



Výsledky průzkumu hodinových sazeb 2026: trh opatrně roste, nejvíce u specializovaných rolí

Praha, 24. 4. 2026 – Asociace komunikačních agentur (AKA) pravidelně několikrát v řadě sleduje vývoj hodinových sazeb v oboru. Letošní průzkum* ukazuje, že agenturní sazby meziročně vzrostly přibližně o šest procent.

Nejčastěji se růst hodinových sazeb podle šetření AKA pohyboval v pásmu 5 až 10 procent. Současně ale platí, že přibližně čtvrtina sledovaných pozic zůstala meziročně beze změny. Vývoj tak nelze číst jako plošné zdražení napříč celým trhem, ale spíše jako opatrnou korekci po období velmi nízkého růstu.

„Průzkum hodinových sazeb nepracuje s preferovaným obchodním modelem budoucnosti. AKA dlouhodobě zastává postoj, který nevnímá hodinový model jako ideální způsob oceňování práce s vysokou přidanou hodnotou. Strategie, kreativita či konzultační činnost by měly být naceňovány podle hodnoty, kterou přinášejí – tedy ‚value-based‘ přístupem,“ říká Radana Čechová, výkonná ředitelka AKA, a dodává: „Zároveň si ale musíme otevřeně přiznat, že jednotnou a akceptovatelnou metodiku ‚value-based‘ oceňování jako obor zatím nemáme, významná část trhu se stále orientuje podle hodinových sazeb, která tak poskytují realistický obraz.“

Ten, ačkoli vypadá pro letošní rok mírně optimističtější, je zároveň potřeba vnímat v širším ekonomickém rámci. Česká ekonomika se po předchozím období stabilizuje a inflace se vrátila blíž ke svému cíli, klienti ale dál pracují pod silným tlakem na rozpočty. Marketingové výdaje zůstávají citlivé na jakýkoli výkyv, a i v relativně stabilnějším prostředí tak přetrvává na straně zadavatelů opatrnost.

„To je také důvod, proč růst sazeb není rovnoměrný. Vedle specializovaných rolí, u nichž sazby rostou výrazněji, zůstává přibližně čtvrtina sledovaných pozic beze změny. Tlak na cenu je na trhu stále velmi silný a je zřejmé, že část agentur letos ke zvýšení sazeb nepřistoupila vůbec,“ vysvětluje Radana Čechová.

Přínos dlouhodobých partnerství

Komunikační průmysl prochází výraznou proměnou. Rostou nároky na odbornost i rychlost. Tomu se postupně přizpůsobuje i cenová hladina trhu. *„Letošní průzkum# potvrzuje, že hodnotu práce je dnes možné lépe prosadit především u specializovaných služeb s vysokou expertizou,“* říká **Petra Jankovičová, prezidentka AKA a CEO agentury Triad**. Zadavatelé podle ní dnes hledají hlavně efektivitu a často přicházejí za agenturami ve chvíli, kdy potřebují vytvořit něco nového nebo inovativního.

„Právě tam agentury přinášejí rychlá řešení, mají větší flexibilitu i prostor testovat nové přístupy. Zároveň ale vidíme, že bez dlouhodobé spolupráce se těžko buduje skutečná



hodnota. Základní principy marketingu a budování značek se nemění. Je potřeba kontinuitu, zkušenost a systematickou práci. Pokud chceme, aby obor dlouhodobě fungoval, je potřeba investovat nejen do novinek, ale i do ‚klasiky‘ a adekvátně oceňovat lidi, kteří ji umí dělat dobře. Právě dlouhodobá partnerství jsou v tomto směru nenahraditelná,“ upozorňuje Petra Jankovičová.

Výsledky šetření považuje Jankovičová i přes panující opatrnost za dobrý signál: *„Pokud má obor dlouhodobě investovat do talentu, vzdělávání a nových technologií, musí být schopen tyto náklady promítat do cen. Letošní data ukazují, že je zde určitý posun správným směrem. Tempo a požadavky trhu jsou ale náročnější.“*

Skokani roku

Růst sazeb se nejvýrazněji projevil u specializovaných rolí v médiích a výkonnostním marketingu, zejména v oblastech PPC a RTB, ale také u seniorních mediálních pozic.

Výraznější nárůst se objevil rovněž u některých kreativních a digitálních profesí, například u art directorů, motion designerů, digital project managerů nebo vedoucích technologických a vývojářských rolí. Rychleji rostou pak i sazby u pozic spojených s influencer marketingem.

