



Forbes

LOVEBRAND SE STOLETOU TRADICÍ

PŘEDSTAVENÍ

- mezinárodní byznysový magazín, který vychází v ČR od roku 2011
- 2013 – vznik Forbes.cz
- 2020 – Forbes.cz vstupuje do Netmonitoru
- BrandVoice Lab oddělení vytváří nativní obsahovou prezentaci klientům na míru
- Sociální sítě Forbesu sleduje více než 467 tisíc uživatelů
- Forbes.cz není výkonnostní platforma, ale obsahové médium

REDAKCE FORBESU

- špičky české žurnalistiky
- Zdravko Krstanov – šéfredaktor



FORBES PRINT

A,B

SOCIOEKONOMICKÁ SKUPINA
TOP MANAŽEŘI
STŘEDNÍ MANAGEMENT

VĚKOVÁ SKUPINA

+30

m: 52%

ž: 48%



240 000

ČTENOST ZA MĚSÍC

21 000

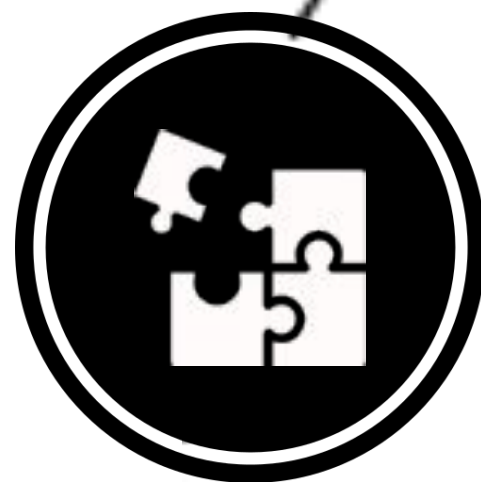
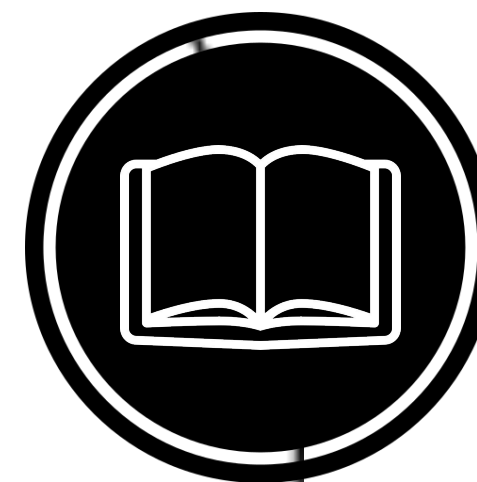
TIŠTĚNÝ NÁKLAD

19 800

PRODANÝ NÁKLAD

6 300

PŘEDPLATITELÉ



*data za 09/2025

FORBES PRINT



16 vydání za rok

- 12x klasické vydání
- 2x technologický titul FORBES NEXT
- 1x lifestylový titul FORBES LIFE
- 1x titul zaměřený na ženy FORBES WOMAN

FORMÁTY:

- Image inzerce
- Obsahová prezentace (články, rozhovory, infografika)
 - BrandVoice
 - AdVoice
 - Advertorial
- Speciální projekt (příloha, vlep atd.)

FORBES PRINT - EDIČNÍ PLÁN



LEDEN

Top lékaři
Longevity a Investice do zdraví

ÚNOR

30 pod 30
Vzdělávání

BŘEZEN

EY Podnikatel roku
Rodinné firmy + žebříček

DUBEN

Investiční bible – jaro
Forbes výběr top advokátních kanceláří v ČR
Cestování

+ VYDÁNÍ FORBES NEXT JARO

KVĚTEN

Nejbohatší Češi + žebříček
Nejbohatší lidé světa

ČERVEN

Nejvlivnější ženy Česka + žebříček
+ VYDÁNÍ FORBES LIFE

ČERVENEC

Top tvůrci
MFF Karlovy Vary

SRPEN

Úspěšní čeští sportovci
Žebříček nejlépe placených sportovců
Sport a peníze

ZÁŘÍ

Investiční bible – podzim
+ VYDÁNÍ FORBES NEXT PODZIM

ŘÍJEN

Nejdražší domy a byty Česka
Největší developři

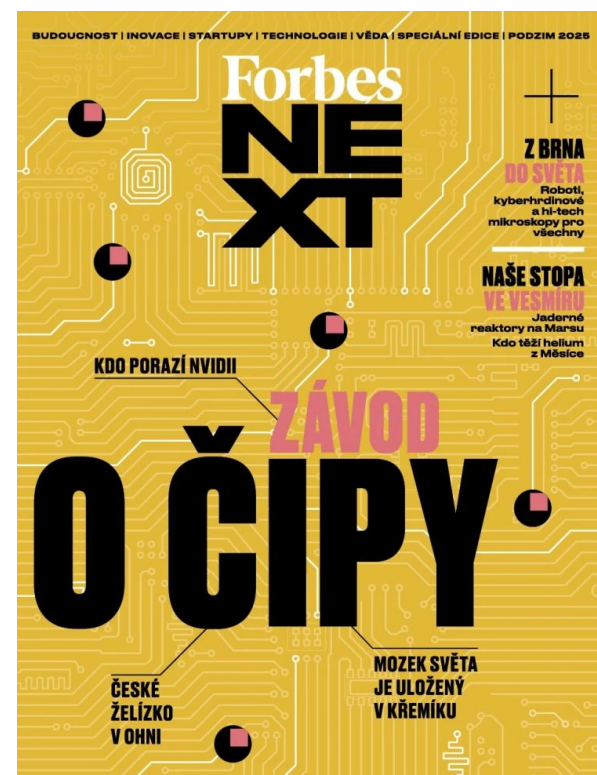
LISTOPAD

TOP CEO
Lepší Česko
+ SPECIÁL FORBES WOMAN

PROSINEC

Allstar
Filantropie
Tipy na dárky, auta, hodinky

FORBES SPECIÁLY



FORBES NEXT

Speciální vydání přináší témata jako jsou technologie, inovace a nové výzvy v oblasti vědy, technologií, gadgetů a IT.

- Technologie, které mění svět
- Elektromobilita
- Smart home/city
- Digitalizace, kyberbezpečnost

Datum vydání: duben, září 2026

Náklad: 19 000

Distribuce: 3 měsíce



FORBES LIFE

Samostatný magazín o životním stylu. Nabízí návod, jak si vydělané peníze nejlépe užít.

