

It doesn't matter where you read, but what you read



What is Respekt page 2–3



الملم



Target group page 4–7

Price list page 8–9



ži politici, kteří pržvě teď reálně bojují o pozici přištího premiéra této země, ukazují publiku skoro čítankový soue protikladů. Voličským průrkomňm domicuje šéř hnutí ANO, žovislní miliardát, který se fotí s babičkami na náměrtich a dibuje, že jim zvýší důchody a nepostí do země uprchiky. Na druhém mistě se s výrezným odstupem pohybuje lidr koalice Spola, na první pohled usedlý profesor v brýlich, který nikdy nesundá sako a nezvýší hlas. Trojici uzavirá vitilní muž mladistvého vzhledu s dredy na hlivé a tahaci harmonikou v rokou, který

Tak jako vērīte se snaží působit jako představitel svěžiho v tru, jenž odvane staré pořádky. Jeden z těto nesourodé trojice po žijnový opraváři aut, že váš stroj dá da kupy, tak věřite volbách a nejvěrší pravděpedobností po zemi. Personifikované vyláčený popis předvo-lebního souboje soustředěný do postav ližrů je politikovi, že sumozfejmé míněn s mirmou nadsázkou. Ponabízí řešení litika neni jen sonbejert lidrù a jejich image namúna politolog, protože v soutěži hrají pod-

utatnou roli i strany, programy a markering. Sociolog k tonu přidá, še spolehlívě unit, která ze jmenovaných ingrediencí ve firtíle rozhodne o vitězi, z principa nejde, protože se vždy jedná o kombinaci mnoha faktora. Lidé se, jak známo, ve voľbách sozhodují na pomezi racionality a emoci a neuí přesně možné utčit, co je nakousec přiměje hodit hlas právě té či oné straně. Lidr je však v tomto mizu evidentné zásadní ingrediencí.

Marketingoví mágová v předvolebních štábech i profe-sofi na ovětových univerzitách si tak lámou hlavu nad hádankou, jak by silná postava schopná přesvédšit lidi měla, vypadat. Univerzilní odpověď necejdeme, pro rôzué konkrétní situace jsou totiž potřeba různé typy lidrů - v mírových časech relativní prosperity bude mit šanci na úspěch úplně jiný vůdce než v časech skonomické krize, pandemie či války. Jiný typ politika může také fungovat na seniora na vesnici a odlišný zase pro městského vysekcikeláka. I tak je ale podle všech postava ládra mimožádné důležná, a právě on ve finile spolurozhodne o tem, zda strana zvítêzî, ĉi prohesje. V nadchâzejletch českých volkách tomu nebude jimik.

nistra zahraniči Cyrila Svobody, který lídrovství vyučuje u ové Diplomatické akademii, je rovkem lídea, povný postoj, zerý si udrží i v připadě posžižky". Robert Žanony, který pralitický marketér v týmu slovenského expressiér oberta Faca, minyi o numosti "umèt bouchnout do stolu", vini# Jindřich Šidlo o "charismatu, kreré se zenančite". headhunter a bývalý studentský lídr Jan Bubeîk popintije kouzlo tak, še "mu vêlîte, še vêci dokâte zařálit, i plesné nevíte proč.

Poslouchat vibrace Jak vlastał vypudź úspłikoj politický lidz? Podle bývučeho

in the start of the second discourse today a veriment astnosti, by mohl být třeba současný britaký premiér Be is Johnson. Cesta na politický vechol tohote prostotekého, acuchaného bývolého novináře je ale zároveň natolik spjotá tématem breuitu, že lze mít viúné pochybnosti, zda by měl arici se stát premiérem i v jiné době. A o to jde – na fakra, že lidra utvižeji nejen jeho schopnosti, ale privé i poptávka doby, se shodnou viceméně všichni pozorovatelé politiky, A nejen té české. "Spoložnost vády coby celek víbruje na ur-Sité frekvenzi," vysvětluje politický markettér Jakub Hussar s tim, že kdo tuto frekvenci sprivně přečte a resili, "otevře pomyslný zámek k úspěchu". Přimou souvislost mezi zrodem politického lidra a ráladou ve společnosti vidí i ame rický profesor Ronald Heifetz, který na Harvardové univer-ziel v poce 2000 založil katedru lidrovstvi a radil několika americkým prezidentům. Při snaze pochopit úspěda pelitika, musime podle Heifetze studovat hlænë vo-

liče. "Tak jako věčite opraviší znt, že váš stroj ii do kupy, tak větite politikovi, že nahizi řeá na vale problému," říká. Jde ale o to, jak je poznat. Politika v tomito

hledu nabizi některé paralely s byznysem, kde se pro odlišné fáze podrukání také hodí růmé druhy genenilních feditelů. "Každý lád je z principu dočasný," tiká již citovatý Jan Buenik, bývalý poslanec někdejšího žeskoslovenského federálního parlamentu, ktorý dnes velkým firmám pomihá hledat gmarálmho ředitele přesně na míru. Pro začátek fanny je podle Bubenika po-