Jedním z důležitých letošních zjištění je i proměna nároků na odborné kompetence. Role spojené s AI se v šetření objevují častěji než v minulosti, což však nutně neznamená pouze vznik zcela nových pozic. Spíše se potvrzuje, že znalost a praktické využití nástrojů umělé inteligence se stávají součástí širší výbavy dovedností u již existujících profesí. To se promítá i do cenotvorby: sazby u rolí s rozšířenými AI kompetencemi se častěji pohybují ve středních a vyšších pásmech, zvláště u strategických či datových specializací. AI tedy nevytváří jen nové funkce, ale zvyšuje i hodnotu práce u těch stávajících.

V makroekonomickém kontextu je letošní vývoj sazeb logický a kopíruje vývoj trhu. Průměrná míra inflace v České republice za rok 2025 dosáhla 2,5 procenta, přičemž ceny služeb rostly rychleji, a to o 4,7 procenta. Právě srovnání s inflací ve službách je pro agenturní prostředí podstatné.

Ekonomické prostředí je letos zatím stabilnější, domácí poptávka se obnovuje a inflace se drží poblíž cíle centrální banky. To vytváří příznivější podmínky pro opatrné navyšování cen, i když tlak na efektivitu, produktivitu a prokazatelnou hodnotu služeb zůstává v agenturním byznysu velmi silný.

Pozn.:

* = Tento průzkum je zcela nezávazným statistickým přehledem vzešlým z dotazníkového šetření a netvoří doporučení, metodiku ani závazný postup k stanovení výše odměny agenturních profesí. Autor průzkumu neodpovídá za jakékoliv využití dat z průzkumu třetími stranami.



Vybrané agenturní role a jejich hodinové sazby v roce 2026 (Zdroj: AKA)

Client service + ostatní service	Sazba v roce 2026
CFO/ Finance Director [#]	5 342,98 Kč
Client Service Director/ Group Account Director [#]	4 878,12 Kč
Account Manager	2 587,79 Kč
Account Executive	1 686,48 Kč
Traffic Manager	1 616,77 Kč
Assistant	1 061,90 Kč
Accountant	2 112,99 Kč

Kreativita a produkce[#]	Sazba v roce 2026
Creative Director	4 934,15 Kč
Art Director	3 109,73 Kč
Graphic Designer	2 090,61 Kč
Producer	1 912,56 Kč
Copywriter	2 525,60 Kč
Strategic planner (senior)	4 592,16 Kč

Strategické a mediální plánování, výzkumy a analýzy dat[#]	Sazba v roce 2026
Data Analyst/ Data Scientist	1 938,00 Kč
Media Planner	2 672,00 Kč
Research/insight manager	2 438,70 Kč
Research/insight director	3 752,00 Kč
Strategic planner (senior)	4 592,16 Kč

Digitál	Sazba v roce 2026
Content Manager	1 701,42 Kč
Social Media Manager	2 558,48 Kč
Digital Designer [#]	2 530,85 Kč
Digital Strategist [#]	2 685,45 Kč
DTP operator	1 265,38 Kč
IT manager	1 371,40 Kč
Programmer	2 042,52 Kč
Coder	1 266,62 Kč
UX Designer [#]	2 410,33 Kč

Pozn.:

[#] = Sazby slouží ke zhodnocení práce v režimu Delivery Service (běžná obsluha klienta), nikoli k ohodnocení kreativní a strategické práce agentury. Pro tento druh činnosti je doporučeno využít hodnocení metodou Value Based Pricing (bez využití hodinových sazeb). Základním principem



této metody je skutečnost, že cena není odvozena od stráveného času, ale od hodnoty vnímané klientem (nikoli dodavatelem). Hodnota se pak skládá ze tří základních parametrů:

- Cena talentu, nápadu
- Současná a budoucí hodnota dodaného řešení
- Návratnost investice

O AKA

AKA – Asociace komunikačních agentur je výběrová organizace nejvýznamnějších subjektů v oblasti komerční komunikace sdružující mediální, reklamní, CRM a marketingové agentury. Jejím cílem je zajišťovat příznivé prostředí pro podnikání členů, budování dobrého jména oboru, odborné vzdělávání a podpora aktivit ke zvyšování profesionální úrovně odborníků na komunikaci. Rovněž dbá o etické standardy komerční komunikace prostřednictvím Rady pro reklamu, jíž je spoluzakladatelem, a od roku 1997 pořádá Effie, nejprestižnější soutěž zaměřenou na efektivitu reklamy s mezinárodním přesahem v ČR.

Více na www.aka.cz

Kontakty pro média:

Radana Čechová, +420 603 196 611, radana.cechova@aka.cz

Michaela Pišiová, +420 777 955 918, michaela.pisiova@aka.cz