A11

Náš REGION

# Mediakit 2027
# Karlovarský kraj



# časová osa vydání Našeho regionu

**KOMPLET**
**1. pondělí v měsíci**

**DATA VYDÁNÍ:** 1. 2., 1. 3., 5. 4., 3. 5., 31. 5., 28. 6., 2. 8., 6. 9., 4. 10., 1. 11., 29. 11.

**DISTRIBUCE:**



**NÁKLAD: 18 000**

**SPECIÁL**
**3. pondělí v měsíci**

**DATA VYDÁNÍ:** 18. 1., 15. 2., 15. 3., 19. 4., 17. 5., 14. 6., 19. 7., 16. 8., 20. 9., 18. 10., 15. 11., 13. 12.

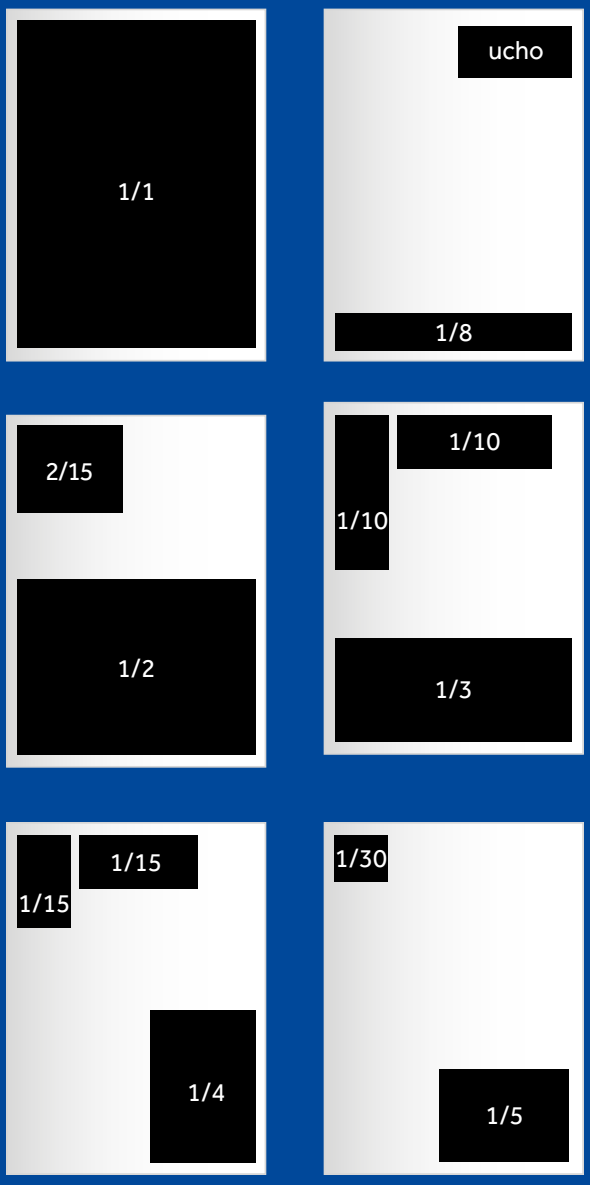
**DISTRIBUCE:**



**NÁKLAD: 110 000**

# formáty a rozměry inzerce

| FORMÁT INZERCE | ROZMĚRY š x v (mm) |
|---|---|
| 1/1 | 192 x 265 |
| 1/2 | 192 x 123 |
| 1/3 | 192 x 81 |
| 1/4 | 94 x 123 |
| 1/5 | 114 x 81 |
| 1/8 | 192 x 30 |
| troják (1/10) | 114 x 39 / 36 x 123 |
| čtverák (2/15) | 75 x 81 |
| dvoják (1/15) | 75 x 39 / 36 x 81 |
| modul (1/30) | 36 x 39 |
| vzpomínka | |
| 1 řádek | |
| 2. strana obálky | 192 x 265 |
| 3. strana obálky | 192 x 265 |
| 4. strana obálky | 192 x 265 |
| titulní strana ucho | 90 x 52 |
| titulní strana podval | 192x60 |
| falešná titulka | 192 x 184 / 192 x 265 |