- Rozhovory s osobnostmi z oblasti umění, filmu, sportu atd.
- Příběhy úspěšných značek
- Tipy, gadgety, aplikace
- Cestování, gastronomie

Datum vydání: červen 2026

Náklad: 19 000

Distribuce: 3 měsíce



FORBES WOMAN

Speciální vydání o úspěšných a inspirativních ženách.

- Nekonvenční příběhy žen, které změnily svět
- I wish I knew - praktické rady žen z byznysu
- Nadějně vědkyně úspěšné ve světě
- Startupistky a začínající podnikatelky

Datum vydání: listopad 2026

Náklad: 19 000

Distribuce: 3 měsíce



MIT Sloan Management Review

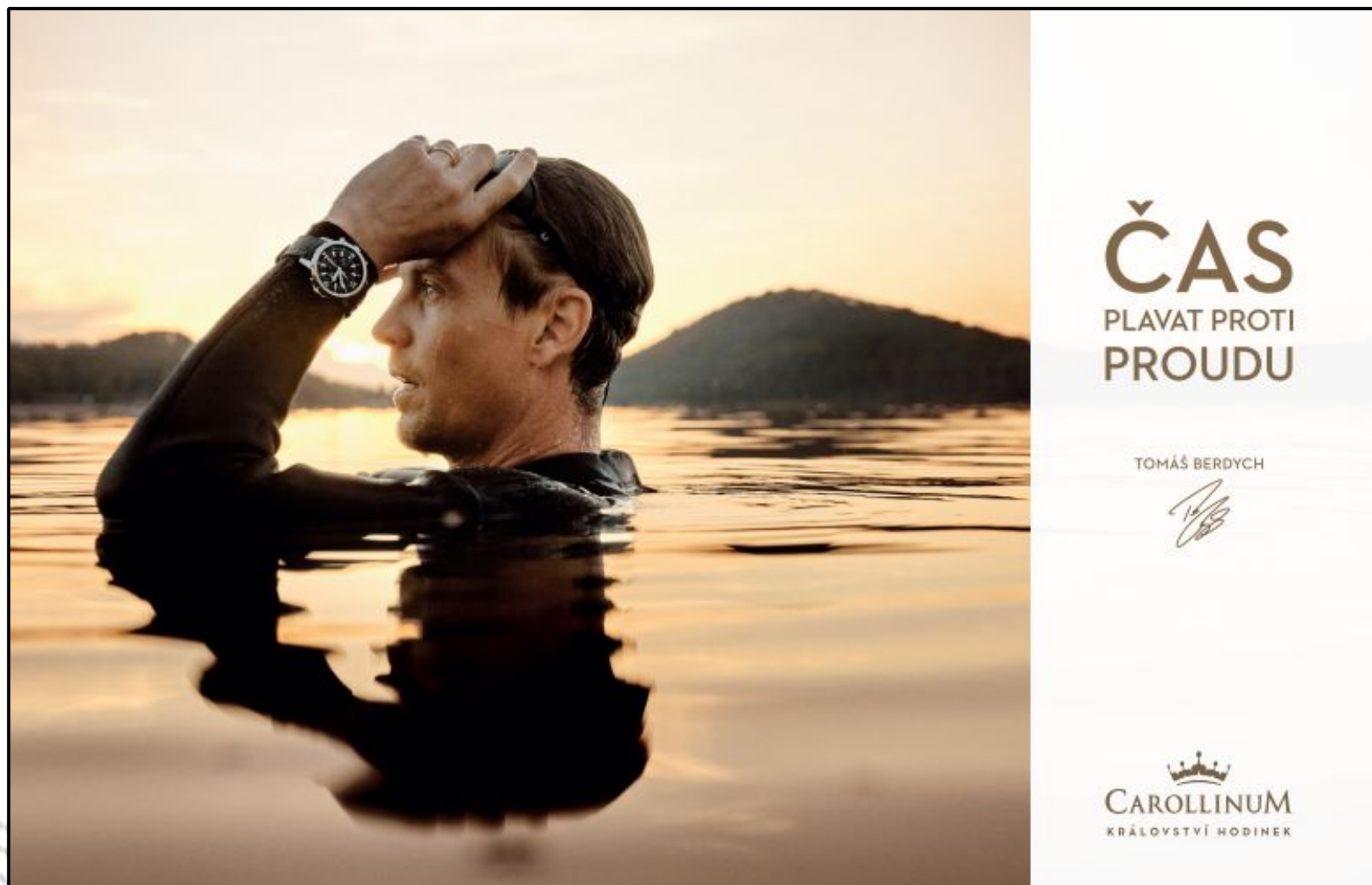
- Byznys trendy
- Case studies
- Manažerské návody
- Ekonomické analýzy

Datum vydání: čtvrtletník

Náklad: 10 000

Distribuce: 3 měsíce

IMAGE INZERCE



ČAS
PLAVAT PROTI
PROUDU

TOMÁŠ BERDYCH

CAROLLINUM
KRÁLOVSTVÍ HODINEK

The advertisement features a photograph of tennis player Tomáš Berdych in a swimming pool at sunset. He is wearing a watch and has his hand on his head. The text is in Czech, with 'ČAS' (Time) and 'PLAVAT PROTI PROUDU' (Swim against the current) as the main headline. Below it is his name and a signature. The Carrollinum brand name and 'KRÁLOVSTVÍ HODINEK' (Royal watches) are at the bottom.



PRÉMIOVÉ BANKOVNICTVÍ

Osobní přístup šitý na míru

Zakládáme si na budování osobních vztahů
a našich expertních znalostech.

Náš profesionální tým bankéřů poskytuje ten nejvyšší klientský servis.
Získat můžete i jedinou platební kartu z pravého zlata v Evropě.
Staňte se klientem našeho prémiového bankovníctví.

www.creditas.cz/premiové-bankovnictví

BANKA CREDITAS

The advertisement for Banka Creditas features a man in a blue suit holding a gold card. The headline 'Osobní přístup šitý na míru' (Personal service tailored to you) is prominent. Below it, the text emphasizes building personal relationships and expert knowledge. It mentions a professional team of bankers providing the highest client service, the availability of a gold payment card, and an invitation to become a client of their premium banking. The website URL is provided, and the Banka Creditas logo is at the bottom.

