veřejnoprávních médiích
05.06.2026	EW Network News	DIGIMEDIA 2026: ČT a rozhlas hrozí hromadným propouštěním, Česko dokončuje zákon o AI, Oneplay nasadí reklamu a digitální rádia žádají stát o podporu
05.06.2026	B2B Network News	DIGIMEDIA 2026: ČT a rozhlas hrozí hromadným propouštěním, Česko dokončuje zákon o AI, Oneplay nasadí reklamu a digitální rádia žádají stát o podporu
05.06.2026	ICT Network News	DIGIMEDIA 2026: ČT a rozhlas hrozí hromadným propouštěním, Česko dokončuje zákon o AI, Oneplay nasadí reklamu a digitální rádia žádají stát o podporu
06.06.2026	Mediar.cz	Oneplay se podělí o čísla sledovanosti televizí, pomůže zpřesnit data z peoplemetrů
06.06.2026	mam.cz	František Tališ: Mediální rady se zvrhly
06.06.2026	denikn.cz	Babiš odmítá veřejnou diskuzi o médiích. V dopise odborům argumentuje i věcnými chybami
07.06.2026	MediaGuru.cz	DAB+ je v Česku v rozjezdu, jeho zavádění však doprovází řada překážek
08.06.2026	Lupa.cz	Komerční média: O financování ČT a rozhlasu nelze rozhodnout bez definice veřejné služby
08.06.2026	Marketing & Media	Tyhle média nejsou pro starý
08.06.2026	medialne.trend.sk	Za méně peněz, ale s reklamami. JOJ play má jasno, Voyo si nechává otevřené dveře
08.06.2026	Mediar.cz	Memoranda nestačí. Definujme veřejnou službu líp, žádají šéfové komerčních médií
09.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	Státní podpora pro digitální rádia? Je na čase, shoduje se ČTÚ s provozovateli sítí
09.06.2026	digital.rozhlas.cz	Podpora DAB+ ze strany státu v Česku citelně chybí, pro úspěch rozhlasové digitalizace je klíčová
09.06.2026	digital.rozhlas.cz	Krutá realita digitalizace rádia: Operátoři hledají balanc mezi vysíláním a finanční návratností
09.06.2026	Mediar.cz	Oneplay přidá levnější tarif s reklamou
10.06.2026	Český rozhlas Plus	Ranní Plus / Rozhovor s Filipem Rožánkem
11.06.2026	Trend	Streamovat za méně peněz, ale s reklamami
11.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	Zaznělo na Digimedii 2026: kompletní prezentace z konference
11.06.2026	denikn.cz	Rozhlas u mediálních zákonů nebude dělat vládě stafáž, nemáme hrát roli kolaborujícího subjektu, říká Zavoral
11.06.2026	digital.rozhlas.cz	V Rakousku fungovali jako partneři, v Česku jsou Musiconly a Radio Fantasy díky DAB+ konkurenti
12.06.2026	smartmania.cz	Oneplay plánuje levnější tarif s reklamou. Ve hře je i bezplatná varianta
12.06.2026	praha1online.cz	Oneplay plánuje levnější tarif s reklamou. Ve hře je i bezplatná varianta

13.06.2026	TV Mánie	Oneplay zlevní, ale bude s reklamami
13.06.2026	Tvguru.cz	Drahé předplatné končí. Oneplay chystá plán, který českým divákům ušetří tisíce korun
15.06.2026	Marketing & Media	Budoucnost rozhlasu se ladí pomalu
15.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	RTI cz dokryla střední Čechy signálem DAB+ z nového vysílače u Mladé Boleslavi
16.06.2026	Mediar.cz	Senát svolává pracovní skupinu k financování ČT a rozhlasu. Tu, kterou sněmovna zrušila
23.06.2026	Mediar.cz	Kiss nemohl růst donekonečna, říká Martin Hroch. Nevylučuje vznik nových digitálních rádií
23.06.2026	Mediar.cz	Na poplatcích netrváme, prohlásil senátor Smoljak. Pro ČT a rozhlas navrhuje přímou daň
24.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	Televize do mobilu zadarmo a bez dat? Je to perspektivní, míní ČT
25.06.2026	Televizniweb.mediar.cz	Povinná registrace u iVysílání? ČT zvažuje pro a proti, má na to už jen rok



O médiích v neklidné době: s čím přichází konference DIGIMEDIA 2026

21. ročník odborné konference DIGIMEDIA o médiích a reklamě se uskuteční 3. června v Kongresovém sálu České televize v Praze na Kavčích horách.

Jan Potůček • 1. 4. 2026



Foto: AČRA-MK

Podaří se vládě už od příštího roku zrušit koncesionářské poplatky a zavést nový model financování České televize a Českého rozhlasu? Do jaké míry ohrožují streamovací služby klasické televizní vysílání? V čem umělá inteligence pomáhá médiím a jak jim naopak může škodit? A jak se daří novým rádiím dva roky od aukce frekvencí pro digitální vysílání? To budou hlavní témata 21. ročníku odborné konference DIGIMEDIA 2026 o médiích, reklamě a digitalizaci, který se uskuteční ve středu 3. června 2026 v Kongresovém sálu České televize v Praze na Kavčích horách.

Akci tradičně pořádá Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA-MK) za podpory partnerů a pod záštitou vicepremiéra a ministra průmyslu a obchodu Karla Havlíčka, ministra kultury Oto Klemříře, Českého telekomunikačního úřadu, Rady pro rozhlasové a televizní vysílání a Senátu Parlamentu České republiky. Generálním partnerem akce je Česká televize. „Letošní ročník konference jsme se rozhodli zahájit speciálním blokem věnovaným otázce financování médií veřejné služby, protože to je téma, které rezonuje po celý letošní rok,“ říká Pavel Brabec, prezident

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA-MK), pořadatele akce.

Finské zkušenosti s financováním médií veřejné služby

Diskuse o budoucnosti médií veřejné služby se kromě zástupců vedení České televize a Českého rozhlasu zúčastní i Marit af Björkesten, generální ředitelka finského veřejnoprávního rozhlasu a televize YLE. Pořadatelé konference do diskuse zvou ministra kultury Oto Klemříře (Motoristé sobě) i jeho předchůdce Martina Baxu (ODS), místopředsdu Poslanecké sněmovny Patrika Nachera (ANO), místopředsdu sněmovního mediálního výboru Ondřeje Babku (ANO) a předsdu senátní komise pro sdělovací prostředky Davida Smoljaka.

Chybět nebudou ani zástupci komerčních médií: prezident Asociace komerčních televizí Marek Singer a zástupce Asociace provozovatelů soukromého vysílání.

„Konference DIGIMEDIA 2026 se koná v době, kdy chce vláda předložit návrh novely zákona, kterým změní financování médií veřejné služby. Dosud o tomto návrhu neproběhla žádná veřejná diskuse. Rádi bychom to změnili,“ vysvětluje Pavel Brabec.

Oneplay vládne všem? Jak stream ovlivňuje televizní trh

V bloku konference zaměřeném na televizní vysílání a streamovací služby se debata stočí na boj vysílacích platforem. Nejsilnější pozici v Česku už před časem převzala IPTV nad klasickým příjmem vysílání na anténu. Co to znamená pro operátory sítí a provozovatele televizních stanic? A jak televize diverzifikují investice do výroby obsahu pro svoje streamovací služby a lineární vysílání? DIGIMEDIA 2026 se rovněž dotkne otázky kumulace sportovních práv poté, co se veškerý dostupný sportovní obsah na tuzemském trhu dostal do služby Oneplay. Tato služba vzbuzuje i další otázky, protože funguje jako konkurent a zároveň partner všech televizí na českém trhu.

Diskuse se také stočí k budoucnosti lineární televize v době videa na vyžádání a mobilní televizi 5G Broadcast, která by měla do tří let odstartovat i v České republice. Podaří se pro ni najít životaschopný obchodní model? Konference rovněž otevře otázku distribučních poplatků za šíření komerčních televizních stanic pro regionální poskytovatele IPTV či povinnosti must carry pro šíření programů České televize. Prostor dostane i téma měření sledovanosti televizí, které se od letošního roku rozšířilo i o měření mimo domácnosti. Jaký to má dopad na trh s televizní reklamou a směřuje toto měření od peplemetru v Big datům?

AI jako pomocník nebo hrobník médií?

Samostatný blok věnuje konference DIGIMEDIA 2026 umělé inteligenci a jejím dopadům na mediální domy. Významné evropské skupiny jako je německá RTL již oznámily hromadné propouštění zaměstnanců. Jde o začátek evropské mediální krize? Jak AI mění strategii mediálních společností? Soudy už řeší první spory ohledně AI souhrnů článků v internetových vyhledávačích. Dojde k dalšímu prolamování autorských práv a jak ochránit unikátní obsah před vysáváním ze strany AI? Čeká nás soumrak webů v takové podobě, v jaké je dnes známe? A jak prosadit etická pravidla při generování syntetických audií a videí, kdy už nedokážeme rozeznat deepfake od skutečnosti?

