

Zpráva o činnosti Dozorčí komise Rady Českého rozhlasu za 2. čtvrtletí 2025

Zprávu sestavil a předkládá Ing. Miroslav Dittrich, předseda Dozorčí komise Rady ČRo v souladu se zákonem č. 484/1991 Sb. O Českém rozhlasu v platném znění a s čl. II. odst. 3 Jednacího řádu dozorčí komise Rady ČRo. Dozorčí komise (dále jen Komise) Rady ČRo (dále jen Rady) se ve 2. čtvrtletí roku 2025 v souladu se svým jednacím řádem a s potřebami Rady sešla na třech řádných zasedáních.

Dne 16. 4. 2025 (Zápis 4/2025)

Hlavní body:

- 1) Poslechovost ČRo za 3. a 4. čtvrtletí 2024 (tzv. hybridní model)
- 2) Marketing – Kampaň „Vltava má můj hlas“
- 3) Přehled soudních sporů
- 4) Kauza DPH

Ad 1)

Komise se seznámila s novým, tzv. hybridním, modelem měření poslechovosti rádií. Aby lépe mohla posuzovat smysl a přínos rozhlasových marketingových kampaní.

Pavel Šimoník z oddělení výzkumu ČRo připomněl dosavadní způsoby zjišťování poslechovosti, které fungovaly od roku 2006 a byly postaveny na deklarativním dotazování. Důvodů pro změnu bylo několik: především stále menší ochota lidí poskytovat informace o poslechu rádia po telefonu, a také snaha přiblížit rádiový model zjišťování poslechovosti k televizním tzv. peplemetrům (TV metry). Rozhlasový trh, tedy veřejnoprávní i soukromá rádia, se dohodl na tzv. hybridním měření (tento způsob vznikl ve Švýcarsku, používá se ve Skandinávii). Jedná se o kombinaci deklarativního dotazování s pasivním elektronickým měřením technologií adMeter. Tím se celé měření výrazně zpřesňuje. P. Šimoník vysvětlil princip datové fúze (dat z dotazování a dat z elektronického měření). V panelu je nyní 2000 osob, směřuje se k panelu o 4000 osobách v roce 2027. První výsledky nového hybridního měření byly za třetí a čtvrté čtvrtletí 2024. Více méně potvrdily dosavadní trend a postavení jednotlivých stanic na rozhlasovém trhu. Nejposlouchanější je stále ČRo Radiožurnál.

Jiří Malina, ředitel Marketingu a digitálních služeb, představil vývoj od demand poslechovosti na platformách ČRo, tak na dalších (Spotify, YouTube, Apple,...). V aktuálním měření má největší podíl poslechovosti stanice ČRo Dvojka (41,7%), dále ČRo Plus a ČRo Vltava.

Ad 2)

Komise se seznámila s připravovanou kampaní „Vltava má můj hlas“, která navazuje na předcházející kampaň této stanice. Jedná se o vizuální kampaň zaměřenou na znalost značky. Prezентují ji tři tváře: herečka Jana Plodková, hudebník Milan Cais a nově herec Václav Neuzil. Počítá se s outdoorovou a online reklamou, zdarma bude vysílána výměnou v České televizi, zejména na programech ČT Art, ale i na ČT 1 a ČT 2. V rozpočtu této kampaně není zahrnuto barterové plnění a to vzhledem k novele zákona o ČRo, která následně vstoupila v platnost v květnu.

Ad 3)

Vedoucí právního oddělení Daniela Foukalová stručně popsala jednotlivé soudní spory, které vede ČRo. Většinou se jedná o pohledávky. K vývoji došlo u sporu o zveřejnění odpovědi

s Jiřím Novákem. V tomto případě ČRo nepravomocně soud vyhrál. U sporu s Petrem Winklerem proběhne odvolací řízení. D. Foukalová odpověděla na dotazy členů Komise a seznámila je s tím, které spory rozhlas řeší sám a na které si najímá vysoutěžené advokátní kanceláře. Členové Komise vyzdvihli skutečnost, že ČRo nečelí žádnému pasivnímu soudnímu sporu, což je u korporace jeho velikosti spíše neobvyklé. Vzhledem k tomu, že většina žalob v minulosti podaných na ČRo byla iniciována propuštěnými zaměstnanci, kteří zpochybňovali tento akt, současná situace dle názoru Komise svědčí o zlepšení práce odpovědných členů managementu v personální oblasti.

Ad 4)

Co se týče kauzy DPH, byli zejména noví členové Komise seznámeni s historií této kauzy, která se řeší už od roku 2005. Tam začal spor o to, zda má Český rozhlas nárok u části položek na odpočet daně z přidané hodnoty (DPH). V roce 2017 byl u Ústavního soudu zamítnut a celý spor se vrátil na začátek. Celkem bylo podáno 157 opravných daňových přiznání. Plný nárok na odpočet DPH má rozhlas za roky 2004–2013. Rozhlas v této kauze zastupuje AK Kocián, Balašík a KPMG.