BRANDVOICE

- Redakčně působící obsah, který vytváří kreativní tým Forbes na míru potřebám a možnostem klienta.
- Kombinuje vysoký profesní standard produkce Forbesu a jeho unikátní cílovou skupinu s komunikačním cílem zadavatele tak, aby článek na čtenáře působil atraktivně, důvěryhodně a nekomerčně.
- Lze dosáhnout vysoké čtenosti, a přitom se může značka klienta sofistikovaně prezentovat.
- Ideální pro success story, příběh značky, aktuální trend atd.
- Veškerou přípravu zajišťuje Forbes: focení, text, grafika, jazyková korektura

- Cena 580.000 Kč gross (2/1)

SÁZKA NA OLOMOUC

AČKOLI OLOMOUC LÉTA PŮSOBILA NENÁPADNÝM DOJMEM, JE DNES V CENTRU POZORNOSTI TURISTŮ A INVESTORŮ. DŮVODŮ JE VÍC. HISTORICKÉ BOHATSTVÍ MĚSTA OŽIVILA ŘADA TRENDY GASTRO PODNIKŮ, LONELY PLANET ŘADÍ OLOMOUC MEZI SKRYTÉ POKLADY EVROPY. TOHLE UNIVERZITNÍ A ARCIBISKUPSKÉ MĚSTO TEĎ PROSTĚ FRČÍ A STÁVÁ SE I DOBROU ADRESOU PRO BYDLENÍ.

Olomouc a její okolí patří v oblasti bytové výstavby k nejdynamičtějším lokalitám v republice. Jen za prvních devět loňských měsíců se v regionu začalo stavět zhruba 1800 bytů, což byl podle statistiků dokonce nejvyšší růst za posledních dvacet let. A rostoucí výstavba s sebou kromě klasického standardu přinesla také prémiový investiční segment, který potenciální kupce

testí, kde posuzujeme zejména lokalitu, synergické efekty a perspektivní růstový potenciál," říká developer. Je to jednoznačná sázka na prémiové bydlení ve skvělé lokalitě, ve kterém Morávek vidí obrovský potenciál i v době růstu úrokových sazeb.

Na poloostrově u soutoku Moravy a Mlýnského potoka Redstone postupně staví

Forbes BRANDVOICE



„Nízké provozní náklady jsou dnes pro nájemníky i investory jedním z rozhodujících kritérií. A naším cílem je vytvořit nadčasový projekt, který bude odpovídat současným trendům, včetně energetické nenáročnosti," doplňuje Richard Morávek.

Že se to Redstone daří, dokazuje i několik cen, které už Šantovka living stihla posbírat. Získala prestižní cenu Realitní projekt roku 2022 v Olomouckém kraji, přičemž ho ocenila odborná porota i veřejnost. A může se pyšnit také oceněním v rámci loňských CII Awards Czech Republic i následným klání Best of the Best Hall of Fame Awards, kde navzájem soutěží vítězné projekty a společnosti ze střední a východní Evropy, aby se určilo, který projekt je skutečně nejlepší z nejlepších.

BrandVoice

CO JE VE FONDU, TO SE POČÍTÁ

ZAJISTIT EFEKTIVNÍ SPRÁVU MAJETKU ČI JEHO PŘEDÁNÍ DALŠÍ GENERACI MŮŽE BÝT VELKÁ VÝZVA. STÁLE OBLÍBENÉJŠÍ VARIANTOU JSOU PROTO SVĚŘENSKÉ FONDY, KTERÉ NABÍZÍ I VYSOKOU OCHRANU PŘED NEJRŮZNĚJŠÍMI RIZIKY. „TŘEBA PŘED TĚMI V PODOBĚ PARTNERŮ, KTERÉ SI NAJDOU POTOMCI ZAKLADATELE.“ ŘÍKÁ JAKUB HOLLMANN ZE SPOLČENOSTI CCS PREMIUM TRUST, KTERÝ SE TĚMÁTU OLOUHODOBĚ VĚNUJE.

Že je dobré si vyřešit majetkové poměry dříve než postihý, to obvykle pozná každý. Někdy taková situace nastane i za krajních okolností. „Já jsem řídil svěřenský fond i pro klienta ve vrbě," říká Jakub Holmann, předseda správní rady společnosti CCS Premium Trust. „Nebyl odvolán, ale uvědomil si, že raději netrvá věčně a najednou zjistí, že je třeba, aby měl majetek uspořádaný.“

Nepředvídatelná budoucnost a s ní spojené velké mezdové riziko jsou důvodem, proč řešit správu majetku už na dopředu nastavit mechanismy, které se spustí v případě jakékoli klíčové události. Na pozadí řešení už nemusí být prostor. Holmann začal i případ, kdy se majitel firmy ocitl po úrazu v kómatu a a najednou nebylo jasně, co s firmou dě.

„Živě okolo nás je tak rychlý, že jakkoli krepiturní a neaktivita znamená zbrodění majetku i firmy. Nelítá podnik dva tři měsíce, neplatíte faktury a hned je na vás podán návrh na insolvenční," varuje Jakub Holmann.

Závěti na ústupu
Správa majetku může mít řadu forem – prostřednictvím obchodních korporací a holdingových struktur až po nadací a svěřenské fondy. „Pokud hledíte právní formu pro obchodní styk se zahraničím, budete si zakládat nadací fond. Jestliže chcete spravovat rodinný majetek, zvolte svěřenský," dodává zkušený advokát, který

je zároveň společníkem v advokátní kanceláři Císař, Císař, Smutný.

Všechny varianty mají podobné transakční náklady, výběr vhodné formy proto záleží především na záměru vlastníka. Rozhoduje, zda se snaží o eliminaci rizik, uspořádání majetkových poměrů v rodině, nebo zda je jeho primárním cílem zajistit plynulý a efektivní transfer. „Dnes je standardní klient o deset až dvacet let mladší, přicházející s tím, že chce ochránit majetek před risky. Vloží ho proto do svěřenského fondu a má ho takřka pod jednou střechou. A to se počítá," říká Jakub Holmann.

PODSTATNÝ JE KAŽDOPADNÝ I VÝBĚR VÝHODNĚHO SPRÁVCE. ZAKLADATEL MU STANOVÍ MANTINELNÍ PRAVIDLA, V NICHŽ SE MŮŽE POHYBOVAT. A SPRÁVCE MÁ PLENOU ZODPOVĚDNOST ZA TO, ABY NEDŮŠLO K JEJICH PŘEKROČENÍ.