Konference také připomene úspěšné využití AI v boji s „bankovními šmejdý“ v případě kyberbabičky Alenky od O2 a položí si otázku, jak ostravský superpočítač ovlivní vývoj AI a její další nasazení v Česku. Jak se bude dařit čelit kybernetickým útokům naplánovaným a realizovaným AI? A jaké s ní mají plány

mobilní operátoři v éře 5G a edge computingu? Jaký to bude mít přímý a nepřímý vliv na televize a rádia? Už dnes víme, že mobilní operátoři vznášejí další požadavky na frekvenční spektrum, které dnes využívá terestrické televizní vysílání. Bude to znamenat redukci bezplatné televizní programové nabídky přijímané na klasickou televizní anténu?

Digitální rádia pod tlakem streamingu

V únoru uplynuly dva roky od úspěšné aukce kmitočtů pro sítě určené digitálnímu vysílání rádií. Díky nim se rozhlasový trh otevřel novým zájemcům, kteří by se už nevešli do zcela zaplněného analogového FM pásma. Jak se za tyto dva roky proměnil rozhlasový trh a čeká nás jeho konsolidace, včetně operátorů vysílacích sítí? Tomu se bude věnovat čtvrtý a závěrečný blok konference DIGIMEDIA 2026. Položí si také otázku, jak se regionálním sítím pro digitální rádia daří naplňovat rozvojová kritéria stanovená Českým telekomunikačním úřadem, do jaké míry dávají operátoři sítí přednost kvantitě před kvalitou vysílání a jak se bude zahušťovat síť digitálních vysílačů Českého rozhlasu po loňském zvýšení rozhlasového poplatku.

Diskutující v tomto bloku budou hovořit také o tom, co přináší digitální vysílání komerčním rádiím, která zároveň zůstávají v FM a jak se digitální vysílání projevuje v poslechovosti rádií. Měření poslechovosti českých rádií je od loňského roku hybridní, jeho součástí je nově audio matching pomocí speciální mobilní aplikace. Je to gamechanger, nebo chaos? A jak zajistit lepší vybavenost českých domácností digitálními rádii? Zatím ho má jen každá pátá. Není tedy čas zakázat prodej rádií, která postrádají digitální tuner? A má to smysl, když poslech digitálních rádií je na stejné, ne-li nižší úrovni než přes internet? Neztratí kvůli tomu klasické licence pro rádia a regulace smysl, když si dnes může rádio na internetu založit každý a skoro nic ho to nestojí? Debata se stočí také k proměně ekonomiky rádií pod tlakem digitalizace, streamingu, ale také využití AI.

Partnery letošního 21. ročníku konference DIGIMEDIA 2026 jsou Česká televize, Český rozhlas, Český telekomunikační úřad, České Radiokomunikace a Asociace provozovatelů mobilních sítí. Mediálními partnery jsou společnosti Averia, časopis Marketing & Media, weby MediaGuru.cz a Televizniweb.cz. Podrobný program konference DIGIMEDIA 2026 včetně přehledu všech vystupujících a možnosti registrace na akci je k dispozici na webu www.acra-mk.cz.

Memoranda nestačí. Definujme veřejnou službu líp, žádají šéfové komerčních médií

Ať vznikne parlamentní komise, která půjde za rámec memorand, navrhuje Marek Singer.

[Jan Potůček](#) • 08. 06. 2026 11:45



Jiří Hrabák a Marek Singer na konferenci Digimedia 2026. Foto: AČRA-MK

Lepší zákonnou definici veřejné služby pro **Českou televizi** a **Český rozhlas** požadují provozovatelé komerčních televizí a rádií v Česku. Dohodnutá memoranda o naplňování veřejné služby, která loni na podzim uzavřeli generální ředitelé obou institucí s tehdejším ministrem kultury **Martinem Baxou** (ODS), jim nestačí. Na konferenci **Digimedia 2026** se na tom shodli prezident **Asociace komerčních televizí (AKTV) Marek Singer** a předseda **Asociace provozovatelů soukromého vysílání (APSV) Jiří Hrabák**. Memoranda zpřesňují, co můžou ČT a rozhlas v rámci veřejné služby podnikat v letech 2026 až 2030.

„Memorandum je první krok na cestě někam. Je to spíš popis současného stavu s několika dohodnutými komponenty,“ uvedl Singer. Zákonnou definici veřejné služby by podle něj neměla určovat sama média, ale stát. „V tuto chvíli ale nevidím žádnou aktivní roli státu, parlamentu, kohokoliv, aby řekl, co vlastně

chce, jakou veřejnou službu požaduje. Nevidím žádný popis na další čtyři roky až osm let, co by ta média měla dělat, a tím nemyslím konkrétní pořady, ale jaké jsou cíle veřejné služby,“ dodal dlouholetý šéf televize Prima, který loni **předal výkonnou funkci Lukáši Kubátovi** a přesunul se do pozice předsedy představenstva.

Ať se ČT zaměří na seniory, komerční televize je pomíjí

Jako příklad Singer uvedl povinnost edukovat veřejnost v oblasti finanční gramotnosti, která je podle něj v Česku nízká. „V této chvíli máme v naší republice poměrně zásadní procento občanů, kteří mají problémy se svými financemi. Přestože jsou tři biliony korun na účtech, jejich finanční gramotnosti je mizerná, protože jenom 20 % z nich si spoří na důchod. To je podle mě oblast, v níž by se měla angažovat veřejnoprávní média, protože politici to nedokážou vysvětlit,“ popsal Singer.

Nemělo by podle něj jít jen o osvětu v rámci nějakého speciálního pořadu, ale zakomponování tématu do populární dramatické tvorby. „ČT na několika pořadech dokázala, že umí složitá témata pro diváky zpracovat atraktivně. Ať už šlo o cykly **Kukačky**, **Smysl pro tumor** a další,“ dodal topmanažer Primy s tím, že dosah ČT je mnohem větší než u obou velkých tuzemských komerčních televizí, které v jednom případě oslovují diváky jen do 55 let (Nova) a v druhém do 69 let (Prima). „Je tu tedy čtvrtina až třetina obyvatel, kteří komerční média vůbec nezajímají a jsou to ty nejrizikovější skupiny,“ konstatuje šéf AKTV.

Stanovit takový úkol veřejnoprávním médiím ale musí parlament, doplnil šéf APSV Jiří Hrabák. „Kapři si svůj rybník nevypustí, ale ani ho nedokážou zvětšit,“ podotkl v narážce na fakt, že memoranda o naplňování veřejné služby si sestavovala samotná veřejnoprávní média. Podle Hrabáka by měla na půdě parlamentu vzniknout expertní skupina, která by měla definovat, jaký charakter má mít veřejná služba. „A možná i jaký má být její rozsah a obsahová charakteristika. Nikoli obsah jako takový. A možná by měl vzniknout institut, který může na úrovni parlamentu schvalovat případnou novou službu těchto médií,“ dodal Hrabák.

Nejdřív definice veřejné služby, teprve potom financování

Teprve po jasné definici veřejné služby a jejího rozsahu lze podle Singera a Hrabáka řešit financování České televize a Českého rozhlasu. „Bez toho budou jakékoli diskuse o tom, kolik peněz je málo nebo hodně, úplně zbytečné. Třeba v rámci diskuse dojdeme k tomu, že těch osm nebo devět miliard je dnes pro veřejnoprávní sdělovací prostředky málo, že jich má být dvakrát tolik. Nebo naopak, že jich má být polovina. Ale nikdy to nedokáže správně vystihnout jenom jeden zákon,“ míní Hrabák.

Komerční média zároveň požadují vznik komise, která by prováděla benchmarkovou kontrolu nákladovosti jednotlivých pořadů veřejnoprávních médií. Podle Marka Singera se inspiroval příkladem Německa, kde taková komise, která řeší přiměřenou nákladovost projektů, funguje. „Pohledem expertů zjišťuje, jestli to médium hospodáří s penězi efektivně, hospodárně. Ale není to tak, že by ta komise vybírala, jaký pořad se smí vysílat,“ vysvětlil prezident AKTV.

Komerční televize by dokonce podle Singera mohly s veřejnoprávní soutěžit o efektivnější tvorbu projektů, které jsou ve veřejném zájmu.

„Byla by to možnost, jak třeba nabídnout takovou poptávku i komerčním televizím, aby ji mohly naplnit,“ uvedl. Zároveň dopředu vyloučil, že by se podobným způsobem mohlo tendrovat například zpravodajství. „To si nedokážu úplně představit, ale jsou projekty, u kterých by to šlo,“ míní Singer.

O jaké projekty by šlo, by měla určit parlamentní komise, v níž by podle Jiřího Hrabáka měli zasednout i experti z veřejnoprávních i komerčních médií a z **Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV)**. „Protože RRTV je ten orgán, který by měl dozorovat a určovat pravidla hry pro rovnovážnost duálního systému tak, aby se nevychyloval ani na jednu stranu,“ vysvětlil Hrabák.