tiebu někdo azresivní jako "Jedoborez", který prorazi všechty piektžky. Když fiema roste, nebo naopak stagnoje, hodí se jiné adrovervi. Pites princificost podobných pandel toho ale obeané vzato byzawa s politikou mnoho společného nemá."V byznowa se rychle pomá, nda je lide úspěšné. V politice se úspěch měří nnohem hüř," dodává Bubeník. 12 minéré Rorald Heifetz doronatuie o lichovatri pôr-

möller úplrið jirak. Hlodat "myticke" vlastnosti, které by předurčily politický úspěch, je podle něj pomylená. Vlintnosti jako reahodnost nebo schopnost naslouchat, jež se s úspěšnými lidry často poji, totiž najdeme i v jiných profesich - mohou adobit ticha dobré technie ikol či lekate. Lidra tak podle Heifetze nedefraují jeho schopnosti, ale až konkrétní práce, krerou délá. "Pesci lídra je pomáhat komunitě, tek abychom vškhtů společně nacházeli řešení nových problémů," vysvětkaje. A po-ukazuje ještě na jeden ornyl, který podle něj lidé delají, kdyt. přemyšlejí o lidroch "Ne kaňdy, kdo se dostane do vysoké po-litické pozice, je lidrom. Ty můžeme najží klidně i uprostřed politické organizace, nebo úplně mimo ni,* dodává.

RESPERT 56 | 6. - 12 2AA1 2021







Tymoty basi, (Iman Burtoi)

Od Klouse k Babišovi frafine se sle k nadcházejicím volbám. Dva měsíce starý prétrieurs agentury Median namaduje, že pro deské velide je postava lidra druhým nejdůležitějším vodštkem, podle kreneho se rozhoduje 38 procent lidi. Dáležnějši je už jen pro-

NUMPERT CZ

gram strany, podle něhož voli strana 49 procent lidi. Ředitel Mediana Přemysl Čech podotyká, že ve slastečnosti má lidr pro rozhodovárá voličů nejspůj ještě várší válsa, než si lidé mydli "Lidé programy nečtou, važmají jen zkratku, kterou jim komunikuje z zosobňuje lidt. Těsně před volbarni v debu relevizních debat dochází k dramatickým mněním prefe renci, kdy se lidé rozhodují převážně podle emoci, a ty se rždy koncerntniji do postavy lidea," tilsi Čech. Jakého lidra si tedy jeho kzajané pisji? Má být lidr at

ivni figura, která urči, jakým smětem se má země ubira mebo být spíše koostlinitorem týmu kompetentních profe konálů? Agentura STEM se posledních 20 let prá obyva tel, zda si mysli, že by bylo dobře, kdyby v naší zami "vládh pevní ruka a někdo jasné uečil, co se má dělať". A zatimco na konci devadesátých let minulého století si tuto "prenova rukn" spiše pžála méně než polovina lidi, v roce 2018 nž to byla nadpolovýcní větlina, "le to vídět volár osobnosti," žiki sociolog Jan Hartl ze STEM. Co si pod tím ale představit? Podle Hartla se nutně nejedná o skry-tou touhu lidi po redemokratickém autoritáři. Je to spěle volání po schopném manažerovi. Když se v detašlních rozhoworech puime na vlastnosti, jaka by lide měl mit, je to léta stejně. Profesní výkonnost vitézí nad morálnám a osobnostním kreditem. Češi chtěji adborníka, který se ve věcech vyzná a vyřeší za ně problémy," říká sociolog. Při pohledu na to, jací politici téro představé odpovidují,

se ukumje obraz připominající kyvadlo. V novodobých českých dějinách se na posta premiéra střádaly výrazné cha-rismatické csobrosti s postavani, které představě silného kdra úplně neodpovidaji "Nejdřív to vypadolo, že Češi bu-dou chtiř ařía samce Klease a Zemana, kteří českou politika definovali. Následně spelu zápasili Pacoubek s Topolánkem, kreré vystěidali dvn zdánírsé rozdní úřednáci Nečas a Sobotka. Pak už se nas nastartovala poptivka po siktých lidoch a přitli Babiš a Zeman," vysvětluje novinší Jindřich Sidlo.