O volbě vhodné formy správy majetku rozhoduje také to, zda si vlastník přeje, aby beneficiáři byli anonymní, nebo zda je přisvědčen, že jeho potomci jistě nejsou svými zkušenostmi, vzděláním či morálními principy potřebovat ke správě svěřenského fondu, ve kterém jsou nemovitosti, jiné pro fond, ve kterém je ochotni spolupracovat, klíčů vyžaduje denní operativu.“

V současnosti je v Česku zaregistrováno téměř pět tisíc svěřenských fondů a zájem o ně roste. „Odhadujeme, že do roku 2030

bude svěřenských fondů tisíců. Ti, kteří mají majetek středních a vyšších hodnot, už nebudou za pět let vůbec přemýšlet nad darovací smlouvou nebo závětí," říká Jakub Holmann.

Jedli před několika lety měli zájem o svěřenské fondy primárně podnikatelé, jenž bylo šedesát let a více a souložovali o mezigenerační transfer. „Dnes je standardní klient o deset až dvacet let mladší, přicházející s tím, že chce ochránit majetek před risky. Vloží ho proto do svěřenského fondu a má ho takřka pod jednou střechou. A to se počítá," říká Jakub Holmann.

Podstatný je každopádně i výběr vhodného správce. Zakladatel mu stanoví mantinelní pravidla, v nichž se může pohybovat, a správce má plnou zodpovědnost za to, aby nedošlo k jejich překročení.

„Především by se mělo jednat o důvěryhodnou osobu, která je dostatečně odborně vzdělaná na to, aby byla schopná spravovat daný typ majetku, který se ve svěřenském fondu nachází," podotýká Holmann. „Jiné vzdělání potřebujete ke správě svěřenského fondu, ve kterém jsou nemovitosti, jiné pro fond, ve kterém je ochotni spolupracovat, klíčů vyžaduje denní operativu.“

Nastavte pravidla
Je chvil, kdy se podnikatelé zamýšlejí nad tím, co udělají se svým byznysem, nabízí se



nejjednodušší cesta, kterou je jeho prodej. „Exit z podnikání ale většinou přinese jen chvilovou radost, zatímco pokus o předání je složitější, ale může přinést mnohé benefity včetně zachování firemní filozofie," je přesvědčen Jakub Holmann.

„Podnikatel by také měl zvážit, zda chce, aby jeho potomci žili v zemi, která je z hlediska podnikání anonymní strukturou zahraničních fondů a nadrodních korporací, které skupují české rodinné podniky.“

Důležitým aspektem správy majetku je také takzvaná family governance. Ta upravuje vztahy členů rodiny s rodinným podnikem, aby došlo k jeho správnému mezigeneračnímu převodu. Vlastník vede k tomu, aby uvažovali o majetku jako celku a dali mu jasná pravidla tak, aby byla zachována harmonie mezi jednotlivými členy rodiny a spolu s ní i firemní kultura a filozofie podnikání vlastníka.

„Sepisání pravidla mohou mít různou formu, stejně jako orgán, který je bude vymýšlet, prostřednictvím různých forem. Může tak vzniknout například rodinná ústava, na jejíž dodržování dbá rodinná rada. I u nich se ale v praxi mohou vyskytnout problémy, proto si své upravení chování mezi jednotlivými

rodinnými příslušnými, ale k němu je přilíc nezavazují.

„Jestliže rodinnou radu a ústavu transformujete do svěřenského nebo nadáčního fondu, zavázáte členy rodiny určitými pravidly," radí advokát.

V případě, že to vlastník povolí, může rodinná rada v rámci svěřenského fondu rozhodovat například o koupi a prodeji majetku, financování vzdělání potomků či o samostatném zrušení fondu nebo přejetí nového beneficianta.

Jedli, než se majetek do fondu vloží, provádí se jeho darovací a právní analýza a hledá se nejvhodnější forma pro jeho správu. Do fondu lze vložit v podstatě vše, včetně známek a mincí. „Jo klientech chceme, aby si uvolili veškerý soupis svého majetku. Často až v té chvíli si v něm uvolí nějaký podíl," říká Jakub Holmann.

Komu budu předávat? Kdy? Co? „Je jsou přenesené záležitosti, které si klade vlastník, který nepřemýšlí o alternatívách. Takové záležitosti směřují k jedinému bodu, kterým je čas vyřadit majetku. Zde je ale velké riziko jeho znehodnocení a poškození rodinných vztahů," říká expert na svěřenské fondy a autor knihy Svěřenské fondy pro právní.

Vlastník, který nemyslí lineárně, bude přemýšlet nad sofistikovaným řešením. Bude chtít majetek distribuovat v čase a chtít po dědicích, aby si zasloužili to, co vybudovali. „Postaví je před životní školou, protože převod majetku pouze na základě pokrevního příbuzenství je jednoduše málo," říká Jakub Holmann.

Význam pro předání majetku mohou být nejen komplikované vztahy v rodině, ale i problémy s partnery dětí zakladatelů. „Největším nepřítelům family governance jsou partneré potomků. Vždy se v rodině objeví nějaká velká nežádoucí úslova. Do doby založení fondu se dá předstírat co-ko," poznamenává Holmann.

Toto riziko je možné eliminovat nastavením vnitřních pravidel, kdy názor partnera či partnerky sloz lze respektovat, ale nebudou rozhodující. Ochranu ve svěřenském fondu je třeba nastavit i před samotnými dědci, kteří mohou prochat současným obdobím. „Je každý je tím rodinným přívrhem a princem, který dává radost svým rodičům a vede spořádaný život. I na takové situaci ale může svěřenský fond přispět správným nastavením památek.“

ADVICE

- Přímá obsahová prezentace zadavatele, připravená na míru pracovníky časopisu Forbes.
- Formát vhodný zejména pro prezentaci konkrétních produktů a služeb.
- Cílem je, aby výsledný obsah přinášel maximum sdělení klienta, a to jazykem a formou, pro které čtenáři časopis Forbes oceňují a vyhledávají.
- Přípravu zajišťuje Forbes na základě podkladů zadavatele, ten má možnost tří obsahových korektur.
- Cena 580.000 Kč gross (2/1)

Forbes ADVICE

VÝJIMEČNÝ POZEMEK O ROZLOZE 30 860 M² V PRAŽSKÝCH DEJVICÍCH NA PRODEJ

KDYŽ SE VE VELKOMĚSTĚ, NATOŽPAK V METROPOLI, OBJEVÍ POZEMEK ZARUČUJÍCÍ MAJITELŮM SVOU UNIKÁTNÍ ROZLOHOU SOUKROMÍ A DOSTATEK PROSTORU PRO VÝSTAVBU, V REALNÍM TRHU TO ZAŠUMÍ.