Nákladovost pořadů by mohl kontrolovat NKÚ

Parlamentní komise by podle předsedy APSV měla schválit dokument, který bude navazovat na zákon a podrobněji definovat rozsah a obsahovou charakteristiku jednotlivých stanic veřejnoprávních médií. „Není to tak dávno, možná deset nebo patnáct let, kdy zákon přímo stanovoval, kolik mají mít Český rozhlas a Česká televize programů. Ať takový orgán řekne, jaký má být rozsah jejich online služeb, protože všimněte si, jak Český rozhlas a Česká televize fungují v online prostoru, kolik mají online služeb. Je zvláštní, že v 90. letech takto nefungovaly na tiskovém trhu,“ podivil se Hrabák. Dokument, který by vytvořila parlamentní komise, by podle něj měl mít jasné měřitelné prvky a musela by existovat vnější kontrola jeho naplňování. „Musel by existovat i vnější test pro zavádění jakékoli nové služby,“ dodal.

Benchmarkovou kontrolu nákladovosti jednotlivých projektů ČT a rozhlasu by podle Hrabáka mohla provádět komise zřízená v rámci **Národního kontrolního úřadu (NKÚ)**, pod jehož kontrolu by měla v budoucnu spadat ČT i Český rozhlas. „NKÚ má určité dostatek prostředků pro to, aby si vytvářel takovéto komise pro jednotlivé obory podnikání v České republice,“ míní Jiří Hrabák, který by zároveň chtěl na úrovni státu přehodnotit, zda Česko potřebuje mít regionální studio Českého rozhlasu a samostatnou stanici pro každý kraj. „Ty programy často přebírají společné vysílání, jaký tedy vytvářejí skutečný obsah pro občany daného regionu?“ zeptal se Hrabák, proti kterému se hned ohradila ředitelka Strategického rozvoje Českého rozhlasu **Martina Májíček Políaková**, podle níž počet regionálních studií rozhlasu určuje zákon.

Parlamentní komisi bychom uvítali, říká ČT

Vznik parlamentní komise, která by se zabývala rozsahem a definicí veřejné služby a šla by nad rámec současných memorand, by Česká televize podle ředitele programu, obsahu a digitálních služeb **Milana Fridricha** uvítala. „Za ČT můžu říct, že bychom se tomu vůbec nebránili. Nikdy jsme nerozporovali, aby probíhala celospolečenská diskuse. Naopak, ptali jsme se, proč chcete měnit financování a píšete nový zákon, aniž by tu proběhla celospolečenská diskuse,“ konstatoval Fridrich, který připomněl, že ministr kultury **Oto Klempíř** (za **Motoristy sobě**) takovou diskusi odmítl, protože by podle něj byla nekonečná. „To je zase druhý extrém. My bychom byli rádi, kdyby se sešli zástupci celého duálního systému s politiky ze sněmovny i Senátu a třeba i s vybranými státními úředníky, kteří to mají na starost. A na této úrovni by se řeklo, co

má veřejná služba v příštích šesti až osmi letech dělat a kolik na to potřebuje peněz,“ prohlásil Fridrich.

Programový ředitel ČT ale zároveň odmítl Singerovu myšlenku na tendrování projektů veřejné služby. „Když budeme mít historický film nebo seriál, jsem zvědav, jak by se to dělalo a kdo by říkal, jak má být drahý a jestli družina má mít šest nebo dvanáct koní a podobně,“ podivil se. „Každopádně se připojujeme k tomu, aby tu konečně začala debata a vzal si ji pod patronát někdo, kdo to bude myslet vážně a bude chtít dojít nejenom na celopolitickém, ale u celospolečenském základu k rozumnému kompromisu a dohodě, na jejímž základě by teprve začala vznikat legislativa, která by řešila, kolik máme mít peněz a spoustu dalších zákonných povinností,“ uzavřel Milan Fridrich.

„Ale tato debata tu nebyla ani před loňskou změnou zákona,“ namítl Jiří Hrabák.

„Neproběhla tady posledních 10 nebo 15 let.“



Óčko zůstává v Mafře, Prima ho nekoupí. A Štěpán Wolde se stáhl z CoolLabu

Sociální sítě Primy Cool mají u mladých už větší zásah než vysílání hlavního kanálu Primy.

Jan Potůček • 05. 06. 2026 02:50



Štěpán Wolde na konferenci Digimedia 2026. Foto: AČRA / Jiří Matula

Úzká spolupráce mezi hudební televizí **Óčko** a skupinou **Prima** skončila. Z prodeje Óčka sešlo a skupina malých kanálů tak zůstává součástí portfolia mediálního domu **Mafra**. Na středeční konferenci **Digimedia 2026** o tom informoval generální ředitel Óčka **Štěpán Wolde**. Ten navíc ukončil svoje působení ve firmě **CoolLab založené Primou**. **CoolLab** pod jeho vedením pomáhal rozvíjet sociální sítě Primy Cool po vzoru Óčka a oslovit tak mladší cílové skupiny i jinou cestou než lineárním vysíláním. „Moje angažmá v rámci Primy a nastartování společnosti CoolLab, respektive sociálních sítí Coolu, v tuto chvíli skončilo a myslím, že skončilo dobře pro Primu i pro Óčko,“ konstatoval Wolde.

„Úspěch sociálních sítí Coolu je patrný, ve skupině mediálních profilů na sociálních sítích jsme se dostali na úplnou špičku a vyrovnali se takovým profilům, jako je právě Óčko, **The Mag** nebo **Refresher**, a dokonce dokázali i to, že za měsíc mají větší reach v cílové skupině 15-24

a 24-35, než má samotné vysílání hlavního kanálu Primy,“ dodal Štěpán Wolde. Zatímco Óčko má nyní 837.000 sledujících na **Facebooku**, Prima Cool dokonce 872.000. Na **Instagramu** má Prima Cool nyní 115.000 sledujících, Óčko 242.000, na **TikToku** pak Prima Cool vykazuje téměř 152.000 sledujících, Óčko skoro 88.000. Pro srovnání: zmiňovaný **The Mag** má na Instagramu 396.000 sledujících, český **Refresher** 290.000, ale slovenský 520.000.

Prima uvažovala o akvizici Óčka především kvůli jeho úspěchům na sociálních sítích, kde bylo nejsledovanější ze všech českých televizních stanic i skupin. Obě skupiny se ale neshodly na ceně. Prima tedy nakonec založila CoolLab, který jí rozjížděl právě Wolde a další experti z Óčka na sociální sítě: manažer sociálních sítí **Matyáš Skalník** a obchodníci **Martin Vocásek** a **Vojtěch Vavrek**. Wolde neuvedl, zda v CoolLabu zůstávají.

Óčko zůstává v Media Clubu. Zatím

Hudební televize Mafty se nicméně nadále nechá při prodeji reklamního prostoru zastupovat obchodní společností Media Club ze skupiny Prima. „Media Club plní naše dohody, ale pokud přijde nějaká jiná nabídka, můžeme se bavit o všem,“ obracel se šéf Óčka v diskusi na Digimedii na [bývalého komerčního ředitele Primy Vladimíra Pořízka](#), který se nedávno stal novým spolumajitelem [media zastupitelství Thematic Channels](#).

„Vždycky existuje šance získat víc peněz,“ reagoval Wolde na Pořízka, podle něhož je evidentní, že velkým televizím dochází prostor pro reklamu a malé televize na tom můžou vydělat.

Ze závodu v běhu je desetiboj

Závěrem dlouholetý mediální manažer nabídl obecnější pohled na současnou mediální situaci. V ní podle něj malé televizi nezbyvá, než se neustále snažit hledat nové zdroje příjmů a uplatnění pro svůj obsah.

„Když jsem se díval na historii digitálního vysílání u nás, říkal jsem si, že to celé začínalo jako závod v běhu a jenom nebylo jasné, kdo je sprinter, kdo běžec na dlouhé tratě, kdo je rychlý a kdo pomalý. Jenže teď mám čím dál víc pocit, že se to změnilo na desetiboj, ale jenom nevíme, jaké sporty nám do něj vyberou na příští sezónu.“



Na Digimedii se střetnou v duelu Klempíř a Baxa

Je finský model médií veřejné služby vhodný pro Česko?

Ředitelka YLE Marit af Björkesten o tom promluví na Digimedii.



Ilustrační obrázek, zdroj: AČRA-MK

O budoucnosti financování veřejnoprávních médií, dopadech umělé inteligence i proměně televizního trhu budou diskutovat zástupci médií, regulátorů a politiky na 21. ročníku konference **Digimedia 2026**. Ta se uskuteční **3. června** v Kongresovém sálu **České televize** na Kavčích horách.

Konference odstartuje duelem současného ministra kultury **Oty Klempíře** a jeho předchůdce **Martina Baxy**. Oba politici vystoupí v rámci úvodního bloku zaměřeného na financování médií veřejné služby, v němž budou diskutovat i ředitelka finské veřejnoprávní televize a rozhlasu YLE **Marit af Björkesten**, zástupce generálního ředitele České televize **Milan Fridrich**, ředitelka pro strategický rozvoj Českého rozhlasu **Martina Májíček Poliaková**, prezident Asociace komerčních televizí **Marek Singer**, předseda

Asociace provozovatelů soukromého vysílání **Jiří Hrabák** a předseda senátní komise pro sdělovací prostředky **David Smoljak**.