Jenite jak poptavka odhadnout? Plimou zkašenost s historickým okamžikem, kdy se nabidka lidra neseila s poptávkou, má třeba bývalý premiér Petr Pithart, Jakožto předseda vlády vedî ve volbûch 1992 novê varûkê Obêzoskê haatî, kistê ale nakonec těsně nepřekročil o pětiprocentní hranici a vypadlo z parlamentu. Volby tehdy drůsé vyhrála koušce ODS a Křestanskedemoleutické strany. Dělali jene začátečnické chyby: Chréli jane lidi zasvěcovat do vládnutí, všechno vysvědovat, a hlavně se nikdy neopakovat," vzpomíná Pithart na snahu Obžanského hratí v kompani mlavit originálně. ODS vedená Váchsvem Klausem naopak kampaň postavila na opakavání jednodachých hesel včerné toho nejmárnějšího "Vale kupo-nová knížka vož ODS". "Na takového jsme neměli," dodává Pithart. Podle novináře Šídla podobně pracoval v následujícách voľbách i tehdejší šeľ sociální demokracie Miloš Zeman. "Když v roce 1996 vytáhl stranu z šesti na 26 procent, dělal to v principa podobně jako Klaus. Vyloril na náměstá, dal si s lidmi piso a dokola opskoval čtyti slogarse."

Únava z vůdců

Při pohledn na řadu střidujících se lidrů novodobě české politiky vyvstane klasicki a nepřehlódratelná charakteris-tika. Jde o sazné muža. Podle bývalé osabadananky Arny Šahatové, kzerá vrcholnou politiku zblizka sledovala, lze

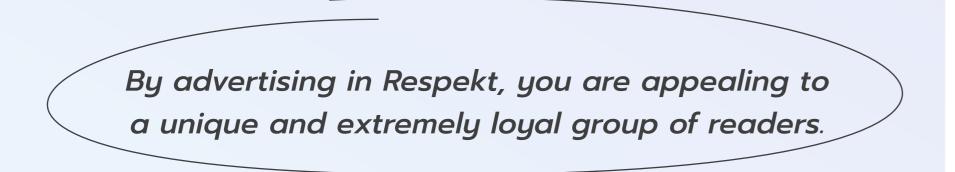






RESPEKT Mediakit 2022





- → Respekt's readers are looking for quality, and they perceive the information within as more respectable than in other titles.
- \rightarrow There isn't a journal with a similar focus on the market. Therefore, by advertising in Respekt, you are appealing to a unique and extremely loyal group of readers.*
 - * InsightLab Research, June 2019

What is Respekt

Respekt is published every Monday. Basic scope: 76 pages web: www.respekt.cz

Each week, Respekt independently comments on current domestic and foreign events. It deals with politics, economics and history, social topics and trends, follows news in the fields of science and research and pays a lot of attention to culture. A number of prominent personalities from various areas of human activity contribute to its pages.

Even its advertisements seem more trustworthy because they are considered part of the journal.

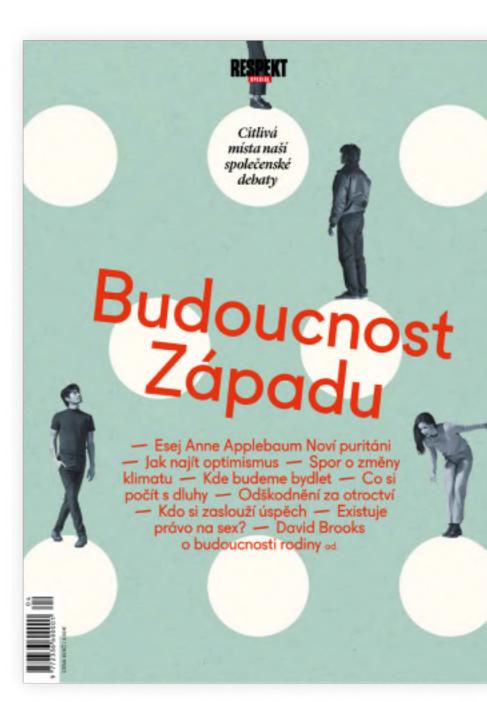
There are columns dedicated to Czech, Europe, America and observations made by Doctors Without Borders member Tomáš Šebek. Following the example of Die Zeit magazine, the permanent sections are supplemented by a survey. The texts taken from the American monthly The Atlantic are something extra.

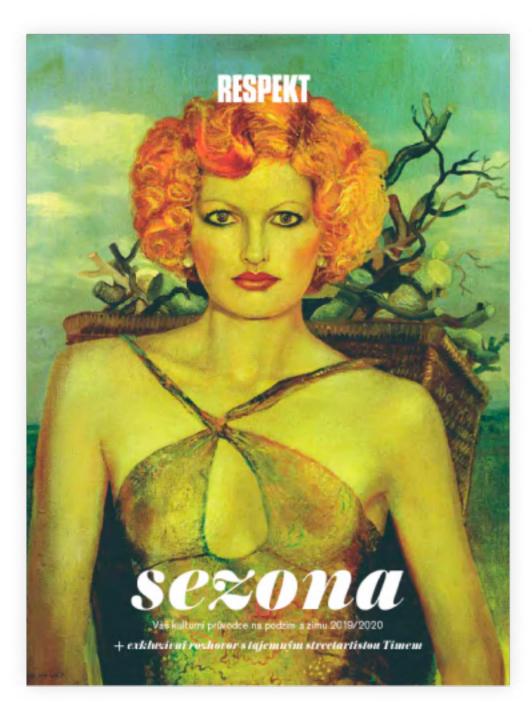
The work of Respekt's editors is regularly awarded prestigious journalism awards - the Ferdinand Peroutka Award, the Karel Havlíček Borovský Journalism Award, and the Tom Stoppard Award, just to name a few. Respekt's photographers regularly gain top positions in the Czech Press Photo competition.