NÁ LEVELU

NA PRODLOUŽENÝ VINEK DO FLORENCIE NEBO
SPECIALIZUJÍCÍ SE NA LUXUSNÍ DOVOLENOU NA
SPOJOMAITELE A CEO PETRA UDÁVSKÉHO:
ŠPATNÉ DOVOLENÉ.

děch
něč-
dom ů provali prvního kuchaře, aby vám
uvěřili večer – tak se napřed zeptá na vaši
představu, chuťové preference, a kvep,
jaké budete chtít nápoje a tak dále,“ popo-
juje Udávký.

„Ať už se chystáte vyrazit na safari v Botswaně, za přírodou v Patagonii, na pláž Indického oceánu nebo za gastronomií v Itálii, EliseVoyage bude vášnivě vášim cestování kontrolovat. Je vše blíž podle příru „Často říká, že fungujeme jako metafora curlingu, kteří smetají klientům cestu tak, aby vše proběhlo hladce,“ smije se Udávký.

EliseVoyage funguje od roku 2019. Kromě Petra Udávského figuruje mezi majiteli také jeho manželka Markéta Udávká a další obchodní partneri David Eder a Karla Alerová, o jejíž příslušnost EliseMedical, za měšné na převenci i o diagnostiku onkologických a kardiovaskulárních onemocnění, jme psali v lednovém vydání Forbesu.

K jejich práci patří také cestovní, protože bez osobní zkušenosti by to nešlo. Právě tak cestují na nejluxusnější zajiřování místa pro celém světě, sbírají inspiraci, umí kátní zážitky nebo se setkávají s klíčovými lidmi a zahraničními partnery. Musí totiž znát trendy, sledovat novinky a očekávat být v obraze. Plánování navíc zdaleka není jen o výběru toho správného místa nebo ubytování, ale jde často o celou řadu detailů a drobností, díky kterým pak dovolená proběhne hladce a je vyvážená.

Jako metafora v curlingu

„Či nás jde hlavně o to přivést do každé dovolené určitě nápoje a vína i m ožnosti, které by klientu samozřejmě ani ne-
napadly. A taky emoce, protože ty jsou za
m é luxus v té neupravované podobě,“ emlu-
je Udávký.

celoročně prosluněný
áněné lokalitě Tiché Šárky,
em na výstavbu moderní
ého kupce právě teď.

FORBES.CZ

ČAS STRÁVENÝ NA STRÁNKÁCH

6 min.

32 000

ODBĚRATELŮ
NEWSLETTEROVÉ
KOMUNIKACE

1 mil.

REÁLNÝCH UŽIVATELŮ

věk

0-24: 5%
25-34: 17%
35-44: 34%
45-54: 17%
55+: 28%

m: 57%

ž: 43%

48%

BONITNÍ CÍLOVÁ SKUPINA

A: 19% B: 14% C1: 9% C2: 6%



>192 tis.



>115 tis.



>83 tis.



>147 tis.

*data za 09/2025

FORBES.CZ

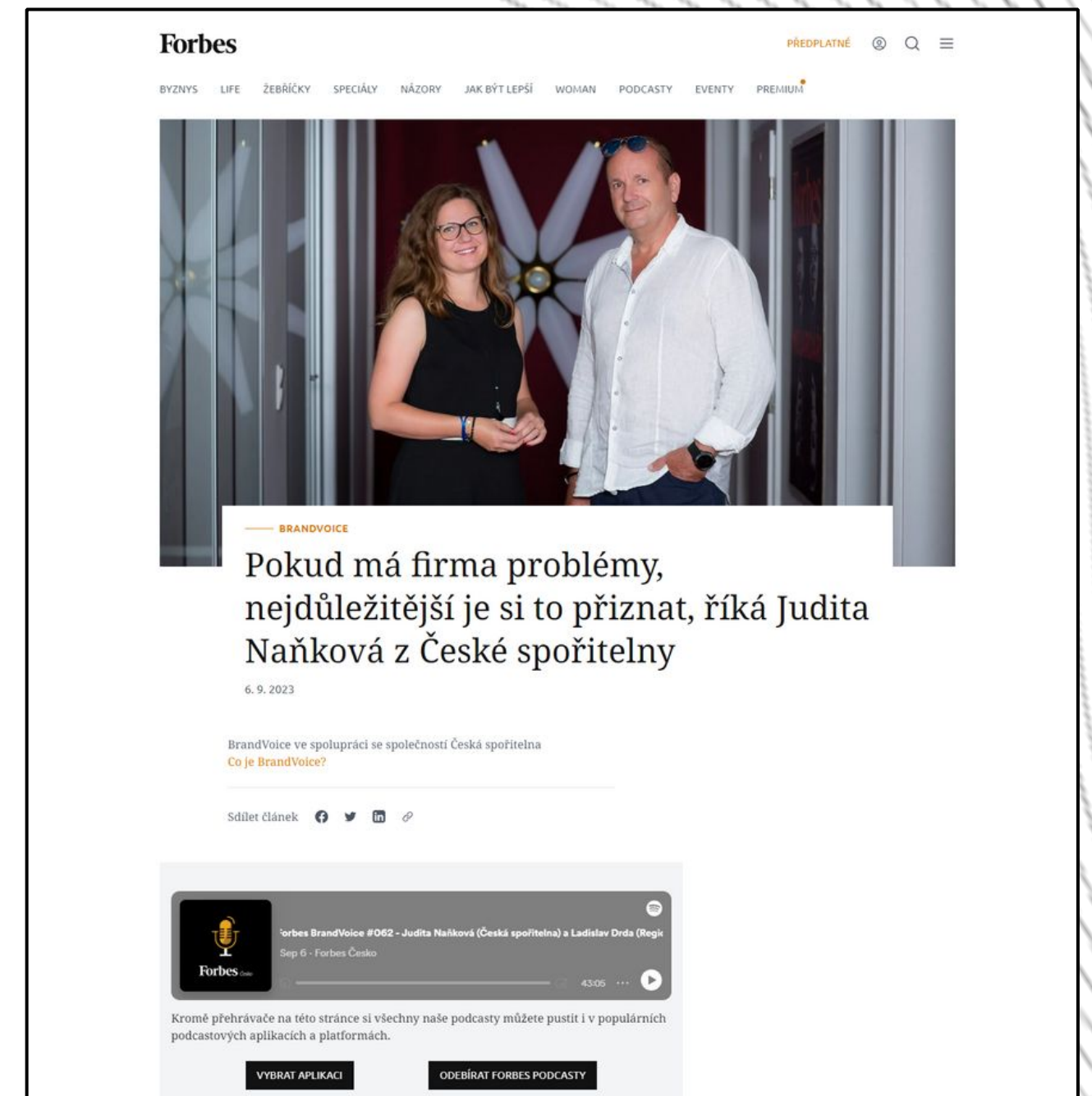


FORMÁTY:

- LEADERBOARD
- BRANDING
- SKYSCRAPER STICKY
- NEWSLETTERY
- NEWSLETTER MONO ESPRESSO
- MOBILNÍ INTERSCROLLER
- MOBILNÍ SQUARE
- OUTSTREAM
- ADVOICE/ADVOICE PLUS
- BRANDVOICE
- BRANDVOICE PODCAST
- ONE PAGE
- PARTNER SPECIÁLU
- PARTNER ŽEBŘÍČKU
- BRANDING ČLÁNKU
- NATIVE AD
- SPONZOR PODCASTU
- VIDEO
- SOCIÁLNÍ SÍTĚ

BRANDVOICE PODCAST

- Scénář rozhovoru je vypracován na základě domluvy klienta a kreativního týmu Forbes tak, aby působil pro posluchače co nejpřirozeněji.
- Hovoří se na téma, které chce klient komunikovat.
- Nejosvědčenější set-up je setkání dvou osob s moderátorem - zástupce společnosti a další osoby, kterou může být stávající či potenciální klient, partner nebo jinak tematicky propojená firma.
- Dostupné na: Forbes.cz, podcastové aplikace - např. Apple podcast, Spotify
- Počet stažení jednoho BV podcastu se pohybuje mezi od 6.000 dle tématu
- Počet pageviews stránky s podcastem od 3.000
- Gross 150.000 Kč



BRANDVOICE VIDEO PODCAST



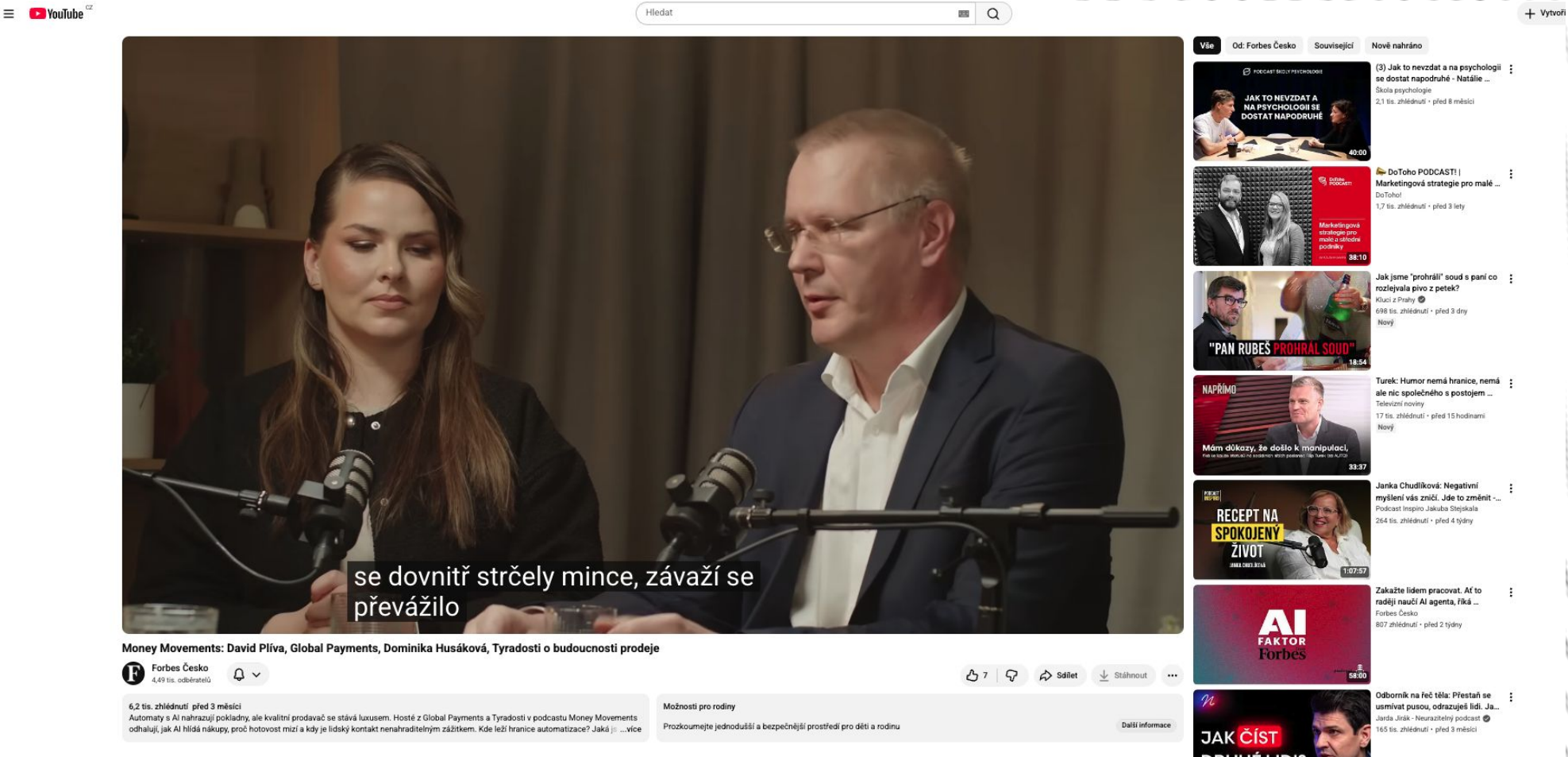
se našim klientům odlehčit od té práce, která je opakovatelná, standardizovatelná a která nám vlastně zabírá hodně času,” popisuje generální ředitelka SAP Česká republika Hana Součková s tím, že firma dodává služby, které pokrývají celý životní cyklus zaměstnance. „Interně tomu říkáme od hire to retire, tedy od náboru do důchodu,“ dodává.



Jedním z hlavních faktorů pro udržení a další rozvoj talentu ve firmě je podle Daniela autenticita a silná firemní kultura. „Jde o vášně a nástroje. Lidi k rozvoji talentu nedonutíte; jen asi dvacet procent motivace je externí, zbytek je interní motivace. My chceme lidem dát vizi, silnou kulturu a hodnoty. Každý, kdo je motivovaný, se tak může realizovat. My jim k tomu ale musíme dát nástroje,“ říká.

