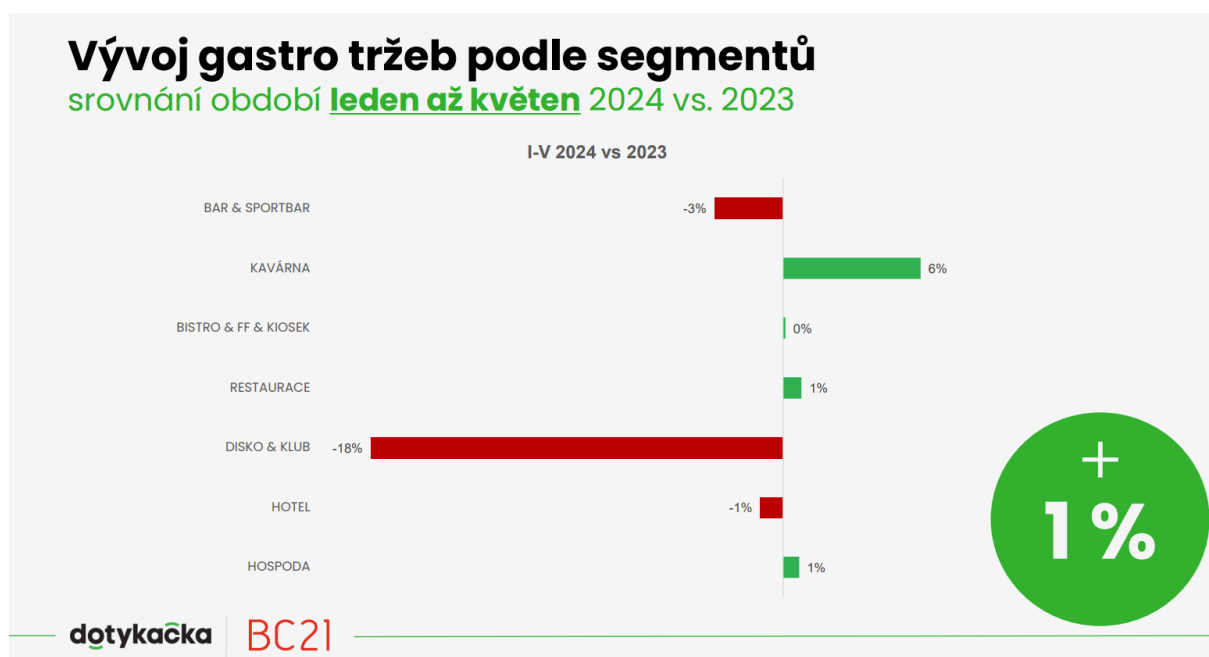


Hokejový šampionát zachránil tržby českého gastru. Pomohl hlavně malým hospodám

18. června 2024 – Zákazníci mění pravidla české gastronomie. Tradiční večerní vysedávání v hospodách nahradily spíše výpravy do kaváren v odpoledních hodinách. Návštěvníci si tam vedle kávy leckdy dopřejí i jídlo nebo míchaný drink. Podniky orientované na noční život tak v uplynulém roce přicházely o zákazníky i tržby. Dočasně to změnilo pouze nedávné hokejové mistrovství světa. Vyplývá to z analýzy společnosti Dotykačka, jejíž pokladní systém využívá v České republice nejvíc gastro podniků.

Za prvních pět letošních měsíců stouply gastro podnikům meziročně souhrnné tržby o pouhé jedno procento. „Po započtení osmiprocentního meziročního zdražení se ukazuje, že reálně v tržbách došlo spíš k poklesu. Nebýt hokejového šampionátu, byl by propad o dost významnější,“ komentuje ředitel Dotykačky Petr Menclík.



Zdroj: Dotykačka

Dlouhodobě se daří růst především kavárnám. Ty si meziročně polepšily v tržbách o 6 %. Naopak diskotéky a noční kluby si oproti loňsku vydělaly skoro o pětinu méně. V mínusu jsou i bary. Hospody a restaurace se drží kolem celotržního průměru. Výjimku ovšem tvoří prémiové restaurace, jejichž obliba v posledních měsících stále stoupá a nárůstem tržeb porázejí i kavárny.