Format: 210 x 280 mm Size: 130 pages Print run: 20,000 Release dates: 23. 3. 2022, 15. 6. 2022, 21. 9. 2022, 23. 11. 2022

An independent magazine that is published four times a year in the **Respekt Special edition**. Each special issue deals with a specific topic. Many of these successful publications have focused on interviews, history or the climate. Respekt Special is on sale at stands and e-shops for more than 4 weeks.

Respekt Sezona

Format: 200 x 270 mm Form of distribution: insert to the entire edition of Respekt

Twice a year, a literary supplement and a clear guide to cultural events **Respekt Sezona** is published. It provides advice on where to go for music, presents film premieres and festivals, exhibitions, book news and tips for cultural trips. It is always part of the double number, so it has an increased cost and is on sale for two weeks.

Date of publishing Summer Season: 27. 6. 2022 Size: 80 pages

Date of publishing Winter Season: 19. 12. 2022 Size: 64 pages



RESPEKT Mediakit 2022

The readers of Respekt weekly

Readership: **212,000***

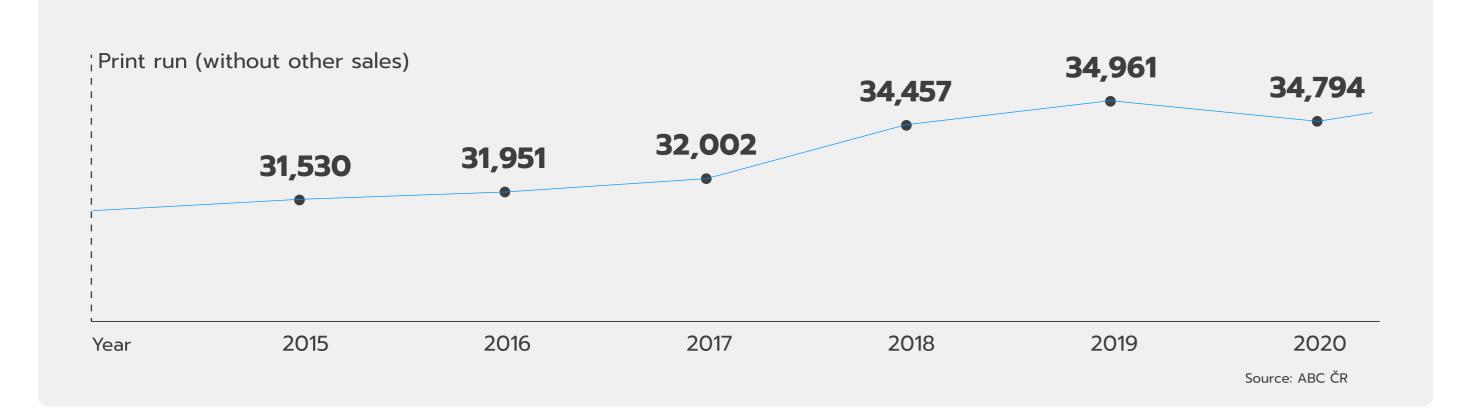
Subscriptions 2021: 25,163 (of which 19,829 readers also subscribe to the printed version)** Open sales 2021: 10,679** Print run (average): **45,463****

$$42\%$$

of respondents consider Respekt to be their main source of information.



of economically active readers are made-up from the management of companies or entrepreneurs.



Source: *MEDIA PROJEKT: 2.Q and 3. Q 2021, MEDIAN a STEN/MARK **October 2021, ABC ČR



readers read three quarters or the entire magazine.



of readers have a net household income of CZK 50,000 or more.



of readers live in cities with more than 100,000 inhabitants.