Mindset generace Z

„Důležitý je také mindset, že za svůj talent a tím pádem i za svůj

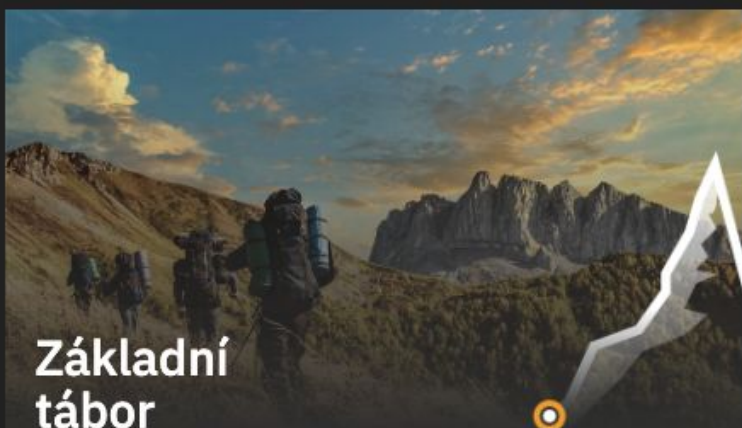


Digitální expedice

Byznysový průvodce na cestě
k budoucnosti

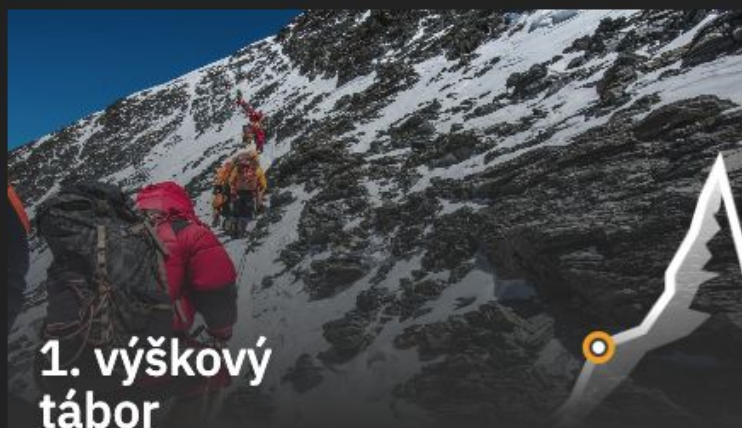
Digitalizace firmám pomáhá „stoupat“ a stavět moderní byznys. Technologie nejsou samospásným řešením, ale mohou být skvělým nástrojem, který vám pomůže dosáhnout cíle. Vydejte se na cestu na vrchol a v jednotlivých výškových táborech zjistěte, jak digitalizaci správně využít, abyste cestou neumrzli nebo nespadli ze srázu. Horská nemoc je zákeřná potvora, ale když si necháte poradit, můžete svoje podnikání přiblížit budoucnosti.

5 výškových stupňů



Základní tábor

Jste teprve na začátku, ale nemusíte panikařit. Sestavte si tým, rozvrhněte síly, vypracujte strategii výstupu. „Digitální transformace je nikdy nekončící proces. Než s ní začnete, měli byste si detailně...



1. výškový tábor

Cesta je cíl. Nesmíte překotně běžet rovnou nahoru, tím nikoho nepředhloníte. Nepodceňte aklimatizaci a ověřte si, že jste ready. V byznysu je v této fázi potřeba potvrdit si správnost strategie...

Příběhy a podcasty



2. výškový tábor

Všechno šlape? K vrcholu je ještě daleko, ale tady byste si už měli definitivně potvrdit svoji formu. Digitalizace by měla být součástí firemní kultury a dlouhodobého byznys plánu. V téhle výšce už není...

KAMPAŇ

V ceně uvedených online formátů je vždy:



publikování článku
na homepage
forbes.cz po dobu
30 dní

organické promo
prostřednictvím
sociálních sítí
Forbesu,
newsletterů
Espresso nebo
Cocktail

sponzorované
promo
prostřednictvím
PPC

rotace článku v
Doporučených pod
redakčním
obsahem po dobu
nejméně 60 dnů

trvalé umístění na
webu forbes.cz

ŽEBŘÍČKY

- Výběr TOP lékařů
- 30 pod 30
- Nejdražší nemovitosti Česka
- Nejbohatší lidé světa
- Největší advokátní kanceláře Česka
- Největší rodinné firmy
- Nejvlivnější ženy
- Nejvýdělečnější youtubeři a streameři
- Nejlepší investoři Česka
- Nejbohatší lidé Česka
- TOP CEO

Forbes

PŘEDPLATNÉ



BYZNYS

LIFE

ŽEBŘÍČKY

SPECIÁLY

NÁZORY

JAK BÝT LEPŠÍ

WOMAN

PODCASTY

EVENTY

PREMIUM

Žebříčky



Nejbohatší lidé světa 2023



Nejbohatší Češi 2023



ESG Rating

Byznys má generovat zisk. To ovšem nestačí. Je třeba podnikat udržitelně a čestí podnikatelé to vědí. Jaké jsou silné stránky top 15 tuzemských ESG firem? Nechte se inspirovat.

ESG RATING 2023



Top CEO

Řídí nejvyšší patra českého byznysu. Určují směr naší ekonomiky. Udávají trendy, inovují a ukazují cestu dalším.

TOP CEO 2023

VŠECHNY ROČNÍKY



Nejlépe placení basketbalisté

V nejprestížnější basketbalové lize světa raketově roste platový strop, a s tím i příjmy jejích největších hvězd. Podívejte se na desítku nejlépe placených hráčů NBA.

NEJLÉPE PLACENÍ BASKETBALISTÉ 2023

ZA HORIZONT DOKONALOSTI.

Prohlédnout nabídku

Forbes

BYZNYS

LIFE

ŽEBŘÍČKY

SPECIÁLY

NÁZORY

JAK BÝT LEPŠÍ

WOMAN

PODCASTY

EVENTY

PREMIUM



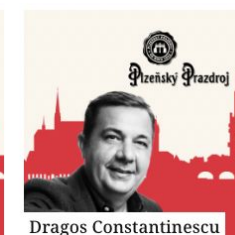
SPECIÁLY A ŽEBŘÍČKY

TOP CEO 2023

Řídí nejvyšší patra českého byznysu. Určují směr naší ekonomiky. Udávají trendy, inovují a ukazují cestu dalším. Forbes potřefti sestavil výběr Top CEO, tedy nejinspirativnějších šéfů Česka.