Úvodní blok se zaměří na aktuální debatu o financování veřejné služby. Hlavním zahraničním hostem bude generální ředitelka finské YLE **Marit af Björkesten**, která v diskuzi představí model založený na zvláštní dani, o němž se diskutuje i v souvislosti s budoucností ČT a ČRo.

Program konference se bude věnovat také dopadům **streamingu**, nástupu **umělé inteligence** a proměně **distribuce i měření médií**. Do diskuse se zapojí zástupci veřejnoprávních i komerčních médií, včetně TV Nova a TV Prima, dále regulátorů, operátorů sítí a digitálních platform.

Další informace o konferenci včetně programu najdete [zde](#).

DAB+ je v Česku v rozjezdu, jeho zavádění však doprovází řada překážek

Pozemní digitální rozhlasové vysílání v Česku dál roste, jeho rozvoj však zpomalují technologická omezení, vysoké provozní náklady i nízká míra výměny přijímačů u posluchačů. Shodli se na tom zástupci operátorů a médií na konferenci Digimedia 2026, podle nichž je klíčové nejen budování sítí, ale i silnější podpora státu a postupný rozvoj trhu.

Ne 7. června 2026 10:40 • Délka čtení: 5 min



Ilustrační foto, zdroj: ChatGPT

Pozemní digitální rozhlasové vysílání (DAB+) zažívá v Česku dynamický rozvoj, operátoři však narážejí na **technologické i legislativní limity**. Jejich zástupci se na tom shodli na letošní konferenci **Digimedia**. Zatímco sítě se úspěšně propojují a nabídka stanic roste, **chybí silnější podpora ze strany státu**, která by motivovala posluchače k rychlejší obměně přijímačů. Klíčoví hráči na trhu proto hledají rovnováhu mezi finanční náročností provozu robustních vysílačů a reálnou naplněností multiplexů novými programy.

Budování infrastruktury a rozdílné metodiky

Technický rozvoj celoplošných i regionálních sítí se dostává do fáze, kdy operátoři plní první vlny rozvojových kritérií stanovených **Českým**

telekomunikačním úřadem. Podle regulátora se po historicky první aukci kmitočtů před dvěma lety úspěšně rozběhlo všech 29 vysoutěžených sítí, přičemž regionální operátoři museli do dvou let pokrýt 40 % populace přiděleného území. **Komerční celoplošná síť B** má aktuálně podle oficiálních údajů pokrytí kolem **83 % území**, což představuje stabilní základ pro distribuci programů. „Je velký rozdíl mezi dosažením 80 %, 90 % a 95 %. Vlastně s každým narůstajícím procentem potřebujete více a více vysílačů, čím vyšší hodnotu máte,“ upozornil **Michal Bureš z Českých Radiokomunikací** s tím, že pro dosažení 95 % by bylo nutné spustit přibližně dalších 50 vysílačů.

Ekonomická realita menších operátorů

Provoz digitálních sítí přináší značnou **finanční zátěž**, která dopadá zejména na menší operátory a nově vznikající, čistě digitální rozhlasové stanice. Náklady na elektrickou energii při nepřetržitém provozu vysílačů, poplatky za individuální oprávnění, nájem pozic a konektivita tvoří bariéru, kterou bez dostatečného reklamního trhu nelze snadno překonat. Na trhu se začíná projevovat tlak na efektivitu a otevírá se spirála cenových slev, která nutí některé provozovatele vlastní infrastrukturu dotovat.

„Je důležité dívat se na to z toho pohledu, jaká rádia na trhu budou, kolik jich bude a jaké budou mít potřeby,“ uvedl **Pavel Hájek** za společnost **Fiera Touch**. Podle něj není umění pouze pozapínat spoustu vysílačů, ale především poplatit účty za elektřinu, což vnímá jako zásadní výzvu pro udržitelnost malých rádií. Kromě vlastní televizní a rozhlasové sítě provozuje i digitální stanici **Rádio Energic**. Právě na stabilizaci televizního multiplexu se nyní plánuje zaměřit.

Mezinárodní koordinace a komplikace

Geografické vymezení kmotočtových bloků přináší operátorům komplikace na státních **hranicích**, kde dochází k **vzájemnému rušení** nebo naopak k plánování přeshraničního zásahu. Příkladem úspěšné mezinárodní koordinace je příprava vysílače **Luž** v těsné blízkosti německých hranic, který má zlepšit chabé pokrytí na Českolipsku a v části Libereckého kraje. Naopak v jiných oblastech, jako je okolí Prahy, se operátoři dlouhodobě potýkají s rušením ze strany polských vysílačů, což komplikuje vztahy s klienty. **Tomáš Řapek** ze společnosti **Teleko digital** k náročnému vyjednávání v zahraničí poznamenal: „Vysílač je asi pět metrů za českou hranicí, ale opravdu všechno musíme řešit přes Německo.“ Dodal, že cesta k povolení je v Německu na základě měření výrazně složitější než v Česku.

Varovný systém ASA

Významnou technologickou inovací, která se v rámci platformy DAB+ připravuje, je zavedení varovného systému krizového vysílání označovaného jako **ASA**. Tento systém umožňuje lokalizované varování obyvatelstva s přesností na jeden kilometr čtvereční, přičemž dokáže kompatibilní přijímač automaticky probudit ze standby režimu nebo vynutit přeladění na nouzový program. **Český rozhlas** ho nedávno představil na konferenci **Innovation Day**, nyní připravenost zopakoval na akci Digimedia 2026.

První laboratorní testy ČRA ve spolupráci s veřejnoprávním rozhlasem jsou naplánovány na letošní léto, celý systém však vyžaduje legislativní ukotvení. „Ve finále by ten systém měl být skutečně u hasičů, kteří by měli mít autoritu a schopnost vybrat to, kde se to nachází a přerušit vysílání všech těch, co se tam nachází,“ vysvětlil technický ředitel Českého rozhlasu **Karel Zýka**. Cílového stavu, který již funguje v Německu, bude podle něj však možné dosáhnout pouze při celospolečenské podpoře.

Pomalá obměna přijímačů, konec FM

Hlavní překážkou pro plné využití benefitů digitálního vysílání zůstává **nízká penetrace moderních rozhlasových přijímačů** mezi českými posluchači. Porovnání s německým trhem ukazuje diametrální rozdíly, neboť v Česku disponuje **DAB+ tunerem** pouze **23 % prodaných rádií**, zatímco v Německu je to 65 %. Dominantní platformou pro poslech v tuzemsku zůstává s **88 % analogové FM pásmo**, ze kterého komerční stanice kvůli stabilním posluchačským pozicím nemohou odejít. „Noví rozhlasoví posluchači nevzniknou DABem. Je to jenom další distribuční kanál, jak to rádio, to audio, dostat mezi lidi,“ konstatoval **Martin Hroch** ze společnosti **Radio United Broadcasting**, která provozuje šestici rozhlasových stanic, jako je například **Rádio Beat, Kiss** nebo **Country rádio**. Souběžné vysílání na obou platformách je pro soukromé mediální domy sice finančně náročné, nicméně při obrovské penetraci FM nedává v současné době vypnutí analogového rádia smysl.

Digimedia: Oneplay chystá reklamní tarif, iVysílání hledá model, Óčko zůstává v Mafře

Oneplay připravuje zavedení reklamního tarifu a poskytne data o chování uživatelů, Česká televize hledá možnosti registrace uživatelů na iVysílání a Óčko zůstává ve vlastnictví mediální skupiny Mafra. I to se řešilo na středeční konferenci Digimedia.

St 3. června 2026 17:15 • Délka čtení: 7 min



Zleva: Štěpán Wolde, Jiří Suchman, Vladimír Pořízek a Lucie Oravčíková. Zdroj: MediaGuru.cz

Rozvoj digitálních platform, personalizace obsahu, prodej archivů komerčním službám i transformace trhu s televizní reklamou patřily k tématům konference **Digimedia 2026**, která se konala ve středu na Kavčích horách. Diskuse potvrdila, že se hranice mezi tradičním lineárním vysíláním a internetovými platformami stírají, což přináší nové výzvy v oblasti autorských práv i legislativy.

Expanze platformy Oneplay a tarif s reklamou

Společná platforma **Oneplay**, která vznikla spojením služeb **Voyo** a **O2 TV**, si podle vyjádření **Lucie Oravčíkové**, Digital Director v **TV Nova**, nadále udržuje pozici tržního lídra nad globálním **Netflixem** a vykazuje trvalý růst. Přestože zástupci televize Nova odmítli potvrdit přesný počet předplatitelů či zveřejňovat konkrétní data sledovanosti k jednotlivým titulům, jsou s vývojem projektu spokojeni.

„Jediné, co můžu potvrdit, je, že pořád platí, že jsme nad Netflixem a že rosteme,“ uvedla Oravčíková s tím, že data vycházejí z interních průzkumů.