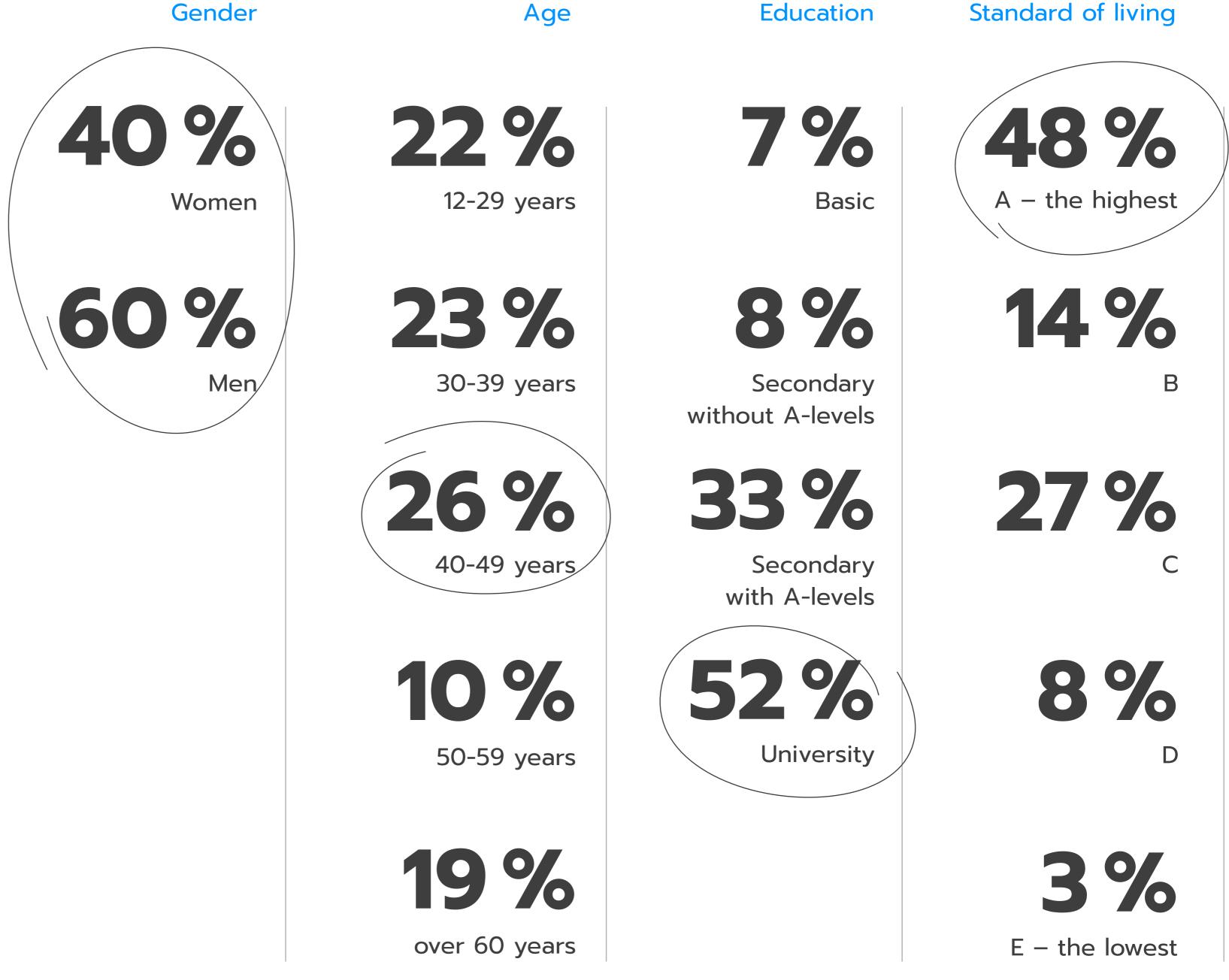


The readers of Respekt weekly

70 % of consumers know Respekt. Half of readers read Respekt weekly.

A comparison with the general population (the share of persons living in households with the highest standard of living and standard in %) Respekt's readers – 47 % General population – 17 %

Respekt has a very strong community of readers with **118,000** followers on Facebook and **241,000** followers on Twitter.