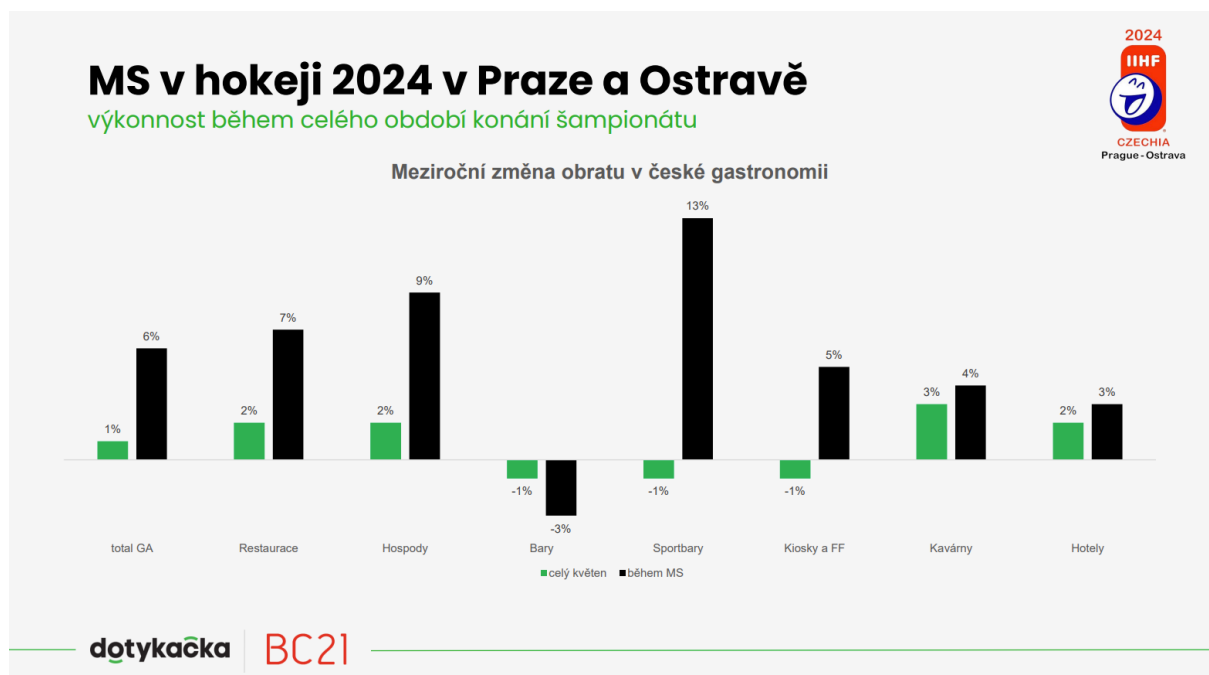
„Zejména v odpoledních a večerních hodinách lidé hledají kvalitní gastro zážitky. Za ty jsou ochotní i připlatit. Do restaurací už proto nechodí tak často jako dřív, ale vybírají si prémiové podniky. Vyráží tam při různých speciálních příležitostech a rádi se tam více odmění,“ odvozuje z dostupných statistik Petr Menclík.

Hokejové fandění vrátilo lidi do hospod

V květnu se zpravidla naplno rozjíždí letní sezóna, která pro gastro tržby představuje vrcholné období. Letošní rok se však žádný „nájezd“ zatím nekonal. Významnou měrou ho brzdilo květnové deštivé počasí a zmíněná proměna spotřebitelských návyků. Na ní se podepsala i nedávná změna DPH u nápojů.

„Poptávka je slabší než bývala. Díky levnému pivu z obchodů lidé často popíjejí doma nebo v garáži,“ konstatuje Luboš Kastner, člen představenstva Hospodářské komory a provozovatel několika restaurací.

Hokejové mistrovství dokázalo popsaný trend zmírnit. Alespoň na chvíli vrátilo hosty do sportbarů, restaurací i klasických hospod. „Šampionát trval 17 dní a zejména s postupnými úspěchy českého týmu bylo s každým dalším zápasem vidět, jak v gastro podnicích roste návštěvnost,“ usmívá se ředitel Dotykačky.