Kromě těchto hlavních bodů, seznámil ředitel Ekonomiky M. Vojslavský Komisi s vývojem hospodaření v lednu a únoru 2025. Nákladové ani výnosové položky nevybočují z plánovaného rámce.

Dne 22. 5. 2025 (Zápis 5/2025)

Hlavní body:

- 1) Rozbor hospodaření leden až březen 2025
- 2) Český rozhlas po zvýšení rozhlasového poplatku
- 3) Interní audit – kontrolní činnost v roce 2024 a v 1.poloetí 2025
- 4) Kauza DPH – aktuální novinka (za účasti společnosti KPMG)
- 5) Vyhodnocení kampaně „Český rozhlas – komunikace hodnot a způsobu financování“
- 6) Kampan „Český rozhlas – komunikace změn rozhlasového poplatku“

Ad 1)

Ředitel Ekonomiky M. Vojslavský okomentoval hlavní výsledky hospodaření za první čtvrtletí 2025. Náklady jsou v souladu s plánem, o něco vyšší jsou výnosy zejména díky obchodním výnosům. Ředitel Ekonomiky avizoval, že během letních prázdnin bude připravována aktualizace rozpočtu ČRo, která bude předložena dozorčí komisi pravděpodobně v září.

Ad 2)

Členové komise se zajímali, jaká je situace po zvýšení rozhlasového poplatku, samozřejmě při vědomí velmi krátkého času od nabytí platnosti novely zákona o ČRo. M. Vojslavský konstatoval, že už je patrné, že 67 procent poplatníků, kteří posílají rozhlasový poplatek přímo ze svých účtů, navýšení provedlo.

Ad 3)

Pracovnice Interního auditu ČRo shrnuly výsledky kontrolní činnosti v roce 2024. Celkem proběhlo sedm auditů, poslední byl dokončen začátkem roku 2025. Jednalo se o hospodaření s mobilními telefony (výsledkem byla nová vnitřní směrnice a vyšší zaměření na kybernetickou bezpečnost), dále režimová opatření z hlediska vstupu do budov ČRo. Šlo zejména o vstupní karty (následně proběhla velká prověrka externích karet a byla přijata nová vnitřní směrnice k přidělení oprávnění vstupu a aktualizuje se metodický pokyn pro vydávání vstupních karet).

Dále proběhly audity v regionálních studiích ČRo Plzeň a ČRo Karlovy Vary, audit k zajištění kontinuity distribuce signálu a další.

Na rok 2025 je v plánu audit Sekce uměleckých těles a soutěží, který už běží, audity v regionálních studiích ČRo Hradec Králové a ČRo Pardubice, audit kontinuity vysílání zpravodajství, audit spolupráce ČRo s externími subjekty, audit dohod prací konaných mimo pracovní poměr a audit vyřazování majetku. Komise se při podzimním jednání s Interním auditem zaměří na výsledky auditů týkajících se v první řadě hospodářské činnosti.

Ad 4)

V bodě, který se týkal jedné novinky v kauze DPH, se jednání zúčastnili i zástupci společnosti KPMG. Její zástupce informoval členy komise o existenci nového usnesení rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu č.j. 1 AFs 231/2022-44 ze dne 5. února 2025, které může mít dopady i do kauz vedených Českým rozhlasem. Společně s M. Vojslavským popsal možné dopady tohoto rozhodnutí na vývoj jednotlivých kauz, zejména už uzavřená zdaňovací období, kde došlo i k vrácení daně a úhradě příslušenství za roky 2006 až 2013, i na běžící řízení týkající se zdaňovacích období od roku 2013 do roku 2017, a sporu o výši přiznaných úroků.

Komise vzala na vědomí, že v kontextu vydaného usnesení se žaloba jeví spíše jako nedůvodná. Dále je zde riziko, že při pokračování ve sporu nelze vyloučit snahu správce daně otevřít i podkladové přiznání a vrácení DPH, což by mohlo znamenat vrátit správci zpět už vrácené DPH.

Ad 5)

Ředitel Marketingu a digitálních služeb Jiří Malina seznámil členy komise s vyhodnocením kampaně „Český rozhlas – komunikace hodnot a způsobu financování“. Celá kampaň byla postavena na tvářích Českého rozhlasu (Mirek Vaňura, Lucie Výborná, Tereza Kostková, Matěj Skalický a další) s cílem bylo podpořit legislativní proces. Vzhledem k projednávání mediální novely, která mimo jiné předpokládala navýšení rozhlasového poplatku, byla prodloužena do konce roku. Vzhledem k prodloužení, by navýšen rozpočet. Záměr kampaně byl naplněn, mimo jiné i proto, že nově vytvořený web *platito.rozhlas.cz* sloužil jako místo pro vysvětlení a debatu ohledně fungování veřejnoprávních médií a hodnot Českého rozhlasu. Měřitelná kritéria vzhledem k charakteru kampaně nebyla stanovena.