V oblasti prodeje reklamy se **Oneplay** připravuje na zavedení nového **doplňkového tarifu**, který bude obsahovat reklamní sdělení a nabídne cenově dostupnější alternativu pro širší spektrum diváků. Na rozdíl od konkurenční platformy **Prima+** však Nova neplánuje zavádět několik různých úrovní intenzity reklamy a zachová jasné rozdělení na placenou verzi s inzercí a bez ní. „Bude to prostě doplňkový tarif, tak jak to mají Netflix a ostatní streameré,“ potvrdila Oravčíková, přičemž vyloučila, že by reklamu zavedli plošně pro všechny uživatele. Kdy by se tak mělo stát, neupřesnila. Pravděpodobně se tak stane až v příštím roce.

Velký posun v digitalizaci televizního trhu představuje chystaný pilotní projekt s **Asociací televizních organizací (ATO)**, v jehož rámci Oneplay poskytne jednorázová **reálná data o chování uživatelů**. Tato big data by měla v druhé polovině roku posloužit k vyhodnocení přesnosti stávajícího peplemetrového měření a k případnému snížení chybovosti sociodemografických vzorků. „Jsme tomu určitě otevření, protože samozřejmě ta přesnost měření by byla jako téměř sto procent,“ dodala Oravčíková.

Personalizace veřejné onlinové služby

Česká televize se v rámci schváleného memoranda zabývá analýzou technických a právních aspektů případného zavedení povinné registrace uživatelů na své službě **iVysílání**. Podle ředitele programu, obsahu a digitálních služeb **Milana Fridricha** je cílem shromáždit argumenty pro **Radu ČT** i tržní partnery, přičemž na dokončení těchto analýz má instituce ještě rok. Celý proces komplikuje fakt, že poplatníkem je v českém systému domácnost, nikoliv konkrétní osoba.

Registrace diváků, která je v současnosti nepovinná, by České televizi umožnila lépe poznat své publikum prostřednictvím personalizace a doporučení, což je na komerčním trhu standardní nástroj pro prodej cílené reklamy. Veřejnoprávní iVysílání se sice těmito funkcím a priori nebrání, personalizace se však z principu nebude týkat zpravodajských obsahů, aby nedocházelo k uzavírání uživatelů do názorových bublin.

Prodej archivu ČT a kauza Disney

Významným tématem debaty byla distribuce obsahu České televize na komerčních IPTV platformách a prodej programového fondu streamovacím službám. Veřejnoprávní vysílatel se potýká s nepochopením diváků v situacích, kdy komerční operátoři nabízejí zpětné zhlédnutí pořadů po dobu několika týdnů, zatímco samotné iVysílání má on-demand práva omezená jen na sedm dní.

Extrémním příkladem je produkce společnosti **Disney**, kterou ČT může vysílat pouze lineárně na dětském kanálu Děčko, avšak IPTV služby ji u sebe uchovávají v rámci uživatelského nahrávání. Zvýšená poptávka po obsahu z Kavčích hor vedla k jasnému vymezení pravidel v memorandu, které umožňuje prodej staršího archivu maximálně třem streamovacím platformám současně.

U děl z let 2016 až 2021 platí pětileté ochranné okno pro lineární stanice, přičemž největší zájem o nákup mají služby **Oneplay**, **Prima+** nebo **Netflix**. Vedle toho si televize chrání takzvaný Zlatý fond ikonických seriálů vzniklých po roce 1992, mezi které patří například Devadesátky či Případy 1. oddělení, a tyto konkrétní tituly zůstávají prodeji striktně uzavřeny. Výnosy z prodeje archivních práv se podle něj pohybují v řádech desítek milionů korun ročně.

Z právních i reputačních důvodů Česká televize neplánuje měnit ani stávající bezplatný režim must carry vůči provozovatelům kabelových a satelitních televizí. Fridrich upozornil, že zpoplatnění signálu pro IPTV operátory by znamenalo, že by občané platili za stejnou veřejnou službu dvakrát, což je z manažerského hlediska neobhájitelné. „V tu chvíli by to znamenalo, že budeme tlačit na komerční IPTV služby, distributory, kabelové televize, že po nich chceme peníze, ale přitom už jsme jakoby zaplacení od občanů,“ podotkl Fridrich.

Strategie malých stanic a situace na reklamním trhu

Bývalý komerční ředitel Primy **Vladimír Pořízek**, který nově zastupuje rumunské mediální zastupitelství **Thematic Channels**, představil plány na přímý prodej reklamního prostoru menších tematických stanic, jako jsou kanály skupiny **AMC**. Menší televize dosud spoléhaly na prodejní balíčky **Media Clubu**, osamostatnění a přímý prodej mediálním agenturám by jim však mělo přinést vyšší příjmy a větší nezávislost. „My prodáváme napřímo mediálním agenturám, jsme schopni prodávat napřímo klientům a myslím si, že toto bude určitě směr,“ prohlásil Pořízek.

Osamostatnění menších hráčů reaguje na situaci, kdy na trhu ubývá celkový počet reklamních zásahů u velkých televizních skupin, což v uplynulých třech letech vedlo k výraznému zdražování inzerce. Agresivní cenová politika velkých televizí vedla k tomu, že televizní trh v loňském roce stagnoval a v prvním pololetí vykazuje dokonce mírný pokles, uvedl dále Pořízek. Investice do tematických kanálů přitom klientům umožňují vybudovat rychlý zásah populace s podstatně nižšími finančními náklady.

Óčko zůstává v Mafře

Generální ředitel **Óčka Štěpán Wolde** potvrdil, že hudební stanice prozatím zůstává v prodejní síti Media Clubu, která své závazky plní, je však otevřen budoucím diskusím o nových obchodních nabídkách. Wolde zároveň oznámil stabilizaci pozice Óčka v rámci mediálního domu **Mafra**, čímž uzavřel dlouhodobé spekulace o přesunu televize do mediální skupiny Prima, a ukončení svého osobního angažmá v projektu **Cool Lab** pod hlavičkou televize Prima. „Mám čím dál tím víc pocit, že jsme v desetiboji a nejhorší na tom desetiboji je, že nevíte, jaký sporty vám do něj vyberou na příští sezónu,“ uvedl.

Šéfka Yle: Omezení médií veřejné služby nepřinese víc peněz komerčním médiím

Omezení financí pro média veřejné služby nepovede podle generální ředitelky finské Yle k tomu, že tyto peníze získají komerční média, uvedla na konferenci Digimedia.

St 3. června 2026 11:10 • Délka čtení: 3 min



Marit af Björkesten, generální ředitelka finské Yle, a moderátor ČT Daniel Stach. Zdroj: MediaGuru.cz

Generální ředitelka finské veřejnoprávní společnosti **Yle Marit af Björkesten** představila na střední konferenci **Digimedia** finský model fungování veřejnoprávních médií. Ve Finsku je financování Yle zajištěno prostřednictvím zvláštní **mediální daně**, která **není součástí státního rozpočtu**. „Vláda sice může být pro nebo proti veřejnoprávním médiím, ale nemá přímou páku přes každoroční rozpočtové vyjednávání. Základní částka 500 milionů eur byla stanovena v roce 2012. V současnosti je podruhé zmrazena bez valorizace, což fakticky znamená reálný pokles příjmů,“ popsala. Konkrétně jde o pokles o 56 mil. euro (-1,4 mld. Kč) a **propuštění až 400 lidí**.

Směřem k aktuálním debatám v českém prostředí o dalším financování médií veřejné služby Marit af Björkesten uvedla, že ta jsou zásadní pro fungování **společnosti**, zároveň však zdůraznila, že pro to, aby takovou roli mohla média veřejné služby plnit, musí být **politicky nezávislá a ekonomicky silná**. „Vzdálenost od vlády, ať je jakékoli barvy, musí být velká,“ uvedla. „Pokud veřejnoprávní média nebudou nezávislá, ovlivní to celou společnost. Důvěruje nám 80 procent populace, a právě to

je pro nás nejdůležitější,“ dodala s tím, že „jde o hodnoty, dostupnost kvalitních ověřených informací pro všechny, bez ohledu na příjem, vzdělání nebo místo bydliště.“

Debate o veřejnoprávních médiích se podle jejího mínění příliš soustředí na vztah s komerčními médii a politiky, zatímco skutečnou výzvu podle ní představují globální technologičtí giganti.

K úvahám o aplikaci finského modelu v Česku nebo jiného modelu ze severských zemí, na které se někteří tuzemští politici odvolávají, zdůraznila, že jednotlivé evropské modely nelze jednoduše kopírovat. Zmínila také proměnu veřejnoprávních médií v **digitálním** prostředí. Podle ní už dnes není otázkou, zda mají veřejnoprávní média působit online. „Web už není téma. Je zřejmé, že tam musíme být,“ uvedla.

