

Praha, 9. srpna 2023

## Průzkum: Za oblečení a obuv pro školáky plánuje osm z deseti rodičů utratit do pěti tisíc korun

Polovina rodičů očekává, že s příchodem nového školního roku utratí za sportovní a volnočasové oblečení, obuv a doplňky pro děti více než vloni, a to hlavně kvůli vyšším cenám. Šest z deseti plánuje za venkovní a sálovou obuv, trička, mikiny nebo batohy a podobné zboží související s docházením do školy nebo na kroužky zaplatit mezi dvěma a pěti tisíci korun, čtvrtina se chce vejít do dvou tisíc korun. Celkem 82 procent respondentů vyrazí na nákupy do specializovaných řetězců. Při výběru je pro rodiče nejdůležitější kvalita zboží, následuje nízká cena a široká nabídka značek na jednom místě, naopak odborné poradenství pro ně tak důležité není. Vyplývá to z reprezentativního průzkumu na bázi rodičů žáků a středoškolských studentů pro Sportisimo.

Muži jsou připraveni více utrácet a nejsou tak citliví na cenu jako ženy. Dokládají to čísla. Do dvou tisíc korun hodlá investovat do svých potomků 21 % mužů a 29 % žen. Mezi dvěma a pěti tisíci korun je skóre vyrovnané, 57 versus 58 procent. Finanční nůžky mezi pohlavími se dle průzkumu pro Sportisimo rozevírají u nákupů za pět až deset tisíc korun, tolik hodlá utratit 15 procent mužů, ale jen 9 procent žen.

Skoro devadesát procent zákazníků bude pro děti nakupovat volnočasové oblečení a obuv. Jen o pár procent méně sáhne po sportovním oblečení či teniskách a sálové obuvi na tělocvik a kroužky. „Čtvrtina rodičů vloží do košíku navíc sportovní vybavení, jako jsou například fotbalové míče, hokejky na florbal a chrániče,“ uvádí s odkazem na zjištění průzkumu obchodní ředitel Sportisima Zdeněk Ždímal s tím, že v tomto největším tuzemském sportovním řetězci s více než stovkou kamenných prodejen po celém Česku a e-shopem se v srpnu a září už několik let po sobě nejvíce prodává zboží značek Adidas, Lotto, Nike a Puma.

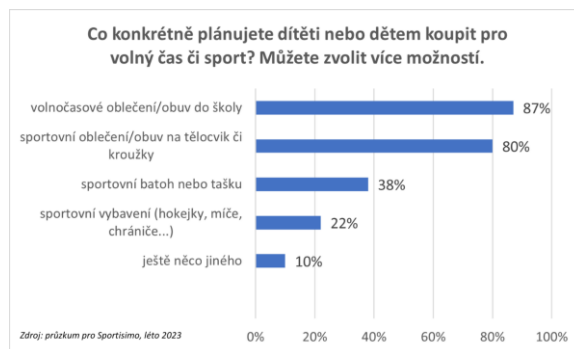
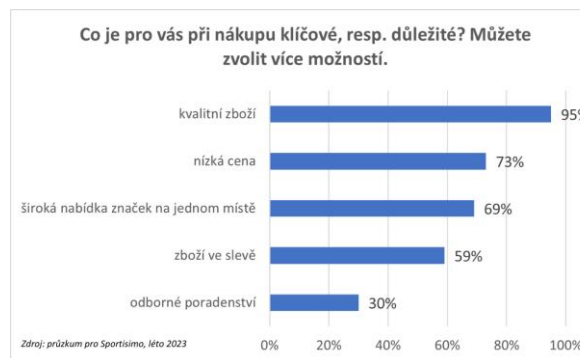
„Nákupní košík pro jednoho školáka u nás může obsahovat například batoh Puma za 499 korun, sportovní obuv na ven Adidas za 599 korun a sálovou obuv Lotto také za 599 Kč, což dohromady dělá 1 697 korun,“ vypočítává Zdeněk Ždímal. Když k tomu rodič přidá pár triček, teplákovou soupravu nebo pomůcky na sport, snadno se dostane za celý nákup ke třem či čtyřem tisícům korun, dodává.

Zákazníci hledající ještě levnější zboží často sáhnou po sortimentu od privátních značek, které si některé maloobchodní řetězce nechávají vyrábět na míru jen pro sebe. „Zatímco dětská obuv od světových značek stojí i osm set korun, od privátní značky vyjde jen na polovinu,“ reaguje Martin Šporcl odpovídající za privátní značky Sportisima na zjištění z průzkumu, že pro 73 procent respondentů je nízká cena při nákupu důležitá, či dokonce klíčová.

Průzkum provedla agentura Behavior v České republice formou CAWI exklusivně pro Sportisimo na vzorku 598 rodičů žáků a středoškolských studentů v období 27. července až 1. srpna 2023.

*Následuje Příloha 1 - Grafy*

### Příloha 1 – Grafy



#### Kontakt pro média:

Jakub Švestka  
 Head of Communication & CSR / tiskový mluvčí  
 Jakub.svestka@sportisimo.cz  
 +420 702 209 386

#### O Sportisimu

Největší řetězec se sportovním zbožím Sportisimo vyrostl z malé firmy založené v roce 1999. Aktuálně má firma celkem 230 obchodů, z toho 115 je v České republice a další jsou na Slovensku (51), v Rumunsku (50), Maďarsku (9), Chorvatsku (3) a Bulharsku (2). Vyjma prodejen a e-shopu zastřešuje holding také výhradní distribuci několika značek, jakými jsou třeba Umbro, O' Neill nebo Lotto. Současnými majiteli sportovního giganta jsou Thai Ngoc Nguyen, Do Hong Son, Martin Kůšík a Pavel Vajskebr.