# KOMPLET

| formát inzerce | rozměry š x v (mm) | Vybraná mutace |
|---|---|---|
| 1/1 | 192 x 265 | 30 000 |
| 1/2 | 192 x 123 | 18 000 |
| 1/3 | 192 x 81 | 12 000 |
| 1/4 | 94 x 123 / 192 x 60 | 8 000 |
| 1/5 | 114 x 81 | 7 000 |
| 1/8 | 192 x 30 | 4 000 |
| troják (1/10) | 114 x 39 / 36 x 123 | 3 000 |
| čtverák (2/15) | 75 x 81 | 4 300 |
| dvoják (1/15) | 75 x 39 / 36 x 81 | 1 900 |
| modul (1/30) | 36 x 39 | 1 200 |
| vzpomínka | | 1 000 |
| 1 řádek | | 100 |




# SPECIAL

| formát inzerce | rozměry š x v (mm) | Vybraná mutace |
|---|---|---|
| 1/1 | 192 x 265 | 134 000 |
| 1/2 | 192 x 123 | 81 000 |
| 1/3 | 192 x 81 | 54 000 |
| 1/4 | 94 x 123 / 192 x 60 | 36 000 |
| 1/5 | 114 x 81 | 30 000 |
| 1/8 | 192 x 30 | 17 000 |
| troják (1/10) | 114 x 39 / 36 x 123 | 13 400 |
| čtverák (2/15) | 75 x 81 | 19 200 |
| dvoják (1/15) | 75 x 39 / 36 x 81 | 8 700 |
| modul (1/30) | 36 x 39 | 5 400 |
| vzpomínka | | 4 400 |
| 1 řádek | | 600 |




# slevy

| opakovací | | mutační | |
|---|---|---|---|
| 2 opakování | 5 % | 2 mutace | 5 % |
| 3 opakování | 8 % | 3 mutace | 10 % |
| 4 opakování | 12 % | 4 mutace | 20 % |
| 5 opakování | 16 % | 5 mutace | 25 % |
| 6 opakování | 20 % | 6 mutace | 30 % |
| 7 opakování | 25 % | 7 mutace | 35 % |
| 8 a více | 30 % | 8 a více | 40 % |
| | | 12 a více | 50 % |
| | | celá ČR | 60 % |

*Výpočet slevy: ceníková cena mínus opakovací sleva mínus sleva za mutaci*



# harmonogram 2027

| týden | číslo vydání | uzávěrka inzerce | datum vydání | typ vydání | náklad |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 2703 | 05. 01. | 18. 01. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 5 | 2705 | 19. 01. | 01. 02. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 7 | 2707 | 02. 02. | 15. 02. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 9 | 2709 | 16. 02. | 01. 03. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 11 | 2711 | 02. 03. | 15. 03. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 14 | 2714 | 23. 03. | 05. 04. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 16 | 2716 | 06. 04. | 19. 04. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 18 | 2718 | 20. 04. | 03. 05. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 20 | 2720 | 04. 05. | 17. 05. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 22 | 2722 | 18. 05. | 31. 05. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 24 | 2724 | 01. 06. | 14. 06. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 26 | 2726 | 15. 06. | 28. 06. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 29 | 2729 | 07. 07. | 19. 07. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 31 | 2731 | 20. 07. | 02. 08. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 33 | 2733 | 03. 08. | 16. 08. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 36 | 2736 | 24. 08. | 06. 09. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 38 | 2738 | 07. 09. | 20. 09. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 40 | 2740 | 21. 09. | 04. 10. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 42 | 2742 | 05. 10. | 18. 10. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 44 | 2744 | 19. 10. | 01. 11. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 46 | 2746 | 02. 11. | 15. 11. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |
| 48 | 2748 | 16. 11. | 29. 11. | Komplet | 18 000 do stojanů |
| 50 | 2750 | 30. 11. | 13. 12. | Speciál | 110 000 do schránek a stojanů |

# distribuce

Do schránek a stojanů na veřejně přístupných místech.
Kameloti na vybraných dopravních uzlech.

**kontakt: reklama@a11.cz**

Noviny Náš REGION Karlovarský kraj jsou bezplatným periodikem určeným občanům celého Karlovarského kraje. Přináší zásadní informace o aktuálním dění v obcích, v městech i městských částech, publikují nezávislé komentáře, otevírají aktuální kauzy a informují o aktualitách ve vašem okolí. V novinách naleznete také rozhovory se zajímavými osobnostmi společenského života a přehled kulturních a sportovních akcí. Obsah jednotlivých vydání je zaměřen vždy na konkrétní region tak, aby byly informace nejen aktuální, ale hlavně místní. Díky nám oslovíte své klienty cíleně a efektivně.

Noviny Náš Region Karlovarský kraj jsou distribuovány do cca 100 distribučních míst (stojanů) v počtu 18 000 ks.