Zdroj: Dotykačka

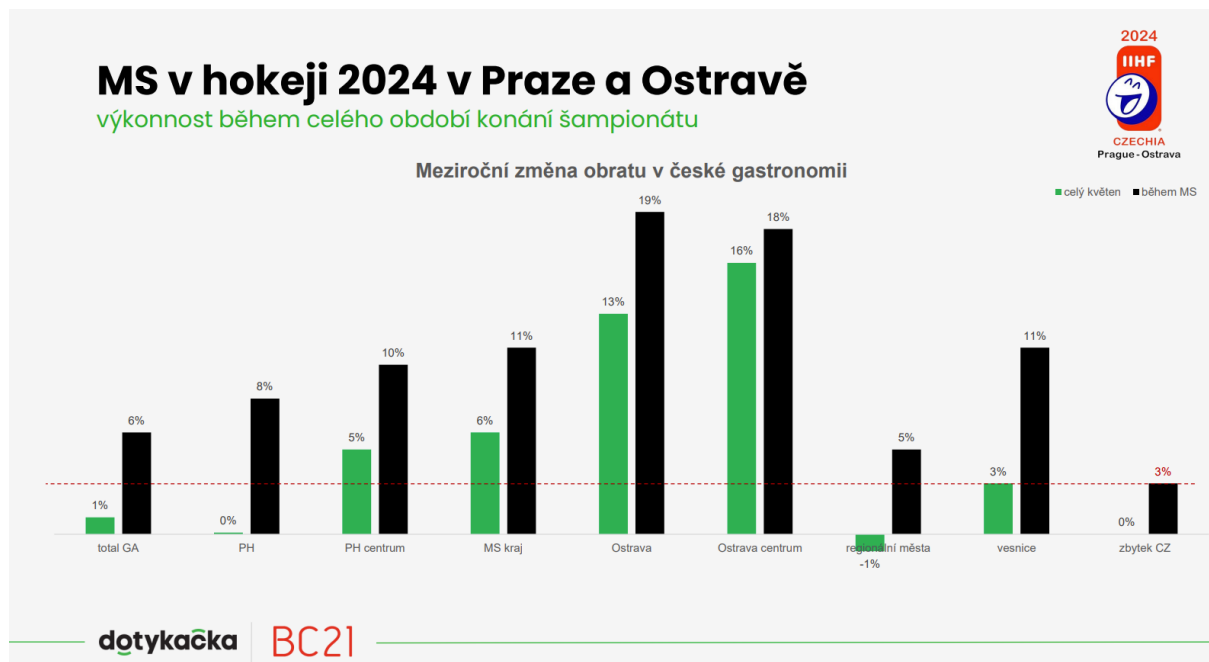
Graf ukazuje, jak moc se mistrovství odrazilo na tržbách jednotlivých gastro konceptů. Nejvíc návštěvníků přilákaly sportbary a hospody. Naproti tomu bary se propadly víc než obvykle.

Zajímavé je, že návštěvnost stoupla zejména v malých obcích. Tradiční vesnické hospody tak z úspěchu hokejistů profitovaly nejvíc. U velkých a dražších podniků se tak výrazné změny neprojevíly.

Stejně tak byl patrný podstatný rozdíl mezi regiony. Zatímco v Ostravě a celkově v Moravskoslezském a Olomouckém kraji vzrostly tržby během mistrovství opravdu markantně – v Ostravě dokonce téměř o 20 %, v Praze a ostatních krajských městech se událost projevila méně. I tak ale během šampionátu podniky v centru Prahy i na vesnicích zaznamenaly nárůsty tržeb kolem 10 %.

Za zmínku rozhodně stojí pohled na gastro tržby po nedělním úspěšném finále, kdy se oslavující fanoušci ve velkém nahrnuli do otevřených gastro podniků. Tam často slavili až do ranních hodin. Například v hospodách a sportbarech ten den až 40 % tržeb tvořily útraty zaplacené mezi 22. hodinou večerní a čtvrtou hodinou ranní.

„Ve vesnických hospodách se podle dat, která vidíme, slavilo nejintenzivněji. Zatímco v pražských podnicích z neděle na pondělí k žádnému extrémnímu nárůstu tržeb nedošlo, ve vesnických hospodách vyskočily noční tržby o neuvěřitelných 730 %,“ říká Petr Menclík.