Zdůraznila rovněž, že odčerpání peněz médiím veřejné služby nepovede k tomu, že tyto peníze získají komerční média. „Žádnou takovou zkušenost nevidíme. Ztrácí tím celý obor, pokud chcete mít kvalitní média, musíte mít silná národní média,“ uvedla.

Oto Klempíř vs. Martin Baxa: konference DIGIMEDIA 2026 nabídne „ministerský“ duel o médiích veřejné služby

21. ročník odborné konference DIGIMEDIA 2026 se uskuteční ve středu 3. června 2026 v Kongresovém sálu České televize v Praze na Kavčích horách. Oba politici se zúčastní úvodního diskusního bloku zaměřeného na financování médií veřejné služby. Právě jich se týká návrh zákona o médiích veřejné služby, který v dubnu předložilo ministerstvo kultury a minulý týden k němu skončilo mezíresortní připomínkové řízení.

Média a trh • 22. 05. 2026 • Tisková zpráva



Ilustrační foto, zdroj: AČRA-MK

Oto Klempíř a Martin Baxa se střetli už v sobotní diskusi Za pět minut dvanáct na televizi Nova a nový zákon byl hlavním tématem, u kterého oba politici nešli pro ostrá slova daleko. Debata na konferenci DIGIMEDIA 2026 nabídne větší prostor i konfrontaci s dalšími hosty: generální ředitelkou finské veřejnoprávní televize a rozhlasu YLE Marit af Björkesten, zástupcem generálního ředitele České televize Milanem Fridrichem, ředitelkou pro strategický rozvoj Českého rozhlasu Martinou Májíček Poliakovou, prezidentem Asociace komerčních televizí Markem Singerem, předsedou Asociace provozovatelů soukromého vysílání Jiřím Hrabákem a předsedou senátní komise pro sdělovací prostředky Davidem Smoljakem (STAN).

Rozkolísala minulá vláda situaci okolo veřejnoprávních médií tím, že prosadila zvýšení televizního a rozhlasového poplatku a rozšířila tuto povinnost i na domácnosti s počítačem, tabletem nebo chytrým telefonem? Nebo je to naopak současný kabinet a jeho plán na zrušení poplatků a převedení financování České televize a Českého rozhlasu na státní rozpočet, kdo destabilizuje český mediální trh? To je jen část otázek, na které se budou hosté úvodní debaty na konferenci DIGIMEDIA 2026 najít odpověď pod vedením moderátora Daniela Stacha. Názory současného a minulého ministra kultury na způsob financování médií veřejné služby se přitom diametrálně liší.

Oto Klempíř věří v účinnost zákona od Nového roku

Ministr Oto Klempíř a jeho resort mají ambici nahradit dosavadní legislativu týkající se České televize a Českého rozhlasu. Návrh zákona ale čelí tvrdé kritice opozice, odborníků na média, právníků a v meziresortním připomínkovém řízení k němu přišly stovky připomínek i od vládních resortů. Řízení k zákonu skončilo 14. května, přičemž možnost vyjádřit se k němu využilo 30 subjektů včetně 12 ministerstev.

Koaliční rada se má zákonem zabývat 25. května, poté jsou naplánované debaty s generálními řediteli České televize a Českého rozhlasu. Po zapracování změn má zákon projednat vláda a následně ho posune do Poslanecké sněmovny, kde k němu opozice chystá rozsáhlé obstrukce.

Ministr kultury Oto Klempíř věří tomu, že se zákon podaří schválit a nabude účinnosti od 1. ledna 2027. Termín ale považují za nereálný nejen zástupci opozice, ale i ministerstvo vnitra, které navrhuje posunout jeho účinnost až na 1. července 2027. Diskuse na konferenci DIGIMEDIA 2026 bude první odbornou platformou, na které se k zákonu vyjádří jak jeho předkladatel, tak oponenti.

Partnery 21. ročníku konference DIGIMEDIA 2026 jsou Česká televize, Český rozhlas, Český telekomunikační úřad, České Radiokomunikace, Asociace komunikačních agentur a další. Mediálními partnery jsou společnosti Averia, časopis Marketing & Media a weby MediaGuru.cz a Televizniweb.cz.

Podrobný program konference, seznam řečníků a registrace jsou k dispozici na www.acra-mk.cz.



Konference Digimedia řešila konec poplatků, vliv AI i budoucnost televize

Na Kavčích horách se diskutovalo o tom, jak financovat média veřejné služby, co s obsahem udělá umělá inteligence a zda se televize se streamovacími službami spíš potkává, nebo přetlačuje.

Veronika Kejřová • 04. 06. 2026 • Akce a soutěže, Média a trh



Foto: Jiří Matula

Letošní Digimedia, která se ve středu 3. června konala v České televizi, hned v úvodu otevřela otázku, která v posledních měsících dominuje debatě o médiích veřejné služby: jak by na Českou televizi a Český rozhlas dopadla případná změna financování.

Veřejná služba: nejdřív zadání, potom peníze

První blok moderovaný Danielem Stachem ukázal, že shoda mezi jednotlivými aktéry existuje především v tom, že současný systém není možné měnit bez širší debaty o tom, co má veřejná služba v příštích letech vlastně znamenat. Na pódiu se potkali zástupci veřejnoprávních médií i komerčního sektoru, mimo jiné Milan Fridrich za Českou televizi, Martina Májiček Políaková za Český rozhlas, Jiří Hrabák za APSV a Marek Singer za AKTV. Po panelu pak následovala politická debata, která měla jednotlivá témata rozebíraná se zástupci médií zrcadlit. Ministr kultury Oto Klempíř ani

poslanec Ondřej Babka, avizovaní v programu, se však k diskuzi nedostavili a debata moderovaná Ondřejem Austem tak náležela jen současné opozici, tedy bývalému ministru kultury Martinu Baxovi a senátorovi Davidovi Smoljakovi.

Od zástupců komerčního sektoru v první části debaty zazněl požadavek, aby se nejprve jasně pojmenoval rozsah a charakter veřejné služby. Marek Singer upozornil, že samotné memorandum nestačí, pokud není opřené o dlouhodobější rámec a širší politickou dohodu. „Memorandum je první krok na cestě někam. Ale tady chybí dialogový partner, který by jasně řekl, co společnost od veřejné služby chce,“ zaznělo v debatě. Podle Singera by měla vzniknout expertní skupina na úrovni parlamentu, která by definovala charakter veřejné služby, její rozsah i měřitelné prvky. Teprve poté podle něj dává smysl diskutovat o tom, kolik peněz je málo a kolik už příliš.

Podobně mluvili i zástupci veřejnoprávních médií. Milan Fridrich za Českou televizi zdůraznil, že se debatě o podobě veřejné služby nebrání, naopak ji dlouhodobě považuje za potřebnou. „Byli bychom rádi, kdyby se sešli experti, zástupci mediálního systému, politici ze Sněmovny i Senátu a dalo se dohromady, co má veřejná služba v příštích šesti až osmi letech dělat a kolik na to potřebuje peněz,“ uvedl Fridrich.

Nejostřejší část debaty přišla ve chvíli, kdy se mluvilo o možných rozpočtových dopadech. Fridrich upozornil, že pokud by Česká televize přišla zhruba o miliardu korun, nešlo by podle něj o kosmetickou změnu. „Miliarda by byla tvrdý zásah,“ upozornil. V takovém případě by se podle něj muselo sahat nejen do výroby a investic, ale také do pracovních míst. „Nedokážu si představit, že by to byly jednotky nebo desítky lidí. Spíš by to byly stovky, řekněme 300 až 500 lidí, kteří by museli Českou televizi opustit,“ uvedl. Zároveň připomněl, že od roku 2028 by ČT měla přijít o dalších zhruba 440 až 450 milionů korun kvůli změnám souvisejícím s odpočtem DPH. Připomněl přitom, že loňské zvýšení televizního poplatku ze 135 na 150 korun podle něj pouze dorovnálo inflaci za předchozí období.

Podobně vážně by podle Martiny Májíček Poliakové dopadla změna i na Český rozhlas. V debatě zaznělo, že v případě výrazného výpadku financování by se mohlo jednat přibližně o 200 zaměstnanců. „Ty peníze neleží někde na účtu. Jsou reálně v našich rozpočtech,“ upozornila ředitelka strategického rozvoje rozhlasu. Dopad by se podle ní nepromítl jen do režijních nákladů, ale i do služeb, které rozhlas poskytuje posluchačům. Hájila zároveň šíři portfolia ČRo včetně regionálních stanic. Ty podle ní nejsou anomálií, ale součástí služby, která má oslovovat různé skupiny posluchačů a být přítomná i mimo centrální celoplošné vysílání.

Velkým tématem byla také inspirace zahraničím. Vzhledem k tomu, že jedním z opěrných bodů by měl být finský model médií veřejné služby, patřilo k highlightům programu vystoupení Marit af Björkesten, generální ředitelky finské veřejnoprávní společnosti.