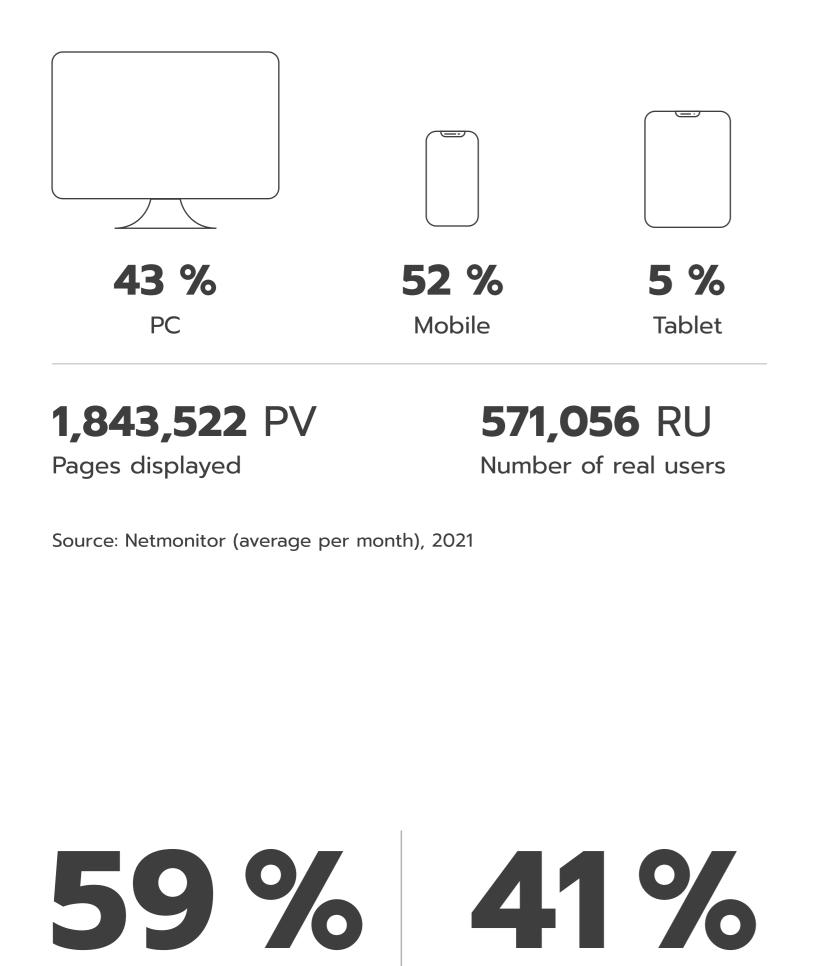


Source: MEDIA PROJEKT: 3Q and 4Q 2020, MEDIAN a STEN/MARK, Research NPS, IPSOS 2019, Research Nielsen 2020