Zdroj: Dotykačka

„Hokejové mistrovství českému gastru přineslo celkově možná 10 % souhrnných tržeb navíc. Podařilo se mu tak vykompenzovat negativní vlivy deštivého počasí a obecné snížení návštěvnosti v důsledku zdražování. Kdyby se tu šampionát nekonal, pravděpodobně by české gastro bylo v květnu ve výrazném mínusu – což je naprosto v rozporu s tím, jak by náběh letní sezóny měl vypadat,“ hodnotí Luboš Kastner.

Jakmile však opadla hokejová horečka, celé gastro se začalo opět vracet do normálu. „Ani výkon českých hokejistů nevrátil české gastro do reálného růstu. Pod pokličkou ho drží vyšší míra inflace způsobená růstem DPH a související slabší poptávka ze strany hostů. V létě proto očekávám v gastru spíš slabší výsledky, respektive zásadním způsobem bude záležet na počasí. Nemyslím, že by podobným způsobem jako hokej zacvičila s tržbami letní olympiáda nebo aktuální fotbal,“ uzavírá Luboš Kastner.

Co dalšího ovlivňuje gastro tržby?

Zajímavé vlivy na gastro tržby popsal ještě Petr Janeček, vedoucí institutu turismu z Czech Tourism. Podle dat společnosti VISA mají velký vliv na útraty v restauracích a dalších konceptech zahraniční turisté. Jejich bezhotovostní platby se v období letošního ledna až dubna podílely na celkových gastro tržbách v Moravskoslezském kraji 15 procenty, a v Praze

dokonce 26 procenty. „Nejvíce u nás za jídlo utrácejí Němci, Britové, Francouzi a Američané,“ vypočítává Petr Janeček.

Potenciál toho, co u nás můžou zahraniční turisté utratit, ilustruje také Jan Kubinec z České eventové asociace: „Velkou výhodou Prahy i celé České republiky je to, že tu máme ideální podmínky na odbavení hromadných akcí typu velké konference nebo sportovní a kulturní akce – jak z pohledu ubytovacích kapacit, tak z pohledu množství gastro podniků, kam mohou zavítat, i s ohledem na atraktivitu celé lokality. To nás odlišuje například od Polska a Maďarska. Ve Varšavě je dostatek podniků, ale není to tam tak krásné. Budapešť je naopak nádherná, ale zas nemá dostatečné kapacity na pořádání mimořádně velkých akcí,“ doplňuje Jan Kubinec z České eventové asociace.

Luboš Kastner má ovšem jasno: „Vzato kol a kolem, největším manažerem českého gastru je stejně sluníčko.“ To potvrzuje i Petr Menclík z Dotykačky: „Obecně lze říct, že během slunečných dnů dosahují gastro podniky v průměru klidně o 30 % vyšších tržeb než ve dnech, kdy je zataženo. U konceptů typu stánek na cyklostezce to můžou být i násobně vyšší rozdíly.“

Kontakt pro média:

Věra Kubátová | PR & Media konzultant

E-mail: vera.kubatova@dotykacka.cz | media@dotykacka.cz

Mobil: +420 775 708 019

Dotykačka ČR s.r.o. je poskytovatelem řešení a služeb v oblasti pokladních systémů pro malé a střední podnikatele v oblastech horeka, obchodu a služeb. Společnost vznikla v roce 2017 a navázala na činnost společnosti Dotykačka, s.r.o., která působila na českém trhu od roku 2015. Z dynamicky se rozvíjejícího start-upu postupně vznikl jeden z evropských lídrů na trhu moderních pokladních systémů.

Dotykačka aktuálně provozuje na třech trzích víc než 20 tisíc pokladen a naplňuje svou misi šetřit podnikatelům čas a peníze, aby se oni mohli naplno věnovat svému podnikání. Poskytuje spolehlivé nástroje, které usnadňují digitalizaci procesů ve firmách a zefektivňují jejich řízení i rozvoj. Hodí se do každého pohostinství, prodejny či zařízení poskytující služby.

V roce 2016 se firma zařadila mezi Českých 100 Nejlepších. Dotykačka poskytuje v zahraničí svoje služby také pod značkou Dotypos. Více informací viz www.dotykacka.cz.