Stojany jsou umístěny na pobočkách České Pošty, ve vybraných prodejnách COOP a ESO Market, na městských úřadech. V elektronické podobě je možné všechny naše noviny stáhnout na https://nasregion.cz/archiv-novin/.

# technické specifikace

Plnobarevné inzeráty musejí být v barevném režimu CMYK za použití ICC profilu ISOnewspaper26v4. Profil je k dispozici na našem webu. V případě, že tento profil nebude použit, vydavatel nemůže zaručit správnou reprodukci barev. Pokud je v plnobarevné ploše umístěn negativně text je vhodné použít font se silnější kresbou (nepoužívat řezy light, thin atd.) Velikost písma by neměla být menší než 8 bodů. Pokud je v plnobarevné ploše umístěna linka, její velikost by neměla být menší než 1 bod. Maximální plošné pokrytí barvou by nemělo přesáhnout 240 %. Pro černé písmo, nepoužívat barvu složenou ze všech CMYK barev! Pro inzeráty nebo obrázkyve stupních šedi použít nárůst bodu 25 %.

- zdarma
- 32 a více stran
- formát 210x292 mm
- papír novinový 42,5 g/m²
- bez vazby
- tisk 4/4 barvy



# NR Karlovarský kraj KOMPLET – distribuce – DO STOJANŮ

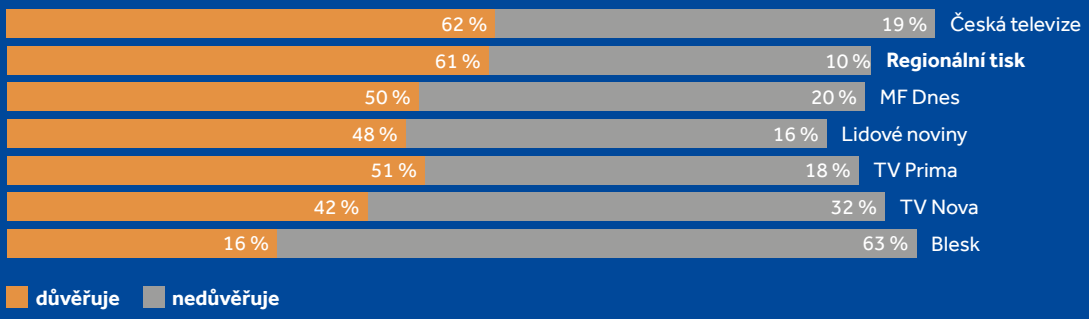
| | |
|---|---|
| Karlovy Vary | Volnočasový areál |
| Lázně Kynžvart | Lázně |
| Ostrov | Městský úřad |
| Ostrov | Vejškovka |
| Otročín | Obecní úřad |
| Cheb | ESO |
| Krajková | ESO |
| Sokolov | ESO |
| Štědrá | ESO |
| Svatava | ESO |
| Nejdek | ESO |
| Nejdek | ESO |
| Nejdek | ESO |
| Karlovy vary | Starostové |
| Cheb | Starostové |
| Sokolov | Starostové |
| Chodov | Starostové |
| Aš | Starostové |
| Mariánské lázně | Starostové |
| Nejdek | Starostové |
| Sokolov | PLANEO |
| Cheb | PLANEO |
| Aš | PLANEO |
| Mariánské lázně | PLANEO |
| Loket | Městský úřad Loket |
| Dalovice | COOP |
| Kynšperk nad Ohří | COOP |
| Rotava | COOP |
| Horní Slavkov | COOP |
| Rovná | COOP |
| Bublava | COOP |
| Kynšperk nad Ohří | COOP |
| Žlutice | COOP |
| Toužim | COOP |
| Žlutice | COOP |
| Toužim | COOP |
| Kyselka | COOP |
| Kyselka | COOP |
| Ostrov | COOP |
| Karlovy Vary | COOP |
| Toužim | COOP |
| Karlovy Vary | COOP |
| Toužim | COOP |
| Karlovy Vary – Stará Role | COOP |
| Bochov | COOP |
| Žlutice | COOP |