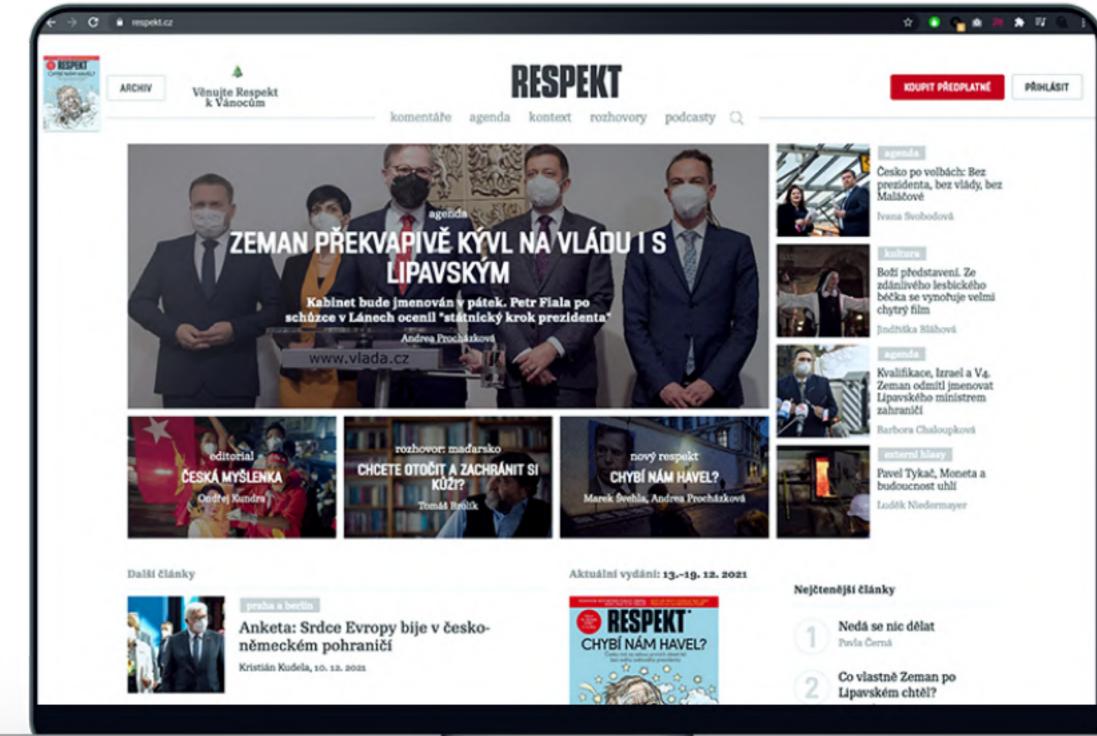
The readers of Respekt.cz



Men

Source: Netmonitor, November 2021

Women

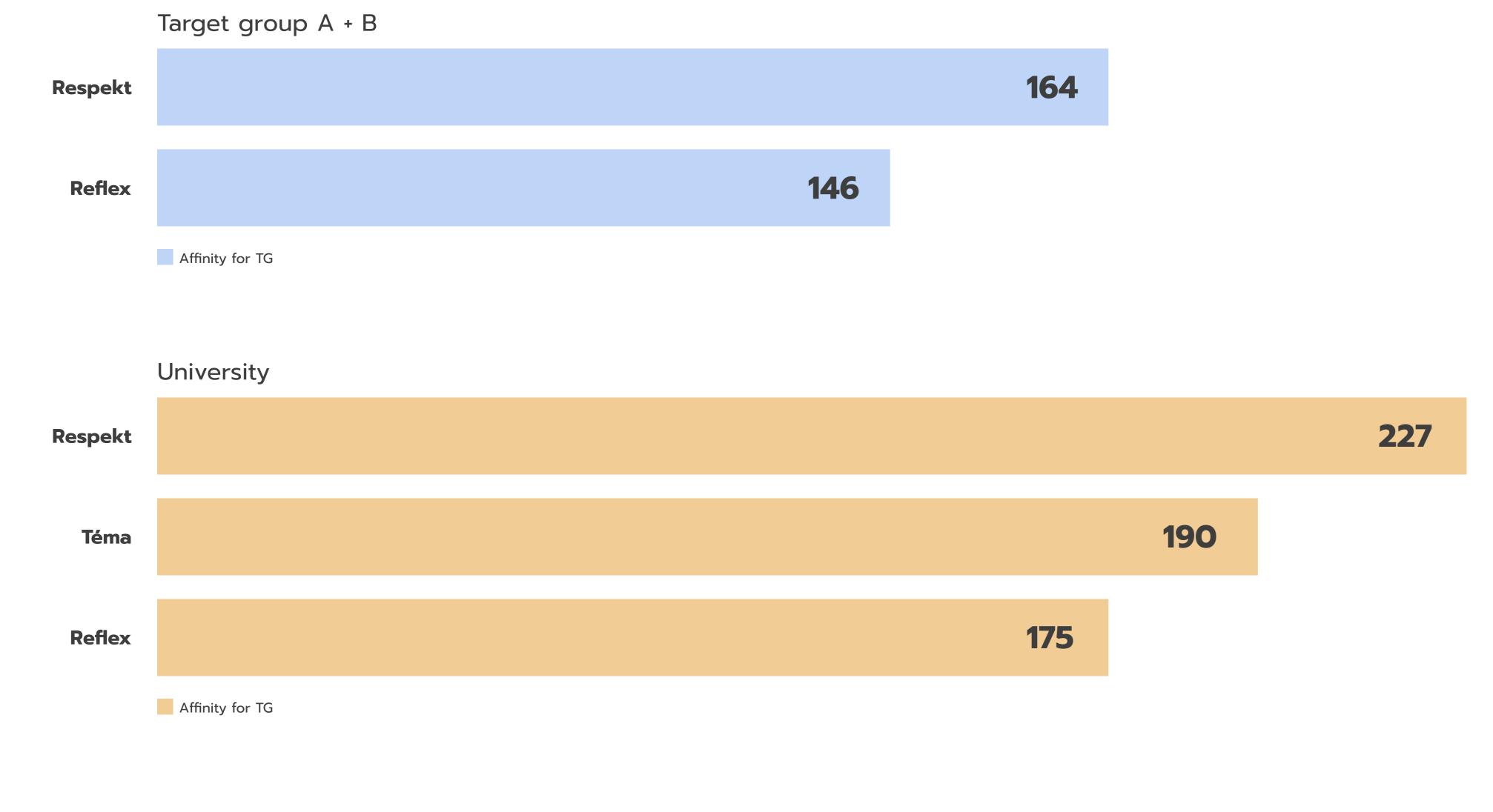






Comparison with the competition

Respekt is the most suitable title for addressing a target group with the highest standard of living in comparison with similarly focused titles, students and university graduates.



Source: MEDIA PROJEKT: 1Q and 2Q 2021, MEDIAN and STEM/MARK



Advertising price list

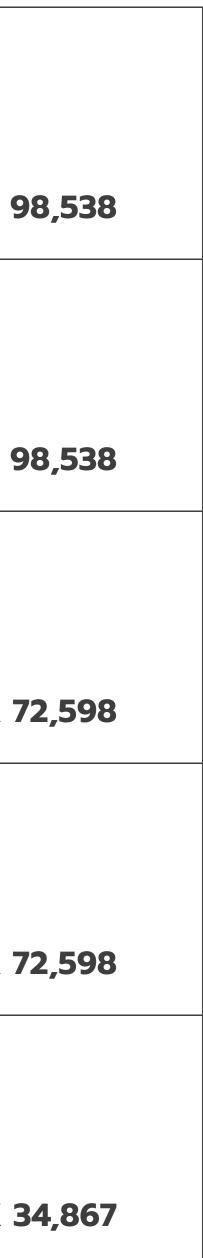
Print

2/1	1/3	
per mirror margins 394 x 245 mm 420 x 280 mm CZK 244,750	per mirror margins 184 x 78 mm 210 x 92 mm	CZK 9
1/1	1/3	
per mirror margins 184 x 245 mm 210 x 280 mm CZK 207,900	per mirror margins 58 x 245 mm 71 x 280 mm	CZK 9
Junior page	1/4	
per mirror margins 121 x 160 mm 134 x 176 mm CZK 154,996	per mirror 88 x 118 mm	CZK 7
1/2	1/4	
per mirror margins 184 x 118 mm 210 x 133 mm CZK 132,146	per mirror 184 x 60 mm	CZK 7
1/2	1/8	
per mirror margins 88 x 245 mm 100 x 280 mm CZK 132,146	per mirror 88 x 60 mm	CZK 3