Ad 6)

Jiří Malina představil novou kampaň nazvanou „Český rozhlas-komunikace změn rozhlasového poplatku“. Jejím účelem je vysvětlit posluchačům prostřednictvím praktických rad jak dostat líteře novely zákona o ČRo. Tváří i hlasem této kampaně je Jan Pokorný. Spoty běží na webu ČRo, v aplikaci *MůjRozhlas*, v tiskových médiích, na všech stanicích ČRo mimo ČRo Rádio Junior a v rámci výměny mezi veřejnoprávními médii také na obrazovkách České televize. Byla rovněž zřízena internetová doména *rozhlasovypoplatek.cz*, kde uživatelé najdou praktické informace a mohou se také zaregistrovat jako poplatníci. Měřitelná KPI jako u běžných kampaní nebyla stanovena.

Dne 19. 6. 2025 (Zápis 6/2025)

Hlavní body:

- 1) Výroční zpráva o hospodaření ČRo za rok 2024
- 2) Rozbor hospodaření za období leden až duben 2025
- 3) ČRo po zvýšení rozhlasového poplatku
- 4) Vyhodnocení kampaně „Rebranding ČRo Střední Čechy“
- 5) Vyhodnocení kampaně „ČRo RŽ Sport – živě ligové zápasy fotbalu/hokeje“

Ad 1)

Členové Komise byli podrobně seznámeni s jednotlivými kapitolami Výroční zprávy o hospodaření ČRo v roce 2024. Ředitel Ekonomiky M. Vojslavský upozornil na skutečnosti, které umožnily Českému rozhlasu navrhnout aktualizaci rozpočtu ve třetím čtvrtletí 2024. Byl to především důsledný výběr rozhlasových poplatků (ČRo vybral nakonec víc, než bylo předepsáno), vyšší výnosy z obchodní činnosti, vyšší finanční výnosy, aj. Proto bylo možné v rámci aktualizace rozpočtu souvztažně zvýšit výnosy i náklady o 25 milionů korun. Tuto aktualizaci Rada schválila. Vedení ČRo to umožnilo finančně podpořit některé kapitoly včetně osobních nákladů. Mimo jiné to znamenalo přiznání plošné mimořádné odměny zaměstnancům před koncem roku 2024. O všech těchto jmenovaných i dalších skutečnostech byla Komise v minulém roce průběžně informována. Byla seznámena také s uzavřenými výsledky hospodářského roku 2024. Byla rovněž seznámena s výrokem Externího auditora „bez výhrad“.

Členové Komise proto mohli konstatovat, že Výroční zpráva podává přesný a pravdivý obraz o hospodaření Českého rozhlasu v roce 2024. Komise **doporučila Radě ČRo Výroční zprávu o hospodaření ČRo za rok 2024 schválit na nejbližší veřejné schůzi.**

Ad 2)

Hospodaření v první třetině roku 2025 (leden až duben) v zásadě kopírovalo plánované ukazatele. Na mírné překročení výnosů, zejména komerčních, upozornil Komisi ředitel Ekonomiky M. Vojslavský. Jako důvod uvedl, že rozhlas se snažil v dubnu 2025 realizovat komerční reklamu, kterou ještě zákon dovoloval. Upozornil také na to, že v dubnu 2025 se už rozhlas nevěnoval akviziční činnosti s ohledem na kampaň k novele zákona o ČRo.

Ad 3)

Členové komise se dotazovali, jak zareagovali poplatníci poté, co vešla v platnost novela zákona o ČRo, ze které vyplývá povinnost platit vyšší rozhlasový poplatek. Ředitel Ekonomiky M. Vojslavský konstatoval, že za měsíc a půl se nově přihlásilo asi 90 tisíc domácností. U právnických osob se do konce června platilo podle starého modelu. Firmy se Českému rozhlasu hlásí, ale jde především o ty, které mají do 25 zaměstnanců a ty povinnost platit rozhlasový poplatek nemají. Potenciál právnických osob, tedy firem nad 25 zaměstnanců, je asi 27 tisíc.

Ad 4)

Komise byla seznámena s vyhodnocením kampaně „Rebranding ČRo Střední Čechy“. Kampaň měla několik cílů. Jednak seznámit veřejnost s novým názvem stanice a současně podpořit image ČRo Střední Čechy a také zvýšit denní poslechnovost. Kampaň splnila svůj účel, share neboli podíl na trhu se zvýšil na 2,8 % v rámci kraje (cíl byl 1,8 – 2,0 %). Zvýšila se také spontánní znalost značky a rovněž poslechnovost On Demand.

Ad 5)

Kampaň „ČRo Radiožurnál Sport – živě ligové zápasy hokej/fotbalu“ měla za cíl získat další posluchače této stanice. Jeden z největších obsahových artiklů je pořad fotbalového experta Pavla Horvátha. Jeho pořad pozitivně ovlivnil zejména on demand poslech. To je jeden pozitivní výsledek kampaně a druhým je zvýšení lineární poslechnovosti. Ta denní (DR) se zvýšila na 55 tisíc posluchačů, týdenní (WR) potom na 227 tisíc posluchačů.

Ing. Miroslav Dittrich
předseda Dozorčí komise rady ČRo