Finský model stojí na financování prostřednictvím zvláštní mediální daně stojící mimo státní rozpočet. Přímá závislost na každoročním rozpočtovém vyjednávání tak podle af Björkesten sice nevzniká, zároveň ale upozornila, že ani tak nejsou veřejnoprávní média zcela imunní vůči politickým rozhodnutím. Rozpočet Yle byl už podruhé zmrazen bez valorizace, což v reálných číslech znamená pokles financí a také propouštění. Zároveň upozornila, že omezení financování médií veřejné služby má dopad na celý mediální trh. „Ztrácí tím celý obor, pokud chcete mít kvalitní média, musíte mít silná národní média,“ uvedla.

AI mění samotnou hodnotu obsahu

Druhá velká linka konference se týkala umělé inteligence. Blok nazvaný „Kocovina z umělé inteligence: stačí nám instantní obsah?“ otevřel otázky, které dnes řeší prakticky všechna média: ochranu obsahu před „vysáváním“ dat, autorská práva, syntetická videa a audia, deepfaky, proměnu vyhledávání i možný soumrak webové návštěvnosti tak, jak ji média dosud znala.

Daniel Všetečka z Ministerstva průmyslu a obchodu představil, jak se evropský AI Act propíše do českého prostředí. Připomněl, že Evropská unie se rozhodla regulovat umělou inteligenci dopředu, tedy ex ante, a rozdělit systémy podle míry rizika. Pro média pak bude důležitá zejména povinnost transparentnosti u syntetického obsahu. Podle Všetečky má být uživateli při první interakci jasné, že komunikuje s obsahem vytvořeným umělou inteligencí. To se bude týkat textu, zvuku, obrazu i videa. „Jak se to bude vymáhat, ukáže až realita,“ připustil. Český adaptační zákon má být podle něj minimalistický a nemá přidávat povinnosti nad rámec evropské regulace.

AI se ale na konferenci neřešila jen jako právní a technologické téma. V mediálním kontextu se ukázala především jako ekonomický disruptor. Pokud vyhledávače a asistenti začnou uživatelům poskytovat odpovědi přímo, bez prokliku na zdrojový web, může to zásadně změnit obchodní model vydavatelů. Média tak budou muset řešit nejen ochranu svých dat a obsahu, ale i to, jak si udržet přímý vztah s publikem.

Televize a streaming už nejdou oddělit

Odpolední blok se věnoval vztahu televize a streamovacích služeb. Konference otevřela otázky kolem terestrického vysílání, IPTV, sportovních práv, Oneplay, 5G Broadcastu i budoucnosti měření sledovanosti. Společným jmenovatelem byla proměna trhu, na kterém už nestačí sledovat jen lineární vysílání a GRP. Video se stále více prodává a měří napříč platformami, televize zároveň potřebují chránit investice do obsahu a hledat nové distribuční modely.

Lucie Oravčíková z TV Nova prozradila, že Oneplay připravuje nový tarif s reklamou, který má nabídnout levnější alternativu k dosavadnímu předplatnému. Chystá také pilotní projekt s Asociací televizních organizací, který má nově poskytovat jednorázová reálná data o chování uživatelů. Datum spuštění ale ještě není dané, může k němu dojít až v příštím roce.

Milan Fridrich z ČT se pak mimo jiné vyjádřil k otázce povinné registrace uživatelů i vysílání. ČT podle něj provádí analýzy s cílem shromáždit argumenty pro Radu ČT a najít model, který bude odpovědí na problém, že poplatníkem koncesionářských poplatků v Česku nejsou konkrétní osoby, ale domácnosti. Narazil i na otázku v komerční sféře běžné personalizace obsahu a reklamy, která by se však podle něj neměla týkat zpravodajského obsahu, aby nepodporovala uzavírání diváků do názorových bublin.

Debate se následně posunula k otázce prodeje obsahu vlastněného Českou televizí dalším subjektům. Podle Fridricha je nešťastná především současná situace, kdy komerční IPTV služby nabízejí zpětné zhlédnutí pořadů po delší dobu, než jakou má veřejnoprávní televize k dispozici pro vlastní on-demand službu. Komentoval i prodej části staršího archivu streamovacím platformám. Memorandum nastavuje pravidla, podle nichž může být určitý obsah dostupný maximálně na třech platformách současně, část ikonických titulů, jako například seriál Případy 1. oddělení nebo Četnické humoresky, si ovšem ČT chrání a z prodeje je vyjímá. Výnosy z takových obchodů se podle něj pohybují v řádu desítek milionů korun ročně.

Fridrich zároveň odmítl, že by Česká televize chtěla zpoplatnit šíření svého signálu přes kabelové, satelitní nebo IPTV operátory. Diváci by podle něj za tutéž službu fakticky platili dvakrát, což by bylo z manažerského i reputačního hlediska neobhajitelné.

Debatovalo se také o situaci menších stanic na reklamním trhu. Ty hledají větší nezávislost a cestou může být posílení přímého prodeje mediálními agenturám a klientům mimo velké obchodní balíky. Celkový objem televizních zásahů se totiž u velkých skupin snižuje, zatímco cena televizní reklamy v posledních letech výrazně rostla. Tematické kanály tak mohou nabídnout klientům efektivnější zásah za nižší náklady. Štěpán Wolde z Óčka ovšem potvrdil, že hudební stanice dál funguje v obchodní síti Media Clubu. Proměnu mediálního trhu popsal jako proměnu z běžeckého závodu v desetiboj. „A nejhorší na tom desetiboji je, že nevíte, jaké sporty budou součástí příští sezony,“ uvedl.

Digitální rádia: Po technologiích přichází otázka byznysu

Poslední blok patřil digitálním rádiím. DAB+ je v Česku aktuálně v bodě, kdy se už neřeší pouze technické pokrytí, ale také ekonomika celého modelu. Diskutovaly se otázky, zda trh čeká konsolidace operátorů a sítí, jak se daří naplňovat rozvojová kritéria ČTÚ, jak zvyšovat penetraci přijímačů v domácnostech a zda má ještě smysl prodávat zařízení pouze pro FM. I zde se vracela obecnější otázka celé konference: co má být veřejně dostupná služba v době, kdy publikum přechází mezi lineárním vysíláním, podcasty, streamingem a online platformami.

Digimedia 2026 tak ukázala, že český mediální trh vstupuje do období, ve kterém se zároveň mění financování, distribuce, regulace i samotná hodnota obsahu. Zatímco debata o koncesionářských poplatcích vypadá na první pohled jako politicko-rozpočtový spor, ve skutečnosti otevírá mnohem širší otázku: jakou mediální infrastrukturu chce Česko mít a kdo ji bude platit. A bez jasné dohody o tom, co má veřejná služba dělat, jak se má měřit její přínos a jak se má chránit její nezávislost, bude každá změna financování jen další kolo stejné debaty.

Jak Češi mění příjem televize? Změří to Median, první čísla budou v prosinci

Výzkumná agentura získala tříletý kontrakt
s Českým telekomunikačním úřadem.

Jan Potůček • 26. 06. 2026 10:10



Člen Rady Českého telekomunikačního úřadu Jiří Šuchman na letošní konferenci Digimedia. Foto: AČRA / Jiří Matula

Získat data, jak se proměňují způsoby příjmu televizního signálu v českých domácnostech, má **Českému telekomunikačnímu úřadu (ČTÚ)** pomoci agentura **Median**. Zvítězila ve výběrovém řízení na realizátora analýzy využívání televizních platforem, na jejímž základě se bude stát rozhodovat, jak dál naloží s frekvencemi určenými pro terestrické televizní vysílání v pásmu 600 MHz, o něž mají zájem mobilní operátoři. Monitoring televizních platforem má probíhat v letech 2026 až 2028, přičemž první data má ČTÚ obdržet letos v prosinci. Sběr dat proběhne v září a říjnu poté, co se v létě uskuteční pilotní šetření. Tříleté měření vyjde ČTÚ na necelých 2,5 milionu Kč včetně DPH, ukazuje kontrakt zveřejněný v registru smluv.

„Vládní **Strategie správy spektra** nám ukládá vypracovat ve spolupráci s ministerstvem průmyslu a obchodu, ministerstvem kultury a **Radou pro rozhlasové a televizní vysílání** analýzu využívání televizních platforem. My jsme za tímto účelem, protože samozřejmě potřebujeme shromáždit relevantní data, vypsalí veřejnou soutěž a ta skončila minulý měsíc. Začátkem června jsme měli první workshop se zástupci státních orgánů a obchodního sektoru, kde jsme prezentovali náš záměr, jak bude tento monitoring probíhat,“ popsal na nedávné konferenci **Digimedia 2026** člen Rady ČTÚ **Jiří Šuchman**. Tehdy ještě nechtěl prozradit vítěznou agenturu, protože s ní ČTÚ neměl podepsanou smlouvu.