Štěpán Ašer



Dragos Constantinescu

THE X7

Prohlédnout nabídku



Nejlépe placení hokejisté

eným marketingovým možnostem na stropům. Přesto si nejlepší planery přijdou na stovky milionů zne.

NEJLÉPE PLACENÍ HOKEJISTÉ NHL

Forbes
DIGITAL
HEROES
2023

Digital Heroes

spolupráci s českou pobočkou stavit výběr lídrů digitálního světa. e-commerce přes kyberbezpečnost

DIGITAL HEROES 2023

VŠECHNY ROČNÍKY

EVENTY



více než 12 eventů ročně

GALAVEČEŘE, KONFERENCE, KOKTEJLY

Možnost eventu na míru
pod záštitou Forbes Česko

- Money Masterminds
- Rodinné firmy
- Women's Summit
- Women's Gala
- Business festival
- Forbes na KVIFF / Misfits night
- Next Big Thing - 17.9., Brno
- The Club - 7.10., Praha
- Lepší Česko - 14.-15.10., Karlovy Vary
- Top CEO - 10.11., Praha
- Gala - 26.11., Praha



NEXT BIG THING, 17.9.

- Formát: celodenní konference + interaktivní aréna
- Auditorium: management firem, investoři, experti, hitech fanoušci
- Téma: technologie, inovace, věda, startupy
- Lokace: Brno
- Návštěvnost: 450



FORBES LEPŠÍ ČESKO, 14.-15.10.

- Formát: celodenní festival, doprovodný program, afterparty
- Auditorium: majitelé firem, zástupci státu, filantropové, vědci, kultura, veřejnost
- Téma: propojení státu, byznysu, kultury a vědy + diskuze, jak udělat Česko lepším
- Lokace: Karlovy Vary
- Návštěvnost: 700



FORBES TOP CEO, 10.11.

- Formát: galavečeře a afterparty
- Auditorium: CEO's, vrcholový management
- Téma: řízení firem, společenská odpovědnost, budoucnost
- Lokace: Praha, Rudolfinum
- Návštěvnost: 200



FORBES GALA, 26.11.

- Formát: filantropická galavečeře a afterparty
- Auditorium: nejbohatší češi, významní byznysmeni, filantropové
- Téma: dražba na dobročinné a kulturní projekty, diskuze
- Lokace: Praha, Průmyslový palác
- Návštěvnost: 250



GENERÁLNÍ PARTNERSTVÍ

- vždy jen jeden GP
- spíkr na podiu (keynote speech 5-10 min) + spíkr v panelové diskuzi
- 7 zástupců na eventu
- redakční článek na web jako výstup po eventu
- spolupráce při zvacím procesu a tvorbě zasedacího pořádku
- 2 push notifikace v aplikaci
- jmenování zástupců během eventu
- loga, videa (pozvánky, web, event, tisk a další materiály)
- výstupy na sociální síť Forbes
- možnost materiálů do odchodových tašek
- prostor v rámci eventu (lounge apod.)
- 1/1 inzertní strana zdarma

HLAVNÍ PARTNERSTVÍ

- spíkr v panelové diskuzi
- 5 zástupci na eventu
- redakční článek na web jako výstup po eventu (z diskuze)
- 1 push notifikace v aplikaci
- jmenování zástupců během eventu
- loga, videa (pozvánky, web, event, tisk a další materiály)
- výstupy na sociální síť Forbes
- možnost materiálů do odchodových tašek
- prostor v rámci eventu (lounge apod.)

PARTNERSTVÍ

- 2 zástupci na eventu
- jmenování zástupců během eventu
- loga, videa (pozdávky, web, event, tisk a další materiály)
- výstupy na sociální síť Forbes
- možnost materiálů do odchodových tašek
- prostor v rámci eventu (lounge apod.)

KULATÝ STŮL / DEEPDIVE / EXCLUSIVE ROOM

Forbes

Chci členství

Investice

Průmysl

Společnost

Technologie

Žebříčky

Speciály

Komentáře

Woman

Podcasty

Newsletters

Eventy

Pro členy



Lepší Česko

Kdy bude evropský Google? Máme slibné startupy i kapitál, ale neumíme je propojit

Marek Tomanka

+ Odebírat autora

3. 11. 2025

7 min

Sdílet

Uložit



MODELOVÝ ZÁSAH

Print

- 3x 200.000 = 600.000
- auditovaná čtenost Media projekt

Interní komunikace

- self promo (sítě, web, newsletter...)

SOME / digital

- před (IG / FB / LinkedIn atd.)
- v průběhu akce a po organic (fotodokumentace + poděkování + highlights)
- youtube video
- děkovný mail
- 100k+ zobrazení

Event

- 150 až 800 / 6000 lidí dle eventu
- 60-80% zve Forbes (vybraní zástupci, lidé z obálek, odborná veřejnost)

CENY GROSS

Lepší Česko

- GP = 1.100.000 Kč
- HP = 825.000 Kč
- P = 400.000 Kč

Rodinné firmy (2 večery) / Business Festival

- GP = 850.000 Kč
- HP = 650.000 Kč
- P = 350.000 Kč

Ostatní eventy

- GP = 690.000 Kč
- HP = 490.000 Kč
- P = 290.000 Kč

SLOŽENÍ INZERENTŮ

Top 10 segmentů

- investice / finance
- luxus
- zdraví
- automobily
- korporátní obsah
- technologie
- development
- právo
- vzdělávání
- průmysl

NOVINKY / CO NÁS ČEKÁ?

- monetizace sociálních sítí
- paywall
- zdražení Q4
- B2B membership
- individuální přístup k top klientům

KONTAKT

obchod@forbes.cz

Forbes

Obchodní podmínky najdete na adrese:

<https://www.forbes.cz/obchodni-podminky-a-informace-ke-zpracovani-osobnich-udaju/>

Technické specifikace:

<https://www.forbes.cz/technicke-specifikace-inzerce-forbes-cz/>

Veškeré podklady ke kampaním musí být ve všech bodech v souladu s pravidly reklamy, viz. technické specifikace a zaslány nejpozději 3 pracovní dny (neinteraktivní formáty) nebo nejpozději 5 pracovních dnů (interaktivní formáty, dynamické bannery, speciální formáty, direct mail) před spuštěním kampaně. V případě nedodržení technické specifikace nebo termínu dodání podkladů nemůžeme ručit za včasné spuštění kampaně!