Price list







Price and size of floating advertisements

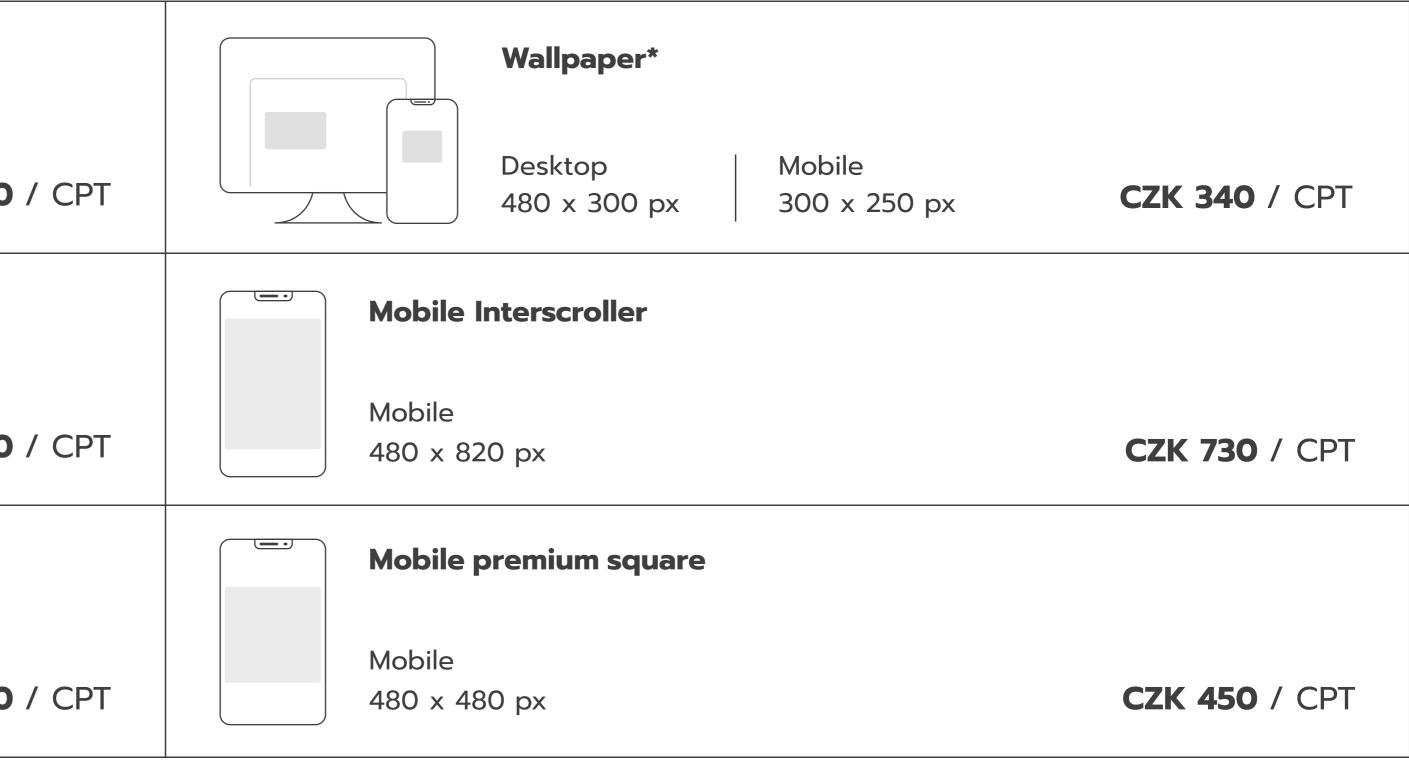
Respekt.cz

Branding*		
Desktop 1980 x 600 px	Mobile 640 x 200 px	CZK 850
Halfpage*		
Desktop 300 x 600 px	Mobile 300 x 250 px	CZK 400
Medium rectangle		
Desktop, mobile 300 x 250 px		CZK 220

* Both formats must be added after campaign launch. To target just desktops there is a surcharge of 30 %.

Note:

Any targeting for a surcharge of 30 %.



Special offers are available at: www.economia.cz/ceniky-inzerce/

Terms and conditions of Economia, a.s. www.economia.cz/obchodni-podminky/