Vedoucí oddělení koncepcí a strategií na ministerstvu průmyslu a obchodu Petr Vítek. Foto: Česká televize / Natálie Divincová

Tři scénáře vývoje: od zachování po vypnutí TV

Monitoring se má podle Šuchmana zabývat pěti výzkumnými tématy a pracovat s třemi možnými scénáři dalšího vývoje okolo terestrického televizního vysílání v Česku. „První je, že nedojde k žádné změně, druhý scénář směřuje k nějakému částečnému rozdělení frekvencí a třetí scénář konstatuje, že terestrická televize v tomto pásmu [600 MHz – pozn. red.] končí,“ přiblížil Šuchman. Cílem analýzy podle něj má být jasný pohled, jak by mohl český stát naložit s televizním spektrem. „Jasno chceme mít na přelomu roku 2027 a 2028,“ dodal radní telekomunikačního úřadu. To bude zhruba dva roky před vypršením platnosti frekvenčních přidělů současným celoplošným terestrickým televizním sítím, jejichž provozovatelé je chtějí prodloužit na další léta.

Zároveň ale sílí hlas mobilních operátorů, kteří by rádi získali část televizního spektra pro sítě 5G a 6G. Stát proto chce zjistit, jak velký zájem o terestrické televizní vysílání vůbec je. Z kontinuálního výzkumu **Asociace televizních organizací (ATO)** totiž už dva roky vyplývá, že roli nejsilnější televizní platformy v Česku od terestrické televize převzala IPTV. „Terestrická platforma už bohužel není primárním zdrojem příjmu pro hlavní televizní přijímač

v domácnosti, její podíl klesl pod úroveň IPTV a kabelové televize,“ konstatoval na Digimedii vedoucí oddělení koncepcí a strategií na ministerstvu průmyslu a obchodu **Petr Vítek**. „Tyto trendy je potřeba sledovat, protože se může stát, že do budoucna nemusí u terestrického vysílání vycházet byznys model komerčních televizí, jak jsme to viděli u jiných zemí,“ dodal.

Ministerstvo podle Vítka pracuje na návrhu **Strategie zemského televizního vysílání po roce 2030**, která se bude opírat právě o analýzy monitoringu využívání jednotlivých televizních platform v Česku. Resort podle něj chce stavět na třech pilířích, kterými jsou zachování duálního vysílání, bezplatného příjmu televize na anténu a roli médií při krizové komunikaci státu. „Trhu je potřeba dát jistotu, zejména pak klientům multiplexů, kteří mají smlouvy s jejich provozovateli, aby pro ně bylo toto prostředí předvídatelné i po roce 2030. Důležité proto bude mít tvrdá data z výzkumu, který provede ČTÚ,“ doplnil Petr Vítek.

Česko má v současné době čtyři celoplošné sítě pro terestrické televizní vysílání. Dvě provozují České Radiokomunikace a po jedné **Česká televize** a společnost **Digital Broadcasting**.

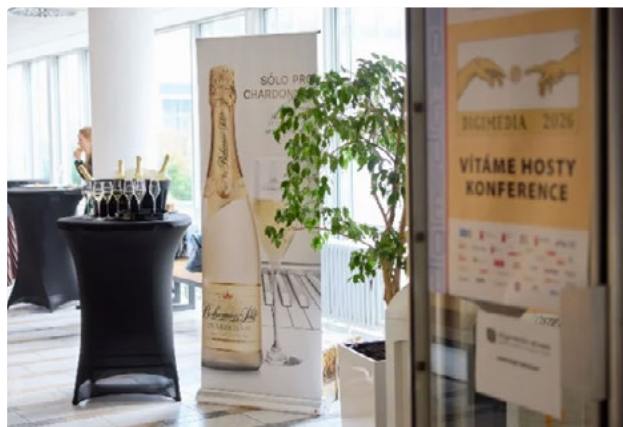
FOTOGALERIE



FOTOGALERIE



FOTOGALERIE



PŘÍNOS PRO PARTNERY

Partnerství s konferencí DIGIMEDIA 2026 přineslo partnerům:

- přímou viditelnost mezi klíčovými osobnostmi českého mediálního trhu
- prezentaci značky v prostředí odborné diskuse na nejvyšší úrovni
- zásah prostřednictvím 104 mediálních výstupů ve 44 médiích
- **ke dni 23. 7. 2026 se vyšplhal počet shlédnutí online záznamu konference na 1 014**
- spojení značky s tématy budoucnosti médií, digitalizace a AI
- networking se zástupci médií, regulátorů, státní správy i akademické sféry

Mediální dosah konference výrazně přesáhl den jejího konání – témata otevřená na DIGIMEDIA 2026 rezonovala v médiích ještě několik týdnů po akci.



PODĚKOVÁNÍ

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace děkuje všem partnerům, vystupujícím i účastníkům konference DIGIMEDIA 2026.

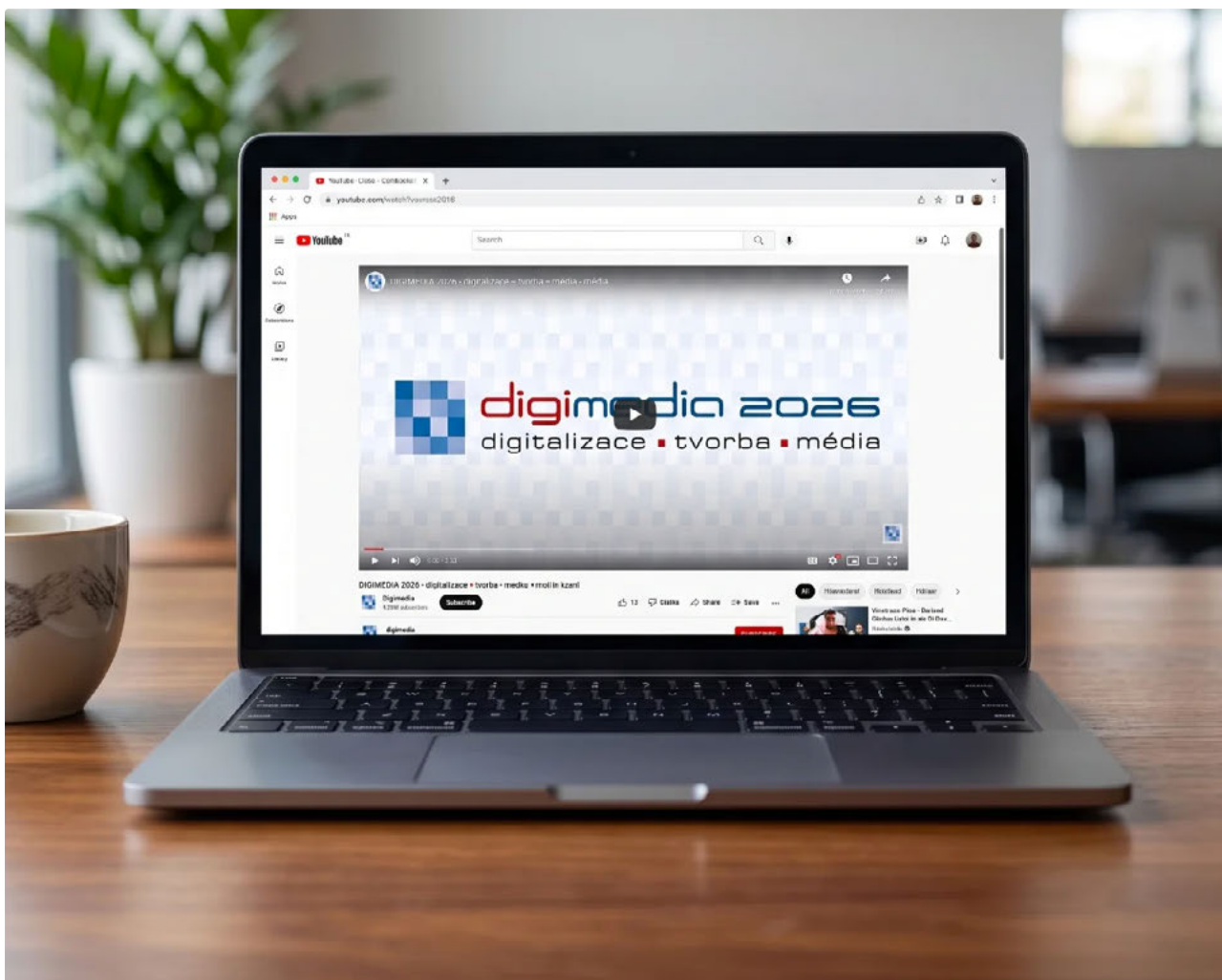
Poděkování patří zejména generálnímu partnerovi konference České televizi, dále Českému rozhlasu, Ministerstvu průmyslu a obchodu, Českému telekomunikačnímu úřadu, Českým Radiokomunikacím, Asociaci provozovatelů mobilních sítí a dalším.

Mediálními partnery konference byly společnost Averia, časopis Marketing & Media a weby MediaGuru.cz a Televizniweb.cz.



ZÁZNAM KONFERENCE DIGIMEDIA 2026

- YouTube: [záznam celé konference DIGIMEDIA 2026](#)
- ČT iVysílání: [záznam konference na iVysílání](#)



POZVÁNKA NA DIGIMEDIA 2027

Těšíme se na setkání na 22. ročníku konference DIGIMEDIA, který se uskuteční v roce 2027. Aktuální informace najdete na www.acra-mk.cz.