| | |
|---|---|
| Chyše | COOP |
| Nejdek | COOP |
| Hroznětín | COOP |
| Aš | Česká pošta, s.p. |
| Františkovy Lázně | Česká pošta, s.p. |
| Františkovy Lázně | Česká pošta, s.p. |
| Cheb | Česká pošta, s.p. |
| Chodov | Česká pošta, s.p. |
| Jáchymov | Česká pošta, s.p. |
| Karlovy Vary | Česká pošta, s.p. |
| Karlovy Vary | Česká pošta, s.p. |
| Karlovy Vary | Česká pošta, s.p. |
| Karlovy Vary | Česká pošta, s.p. |
| Kraslice | Česká pošta, s.p. |
| Lázně Knyžvart | Česká pošta, s.p. |
| Loket | Česká pošta, s.p. |
| Mariánské Lázně | Česká pošta, s.p. |
| Mariánské Lázně | Česká pošta, s.p. |
| Nejdek | Česká pošta, s.p. |
| Ostrov | Česká pošta, s.p. |
| Rotava | Česká pošta, s.p. |
| Sokolov | Česká pošta, s.p. |
| Toužim | Česká pošta, s.p. |
| Žlutice | Česká pošta, s.p. |
| Bečov nad Teplou | Česká pošta, s.p. |
| Bochov | Česká pošta, s.p. |
| Březová u Sokolova | Česká pošta, s.p. |
| Dalovice | Česká pošta, s.p. |
| Habartov | Česká pošta, s.p. |
| Hranice u Aše | Česká pošta, s.p. |
| Hroznětín | Česká pošta, s.p. |
| Cheb 2 | Česká pošta, s.p. |
| Chyše | Česká pošta, s.p. |
| Jenišov | Česká pošta, s.p. |
| Krásno nad Teplou | Česká pošta, s.p. |
| Kynšperk nad Ohří | Česká pošta, s.p. |
| Kyselka | Česká pošta, s.p. |
| Nová Role | Česká pošta, s.p. |
| Otovice u Karlových Var | Česká pošta, s.p. |
| Plesná u Chebu | Česká pošta, s.p. |
| Sadov | Česká pošta, s.p. |
| Stráž nad Ohří | Česká pošta, s.p. |
| Teplá u Toužimě | Česká pošta, s.p. |
| Tři Sekery | Česká pošta, s.p. |
| Velká Hleďsebe | Česká pošta, s.p. |
| Vojkovice nad Ohří | Česká pošta, s.p. |

## NR Karlovarský kraj SPECIAL – Karlovy Vary, Sokolov, Cheb, Ostrov, Jáchymov, Boží Dar, Mariánské lázně, Aš

# Proč inzerovat v lokálním tisku?

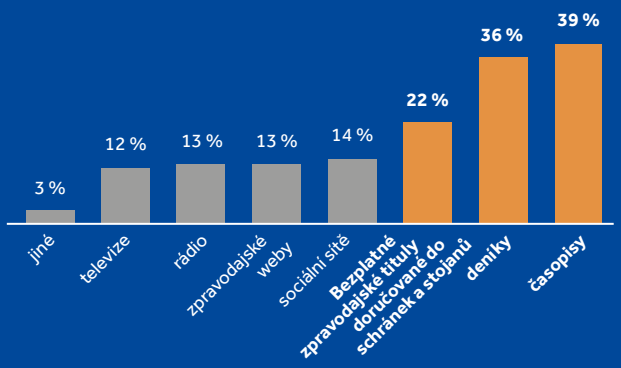
**Uvažujete o inzerci v novinách Náš REGION? Připravili jsme pro vás několik důvodů, proč inzerce v lokálním tisku podpoří vaše podnikání a přivede vám nové zákazníky.**




Zdroj: Reuters, Oxfordská univerzita, YouGov. Výzkum důvěryhodnosti médií v ČR, květen 2020

## Regionální tisk je v České republice druhým nejdůvěryhodnějším médiem hned po ČT.

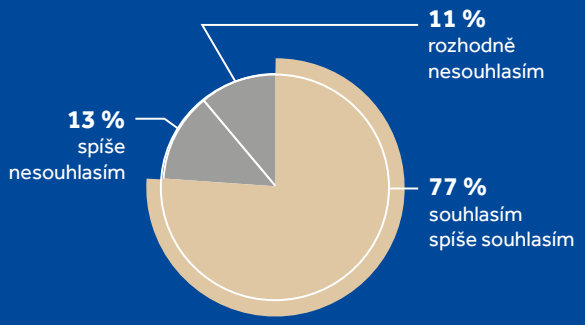
Podle posledního průzkumu věří lidé lokálním novinám a časopisům více než novinám MF Dnes, Lidovým novinám, Blesku nebo TV Nova či TV Prima.




Zdroj: STEM/MARK, Median pro Unii vydavatelů, červenec 2020

## Oproti inzerci na webu, v rádiu nebo TV je inzerce v tištěných médiích výrazně méně rušivá

Kterou reklamu považuji za nejméně rušivou?




Zdroj: STEM/MARK, Median pro Unii vydavatelů, červenec 2020

## Pro 77 % čtenářů je regionální tisk velmi důležitým informačním zdrojem z okolí bydliště.

Regionální tisk je velmi důležitým informačním zdrojem z okolí mého bydliště

# Desatero o inzerci v lokálních novinách Náš Region

1. **Široké pokrytí místní populace s kvalitní distribucí**
   Lokální regionální noviny Náš Region, které jsou zdarma doručovány do každé schránky, mají zajištěný přístup do domácností širokého spektra obyvatel. Firmy tak mohou oslovit velké množství lidí přímo ve svém okolí, což je ideální pro podniky, které nabízejí služby nebo produkty v konkrétním regionu. Ve spolupráci s Českou poštou můžeme zaručit že noviny skončí opravdu ve schránkách a ne na místech kam nepatří.
2. **Cílená reklama na lokální klientelu**
   Firmy mohou lépe cílit své sdělení na konkrétní skupiny obyvatel v daném regionu. Lokální zákazníci mají často větší zájem podporovat místní podniky, což může vést k vyšší návratnosti investice do reklamy.
3. **Ekonomická dostupnost**
   Reklama v regionálních novinách bývá obecně levnější než inzerce v celostátních médiích, což je vhodné zejména pro malé a střední podniky, které mají omezený reklamní rozpočet. Reklama v Našem Regionu je nejefektivnější reklamou v poměru cena/výkon.
4. **Vysoká míra důvěryhodnosti**
   Noviny Náš Region mají u čtenářů zpravidla vyšší důvěru, protože se zaměřují na místní události a potřeby. Reklama v takovém médiu může získat vyšší důvěryhodnost než reklama na internetu nebo v celostátních médiích. Přinášíme tedy vyšší zpravodajskou hodnotu, proto naše noviny lidi opakovaně čtou a neustále se k nim vrací, na rozdíl od pouze inzertních novin.
5. **Tradiční médium s garantovaným dosahem**
   Na rozdíl od digitálních reklam, které mohou být ignorovány nebo blokovány, tištěné noviny doručované do schránek mají fyzickou podobu a většina lidí je alespoň zběžně pročítá. Tím se zvyšuje pravděpodobnost, že si vaši reklamu všimnou. Podle výzkumu jsou nejefektivnější inzertním médiem právě lokální noviny.
6. **Podpora místní komunity**
   Inzerce v lokálních novinách pomáhá udržovat a podporovat místní komunity, která jsou klíčová pro informovanost a soudržnost regionálního soužití. Tento krok může bývá vnímán pozitivně jak ze strany čtenářů, které tyto informace vyhledávají ale i z řad inzerentů.
7. **Možnost detailního sdělení**
   Tištěné médium umožňuje firmám přenést více informací v jednom inzerátu – například podrobnosti o nabídce, obrázky, kontaktní údaje nebo mapu. To je výhoda oproti jiným formám reklamy, kde je prostoru méně. Dále může pomocí článku nebo rozhovoru informovat o dění ve firmě, nebo o produktech daného inzerenta.
8. **Dlouhodobý efekt**
   Na rozdíl od digitálních reklam, které rychle zmizí, tištěné noviny mají delší životnost. Zákazníci si je mohou uchovat, vrátit se k nim později nebo je sdílet s ostatními. Podle průzkumů je životnost inzerce až půl roku.
9. **Zapojení nejen starší generace**
   Starší generace, která tvoří významnou část obyvatel v mnoha regionech, má stále tendenci preferovat tištěná média před digitálními. Inzerce v novinách je tak ideální způsob, jak tuto skupinu efektivně oslovit. Starší generace je i velmi ekonomicky aktivní a produktivní, proto tato cílová skupina velmi dobře funguje.
10. **Posílení lokální značky**
    Pravidelnou inzerci v regionálních novinách si firma buduje povědomí o své značce a upevňuje svou pozici na místním trhu. Čtenáři si vás snáze zapamatují a spojí si vás s regionem, ve kterém působíte.

**Shrnuto, inzerce v lokálních novinách zdarma doručovaných do každé schránky je efektivní a cenově dostupný způsob, jak oslovit místní zákazníky, posílit svou značku a podpořit lokální komunitu.**